

LIFE IS WHAT **WE** MAKE IT

//////////

跨境消費 復甦觀察

2023 年 8 月



CUSHMAN &
WAKEFIELD

戴德梁行

免责声明：

本内容非原报告内容；

报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

序言

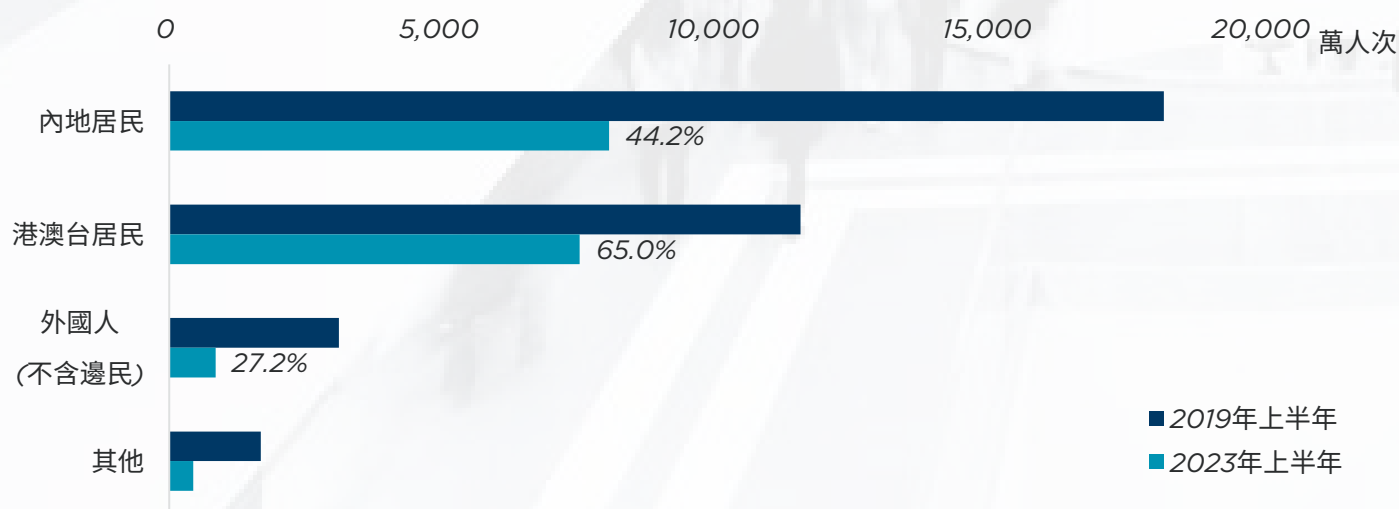
伴隨疫情陰霾逐漸散去，地區間的聯通重歸正常，跨境旅行和消費也逐步復甦。

年初，商務部將 2023 年定位為“消費提振年”；年內從中央到地方相繼出台政策措施，旨在加速恢復和擴大消費。多措並舉之下，國內消費恢復態勢向好，半年社會消費品零售總額同比增長 8.2%。與此同時，跨境消費的復甦也逐漸成為消費市場的亮點而受到關注。

今年以來，香港居民北上內地度週末和“反向代購”成為熱門話題，無論在傳統媒介還是社交媒體，聲浪越來越高。作為跨境消費最為活躍的區域，粵港澳邊界的零售消費觀察可以一窺跨境消費的復甦進程，並為促進消費、提振需求的舉措提供指引。隨著成都大運會、杭州亞運會、上海進博會等國際盛事陸續召開，越來越多國際旅客來到中國，跨境消費有望進一步活躍和發展。

國家移民局資料顯示，2023 年上半年，全國移民管理機構共查驗出入境人員 1.68 億人次，為 2019 年同期的 48.8%。其中，港澳台居民 7,490.3 萬人次，恢復至 2019 年同期的 65.0%，港澳台居民成為跨境消費主力軍和先行者。港澳居民日益活躍的北上消費，也將令受到疫情干擾的粵港澳大灣區的互聯與融合進程進一步加速。

圖表 1. 2023 和 2019 上半年全國出入境人次分佈及恢復比例



資料來源：國家移民管理局，戴德梁行研究部

通關後港人北上快速活躍

全面通關後，每週平均入境深圳的港人超 90 萬人次

香港特區入境事務處資料顯示，自今年 2 月 6 日全面通關至 7 月末，近半年來已有超 2,245 萬人次香港居民經由羅湖、香園圍、文錦渡、落馬洲、落馬洲支線、深圳灣 6 大陸路口岸出境並進入深圳。平均下來，每週有約 90 萬人次香港居民經 6 大陸路口岸入境深圳，若加上高鐵口岸和海路口岸，數量或達百萬級別。

