



12月25日，「第12屆香港冬季購物節」開幕。圖為場內人氣爆滿，超過550個攤位為大家搜羅各種物品。中通社圖片

# 冬日美食手爽人滿袋滿

## 「精明眼」排通宵決戰「一蚊夾」 展商料營業額增長逾一成

### 韓風吹 地道韓食熱賣

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)韓流熱潮一直停不了，年中各大展覽均見韓流蹤影，而美食節更加不能例外。主辦單位將各類美食分門別類，其中韓潮食品區人流摩肩接踵，是全場其中一個最熱鬧的區域，不論零售批發商、韓式雪糕、傳統食品均欲以最特色的地道韓食在本地競爭激烈的美食市場闖出一盞天。



J筒形雪糕。記者彭子文攝

一間韓國零售入口商繼早前的美食博覽後，再接再厲於冬日美食節參展，該公司營運經理歐陽海宏認為，港人接受力高，現時坊間颯起「韓風」，市民可能從電視娛樂節目上見到地道韓式小食，「我們的食物貌似非常美味，令他們心態上也容易點接受韓國食品。」他透露暑假檔期的美食博覽有3天是平日，冬日美食節碰上聖誕假期，相信可吸引更多人前來購物，「聖誕氣氛令顧客容易點買東西，又是假期，估計營業額會比美食博覽高。」

#### 正宗J筒形雪糕再旺場

Delimanjoo 老闆 Keynes Shin 是正宗韓國人，他將上次於美食博覽「享負盛名」的J筒形雪糕二度引入，該款雪糕外層為脆粟米筒，店員往筒內注入不同口味雪糕，昨日大受市民歡迎，長期有數十人圍着攤位排隊。Keynes Shin 指出，J筒雪糕在韓國年輕人間非常流行，認為港人對此產品反應理想，尤其雪糕的意念及形狀特別，更能引起港人注意，昨日下午已售出逾千支雪糕。他更打算在香港開門市，旺角及銅鑼灣是考慮地點之列。

#### 魷魚泡菜 一新港人味蕾

阿豬媽泡菜的韓國人老闆 Paul 曾在台灣念書，說得一口流利國語，他指今年市民的消費力比較高，沒有調整價格下生意亦比去年多30%，同在工展會檔位的他指該地也有差不多增長，預期今年營業額可達到目標。他覺得可能香港人看韓劇多，在衣食住行上受韓國潮流影響，而且香港人「很會吃！」不少人去過韓國旅行，故面對韓流食品市場的競爭也不感有威脅，「不會有競爭，商戶各以不同食品作賣點，相信客戶會選擇。」他指昨日下午已賣1,400多樽泡菜，今年更引入魷魚泡菜，一新港人味蕾。

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)雖然昨日為本港20年來首個錄得有雨的聖誕節，但位於灣仔會展的「冬日美食節」及銅鑼灣維園舉行的工會會卻依然熱鬧非常，為港人帶來豐富的購物節目。昨日正式開幕的「冬日美食節」吸引大批市民下午蜂擁而至，會場內擠得水洩不通。有參展商今年搞搞新意思，推出半分鐘以一元「任夾」名貴食材的遊戲，每日送出逾5,000元貨品與眾同樂，有市民早於前一晚已到場排隊，勢要將和牛、龍蝦等貴價品「據為己有」。參展商普遍對今屆銷情感到樂觀，保守估計營業額較去年增長逾10%。

連5天的「冬日美食節」昨晨10時開鑼，最受「請飲講食」的香港人化身「最抵精明眼」，趁首日假期與家人湧往美食節打算入手最優惠貨品，在會場開放前已有數十名市民聞風而至在門外等候。

排頭位的葉先生與兒子早於前一晚通宵排隊，事前打算在兵家必爭之地的「決戰『一蚊夾』」攤位中夾到7隻、8隻龍蝦，最終僅夾得3隻作結。有女士指參展商提供的夾「夾唔實」食材，「出術」用手把食材扔進籃裡，不過未被展商阻止。

