



香港貿易發展局主辦的香港國際美酒展昨日落下帷幕，不少市民與旅客趁公眾開放日入場品嘗佳釀。今屆展會吸引來自20個國家和地區合共逾600家參展商參與，包括不少內地酒商參展，有新疆葡萄酒酒商表示首次參展，反應良好，葡萄酒銷售情況滿意。負責人表示，他們會開拓香港市場，並期望以香港作為跳板進軍海外。有本地酒具供應商推出氣泡酒展銷，指今屆生意額較往年佳。

●香港文匯報記者 洪澤楷

今屆國際美酒展自上周四(7日)至昨日一連三天假灣仔香港會議展覽中心舉行，至昨日下午6時正式完結。展會前兩日僅供業內人士參與，昨日最後一天則向18歲以上公眾人士開放。

美酒展雲集約40個國家和地區的各式佳釀，包括葡萄酒、多款「國潮酒」、日本清酒、世界得獎佳釀等。大會今年更特別增設「侍酒師精選推介」(Sommeliers' Picks)，邀請三位知名侍酒師為入場人士提供選酒指南。受惠於新一份施政報告調低烈酒稅，今屆烈酒商數目增加逾四分之一參展商，帶來各式烈酒，包括中國白酒及日本的琴酒與白蘭地等。

香港文匯報記者昨日到現場，由於展覽昨日開放給公眾人士入場，人流下午1時30分左右開始密集，不少參展攤位均需要排隊。主打干紅、全汁葡萄酒的新疆葡城酒業有限公司首次參與美酒展，負責人張先生向香港文匯報表示，今次參與展覽獲得不錯成績，昨日下午已悉數售出超過30支用於推廣的紅酒。

他說，香港與新疆近年來經貿聯繫緊密，葡萄酒出海相對此前更為便利，他將繼續利用香港的國際化優勢，持續開拓海外市場。

酒具商推售氣泡酒銷情佳

另一本地酒具供應商啟行已多次參與美酒展，今屆除酒具外更推出氣泡酒展銷。負責人龔先生向香港文匯報表示，由於今年特別與意大利氣泡酒 Prosecco 聯動，吸引了不少人流，生意額較去年為佳，「昨日到兩點左右已有四位數左右的收入。」他並說，由於提供試飲的緣故，氣泡酒的銷售情況要好於酒具，「酒差不多佔今屆展覽的生意額七成左右，而酒具只佔三成。」

今屆展會還設有「美酒之友」專區，展示佐酒美食。本港食品代理商新味思貿易公司主理生果脆、杏仁等佐酒小食，但負責人蘇小姐向香港文匯報表示，新冠疫情後市道並未完全復甦，「公司每年都參與美酒展，但今年公司展位有所縮小，美酒展的展區規模也比疫情前少了近三分之一。」

今次展會約20%的參展商受惠於早前施政報告減烈酒稅的政策，中國白酒酒商代表袁小姐表示，降低烈酒稅對生意額有幫助，但港人普遍愛飲紅酒和洋酒，香港的白酒文化相對薄弱，估計需要約5年至10年才可進一步開拓香港的白酒市場。

美酒展閉幕 參展商滿意銷情冀進軍海外



●香港國際美酒展昨日落下帷幕，不少市民與旅客趁公眾開放日入場品嘗佳釀。 香港文匯報記者萬霜靈 攝



▲今屆展會吸引來自20個國家和地區合共逾600家參展商參與。 香港文匯報記者萬霜靈 攝

助內地「酒」出去



●新疆葡城酒業有限公司負責人。香港文匯報記者洪澤楷 攝



●龔先生 香港文匯報記者洪澤楷 攝

市民讚酒類多價錢平 降高端烈酒稅增購買慾

特寫

香港國際美酒展昨日開放予18歲以上公眾人士入場，吸引不少市民與遊客到場品酒。一眾入場人士均給予今屆美酒展正面評價，有市民表示今屆酒類增加，價格相對上月底在中環海濱活動空間舉行的香港美酒佳釀巡禮為低，甚具吸引力。另有入場市民認為在特區政府降低高端烈酒稅後，有助促進其購買慾。



