

小紅書  
與你我他  
系列②

據香港旅發局的數據

顯示，今年頭10個月錄得約2680萬訪港旅客人次，10月初步訪港旅客數字為約346萬人次，當中內地旅客約270萬人次，佔整體近八成。新一代內地旅客追求多元深度遊，旅行消費偏好有所改變，不少更跟隨小紅書等社交媒體上的「攻略」，以新角度發掘不一樣的香港，興起網紅打卡熱潮，把目光投放在景點之外的城市空間。

旅發局與小紅書在十一黃金周前夕合作推出「香港漫步指南」，為用戶推薦5條具有特色的城市漫步路線，讓「香港Citywalk」攻略在小紅書上熱度持續高漲。這種「懶人包」教學及富特色的分享，更被許多年輕人視為「生活搜索入口」，小紅書是如何「俘獲」他們？

大公報記者 謝敏嫻



▲五顏六色外牆的彩虹邨頗受遊客歡迎。網上圖片

## 「與無數網友形成連接」



▲《變形金剛》拍攝地「怪獸大廈」亦為香港的一個熱門打卡點。大公報記者顏琨攝

### 記者手記

在小紅書上，與「Citywalk」有關的筆記近290萬篇，這些筆記也成為港漂們日常出門遊玩的一個參考攻略。作為港漂一員，記者在制定周末遊玩路線時也會參考這些用戶的體驗，比如哪家店舖好吃、哪家店舖的產品踩雷、什麼時間開始出發可看到最美日落等等。一些不錯的行走路線可能會成為採訪素材，見諸報端，推薦給更多讀者。

說起香港，很多人的第一印象是在香港電影中經常出現的尖沙咀、旺角街景。通過小紅書上網友的分享，記者和朋友跟著攻略先後打卡了西營盤、堅尼地城和長洲島。令人印象深刻的是西營盤的「長命斜」，很多用戶分享了自己拍到的美景，老舊唐樓、狹窄街道、穿梭於其中的的士和遠處一小片維港海景和青馬大橋。當記者親身走到這些網紅打卡點上，彷彿與無數網友形成連接，感受眼前風景帶來的無法用語言描繪的感動。這樣的打卡地還有很多，《變形金剛》拍攝地的「怪獸大廈」、五顏六色外牆的彩虹邨、堅尼地城的網紅咖啡廳和棧道、汀九橋下的「愛馬仕橙」日落美景……

如今，很多人都習慣利用碎片化時間打開小紅書，分享生活經驗、記錄生活點滴，連接着無數小的個體，形成一張張網，這些網交織出一個「廣闊的大世界」。

大公報記者 顏 琨

善用小紅書推廣「好玩」香港

# 港人博主貼地分享大城小事

80後港人蔡遂初今年8月開設小紅書賬號「坐唔定」，最開始他主要是想在社交平台記錄一下自己的工作和生活，「因為Facebook、Instagram的資訊不適合我，數年前已經停用社交媒體。直至近期接觸小紅書，發現上面的內容非常豐富，而且是香港較難接觸的內地資訊。我本身對內地充滿好奇，尤其對旅遊、歷史、藝術、文化很感興趣，多年來一直從不同渠道搜索和獲取相關資訊，而小紅書的出現令我一下子獲得更多的專門資訊。」蔡遂初表示在小紅書找到了不少在內地志同道合的朋友，他們在相關領域都非常專業。

### 本地遊仍有待挖掘

作為小紅書新手用戶，蔡遂初除了瀏覽內容，也熱衷內容創作。他的賬號目前多發布生活、娛樂、歷史等方面的圖文或視頻，至今累計逾1500粉絲，「被瀏覽最多的一個貼文是關於香港的潮流資訊，有80萬瀏覽量。」蔡遂初直言小紅書的爆款多是接地氣、有流量或娛樂相關的話題，「新媒體屬性是短、快、平，只要找到合適的內容切中「痛點」，就比較容易「爆」。」他續說，目前基本維持每兩至三日更新，創作一條貼文一般一至二個小時，「基本上能用手機完成，即便在餐廳或交通工具上也能完成。」

對於「香港Citywalk」在小紅書持續火熱，蔡遂初表示自己對此也頗感興趣，但由於平台上相關內容的質量已經非常高，「如果要創作一個更優質的貼文，需要花點心思。香港還有很多大城小事還未被發掘，所以我覺得這個話題仍有很大空間。」問及港人的身份是否對內容創作上有幫助，他認為自己作為「地頭蛇」肯定更有優勢，因為貼地，加上香港文化獨特且多元，很多內地民眾對香港的飲食、潮流等都特別好奇。

根據2023年的數據，小紅書的用戶中女性佔比接近88%，從年齡分布來看，主要集中在18至35歲之間。蔡遂初算是「大齡且小眾」用戶，他笑言活到老學到老，「在使用小紅書的這四個月，慢慢學習如拍攝、後期剪接等技能，這對我個人成長增值也有一定的好處。」

