



美聖誕禮物價格狂飆 民眾捱貴貨焗住縮皮

關稅等因素致每家庭平均多付千元 快速冷飲機升幅達253%

香港文匯報訊 美國消費者今年聖誕節將面臨更昂貴的節日開支。一份由當地智庫發布的報告顯示，受關稅等多重因素影響，熱門聖誕禮物的平均價格較去年大幅上升26%，部分商品加價幅度驚人，導致每個家庭平均需多支付約130美元(約1,012港元)購置禮物，為佳節氣氛上經濟負擔的陰影。

該項由 Groundwork Collaborative、The Century Foundation 及美國教師聯盟聯合進行的調查，分析當地70種最熱門聖誕禮物的價格變化。其中一款名為 Cooper Cooler 的快速冷飲機，價格從去年的25.52美元(約198.6港元)暴漲至89.99美元(約700港元)，升幅達253%，成為加價最顯著的商品。報告指出，整體家居與廚房用品類別的平均價格升幅亦達38%。

科技禮物變成「奢侈清單」

其他節日熱門商品同樣漲幅明顯。青少年喜愛的 Bell+Howell LED 變色燈條價格從16.56美元(約128.87港元)升至35.4美元(約275.5港元)。曾風靡一時的電子寵物「他媽哥治」Tamagotchi Pix，售價由40.99美元(約319港元)飆升至79.99美元(約622.5港元)，接近翻倍。兒童玩具如 VTech KidiZoom 兒童相機價格上漲76%，樂高花卉擺設亦比去年貴三成。

電子產品亦未能倖免。微軟年內兩度上調 Xbox 遊戲主機價格，其中一次調升7美元(約54.5港元)，並直言關稅壓力是主因。索尼亦將 PlayStation 5 價格調高50美元(約389港元)。其他如索尼手提攝錄機加價35%、Beats Solo 耳機上漲三成，令科技禮物從節日必備品變成「奢侈清單」。

高中教師：成人互免送禮

與此同時，即使聖誕市集洋溢歡樂氣氛，也難以掩蓋消費者對物價高企的憂慮。在馬里蘭州蓋瑟斯堡的聖誕市集，37歲的高中教師多弗邁爾表示，「物價真的很離譜，讓你沒辦法為許多親友購買禮物。」他決定今年只為孩子買禮物，成人之間則互免送禮。

73歲的特殊教育教師魯金斯形容日常用品價格「高得離譜」，並透露因應開支壓力，已減少購物及娛樂消費。30歲的糕點師麥佛遜指出，過去3年物價持續上漲，情況愈來愈差，她與朋友合租以節省開支，並可能無法為所有朋友準備禮物，「我絕不會要求他們送我禮物，因我知道每個人都感受到壓力。」

經濟學家徐睿安指出，當前消費者信心與疫情後期的情況不同。雖然美國9月消費者物價指數年增率為3%，略高於8月的2.9%，但民眾對收入信心及勞動市場的看法已發生變化，加重了對生活成本的不滿情緒。美國總統特朗普近期亦承認民眾負擔能力成為一個問題，而其今年實施的廣泛關稅，被認為是推高企業成本並導致部分商品漲價的主要原因之一。

面對持續的通脹壓力，部分民眾需更努力維持生計。23歲機器操作員奧斯卡表示，他需從事兩份工作，並認為「物價近期還不會下降，只能想辦法撐下去。」這反映出普通家庭在佳節期間仍須謹慎看緊荷包，應對財務壓力。



● Cooper Cooler 快速冷飲機價格暴漲至89.99美元，升幅達253%。 網上圖片

平價二手禮物興起「不再是侮辱」

香港文匯報訊 在通脹和其他經濟壓力下，美國愈來愈多消費者今年過聖誕節，為了控制預算而格外精打細算，紛紛選購二手首飾、玩具車和其他禮物，ThredUp、Savers Value Village 等二手商品零售商業績隨之增長。

《華爾街日報》報道，知名零售網站 eBay 針對全美約1,800名消費者進行調查，約82%受訪者表示今年比去年更可能買二手禮物。美國零售聯合會針對全美8,200名消費者進行的調查也有類似結果，近半受訪者表示今年可能買二手貨品當禮物，以節省開支。