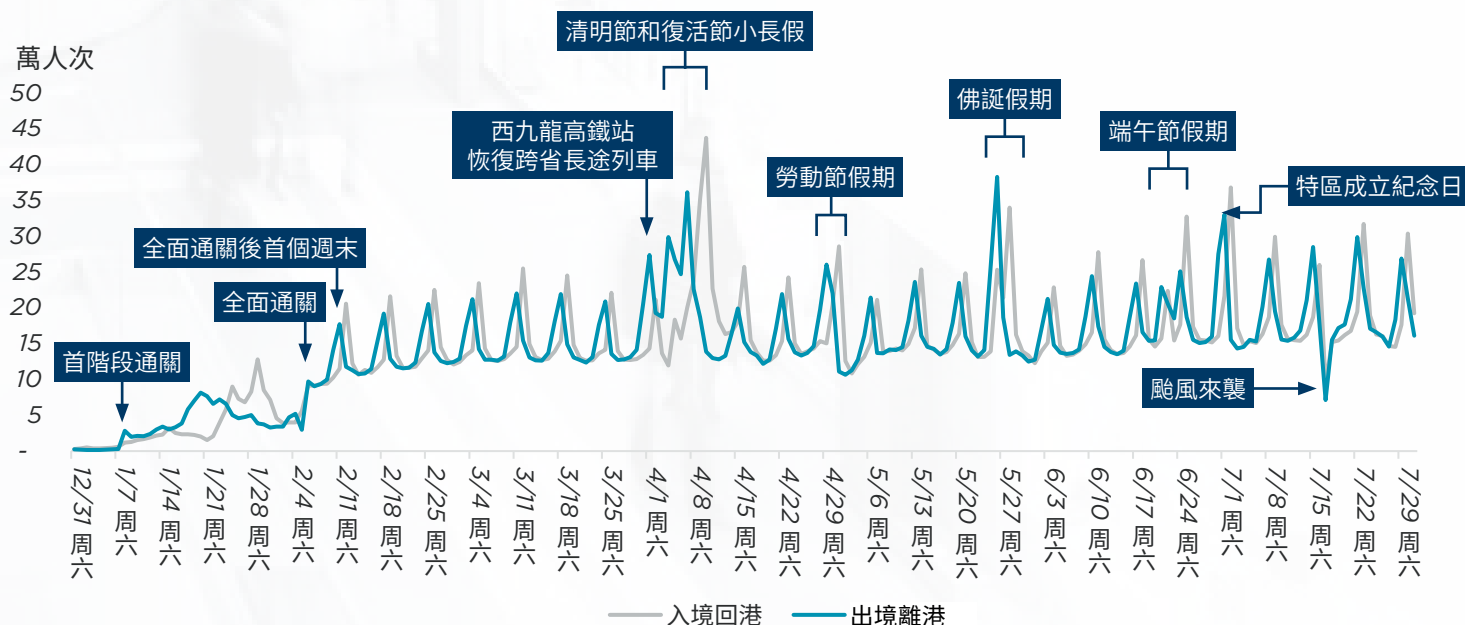
港人北上度週末成風，且並不止於當天往返

陸路和海路口岸是香港居民來往內地尤其是粵港澳大灣區內地城市的主要管道。香港特區入境事務處資料顯示，香港居民每日經海路及陸路口岸出入境流量呈現顯著的週期性特徵，週一至週四每日出入境流量基本持平，均在 12—15 萬人次左右。離港流量於週五開始顯著提升，超過 17 萬人次；週六達到高峰，普遍在 20-25 萬人次，7 月開始接近 30 萬人次，但相較之下回港流量增長較少。而周日開始離港流量回落但回港流量跳漲，且往往高於週六的離港流量。由此可見，港人週末北上並不止於當天往返，還有相當部分會整個週末都待在內地直至周日才返回。

公眾節假日往往迎來入境人流的頂峰

佛誕、耶穌受難節、香港特區成立紀念日三個假期當日均有超 33 萬人次香港居民進入內地，其中，經 6 大陸路口岸進入深圳超過 24 萬人次。

圖表 2. 香港居民每日經海路及陸路口岸出入境流量



資料來源：香港特區入境事務處，戴德梁行研究部

從恢復進程來看，在全面通關後一個月內，香港居民經陸路和海路口岸出境的周均流量便迅速恢復到約 105 萬人次，後續三個月除大型假期外基本維持在周均 110 萬人次上下浮動。六月下旬開始，在端午節、特區成立紀念日等密集的節假日帶動下，周均流量開始二次攀升。也是這時開始，“港人週末‘擠爆’深圳”成為坊間熱議的話題。至七月中下旬，即便無節假日驅動且受颱風來襲影響，周均流量均已達到 130 萬人次左右。

可以預見，隨著暑假來臨，以及香港西九龍高鐵站直接通達的內地城市越來越多、班次越來越密集，香港居民來往內地城市將更趨頻繁，並有望以深圳、大灣區為起點，逐步拓展深入至內地各個城市。

圖表 3. 香港居民每週經海路及陸路口岸出境流量



資料來源：香港特區入境事務處，戴德梁行研究部



便捷、高性價比及多元化的消費場景 與體驗是港客跨境消費主要動力

作為離香港特區最近的城市，深圳是港人北上內地的首站，也留駐了最多的香港訪客。為何旅遊資源並不突出的深圳，能吸引大批香港居民於週末北上？

水陸相連且交通便捷

深港兩地直接接壤，可通過多達 7 個陸路口岸、2 個客運海港口岸及 1 個高鐵口岸互聯互通。口岸附近交通便捷，羅湖、福田口岸在深港兩側均有地鐵直接聯通。從香港市中心出發最快無須二十分鐘即可抵達深圳市中心，進而可通過便利且覆蓋廣泛的交通基礎設施迅速前往深圳全市及大灣區周邊城市。在此基礎上，深港兩地當日往返成為稀鬆平常的事情，“週末經濟”有了效率和時間的保障。

