

淘金夢未碎 商場奇招迎黃金周

100萬內地客湧港 零售業注「強心針」



■中秋及國慶的8日黃金周假期，預計將有100萬名內地客來港旅遊，各大小商場均嚴陣以待。

中秋國慶喜相逢，本港迎來內地史上最長的8日黃金周假期。近期本港旅遊業及零售業數據齊齊轉差，正當各界憂慮黃金周會否褪色之際，旅遊業界預料，黃金周將有100萬內地客來港。各大小商場為吸引內地客消費，各出奇謀：到珠三角城市組團有之、提供邊境免費接送有之、主打高端客亦有之；抽獎、送禮、美食、文化、高端消費導賞……等等更是不可或缺。本港零售業對黃金周「掘金」仍十分進取，期望齊齊「分金同味」。

■香港文匯報記者 方楚茵、實習記者 彭楚華

內地自由行遊客主要活躍於鐵路沿線，而在港九新界都佈有商場的新地最為積極，旗下觀塘的apm、尖沙咀新太陽廣場及大埔超級城都密鑼緊鼓籌組旅行團接待來港遊客。

新地兩商場或額外收1,500萬

新太陽廣場及大埔超級城在十一期間將合共接待27至35團的對點旅行團，以每團45至50人計算，估計期間可接待近1,200至1,600位來自廣東、深圳、東莞等地的旅客。預計人均消費4,000至30,000元，較上年同期升20%，預料可為兩個商場帶來額外的營業額逾1,500萬元。

來港潮買潮玩少不了，十一國慶煙花亦成為商場宣傳的重招。大埔超級城及新太陽廣場都滲入煙火成分，自組「十一賞煙火購物團」；就近馬場的大埔超級城就看準內地客愛來港「跑馬仔」的心態促成「賽馬日購物團」；新太陽平日已有80%客源來自內地，預計十一期間增至90%，故籌辦「汽車會車主名錶導賞購物團」，主打奢侈品市場，搶攻25至40歲的年輕夫婦及高消費客戶群。

apm攻年輕客 消費額望增30%

坐落觀塘的apm近年亦成為內地客的新寵，今年籌組了15至20組內地旅遊團，與去年相若，料可吸引600至800名廣東省旅客，主要吸納年輕客人，力推潮買、美食的「尊貴銀行客戶中秋潮買團」、「潮賞賽馬中秋美食團」。該商場預計黃金周

旅客人均消費4,500至8,000元，可為商場額外帶來270萬至480萬元的消費額，較去年升20%至30%。

正所謂種瓜得瓜。新太陽及大埔超級城的宣傳推廣費動升15%至20%達180萬元，單計由9月28日至黃金周的十天，人流可升18%達290萬人次，總營業額升15%至20%至3,100萬元。而apm亦不落人後，十一宣傳推廣費較去年上升10%至220萬元，合計中秋及黃金周共21日的推廣期人流可升10%至15%，達600萬人，生意額達1.5億至1.7億元，較去年升15%至20%。可見各商場都想以小博大，力圖吃盡內地旅客這塊大餅。

上水廣場4購物團 人均花5,000

同為新地旗下的八大商場亦不甘落後，規模不大佔盡吸金地利的上水廣場，宣傳費亦「落重本」達80萬元，較去年升20%。上水廣場並於中秋、國慶黃金周期間舉辦4團自由購物團，共接待200人，平均消費5,000元，吸納來自廣州的旅客，希望為商場帶來額外100萬元的收益。

新地代理租務部高級推廣經理劉文豪預料，黃金周長假期將為上水廣場帶來130萬人流，較去年大升25%，營業額達4,800萬元，比去年同期升27%；新地八大商場包括wtc more世貿中心、東港城、上水廣場、將軍澳中心等合共預期人流達620萬，比去年升20%，營業額達1.93億元，比去年同期升22%。



■劉文豪料新地八大商場營業額將較去年升22%。

奧海城供接送 客流料300萬

其他發展商亦積極參戰。信和的奧海城安排10個來自廣州的購物團，約500人次。預料十一黃金周總人流達300萬人次，內地客佔10%，人均消費為3,000至4,000元，比去年升18%。商場為更便利內地豪客，在黃金周期間每日免費提供跨境購物專車，接載內地客來港直接消費。信和集團租務部總經理陳欽玲樂觀預計，奧海城9、10月的營業額可達3.1億元，較去年同期升15%；人流可達2,200萬人次，同比升16%。



■觀塘apm預計中秋及黃金周共21日推廣期的生意額達1.5億至1.7億元。



■奧海城舉辦「燈燈燈燈—香港地道街市之旅」藝術展，預料人流升16%達2,200萬人次。



■上水廣場在黃金周期間辦「鐘錶珍藏展」，以文化及高端消費作招徠。



■新地的大埔超級城等商場預備多份禮品，吸引內地客大破慳囊。

部分商場預測黃金周營業額

商場	內地團人均消費 (升幅)	內地團人數	內地團額外營業額	黃金周人流 (升幅)	總營業額 (升幅)
新太陽廣場及大埔超級城	4,000至30,000元 (升20%)	1200至1600人	1500萬元	290萬人次 (升18%)	8,100萬元 (升15%至20%)
apm	4,500至8,000元 (升20%)	600至800人	270萬至480萬元	600萬人次 (升10%至15%)	1.5億至1.7億元 (升15%至20%)
奧海城	3,000至4,000元	500人	/	300萬人次	/
上水廣場	5,000元	200人	100萬元	130萬人次 (升25%)	4,800萬元 (升27%)

