



美民眾準備在情人節大額花費。網上圖片

今天就是情人節，亦是北美洲兩年來首個完全解除防疫管制的情人節，很多人都希望趁着這個佳節相聚慶祝，尤其是不少情侶可能在過去兩年情人節分隔兩地，所以即使北美通脹高企大幅推高物價，經濟前景亦不明朗，很多人都願意在情人節花費金錢表達愛意。根據美國全國零售協會（NRF）的一項年度調查顯示，美國人計劃在今年情人節花費總值達259億美元，這個金額不但高於去年的239億美元，還是自2004年以來消費第二高年份。

◆香港文匯報特約記者 成小智 多倫多報道

兩年來首無防疫限制 美消費料逾259億

調查發現超過一半的受訪者表示計劃慶祝情人節，但並非所有人都為此大灑金錢，他們認為一顆真摯的心較任何厚禮更貼心。在願意花費的消費者中，千禧一代準備在情人節花費約300美元，而25至34歲的組別則平均花費238美元。35至44歲是最肯花錢的年齡組別，他們預料平均支出336美元。

美訂婚戒指平均售6000美元

新冠疫情改變了很多美國人的心態和生活習慣，但最稱心的情人節禮物卻沒有發生很大變化，朱古力和糖果仍然高踞榜首，緊隨其後是賀卡、鮮花、浪漫晚餐、首飾、禮品卡和服裝。不少人喜歡選擇在情人節訂婚，今年一對訂婚戒指的平均價格超過6,000美元。理財顧問建議人們在情人節量入為出，切勿為了討好對方而借錢購買昂貴禮物，尤其是現今債息負擔不輕。

四成加國情侶在家親自下廚

加拿大同樣流行慶祝情人節，但不少人覺得情人節不應單獨與愛侶慶祝，連帶父母、子女、兄弟姊妹或好朋友也應獲贈禮物。在禮物方面，超過一半受訪加拿大人準備以美食款待愛侶，更有40%選擇留在家中與另一半下廚過節。加拿大人的熱門禮物種類繁多，包括鮮花、首飾、服裝、保健品或化妝品、書籍或影音產品、玩具、傢具及電器。有一點較特別的是，加拿大一項全國性調查顯示，約60%的受訪者認為，情人節支出應由一對情侶共同負擔。

根據加拿大零售委員會（RCC）在各地進行的調查顯示，約84%消費者打算花費與去年相同或花更多金錢。48%受訪者計劃花費超過50加元，有27.3%準備花費51至100加元。約有1.1%消費者最肯花錢，打算花費超過500加元。調查指出卑詩省居民最闊綽，他們打算平均花費130加元，緊隨其後的是魁北克省居民，平均花費115加元。排在第3位是艾伯塔省，居民平均在情人節花費112加元。安大略省居民平均花費104加元，名列第4位。



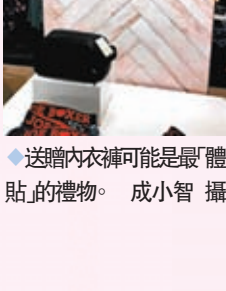
◆情人享用心形甜品，甜到入心。成小智攝



◆零售商趁情人節減價清貨，帶旺淡季生意。成小智攝



◆賀卡盡訴愛侶心底話，永不過時。成小智攝



◆送贈內衣褲可能是最體貼的禮物。成小智攝



◆情人節是花店全年生意最佳時機。成小智攝

朱古力只佔禮盒一半「鬆弛填充」包裝誤導消費者

香港文匯報訊（特約記者 成小智 多倫多報導）情人節禮品琳瑯滿目，但一直以來最能打動情侶心窩必定是心型朱古力，即使今年糖果價格較去年上升超過9%，情侶們仍會毫不猶疑購買一盒贈送給意中人，但情侶們是否察覺到朱古力禮盒若果拆拆除盒內所有塑料配件，朱古力只佔去禮盒的一半容積。

在美國，Russell Stover 或 Whitman's Sampler 都是受歡迎的朱古力品牌，兩者推出的情人節心型朱古力禮盒外觀精美，而且看來夠體面，但拆開發覺一盒 Whitman's Sampler 內藏11粒朱古力，而Russell Stover 更是全盒僅得9粒。消費者網站 Consumer World 創辦人德沃斯基表示，朱古力製造商引用「鬆弛填充」方式包裝朱古力，令到朱古力禮盒看來物有所值。

Russell Stover Chocolates 營銷副總裁克哈塔克表示，今年一盒5.1安士朱古力的含

量與去年相同，沒有減少容積。德沃斯基表示他沒有證據表明這些禮盒內的朱古力數量較前幾年減少，但糖果公司以前曾因包裝朱古力含量過少而受到指責。根據美國聯邦法例，大多數包裝都不允許有不必要的或無功能的空白空間，而且當局還會進行測試，確定這些空間是否保護產品所必須的。

「超大」包裝內裏「極為空洞」

在2019年，瑞士著名製造商 Lindt & Sprungli 曾被美國政府罰款75萬美元，原因是加州檢察官裁定 Lindt 旗下兩間公司 Ghirardelli 和 Russell Stover 以「超大尺寸」包裝銷售某些產品，這些容器放入產品後仍然是「極為空洞」，並且容易誤導消費者。糖果公司同意修改其產品的包裝，例如 Ghirardelli 改變其標誌性的帳篷袋包裝，特別在袋中增加了一個透明窗口，令到消費者輕易看到袋內糖果。一些消費者認為現在的朱古力禮盒具有欺騙性的包裝，不像上世紀九十年代的禮盒均把朱古力排得密麻麻。德沃斯基指出現在的朱古力禮盒，被塑料隔板佔用了大量空間，着重如何在分隔糖果和保護糖果方面做得更好。近年，糖果製造商更以注重健康的名義，相繼縮小了糖果的體積。



