

寵物經濟逆市旺 產品利潤「貓勝人」

暴雨無阻市民逛貓迷展 與寵外遊服務受熱捧



今屆貓迷博覽會

以「古埃及」為主題，有超過180個展商共380個展位，會場特設多個大型打卡區，包括高達4米的金字塔，以及1.5米高的由拓眼貓化身法老貓「圖坦坦門」。多間本地畫廊打造的「喵星藝術」，展出多幅以貓為主題的藝術作品。現場還設知識講座，講解貓隻的護理等問題。

香港文匯報記者昨日下午在現場所見，天文台雖發出黃色暴雨警告，但仍有大批貓主帶同愛寵到場參觀，並選購不同的貓用品。

參展商Pet Holidays負責人Kenneth Lit表示，公司深耕寵物旅遊領域逾十年，累積完成逾萬宗寵物旅遊服務，主力為寵物設計旅遊產品，服務涵蓋內地、日本、韓國、歐洲等多個國家及地區，提供旅行團及自由行選擇。

他坦言，港人愈來愈重視寵物，飼養觀念亦發生變化，「以前大家覺得貓就應該留在家中，不會帶出街，但現時已經開始有人帶貓去旅行，甚至將呢樣嘢當成必做之事。」

逾10萬元寵物私人飛機往返有市場

該公司今年2月成為香港航空的獨家經銷商，推出寵物同機同艙服務，8公斤以下寵物可裝入專用袋放置於座位下方，單程收費8,800元，地點涵蓋日本東京、名古屋及大阪。價格方面，乘坐民航班往返（去程客艙，回程客艙）約3萬元至5萬元，而去程坐民航，回程私人飛機形式費用要8萬元左右，若選擇私人飛機往返旅程，則需要10萬元或以上，且不含主人機票及住宿費。

Kenneth Lit指出，雖然公司服務受到港人工作時間等因素限制，但整體需求呈上升趨勢，吸引不少寵物主人嘗試，「對於他們來說，能和寵物一同旅行，這種情緒上的滿足感是難以用金錢比較的。」

第三年參展的香港防貓抓布梳化專門店，其負責人吳先生表示，今年銷量優於預期，與去年銷售業績持平。他指出，公司不僅提供防貓抓梳化，還有貓主題家居設計，例如融合貓活動空間的電視櫃、貓走道和跳板等，兼顧寵主生活需求與寵物活動軌跡。

