

中秋 專題

香港文匯報訊(記者 郭兆東)中秋月圓高高掛，象徵月亮的燈籠向來都是傳統中秋用品，不過隨着人才凋零及成本上漲，人手製作的紙燈籠已成稀有「寶物」。香港中上環一帶，售賣紙燈籠的店過往曾一度成行成市，但近年卻只剩下數檔仍在經營，所賣的更已由紙紮燈籠變為內地進口塑膠貨，有店主直言「為省成本，現在已沒有人再手紮燈籠」。另外亦有西環紙紮店稱，近年小孩在復古風下一改常態，逐漸喜愛傳統造型的燈籠，令本土風味再起。

人才凋零成本漲 港紙紮店瀕絕跡

手紮燈籠成珍品

古老技藝臨失傳

傳統中式燈籠多以竹竿及紙製成，款式亦多以楊桃、兔子及金魚等具中秋意味的造型示人，不過隨本地紮作人才隨時間而去，近年本地紙紮店再難見到手紮燈籠的蹤影。過往中上環一帶曾聚集多間紙紮店，每逢中秋均會在店面掛上多款手紮燈籠，令整個中環充斥着濃厚的中秋氣氛，可惜時移世易，近年中環一帶已難發現紙紮店，現在更只剩下數檔仍在經營。

進口燈籠售價約60元

其中在石街開檔十載的黎先生表示，紙紮店「執一間少一間」是大社會發展下的必然結果，不再出售紙紮燈籠亦是勢所趨，因「近年已無七人再賣手紮燈籠，無錢賺」，現時只會大批從內地廠房入貨，「貪佢款式夠多又齊，唔駛自己逐個整」。

手紮造價3,000元需時一周

紙紮店後城行負責人杜子送亦表示，由內地進口的燈籠既有傳統款式，亦有新潮的玩具外形，造價每個約30港元，平均每次入貨多達逾200個，一般只會在中秋前的兩個星期開賣，每個售價按燈籠的大小及款式而定，一般由35元至60元不等，若中秋當日天氣良好，可額外刺激銷情。

他又指，現時唯一仍會出售的手紮燈籠，就只剩下下邨及商場內的大型燈籠擺設，平均每個造價需逾3,000元，並需時整個星期製作，但笑言即使所需的工夫再多，但可藉此保留傳統工藝，仍是值得。

搵唔到食 難吸新血入行

對於本港再難找到手紮燈籠，另一紙紮店負責人關先生表示，「仲邊會有人手紮呀」，坦言在本港人才凋零的同時，內地亦正面對同樣問題，「都無人入行，手藝自然會流失」。他解釋指，因燈籠每年只會在中秋節期間售賣，在「搵唔到食」下，難以吸引人才入行及進行培訓；再者，由於內地經濟發展迅速，物價水平及原材料成本同樣飆升，若要有利潤可言，就只能透過工廠大量生產。

雖然燈籠已由人手改為機器製作，但當中的人情味及本土味不減。黎先生及關先生均不約而同表示，現時最受歡迎的燈籠款式，已不再是曾風靡一時的塑膠玩具，反觀傳統造型如金魚、楊桃、兔子及花燈等，成為了小孩子及成人的熱購首選。其中黎先生認為，復古風吹起，或因現已身為人父母的成人，小時候由傳統燈籠陪伴成長，到他們長大以後，為尋回童年的回憶，亦會為自己的孩子購買同款的燈籠，相信復古風可「長吹長有」。

黎先生表示，紙紮店「執一間少一間」是大社會發展下的必然結果。郭兆東 攝

傳統中式燈籠以楊桃、兔子及金魚造型居多，但近年本地紙紮店再難見到手紮燈籠的蹤影。郭兆東 攝

成人選購傳統燈籠，以尋回童年的回憶。郭兆東 攝

提前做節

餐飲業料生意增一成



黃浩昇表示，本周三至周五的訂座較少。郭兆東 攝

香港文匯報訊(記者 郭兆東)中秋佳節做節食飯少不免，但近年不少港人為求方便都選擇外出用膳，帶旺飲食業發展。餐務管理協會主席楊位醒表示，因不少市民會於中秋當日放假外遊，故近年農曆八月初十起就會有人陸續做節，反而只有長者仍然喜歡在正日食飯慶祝。亦有中式食肆表示，雖然今年中秋正日後的訂位情況未算十分熱烈，但已接獲不少市民訂座，相信中秋營業額可按年增長10%。

中秋日訂位未見擠擁

他稱，雖然今年中秋訂座的情況比去年慢熱，要到初五後才陸續有市民預訂，但鑑於最早初十已有市民開始做節，相信今年業界整體情況向好，營業額有望按年增長。他又稱，由於不少市民會在中秋正日前後放假外遊，故提前做節已成近年大眾習慣，令正日當天的訂座情況反而不會過於擠擁，笑言現今只有長者仍會堅持在正日做節，他們毋須大排長龍就可入座，省下不少候候的時間，建議未做節的市民可改在當日慶祝。

