



聖誕假期出入境人潮湧現

【香港商報訊】記者戴合聲報導：本港正值聖誕假期，出入境均出現人潮，並帶旺各行各業。據入境處數字顯示，平安夜（12月24日）全日有超過99萬人次出入境，其中入境錄近40萬人次，內地旅客有逾9.5萬人次。昨日是聖誕節正日，截至昨晚9時，出入境人次已逾100萬。

時值聖誕新年假期，本港出入境數字正頻頻攀高。香港國際機場、高鐵西九龍站等樞紐人潮更是絡繹不絕。不少市民一家大小出行；也有不少遊客從各口岸來到本港，打算在香港歡度佳節，感受節日氣氛。

入境處表示，前日有超過99萬人次出入境。其中，約60萬人次出境，當中香港居民逾47.7萬人次。最多人經羅湖口岸出境，有近13萬人次；其次是落馬洲支線，約有10.6萬人次；亦有近7.4萬人次經機場出境。而39.2萬入境人次中，逾25.8萬人次是香港居民返港，餘下逾13.3萬人次是訪港旅客，其中內地旅客超過9.5萬人次。另外，最多內地旅客經高鐵西九龍站來港，有超過2.2萬人次。

昨日聖誕節，入境處表示，截至昨午4時，約71.3萬

人次出境，有53.6萬人次離港，當中超過九成，即48.3萬人次屬香港居民。至於入境方面，約17.7萬人次入境，當中內地訪港旅客佔6.1萬人次。

截至昨晚9時，當天出入境人次突破百萬關。其中，出境逾65萬人次，入境則有近35萬人次（23.6萬人次為香港居民，7.6萬人次屬內地訪客）。當中以羅湖、落馬洲口岸最為繁忙，出入境人次將近20萬，港珠澳大橋、香港機場、深圳灣及西九龍高鐵站等口岸出入境人數則超過或接近10萬。

冬季購物節 冬日美食節 開鑼

【香港商報訊】記者葉家亨報導：聖誕假日有何好去處？第22屆香港冬季購物節及第22屆香港冬日美食節昨日在灣仔會展中心開幕，吸引大批市民旅客入場，大部分人帶備手推車及行李箱，務求買到心頭好。多個參展商向記者表示，今年整體氣氛良好，預料生意額可增加一至兩成。



第22屆香港冬季購物節同期舉行。記者 蔡啟文攝



▲「第22屆香港冬日美食節」昨日在灣仔會展開幕。記者 蔡啟文攝

▶富運酒業有限公司董事長吳榮貴介紹品牌。記者 蔡啟文攝



孫先生一家大細入場購物，花費2000多元，購買零食、飲品和酒。記者 蔡啟文攝

美食節設 近千參展攤位

為期五日的冬季購物節/冬日美食節昨起至周日（29日）在會展中心舉行。美食節設近1000個參展攤位，更有十多個特色美食專區，包括日韓及中國台灣食品及本地零食區，國際佳餚、美酒咖啡及甜點區，東南亞特色食品區，賀年食品、糧油及參茸海味區，健康綠色食品及素食區，以及至尊品牌區。

市民孫先生一家大細入場購物，共享天倫之餘，順道感受下節日氣氛，他和太太一共花費2000多元，購買零食、飲品和酒。市民潘女士說：「今次買了橄欖油、芝麻醬、火腿、芝士，可能還會買紅酒。花了近2000元。」市民楊女士稱：「今年氣氛很好，我入來排隊都排得很長龍。如果東西好的話，或許花費1000多元吧。」

至於參展商，大都稱不擔心市民外遊影響銷情。王先生表示，外遊的人始終僅是一部分，大部

分人還是會留港消費。麥先生更指：「今次平安夜見到街上遊人、內地客比想像中多，我定的目標比去年增加一至兩成。」

參展商：購物節氣氛不俗

購物節區亦人頭湧湧。從事室內設計的「靚靚屋」設計總監Allen接受採訪時說，今年展覽氣氛不俗，人流比以往增加，依照目前人流推算，生意額應會上升一至兩成。被問及客人來源，Allen回應指，據其觀察，顧客包括居於豪宅、私人樓宇、居屋的人士，而普通居住在新落成樓宇的客人就比較多。