圖表 4. 深圳口岸及交通基礎設施分佈示意圖

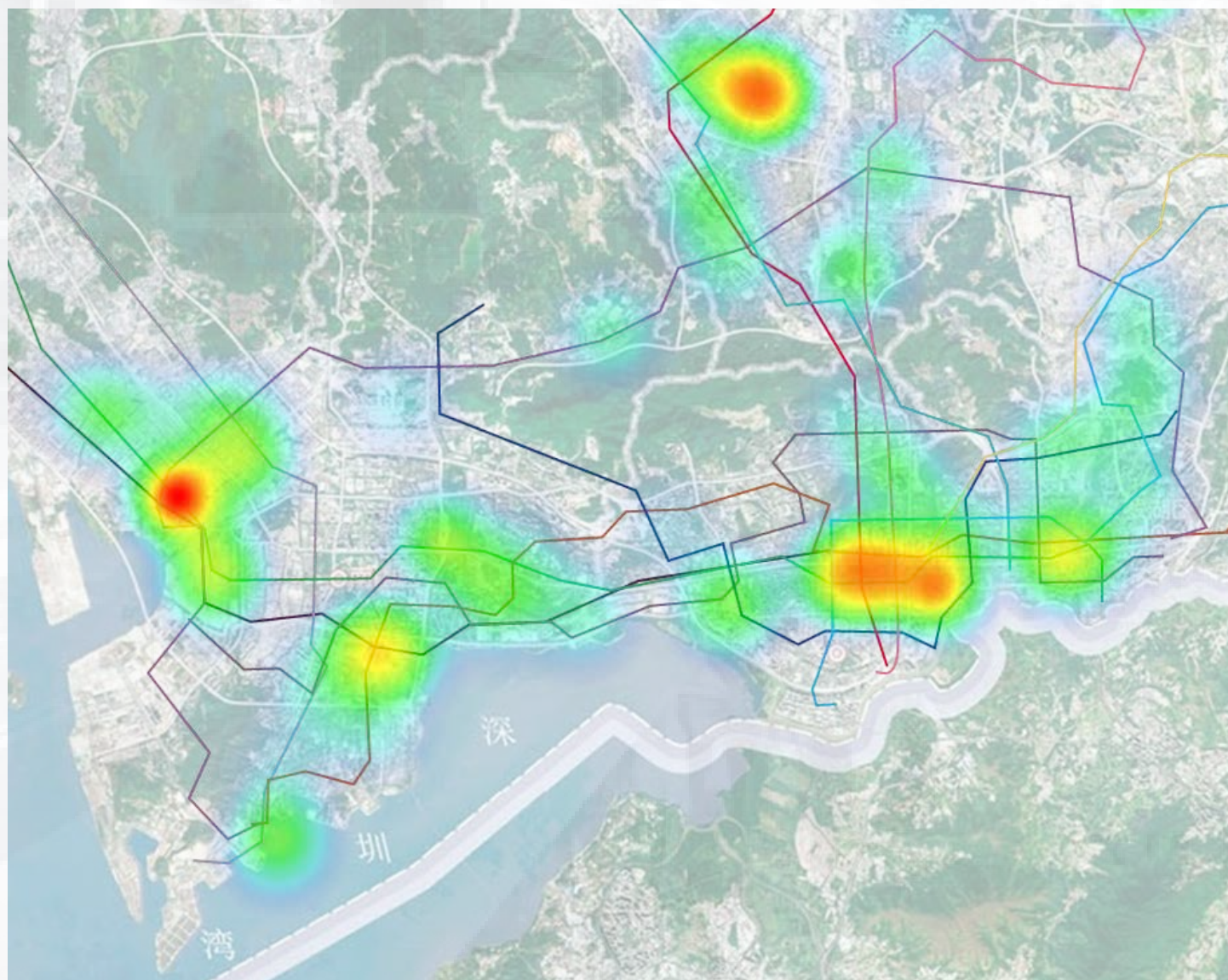


資料來源：深圳市口岸辦公室，深圳市交通運輸局，深圳地鐵，戴德梁行研究部

注：圖中各種元素僅為示意，非精確繪製

交通的便捷性對於促成頻繁的異地消費至關重要。在“港車北上”允許通過深港陸路口岸之前，公共交通是港人在深圳的主要交通方式。而優質購物中心遍佈深圳市都市核心區，特別是羅湖、福田等臨近口岸的區域，且大部分為直接與地鐵口相連的 TOD 商業，為遊客和消費者提供了諸多便利。

圖表 5. 深圳市都市核心區優質購物中心存量分佈熱力圖



資料來源：深圳地鐵，戴德梁行研究部

注：存量資料截至 2023 年中，商業建築面積越大且越集中顏色越深；圖中各種元素僅為示意，非精確繪製

高性價比的生活方式

性價比是跨境消費的重要驅動因素之一。疫情以來，無論內地還是香港，本地經濟和居民收入都受到巨大衝擊，理性的消費觀念成為主流。與此同時，內地和香港的基本收入水準和物價水準仍有較大差距，香港賺錢、深圳消費成為高性價比的生活方式，餐飲、水療、按摩、美甲、潔齒等服務型消費尤其如此。

此外，全面通關以來，港元兌人民幣匯率呈現走高趨勢。國家外匯管理局資料顯示，港元兌人民幣中間價在今年7月6日重回92.2的高位，疫情封關前達到同樣高位則要追溯到2008年。今年來，從2月初的階段性低點85.6到7月初的高點，港元兌人民幣中間價已累計升值約7.7%，進一步提升了港人在內地的購買力水準。

