香港規劃標準與準則

零售設施

6

第六章

香港特別行政區政府
規劃署

第六章　　零售設施

目 錄

1. 引言 1

2. 香港的零售業 1

3. 購物選擇和最新趨勢 3

4. 零售設施需求的評估和供應的考慮因素 7

5. 政府對零售規劃的責任 8

6. 總結 8

附錄 1　　估計零售設施需求的量化方法

零售設施

1. 引言

1.1 零售業可以界定爲直接向消費者出售小量貨品的行業，與在貨倉、倉庫或散貨商之間作大量買賣交易的批發業有所不同。今天，零售業亦涵蓋非傳統的購物形式，例如透過電視和電話訂購貨品、電子購物，以及向同時爲消費者和商舖服務的零售貨倉和直銷購物場直接購買貨品。此外，零售業亦包括直接向消費者提供的服務，例如個人服務、有關消閑和娛樂的服務及餐飲服務。

1.2 本章旨在概述香港目前的零售設施、香港人的購物選擇及零售業的最新趨勢；這些都是進行零售規劃時，必須考慮的有用參考資料。本章亦收納了估計零售設施需求的概括方法，以及零售商和發展者在發展零售設施時的主要考慮因素，作爲參考之用。

1.3 然而，必須強調的是零售業發展主要由市場主導，政府應作出最少的規劃干擾。爲確保零售設施的供應能配合人口狀況、市民期望、收入與生活方式等方面可能出現的轉變，同時能夠回應人口地理分布及經濟活動的改變，概括方法的應用應具彈性。

2. 香港的零售業

2.1 零售業在香港是一項主要經濟活動。二零零五年，零售業銷售額及飲食業營業額達港幣 2,600 億元或佔本地生產總值大約 19%。這兩個行業僱用的員工約有 413 000 人或佔總就業率 11%。二零零五年，香港的零售商舖總存量以內部樓面面積計，約有 1 080 萬平方米，當中有超過 97%屬於私人物業(包括領匯管理有限公司的物業)，其餘的是香港房屋委員會和香港房屋協會擁有的物業。

2.2 香港零售業的特點，是業內有大量規模極小的零售店，大型零售商則佔少數。不過，越來越多發展穩健的連鎖集團加入市場，爲零售業帶來新面貌。

2.3 零售業基本上是關於銷售或提供以下商品及服務：

(a) **便利品**：爲日常需要而購買的消費物品，例如食物、飲料、報章和藥物；

(b) **比較品**：消費者多會在質素、種類和價錢上作出比較的貨品，例如衣履、首飾、電器和家庭用品等；

(c) **零售服務**：包括提供個人服務的銀行、理髮店和診所，以及有關消閑和娛樂的服務，例如戲院、卡拉 OK 酒廊、的士高、健身中心、家庭娛樂中心及遊戲機中心；以及

(d) **餐飲服務**：包括提供即場享用的食物和飲料的食肆，例如酒樓餐廳、麵店、快餐店、酒吧和茶座。

2.4 在香港，這些零售活動會設於各種零售設施，包括：

(a) 商場

這些是室內、設有空調而且通常是中央管理的商場，可以是獨立式建築或位於住宅或商業發展的低層樓層。商場一般會有各類零售商店售賣便利品和比較品及提供零售和餐飲服務，爲消費者提供能滿足各種需要的一站式購物環境。若以整體總樓面面積計算，商場的大小可以相當懸殊，有佔地甚廣的大型商場(如總樓面面積約有 186 000 平方米的尖沙咀海港城)，亦有設於單幢商業或住宅建築物低層樓層、面積只有數百平方米的商場。大型商場通常會成爲地區的主要活動中心，特別是馬鞍山新港城商場和旺角朗豪坊等新發展／重建的地區。

