



楊潤雄：構思設專班集眾智 《九龍城寨》場口響頭炮 港拓深度遊 發展「影視+旅遊」

文匯專訪

中央港澳辦、國務院港澳辦主任夏寶龍日前在北京會見香港特區政府文化體育及旅遊局局長楊潤雄一行時表示，要樹立「香港無處不旅遊」的理念。旅遊業是香港傳統主要經濟支柱之一，時代在變化，香港旅遊業若想繼續在經濟發展中發揮支柱角色，必須拿出新辦法。楊潤雄日前在接受香港文匯報專訪時表示，正構思成立專班，匯聚政府內部及業界專家，共同就重要項目作深入討論及落實推展。因應電影《九龍城寨之圍城》轟動康城，政府正聯絡有關人士尋求合作，研究作較長期的展覽，將部分拍攝場景呈現出來讓市民觀賞。

為支持香港旅遊業等行業發展，中央政府早前將個人遊計劃擴展至8個省會城市，令整個計劃增至59個城市，為提振香港旅遊業增添新動力，但如何做到將旅客的「流量」化成「留量」，進而變成經濟效益，正考驗香港的功力。

楊潤雄表示，旅客的口味在變，周邊的競爭也在變；香港也必須求變、求創新，故未來在推廣手法、內容，都會革新改變，包括考慮結合電影及旅遊元素，吸引旅客到戲中景點「打卡」，亦會推動零售、餐飲、運輸以至教育界等共同響應「好客之道」（見另稿），全方位展現不一樣的香港。

◆香港文匯報記者 文禮願、康敬



◆《九龍城寨之圍城》劇照。



◆康文署去年舉辦「電影叮叮」活動大受歡迎而加場。

資料圖片

為支持香港旅遊業等行業發展，中央政府早前將個人遊計劃擴展至8個省會城市，令整個計劃增至59個城市，為提振香港旅遊業增添新動力，但如何做到將旅客的「流量」化成「留量」，進而變成經濟效益，正考驗香港的功力。

楊潤雄表示，旅客的口味在變，周邊的競爭也在變；香港也必須求變、求創新，故未來在推廣手法、內容，都會革新改變，包括考慮結合電影及旅遊元素，吸引旅客到戲中景點「打卡」，亦會推動零售、餐飲、運輸以至教育界等共同響應「好客之道」（見另稿），全方位展現不一樣的香港。

特色景點多 發掘配套成關鍵

為加快落實「無處不旅遊」理念，楊潤雄近日馬不停蹄走訪業界取經，集思廣益下，他已有腹稿：「香港其實有不少具特色，適合作深度遊的景點，關鍵是如何發掘它、宣傳它，再加以優質配套。」

楊潤雄解釋，香港以往一直有推廣文物、歷史、創意文化及綠色生態的旅遊路線，他們將循着這些路線進一步在各區作深度發掘，「譬如香港有這麼漂亮的海港，那海島遊會否可以推廣呢？又例如賽馬一向是香港頗有特色的活動之一，是不是可以將之打造成旅遊項目呢？」

邀業界精英 深究重點項目

所謂「高手在民間」，政府意識到業界的聲音不容忽視。楊潤雄表示，正構思設立專班推展「無處不旅遊」，將結合政府內部人才與業界精英，就一些重點項目作深入討論。專班現正處於構思階段，或將有一



◆楊潤雄表示，正構思成立專班，匯聚政府及業界專家共同就重要項目作深入討論及落實推展。
香港文匯報記者北山彥攝

些項目出來時，邀請相關業界人士，集中力量和精神做好宣傳和推介。

香港各界對如何落實「香港無處不旅遊」理念亦掀起熱烈討論，有立法會議員提出集文化教育、經濟發展、消閒遊玩於一體的「工業旅遊」；也有立法會議員提出創造「影視景點」，發揮協同效應。

早前港產電影《九龍城寨之圍城》轟動康城，獲在場觀眾集體起立鼓掌10分鐘，可見香港影視魅力不減，若發展「影視+旅遊」，擦出的火花將令人充滿期待。楊潤雄認為，電影本身可用作推廣旅遊。

今次《九龍城寨之圍城》揚威康城，楊潤雄收到有業界建議將部分拍攝場景呈現出來讓市民觀賞，他透露，將聯絡有關人士尋求合作空間，會研究可否作一個較長期的展覽。

「電車+電影」打造獨特旅遊體驗

特寫

「叮叮！叮叮！」車水馬龍之間，電車叮叮聲由遠及近，彷彿見到《喋血雙雄》裏，電車內打鬥的緊張場面。楊潤雄在接受香港文匯報專訪時表示，電影可以帶動旅遊。他回憶起去年做過一個電車遊覽的項目，「大家可以乘坐電車由西環漫遊至銅鑼灣一帶，有專人介紹某地拍過什麼戲。有興趣的市民，就下車去看看具體的景點。」

香港電車不僅是城市交通的重要組成部分，

還是許多電影的經典取景地。乘坐電車遊覽香港，打卡電影場景，成為體驗香港的一種獨特方式。據了解，去年由康樂及文化事務署主辦的「香港流行文化節2023」活動「電影叮叮」十分受歡迎，除正場外，還加開了多場回應市民需要，這或許是香港未來推動「影視+旅遊」的成功模板。