圖表 6. 港元兌人民幣中間價走勢



資料來源：國家外匯管理局，中國外匯交易中心

消費場景反覆升級，提供多元化的消費體驗

在疫情之前，伴隨粵港澳大灣區的規劃及交通設施的互聯互通，深港兩地融合度不斷提升，早年以“赴港消費”為主的單向跨境消費模式逐漸轉為“雙向奔赴”，彼時便捷通關及高鐵開通加速了港人對北上休閒消費的探索，週末口岸附近及軌道交通可達的成熟商圈已不乏港人前來消費。此番熱度飆漲，除了闊別三年久別重逢的新鮮感外，也在於內地消費場景在這三年間確實已更進一步反覆升級。

自 2020 年至 2023 年中的三年半間，深圳共迎來 185 萬平方米優質購物中心開業，其中有中洲灣、后海匯、萬象食家等融合科技、藝術、青年文化、

美食、市集等等獨特定位的購物中心。除此之外，還有歡樂港灣等融合海景、公園、生態的親海體驗式非標商業。在具體業態方面，關注傳統零售品牌及個性化、原創品牌的引入的同時，亦結合消費者在社交、體驗、健康等方面的需求不斷推陳出新，大大豐富了商業形態及消費體驗。山姆、盒馬等會員制和新型零售業態、新中式糕點如鮑師傅、新茶飲如阿嫲手作、地方特色菜系如川湘菜、新疆菜等等餐飲品類都成為近期港人消費的熱點，共用主機遊戲卡座、迷你 KTV、自助按摩椅等新式娛樂和體驗設備遍佈商圈，給闊別已久的香港同胞帶來不一樣的消費體驗。

圖表 7. 2023 年中內地主要城市優質零售物業存量



資料來源：戴德梁行研究部

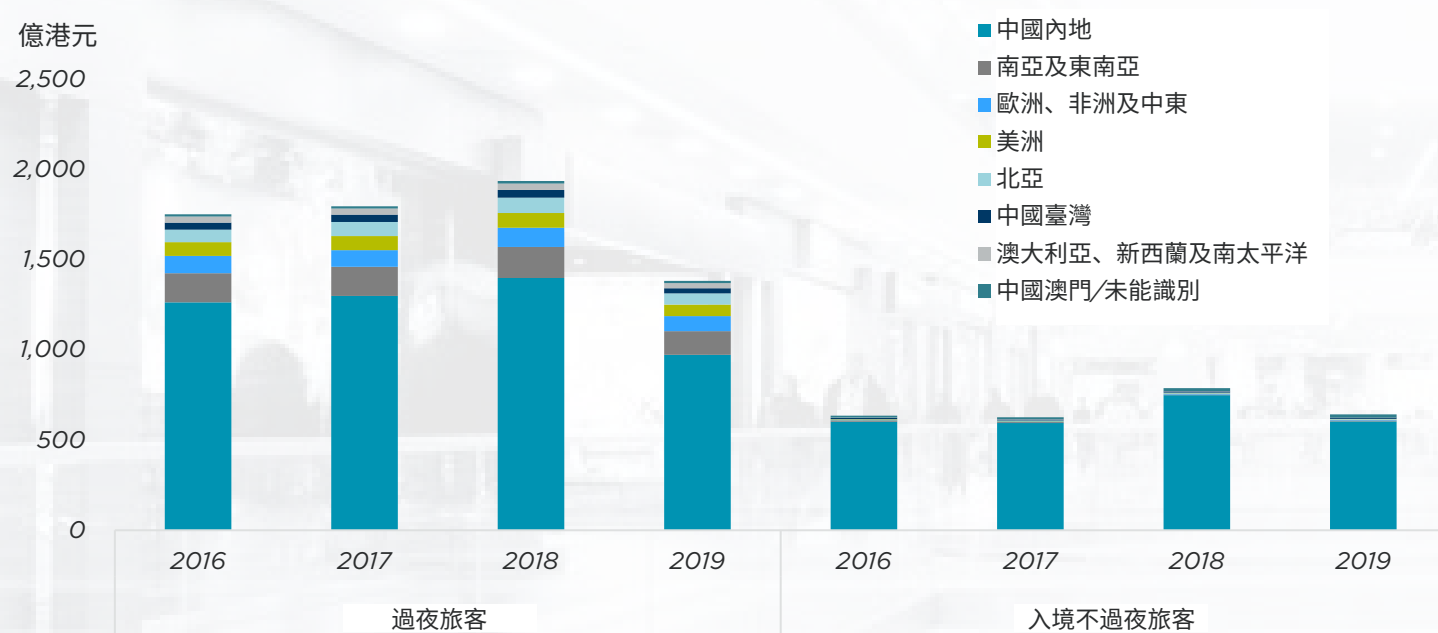
內地旅客訪港仍未完全復甦， 重體驗、輕消費成赴港旅遊新風尚

反觀內地旅客赴港的情況，從人流規模看仍未恢復至疫前水準。香港特區入境事務處資料顯示，自今年 2 月 6 日全面通關至 7 月末，近半年來有超 1,270 萬人次內地訪客經海陸空口岸入境香港。而根據香港特區旅遊發展局資料，2018 年和 2019 年分別有 5,104 萬人次和 4,377 萬人次內地旅客訪港。可見，內地旅客訪港流量仍處於復甦進程當中，未及往年正常水準。