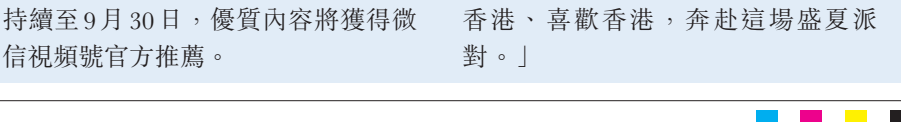
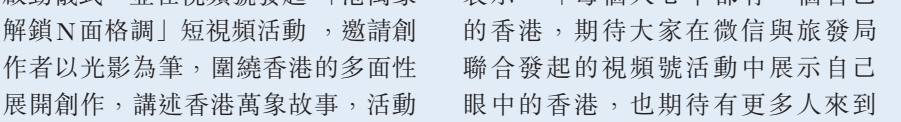
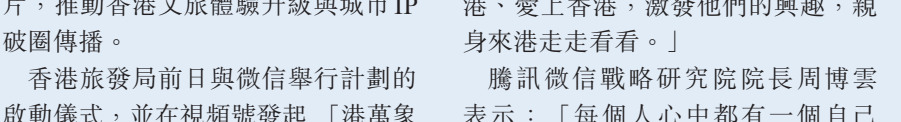
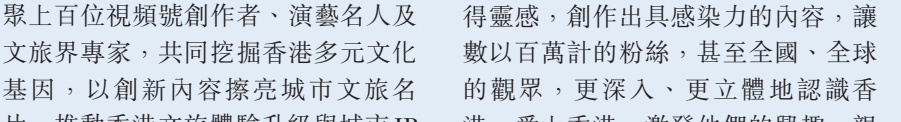
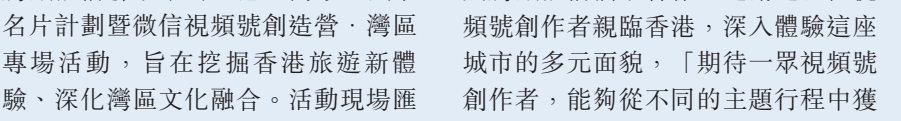
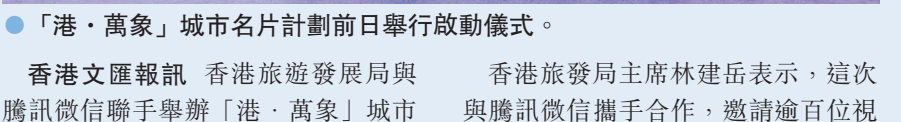
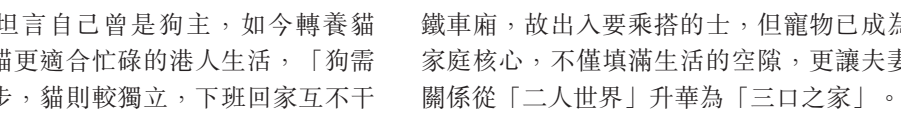
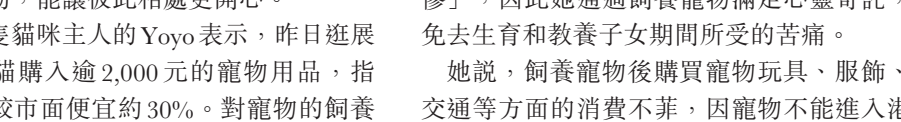
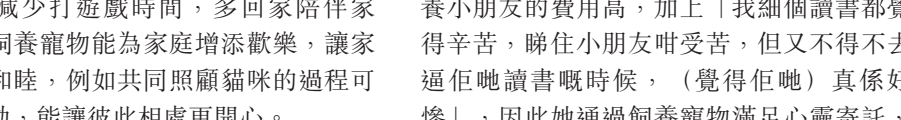
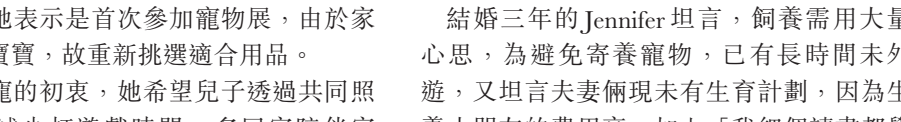
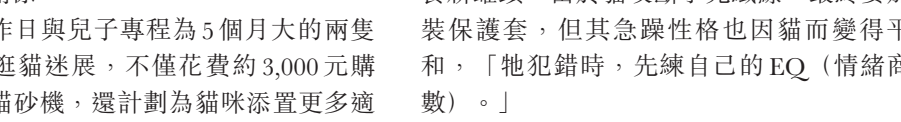
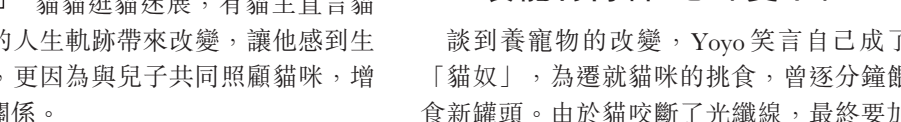
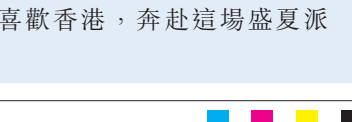
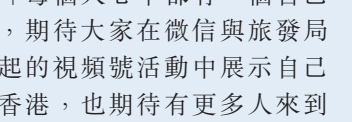
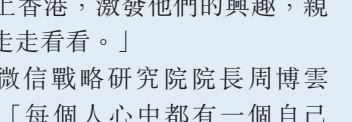
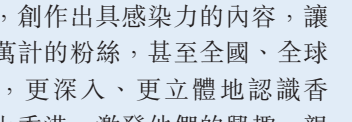
