



「港話通」牽手京東佳寶

【香港商報訊】記者韓商報道：香港生成式人工智能研發中心（HKGAI）開發的港產AI智能助理「港話通」，宣布與京東集團旗下連鎖零售商京東佳寶超市達成戰略合作。雙方將依託各自核心優勢，圍繞用戶增長、服務升級及技術融合三大維度展開深度合作，致力推動AI與零售場景的深度融合，為市民帶來更便捷、智能的消費與服務體驗，共同助力香港零售行業的數碼轉型。

作為香港本地研發的AI聊天機器人，「港話通」目前擁有逾72萬註冊用戶，憑藉獨特的「兩文三語」特色與深厚的本地知識庫優勢，實現了高效智能交互需求響應，成為市民心目中的「AI好幫手」。京東佳寶超市則扎根香港零售市場近30年，憑藉京東強大的超級供應鏈優勢，深得市民信賴，其線上線下融合的新零售布局已初具規模。是次合作標誌著雙方將實現資源互補與優勢疊加，攜手構建「AI+零售」的新型合作生態。

根據雙方簽署的合作協議，是次戰略合作將重點推進三大核心內容：用戶雙向賦能：雙方將憑藉各自的用戶基礎與渠道優勢，互相推動新用戶增長，實現客群精準互補，從而擴大雙方的市場覆蓋範圍。

積分體系互通：雙方將全面打通「港話通」與京東佳寶超市積分系統，實現積分雙向互換，讓雙方用戶能享受更多消費福利與便捷權益，提升顧客忠誠度。

技術場景融合：「港話通」將輸出成熟的智能對話技術，全面升級京東佳寶超市日常業務AI對話購物功能，讓用戶能透過自然語言交互完成商品查詢、落單及諮詢等操作，大幅提升購物效率與體驗。

傳怡和擬購百佳併入惠康

港超市版圖面臨洗牌 競委會稱「密切留意」

【香港商報訊】記者鄭偉軒報道：昨日，本港零售市場驚傳大消息：透過DFI（Dairy Farm International，現稱DFI零售集團）擁有香港連鎖超市惠康的怡和集團，計劃收購長和（001）旗下百佳超級市場，並與惠康合併。對於相關「傳聞或猜測」，DFI及怡和集團均未置評，長和則表示不作評論；而競爭事務委員會（競委會）昨回應稱正密切留意有關事宜及其後續發展。

雙方已談判一段時間

目前，百佳由長和旗下屈臣氏集團擁有，惠康則為前稱牛奶國際的DFI零售集團（DFI Retail Group）全資附屬公司。據外電報稱，雙方已談判一段時間，但尚未達成協議，亦相信不會於短期內達成協議。

報道引述數據顯示，2023年屈臣氏和DFI零售集團於香港超市類別市場佔有率合共近90%。隨着電子商務的競爭日益激烈，以及港人北上購物，競爭正在加劇。而據內部評估，合併後的集團市佔率將不到50%。

外電報道更形容，這宗交易除了是兩家在香港零售市場競爭數十年的商業集團之間罕見直接交易外，亦可與英國樂購（Tesco）收購森寶利（Sainsbury's），或沃爾瑪（Walmart）收購好市多（Costco）相比。

百佳13年前曾傳易手

資料顯示，百佳超級市場成立於1972年，在香港及澳門共設有逾240家門店，旗下品牌除百佳超級市場外，還包括FUSION、TASTE、TASTE x FRESH、FOOD PARC及GREAT FOOD HALL等。至於交易另一方，DFI零售集團立足亞洲12個市場，擁有7580家店舖（包括聯營企業），旗下品牌包括萬寧（Mannings）、7-Eleven、Market Place、新苗超市、宜家家居及美心食品等。

早年，百佳曾傳易手。2013年7月，當時有報道指，長和前身和記黃埔曾考慮出售旗下超市業務，當時市場估值介乎30億至40億美元（約234億港元至312億港元），據報包括華潤創業、泰國正大集團、澳洲超市集團Woolworths等7組財團參與洽購。惟同年10月，和記黃埔突然擱置出售計劃，理由是「私人出售未能為公司股東帶來最大價值」，改為探討將其母公司屈臣氏集團整體上市的可能性，但最終亦無疾而終。

長和近年屢傳分拆資產

到去年底，再有報道稱，長和計劃分拆屈臣氏集團上市，擬於今年第二季在香港及倫敦雙重上市，目標估值高達300億美元（約2340億港元）。現在，市場關注的是，今次怡和集團計劃收購百佳，未知是否與上述傳聞有所抵觸。

除傳出有意分拆屈臣氏集團以釋放價值外，亦有消息指長和有意分拆電訊業務，以及正商討出售港口資產。另外，長和系內公司長實集團（1113）、長江基建（1038）及電能實業（006）於今年2月將英國電網

業務UK Power Networks全部權益出售予法國能源巨頭Engie，套現逾1100億港元，市場亦視之為套現後再部署更高回報項目的舉動。

市場憂超市業被壟斷

目前，除百佳與惠康外，香港具知名度的超市包括一田超市、DON DON DONKI（驚安之殿堂）、citysuper、Marks & Spencer（馬莎）及U購Select等。對於兩大巨頭合併傳聞市場頗多憂慮，一旦交易成事，本港超市業勢必為單一財團所壟斷。

