

Merry Christmas

■責任編輯：郝原
■版面設計：黃力敬

香港文匯報訊(記者 翁麗娜) 普世歡騰的聖誕節假期昨日展開，不少港人均趁3天假期到鬧市感受節日氣氛，加上昨日天公作美，維園工展會吸引大批市民魚貫入場，擠得水洩不通，消費氣氛熾熱，有內地旅客在場內「豪擲」3萬元「掃走」4斤印尼原隻燕棧。多個參展商均表示，聖誕節人流明顯較早前多，旺丁亦旺財，但預計整體營業額難突破去年。有參展商表示，雖然大額入貨者不多，但「密食當三番」，有信心今年可維持去年達7位數字(百萬)的生意額。

聖誕天作美 工展丁財旺

檔主有信心維持百萬生意 嘆惜內地客減三成

日前本港天氣潮濕，偶有陣雨，幸好踏入聖誕節天朗氣清，昨日無論天后或銅鑼灣的工展會入口，購票位置均大排長龍。場內參展商因應佳節紛紛加推優惠、落地推銷，吸引大批市民「大殺四方」，自攜手推車入場，幾乎成為必需品。

豪客購買燕棧 一擲三萬

著名麵食壽桃牌門前人潮如鯽，市民紛紛搶購多款麵食。壽桃牌(市場——大中華)經理盧家俊表示，因應工展會推出多項優惠套餐，其中以購買100元三袋的「小橋米線套餐」可再獲贈一架手推車、兩包蕎麥麵及一盒鮑魚麵，最受顧客歡迎。他表示，因應新年將至，不少人購買鮑魚麵作送禮之用，但由於價錢較貴，銷情不及其他即食麵。他又指出，雖然「大單」不多，但由於客流量高，有信心今年有7位數字的生意額，與去年相若，但不敢言可以有所突破。

官燕棧負責人余小姐表示，工展會開幕以來生意暢旺，「日日忙到停不了手」。她指出，每年工展會均是市民為「做冬」、「過年」辦年貨的時機，因此公司出售的元貝、花膠及鮑魚等海味均大受歡迎。她表

示，以價值288元的「鮑滿足購物車套餐」最受市民歡迎，每日限購20套，截至昨日下午只餘下約5套。她續說，今年最高價單為3萬元，由一位內地訪港遊客購入4斤印尼原隻燕棧。她坦言，今年內地訪港遊客較去年減少近30%，「如果有回這30%，有信心可超越去年的生意額。」

社企銷情不俗 收益助人

專門出售野生菌的聯記號董事總經理黃詩敏表示，早前人流一直不多，直至昨日才回升，但無法與過去數年相比，加上消費者購買模式轉變，多數人花費1,000元至2,000元購物，不如以往般「大手筆」，通常花費7,000元，甚至過萬元不等，故對今年銷情不表樂觀，僅希望保持去年營業額。她估計銷情轉差與內地訪港遊客大減有關，「起碼少20%」。她又表示，因應港人注重養生，今年工展會推出275元的養生套餐，雪蓮子、桃膠及石硤桂圓肉，並附贈食譜教顧客如何烹調，希望成功吸引顧客。

會場內亦可看見社企的身影。明朗服務有限公司市場推廣及傳訊主任丁曉彤表示，擺檔時間只有本月20日至27日的短短7天，時間雖短，但銷情不錯，已賣出近200樽無防腐劑泡菜及約600個糝子，所有收益將用作日後支援公司發展，幫助更生人士、待業婦女及精神復康人士。



■展商黃詩敏表示，因應港人注重養生，今年工展會上力推養生套餐，希望成功吸客。 翁麗娜 攝



■展商表示，有信心今年可維持7位數字生意額。 翁麗娜 攝



■昨日踏入一連三日的聖誕節假期，天公作美，氣溫宜人，工展會吸引大批市民入場。 翁麗娜 攝

香港文匯報訊(記者 翁麗娜) 尚餘一個多月便是農曆新年，不少市民已着手準備利是封。今年第6年在工展會設攤位的印刷公司負責人表示，隨着科技發達便捷，加上後生一輩創意多多、追求特別，「個人化利是封」大有市場；有年輕夫婦更一反傳統，訂做藍色、灰色，甚至黑色為底色的利是封。負責人又預計，今年展期整體營業額可以較去年增加20%至30%。

「咭片皇」負責人陳惠兒表示，年輕夫婦愈來愈多，新一代喜歡突顯個人特色，故此公司早年推出「DIY」利是封概念，客人可下載軟件自行設計利是封，紙質、字形、圖案均可一手包辦。她表示，不少人喜歡在利是封放上家庭合照或寵物照，甚至遇過有夫婦一反傳統，以藍色、灰色及黑色作為利是封底色，「新一代人覺得利是封代表自己，自行設計可以滿足他們的想像。」

