



### 完善「港車北上」配套措施促灣區融合發展

「港車北上」已於本月1日起接受申請，下月1日就可駛入廣東省。「港車北上」是便利兩地民衆往來，促進大灣區融合的創新舉措。在實施初期，兩地政府部門要積極完善配套服務，給駕駛者一個好的體驗，繼而在累積經驗之後再擴大規模，進一步優化「港車北上」措施，令灣區融入融合發展的「快車道」。

「港車北上」讓駕駛者直接經港珠澳大橋進入廣東省，並在廣東省內自駕遊，大大便利港人車主北上的行程，因此一經推出就獲得熱烈響應。現時，參與「港車北上」要先抽籤再申請。上月29日，政府開始接受駕駛者登記抽籤，首日獲得1,7261個成功登記的車主，抽出1,600個幸運兒，中籤率不到十分之一，可見市民對計劃的踴躍。

「港車北上」醞釀多年，最終得以落實，體現了中央對香港的無比關愛，這也離不開粵港兩地政府為解決一些具體問題付出的各種努力。珠海市作為「港車北上」唯一的通道，對此已經做了很多準備，包括組建了「道路交通事故應急救援專業隊」、製作了《港澳車輛入境交通安全知識手冊》、增設了「港澳車管服務窗口」等等。這些服務都是針對兩地交通道路法規的不同之處，做好駕駛者的教育工作，提升車輛事故應急效率，珠海市的準備工作做得很充分。

香港作為「港車北上」的起點，特區政府相關部門也應該更積極主動地做好各項服務工作。由於這項服務剛剛推出，對參與者而言都是第一次。政府部門應該給每一位中籤的車主提供必要的服務，包括介紹內地交通安全的法律法規、標誌標線，幫助熟習內地駕駛文化，簡介如何辦理跨境的保險手續等。

除此之外，香港文匯報早前報道港車進入廣東省之後停車難的問題後，珠海市方面反應迅速，已有92家停車場進行了升級改造，可自動識別港澳車牌。雖然初期港車在大部分停車場仍然要使用人手服務，但相信隨着越來越多停車場系統升級之後，類似的困難都可以在稍後迎刃而解。

「港車北上」是一個新事物，初期每日只有200個配額，稍後增至每日300個，應不足以應付需求，但過程中需要不斷發現問題、改善問題，才能讓計劃順利執行。本港和廣東省的道路交通管理部門，應該在「港車北上」實施初期定期召開檢討會議，對表現出來的一些技術層面的樽頸問題作充分交流，繼而改善流程、完善制度設置。在總結經驗後再考慮進一步擴大規模，研究使用創新手段便利車輛入境，將「港車北上」擴大至其他跨境陸路口岸，等等。

「港車北上」的最終落實，充分體現中央對特區的關愛、廣東對香港的支持，可進一步促進粵港澳大灣區融合發展，共建一小時優質生活圈，也是香港進一步融入國家發展大局、粵港澳大灣區加速發展的必然結果，是粵港交通基建互聯互通的又一個里程碑。特區政府需要密切觀察實施初期情況，並與廣東省方面緊密溝通協調，及時解決可能出現的各種問題。

長遠而言，大灣區車輛的北上、南下雙方向的互通都應該實現，但由於廣東省方面充分理解香港面積小、道路狹窄的現實，因此「粵車南下」計劃並未有時間表。但特區政府將來在建設新的發展區，例如「北部都會區」、交椅洲人工島等規劃建設的時候，有需要適當考慮「粵車南下」的需要，為大灣區交通硬件的互聯互通打好基礎。

### 「台獨」勢力綁上美戰車 賣台注定車毀人亡

#### 文匯社評

#### WEN WEI EDITORIAL

針對民進黨當局6月1日與美國簽署所謂「21世紀貿易倡議」首批協議，中國外交部、國台辦、商務部皆表示，堅決反對美國同中國台灣地區商簽任何具有主權意義或官方性質的協議。美國為達到過華目的，不斷玩弄與民進黨當局官方往來的各種把戲，不斷掏空一個中國原則內容，民進黨當局為政治私利，綁上美國戰車、跟美指揮棒轉，所謂貿易協議毫無實際用途，只是出賣台灣企業和民衆利益，與島內求和平、求發展的主流民意背道而馳，不得人心，注定車毀人亡。

世界上只有一個中國，台灣是中國不可分割的一部分，中華人民共和國政府是代表中國的唯一合法政府，這是不容置疑的歷史事實、法理事實，也是國際社會普遍共識和公認的國際關係基本準則。目前包括美國在內的182個國家，在一個中國原則基礎上與中國建立了外交關係，中國堅決反對建交國與中國台灣地區進行任何形式的官方往來，包括商簽任何具有主權意涵和官方性質的協定，這是中國的一貫立場。