名舊酒家飲食集團董事副總經理黃浩昇表示，今年中秋晚膳於上週六開始提供，反而本周三至周五的訂座較少，相信與不少市民已提早做節及正在參與社區中秋活動有關。他稱，「雖然近年食材人工成本上漲，但幸好仍有不少市民支持光顧」，指加上中秋訂座情況正面，相信今年中秋營業額可按年有10%增長。

商場巨型主題花燈吸客

香港文匯報訊(記者 王維寶)中秋佳節，部分市民都會一家大細逛商場，為了吸引更多人流帶動消費，各大商場都出盡招數吸客。觀塘apm今年則邀請本地插畫家小克創作巨型鸚鵡燈籠，又舉辦手機應用程式攝影比賽，期望打入年輕人市場。新地租務總經理馮秀炎表示，今年觀塘apm中秋宣傳推廣費達230萬元，較去年升10%，預計中秋慶期間商場人流可達820萬人次，較去年同期升近15%，生意額則可升近20%。

為了增加中節佳節的氣氛，同時吸引更多市民及旅客前來消費，觀塘apm於中秋兩大節慶，舉辦「apm x 鸚鵡中秋國慶遊世界」，影拍本地插畫家小克創作佔地3,000呎巨型燈籠陣，雲集小克筆下一班搞鬼角色20多款人型燈籠兵團，每盞花燈糅合傳統紮作工藝與潮流插畫文化，包括8呎高的鬼馬肥野鸚鵡及型格花獅燈籠等，可以滿足一眾看慣傳統的花燈的市民的喜好。另外，為配合手機快拍風行的世代，apm以尋找鸚鵡為主題，市民可以將鸚鵡照片拍下並上傳至手機應用程式「Instagram」，便有機會贏得特色獎品。

商場次搞本生活動，以「紅白藍」製作花燈。

apm預計生意額可升兩成

新地租務總經理馮秀炎表示，今年apm中秋國慶宣傳推廣費達230萬元，較去年升10%，當中送出的禮品總值逾60萬元，較去年同期升20%。她預料由9月9日至10月7日中秋國慶推廣期間，商場人流可達820萬人次，較去年同期升10%至15%，生意額則可達2.2億元，較去年同期升15%至20%。

MCP新都城料人流增14%

另外，恒基兆業MCP新都城中心則邀請「紅白藍之父」又一山人以極具香港特色的紅白藍元素，創作「香港團圓」主題大型花燈會，展示一系列以傳統「紅白藍」尼龍帆布人手拼貼而成的花燈，其中一組逾8呎高的巨型「紅白藍」走馬燈由紅白藍帆布物料組合而成，旁邊擺放了利用紅白藍帆布製作的精緻大玉兔燈籠，以及3組充滿時尚感的大燈籠裝置，供市民欣賞和拍照留念。恒基兆業租務部總經理薛伯榮預料商場於9月14日至10月1日中秋推廣期人流可達520萬人次，按年增長12%至14%，預計生意額可達雙位數字增長。

酒庄首推私釀紅酒送禮

香港文匯報訊(記者 郭兆東)中秋送禮向來以月餅及生果為首選，今年一如以往，多間餅店繼續以創新口味作招徠，冀藉此維繫現有客戶並發掘新客源。同時，亦有酒庄首推私釀紅酒送禮服務，容許市民落手落腳按自家口味親自釀製紅酒，再在酒樽上貼上獨有標籤增加紀念價值，直言有公司客戶一次過釀製逾千支，相信可掀起新一輪釀酒熱潮。

生果味月餅吸年輕一族

每逢中秋都是各式月餅推出之時，不過市場上月餅款式多如繁星。為方便市民一次過試過各種月餅口味，有商場集合近20間月餅商，舉行「香港中秋美食節2013」，令市民可一次過買齊應節所需。

其中有份參展的榮華餅家表示，今年除經典雙黃白蓮蓉月餅外，公司為針對本港及內地消費群，亦推出多款特色奶皇月餅及豆沙月餅，相信今年月餅銷量可按年增近10%。鴻星食品有限公司則指，今年為迎合着重健康的新一代，亦特別推出多款迷你月餅，吸引後生月餅「一口吃完，不怕肥膩」。除傳統甜味月餅外，今年生果味月餅亦帶起另一股港人喜愛的熱潮，其中首次推出貓山皇榴槿冰皮月餅的醉榴香，就絕對可為喜愛果王的市民。

貼獨有標籤增紀念價值

近年興起的自釀紅酒，就適合喜愛創新的市民。金瓊庄酒業董事曾兆華表示，以回收後的酒樽釀製可加入個人口味的私房酒，消費者可從百多種濃縮葡萄汁，加上酵母、橡木屑和其他釀酒原料如檸檬、桂花及胡椒等，按自己喜愛的口味一手一腳釀酒；同時，消費者亦可將酒樽上貼上獨有標籤，相信可增加紀念價值，亦可保留起來重複盛酒或作多用途盛器用。

他稱，口味較甜的自釀紅酒，用作送月餅口感一流，直言已有不少市民在中秋前3個月預訂釀製時間，其中有公司客戶一次過釀製上千支，相信可掀起新一輪釀酒熱潮。



有酒庄推出自釀紅酒服務。郭兆東 攝