

港零售放緩 商場扭六壬谷消費 室內年宵執筍貨 小市民笑度年關



「糧油大王」李廣林(左二)預計，賀年食品會進一步漲價。

香港文匯報訊(記者 黃嘉銘)農曆新年將至，又是零售業吸金良機，但港人面對百物騰貴「慳住使」，內地大豪客減少在港消費。商戶要留住消費力，正花盡心思。本地地產商將大戰擂台移至商場，變招迎客。新春年貨購物團外，還舉行室內年宵市場，鬥平鬥靚貨齊齊執，場內年花不漲價，賀年糖果七折抗通脹，務求在加價潮來臨時，讓市民一站式辦好年貨，豐足步入蛇年。

不論備有充足「銀彈」的內地客或本港市民，臨近歲晚都要辦年貨，是過年重頭戲之一。賀年糖果及新春相關食品現進入銷售高峰期，業界指食品價格已逐步加價，市民恐怕要過個貴年。香港「糧油大王」、港九罐頭洋酒飲食行商會副主席李廣林日前透露，食品價格上漲主要原因是通脹及營運成本上升，而人民幣升值亦嚴重影響罐頭價格。他提醒市民要有心理準備：「賀年食品價格於農曆新年期間有機會進一步上升。」

店主：股樓帶挈 生意料升20%

有見百物騰貴，港鐵商場德福廣場、青衣城及東港城齊齊推出年宵市集及室內年宵市場，以超抵價貨物與市民賀年。其中德福廣場及青衣城「香港豐味—百年經典年宵美食」，20家老字號天天推出1元美食抗通脹，如原價168元新春小食賀年包、年糕大平賣。有店主稱，過去一年股樓齊向好帶挈生意，料營業額比去年升10%至20%。

德福廣場及青衣城舉行年宵市集，近廿間香港老字號及特色食品公司，於場內展銷多款特色賀年食品及優惠，包括涼果大王上海么鳳、供應優質海味的大澳老友記、以頂級蝦子馳名獲米芝蓮推介的元朗好到底麵店等，以「一站式」買齊所有應節所需。

港鐵商場大推1蚊雞年貨

為令市民荷包更「見使」，一眾參展商推出反通脹1元優惠，輪流日日推出近廿款1元美食，上海么鳳出品的「賀年食品福袋」(原價168元)、大班富貴紐結酥(原價40元)、街知巷聞的半斤裝年糕(原價38元)、龍門的紅蓮桂花凍糕(原價35元)，鏗鏘抗通脹。

新鴻基地產將軍澳東港城的「第七屆全港最大室內年宵」亦以相同招式搶客，較維園年宵提早10天開市，場內年花3年不漲價，賀年糖果七折抗通脹。市民可在場內購入由「糧油大王」李廣林選出的賀年食品、「年花大王」賴榮春及「蘭花大王」楊小龍供應的蝴蝶蘭，以及逾百款賀年糖果、海味禮盒、揮春年畫等年貨。新鴻基地產代理租務部高級推廣經理梁婉珊表示，場內不漲價年花及賀年糖果折扣優惠，讓大眾抗通脹過肥年。

東港城：年花3年不漲價

由於近期股樓皆升，市道向好，大部分參與店家預期今年生意額會比去年突破，其中海產醬料專門店大澳老友記負責人稱：「近日股票升、樓市旺，客人買貨都鬆手好多，買花膠、魚肚等貴價貨的客人大增，預期農曆新年期間生意會有一至兩成增幅。」

apm通宵年宵攻年輕潮人

除了生意人、家庭主婦等，潮人年宵市集正合年輕人口味，新地旗下apm商場開創室內通宵年宵市集，讓世界各地創意設計師、學界代表初嘗試業滋味、年宵齊掘金，Whatsapp字句咕啞、潮語剪紙揮春、智能手機形利事封、創意產品，又新增1元起蛇年至荷時段券吸客，吸引年輕情侶及心境年輕客群。

藝術吸客 谷人流增消費

香港文匯報訊(記者 黃嘉銘)近年來各大商場加添藝術元素，吸引遊人目光外，讓他們停一停看一看，刺激商場人流，品牌商店又多個賺錢機會。新春期間，商場為求將部分走馬看花的客人留住，舉行藝術展覽，將傳統藝術與春節元素糅合在一起，在逛街之餘也可以欣賞到難得一見的藝術珍品。

大熊貓水墨畫 豐衣「竹」食

國際金融中心商場於商場一樓中庭搭建「大熊貓豐足園」，為配合大熊貓主題，商場邀請了香港首個大熊貓水墨畫畫家鄭嘉恩到臨示範，即場創作以大熊貓為題、糅合蛇年元素的現代水墨畫，寓意大展鴻圖、豐衣「竹」食。

至於鄰近的上環信德中心，則以鹽為核心素材，展出一系列鹽雕藝術，名為「十二獸首鹽雕藝術展」。信德中心邀請台灣鹽雕設計師利用自家生產的鹽，以一比一的比例創作鹽雕獸首。鹽雕藝術展將展出清宮珍藏「翠玉白菜」的鹽雕藝術品，此乃清朝末年慈禧太后所珍愛的玉雕件。鑽石山荷里活廣場更首次公開展出與齊白石並列畫壇「南北二石」的傅抱石15幅名畫，價值逾1,000萬元。當中以價值逾200萬元的《紅梅報春圖》最珍貴，畫中紅梅開遍山間的景象生機勃勃，春意盎然，寓意癸巳蛇年個個鴻運當頭，而價值同樣過百萬的《高山流水圖》和《倚杖觀瀑圖》展現出傅抱石最著名的筆法「抱石皴」。

