

在大灣區建設中更好體現香港價值

打造特色旅遊路線

粵港澳大灣區重大工程——黃茅海跨海通道項目，昨日正式通車運行。同日第二屆粵港澳大灣區發展工商大會在香港舉辦，簽署了3份合作備忘錄。大灣區加強互聯互通，深化合作，為灣區發展帶來更強動能，也為全球投資者帶來無限機遇。香港要更好發揮「內通外聯」獨特優勢，積極創新求變，為助力國家高水平對外開放和中國式現代化建設，作出更大貢獻。

中央政治局日前召開會議，分析研究2025年經濟工作，提出實施更加積極的財政政策和適度寬鬆的貨幣政策，大力提振消費，全方位擴大國內需求，並指出「要加大區域戰略實施力度、增強區域發展活力」。粵港澳大灣區作為國家經濟活力最強、開放程度最高的區域，迎來了最好發展時機。

事實上，粵港澳大灣區建設日新月異。昨日開通的黃茅海跨海通道，是《粵港澳大灣區發展規劃綱要》發布後首個開工的跨海通道工程，也是繼港珠澳大橋、深中通道之後，粵港澳大灣區又一跨海通道重大工程。項目通車後，珠海至江門的通行時間從1個多小時縮短至30分鐘左右，拓寬了大灣區「一小時生活圈」。香港與粵西的距離進一步

縮短，進一步便利港人北上旅遊、工作、投資和生活。

大灣區在加強基建「硬聯通」的同時，在制度對接、規則銜接的「軟聯通」方面也持續深化。今年中央相繼推出各項深化大灣區合作舉措，包括優化大灣區理財通、擴大相互投資產品的範圍和投資者的額度等。本月初，中央恢復擴大深圳居民「一簽多行」來港措施，支持香港旅遊業發展，促進更多商務和人員往來，在提振香港經濟的同時，亦強化了大灣區的互聯互通。

昨日召開的第二屆粵港澳大灣區發展工商大會，就進一步拓展大灣區合作與發展的機遇作出有益探討。全國政協副主席、全國工商聯主席高雲龍在致辭中提出幾點建議，包括進一步強化互聯互通，持續優化口岸功能和布局研究，提供更加便利的簽注安排，不斷完善港車北上等政策，穩步推進金融市場互聯互通，以及進一步擴大貿易外匯收支便利化等試點，建立大灣區標準的確認機制等。在推動大灣區創科聯動方面，高雲龍建議強化科技創新和產業創新融合，加大科技成果的轉化應用力度，促進大灣區傳統產業升級。

當前，國家致力打造市場化、法制

化和國際化的一流營商環境，進一步放寬市場准入，落實全面取消製造業領域對外資准入的限制，加快推進電訊等服務領域的開放，讓在華投資的各國企業更加願意扎根中國。

國家推進高水平開放，香港國際化優勢得到進一步彰顯，香港吸引力也獲得更大提升。今年香港重回全球三大國際金融中心的行列，再度被評為全球最自由經濟體，競爭力也上升至全球第五位，這也反映香港的營商環境廣受國際認同。同樣令人振奮的是，過去一年赴港投資的海內外企業數目均創出新高，反映香港是跨國企業設立和擴充業務的理想地點。稍後特區政府將公布相關數字，令人期待。

不管國際環境如何變化，香港繼續是投資興業的天堂、成就夢想的地方，根本原因在於香港有國家作靠山，有中央的全方位大力支持，以及「一國兩制」的制度保障。展望未來，香港要主動作為，進一步發揮「超級聯繫人」及「超級增值人」角色，以共建大灣區為基礎，進一步開拓國際市場，在助力更多內地企業「走出去」、更多海外企業「走進來」的過程中，體現香港價值，實現更大發展。

文化體育及旅遊局局長羅淑佩昨日表示，自2020年開始的鯉魚門海旁改善工程大部分完成，海濱長廊、防波堤等餘下設施將於明年一月完工，屆時鯉魚門海濱休憩處及鯉魚門休憩花園等，將會結合鯉魚門鄉村風貌和海鮮美食，為遊客提供一條特色路線，同時讓地區團體舉辦活動，推進區內旅遊業進一步發展。

鯉魚門現時以食海鮮出名，食肆林立。過去這裏是漁村，旁邊還有石礦場，是一條具歷史底蘊的村落，折射近現代香港社會經濟的變遷。鯉魚門與隔海對望的筲箕灣，扼守着維港最窄處，鯉魚門背後的魔鬼山頂，有香港現存最大的炮台遺址。一言以蔽之，鯉魚門有美食、有故事、有優美海岸線，聚集着大量旅遊元素，是「香港無處不旅遊」的生動體現。

