

善用科技推動文旅產業高質量發展

長洲太平清醜昨日舉行，重頭戲包括飄色巡遊以及午夜的搶包山。其間，主辦單位展出機械人，吸引不少遊客打卡留念。作為名聞四方的香港傳統節日，太平清醜活動發展潛力巨大，而長洲的小島風光本身也十分迷人，透過系統性傳播當地文旅資訊，以及智能屏幕等科技的加持，能夠更有力推動本港旅遊發展。事實上，文化的塑造空間十分廣闊，傳統的習俗既可原汁原味直觀呈現，又可二次創作予人驚喜，善用科技帶來的傳播力、創造力與高效率，可以讓廣大群眾看得懂、聽得明，令文化變得更易於共賞，能夠與時俱進推動文旅產業高質量發展。

今年內地春晚安排由科技巨企設計的機械人表演「扭秧歌」，引起輿論對科技賦能傳統文化的探討。舉一反三，透過科技具象呈現傳統文化的多彩風貌，是「文化+科技」的核心。回到香港，今年長洲太平清醜剛巧在內地五一黃金周期間舉行，「G1」Bobby機械人亦到長洲太平清醜盛會亮相，與現場不少市民及旅客交流，更與平安包山拍照打卡，並和傳統舞獅互動，現場人山人海。不過不少人提出訴求，希望有更多渠道了解長洲和太平清醜傳統的資訊。由此可知，旅客最需要的是完善的文化資訊，讓他們更深入了解長洲背後的故事。

截至昨晚9時，內地五一黃金周為香港帶來91.3萬人次內地旅客，超越去年黃金週五日假期訪港內地旅客總人次。現時社交媒體在推廣旅遊景點方面發揮顯著作用，然而正如部分旅遊業人士所指，社交媒體資訊氾濫，內容零碎，有部分更是不準確。此外，社交平台受演

算法影響，推介景點往往大同小異，旅客一窩蜂擁到同一地點打卡，反而未能了解整個旅遊點的面貌，建議有關部門完善官方的旅遊信息平台，讓旅客更好地了解景點信息與規劃行程。

太平清醜為長洲積澱深厚的節慶文化底蘊，不少影視作品以長洲和太平清醜為背景。現時許多訪港旅客喜好深度遊、自由行，往往需要更多資訊引導。他們大都知道太平清醜有搶包山比賽，卻未必知道包山的寓意是什麼；他們大都想一睹飄色巡遊的盛況，卻未必知道飄色巡遊背後的源流是什麼。這些都是值得系統搜集資料，通過不同渠道和方式演繹，展現當地豐盛的人文氣息與傳統色彩。一方面，今天社交媒體可供呈現內容模式多樣，包括照片卡通化、智能製作影片功能等；另一方面，互動電子資訊設備更趨輕便多樣，例如內地鐵路部門在部分列車車窗加入發光器件，旅客一按鍵就可切換成智慧屏幕，了解列車和目的地資訊，科技感十足，並且能為旅客提供實實在在的便利，值得特區政府、旅遊發展局、船公司、業界團體參考，未來在合適地方加裝類似設備，向旅客提供所需資訊。

長遠來看，旅遊局有必要考慮成立介紹香港景點與文化資訊的專責部門，組織人手集中運用資訊與科技渠道，積極以新模式推廣香港的傳統習俗與人文風采，鞏固旅遊支柱產業，建設中外文化藝術交流中心，更可增強文化自信，講好香港故事，令各方朋友更深入領略香港的魅力。

文匯社評

WEN WEI EDITORIAL

關稅反噬終將害己 互惠共贏方是王道

美國總統特朗普於4月2日宣布對全球徵收所謂「對等關稅」至今已滿一個月，其間多次聲稱中國比美國更加希望達成貿易協議。惟這場關稅戰對美國經濟的主要衝擊，將在本月之後才逐漸顯現，成為一場對美國經濟的壓力測試。從最新數據來看，對中國產品高度依賴且難以脫鉤的美國經濟與醫療民生將首當其衝，通脹高企、貨運驟降、製造業回流無期，而中國則憑藉強大的供應鏈韌性、全產業鏈優勢和豐富應對工具箱，展現出更強的抗壓能力。美國應摒棄單邊主義，重回自由貿易的正軌，同時應深刻認清和認真看待中國對於關稅戰「不願打，但也不怕打」的堅定立場。如果美方要談，就應當停止「出口術」，真正拿出平等、尊重、互惠的態度。

