

## 保消費需兼顧內外客

行政長官李家超正就其任內第二份施政報告展開公眾諮詢，預計共舉辦逾30場諮詢會，並會繼續落區聽取市民意見。去年，李家超經過公眾諮詢，特地在施政報告內就住屋、地區支援和青年工作等多方面，認真回應市民的意見和關切，一方面反映其對民意的重視，另一方面亦展示其管治團隊務實有為的新面貌和新作風，市民今年理應更踴躍表達意見。

根據日程，李家超將會在10月25日發表施政報告。李家超強調，他和團隊過去一年一直細心聆聽市民和各界的聲音，以具體措施提升治理水平和增強

發展動能，紓解民困及凝聚社會力量，未來會繼續務實積極地融入國家發展大局，為香港謀取更大發展機遇，讓市民得到更幸福的生活。

本港恢復全面通關後，社會活力拾級而上，整體經濟亦不斷改善。政府統計處昨日公布的數據顯示，今年6月零售業總銷貨價值為331億元，按年上升19.6%，連升七個月，較市場預期更佳。然而，被財爺陳茂波形容為支撐經濟增長的「兩大火車頭」——私人消費和旅遊，最近亦出現多項隱憂。一方面是夜經濟疲軟，以前市民晚上消夜、到

酒吧等消費的熱鬧場面不再；另一方面市民熱衷往境外消費，包括北上內地及前往星馬泰和日韓等地。

香港曾經是全球聞名的霓虹閃爍不夜城，滿街霓虹招牌是不少影視和動漫作品中香港活力多姿夜生活的標誌，但現在街道上幾乎全無這個特色。香港亦曾是東亞區內一個時尚風向標，但過去很多業界卻嫌本地市場太小、本地客服務要求高、利錢不如境外客，故長期忽視了本地客戶的需求，甚至政府的一些推廣優惠亦如是。由此產生的負面效應陸續浮現，包括未能維持高質素和創新

服務水準，本地客時尚脫節，市民消費體驗不佳而無法形成本地消費的獨特性好口碑，缺乏認同而難以形成吸引境外客合力，推廣宣傳事倍功半。

期望新一份施政報告，特首能就設法維持香港與時尚趨勢保持接軌，引領業界形成兼顧境外客和本地客的良好風氣。建立良好的本地口碑是吸引外地客消費的重要策略，並能促使業界與時俱進建立更高質素和更創新的服務，口碑效應可以在社交網絡迅速傳播及形成風潮，對吸引外地客留港消費、提升經濟效益至為關鍵。

## 一家大細齊玩Cosplay 內地客讚極具魅力

# 動漫節煞科 生意料增三成

一連五天的香港動漫電玩節於昨日煞科，不少動漫迷把握最後機會入場搶購心頭好，以及扮演各種動漫角色。有人昨晨5時已排隊入場，高呼：「不用戴口罩表演Cosplay氣氛更好！」更有人全家總動員化身動畫片主角。有內地動漫迷成功打破語言隔膜與本港動漫迷狂歡熱舞，他們大讚香港的動漫節極具魅力，連商品也較內地便宜。多個參展商預計較往年有兩至三成生意額增長，相信動漫文化已在香港落地生根，吸引來自不同地區的動漫愛好者聚首一堂。

本年度的香港動漫電玩節匯集122間參展商、589個展位，集齊動漫、Cosplay、同人祭、藝術玩具等元素。這也是疫情三年後，香港首次舉辦無防疫措施的大型展會之一。

本報記者昨午前往會場，沿途隨處可見不同造型的Cosplayer，入場位置摩肩接踵，大批人排隊進場。從上午至下午，人流量越來越高，幾乎所有通道都寸步難行，多個參展商需要使用鐵馬協助市民排隊，會場中間位置更是水洩不通。大批市民無懼暑氣逼人慢慢「打蛇餅」等候入場，場外場內均人頭湧湧。

