市民手緊 展商饑饉

美食節狂颳冷風 買一送一銷路差

香港文匯報訊（記者 翁麗娜）冬季美食節昨日迎來首個周日，再加上聖誕消費氣氛，本該旺丁旺財，不過多間參展商覺得銷情未盡人意，認為與環球經濟波動、內地訪港旅客下跌等因素有關，坦言「市道氣氛不明朗，市民使錢都手緊」。有參展商昨日已經進行優惠促銷，以買一送一作為招徠；因應今天是美食節最後一天，有參展商預備減完再減，務求作最後衝刺，希望能維持去年同期的營業額。

■陳榮智表示，人流「沒有想像中旺」。 翁麗娜 攝

■鄭先生表示，會視乎今天情況，決定是否需要減價吸客。 翁麗娜 攝

■冬季美食節昨日未能旺丁旺財，多間參展商覺得銷情未盡人意。 翁麗娜 攝

專售急凍海產的隆順貿易有限公司負責人李鈞傑表示，今年是第六年擺檔，稱今年人流及銷情稍遜去年同期近兩成，坦言：「但求追到去年營業額，不望突破。」

「個個想平」帝皇蟹減價「無人吼」

李鈞傑表示，今年消費者消費能力明顯減弱，「個個都問價，想再便宜一點。」其實他今年已經因應市道吹淡風，不敢加價。他稱，去年一隻帝皇蟹賣500元都有銷路，今年賣300元都乏人問津；300元兩盒帶子及200元兩磅的菲律賓鮑魚等較實惠的海鮮，則比較受歡迎。

內地客勁減 恐需再劈價

李鈞傑續指，一直以來本地客與內地訪港旅客的消費比例為7比3，今年明顯少了內地客，對生意有一定打擊，再加上環球經濟不明朗，本地零售市場又大吹淡風，「本地客也保不住」，大嘆市民手緊，惟有多推優惠，多款海鮮減價近兩成。他擔心今天不是假日，人流可能更加少，可能需要進一步減價吸客。

貴鮑難敵平貨 買三送一搶客

今年首次參展的鮑棧負責人陳榮智表示，開幕首天人流不多，但後來逐漸回升，截至昨日銷情可以接受，但「沒有想像中旺」。鮑棧專營澳洲貴價鮑魚，他坦言難抗衡場內其他來自台灣、內地及養殖等較平價的鮑魚，稱自己每罐澳鮑賣300元至500元，但對方賣100餘元，「甚至我賣小食鮑魚每個99元，別人就10元一個。」陳榮智笑言「無得爭」，惟有靠部分較高要求的客人「托市」，不過亦需要推出優惠吸客，如「買三送一」，才能夠成功售罄價值598元的鮑魚，但坦言「港人真的比較手緊」，估計與來年市道吹淡風有關。

人流減三成 三文魚廉賣受捧

漁京飲食顧問管理有限公司區域經理劉國寶表示，現場人流比往年少近三成，認為分別被維園舉辦的工展會搶客及天雨有關，再加上明年經濟不明朗，市民趨向手緊。他表示，最好賣的是160元兩包的挪威三文魚，及358元一隻兩公斤的智利帝皇蟹，由於價錢優惠，吸引不少客人。不過為了拓闊銷情，也出售冷藏牛肉及台灣公仔包點，「博市民買多一點。」

出售自家本地生曬海味的鄭先生則表示，今年是首次參展，覺得人流未有想像中多，不過志在宣傳，所以壓力不大，不過會視乎今日情況，決定是否需要減價吸客。他表示，因應快將過年，不少長者客人特意來購買蠔豉過年，「通常老人家會着重意頭，年輕人就比較少買。」鄭先生稱大單不多，最多只是花過1,000元購買生曬海味，但賺得不多。他又指，試食的人遠多過購買的人，認為消費氣氛一般。

■有參展商以100元3件任揀作招徠搶客。 翁麗娜 攝

「貓山王」雪條售罄 寒冬最「火爆」

香港文匯報訊（記者 翁麗娜）來到冬季美食節，當然不能錯過特色美食。有榴槤甜品參展商無懼天氣寒冷，特製數千支「貓山王」意大利雪條應市，內含粒粒果肉，每支30元，昨午已經全數售罄，令特意到場的粉絲大感失望。

