

日本日經 29,520.90 (-126.18)

歐元兌美元 1.159 (-0.002)

美元兌日圓 113.74 (-0.24)

紐約期油 83.36 (-0.69)

盎司金價 1,791.8 (-4)

恒指夜市 24,975 (-33)

國指夜市 8,835 (-1.3)

9月零售貨值升7.3% 遠遜預期

零售協會：10月第二期消費券動力不及8月

隨着政府消費券效應減退，本港零售數據增幅持續放緩。據臨時統計數字，9月份零售業總銷貨價值為280億元，較去年同期升7.3%（見圖1），較市場預期增長11.9%為低，升幅按月亦回落4.6個百分點。香港零售協會表示，10月雖發放了第二期消費券，但對零售的推動力不及第一期，業界擔心消費氣氛將在消費券計劃完結後，再度陷於低迷狀況。

明報記者 周綺琪

香港零售協會表示，市民消費力在8月首兩個星期、即首期消費券發放後釋放，9月銷情則一如預期回復一般狀態。對於第二期消費券於10月發放，有會員表示，由於市民消費較早前理性，加上臨近年末，部分市民消費力或延至11月底，故第二期消費券的帶動力不及第一期力度強勁。

業界憂消費券計劃完結 市面再陷低迷

協會引述業界指，擔心一旦消費券計劃完結，市面消費氣氛將再度陷入低迷狀況。若全面通關仍需要一段長時期，協會希望政府考慮推出第二輪消費券計劃。

今年首9個月合計，零售業總銷貨價值估計按年升8%，其中網上銷售價值升43.5%。在9月份零售業總銷貨價值中，網上銷售價值為23億元，較去年上升30.5%，增幅按月升12.9個百分點；整體佔比達8%。

首9月計網上銷售價值升43.5%

按主要類別劃分，9月電器及其他未分類耐用消費品的臨時銷貨價值達277.9億元，按年急升48.3%，升幅按月增加38.2個百分點，冠絕各類產品；其次為珠寶首飾、鐘表及名貴禮物，其臨時銷貨價值錄282.62億元，按年增16.2%。位列第三高增長的燃料，月內臨時銷貨價值則為85.11億元，按年升15.1%。

不過，鞋類、有關製品及其他衣物配件8月份升幅最大，達到62.3%，但9月份的臨時數字則轉



有分析認為，由於本港零售仍缺乏旅客等主要推動力，料全年零售業總銷貨價值僅錄高單位數增幅；其中受惠消費券發放帶動，10月或可錄雙位數升幅。（中新社）

跌4.2%至42.34億元。

至於月內整體耐用消費品之銷貨臨時價值則錄54.04億元（見圖2），較去年同期升29.2%，升幅按月急增22.2個百分點；並屬今年1月錄63.41億元以來，單月次高數值。

恒生銀行首席經濟師薛俊昇表示，耐用消費品主要由民生購買力帶動，而今年首9個月相關板塊均錄得可觀升幅，反映本地消費意欲持續增長；在新冠肺炎疫情緩和，加上消費券推動下，整體零售市道繼續向好。他續稱，各地今年內亦未見可恢復通關，本港零售復蘇仍然缺乏旅客等主要推動力，預計今年全年零售業總銷貨價值僅錄高單位數增幅；其中受惠消費券發放帶動，10月或可錄雙位數升幅。

周生生：通關無望 復蘇差於預期

9月份本港零售差過市場預期。政府發言人表示，本港新冠肺炎疫情持續穩定，加上政府消費券計劃，在短期內將會繼續支持零售業。不過，多國今年內仍通關無望，幾近冰封的旅遊業將會繼續制約零售行業恢復程度。

據臨時數字，9月份珠寶首飾、鐘表及名貴禮物銷貨臨時估按年升16.2%，增幅按月減少11.9個百分點，仍屬月內次高升幅類別。周生生（0116）大中華營運總經理劉克斌表示，業界原寄望今年第四季將通關，可惜事與願違，期內復蘇情況較預期差。劉稱自今年2月後業務情況可謂「谷底回升」，整體生意額平

穩向上，比去年較波動的市況為佳。對於消費券，他坦言9月底確有延後消費現象，及至10月份發放第二期消費券的首個星期，生意額較以往淡靜時段有所增幅，惟隨後回落至一般水平，尤其是第二周生意受颱風影響。

預計11月中後期銷售額或可回升

他預期，受惠年底婚嫁市場轉趨活躍，預計11月中後期銷售額或可回升，故第四季珠寶首飾、鐘表及名貴禮物等板塊零售銷貨價值料可按年錄15%至20%升幅；而在去年低基數情況下，今年全年增幅或有望達20%至30%水平。