逛舊貨店享受尋寶樂趣

人們收到二手商品禮物難免覺得有點奇怪，但對送禮者來說確實可紓緩經濟壓力。紐約州特洛伊市二手品商店 Goodwill 的經理布斯凱說，很多顧客談到關稅，他們表示可能來不及訂購進口商品，也不願意支付那麼高的價格。

多年來，美國多數消費者不願意送二手禮物，認為收到二手禮物是一種侮辱。但如今情況改變，逛舊貨店愈來愈受歡迎，不僅享受尋寶樂趣，也希望減少衣

物和其他物品的垃圾，以保護環境。消費者表示，全新單價40美元(約310港元)的商品，二手價可低至5美元(約38.8港元)。

總部位於華盛頓州貝爾維尤的二手商店 Savers Value Village 財務總監馬赫表示，該公司一直致力消除人們對買二手商品的刻板印象，確保旗下365家門市的商品陳列有序、乾淨整潔、燈光明亮。網上寄售和二手商店 ThredUp 策略主管羅特姆也稱，今年底光顧 ThredUp 的消費者明顯增加。

洛杉磯的36歲女子羅伯茲今年聖誕節會送給母親一件二手物品，原因之一是母親現在更注重預算。羅伯茲一直在二手店尋找一款 Coach 手袋，終於找到一個單價約125美元(約971港元)的商品，比新手袋便宜很多，但還是覺得有點昂貴，打算到其他二手店看看。



●美國民眾享受在二手商店尋寶樂趣。 網上圖片



●受關稅等多重因素影響，美國聖誕佳節氣氛上經濟負擔的陰影。 影博社

人造聖誕樹料加價15% 八成家庭硬食

香港文匯報訊 美國全國公共廣播電台報道，受關稅及供應鏈壓力影響，今年人造聖誕樹價格顯著上漲。美國聖誕樹協會數據指出，計劃在2025年展示聖誕樹的家庭中，83%將選擇人造樹。主要製造商 Balsam Hill 創辦人哈曼表示，「不論去年你看到的價格水平如何，預計今年將上升約10%至15%。」

幾乎全由中國進口

美國幾乎所有人造聖誕樹均從中國進口。哈曼指出，雖然生產成本穩定，但供應商支付給美國海關的費用因對華關稅而增加。他解釋稱，將生產轉移至美國並不可行，預裝燈飾的人造聖誕樹從未在美國製造過，相關人工工序繁瑣，且早已被美國工人



拒絕。哈曼稱，其公司許多美國供應商同樣面臨成本上升。為保持競爭力，公司已採取削減人手、暫停招聘及拓展供應鏈至墨西哥與東南亞等措施。去年美國總統大選後，他提前近一年預訂貨源，以避開潛在關稅。今年每當關稅調低，他便補充庫存，但憂慮明年或無法沿用此策略。

哈曼建議消費者勿拖延購買，「由於價格上漲，部分零售商減少訂貨，增加缺貨風險。尋找你喜愛的聖誕樹，若遇上任何優惠，便應購買」，他認為以往等待折扣的策略，今年可能不再有效。

●美國幾乎所有人造聖誕樹均從中國進口，價格受關稅影響。 網上圖片

美國人支付小費意願驟降

香港文匯報訊 美國財經網站 Bankrate 最新調查顯示，美國人在今年聖誕節面臨更大財務壓力，消費行為趨於謹慎，支付小費意願較往年明顯下降。

年輕世代更願意支付

根據該調查，全美各地的整體小費水平下降，收集垃圾與資源回收人員可獲得小費金額最少，僅21%受訪者表示願意向他們支付小費或贈送禮物；房屋清潔人員則最有可能獲得小費，有56%受訪者表示計劃給予小費。育兒工作獲得小費的幾率下降，從去年的55%降至47%。教師群體

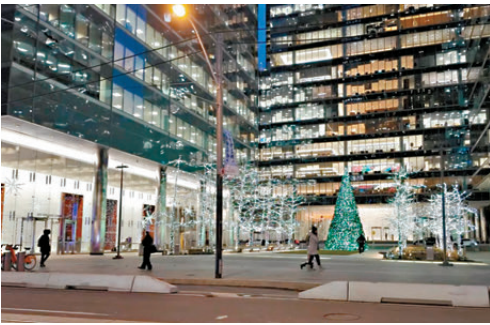
緊隨其後，面臨同樣趨勢。消費金融專家雷貝爾分析稱，儘管大多數美國人關心社區服務人員，但他們面臨財務焦慮及預算不足等問題，導致無法像往常一樣慷慨給予小費，更多美國人避免過多花費，以免造成財務困難。在美國社會「小費風氣」整體降溫之際，年輕世代反而更願意給小費，意願高於年長族群。數據顯示，44%的Z世代認為有義務支付額外小費。但雷貝爾指出，年輕消費者看到隨處可見的小費提醒，更有可能支付小費，但這並不代表年輕人有能力給出符合社會期待的數額。

