



有溫度的安老政策 切實為民解憂



議事論事 李國棟

今年7月1日是香港特別行政區成立27周年的紀念日。當日，行政長官李家超先生發表了題為《香港回歸以來「一國兩制」實踐取得舉世矚目的重大成就 「一國兩制」巨大優越性不斷彰顯》的署名文章，高度評價香港回歸以來取得的各項成就，期望香港各界堅持「一國兩制」制度，繼續強化自身優勢，發掘新增長點，為祖國、為香港的高質量發展貢獻力量。

「一國兩制」是一項創新的制度，是中國特色社會主義的偉大創舉，而且來之不易。「一國兩制」既維護了國家主權，也照顧香港的特殊情況和香港各階層的利益。回歸以來，香港社會曾面對各種各樣挑戰，幾經風雨，在國家的全力支持下，香港可以繼續保持繁榮穩定，事實證明，貫徹落實「一國兩制」方針完全正確，我深信，特區政府有能力把「一國兩制」實踐得好。

安老政策人性化

照顧長者，是仁厚為懷的社會不能或缺的。隨着香港邁向由治及興的新時代，如何做好安老、養老，需要政府和社會各界共同努力。香港人口高齡化趨勢日益嚴峻，大部分人士期望晚年身體健康、「老有所依」、「老有所養」。面對本港高齡人口增長，現屆政府貫徹「居家安老為本，院舍照顧為後援」的方針，致力提供多元和質量並重的服務，並應用樂齡科技改善長者的生活質素，以及鼓勵健康的長者終身學習和投入社區。安老事務委員會

一直就政府制訂全面的安老政策，包括與長者在護理、住屋、經濟保障、就業、醫療衛生、心理健康、康樂方面等需要的有關事宜，向各決策局／部門及有關機構提供意見；並統籌各項安老計劃和服務的策劃和發展工作。

居家安老

所謂居家安老，就是長者可以在他們所選擇及熟悉的環境中安享晚年，可以過安全、自主的生活，可參與閒娛及社交活動。政府一直按長者不同需要，提供適切的社區照顧及支援服務，讓他們可以居家安老。

對於較為體弱的長者，政府也提供不同類型的社區照顧服務，幫助他們居家安老，包括由非政府機構向合資格體弱長者提供「中心為本」或「家居為本」的照顧服務，並向護老者提供支援和協助。

政府推行「長者社區照顧服務券」（社區券）及「長者院舍照顧服務券」（院舍券），為合資格體弱長者提供多一個選擇。社區券和院舍券採用「能者多付」及「共同付款」的模式，長者可按個人需要，自由選擇不同服務單位及服務種類。藉市場競爭，服務券計劃推動安老服務單位提高質素，同時也加強資助服務的長遠財政可持續性。

隨着年齡增長，身體功能衰退和疾病的出現，長者進出醫院機會增多。政府和醫院管理局合作推行「離院長者綜合支援計劃」，以跨專業的模式，為接受治療後離院並有短期護理需要的長者提供出院規劃及家居支援服務，讓他們可以繼續在家中安老，同時減低他們再次緊急入院的風險。

社區支援服務是促進居家安老的重要

措施。政府津貼長者中心在地區層面為長者及護老者提供多項支援服務，包括輔導、外展、轉介等。長者地區中心轄下的長者支援服務隊透過外展及社區網絡，識別獨居、隱蔽等有潛在服務需要的長者，並提供適切援助，包括情緒支援、向長者慰問等。

加強社區照顧服務以達至居家安老和減少入住院舍比率

政府持續加強社區照顧服務以達至居家安老和減少住院院舍比率，但無論居家安老做得多好，仍有部分長者需要入住院舍，因此院舍照顧服務扮演着一個非常重要的角色。現時約35000名長者獲政府資助使用院舍照顧服務，他們的住院費用平均超過九成由政府承擔。政府亦承諾以最大力度增加院舍照顧服務宿位的供應。為便利合資格香港長者在內地養老，政府推行廣東院舍照顧服務計劃，現時向四間當地安老院購買服務，覆蓋深圳、佛山及肇慶三個城市，讓長者有多一個資助服務的選擇。

