



■不少參展商在最後一日大減價吸客。  
本報記者 彭子文 攝



# 工展會創70年紀錄 逆市收2.7億

## 216萬人次捧場 薄利多銷引市民破慳囊

【本報訊】(記者 郝君兒)繼電腦節、冬季購物節頻頻以1元貨、劈價再劈價等銷售策略成功突圍後，老牌傾銷展覽會工展會亦以薄利多銷締造「逆市奇蹟」，全個展期錄得216萬總入場人次，按年增11.9%，總銷售額更達2.7億元，較上屆多逾一倍，創下70年以來歷屆最輝

屆期	參展日數	總入場人次 (平均每天入場人次)	總銷售額(元)
43屆(08-09年)	23日	216萬(93,913)	2.7億
42屆(07-08年)	25日	193萬(77,200)	1.1億
41屆(06-07年)	24日	172萬(71,666)	/
40屆(05-06年)	16日	144萬(90,000)	/
39屆(04-05年)	24日	200萬(83,333)	2.0億
38屆(03-04年)	20日	185萬(92,500)	1.2億
37屆(02-03年)	24日	137萬(57,083)	/
36屆(01-02年)	24日	130萬(54,166)	1.1億



■工展會入山人海，逆市下創出奇蹟，今屆總入場人次達216萬。

本報記者 彭子文 攝



煌成績。分析認為，經濟滑波下，薄利多銷是消費「藥引」，激發荷包勒緊的市民大開慳囊，亦助商家緩解年關資金緊絀的危機。

工展會是每年一度盛事，平均每年總營業額都介乎1.1億元至1.2億元，但往往卻能在逆市中創神話，譬如03年沙士後的工展會，平價商品激發市民龐大的消費能量，該屆總營業額推高至2億元。今屆各參展商擔心生意差重施故技，再轉走「薄利多銷」舊路，靠便宜貨品殺出血路，幾乎所有參展商也賣得盆滿鉢滿。

### 不理高低檔 愈抵愈好賣

無論賣食品或賣家品，高檔或低檔，總之優惠多、折扣多，貨價愈「抵」愈好賣，各參展商都表示，生意較預期理想。德國寶董事長陳國民說，今屆工展會生意急升5成，是集團參與工展會8年以來最好的成績，23日展期錄得逾800萬元營業額。

貴價按摩椅一樣有銷路，三洋在會場放置8部陳列按摩椅供市民試用，展期的最後一天，展商以約7折價錢傾銷陳列品，一下子售出6張，連同正價產品，動輒數萬元的按摩椅共售出逾百張，絲毫未見金融海嘯的影響。貴價貨成績好，數元已有交易的小食，銷量更驚人，蛋撻王董事總經理莊培坤透露，今年新口味的蛋撻大受歡迎，攤位前每天大排長龍，展期內新舊口味蛋撻合共售出近30萬個，成績超乎預期。

### 數萬元按摩椅 售出百張

每年都以特大麵袋吸引市民搶購的壽桃牌，今年特大麵袋日賣5,000個，全個展期共售11.5萬個，負責人表示，今年錄雙位數升幅，市民消費力仍然強勁。東方紅亦表示營業額較去年參展時急升3至4成，單計湯包就售出數萬套，且本地豪客湧現，前晚有港人為農曆新年入貨，豪花6,000多元購極品燕窩。

開幕前不少市民把握最後機會趕往「掃平貨」，工展會昨日開門前已經有過百名市民在場外排隊等候，入場人潮一直不減；原訂3時截人龍，但由於詳情洩漏，大會向眾要求下推遲截人龍時間至4時，展期原訂下午5時完結，最終也需延遲近一小時，於6時許在展商一片「賣光了、下年趁早」的叫喊聲中閉幕。



■蛋撻王攤位在展期內共售出近30萬個蛋撻。

35屆(00-01年) 24日 12.2億 (50,000)

34屆(99-00年) 23日 85萬(36,956) 1.0億

註：主辦單位未有公布

資料來源：工展會及本報資料庫



■按摩椅7折傾銷，一下子售出多張。



■特首也選購的煮食鍋，大受內地客歡迎。

本報記者影子文攝

## 內地客熱捧「特首之選」

【本報訊】(記者 郝君兒)今屆工展會「丁財兩旺」，除本地市民大力支持外，內地豪客、海外旅客「撐場」同樣重要。主辦單位中華廠商副會長施榮傑表示，今屆內地及海外遊客佔整體入場人數的兩成，較上屆增逾3成，其中內地遊客數目更明顯上升，證明質優價廉的香港貨成為不少內地人的信心標誌。特首曾蔭權早前在工展會購買煮食鍋與消費，有參展商即以此作招徠，在「特首之選」的推廣下，不少內地客都跟風購買，刺激該煮食鍋銷5,000個。