(b) 臨街商店

臨街商店通常位於市區較舊地區內，是唐樓臨街面的地面商店。礙於屋地範圍所限，商店面積通常較小，但包含的零售商品和服務無異於商場所提供的商品和服務。一般而言，這些商店沿着街道發展，使整條街變成購物街，部分甚至發展爲主題購物街，以售賣海味爲主的上環德輔道西及以售賣運動服裝爲主的旺角花園街便是當中的例子。

(c) 小販認可區／露天市場

這是供持牌小販於每日特定時段內在街上售賣貨品的指定地方，例如旺角「女人街」、油麻地廟街夜攤檔和銅鑼灣渣甸坊，而這些小販主要是零售便利品。

(d) 街市和熟食中心

街市是特別設計的設施，售賣新鮮貨品以至家庭用品等林林總總的商品；熟食中心亦是特別設計的設施，專爲售賣熟食的檔位租戶而設。由於中式烹調主要採用新鮮材料，有些市民常會每天到街市購買新鮮食物一至兩次，因此，街市在提供新鮮食品上扮演重要角色。

3. 購物選擇和最新趨勢

3.1 二零零五年十一月，規劃署完成了「購物習慣檢討」(下稱「檢討」)。檢討包括住戶調查、零售商調查及有系統地與主要持份者進行會面，目的是了解香港人的購物習慣及可見的零售結構。檢討亦試圖確定市民對日後零售設施的期望，並評估跨界購物活動和新購物模式(如電子購物)對提供零售設施有何影響。

3.2 檢討的主要結果會於這部分細列，作爲零售規劃的有用參考資料。

購物習慣

3.3 檢討結果顯示香港人會向特定類型的商店購買個別貨品，而選購不同貨品時，亦有某些地區的偏好。

3.4 香港消費者對商店類型的選擇大致如下：

(a) 約有 74%的住戶會在傳統街市購買食物，而選擇到超級市場的約有 25%。這顯示選擇到超級市場和超級廣場購買新鮮食物和日常用品的人雖然越來越多，但傳統街市仍然是售賣便利品的重要零售設施。

(b) 大部分住戶(80%)選擇到超級市場購買食物以外的便利品，例如一般家庭用品(即清潔用品、廚房器具等)；只有 14%選擇到普通商店(如藥房)購買這些貨品。

(c) 至於比較品如家居耐用貨品，84%的住戶會向專門商店選購這些貨品，例如傢俬和家庭電器，而選擇到百貨公司和市集購買這些貨品的則分別只有 7%和 6%。

3.5 消費者購物時對地點會作下列選擇：

(a) 消費者大多會選擇與住所之間步行距離少於 10 分鐘的商店(即「住所附近的商店」)購買食物(68%)和一般家庭用品(76%)。不少消費者亦會選擇到住所附近的商店購買個人消費品(42%)，以及使用零售服務(44%)，例如理髮和醫療／牙科服務。

(b) 不少消費者會到本區商店(即在住所位處地區但步行距離住所超過 10 分鐘的地點)購買家居耐用品(43%)、個人消費品(30%)、個人耐用品(如手提電話和攝影器材)(31%)、衣服及鞋履(37%)、消閑和娛樂服務(如到戲院)(32%)及餐飲服務(37%)。爲數較少的消費者亦會在本區購買食物(26%)和一般家庭用品(20%)。

(c) 大部分消費者都會在住所位處地區以外的商店購買個人耐用品(60%)及消閑和娛樂服務(如到戲院)(56%)和卡拉 OK 酒廊(82%)。不少消費者亦會選擇到住所位處地區以外的商店購買家居耐用品(38%)、衣服及鞋履(43%)和餐飲服務(29%)。

