

### 港今年掛波12次 破1946年以來紀錄



A3

香港文匯報記者黃文方攝

### 殲-20首飛畫面時隔14年首公開



A6

### 文匯專題

#### 港樂中生代「北上」引路 新生代歌手踏浪革新

A9

#### 高市早苗當選自民黨總裁 有望成日本首名女首相

A18



內地國慶黃金周連中秋八天长假昨日踏入第四日，赴港旅遊持續火熱，截至昨晚9時，全日有近19.5萬內地旅客入境，連同黃金周首三天人數，已經有87.1萬名內地旅客來港。香港特區政府文化體育及旅遊局長羅淑佩表示，長假期間各行業均受惠，零售及餐飲業市況理想，酒店入住率近九成已屬常態。香港下半年將有多項大型盛事的「重頭戲」，對全年訪港旅客達4,900萬人次目標充滿信心，增幅或超預期。有零售業代表指出，國慶期間零售業氛圍整體樂觀，不過市民在中秋假期離港有一定抵消作用，預計本月會錄得約3%的溫和增長。

●香港文匯報記者 唐文

羅淑佩昨日在接受電台訪問時表示，國慶黃金周僅首三日，訪港內地旅客已達67.6萬人次，按年上升6.3%。景點及主題樂園入場人數亦有增長，西貢東壩等熱門地點秩序良好，局方已透過網上平台實時公布景點繁忙程度，協助旅客優化行程。

### 8月零售總銷貨價值升 高預期近倍

儘管近期接連有颱風影響天氣，羅淑佩表示，8月零售業總銷貨價值按年上升3.8%，超出市場預期近一倍，縱使數個周末受大雨及颱風影響，銷售仍高於預期，對此感到喜出望外。

她提到，業界以往經常反饋旺丁不旺財，今次則反饋良好，「酒店入住率好，貴的酒店告訴我已經住滿，新的還可以有房不一定，九成差不多是常態。零售朋友或餐飲的朋友有些平時很審慎，次次都說旺丁不旺財，今次亦說可以、好些，周圍都很旺。我都覺得是很好，周圍都很旺變成整體，特首都說經濟發展的紅利，希望遍及很多不同市民及商戶。」

在餐飲業方面，雖然整體銷售額仍有輕微跌幅，但她表示消費總額與往年相若，推測被分流至其他行業，而非傳統中式酒樓。她建議業肆考慮轉型，從菜式入手，提升性價比及服務，推出特別產品迎合旅客需求。至於打擊不良營商手法，她強調會加強巡查，黃金周首四天未收相關投訴。

展望全年，羅淑佩表示，今年頭九個月訪港旅客已達3,650萬人次，按年升12%，距旅遊發展局年初估計的4,900萬人次目標僅差約三分之一。她強調，下半年為旅遊傳統旺季，「重頭戲」即將登場，包括月底的美酒佳餚巡禮、水上巡遊，以及下月開幕的全運會，單是觀賽旅客及運動員、家屬等預計逾10萬人次。

她呼籲商戶把握時機，特別是食肆發展晚間夜市，推出特色產品吸引旅客，「推陳出新非常重要，現在市面店舖種類多元，不會被連鎖壟斷，有更多有趣的商店。」

### 旅客消費模式轉向特色本地手信

香港百貨商業僱員總會副理事長鍾博文昨日在接受香港文匯報訪問時表示，今年國慶黃金周前幾日市面人流已見旺盛，整體零售業氛圍樂觀。雖然目前尚難評估整體零售業升幅情況，但近幾個月已呈上升趨勢，預料整個10月銷售額將錄得增長，幅度維持在2%至3%的溫和水平，「因為有中秋小假，本地居民外遊、北上消費，導致汽車零件等類別的產品銷情減弱，一定程度上，與旅客帶來的消費增長對沖、抵消。」

