



熊貓家族旺丁財 海園訪客增兩成

周邊商品突破500款 展館升級料2027年竣工

■不少遊人到海洋公園探望大熊貓。 資料圖片



■大熊貓相關精品。 資料圖片

國際旅遊展開鑼 KOL助吸年輕客

第39屆香港國際旅遊展今日起，一連4天在灣仔會展中心舉行，吸引來自60個國家及地區、合共約500間參展商參與。首兩天展期只開放予買家及專業觀眾入場的「專業日」，之後兩天則開放予公眾入場，票價為25元，主辦方料可吸引逾7萬人次入場，較上屆多10%。參展的馬里亞納觀光局期望能藉此加深港人對塞班島的認識，有本地旅行社指出，復活節期間內地長線團報團人數按年大增50%，期望4天展期人流暢旺，進一步帶動生意。

主辦單位匯眾展覽服務董事總經理湯錦成昨日表示，今屆展覽邀請了30名KOL到場，希望能吸引更多年輕旅客。展覽內設有多個富有不同特色設計的展位，分為夜市、冰雪旅遊、可持續旅遊、遊學、新興目的地等主題專區，更有約80場免費公眾講座、「打卡」位及民俗表演等。



■參展機構在場布置。 資料圖片

■海洋公園樂隊奏樂跳舞，歡迎到訪的遊人。 資料圖片

隨着大熊貓「安安」、「可可」及港產大熊貓龍鳳胎「加加」、「得得」正式與公眾見面後，香港掀起新一輪「熊貓熱」。文化體育及旅遊局局長羅淑佩昨日以書面答覆立法會議員提問時表示，自從多隻大熊貓落戶香港及與公眾見面後，至今海洋公園的入場人次按年增加約19%，連同大熊貓「盈盈」和「樂樂」，香港大熊貓家庭為公園帶來不少門票及商品消費等收入。公園現時的大熊貓商品已突破500款，是大熊貓寶寶出生前的四倍，多款商品均大受歡迎。

羅淑佩指出，文化體育及旅遊局自去年9月起聯同香港旅遊發展局及海洋公園，與城中不同界別攜手舉辦以「召集世界好友 暢遊香港」為主題的一系列宣傳活動，由香港大熊貓家庭擔當香港旅遊大使角色，介紹香港「無處不旅遊」的旅遊體驗，吸引世界各地旅客到訪香港，推動旅遊業發展。

早晨時段見熊貓 報名已逾3000人

她指出，有關宣傳活動及項目已成功掀起全城的大熊貓熱潮，為各行各業創造條件，鼓勵他們發掘及抓緊商機，同時吸引更多旅客訪港，海洋公園亦積極與不同品牌合作推出大熊貓主題

的宣傳及商品。

此外，海洋公園自今年2月18日推出「大熊貓寶實樂聚時光」活動，讓訪客於公園未開放的早晨時段率先入園與大熊貓寶實見面，每天的參加人數上限為40人，至今已有逾3,000人報名參加。連同公園正舉辦不同的大熊貓工作坊等活動及推廣，羅淑佩預計會繼續刺激公園的入場人次、門票及商品消費等收入。

她表示，文體旅局會繼續聯同旅發局、海洋公園及社會相關界別更好把握香港大熊貓家庭帶來的機遇，發揮創意，推出更多與大熊貓相關的宣傳活動及產品，並同時鼓勵海洋公園根據6隻大熊貓的外形特徵打造大熊貓商標（IP）的設計，以及繼續利用相關IP於園內推出以大熊貓為主題的一系列節慶活動、主題表演與遊樂設施等。至於大熊貓為海洋公園帶來的直接經濟收益，將於園方發表2024年至2025年度業績報告時公布。

羅淑佩表示，本月15日父親節是「樂樂」成為父親後的第一個父親節，別具意義；而本月的26日及28日亦分別是「可可」和「安安」來港後第一個生日，8

月15日則是「加加」和「得得」的一歲生日，文體旅局將會聯同旅發局和海洋公園推出新一浪的大熊貓宣傳活動，繼續為公園及各行各業創造條件，締造商機。

大熊貓設施方面，香港賽馬會四川奇珍館及「大熊貓之旅」的升級工程，預計今年第四季動工及2027年第二季完成。

■「安安」(右)與「可可」在海洋公園已居住一段時間。 資料圖片

