

第三十四屆香港美食博覽昨日起一連5日假灣仔會展舉行，聯同家電和國際茶展等四項展覽，共有來自30個國家和地區約1,860家參展商參加。因應北上消費的大趨勢，一眾參展商絞盡腦汁推出各類超抵優惠，1蚊鮑魚、1蚊雞及1蚊豬手等震撼價，吸引大批市民提前到場排起長長的人龍。正式開幕一刻，眾人一窩蜂衝入場搶購心頭好。有每年捧場的市民認為，昨日人流較去年多，且產品非常抵買，更有市民與朋友在場內豪擲近兩萬元，搶購了一車仔的花膠。首次在展覽中加設熟食檔的海味店負責人表示，佛跳牆等熟食非常受市民歡迎，營業額有望按年增一成。

◆香港文匯報記者 張弦

## 美食博覽開鑼 1蚊筍貨爭崩頭 展商看俏銷情增一成

# 豪擲兩萬買花膠 老饕掃貨收穫豐

香港文匯報記者昨日上午到會展直擊美食博覽開鑼情況，未到10時正式開幕，場外已有市民排長龍等候入場。一到10時，排頭位的首批市民即衝入場內，直奔心儀商戶的攤位，搶購限量優惠商品。

有海味店一如以往準備1蚊搶鮑魚遊戲，今次更首次加入熟食攤位，售賣的佛跳牆50元一份，鮑魚串、蟹黃鮑魚撈麵、鮑魚花膠碗仔翅等每份30元，吸引多名市民圍在攤位前購買。場內不少展商也推出超筍優惠，到處是1蚊、甚至1毫震撼價發售的產品，吸引大批市民駐足搶購。

黃先生與母親昨日拖着購物車到場掃貨。開場未夠兩個小時，他已購買了一箱日本產的桃子，以及一個杯麵福袋。黃先生表示，由於家住灣仔，到會展非常方便，每年都會參觀美食博覽，笑言自己算是為促進本地經濟貢獻一分力。

### 受惠日圓貶值 日本桃大劈價

他說，感到今年參展商的優惠力度較往年更大，再加上日圓貶值，日本產品相對便宜，如昨日購買的一箱12個桃，去年售價約要600元，今年只需400元，「好抵！」被問及會否購買月餅，他坦言要視乎產品價格和款式。

張女士與朋友到場搶購花膠，其朋友是其中一個參展商的會員，購買花膠享有折扣。她說：「場內花膠的定價本來較市面便宜，現在折上折，我們花費近兩萬元搶購了裝滿一個購物車的花膠。」她又排隊試食免費的小食，打算食完再行一圍尋找其他筍貨。

展覽也吸引不少旅客到場，來自馬來西亞的程女士直言愛在美食博覽購買零食等產品，「便宜一點又有東西送，寧願在這裏買，也比在外面買好。」

安記海味董事總經理潘權輝對香港文匯報表示，該店在今屆美食博覽首次增設熟食區以吸引顧客，「希望他們試食後有興趣購買相關產品。」受惠於會展中心毗鄰港鐵站，昨日上午人流不錯，他形容是較「爆」的一個開場，「會展站行過來很方便，有天桥落雨亦不怕。」他們去年底參加工展會的銷情不錯，期望今次美食博覽生額有10%左右增長。

中秋佳節即將臨臨，不少參展商都出售月餅和相關優惠產品，其中，奇華餅家推出了45元的5件中式小食和鳳梨酥，以及100元3盒的奶黃月餅，吸引不少長者搶購。

### 奇華推特色月餅迎佳節

奇華餅家有限公司高級零售營運主任曾先生表示，今次展銷新推出的中西合璧「黑松露金華火腿五仁月餅」，以及迪士尼系列月餅禮盒和套裝福袋，還有散裝的核桃酥、老婆餅、金華火腿酥等多款小食，讓市民自行搭配購買。他認為昨日上午入場人流頗多，形容人流勝往年，希望今屆參展的營業額可以翻倍。

## 商家變則通 港客自可留

自疫後復常以來，香港百業逐步復甦，但港人消費模式已然轉變，加上不少人熱衷北上消費，令香港零售消費市場增長步伐緩慢。愈來愈多港人愛於假日北上消費是客觀事實，但本地零售業只要變則通、動動商業腦筋，亦能逆市突圍而出，君不見昨日開鑼的香港美食博覽場內人流如鯽，提着手推車掃貨的港人不勝枚舉。他們動輒花費上千甚至逾萬元掃貨仍不改色，足以反映「有麝自然香」的道理：只要有喜愛的活動、吸引的產品、較高的性價比，何愁沒人留港消費？

港人擁有消費力，只要有好玩、好食、有趣的，自然捨得花費，問題是商戶能否多出點子，刺激市民消費意慾。相信絕大部分港人都是精明消費者，他們捨得揮金如土不等於視錢如糞土，參展商若非出盡奇謀以試食、遊戲、場內優惠與數等方式吸引眼球，以及透過高性價比去刺激消費，入場人士亦未必願意花費一分一毫。從是次美食博覽可見，港人並非沒有消費力，只是值不值得消費，以及在哪裏消費。

### 摒棄悲觀心態 多花心思吸客

北上消費熱潮之盛行，原因離不開交通便利、商品或服務項目有較高性價比，以及新品牌與新商團帶來的新鮮感。因此，港商應摒棄「坐困愁城」的心態，只要肯樂觀、積極地動動腦筋，在產品設計上多花心思推陳出新，再配合良好的宣傳策略與優惠攻勢，擊誠的服務態度，自然可吸引港人留港消費甚至旅客慕名來港消費。深圳商團永遠不是港商敵人，而是推動他們自我增值、提高競爭力的助燃劑，在彼此良性競爭下，將粵港澳大灣區消費市場的餅做好做大，實屬樂見之事。

