

# 今日開鑼攤位增14% 家鄉特產直接供港免北上 工展購物節\$40萬獎品吸客

香港中華廠商聯合會主辦的第五屆工展會購物節今日起一連4天假亞洲國際博覽館舉行，設有300個攤位，較去年增加約14%。今屆新增家鄉風味區及荔園·遊樂區，售賣內地10個省市的地道特產，以及重現荔園經典攤位遊戲和遊樂設施。多家參展商推出一蚊優惠及一折產品，另設總值40萬元獎品吸客。主辦方預計今屆購物節人次及銷售額與上屆相若，約吸引6萬人次入場，銷售額約6,000萬元。商戶則預期銷情逾百萬元，另有參展商預期銷售量較上屆有兩成增長。



「荔園·遊樂區」重現叮叮船及碰碰車等經典。



展商在現場設有試食。



參展商準備大量貨品供選購。

購物節設八大主題展區，包括休閒食品區、健康養生區、生活家品區、服飾美容區、Chill飲 Chill食區、為食 Guide、家鄉風味區及荔園·遊樂區。展會每日早上10時30分開放，門票10元，長者及小童免費。廠商會亦提供3條免費穿梭巴士路線，來往荃灣、屯門及天水圍至亞博館，機場快線亦設車票優惠。

## 安排逾2000內地客入場

廠商會副會長兼展覽服務有限公司主席施榮恆表示，香港零售業雖面臨較大挑戰，但訪港旅客持續回升，加上展會選址鄰近機場及港珠澳大橋，有助吸引內地遊客。廠商會亦透過旅行社安排逾2,000名內地旅客參觀，有望帶動銷情。另外，工展會購物節為滿足市民需求，除加入兩大新展區及大量優惠產品外，亦設總值40萬元獎品，吸引本地訪客。

施榮恆指出，預計今屆購物節人次及銷售額與上屆相若，約吸引6萬人次入場，銷售額約6,000萬元。他特別推介，今年新增的家鄉風味區主打內地地道特產，



現場設有遊樂波波池。



經典攤位遊戲吸引小朋友一試身手。

全部由原產地直送香港，讓市民無需北上亦能選購具代表性的優質家鄉風味。

首度參展的內蒙古康園蜂食品有限公司，帶來風乾牛肉、乳製品等特產。負責人呂品表示，展期內會提供專屬的優惠，如原價每公斤168元的乳製品，現場售價128元。他表示，去年曾參加在會展舉行的美食博覽，反應熱烈，今次預計銷售額可達120萬元，對展會人流有信心，不擔心惡劣天氣影響銷售。

四川省供貨商商會負責人胡小姐則表

示，今次是第三年參與購物節，其產品深受港人歡迎，蜂蜜、核桃及豬肉乾銷情理想，今年大部分產品提供買二送一優惠，冀回饋顧客。她表示，現時市民消費較審慎，預計銷售與去年持平，每日每攤位銷售額約4萬元至5萬元。她亦希望透過展會平台持續拓展香港市場。

已連續四年參展的臘味品牌廣昌隆，其代表楊駿軒表示，近年積極在小紅書及其他內地平台推廣，冀吸引更多內地客，故近兩年內地顧客購買量明顯上升。



商戶到場安排攤位布置。

## 第五屆工展會購物節詳情

日期	8月1日至4日
時間	上午10時半至晚上7時(8月4日下午5時半關閉)
地點	亞洲國際博覽館5號及7號展館(東面入口)
費用	10元(身高1米或以下小童、65歲或以上長者及殘疾人士免費進場)

資料來源：香港中華廠商聯合會

## 熊貓龍鳳胎郵票 8·15發售賀生辰

在港出生的大熊貓龍鳳胎「加加」(家姐)和「得得」(細佬)，掀起大熊貓熱潮，香港郵政昨日宣布，8月15日牠們一歲生辰當天，將發售以「大熊貓龍鳳胎寶貴」為題的特別郵票及相關郵品(見圖)，同日特別推出紀念印，供市民蓋印留念，直至另行通知。各郵政局會為所有正式首日封、紀念封或註明首日字樣和本地地址的自製封，提供即時人手蓋印服務。

香港郵政以「大熊貓龍鳳胎寶貴」為題發行一套六枚郵票、兩款郵票小型張以及相關郵品，六枚郵票分別印有這對寶貴兩周大、剛滿月、兩個月、出生百日、首次亮相，以及龍鳳胎與母親「盈盈」親子時光的照片。



## 6月零售銷貨值301億 連升兩月

政府統計處昨日公布6月份零售業銷貨臨時估值得為301億元，按年升0.7%，較5月的2.4%升幅收窄。與去年同期比較，今年上半年的零售業總銷貨價值的臨時估計下跌3.3%。

香港零售管理協會執行總監羅振邦表示，銷售額連續兩個月上升，源於中央與特區政府的利好措施，加上去年基數低，以及受惠於運動盛事和演唱會帶動的旅客人流，惟市民消費謹慎導致內部消費疲弱，他呼籲業界要努力轉型，積極運用銷售科技提升競爭力與服務。

錄得較大按年升幅的主要類別包

括珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物，銷貨價值上升6.8%；藥物及化妝品則升6%，百貨公司貨品升5.7%，其他未分類消費品的銷貨價值則上升7.2%。

特區政府發言人表示，零售業近月漸趨穩定，展望未來，就業收入繼續上升，本地股市表現暢旺，加上政府積極推動旅遊業和盛事項目，以及企業提供更多元的體驗，支持本地消費氣氛及零售業務。

羅振邦則表示，深圳恢復「一簽多行」、特區政府推動盛事經濟等利好措施，令6月部分零售類別有上升。