●市民 Hugo



●市民 Jasmine

香港文匯報記者萬霜靈 攝

Jasmine 趁美酒展開放給公眾入場，故到場品嘗不同美酒。她認為今屆展會的酒類較想像中要多，例如清酒與威士忌等酒類亦有參展，「相較於早前的香港美酒佳釀巡禮，今屆美酒展的CP值(性價比)更高，較為抵買。」但她坦言，在現場購買美酒並不方便，故揀選心水酒類後，會選擇網上點選和送貨上門的形

式購買。參與過兩次美酒展的市民 Hugo 認為，今屆展會的規模有所縮小，雞尾酒種類亦有減少。性價比是他考慮選購酒類的主要因素，而其心中的價位在500元至600元之間，並直言在特區政府減低烈酒稅後，會考慮選購威士忌等烈酒。

另一市民周先生表示，美酒展昨日開放給公眾，自己一早預先登記入場。他平日喜愛紅酒，期望在展會上品嘗新款紅酒。在特區政府降低高端烈酒稅後，他曾聯繫過數間酒商詢問價格，但獲得的答案較為參差，認為現時一些酒價仍未因減稅而驟降，但他相信今次減稅或可以吸引更多內地白酒酒商來港，同時期望威士忌與清酒的價格日後會大幅下降。

●香港文匯報記者 洪澤楷

Hypefest 首度登港 逾20全球品牌參展

香港文匯報訊(記者 吳健怡)文化盛事「Hypefest Hong Kong 2024」昨日起一連兩天在中環海濱活動空間舉行，活動雲集超過20個全球及本地時尚、藝術、音樂和美食單位提供品牌體驗，場內並設有獨特的跳蚤市集，發售不同音樂單位限定商品、本地藝術家創作單品，並設有美食區。2018年第一屆 Hypefest 文化盛會在紐約布魯克林亮相後，去年在河北省秦皇島登場，透過音樂表演及其他元素打造沉浸式互動氛圍。是次盛會今年首次登陸香港，分單日及兩日門票，票價分別為680元及988元。

多個知名音樂單位演出

「Hypefest Hong Kong 2024」涵蓋超過20個來自全球

及本地的品牌和創作者參加，包括時尚、音樂、藝術和文化等各領域，場地設置主舞台和DJ舞台，多個音樂單位進行演出，包括知名韓裔DJ Peggy Gou、美國人氣唱作歌手d4vd等，而法國電子音樂二人組JUSTICE 將呈獻今年在亞洲地區唯一的表演。

除音樂表演外，跳蚤市集是另一亮點，展示不同音樂單位的限量商品、本地藝術家創作及有品牌遊戲攤位，包括香港藝術收藏品牌 Lececece Toy、日本品牌 Ballaholic 等，並有 LABUBU 限量版「LABUBU x 432hz」於場內獨家發售，而 Coin Parking Delivery 首個香港巨型充氣裝置亦為場內打卡聖地。8家人氣美食店進駐美食村，包括韓國烤肉餐廳田浦食內的燒肉、酒吧酒虎詩龍的雞皮雞卷，以及酒精

版的檸檬茶 Devil's Tea 等。

主辦單位 Hypebeast 形容，這是一場盛大的時尚文化派對，是次活動獲得特區政府文化藝術盛事基金贊助1,500萬元。文化藝術盛事委員會主席鄭志剛表示，是次活動邀請不同地方人士體驗香港的創意，有助鞏固香港作為文化交流燈塔的地位，會繼續吸引更多創新藝術和文化活動來港。

撞正打風 部分設施或暫停

由於特區政府天文台昨日下午發出三號強風信號，主辦單位表示會積極評估各項安全措施，確保活動在安全的前提下舉行，但部分設施有可能暫停，具體安排及最新情況需留意官方社交媒體。

