



天氣市道皆回暖 市民湧工展掃貨

展商：即場試食更好賣 整體生意料升兩成

昨日是香港的聖誕節長假最後一天，不少市民「血拚」衝刺，其中在維園舉行的工展會商戶趁假期推出限時優惠，吸引大批顧客入場狂掃年貨。昨日下午天氣晴朗，氣溫回暖，適宜外出，香港文匯報記者在工展會直擊，現場人頭湧湧，大量市民拖着手推車有備而來，顧客主要是銀髮族，亦有不少跨區消費的家庭客前來置辦年貨。有攤檔主表示，今屆工展會是疫後首次恢復試食，市民現場品嚐後會更有意慾購買，有助帶旺生意，預料整體生意額較上屆工展會上升一兩成。

◆香港文匯報記者 唐文



▲不少市民帶備拖地到工展會掃貨。
香港文匯報記者涂穴 攝

◀今年是疫後恢復試食的首個工展會，商家表示大大提高市民購買意慾。圖為市民大快朵頤。
香港文匯報記者涂穴 攝



◆紅酒展商黃特平 香港文匯報記者唐文 攝
◆海味檔主林太太 香港文匯報記者唐文 攝

工展會昨日人流相當暢旺，許多市民選擇把握聖誕長假期最後一天過來購物。部分人受熱鬧氣氛感染，即場購買小食用餐。展會出入口附近設有多個垃圾桶，部分垃圾桶不消一小時就塞滿市民用餐後的餐具及廚餘，可見生意有多暢旺。

一間海味檔負責人林太太向香港文匯報表示，今屆工展會是疫後首次恢復試食，該攤檔亦在現場煲了一鍋鮑魚花膠湯給顧客試飲，吸客效果不錯。「人流情況是比較滿意的，不過感覺市民消費情況整體比較謹慎，大額消費不多，我們也因應推出了優惠，比如500元兩包花膠，希望薄利多銷。」

亦有展商指，聖誕節假期較多市民外遊，對消費有一定影響。賣賣家品的郭女士表示，儘管仍有不少人選擇留港消費，但一部分消費力強的家庭選擇外遊，始終會影響商品銷路，更無法用加價的方式彌補。「現在資訊這麼發達，價格都是透明的，消費者隨便『淘寶』（搜索）一下就知道了，賣得貴更加沒人買。」她希望長假結束後市民返港多來工展會，在展覽後期可有更多顧客。

工展會於本月16日在維多利亞公園揭幕，一連24天舉行，展期直到1月8日，入場費8元，晚上7時後更可免費入場。展會共設超過900個攤位，內容豐富多元，更有「一元、一折」等優惠，以及抽獎遊戲及歌舞戲劇表演等。

香港文匯報訊（記者 唐文）工展會去到展期中段，每日仍有大量市民入場，部分顧客是一來再來，大部分人預算花費一千元至數千元不等。居於元朗的梁女士昨日向香港文匯報表示，她與鄰居一連兩天過來，每次都花費兩三千元，購買花膠、鮑魚、米麵等，「（前）天拉車仔過來，裝備比較充分，今（昨）天（裝備減少）拎住這麼多袋，有點辛苦。」她指，每年年末都會來工展會「進貨」，因為展品種類繁多，價錢相對平，可以一次購買一年的分量，交通也相對方便，元朗有直達巴士到達維園，無須轉車。

張先生一家從九龍過來購買年貨，他表示，打算購買一些日常用品和過年期間的食物，沒有特別規劃預算，相信數千元足夠使用，「剛剛逛了一下，還沒買完，感覺今年氣氛不錯，沒想到這麼多人，也沒有留意價格，應該是與往年相若。」他說，雖然線上購物也十分方便，但是假期更喜歡帶小朋友外出，讓他們多體驗生活，一家人一起買年貨更有儀式感。