### Citywalk刷新體驗

90後港人Serena曾是小紅書用戶，有時還會用微信小程序的小紅書查找資料，但現在較多用Instagram社交互動。「我看過一些比較多人點讚、熱度較高的Citywalk路線，大部分還是規劃成熟的遊客打卡點。我不太喜歡走馬觀花地瀏覽各個熱門景點，比較傾向於深入探索一座城市，但有一些稍微小眾或特別有意思的推薦會去試試看。」Serena續道，香港作為一座保育和綠化都非常出色的城市，Citywalk這種漫遊方式確實給遊客帶來不少驚喜。尤其是給過往只是來香港購物的遊客，可能刷新一下對香港的城市體驗。

同是90後、使用小紅書5年的內地用戶Mavis，每天約花2小時刷小紅書，主要瀏覽穿搭、養生、電影、播客、本地生活。「小紅書就像是我的百度。」她說，生活中遇到好奇的或拿不準的事情，都會在上面搜索試試。對她來說，小紅書的主要吸引力在於能找到志同道合的人，加上用戶大多數比較友好，自己發布的內容常獲得別人的共鳴和鼓勵。

### 海量筆記提供參考

00後港漂小C是一名「閒着沒事就刷會兒」小紅書的5年用戶，她直言小紅書現在是她搜索的第一選擇。「感覺只要是與吃喝玩樂、日常生活相關的，都能在小紅書上搜到。」小C認為，小紅書的真實用戶多，搜索結果精準，可在短時間內快速獲取大量資訊，內容也比較貼地。「以前小紅書只有圖文，熱門的帖子多是分享真實使用體驗，評論裏也會有人提出問題，發布者與評論者互動強，讓人感覺很真實。」

小C亦有留意到今年「香港Citywalk」這個話題在小紅書特別火爆，「我試過在小紅書上「搜刮」攻略帶家人在香港旅遊，朋友來港也會在上面做攻略，有時候會因為在小紅書看到香港的一些活動而想來旅遊。」在香港生活5年多的小C依然對這座城市充滿好奇，她坦言自己常常參考社交平台上推薦的遊覽路線，既省時又選擇多。只要在小紅書搜「香港」「香港旅遊攻略」「香港一日遊攻略」「香港攻略」等關鍵詞，然後就會跳出很多相關帖子。「但因為內容很雜，需要自己挑選，也不會百分百按照某個帖子去遊覽。」總的來說，她認為這些內容對於外地人遊覽更方便，也能提前了解香港，大部分都是在宣傳香港是一個值得旅遊的地方。



▲遊客帶着麥當勞到麥當勞道趣味打卡。網上圖片



▲西營盤在小紅書上被網友稱為「如果此生只來一次香港，那一定會是這個地方」。大公報記者寧碧怡攝

## 「種草」VS「踩坑」

### 漲粉背後

小紅書在香港的快速「漲粉」帶來了許多新現象。出行方面，社會全面復常以來，大量內地遊客來到香港，其中尤其是使用小紅書的年輕一代開發出區別於傳統旅行的「打卡」方式，風靡網絡。比如，到港劇經常出現的舊油麻地警署打卡、去麥當勞道吃麥當勞等等，還有發掘小眾打卡地如最新展覽、歷史建築、隱秘街道等，以及接地氣的小店如餐廳、甜品店、時裝店等。零售方面，小紅書上「香港手信」推薦，更讓很多商品大受歡迎，成為內地俗稱的「爆款」。諸如樓上零食、惠康零食、便利店烏龍茶等等商品銷量大增。

其實，小紅書的海量資訊也不無問題，比如難以辨別的軟文、偏頗片面的建議等，有用戶甚至直言從「種草」（編者註：網絡用語，對某個事物興起購買慾望）到「踩坑」。

以小紅書上關於堅尼地城的遊玩攻略為例，不少內地網友「按圖索驥」後發現，實際上堅尼地城太多貨車來往，而且道路狹窄，很難拍出所謂網紅美照，有「照騙」之嫌。遊人站在馬路邊拍照很危險之外，其實堅尼地城海旁道離港鐵較遠，也不甚方便。據悉，堅尼地城海旁道護欄已設置了圖文並茂、中英雙語的警示牌，告知不要佔道拍照。

此外，香港警方表示，2022年8月初至9月已接報至少23宗小紅書網購騙案，涉及貨品以手袋及貨幣兌換服務為主。警務處反詐騙協調中心設小紅書賬號「不吃虧的港漂」，定期發布最新騙案手法和應對方法，以擴闊反詐騙宣傳的接觸面。

根據克勞銳發布的《2023旅遊消費內容研究報告》顯示，82%的出遊者傾向於先通過瀏覽線上內容再出行。而在各平台花費時間精力分布中，小紅書佔據首榜。流量是把雙刃劍，小紅書在流量上有先天的優勢，但這並不意味一座城市的旅遊推廣全靠社交媒體。打造城市良好口碑，是在長遠方面吸引遊客、促進消費的方式，優質的產品和服務才是致勝之道。

大公報記者 寧碧怡



▲網友在小紅書上分享便利店烏龍茶令商品銷量大增。網上圖片



▲電影《黑社會》劇照。  
▲舊油麻地警署是香港警匪片粉絲的必選打卡地。網上圖片