(d) 香港有三個購物區能夠吸引大量消費者前往選購比較品；這三個購物中心分別是旺角、銅鑼灣和尖沙咀。

零售設施等級制度

3.6 根據檢討結果顯示的消費者購物選擇，香港的零售設施可分爲以下三個層面：

(a) 全港購物中心

這類購物區服務全港各區市民，提供款式種類最多的優質比較品和餐飲服務，以及消閑和娛樂服務。調查結果顯示旺角、銅鑼灣和尖沙咀是香港的重要購物區，因爲這三個地區是消費者最常到，而且吸引全港各區消費者的購物區。這三個購物中心位於設施完備的市區地點，有便利的公共交通工具往來香港其他地區。這些中心是大小商場的集中地，區內街道亦有高質素的臨街商店，以及辦公室和酒店等支援商業設施，營造出充滿生氣的購物環境。訪港內地旅客特別喜歡這些傳統的旅遊購物中心，若內地旅客人數繼續增長，這三個全港購物中心會成爲更加重要的購物區。

(b) 地區購物中心

這類購物中心是具有地區重要性的中型購物區，例如觀塘市中心、屯門市中心、太古城和東涌市中心。它們主要服務地區居民，提供各式各樣的家居耐用品、個人消費品、個人耐用品、消閑和娛樂設施以及餐飲服務。這些地區購物中心通常鄰接區內公共交通樞紐，如港鐵車站或巴士總站，方便乘客在這些樞紐轉換公共交通工具時購物。

(c) 鄰舍購物中心

鄰舍購物中心一般位於公營房屋和私人屋苑及以住宅爲主的地點等住宅區附近，消費者信步可達。這類購物中心主要爲區內居民提供便利品、家居零售服務、個人零售服務和餐飲服務。公營房屋和私人屋苑的商場及東區英皇道和長沙灣青山道這些主要道路沿途的臨街商店便屬於這類購物中心。

跨界購物活動

3.7 雖然在一九九零年代末期有不少香港人前往內地購物，但這個趨勢已停止，而這種購物活動對香港的購物環境沒有重大影響。大部分往內地購物的消費者需要特定的零售服務，包括娛樂、餐飲和按摩服務；這些服務在內地的消費較香港低很多。不過，大部分香港人仍然會選擇留港購物，因爲貨品有更多選擇，而且品質較有保證，售後和保養維修服務亦較佳。

3.8 另一方面，預期訪港內地旅客會繼續推動香港零售環境的發展，尤其是個人遊計劃會伸延至內地更多城市和地區。值得留意的是，內地旅客偏好大型連鎖零售商和著名品牌商所提供品質優良和款式時尚的商品，而且他們會選擇到傳統的旅遊區購物，例如旺角、銅鑼灣和尖沙咀。

新購物模式的潛力

3.9 在香港，除某些標準的零售服務如網上銀行服務外，網上購物目前並不普遍。預期網上購物日後在香港亦不會流行，主要原因之一是香港只是小城市，到處商店林立，消費者實在無須到網上購物。此外，香港人視購物爲一種消閑活動，實際上他們大多享受購物的樂趣，會選擇外出購物而不是網上購物。

3.10 零售貨倉和直銷購物場這些新購物模式在歐洲和北美洲十分流行，但在香港的發展潛力卻非常有限。這些零售設施需要廣闊的可發展樓面面積、低廉的租金、便利的交通，以及舒適的環境，才能讓消費者享受休閑的購物樂趣。鑑於香港沒有太多土地能夠符合這些要求，上述購物模式的發展潛力不大。對供應商來說，香港亦較其他國家和地區少了推動發展這類購物設施的動力，原因是他們在香港沒有生產線，就位置和成本而言沒有優勢。

