

人類探月新里程 中國發展惠全球

這是人類探索月球的歷史性時刻！6月2日清晨，嫦娥六號成功著陸在月球背面南極—艾特肯盆地預選著陸區，開啟人類探測器首次在月球背面實施的樣品採集任務，這對於解答月球演化的關鍵問題、促進對宇宙演變的認識具有重大意義。從嫦娥一號至六號，中國探月工程不斷取得進步，技術上從落後到如今遙遙領先，充分說明中國科技發展勢不可當，有利於國際太空合作、促進人類福祉。未來兩天嫦娥月背「挖寶」，「香港技術」將發揮關鍵角色，這對推動香港創科發展貢獻國家所具有重要啟示意義。

自5月3日發射入軌以來，嫦娥六號探測器經歷了約30天的奔月之旅，在經過地月轉移、近月制動、環月飛行等一系列關鍵動作後，完成了這次世界矚目的「精彩一落」。相比於降落在月球正面，降落在月球背面可謂環環相扣、步步關鍵。特別是此次任務的預選著陸區——月球背面南極—艾特肯盆地，落差可達十多公里，好比要把一台小卡車成功降落到崇山峻嶺中，每一步都不能掉以輕心，最終的成功，充滿着中國科技的智慧和創造。

更重要的是，此次是人類歷史上首

次在月球背面實施樣品採集任務。近幾十年來，各國從月球採回數百克月球樣品，但至今仍缺乏從月背帶回的原位樣本。而月球背面整體相對月球正面更為古老，具有重要科研價值，尤其有助於找到「水」的證據。此次「嫦娥六號」漸次發射、減速接近月表、「火眼金睛」選擇理想落點、「關鍵緩衝」確保安全落月，再到「交會對接」將樣本轉移至返回器，一系列高難度操作，令世界為之讚嘆。

20年來，中國探月工程不斷刷新人類月球探測的紀錄，能取得今天的成就，殊為不易。整個過程，既是中國不斷克服技術難關的過程，也是不斷克服抹黑攻擊的過程。就在不久前，美國太空總署署長尼爾森在國會作證時，還在抹黑「中國正將太空計劃軍事化」；針對「嫦娥六號」月背取樣計劃，此人還蔑稱：「月背也就是始終處於黑暗中的一面，我們不打算去那裏。」但其缺乏常識的言論遭到世人的譏笑，而「嫦娥六號」的成功著陸，不僅證明了中國科技的強大實力，也是用事實狠狠地摑了美國一巴掌。

中國探索太空，始終抱着建設人類命運共同體的宗旨。中國早已宣布向聯

合國所有會員國開放中國空間站，去年底中國國家航天局對外發布月球樣品分發指南以及嫦娥八號任務國際合作機遇公告，充分展示了無私的合作精神。以「嫦娥六號」為例，就搭載了法國的氦氣探測儀、歐洲太空總署的負離子探測儀、意大利的鐳射角反射鏡、巴基斯坦的立方星等國家的載荷和衛星項目。事實說明，中國探月工程，是促進國際合作的工程，更是造福人類的工程。

當「嫦娥六號」月背着陸影相公布的一刻，香港市民和全國人民一樣，都感到無比的振奮。除了是身為中國人的自豪感之外，還在於探測器上有香港科研成果——搭載了由理工大學團隊設計和製造的「表取採樣執行裝置」。也就是說，採集人類第一杯來自月球背面的土壤，用了「香港技術」。

事實上，中國探月工程的許多重要階段，都能看到香港的助力。這對香港各界無疑是一個重要的啟示：大力發展創科，以己之所長、貢獻國家之所需，香港的角色和作用將愈加突出。未來特區政府和各界要進一步加大支持力度，不斷完善創科生態圈，抓住新質生產力發展的歷史機遇，將國際創科中心的招牌越擦越亮！

廉價水費的背後

水務署日前表示，考慮到成本因素，有需要調整水費。消息一出，許多市民才驚覺，原來香港已將近30年未加水費。且不說香港30年來累積通脹有多高，僅從高質量供水的成本考慮，不加水費恐難以為繼。

其實，早在98/99年度，水務署的水務經營賬就開始錄得虧損，但即便客戶數目由當年的220萬大增至今天的320萬，而近年食水生產成本不斷上升，再加上購水、食水處理、供水設施維修，當局也沒有提高水費。以2021至23年為例，淡水生產成本分別為12.7及11.4元，而向用戶收取的卻是4.16元。如果不採取任何平衡舉措，水務署的「財務水錶」恐怕要「爆錶」。