香港有1180公里長的海岸線，有263個島嶼，這是香港最大的旅遊資源，也最能迎合深度遊、沉浸式旅遊業新業態。類似鯉魚門這樣具特色的旅遊景點全港多

的是，可惜因缺少包裝和宣傳，以致不少優質資源「養在深閨人未識」。還有一些因時間流逝而逐漸湮沒的景點如西環泳棚等，近年得益於內地遊客的重新發掘，並在一些社交平台推薦，成為最時髦的打卡點之一。

香港不缺旅遊資源，缺的是發現的眼光和發展新思維。將這些資源搜集整合起來，廣而告之，足以改變外界對香港「地方大小，來來去去就是那麼幾處景點」的印象，為遊客帶來新鮮感。為此，特區政府早前成立由政務司副司長領導的「發展旅遊熱點工作組」，工作組上月召開首次會議，將於明年上半年制定推進項目，進而開發具有本地和國際特色的旅遊產品。

除了天然環境得天獨厚，香港還是中西文化薈萃之地，有着深厚的文化積澱。讓外國人來香港體驗中國文化，讓內地客來香港體驗西方文化，以及具香港本地特色的嶺南文化，這就是香港的魅力所在，也是香港旅遊業高質量發展的方向所在。

三五知己自選遊港路線 盼有專業導遊帶領

業界促創新求變「度身訂造團」有市場

網上社交平台湧現招徠提供「香港地陪」服務，衍生有人涉嫌非法受僱提供「無牌導遊」服務的問題，反映市場上存在不喜歡跟團、但希望深度遊的旅客需求。本港有旅行社提供客製化旅遊服務，可獨立組團，惟不少旅客反映未曾聽聞。

有旅遊業界人士表示，旅客對私人訂製的旅遊服務有大需求，但現時香港旅行社仍未着重發展這市場，宣傳不足，「旅客主動找上門才會做，但不會主動去推」，建議業界要與時並進，透過社交平台向旅客加大宣傳。

大公報記者 曠曉彤



旅客有Say

深度遊最能體驗當地文化

深圳旅客李小姐：
我對深度遊感興趣，因為這是最能去體驗當地文化的方式，單純是打卡熱門景點未必能感受到當地文化。

下次來想參加主題深度遊

遼寧旅客王小姐：
我首次來香港，肯定會先遊玩傳統的熱門景點，如果我以後再次來香港，可能會參加一些我感興趣的主題深度遊，比如一些露營、潮流文化等主題路線。

大公報記者黃洋攝

深度遊已成為旅遊趨勢，旅客喜歡City Walk（城市漫遊），遊覽大街小巷，部分若是首次來港但不喜歡在事前做攻略的旅客，往往傾向花錢聘用「地陪」。

《大公報》記者於11月，在內地網上社交平台輸入「找香港「地陪」」字眼，湧現大量發帖，單是搜尋當日，一天內已有5人發帖尋找「香港地陪」。一些自稱「地陪」在網上招徠客人的宣傳帖，更有20至30條回應評論，詢問是否有檔期。

《大公報》記者昨日在該網上社交平台再次搜尋，情況與11月時相若，5人於昨日發帖找尋「香港地陪」，其中有人希望在臨近聖誕的周末來港。這反映打算訪港的旅客，對私人訂製旅遊服務的需求持續存在。

「我對香港的路不是很熟悉，導致經常走錯路或繞路，帶著老人和小孩很不方便。請一個當地人帶我遊玩，可增加旅程體驗感。」上月首次來港的深圳旅客蘭小姐向《大公報》記者說，曾考慮找「地陪」，但擔心人身安全，「如果能找旅行社請導遊，為我訂製路線，對我這種不喜歡做攻略的人來說，有很大吸引力。什麼都不用想，跟着導遊就能去到想去的地方，很方便也更加安全。」

來自遼寧的旅客王小姐說，有些小眾景點，例如堅尼地城新海旁，旅行團未必納入行程，若是聘用在地人，按自己的喜好去訂製行程和帶路，可享受到從心所欲的旅遊體驗。她期望香港旅行社推出更多這類訂製服務，「有專業導遊，就算出現任何突發情況，都會感覺安心一點。」

