香港文匯報訊（記者 劉雅艷）歲末將至，旅遊業界及餐飲業界一致看好聖誕、元旦期間的市道暢旺。不論是每位索價近3,000元的「富豪大餐」，還是數百元的中價自助餐，均早於月中爆滿。香港餐飲聯業協會估計，聖誕節餐飲消費額按年上升5.5%，高達95億元。為在黃金檔期分一杯羹，有酒店以新嚟頭搶灘，如與芬蘭旅遊局推出「傳統芬蘭聖誕體驗」、上演聖誕芭蕾舞表演等。

■不少市民早已計劃與親朋戚友大快朵頤。 九龍酒店供圖

港人三千蚊位照訂滿

中價自助餐月中已無位 消費額升5.5%達95億

聖誕「擦餐勁」

■多間酒店以新嚟頭為聖誕錦上添花。 洲際酒店供圖

聖誕節總令人有大破慳囊「食餐好」的衝動，不少市民早已計劃與親朋戚友共享豐盛一餐。香港餐飲聯業協會會長黃家和表示，影響食肆訂價的3大要素，即租金、食材價格及人工，今年的升幅不大，故今年酒店聖誕大餐整體平均加幅約5%，較去年10%增幅小，「部分高級及特別食材，例如火雞價格平穩，但食肆都不敢將全數上升的成本轉嫁予消費者，擔心影響生意」。

租金人工升幅小抑加價

然而，加價並未有嚇退捧場客，多間酒店的聖誕餐介乎每位逾450元至近3,000元不等，通通有價有市，早於本月中已全場爆滿。黃家和指出，當中以每位450元至800元的自助餐最受市民歡迎。他預料今年市民平均消費約680元，消費力屬中間水平，「本港經濟放緩，聖誕節餐飲總消費額升幅，不如2010年及2011年錄得雙位數升幅，只較去年上升5.5%，達95億元」。

爭取時間 11月初已推廣

本報記者發現，有酒店把推廣期提早至11月上旬開展，以爭取更多時間吸納消費者。此外，有酒店把一般為期3日（12月24日至12月26日）的聖誕自助餐期，延長5日（12月22日至12月26日）；亦有自助餐由下午5時半開始，分兩輪應市。

除了享受豐盛大餐，亦有多間酒店搞搞新意思，推出多項周邊聖誕活動，錦上添花。九龍酒店與芬蘭旅遊局合作，引入一系列正宗的芬蘭聖誕元素，如預訂聖誕自助餐之顧客可獲得節日明信片一張，酒店會替客人轉送明信片到羅凡涅米聖誕老人村的聖誕老人，並蓋上全球獨有聖誕老人印章及郵票，再寄回客人手中。

香港文華東方酒店會為客人派發熱烘烘的炒栗子，及上演芭蕾舞表演。而洲際酒店及半島酒店會舉行薑餅曲奇義賣，並把所有收益撥捐予「新生精神康復會」及「Gawad Kalinga社區發展基金會」，為聖誕增添意義。

■九龍酒店與芬蘭旅遊局合作，替客人轉送明信片到羅凡涅米聖誕老人村。 九龍酒店供圖

海運燈飾

■每年聖誕節，本港各大小商場都以不同主題佈置聖誕裝飾，令四周充滿濃厚節日氣氛。海港城將於平安夜(今日)在海運大廈露天廣場，舉辦4場飄雪特別版聖誕燈飾表演，屆時更會於商場不同地方舉行連串活動，與市民一同歡度佳節，並齊齊倒數迎接聖誕。

文：張文鈴
圖：彭子文

商場2,000萬宣傳料吸3億生意

香港文匯報訊（記者 張文鈴、王維寶）聖誕節是購物旺季，不少市民都會趁佳節購買禮物，向至親送上祝福，從而帶旺本港消費市道，因此每年聖誕，香港各大小商場都布置得充滿節日氣氛，希望吸引人流。有大型商場表示，看好今年聖誕市道，今年斥資過千萬元作為聖誕宣傳推廣，預期可為商場帶來逾3億元的生意；亦有商場表示，預期今年聖誕有15%的人流增長，相信能帶旺店舖的生意額。

新鴻基地產代理有限公司租務總經理馮秀炎表示，預期觀塘apm本月人流可達1,200萬人次，較去年升約10%至15%；生意額則可達港幣3.1億元至3.3億元，較去年升約15%至20%。她又表示，預計聖誕高峰期，即12月21日至26日，apm人流更會高達200萬人次，較去年升約10%至15%；生意額則達港幣5,900萬元，較去年升約15%至20%。

apm首設內地客「演唱會團」

另外，今年apm首創「潮賞演唱會內地旅客購物團」，於聖誕期間計劃招待80團至100團，合計約4,000人至5,000人，預計內地旅客人均消費約4,800元至8,000元，可為商場額外帶來1,900萬元至3,000萬元消費額，較去年升10%至15%。