美方不顧中方的多次嚴正交涉，與中國台灣地區簽署所謂貿易協議，並派政府官員出席簽署儀式，嚴重違反一個中國原則和中美三個聯合公報的規定，嚴重違背美方做出的僅與台保持非官方關係的承諾，向「台獨」分裂勢力發出

錯誤信號。美國為選舉利益，大搞陣營對抗，操弄所謂供應鏈聯盟、貿易協議把戲，不過是美國虛化掏空一個中國原則的新例證，暴露其「以台過華」的險惡用心。

台灣民進黨當局頑固堅持「台獨」立場，「倚美謀獨」，把台灣民衆的納稅錢送到美國購買武器，此次更爲了一己政治利益，不惜跟美國簽訂對台「賣台」取子奪、敲骨吸髓的賣台協議，以拼湊所謂對美關係「成績」，試圖騙取台灣民衆的支持，根本是一廂情願、竹籃打水。近年來，台灣對大陸貿易順差每年都在1,000億美元以上，台灣產業鏈、價值鏈等方面與大陸有緊密聯繫，而所謂的貿易協議，強行將台灣與美國市場建立聯繫，正如專家所言，這在經濟上不可行、也做不到，協議根本毫無實際用途。不僅如此，民進黨當局還不讓所謂貿易協議送「立法院」審查，難怪島內媒體質疑，民進黨當局心懷鬼胎、不得人心。

當前要和平、要發展、要合作是台灣島內主流民意，在一個中國原則基礎上實現國家統一，是歷史大勢和正道，不管美政客玩弄什麼花招，打出什麼新招牌，「以台過華」「倚美謀獨」注定是絕路，美政客想通過出賣台灣企業和民衆利益，來謀取一己政治私利，只會輸得更慘。

# 訪港旅客首5月破千萬人次

## 旅發局：有信心超越全年2600萬人次年初預測 將增推廣高鐵遊

香港全面復常後，訪港旅客數字逐步回升，今年首5個月已突破1,000萬人次，相等於疫情前40%，單計過去兩週已恢復至疫情前逾半。香港旅遊發展局總幹事程鼎一昨日表示，有信心達到甚至超越年初預測全年有2,600萬人次旅客，但仍受環球經濟不明朗、香港航空運力有待恢復、區域旅遊業競爭激烈等多項因素影響。他透露，隨着內地旅客透過高鐵訪港的比例逐漸提高，旅發局將於本月中起與內地著名的旅行平台合作，在全國範圍內針對端午假期和暑期繼續推廣高鐵遊，重點鎖定香港5小時高鐵路沿線的6個市場，主要目標為首次訪港客群，特別是年輕人。

◆香港文匯報記者 聶曉輝



程鼎一昨日與傳媒午宴時透露，訪港旅客數字於年初恢復全面通關後逐步上升，4月和5月平均每天有約9萬名旅客，已是疫情前16.4萬的約55%；五一黃金周期間平均每日14.5萬名旅客，更已回復至疫情前的65%（見表），今年的訪港旅客已突破1,000萬人次。不同市場的復甦步伐不一，其中以內地和東南亞市場最快，俱已恢復至疫情前逾60%，歐洲、澳洲和北亞市場速度則較慢。

整體而言，今年3月至4月的過夜旅客比例佔50%，較疫情前的45%高，旅客的平均留港時間亦由疫前3.2晚增至3.6晚，程鼎一相信這是由於疫後訪港者較多是商務和探親旅客，以及機票較貴，旅客傾向逗留較長時間有關。

在酒店平均入住率方面，今年4月已回升至86%，與疫情前相若，每晚平均房價1,500元更比疫前多200元。不過，程鼎一強調，數字受到酒店部分房間在疫期間以長約出租，目前仍未空出影響，加上酒店業人手不足，以至房間供應量仍未恢復至疫前水平。

### 高鐵客比例倍增至20%

分析內地旅客數據後發現新趨勢，「疫情前訪港內地旅客透過高鐵和機場來港的比例均為約11%，現時高鐵卻倍增至20%，五一黃金周期間更多達24%，並以年輕人為主；訪港內地旅客亦開始享受更深度體驗。」程鼎一表示，香港是內地南下旅客的首選出遊地方，故旅發局未

來會加強宣傳「一程多站」。

他透露，旅發局本月中起開始會與內地著名的旅行平台合作，在全國範圍內針對端午假期和暑期繼續推廣高鐵遊。活動覆蓋逾十個省市，重點鎖定香港5小時高鐵路沿線的湖北、湖南、江西、廣東、廣西和福建6個市場，主要目標為首次訪港客群，特別是年輕人。乘着「Hello Hong Kong」大型全球宣傳於2月啟動，旅發局亦因應市場實際情況，陸續在各地推出宣傳，包括向100萬名旅客派發「香港有禮」——旅客消費優惠券，至今已派發逾90萬份，參與商舖增至逾3,000間，正考慮加派消費優惠券。