對於上述消息，競委會發言人昨晚表示，留意到相關傳媒報道，正密切留意有關事宜及任何後續發展。

市民憂世間再無「黃老太」

【香港商報訊】記者鍾俠報道：創立於1972年的百佳超級市場，服務市民逾半世紀。而惠康作為本港最大型及歷史最悠久的連鎖超市，早在1945年就成立。上世紀90年代，百佳以「至抵精明眼」作口號，塑造價廉物美的品牌形象；惠康則主打「平通街價」，強調滿足大眾日常生活所需。當年，百佳與惠康經常爆發激烈的「勇價戰」，每逢星期五兩大超市都會在報章刊登多頁減價廣告，焦點皆離不開「平」與「恆」。

百佳最成功的宣傳計劃，要數當年一系列以格價專員「黃老太」為主角

的廣告。廣告中的「黃老太」為堅守「至抵」價格及貨品質素四出奔走，令員工「聞風喪膽」，形象深入人心。就連周星馳、薛家燕等知名藝人，亦曾先後在電影中模仿「黃老太」演出。

2005年起，百佳推出自家品牌「佳之選」，大受顧客歡迎。其後，又與「珍珠」、「卡樂B」、「鴻福堂」、「李錦記」、「樂事」等知名品牌合作，推出獨家聯乘產品，為顧客提供更多特色選擇，提升品牌競爭力。至2007年，又推出全港首創「易賞錢」積分獎賞計劃，為顧客提供價格優惠、積分獎賞及免費禮品換領等。目前，易賞錢會員人數突破400萬。

不過，百佳近年發展步伐相對較為保守。面對零售業轉型及北上消費熱潮衝擊，百佳部分經營逾30年的老店，如天水圍新北江分店及石塘咀山道分店先後結業。

如今，面對網購及北上消費夾擊，百佳若與宿敵惠康最終合併，這不僅是兩間超市的整合，本港零售市場亦將迎來新一輪大變局。惟亦有人分析指，合併後市民或成損失最大者，消費者可能成最大輸家，類似「黃老太」那樣的勇價故事或許就再也不會有了。



「黃老太」是百佳最成功的廣告icon。百佳官方網站圖片

港商時評

零售面臨大洗牌 市場影響須關注

有媒體報道，香港兩大連鎖超市或會併購。惠康所屬的怡和集團，據報正跟長和磋商收購百佳，兩大連鎖超市業務並將合併。併購未必是壞事，可望產生協同效應，但同時也可能帶來壟斷問題，損及行業競爭力及消費者權益。對此重大併購，勢必引起全港矚目，當局須前瞻性審視對業界和民生的影響。無論消息是否屬實，以至交易會否成真，事實上香港的零售市場正面臨着大洗牌，值得市場各方關注。

眾所周知，香港零售市場經營日益困難，大型連鎖超市也不例外。併購究竟是不利競爭，抑或是有利競爭，當前誠難判斷。統計處資料顯示，整體零售銷貨價值去年恢復增長，但當中超級市場仍呈跌勢，並已連跌三年。要分析市場競爭是

否集中，端視如何定義行業——狹義觀之，惠康和百佳佔超級市場約七成份額，比例極高；但廣義來看，由分店眾多的便利店和零食店，到超大型的一眾日式百貨超市，皆為兩者競爭對手，並且可謂各擅勝場；再進一步而言，蔚然成風的網購更是其重大挑戰，尤其愈來愈多電商還引入生鮮食品供應，市民亦愈來愈習慣網購大小日用品。來自內地和日本等的「過江龍」，近年紛紛高姿態進軍香港超市市場，或透過來港開分店，或透過收購本地商號等，亦令競爭有增無減。事實上，今次傳聞收購港資百佳的怡和，也有英資背景。此外，京東收購佳寶之後，也成功拖低價格益街坊，反映規模效應及資源整合有利提高質素。到底惠康併購百佳會否造成壟斷，導致市場競爭失衡及消費者權益受損，還是業界藉此壯大競爭力及改善服務，因而

反過來促進競爭兼惠及消費者，最終將朝上述哪個方向發展，誠值各界高度關注。

話說回來，香港《競爭條例》的「合併守則」雖禁止具有或相當可能具有大幅減弱在香港的競爭的效果之合併，但只適用於《電訊條例》下傳送者牌照持有人。換言之，即使超市合併可能構成壟斷，當前法律卻無法禁止。像早年國泰收購香港快運，便不受競爭法限制了。問題是，這條於2012年通過、2015年實施的條例，來到十餘年後的今日，有無必要與時並進，特別是針對新時代下的市場環境更新調整？一來，在創科快速發展之下，如何界定市場無礙較前變得困難；二來，在全球化下，要放眼國際競爭，而非僅着眼於本地層面；而歸根究底，還要考慮初心，關鍵是市場有否足夠而健康的競爭，消費者會否因此受損

抑或得益。在美國，去年底便有一宗超市併購案遭法庭禁止，當中所採用的是傳統超市狹義市場定義。惟對於大型科技股的收購，即使有部分遭到禁止，同時亦有不少獲得批准，許多大企業俱藉此辦法擴大業務版圖及範圍，繼而形成一隻一隻規模愈來愈驚人的富可敵國的超級巨頭，以至被稱為「國家冠軍（National Champions）」以凸顯其作為當地競爭力的代表。事後回望，國泰收購香港快運既不見乘客利益受損，這家港資企業並得以打入廉航市場，鞏固其作為全球最佳航空公司前列。

香港兩大超市併購後續如何，各界極為關注，香港零售業正面臨大洗牌，監管當局當須研究審視對市場帶來的影響，以及香港的相關競爭監管法規是否完善。香港商報評論員 李哲