特朗普最新表示，希望能與中國達成平等的貿易協議，但又稱不會為了啟動美中談判主動降低關稅。特朗普挑起關稅戰的初衷是迫使製造業回流，但一個月來，美國經濟衰退風險激增，通脹預期飆升至1981年以來最高水平，消費者信心跌至谷底。諷刺的是，特朗普曾在首個任期訪問的10家工廠中，有一家已永久關閉，一家終止主要業務，其餘也因關稅衝擊舉步維艱。《華爾街日報》報道，美國中產階級和低收入人群正緊縮開支，而經濟學家對美國一年內經濟衰退幾率的預測，從1月的20%飆升至4月的45%。更可悲的是，有6億支由中國出口的注射器和針頭訂單被叫停，美國逾3,800萬糖尿病患者受波及。這顯示出，特朗普濫施

關稅的惡果正開始反噬美國自身，由廣大美國民眾承受少數人一意孤行的「報應」，可謂損人害己。

相比之下，中國在應對關稅戰時展現出堅強的韌性與定力。除了對美國實施同等力度關稅，對中重稀土相關物項實施出口管制，將多家美國企業列入不可靠實體清單等反制措施外，也通過積極的財政政策、適度寬鬆的貨幣政策以及內外一體化等舉措穩預期、保增長，以高質量發展、高水平開放的確定性應對外部不確定性；同時積極開拓新興市場，團結各國回擊美國，維護多邊自由貿易秩序，發揮全球貿易穩定器的作用。中國對美關稅戰的反應速度之快、反制力度之強、應對工具箱之豐富，不僅向世界展現了中國捍衛多邊貿易體制的決心和中方不跪且奉陪到底的充足底氣，更彰顯了對抗單邊主義、霸權主義的大國擔當。

正如美國「股神」巴菲特早前指出，美國掀起關稅戰是重大錯誤，貿易不應成為武器，美國應該做自己最擅長的事，跟其他國家做貿易，一旦延續保護主義，將會破壞國家累積的繁榮基礎。中國商務部日前發新聞稿證實，美方曾多次主動接觸進行關稅談判，中方正在評估，但關鍵在於美方「拿出誠意」，在取消單邊加徵關稅等問題上「做好準備，拿出行動」。中國多次重申始終如一的立場：打，奉陪到底；談，大門敞開。只要美方能夠回到互惠共贏的正軌軌道上來對待貿易問題，中美展開談判並達成協議並非難事。相反如果美方說一套、做一套，甚至試圖以「談」為幌子，搞脅迫訛詐，對中方是行不通的。

中國外貿顯活力 廣交會創兩新高

288938 境外採購商到會 較去年同期增 17.3%

香港文匯報訊 據新華社報道，5日在廣州閉幕的第137屆中國進出口商品交易會（廣交會）創下兩項歷史新高——288,938名境外採購商到會，頭部跨國採購企業達376家。中國對外貿易中心5日發布的這一數字是統計至5月4日，境外採購商到會人數較去年同期舉行的第135屆廣交會增長17.3%。

中山大學區域開放與合作研究院院長毛曉華說，在複雜的國際環境下，本屆廣交會人氣爆棚，顯示境外採購商對高品質「中國製造」的高度認可，突顯中國在全球供應鏈中極為重要的作用，境外企業期待展開更多互利共贏的合作。

超28萬名境外採購商來自219個國家和地區。共建「一帶一路」國家的採購商187,450人，增長17.4%，佔比達64.9%；歐美採購商51,862人，增長3.4%。

「這是我們首次參加，重點鎖定加工機械設備產品。」越南DF進出口公司採購負責人說：「借助中國的『技術工具箱』，愈來愈多東南亞國家加速從組裝車間向製造基地轉型。」

現場意向出口成交 254.4 億美元

本屆廣交會現場意向出口成交254.4億美元，增長3%。許多參展企業反映，質量性能好、創新特點強、品牌知名度高的產品更受青睞，境外採購商下單積極，進一步增強了參展企業拓展多元化市場的信心。

