龍蝦成本價賣 老闆：「希望夠錢發薪啦」

◆彩福酒樓老闆何志強

抗擊新冠肺炎

第一期5,000港元消費券到手，加上近期新冠疫情感染數字放緩，市面明顯地多了人上街「鬆一鬆」，香港飲食業近日紛紛復業，希望追回過去兩個多月的生意損失，也為4月20日之後能重開晚市堂食作準備。有「中國十大廚神」之稱、人稱「強哥」的彩福酒樓老闆何志強向香港文匯報表示，由於堂食仍限兩人一枱，不敢奢望太多，而且目前每日確診仍過千宗，開門做生意真是戰戰兢兢，能做的只有加強鋪面及員工的防疫措施，希望今次可以大步邁過，不會再爆第六波疫情。

◆香港文匯報記者 黎梓田

消費券雖好 疫猶在 港酒樓復業心懸懸

何志強向香港文匯報表示，香港特區政府4月7日派發首期消費券，集團旗下8間分店8日全面復業，希望能盡早受惠於消費券的效應，而人手方面亦將會逐步復工。被問及電子消費券派發的幫助有多大，他指暫時未看到數字，由於堂食仍限兩人，所以不敢奢望太多，如果有兩三成的生意升幅便很開心。他又希望在4月21日恢復晚市堂食後，生意能回到正軌。

推二人優惠套餐吸客

復業之後，旗下分店會推出優惠套餐，如提供一些二人餐及特價點心，部分菜式會以「成本價」發售，例如龍蝦。他笑言：「希望夠錢發薪啦。」

何志強在3月初曾接受香港文匯報訪問，指在疫情爆發之前，集團約有1,000名員工，現今受疫情影響已縮減至六七百人，2月決定全線分店停業後，已安排員工停薪留職。他當時對前景十分憂心，形容「自己日日在家好痛苦地等4月20日到來，擔心死掉發臭都未等到」。他於訪問中透露每天只能「望天打卦」，痛苦地等待消息。

逐步放寬措施見曙光

「強哥」再接受香港文匯報訪問時指，原本受到疫情影響，集團在2月12日宣布停業，不過近日見到情況改善，香港疫情開始有回落趨勢，政府又宣布派電子消費券，4月20日後更將逐步放寬社交距離措施，對於他們飲食行業來說無疑是曙光，所以決定復業。

何志強指，復業另一方面也是為響應政府保就業的呼籲，他也不想員工「放假太久」、「無飯開」，因此在3月28日公布復業時間，第一階段有4間分店在4月1日恢復營業，分別是沙田石門店、荃灣西海之戀店、佐敦238名廈店及尖沙咀國際廣場店（彩福皇宴），而第二階段其他3間分店則會在4月8日恢復營業。

員工及酒樓做足防疫

被問及復業後的防疫措施，何志強強調，食肆確實是高風險處所，所以集團絕對會嚴格遵守政府的防疫要求，例如要求顧客必須打齊針才進入食肆、必須使用「安心出行」，並會在酒樓內外進行全面消毒。在員工方面，何氏指會向員工提供快速檢測包，要求員工在復工首日及次日上班前進行快速檢測，另亦要求員工如果出現不適症狀必須進行快速檢測或核酸檢測，盡可能減低傳播風險。

擔心再爆新一波疫情

被問及對復業後的看法，何志強指自己都是見步行步，擔憂依然存在，畢竟不知道第六波疫情會不會到來，但認為對香港來說，完全「清零」已經是不可能，加上有不少食客已向他反映「沒得飲茶」，希望他們盡快開業。

黃家和：餐飲業仍受限二人一枱

香港文匯報訊（記者 蔡競文）港府連續第二年派發消費券，但由於目前仍受制於「限聚令」及禁止晚市堂食，餐廳繼續限二人一枱，有餐飲業界人士預計，首期消費券對業界幫助有限，預料年中派發的第二期消費券對提振經濟更有幫助。

