

受惠免簽政策 黃金周食買玩感受傳統文化 俄遊客湧口岸 嘗月餅學書法

中俄30天免簽政策持續激發雙向旅遊熱潮，國慶黃金周也不例外，中國口岸城市成為俄羅斯遊客熱門旅遊目的地，黑河、撫遠、綏芬河等中俄口岸湧入大批俄羅斯遊客，其中，黑河口岸出入境旅客達到32,000餘人次，於10月1日、2日出現客流高峰，單日達5,000餘人次。先購物再品美食，早上來晚上回，有俄羅斯遊客感覺不過癮，還要在中國住兩宿再回家。此外，俄羅斯遊客與赫哲族人互動載歌載舞共同感受民族文化，與中國書法家共寫書法，與中國朋友學習製作花燈、月餅和香包，在溫馨互動中感受着中國傳統節日的獨特韻味。

清晨時分，黑河口岸已是人頭攢動。免簽政策的實施，讓俄羅斯遊客的通關流程大大簡化。在熙熙攘攘的人群中，來自俄羅斯的遊客麗莎格外興奮。她滿臉笑容地說道，「我們是來黑河參加活動的，這可不是我第一次來這兒了。黑河非常漂亮，每次來到這裏，都能感受到它獨特的魅力。俄羅斯和中國是友



■俄羅斯遊客在撫遠東極閣景區穿上中國民族服飾。

好國家，這份情誼非常珍貴。而且現在海關實施了免簽制度，我們什麼都不用帶，拿着護照就能直接來到中國，這感覺太酷了！真的特別感謝這樣的機會，也感謝我們兩國之間深厚的友誼。」

與中國朋友共度中秋節

大量俄羅斯遊客的到來，讓口岸周邊的商場、餐廳、酒店等場所，都迎來了生意的火爆期，俄羅斯遊客也在遊玩中感受中國傳統節日的獨特韻味。在撫遠活動中心裏，圓桌上擺滿了各式各樣的月餅，不同口味的月餅讓俄羅斯朋友們眼前一亮，直呼「驚喜」。俄羅斯遊客瑪莎品嚐後，豎起大拇指，用不太流利的中文說道，「好吃，哈拉少！」

品嚐完香甜的月餅，大家圍站在長桌前，手握毛筆，在書法老師的指導下，一筆一畫臨摹「花好月圓」「中秋快樂」等節日主題詞句。來自哈巴羅夫斯克的俄羅斯遊客丹尼斯興奮地說，「今天是中國的中秋節，我們和朋友一起慶祝。中國朋友帶我們學寫漢字，這個節日非常有意義，我愛中國！中國和俄羅斯永遠是朋友。」

身穿赫哲族服飾的群眾還將自己親手製作的魚皮畫贈送給俄羅斯友人。俄羅斯



■俄羅斯遊客學寫書法。

遊客接過精美的魚皮畫，欣喜萬分，紛紛表示這是珍貴的禮物。俄羅斯遊客娜佳開心地說，「我喜歡我穿的衣服，在這裏拍了很多漂亮的照片，中秋節真的太棒了，我覺得很浪漫，我喜歡這樣的節日。」

邊防開設特殊通道便捷通關

對於俄羅斯遊客來說，來中國旅遊除了感受中國傳統文化，必不可少的一件事就是購物。在各大購物場所，俄羅斯遊客的身影隨處可見。來自布拉戈維申斯克的俄羅斯遊客瓦利亞興奮地分享自己的購物體驗，「免簽以後太方便了！布拉戈維申斯克的衣服很單一，而中國的衣服樣式多、質量好還漂亮。我經常來買東西，感覺太棒啦！」

為給旅客提供優質、高效的通關，黑河出入境邊防檢查站合理設置通道類別和數量，在邊檢執勤現場精心劃分中國公民、團體旅客和特殊旅客通道。特別為老幼病殘孕等需幫扶旅客開設了特別通道，讓這些特殊群體能夠優先、便捷地通關。

東莞潮玩開倉節吸年輕客群

素有「潮玩之都」美譽的東莞石排鎮，自國慶假期首日起，便在中國潮玩之都·漫博中心拉開「石排潮玩開倉節」（下稱「開倉節」）的帷幕。該活動首次引入類「山姆超市」的潮玩倉儲式賣場模式，構建起集潮玩消費、工業旅遊、非遺體驗、生態休閒與藝術展覽於一體的多元文旅場景。據統計，「開倉節」前6日累計客流量近十萬人次，營業額已突破300萬元（人民幣，下同），充分印證了二次元文旅模式對年輕人的強大吸引力。