內地豪客在工展會大掃貨，多個參展商也有受惠，其中東方紅高級市場主任王偉傑稱，往年參展期間最豪顧客多屬內地人士，今年也不例外，展期內曾有一內地客豪花10萬元購買頂級燕窩，既自用也送禮。他透露，掃場的內地客多讚賞港貨有品質保證，部分熟客更年年來港支持。

### 豪花10萬買燕窩

港產電器品牌德國寶集團董事長陳國民也說，今年有不少內地旅行團專程到工展會一遊，令展商生意更旺，其中以售賣食品攤位最受內地客歡迎。該集團的攤位則因貼上早前特首曾蔭權購買光波萬能煮食鍋的照片、剪報，吸引不少內地客駐足，部分人更即場購買「特首之選」，刺激該煮食鍋成全攤位銷量最好的產品。

# 減價谷宣傳延續「神話」



■林先生：買貨送手推車，很划算。



■歐小姐：今年最少花2000元掃貨。

【本報訊】(記者 李見安、郝君兒)工展會大收旺場，但只能興旺一時，有商人憂慮消費市道後繼無力，為了延續「神話」，均盤算農曆新年後的營運對策。有食品

公司說，有意在農曆新年後推出減價貨品，並計劃加強產品的宣傳工作、提高產品質素及增加產品種類等，以「自我增值」一招吸引市民。

正所謂「有危才有機」，有小食店負責人稱，目前經濟不景，租金有讓價空間，因此計劃今年增開5至8間店舖，他更向業主提出，簽訂年期較長的合約，以維持便宜的租金。他表示，由於食品公司的經營環境較為穩定，暫不擔心農曆新年後的市況。

金融海嘯衝擊下，市民有錢也不願隨便花，或者「慳得就慳」。工展會參展商之一，EDO負責人馮先生表示，今屆工展會市民的購物情緒異常高昂，但擔心農曆新年之後消費意欲降溫，影響零售業生意。他稱，公司計劃在農曆新年後，加強產品的宣傳工作、提高產品質素及增加產品種類，並研究推出減價貨品，刺激市民購物。有麵食攤檔負責人則說，在農曆新年後會推出電視廣告，加強宣傳。而今年食品的成本下調，因此有減價的空間。

## 憂後繼乏力 年宵或遇冷



■工展會昨日閉幕，不少市民滿載而歸。

【本報訊】(記者 李見安)對於本港消費市道低迷，工展會卻出現萬人空巷的掃貨場面，有學者分析指，這現象顯示逆市之下「薄利多銷」成為商戶最好生存之道，市民趁機「執平貨」，尤其是電器、食品等必需品，套現的資金足以幫助展商捱1、2個月；惟學者擔心市民強勁的消費能量一下子在工展會上爆發，之後後繼乏力，預測兩星期後的年宵市場或會「丁財俱不旺」。

金融海嘯陰霾下，今屆工展會反高潮地「人山人海」，錄得2.7億元營業額的奇蹟。中文大學經濟學系副教授關焯照表示，這並不代表經濟情況逐步改善，反而

證明市道低迷之下，市民抱着「執平貨」心態：「工展會的產品一向較市面便宜，今年市道差，參展商再把產品「劈價」1至2成，絕對吸引市民搶購。」

### 多非耐用用品 市民或留手

關焯照相信，經濟不景仍會維持多至2至3季，環境惡劣，「薄利多銷」成為商戶生存之道，「這是最好的方法迅速套現，起碼可維持營業情況。」不過他預期，年宵市場不及工展會旺場，由於年宵向來與經濟情況成正比，目前經濟差，因此年宵或會慘淡收場，「年宵所賣的產品，以非耐用用品居多，例如年花只能擺一、兩星期，市民未必願意購買，賣年花的商戶今年要割價2至3成，才有市場。」

中文大學財務學系副教授蘇偉文擔心，參展商賺得盆滿鉢滿，套現「過肥年」，但農曆新年後，經濟的負面情況才見真章，「在農曆新年後，市民消費減少，經營環境會變得艱難，相信不少企業商戶會倒閉。」他又說，市民在工展會上一次過傾盡最大的消費力，是「麻木樂觀」，消費市道會後繼乏力，「農曆新年之後，消費市道或會出現蕭條情況。」他認為，在不明朗的經濟環境下，市民把金錢儲起是自保的最好方法。

## 版面索引

重要新聞 A2-5  
中國新聞 A6、7、10

台灣新聞 A8  
神州大地 A9  
國際新聞 A10、11  
紫荊廣場 A12

香港新聞 A13-16  
論壇 A18  
教育 A19-21  
娛樂新聞 A22-25

體育新聞 A26-28  
財經新聞 B疊  
趣知 B4  
馬經 B8

消費 B11  
人物 C1  
副刊 C2、4  
采風 C3