

# 消費券激市道 市民使錢爽手 中秋吃喝玩樂生意旺

中國政府特許在內地發行之報刊

# 香港商報

一九五二年創刊

2021年9月24日

香港商報  
國信早報

聯合印刷發行  
印度尼西亞版



【香港商報訊】記者李銘欣報導：昨日是中秋翌日假期，大批市民趁機外出吃喝玩樂，食肆、遊樂場和旅遊景點人流不息，市道暢旺。有中式酒樓午市飲茶生意比去年同期增1.2倍，日式餐廳生意比一般周末增三成。

由於人氣爆棚，小店、大排檔食客平均須等候一小時。開放第二天的海洋公園水上樂園即日門票早已售罄。



倫敦大酒樓副總經理蘇萬誠：「昨日客量比去年同期增1.2倍，生意額增1.25倍。」



中秋假期，大批市民外出聚餐，食肆市道暢旺。記者 蔡啟文攝

## 旺角等叫號食客大排長龍

當天，記者來到旺角。但見街頭人流如織，有4層樓面的倫敦大酒樓午市全部爆滿，每層樓都有人龍等叫號。倫敦大酒樓副總經理蘇萬誠說：「昨日客量比去年同期增1.2倍，生意額增1.25倍。但酒樓3層樓屬B類，每枱最多坐4人，分開坐令客人點餐的分量和價格都降低。」

茶客盧先生說：「中秋正日訂了兩圍家庭聚餐，今晚又訂兩圍和老婆家族聚餐，今天中午和朋友來飲茶。現在（香港）已經36天本地零確診，我當無疫情了，有得玩就盡情玩，一旦第5波殺到又什麼都無得玩了，加上消費券10月1日又派2000蚊，使錢當然會爽手些。」



榮記煲仔飯食客梁先生：「中秋正日已和家人吃了大餐，所以今天吃得簡單些。」

位於旺角的「尚八日式燒肉店」生意非常火爆，午市、下午茶、晚市4天前已預訂爆滿。經理謝先生說：「一般周末都會滿，但頂多是2天前預約滿，今天是4天前滿，生意比一般周末增三成，原因是每枱客轉數快了，一枱客走另一枱即入，無停過手，人均

消費無變維持在約450元。」  
另一間旺角小店「榮記煲仔飯」亦大排長龍，午市平均須排隊1小時。梁先生說：「中秋正日已和家人吃了大餐，所以今天吃得簡單些。」

## 海園水上樂園即日票售罄

此外，第二天開放的海洋公園水上樂園即日門票早已售罄，早上8時半已有大批家長帶同子女排長龍等入場，園方提早45分鐘開放。家長李女士排隊時表示，從新聞已預計到會很多人，但期待已久，迫不及待想玩這個新景點。

昨日，海洋公園主席劉鳴煒到場視察並協助客人掃描「安心出行」或網上填表。對於未來幾日的門票都已售罄，會否再調整入場人數門檻，他回應稱，須視乎整體運作情況及疫情發展而定。他說：「主要有兩

個考慮，一是疫情上限，二是運作上暢順。今天是海洋公園開幕第二天，其實預期爆滿，非常多人，我們會吸收今天的經驗。」

## 逛花燈人流迫爆大澳街頭

中秋逛花燈是本港傳統習俗，大澳花燈節尤受歡迎。因為關注度太高，大澳人流迫爆街頭，甚至影響到居民寧靜的生活，主辦方遂決定在中秋正日、翌日、27和28日4天不開燈，讓居民可稍作休息。雖然昨晚無開燈，但中午時分前往大澳的市民仍有不少。

市民陳先生說：「夜晚不開燈，中午來一樣可以拍到燈籠，街頭掛上千百個燈籠的畫面很美，是香港絕無僅有好景點。」現場手信店和食肆餐廳卻指旺丁不旺財，市民通常來拍完照就走，買手信和吃飯的較少，對他們的生意幫助不大。

# 陳茂波拍片宣傳二期消費券

昨日，財政司司長陳茂波在社交網站發布二次創作歌曲《戀愛預告》，填上改編後的歌詞，名為《消費預告》，宣傳10月1日發放的新一期消費券。陳茂波指，「快到月尾，我辦公室一班同事非常期待10月1日的來臨」。該影片由財政司

司長辦公室職員參與拍攝，以1980年代音樂錄像的形式製作，內容講述消費券可以讓市民買衣物、食自助餐、買電器等。在片尾，陳茂波亦親身登場，與職員一起手持道具標語宣傳消費券。



# 新地15商場近5日人流升30%

【香港商報訊】記者戴合聲報導：隨着本港疫情回穩及電子消費券帶動，市民消費信心顯著回升；最近又適逢中秋佳節，市民大多留港度過疫情下的第二個中秋，大家紛紛選擇到商場消遣過節。今年中秋節，連夕周末共5天（9月18日至22日），新鴻基地產（簡稱新地）15大商場包括apm、大埔超級城、世貿中心、新太陽廣場、元朗廣場等的人流較去年同期升逾30%。當中，以餐飲、電子產品及珠寶手錶商戶較受惠，平均生意按年升20%至30%。

