



用好國家開放措施

為了進一步提升香港與內地之間人員往來便捷程度，國家移民管理局近年來出台了港澳居民往來內地通行證內地換補發政策，赴港澳商務簽證停留期限延長至14天，為非中國籍港澳永久性居民簽發往來內地通行證，讓港澳居民享受出行、通信、金融等35類生活便利等。這些措施不僅有效解決港人在內地工作、生活的一些痛點難點，還為外籍人士更好地往來內地提供了便利。更重要的是，隨著國家對外開放步伐愈來愈大，這些措施為香港發揮橋頭堡和「超級聯繫人」角色帶來重要機遇，特區政府和相關業界更加給予重視，做大內地居民出境遊、境外人士來華遊雙向交流的產業，不斷創新消費模式，增強本地經濟發展動能。

國家移民局近年推出的港澳居民往來內地通行證內地換補發政策，終結了過去40多年來在內地港澳居民需要返回港澳辦理的歷史。這一政策的實施，使他們能夠享受到「就近申請、一次辦結、寄遞取證」的服務，極大地節省了時間和精力。同時，港澳居民、華僑僅憑出入境證件就可以享受出行、通信、金融等35類生活便利，這無疑大大提升了他們在內地生活的便捷度和幸福感。

除了對港澳居民的便利措施外，國家還不斷推出便利內地居民往來港澳的政策措施。例如，在北京、上海、粵港澳大灣區試點實施為科教文衛等6類人才簽發「往來港澳人才簽證」的政策。這些人才可以不限次數地往返港澳，每次在港澳可以停留30天。這一政策有力地促進了人才、技術等要素的自由、便捷、高效流動，為港澳與內地合作交流提供了有力支持。

此外，國家還推出了多項便利外籍人員來華的政

增強經濟發展動能

策措施。例如，144小時過境免簽政策的適用範圍已經增至37個口岸、54個國家。這一政策紅利的進一步釋放，成為外國遊客說來就來遊中國的「流量密碼」。據統計，今年1至7月，全國各口岸入境的外國人達到1,725.4萬人次，同比增長129.9%。大批海外遊客的到來帶動了中國入境遊市場的火爆，預計直接拉動消費將超過1,000億元人民幣。這一數據充分顯示了國家開放政策對經濟發展的推動作用。

應該看到，國家對外開放大門愈開愈大，便利內地居民出境和外籍人員來華的政策措施會陸續推出。對於香港的「超級聯繫人」角色來說，這是一個持續的增值過程。香港可以積極研究如何做好海外人士進出內地門戶的作用，發揮好雙向交流平台的角色。通過加強與內地的經濟文化交流，香港可以進一步提升自身的國際競爭力，吸引更多的外籍人士來港工作、生活和旅遊。

同時，香港還可以從內地入境旅遊產業的增長中找到新的增長點。隨着內地經濟的快速發展和國際影響力的不斷提升，越來越多的外籍人士希望到華旅遊和探索。香港作為國際旅遊城市，具有豐富的旅遊資源和獨特的地理位置優勢，可以積極開拓境外到華旅遊的客源市場。通過創新消費模式、提升旅遊服務質量、打造特色旅遊產品等方式，香港可以將入境旅遊產業作為本地經濟發展的新增量。

展望未來，香港應該進一步利用這些新措施帶來的便利，加強與內地的經濟文化交流。同時，也要積極提升自身的國際競爭力，吸引更多外籍人士來港工作、生活和旅遊。只有這樣，香港才能更好地發揮自身獨特優勢和作用，為國家發展和繁榮作出更大貢獻。

順應大勢 變才能贏

一連5日的香港美食博覽、美與健生活博覽等五大展覽昨日閉幕，五大展覽錄得超過50萬人次入場，人均消費1,615元，按年升逾6%。此次參展商在推陳出新上大花心思、各出奇謀順應消費者習慣改變，力拓新品新口味，善用多種營銷新招擴展客戶，在並非理想的經濟環境下，創出超預期的業績，以行動啟示本港商界，跟隨變化、順勢而為，會變才能贏。

香港美食博覽、美與健生活博覽、家電、家居、博覽、美食商貿博覽、香港國際茶展等五大展覽，今年雲集約1,860家、來自30個國家及地區的展商，入場人次超過50萬。主辦單位香港貿發局昨日表示，主商貿的美食商貿博覽及香港國際茶展共吸引超過2萬名來自60個國家及地區的買家，香港以外的買家主要來自中國內地、中國台灣、印尼、日本、韓國、泰國等。其中參加美食博覽的多名商戶表示，今年顧客人流不俗，整體銷情達到預期。

