

# 訪港客迫爆熱點 配套設施待改善

## 冀增行李寄存櫃 添指示牌 疏導人潮



直擊報道

內地遊客在五一黃金周重臨香港，傳統及新興景點遊人如鯽，大公報記者連日走訪多個熱門景點，發現部分景點遊客多，但人潮管理不善，出現人車爭路、排隊人龍阻塞行人道等情況，亦有遊客反映部分資訊或指示不足、欠缺行李寄存等配套設施，感到不便。

有旅遊業界及立法會議員認為，改善旅客體驗是說好香港故事重要一環，建議政府加強熱門旅遊景點的監察，在人潮高峰期安排義工協助做好人潮疏導及管理，甚至安排專人在現場解答遊客查詢及求助；至於行李寄存等配套，可以透過政策措施，鼓勵私人市場提供相應服務。

大公報記者 劉碩源



小朋友騎着行李筐，走走鬧市。大公報記者 蔡文豪攝

在尖沙咀碼頭，大批遊客排隊購買雪糕，人龍延伸至巴士總站。大公報記者 蔡文豪攝

## 內地黃金客 消費額升1.3倍

增長強勁

景點玩樂及交通服務的預訂為主，其次是餐飲美食。最受歡迎的產品首三位分別是香港機場快線車票、故宮博物館門票及香港迪士尼樂園門票。

另外，Klook表示，觀察到內地旅客更早計劃五一黃金周來港的行程，並傾向更早預訂外遊相關產品。

平台數據顯示，內地旅客普遍會提前2周或以上預訂，較同期增加了約三成，顯示旅客對於這些熱門假期會較平時更早預訂旅遊相關產品，確保能夠獲得理想的旅遊產品及服務，避免遇上訂滿或價格上漲的情況，尤其於五一黃金周的熱門檔期。

旅遊體驗平台Klook數據顯示，五一黃金周內地來港旅客的人均消費上升。內地旅客預訂本地產品及體驗方面，整體消費額按年上升約1.3倍。相信與內地旅客於疫情後的經濟能力提升及對旅遊體驗的追求有關。其中，餐飲美食的消費額增長最為明顯，升幅高達8倍。

### 追求餐飲美食

Klook指出，五一黃金周首日，內地旅客就本地項目的預訂量，較4月30日錄得15%增長。綜觀整個黃金周期間的預訂情況，以



五一黃金周期間，有餐廳擠滿食客，非常旺場。大公報記者 蔡文豪攝

### 完善配套建議

#### 欠缺設施指示

建議：

- 增設更多資訊指示牌，指導廁所位置等
- 在巴士站增加地面指示線

#### 人潮管理疏漏

建議：

- 安排義工協助管理現場人潮
- 跨界別合作，安排專人解答遊客查詢

#### 行李難寄存

建議：

- 在景點附近、公共交通交匯處增設行李寄存櫃

大公報記者整理

遊客尋找相關設施。

### 即日來回 被迫拖籠出行

此外，大公報記者連日亦在多個景點見到拖着行李箱出行的遊客，原來他們有人是由於留宿的賓館無行李寄存服務，因此在退房後，旅途「最後數小時」要拖箱出行；亦有人是因為即日來回香港，由於找不到寄存行李的地方，只能拖着行李到處走。深圳旅客李小姐向大公報記者表示，是次出行攜帶了一個26吋的行李箱，形容自己上下樓梯時「快要累死」。

她表示，希望香港可增加更多行李寄存櫃，這樣便可以「解放雙手」放心去玩。旅遊促進會總幹事崔定邦向《大公報》表示，行李寄存櫃在內地及外國很多旅行城市常見，但香港較少。崔認為，近年遊客數字逐步恢復，有相應需求，政府可考慮在商場、尖沙咀行人隧道等公眾地方物色合適位置，增設行李寄存設施。他又建議巴士公司與旅行社合作，讓旅行社分擔查詢及部分分流壓力，雪糕車等商戶周邊亦可考慮安排義工或分流線引導排隊方向。

立法會議員鄭泳舜建議在景點內增加更多指示牌，既方便旅客尋找設施，亦可向旅客介紹更多景點，例如在油麻地警署周邊可增加指引牌介紹果欄等。至於行李寄存等配套，他認為可以鼓勵私人機構提供相關服務。

近年流行城市漫步的旅行模式，中上環一帶的街道、老店、海濱等，都成為遊客的打卡熱點。大公報記者日前在堅尼地城海旁所見，現場遊客絡繹不絕，無論是欄杆、路牌、小巴士都吸引遊人打卡，有遊客為了更好的拍攝角度甚至走出馬路，與車輛擦身而過。

### 欲坐開篷巴 排錯雪糕隊

在另一個遊客熱門地、尖沙咀鐘樓及巴士總站一帶，雪糕車吸引近70人排隊，人龍延伸至附近的巴士站總站，佔據部分5A線的巴士候車位。欲乘坐開篷巴士的遊客黃小姐及莊小姐表示，自己只見到站牌，但不清楚發車時間，亦在地下見不到候車的引導線，亦試過排錯雪糕車的隊伍，白白浪費超過20分鐘，感到手足無措，準備放棄相關行程。

有巴士公司職員向記者表示，五一期間遊客大增，經常出現半百人排隊的人龍，遇上天雨就容易出現人龍排入巴士候車處的情況，亦造成部分旅客排錯隊、找不到站牌的情況，加上不時有旅客向車長查詢路線，巴士站運作有一定影響。日前有網民在社交平台發文指，尖沙咀碼頭巴士總站因為有不少希望乘坐開篷巴士的遊客，聚集在車頭向車長查詢，導致巴士遲遲未開出。

