

香港潮州節開鑼 潮味薈萃迎客來

匯聚地道美食特色手作與文化體驗 展商：看好香港市場

以「潮味·薈萃」為主題的第五屆「香港潮州節」於昨日起至9日一連5天在香港會議展覽中心舉行。本屆活動由香港潮屬社團總會主辦，匯集三大亮點，包括琳琅滿目的潮汕特色美食、超過70場涵蓋非遺表演的精彩節目，以及精心打造的文化互動專區。適逢端午節將至，記者現場所見，潮州糉、嘉興糉及甜點類產品最受入場市民歡迎，開展首日即告售罄。儘管近年市民熱衷北上消費，昨日入場者的消費熱情依然高漲，選購時不議價、偏好優質產品，更不乏一次性消費逾千元的顧客，帶動參展商營業額錄得突破性佳績。 ●文：香港文匯報記者 張茗

圖：香港文匯報記者 北山彥



●潮州滷水鵝大受歡迎。

第五屆香港潮州節現場匯聚地道潮州美食、特色手作與文化體驗，人氣鼎盛，市民參與熱情高漲，當中不乏非潮州籍人士，紛紛前來感受美食與文化氛圍，使其成為周末熱門打卡地點。消費者普遍認為，本屆潮州節不僅帶來地道美食，更搭建了文化交流平台，讓不同背景的市民都能領略潮州文化的魅力。

首次入場者：勾起兒時回憶倍感親切

首次到場的歐陽女士與黃女士在接受香港文匯報訪問時表示，因看到廣告而前來捧場。她們稱讚現場氣氛熱鬧，一邊逛展一邊品嚐特色小吃，並對非遺剪紙、摺紙等手作體驗深感興趣。黃女士透露，其母親是潮州人，故對現場美食倍感親切，也勾起兒時在香港潮州巷品嘗地道風味的回憶。

美食區成為市民最喜愛的區域，與潮州朋友結伴到場的許小姐表示，自己雖非潮州人，仍被地道潮州美食深深吸引。她品嚐了功夫茶、鵝肉丸、牛丸等特色小吃，直言味道獨特：「不同攤位的牛丸風味各異，而鵝肉丸口感獨特，令我印象深刻。」許小姐即場消費百餘元，購買了3包共90元的牛肉丸，以及潮州鵝和亞麻籽粉，認為價格實惠，不設消費上限，並表示明年願意繼續參加。

來自北區的陳先生偕太太專程前來逛展，形容現場美食種類豐富，品嚐後覺得味道正宗，已消費百餘元選購心儀產品。作為潮州人，他指香港雖有不少售賣潮州美食的店舖，但潮州節匯集眾多地道產品，選擇更多元。雖然場內人流較多，加上攤位增加而略顯擠迫，他仍認為整體體驗良好，並建議以後舉辦時可適當調整布局，明年有機會仍會到場支持。

滷鵝展商：排隊不斷 供不應求

入場市民的消費熱情帶動參展商生意額節節攀升，蘇南勤記作為第二次參展的展商，業績迎來爆發式增長。蘇南勤記非遺第五代傳人李梓毅表示，本屆潮州節人流較去年至少翻倍，預計營業額可達三倍。開展首日攤位前排隊不斷，貨品供不應求。

「活動首日下午，我們已售出200多隻滷鵝，營業額突破10萬元，後續仍有從潮汕發往香港的補貨，以保障供應。」李梓毅笑說，市民消費熱情高漲，選購時不議價、偏好優質產品，更不乏一次性消費逾千元的顧客。他說看好香港市場與潮汕美食的發展潛力，透露品牌已在九龍紅磡設立門店，計劃8月份於深水埗北河街開設第二家分店，進一步拓展本地市場。



●國家級非物質文化遺產青獅表演。

臨近端午節，售賣牛肉丸、潮糉等食品的滙盈食品營運總監徐家威說，潮州糉、嘉興糉及甜點類產品最受歡迎，開展首日已悉數售罄。他說，參展商已備足貨品，周末將持續補貨以應對人流高峰。

他建議特區政府可推出更多消費優惠券，刺激市民消費意慾，協助中小企發展。他又指，儘管面臨經濟挑戰，潮州節憑藉文化魅力與特色產品，依然展現出強勁的市場活力，成為推動香港與潮汕文化交流的重要平台。

在文化互動專區，動靜皆宜的活動讓市民可親身體驗傳統工藝。現場可見，紮作摺紙攤位人氣十足。負責人阿英透露，團隊已連續參加三屆潮州節，本屆場地雖略有縮減，但整體人流與往年持平，並未見明顯增減。前來體驗的群體覆蓋各年齡層，不僅有潮州人，更有不少對傳統手作感興趣的本地市民，甚至有外籍人士慕名前來學習。