加強支援照顧者

護老者是支撐長者居家安老的重要角色。他們必需具備應有的技能和資源才能妥善照顧家中長者，減低其需要入住院舍的機會。然而，照顧者為應付日常生活和承擔照顧責任，時間、金錢、精神及體力方面均面對沉重壓力。政府落實一系列的措施，以多管齊下的方式支援長者及殘疾人士照顧者，包括設立24小時「照顧者支援專線」，提供即時諮詢和輔導、外展、緊急支援及轉介服務等、為低收入家庭護老者提供生活津貼、舉辦全港性的宣傳活動和推行「與照顧者同行」計劃，以及設立一站式「照顧者資訊網」等等，提升對照顧者的支援。政府亦正推展一項先導計

劃，動員地區服務及關愛隊伍（「關愛隊」）協助識別有需要的獨老和雙老住戶、護老者和殘疾人士照顧者，並將有需要的個案轉介至社會福利服務單位跟進。「關愛隊」亦會協助轉介有需要的長者及殘疾人士安裝及使用「平安鐘」。

樂齡科技支援居家安老

樂齡科技是指以科技為基礎，針對長者的需要和問題所開發的產品和服務。善用樂齡科技，可便利長者居家安老。例如自動化的家居配套或輔助器材可減少長者發生意外的機會。樂齡科技能夠提升長者的生活質素，同時減輕照顧者壓力，讓長者、其家人和照顧者更安心。政府在2018年設立「樂齡及康復創科應用基金」，資助合資格安老及康復服務單位購置、租用或試用科技產品，包括醫療護理超低床、智能防走失系統等。政府再於2024-25年度向基金額外注資10億元，並擴闊其用途至適合家居使用的樂齡科技產品。

加強為長者提供科技培訓

樂齡科技的應用能有效提升長者生活質素，協助他們更獨立、健康、舒適地生活。然而，坊間有不少有關長者不諳使用科技產品以及「數碼鴻溝」的討論。就此，社會福利署把全港所有長者中心服務範圍擴展至樂齡科技推廣。長者中心透過舉辦講座、工作坊等不同活動，讓長者接觸及學習使用智能手機、平板電腦、應用軟件等科技產品，也會為使用數碼科技遇到困難的長者提供適切支援。同時，政府資訊科技總監辦公室亦在全港各區推行「長者數碼外展計劃」，藉舉辦不同活動，讓長者體驗數碼科技為生活帶來的好處。

鼓勵健康長者終身學習和投入社區

勞工及福利局、社署及安老事務委員

會一直推廣「積極樂頤年」（Active Ageing）的理念和相關計劃。長者保持樂觀積極的生活態度，令生活更為充實。對身心健康有益之餘，更有助實現「居家安老」。現時非政府機構與教育機構合作在全港設立長者學苑，為長者提供多方面課程和長幼共融活動，促進跨代和社區共融。社署亦持續推行「老有所為活動計劃」，資助社會服務機構及地區團體舉辦活動，鼓勵長者參與社區活動，實踐「老有所為」的精神。

政策要有高度、有深度、有溫度

根據世衛組織的定義，健康是指個人在生理、心理和社交生活方面均處於良好狀態，而不僅指身體健康或沒有疾病。身心健康，可發揮個人潛能，盡展所長，並可參與社交生活，享受生活。因此，在討論社區與健康議題時，除了預防疾病，還需確保個人能怡情養性、強身健體。今天的香港，社會環境和政治形勢已恢復至穩定安全的局面，安老是香港由治及興的重要一環，政府及各個界別需攜手締造長者友善的環境，用心提供服務，提升長者生活質素。安老工作非常繁重，香港在面對人口老齡化的事務上仍然存在優化空間。積極樂頤年是一個幫助長者追求健康、社區參與和獲得安穩，以至提升生活質素的過程。長者雖然進入晚年，仍然能夠透過「休閒生活」、「持續學習」等作出生活重整，從而獲得更愉快的生活。安老事務委員會會繼續觀察長者所需，適時向政府提供意見，讓安老政策和長者服務措施不單有高度、有深度、還要有溫度，以期實踐「老有所屬、老有所養、老有所為」的理想。

