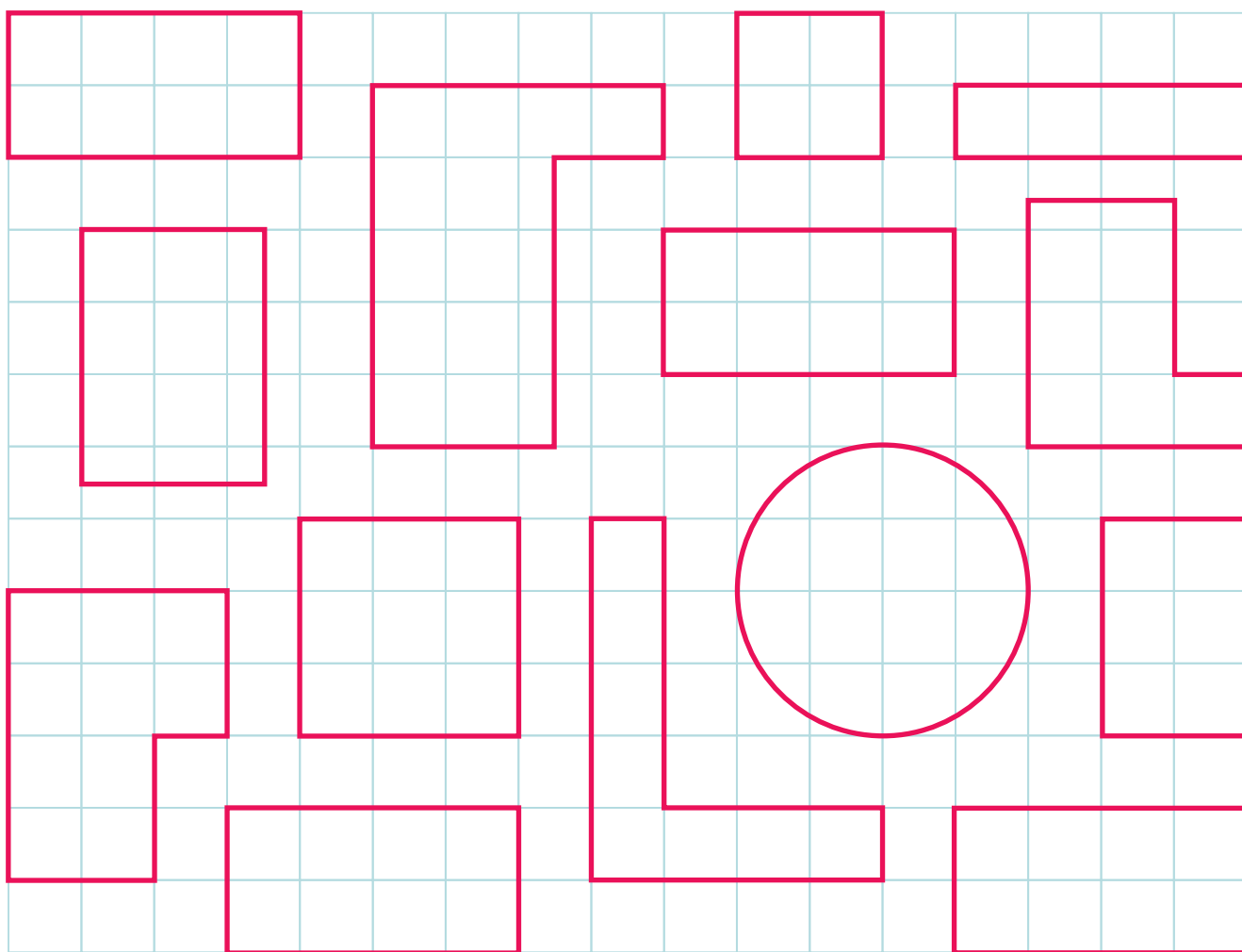


第六章

零售设施



目 录

1. 引言	1
2. 香港的零售业	1
3. 购物选择和最新趋势	3
4. 零售设施需求的评估和供应的考虑因素	7
5. 政府对零售规划的责任	8
6. 总结	8

