

市道淡訂枱未滿 推小型套餐吸引小家庭

中秋食肆不加價市民食平啲

經濟不振，本港食肆今年中秋市況不容樂觀，罕有地普遍不敢加價，下周四已是中秋節，但截至本周，訂枱仍未爆滿。食肆負責人稱，期望今年中秋業績能夠「保底」，與去年持平。今年中秋接近結婚好日，有食肆負責人慨嘆，婚宴「分薄」中秋節訂枱生意，市道雪上加霜。為逆市求存，有連鎖食肆首次在中秋推出小型套餐，吸納小家庭市場。

大公報記者 張 琪

中秋佳節食肆過往「一枱難求」的盛況，今年不復見。香港餐務管理協會主席楊位醒稱，本月開始踏入訂枱高峰期，因為不少家庭會趁中秋前外出用膳「做節」，但今年仍未爆滿，而食肆普遍沒在中秋前加價，「以往每年都會加少少，都好多年未試過（中秋前）完全無加價」。他透露，今年中秋用膳人均消費介乎250至300元，與去年相若，預計今年營業額不會明顯上升。

結婚好日撞過節分薄生意

敘福樓集團執行董事黃傑龍稱，今年中秋飲食業未算陷入寒冬，但坦言已出現回落，暢旺情況不似往年。他透露，該公司今年上半年營業額與去年持平，但扣除營運及推廣成本，盈利額實際出現下滑。以往中秋節前夕會有不少人提前外出聚餐，節日氣氛非常濃厚，惟今年可能受中秋節前是結婚好日影響，婚宴聚集，「分薄

」中秋節訂枱，截至本月初，中秋正日食肆訂枱仍未爆滿。

為招徠顧客，黃傑龍透露，今年中秋套餐已不敢加價，並推出價格相對便宜的套餐，更首次在中秋推出四人或六人套餐，滿足小型家庭需求。他稱，失業率偏低，市民收入相對穩定，股市樓市近日上升，他估計市民仍願意趁節慶外出用膳消費，期望今年中秋營業額與去年持平。

鴻星集團發言人指，受消費力疲弱影響，今年中秋已推出特別優惠，包括「荷花宴」套餐全日八折，鴻星各中菜分店提供個別中秋套餐。他預計顧客多選擇惠顧6位或12位套餐，訂座率現已達70%至80%，中秋節正日及前夕或會滿座，冀望生意額與往年相若。

中等價位套餐受市民歡迎

主打婚宴市場的會所一號，中秋銷情不俗。該公司發言人指，公司旗下13個場

地中，五、六個已在中秋正日舉行婚宴，四、五個亦開展晚市，預訂率已達80%以上。他稱今年中秋晚市套餐沒特別加價，12人套餐會員價介乎3688至7488元，並設有1488元的四人會員套餐，2888元的八人會員套餐，中等價位套餐最受市民歡迎。

為搶攻中秋海上賞月市場，以旅客為主的洋荊荊維港遊，七月中開始推廣中秋「海上慶團圓自助餐晚會」，每位成人售價360元。該公司發言人稱，中秋收費與平日相若，並有信用卡優惠、「早鳥」訂購優惠等，形容「優惠後價錢比平時仲平」，整體預訂情況與去年相若。

►中秋節食肆市道一般，食肆不加價 設計圖片



企業減送禮 禮籃棄日水果

【大公報訊】記者張琪報道：經濟環境持續冷淡，不少中小企業縮減節日送禮開支，由萬元預算減至數千元。有禮籃商表示，今年中秋禮物籃生意已按年下滑逾15%，貴價類禮籃跌幅更已達30%至40%。為迎合顧客開支預算，禮籃商今年減用貴價日本水果，並推出更多不同價位的禮物籃供選擇。

香港中小企協會創會會長余繼泉稱，中小企仍會在傳統節慶向客戶送禮，但近年市場新增不少直銷平台，部分批發商與零售商的生意關係不如以前密切，可能會縮減送禮預算。不過，有部分公司為業務擴充，也會增加送禮數量。他以旗下公司為例，今年增加送禮數量，但每間公司的