安老事務委員會主席

建設一批有核心競爭力旅遊企業



議論風生 陳榮

旅遊強國建設需要旅遊企業、各級政府和社會方方面面的共同努力，需要通過着力完善現代旅遊產業體系、產業政策的制定、旅遊品質的提升、品牌塑造以及科技應用創新、旅遊強企建設等多方面的措施，共同推進旅遊業的高質量發展，從而實現旅遊強國的目標。

一、找準旅遊強國建設的「突破口」

如何建設旅遊強國，從哪裏突破，值得我們深入思考和探索。從宏觀層面看，我國旅遊業的規模並不小，已形成全球最大國內旅遊市場，成為國際旅遊最大客源地和主要目的地。但是微觀層面，企業的狀況並不樂觀，市場化發展起來的大企業太少，而具有核心競爭力的企業少之又少，旅遊行業說了多少年的「小散弱差」現象，現在依然比較普遍，而這正是建設旅遊強國路上的一道坎。

我認為，旅遊強國建設最關鍵的抓手是建設旅遊強企，以旅遊強企助力旅遊強國的建設。2023年，49家旅遊類上市公司中，營業收入超百億的僅有8家。其中有34家為盈利企業，淨利潤在5億元以下的約佔70%；淨利潤排在前三的依次為美團（138.6億元）、攜程（99.18億元）和中國中免（67.14億元），同時美團和攜程均創下近5年來的最高值。虧損企業共15家，虧損額約達149億元。

但除了頭部互聯網企業和具有壟斷性質的特許經營企業以外，傳統旅遊企業總體上經營還比較困難，非上市的旅遊企業整體的經營狀況則要差得更多，旅遊強企建設任重而道遠。

二、國與國之間的競爭，微觀的落腳

點就是企業之間的競爭，企業之間的競爭根本上是核心競爭力的較量

企業之間的競爭涉及多個方面，其中最為核心的是技術和創新。創新則是企業保持競爭力的關鍵，要不斷進行業務模式的創新、產品的創新、市場的創新、管理的創新等等，企業才能在激烈的市場競爭中立於不敗之地。核心競爭力不僅體現在產品創新和服務質量上，作為面對消費者的企業，其品牌形象更是競爭力的集中反映，背後則是清晰的戰略以及毫無瑕疵的執行，是有效的組織架構和績效管理，以及以技術為依託的數字化能力的強大支撐，這些因素才是對企業最為重要的。

三、旅遊強企重點要在規模擴大、結構優化、能力提升、產品和服務創新、品牌建設、科技應用等方面走在前列

（一）、規模擴大

旅遊強企需要一定的企業規模，沒有規模就很難形成影響力和帶動力。要在堅守主業、堅持戰略、加強協同的前提下，通過併購、合資或自身發展等方式，通過外延和內涵式增長，不斷壯大企業規模，尤其要通過國際化的併購提升自身的運營能力。

凡是不能帶來協同效應，而是僅僅購買了一張合併財務報表的併購，常常是動機不純，可謂事出反常必有妖。規模的擴張可以帶來更多的資源，如更廣泛的客戶基礎以及更強的議價能力，甚至佔有更多的獨有的壟斷性資源，從而增強企業的市場競爭力。