仔細分析此次參展商贏家情況，銷情達到乃至超出預期的原因有三：一是把參展當作試水新產品的平台，以創新產品吸客。有經營零食的商戶表示，今年生意非常好，美食博覽是絕佳的推廣平台、

提供試吃及講解機會，比門市宣傳效果更佳；有美容品牌今年擴大展位、引入兩個新產品，1,700元的美容儀日均銷量超過1,000套。二是以超低優惠吸客、力拓全新客戶。有代理進口食品的商戶，今年針對消費者消費習慣改變、改變銷售策略，走薄利多銷策略，大受個人消費者歡迎，同時還收穫了不少食肆等商業採購新客戶。三是善用社交媒體等新營銷手段擴大宣傳。點讚商戶有優惠、入會即有禮物送等已是各商戶的例牌動作。

此次參加美食博覽等商戶贏家，敏銳捕捉消費者習慣、口味的改變，積極主動順應改變、大花心思推陳出新，獲得超出預期的銷情。這種識變就能贏的收穫，給香港商界帶來振奮和啟發。本港食肆業務在去年大幅反彈後，今年第一季增幅放緩、食肆總收益價值按年上升2.3%，今年第二季食肆收益269億元按年下跌2.1%。在整體消費環境並非理想情況下，本港有食肆在同樣品質下加大優惠，並推出多款平價組合吸引上班族，亦有食肆引入中東餐飲表演吸客，皆取得不俗收益。香港作為國際都會，商家向來有敏銳把握消費趨勢改變的天分，只要主動創新，相信識變就會贏。

文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

美食博覽圓滿收官 北方特產大賣 花心思贏口碑 展商食腦突圍

一連5天的美食博覽、美與健生活博覽、家電、家居、博覽昨日收官，連同日前閉幕的美食商貿博覽、香港國際茶展，五大展覽錄得超過50萬人次入場，人均消費1,615元，按年升超過6%。昨日愈接近閉館時間，氣氛愈見熾熱，不少顧客攜帶手推車，甚至大型行李箱前來「掃平貨」，商家也趁最後一天順勢推出促銷優惠。多名商戶向香港文匯報記者表示，今年人流不俗，整體銷情達到預期。有店家分析，場內熱賣的貨品都是具特色、小眾產品，坊間較少見，例如內蒙、新疆等特產，商家需要在推陳出新方面多花心思贏口碑。銷情較遜的商戶總結指，檔口位置及宣傳攻勢欠佳都影響銷路，日後會多加留意。

◆香港文匯報記者 唐文

香港文匯報記者昨日下午在美食博覽現場了解最後一天的銷情。雖然黃色暴雨警告一度生效，不過無損市民出行的熱情，會場內相當熱鬧，部分檔口前已出現長長的排隊人龍，市民試食及購買商品，有商戶打出「最後一日一件不留」標語，作最後促銷。

海味店推快閃福袋反應佳

安記海味檔口負責人潘先生向香港文匯報表示，對今年整體銷情感到滿意，略較預期好，沒發現市民購買力有明顯下降，「最後一天雨係有啲影響，但唔算太嚴重。我們比去年整體多大概5%嘅銷售額，畢竟現時經濟氣氛唔係好理想，呢個成績都算唔錯。」

他透露，顧客平均每人消費兩三百元，較為青睞鮑魚罐頭、鮑魚麵等即食產品。該店亦推出快閃福袋優惠，市場反應良好。

經營國產零食的攤檔負責人劉彬形容，今年生意非常好，更大讚美食博覽是絕佳的推廣平台，該店參展多年已累積大量回頭客。「我哋嘅貨源主要係北方食品，內蒙古、黑龍江、遼寧、新疆都有，有木耳、松茸、香菇、葡萄乾等。」

劉彬表示，北方食品在香港相對小眾，顧客一般需要經歷嘗試到接受的過程，美食博覽正好提供了試食及講解機會，比門市宣傳效果更佳，「美食博覽我參加十多年了，工展會都想參加，但門檻比較高，還在努力。」

不僅多年老店受惠，新商家亦藉美食博覽打開市場。代理意大利進口食品義生洋行高級銷售及市場經理葉浩霖表示，該店今年是第二次參展，銷情遠比去年好，「我們今次走薄利多銷路線，雖然部分商品平時在超市門店也可能買到，但在美食博覽上特別便宜，比如100元5支意大利油，家家戶戶煮飯都要用，是非常划算，對商戶也是雙贏。」

他說，除個人消費者外，還收穫不少食肆、KTV等「B2B」商業採購，「這些採購買手也會透過展會更新供應商，讓我們有機會贏得新客戶。」

引入手工產品 潮汕食品店生意增四成

有主打潮汕食品的參展商表示，生意比去年增加三四成。負責人楊先生說：「今年引入很多不同手工產品，吸引客人，客人見到平日只有幾款，突然間有十多款，買多了其他幾款，每個人都滿載而歸，8包至10包這樣買。」