附录 1 估计零售设施需求的量化方法

零售设施

1. 引言

- 1.1 零售业可以界定为直接向消费者出售小量货品的行业，与在货仓、仓库或散货商之间作大量买卖交易的批发业有所不同。今天，零售业亦涵盖非传统的购物形式，例如透过电视和电话订购货品、电子购物，以及向同时为消费者和商铺服务的零售货仓和直销购物场直接购买货品。此外，零售业亦包括直接向消费者提供的服务，例如个人服务、有关消闲和娱乐的服务及餐饮服务。
- 1.2 本章旨在概述香港目前的零售设施、香港人的购物选择及零售业的最新趋势；这些都是进行零售规划时，必须考虑的有用参考资料。本章亦收纳了估计零售设施需求的概括方法，以及零售商和发展者在发展零售设施时的主要考虑因素，作为参考之用。
- 1.3 然而，必须强调的是零售业发展主要由市场主导，政府应作出最少的规划干扰。为确保零售设施的供应能配合人口状况、市民期望、收入与生活方式等方面可能出现的转变，同时能够回应人口地理分布及经济活动的改变，概括方法的应用应具弹性。

2. 香港的零售业

- 2.1 零售业在香港是一项主要经济活动。二零零五年，零售业销售额及饮食业营业额达港币 2,600 亿元或占本地生产总值大约 19%。这两个行业雇用的员工约有 413 000 人或占总就业率 11%。二零零五年，香港的零售商铺总存量以内部楼面面积计，约有 1 080 万平方米，当中有超过 97%属于私人物业(包括领汇管理有限公司的物业)，其余的是香港房屋委员会和香港房屋协会拥有的物业。
- 2.2 香港零售业的特点，是业内有大量规模极小的零售店，大型零售商则占少数。不过，越来越多发展稳健的连锁集团加入市场，为零售业带来新面貌。

2.3 零售业基本上是关于销售或提供以下商品及服务：

- (a) **便利品**：为日常需要而购买的消费物品，例如食物、饮料、报章和药物；
- (b) **比较品**：消费者多会在质素、种类和价钱上作出比较的货品，例如衣履、首饰、电器和家庭用品等；
- (c) **零售服务**：包括提供个人服务的银行、理发店和诊所，以及有关消闲和娱乐的服务，例如戏院、卡拉 OK 酒廊、的士高、健身中心、家庭娱乐中心及游戏机中心；以及
- (d) **餐饮服务**：包括提供即场享用的食物和饮料的食肆，例如酒楼餐厅、面店、快餐店、酒吧和茶座。

2.4 在香港，这些零售活动会设于各种零售设施，包括：

(a) 商场

这些是室内、设有空调而且通常是中央管理的商场，可以是独立式建筑或位于住宅或商业发展的低层楼层。商场一般会有各类零售商店售卖便利品和比较品及提供零售和餐饮服务，为消费者提供能满足各种需要的一站式购物环境。若以整体总楼面面积计算，商场的大小可以相当悬殊，有占地甚广的大型商场(如总楼面面积约有 186 000 平方米的尖沙咀海港城)，亦有设于单幢商业或住宅建筑物低层楼层、面积只有数百平方米的商场。大型商场通常会成为地区的主要活动中心，特别是马鞍山新港城商场和旺角朗豪坊等新发展／重建的地区。

(b) 临街商店

临街商店通常位于市区较旧地区内，是唐楼临街面的地面商店。碍于屋地范围所限，商店面积通常较小，但包含的零售商品和服务无异于商场所提供的商品和服务。一般而言，这些商店沿着街道发展，使整条街变成购物街，部分甚至发展为主题购物街，以售卖海味为主的上环德辅道西及以售卖运动服装为主的旺角花园街便是当中的例子。

(c) 小贩认可区／露天市场

这是供持牌小贩于每日特定时段内在街上售卖货品的指定地方，例如旺角「女人街」、油麻地庙街夜摊档和铜锣湾渣甸坊，而这些小贩主要是零售便利品。

(d) 街市和熟食中心

街市是特别设计的设施，售卖新鲜货品以至家庭用品等林林总总的商品；熟食中心亦是特别设计的设施，专为售卖熟食的档位租户而设。由于中式烹调主要采用新鲜材料，有些市民常会每天到街市购买新鲜食物一至两次，因此，街市在提供新鲜食品上扮演重要角色。

3. 购物选择和最新趋势

3.1 二零零五年十一月，规划署完成了「购物习惯检讨」（下称「检讨」）。检讨包括住户调查、零售商调查及有系统地与主要持份者进行会面，目的是了解香港人的购物习惯及可见的零售结构。检讨亦试图确定市民对日后零售设施的期望，并评估跨界购物活动和新购物模式(如电子购物)对提供零售设施有何影响。