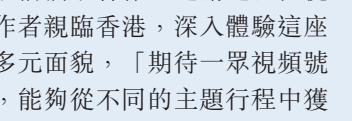
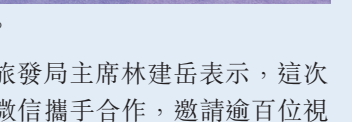
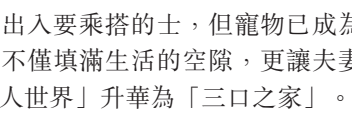
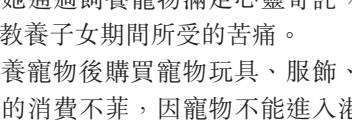
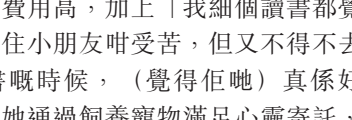
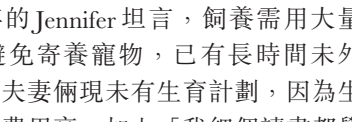
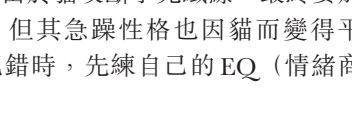
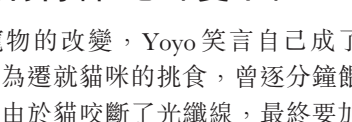
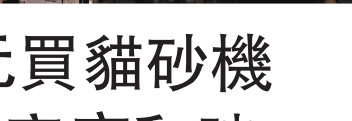
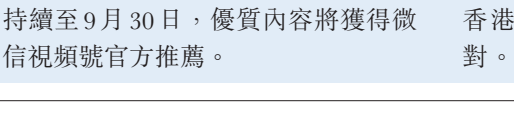
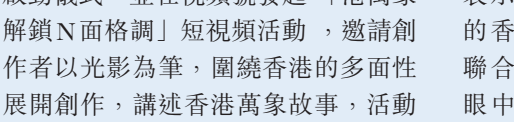
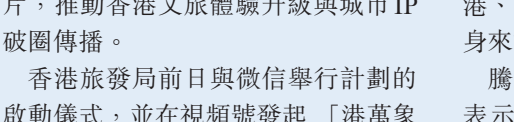
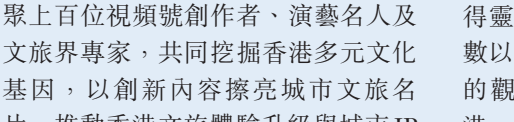
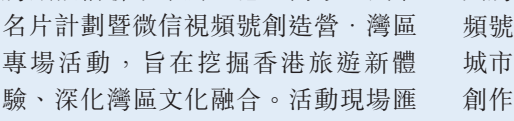
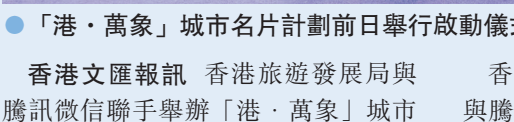
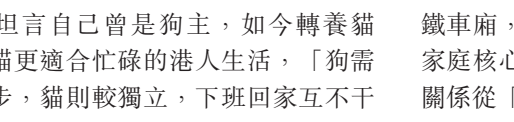
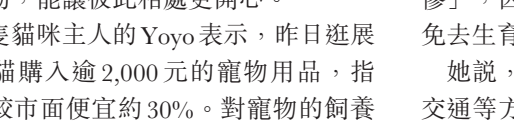
