

■盛事連綿不絕，刺激旅客及消費增加。
楊佩韻攝



「美酒」旺旅遊零售 港喜迎「萬勝」

盛事連綿 財源不絕

香港文匯報訊(記者 楊佩韻、文森)本港10月份有多場國際盛事，如月初舉行的電動方程式賽車及月底舉行的美酒佳餚巡禮，兩者同樣成功刺激旅客訪港意慾。一連4天於中環海濱舉行的美酒佳餚巡禮昨晚在熱烈的氣氛中結束，主辦單位估計入場人次約15萬，與上屆相若。在今年經濟氣氛不景氣下，部分參展商對生意仍有所增長表示滿意。是次盛事亦吸引不少外地旅客入場，更有歐洲旅客表示是特意為了此活動而訪港(見另稿)。旅發局表示，未來會透過網站及社交媒體，加強宣傳本港的盛事活動和其他特色旅遊。



■不少外地旅客特意來港品酒。
楊佩韻攝

本港旅遊業正處於調整期，雖說今年頭9個月整體旅客數字錄得跌幅，但旅發局總幹事劉鎮漢表示，10月份首兩周訪港旅客按年上升逾3%，而「十一黃金週」的訪港旅客數字增幅約7%，當中國際市場錄得不錯的增幅。與此同時，在美酒佳餚巡禮及萬聖節等嘉年華氣氛的連環催谷下，亦使旅客及市民增加在港消費，成功帶動中環一帶及蘭桂坊酒吧等地的生意。

旅發局谷內地外國長途客

劉鎮漢昨出席電台節目時稱，旅發局未來會將推廣重點放在廣東省以外的內地城市及外地，期望能做到均衡吸納客源，並對未來旅客增長感到樂觀。劉鎮漢補充，今年是本港旅遊轉型的重要一年，自助遊亦成為大趨勢。旅發局近年也致力推廣購物以外的旅遊特色，包括透過網站及社交媒體，宣傳本港的盛事活動和綠色旅遊。

「香港吧」受捧 入場料15萬人

與此同時，中環海濱在10月27日起一連4日舉行的美酒佳餚巡禮，場內有不少參展攤位向記者表示，場內有不少旅客及本地一家大小到場消費，認為反應不俗。旅發局節目及旅遊產品拓展總經理洪忠興也向記者稱，初步總結場內反應不俗，當中新設的「香港吧」大受市民及旅客歡迎。雖然第三日受下雨影響，令進場人次稍減，但相信今年入場人次與去年相若，大約有14萬至15萬人次。

「飲完唔夠喉」帶旺蘭桂坊

美酒佳餚巡禮同時帶動附近蘭桂坊酒吧的生意。香港酒吧業協會副主席錢偉永讚該盛事吸引大批市民及遊客入場，「好多在場內飲完唔夠喉，就再去附近蘭桂坊暢飲，順道感受節慶氣氛。」錢偉永續指，自己也有去美酒佳餚巡禮，留意到主辦單位今年新構思的「香港吧」，欣賞其很有創意，亦夠本土特色，讓更多人認識香港的酒吧文化，令他們更有興趣到香港其他地區的酒吧街走一圈。



■旅發局相信今年入場人次與去年相若，約有15萬人次。
楊佩韻攝

帶子配白酒 套餐方便「飲勝」



■何瑞儀(左一)認為，帶子配白酒套餐，吸引大批家庭客及旅客。
楊佩韻攝



■黃迪怡稱，羅漢果味雞尾酒前日已售罄。
楊佩韻攝

香港文匯報訊(記者 楊佩韻)本港旅遊業正面對轉型的岔路口，市民消費意慾也正在轉變。今年美酒佳餚巡禮會場面積增加20%，規模屬歷年最大，各參展商都要出奇招吸客，有多年參展經驗的參展商向記者表示，消費者較以往「手緊」，如去年飲5杯酒，今年會減至2杯左右，加上部分市民只看不飲，認為旺丁不旺財。不過有多間首次參展的參展商便以特色產品吸客，如廿四味雞尾酒、龍眼冰及美酒美食套餐配搭等，發現消費者喜歡新鮮事物及方便的套餐模式，消費模式稍稍轉變。

基層消費意慾減 只看不飲

出售中高價紅酒及白酒的香港好棧負責人余小姐表示，今年生意較去年下跌近50%，認為是場內同類型的競爭增多，加上今年有多款新派食品及酒品「拉散」了參加者視線，故有所影響。不過她稱，愛酒之人仍肯花費購買紅酒，反而基層市民的消費意慾相對減低，相信與今年經濟環境不景氣有關。出售手工啤酒及小吃的I Love Bubbles負責人駱子邦表示，以往美酒節是朝聖之