公共街市和熟食中心

3.11 過往，公共街市都是政府爲遷置街上小販而興建的，目的是要改善環境衞生和照顧區內居民的日常需要。

3.12 審計署署長在一九九七年十月發表的第二十九號報告書中建議，經營能力應是規劃街市時最重要的考慮因素；以及設立每個新街市前，均應就居民對街市設施的需求進行全面檢討，以確定新街市是值得興建的。近年的趨勢與發展，也對公眾街市的規劃造成影響。超級市場和新鮮糧食商店近年紛紛開設，市民有其他新鮮糧食零售店可以選擇。由於這些商店的營業時間較長，市民的購物習慣也因而改變；公眾街市出售的物品，再也不是市民唯一可以負擔或優先的選擇。這些轉變對一些公眾街市設施的經營能力造成很大衝擊。此外，市民對保存文化遺產的支持日增，愈來愈多市民要求政府保留和改善現有小販認可區／露天市場，而非考慮遷置這些用途。因此，闢建新公眾街市的需求也進一步減少。

3.13 食物及衞生局和食物環境衞生署因應上述發展，於二零零七年進行政策檢討，所得結論是，日後應按個別情況考慮是否闢建新公眾街市，以確保妥善運用公共資源。當局除了應考慮該區人口外，也應考慮其他相關因素，包括人口組合、社區需要、附近公營及私營街市設施的供應、新鮮糧食零售店的數目，以及區內市民對於保留小販區的意願等。

3.14 熟食中心由政府提供，原意是遷置街頭持牌熟食檔小販以改善環境衞生，同時配合工業區在這方面的要求。目前領有牌照的酒樓餐廳、膳食供應設施、工廠食堂和其他食肆眾多，熟食中心已失去昔日的主要作用。由於情況轉變而令熟食中心的角色受到影響，當局會就闢建熟食中心進行檢討。在檢討結果公布前，闢建熟食中心與否會按個別情況考慮，當中會顧及多項相關因素，處理方法與公眾街市相若。

行人專用區和主題購物街

3.15 從消費者的角度而言，市民的整體共識是支持劃設更多行人專用區作爲購物街和主題購物街，營造充滿生氣的購物環境、創造新樞紐點及提供新商機。城市設計和園景措施，例如連綿不斷的綜合行人通道網、廣闊的行人道、優質街道設施、適當的綠化設施、景觀軟硬設施及清晰的標誌，有助締造舒適的街道購物環境。

3.16 雖然如此，市民亦擔心劃設行人專用區會帶來各種問題，例如有需要提供足夠的支援設施(如食物及飲品店及娛樂活動)、保留地區活力的便利運輸通道，以及適當的管理以防止不恰當的活動(如搭建臨時攤位、廣告招牌和違例小販活動)增長。

4. 零售設施需求的評估和供應的考慮因素

4.1 爲進行前瞻性規劃，或有必要在不同層面的規劃 —— 包括在全港、地區和鄰舍規劃上，評估零售設施的需求。不過，這些都是需要由專家進行的需求評估，因此通常會在規劃過程中作爲特別研究的一部分。估計零售設施的需求有兩種慣常的做法，下文會作出詳細解釋，以作參考之用。模型結構的簡介和建立兩種模型的主要步驟載於**附錄 1**。

4.2 在策略性規劃層面，評估零售需求通常採用計量經濟學原理的方法，揉合經濟學理論和趨勢模型，以得出最能配合所關注經濟實體過去的數據的一組程式或模型。但這個方法的最大缺點是建造模型需要大量未經分析的數據，既消耗時間亦需要不少資源。再者，這是按趨勢推算需求的模型，只要有新的經濟數據出現，模型便會過時，有需要重新建造。

4.3 在地區或鄰舍規劃層面，按消費開支推算需求的模型是常用的方法。這個方法是計算指定服務範圍內現時的開支，然後把估計開支轉換爲對零售樓面空間需求的估計。可是，這個方法亦有局限，因爲它非常依賴專業判斷來界定服務範圍和各零售項目市場佔有率；結果各有關方面可利用相同的數據，但得出不同的預測，原因是採納的假設有所不同。

4.4 就提供設施方面，規劃師在規劃過程中了解零售商和物業發展商如何決定提供多少零售樓面空間，以及在哪裏設置新商店和商場亦有用處。雖然量化技巧，如羣組分析、因素分析和地理信息系統有助

