

# 千禧代 休閒娛樂增加 消費相關行業看俏

儘管特朗普政府仍為美國的投資前景帶來隱憂，目前該國經濟增速已上升至逾 2 年來的最高水平。剛過去的 4 月至 6 月期間，國內生產總值增長按年達 3%。環球的增長步伐持續，加上逐漸改變的消費者模式，為美國休閒消費行業締造極具吸引力的投資機會。

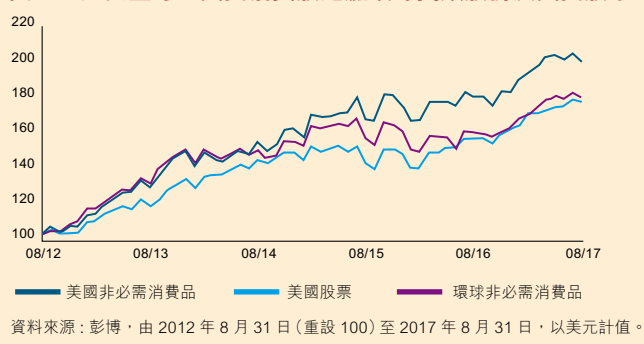
## 美國家庭日益富裕 消費意欲加強

自 2009 年開始，美國失業率持續下降，已回復 2008 年金融海嘯前的低位。隨著失業率下降，股市及樓市均支持家庭財富上升，美國家庭財富淨值於 2016 年創下新高，達 92.8 兆美元。美國人消費信心大幅走強，消費意欲旺盛，令多個相關行業受惠。美國非必需消費品行業於過去五年躍升 98.3%，跑贏環球消費行業及美國股市（見表一）。

## 千禧代消費模式改變為消費行業帶來廣泛影響

「千禧代」意指出生於 1980 至 2000 的一代，他們生於大幅變遷的時代，其價值及生活習慣跟上一代（如嬰兒潮、X 世代）大不同。種種原因令這一代的消費模式改變，如 15 至 24 歲的千禧代收入中位數下跌、學生貸款增加令他們於固定資產的投資減少。與上一代消費者相比，千禧代不太喜歡持有住房抵押貸款，而是更傾向投放資金於新的汽車貸款<sup>1</sup>，私人住宅固定投資佔國內生產總值比重大幅低於其歷史平均水平（低於歷史平均水

表一：過去五年，美國消費股跑贏環球同類股份及美國股市



平的 1 個標準差)<sup>2</sup>。由於青少年更熱衷於休閒性消費，除了推動部分傳統消費行業復甦外，更支持了眾多科技相關新興消費行業冒起。

## 電子商貿在美國零售領域優勢日增

電子商貿的興起對美國消費行業產生了巨大影響，由傳統商舖轉向電子化經營的趨勢前所未有，而千禧代於電子商

貿的交易量佔了最大比例。美國電子商貿佔零售行業比重由2005年的3.1%上升至2016年的10%，使用電子平台進行交易僅佔美國零售銷售約10%的份額，兩個最大的零售行業仍未普及：食品及食品服務（佔美國零售消費約25%）及汽車/汽油和汽車零件（佔美國零售消費約28%）<sup>3</sup>。在許多其他範疇，電子商貿僅在發展初期，如服裝、高端消費品、傢俱和電器用品。換言之，電子商貿的優勢正日漸增加，未來仍然充滿機遇。

除了傳統的零售銷售，「共享經濟」的新概念為電子商貿的新環。由於較上一代更懂得精明消費，千禧代於只租不買的「共享經濟」消費僅次於零售銷售，他們會以「優步」(Uber) 搜尋出租車、利用「空中住宿」(Airbnb) 搜尋旅行住宿以節省旅費，這些消費模式的改變增加了電子商貿的多樣化，帶動整個行業的增長。

## 網上廣告及媒體模式的演變

移動設備的使用成為電子商貿興起的主要推動力，其不僅主導著我們的休閒及社交活動，亦帶來網絡廣告及視頻遊戲等其他新商機。美國消費者每日移動設備使用時間由2009年的3%升至2017年的30%，但電視觀看時間則有所下滑。較年輕的千禧代每月平均花91小時在流動裝置，較一般美國人多花23小時<sup>4</sup>。使用移動設備時間有35%花在與消閒及社交網絡有關，包括Facebook、Youtube及網上遊戲。