她介紹，攤位主打「金波羅」等簡易紙藝製作，製作一枚戒指僅需數分鐘，每人可體驗兩款作品，完成後可帶走留念，方便市民回家後繼續練習。阿英提到，設計簡易手作是為了適應現場人流，避免因高難度製作而造成排隊擁擠，影響體驗。她更透露，不少市民是回頭客，連年參與活動，成為潮州節的「忠實粉絲」。

陳國基：推動潮港文化產業互動



●陳國基

香港文匯報訊（記者 張茗）香港特區政府政務司司長陳國基昨日在第五屆「香港潮州節」開幕式上致辭時表示，潮州擁有獨特的傳統文化，當中潮繡、潮劇、功夫茶藝、潮州木雕等，更被列入國家級非物質文化遺產項目名錄。這些文化瑰寶不單是潮州人的驕傲，更是中華文化的珍貴財富。他期望香港潮屬社團總會助力國家建設成為文化強國，推動中華文化走得更遠。

「今年香港潮州節以『潮味·薈萃』為主題，節目內容一如既往豐富精彩，既有傳統工藝展示、美食攤位，亦有文藝表演和沉浸式文化體驗，讓公眾從不同角度細味潮汕風情，我相信入場的朋友一定會樂而忘返。」陳國基說。

今年是國家「十五五」規劃開局之年，陳國基指出，「十五五」規劃綱要明確提出要加快發展文化產業，提升中華文明的傳播力和影響力。香港作為中外文化藝術交流中心，正正肩負向世界推廣優秀中華文化、提升國家文化軟實力的重要使命。「香港潮州節」不單是文化傳承的重要平台，更能夠對接「十五五」戰略，創造發展機遇，推動潮港兩地的文化產業互動。

他形容，「香港潮州節」是香港潮屬社團總會推廣潮汕文化、促進經貿旅遊、聯繫鄉情鄉誼的亮點活動，每一屆都辦得有聲有色，吸引大批市民和旅客踴躍參與。他期望總會和各個屬會繼續與特區政府攜手努力，向海外僑胞和國際友好說好中國故事、說好香港故事，助力國家建設成為文化強國，推動中華文化走得更遠。

香港潮州節資料

時間：6月5日至9日
地點：香港會議展覽中心舊翼3G
內容：●超過70場精彩節目：國家級非遺青獅、英歌舞、潮劇戲曲、歌舞表演、名人訪談、文化講座、托米賽事、劇組分享等
●文化展區：潮州鐵枝木偶、精緻抽紗工藝、僑批文史展品等

整理：香港文匯報記者 張茗

優質寵物用品展揭幕 「蟲寵特攻隊」奇襲成焦點

香港文匯報訊（記者 朱欣欣）

一連三天的「優質寵物用品展2026」昨日於香港會議展覽中心3CDE展館揭幕。今屆博覽以「締造優質寵物世界」為核心理念，匯集全球逾200個參展品牌。隨着近年異寵飼養風氣持續升溫，本屆展會突破傳統貓狗展框架，首度推出「蟲寵特攻隊」活體昆蟲展，以及全港首個大型室內「爬聚嘉年華」，將寵物版圖拓展至爬蟲、昆蟲、節肢類等多元物種，成為全場最矚目的焦點。

「蟲寵特攻隊」活體昆蟲展為本屆最大亮點，首度在港大型展出世界各地超過50種珍貴昆蟲及節肢類動物，包括蝨蛛、螳螂、竹節蟲、甲蟲、兜蟲、蜘蛛、蠍子等。展區三大「世界級」明星物種備受關注：世界體型最長的昆蟲「大佛竹節蟲」、世界最重昆蟲「巨扁竹節蟲」，以及極為罕見的「琴步甲」。市民可近距離觀察活體昆蟲的形態、色彩、行為與生態習性，深入認識昆蟲在自然界中的重要角色。

全港首個大型室內「爬聚嘉年華」同步登場，專為爬蟲愛好者打造一站式交流平台。場內設爬龍休憩區、主題市集、沉浸式打卡布景與趣味互動工作坊，飼主可攜心愛爬寵到場交流、選購專業飼養用品。

人氣項目「甲蟲之森」展出全球最大甲蟲「海克力斯長戟大兜」、甲蟲王者獨角仙、色彩絢麗的彩虹蝶，以及香港繁殖成功並打破日本紀錄的「美東白兜」、日本國民級「日本大兜」等。市民可自由參觀，更可親手與甲蟲互動拍照，近距離感受昆蟲世界的奇妙魅力。

商經局：將推多措支援寵物產業

人氣活動「狗狗全運會」再度登場，



●昆蟲展成全場焦點。

香港文匯報記者北山彥 攝
設50呎短跑、三項鐵犬、障礙賽等趣味項目。恰逢2026世界盃熱潮，大會特別加入足球主題元素，設世界盃打卡區，讓毛孩與主人一同投入足球狂熱。

