成本激增 展品價漲
深年貨展旺丁不旺財

推地方特產吸客 港人逛展慎花錢

農曆春節將至，廣東省深圳市各類年貨採購活動漸次拉開帷幕，眾多商場、超市、展銷商等企業紛紛加入年底商戰。記者走訪發現，與往年相比，今年年貨展銷規模更加龐大，關內外各大體育中心均推出特色年貨展，美食、服飾、港澳禮品等應有盡有，部分商家更將「深圳特產」作為銷售的新亮點，但受成本、政策、經濟環境等不利因素影響，商品價格普遍上漲，銷量有所下降，出現了旺丁不旺財的景象。業界人士表示，港人北上逛年貨展逐年遞增，預料今年增長5%左右。不過，港人花錢變得謹慎。

■香港文匯報記者 郭若溪、張瀛戈

■受成本、政策、經濟環境等不利因素影響，深圳年貨展出現了旺丁不旺財的景象。圖為第10屆深圳年博會人潮湧動。 香港文匯報記者郭若溪 攝

「今年深圳年貨展銷會選擇太多了，除會展中心外，市內外幾乎每個體育館都有，完全挑花了眼。」面對扎堆舉行的年博會，市民張太直呼都想去逛一逛，感覺選擇難。記者了解到，從上月底開始，深圳各種年貨展、購物節便開始密集登場，與已舉辦10年的深圳(嘉年華)年貨博覽會同時舉行的還有深圳灣春繭的品質生活博覽會、龍崗大運體育中心的首屆年博會、寶安體育館的年貨購物節等。

八大類深特產 躋身年貨展

今年深圳市政府新推出的深圳珠寶、深圳女裝、深圳消費電子、深圳鐘錶、深圳眼鏡、深圳手機、深圳內衣、深圳特色食品八大類「深圳特產」也成為部分商家銷售的新亮點。據天虹商場負責人介紹，八大「深圳特產」打破了消費者固有「土特產」的認知，帶此類手信返鄉也成了今年的新現象。深圳各大購物中心、百貨、專業店、品牌專賣店等近百家商家參與了「深圳特產帶回家」等主題活動，據初步統計，參與商家銷售總額約350億元，增長幅度從9%至45%不等，平均增長幅度約26.5%。

港人逛年貨展 料佔兩成半

年貨展上10萬餘種年貨商品不僅吸引內地民眾，大批港人也北上掃貨。作為深圳第一個開辦年貨展的主辦方、環球國際展覽副董事長張樹棣（見圖）表示，港人北上深圳辦年貨大致分為3個階段，1993年至1998年間，在年貨展上鮮見到香港人。此後的3年，港人的身影逐漸增多，但佔比重較小，每年約佔總人流量5%至10%。「去年和今年是港客大幅遞增的2年，去年港客已佔總人流約20%，今年預料港客總人流約25%。」張樹棣亦坦然，「與以前大掃便宜貨相比，港人購物花錢變得謹慎，逐漸有純『體驗式』逛展的港客出現。」

張樹棣對本報記者稱，面對日益激烈的市場競爭，要在競爭的環境中生存發展，要是沒有品質做基礎，就沒有什麼生命力。目前並不打算盲目擴大展會的規模，而是精耕細作，打造品牌展。市場的蛋糕就這麼大，一場年貨展如果參展企業從500家升至1,000家，那必然會攤薄參展商利潤，他們以後可能就不來了。

消費信心下降 多只逛不買

記者採訪多個年貨展發現，受物價上漲影響，「只逛不買」的現象非常普遍，部分商家也表示出現了「旺丁不旺財」的現象。有顧客表示，雖然「100元三袋」的糖果看起來很便宜，但並不夠一家人除夕夜的零食。

在會展中心年貨展連續參展4年的香港英倫貿易公司老闆深有體會，她向記者表示，自家公司賣的珍珠鮑、明目魚十分受內地民眾歡迎，每年來深圳參展均有老顧客特意光顧。但是4年的價格依然，顧客買的份量卻越來越少。「去年顧客一買就是5斤，但今年只買2斤。」看着滿滿的貨品，她神情十分擔心。

■少數民族攤檔專門出售當地特色首飾。 張瀛戈 攝

商家拚價格戰 較市價平三成

在主題每個展區內，商家們打起了價格戰。記者來到服裝區發現，一條絲巾僅售5元一條，純棉被單25元一件。食品區內的銷售人員紛紛走在街道中間叫賣，平日裡超市賣5元一袋的泡腳鳳爪，現在只要10元三袋。不僅如此，核桃瓜子等乾果也都比超市便宜二至三成。

推3款1元貨

除了廠家超低價重頭戲外，主辦方還推出憑借「深圳年貨博覽會」活動廣告單頁就有機會抽取特價商品：原價1,280元的品牌電視、原價880元的品牌手機、原價28元的食用油全部僅售1元。