◆無論在哪个年代，朱古力在情人節都大受歡迎。成小智攝

星鮮花需求增兩成 業界競爭大不敢加價

不少人都會在情人節送花表達愛意，新加坡有花業者透露，由於營運成本倍增，今年情人節花束零售售價比去年貴10%，儘管經濟前景不明朗，但花束需求仍較去年同期高出兩成，部分業者為保生意，都不敢加價，寧願自行承擔額外成本。

在物價飛漲下，部分花卉公司透露，跨境物流、貨車租金和人力等成本均全面上漲，推高營運成本。卓錦花卉禮品董事經理徐振源坦言，目前鮮花進口成

本已比平日高出一倍，鮮花零售價比去年情人節貴了10%。徐振源也經營網站售賣鮮玫瑰花束，售價介乎75至500坡元，其中75坡元的六朵紅玫瑰花束最受歡迎。他預計鮮玫瑰進口價會再上漲，但網站的鮮玫瑰花束已是固定價格，「若成本高於定價，我們也只能承擔差價，不會漲價。」

遠東花卉公司助理營銷傳播經理黃華齊也指出，鮮花、人力和原料等成本都全面上漲，不過公司將

承擔大部分成本，把今年情人節花束零售價維持去年水平，表示情人節銷售額比去年同期高出約20%，「這說明不論經濟前景如何，消費者仍把伴侶放在第一位。」

◆綜合報道

◆新加坡有花店準備更多鮮花應市。網上圖片

高物價無阻表愛意 北美民眾情人節揮金不手軟

夫不離不棄阿茲海默症妻：「這是我最好的工作」

美國聖路易斯的婦人卡倫德於2019年被診斷患上阿茲海默症，其丈夫弗林悉心照顧妻子，不離不棄，希望每天都在妻子身邊陪伴她，向妻子表達愛意。

弗林表示，妻子曾於院舍任職臨終關懷護士，其同事數年前開始注意到她出現變化，其後證實患阿茲海默症。弗林稱，妻子曾照顧數百名阿茲海默症患者，清楚知道自己未來會是什麼樣子，她說「趁我仍未失去記憶時，我想回到孩子和孫兒女身邊」，因此二人搬回聖路易居住。

卡倫德是弗林第三任妻子，兩人已結婚10年，但他表示向其他人介紹時，不會稱卡倫德是自己第三任妻子，「我會介紹她是我的最後一位妻子。」對於要全天候照顧妻子，弗林說，「我會說這是我做過最好的工作，能照顧自己深愛的人。」

卡倫德正服用藥物來減緩記憶力減退，並參與聖路易華盛頓大學一項研究老化和記憶的計劃，研究人員將監測她的病情變化。弗森和卡倫德的愛情故事感動許多人，美國阿茲海默症協會的謝弗就是其中之一，她表示家人的陪伴對卡倫德十分重要。

◆綜合報道



◆弗林（右）對現患上阿茲海默症妻子卡倫德（左）不離不棄。網上圖片

美醫院慶祝新生兒首個情人節

情人節不僅是情侶的節日，對所有年齡的人來說，這都是表達愛意的一天。美國科羅拉多州奧羅拉和科羅拉多斯普林斯的兒童醫院，特意為在新生兒深切治療病房（NICU）留醫的嬰兒們，慶祝他們人生中第一個情人節，並悉心為嬰兒和病房裝飾。

奧羅拉兒童醫院的NICU護士希梅爾伯格稱，她的兒子18年前在加州出生，並於NICU度過第一個情人節。她6年前開始任職科羅拉多兒童醫院NICU護士後，便於每年情人節為病房帶來心形氣球

裝飾，以增添節日氣氛，今年則為NICU裝飾80個氣球，代表病房內每一名嬰兒。◆綜合報道



◆美一所兒童醫院特意為新生兒慶祝情人節。網上圖片

英文具店情人節卡買二送一惹嘲諷

在一年一度的情人節，不少情侶都會選擇購買一張甜蜜的情人節卡，向另一半表達愛意。英國大型文具製造商Paperchase 卻趁情人節推出「情人節卡買二送一」優惠計劃，引起網民熱議，認為擁有多於一位情人的男士相信為數不多，這種促銷手法恐怕不奏效。

一位購物人士在樸茨茅斯一間Paperchase 分店拍下貨架照片，可見貨架上放滿不同款式的情人節卡，列明「買二送一」。他開玩笑稱，送多過一張情人節卡的人相信不多。

另有網民稱，「我在十多歲時便同時向多名心儀女孩送情人節卡，」可以分散投資。」有人表示得知Paperchase 最近財務狀況出現問題，但

這種促銷手法作用有限。該優惠還喚起不少人的有趣回憶，其中一名網民表示，「我會通知我的前男友，他絕對用得上。」另一人稱，「我曾在一間唱片店工作，情人節當天有一名客人進來，詢問有否新推出的最佳愛情專輯，我告訴他那張專輯的位置，對方高興地表示太好了，還問有兩張嗎？」

◆綜合報道



◆Paperchase 分店情人節卡列明「買二送一」。網上圖片