3.2 检讨的主要结果会于这部分细列，作为零售规划的有用参考资料。

购物习惯

3.3 检讨结果显示香港人会向特定类型的商店购买个别货品，而选购不同货品时，亦有某些地区的偏好。

3.4 香港消费者对商店类型的选择大致如下：

(a) 约有 74% 的住户会在传统街市购买食物，而选择到超级市场的约有 25%。这显示选择到超级市场和超级广场购买新鲜食物和日常用品的人虽然越来越多，但传统街市仍然是售卖便利品的重要零售设施。

- (b) 大部分住户(80%)选择到超级市场购买食物以外的便利品，例如一般家庭用品(即清洁用品、厨房器具等)；只有 14% 选择到普通商店(如药房)购买这些货品。
- (c) 至于比较品如家居耐用货品，84%的住户会向专门商店选购这些货品，例如家俬和家庭电器，而选择到百货公司和市集购买这些货品的则分别只有 7% 和 6%。

3.5 消费者购物时对地点会作下列选择：

- (a) 消费者大多会选择与住所之间步行距离少于 10 分钟的商店(即「住所附近的商店」)购买食物(68%)和一般家庭用品(76%)。不少消费者亦会选择到住所附近的商店购买个人消费品(42%)，以及使用零售服务(44%)，例如理发和医疗／牙科服务。
- (b) 不少消费者会到本区商店(即在住所位处地区但步行距离住所超过 10 分钟的地点)购买家居耐用品(43%)、个人消费品(30%)、个人耐用品(如手提电话和摄影器材)(31%)、衣服及鞋履(37%)、消闲和娱乐服务(如到戏院)(32%)及餐饮服务(37%)。为数较少的消费者亦会在本区购买食物(26%)和一般家庭用品(20%)。
- (c) 大部分消费者都会在住所位处地区以外的商店购买个人耐用品(60%)及消闲和娱乐服务(如到戏院)(56%)和卡拉 OK 酒廊(82%)。不少消费者亦会选择到住所位处地区以外的商店购买家居耐用品(38%)、衣服及鞋履(43%)和餐饮服务(29%)。
- (d) 香港有三个购物区能够吸引大量消费者前往选购比较品；这三个购物中心分别是旺角、铜锣湾和尖沙咀。

零售设施等级制度

3.6 根据检讨结果显示的消费者购物选择，香港的零售设施可分为以下三个层面：

(a) 全港购物中心

这类购物区服务全港各区市民，提供款式种类最多的优质比较品和餐饮服务，以及消闲和娱乐服务。调查结果显示旺角、铜锣湾和尖沙咀是香港的重要购物区，因为这三个地区是消费者最常到，而且吸引全港各区消费者的购物区。这三个购物中心位于设施完备的市区地点，有便利的公共交通工具往来香港其他地区。这些中心是大小商场的集中地，区内街道亦有高质素的临街商店，以及办公室和酒店等支援商业设施，营造出充满生气的购物环境。访港内地旅客特别喜欢这些传统的旅游购物中心，若内地旅客人数继续增长，这三个全港购物中心会成为更加重要的购物区。

(b) 地区购物中心

这类购物中心是具有地区重要性的中型购物区，例如观塘市中心、屯门市中心、太古城和东涌市中心。它们主要服务地区居民，提供各式各样的家居耐用品、个人消费品、个人耐用品、消闲和娱乐设施以及餐饮服务。这些地区购物中心通常邻接区内公共交通枢纽，如港铁车站或巴士总站，方便乘客在这些枢纽转换公共交通工具时购物。

(c) 邻舍购物中心

邻舍购物中心一般位于公营房屋和私人屋苑及以住宅为主的地点等住宅区附近，消费者信步可达。这类购物中心主要为区内居民提供便利品、家居零售服务、个人零售服务和餐饮服务。公营房屋和私人屋苑的商场及东区英皇道和长沙湾青山道这些主要道路沿途的临街商店便属于这类购物中心。

跨界购物活动

3.7 虽然在一九九零年代末期有不少香港人前往内地购物，但这个趋势已停止，而这种购物活动对香港的购物环境没有重大影响。大部分往内地购物的消费者需要特定的零售服务，包括娱乐、餐饮和按摩服务；这些服务在内地的消费较香港低很多。不过，大部分香港人仍然会选择留港购物，因为货品有更多选择，而且品质较有保证，售后和保养维修服务亦较佳。