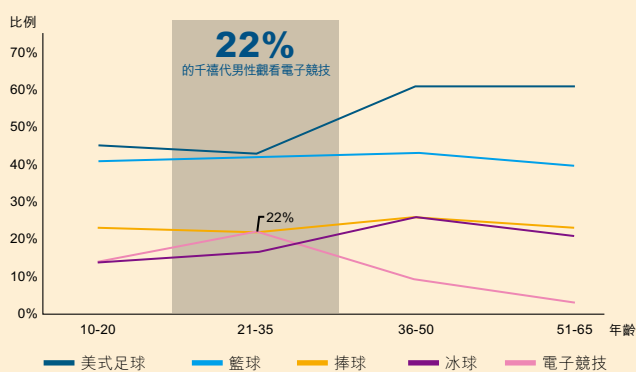
預料互聯網及移動媒體會繼續搶佔傳統媒體市場份額，社交媒體將成為全球最佳廣告目標引擎。能夠吸引我們在流動裝置觀看媒體資訊（例如社交媒體或影片網站）的公司可望藉著從傳統媒體持續搶佔市場份額、廣告轉為影片模式後質素提升、與日益增加電子商貿交易的裝置直接連繫，從而締造更可觀的廣告收益。此外，流動裝置內容體驗轉佳，亦帶動內容廣告價值上升。預料圖像處理能力提升的最大受惠者將是娛樂軟件公司，在2016年推出的最大型流動裝置遊戲為該些公司即時帶來數十億美元的年度化經常收益。

## 電子競技 (eSports) 產生超於傳統體育比賽的商業價值

美國的手機電子遊戲的市場在過去數年急速發展，由2011年的8千萬人，估計於2020年增加至2億1千萬人，當中

以千禧代佔的份額最為龐大<sup>5</sup>。娛樂軟件用戶數目增加，以及更多觀看遊戲片段的新網上媒體，正推動另一新媒體模式的增長：電子競技 (eSports)。北美為全球最大的電子競技市場，事實上，美國千禧代男性觀看電子競技的興趣可媲美棒球及冰球<sup>5</sup>（見表二）。雖然電子競技如此受歡迎，但其產生的利潤仍遠低於傳統運動聯賽，意味未來存在重大增長潛力。於2017年，電子競技的盈利按年增長達41.3%至6.9億美元，預料將增加至2020年的15億美元，當中以品牌的廣告支出及贊助為主要的盈利推動力<sup>6</sup>。另一需要留意的數據為每位觀眾可產生的盈利。2017年，每位電子競技觀眾可產生的盈利為3.64美元，由於本地活動及參與的隊伍增加，其盈利或增加至2020年的每位5.2美元<sup>6</sup>。

表二：美國傳統運動<sup>1</sup>/電子競技<sup>2</sup>在男性群組按年齡的受歡迎程度



資料來源：Newzoo，2016年12月31日。

<sup>1</sup> 表示在過去3個月觀看過體育賽事的美國人

<sup>2</sup> 表示在過去1個月觀看過電競內容的美國人(電競愛好者)

## 音樂消費行業重拾升勢

近年大熱的消費行業似乎較則重於科技的應用，事實上，青少年更傾向於休閒性消費推動部分傳統消費行業復甦。受惠於千禧代花更多時間於影音娛樂，音樂行業已結束連續15年的盈利跌勢錄得增長<sup>7</sup>。消費行業的全面增長較只依賴於新興科技更能持久發展。

## 前景吸引但仍須審慎關注波幅

投資者應注意，消費相關的科技公司歷史及投資往績較短，該些公司波幅可能較傳統消費者行業為高。投資者亦應意識到其表現類似於傳統週期股，且易受到經濟週期變動及政治事件的影響。

資料來源：<sup>1</sup> 彭博，"Millennials prefers Cars"，2017年8月。<sup>2</sup> 瑞銀研究，數據截至2017年4月。<sup>3</sup> 美國商務部，零售和食品服務每月銷售預估，2017年1月。<sup>4</sup> ComScore，2015年12月。<sup>5</sup> ESA, eMarketer，2015年12月。<sup>6</sup> Newzoo，2017年2月。<sup>7</sup> ERA及IFPI，2016年12月31日。

聲明：本刊物所列載資料或表達的意見乃截至2017年9月。本刊物內提及的保險、證券或其他投資項目及資料僅供參考之用，並不構成向任何地區、任何人士作任何形式的買賣建議或要約。本刊物內載有有關投資選擇或投資組合內的投資項目及其他資料並不一定準確及完整，會因應市場環境及其他情況而改變。本公司已小心確保本刊物所載之資料的準確性，但任何人士不應信賴該等資料作為採取任何投資行動或作出任何投資決定的依據，而本公司、撰稿作者及相關被訪者亦毋須對任何依據本刊物內所表達或列載的資料及意見而採取了任何投資決定的人士，以及就上述資料及意見的完整性承擔任何責任。所有投資皆有潛在風險，投資單位價格可升可跌。投資單位的過去表現，並非未來表現的指標。