在3000平米的大型潮玩超市裏，十幾米高的鋼鐵貨架上整齊排列着色彩繽紛、樣式繁多的潮玩產品，既有TOYCITY、摩動

核、娃三歲等本土潮玩品牌，也有蠟筆小新、反斗奇兵、DC等國際熱門動畫IP的聯名產品，品類更是涵蓋盲盒、手辦、模型、拼裝積木等全品類，以極具吸引力的價格「開倉放價」，吸引了眾多潮玩愛好者前來「掃貨」。有年輕消費者穿梭在貨架間，直言「彷彿跌入了潮玩的海洋，根本停不下來」。

作為此次活動的潮玩渠道商，東莞輕語工藝品有限公司總經理劉洪國介紹，這座投資超1億元打造的全球首個集吃喝玩樂購於一體的潮玩超市，潮玩SKU超5萬個，旨在打造「面積大、產品全、性價比高」的潮玩一站式採購中心。

廣州親子科技遊火爆 機器人陪玩

今年國慶長假，廣東多地精準瞄準親子家庭需求，推出趣味十足的科技主題活動，機器人、AI系統、互動科普裝置等齊聚「上崗」陪伴小朋友過節，讓不少家長得以「鬆口氣」。記者實地採訪了獲吉尼斯世界紀錄認證的「最大綜合性科技館」——位於廣州市番禺區的廣東科學中心，在熱鬧的人潮中真切感受到親子「科技遊」的火爆氛圍。

廣東科學中心設有13個常設主題展館，建有5座科技影院，假期期間為滿足觀眾需求，備受歡迎的科普劇場增加至86場

次，但記者實測發現仍然一票難求，如《秋季星空秀》等假期新節目更是「手慢無」。

一進入展館大廳，機器人「笨笨」化身「迎賓員」。展館內各式各樣的「陪玩」機器人也讓小朋友們目不暇接。例如潮流的小機器人天團，隨着音樂節奏靈活起舞，吸引來裏三層外三層的「迷弟迷妹」；「魔方機器人」能夠迅速恢復被打亂的魔方；而智能下棋機械臂，則能同時「迎戰」兩位小棋友等，讓現場的小觀眾感受到前沿科技的趣味與魅力。

國慶中秋雙節 港迎遊客人氣旺



真言摯語

郭靈 資深傳媒人

今年十一國慶黃金周適逢與中秋節相連，內地合共有8天長假期，市民出遊度節的意願十分高漲。據官方數據顯示，國慶中秋假期首日，全國鐵路發送遊客超過2,300萬人次，創單日遊客發送量歷史新高；特區政府亦估計，在今次國慶中秋雙節長假期間，預計會有大約154萬人次內地遊客訪港，較去年同期大升約11%。

筆者認為，特區政府及本地旅遊業界除了盡力做好各項接待遊客的工作，給予訪港遊客最好的出行和住宿體驗外，亦要繼續打造可持續、有深度，以及能與周邊地區有聯動性的文旅IP和主題活動，增加遊客對旅遊香港的延續記憶，吸引他們再次來港遊玩的同時，帶動本地文創產業發展。

事實上，特區政府近年積極推動「香港無處不旅遊」的理念，除公布《香港旅遊業發展藍圖2.0》和成立「發展旅遊熱點工作組」外，還針對性地開放本地多元旅遊資源，例如開放舊油蔴地警署、特色社區龍城深度遊、舊城中環深度遊等結合了本地歷史、文化、藝術

與地區特色等出行路線，為遊客提供更豐富、更有特色的體驗。可是筆者認為，特區政府還可以進一步推動具本地特色的文創產品發展，並與特色深度遊相結合，產生「一加一大於二」的協同效應。

舉例來說，山西省就藉着遊戲「黑神話：悟空」的熱門IP效應，推出了如「跟隨悟空遊山西」等相關攻略和旅遊線路，在國慶期間非常受歡迎；雲南昆明則將聯大舊址、陸軍講武堂，以及梁思成、林徽因故居等歷史古蹟，與近年年輕人喜歡的Citywalk（城市漫步）出行有機相結合，再配合各式各樣的打卡IP文創產品來吸引遊客；而江西景德鎮則圍繞着近期突然在網上爆火的「雞排哥」，打造國慶流量新IP吸引遊客的同時，也利用本地瓷器特色發展文創產品，豐富遊客的出行體驗。

由此可見，特色創意IP及文創產業不但能為旅遊業賦能，還可以提升本港旅遊業的吸引力，因此，特區政府需好好研究如何可以激活文創產業和旅遊資源之間的聯動性和協同效應，打造具本港獨有特色的文旅品牌，吸引遊客訪港的同時，為經濟注入新的上升動力。