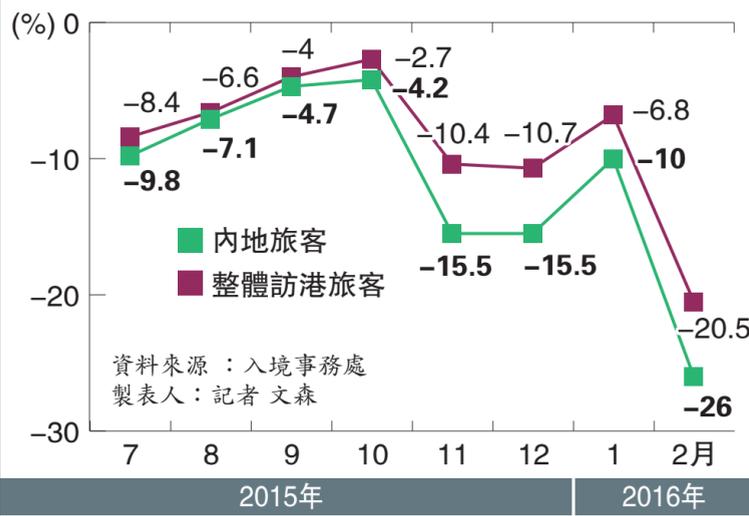


二月訪港客挫20.5% 連插9個月

內地客跌幅26%最傷 旅社料全年或少2013年500萬



訪港旅客人次按月變幅



旅發局最新數據顯示，2月份訪港旅客人次亦按年大跌20.5%至429.57萬，是連續9個月下跌，當中內地旅客跌幅更由1月份的10%擴大至26%。

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）繼2月份零售銷貨價值按年暴跌20.6%後，唇齒相依的旅遊業同月亦錄得雙位數字跌幅。旅發局最新數據顯示，2月份訪港旅客人次亦按年大跌20.5%至429.57萬，是連續9個月下跌，內地旅客跌幅更由1月份的10%擴大至26%。有專營入境團的旅行社預料，有關跌幅會持續半年，並指2013年共有700萬名訪港內地旅客，今年或會跌至200萬，跌幅會持續半年，直言「跌到五顏六色」，並稱情況猶如難以斷尾的感冒，不知何時痊癒。

旅發局昨日公佈今年2月份訪港旅客數字，眾人關注的內地旅客數據依舊下跌，按年下跌26%至336.77萬人次，整體亦大跌20.5%。

不過，短途地區市場則錄得升幅，當中以泰國訪客升幅最為顯著，按年增長59.22%至3.27萬人次；印尼及

菲律賓訪港旅客則分別按年增加27.82%及27.19%。累計今年首兩個月整體訪港旅客按年跌13.6%至952.13萬人次，內地旅客則跌18%至741.07萬人次。

內地過夜客跌22.8% 泰國客升51.1%

過夜旅客方面，2月份整體訪港數字按年下跌14.2%，當中內地過夜旅客的跌幅為22.8%，但泰國過夜旅客則按年大幅增長51.1%；菲律賓及越南亦按年增長33.1%及28.3%。

值得注意的是，不過夜旅客跌幅更明顯，按年下跌25.3%，當中不過夜內地旅客數字更按年下跌28.1%，新市場如印度及俄羅斯等地，亦錄得不同程度的跌幅。

旅促會：趕客形象「深入人心」

香港旅遊促進會總幹事崔定邦預料，有關跌幅將會持續半年，或在年底才有機會回升。他解釋指，周邊國家或地區積極吸納內地旅客，但香港不歡迎內地旅客的形象「深入人心」，加上旅遊景點不夠吸引，形容「香港是將自我優勢拱手相讓」。他續說，每日平均有80個內地旅行團來港，較以往高峰期為少。

泰印客難補回內地客跌幅

他認為，即使泰國、印度訪港旅客有爆炸性的增長，亦難以補回內地旅客的跌幅。但他又認同，內地旅客對香港來說是雙刃刀，「雖說有承載力的問題，但旅遊業亦帶動香港零售及交通，我知道有前線旅遊業員工因而轉至保險及物業管理行業，旅行社老闆則要節衣縮食」，料仍要捱一陣子。

姚思榮盼暑假跌幅收窄

旅遊界立法會議員姚思榮表示，旅遊業整體情況較預期期差，相信是近年香港對內地的不友善態度，再加上年初二凌晨的旺角暴亂事件後，內地旅客對香港示威遊行有「杯弓蛇影」的恐懼心理，陰霾未散。他期望暑假帶動訪港人潮，從而收窄跌幅，期望年底可做到止蝕。

潮祭先人「咖啡機」售罄

香港文匯報訊（記者 岑志剛）清明節將至，不少孝子賢孫都會準備紙紮祭品祭祀先人。有傳統紙紮香燭店表示，經濟下滑不影響市民事孝，今年生意保持暢旺，料最多增長10%，今年祭品亦沒有加價，以圖薄利多銷。紙紮祭品種類則繼續推陳出新，新款「咖啡機」大受歡迎被搶購一空；亦有香燭店推出素菜、八寶粥、水餃雲吞麵等祭品，配合現代人追求健康的潮流。

香燭店料按年多賺10%

位於上環皇后大道西傳統香燭店俊成行負責人杜千送表示，清明節子孫事孝克盡心意，不會計較消費額，至今生意已錄得單位數百分比增長，料最終會較去年多賺10%。他表示，今年紙紮祭品售價維持平穩「不敢加價」，售價由38元至58元不等，需特別訂做的祭品如大屋、金條、銀條，則售三、四千元。