新地代理（有限公司）執行董事馮秀炎表示，在疫情受控下，本地零售市道逐漸回暖，今年7月本地零售業總銷貨額估計為272億港元，較去年同期上升2.9%，連升6個月。本地就業市場持續改善，加上政府電子消費券帶動，市民消費信心轉好。今個中秋，市民紛紛外出消遣過節，新地15大商場包括apm、大埔超級城、元朗廣場、新翠商場、新都廣場、柴灣新翠商場、上水新都廣場、置富南區廣場、利港商場、開心廣場、翠怡商場、美景商場、新葵興廣場、東環及農圃道等，消費優惠及線上媒體推廣較以往增長五成，加上獨特互動體驗、中秋市集及促銷活動，商場人流保持暢旺。商場優惠至今已派發逾3萬份，吸納大量消費力，不少顧客的消費均超越政府消費券金額，令商場及商戶均受惠。



新鴻基地產15大商場的人流較去年同期升逾30%。

## 電子消費券帶升消費信心

馮秀炎續指，消費氣氛好轉，不少餐飲業擴充，尤其是日式餐廳、精品咖啡等，連帶商場美食市集均受捧。隨着接種疫苗市民增加，不少顧客月初開始訂枱

並提前於周末做節，公司客的午市團餐訂位亦大幅增加，部分可招待12人為上限的D類座位餐廳在中秋前周末、中秋當日及翌日午市、晚市均全線滿座，晚市一圍消費達6000至8000元。顧客又提早購買月餅券，50%來自公司客的大量採購，月餅款式方面以人氣男團偶像雪糕月餅及卡通人物造型月餅最受歡迎，大批顧客一早來商場排隊，1000個名額於2小時內火速換購。

電子產品方面，即將發售的最新型號手機掀起預訂搶購熱潮。潮流家電銷情理想，新款影音電視、小家電如多功能電熱鍋為暢銷產品。珠寶手錶方面，年尾嫁娶加上買金保值帶動鑽飾金飾銷情，1萬至2萬元名表深受歡迎，部分商戶推出入門價金粒，滿足使用消費券購物的顧客。

馮秀炎說，10月政府發放電子消費券將再度刺激消費，預料市面氣氛會持續向好。

# 時評

# 市道持續向好還須靠通關

疫下市民生計困難，難得中秋沖喜一番。今年中秋特別不一樣，這已是疫情以來第二個中秋，但跟去年有所不同，當時4人限聚令尚在生效，惟現在食肆已放寬至最多12人一枱，加上有消費券提振需求，過去兩日市面盡見人頭湧湧，商戶旺丁又旺財，舉目所見根本不覺疫情困擾。

這一切，當然歸功於香港抗疫有方，是故有條件放寬限制措施，市民亦可安心外出消費消遣。試想，若未能「清零」，市道哪能這麼熱鬧！病毒肆虐令人提心吊膽，更莫說一旦再次停工停工，屆時還有多少消費熱情以至購買力可言了。市民上月經已收到首輪消費券，次輪消費券下月亦將發出，也令留港報復式消費熱上加熱。值得注意的是，消費

券並無嚴重推高通脹，統計處日前發布的8月份CPI僅按年升1.6%，基本通脹亦僅1.2%，顯示物價漲幅溫和、並未特別蠶食市民購買力，即消費券的益處都好大程度落入市民口袋。而且政府對業界的持續支援，近日並延長3項貸款擔保計劃的時限6個月，包括「中小企融資擔保計劃」、「預先批核還息不還本計劃」及「百分百擔保個人特惠貸款計劃」，都有助業界撐過疫下寒冬，捱到春天重來。

然有謂長貧難顧，目前消費好景實非雨露均沾，當中尤以旅遊相關行業最慘。所以，要市道持續復蘇，歸根究底還須靠重新通關，特別是與內地早日通關。環顧世界，愈來愈多地方已急不及待重啟口岸，甚至容許已接種疫苗者免檢疫入境。相關做法有個前提，就是本地疫苗普及率必須足夠高，否則

無法保障人民性命安全。香港迄今接種率僅約65%，打齊兩針的比率只約60%，條件尚未充分，更莫說長者接種率低至一成多。而且，在變種病毒肆虐下，單靠疫苗並不能夠築好免疫屏障，就以不少重啟口岸的地方均迎來新的疫情高峰；所以，除確保入境者已受疫苗保護外，針對與疫情受控的地方互相關聯，肯定是個更保險、更穩妥的做法。

內地無疑是香港爭取通關的最優先需要。儘管不同省市偶有零星爆發，但悉數皆能短時間內受控，反映內地管控疫情得宜，截至去周六不單已有78%人口接種疫苗，「健康碼」政策亦有效管理人流及防範病毒傳聞。毫無疑問，香港與內地通關的話，所面對的輸入風險相當之低。再者，香港和內地的經貿關係最為密切，旅遊業對內地的依存度更非常

高，疫前內地旅客來港人數便高佔整體近八成之多，內地客在港消費開支亦同樣佔了所有旅客近八成。也就是說，單單開放內地客來港，已夠好大程度恢復本地旅遊業的生意與活力，亦不虞對香港的疫情防帶來什麼威脅。對比開放其他口岸，與內地通關絕對「高回報、低風險」。事實上，自「回港易」實施以來，多逾20萬名從內地返港人士之中並無一人確診，反之從機場抵港的海外輸入個案，則幾乎是無日無之，兩組數據充分說明了不同口岸的風險差別。

所以，香港必須繼續堅持「清零」、堅持「谷針」，並為兩地通關創造更好條件，唯有如此，才最能保障市民生命安全，同時最有利推動經濟社會全面復甦。  
香港商報評論員 李哲