內地客擲3900元 豪買40榴槤

榴槤氣味濃烈，愛之者讚其香、厭之者怨其臭。「Durian榴槤BB」創辦人袁先生從馬來西亞入口「貓山王」，將它千變萬化，除準備了盒裝「貓山王」果肉，更準備內含近半「貓山王」果肉的意大利雪條，及不含香精的榴槤咖啡。他表示，對於營業額十分滿意，其中還有內地客花3,900元，購買40個原個榴槤。

袁先生表示，今年是首次參展，沒想過生意如此「火爆」，以雪條最好賣，「原本預了賣5天的貨，下午已經賣光」。他向記者介紹，一條重約90克的雪條，其中40克是「貓山王」果肉，一拆開包裝，榴槤香隨即撲出。他稱「貓山王」矜貴之處，在於只能待它熟透後自然掉落，果肉遠比泰國「金枕頭」甜美。令他更喜出望外的是，有其他參展商還有意購入其雪條再賣出，未來希望推出更多口味。

張小姐表示，市面一早有榴槤雪條，不過很多只是添加香精，對「Durian榴槤BB」出售的「貓山王」意大利雪條相當感興趣，覺得30元一支很便宜，可惜已經售完。她又笑言，很多香港人喜歡冬天食雪條，貪其不易融化，希望對方下次準備更多滿足榴槤粉絲。

檸檬茶曲奇受青睞「做都做唔切」

Glory Bakery負責人鄭小姐表示，因應聖誕佳節，曲奇餅很受歡迎，當中以100元4包、每包500克的散裝曲奇最好賣，「可以滿足客人樣樣都試一下。」曲奇餅最特別之處，在於主打本土味道，出售檸檬茶、阿華田杏仁、好立克夏果仁及咖啡朱古力口味曲奇，令港人倍感親切。她稱，在過去數天已經賣去500包，坦言「做都做唔切」，六位數字營業額完全沒有問題。

■袁先生（右）表示，沒想過雪條最「火爆」，最好賣。 翁麗娜 攝

「日威」有價有市「竹鶴25」一支難求

■日本「竹鶴25」威士忌（前排中），1支售價7,500元。 梁祖彝 攝

香港文匯報訊（記者 鄺慧敏、趙虹）每逢節日喜慶，不少市民都愛飲酒慶祝。香港冬日美食節除了包涵各國美食之外，多個參展商亦趁機推出各款美酒，當中近年備受熱捧的日本威士忌大行其道。

擊敗「蘇威」受捧炒貴逾倍

有參展商指出，港人對烈酒的需求上升，而日本威士忌更是「一支難求」，故不乏捧場客。

日本威士忌近年備受港人追捧，不少品牌更被炒高至原價的40%甚至一倍以上。酒品參展商HK Liquor Store的負責人林兆煒解釋，日本山崎酒莊出品的威士忌在近年比賽中擊敗了傳統蘇格蘭威士忌，令日本威士忌逐漸受到追捧，價格急升。

當中全店售價最貴的是日本「竹鶴25」威士忌，它釀足25年，一支售價7,500元。林兆煒表示，本來一桶酒可釀出200支酒，但經過多年的蒸發，最終只能釀出20支，十分珍貴。他又形容「竹鶴25」是「日本威士忌之父」，酒味回甘，充滿果香及花香味。

一間售賣威士忌及紅酒的參展商負責人關先生則表示，日本威士忌較適合東方人，因口味偏甜及較為清淡，不如蘇格蘭威士忌般「重口味」；而且日本的水土較好，故日本威士忌質素較佳。

老饕「留肚」入場：小食多滋味

特稿

走進灣仔會展冬日美食節，陣陣食物香氣撲面而來，滿足了一眾識飲識食的香港人。雖然不少商戶都表示今年美食節銷情差強人意，但場內熟食檔卻整日都人頭湧湧。市民購物手緊，買小食則豪爽得多，甚至有市民專程爲了吃小食而來。不過亦有市民認爲小食攤位過多，除了喧賓奪主，亦令展場內油煙處處，感覺不太舒服。

居住於元朗的陳小姐是美食節常客，她讚賞場內提供的小食多樣化，由海鮮、串燒以至甜品，均應有盡有，中午特意「留肚」入場，並挑選了一口鮑魚、一口和牛、生蠔及芝士蟹蓋等較名貴食物，總共花上近千元與家人購買小食，不過未有特別購物，笑言「小食比較吸引」。

