

拉美行會老友交新朋 達成60多項合作文件 習近平胸懷天下 點亮全球治理「拉美時刻」

A4



全國民族運動會開幕 港澳首次正式組團參賽

A5

大公報

Ta Kung Pao

2024年11月24日 星期日

甲辰年十月廿四日 第43569號
今日出紙一疊五張 零售每份十元
香港特區政府指定刊登法律性質廣告之有效刊物

►海洋公園昨日舉行龍鳳胎寶實「百日慶」活動，實時直播「家姐」和「細佬」日常，座無虛席。



大熊貓旅遊大使 嘉年華擔當主角

龍鳳孖寶百日慶 直播賣萌萬人迷



◀大熊貓寶實憨態可掬，吸引粉絲們盡情拍照。



港產大熊貓龍鳳胎昨天出生滿百日，海洋公園連續兩天舉辦大型慶祝派對，包括直播兩姊妹生活，吸引大量粉絲入場。大公報記者昨日在現場直擊，不少市民與遊客光顧熊貓主題套餐及文創產品，有熊貓迷花數千元購物。

一對大熊貓寶實料將於明年與公眾見面，中央送贈香港的大熊貓安安、可可則預計於下月跟觀眾見面。政府昨日宣布，下月推出新一輪宣傳活動，包括由大熊貓擔任「香港旅遊大使」、舉辦嘉年華、大型巡迴展覽等，帶動全城大熊貓熱潮。

大公報記者 劉碩源（文） 蔡文豪（圖） 蔡文豪、許焯傑（視頻）

大熊貓寶實 暴風式成長



掃一掃有片睇



初生

政府新一輪大熊貓宣傳活動

主題：「召集世界好友 暢遊香港」

活動

- 「HELLO PANDAS 熊貓駕到」戶外嘉年華
- 12月11日至21日，在香港文化中心露天廣場舉行
 - 藝術裝置、互動表演、文創市集、攝影展覽
 - 免費入場
 - 由中國旅遊集團、民建聯、香港中國企業協會聯合籌辦，香港中國旅行社承辦

「PANDA GO！香港遊」大型巡迴展覽

- 12月7日開始，連續三個星期六、日及公眾假期，在不同地點展示大熊貓蹤影
- 文體旅局和旅發局支持創意品牌AllRightsReserved主辦

全城宣傳活動

- 製作全新電視宣傳片，熊貓家族帶領旅客體驗香港四大特色，包括探索世界級大自然景致、食盡地道小食及米芝蓮得獎餐廳、沉醉世界級文化藝術氛圍、感受啟德體育園連場盛事
- 六位熊貓大家庭蹤影出現於港鐵、中環碼頭、半山扶手電梯、鬧市大型戶外廣告、立體3D熒幕
- 文體旅局聯同旅發局推出

資料來源：文化體育及旅遊局、香港旅遊發展局

大熊貓「盈盈」於8月15日誕下龍鳳胎，海洋公園於昨日及今日為一對寶實舉行「百日慶」。大公報記者昨日在現場所見，園內氣氛熱鬧，有粉絲提早到達等候入場，園方向入場人士派發豬腳薑醋和紅雞蛋。

在大熊貓寶實的實時直播會場內，座無虛席，大熊貓迷戴上熊貓髮箍、穿上熊貓T恤到場。「家姐」和「細佬」經歷暴風式成長，人見人愛，「家姐」體重升至5.3公斤，「細佬」更超越「家姐」升到5.5公斤，牠們都開始長牙。直播中，「家姐」正在熟睡，之後「細佬」出場，姊弟見面即親近一番，觀眾紛紛舉起相機記錄美好瞬間。

在重新開放的「大熊貓之旅」，大熊貓爸爸「樂樂」放完三個月「侍產假」，再次與公眾見面，表現活潑。

中央大熊貓贈港12月登場

隨着大熊貓寶實出世，以及一對大熊貓由四川來港，海洋公園推出多款熊貓主題的文創產品，以及大熊貓主題的套餐，公園分享熊貓

日常的社交媒體已有超過十萬人追蹤。記者所見，園內的精品店和餐廳內人頭湧湧，大熊貓寶實的仿真毛絨公仔等產品尤其受歡迎，有熊貓迷花費約3000元購買周邊商品。餐廳入座率達七八成以上，熊貓主題餐品甚受歡迎。

