

國際旅遊強勁復甦 今年料超疫前

聯合國：亞洲動力十足 推動全球旅業迅速反彈



經濟透視

多個國際金融組織預期今年全球經濟增長將會放緩，但是對旅遊業卻充滿期望。聯合國世界旅遊組織（UNWTO）相信，今年國際旅遊業將完全恢復到疫前水平，估計比2019年增長2%，亞洲旅遊業的復甦進一步加快，而且經濟和地緣政治風險呈減弱趨勢。國際貨幣基金組織（IMF）認為，旅遊業強勁反彈，對今年經濟增長的刺激作用，將非同尋常，而旅遊業佔GDP比重愈高的國家，疫後復甦的速度愈快。

大公報記者 李耀華

據聯合國世界旅遊組織統計顯示，國際旅遊業在去年次季已回復至疫情前八成半的水平，去年7月更恢復至九成。世界旅遊觀光協會宣傳和傳訊部高級副總裁Virginia Messina表示，全球各地的國際遊客已超過2022年的水平，相信趨勢延續，今年行業表現將會超越2019年。

IMF：旅業佔GDP愈高 經濟愈活躍

今年各地經濟持續增長，旅遊業成為焦點。業界預料亞洲的旅遊業復甦步伐更快，主要基於一些客源市場和旅遊目的地重新開放。英國旅行社協會表示，國際旅遊反彈勢頭料延續，旅客量甚至超越疫前。英國很多旅遊公司去年錄破紀錄訂單，客戶預訂今年出發的反應不俗。

聯合國世界旅遊組織指出，全球各國航空交通聯繫日趨緊密，加上亞洲旅遊市場強勁復甦，將令全球旅遊活動在今年迅速反彈，即使中東和其他地區的地緣政局不穩定，影響旅客的信心，但是旅遊業復甦的勢頭難以逆轉。2023年，前往歐洲和非洲的旅遊需求，幾近回復疫情前水平，中東旅客量更勝從前，超出2019年的水平22%。歐洲地中海、加勒比海，中非和北非湧入大量國際遊客，人數同樣已超過2019年的水平。

國際貨幣基金組織早前上調今年全球經濟增長預測0.2個百分點，達到3.1%，表示全球通脹放緩速度較預期快，世界經濟將實現軟著陸。IMF於去年底的報告指出，旅遊業愈發達的經濟體，經濟韌性就愈強，經濟活動亦活躍。可以說，旅遊業佔整體國內生產總值份額愈大的地區，相比其他旅遊業偏弱的地區，疫後復甦的速度更快。報告又提到，服務業需求強勁，令以服務業為主的經濟體，包括主要旅遊熱點法國和西班牙，對服務業的需求強勁。

全球旅業相關職位升至3.2億個

旅遊業包含了多個相關行業，包括住宿、交通運輸、景點等，對全球就業市場有很大影響，在2022年，全球與旅遊業有關的職位達2.95億個，而2023年預期增加至3.2億個。在2022年，當時新冠疫情還未大幅消退，旅遊業對全球國內生產總值的貢獻為7.7萬億美元，到2023年，全球旅遊業進一步復甦，旅遊業對全球GDP貢獻的規模預期將達至9.5萬億美元。

世界旅遊觀光協會估計，旅遊業持續蓬勃，在未來接近10年間，對全球國內生產總值的貢獻增加至11.6%，金額達15.5萬億美元，而且涉及的職位更會佔全球總數接近12%。該協會表示，全球旅遊業持續復甦，證明業界具韌性，預計旅遊業在去年底已非常接近疫情前的水平，而2024年會超越2019年水平，在未來10年將繼續增長。

隨着中國旅客重返國際旅遊市場，旅遊業在未來一年的復甦更會提速。持續復甦也反映在行業指標的表現上，據世旅組織的旅遊業復甦追蹤系統，截至2023年10月，國際航空運力和客運需求均恢復到疫情前水準的90%左右。11月，全球住宿設施的入住率達到65%，高於2022年11月的62%。

中國擴大免簽證入境 旅業受惠

利好因素

聯合國世界旅遊組織（UNWTO）旅遊信心指數調查顯示，業界普遍對前景感樂觀，67%的旅遊專業人士表示，與2023年相比，2024年的前景更好，約28%的人預計表現類似，而只有6%的人預計2024年的旅遊表現比去年更糟糕。

今年影響旅遊業的主要因素包括：第一，整個亞洲區仍有很大的復甦空間，多個客源市場和目的地重新開放；第二，簽證便利化和航空運力改善，中國出境和入境旅遊業預計將在2024年加速增長。另外中國對馬來西亞、法國、德國、意大利、荷蘭和西班牙6個國家的公民試行免簽證政策，為期1年，直至2024年11月30日；第三，美元堅挺，來自美國的強勁旅遊業繼續使美洲及其他地區受益。然而，人員短缺仍然是一個關鍵問題，因為旅遊企業面臨勞動力短缺，無法應對遊客高需求。

