

# 44%人料新春增花費 基層：物價升 中產：經濟回暖



上海陸金記瓜子大王總店上午一開舖，便已被前來採買年貨的市民擠得水洩不通。黃偉邦攝



■奚女士由青衣專程前來購買瓜子、花生等年貨。黃偉邦攝

■李女士已光顧陸金記30年有餘，買了800元的瓜子。黃偉邦攝



■調查指44%受訪者表示會增加新年消費，但影響中產、基層意慾的原因卻各有不同。黃偉邦攝

# 利是20元續主打 今年港人派更多

香港文匯報訊(記者 陳錦燕)農曆新年將至，港人今年收到的利是有望增加。一項調查發現，60%受訪者計劃今年每封以20元為主。雖然數額與往年一樣，但出手會較「疏爽」，派出的封數相對增加，25%人亦因此增加派利是的總金額，創5年來新高。另外，44%人預計新年會多花費，其中中產階層指外圍經濟環境回暖，以及對加薪的期望高，遂增加新年開支；基層市民則指消費增加的主要因素是物價上升。較特別是兩者都偏向在家吃團年飯，認為能感受溫馨的家庭氣氛。

## 賀年食品「換代」 求健康買貴糖

香港文匯報訊(記者 曹晨)糖蓮子、煎堆、糖冬瓜，這些傳統賀年糖果，以往都是香港家庭全盒中必不可缺的應節食品。隨着健康意識抬頭，這些高糖分醃製食物漸遭淘汰，取而代之的是健康果仁等食品。至於西式糖果，市民不惜腰間錢，願意花錢買高檔貨，糖果店亦要緊隨時代步伐入貨。有「糧油大王」之稱的港九罐頭洋酒伙食行商會副理事長李廣林表示，隨着經濟不斷發展，市民選擇賀年食品也有了更多轉變。

農曆新年，傳統上都要購買有如吉祥諧音的食品，討個好彩頭，例如蠔或諧音「好市」，笑口常開常開，而年糕則代表步步高升。但時代變遷，加上近年來港人飲食愈加追求健康，許多傳統賀年食品被新式食品取代，李廣林在接受本報訪問時指，象徵「連生貴子」的糖蓮子，演變成現在五花八門的西式糖果，金銀煎堆取代笑口棗，齋菜芋蝦也被瑤柱取代。

### 「中糖」銷量減 果仁趨好賣

正隆行主要以售賣賀年瓜子糖果為主，經理陳傳聲表示，近年來市民在賀年食品的消费模式有所改變，糖蓮子、煎堆等高糖分、高反式脂肪的糖果銷量逐年下降，市民仍然會購買少量傳統糖果，但只是用來應節及拜神，令中式糖果的總體銷量減少。反而果仁類等天然食品，銷量就逐年上升，開心果、杏仁、腰果等佔總銷售量近50%，反映港人的飲食習慣愈趨健康清淡。在西式糖果方面，陳傳聲續指，今年市民較多傾向購買質量較高的糖果，例如高級糖果及朱古力等。

### 加價無礙瓜子銷情 料增8%

瓜子及花生亦是過年不可少的。有逾60年歷史的上海陸金記瓜子大王，在臨近過年，有大批市民前往購買瓜子。陸金記瓜子大王代表包耀華表示，每年都會接到許多海外訂單，要求他們把瓜子、花生等寄給居於海外的長者，讓親人即使遠在海外亦能過上有傳統味道的新年。包耀華指，受到人民幣升值等因素影響，瓜子果仁來貨較貴，該店亦相應調高了零售價，每斤加價約2元至4元。他表示，去年農曆新年前瓜子銷量約80噸，預計今年將有8%的增幅，而新年期間的營業額也會按年上升10%左右。

中國傳統，無論是派利是或攞利是，也同樣開心。香港研究協會於上月底，以隨機抽樣電話訪問方式，成功訪問了1,251名市民，了解他們對利是錢及新年消費的意見。調查結果顯示，受訪者今年平均每封利是的金額比例與往年相同。60%人表示打算今年平均每封利是金額為20元；其次有19%人表示會封10元；表示會封50元的佔10%；封100元或以上的佔6%，而表示「不打算派利是」的則佔5%。