（二）、結構優化

在保持規模擴張的同時，旅遊強企還需要不斷優化各種結構。比如，業務結構的調整，可以通過加大高利潤旅遊市場的投入，不斷提高高利潤單品的銷售收入，從而獲得更好的收益；可以開發更多特色的旅遊產品，不斷提高高單價產品的比重，

更好地奠定市場地位。再比如，組織結構和人才結構的優化，可以通過扁平化管理、加強團隊協作等方式提高管理效率，確保企業快速響應市場變化。不斷優化企業各種結構，是旅遊企業提升盈利能力以及持續發展的重要手段。

（三）、能力提升

能力是旅遊強企保持領先地位的關鍵因素。國際上一些知名的旅遊類上市公司，特別是酒店管理公司，都是以運營能力見長，這種運營能力首先表現為標準化的能力，能夠保持品牌和服務的一致性。標準化的能力還可以體現在採購方面。旅遊企業將零散的、多樣化的需求不斷聚合和重塑，不斷標準化，通過集中採購量，從而形成強大的採購能力，這對旅遊企業來講也是非常關鍵的。一些頭部的企業從採購中獲得的利潤可以佔到利潤的1/3左右。

（四）、產品和服務創新

旅遊產品的創新是吸引遊客的關鍵。旅遊企業應加大研發投入，尤其要充分發揮我國在歷史文化方面的巨大優勢，推動文旅融合，以文塑旅、以旅彰文，從旅遊需求出發，開發具有鮮明特色和高附加值的系列旅遊產品，滿足遊客的個性化需求。

要不斷提升服務質量，這是旅遊企業的生命線。旅遊企業要建立完善的服務體系和標準，提高員工的服務意識和專業技能，為遊客提供周到、細緻的服務，確保遊客在旅行過程中享受到高品質的服務體驗，感受到潤物細無聲的舒適。

（五）、品牌建設

品牌是企業的重要資產，是旅遊強企的核心競爭力之一。旅遊企業尤其需要注重品牌的建設和維護，通過多渠道多方式提高品牌知名度和美譽度，不斷提升品牌形象、擴大品牌影響力，提高遊客對品牌的認知度和忠誠度。

品牌建設不僅僅是廣告宣傳、公關活

動等傳統方式，要更多體現企業的社會責任，還需要結合社交媒體等新媒體渠道，與遊客建立更緊密的聯繫和互動，即時性、交互性已成為人們的基本需求。

（六）、科技應用

科技在旅遊業中的應用場景越來越多，對旅遊企業而言是構建核心競爭力的關鍵所在。

旅遊企業需要積極運用先進技術，如大數據、人工智能等，提升旅遊服務的智能化、個性化水平。例如，通過數據分析，企業可以更精準地把握遊客需求，提供定制化的旅遊產品；通過智能化管理，企業可以提高運營效率，降低運營成本。

在互聯網背景下，如何通過數字化智能化推動旅遊企業的能力建設，如何去延伸價值鏈，形成生態圈，這些能力都需要不斷地去鍛造。

四、重點培養一批具有國際競爭力的旅遊大企業以及細分市場第一的專精特新旅遊企業，助力旅遊強國建設

（一）、首先要以市場化方式培育具有國際競爭力的旅遊大企業

要通過規模擴張與資源整合來推動企業的成長。要鼓勵旅遊企業以市場為導向，從戰略出發，通過併購、合資等方式實現規模快速擴張，形成一批具有國際競爭力的旅遊龍頭企業。通過資源整合，實現產業鏈上下游的緊密銜接，提高整體運營效率。

要通過優質的產品和服務以及承擔更多的社會責任來加強品牌建設，加大品牌宣傳力度，提升旅遊大企業在國際上的知名度、美譽度和影響力。

旅遊大企業要始終走在科技應用的前列，要積極運用人工智能、大數據等先進技術，不斷豐富科技的應用場景，提升旅遊服務的智能化、個性化水平。也要以數字化轉型為關鍵抓手，推動企業經營管理水平走在最前列。