昨日在尖沙咀附近遊玩、來自湖南的旅客龍小姐表示，在香港大部分體驗很好，惟發覺不容易找到廁所。她表示，自己在街上未能發現相關指示牌，到了尖沙咀亦未找到廁所，她希望能增添相關設施的位置指示，方便不熟悉本地情況的

## 打工仔自製長假期方便外遊 明年春節 請假2天放9日

【大公報訊】打工仔最關心的2025年公眾假期出爐啦！政府憲報公布明年的公眾假期，合共有17日公眾假期。按打工仔5天工作、周六及周日例假計算，明年有3次機會可自製5天或以上的長假期，當中農曆新年假期請兩日，便可放9日最划算。

根據政府公布的資料顯示，2025年沒有公眾假期與周日重疊而需要補假，不過有兩日與周六重疊，分別為4月19日的耶穌受難節翌日，以及5月31日的端午節。而2月、3月、6月、8月、9月及11月，並無公眾假期。

勞工處由2024年開始至2030年，將法定假日逐步遞增至17天。2025年將繼續新增名為「聖誕節後第一個周日」的法定假日（俗稱勞工假），即12月26日，令法定假日增至14天。其後2026年起將再新增多一日「復活節星期一」。

打工仔若要自製長假，第一個組合可以是今年聖誕與明年元旦的跨年長假組合，請3日放8日。今年聖誕節兩日假期是12月25日、26日，分別是周三、周四，打工仔可以在27日（周五）、30日（周一）及31日（周二）請假，就可以連同明年元旦，享受8日長假。

2025年的農曆新年假期，較今年提早約10日開始，大年初一至大年初三（1月29日至1月31日），分別為周三至周五。換言之只要另請兩日，即周一至周二（1月27日至1月28日），連同兩個周六及周日，合共可放9日。（其他假期組合詳見附表）

雖然距離2025年尚有大半年時間，但如果能夠提早買機票和預訂酒店，定能夠節省不少金錢！



▶ 2025年公眾假期已公布，方便市民規劃假期外遊。

### 2025年自製長假攻略

聖誕及新年 請假3日 放8日	12月 25 26 27 28 29 12月 30 31 1
農曆新年 請假2日 放9日	1月 25 26 27 28 29 1月 30 31 1 2
復活節 請假4日 放10日	4月 12 13 14 15 16 4月 17 18 19 20 21
勞動節及佛誕 請假1日 放5日	5月 1 2 3 4 5
七一 請假1日 放4日	6月 28 29 30 1 7月 1
國慶中秋假期 請假3日 放7日	10月 1 2 3 4 5 10月 6 7
聖誕節 請假3日 放9日	12月 20 21 22 23 24 12月 25 26 27 28

○ 請假日

## 香港不止煙火氣

特稿

站在天橋上望過去，矗立太子道西近一個世紀的聖德肋撒堂隱藏於一片魚木樹花海裏，奶黃色的花球掛滿樹冠。旅人無不沉溺於這處春光，來自深圳的詩晴便是其一，與友人在樹下「打卡」，為捕捉到屬於香港的「限定浪漫」興奮不已。

### 捕捉「城市限定」浪漫

「其實香港不止有港風的招牌、充滿煙火氣的街巷，還有很多文藝角落。」這日，詩晴打算與友人趁「五一」假期來一場春天的城市文藝漫步，記者決定加入其中，一窺旅客眼中的香港底色。

去往香港藝術館的路上，詩晴告訴記者，她曾數度來港旅行，「以前每次來必買一大堆藥妝、面膜，幫親友買各類膏藥和奶粉」。疫後，世界聯通恢復，改變也在悄然發生，四通八達的網購服務，令香港化妝品、奢侈品價格不再具吸引力，進口產品亦可送貨到門，這令詩晴來港購物的需求「一下子消失了大半」。

詩晴需要的是輕鬆的旅行模式——一邊走邊逛，品嚐當地美食，感受人文風情。「我很喜歡香港的老建築，充滿了歲月的味



▲ 香港大館早前舉辦「霓續」展覽，展示香港獨特而鮮明的視覺文化。

道。」詩晴覺得，走在路上，路過舊油麻地警署、廟街，再沿着彌敦道向着維多利亞港前進，彷彿走在了從前看過的那些港片裏。

「就是這裏。」順着詩晴手指的方向望過去，是藝術館內以「生日」為主題的藝術裝置。366個紅色「生日信箱」堆疊起來，讓大家為素未謀面的彼此親手繪製生日卡片。這是在一款時興的社交軟件上翻到的「打卡」攻略。

### 「香港人文情懷濃厚」

「文化是一個城市的根脈和靈魂，人文情懷濃厚一直是香港的特色，也是我喜歡香港的原因。」詩晴留意到，這幾年香港的文化創意產業發展迅猛，最難能可貴之處在於香港通過策展手法、營運模式等呈現出與眾不同的國際城市之風。「比如M+博物館，我印象最深的是憑當日票可以無限次入場，從這些細緻周到的安排就能看出一個城市對文化藝術的重視。」

午餐選擇到中環久負盛名的九記牛腩，等待的隊伍延伸數十米至一側石梯，食客們操着日語、韓語、英語，來自五湖四海。排在記者前面的韓國女孩寶美與姐姐和父母同遊，她舉起手機將小店與巷子、舊樓群、鄰街的大排檔一同框入照片中。

「來自不同地區的旅客，對香港的認識不同，吸引他們的特色也會不同。」立法會議員、香港中國旅行社董事長姚柏良認為，早前旅發局邀請來自不同客源市場的KOL針對當地旅客喜好進行推廣，起到了一定程度的引流作用。長遠來看，香港仍要掌握主動權，從迎合需求轉為創造需求。

中新社記者韓星童