

港人春節外遊 情人節消費恐受累

花店：成本上漲亦不敢加價 酒店餐廳訂枱未見踴躍



經濟透視

距離一年一度的西方情人節尚有兩天，本港餐飲業界指出，今年情人節是緊隨農曆新年長假期後翌日，期間為市民出外旅遊及回鄉探親高峰期，預期今年情人節生意表現疲弱。有鮮花花束供應商直言，雖然鮮花來貨價較去年增加約10%，加上其他營運成本上漲，但未敢上調售價，期望透過新的特色產品吸納客群，期望生意額有10%至20%的增幅。

大公報記者 李潔儀



經濟前景未明，酒店在情人節訂枱情況未算踴躍，相信與部分市民趁農曆新年長假期離境度歲有關，因此對今年情人節餐飲市道不抱太高期望，估計業界的生意仍見壓力。

黃家和：餐飲消費難言樂觀

「減（價）得幾多？愈減價只會令利潤愈少。」黃家和表示，餐飲業界在過去數月已提供不少優惠，希望可以留住消費者、吸引人流，惟直言業界推出優惠也有限度。

此外，譚仔國際（02217）旗下品牌在每年情人節也有新推廣，今年亦不例外。集團發言人表示，希望透過安排推廣活動，以吸引顧客帶來銷售。其中，譚仔雲南米線會於2月14日至18日期間，推出情人節推廣，譚仔三哥米線則於2月14日至29日期間，全線推出情人節兼元宵節特色米線產品及推廣。

發言人直言，今年的情人節緊接連續4日的農曆新年假期（2月10至13日），相信是市民出外旅遊及回鄉探親的高峰期，因此預計會對餐飲市道造成影響。



不少人在情人節向另一半贈送花束，並為花店帶來可觀的收入。

各地有趣情人節傳統



日本

2月14日主要由女士向另一半選購朱古力，一個月後的3月14日白色情人節，則輪到男士送禮物。



美國

每年情人節，情侶會購買糖果、賀卡、朱古力、鮮花和珠寶等，其中最熱門的情人節糖果是印有「Be Mine」、「Kiss Me」等字句的心形糖果。



芬蘭

情人節又稱為「友誼日」，是朋友聚會、慶祝的日子，大家也會交換禮物。



巴西

情人節為6月12日，當天是Saint Anthony的紀念日，以紀念這位眷顧婚姻和愛情的神明。



丹麥

暗戀者會在紙上寫一首詩，再把這封名為 gaekkebrev（玩笑信件）的信件送給心儀對象。



法國

安德爾省市鎮 Saint-Valentin 會舉辦為期兩天的節慶，包括展覽、散步和燭光晚餐等，村長會向前來參觀的每對情侶頒發證書。



秘魯

情侶會送當地國花蘭花，而不是玫瑰。

網上花店尚禮坊創辦人黃毅超表示，今年情人節並非公眾假期，相信目標客群仍會繼續下訂單。他提到，一般在情人節前數天，需要足夠的花藝師及工人進行準備工作，包括安排花紙、裝飾蝴蝶結、配葉等，但今年情人節前夕剛好是農曆新年假期，因此相關工作成本有所增加。

黃毅超：推特色花束吸客

黃毅超續說，雖然港人北上消費對花市銷售影響不大，但畢竟疫情後的本港經濟仍然偏弱，市民消費趨向保守，即使鮮花來貨價較去年增加約10%，惟未敢上調花束的售價，只能維持去年同期水平。

不過，黃毅超提到，早於今年1月中已收到情人節訂單，較以往提前了兩星期。他指出，根據經驗，以往約50%訂單會在情人節前5天湧現，因此預期臨近情人節，將有更多急單湧現。