據張樹棣介紹，此次年貨展共有來自港澳台地區和全國各地500餘家企業，數10萬種年貨商品前來參展，企業數量比去年增長10%左右，總面積達2萬平米。

據不完全統計，今年每日平均有5萬客流，去年最後一天突破10萬人。

港人深逛年貨展逐年遞增

■第1-5屆 少有港人逛年貨展
■第6-8屆 每年增約3%，約佔總人流量5%-10%
■第9屆 佔比增至20%
■第10屆 預計增至25%

製表：香港文報報記者 郭若溪

■深圳特色食品八大類「深圳特產」成為部分商家銷售的新亮點。 郭若溪 攝

港人：逛展只為品年味

■港人姚先生一行表示，逛展只為品年味。 郭若溪 攝

香港文匯報訊(記者 郭若溪、張瀛戈，實習記者 黎玉嬌 深圳報道) 雖然今年深圳幾個年貨展的時間重疊，但均日日爆滿，遊走於各大展位的市民手提着一袋又一袋年貨，10萬餘種商品看得人眼花繚亂。

記者在現場看到，在一家銷售潮汕牛丸的展位被顧客圍得水洩不通，因為只需50元就能買一包牛肉丸並即可獲贈一碗新鮮出爐的肉丸。正在選購的港人王小姐手裡已提了5包，她興奮地向記者表示，這是自己第一次逛深圳年貨展，覺得非常新鮮。「不僅貨品齊全，廣場中間還有賣剪紙、表演皮影短劇，這些在香港均沒有。」

在港人姚先生看來，逛年貨展，主要是想看看有什麼特別的東西。受「年味」的影響，即使覺得價格並不低廉，但也會購買一些年貨。姚先生提着手裡的貨品向記者說，此次買了雲南野生菌、貴州醬香酒、意大利的巧克力等。

港商首試水 熱銷貨遇冷

深圳年貨展銷辦得風生水起，一河相隔的香港商家也嗅到商機伺機北上試水。香港美味棧侯先生表示，為迎合內地人的消費口味，今次帶至深圳的產品以糖果、果仁等應節食品為主。「展出的產品均比香港超市的售價便宜10%左右，如加上運費，在展會上購買絕對會更加實惠。」但經過幾日的銷售後，侯先生驚訝的發現，工展會上被瘋狂搶購的湯包類產品在內地居然遭受「冷遇」，購買者比預計少了一大半。

記者採訪發現，來自港澳台地區的商品明顯增多，首次在年貨展上租攤位的香港美味棧負責人侯先生表示，第一次以個人身份在內地展會上擺攤，希望能藉着工展會熱銷的勢頭繼續在深圳吸引更多消費者，增加品牌的知名度。「以前都是跟着香港貿發局北上，這次收到主辦方邀請的郵件後便決心嘗試一下，了解內地對自己品牌的認知度，以及消費心態和喜歡的品種等，預計能有10萬元至20萬元的獲利。」

北上攬客 未來趨勢

在侯先生看來，北上吸客是港食品企業未來的大趨勢，目前華北地區的消費者更欣賞港貨，接受度也逐步增加；華南地區則因為靠近香港，對港貨比較熟悉，面對展銷會上的港貨會抱有試試看、貨比三家的想法，部分還會與在香港賣的貨品進行格價，再選擇便宜的購買。

此外，面對展銷會上此起彼伏的促銷吆喝聲，侯先生感歎不太適應，「國內的銷售人員喜歡走出櫃枱招呼客人，但香港則重視品牌形象，為此，特意在展櫃前張貼香港的獲獎單張，表明是香港的名牌。同時，為引起顧客注意，連擺放在外面的箱子都會弄得顏色鮮艷一點。」侯先生認為，保證產品的品質方可留住客人，過分促銷獲利只是短期效益。

■美味棧負責人侯先生。 郭若溪 攝

■香港英倫貿易公司賣的補品吸引了不少新老顧客。 香港文匯報記者張瀛戈 攝

深迎春花市開鑼 訂單減花滯銷

香港文匯報訊 (記者 郭若溪 深圳報道) 臨近春節，本應是年花暢銷之際，記者走訪昨日啟幕的深圳市第32屆迎春花市卻發現，受政府企事業單位採購減少、經濟形勢不佳等影響，蝴蝶蘭、大盆年桔等年花銷售大減。有花農表示，由於降價促銷，未來將減少種植規模。

花農：虧本逾百萬

在公明鎮花場種植蝴蝶蘭十餘年的談先生（見小圖）告訴記者，今年到花場批發蘭花的客戶大減，花場裡擺滿了還未銷售出去的蝴蝶蘭。由於今年政府機構一切從簡，不再擺設鮮花，所以許多花商一來電話就稱取消訂單。「培育蘭花苗通常要2年時間，去年種植的6萬株全部賣完。今年種的9萬株至今只銷售了4萬株，近四成訂單是在臨近春節時遭遇退單，去年50元一株蝴蝶蘭，今年售價僅25元。」談先生擔憂地表示，現在還有近半貨賣不出去，與去年淨賺50多萬元相比，今年不僅會虧損，金額還會高達近百萬元。

每年春節都是機關事業單位門口、酒店大廳、公園廣場主角的大盆年桔今年也遭遇價格大跳水，「今年只求保本。」種植大盆年桔的曹女士表示，往年銷售的主要是一些機關事業單位，今年遇冷與他們退訂有關。目前只能降價銷售，明年將改變種植比重，增加小盆年桔的數量。」曹女士說。

據悉，今年迎春花市共1,026個舖位，預計人流量將超百萬人次。

■深圳市第32屆迎春花市昨日開鑼，1,026個舖位吸客。 香港文匯報記者郭若溪 攝