版面設計：林偉棠
責任編輯：朱韻詩

內地客辦年貨
豪擲20萬不手軟
購蟲草燕窩送禮 人均消費高港人逾倍

■年關在即，人人趕辦海味年貨，為家人預備一頓美味團年飯。 香港文匯報記者黃偉邦 攝

香港文匯報訊（記者 陳寶瑤）時近歲晚香港各處湧現辦年貨的人潮，在年貨加價10%至20%下，港人慷慨自己節儉別人，「爽手」買自用年貨，卻吝嗇送禮年貨，人均消費3,000元。內地客依舊懶理「加風」，跨境來港「豪掃」有品質保證的港貨海味、糖果、瓜子等各類賀年產品，內地「豪客」蹤跡遍佈新界至港島，有人豪擲20多萬元購買冬蟲草、燕窩作送禮之用；有人精挑細選，為家人選購最佳鮑魚花膠等應節食品。有海味店負責人表示，內地客來港消費的次數頻繁，辦年貨的消費模式由以往一次過「大手」入貨，改為近年密密買，每次消費額起碼6,000元左右。

新春臨近，鄰近邊境的北區迎來一波接一波的港客及內地客，人人有備而來，行李箱、手推車、紙皮箱、大膠袋，全部被「戰利品」擠得滿瀉。來自廣州海珠區的劉女士連續第2個星期來港辦年貨，「姨甥快要結婚，今次來香港買禮物送給他們，順便再買幾罐鮑魚」，最終她以近2萬元買了一枚鑽戒，並在港總共購買10罐曲奇及10盒朱古力送禮，「這兩個牌子在內地很受歡迎，內地有售，價錢也差不多，但假貨更多，送禮不敢冒險，還是來香港買比較保險」。

港貨有保證 食得安心

劉女士同時花3,000多元購買海味自用，「買了幾罐鮑魚、一斤瑤柱、一斤蠔豉等等，過年自己吃的」。劉女士指出，海味乾貨雖然內地的選擇更多、更便宜，但她不敢在內地購買，「蠔豉好多時是榨過蠔油後再賣，已經完全沒有味道；也有商人把蠔豉拿去泡鹽水，發大和加重」，任職會計的她「計過度過」，認為吃進肚子裡的東西還是港貨比較安心，「價錢其次，起碼寫得清清楚楚，知道自己吃了甚麼」。

過年送禮既是習俗也是人情，不少內地「豪客」來港「大手」入貨作送禮之用。一名海味店負責人表示，「剛剛有名做鐘錶生意的內地客，花了20多萬元買12兩頂級蟲草、2斤燕窩，還有冬菇、乾瑤柱、罐頭鮑魚等」。他表示，內地人辦年貨的人均消費約為5,000元左右，而港人的人均消費一般是3,000元。

家長專程來港買奶粉過年

糖果也是內地人辦年貨必選，來自廣州的舒先生一口氣花近4,000元購買零食、餅乾、薯片、朱古力等。他表示，內地「黑心」食品太多，「即使香港賣的都是內地製，但品質就不一樣」。另一名家長陳小姐，專門來港為3歲的女兒「辦年貨」，「買了10幾罐奶粉，怕過年沒貨」，陳小姐表示，內地產的奶粉實在不敢吃，「都不知是甚麼成份，朋友送來也不敢試」。

安記海味董事總經理潘權輝指出，來港辦年貨的內地客開始轉型，「以往一擲50萬、60萬元，專挑名貴蟲草、燕窩，一買就10多斤，送禮一定要高級、要有面子」，現在風氣轉變，多改挑實用「抵食」的海味乾貨，平均消費亦大幅下調至6,000元左右。

■廣州舒先生一口氣花近4,000元購買零食。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

■廣州劉女士花3,000多元購買海味自用。 香港文匯報記者莫雪芝 攝

派錢無助消費
港人未破慳囊

香港文匯報訊（記者 陳寶瑤）明天是年廿九，家家戶戶都圍坐吃頓團年飯，桌上必不可少的首選鮑魚、海參等海味，受人民幣升值，加上運輸成本增加等因素影響，來貨價及零售價普遍上升10%至20%，部分更上漲逾1倍。有店舖表示，雖然港府「派錢」6,000元，但仍未能為港人的消費信心注入「強心針」，自用產品力保不失，但買年貨送禮的顧客銳減40%。

