

特首：樂意支援網紅宣傳香港

4月盛事連連 籲港人建氛圍予旅客良好體驗

美國網紅 Speed（甲亢哥）上周快閃訪港，有意見認為香港未有善用這次全球宣傳良機。特區行政長官李家超昨日出席行政會議前回答香港文匯報提問時表示，特區政府一定會抓緊任何機會盡量宣傳香港，包括會再向 Speed 以至任何所知會來港作直播的網紅提供任何可能的支援。他鼓勵每位香港市民要一同建立好客及給任何訪港人士良好體驗的氛圍，並呼籲不同業界亦可提供機會予網紅在香港宣傳和體會。踏入4月，香港會有很多大型活動，在肯定香港的國際城市地位和創科地位的同時，亦會帶領和推動香港在這些方面的發展。

●香港文匯報記者 黃子晉

李家超表示，Speed 有很多 followers、fans，他自己很關注 Speed 來港進行直播的情況，很重視如何利用好有關機會去宣傳香港這個好地方，可以吸引很多旅客，而香港旅遊發展局曾聯絡 Speed 的行程安排人表達願意提供任何支援。雖然 Speed 沒有找旅發局，亦沒有要求政府做任何事，但他強調特區政府會爭取每個機會。「無論是 Speed 或其他網紅，甚至任何宣傳機會，都一定要抓緊機會盡量作宣傳。」

盼各行業齊推香港好體驗

他強調，宣傳香港是所有香港人都希望做的事情，因為香港好，對每個人都好，令世界各地人士都認識香港的好處、香港吸引的地方，對香港整體有利，對經濟有利，對每個人都有利。



●美國網紅 Speed（甲亢哥）清明節遊維港，引來大批粉絲追隨。資料圖片

「我鼓勵大家，無論在什麼崗位，有機會宣傳香港的話，都要盡大家的能力，因為香港是我們的家。政府會努力爭取每個機會，主動接觸和提供任何可行的協助，盡量滿足每位來港從事宣傳的網紅或其他宣傳工作團隊。」李家超希望各行各業，無論是餐飲、住宿、交通、遊歷方面的好體驗，都應該主動利用這些機會去推廣香港。

3月盛事吸外國客增收益

在談到剛過去的3月盛事成效及未來香港還有哪些盛事，李家超表示，香港在3月舉辦了很多空前的、內容豐富的盛事，令「盛匯三月」很成功，也很令人鼓舞。

他舉例說，Art Central 展會，觀展者有25%是外國遊客；七欖賽事的觀眾有40%是遊客；Art Basel

的外國遊客佔整體參觀訪客的一半。而在經濟和生意方面，不同行業回應指有15%至30%以上的額外經營收入，這證明了內容豐富的各項盛事，「對香港整體旅遊業、餐飲業、有關各行各業都很有利，亦會帶來很多經濟收益，生意上升很多」，市面亦因而更加熱鬧。

李家超又說，踏入4月，香港仍會有很多大型活動，例如世界互聯網大會亞太峰會首次在港舉行，還有國際創科營商周、香港國際創科展、香江諾貝論壇。

他又說，還有香山旅遊峰會將齊集各地的旅遊代表、政府代表，大家探討在旅遊方面的合作和發展空間，「我們正延續這方面的吸引力，令更多不同人士來香港旅遊，參與展覽和會議，發展我們的經濟。」

電車5月中加價至3.3元 乘客盼裝冷氣

香港文匯報訊（記者 蔡學怡）香港特區行政長官會同行政會議昨日根據《電車條例》（第107章）第51條，同意香港電車公司由5月12日起加價。12歲或以上人士車費由現時3元加至3.3元，小童車費由1.5元加至1.6元，65歲或以上長者則由1.3元加至1.5元，月票維持260元不變。多名市民昨日接受香港文匯報訪問時均表示影響不大，因為電車車資仍遠低於港鐵及巴士，但建議進一步改善電車設施。