製表：香港文匯報記者 方楚茵

優惠盡出 誘客「血拚」

香港文匯報訊 (實習記者 彭楚華) 今年十一黃金周有8天長假期，除了部分商場自組或與其他機構合作推旅行團來港「血拚」外，另有部分深受自由喜愛之商場，亦希望利用購物優惠「搶客」，優惠包括抽獎和簽賬回贈等。

位於旺角的朗豪坊推出「黃金10月大激賞@朗豪坊」消費優惠，於10月1日至31日期間同日消費滿500元，可即場成為「朗豪坊LP卡」會員，並參加黃金大抽獎(現有會員無需消費亦可參加)。獎品包括價值10萬元的商場現金禮券、海洋公園全年通行證、UA戲票及商戶現金禮券等。

海港城買滿一千 頭位睇煙花

在豪客集中地尖沙咀，海港城以國慶煙花匯演吸客，當晚開放海運大廈露天停車場讓市民觀賞煙花，只需在商場任何兩間商戶消費滿1,000元以上，並捐20元予香港公益金，即可換領入場券一張。海港城並在商場展出的岳敏君雕塑展「笑可笑 非

常笑」和樂高「飛龍展童心」繼續開放給市民參觀。

希慎廣場簽卡回贈2,000元

近期焦點所在的希慎廣場，亦聯同集團同系的禮頓中心、利舞臺，以及利園一、二期等，在黃金周推購物優惠夾擊自由市場。旅客在9月29日至10月7日期間於購物區憑電子消費即日滿5,000元或10,000元，即可獲等價的現金券；而Citibank信用卡的客戶可獲4次抽獎機會，最多可獲2,000元的簽賬回贈。另外到10月31日止，凡持「62」字樣開頭的銀聯卡在T GALLERIA刷卡消費，單張簽賬滿5,000元即可獲贈價值500元現金券。

荃灣廣場深圳住宅區派特刊

毗連旺角東站的新世紀廣場亦推出一系列優惠，以地利優勢吸引內地消費者，於場內任何商戶購物滿1,500元，可免費換領跨境專線來回車票。以銀聯信用卡於場內消費3,000元以上，可



■同於旺角的朗豪坊及新世紀廣場均提供簽賬優惠。

免費換領新地商場現金禮券。

在黃金周連同中秋合共投入150萬元宣傳的荃灣廣場，就舉辦「創意環保花燈展」及大型美食巡遊。只需在場內消費即可享多項購物獎賞，包括換領輕便購物車等獎品。荃灣廣場同時夥拍銀聯合作推出刷卡優惠，消費可換領現金禮券。該商場又與媒體合作，於跨境口岸及深圳大型住宅區向旅客派發有關商場優惠的特刊，將戰線拉至內地。

1881「銷」文化歷史感 吸高端客

喜好，配合商場租戶的產品，相輔相成，有信心可在十一黃金周令總營業額再升20%。

擲200萬宣傳 上演芭蕾舞

摸清喜好，辦起事來自然事半功倍。黃思行指，內地客喜歡有文化歷史故事感的事物，對文化和銷售要求較高，而「1881」是香港古跡，場內的租戶及品牌又主要是鐘錶和貴價珠寶等一些較具歷史感產品，故公司在辦活動時要以文化藝術為主，今年「1881」首次和香港芭蕾舞團合作，在黃金周至明年1月舉辦古典芭蕾舞表演和展覽。而該商場在宣傳費上亦有增無減，豪擲200萬元，較去年有輕微上升。

黃思行指，雖然內地經濟增長放緩，但預期訪港旅客會再破

紀錄，而且今年黃金周長達8日，故預料十一期間營業額會較去年有雙位數字增長。商場的客人人流比例雖以港人和內地客平分秋色，但她指內地客佔銷售額的85%，而在公司的貴賓會籍中(需消費達10萬元以上)，內地客佔比亦高達85%，當中60%來自北京、上海和東北三省，大部分是因為以往已認識了「1881」而專程再來購物。預期人均消費可達15萬至20萬元，較去年微升。

人均消費料至少15萬元

據黃思行透露，在五一期間場內單一最高消費為500萬至600萬元，而貴賓會籍中無論商務客還是一般旅客回頭率都不俗，加上場內以高消費產品為主，故對營業額有信心。

旅發局：黃金周旅遊收益逾44億

香港文匯報訊 各大商場均嚴陣以待，迎接十一黃金周內地客的龐大消費力。據香港旅遊發展局日前估計，黃金周假期最少可為本港帶來超過44億元旅遊收益。旅發局表示，今年上半年，內地過夜旅客人均消費額近8,600元，至於不過夜的人均消費額近2,500元，旅發局由此推算，十一黃金周的旅遊收益將超過44億元。

旅遊發展局主席田北俊預計，在十一黃金周期間有85萬內地旅客訪港，較去年同期增加約一成，估計當中一半旅客即日來回。至於零售管理協會主席麥瑞瑋則估計，黃金周零售業生意可增加逾一成，當中以手機產品及化妝品較受惠。

旅遊業議會總幹事董耀中在日前表示，由於中日關係緊張，預料有部分原計劃到日本旅遊的內地旅客，會改來香港旅遊。該會估計，今年來港旅客有可能破紀錄達100萬人次，較去年增加逾20%，以自由行最顯著，旅行團則平均每日有400團，增幅達一成。



香港文匯報訊 (記者 方楚茵) 正所謂「入屋叫人，入廟拜神」，要搶攻內地客市場，商場難免要不惜工本到內地向豪客「Say Hi」，長實旗下的尖沙咀的「1881」商場，近年就曾「探本」去到上海做路演。長實地產投資董事黃思行滿有信心表示，「1881」以優雅古跡吸引旅客，公司亦已摸清內地旅客的