馮秀炎表示，今年聖誕宣傳推廣費亦創歷年新高，達2,000萬元，較去年升近10%，當中裝飾佈置費用約600萬元，較去年升近15%。apm今年以「apm Santa Bear潮流聖誕城」為聖誕大型佈置主題，並邀得日本設計大師中野史郎及本地創意舞台設計師Benfi Sum合作，打造成6,000呎最「熊」潮流聖誕城，同時設有5大潮流藝術裝置，包括「機動Santa Bear吊車」、「金寶罐音樂聖誕樹」、「一拍成名攝影長廊」、「型格Santa Bear復刻車」及「百變Santa Bear珍藏館」。

另外，鑽石山荷里活廣場今年的聖誕推廣宣傳費增加15%，達100萬元，商場預計，今年聖誕期間人流將逾400萬人次，比去年同期升10%，生意額將高達逾3.8億元，按年升15%，其中食肆最為受惠，其次為時裝、電器及護膚品等商戶。

荷里活廣場於聖誕節期間推出「體驗夢工場冬日冰之巡禮」，佔地近3,000呎的場地內設有大型主題節日裝飾，訪客除了可與《史力加》、《功夫熊貓》及《荒失失奇兵》等一眾動畫明星會面及合照外，會場亦會展出一眾動畫人物的一比一立體公仔供市民拍照。場內的兒童玩樂專區於周末及聖誕期間，分別設有DreamWorks動畫人物配對遊戲以及DreamWorks兒童工作坊，兒童在完成作品後，可將作品帶回家收藏。

新城市燈飾展現文藝復興

沙田新城市廣場於今年聖誕節佈置投資了2,200萬元，聘請來自意大利的燈飾建築大師，設計「光是浪漫」聖誕燈影藝術裝置，商場預期活動舉行期間，有助刺激商場整體人流及生意額上升15%。「光是浪漫」聖誕燈影藝術裝置，仿效15世紀佛羅倫斯的文藝復興古典建築風格，以逾10萬顆紫色及粉紅LED燈，營造震撼視覺的光之建築藝術，包括全長4,450呎、高11米的星夜教堂幕牆，及星光長廊、光轉木馬樂園及星爍穹頂天幕。

港人出埠 內地客少 零售睇淡

香港文匯報訊（記者 文森）不少港人都於今年聖誕假期外出旅遊，或會影響本地零售業的銷情。香港零售管理協會主席麥瑞琼表示，今年業界大多看淡聖誕節的零售銷情，預期只有單位數字增長；預計明年全年亦只有10%至12%的低雙位數字升幅。她解釋，由於聖誕節假期內地訪港旅客一般較10月黃金周少，加上明年1月底就會是農曆新年，未能分散消費力，聖誕市道可能不及想像中理想，預計第四季總營業額會上升7%至8%。

她表示，聖誕節不是內地的公眾假期，但一些內地的年輕人也願意請假來本港過聖誕節，因為本港的聖誕節氣氛始終較內地濃厚。她指「內地消費者越來越西方化，雖然內地商場現在也會布置聖誕節，但始終不如香港，香港商場的聖誕節裝飾的確是數一數二」。

麥瑞琼又稱，本港聖誕節的確較黃金周更有旺季效應，但因為國慶黃金周假期後，來過本港的內地人可能會考慮去外國旅遊，加上不少港人於聖誕假外出旅遊，少了部分人留港消費，因此對零售業的銷情期望不高。

麥瑞琼料營業額升7%

她說，對於本港第四季零售業表現依然較保守。由於去年第四季零售市道很普通，去年10月至12月本港零售業貨值按年分別僅增加4%、10%及9%，但明年1月底就會是農曆新年，未能分散消費力，聖誕市道可能不及想像中理想，預計第四季總營業額升7%至8%。她指，年底消費很依賴內地短途個人遊旅客，今年冬天多雨，易打消旅客出行計劃。

麥瑞琼強調，不同行業的表現也會有參差，如百貨公司一般到第四季表現都不會太差，加上目前來港的個人遊主要來自內地非一線城市，這類遊客偏好一站式購物，所以百貨公司及大型商場應能受惠。不過，珠寶商第四季未必能「再跑出」，首三季業績因為「搶金潮」十分亮麗，去年第四季基數也偏高，所以目前稍為調整也合理。

◀馮秀炎表示，今年apm聖誕宣傳推廣費達2,000萬元，創歷年新高。 張文鈴 攝

▲麥瑞琼表示，聖誕市道可能不如理想，預計第四季總營業額升7%至8%。 彭子文 攝