潘女士平日經常在銅鑼灣搭乘電車前往灣仔和北角買菜。她在接受香港文匯報訪問時表示，電車加價並不會影響日後出行習慣，因其車費比港鐵及巴士便宜不少，加上電車內有上下扶梯，對於長者而言，覺得較安全和便利，「唯一就希望電車安裝空調，令夏天搭乘感受更好」。

「電車就是香港一個標誌，我覺得加價也不妨礙我對它的喜愛！」陳小姐表示，喜歡電車所帶的歷史魅力，內部設施在維護保育之餘還保留電車原本的特點，非常喜歡搭乘，但希望進一步優化車內的衛生環境，例如多清潔車窗。

仍是港島北最相宜交通

特區政府發言人昨日表示，自2022年7月調整車費以來，電車持續面對來自其他公共交通工具的競爭，乘客量未恢復至疫情前的水平，非車費收入佔總收入約50%，增長空間有限。同時，電車公司的營運和工資成本持續上漲，又要繼續投資推行改善項目，包括更換路軌和更新車隊等，為乘客提供更安全和舒適的旅程。

行政長官會同行政會議根據既定政策和機制詳細



●電車由五月十二日起加價，小童車費由一元五毫加至一元六毫。香港文匯報記者曾興偉攝

考慮了各項因素，包括電車公司未來營運成本、收入、利潤和回報的預測，以及預期公眾的接受程度等，通過今次加價申請，加價後電車仍為行走港島北岸最相宜的交通工具。政府會繼續鼓勵和協助電車公司在傳承電車歷史價值的同時，進一步開拓不同的收入來源，特別是配合「無處不旅遊」的理念，更好地把握旅遊業最新發展所帶來的新機遇。

電車公司表示，是次票價調整將有助於確保電車服務持續營運和發展，繼續為全港市民提供安全、環保及便利的出行服務，預計今年第二季推出新的流動手機應用程式，提供實時電車到站時間等資訊。



●潘女士 ●陳小姐
香港文匯報記者曾興偉攝

「埔民造物」展回顧大埔工業威水史

香港文匯報訊（記者 蔡學怡）香港文化古蹟資源中心「古蹟前行」文化遺產計劃舉辦的「天工開物 埔民造物」主題展覽，本月1日起至30日在位於西營盤的該中心免費開放，透過呈現不同的藏品和口述歷史片段，展現大埔作為香港戰後的工業發展史和地位。香港文化古蹟資源中心高級項目主任盧俊溢在介紹展覽時說：「說起香港歷史，大家會想起獅子山精神。其實在這個精神背後，新界大埔在香港經濟發展上都發揮着舉足輕重的作用。」多個參觀展覽的市民在接受香港文匯報訪問時均表示，即使身為香港人，觀展後始發現自己對香

港很多歷史無甚了解，認為應透過更多不同形式與平台推廣及宣傳香港豐富的歷史文化。

盧俊溢指出，1945年二戰後港人憑「香港製造」的口碑一躍而上，躋身亞洲四小龍之一。回溯當年的工商歷史，主要聚焦九龍一帶，容易忽略新界人如何接觸和適應工業化社會。他表示，大埔曾是傳統的漁農業社會，但家庭式工廠與工業開始出現，酒廠、棉胎廠、手套廠等各式產業如雨後春筍般，為區內居民提供生活百貨及大量就業機會，並出現了大型企業如嘉道理兄弟及其合夥人創辦的太平地氈，以地氈工藝聞名。

參觀者：內容豐富 獲益良多

展覽共分成三部分，第一部分講述大埔工商業發展史與恒昌米機、福和酒廠等消失的工業景觀。第二部分以紡織、風味和產品為主題，細數由戰後至今傳承下來的工業與工藝，包括有出名的太平地氈和嘉士伯啤酒等。至於第三部分則是居民們的口述歷史，展板上來自福和棧超級市場（前身福和酒廠）的老闆娘黎太太的留言：「以前我們酒廠釀造類似雙蒸的純米酒，連米都是來自元朗絲苗，全香港製造！」