加民眾拒大灑金錢慶節 減外遊棄豐盛聖誕大餐

香港文匯報訊 (特約記者 成小智 多倫多報道)加拿大人素來大事慶祝聖誕，但在面對美國關稅戰、經濟前景不明、物價飛漲和財務負擔加重的不利形勢下，不少人今年被迫盡量減少節日開支，甚至放棄一些傳統慶祝項目，包括不再堅持必須吃豐盛聖誕大餐，亦減少外遊。很多人認為大灑金錢慶祝已不合時宜，最重要是一家團聚。

從大型超市購物轉向光顧一元店

民眾傾向今年過一個節儉聖誕，調查顯示人均打算消費500至1,200加元(約2,819至6,765港元)，以年輕一代最謹慎用錢。由於食品(尤其是肉類)價格飆升，很多家庭不再準備傳統的烤火雞、肋排或火腿大餐，改為選擇自助餐形式，或準備一些其他菜餚，例如千層麵或薄餅。一些基層家庭的收入不穩定，



只準備利用雪櫃和食物櫃剩下的食材炮製聖誕餐。當地10月食品價格按年上升3.4%，其中肉類價格飆漲8.4%，新鮮或冷凍牛肉漲幅更高達16.8%。

安大略省卡爾頓大學斯普羅特商學院副教授利伊恩表示，一般家庭過去一年生活並不好過，所以他們不斷節約開支，最明顯是從大型超市購物轉向光顧一元商店，且只會選購減價貨和必需品。經濟學者指出百物騰貴實在令人透不過氣，很多父母坦言今年的節日購物成本昂貴，難以負擔送禮物給子女，但他們慶幸自己的父母伸出援手，代買禮物給孫兒。為節省消費，不少家長打算在假期帶子女去觀賞燈飾或溜冰，亦會帶他們去做義工，灌輸正確聖誕意義。

●觀賞聖誕燈飾成為民眾的熱門免費娛樂。 成小智 攝

OpenAI 與北美防空司令部合作 為追蹤聖誕老人傳統注入科技新意

香港文匯報訊 美國科企 OpenAI 於12月初宣布，與北美防空司令部攜手，為後者持續70年的「追蹤聖誕老人」年度節日傳統，推出3款基於人工智能(AI)聊天機械人 ChatGPT 的互動工具，旨在透過科技增強家庭節慶體驗，讓全球民眾更能生動地參與這項溫暖的聖誕活動。

專屬網站提供逾200語言服務

北美防空司令部自1955年起，每年聖誕節均執行一項特別任務，利用其軍事雷達與通訊系統，

向全球兒童追蹤並報告聖誕老人行蹤。這項另類傳統源於當年平安夜值班軍官接獲一名孩童來電，詢問聖誕老人下落，自此成為一項廣受歡迎的節日活動。今年適逢該活動70周年，司令部已於12月1日開設專屬網站，並提供網絡電話及超過200種語言的翻譯服務，方便全球家庭查詢。

為進一步增添節日魔法，OpenAI 特別為此活動開發3款趣味工具。其一是「精靈報名」相片工具，可將任何人像轉換為官方認證的聖誕老人助手圖片；其二是「聖誕老人玩具工作室」，家長只需描

述孩子夢想的玩具，該工具便能生成可打印的線稿填色頁；其三為「聖誕故事創作器」，家庭可透過輸入名字、地點等細節，共同創作出獨一無二的節日故事。

這些工具已整合至北美防空司令部的節日平台，民眾可透過官方網站免費使用。OpenAI 表示，此次合作旨在運用 AI 技術，協助家長為孩子創造更豐富難忘的聖誕回憶，讓這項擁有70年歷史的溫馨傳統，在科技加持下持續傳承歡樂與驚喜。



●北美防空司令部網站提供超過200種語言翻譯服務，方便全球家庭追蹤聖誕老人。 網上圖片