UNWTO指出，根據其追蹤系統的數據，到2023年10月，國際航空運力和旅客需求均恢復至疫情前的90%左右。而根據STR的數據，11月全球住宿機構入住率達到65%，略高於2022年9月的62%。

展望2024年，預計國際旅遊業完全恢復到疫情前的水準，初步估計將比2019年的水準增長2%。風險因素是視乎亞洲的復甦步伐以及現有經濟和地緣政治局勢。

推廣淡季旅遊 預防觀光公害

財經觀察

李耀華

全球旅遊業的發展，帶來觀光公害（觀光造成的問題有如公害一樣，日本造語），且有日益嚴重的趨向，有關方面必須正視這個問題，並提出解決方法，令旅遊業在未來繼續成為重要的增長行業。

旺季屢現人潮 景點超負荷

觀光公害是一個相對新的名詞，約在10年前形成，主要描述部分旅遊景點聚集

了過多的訪客，使這些城市、地標等受到損害，同時影響當地居民生活。世界旅遊組織數據顯示，單在去年首三個月，出門旅遊的人數增長一倍，而世界旅遊觀光協會估計，旅遊業的收益去年將達7.5萬億元，達疫情前的95%水平。

然而，全球熱門的旅遊點並非太多，根據法國旅遊初創公司Murmuration的數字，全球八成旅客只到訪全球一成的旅遊景點，意味着熱門旅遊點將愈來愈擠擁。為了防止觀光公害帶來的破壞性，建

議熱門景點實施規管，例如當局可以推廣更多淡季旅遊，並在可行情況下，限制一些景點的旅遊人數，又或對旅遊業加強規管。同時，亦可以鼓勵開發更多可持續旅遊的景點，並找出方法緩解旅遊景點居民與旅客間的衝突。另外，可以推介其他另類、較少人到訪的旅遊點，把部分旅客分散到其他地方。

觀光公害仍是季節性問題，影響主要集中在熱門景點。目前並沒有萬靈藥，上述建議主要視乎問題的程度而定。



▲業界最新預計，亞洲旅遊業復甦進一步加快，而經濟和地緣政治風險呈減弱趨勢。

數看2023年全球旅遊業復甦

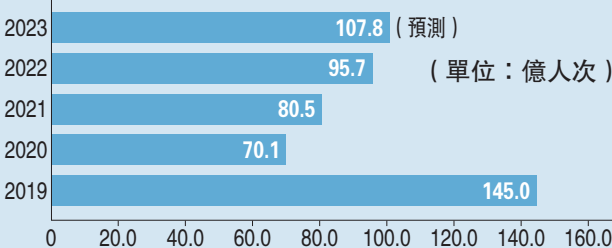
旅客人數

- 多個市場已超過2019年水平，中東地區國際遊客人數較2019年高出**22%**
- 歐洲是全球接待遊客最多的地區，國際遊客人數恢復到2019年**94%**
- 非洲的國際遊客人數恢復到疫前**96%**，美洲恢復到**90%**
- 亞太區國際遊客人數恢復到疫前**65%**，其中南亞**87%**，東北亞**55%**
- 去年國際旅客人數估計13億人，回復至疫前**88%**

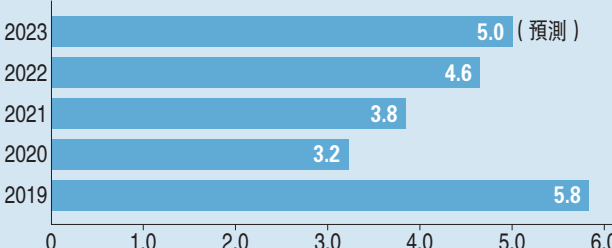
旅遊收入

- 國際旅遊收入料**1.4萬億美元**，佔2019年目的地旅遊收入**93%**
- 旅遊業包括客運出口總收入料**1.6萬億美元**，是2019年的**95%**
- 旅遊業對經濟的貢獻達**3.3萬億美元**，佔全球GDP的**3%**