他坦言，近年旅客消費模式已經轉變，「奢侈品、金舖、手錶還是有市場，但很多會轉向更有特色的本地手信。」他舉例如潮語掛飾、擺設、盲盒及熊貓公仔等商品，對年輕一代頗有吸引力，對傳統月餅等食品反而興趣不高。

此外，電子產品如菲林相機及攝影周邊較為熱門，旺角等區域性店舖吸引不少來自內地的攝影愛好者，部分商戶亦積極開設小紅書賬戶宣傳，或透過社交平台及KOL博主推廣優惠，擴大客源。

鍾博文認為，政府可加強推廣本地特色店舖，進一步鞏固這些新興消費熱點。

# 黃金周丁財勝預期 四天逾87萬內地客遊港

## 零售業讚氛圍樂觀 羅淑佩料全年入境旅客達4,900萬人次



◀國慶黃金周，不少內地旅客到舊油蔴地警署打卡。香港文匯報記者郭木又攝

▲8月零售業總銷貨價值按年上升3.8%，超出市場預期近一倍。圖為10月3日，香港尖沙咀一間名品店外大排長龍。中通社

### 兔仔燈籠最搶手

### 熊貓月餅速售罄



●深水埗福榮街兩旁掛滿燈籠。香港文匯報記者北山彥攝 ●八仙餅家負責人潘生(右)

香港文匯報訊(記者 洪澤楷)中秋佳節將至，不少市民近日已選購月餅過節，及購買各式的燈籠準備中秋夜提燈賞月。有酒樓負責人昨日表示，今年自製的月餅甫推出便極受歡迎，但亦有傳統餅店表示受經濟環境影響，今年要減價促銷。在燈籠方面，有店舖表示製作了3,000個各款燈籠，暫已售出逾半貨品，雖然今年亦緊貼潮流推出人氣IP的Labubu以及多啦A夢造型燈籠，惟仍以傳統的紙紮兔仔燈籠最受歡迎。

香港文匯報記者昨日走訪多區，發現多家連鎖餅店也推出熊貓主題月餅，貼合潮流，其中連鎖餅店奇華的分店店員向香港文匯報透露，雙蓮蓮蓉等傳統口味月餅十分暢銷，熊貓主題月餅更早已售罄。



●大昌隆紙紮老闆強哥

不少酒樓都會銷售自家製月餅。旺角倫敦大酒樓副總經理蘇萬誠對香港文匯報表示，其酒樓每年也自製月餅出售，今年製作了數千盒雙蓮黃白蓮蓉口味的月餅售予顧客，甫經推出便很受歡迎，現已幾近售罄。他坦言，今年內地黃金周假期酒樓生意未見增長，因為內地客多光顧快餐店或特色小店，但對中秋節市道仍抱樂觀態度，表示中秋當晚暫已有五成訂枱率，指出疫情後晚市一向冷淡，而中秋當晚的訂枱率屬不錯水平。

### 手工月餅「瘦身」促銷

以純手工製造延續地道風味的深水埗八仙餅家，今年續推蓮蓉、豆沙、金華火腿五仁等經典月餅。負責人潘先生表示金華

火腿五仁月餅最受歡迎，但在經濟環境仍欠佳下，消費者趨於節省開支，「以往動輒買三四十盒的顧客，今年多只買二十盒左右。」為此，餅店推出「月餅瘦身計劃」優惠，買一盒減20元，買兩盒減50元，力求「月」來「月」平。

荃灣居民馮先生昨專程到該餅店選購蓮蓉及金華火腿月餅，認為傳統餅店承載香港的人情味；另一深水埗街坊陳太則購買手工豬籠餅，認為別具心意，適合與家人分享。

燈籠市場同樣熱鬧。深水埗福榮街兩旁掛滿各式燈籠，傳統手紮與現代電子款並存。屹立逾一甲子的同安衣紙舖堅持手工製作兔仔、玻璃紙楊桃及印花金魚等傳統燈籠，價格由68港元至428港元不等，店員吳太透露，在農曆七月十四後推出燈籠，不足一月已售罄，反映傳統工藝的獨特魅力。