◆香港文匯報記者 聶曉輝



◆張女士  
香港文匯報記者涂穴 攝



◆黃先生和母親  
香港文匯報記者涂穴 攝



◆香港美食博覽昨日開鑼，會場內人頭湧湧。  
香港文匯報記者涂穴 攝



◆市民搶購心頭好。  
香港文匯報記者涂穴 攝



◆熟食檔同樣大受歡迎。  
香港文匯報記者涂穴 攝

## 川菜駐場響名堂 推廣美食「走出去」

香港文匯報訊（記者 聶曉輝）香港美食博覽除讓一眾市民到場掃平貨外，亦是內地珍饈百味藉機打入香港以至國際市場的絕佳良機。不少嗜辣港人都喜愛川菜，美食博覽的公眾館亦特設「味美四川」特色美食體驗區，集中推廣四川美食，展示名菜、名廚、名店「天府三名」品牌培育成果，集合富順豆花、張飛牛肉等四川特色小吃，亦現場展示四川烹飪技藝和文化，吸引了大批本地市民及全球採購商關注。源自四川的海底撈負責人指出，正計劃未來兩年於港澳增設兩三家分店。

### 大師「露兩手」 展手擀金絲麵手藝

為加大四川餐飲及上游農產品和食品「走出去」力度，四川省商務廳和農業農村廳組織了歷史新高的逾70家四川餐飲及上游農產品、食品企業到今屆美食博覽參展，並於昨日舉辦了「味美四川」川派餐飲推介會，由烹飪大師李紅凱展示手擀金絲麵手藝。他先將麵打成猶如薄薄的一片紙，其薄得可以隔着清晰看報紙，

其後再展現絕活刀工，將切得比頭髮更幼的麵絲穿進針孔內，竟可同時容納逾50根麵絲穿過；之後再用清水沸麵，竟也沒一根麵絲被弄斷，令現場人士無不嘖嘖稱奇。

四川省商務廳二級巡視員呂勝平在會上致辭時表示，餐飲業已發展成為四川促消費和現代服務業的重要支撐，近年四川省委、省政府積極優化產業鏈和供應鏈，並通過標準化規範產業生產，加速推動川菜更好地「走出去」。他表示，去年四川全省餐飲收入首次突破3,500億元人民幣，達3,597億元（人民幣，下同），按年增加19.5%，亦佔全省社會消費零售品總額13.7%。

今年上半年，全省餐飲收入達1,842.2億元，比疫情前2019年同期多出26%。

他說，川港兩地往來密切，雙方正共同拓展國際市場。去年，四川47家餐飲及產業鏈上下游企業參展香港美食博覽，助四川企業對接全球專業買家2,804人次，現場簽約3個項目共1.1億元，希望借助美食博覽這個平台，帶動「川派餐飲」走進更多國際視野，提升川菜影



◆烹飪大師李紅凱即場展示手藝。  
香港文匯報記者涂穴 攝

響力，讓世界愛上川菜。

海底撈負責人指出，海底撈品牌於1994年在四川開設第一家店，1999年走出四川進駐西安市場，2012年於新加坡的首間海外分店開張，及至2017年在香港開設首家分店，現時全球已擁有約1,500家分店。

他表示，現時品牌於香港擁有五家分店及一個食品加工廠，正計劃未來兩年於港澳投資5,000萬港元以完善產品本土化供應鏈，同時增設兩三家分店。

## 家電博覽同旺場 七折推售煤氣爐

香港文匯報訊（記者 張弦）美食博覽首日開鑼即人頭湧湧，樓上同步舉行的美與健生活博覽，以及家電、家居、博覽人流雖較遜色，但現場氣氛仍十分熱鬧，不斷有參展商大聲叫



◆市民選購家電。  
香港文匯報記者涂穴 攝

賣，或即場以電器示範煎煮食物等吸引顧客。有市民到家電、家居、博覽購買熱水爐及煤氣爐，認為七折價格較市面優惠更多。有售賣家電的參展商坦言，昨日開鑼為周中工作日，要視乎周末客流量才確定是否旺丁旺財，期望今次銷情較去年上升約10%。

香港文匯報記者昨日在美與健生活博覽以及家電、家居、博覽的會場視察，發現到場市民相較美食博覽為少，但亦有不少市民在美與健生活博覽展區選購商品，參展商均努力推銷。家電、家居、博覽展區有不同攤位售賣沙發、吸塵機、烤爐等家電家居用品，有市民即場試用按摩椅。

黃先生到場沒多久就選購了煤氣爐，表示早前得悉這個博覽會，故特意待開幕後到場挑選

家電，並指其挑選的煤氣爐有七折優惠，感到非常滿意，並打算在博覽會購買熱水爐，「參加這個博覽，那些品牌就會推出一些獨家優惠，市面相同產品就沒有這個優惠價錢。」

他逛完這兩個博覽會後，打算到1樓的美食博覽參觀，選購有特別優惠的食品。

### 展商盼銷情按年增一成

德國寶（香港）有限公司推廣部主任羅先生向香港文匯報表示，今屆帶來不少優惠產品，如低至五折出售的榨汁機，售價約2,600元，另額外再贈送價值約2,000元的禮品。

他認為，家電、家居、博覽位於會展3樓，而市民通常會先去1樓的美食博覽購物，暫未見有大批市民上樓，加上昨日是工作天兼有雨，故需要再看看周六日的人流才能判斷今屆銷情，希望今屆營業額能較去年增加一成。