



香港回歸祖國 27 周年
之 購物篇

► 陳茂波和謝邱安儀與各參與商戶代表和員工合照。
香港文匯報記者北山彥攝

香港零售管理協會7月1日回歸紀念當日至8月31日期間，推出第二屆香港開心購物節，來自10個不同界別逾160個品牌共5,000間商舖，將提供超過300項免費禮品和消費禮遇，總值12億元，當中110項為免費禮遇，是上屆三倍。其中，首次參與的貿易發展局，會送出8月舉行的美食博覽、美與健康生活博覽，以及家電·家品·博覽共4,000張免費入場門券。香港零售管理協會主席謝邱安儀形容，今屆購物節體現跨業界合作精神，攜手為市民和遊客提供各種食、玩、買、消費體驗和禮遇，透過多方合作提升競爭力，以贏得顧客的歡心。

◆香港文匯報記者 劉明



開心購物節食玩買 免費加禮遇值12億

貿發局贈4000免費門券 零售管協：體現跨業界合作精神

為響應特區政府好客之道運動，今屆購物節加入有禮元素，參加商戶須簽署香港有禮服務約章，並在昨日的啟動禮上宣誓，承諾向每位市民和旅客送上有禮服務，協會將同步舉行香港有禮店舖選舉。消費者只要在參與商戶店舖內掃描協會或CSL旗下AR Lens的二維碼，就可以投票選出有禮店舖，並有機會額外獲免費禮品和消費禮遇。協會9月將公布獲選名單，鼓勵業界提升服務水平。

謝邱安儀在昨日活動的啟動禮上表示，今屆重點是零售業、餐飲業、旅遊業、會展業、商場業、酒店業、跨境交通、銀行業和電子支付平台共10個不同界別參與，聯同特區政府機構推出食、玩、買、住的消費禮遇，體現跨業界合作精神，「旅客來港不單是買東西，還講求食、玩、買甚至是住，這些整體消費體驗環環相扣，互相配合，發揮協同效應。」

今年購物節更首次引入電商活動，7月舉行香港九大直播平台直播帶貨，帶來另類消費體驗。

麥當勞1g免費派萬杯厚椰奶鐵

在購物節期間，各商戶將提供的逾300項禮遇，會以快閃搶券形式於支付寶、AlipayHK、AR Lens、BoC Pay、HK01、HOY TV、PayMe、WeChat Pay HK等平台推出，包括限量禮品或現金券形式，以及有購物折扣、優惠券、買一送一優惠等購物禮遇。除了有貿發局送出免費門券，還包括連鎖快餐店麥當勞7月3日在Instagram免費派1萬杯厚椰奶鐵等。

多家白金贊助商戶亦會提供消費體驗，如莎莎推出AR虛擬化妝試玩，參加者需於3分鐘內狂掃店內總值不超過888元的化妝護膚品，並在10分鐘內化一個職場妝容；領展旗下黃大仙中心則於8月舉行限時任你掃比賽，勝出者可獲1萬元購物券（見表）。

被問及購物節對零售業務提升作用，謝邱安儀坦言，零售環境受很多外在因素影響，包括港元兌換率，以及未來內地旅客購物回內地的免稅額否有增加的好消息等，均影響7月至8月零售表現，但希望藉購物節鼓勵零售商有更好服務和增加消費氣氛，而購物節在夏季舉行，可鼓勵來自世界各地旅客享受在港的一切，購買更多東西和品嚐美食。

陳茂波料盛事吸170萬旅客參與

主禮嘉賓、特區政府財政司司長陳茂波致辭時表示，今年頭5個月訪港旅客人數超過1,800萬人次，預計各項盛事將吸引170萬旅客參與，估計帶來約72億元消費額，而在中央的支持下個人遊城市開通到59個，期望帶來更多過夜旅客，令零售、餐飲和酒店各行業受惠。



◆香港零售管理協會舉辦香港開心購物節——「香港好禮·有禮」啟動禮。
香港文匯報記者北山彥攝

特区政府又推出了針對性措施協助港商，如預算案提出向BUD專項基金注資，增設「電商易」資助，每間公司獲最多100萬元資助以電商平台拓展市場，而貿發局8月在內地電商平台舉行香港好物節，期望帶動香港企業發展電子商務。

莎莎：非遊客區增分店

擔任白金贊助商的莎莎，其發言人對香港文匯報表示，疫情前七成顧客來自內地，三成為本地人，疫後比例各佔一半，本地客源於復常前已令公司轉虧為盈，故會提升本地顧客服務領域，如在非遊客區增設分店。對內地旅客，則結合線上線下進行推廣，如線上增加直播體驗，由美容顧問等線上增加與顧客互動，並透過小紅書推廣，又會在新加坡和馬來西亞開店，提升在東南亞的知名度。