從歷史的縱向比，香港近30年來沒有加過水費；從現實的橫向比，放眼全球，香港的水費也是長期偏低。據「國際水協會」於2021年發表的統計資料，香港水費在全球178個城市中，排名171名。以每一百立方米飲用水用水量計算，香港只需262港元，對比其他

先進國家的城市，東京1112港元、紐約1430港元、巴黎2220港元、洛杉磯4355港元，都比香港高出數倍甚至十數倍。

香港之所以能夠長期維持低水費，除了政府的補貼之外，其中一個關鍵原因在於，內地數十年來如一日，確保東江之水源源不絕供港，香港才可以無後顧之憂，以極低的費用提供極穩定、極優質的水源，以及高質量的供水服務。這一點切不可忘記。

當然，近年全球經濟下行，許多市民和業界也要面對各種負擔，也難免會對加價有所不滿。但署方亦已強調，在考慮是否增加水費時，市民的負擔能力是很重要的因素。上月起，已走訪各行各業聆聽意見，若決定調整收費，會以循序漸進的方式收回成本，盡量減少對用戶的影響，也會聽取立法會議員的意見。

此次水務署研究調整水費，從「用者自付」、「收回成本」原則出發，只要充分聽取各界聲音，平衡加幅與市民承受能力，相信可以得到社會的理解。

首五月客量錄增長 三招提升市集吸引力

昂坪360邀多啦A夢和你打卡



昂坪360今年首五個月的業績報捷，客量、門票及市集人均消費額均錄得按年升幅，昂坪360新任董事總經理董沛銓表示，未來營運策略重點是以三招增加昂坪市集的吸引力，包括推出季節性主題活動，頭炮是與多啦A夢聯乘推出主題大型活動，並會革新市集的商戶組合，讓昂坪市集成為地道美食集中地，以及今年內開設全新的常設館。

昂坪360並將與旅行社、航空公司等業界合作推出套票，瞄準大灣區內地市場推出以纜車為主題的研學團旅遊產品，開拓新機遇。

大公報記者 劉碩源

►昂坪360將推出季節性主題活動，頭炮是今個夏季與多啦A夢聯乘推出主題大型活動。



昂坪360今年業務概況

客客人數	
● 日均按年升40%*	達2018年95%
● 本地日均客客人數較2018年升9%	
● 佛誕日人數按年升6%	較2018年升25%
收入 (1月至4月)	
● 纜車門票人均消費按年升27%	較2018年升32%
● 昂坪市集人均消費按年升25%	較2018年升4%
客客人分布	
● 本地21%	內地及澳門26%，亞洲38%，歐美15%
全景纜車使用率	
● 按年升160%	

*今年截至5月19日，與開關後去年2月至5月中旬比較
*今年截至5月19日

資料來源：昂坪360

董沛銓表示，昂坪360今年截至5月19日，日均客客人數較去年疫後通關的2月至5月中旬，上升40%，並恢復到疫情前2018年同期的95%。當中以菲律賓、泰國為升幅最大市場，較2018年分別升107%及15%。歐美地區客客人量受制於航班運力未恢復，增長緩慢，佔整體客客人量15%，低於2018年的22%（詳見表）。

昂坪360除了標準車廂，亦推出「水晶車廂」和「全景纜車」，董沛銓說，在後兩者帶動下，今年首四個月的纜車門票人均消費，按年上升27%，較2018年更上升32%。至於昂坪市集的人均消費，按年升25%，與2018年比較只升4%。

董沛銓說，下一步將強化昂坪市集的吸引力，舉辦不同的季節性活動，例如將於7月舉辦的多啦A夢巡迴特展香港站，昂坪360屆時將推出多啦A夢主題纜車、「胖虎世界巡迴演唱會」場景裝置、多啦A夢1:1造型雕塑，主題巨型扭蛋機及其他精品等。

「我們會『跟着客人走』，客人對什

麼東西特別感興趣，我們都會嘗試發掘。我們需要跟不同合作夥伴配合及探討。」董沛銓強調。

重組商戶組合 集合地道美食

中長期方面，昂坪市集將革新商戶組合，變身地道美食集中地，董沛銓說，「整體方向是希望客客人來昂坪市集遊玩時，亦可以享受香港傳統特色美食。」政府正大力拓展中東客客人源旅遊市場，他說昂坪市集亦有具備清真食品認證的餐廳，有能力接待多元化的客客人。



▲昂坪360董事總經理董沛銓表示，昂坪360未來舉辦的主題活動，會緊隨年輕人與大眾偏好，務求令客客人有新鮮感。

全景纜車今年的使用率按年升1.6倍，董沛銓說，增購的10架全景纜車車廂將於今年第四季陸續抵港，預計12月投入運作，替換10架普通車廂。昂坪360門票現時沒有加價計劃，另會與旅行社、航空公司等合作推出套票。