第二期消費券更利餐飲業

餐飲聯業協會會長黃家和指出，過往一周街上人流量轉多，生意亦好轉，很多食肆門口都有排隊現象。但礙於限聚措施，餐飲業受惠較少；他預計派發第二期消費券時，限聚措施逐步放寬，加上6至7月臨近暑假，餐飲業比較受惠。

黃家和又預計，在首輪總值逾300億元（港元，下同）的消費額中，餐飲業能奪得50億元，約佔15%；而第二期能奪得約100億元的消費額，佔整體的三分之一。兩輪合共約取得150億元，較往年派發消費券取得120億元的消費額顯著提升，能重振餐飲業界發展，減少食肆停業結業的情況。

大行料帶來441億潛在消費

至於國際物業顧問戴德梁行就推算，今年消費券較去年秋季派發額度加碼一倍，帶來潛在消費額可達441億元。該行指出，去年政府向每名合資格市民派發5,000元消費券，去年8至12月的零售及餐飲開支同比增加了231億元，相當於政府消費券總規模約66%。該行推算，今年消費券預算增至664億元，對消費的帶動可達441億港元。

◀有餐飲業界人士預計派發第二期消費券時，限聚措施逐步放寬，餐飲業才有望受惠。

◆日日煮將配合消費券推出多項優惠，購物滿指定金額，即可獲贈禮品一份。

零售商雙線出擊 網上買更划算

香港文匯報訊（記者 黎梓田）今次首期總值逾300億元（港元，下同）的電子消費券，對香港零售商戶來說絕對是大商機，零售商除加碼推優惠、消費回贈等手法，在線下搶飲消費券「頭啖湯」外，因應疫情下多了市民網購的習慣，還乘勢線上出擊，透過旗下電商平台向市民推出優惠，例如已登記會員購物優惠、家電折扣優惠以及指定金額優惠碼等等。

日日煮：望有20%生意增長

香港烹飪平台DayDayCook日日煮創辦人朱嘉盈向香港文匯報表示，平台於4月7日至4月30日期間，為配合消費券推出多項優惠：凡使用AlipayHK付款，已登記會員即可獲贈DayDayCook網店購物金回贈；購物滿指定金額，亦可獲贈禮品一份，如買滿800元起會有不同價值的禮物贈送客戶。

朱嘉盈指，網店亦在消費券活動期間，「日日菜館」和「日日生活館」的小家電、餸菜包、即食餸菜系列，均有林林總總的折扣優惠，希望配合不同消費者的需要。她認為，如參考去年消費券經驗，期望消費券可以帶來10%至20%的生意增長。

香港電訊旗下的The Club推出多項消費優惠，由即日至10月31日，香港居民只要免費登記成為The Club會員，即可於The Club網購平台Club Shopping以優惠的價格選購產品。The Club會員可以低價購入Club Shopping網購平台的電子現金券。

香港電訊加送現金券

由即日起至今年10月31日，在Club Shopping購買滿指定金額，即額外加送現金券，最多送500元，可以在下次的Club Shopping消費時抵消，而且不設限額及可賺取Club積分。

另外，網購平台HOMEPLUS（「HOME+」）於即日起至5月5日期間推出消費券「家」賞攻略，其中每周「家」快搶活動家品電器以三折限量發售，包括多款家品電器、電子產品、電子現金券及美妝護膚產品，優惠低至二三折。如以指定消費券支付平台領取電子優惠券，亦可享即減50元優惠。

豐澤1000貨品二二折

而豐澤亦加入戰團，近期推出「豐澤抵得祭」，由4月7日起至5月31日期間，推出多項網購優惠，例如超過1,000件貨品低至二二折優惠、派發高達總值1,600元的電子優惠券並享高達額外九折優惠、接受支付平台消費券付款另有額外優惠等。

香港大型電商之一的友和同樣有優惠，為買家提供在4月7日至5月31日期間有效的優惠碼，只要購買滿指定金額、在結賬時輸入優惠碼即可以減價，最多減150元、最少都有50元減免，多個優惠碼總額合共為480元。