部分精彩禮遇

商戶/機構	禮遇
貿易發展局	送8月舉行的美食博覽、美與健康生活博覽，以及家電·家品·博覽共4,000張免費門券
香港麥當勞	7月3日在Instagram免費派厚椰奶鐵10,000杯
CSL	送NowTV英超西甲1天通行證和電影租看券
通利琴行	送鋼琴產品500元優惠券
謝瑞麟	送300元珠寶購物券
周生生	指定系列飾品七折優惠
莎莎	送SUISSE PROGRAMME指定產品四二折優惠券
Giga Sports	馬拉松自家品牌正價滿500元減100元
眼鏡88	100元電子現金券
鴻福堂	憑券免費獲送310毫升火麻仁拿鐵一支
官燕棧	免費換領每樽180克紅棗圓肉燕窩飲（減甜）
PizzaHut	堂食或外賣自取送香蒜肉絲意粉一客
大家樂	憑券惠顧送15元或以下凍/熱飲一杯
添好運	堂食送酥皮焗叉燒包
悅品酒店	客房預訂100元優惠

註：優惠詳情可瀏覽協會官網（<https://www.hkma.org/zh-hant/shopfest2024>）和社交媒體平台 整理：香港文匯報記者 劉明

體驗式禮遇

商戶	禮遇內容
萬寧	7月1日至14日於香港零售管理協會平台上載淨價滿100元或以上萬寧購物單據即可參加，首100名正確寫出一項萬寧社區藥劑服務的參加者，將免費享用營養飲食及體重管理計劃及萬寧專業健康諮詢服務一次，並助得獎者換取價值1,000元保健產品
莎莎	推出AR虛擬化妝試玩，參加者可在3分鐘內狂掃店內化妝護膚品（總值不超過888元），並在10分鐘內即時化一個職場妝容，由莎莎星級化妝師選出優勝者，兩位勝出者可獲Cyber Colors購物禮券總值1,000元，其餘參加者可免費參與化妝體驗班。莎莎並提供1,000名AR虛擬化妝體驗服務給市民參加
領展	樂富廣場、慈雲山中心及TKO Spot 7月中舉辦適合一家大細活動；黃大仙中心8月下旬有「限時任你掃」比賽，勝出者獲10,000元購物券
香港麥當勞	可登入麥當勞App玩遊戲，贏取優惠
營多 Indomarket	顧客7月1日至8月11日於香港零售管理協會平台上載滿50元營多Indomarket購物單據，即有機會參加，6位獲選參賽者30分鐘內以東南亞醬料烹煮創意東南亞清真菜式，優勝者可獲8,000元現金獎

資料來源：香港零售管理協會 整理：香港文匯報記者 劉明

海園水上派對下月開鑼 添奧運元素

香港文匯報訊（記者 文森）香港在多项盛事活動帶動下，加上早前新增8個赴港個人遊內地城市，為旅遊和相關行業帶來經濟效益。海洋公園昨日表示，今年首5個月的入場人次按年大增1.5倍，單計內地旅客更有1.6倍增長。

首5個月入園人次年增1.5倍

海洋公園公司主席龐建貽在夏日狂歡派對啟動禮上表示，今年首5個月的入園人次按年大增1.5倍，而特區政府一連串刺激旅遊措施，對海洋公園以至香港旅遊復甦均有很大幫助，又相信新增遠程的個人遊城市旅客可為海洋公園帶來刺激作用。

海洋公園水上樂園將於下月6日至9月1日舉行大型水上派對暑假狂熱 Party Time，屆時將設有水彈sun激鬥、兜頭淋sun激鬥和摩打sun激鬥遊戲角落，適合一家大細玩樂。為迎接下月26日開鑼的巴黎奧運，水上樂園還加設了奧運元素，包括在大屏幕上播放奧運賽事，又會提供水



◆海洋公園水上樂園將於下月6日至9月1日舉行大型水上派對暑假狂熱 Party Time。

上排球、水上籃球、水上拔河等活動，期望於暑期吸引更多遊客。

水上樂園由本月中至9月15日推出盛夏入場門票，平日成人票低至340元，周末票價420元。下月13日起至9月15日期間，5歲或以下小童更可免費入場。

港宜居指數排名升 膺全球第五十位

香港文匯報訊（記者 文森）英國經濟學人智庫（EIU）近日公布最新2024年度全球宜居指數報告，在亞洲地區僅得日本大阪被評全球最宜居城市首十位內，與新西蘭的奧克蘭同樣排名第九。香港的宜居指數於過去12個月內上升2.1至90.2，排名由第六十一位大幅躍升躋身第五十位，是全球改善幅度最大的城市。報告表示，這主要是香港在穩定性和醫療保健方面得分有所提高。

EIU的全球宜居指數報告，對全球173個城市就穩定性、醫療保健、文化與環境、教育和基礎設施5個關鍵類別進行排名。香港由去年第六十一位大幅躍升至第五十位，是改善幅度最大的城市。新加坡亦基於醫療保健和教育指標有所改善，整體宜

居指數於一年間升0.8至92.9，排名亦由第三十四位升至第二十六位，排名上升幅度僅次於香港，但總排名仍比香港高。

報告指，西歐持續維持全球最宜居地區的地位，奧地利維也納以98.4第三度位列全球宜居城市之首，她在5個關鍵類別中，4個類別中均獲得滿分。

EIU指出，由於維也納缺乏重大體育賽事，令該城市在文化和環境方面得分較低，僅得93.5。十大全球宜居城市的排名分別依次為奧地利維也納、丹麥哥本哈根、瑞士蘇黎世、澳洲墨爾本、加拿大卡加利、瑞士日內瓦（與卡加利並列第五）、澳洲悉尼、加拿大溫哥華（與悉尼並列第七）、日本大阪及新西蘭奧克蘭（與大阪並列第九）。