- 3.8 另一方面，预期访港内地旅客会继续推动香港零售环境的发展，尤其是个人游计划会伸延至内地更多城市和地区。值得注意的是，内地旅客偏好大型连锁零售商和著名品牌商所提供品质优良和款式时尚的商品，而且他们会选择到传统的旅游区购物，例如旺角、铜锣湾和尖沙咀。

新购物模式的潜力

- 3.9 在香港，除某些标准的零售服务如网上银行服务外，网上购物目前并不普遍。预期网上购物日后在香港亦不会流行，主要原因之一是香港只是小城市，到处商店林立，消费者实在无须到网上购物。此外，香港人视购物为一种消闲活动，实际上他们大多享受购物的乐趣，会选择外出购物而不是网上购物。
- 3.10 零售货仓和直销购物场这些新购物模式在欧洲和北美洲十分流行，但在香港的发展潜力却非常有限。这些零售设施需要广阔的可发展楼面面积、低廉的租金、便利的交通，以及舒适的环境，才能让消费者享受休闲的购物乐趣。鉴于香港没有太多土地能够符合这些要求，上述购物模式的发展潜力不大。对供应商来说，香港亦较其他国家和地区少了推动发展这类购物设施的动力，原因是他们在香港没有生产线，就位置 and 成本而言没有优势。

公共街市和熟食中心

- 3.11 过往，公共街市都是政府为迁置街上小贩而兴建的，目的是要改善环境卫生和照顾区内居民的日常需要。
- 3.12 审计署署长在一九九七年十月发表的第二十九号报告书中建议，经营能力应是规划街市时最重要的考虑因素；以及设立每个新街市前，均应就居民对街市设施的需求进行全面检讨，以确定新街市是值得兴建的。近年的趋势与发展，也对公众街市的规划造成影响。超级市场和新鲜粮食商店近年纷纷开设，市民有其他新鲜粮食零售店可以选择。由于这些商店的营业时间较长，市民的购物习惯也因而改变；公众街市出售的物品，再也不是市民唯一可以负担或优先的选择。这些转变对一些公众街市设施的经营能力造成很大冲击。此外，市民对保存文化遗产的支持日增，愈来愈多市民要求政府保留和改善现有小贩认可区／露天市场，而非考虑迁置这些用途。因此，辟建新公众街市的需求也进一步减少。

- 3.13 食物及卫生局和食物环境卫生署因应上述发展，于二零零七年进行政策检讨，所得结论是，日后应按个别情况考虑是否辟建新公众街市，以确保妥善运用公共资源。当局除了应考虑该区人口外，也应考虑其他相关因素，包括人口组合、社区需要、附近公营及私营街市设施的供应、新鲜粮食零售店的数目，以及区内市民对于保留小贩区的意愿等。
- 3.14 熟食中心由政府提供，原意是迁置街头持牌熟食档小贩以改善环境卫生，同时配合工业区在这方面的要求。目前领有牌照的酒楼餐厅、膳食供应设施、工厂食堂和其他食肆众多，熟食中心已失去昔日的主要作用。由于情况转变而令熟食中心的角色受到影响，当局会就辟建熟食中心进行检讨。在检讨结果公布前，辟建熟食中心与否会按个别情况考虑，当中会顾及多项相关因素，处理方法与公众街市相若。

行人专用区和主题购物街

- 3.15 从消费者的角度而言，市民的整体共识是支持划设更多行人专用区作为购物街和主题购物街，营造充满生气的购物环境、创造新枢纽点及提供新商机。城市设计和园景措施，例如连绵不断的综合行人通道网、广阔的行人道、优质街道设施、适当的绿化设施、景观软硬设施及清晰的标志，有助缔造舒适的街道购物环境。
- 3.16 虽然如此，市民亦担心划设行人专用区会带来各种问题，例如有需要提供足够的支援设施(如食物及饮品店及娱乐活动)、保留地区活力的便利运输通道，以及适当的管理以防止不恰当的活动(如搭建临时摊位、广告招牌和违例小贩活动)增长。

4. 零售设施需求的评估和供应的考虑因素

- 4.1 为进行前瞻性规划，或有必要在不同层面的规划——包括在全港、地区和邻舍规划上，评估零售设施的需求。不过，这些都是需要由专家进行的需求评估，因此通常会在规划过程中作为特别研究的一部分。估计零售设施的需求有两种惯常的做法，下文会作出详细解释，以作参考之用。模型结构的简介和建立两种模型的主要步骤载于附录 1。