疫情前購物、消費是內地旅客訪港的主要目的

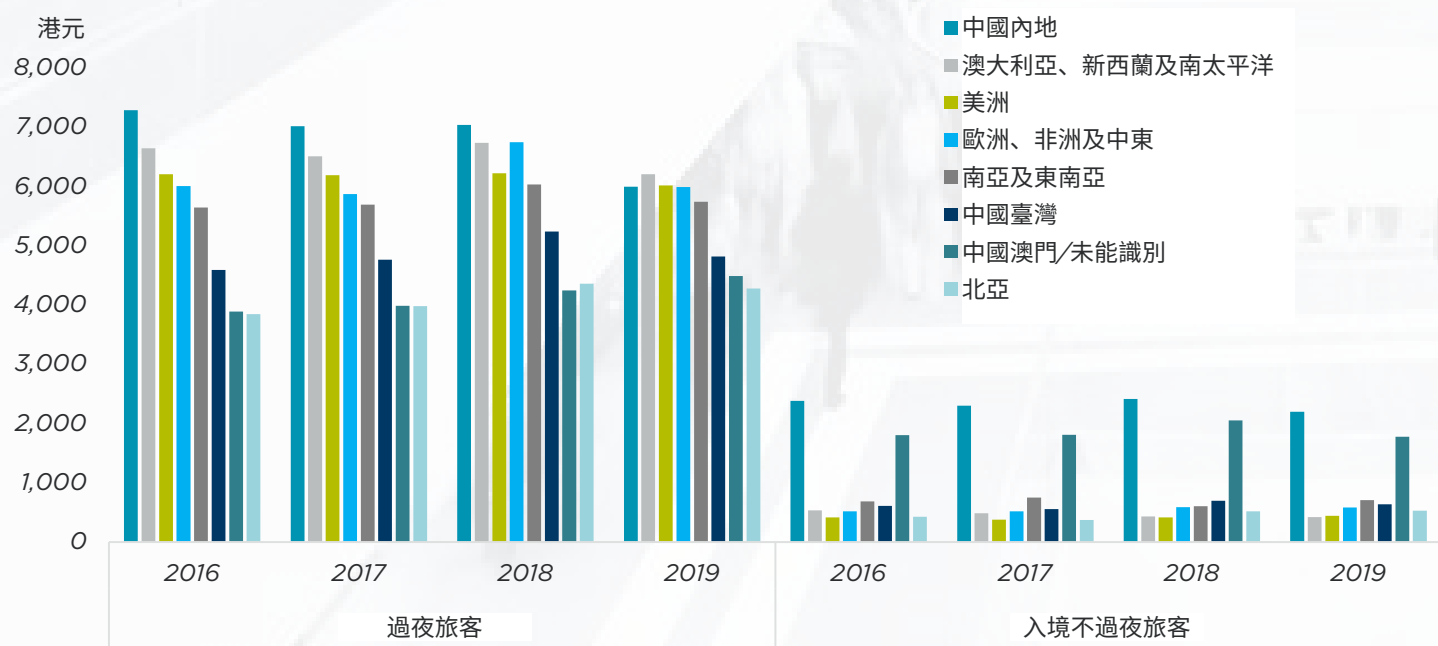
疫情前，內地旅客一直是香港特區旅遊收入的最重要來源。香港特區旅遊發展局資料顯示，疫情前四年，過夜內地旅客在香港的年均總消費開支超過 1,200 億港元，年均人均消費支出超 6,800 港元，人均消費除 2019 年外皆超過所有其他地區來源的過夜訪客。若論入境不過夜旅客，則內地訪客無論總消費還是人均消費在疫情前四年皆高居第一。

圖表 8. 按國家及地區和過夜 / 不過夜劃分的入境香港旅客在香港總消費開支



資料來源：香港旅遊發展局

圖表 9. 按國家及地區和過夜 / 不過夜劃分的入境香港旅客在香港人均消費開支



資料來源：香港旅遊發展局

消費習慣改變，文化和體驗成為赴港新關鍵字

疫情之下國內消費行業特別是跨境電商、免稅店以及奢侈品門店快速發展，承接了中國內地大量的奢侈品及免稅商品的消費需求，也令內地訪港旅客的消費觀和消費行為發生深刻改變。自全面通關以來，眾多內地訪港旅客除了跨境購物外，開始在香港踐行“特種兵”、城市漫步 /City Walk 等輕消費、重體驗的內地新興的旅行方式，探求具有獨特本土風格和文化魅力的場所。位於西九文化區的香港故宮文化博物館、M+ 博物館兩大重量級文化場館在疫情期間開幕，全面通關後旋即吸引了海內外大批遊客前往參觀。而遍佈香港但常藏在不起眼角落的書店、唱片影像店、動漫周邊店、中古店等展現香港多元文化魅力的小型店鋪也吸引了文藝青年和小眾圈子愛好者不斷尋訪。