盧小姐過去三年因為疫情都沒有來逛工展會，今年復常後才重新造訪，「疫



◆張先生 香港文匯報記者唐文 攝
◆盧小姐 香港文匯報記者唐文 攝

情期間到人的地方會比較謹慎，就沒有過來，今年情況好很多。」她買了粉麵、常備藥物等，花費約1,000元。

「未必個個假期都出去旅行」

郭先生是附近街坊，趁假期過來閒逛，順便享用美食。被問及為何假期選擇留港消費，他表示，暑期已與家人外遊，「未必每個假期都出去旅行的，在香港逛街、吃下飯，感覺也很好。」

陳先生亦表示：「都是湊氣氛，來看看有什麼食物買，可能都是海味或者零食。」

從美國回港的潘先生更大呼：「很正、真的很正！回味港式蛋撻，好享受！」至於預了多少钱？他說：「無限！如果喜歡的話，可以全部買回家。」

商場獎賞谷消費 營業額年增兩成



◆有商家指，旗下的15個商場聖誕假期人流旺，整體營業額較去年增20%。
香港文匯報記者涂穴 攝

香港文匯報訊（記者 文森）今年是復常通關後首個聖誕零售旺季，加上特區政府推出周末維港聖誕煙火，為旅客製造訪港亮點，商場又推出多重消費獎賞，兼在多區設主題打卡裝飾推高節日氣氛，市民樂於外出消費玩樂，新鴻基地產十五大商場人氣熱鬧，成功帶動銷情，4天聖誕假期（12月23日至26日）人流按年升20%至30%，營業額較去年增20%。

新鴻基地產執行董事馮秀炎昨日表示，旗下的15個商場今年增加了15%的聖誕推廣費，聖誕假期人流旺，整體營業額較去年增20%，當中首推禦寒產品如保暖功能性衣物、保暖小家電等，及節日送禮消費如精品朱古力聖誕禮籃、禮盒等最見旺場。

她透露，年終多婚嫁趕明年生龍年寶寶，今年冬至又連聖誕，增加企業及親友聚會，金飾租戶的婚嫁用的龍鳳手鐲、節日送禮用的精品珠寶都較去年好賣，人均消費至少10,000元起。餐飲方面，不少餐廳早在節前已訂滿，市民均願意出外慶祝。

每逢聖誕，維港兩岸都會有五光十色的燈飾，吸引市民和遊客專程「打卡」。從事燈飾和燈光設計38年、人稱「燈飾大王」的黃劍山表示，維港兩岸燈飾最璀璨的年代，尖沙咀海傍除鐘樓政府建築外，幾乎每座大廈都會在聖誕期間，於外牆布置燈飾；市民如希望訂酒店觀賞維港夜景和燈飾，就要提早最少3個月預訂。

他指，今年維港兩岸個別大廈沒有掛外牆燈飾，未

貿發局 Chill 11 推港品牌 市民讚概念新氣氛濃



◆市民在場內與各式聖誕裝飾打卡合照。

香港文匯報訊（記者 馬翠媚）一連四天的聖誕節長假期結束，由香港貿發局舉辦、同為一連四天的潮活11（Chill 11）昨日圓滿結束。活動連日於亞洲國際博覽館舉行，匯聚約170個文化藝術、飲食、消費娛樂等展商及品牌，聯同明星、名廚、文創人等，推動香港品牌和香港設計，讓大灣區各城市居民在文創零售娛樂方面互動交流。

香港貿發局副總裁張淑芬表示，局方首次舉辦 Chill 11 活動，樂見活動為本地中小型品牌及文化創意打造了一站式推廣平台，讓更多大灣區消費者認識其特色產品，推動大灣區內文創交流。Chill 11 由主要贊助機構、特區政府「創意香港」全力支持，並有逾百個夥伴參與。

活動連日來吸引不少一家大細的本地客捧場，市民陳先生一家三口前來，買了明信片及袋，並參加繪畫活動，小朋友覺得32米長的兒童充氣設施「Chill 級城堡」好玩及吸引，如有類似活動會再來。

現場亦設有大抽獎，獎品包括演唱會門票、機票、酒店住宿、主題樂園入場券等。