潮州鳳凰單叢茶國際賽 弘揚潮州工夫茶文化

香港文匯報訊(大公文匯全媒體記者 劉毅)潮州鳳凰單叢茶作為中華茶文化的瑰寶，承載豐厚的中國茶文化內涵。為了在香港推廣潮州鳳凰單叢茶，由藝術香港、中國茶文化國際交流協會、潮州工夫茶文化研究會主辦，香港潮屬社團總會、香港潮州商會聯合主辦的「潮州鳳凰單叢茶國際大賽」，昨日在灣仔舉行頒獎禮，共評出特別金獎、金獎、銀獎、銅獎、優秀獎共56個獎項，表彰一眾茶廠和機構在推廣潮州鳳凰單叢茶作出的貢獻。

頒獎禮現場嘉賓雲集，人們以茶會友，氣氛熱烈，慶祝茶文化盛事。總決賽評選分為兩個部分，昨日上午在藝術香港空間進行評審委員會專家評審組評分，評審茶樣以內質為主，兼顧外形。評審內容包括茶的香氣、湯色、滋味和葉外形、香氣、湯色、滋味和葉底。下午繼續舉行評審，茶藝師到達比賽場地，最終由評審委員會專家評審組和名人老茶客組評審出最終的得獎結果。

潮州鳳凰單叢茶國際大賽組委會主席、香港潮州商會永遠名譽會長黃書銳在頒獎禮上致辭表示，潮州鳳凰單叢茶作為中華茶文化的瑰寶，自古以來便以其獨特的風味和精湛的製作工藝，享譽海內外。本次活動旨在凝聚香港及海內外潮汕人氣，弘揚潮州工夫茶文化，尤其是推廣鳳凰單叢茶文化，推動經濟發展，發揮香港作為內地與國際之間「超級聯繫人」的重要角色。

大賽組委會常務副主席兼評審委員會主席、潮州工夫茶文化研究會會長謝鴻洲介紹了此次比賽的評比準則，「此次總共入選總決賽的共有56條茶樣，來自49家企業，涵蓋約22個鳳凰單叢茶品種，代表鳳凰單叢茶中上水平。最終，經過評審委員會評比，此次大賽共產生了特別金獎4名、金獎8名、銀獎12名、銅獎16名、優秀獎16名。」

大賽組委會常務副主席、藝術香港發展委員會主席林克倫期待此次大賽成為長期的交流平臺，讓更多的茶藝愛好者和專業人士聚集，分享智慧與經驗，推動茶文化的持續發展。

本次比賽特別金獎4個，分別由八仙世家、潮州小瓊大富茶業有限公司、潮州烏東好工夫茶業有限公司、百香茶葉(深圳)有限公司獲得。

出席頒獎禮的主要嘉賓包括：立法會議員馬逢國，中國茶文化國際交流協會執行會長張國良，大公報執行總編輯謝詠佳等。



▲▲國際文化盛事「Hypefest Hong Kong 2024」開幕禮，活動雲集超過20個單位提供品牌體驗。 香港文匯報記者涂穴 攝

活動詳情

- 日期:2024年11月9日至10日
- 時間:下午2時至晚上11時
- 地點:中環海濱活動空間
- 票價:兩日周末門票\$988;一日門票\$680
- 售票網站:Klook, Fantopia 和大麥網

活動焦點

Coin Parking Delivery 首個香港巨型充氣裝置

日本藝術家 Coin Parking Delivery 為 Hypefest Hong Kong 2024 帶來專屬的充氣藝術裝置

Carlsberg 呈現 DJ 舞台

無間斷的本地及亞太區 DJ 音樂表演，包括 JUST BEE、JERRY HA-HA、IMMUNO、DJ YAMATO 等

品牌遊戲攤位及獨家設計收藏品

以經典嘉年華遊戲為靈感，帶來全新面貌的遊戲攤位包括投擲飛鏢、籃球機和保齡球遊戲，為參加者提供贏取獨家設計獎品的機會

與 Jiyong Kim 聯乘「Sun Bleach」系列

該系列展示獨特的日曬染色技術，以柔和且輕盈的色調來呈現嘉年華主題的活力與色彩

Wing Shya 獨家限量系列

與傳奇攝影師夏永康(Wing Shya) 聯手推出名為「Hong Kong Light and Shadows」的別注膠囊系列，宣揚香港地道文化及其對當代時尚影響

資料來源:Hypebeast 整理:香港文匯報記者 吳健怡