大型文化娛樂和展會活動吸引內地遊客

除了週末及節假日外，內地旅客訪港還明顯受到大型文化娛樂和展會活動所驅動。疫後，大型文藝活動率先重回香港，3月 Clockenflap 音樂節、巴塞爾藝術展香港展會以及林俊傑演唱會相繼啟幕，吸引了大量內地和國際旅客前往參與。4月中旬至五月中旬的五月天、周杰倫演唱會和五一黃金週也進一步推高了內地旅客訪港流量。但無大型文化娛樂活動期間，流量往往有所回落。7月中旬，香港書展的火爆也吸引了大批內地尤其是粵港澳大灣區旅客前往，7月22日週六當日有超15萬內地訪客入境香港，達到近期高峰。

圖表 10. 內地訪客每週經海陸空口岸入境香港流量

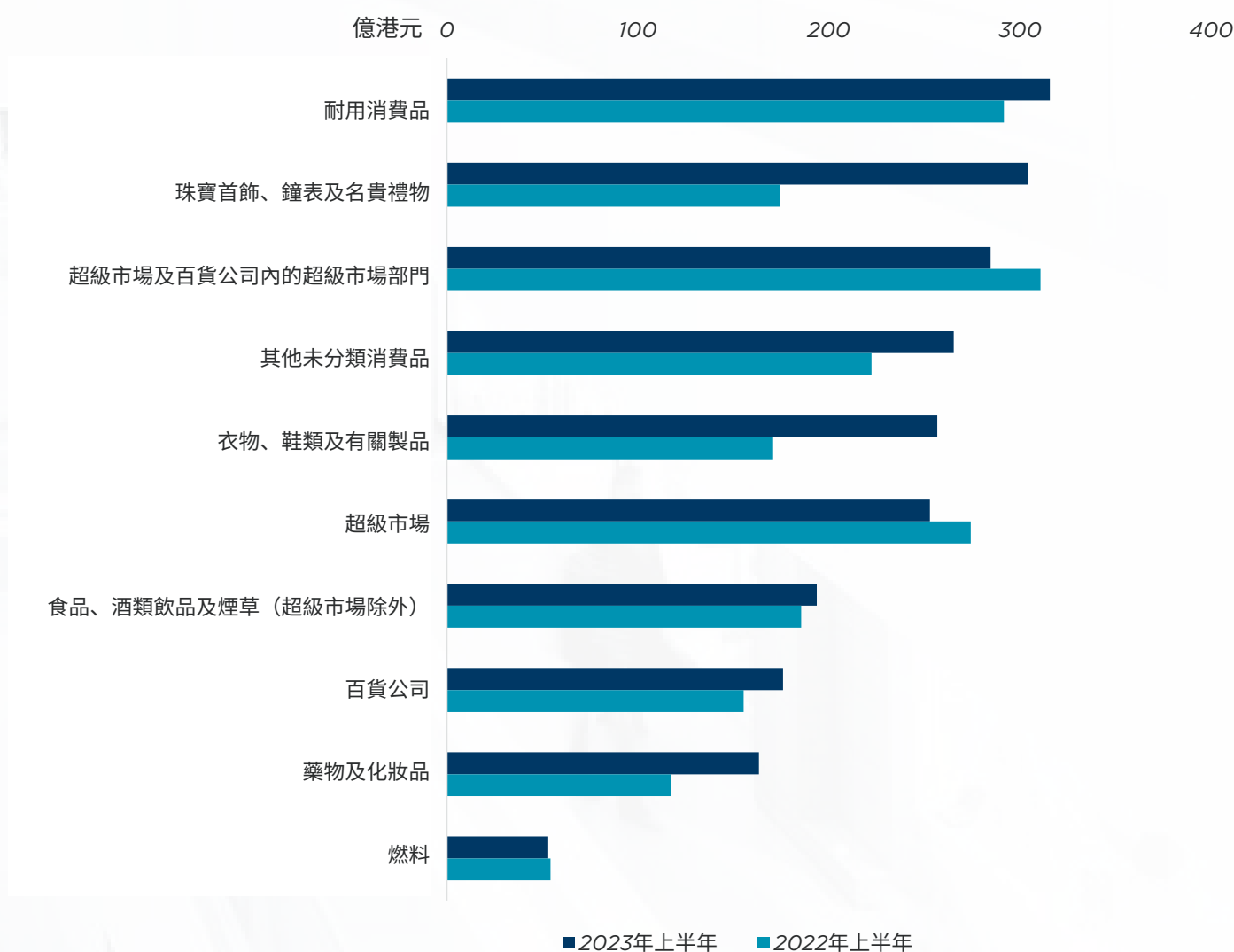


資料來源：香港特區入境事務處，戴德梁行研究部

內地旅客助力香港零售業復甦，新場景不斷湧現

雖然內地赴港旅客的消費習慣及偏好有所改變，依然助力香港零售業市場在通關後逐漸復甦，今年上半年香港零售業總銷貨額同比顯著增長 20.7%。其中，受旅客歡迎的品類增長最為迅猛，珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物同比升幅高達 74.3%，衣物、鞋類及有關製品同比大增 50.4%，藥物及化妝品同比上升 39.1%。

圖表 11. 2022 年及 2023 年上半年香港特區部分類別零售業總銷貨價值



資料來源：香港特區政府統計處

近年來，香港商業地產市場誕生了許多新場景、新體驗，也成為赴港遊客打卡、消費的新熱點。定位為“香港文化矽谷”的文化零售新地標 K11 MUSEA 在 2019 年下半年開業，成為目前將“藝術・人文・自然”的品牌理念與建築、空間、商業相融合的最佳案例之一。大館、中環街市、裕民坊、樂富街市等城市更新項目在更新、保育和活化，文化、商業化和煙火氣等多個維度的平衡上銳意探索，為城市更新項目改造和商業運營提供了新思路。