零售商和發展者作出評估，但他們大多仍按照其「商業判斷」決定零售設施的提供。

4.5 概括來說，零售商和發展者的「商業判斷」是基於他們關注事項的經濟指標來考慮的。這些指標包括服務範圍的購買能力(從住戶收入和消費模式反映)、盈利效益(零售物業租值和銷售價值及附近一帶日後的設施供應)、地區活力及交通暢達程度，以及區內競爭(例如有沒有競爭對手)。

4.6 香港房屋委員會的發展項目提供多少零售設施，須取決於房屋署進行的評估、零售業務經驗及現行政策。

5. 政府對零售規劃的責任

5.1 政府一向清楚明白零售業發展須以市場主導，而政府應保持最少干擾，以便私營機構因應市場作出有效回應。

5.2 檢討亦顯示了市民對於政府在規劃零售設施的責任有何共識。法定規劃圖則的相關地帶劃分可規管零售發展，以及指引該等發展設置於適當的土地用途地帶，而規劃申請制度已提供足夠靈活性，容許進行用途更改以配合市場不斷轉變的需求。政府無須積極進行規劃或訂明僵化的設施標準，相反只應擔當支援角色，以改善購物環境，例如美化街景、鼓勵進行娛樂活動，以及促進購物區的餐飲業發展。

6. 總結

6.1 本章旨在提供所需的背景和參考資料，以便規劃和評估零售設施。這些零售指引並非用於指導零售業發展，因爲政府認爲零售業發展須由市場主導，而政府在規劃上的干擾應盡量減少。

附錄 1

估計零售設施需求的量化方法

計量經濟模型

1. 計量經濟模型基本上是一種數學函數，利用迴歸分析決定零售設施樓面面積需求與根據若干經濟學理論確定的一籃子自變數之間的關係。一項經常運用的經濟理論就是消費者的開支水平與零售設施樓面面積有直接的關係。另一項理論是指上一年零售設施樓面面積的供求情況以及樓面面積的租金／售價會直接影響零售設施樓面面積的需求。

2. 用以建立零售設施樓面面積需求的計量經濟模型的主要自變數包括：

(i) 本地人口；

(ii) 工作人口；

(iii) 訪港遊客人數；

(iv) 遊客零售開支；

(v) 零售業銷售額；

(vi) 零售和飲食業僱員人數；以及

(vii) 零售樓宇售價指數。

3. 有關模型是以演繹程序來建立，故最終的數學程式最能徹底描述過往零售設施需求的趨勢。建立計量經濟模型的基本步驟載於圖A1。

按消費開支推算零售設施需求的評估方法

4. 按消費開支推算零售設施需求的評估方法是嘗試計算在某個服務範圍內可產生的零售消費開支水平，並把消費開支水平轉換成對零售設施樓面面積需求的估計。整體的評估應用方法載於圖A2。

5. 這項工作需要收集基準年的零售系統的數據、調整基準年的零售模型、推算設計年的有關變數以及估計設計年零售系統所需的零售設施樓面面積。

6. 進行預測所需的數據通常包括：

(i) 人口、住戶數目和遊客數目；

(ii) 消費者開支；

(iii) 購物習慣；

(iv) 現有的零售設施樓面面積及其用途；以及

(v) 零售業營業額。

7. 不過，應予注意的是由此方法估計的零售設施樓面面積通常不包括零售服務，因爲零售服務的消費開支和樓面面積需求兩者間並非直接相關。爲克服此缺失，標準的做法是採用零售設施樓面面積需求的估計結果，增加 10%至 20%之間的樓面面積，作爲分配予零售服務。