「香港尤其是上世紀八九十年代，製作了很多吸引人的電影，我們在不斷構思如何將這些好的電影文化與旅遊聯繫在一起。」楊潤雄說，這也是局方未來的發展方向。

挖特色景點 增旅遊潛力

香港這本「故事書」，寫滿了人文歷史。中環的歷史建築、新界的古老村落、九龍的多元文化，周邊分布的多個特色島嶼，包括長洲、南丫島、塔門等，都值得細細品味。楊潤雄在接受香港文匯報專訪時表示，特區政府正通過不斷深入研究和發掘各地區的經典特色，以創新方式發掘香港的旅遊潛力，進一步提升香港的旅遊吸引力。

中央港澳辦、國務院港澳辦主任夏寶龍日前在北京會見楊潤雄一行時表示，當前，香港內外環境發生了深刻變化，香港旅遊業發展要積極識變、應變、求變，多用新思路、新辦法解決面臨的問題，走高質量特色化之路，在變革中實現大提升。楊潤雄說，如今社會環境、旅客口味、周邊地區競爭等都在改變，香港旅遊業應該要積極適應，「香港旅遊正在積極求變。」

「大家最近去看長洲靚色巡遊的時候，都能夠見到教人做平安包的工作坊，這就是長洲深度遊其中一項體驗活動。」楊潤雄表示，文體旅局去年就聯同香港旅遊業議會推出「創意·深度遊」行程設計比賽，兩日一夜的「深度·長洲」行程獲得「至尊路線」獎項。在這長洲深度遊中，可以讓旅客參觀長洲冰廠、舞麒麟體驗、平安包工作坊、參觀立體浮雕、拉糖體驗工作坊等，將長洲的獨有本土文化立體地展現現在旅客面前。



◆西貢橋咀洲世界地質公園是西貢奇洞星空與海洋深度遊的景點之一。
資料圖片

旅發局漫遊路線近似城市漫遊

香港文匯報記者查閱香港旅遊發展局的網站發現，香港曾經推出過不少漫遊路線，包括舊城中環、深水埗、西貢，與如今在年輕人中盛行的「City walk」（城市漫遊）活動相符。

如今，局方推介的創意路線更注重遊客親身體驗獨特文化，如加入親手做平安包的工作坊活動等。

在過去的漫遊西貢，旅發局的指南是推薦從西貢市中心出發，了解道地客家文化，感受漁村風情，還可以探索絕美海灘與登山步道。最新的創意路線「西貢奇洞星空與海洋深度遊」，則是讓旅客在日間乘船觀賞地質公園，其後參觀漁村文化，還有潛水活動，晚上更會在漁排營過夜。

夥拍小紅書 宣傳更見效

在信息化加速發展的時代，許多年輕人選擇不跟旅行團出行，而是自己做攻略，個性化遊玩。打開社交平台，搜索「香港旅遊」、「香港小眾景點」、「香港美食」等關鍵詞，已經成為不少旅客了解香港、做旅遊攻略的常用方式。楊潤雄在接受香港文匯報專訪時坦言，香港的旅遊宣傳也從傳統製作印刷品、電視廣播宣傳，逐步轉變成為社交平台宣傳。

「我們一直都在推廣上下工夫，因應市場的變化，看看旅客如何能更便利地接觸旅遊資訊。」楊潤雄表示，很多KOL（關鍵意見領袖）會幫手在社交平台做宣傳，最近旅發局和內地社交平台「小紅書」達成文旅戰略合作意向，未來雙方可以互相配合，達至最佳的宣傳推廣效果。

趣味小景點 能吸打卡客

香港文匯報記者透過「小紅書」搜索發現，「某某地不宣傳這個，你糊塗呀！」的標題，

推廣好客文化 平添香江魅力



◆2006年青年大使出席「精彩滿載」活動，鼓勵的士響應好客運動。
資料圖片

淄博、哈爾濱等城市的景點美食早前在社交平台上現象級出圈，除了絡繹不絕的遊客「進淄趕烤」，更有「南方小土豆」和「東北大地瓜」的雙向奔赴，遊客分享旅遊體會時除了哪裏好吃、哪裏好玩，還不忘大讚一番當地人的熱情好客，所謂「人間煙火氣，最撫遊客心」，楊潤雄在接受香港文匯報專訪時表示，加大力度培養好客之道，應當要從小培養，做到全城齊好客，從而提升香港旅遊服務質素，這也將是未來局方的工作重點之一。

香港旅發局在20年前就推出過一個由林子祥演唱的《好客之道》廣告，但由於種種原因，近年部分香港服務業的服務態度被遊客詬病。如今，香港旅遊正處於蛻變中，在發掘每區旅遊特色，實踐「無處不旅遊」的同時，楊潤雄認為有必要全方位加大力度推廣「好客之道」，「既然旅客將無處不遊，那意味地區的小商舖也有機會接待遊客，此外，一些以往只有本地人去的商場、零售點等，也會因此多了

旅客到來。因此培養好客之道，需要走入社區，甚至走入學校，從小培養港人有禮貌。」

提升服務質素 遊客更暖心

要全城起勁齊齊好客，楊潤雄認為需要全政府、全社會一起做，「除零售、飲食、旅遊界外，也呼籲運輸業界一起參與，才可真正做到提升服務質素，給旅客一個優質的旅遊體驗。」

他強調，香港旅遊業要長遠發展，提升禮貌質素是有必要的，「並非說現在做得不好，大部分業界都做得好，小部分做得不好，需要改，大家可以一起提升，如果每日都要求自己禮貌、服務方面做得好一些，那對旅遊的促進效果會更加長久。」

養成習慣並非一朝一夕，楊潤雄坦言，這是一項長遠的工作，可以成為部門工作的一部分，亦或是每個人生活習慣的一部分，才最容易做到提升。