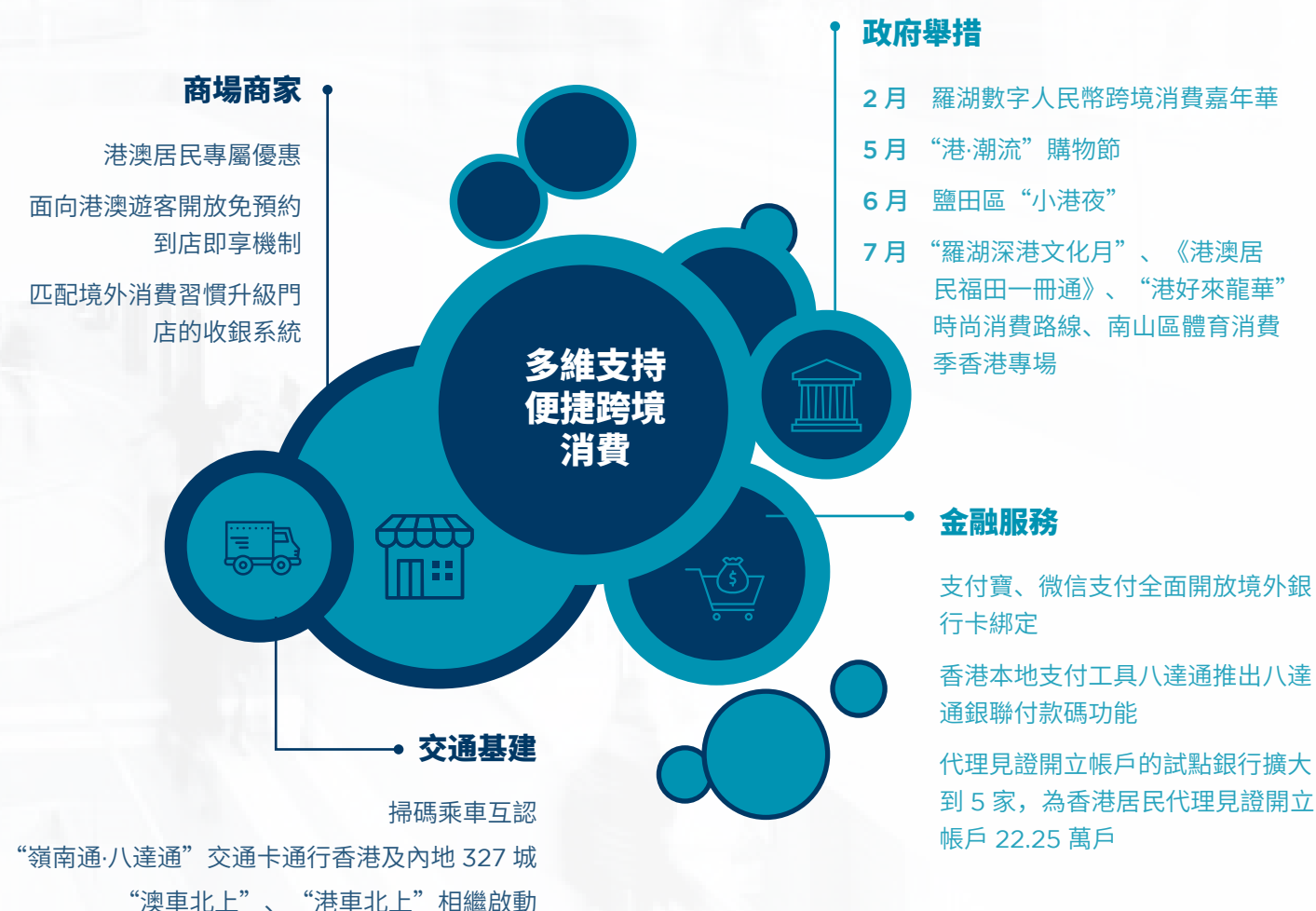
業態方面的更新也令疫後赴港旅客耳目一新。疫情期間顯著承壓的藥妝店和奢侈品店在復甦預期的推動下陸續恢復擴張或回流；日本料理和日式雜貨店在疫情市場調整中抄底旺鋪實現了大規模擴張，其中日本唐吉訶德旗下 DON DON DONKI 表現尤為亮眼，門店數量和銷售業績不斷提升；內地品牌進駐香港也迎來新浪潮，李寧、名創優品、Manner 咖啡、絕味鴨脖等內地品牌在核心商業區和社區商業中均可得見。



優化跨境消費環境、提升消費體驗， 有利於進一步活躍跨境消費

粵港澳三地政府和商家長期以來一直致力於推動跨境消費增長，疫情之後更是不遺餘力。自全面通關以來，粵港澳大灣區尤其是深圳市各級政府便頻頻舉辦各類面向港澳同胞或以香港為主題的促消費活動，本地商家也不斷推出港澳居民專屬優惠並升級服務支援，交通基建、金融服務等配套措施持續助力提升互联互通水準。這些舉措也為致力於建設國際消費中心城市、提升跨境消費活力的城市提供了案例和借鑒。