圖 A1：計量經濟模型的基本步驟

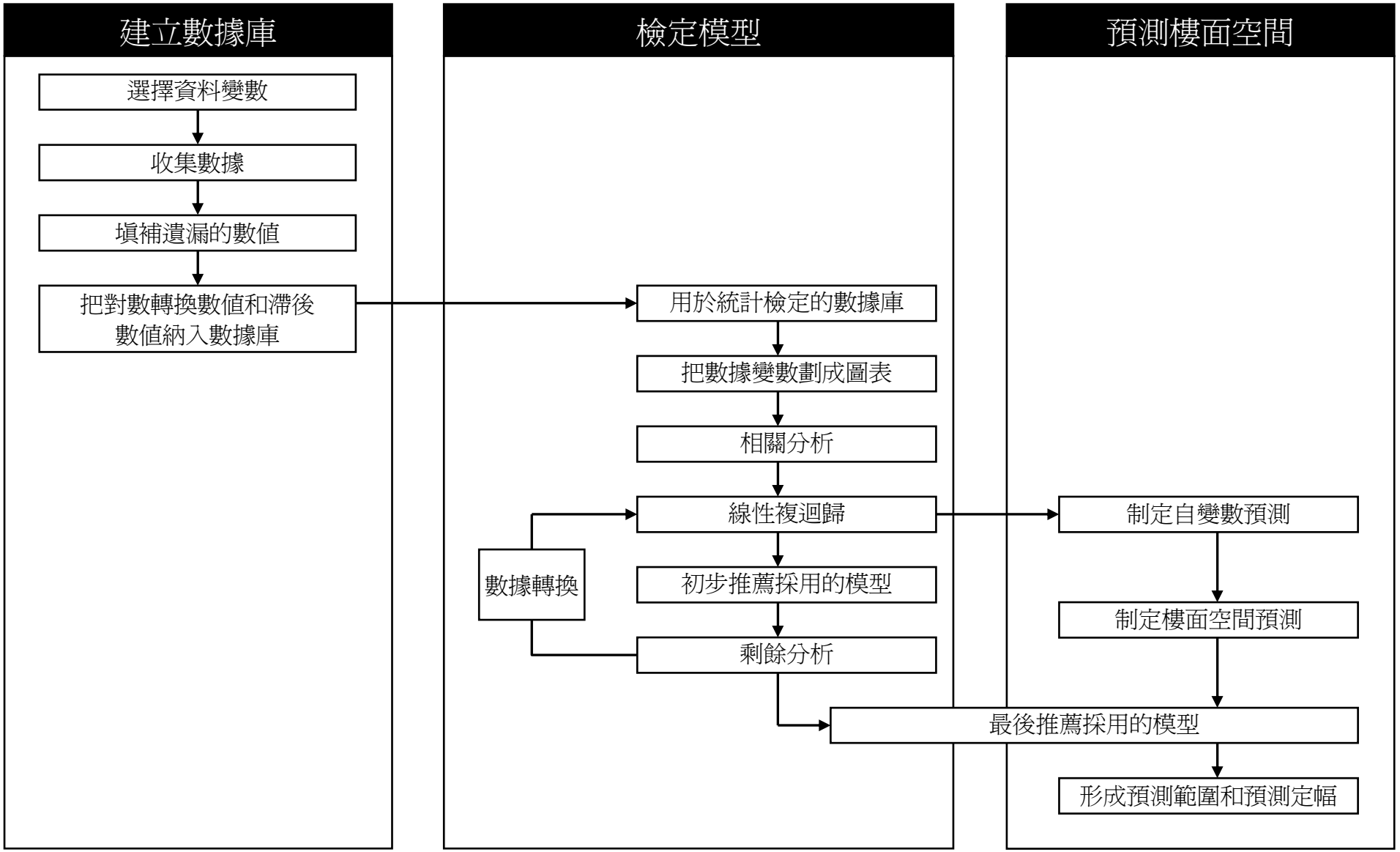