電商冀借消費券擴大客群

香港文匯報訊（記者 殷考玲）為把握新一輪消費券的龐大商機，全港各大小商戶已摩拳擦掌作好準備，標榜以手機簡易開網店的網上開店平台「掌舖」Boutir銷售及市場總監王津接受香港文匯報訪問時表示，該公司無論在B2B（Business to Business）和B2C（Business to Customer）方面均會提供優惠方案，小商戶可利用消費券來開網店之餘，該公司亦會幫助小商戶吸納更多顧客。

每周做直播帶貨助商戶

小商戶想透過掌舖開設網店，可先成為掌舖的會員，然後加入每月的付費計劃，王津表示小商戶可用消費券來開網店，讓1萬元（港元，下同）的消費券成為生意基金，她稱在消費券未推出之前，小商戶可先付部分「首期」來開戶，待正式領取消費券後再付餘款，而且掌舖亦會協助會員在Facebook、Instagram的社交媒體落廣告，會員也可用消費券來支付廣告費用。目前掌舖大約有15萬名註冊商戶，當中有七成來自香港，其餘三成來自馬來西亞、美國和印尼等地。

被問及有何推廣策略催谷消費券帶來的商機，王津表示4月份每個星期都會做一場直播帶貨活動，「掌舖在直播帶貨活動上會扮演主持人的角色，或者邀請KOL做主持人，而且會邀請兩至四間商戶同一時間做直播，提升協同效應，例如是紅酒、水果和凍肉類這些有關連性的商戶一起做直播，例如是商戶在煮牛扒的同時介紹配合飲哪款紅酒會更美味，從而提高顧客的購物意慾。」王津又稱掌舖有4至5間商戶會員是售賣衣紙，在清明節前後時間，會舉行一場直播活動介紹相關產品。

另一方面，掌舖專為旗下商戶而設的網上市集「掌賞Mall」在消費券推出當天夥拍三家網舖「味道研究所」、「貓左」，以及「凍肉妹」舉行網上直播，直播產品低至10元，每間網店首兩位顧客可額外獲50元超市禮券。

此外，王津透露，有不少顧客幫長者在網店花掉消費券的金額，例如購買量血壓器、長者型手機、茶葉和保健食品等，她預期今年的消費券都會有類似需求，所以會開一場與長者生活所需的產品直播活動。

新模式帶貨刺激購物慾

掌舖今輪消費券直播帶貨活動舉行的模式也與以往不同，「商戶的直播活動可以直接在其網頁進行，顧客可以邊收看商戶直播介紹產品之餘，同時間在網頁選購產品，變相提升顧客的購物意慾，有別於以往在Facebook或Instagram的社交媒體進行，因為在社交媒體做直播是不能做到同時購物的效果。」王津續稱由於2月至3月份疫情不理想之下，市民都減少外出，直播帶貨的活動也增加了不少觀眾收看，商戶的營業額也相應有所提升。

◀「掌舖」Boutir銷售及市場總監王津

◆掌舖會邀請商戶做直播，提高顧客的購物意慾。

拓線下市場 夥商場開市集

香港文匯報訊（記者 殷考玲）除了積極拓展網上商店之外，網上開店平台「掌舖」亦想趁新一輪消費券開拓線下市場，該公司銷售及市場總監王津接受香港文匯報訪問時表示，目前正與線下的市集商討合作機會，例如是荔枝角D2 Place商場以往在疫情前經常舉辦實體市集，「我們正籌備在4月底舉行線上市集，小商戶可以在線上做生意兩個星期，其間小商戶可以做直播，如果時間配合也希望趕及在放寬社交措施之後，於4月最後一個星期六、日舉行實體市集，將線上市集和線下市集同時進行。

夥支付平台開拓客源

今年派發首輪5,000港元消費券沿用去年4個支付平台，分別為AlipayHK、八達通、Tap & Go和WeChat Pay HK，王津表示，正與Tap & Go和AlipayHK商討為消費者提供優惠，例如是購物滿指定金額提供折扣優惠等。

以去年派發消費券的經驗來看，王津表示掌舖旗下商戶會員大部分的顧客使用八達通付款，其次是使用AlipayHK，她預期今次派發的消費券，消費者也是以該兩種支付工具來付款為主。