有商家反映疫後市民的消費模式轉變，平時囤積較多，分析隨着疫情愈發遠去，市民不再像以往一樣購買大量食品囤積在家，而是少量多次，且偏向嘗試新鮮事物。

「我們推出了幾款新產品，市民都很願意嘗試。同時一箱一箱這種大手買入的情況減少了很多，可能是一方面家裏空間有限，現在也沒必要像以前(疫情時)儲備那麼多，日常都會外出進食，屋企嘍未必食得晒。」他說。



◆不少市民昨日無懼天雨到美食博覽掃平貨，現場人山人海，亦有參展商趁昨日最後一天展期減價促銷。



◆有經營國產零食的攤檔商戶表示，今年北方食品大受歡迎，吸引大批市民到場選購。



◆市民於熟食攤位外排隊購買及品嚐平價美食。



◆左起：黃女士、馮女士、文先生、陳女士。

香港文匯報記者郭木又 攝

香港文匯報訊(記者 唐文)不少市民趕在美食博覽最後一日入場，掃走一車車戰利品。多名市民表示，每年必來美食博覽入貨，感覺較一般超市商店品牌更為集中，價錢亦便宜，支持多舉辦類似活動。

黃女士昨日與女兒一起逛展覽，花費約千元購買一車食品。她向香港文匯報記者表示，美食博覽提供一站式購物機會，讓顧客一次過選購心頭好，「有時候見唔到這件東西，就想唔起來買，過來可以一次過買齊幾個月嘅食品。也有一般商店少見嘅進口食品，這裏都能夠買到，我就剛買了新款士多啤梨味餅乾咁嘅女，她很喜歡。」

馮女士認為，5天展期略短，最後一日才終於能抽空過來，「我本身喜歡呢種大型會場，但美食博覽展期短了一些，工展會就有幾個星期，我一般會去幾次。」她希望趁最後一日購買減價商品，但略有失望，「最平嘅那些(食品)第一日開幕就俾人掃走。」

文先生攜帶一個大行李箱過來掃貨。他說，美食博覽最吸引處是有本地潮牌食品售賣，「平時這些店舖分散在各區，難以一次過選購，場館和安排都很滿意，人流比我想像中多很多，感覺本地消費氛圍都不差。」

陳女士昨日花費逾千元購買月餅、麵食、零食等。她笑言，上次參加展覽購買的囤貨差不多已經吃光，這次過來補貨，「臨近中秋節，氣氛都幾好，我本身都要買月餅、各樣零食，現在搞活動，正好過來。政府時不時舉辦大型展會，讓大家開心吓都好。」

市民趕尾場掃平貨 冀展期延長

五大展覽吸客50萬人次 逾半受訪者消費逾千元

香港文匯報訊 美食博覽、美與健生活博覽等五大展覽今年雲集約1,860家、來自30個國家及地區的展商。主辦單位香港貿發局發展局昨日表示，今屆入場人次超過50萬。其中主商貿的美食商貿博覽及香港國際茶展共吸引約2.05萬名來自60個國家及地區的買家，香港以外的買家主要來自中國內地、中國台灣、印尼、日本、韓國、泰國等。

香港貿發局副總裁張淑芬表示，今年博覽新增四大生活化主題日，大會精心設計多場活動，鼓勵市民留港消費。展覽期間，主辦方進行隨機抽

樣調查，訪問約1,500名入場人士，超過五成受訪者在展覽現場消費逾1,000港元或以上，人均消費1,615港元。

台灣地區的展商青草地食品有限公司首次參加美食博覽，運來一個大貨櫃的快車肉乾，展會第四天已全部沽清。該公司經理王雨弘表示：「香港和大陸的消費者對我們的肉乾產品有極大興趣，銷售超出預期。」

同期舉行的美與健生活博覽，其中韓國品牌medicube再次參展，今年展位加大至96平方米，

並引入兩個新品牌。其品牌市場推廣高級助理Julie An表示，韓國美容產品在香港有巨大潛力，最暢銷的medicube AGE-R Booster Pro美容儀以每部展會價1,700港元出售，平均每日銷量逾千套。

美食商貿博覽特別增設清真食品和飲品標誌，方便買家採購。香港買家海昌海洋公園控股有限公司正在沙特阿拉伯發展以海洋為主題的樂園度假村，其亞太區業務拓展與營運資深顧問梁啟誠在美食商貿博覽找到已獲清真認證的泰國大米及內地的黑茶，每份訂單達50萬美元。