景泰藍大師珍品 首度亮相

上水廣場舉辦全港首個現代景泰藍珍品展《永恒經典—張同祿大師珍品展》，展出全球最高身價逾3,000萬元珍品，帶來全港首個現代景泰藍展，獲景泰藍大師張同祿借出價值逾3,000萬的作品，包括重疊當代景泰藍拍賣最高價達1,100萬元的《座龍花薰》、曾於法國羅浮宮展出作品《吉祥寶燈》等。張大師為蛇年而製作的最新作品《蛇靈》更在港首次公開亮相。



上水廣場展出當代景泰藍拍賣最高價作品，價值1,100萬元的《座龍花薰》。



東港城室內年宵以七折年貨作招徠。



港鐵商場室內年宵市場日推出1元美食抗通脹。



apm通宵室內年宵由創意設計師、學生擺檔，主攻年輕人市場。



200新春購物團 吸金五千萬

香港文匯報訊(記者 黃嘉銘、涂若奔)每年新春佳節均有大批備有充裕「銀彈」的內地客湧港，盡情辦年貨及選購減價貨品，多個商場組織購物團南下掃貨。據本報統計，恒地及新地等多個主要商場，於今年春節期間總共舉辦逾200個內地掃貨團，逾9,000人次，預計總消費額將高達5,000萬元。

恒地旗下七大商場於新春聯合各商戶提供一連串購物優惠予購物團旅客，首推30團「新春年貨購物團」，招待超過1,300名內地旅客到來商場消費，並與商戶合作送出賀年福袋予最高消費旅客，人均消費有望增至6,000至8,000元。

恒地引1300內地豪客

恒地租務部總經理薛伯榮表示，為方便內地客往返商場，決定開發定期點對點購物專線服務，免費接載旅客來港購物，初期主要針對福田區及南山區一帶的內地居民。同時加強與內地旅行社合作，進一步吸納二、三線城市的新客，預計營業額可突破3,700萬，上升逾兩成。

新地租務部總經理鍾秀蓮亦指，新地旗下九大商場於本年新春總推廣預算將會增加16%，達2,500萬元。農曆年期間(1月至2月)辦內地購物團數目總數共70團，接待人數達3,150人，營業額額外增1,566萬元。事實上，新界北區的消費力已突破傳統市區，吸引專誠購物的顧客跨區前來消費。現時，商場每方呎營業額超過2,200元，貼近市區一線商場。

新地租務總經理馮秀炎表示，apm為迎接大批內地旅客赴港

辦年貨，特別於年宵期間籌辦10至15團合計約500至750人來自廣州深圳東莞一帶的「潮流旅客年宵掃貨團」，預計旅客人均消費可達5,000至2萬元，可為商場額外帶來250萬至400萬元消費額。

東港城料額外增收405萬

新地租務部高級推廣經理梁婉珊透露，將軍澳東港城新春推廣費達450萬，較去年上升18%。據她介紹，今年春節消費高峰由2月2日至13日(年廿二至年初四)，可望為商場吸引210萬人流，較去年春節升24%；整體營業額達1.75億，大升25%。此外東港城於農曆年期間(1月至2月)將舉辦18團內地旅客購物團，預期將接待810人，可為帶來額外營業額405萬元。

部分商場新春內地購物團

商場	團數	內地客數目	預計總消費額(萬元)
恒地七大商場	30	1,300	780-1,040
新地九大商場	70	3,150	1,566
apm	10-15	500-750	250-400
上水廣場	70	3,150	1,566
東港城	18	810	405

製表：香港文匯報記者 涂若奔

年初五逢情人節 雙重商機

香港文匯報訊(記者 黃嘉銘)今年的情人節適逢農曆大年初五，對商戶而言乃一個雙重商機，勢必抓緊一浪接一浪的消費潮。

時代廣場擺桃花陣

時代廣場特意在露天廣場矗立了八株桃花樹(下左圖)，寓意大展鴻圖，並祝願大家於新一年締造良緣和廣結人緣。此外，在商場的大堂內有8株桃花樹，從8樓從天而降，寓意新一年桃花到、喜氣洋洋。場內一共有4,000朵桃花均由絲襪及LED燈泡用了半年時間巧手製造，別具心思，二樓大堂更設有大型桃花花瓣座椅，讓大家在有如被桃花包圍着，甜甜蜜蜜。由1月29日起，



世貿中心在情人節當日免費送贈1,000支極品玫瑰。

事業、愛情兩得意，正好配合新年及情人節。

此外，時代廣場今年情人節乘勢舉辦了光影繪畫攝影展「Light Painting Exhibition」，邀請大眾提供各自以「愛」為主題的光影繪畫相片，入選的作品將於2013年2月9日至24日期間在時代廣場露天廣場展出。

世貿大派極品玫瑰

鄰近的「wtc more 世貿中心」亦不甘示弱，設計了浪漫「Oowa快樂『蘋』園」裝置供情侶們留下甜蜜一刻，場內近30間商戶又送上情人節禮遇及購物優惠，以及安排Oowa甜蜜電話充電器換領兼請浪漫愛情片《在一起 Together》，更於情人節

當天免費送贈極品玫瑰，為有情人增添浪漫情趣。

國際金融中心商場搭建了「大熊貓豐足園」，寓意新一年豐衣「竹」食。

