

燈吊賣呢騎 薰香售節腦

網購區淪雜貨散蟹場 市民批家電檔「不倫不類」



電腦通訊節展期昨日最後一日，商戶為促銷不惜劈價銷貨，吸引大批市民趁機執平貨。 郭兆東攝

香港文匯報訊（記者 郭兆東）電腦通訊節本為推動業界發展及以低價吸引市民搜羅心水電腦貨品，惟今年場內湧現多檔家電用品，連文儀用具及保健食品亦有出現，令通訊節變為「特價散貨場」。本報記者昨日發現，場內不乏與大會主題風馬牛不相及的貨品，包括電動馬桶、香薰及洗衣機等，參觀市民對此評價好壞參半，認為貨品多元化雖方便購物，但亦增加場內人流妨礙真正購買電腦產品人士。有關商戶則指，參展只為作宣傳效用，相信不會影響大會。

香港電腦通訊節經過4日展期，終於昨日完結，意味暑假檔期的公眾展覽踏入尾聲。今屆通訊節大會料可吸引逾70萬人次入場，昨日場內多個商戶為銷貨紛紛劈價，多個檔位人頭湧湧。為進一步吸引市民進場，大會亦特設網購體驗區，市民只須在區內揀中心水貨品，只需用手機內的圖像掃描器，掃描貨品價錢牌上的快速響應陣碼(QR碼)，便可將貨品加入購物單，再於結算時一併付款。

香薰吸女客 商戶料不影響大會

雖然大會旨在推廣網上購物，但區內貨品多以家品為主，包括麵食、沐浴用品甚至護膚品，與大會主題南轅北轍。另外，本報記者在場內發現多個明顯與「電腦」及「通訊」元素無關的攤位，當中包括在電腦檔中穿插的香薰店。負責人昨日透露，今次參展是因應不少市民入場選購電腦有關貨品時，大多是情侶及一家人，當中通常只有男性對電腦有興趣，故特設香薰售賣以吸引女性客。負責人續指，大會隨入場券附送10元、50元及100元不等的現金擦擦卡，若參觀市民對場內貨品不感興趣，但又不想兩手空空及浪費現金券，「平價香薰價錢合適，又方便送禮，正好滿足有關市民的購買心態」，認為此舉有助品牌宣傳，又相信不會影響大會。

「家品部」吸引大批師奶圍觀

遊走場內遠離大型電腦攤檔的一角，記者赫然發現「家品部」存在，當中砵板、刀具、電子燒烤爐、電子磅及洗衣機樣樣齊全，引得大批師奶圍觀。同時，售賣家用吊燈及擺設的商戶，出售不同造型的燈具及裝飾，連小童卡通文具套裝亦放於當眼處出售，負責人昨日承認是為「散去存倉已久的蟹貨」。有市民直指有關安排猶如將電訊節視為平貨特賣場。

擺出電動馬桶極顯眼

另外，在廚具檔旁邊更有一檔浴室用具，商戶擺出的電動馬桶尤其顯眼，隔鄰的攤檔亦擺出「紐西蘭野生鹿肉迎中秋」的易拉架作宣傳，途人經過都投以奇怪目光。每年都會進場購物的梁女士昨日表示，電腦通訊節售賣家電「不倫不類」，即使對家庭而言是個節日購物好去處，但對一心入場獲取最新電腦資訊的人士而言，增加家具攤位，等同減少與電訊有關的檔戶，認為市民選擇少了，質疑大會只是在充撐場面才容許家具商戶駐場參展。



場內不乏與大會主題風馬牛不相及的貨品，包括電動馬桶、香薰及洗衣機等。 郭兆東攝



有相機用品檔亦擺出「紐西蘭野生鹿肉迎中秋」的易拉架作宣傳。 郭兆東攝



場內發現多個明顯與「電腦」及「通訊」元素無關的攤位，當中包括在電腦檔中穿插的香薰店。 郭兆東攝



有商戶出售小童卡通文具套裝，負責人承認是為「散去存倉已久的蟹貨」。 郭兆東攝

你推廣我掃貨 賣家買家雙贏

香港文匯報訊（記者 郭兆東）電腦通訊節展期昨日最後一日，商戶為促銷不惜劈價銷貨，吸引大批市民趁機執平貨。有商戶認為，今年參展接觸到不同層面的客戶，包括學生、廠商及上班族，營業額早已達標，宣傳已見效用。亦有市民表示，場內貨品齊全，即使價錢較另一電腦節稍高，仍低於市價，認為有吸引力。

「要錢不要貨」欺騙物人潮

香港電腦通訊節昨日完結，大小商戶為促銷，早於前日已開始劈價攻勢，紛紛以「要錢不要貨」的態度吸客。其中現場出售的手提電腦，會場優惠價維持在3,500元至5,500元左右，本身已較市面售價便宜約10%，但到昨日商戶進一步調低售價，每部額外再減300元至400元不等，部分售價更高電腦的減幅更大。有負責人昨日指，今年參展的市場反應良好，到最後一日仍出現購物人潮，相信市民是看準機會希望場內「執平貨」，營業額早已達標。

另外，場內大賣的電腦熒光幕繼續備受熱捧，部分32吋熒光幕本以1,499元出售，到昨日以再九折的優惠推出，甚至有市民以現金價1,350元購入，顯得格外開心。此外，電腦配件亦一一減價，其中有新款配備7核心的手提電腦減價至4,080元，並倒數最後兩部，可見相當受歡迎；2TB的外置硬碟亦由原價779元，相繼減至769元及759元，商戶更高呼「買得多減得多」；亦有平板電腦原標榜「秒殺價」399元，其後減至299元，商戶改價錢後隨即吸引不少市民問價。