杜千送又指，老一輩客人多選購傳統衣包，中、青年則喜愛較新潮的紙紮祭品，例如智能手機、家電產品、手錶及食品等，其中今年新產品咖啡機，每個單售150元，首批50個早前已迅速賣光，今天會返貨。

食品類推陳出新 鮑魚撈飯

天就行採購部經理伍淑芳表示，清明節是孝子賢孫對先人表達心意的日子，銷情保持暢旺，生意額大致上升5%至10%。她指，日用品類的紙紮祭品「已經出過晒」，唯有食品類仍可推陳出新，他們便配合社會追求健康的潮流，推出素菜、八寶粥、水餃雲吞麵等祭品，同時新推出鮑魚撈飯，讓生前沒機會品嚐的先人享用，售價由28元至48元不等，客人人均消費約二、三百元。

早前有調查指本港消費者信心下跌，杜千送表示，中國人重視孝道，少有人為省錢減少祭祀。

他又指，雖然內地工人短缺，但最近人民幣匯率下跌，減低了成本壓力，來貨價沒有上升。伍淑芳則表示，內地工資上漲帶來成本壓力，但祭品售價太貴會使客人卻步，故今年決定不加價，改以薄利多銷圖「拉上補下」。

市民沿路買花 花店訂單少

除了紙紮祭品外，不少市民亦會帶備鮮花祭祖。聯藝花店店主張笑群表示，近十年已鮮見市民特地前往花店買花祭祖，多是在墳場附近買幾枝花，該店目前只做熟客生意，「通常是大家族一次訂購幾十盆花拜山墳」，但近年亦訂購顯著減少，由約40盆跌至約20盆。

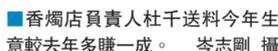
另外，華人永遠墳場管理委員會早前宣佈，由今年重陽節起，靈灰閣內化寶爐將停用，市民要到墳場另設的化寶爐焚燒祭品。中華紙業商會秘書雷小姐表示，華永會起初通告有錯，一度誤傳墳場內全面禁止化寶，引起業界和市民反彈，但後來會方澄清會另設化寶設施。商會接受會方安排，但擔心屆時新化寶設施未建好便封爐。



有店舖配合社會追求健康的潮流，推出水餃雲吞麵祭品。岑志剛攝



素菜、八寶粥等祭品。岑志剛攝



香燭店負責人杜千送料今年生意較去年多賺一成。岑志剛攝



天就行採購部經理伍淑芳說，今年祭品沒有加價，希望薄利多銷。岑志剛攝

燒臘店不加價 孝女：「唔會慳」



燒臘飯店師傅李先生。岑志剛攝

香港文匯報訊（記者 岑志剛）中國人祭拜先祖時，除了焚燒劉金、銀紙、往生錢、香燭以外，還會在墓前供奉牲禮、十二道菜蔬、糶糶類。位於西營盤的燒臘飯店師傅李先生表示，隨著清明節臨近，明顯多了市民訂購乳豬、雞鴨祭祖。他坦言，飯店今年沒有加價，乳豬每隻售688元，市民為盡孝道祭祀先人，通常原隻奉上，少有計較價錢或只買一部分。

趙太太為親族十數人購買清明法會祭品，約花費千多元。她表示，清明節祭祖一般「唔會慳」，因為始終是給先人的一番心意，「多數是覺得先人會喜歡才買，最多以後自己吃少一點、購物花少一點。」

她續說，經濟下滑對祭品消費影響不大，個人財政才是主要考慮，例如她已退休，沒有固定收入，選購祭品種類時一切從簡，只準備基本衣包、金銀，「名車、工人以前已經燒好多了。」

工聯會促柴灣墳場重開「孝道」

香港文匯報訊（記者 陳敏婷）清明將至，今天起一連3日的周末連假期預計屬掃墓高峰期，惟前往柴灣歌連臣角道華人永遠墳場、屬柴灣天主教墳場的私家路，至今已連續5年不開放。工聯會昨日與有關代表開會後，引述柴灣天主教墳場表示，基於道路安全問題決定不開放。工聯會卻表示，該條連接路段已重修完畢，天主教墳場未有提出合理封路理由。

柴灣華人永遠墳場內一條由柴灣天主教墳場管理的道路，自2011年起不再開放予公眾人士使用，加上運輸署每逢清明節、重陽節前後封閉通往墳場的道路，不准的士及小巴駛入，掃墓人士須沿哥連臣角道步行一個小時以上前往柴灣靈灰閣拜祭先人，傷殘人士前往掃墓更苦不堪言。

王國興郭偉強等會見墳管會

工聯會立法會議員王國興與郭偉強，昨日聯同工聯會4名東區區議員，以及工聯會屬下汽車交通運輸業總會代表會面，與民政事務局及華人永遠墳場管理委員會代表會面。

汽車交通運輸業總會理事勞士正於會後表示，柴



王國興與郭偉強，昨日聯同工聯會4名東區區議員，與民政事務局及華人永遠墳場管理委員會代表會面。陳敏婷攝

灣天主教墳場當年決定封閉道路，是基於道路破爛有危險，而且沒有保險，其後華永會承擔全部維修和保險開支，有關路面亦已於去年底完成維修。然而，天主教墳場仍未能提出開放時間表，直至昨日仍然重申

基於「道路安全」問題，不會開放道路。勞士正批評有關講法並不成立，痛心老人仍要徒步上山。民政事務局及華人永遠墳場管理委員會將於清明節後再開會商討情況。