（二）、培養一批細分市場第一的專精特新旅遊企業

對於眾多的旅遊企業，尤其是傳統旅遊企業來講，千萬不能「大而全」、「小而全」，要深入研究市場需求，準確把握遊客的偏好和需求，選擇具有發展潛力的細分市場，集中資源在細分市場中建立獨特的品牌形象和競爭優勢。

通過聚焦細分市場，不斷開發具有獨特魅力和吸引力的旅遊產品，以工業生產的思路，提供定制化的旅遊服務，以具有競爭力的價格，滿足遊客的個性化需求。這樣的企業未來可期。

細分市場也可以做出很大的規模，也可以成就大企業。美國運通在全球的差服務收入就超過了2000億元人民幣。

在細分市場走在前面的旅遊企業，要加強與互聯網平台的合作，要學會借力，融入平台的生態圈，實現線上線下融合發展。

只有形成一批這樣的具有核心競爭力的旅遊大企業以及專精特新旅遊企業，我們才能在國際市場上具備競爭能力，也才能支撐起旅遊強國。這些企業的培育，需要尊重市場規律而不是長官意志，需要專業精神，更需要企業家精神，需要企業在市場上不斷地打拚。

總之，旅遊強國建設需要找準「突破口」，需要從多個維度不斷提升旅遊企業的競爭力和影響力，尤其要在數字化轉型和標準化能力上下功夫，要持之以恆、持續改進，止於至善，尊重市場規律，才能建設一批具有國際影響力的旅遊大企業和細分市場第一的專精特新旅遊企業，才能站在國際舞台上向全世界招手。

公眾號「萬物以榮」

原題為《旅遊強國建設的關鍵是建設一批具有競爭力的旅遊企業》，有刪節
中旅集團總經理助理

用好文化自然資源 做到「無處不旅遊」



靜思明路 黃穎灝

傳統的購物與觀光模式曾是香港吸引大量短期遊客的重要途徑，多數旅客來此主要是為了購物及參觀主要地標如維港、昂坪360等。然而，隨着內地和澳門快速發展了購物與娛樂設施，在缺乏價格優勢和新旅遊基建下，香港優勢漸漸被減弱。

今年四月曼聯足球名宿雲達沙在社交網站分享跟太太到香港旅遊的短片，雲達沙喜歡城鄉深度遊，除了到旺角、尖沙咀行街，兩人還到元朗採單車，搭橫水渡訪南生園，遊覽了三天錦田古蹟景點，相信很多香港人也未必去過。雲達沙的社交賬號追隨者將近160萬人，當中不少是外國人，貼文好比值上百萬元的廣告，能說好香港故事，也體現了「香港無處不旅遊」理念。

北部都會區擁有豐富的鄉村文化和自然景觀，是推動鄉村旅遊的理想地點，保

護和修復古老村落，能讓遊客了解本地歷史。此外，開發生態旅遊路線，能吸引本地及外地遊客，也有助於保護環境和提高生態意識。香港擁有長達733公里的海岸線，是開發海上旅遊及海上活動的極佳資源，這樣可打造多樣化的海上體驗，不僅增添旅遊吸引力，也能推動本地漁業及相關產業的發展。

所謂「靠山食山，靠海食海」，政府及相關企業需投入更多資源，改善交通和基礎設施，促進城鄉文化、山區及海岸

區域的可持續發展。結合當地特色開發手工藝品、特色食品和文化體驗活動，如山中民宿、海邊餐飲等，創造更多元化和有深度的旅遊體驗。透過適度的基建發展和旅遊項目推廣，香港可以既保護自然環境，又充分利用其得天獨厚的自然資源，實現旅遊業的可持續發展。香港需要重新審視其旅遊策略，推出更多元化和具創意的旅遊產品，以適應現代旅遊市場的需求，並在市場競爭中保持自身的魅力。

民主思路聯席召集人