送禮金額下降，平均每份禮物4000至5000元。他稱本港經濟自2014年起出現不明朗因素，不少公司的中秋送禮預算每年遞減，「好景的時候，送給每間公司的算係一、二萬元，但今年平均得三、四千元」。

以中小企顧客為主的Flower Delivery，負責人胡偉良稱，送禮生意自去年起下滑，今個中秋跌幅更達15%至20%，當中平價類禮品籃銷量維持不變，但貴價類禮籃跌幅則達30%至40%。

他透露，今年不少熟客送禮由以往選購的豪華禮品籃，改為經濟實惠

型，尤其是減用日本水果，「今年水果價格升得好犀利，都改用平少少的水果，控制成本」。油麻地果欄剛於星期日發生三級大火，他認為對水果價格影響有限，禮籃成本基本沒受影響。他預計，送禮生意低迷情況勢將持續至明年，公司將繼續推出不同價位的產品供顧客選擇。



►吳江南師傅將紮火龍技藝傳授給年輕人 大公報記者麥潤田攝

小朋友承傳傳統 Hip Hop BB龍舞動南區

【大公報訊】記者張琪報道：中秋傳統盛事舞火龍愈來愈受關注，年輕一代也重投傳統。在薄扶林村有數十年經驗的紮龍師傅，將舞火龍傳統技藝帶入香港仔並「落地生根」，吸引不少年輕人主動來學習紮火龍，傳承昔日傳統技藝。香港仔今年的舞火龍巡遊玩創新，有小朋友DIY的BB龍，並融合Hip Hop街舞元素，令傳統技藝以煥然一新的形式展現。

本港逾百年歷史的傳統技藝舞火龍，今年將分別在銅鑼灣、薄扶林、香港仔、新界坪輦登場，市民可在一片鑼鼓聲，以及穿梭於大街小巷的火龍陪伴下，感受氣氛濃厚的中秋月夜。今年全港最大的火龍再次來自大坑，將有近300人舞動着長達67公尺、插上逾萬枝線香的火龍飛舞。

有數十年舞火龍經驗的紮龍師傅吳江南稱，各區舞火龍各具特色，大坑舞火龍最著名，火龍最大型。新興的香港仔舞火龍則可與市民近距離接觸，市民更可在龍身插上長壽香祈福。

老師傅讓火龍「落地生根」

吳江南見證舞火龍數十年發展，前幾年眼見傳統式微，陷入資金缺、傳承難的困境。不斷推廣下，他在2013年經南區旅遊文化節向社區引入舞火龍，每年中秋由香港仔向華富邨瀑布灣進行「龍歸滄海」儀式，成為南區中秋節盛事。

目前，舞火龍不僅在香港仔「落地」，更漸漸「生根」。吳江南已連續兩年在區內收學生，傳授傳統舞火龍技藝。他透

露，今年香港仔中秋巡遊會有三款火龍穿插社區大街小巷，長近100呎的大龍與40呎中龍，以傳統火龍形式展示。小巧的BB龍則由他在南區的學生負責裝扮，「讓他們為龍打扮，可能戴太陽眼鏡、穿衣服，希望小朋友發揮創意，享受創作過程」。

今年的香港仔中秋舞火龍巡遊也大玩創新，由BB龍「打頭陣」，巡遊並加入Hip Hop街舞元素，年輕街舞者伴隨火龍邊走邊舞。據了解，過程中會有Air Freeze、Head Set等用頭轉地、單手反身等高難度動作，為傳統技藝帶來耳目一新的感覺。



◀追月夜深夜市民將會見到半影月蝕 香港太空館圖片

半影月蝕追月夜贈興

【大公報訊】記者何進昇報道：下星期四中秋節，天文台預測當晚11時20分月上中天，而適逢今年追月夜深宵（八月十七凌晨）出現「半影月蝕」天文現象，賞月成為中秋指定節目。不過，天文台預測下周多雲有雨，迎月夜和中秋夜，市民或需在「雲罅」間賞月，這亦是本港於兩個月內第三次，或因惡劣天氣影響而未能欣賞特別天文現象。