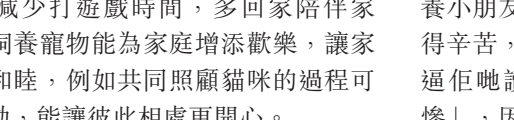
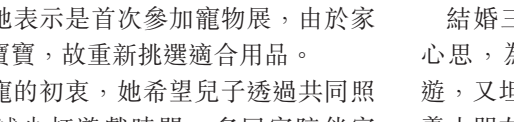
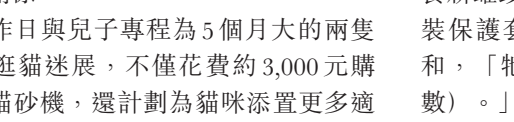
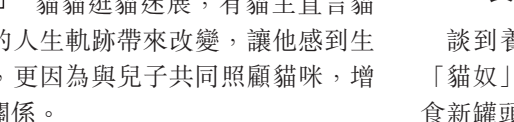
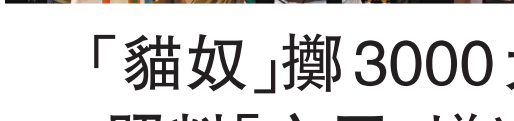
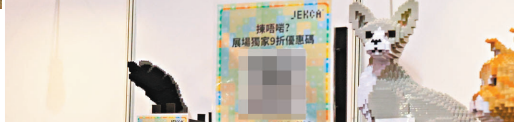
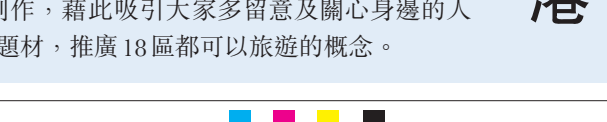
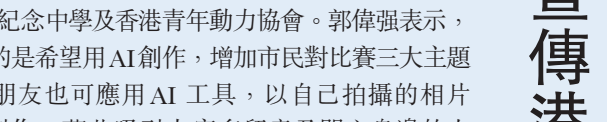
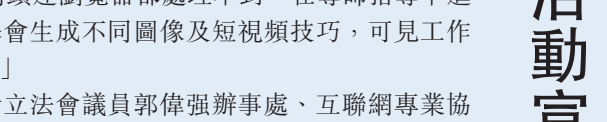
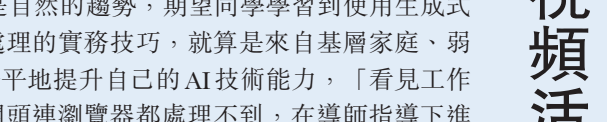
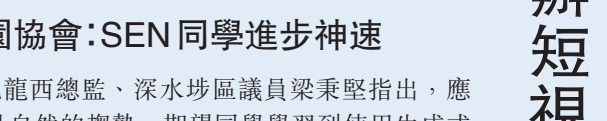
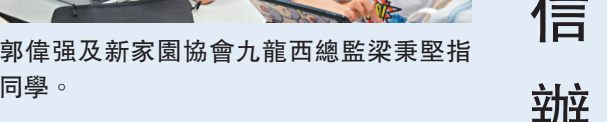
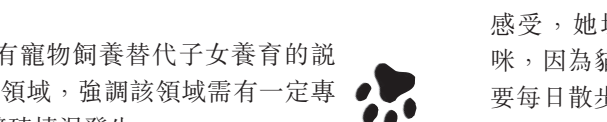
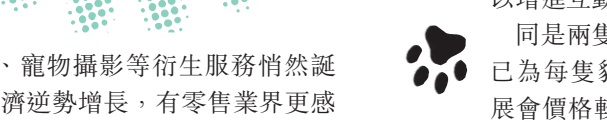
他認為相較於寵物展，貓迷展更顯優勢，只因「貓貓更中意周圍抓」，以二人座梳化為例，售價逾4,000元，耐用度可達四五年，加上展銷期間有優惠價格作招攬，讓各個年齡段的寵主感興趣，尤其受到有子女家庭的青睞。