除了傳統Cosplay打扮外，有人穿上恐龍服飾和青蛙服飾，亦有人以零成本自製服飾，打扮成動畫人物，並讓現場市民對造型投票。扮演者對服裝要求一點都不馬虎，勢必要在全場爭個最亮眼裝扮。

### 女扮迷你Else 子扮蜘蛛俠

首次玩Cosplay的Leva與好友Rise選擇以電玩遊戲「第五人格」中的人物造型現身。Leva表示很緊張，但是現場可以和



■ 動漫電玩節昨日最後一天，現場人山人海。



■ Cosplay 扮演超級英雄蜘蛛俠。



■ 龍女士（左）認為，Cosplay讓她和孩子們擁有更多共同語言。

大批共同愛好者一起交流，是一個難得的機會。

動漫節也是不少家庭的「同樂日」，有一家大細化身為動畫片中的角色，其樂融融。有5年Cosplay經驗的龍女士一直很喜歡打扮成迪士尼中的公主角色，因此這次她打扮成茉莉公主，其女兒則變身「冰雪奇緣」中的迷你Else，兒子也扮演為超級英雄蜘蛛俠。龍女士認為，Cosplay讓她和子女擁有更多共同語言。

記者在現場還遇見很多拖着行李箱的旅客，特意從深圳前來參加這盛大展覽的Christine，特地打扮成電玩遊戲「原神」的角色，吸引不少遊戲玩家前來合影。第一次參加香港動漫節的她，對這次動漫節讚

不絕口。她向記者表示，雖然自己不會說粵語，和其他本地Cosplayer可能有語言隔膜，但是大家都很有默契的合照。

往年有參展、主售玩具雕像的商戶王先生表示，受惠於本港解除防疫措施及恢復通關，旅客人數明顯增多，人流比往年高，「人流量都比去年多了兩三成，今年多了很多說英語以及普通話的收藏家。」他稱這屆動漫節熱鬧非常，這是前一年看不到的情景。

動漫節迎來最後一天，不少攤檔就設尾場特價專區，吸引不少人駐足。參展商蕭小姐表示：「後段時間部分產品做特價，主要今年人流方面非常多，希望滿足粉絲，盡量補貨。」



■ 隨着香港復常，市面零售銷售漸見興旺。

中通社

政府統計處昨日公布最新零售業銷貨額數字，今年6月份零售業總銷貨價值的臨時估計為331億元，較去年同月上升19.6%；而今年5月份的零售業總銷貨價值經修訂後，估計較去年同月上升18.5%；若與去年同期比較，今年上半年零售業總銷貨價值的臨時估計上升20.7%。政府表示，受惠於訪港旅遊業復甦及正面的消費氣氛，零售業總銷貨價值在6月按年繼續明顯上升。

6月份零售業總銷貨價值中，網上銷售佔6.7%，臨時估計為22億元，較去年同月下跌3.3%。另按零售商主要類別分析，6月份與去年同期比較，珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物的銷貨價值上升64.3%；其他未分類消費品上升20.5%；服裝類上升34.2%；食品、酒類飲品及煙草上升6.6%；百貨公司貨品上升4.2%；藥物及化妝品上升49.4%。不過，超級市場貨品的銷貨價值則下跌3.5%；其次為燃料，下跌19.1%；傢具及固定裝置下跌6.4%。

此外，據入境處數據顯示，香港7月份各口岸出入境人次共達2,068萬，較6月份明顯增加近20%，創疫後香港與內地全面通關以來新高，惟暫時仍未回復至疫情前2019年和修例風波前的2018年平均每月2,600萬人次的水平。另外，在疫情期間落成的香園圍口岸，於今年2月全面開通旅客和客運車輛通關服務，開通以來出入境人數明顯趨升，該口岸7月份平日每日有約3萬人次過關，假日每天更高達逾5萬人次。

6月零售銷貨額331億 按年升兩成