### 增利是「派額」 人數5年新高

調查又發現，25%受訪者預計今年派利是的總金額較往年增加，人數比例按年增3個百分點，創5年新高。香港研究協會總幹事麥燕薇表示，雖每封利是的金額維持不變，但市民今年所攞的利是在「加量」的情況下，整體利是錢可望增加。

另外，麥燕薇指出，調查亦發現，44%受訪者表示會增加新年消費，但影響他們意慾的原因卻各有不同。中產階層認為外圍經濟環境回暖，以及加薪機會較高，故今年新年消費意慾回升。至於基層市民則指消費增加主要受通脹帶動，51%受訪基層市民更稱過年開支對財政負擔造成較大壓力。無論中產階層還是基層市民，54%受訪者都會選擇在家中吃團年飯。49%人認為在家吃團年飯有溫馨的家庭氣氛，認為價錢較為實惠的人佔20%，因未能負擔出外用膳的費用的人則佔19%。



■麥燕薇(右)指，大部分基層市民的消费增長主要受通脹所帶動。陳錦燕攝

調查揭富貧差距較大，大部分基層市民的消费增長主要受通脹所帶動，相信與近期租金及食品價格持續上升有關，顯示基層市民生活質素未見明顯改善，情況值得關注。她建議政府在新年期間，可在社區舉辦更多的賀年活動，營造濃厚祥和的節日氣氛，與基層市民一同歡度春節。

### 調查揭富貧差距較大

麥燕薇分析指，調查反映富貧差距較大，大部分基層市民的消费增長主要受通脹所帶動，相信與近期租金及食品價格持續上升有關，顯示基層市民生活質素未見明顯改善，情況值得關注。她建議政府在新年期間，可在社區舉辦更多的賀年活動，營造濃厚祥和的節日氣氛，與基層市民一同歡度春節。

# 內地豪客減 即食海味搶「無飯婦」

香港文匯報訊(記者 曹晨)年近歲晚，家家戶戶都積極為迎接新年作準備，其中海味乾貨是港人新年期間送禮自用必不可少的一年貨之一。有海味商表示，受內地經濟環境影響，加上內地現時不主張鋪張浪費，內地豪客消費趨趨謹慎，購買目的由過往的豪華送禮改為實惠自用；再加上內地去年11月實施新版《出入境人員攜帶物檢驗管理辦法》，禁止攜帶燕窩入境，燕窩銷量受挫，內地客以往上10萬元的單價已不復見，現時一般以數千元為主。商戶唯有以即食海味吸引「無飯主婦」，盼以「薄利多銷」守住銷售額。

### 受益日圓低水 海味減價

上環安記海味總經理潘權輝表示，今年外圍經濟情況不穩，對整體銷情態度保守，預料營業額可錄得約10%至15%增長。貨價方面，他指出，受到近期日圓匯率持續走低影響，多種日本入口的海味均有降價。他舉例指每斤60隻至70隻的日本北海道刺參，去年售價為每斤9,500元，今年跌至7,300元，跌幅達23%，而日本鮑魚的價格也有約10%的下降。

高檔海味價錢下滑，卻未見得刺激銷情，皆因市民消費意識轉型。潘權輝指出，以往過年許多顧客會購買貴價年貨送禮，但今年此情況有所減少，送禮時會視對方的真實需要。他表示，顧客趨向購買多份平價禮品，送禮自用兩相宜，他舉例指，今年鮑魚、冬蟲草等貴價食材市道較為冷清，而花膠、乾瑤柱、冬菇等則銷情理想，反映本港市民及旅客對消費日趨理智，消費愈見精明。

為吸引消費者就要靠噱頭，有見本港多「無飯主婦」，安記推出罐頭鮑魚、佛跳牆、盆菜等即食海味，一罐售價約300元的即食鮑魚，內含約7隻鮑魚，並用人參湯熬製，吸引不少客人購買。潘權輝表示，要保住營業額，唯有「薄利多銷」，如急凍蝦頭就幾乎以入貨價出售。