海洋公園並與銀行合作，推出「大熊貓應援團」推廣，憑指定信用卡簽賬，高簽賬額有機會出席大熊貓安安、可可的快閃見面會。

文化體育及旅遊局局長楊潤雄在園內會見傳媒時表示，海洋公園利用現有六隻大熊貓不同的特色、不同的成長階段，提供不同產品，吸引消費。安安和可可在新居住環境適應良好，目前狀態上佳，預計下月可與公眾見面。

港具備條件發展熊貓經濟

楊潤雄說，政府與海洋公園及旅發局，會趁熊貓熱潮加強宣傳，帶動氣氛。下月推出以「召集世界好友 暢遊香港」為主題的一系列宣傳活動，新的熊貓家庭會擔當「香港旅遊大使」，介紹香港「無處不旅遊」的旅遊體驗，吸引世界各地旅客到訪。

政府並會與社會各界及旅遊業界合作，推出以大熊貓為主題的「HELLO PANDAS 熊貓駕到」戶外嘉年華、大熊貓巡迴展覽等。旅遊發展局總幹事程鼎一表示，希望讓全城的市民旅客都看見熊貓大家庭的蹤影，宣傳範圍將遍布港九多處。

立法會議員梁熙向《大公報》表示，香港既有內地贈送的大熊貓，亦有本地出生的仔寶，話題性十足，相信具備發展熊貓經濟的潛力。他認為，參考內地經驗，結合直播以及文創等模式，有助提升討論熱度。

南區區議員賴家智向《大公報》表示，建議發揮區域聯動，藉熊貓熱吸引旅客延長行程。南區有值得開發的旅遊資源，業界可借熊貓為熱點，開發三日兩夜等行程。政府可為南區酒店補貼，吸引更多旅客在淡季來港遊玩。

塑造動物明星 分享生活日常

他山之石

海洋公園近半年來，就一對龍鳳胎大熊貓寶實推出了文創、直播。打造明星動物IP大受市民旅客歡迎已有先例，例如韓國將大熊貓福寶和飼養員的生活片段，剪輯為紀錄片，廣受歡迎。

立法會議員梁熙表示，過去電視台就一些寵物拍攝的電視劇深受歡迎，他認為海洋公園可朝着這個方向，與電視台加強合作。他認為可參考韓國經驗，強化大熊貓飼養員的角色，透過飼養員與大熊貓的日常活動，

打造大熊貓IP形象。他相信，將來大家可能會希望看到大熊貓與飼養員有更多的互動。南區區議員賴家智表示，內地和海外經驗顯示，透過分享動物和飼養員互動的日常，打造明星動物的效果顯著。他認為，關鍵在於強調動物與人的互動，能讓觀看者更有情感聯繫，香港在大熊貓宣傳上，可參照有關做法。他建議，可考慮全球招募KOL，讓他們完成培訓後，加入照料熊貓，並分享照料大熊貓的日常，有助拓寬宣傳。

大公報記者 劉碩源



◀海洋公園園內店鋪擺放多款大熊貓相關產品，甚受市民歡迎。

小店「糕招」捕捉商機

順應潮流

熊貓效應由海洋公園園內擴至市面，有在港島南區的商家順應熊貓熱潮，抓緊商機，推出熊貓主題糕點，成功帶動生意。

在香港仔經營8年的傳統糕餅店「大記糕點」，兩個多月前慶祝盈盈和樂樂誕下一對龍鳳胎，推出了多款熊貓主題糕點，包括竹子造型包裝的粟米鬚水、黑白搭配的熊貓芝麻椰汁糕、黑白相間的熊貓木糠布甸等。該店負責人邱小姐昨日接受大公報記者訪問表示，近月以

來生意表現理想，平均一兩日便要補貨，平時亦常收到市民的預訂訂單。「來幫襯的大部分是居民，亦不時會有一些其他區的市民過來光顧我們，之前都有日本旅客過來問過我們的產品。」

邱女士表示，兩隻港產大熊貓寶實很快會出來和市民旅客見面，相信在大熊貓熱潮下有增不減。她說店舖人手較少，現時主要靠街坊口耳相傳進行宣傳，期望政府可就這股熱潮，加強宣傳中小企推出的熊貓主題產品，幫助提振業界生意。

責任編輯：呂俊明 美術編輯：麥兆聰



六和彩獎珠結果					
1	2	7	14	15	25
+ 35					
第126期 頭獎：無人中					
二獎：6注中					
三獎：203.2注中					
下期多寶/金多寶獎金					
每注派387,250元					
每注派30,490元					
38,694,745元					