花膠每斤千七 漲價一倍

上環一間海味店負責人指出，今年海味來貨價上升10%至20%，個別產品更漲價逾1倍。負責人解釋，人民幣升值固然是因素之一，加上運輸成本激增，以及內地食品價格持續攀升亦是加價主因。他舉例，一款來自湛江的花膠，去年只售每斤800元，今年加價超過一倍，每斤約售1,700元；平凡不過的蝦米，往年只賣每斤70元，今年索價100多元，加幅超過50%。售價暴漲亦令生意受挫，該名負責人指出首當其衝是送禮客人減少，「少了40%，過去有時那些客人來買10多斤花膠送禮，現在都是看一看便買其他平價貨品，或者買一、兩斤花膠」。

安記海味董事總經理潘權輝指出，由於聖誕、新年等時節接近影響年貨銷情。潘權輝表示，早於去年12月已有市民提早辦年貨，該月生意額比過往勁升20%，但踏入本月，生意額未見大幅增長，他坦言對整體銷情態度審慎，「當然希望生意好，但今年新春提早來臨，比過往早10天，就賺少10天錢。」雖然港府「派錢」，人人獲6,000元，但市民的消費力卻未見特別強勁，港人人均消費與去年差不多。

提早入貨 盼薄利多銷

他認為，去年海味材料漲價厲害，幸好年中中央出手打擊炒賣及收緊銀根，中秋過後海味價格回落，以元貝及乾鮑魚為例，已較去年9月跌價20%至30%，目前新春應節海味的售價與去年相若。但消費市道轉弱下，為吸引顧客，該店今年採取薄利多銷政策，「將毛利控制於10%以下，幾乎以成本價出售，希望可以扯高銷情」。該店同時引入多款「即食海味」，包括即食鮑魚、即食海味盆菜等，以方便易煮的食品吸引繁忙的家庭主婦光顧。

對抗來貨價高企的另一方法是提早入貨，以及大批入貨。潘權輝表示，以冬菇為例，該店早於去年5、6月已經開始向內地入貨，「一出產就買，所以才能向市民賣45元一包，較外面便宜一半」。

抗成本上漲 瓜子糖果加價5%

香港文匯報訊（記者 陳寶瑤）紅彤彤的大紅瓜子、甜蜜蜜的賀年糖果、寓意步步高升的各式糕點，都是過年首選年貨，不過今年要應節擺滿一桌賀年食品，或要多花一點。人民幣升值、貨價上升、最低工資、運費上漲等因素，令瓜子年貨的批發價普遍上升5%至10%，零售價亦被推高約5%。為搶高銷情，各間年貨店各出奇謀，有人打造金燦燦的12生肖巧克力，成功吸引顧客每年回頭再光顧；傳統瓜子店就以自設工場生產健康瓜子吸引顧客，更追上潮流設立網站，成功吸納新客。

追上潮流設立網站

再過兩天就踏入龍年，辦年貨是中國人的傳統習俗，賀年禮品、糖果、瓜子、糕點等應節食品缺一不可。市民今年辦年貨可有察覺百物騰貴？專賣傳統賀年瓜子糖果的上海陸氏瓜子世家負責人陸賽忠表示，由於該店早於中秋已到內地訂貨，大批進貨加上又在香港自設工場，可以將來貨價成本控制在10%以內，不過由於人民幣升值，變相互相抵銷。為對抗成本上漲，該店不得不加價5%，貨品零售價平均上調2元至4元不等。