在未來工作重點方面，程鼎一表示，旅發局下半年將以七大旗艦盛事為焦點（見表），不僅以實體形式舉辦，更會邀請來自內地及海外的隊伍/展商來港參與，包括於本月24日和25日舉行的香港國際龍舟邀請賽，是恢復全面通關後旅發局的首個大型盛事，更特設「大灣區盃」，邀請9+2城市的勁旅一較高下，並首設獎金予五大賽事，鼓勵海內外隊伍參加。

### 下月起辦「樂聚維港嘉年華」

其餘活動包括7月至8月期間一連五個週末在會展至紅隧香港入口的海旁舉辦「樂聚維港嘉年華」，會有街頭藝術表演、極限運動、水上音樂會和加入特別燈光效果的「幻彩詠香江」等，而實體美酒佳餚、繽紛冬日巡禮等的規模會回復至疫前。

### 每天平均訪港旅客數目

疫情前 (2017年至2019年平均)	16.4萬
2023年1月	1.6萬 (疫情前10%)
2023年2月	5.2萬 (疫情前32%)
2023年3月	7.9萬 (疫情前48%)
2023年4月 (4月1日至28日)	9萬 (疫情前55%)
2023年五一黃金周 (4月29日至5月3日)	14.5萬 (疫情前65%)
2023年5月 (5月4日至30日)	8.9萬 (疫情前55%)

資料來源：香港旅發局  
製表：香港文匯報記者 聶曉輝

### 旅發局未來工作重點

盛事項目	舉辦時間	類別
香港國際龍舟邀請賽	6月24日和25日	體育
樂聚維港嘉年華	7月至8月期間 一連五個週末	文化娛樂
香港單車節	10月	體育
香港美酒佳餚巡禮	10月	美食
香港繽紛冬日巡禮	今年11月至明年1月	節日
香港跨年倒數	12月	——
新春節慶活動	明年2月	——

資料來源：香港旅發局  
製表：香港文匯報記者 聶曉輝

## 金鐘站「萌鴨」矚目亮相 勢掀「打卡」熱潮



◆港鐵金鐘站E出口6米高乘24.5米闊半圓玻璃天窗化身為鴨子臉。香港文匯報記者涂穴 攝

香港文匯報訊（記者 文森）荷蘭藝術家霍夫曼（Florentijn Hofman）創作的巨型橡皮鴨，本月10日以《橡皮鴨二重唱》姿態重臨維港，停駐維港中西區海濱長廊中環段海面展出。港鐵公司與主辦機構AllRightsReserved合作，將橡皮鴨的蹤影帶進金鐘站不同角落，除最矚目的E出口6米高半圓玻璃天窗橡皮鴨「超萌」現身外，橡皮鴨更會透過港鐵網絡「游走」至不同社區，合共覆蓋24個港鐵車站。

金鐘站已化身為橡皮鴨主題車站，布滿橡皮鴨主題裝飾，月台、樓梯、扶手電梯、牆壁等位置都佈滿小鴨蹤影。金鐘站連接維港《橡皮鴨二重唱》藝術展覽的E出口，更化身為「橡皮鴨主題E出口」，除有一群鴨仔相迎外，E出口6米高乘24.5米闊半圓玻璃天窗化身為鴨子臉，成為港鐵最大規模的戶外公共藝術裝置。

港鐵公司企業事務及品牌總監蔡少綿表示，今年橡皮鴨結伴重臨，港鐵公司很高興將橡皮鴨以不同可愛造型帶進車站，讓乘客和市民和遊客可近距離感受其藝術力量，甚至到各車站尋寶，發掘不同造型的橡皮鴨。

AllRightsReserved市場傳訊經理張善琳表示，適逢橡皮鴨訪港十周年，很高興主辦《橡皮鴨二重唱》展覽。金鐘站與展覽地點只有5分鐘路程距離，相信到時不少市民會乘搭港鐵前往觀賞展覽，希望公眾由月台步出至橡皮鴨出口，已可率先體驗整個橡皮鴨藝術旅程。

她透露，在構思今次橡皮鴨主題車站時，視察車站環境後發現E出口有極大創作潛力，尤其是巨型玻璃天窗，團隊均感到十分興奮，E出口玻璃天窗化身鴨子臉亮相後反應極大，相信會吸引不少市民觀展前「打卡」留影。



◆市民「打卡」留影。香港文匯報記者涂穴 攝



◆月台、樓梯、扶手電梯、牆壁等位置滿佈小鴨蹤影。香港文匯報記者涂穴 攝