立體打印「試水温」滿意市場反應

首次參展通訊節的立體打印機負責人昨日表示，今年參展主要為宣傳及測試市場反應，又指展期內接觸到學生、教師、設計師及廠商，均表示對打印技術感興趣，日後希望能有合作機會，故認為參展的目標已達到。

初次進場就買了遊戲用耳機的殷同學昨日表示，預備了約數百元到場消費，認為場內貨品比市面便宜，當中尤以電腦配件及遊戲便宜約數百元。他續指，下年或會考慮再到通訊節掃貨。

舒適勝腦場 市民嫌編號亂

市民陳小姐昨日亦表示，上周五已逛過電腦展，並早已決定購買一台新的打印機，惟當日仍有下場活動，故留待昨日再入場購買。她認為，深水埗的腦場電腦節過飽，會展攤位間的空間較大，即使場內價錢較另一電腦節稍高，仍低於市價，故寧願到訪電腦通訊節。不過，她批評通訊節的攤位編號並非以順序排列，「大會派發的地圖又沒有指明小攤位編號，走了兩圈仍是迷路」，直言令人難以尋找目標攤位，希望大會明年會有改善。



陳小姐表示，入場為購買新的打印機。 郭兆東攝

殷同學表示，認為場內貨品比市面便宜。 郭兆東攝

抄功課「神器」 多人睇無人買



有攤位出售「抄功課神器」。 郭兆東攝

聚集，指手畫腳狀甚興奮，記者一探究竟下發現，原來攤位正在出售全新的「抄功課神器」，標榜「抄圖畫、抄字準」，堪稱「全場最強、正宗神器」。

滑鼠掃文件 識別顯榮壽

負責人昨日指，神器是一隻滑鼠，原理是底部裝有掃描窗口，只需在文件上掃描，就能儲存將所需區域的文字及圖片，其後在編輯軟件中進行編輯。負責人又指，掃描後的文字可識別為多款常用格式，包括文字檔、結算表及圖片檔，同時神器能識別180種不同文字，只須連接電腦即可使用。雖然負責人不斷吹噓神器有多能幹，但似乎只能吸引市民圍觀，記者觀察近半小時，都未見有市民購買，相信商戶要多落牙力，才能將貨物售出。

電腦商會接招「淋冰水」

香港文匯報訊（記者 葉佩妍）「冰桶挑戰」成為全城熱話，香港電腦商會認為此行動意義重大，決定接受挑戰，昨於灣仔金紫荊廣場一起淋冰水，並捐贈1萬港元予香港肌健協會。

香港電腦商會主席鄭杏霞昨日表示，業界舉辦「香港電腦通訊節」時獲得少許盈利，雖然數目不多，但仍可為弱勢社群出一點力。 彭子文攝



適逢昨日「香港電腦通訊節」閉幕，12位業界人士一起於灣仔金紫荊廣場接受「冰桶挑戰」，更引來不少遊客圍觀。 郭兆東攝

殘障人大專生 齊首嘗老闆癮



張凱盈(右一)表示，他們參與比賽，是希望社會給予聽障人士更多工作機會。 葉佩妍攝

專院校及機構的年輕人參與。香港電腦商會會長陳偉航昨日表示，現時香港的營商環境充滿挑戰，年輕人要創業並不易，是次比賽能讓有志創業的青年學習做生意的技能及知識。本屆共有8隊參加者，其中一隊是來自「龍耳」的一班聽障人士。為證明聽障人士也能靠自己的能力於社會上立足，甚至做生意，他們參與比賽，並擬設名為「生意與『聾』」的3D攤位，主要售賣3D筆及他們製作的3D產品。註冊社工張凱盈昨日表示，他們參與比賽不是以盈利為主，而是希望帶出一個訊息，「其實很多聽障人士充滿創意，社會應給予他們更多工作機會。」

聽障人士設計強 當當「設計師」

張凱盈續稱，聽障人士本身的设计能力很強，亦有不少人是設計系畢業，但只是因為他們的聽力較差，所以不被重用。張又指，是次聘請了8個至9個聽障人士，他們主要負責設計及畫畫，而一些弱聽的人士則負責銷售工作，亦有一些手語翻譯員從旁協助。有份參與是次比賽的陳綺華是一名弱聽人士，曾就讀時裝設計，但一直以來只是從事文職及活動助理。她昨日表示，因為弱聽的問題，令她較難學習英語及普通話，所以較難與人溝通，令她沒有機會從事時裝設計的工作。然而，透過是次比賽，她終有機會發揮創意，一嘗當「設計師」的滋味。

大專生「和服」招客噱頭佳

要在眾多的攤檔中突出而後，除了貨品便宜外，還需一些噱頭。另一隊參與比賽的隊伍「Linkage」來自嶺南大學社區學院，他們想先以「和服」吸引顧客，再提供專業的銷售服務的念頭。其中一名參加者關爾爾昨日表示，最初選擇穿着和服宣傳，是為了配合他們售賣的品牌，想不到此宣傳效果真的能吸引顧客，亦比他們想像中的效果好。第一次參加比賽，關爾爾認為過程相當辛苦，最初甚麼規矩也不懂，又要到處找供應商。但她慶幸一直有學校的支持，終成功完成比賽，更獲得「現場最佳匯報獎」及「最佳網上媒體宣傳獎」，令她有一個難忘的營商經驗。