隨著大眾對健康意識的提高，健康生活展覽對市民頗具吸引力。當中，包括擁有40年歷史的家居品牌「家居生活，健康美滿」Bellagio。其創辦人、質量監督顧問高燕芬介紹，該公司現專營國際優質空氣質素保障的一站式室內設計服務，她希望公司的不同健康產品能為大家帶來更加健康豐富的生活。

高燕芬一邊做生意，一邊向記者興致勃勃介紹，Bellagio產品主要涵蓋四大健康系列。其WBKN以「世界美好的廚房」為理念，不斷革新優化打造更佳的烹飪用具，當中的旋風煎鍋、炒鍋及韓式鍋，7層超導增熱結構與內外藍鑽陶瓷旋風花紋紋合得天衣無縫，這些源自中國香港生產的鍋具更榮獲多項原創鍋具品牌榮譽獎項。她

指，Bellagio的健康產品，為市民提供了高品質生活方式的選擇，也展示了品牌在環保和健康上的堅持與創新。所以，在展會上很受歡迎。

業界希望「生意好過舊年」

忙得不亦樂乎的富運酒業有限公司董事長吳榮貴表示，公司2010年成立，至今已逾14年歷史。他形容品牌是「香港品牌，貴州製造」，主打售賣茅台酒，有認可證書證明，因此不論在香港抑或內地都非常出名。吳榮貴說，聖誕節假期剛剛開始，「希望（生意額）唔好差過舊年」，大約需時兩至三天展期，才能預計到生意額有否增長。

雷諾江鈴香港代理晉謙集團今次是首度參展。其董事黃啟祥表示，今天是首日展期，氣氛比想像中好，展期展出三款汽車，其中一款電動無人車不設公開發售，另一款展銷價為18.8萬元，第三款預售價則為22.8萬元。

本身是教車師傅的林先生接受記者訪問時說，主要教導學生駕駛客貨車和私家車，他對電動無人車讚不絕口，認為車輛外表好是吸引他的最大原因，加上電動無人車比燃油車更為環保，故特意嘗試乘坐電動無人車。



短評

香港買買買 仍可熱起來

事實上，談到香港在地消費，北上消費潮、出境遊、內地遊客來港旅遊消費模式改變等種種難題一定避不開。站在用家角度，內地物價相對便宜，匯率產生的「折扣效應」，跨境電商的興起，愈來愈具備強勁的競爭力，消費者自會作出選擇。不過，從另一角度看，這也讓香港認清不足，明白想要提升旅遊業的吸引力，從來不是「鬥平」爭勝，而是倒逼各界要「鬥高檔」「鬥質素」「鬥特色」，令遊客覺得在香港消費「物有所值」，以至「物超所值」。

當局早前推出了一系列盛事活動，打造熊貓經濟、影視經濟，設計深度遊行程，提升通關效率，商家亦積極配合，在服務和產品上不斷創新和多元提升，讓旅客和市民擁更佳消費體驗。經過一段時間努力，相關舉措顯然已見實效，雖然聖誕假期部分市民選擇外遊，但「有出有進」，商場及餐飲公司普遍表示，聖誕旺季人流和生意額可見雙位數升幅，包括內地來港旅客上升，扭轉早前弱勢，可見方向正確。香港不用迴避不足，也毋須妄自菲薄，只要策略對頭、進步夠快，豐富城市名片，自能留住消費力，吸引更多旅客，創造更大經濟效益。

本報評論員 蘇信

特首與社區客廳家庭 共度聖誕



聖誕節快樂

昨日是聖誕節，行政長官李家超在社交平台發文祝大家聖誕快樂。他表示，精準扶貧是本屆政府的扶貧策略，措施包括設立社區客廳尤其是幫助劏房戶。他和太太早前特意邀請南昌社區客廳的家庭到禮賓府一同參與聖誕派對，分享佳節喜悅。

李家超寫道，他和太太與家長及小朋友一起製作聖誕花環；一同繪畫和寫心意卡，齊齊掛在聖誕樹上，為禮賓府增添了歡樂。他亦邀請香港科技

大學無伴奏合唱團到禮賓府為大家頌唱聖誕歌，共度一個溫馨聖誕。

李家超說，社區客廳小朋友親手製作可愛的聖誕擺設，讓他和太太感到很溫暖。他很高興聽到社區客廳家長和小朋友說，社區客廳能提供額外的空間，改善他們的生活質素；亦感謝他們在聖誕樹上添上祝福和願景，鼓勵他繼續努力在施政上惠民、添幸福。

香港商報記者 周偉立