對寵物消費逆勢增長，經濟學者袁偉基在接受香港文匯報訪問時分析，寵物經濟的崛起，源於香港人口結構的改變，尤其是在疫情期間，寵物陪伴需求激增，進一步鞏固了這一趨勢。

專家：寵物成重要情感寄託不惜花費

「香港生育率下降、人口老化加劇，令寵物成為重要的情感寄託。不少家庭將對子女的投入轉向寵物，從日常用品到高端服務均不惜花費，讓寵物專用車、寵物攝影等衍生服務悄然誕生，部分產品價格不菲。」他表示，即使現時香港整體消費仍然疲弱，但寵物經濟逆勢增長，有零售業界更感嘆道：「寵物用品利潤高於傳統人類用品！」

香港中文大學劉佐德全球經濟及金融研究所常務所長莊太量表示，儘管社會有寵物飼養替代子女養育的說法，但兩者不能等同。對寵物飼養帶來的經濟轉型，他不鼓勵商家盲目轉型寵物領域，強調該領域需有一定專業知識。同時，他反對寵物買賣，建議寵物愛好者以領養替代購買，避免不人道繁殖情況發生。



「貓奴」擲3000元買貓砂機 照料「主子」增進家庭和睦

特稿

不少「貓奴」昨日趁周末帶貓貓逛貓迷展，有貓主直言貓貓為自己的人生軌跡帶來改變，讓他感到生活的圓滿，更因為與兒子共同照顧貓咪，增進了親子關係。

郭女士昨日與兒子專程為5個月大的兩隻領養小貓逛貓迷展，不僅花費約3,000元購買了電動貓砂機，還計劃為貓咪添置更多適用物品。她表示是首次參加寵物展，由於家中新添貓寶，故重新挑選適合用品。

談到養寵的初衷，她希望兒子透過共同照顧貓咪，減少打遊戲時間，多回家陪伴家人，認為飼養寵物能為家庭增添歡樂，讓家人關係更和睦，例如共同照顧貓咪的過程可以增進互動，能彼此相處更開心。

同是兩隻貓咪主人的Yoyo表示，昨日逛展已為每隻貓購入逾2,000元的寵物用品，指展會價格較市面便宜約30%。對寵物的飼養感受，她坦言自己曾是狗主，如今轉養貓咪，因為貓更適合忙碌的港人生活，「狗需要每日散步，貓則較獨立，下班回家互不干擾，卻又互相陪伴。」

養寵有得着 急躁變平和

談到養寵物的改變，Yoyo笑言自己成了「貓奴」，為選就貓咪的挑食，曾逐分鐘餵食新罐頭。由於貓咬斷了光纖線，最終要加裝保護套，但其急躁性格也因貓而變得平和，「牠犯錯時，先練自己的EQ（情緒商數）」。

結婚三年的Jennifer坦言，飼養需用大量心思，為避免寄養寵物，已有長時間未外遊，又坦言夫妻倆現未有生育計劃，因為生養小朋友的費用高，加上「我細個讀書都覺得辛苦，睇住小朋友咁受苦，但又不得不去逼佢咁讀書嘅時候，（覺得佢咁）真係好慘」，因此她通過飼養寵物滿足心靈寄託，免去生育和教養子女期間所受的苦痛。

她說，飼養寵物後購買寵物玩具、服飾、交通等方面的消費不菲，因寵物不能進入港鐵車廂，故出入要乘搭的士，但寵物已成為家庭核心，不僅填滿生活的空隙，更讓夫妻關係從「二人世界」升華為「三口之家」。