#### 半分鐘夾獲6隻龍蝦2包和牛

「決戰『一蚊夾』」的參展商Prime Food市場主管陳永聯表示，「任夾」遊戲每日預10個名額，先到先得，每天預留價值5,000元貨品讓來賓隨便夾，限時30秒。「夾功了得」的市民，不只可獲原價88元的龍蝦，另也有西班牙黑毛豬午餐肉、白毛豬午餐肉、法國鵝肝醬、和牛片等任君選擇。陳永聯指昨晨甫開場已有逾20名市民湧向其攤位前，對反應熱烈感到十分驚喜，而昨天最厲害的一位男士在半分鐘夾得6隻龍蝦及2包和牛，價值逾800元。

#### 展商冀市民盡興玩氣氛開心點

他續指，公司有見前陣子整體社會氣氛呈低迷，故

### 日售千隻10元鮑 市民提早辦年貨

香港文匯報訊(記者 袁楚雙)有市民颯準美食節食品折扣，打算在美食節「買少許年貨」。但昨日所見，海味店的試食十分受市民歡迎，但購物的人卻不算多。陳先生與太太趁節日假期，第一年來到美食節，他們排隊差不多半小時才可以抵達會場內，認為現場有很多美食，也有見這類展覽的價格比較便宜，所以順便辦年貨。

#### 加租一成 海味店盼旺市幫補

華泰海味第二年進駐美食節，負責人林先生直言，首日而言暫未達預期目標，他在攤位所見昨日人流與去年首日比不算多，而且購買的人數少。該店推出10元一口的招牌貨鮑魚，預留每日1,000隻出售，昨日下午4時許已售800隻，他認為銷情暫時不算突出，「可能首日的顧客多持觀望

希望與顧客突破單純的銷售關係，設計遊戲讓大家玩樂，「我們也希望整個香港的氣氛開心點，大家可以感受玩的過程，又可以拿多點貨品離開。」他估計，今年天氣凍，其主力出售的凍肉貨品會較暢銷，料生意額可較去年上升60%，「尤其聖誕這些節日，市民的消费力也高一點，下午時段人流比去年上升10%。」他對未來幾日的銷售額十分樂觀。

#### 每日首100名客免費歡「粒粒雪糕」

近年以「分子雪糕」起家的品牌Lab Made今年首次加入美食節戰團，並向每日首100名到訪顧客免費派「粒粒雪糕」，昨日僅15分鐘內已經派完。市場活動策劃黃國安指出，在美食節推出的香蕉朱古力及士多啤梨配意大利黑醋2款「粒粒雪糕」皆為新口味，僅限會場發售，每杯惠惠30元，比門市便宜9元至14元。

他表示，公司創業兩年多來一直着重味道上的創新，今次想帶新鮮感予客人，於是妙想天開改變呈現出來的固有形式，加上多年前「粒粒雪糕」曾是港人的大熱食品，希望藉此讓客人重拾回憶。綜觀會場內，下午時分多個提供試食的熟食檔均人頭湧湧，多個參展商指人流比預期中理想。大會預計，今年可吸引約110萬人次入場。

態度，想在最後一天才出擊擄平貨。」他指今年會場加租10%，保守寄望「今年生意額會較去年升10%，都不敢估太多，希望升幅可補貼場地加租。」

另一間海味店的負責人梁先生則認為人流頗理想，但第一日未敢預測銷情。他表示，有市民辦年貨，展場內售價較坊間便宜約10%，「希望營業額較去年增長10%，但主要還是希望透過展覽推廣品牌予市民認識。」

市民林小姐首次入場時半小時排隊才成功進場，她認為展場購物的選擇比想像中多，並有大量美食可供試食，因天氣欠佳之故決定捨棄戶外進行的工展會。她選購的貨品黑蒜頭亦比坊間便宜約30%，直言普通貨品雖然不算十分便宜，「但有些東西的確值得買。」