他表示，大灣區內地城市由於高鐵的便捷性，有潛力成為昂坪360的「第二個本地市場」，今個夏天將與南山海岸城、萬豐海岸城推出聯乘活動，宣傳即將舉行的大型活動，另會在內地多個不同網上平台推出限時優惠，吸引當地居民到訪。

借助纜車主題 開拓研學市場

另外，因應內地市場對研學的需求增加，而昂坪360擁有世界上少有的雙纜索循環纜車系統，將與內地研學相關機構及旅行社，推出以纜車為主題的研學團，就大灣區內地城市的高小至初中學生需求制定內容。昂坪市集今年內會推出全新的常設館，提供影片欣賞、互動裝置及互動劇場等，內容寓教於樂，打進學校市場。

學者：打造美食市集 吸引高端旅客

【大公報訊】記者戴靜文報導：昂坪360於2006年9月正式開幕，至今已近18年，標榜是世界十大最佳纜車體驗。有旅遊學者表示，纜車景點在世界上的業務，一般相對穩定，而昂坪360啟用已經十多年，尋求突破，便要令到訪的旅客有新鮮感，願意一來再來，而打造地道美食集中地是可行辦法。

位於大嶼山昂坪的寶蓮禪寺是本港的熱門旅遊景點，但交通不便，過去主要靠乘搭巴士前往，然而行車路地勢險要，只有單線行車。1995年，香港旅遊協會（香港旅遊發展局前身）提出興建東涌吊車系統，政府於1998年宣布興建。全長5.7公里的昂坪纜車於2006年9月18日開幕，現時是亞洲最長的雙纜索纜車系統，乘客可以沿途欣

賞北大嶼山郊野公園、南中國海，並輕鬆到達全球最大的戶外青銅坐佛——天壇大佛。

對旅遊有研究的職業訓練局項目經理黃家榮表示，纜車除了是直達上山之交通工具外，沿途可欣賞風景，所以一般業務穩定。而昂坪360作為已有十多年歷史的景點，若不尋求突破，難以吸引旅客重臨。全世界的旅遊景點，只要能提供著名美食，自然吸引旅客一來再來。

他贊成將昂坪市集打造為地道美食集中地，因應香港旅遊定位吸引高端旅客，他認為美食應以香港特色的輕食，價位可以稍高。

他指昂坪風景優美，市集新引進的餐廳，應考慮採用露天茶座形式，讓旅客一邊吃美食，一邊欣賞風景。

內地旅業代表訪港 籌劃香港遊產品



▲楊潤雄向內地旅遊業界代表贈送紀念品。



擴大個人遊

【大公報訊】個人遊計劃自上周一起擴展八個內地城市，政府昨日安排40位當地旅遊業界代表及媒體來港，逗留五日四夜，到訪中環街市、大館、迪士尼樂園、海洋公園、故宮文化博物館和M+等。有本港旅遊業界人士認為，透過當地旅遊業界人士及網紅訂旅遊產品及宣傳香港，也為暑假及下半年旺季鋪路，可望帶來更多內地遊客。

濱、拉薩、蘭州、西寧、銀川和烏魯木齊。文化體育及旅遊局局長楊潤雄表示，昨日早上到香園圍邊境管制站、香港國際機場內的旅遊發展局旅客諮詢中心，迎接有關城市的旅遊業界代表和媒體。楊潤雄說，期望透過今次交流，讓他們感受到香港作為國際大都會和美食之都的魅力，將這次旅遊體驗帶回去，與當地居民分享及宣傳。

香港旅遊促進會總幹事崔定邦表示，今次訪港安排即是行內俗稱的「踩線團」，目的是了解香港旅遊景點的實況，再推出相關旅遊產品；網紅KOL可製作體驗式視頻，發揮宣傳香港的效果。

崔定邦稱，該八市具有經濟實力，加上跟香港距離較遠，當地旅客來港必定過夜，傳統景點例如山頂夜景、兩大主題樂園、香港點心美食等，已非常具吸引力。不過內地現時正值高考時期，預期最快要到六月下旬過後，才会有更多當地旅客來港，展望下半年多項盛事，例如多啦A夢展覽等，將為旅客帶來更多豐富節目和新鮮感。

另外，市建局行政總監韋志成昨日發表網誌透露，預計10月推出「城蹤遊」導賞團，合共40團讓逾500名市民和遊客免費深度暢遊中環。「城蹤遊」分設三條主題路線，探索城中歷史、飲食和文藝等。

新增八個內地城市包括太原、呼和浩特、哈爾

責任編輯：嚴偉豪 鄭小萍 美術編輯：鍾偉器