旅客對私人訂製服務有需求，香港的旅行社有否回應這些需求？《大公報》記者在內地網上社交平台搜尋，發現只有極少數香港旅行社發帖，宣傳可提供客製化旅遊產品。

「獨立包團服務」選擇少

《大公報》記者查閱本港旅行社的官方網頁，部分旅行社標明提供「獨立包團服務」。記者以旅客身份查詢，有大型旅行社回覆說，就本地行程只接受30人以上的私人訂製包團。

另一間旅行社回覆說，可接受香港一日遊的私人訂製行程，兩人可成團，記者提出希望往參觀景點

後，等到第三天才獲回覆報價，旅行社以地點較分散為由，指明需包車，加上導遊費用，兩人共收費5600元。

本地旅行社「城意遊」自疫情後推出私人訂製包團服務，該公司的產品經理王先生回應《大公報》記者查詢時表示，私人訂製包團的客人，內地客佔約三成，主要遊覽尖沙咀等傳統熱門景點。若以四至五人一團為例，未計門票費用，包車加導遊等其他費用，一日的人均收費約為300至400元。王先生說，現時光顧的內地旅客，主要透過旅發局網站上載的旅行社訊息進行聯繫及購買服務，或是透過內地的旅行社轉介。他說現時無計劃在社交媒體上做宣傳。

活現香港（文化）行政總裁陳智遠向大公報表示，私人訂製包團佔該公司業務約八至九成，客源主要是本地市民及海外訪港旅客，內地旅客僅佔約一成。他說，過往未有專門以內地旅客為對象做市場推廣，但見到內地旅客對私人訂製服務的需求上升，他會考慮拓展內地旅客市場，「團隊中的導遊都精通普通話，但因為這個市場比較陌生，尤其是私人訂製要掌握到客人的性格和需求等，需要多做功夫。」

被動式開團未能與時並進

旅遊界立法會議員姚柏良向《大公報》記者表示，現時旅遊業在網上有關私人訂製包團類的產品宣傳，仍相對較少，而且導遊人手青黃不接，導致市場需求和行業狀況暫時未能相匹配。他認為，因應新的旅遊需求增加，業界和政府都應該正視，提供相應產品，並應加強培養能提供導賞和導遊服務的人才。

香港導遊總會理事長黃嘉毅表示，訪港旅客對私人訂製旅行服務有需求，但香港業界仍未着重發展這市場，有旅行社雖然提供這類服務，但心態是「旅客主動找上門就會做，但不會主動去推廣」。

黃嘉毅說訪港旅行團數量減少，全職導遊現時一個月的工作機會只有約10日，估計約半數導遊是以兼職形式工作。他鼓勵業界與時並進，因應旅客需求，在社交平台多做宣傳，讓旅客懂得透過旅行社購買有保障的服務，同時讓導遊得到更多工作機會。

「至尊路線」受歡迎 議員促加強支援推廣

大有可為 因應旅客追求「深度遊」，香港旅遊業議會今年三月選出六條創意深度遊「至尊路線」，涵蓋沙頭角探秘、西貢奇洞星空深度遊等行程。有營運深度遊路線的旅行社表示，沙頭角的深度遊路線每月有六至七團，未來會向內地旅客推廣更多深度遊路線。有立法會議員表示，深度遊產品應發展為大眾化產品，建議政府和旅發局加強支援業界推廣。

「沿路山旮旯——香港禁區隱世尋秘之旅」路線景點包括前沙頭角禁區、荔枝窩等。該行程的代理商、活現香港（文化）的行政總裁陳智遠向大公報表示，該路線每月有六至七團，主要是私營機構或家庭客以包團形式出團，因禁區的神秘，且行程體驗有趣，較受外國旅客歡迎。隨着內地訪港旅客漸增，他說會緊抓這個市場，多在社交平台推廣。

不能再以傳統模式運作

「漫遊香港唐樓故事」和「非物質文化遊——麻雀英雄傳」亦是獲獎路線，該行程的旅行代理商「尋遊旅行科技」負責人陳國輝向《大公報》記者表示，兩路線推出至今，總參加人數已逾百人，內地旅客約佔一成，其餘主要是本地市民及星馬遊客。

旅遊界立法會議員姚柏良向《大公報》

▲西貢奇洞星空與海洋深度遊。

報》表示，香港很多有創意和特色的深度遊產品，回應到旅客的口味和需要，但很多旅行社仍是採用傳統的運作模式，一般的小型旅行社無力推廣，「在跨境平台向入境旅客推廣產品方面仍有差距，很多深度遊產品似乎還未推廣到有興趣的旅客。」他建議政府和旅發局，為業界提供幫助，「例如提供一個平台去推廣這些產品，旅客可直接透過這個平台去了解甚至購買產品，幫助業界收客。」

旅遊業議會回覆《大公報》查詢表示，「創意、深度遊行程設計比賽」的得獎旅遊路線都已陸續推出市場，基本上大部分路線都有營辦，但有些行程是季節性的，例如西貢乘船觀賞六角柱石只在夏季舉辦。議會稱，總體上參加者約一半是入境旅客。疫後旅客模式改變，旅客喜好探索深度旅遊產品，深度遊路線對推動香港旅遊業持續發展不可缺少。