已突破原有目標，暢銷產品如梳打餅亦多次補貨。

不過，並非所有攤檔的生意都不受天雨影響。售賣海味的中華廚房有限公司營業代表鄭浩民表示，顧客人流雖不減，但消費意慾明顯下跌，「你看很多人都普通逛街，手上沒拿東西，加上我們賣的貨貴，顧客都怕弄濕，寧願下次買。」

拖着一個大行李袋、與兒子及4名朋友特地從澳門來港逛工展會的林小姐表示，到場不久已花2,000元購買羽絨，認為會場內的款式較多，又打算買海味辦年貨。但她坦言對下雨感到失望，「很麻煩，拿着雨傘不方便」，影響消費意慾。

除了乾糧、海味、戶外服飾以外，工展會亦有售保健產品、廚具及家庭用品等。不少市民為享有較大折扣優惠，都不怕提重物，用手拉車拉着幾款廚具離開。德國寶(香港)有限公司董事長陳國民表示，累計生意額已較去年升逾20%，單是公司皇牌產品光波爐已賣出千多個，對銷情感到滿意。

「粒粒雪糕」。記者彭子文攝



「一蚊夾」。記者彭子文攝

### 第12屆香港冬日美食節

開放時間	2014年12月25日至28日(上午10時至晚上9時)
	2014年12月29日(上午10時至晚上7時)
地點	香港會議展覽中心3號館
入場費	20元*
部分重點活動	「決戰『一蚊夾』」、星級廚房、Lab Made免費派雪糕

### 第12屆香港冬季購物節

開放時間	2014年12月25日至27日(上午10時至晚上9時)
	2014年12月28日(上午10時至晚上7時)
地點	香港會議展覽中心1號館
入場費	20元*

\*入場費已包括美食節及購物節  
資料提供：香港亞洲展覽(集團)有限公司  
製表：香港文匯報記者 袁楚雙

## 步雨工展會 防風防水貨走俏

香港文匯報訊(記者 陳敏婷)受天雨影響，向來在聖誕假期期定必人頭湧湧的工展會昨日人流一般，而且愈夜愈少。不過，一場「攔門雨」卻令售賣防風防水外套的攤檔生意不跌反升，更有顧客即買即穿防水爬山鞋。有售賣零食的檔舖則擠得水洩不通，讓東主感到非常驚喜，又指過去十多天生意較去年增加20%。不過，有賣海味的商家嘆生意大減，顧客消費意慾微弱。

度過溫暖的平安夜後，昨日聖誕節雨下不停。天公不作美，連帶工展會的人流亦不如過往聖誕假期般人山人海，隨雨愈下愈大，人流亦愈來愈少，有市民口中抱怨，「下雨行不到，不如走吧。」

#### 落雨有驚喜 顧客即買即穿

雖然這場雨打擾了不少市民購物的興致，但有商戶的生意不跌反升。售賣爬山服裝，包括防風防水外套、羽絨及防水爬山鞋的卓雅國際有限公司零售及市

場部經理梁先生表示，過去十多天生意較去年增5%至10%，但昨日單日升幅8%，對好銷情感到非常驚喜，「雨下不停，原本怕無人來，但原來我們的貨品對顧客來說是『落雨唔晒』，不少人都即買即穿。」

售賣皮鞋及休閒鞋的悅運有限公司負責人蕭先生表示，雖然人流明顯減少，但多了一批新的顧客，「下雨天有很多工作人員來買，他們把鞋子穿破，襪子全濕，就來買鞋買襪。」

#### 撐傘人龍試食「紅豆銅鑼燒」

環觀全場，昨日最人頭湧湧的商店可算是江戶貿易公司(EDO)。不斷有逛工展會的市民被EDO即製紅豆銅鑼燒的香氣吸引，撐着雨傘排隊試食，人龍持續長達數十人，不少人更隨即購買數包銅鑼燒，店內亦堆滿買零食的顧客。

EDO市場經理黃先生表示，對下雨天仍有大量人流感到意外，生意完全不受影響，整體較去年增加20%至30%，



市民冒雨逛工展會。劉國權攝