



專訪 鄭偉雄 先生

香港零售管理協會
主席



香港零售管理協會主席鄭偉雄先生表示，電子商務將成為香港零售市場的新推動力。在本期《才誌》的專訪中，鄭偉雄先生就電子商務對香港的重要性、消費者喜好的轉變以及零售行業所面對的主要挑戰分享了他的看法。

“——
香港的一個主要賣點，
是作為中國內地與世界
各地之間的超級聯繫
人角色。
——”

政府統計處數字顯示，2017年9月份總零售銷售額達港幣356.78億元，按年增長5.6個百分點，是自2015年2月份以來最高的單月增長比率。

鄭先生表示，連續七個月的增長充分表現出香港零售市場前景樂觀。他認為增長的勢頭有望持續至2018年，不過香港零售市場的長遠增長將取決於電子商務的進一步發展，而這正是協會的重要關注點之一。

香港零售管理協會於2016年推行優質網店認證計劃，旨在認證優質的購物網上商店，並為業界釐定認可的優質網店指標。評審流程包括神秘顧客評審和協會審核兩個部分。

「我們希望透過特設的專屬獎項，向零售市場參與者展示優質網上零售的模範。」鄭先生解釋道：「相比很多發達城市，香港在網上零售方面依然較為落後，我們想要改變這一個現狀。」

他提到，零售業近年業績一般，驅使很多香港的零售商重新思考O2O的營銷策略，並探討科技對行業所造成的潛在顛覆。鄭先生表示，協會的一項重點工作是教育業界，尤其是中小企業，有關這一方面的最新發展。

適當的平衡

內地推行電子商務取得成功，而阿里巴巴就是當中的代表。阿里巴巴在2017年的雙十一節錄破紀錄的1680億元人民幣（253億美元）單日銷售額，反映出網上市場的巨大潛力。不過，鄭先生認為，由於香港零售業的獨特性，香港只能夠向內地借鑒而不能夠直接套用內地的做法。

「我們經常說香港的零售商需要向內地學習，把重點放在全渠道銷售策略和新零售。」鄭先生說：「問題是，香港在人口、營商環境和消費者喜好上有別於內地，零售商該如何仿效？」

鄭先生認為，香港的其中一個主要賣點，是作為中國內地與世界各地之間的超級聯繫人角色。可是，在香港旅遊業和商業活動受惠的同時，零售商要面對一個多元的環境。

要成功，香港的零售商必需在營商策略、宣傳手法和商品推廣上平衡國際和內地消費者的喜好。



鄭偉雄先生是時裝零售及品牌管理集團華登集團總裁

例如在社交媒體的宣傳，零售商要把銷售渠道拓展至不同的社交媒體，包括Facebook、Instagram、LinkedIn、Twitter、WeChat和微博。

鄭先生說：「很多公司沒有資源同時滿足這兩群的消費者，關鍵是要取得平衡。」

要找出最佳的O2O策略，情況則更為複雜。

他指出，從國際經驗來看，O2O是代表一家零售商的網站和其實體店之間的連接。而在內地，O2O通常是指一個電子銷售平台和一家零售商的實體店之間的連接。

「一些零售商不太清楚該採用哪個模式或如何把兩個模式結合起來。」鄭先生說：「業界對這個問題仍未有明確的答案。」

旅遊人士的消費轉變

旅遊業是香港另一個具增長潛力的零售市場。鄭先生指出，近年內地旅客的消費模式有所改變，從以往追求奢侈品為主到現在「個性化」的消費，導致內地旅客的平均消費下降。

「這個趨勢在2014年時開始醞釀，到2015年和2016年時漸漸形成。」鄭先生指：「零售市場在這三年表現欠佳絕非巧合，因為香港的企業仍在適應這個轉變。」

鄭先生認為，為了適應這個轉變，香港的零售商需要調整它們的營商策略。以鐘錶界為例，推廣的重點從高檔產品轉移至中檔商品。時裝界也出現類似的變化，目前專注於銷售「可負擔奢侈」品牌。

「為應對價格點下降，零售商更集中於推廣個性化和多樣化的產品。」鄭先生解釋道。

“——
政府和業界需加強
合作,以創新的方式,
讓香港的零售市場
得以蓬勃起來。
——”

零售業的主要挑戰

香港所面對的一些挑戰包括租金高昂和缺乏人才。「香港一些地區的購物商場的租金在過去幾年不斷攀升,但零售銷售卻持續下跌。」鄭先生補充:「很多零售商正面對這樣一個困境。」

人才方面,一些零售商別無他選,大多聘請兼職員工。

「不論是兼職或全職員工,培訓他們都需要花費時間、精力和資源。」鄭先生說:「如果員工在短時間內離職,那麼培訓他們所花的時間、精力和資源便會白白浪費,還會產生人手方面的問題。」

持續和充足的人才供應有利於零售業的發展,但鄭先生強調,資訊科技、金融科技和物流等相關界別對零售業同樣重要。

「有必要制訂一個綜合方案,為所有關聯行業培訓出持續和充足的人才供應。」鄭先生說:「政府和業界需加強合作,以創新的方式,讓香港的零售市場得以蓬勃起來。」



kpmg.com/cn

本刊物所載資料仅供一般參考用,並非針對任何個人或團體的個別情況而提供。雖然本所已致力提供準確和及時的數據,但本所不能保證這些數據在閣下收取本刊物時或日後仍然準確。任何人士不應在沒有詳細考慮相關的情況及獲取適當的專業意見下依據本刊物所載資料行事。

© 2018 畢馬威會計師事務所 — 香港合夥制事務所,是與瑞士實體 — 畢馬威國際合作組織(「畢馬威國際」)相關聯的獨立成員所網絡中的成員。版權所有,不得轉載。香港印刷。畢馬威的名稱和標識均屬於畢馬威國際的商標或註冊商標。

刊物編號:HK-MARKETS17-0008c 出版日期:二零一八年一月