將推「潮語」吸「潮人」

陳惠兒續說，公司未來會推出玩味性濃的潮語利是封，印上有趣好玩的俗語如「掂過碌蔗」(非常順利)，或單字如「掂」及「發」等。她表示，今年工展會人流與去年相若，當中不乏平日幫襯門店的熟客，期望整體生意額可較去年增加20%至30%。

她笑言，除了年輕人喜歡特別，部分較「潮」、懂得使用電腦的銀髮一族也會使用他們的服務，例如有一名唱粵劇的顧客，將自己上妝的模樣製作成月曆，再印製數十份派發朋友。

陳惠兒(右)表示，未來會推出潮語利是封吸引新顧客。 翁麗娜 攝

個人化利是封 有望賣多三成

■梁先生：每年聖誕假期與家人逛工展會，裝滿帶來的兩個購物車，豪爽一點過個肥年。

■洪先生：港人到工展會一定會買戰利品回家，價格方面不會計較太多，最重要是款式夠多。 翁麗娜 攝

工展會部分優惠貨品 (即日起至明年1月1日)

攤位號碼	公司名稱	產品名稱	震撼價(港元)	每天提供數量
1B04-06,21-23	余仁生	茉莉銀毫茶(7克x6包裝)	40	50
1B51-58	南北行	蔘之元天字20支(4兩裝)(150克)	4,150(買一送一)	50
2B05-06,21-22	官燕棧	即飲燉湯套餐(320克x5盒/套)	99	30
2C26-27	華潤堂	濃縮靈芝精華(60粒)	199	50
2C40-43	香港米聯企業	七小福購物車套餐(白靈芝菇、蠔油及柱侯醬等)	110	50
3A24	Zooty	Samhouse純牛皮手包	80	5
4C37	廣生堂	雙妹嘜活花止汗劑(60毫升)	15	100
5A56	現代環保	炭、生活竹炭枕頭(舒眠枕及保健枕)	520(買一送一)	50

■註：優惠眾多，不能盡錄
■製表：翁麗娜
■資料來源：廠商會

美食節興即食 懶得買回家

香港文匯報訊(記者 楊佩韻) 開幕首天人流理想的香港冬日美食節，昨日聖誕節正日大收旺場，正午時分已「迫爆」會場，部分攤位終日大排長龍。有售賣日本及台灣美食的攤位負責人指雖然同類產品競爭激烈，但卻生意大好，較去年同期上升30%，相信是推出新式食物成功「吸客」所致。有海味店推出花膠碗仔翅，單是一個下午已售出逾400碗，並稱市民到場愛即食，不愛購買回家，消費氣氛不如以往熱切，寄望小食銷情可拉上補下，幫補生意。

排隊半粒鐘買一口和牛

第十三屆香港冬日美食節由本月24日至28日於灣仔會展3號館舉行，前日開幕首天人流一般，就連一元鮑魚也沒人到場搶購。不過，「愛吃」的港人趁昨日聖誕節正日湧往美食節，將美食攤位附近兩旁的道路擠得水洩不通，較受歡迎的是售賣日本熊本一口和牛、蟹蓋飯及一串魷魚的美食攤位。萬樂福有限公司發言人羅兆業表示，食品售價介乎25元至40元不等，銷情最好的是一串魷魚及一口和牛，預計今年銷情會較去年上升30%。

羅兆業表示，知道周邊攤位的生意不如理想，大吹淡風，相信是同類產品競爭激烈有關，加上工展會同期搶

客，「若每年都出售同樣產品，不推出新式食物及大搞噱頭便難以成功。」排隊近半小時才能購買一客蟹蓋飯及一口和牛的蔡小姐表示，與男友進場品嚐美食順道慶祝聖誕，打算在美食節花費600元，但不打算購買其他食品回家。她續說，本以為昨日應沒有太多人進場，怎料全場「迫爆」，笑言聖誕氣氛不俗。

烤肉攤位料日售四千串

以阿拉伯烤肉串「出位」的攤位亦人頭湧湧，場內均看到市民拿着羊肉串四處遊走。負責人吳先生表示，昨日人流及生意較開幕首天為好，單是一個下午已售出1,000串烤肉，料全日會售出近4,000串。但他表示，以往大賣的老北京雪梨茶卻滯銷，相信今年生意額會稍為下降。

美食攤位要花心思才能取得好成績，海味店也是一樣。美味海味負責人布太太表示，今年場內銷情不太理想，市民購物意慾不太大，反而攤位內的花膠碗仔翅大受歡迎，單是昨日一個下午已售出逾400碗，形容小食生意反而「拉上補下」，幫補乾貨海味的生意。同售海味的李先生表示，現場「旺丁不旺財」，市民多購買保健功能較強的海味，但出手不如以往闊綽，料生意額會較去年下跌40%。



■美食節變「即食場」。 潘達文 攝



■美食節於聖誕日大收旺場。 潘達文 攝



■蔡小姐稱，打算與男友在美食節「即食」600元。 潘達文 攝