### 內地多限制 自用難豪爽

受到內地經濟環境影響，到港辦年貨的內地旅客消費力亦明顯減弱，往年常有的單次消費數十萬的豪客，今年數量明顯減少。他表示今年買海味的顧客，以消費2,000元至3,000元為主，有別於以往主要買來送禮，現時多數買來自用，蟲草等「貴價」已不再熱銷，更多人買的是瑤柱海參等，實而不華的年貨。另外，潘權輝表示，內地海關2010年起，將內地居民入境自用物品的免稅總值上限，定為5,000元人民幣，但近幾年內地居民消費能力逐年增強，因此5,000元人民幣已不足以滿足赴港後的消費支出。

另外，內地去年11月實施新版《出入境人員攜帶物檢驗管理辦法》，禁止攜帶燕窩入境，亦影響燕窩銷量受挫。去年燕窩主要產區豐收，燕窩價格相應下調了20%至30%，但內地海關限制入口影響今年燕窩生意跌幅較大。



■受到日圓匯率影響，許多日本入口的海味已減價。黃偉邦攝

## 書法翁擺檔25載 手寫揮春勝印刷



香港文匯報訊(記者 曹晨)利是、揮春均是農曆新年必備，當中的學問殊不簡單。雖然印刷的揮春，對聯早已大行其道，但始終不及逐張手寫的氣勢和情感。現年70多歲、25年來堅持在旺角街頭擺檔寫揮春的胡伯伯，以傳統書法藝術為喜慶的日子增加氣氛。另有本港的利是收藏家，收集本港由上世紀40年代至今的利是封，其中不乏已絕版的70年代塑膠利是封，定會勾起港人的集體回憶。

### 不僅餬口 精神寄託

揮春、對聯及福字也是過年必不可少的，70餘歲的胡丁強，於旺角砵蘭街開設揮春檔口，25載為港人增添新春的喜慶氣氛。別看胡伯伯年紀已逾古稀，但提筆有神，字跡蒼勁有力，雖然每張

揮春的售價僅為10元，對聯也不過每對120元，從摺紅紙、稀釋金漆、洗毛筆到完成作品，在熙熙攘攘的旺角街頭完成如此耐心細緻的工作，實屬不易。縱使工序複雜，但胡伯伯完成起來卻毫不費力，一副揮春不消5分鐘便可完成。胡伯伯表示，雖然現時印刷業發達，令自己少了許多生意，但對他來說，寫書法不僅是溫食，更是一種精神寄託。

傳統揮春暢銷 移民客幫襯 農曆年前胡伯伯的攤檔生意興隆，記者現場觀察，1小時內已有約10位顧客來訂做或取走訂製的揮春。移民澳洲的洪婆婆表示，在港置辦年貨後要帶回澳洲過年，而傳統的揮

春必不可少；從事建築業的林小姐認為印刷品沒有新意，因此從友人處得悉胡伯伯揮春寫得好，特意由觀塘前來訂做揮春；大學生吳小姐則表示，家中已光顧胡伯伯的攤檔逾10年，今年也不例外，請胡伯伯書寫了金色的「福」字及「出入平安」，祈求來年全家平安如意。

### 收藏家：膠利是封曇花一現

利是可以說在農曆新年最受年輕人歡迎。收藏利是封逾廿年的非牟利文化機構「文化葫蘆」創辦人吳文正表示：1970年代本港塑膠工業蓬勃發展，一度出現了塑膠利是封，但由於塑膠具有難聞的氣味，且容易黏連令燙金花紋脫色，令這種利是封曇花一現，僅風行了約3年至5年就銷聲匿跡。

今時今日的利是封五花八門，市民可以隨自己喜好選擇款式。本土創意公司「大喜慶」，每年均會推出應節的利是封產品。負責人Gerald介紹，為迎接蛇年來臨，公司已推出有蛇概念的利是封，封口處為蛇頭形狀，並加入浮雕效果，給人耳目一新的感覺。

■Gerald設計出有蛇概念的利是封，封口處為蛇頭形狀。曹晨攝