- 4.2 在策略性规划层面，评估零售需求通常采用计量经济学原理的方法，揉合经济学理论和趋势模型，以得出最能配合所关注经济实体过去的的一组程式或模型。但这个方法的最大缺点是建造模型需要大量未经分析的数据，既消耗时间亦需要不少资源。再者，这是按趋势推算需求的模型，只要有新的经济数据出现，模型便会过时，有需要重新建造。
- 4.3 在地区或邻舍规划层面，按消费开支推算需求的模型是常用的方法。这个方法是计算指定服务范围内现时的开支，然后把估计开支转换为对零售楼面空间需求的估计。可是，这个方法亦有局限，因为它非常依赖专业判断来界定服务范围和各零售项目市场占有率；结果各有关方面可利用相同的数据，但得出不同的预测，原因是采纳的假设有所不同。
- 4.4 就提供设施方面，规划师在规划过程中了解零售商和物业发展商如何决定提供多少零售楼面空间，以及在哪里设置新商店和商场亦有用处。虽然量化技巧，如群组分析、因素分析和地理信息系统有助零售商和发展者作出评估，但他们大多仍按照其「商业判断」决定零售设施的提供。
- 4.5 概括来说，零售商和发展者的「商业判断」是基于他们关注事项的经济指标来考虑的。这些指标包括服务范围的购买能力(从住户收入和消费模式反映)、盈利效益(零售物业租值和销售价值及附近一带日后的设施供应)、地区活力及交通畅达程度，以及区内竞争(例如有没有竞争对手)。
- 4.6 香港房屋委员会的发展项目提供多少零售设施，须取决于房屋署进行的评估、零售业务经验及现行政策。

5. 政府对零售规划的责任

- 5.1 政府一向清楚明白零售业发展须以市场主导，而政府应保持最少干扰，以便私营机构因应市场作出有效回应。
- 5.2 检讨亦显示了市民对于政府在规划零售设施的责任有何共识。法定规划图则的相关地带划分可规管零售发展，以及指引该等发展设置于适当的土地用途地带，而规划申请制度已提供足够灵活性，容许进行用途更改以配合市场不断转变的需求。政府无须积极进行规划或订明僵化的设施标准，相反只应担当支援角色，以改善购物环

境，例如美化街景、鼓励进行娱乐活动，以及促进购物区的餐饮业发展。

6. 总结

- 6.1 本章旨在提供所需的背景和参考资料，以便规划和评估零售设施。这些零售指引并非用于指导零售业发展，因为政府认为零售业发展须由市场主导，而政府在规划上的干扰应尽量减少。

估计零售设施需求的量化方法

计量经济模型

1. 计量经济模型基本上是一种数学函数，利用回归分析决定零售设施楼面面积需求与根据若干经济学理论确定的一篮子自变数之间的关系。一项经常运用的经济理论就是消费者的开支水平与零售设施楼面面积有直接的关系。另一项理论是指上一年零售设施楼面面积的供求情况以及楼面面积的租金 / 售价会直接影响零售设施楼面面积的需求。
2. 用以建立零售设施楼面面积需求的计量经济模型的主要自变数包括：
 - (i) 本地人口；
 - (ii) 工作人口；
 - (iii) 访港游客人数；
 - (iv) 游客零售开支；
 - (v) 零售业销售额；
 - (vi) 零售和饮食业雇员人数；以及
 - (vii) 零售楼宇售价指数。
3. 有关模型是以演绎程序来建立，故最终的数学程式最能彻底描述过往零售设施需求的趋势。建立计量经济模型的基本步骤载于图 **A1**。

按消费开支推算零售设施需求的评估方法

4. 按消费开支推算零售设施需求的评估方法是尝试计算在某个服务范围内可产生的零售消费开支水平，并把消费开支水平转换成对零售设施楼面面积需求的估计。整体的评估应用方法载于图 **A2**。
5. 这项工作需要收集基准年的零售系统的数据、调整基准年的零售模型、推算设计年的有关变数以及估计设计年零售系统所需的零售设施楼面面积。