油麻地大昌隆紙紮東主強哥打進近3,000隻紙紮燈籠，包括兔仔、楊桃及彩虹兔等經典款式，亦緊貼潮流推出Labubu及多啦A夢造型燈籠，至今逾半燈籠已售出。強哥女兒詹小姐表示，兔仔、楊桃及彩虹兔燈籠最受歡迎，銷售速度較去年快逾兩倍。該店早前主動調低燈籠售價，希望港人買得起、玩得開心。

盧太太昨日與丈夫為兩歲半孫兒挑選中秋禮物，表示初步選定動畫IP造型燈籠，認為更吸引孩子。九龍城居民陳小姐認為傳統紙燈籠價格親民且懷舊，但兒童更愛LED卡通款，如兔仔或熊貓造型，她在福榮街花費逾百元購入多款LED燈籠。

## 大閘蟹舖讚來貨新鮮 顧客選購靚貨過中秋

購大閘蟹，在中秋節與家人享用，指出即使直貨零售價降低，最重要仍是考慮品質。九龍城「肥仔號」大閘蟹專門店負責人阿昌昨日接受香港文匯報訪問時表示，抵港的江蘇大閘蟹直運來港，價格方面，直貨蟹未有明顯降價。他解釋，大閘蟹直貨雖令運費減少一兩成，但人工成本上升，故售價與轉機貨相差無幾，如4兩半母蟹每隻168元、6兩公蟹每隻要228元，另有「120元3隻」的促銷款。市民自己食用的，多選擇中價位的每隻168元5兩蟹。

### 顧客看重品質「重口感輕來源」

阿昌說，大閘蟹價格通常11月才降至最低，且蟹隻大小與養殖空間相關，「養得少就大隻，養

得多就細隻，品質差異不大。」他直言，顧客多「重口感輕來源」，不關心蟹是否直供，而直供蟹則新鮮度優勢明顯，惟市民消費習慣改變，對大閘蟹熱情不如從前，僅節日才出現30隻至40隻的大單購買，估計銷量與以往相若，市場整體保持平穩。另一售賣大閘蟹的「錦記鮮蝦」負責人雷先生則對香港文匯報記者表示，大閘蟹2016年驗出二噁英超標，導致內地不再發供港批文後，進口大閘蟹經韓國等地轉運抵港，價格較高昂。現時大閘蟹直供好處在於政府檢疫把關，且直供蟹運輸成本或下降兩成，可拉低售價惠及市民，估計生意最多增加10%至20%，但仍難回疫情前盛況，因為港人熱衷北上，可到深圳食用大閘蟹，此外

部分不法商戶將走私蟹與正貨混合銷售，蟹類缺乏清晰辨識標準，市民難作區分，搞壞行業口碑，令整體市道變差。香港文匯報記者昨日在九龍城多間售賣大閘蟹的店舖直擊，部分市民已到場選購。蘇女士昨日訂購12隻大閘蟹，準備中秋佳節與子女及孫輩團聚享用。她認為，大閘蟹由內地直接供港，「便宜些是好事」，可改善目前的高價局面，但大閘蟹售價仍高昂，每隻要逾百元，尤其新上市階段價格偏高，「以前大閘蟹僅需幾十蚊一隻。」她表示，為買到正宗江蘇大閘蟹，專程選購有牌照商家的貨品，即便價格高也願花費，表示選購大閘蟹，質地與口感是重中之重，價格反而是其次。



●江蘇大閘蟹由內地直接空運香港，來貨更新鮮。香港文匯報記者涂六攝 ●雷先生

香港文匯報訊(記者 張茗)江蘇大閘蟹近日由內地直接空運香港，有大閘蟹零售店舖負責人歡迎政策，表示現時來港的江蘇大閘蟹已無須再經韓國、日本轉機，新鮮度大幅提升，且運抵時幾乎全為活蟹，只偶有一兩隻損耗，「好襟擺」，相信一兩日便可售罄。有顧客昨到店舖選