●香港文匯報記者 張茗

AI藝術作品創作賽 突出地區特色推動旅遊

香港文匯報訊 為推動教育科技創新，鼓勵青年運用人工智能（AI）技術進行藝術創作，並展現香港各區特色的旅遊文化，香港菁英會及新家園協會與多個團體獲善傳慈善基金贊助合辦「區區有旅遊AI藝術作品創作比賽」，結合AI科技與藝術，鼓勵參賽者以香港島、九龍及新界的景點為靈感，透過AI工具進行二次創作，突出地區特色，推動香港旅遊及文化產業發展。

主辦方本月舉行兩場「區區有旅遊生成式AI工作坊」，昨日為第二場，邀得文創人及《AI小說煉成2》作者凌影示範應用生成式AI作為文字、小說及劇本創作的工具，以及生成式AI在圖像生成及影片生成的應用，以此提升孩子及家長的AI技術知識。

菁英會冀同學多了解非遺內涵

籌委會主席、香港菁英會副主席黃麗芳在工作坊上介紹比賽的三大主題，即地區經濟、非物質文化遺產以及國家安全。她希望參與的同學趁比賽機會多了解自己所在地區的地區經濟特色，並藉圖像進行推廣，以及在過程中多了解香港非物質文化遺產的內涵，甚至主動了解守護國家安全的工作者及機構，「大會的主題都是和我們日常生活息息相關，非常貼地。」



●文創人凌影示範如何應用生成式AI作小說、圖片及影片創作。



●郭偉強及新家園協會九龍西總監梁秉堅指導同學。

新家園協會：SEN同學進步神速

新家園協會九龍西總監、深水埗區議員梁秉堅指出，應用AI推廣旅遊是自然的趨勢，期望同學學習到使用生成式AI圖像及文字處理的實務技巧，就算是來自基層家庭、弱勢社群，也可公平地提升自己的AI技術能力，「看見工作坊有SEN同學開頭連瀏覽器都處理不到，在導師指導下進步神速，快速學會生成不同圖像及短視頻技巧，可見工作坊的實用程度。」

合辦單位包括立法會議員郭偉強辦事處、互聯網專業協會、佛教沈香林紀念中學及香港青年動力協會。郭偉強表示，籌辦是次比賽目的是希望用AI創作，增加市民對比賽三大主題的認識，並令小朋友也可應用AI工具，以自己拍攝的相片用AI進行藝術創作，藉此吸引大家多留意及關心身邊的人和事，發掘特別題材，推廣18區都可以旅遊的概念。

旅發局攜手微信

辦短視頻活動宣傳港



●「港·萬象」城市名片計劃前日舉行啟動儀式。

香港文匯報訊 香港旅遊發展局與騰訊微信聯手舉辦「港·萬象」城市名片計劃暨微信視頻號創造營，灣區專場活動，旨在挖掘香港旅遊新體驗、深化灣區文化融合。活動現場匯聚上百位視頻號創作者、演藝名人及文旅界專家，共同挖掘香港多元文化基因，以創新內容擦亮城市文旅名片，推動香港文旅體驗升級與城市IP破圈傳播。

香港旅遊發展局前日與微信舉行計劃的啟動儀式，並在視頻號發起「港萬象解鎖N面格調」短視頻活動，邀請創作者以光影為筆，圍繞香港的多面性展開創作，講述香港萬象故事，活動持續至9月30日，優質內容將獲得微信視頻號官方推薦。

香港旅遊發展局主席林建岳表示，這次與騰訊微信攜手合作，邀請逾百位視頻號創作者親臨香港，深入體驗這座城市的多元面貌，「期待一眾視頻號創作者，能夠從不同的主題行程中獲得靈感，創作出具感染力的內容，讓數以百萬計的粉絲，甚至全國、全球的觀眾，更深入、更立體地認識香港、愛上香港，激發他們的興趣，親身來港走走看看。」

騰訊微信戰略研究院院長周博雲表示：「每個人心中都有一個自己的香港，期待大家在微信與旅發局聯合發起的視頻號活動中展示自己眼中的香港，也期待有更多人來到香港、喜歡香港，奔赴這場盛夏派對。」