特區政府商務及經濟發展局副局長陳百里昨日在展覽開幕禮致辭時表示，他觀察到近期越來越多原本經營日用品、保健護理等不同行業的企業，紛紛打破傳統框架，以跨產業、跨領域的合作模式推出寵物專屬產品與服務，並投入大量資金與人力開發新業務，這充分反映出工商界對寵物產業的前景持有高度樂觀的態度。特區政府未來將推出多項支援措施，協助業界提升競爭力、加速升級轉型。

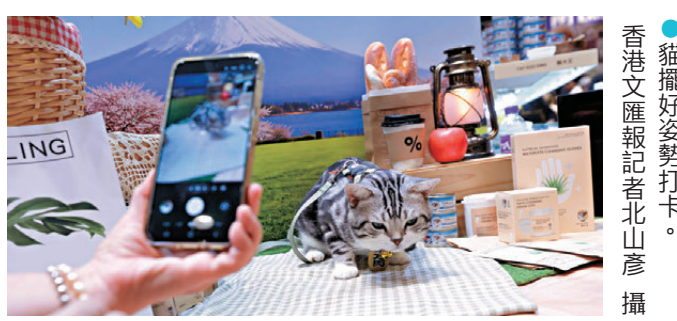
業界：異寵市場增長勢頭強勁

主辦今屆優質寵物用品展的展覽集團有限公司主席王學譜致辭時表示，香港正逐步邁向國際級寵物友善城市。與此同時，飼養文化亦呈現多元化趨勢，異寵市場增長勢頭強勁，帶動整個產業朝高品質、專業化、多品類方向發展。他續指，眾多知名傳統品牌跨界入局寵物市場，充分顯示業界對香港寵物經濟前景的信心，博覽將繼續擔當產業橋樑，推動品牌創新、交流合作與市場拓展。



●一連三天的「優質寵物用品展2026」昨日揭幕。

香港文匯報記者北山彥 攝



●貓擺好姿勢打卡。

香港文匯報記者北山彥 攝



●小狗釋放微笑。

香港文匯報記者北山彥 攝

優質寵物用品展簡介

日期：6月5日至7日
時間：6月6日：12:00至21:00 6月7日：12:00至20:00
地點：香港會議展覽中心新翼3號CDE館
票價：30元。（寵物免費入場，1米以下小童、65歲或以上長者、持傷殘人士證免費入場，參觀「甲蟲之森」展覽須額外收費）

整理：香港文匯報記者 朱欣欣

BB車商轉赛道 改賣寵物車成「救命稻草」

香港文匯報訊（記者 朱欣欣）香港寵物經濟近年持續升溫，展現出強勁的逆周期韌性。有經營寵物車品牌的參展商昨日接受香港文匯報訪問時指，寵物車現時成為了企業的「救命稻草」，很多廠商都要靠寵物經濟才能維持正常營運。有養寵物的入場者則表示，寵物每天都要吃飯，「寧願省自己，不願省毛孩」。此外，隨着寵物年齡增長，寵物保健品亦成為今次展會的新增採購重點。

已連續第三年參展的寵物車品牌Paka Toys & Gifts負責人蔡先生指出，香港出生率持續低迷，導致傳統嬰兒車業務嚴重萎縮，促使眾多嬰兒用品廠商及代理商紛紛轉向布局寵物賽道，其品牌亦是其中之一。

「寵物車現時成為了企業的『救命稻草』，很多廠商都要靠寵物經濟才能維持正常營運。」蔡先生對自家主打中高價位（即售價由1,499元起至主流3,000元）的產品仍具信心。他說，高質量的寵物車具備可拆分籃體、穩固耐用及承重性強等優勢，且更符合餐廳、戶外出行等多場景需求。由於寵物易抓咬損耗，飼主的換車頻率遠高於嬰兒車，不少客戶在嘗試平價車款後，最終因品質問題回流選擇中高檔車款。

已連續參展近8年的老牌商戶Mongolian Chews負責人盧先生，則對市場持較為謹慎的態度。他直言，寵物零食屬於「非主糧」的可選消費，在經濟不確定性增加的環境下，成為市民壓縮開支的首選對象，因此相關品類的銷售壓力龐大，形容今年銷量僅屬「合格」。

寵媽：「寧願省自己，不願省毛孩」

盧先生認為，消費謹慎的深層原因在於社會經濟氣氛偏緊，尤其是40歲以上的中年群體，因擔憂失業及收入不穩，普遍選擇「先省錢、多節儉」，主動削減非必要支出，這導致非剛需的寵物零食最先受到衝擊。

養寵5年的王小姐分享自己的消費模式，表示大多數會在展會上一次囤足半年的零食與點心，因其消耗快且屬日常剛需，至於重量較大的乾糧，則會選擇送貨上門。

王小姐說，雖然商品價格有小幅上漲，但只要定價合理，對愛寵的開支絕不會縮減。她直言：「寵物每天都要吃飯，沒有理由省這個錢。」這種「寧願省自己，不願省毛孩」的心態，充分凸顯了寵物剛需消費的強大韌性。此外，隨着寵物年齡增長，寵物保健品亦是她今次展會的新增採購重點。