●屈小姐 ●莫先生
香港文匯報記者蔡學怡攝

屈小姐是一名香港歷史愛好者，她在觀展過程中非常認真地用手機記錄每個展品的介紹。她在接受香港文匯報訪問時表示，經常關注香港文化古蹟資源中心發布的展覽，並通過這次大埔的主題展覽，認識到香港人都不太認識的工業歷史，了解到不一樣的大埔，「這個展覽很有意義，未來有機會也會帶朋友一起來參觀、讓更多人了解香港歷史文化。」

「雖然地方不大，但展品內容十分豐富。我之前對大埔工業史完全不了解，參觀過後獲益良多！」莫先生表示，他常年居於港島，對新界的歷史所知甚少，透過是次展覽加深了對大埔的認識。他以看展愛好者身份建言：「香港有這麼多有意思的文化和歷史展覽，應該更大力推廣和宣傳，在設置展覽場地上都可以作進一步優化，令觀展感受更舒服。」

試食節復辦 千品牌參展



●埃及展商 May Cheung(右) ●為食友奶茶創辦人王先生

香港文匯報記者張茗攝

香港文匯報訊（記者 張茗）香港國際試食節暨優食品博覽2025將於下周復活節期間（18日至22日）首次在會展中心 Hall 3BCD 舉行，屆時將雲集超過30個國家和地區、共逾千品牌的食材、食品與伴手禮，規模較過往大超過一倍，屬歷屆最大，包括不少來自絲綢之路沿線國家的參展商，藉機打進香港市場。為刺激市民留港消費，1元一盞鯪魚球、10元一支紅酒及一個榴蓮等優惠將向入場人士送上。主辦方表示，上次于2018年舉辦為期三天的試食節共吸引15萬人次入場，期望今屆能突破20萬人次。目前已有50個內地旅行團確認入場，相信能進一步帶動香港的會展經濟。

每天向500名入場者送禮

試食節前幾年因為黑暴及疫情停辦，今年復辦以「預先試食、安心選購」模式讓入場者即場品嘗後購買。為吸引更多入場消費，主辦方昨日表示，每天首500名入場者可隨機獲贈蟲草膠囊、魚油丸或減肥丸一盒。銀髮族同樣有優惠，65歲或以上人士憑長者卡可免費入場，最後一天會期所有人士均免費入場。

會場設有多個不同的主題區，矚目焦點包括星級環球美食殿堂，當中匯聚多位廚師即場炮製招牌佳餚，讓入場者零距離欣賞頂級廚藝。為呼應香港美食天堂的美譽，試食節亦特別引入13間特色餐廳及酒吧，入場者能從中體驗高端餐廳的美食，亦能感受街頭風味。

埃及品牌盼響眾進軍香港

現場亦設有絲綢之路專區，埃及等8個來自絲綢之路途經的國家和地區參與。展區負責人 Sayda 表示，該些國家和地區的參展商均帶來當地特產，「它們在了解香港文化及港人飲食喜好及所需後，針對性地選擇部分產品向消費者展示，部分暫未於香港設立實體店的展商，期望通過是次活動推廣品牌，打進香港市場。」

埃及參展商 May Cheung 表示，埃及產品在香港十分罕有，其實許多都非常適合港人胃口，「例如大紅花茶可緩解港人的血壓高問題；擁有豐富維他命、糖分、纖維等營養的棗類同樣適合生活壓力沉重的市民食用。」她指出，由於其品牌在香港沒有實體店，因此會更注重品牌的推廣，在擁有一定知名度後，考慮進軍香港。

試食節亦有宗教性質的參展商。穆斯林教徒展商負責人表示，穆斯林人士對飲食有較高要求，但香港市場較少合適產品，故這類展商過往參加香港不同的美食節活動，都成功吸引穆斯林人士到場掃貨，他對是次試食節也充滿信心。

本地展商、為食友奶茶創辦人王先生表示，今次是受邀參展只需要徵式繳付1元租金，該公司所炮製的奶茶用料成本是市面茶餐廳的四五倍，故即使售價40元一支，平日於網上仍可在2小時內售出300支，是次參展的重點亦非銷情，而是推廣品牌。



●香港文化古蹟資源中心舉辦「天工開物 埔民造物」主題展覽。香港文匯報記者蔡學怡攝