陸賽忠預計今年銷情一般，「聖誕後市民不願消費，估計今年生意不會太好，打個平手已經不錯，下雨的話就更難經營」。他表示，雖然消費者購買力沒有減弱，但消費信心謹慎，「例如去年會花108元買一斤靚瓜子，今年就只會買半斤，再加半斤平價瓜子」。為吸引顧客惠顧，老店自設工場，特製低鹽醬油、黑瓜子、油角、糖蓮子等，以新鮮健康為賣點，又「搞搞新意思」，兩周前推出網站，未料一擊即中，「有在內地設廠的港商一次過訂了3,000元貨，用來送禮」。

推生肖巧克力吸客

售賣賀年食品的正隆行負責人Ivy表示，大節臨近不但影響消費力，亦影響商號入貨時間，「只有3個星期，很多貨都來不及運到，市民亦不夠時間辦年貨，以往會花時間專門搜羅各種名產，今年會找就腳店舖買年貨」。她表示，因為匯率關係，今年來貨價輕微上升，特別是日本進口的糖果餅乾，來貨價上漲5%至8%，果仁如開心果等來貨價亦上升2%，「不敢加價，情願少賺一點」。為吸引顧客年年回頭，該店以一款金燦燦12生肖巧克力擺設作招徠，「顧客很喜歡，年年回來買，打算集齊12生肖，加上今年是龍年，在家中擺『金龍』就更好意頭」。

有糕餅專門店負責人透露，傳統糕點如年糕及蘿蔔糕穩守最受歡迎糕點，雖然原材料如糖及麵粉價格按年升10%。」

■老店自設工場，特製低鹽醬油、黑瓜子、油角、糖子等，以新鮮健康為賣點。 香港文匯報記者黃偉邦 攝

選購海味貼士

買海味不能懶，要「望、摸、聞」，以及切忌「貪新」：

望

觀察貨品的外形、顏色，與平日所見有出入，色水異常亮麗並非佳品，慎防假冒

摸

用手摸清楚是否乾爽，不可潮濕

聞

要有香醇的味道，不能腥臭或刺鼻

忌「貪新」

買海味宜買「舊水」，即存放半年至一年，因太「新鮮」的海味仍存有大量水分，浸發時會發得不夠大，食起來也欠爽口和煙韌的質感

其他：

光顧有信譽的老字號最穩陣

未清楚價錢或價格單位時，切勿交易

未清楚價錢時，切勿同意將貨品切碎

保留單據，以便日後追究

有問題即時向消委會及海關反映

製表：香港文匯報記者 文森

選瓜子貼士

- 試吃，可判斷是否易剝，順道觀察瓜子肉的質素
- 最貴、最大粒未必是佳品，瓜子太大粒外殼較厚，不易剝
- 瓜子肉要夠厚，食起來鬆化及有香味
- 瓜子肉應呈白色，若帶黃點或黑點，是變壞或陳年貨的特徵
- 外殼要厚薄適中、易剝，最好一咬就能把瓜子殼分成兩邊
- 外形以平直不彎曲為佳，易剝之餘亦表示有經人手揀選
- 輕捏瓜子，如感脹身、有空氣，代表瓜子肉離殼，亦較易剝

製表：香港文匯報記者 文森

港人如何辦年貨？

劉太
香港文匯報記者黃偉邦攝

預算花費三、四千

百物騰貴，劉太打算「慳慳地」一家4口花千元外出吃團年飯，「反正1,000元也煮不出甚麼好菜式，還不如到外面吃，不用洗洗切切那麼麻煩」。團年飯可以省，送禮卻省不了，劉太在海味店買了4盒即食鮑魚、一包響螺乾，以及一斤花菇等，預算花費3,000或4,000元，「要來送禮的總不能太難看」。她覺得今年年貨價格有上升趨勢，「普遍加價10%左右，好貴」。

友姑
香港文匯報記者黃偉邦 攝

過年開支沉重

買了木耳、臘肉、鹿筋，以及即食鮑魚的友姑，提到過年開支就搖頭，「我是退休人士沒有收入，靠子女供養，惟有盡量節省」。今個農曆新年她預算花費10,000元。

■內地客懶理「加風」，跨境來港「豪掃」賀年產品，人人滿載而歸。 香港文匯報記者莫雪芝 攝