現場下單一百台移動智慧屏後，一名境外採購商愛不釋手，還想把深圳市康冠商用科技有限公司的展覽樣品也打包帶走。「雖然價格偏高，但創新產品深受客商認可。」公司商用銷售部總經理劉鋒說：「我們做足技術儲備，待哪個市場時機成熟就適配投入應用，吸引越來越多中亞、中東、南美洲等新興市場的客戶。」

廣交會是中国歷史最長、規模最大、商品最全、客商最多、成交效果最好的綜合性國際貿易盛會，被譽為「中國第一展」。第137屆廣交會4月15日開幕，本屆3萬多家企業現場展示產品超455萬件，其中新產品102萬件、綠色低碳產品88萬件、智能產品32萬件。

十幾年前，迪拜綠洲翡翠電器公司商務拓展經理迪韋什·卡特里就開始隨父親參會。「公司99%的供應商來自廣交會。」他說：「這裏就像一站式超市，也像行業智庫，我們在這裏捕捉趨勢、拓展人脈，甚至重塑商業模式。」

來自50個國家和地區的736家企業參加進口展，其中共建「一帶一路」國家企業佔比67%。俄羅斯、泰國、土耳其等展團企業表示收穫頗豐，已與多家境內採購商達成意向合作，產品有望快速進入中國市場。



廣交會創下兩項歷史新高。圖為廣交會展館人潮湧動。

廣交會官方供圖

傳統產業創新發展 優質產品收穫訂單

香港文匯報訊 據新華社報道，第137屆廣交會5日在廣州落幕，中國玩具、紡織服裝、鞋、箱包等傳統產業紛紛展出優質產品，取得境外採購商的認可，收穫了外貿訂單。去年，中國出口鞋類產品92億雙，出口總值3,335.7億元人民幣，連續保持出口第一大國地位。在本屆廣交會鞋類展區，皮鞋、涼鞋、休閒鞋等各種鞋子亮相，獨特的花紋、別出心裁的設計讓人眼前一亮。

3D足部掃描 確保鞋楦貼合腳型

一些中國鞋企以數字化轉型與技術突破，解鎖製鞋工藝的創新密碼。廣河縣吉明鞋業有限公司通過引進智能生產設備與數字化管理系统，實現了從設計到生產的全流程數字化升級。「3D足部掃描技術就像給鞋子裝了『智能大腦』，可確保鞋楦精準貼合腳型。」該公司相關負責人稱，自動裁切系統與智能品控設備讓訂單交付效率提升30%，產品合格率穩定在98%以上。

中國箱包企業亦紛紛展露技術實力。藉助廣交會平台，徐州威嘉輕工有限公司持續加大在企業材料和工藝方面的研發力度，積極與材料商開展合作，共同研發新材料，確保客戶每次採購都有新產品可選。本屆廣交會第三期，阿根廷、智利、哥倫比亞等地的採購商紛至沓來，該公司順利收穫了一批訂單。



●第137屆廣交會閉幕。截至5月4日，本屆廣交會共吸引來自219個國家和地區的超過28萬名境外採購商到會，較去年同期增長17.3%，創歷史新高。

古建築美學融入益智玩具

中國玩具企業也以產品設計創新「玩」出了新天地。復刻東方建築美學的飛檐斗拱、蘊含江南園林意境的曲徑迴廊……在陝西誠領永道貿易有限公司展位，一個個活靈活現的益智積木玩具模型將趣味性與傳統文化巧妙融合。該公司負責人楊漢誠表示，公司專門推出了一系列中國風益智積木玩具，既能鍛煉兒童手腦協調能力，又將古建築美學融入拼搭過程。本屆廣交會鄉村振興特色產品展區（專區）首次以「零展位費」形式集結中國脫貧地區的「土特產」，



新疆蜂蜜酒、雲南古樹茶、寧夏羊裘皮等產品借外貿政策叩開了國際市場大門。

臨洮晴朗工藝品有限公司攜2,000餘件柳盤、布藝製品亮相該專區。傳承非遗技藝的手編精品和融入現代設計的家裝裝飾，受到了境外採購商青睞。

本屆廣交會食品土畜館共計1,147家企業參展，涵蓋食品、地毯及掛毯、裘革皮羽絨及製品和寵物用品四大展區。中國食品土畜進出口商會有關負責人表示，本屆廣交會採購商到會情況好於上屆，企業普遍反映採購商流量比去年秋交會有所增長，成交意向也好於預期。