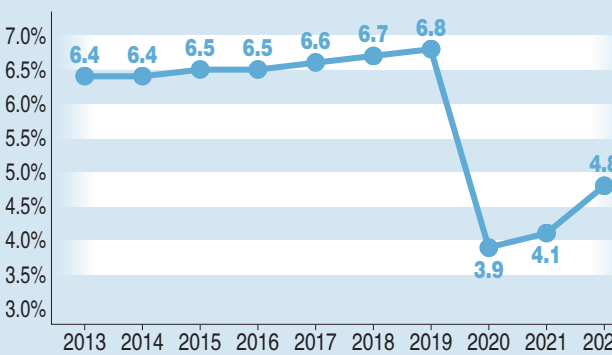
全球旅遊總人次（包括國際與本地遊）



全球旅遊總收入（萬億美元）



全球旅遊收入相當於GDP比例



邊工作邊旅行 數碼牧民冒起

嶄新模式

數碼牧民的生活方式正在全球日益普及起來，受惠於科技的進步，網絡通訊更加發達，使人類工作方式變得更加多樣化，愈來愈多人喜歡並享受在全球各地工作的自由與樂趣。這種邊工作邊旅行的方式，結合旅遊的誘因和在全球各地工作的靈活性，相信不單只是一種潮流，而且更是一種趨勢，並改變人們的看法，對於追求工作與生活平衡的人具有吸引力。

數碼牧民是指那些利用科技和互聯網工作，同時又可以自由旅行的人。這些人一般擁有較少物質資產，主要是居住在臨時房屋、酒店，並透過WiFi、智能電話等工具，在咖啡店、公共圖書館、共用工作空間等地方可以工作。這些職位通常以電腦程式員、內容創作者、設計師、開發者為主。

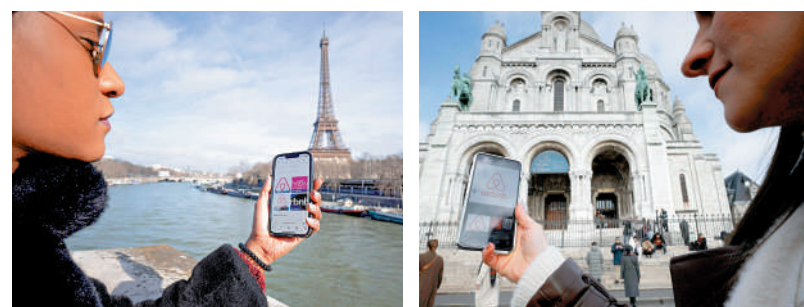
僱主省福利開支

在2023年，美國的數碼牧民已達1730萬人，較2019年大增了131%。對於僱主來說，數碼牧民對他們更有利，原因是可以減低福利成本等開支，而對於一個地區來說，由於數碼牧民會將逾三成半的收入，支付在當地的生活費上，包括旅遊、酒店、消費品等方面，故有利當地經濟增長。全球現時已有45個地區向數碼牧民簽發了數碼牧民簽證，容許他們工作和暫時居留。

這種趨勢相信今年會更加明顯，因為視像會議、上網工具日益先進，虛擬項目管理軟件日趨普及，容許人們不受地域限制地進行無縫通訊，而又不影響到工作能力。事實上，自從新冠疫情以來，人類工作的模式起了重大變化，僱主亦改變了固有的觀念，日益接受在家工作的選項，企業亦意識到僱員工作能力和質素不會因為不在固定地方工作而有所減弱，而且這種方式能更輕易吸引和留住人才，因而對在家工作採取了更開放的態度，這種理念刺激部分人士追求數碼牧民的身份。

數碼牧民普及的原因

- 1 網絡科技進步，人們可以不受地域限制地進行無縫通訊
- 2 疫後僱主改變觀念，採取更開放態度，接受在家工作方式
- 3 數碼牧民增加當地旅遊、酒店、零售收入，受各地政府歡迎
- 4 對於喜愛旅行的人，既滿足旅遊願望又可獲得工作收入



▲全球旅遊需求持續強勁，Airbnb受惠，收入節節上升。

旅業報復性反彈 Airbnb盈利創新高

業績背後

共享住屋公司Airbnb股價在去年大升六成，2023財年首三季營收達76.9億美元，反映疫情過後人們對旅遊的需求呈報復性反彈，其業務強勁復甦。

但投資者趕着買其股份前，宜先了解為何該公司在過去數季的表現如此亮麗，然後才可以根據各項因素判斷是否值得購買。

新冠疫情大概是該公司近年所面對的最大挑戰，當時全球各地封關，旅遊和住宿的需求大減，導致Airbnb的預訂和營業額頗受影響。在最低潮時期，其預訂數目重挫72%。

幸運的是，這種境況只維持了短暫時間，在2021年，Airbnb的業務出現大幅反彈，營業額一度急彈77%，曾見60億美元，甚至比2019年所創下的48億美元更高。業務強勁復甦的背後，反映出人類喜歡到處旅遊的天性。

雖然Airbnb在2021年業務大幅反彈，但是淡友還是觀察了一整年的時間，才相信Airbnb營運模式的韌性。2022年，Airbnb營業額增加40%至84億美元，再創新高，同時首年實現盈利19億美元。