圖表 12. 政府、商家、基建及配套服務等多維度著力，便捷跨境消費



此外，現有的跨境消費體驗也還有進一步優化的空間。例如，通關流程中，可以進一步優化“健康申報二維碼”申報和查驗環節、增設安檢機以縮短通關等候時間；收款環節中，應依法保留現金支付管道，考慮擴大境外銀行卡刷卡等付款方式支援；旅遊景點和公共文化設施在客流承載能力許可時，或可保留一定量的現場購票／進入名額等等，多措並舉，進一步優化跨境消費和旅行體驗。對於商業地產運營而言，也應積極提升服務、升級雙／多語導視系統、擴大收銀系統支援範圍、做好配套指引和客戶服務，在跨境消費的浪潮中把握機遇。

跨境消費“雙向奔赴”，促進粵港澳大灣區深度融合

由追求商品及性價比出發的跨境消費，到消費體驗中衍生出的對文化、風俗、習慣的理解，港澳與大灣區內地城市間的跨境消費呈現“雙向奔赴”的趨勢，其意義不止於擴內需、促消費，還在於對粵港澳大灣區雙向理解與融合的促進作用。

香港、澳門和內地泛珠三角區域同宗同源、文脈相連，歷史上無論國內國際局勢如何變幻，三地之間的交流從未完全切斷。自改革開放、港澳回歸，三地融合發展不斷深化，跨境交流更趨活躍。自 2019 年 2 月《粵港澳大灣區發展規劃綱要》發佈以來，三地的融合發展開始以此為綱進一步加速——自從港珠澳大橋、香港西九龍高鐵站等重大基礎設施投入使用，深港蓮塘 / 香園圍口岸、珠澳青茂口岸、廣州琶洲港澳客運口岸等新口岸陸續開通，大灣區的“硬聯通”更趨完善。在“軟聯通”上，廣東自貿區南沙新區片區、前海蛇口片區、橫琴新區片區率先實現與港澳服務貿易自由化和多種職業資格互認；“灣區社保通”等居民公共服務體系融合逐步落地；代理見證開立銀行帳戶等跨境金融便利措施形成規模。

但疫情三年的物理隔離在相當程度上阻滯了這一進程。如今各種陰霾散去，由港澳居民大規模北上消費，重新拉開了普通民眾之間跨境交流的序幕。這一現象一改過去以內地為主要推手的“單邊主導”格局，內地和港澳開始“雙向奔赴”——以邊境口岸及鄰近區域為起點的跨境消費熱潮也將隨著便捷的交通網絡不斷深入粵港澳大灣區的各個城市，乃至進一步擴展至內陸腹地，為大灣區一體化乃至三地的互通融合帶來了新的助力。

與此同時，由跨境消費帶來的民間交流互動的增強，也將一定程度彌補長期以來以政商主導和經貿合作為主要內容的跨境融合的不足，隨著居民層面的溝通交流不斷拓展和深入，瞭解和互信持續增強，粵港澳大灣區才能真正凝聚一體。



免责声明：

本内容非原报告内容；

报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

大中華區研究團隊聯系人



Shaun Brodie

華東區

shaun.fv.brodie@cushwake.com



魏東

北區

sabrina.d.wei@cushwake.com



鄧淑賢

香港

rosanna.tang@cushwake.com



賈瑩

華西區

ivy.jia@cushwake.com



李易璇

臺灣

eason.i.h.lee@cushwake.com

本報告由戴德梁行研究院副院長張曉端負責撰寫，朱曉豐整理分析。張曉端同時也是戴德梁行華南及華中區研究部主管、大中華區住宅卓越中心的負責人，及戴德梁行粵港澳大灣區平臺研究負責人，擁有豐富的房地產市場研究經驗。如對我們的研究有任何問題，請聯系：



張曉端

戴德梁行研究院副院長
華南及華中區研究部主管

xiaoduan.zhang@cushwake.com

關於戴德梁行

戴德梁行是享譽全球的房地產服務和諮詢顧問公司，通過兼具本土洞察與全球視野的房地產解決方案為客戶創造卓越價值。戴德梁行遍布全球 60 多個國家，設有 400 多個辦公室，擁有 52,000 名專業員工。在大中華區，23 家分公司合力引領市場發展。2022 年公司全球營業收入達 101 億美元，核心業務涵蓋估價及顧問服務、策略發展顧問、項目管理服務、資本市場、項目及企業服務、產業地產、商業地產等。戴德梁行擁有多元化、平等和包容性的企業文化，在環境、社會和公司治理等領域表現卓越，贏得眾多行業重磅獎項和至高榮譽。更多詳情，請瀏覽 www.cushmanwakefield.com.cn 或關注我們的官方微信（戴德梁行）。

免責聲明

本報告刊載的一切資料及數據，雖力求精確，但僅作參考之用，並非對報告中所載市場或物業的全面描述。報告中所引用的來自公告渠道的信息，盡管戴德梁行相信其可靠性，但該等信息並未經戴德梁行核實，因此戴德梁行不能擔保其準確和全面。對於報告中所載信息的準確性和完整性，戴德梁行不做任何明示或暗示的擔保，也不承擔任何責任。戴德梁行在報告中所述的任何觀點僅供參考，並不對依賴該觀點而採取的任何措施或行動、以及由此引起的任何風險承擔任何責任。戴德梁行保留一切版權，未經許可，不得轉載。