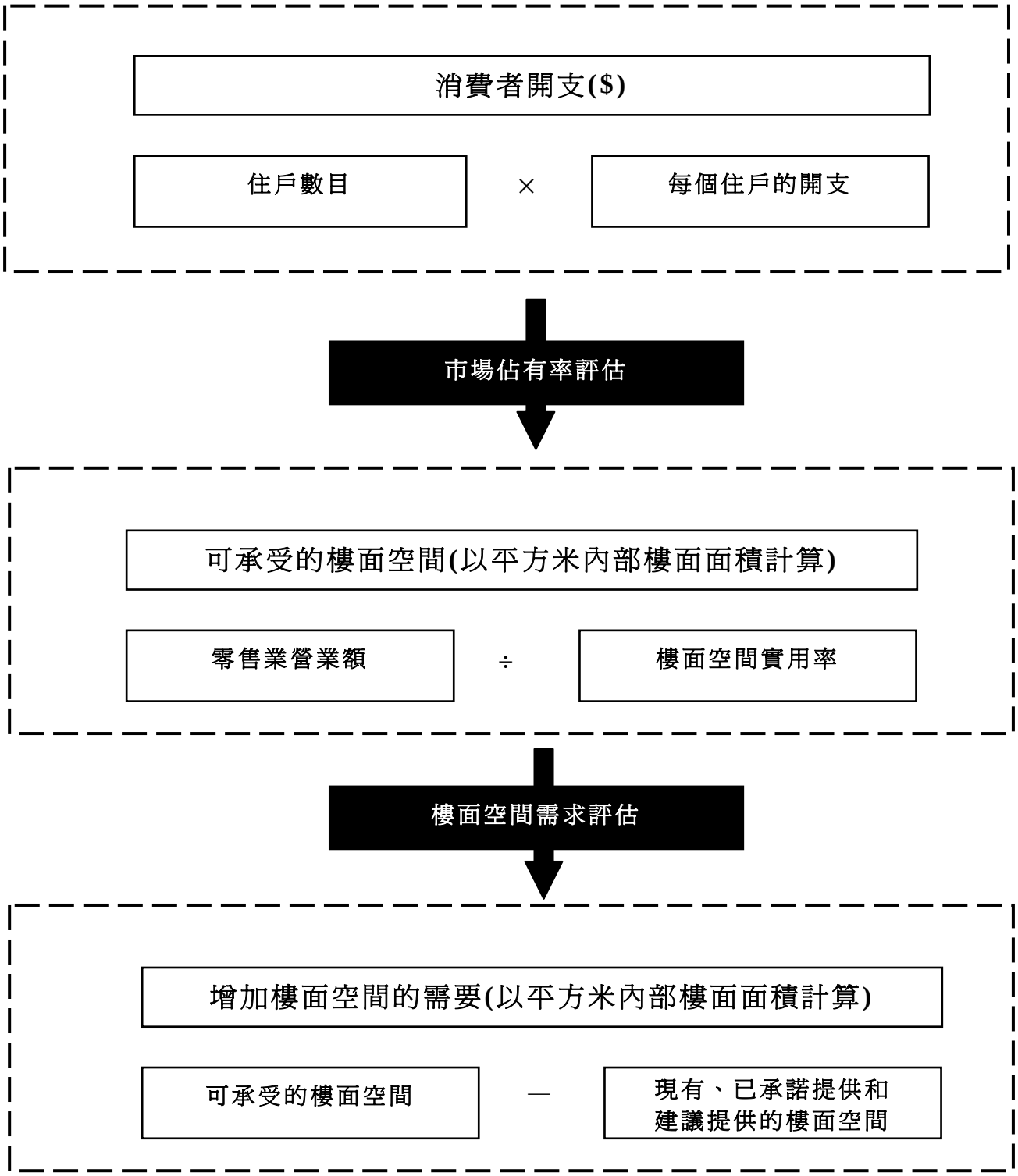


圖 A2:按消費開支推算零售設施需求評估的整體應用方法



零售設施