黃毅超表示，為更吸引消費者，特意與維多利亞博物館聯乘推出限量版永生花束以及金箔朱古力，將藝術元素加入花藝之中，期望今年情人節整體生意額有10%至20%的增幅。

▼黃毅超稱，雖然成本上升，但花束售價未有調高。

另外，香港餐飲聯業協會會長黃家和指出，面對



掃一掃 有片睇



▲黃毅超期望特色產品可令生意額增長10%至20%。

▶黃家和認為，食肆難以在情人節推出額外優惠。

澳洲情侶互送紫貝殼 南非情人「穿起」另一半

異國風情

世界各地有不同傳統習俗，慶祝情人節的活動也不例外，除了一般會向情侶送贈糖果、賀卡、朱古力、鮮花等禮物，較特別的有澳洲的情侶會在情人節當天互送紫色貝殼，以示忠貞。

在韓國，每月14日都是情人節，各有不同活動，例如4月14日「黑色情人節」，單身人士會穿上黑色服裝聚在一起，食黑色炸醬麵或飲黑咖啡，以慶祝友誼。

在出產鑽石聞名於世的南非，情侶在情人節不是互送鑽石，而是把另一半的姓名繡於袖口上，寓意每天可以

「穿」起情人。

至於位於歐洲東南部的保加利亞，情人節又稱為「釀酒師之日」，大眾會參加紀念葡萄酒守護神St. Trifon遊行，並喝葡萄酒慶祝。



◀4月14日是韓國的黑色情人節，黑色炸醬麵是當天的應節食品。

中國情人節 元宵意境勝七夕

相約賞燈

2月14日是西方的情人節，七夕節（七月初七）則是中國的傳統節日，被喻為中國的情人節，又稱女兒節、乞巧節。但七夕未必是喜事，當作中國傳統情人節，未免是會錯意。

七夕節可追溯至漢朝時期，大眾會在當天慶祝一個神話愛情故事，傳說一對戀人（牛郎、織女）被分隔在銀河兩岸，每年只有在七夕節才能相聚。

不過，在大多數關於七夕的古詩詞中，暗藏凄美悲哀。以李清照《行香子·七夕》一詞為例，當中有「星橋鵲駕，經年才見，想離情、別恨難窮」，可見這對戀人一年只能一見的無奈。

另外，元宵節又稱上元節（正月十五日），民間風俗是相約賞燈，不少詩詞會寫到元宵時節男女相會幽思的情節。因此，若說中國的情人節，元宵或較七夕更恰當。



▲元宵節被視為中國情人節，因為不少情侶會在當天相約賞燈。

情人節賀卡源於18世紀 首年銷售額1560元

傳遞愛意

情人節送出的禮物，往往附帶一張小賀卡，原來這種賀卡的發源可追溯至十九世紀。

翻查資料，早於十八世紀初，美國的情侶已開始交換手工情人節禮物，到1847年，被譽為「情人節之母」的Esther A. Howland收到一張英國情人節賀卡，激發她創作自己的情人節賀卡，並說服在馬薩諸塞州伍斯特擁

有書籍和文具店的父親，從英國和美國紐約訂購紙花邊和用品。



Esther A. Howland自此開始在美國銷售情人節賀卡，首年產銷售額200美元（約1560港元），隨後她的哥哥在一次旅程中，為她找來5000美元（約3.9萬港元）的訂單。

◀Esther A. Howland在170多年前以紙花邊製作情人節賀卡。

環球經濟未明朗 零售業宜保持審慎

新聞分析

李潔儀

農曆新年假期氣氛濃厚，繼有龍年大年初一的花車巡遊、大年初二的維港煙花匯演，今天（12日）亦有賀歲賽馬日，期望藉着不同節日活動，帶動氣氛、帶動消費。雖然眼前一片歌舞昇平之象，但是本港零售業仍然存在隱憂。

特區政府統計處資料顯示，本港去年12

月零售業總銷貨價值為363億元（臨時估計數字），按年上升7.8%，遜預期。2023年全年合計，零售業總銷貨價值4067億元，按年僅增16.2%。

旅客消費轉變 奢侈品銷售放緩

當局預期，隨着接待能力持續恢復，訪港旅客人數將會進一步上升，支撐本地零售業務

發展。雖然尖沙咀名店外不時還有排隊入場的現象，但相比昔日好景之時，人龍已相對稀少，除了因為經濟環境疲弱，導致奢侈品市場銷售放緩，某程度亦與訪港旅客的心態轉變，更多以體驗式旅遊為主有關。

每年在2月14日西方情人節，往往是商家們吸金的大好節日，一頓情人節晚餐、一束玫

瑰花、一盒心型朱古力，必能吸引消費者。不過，可以預料的是，在環球經濟疲弱的前提下，今年本地情人節零售市場未宜過分樂觀。

事實上，個別節日的零售表現不足為道，最重要是尋求一條可持續發展之路。香港擁有一些本地優質品牌，當局可考慮透過發揮本地品牌的優勢，為零售市場未來發展鋪路。