6. 进行预测所需的数据通常包括：

(i) 人口、住户数目和游客数目；

(ii) 消费者开支；

(iii) 购物习惯；

(iv) 现有的零售设施楼面面积及其用途；以及

(v) 零售业营业额。

7. 不过，应予以注意的是由此方法估计的零售设施楼面面积通常不包括零售服务，因为零售服务的消费开支和楼面面积需求两者间并非直接相关。为克服此缺失，标准的做法是采用零售设施楼面面积需求的估计结果，增加 10%至 20%之间的楼面面积，作为分配予零售服务。

图 A1: 计量经济模型的基本步骤

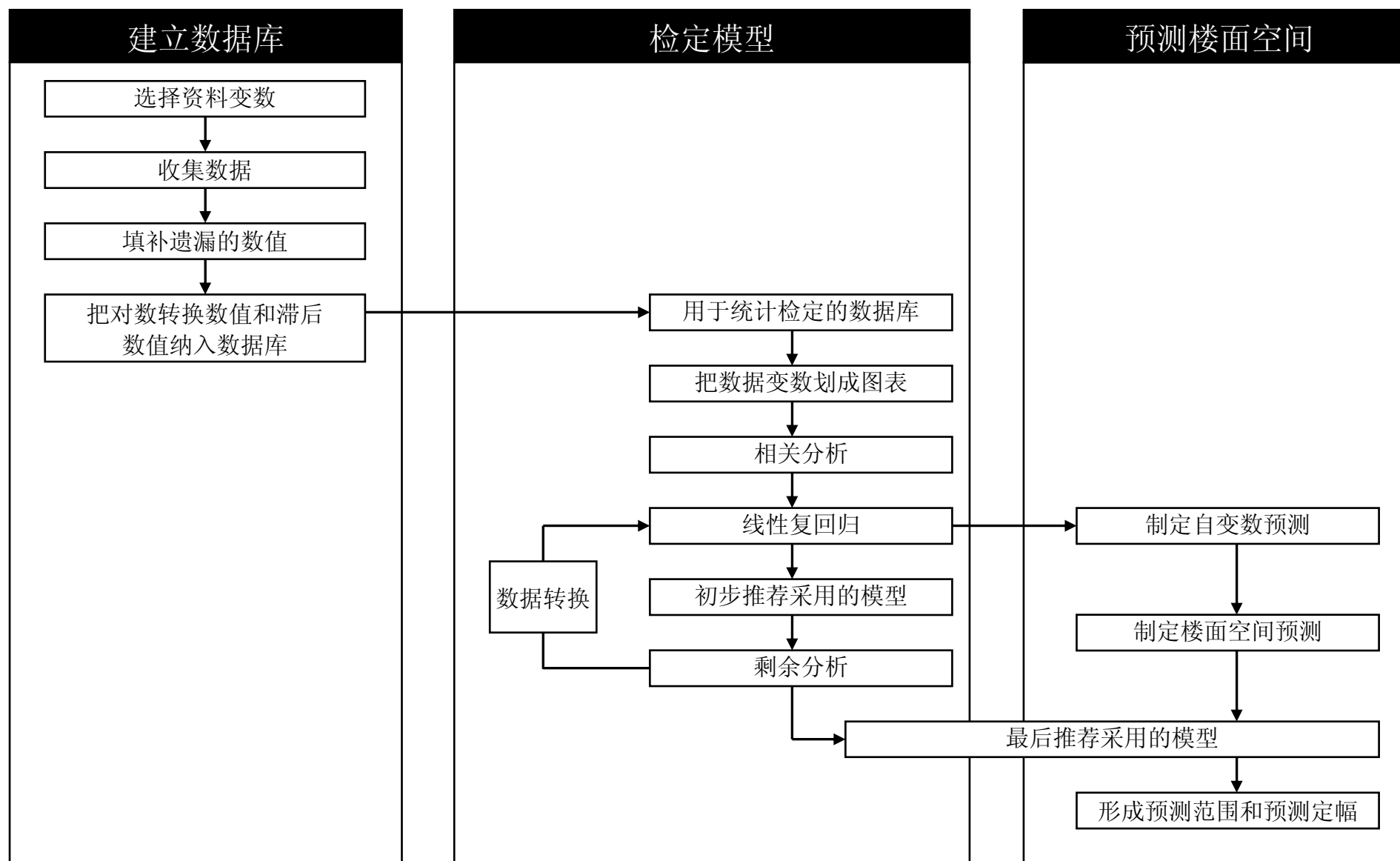


图 A2: 按消费开支推算零售设施需求评估的整体应用方法