天文台科學主任莊思寧昨日表示，星期日開始至中秋節都多雲有雨，中秋節當日多雲有雨，預料雲量較多，是否影響市民賞月，須看未來一星期的天氣變化。她續指，中秋節當日下午5時23分就會「月出」，晚上11時20分月亮會升至天空最高

位置，而迎月夜月亮會提早在下午4時36分出現，晚上10時27分升至最高位置。

9月17日凌晨12時53分至4時56分，將出現「半影月蝕」的天文現象。莊思寧指出，「半影月蝕」當天（17日）凌晨3時05分，月亮處於最圓狀態，可欣賞最圓但偏暗的月亮，但最終能否欣賞到，仍要視乎屆時天氣變化，意味港人自八月的「英仙座流星雨」和「金星合木星」後，或再一次因惡劣天氣影響，未能欣賞天文現象。天文學會前會長梁淦章表示，「半影月蝕」不及月全蝕、流星雨等天文現象搶眼，因為月球只是掠過地球的半影區，令月亮光度輕微減弱，雖然注目度不高，但市民無需器材亦可以觀察到。

傳統燈籠舊時情 小店爆紅

【大公報訊】記者謝進亨報道：中秋臨近，燈籠上市，元朗大橋街市內一檔販賣傳統燈籠的店舖，近日在網上聲名大噪。其店門外狹窄的走廊兩側，高掛分別採用楊桃、兔子及金魚等造型的傳統紮作燈籠，出自香港設計師的手筆，數百個不同大小的燈籠掛在一起，中秋氣氛特別濃厚，市民途經時，猶如置身中秋綵燈會。

屹立大橋街市逾二十載的「冠香行香莊」，每逢農曆八月初一至十五，中秋前夕便一改店面布置，搭起棚架，掛上數以百計的燈籠。近期有顧客把該「燈籠奇景」的照片上載到網上討論區，小店一夜爆紅。店東陳光（光哥）表示，每逢周末，便有大批市民慕名而來，一家大細欣賞「燈籠奇景」，買燈籠過節之餘，也順道帶旺街市。而不少大型公司、會所及筵苑，也前來購置燈籠，布置中秋。

本報記者採訪期間所見，每個燈籠售價數十元至數百元不等，不論是今年新推出的海馬造型，抑或是金魚、兔子等傳統造型，同樣不乏捧場客。家住元朗的陸小姐，便以300多元購買一個金魚造型的大燈籠，準備中秋時在家布置裝飾。她說是從網上得悉該店，然後前來觀賞，以往少

有花大筆錢買燈籠，但來到看見氣氛濃厚的燈籠景色，覺得物有所值。

「舊時燈籠用紙紮、竹籠製作，現在就轉用鐵絲籠、布料，更加美觀，也不容易破爛。」見證着傳統燈籠興衰的光哥說，本港出售傳統燈籠的店舖已經所剩無幾，他在大橋街市的店，更是「全新界只此一家」，出售的燈籠設計皆出自香港人手筆。儘管燈籠近年變化甚大，如由紙燈籠變成塑膠燈籠、燭台變為LED燈泡、造型亦由兔子等變成「比卡超」卡通公仔，但光哥認為，「老一輩鍾意舊燈籠、細蚊仔就鍾意新穎嘅」，爺爺、嫲嫲帶着孫仔孫女來到，各買所愛共度佳節。「中秋情」其實從來未變。

光哥稱，店舖平日主要售賣金銀衣紙，隨着拜神習俗愈來愈淡薄，顧客減少，中秋則是店舖全年生意最旺的日子，往年中秋平均出售約2000個燈籠，高峰期更曾日售近200個燈籠。今年零售市道雖然不景氣，但他相信，市民過時過節仍願意消費，不擔心生意下滑，認為最重要「價錢公道、款式靚」，熟客自然回頭。



◀傳統金魚燈籠仍是市民「摯愛」 大公報記者謝進亨攝

►南區青年學習製作火龍 大公報記者麥潤田攝



◀小妹妹學舞火龍，家長為她拍照留念 大公報記者麥潤田攝