海鮮「海鮮價」食家開懷吃

場內匯聚來自世界各地的美食，不少攤位較大的商家，既賣乾貨也賣小食，吸引大批人流排隊。陳小姐表示，「美食節出名多小食」，已經是連續第三年入場，每次都放開懷抱食。不過，她笑言，場內海鮮亦非常「海鮮價」，不過難得來到也不太計較價錢。

居於觀塘的劉氏一家表示，主要來感受氣氛，購物其次，但也用了過千元購買年貨過年。

劉太稱，今次是首次到訪冬日美食節，場內熟食攤檔比她想像中多，正好滿足了香港人「鍾意食小食」的性格。她表示，自己也買了魷魚串燒及碗仔翅，笑指「現時街頭好難搵。」

攤位過多 油煙處處難呼吸

居於港島的何先生表示，場內小食種類林林總總，價錢亦豐儉由人，例如一口鮑魚有的10元一個，有的則80元一個，也有過100元一份廣島蠔。不過他指出，「覺得小食攤位一年比一年多」，雖然可以滿足愛吃的港人，不過覺得油煙稍多了一點，有時令人覺得呼吸困難。 ■香港文匯報記者 翁麗娜

■陳小姐笑言「小食比較吸引」。

■劉太表示，熟食攤檔多，可滿足港人愛小食。

■冬季購物節人流疏落，甚至有參展商「提早鬆人」。 翁麗娜 攝

■黃天任表示，消費者有錢也寧願「袋住先」。 翁麗娜 攝

市民有錢寧「袋住先」 展商：明年「拒絕再玩」

■電腦公司多款手提電腦已經劈價至六折仍乏人問津。 翁麗娜 攝

香港文匯報訊（記者 翁麗娜）灣仔會展冬季購物節昨日爲最後一天，多間參展商大呻人流遠比同場冬季美食節遜色，明言「明年不會再來」。有電腦商表示，即使推出特惠999元的10吋平板電腦連鍵盤，但出貨速度比預期差，相信與零售市道疲弱，市民消費審慎有關。另外，有售賣服裝的店主表示，由於主辦單位宣傳不足，故連日營業額僅5萬至6萬元，勉強賺回成本。

10吋板腦劈價62%仍滯銷

訊達科技總經理黃天任表示，今年首次參展，租用了兩個攤位打算小試牛刀，未料銷情如此慘淡，比預期起碼差了三成。他透露早於開幕前，便自行聯絡媒體賣廣告，並在社交網站進行宣傳，主打原價2,600元減至999元（劈價62%）的10吋平板電腦，兼贈送鍵盤，每天限購50台，但反應不甚熱烈，截至傍晚才清貨。他坦言，如非一早做足宣傳策略，銷情肯定會更差。

黃天任續指，門市生意由10月起轉淡，未料購物節情況亦一樣，估計消費者變得審慎，有錢寧願「袋住先」，這與零售市道疲弱及日圓貶值有關。他解釋，現時在日本購買電子產品，比香港平近一半，笑言「我自己早前去日本旅行，都忍不住買回來。」他認爲消費者不介意「水貨沒有保養」，日本貨的吸引力很強。

宣傳遜美食節 丁旺財不旺

電腦公司負責人梁先生稱，其舖位是位於前往美食節的必經之路，舖前總是人頭湧湧，不過卻少有人停留，消費氣氛比預期差。他表示，多款手提電腦已經減價至6折，由4,000多元減至2,999元，但也乏人問津，批評主辦單位對購物節的宣傳不及美食節。他又指，與附近電子公司店員聊天中得知，大家也覺得生意不理想，明年不會再來參加，寧願專心做電腦節。

專營戶外軍事用品店的歐先生表示，營業額及人流未如理想。他今次首次參展，租用兩個攤檔，暫時估計勉強回本，營業額約5萬至6萬，惟有當做宣傳。他又指，出售的衣服及背包由48元至1,800元不等，其中最受歡迎是一款250元的單肩購物袋，貴價品則少人購買，只有部分收藏家特意來購買英國消防員及郵差的服飾，不過歐先生稱不敢減價，以免得失門市客人。他希望來年可以加強宣傳購物節，免得淪爲陪襯。