地，讓愛酒之人及大品酒嗜新酒，但近年轉變至嘉年華氣氛，性質有所改變，部分市民只看不飲，令酒商難以營運，他也要提早減價促銷，期望生意能追回失地。FOODWISE 市場公關部經理何瑞儀稱，雖然今年是首次參展，但同場有食物及美酒搭配，如帶子可配白酒，羊架可配南非紅酒，認為套餐式的配搭讓人感到方便，吸引大量家庭客及旅客，反應不俗。她又認為，今年經濟氣氛不景氣，可能會影響市民消費意慾，因而轉為購買套餐。

廿四味雞尾酒 長者捧場

今年首設的「香港吧」反應佳，出售「花落誰家」及「醉羅漢」香港特色雞尾酒的Sohofama代表稱，生意不俗，有不少年輕人及旅客到場試酒，認為是意念取勝。至於同樣出售香港特色雞尾酒，例如由杞子、廿四味及伏特加造成的「Remedy24」，BAO BEI 負責人黃迪怡稱，前日已售罄羅漢果味的雞尾酒，而「Remedy24」也賣出近80%，當中有經常飲用涼茶的長者試飲捧場，認為生意遠預期。

派對新區宣傳少 熟客「不熟路」



■美酒佳餚巡禮昨晚氣氛熱烈。
楊佩韻攝



■李永熙(右一)直言，有熟客「找了很久也找不到攤位」。
楊佩韻攝

香港文匯報訊(記者 楊佩韻)今年美酒佳餚巡禮新增街頭小食及暢飲派對區，有酒商表示，新區啟用首日人流較少，主辦單位及後增加指示及宣傳後，人流漸增，生意稍增，建議大會來年要增加宣傳讓客人留意新區。與此同時，大會今年新增金鐘入口，不少市民不知道有金鐘入口，只使用中環入口，令鄰近金鐘的攤位生意相對減少，期望下大會能作出改善及提供租金津貼。

主場轉戰 人流少近30%

街頭小食及暢飲派對區與主場有數十步的距離，但其位於摩天輪之下，景觀不俗。酒軒去年在主場設檔，今年便轉至暢飲派對區，其市場推廣總監李永熙向記者稱，首日人流較少，向主辦單位反映後，翌日人流增加，但人流較主場少近30%。他直言有熟客向他們稱「找了很久，也找不到其攤位」，相信這會影響其生意。

冰酒「新鮮」生意勁增三成

同樣由主場轉至暢飲派對區的黎小姐表示，首日人流真的較少，但及後兩日有改善，生意也有增加，按年增長20%至30%，市民多數購買冰酒及有機果酒。她承認，今年市道不景氣，但冰酒對港人來說是「新鮮」的事物，若果用心向客人解釋什麼是冰酒的話，他們也有興趣試飲。她期望大會明年能提供更大的空間，讓客人可以在場內聚集，增加氣氛。

鄰近金鐘展商 冀加時增宣傳

至於鄰近金鐘攤位香港好棧負責人余小姐則指出，大會今年新增金鐘入口，但是不少市民使用中環入口，令其攤位附近的人流及生意相對減少，直言「命中率較低」，加上首日只在晚上7時起讓公眾入場，只得數小時做生意。至於周六及周日，合共只能有一日半的時間做生意，認為日數較少，期望來年能增加宣傳及增加活動日數。

外地豪客瀟灑「酒」一回



■Adriano(右)表示，到美酒佳餚巡禮是希望品嚐各地美酒。
楊佩韻攝



特稿

每年美酒佳餚巡禮均吸引不少高消費的外國旅客來港捧場，來自意大利的Adriano向記者表示，今次是首次到港，昨晚特意到美酒佳餚巡禮尋找美酒，覺得香港很好玩。另外，有來自英國的旅客特意為了此活動訪港，期望感受香港的飲酒氣氛。

Adriano表示，昨日是來港第三天，早前到了多個本港景點，如銅鑼灣及上環等，到美酒佳餚巡禮是希望品嚐各地美酒，對此十分期待。他續稱，打算在港逗留6天，對香港有很好的印象，相信未來也會再來。來自英國的Stave Dods表示，他剛



■Stave Dods(右)表示，特意來港感受美酒佳餚巡禮。
楊佩韻攝

完成泰國的旅行，特意來港參加及感受美酒佳餚巡禮，因為他想感受本港的飲酒文化。他認為，活動有各式各樣的美酒，感覺很「busy but great」(忙碌但不錯)，並稱會在港逗留一周。他笑稱，早前到蘭桂坊及灣仔酒吧等地，發現較多男孩在場，覺得這現象有趣。

來自巴西的Michelle Welcrer稱，她本身很喜歡中華文化，得知現場有不少特色美酒及食品，故與朋友到場體驗一番，順道學習飲酒的知識。她認為，香港是一個有趣的地方，同時也有美麗的海景，覺得不錯。她打算留港15天，其間也會到澳門遊玩。

■記者 楊佩韻