

特首促析訪港客喜好拓新旅遊配套

黃金周110萬旅客增22% 零售餐飲酒店業生意明顯上升

五一黃金周香港多個熱門景點及區域均擠滿遊客。行政長官李家超昨日出席行政會議前與傳媒見面時表示，為期5天的黃金周共有約110萬旅客訪港，按年增長22%，其中內地旅客增長約20%，非內地旅客增長更達30%，香港多個行業的生意均有所增加，可謂丁財兩旺。他已要求文化體育及旅遊局等部門聯同業界總結經驗，分析旅遊新常態模式和旅客喜好，開發新旅遊配套服務。而多個零售、餐飲和酒店業界代表均表示，黃金周旅客人數增長明顯帶動生意上升，業界普遍受惠，認為內地遊客仍有消費力，但更注重性價比和產品特色。

●香港文匯報記者 蔡學怡

李家超表示，今年五一黃金周以單日計，最多內地旅客來港的是5月2日，有26.7萬人次，按年上升約40%。他指出，香港不同景點和打卡點都有大量旅客到訪，包括摩天輪、山頂纜車、昂坪纜車、主題公園、觀光巴士等，帶動多個行業多做生意，例如酒吧和食肆生意有很好的增長，有蘭桂坊酒吧更表示增幅達45%，零售業界指珠寶、化妝品、海味等生意上升約三四成。「這次黃金周丁財兩旺，市面喜氣洋洋，帶來信心和重大經濟效益。」

倡監察人流 提供App預約排隊

「我已要求文體局及各有關部門和業界總結經驗，並向由政務司司長領導的節慶安排跨部門工作小組作出匯報，針對人流壓力點，以及旅客新常態的旅遊模式和喜好，進一步優化各環節。」李家超指出，首先要檢討及善用科技應用，包括加強人流壓力點的電訊網絡流量，利用科技監察人流，網上提供人流和輪候情況資訊，提供手機App或網上預約排隊時間等。

其次要針對旅客新常態旅遊模式和喜好，收集和分析資料，研究開發新旅遊配套服務，更好照顧大量旅客的新喜好，例如生態遊、文化遊、打卡遊、地道美食遊等，尤其掌握KOL和內地媒體推介的景點和路線不斷變化，「我們會與業界共同推動和開拓新旅遊服務，除了可以分流熱門景點的人流，更可通過提升新旅遊模式的配套和經濟元素，帶來新體驗和更多經濟效益。」



●行政長官李家超昨日出席行政會議前見記者。

中通社

指歡迎各類旅客 有助經濟效益

被問及部分旅客以特種兵方式來港旅遊，李家超強調香港需要有一種樂意包容和照顧不同旅客的氛圍，共同將香港整個旅遊氣氛提升，這對香港整體的旅遊和經濟效益均有正面影響。「內地旅客有很多新旅遊模式，我相信新模式是會常態化的，香港作為一個好客城市，一定要令所有旅客有一個感覺，我們既歡迎各種旅客，也照顧不同旅客的體驗。我們也要有一種歡迎旅客的心，有高端的旅客，也有一些非高端的旅客。」

香港零售管理協會主席謝邱安儀在接受電台訪問時表示，黃金周假期整體零售市道有升有跌，但升的相對較多，尤以黃金周首兩天情況較好，包括化妝品及個人護理，錄得跌幅的則包括服裝和電子產品等。她指出，來港旅客會更着重性價比，不代表部分較高單價的類別沒有生意。

旅客多跟從網紅推薦選餐廳

香港酒店業主聯會執行總幹事徐英偉指，五一黃金周旅客人數上升，帶動酒店業生意，在假期首三日，整體生意額按年上升一兩成；其中上周五是訂房高峰，大部分旺區酒店爆滿，但臨近黃金周尾聲，訂房開始回落，下跌幅度兩成至五成不等。

他認為，內地旅客仍有消費力，但更注重產品特色，「未來兩個月香港酒店將迎來淡季，會主力做母親節、餐飲及體驗等生意，亦會開拓內地非家庭客市場，應對挑戰。」

稻苗飲食專業學會榮譽會長邱金榮表示，飲食業在五一黃金周的生意額整體上升兩三成，旅遊區及一些內地旅客較熟悉的店舖都有受惠，但在假期最後一天有明顯回落。

他指定價大眾化的食肆較受歡迎，旅客亦會跟從網紅推薦選擇餐廳，社區內的食肆生意則維持平穩。



●為期5天的黃金周，內地旅客增長約20%。圖為5月3日旅客在中環碼頭觀光巴士站大排長龍候車。資料圖片

內地團黃金周訪港同比增60%

香港文匯報訊 由特區政府政務司司長陳國基領導的節慶安排跨部門工作小組昨日表示，一連5天的內地五一黃金周，內地入境旅行團同比增加60%至逾900個、接近3.3萬人次到港。陳國基表示，其間本港各處舉辦多項節慶活動，除了5月1日的無人機表演外，還有長洲太平清醮、寶蓮禪寺浴佛節、維園佛誕嘉年華、譚公寶誕慶祝活動等。這些富有特色的文化體驗廣受歡迎，展現香港的獨特文化魅力。

黃金周期間，入境事務處錄得合共約110萬入境旅客人次經各海陸空管制站訪港，當中內地旅客約92萬人次，按年上升約20%，佔總入境旅客約84%。其間，運輸署緊急事故交通協調中心24小時運作，密切監察全港各區、口岸、主要車站和旅遊景點的交通情況和公共運輸服務，適時採取措施，應對服務需求。跨境

交通方面，運輸署督導各公共運輸營辦商加大運力，以滿足跨境乘客需求。

大型活動方面，灣仔海濱和黃金海岸的無人機表演吸引大批市民及旅客現場觀看；5月4日的賽馬日及前天的長洲太平清醮亦吸引大量旅客。酒店入住率普遍高達90%。多個主要景點包括主題公園、山頂、昂坪、廟宇等人流暢旺。

「勞動節黃金周期間，市面人流暢旺，氣氛熱鬧，不少零售和餐飲業界人士表示他們的生意較去年有所增長。」陳國基指出，文化體育及旅遊局會與有關部門及業界總結是次經驗，優化各個環節，例如加強人流壓力點的電訊網絡容量，並加強資訊發布，及針對旅客新常態旅遊模式而提供更完善配套等，務求在日後繼續為訪港旅客帶來優質旅遊體驗。

旅發局擬訂18區美食指南辦美食盛事

香港文匯報訊（記者 張茗）針對旅客消費模式轉變，香港旅發局昨日在立法會經濟發展事務委員會會議上表示，2025/26年度工作計劃除了全力落實香港「無處不旅遊」理念，以及《香港旅遊業發展藍圖2.0》各項工作，亦會積極開發多元主體旅遊產品，回應旅遊新模式，包括制訂18區美食指南和舉辦美食盛事，推介香港盛事活動，逾1,500家商舖提供優惠以吸引旅客消費。

近年旅客消費模式轉變，人均消費水平下滑已成新常態。旅發局總幹事程鼎一昨日在會上表示，佔整體旅客人數超過七成的內地旅客，去年平均消費跌至5,490元。他表示會繼續推動旅遊業發展，包括提前在客源市場宣傳、推出旅遊攻略、城中優惠、邀請網紅來港體驗，着力鞏固內地、

東南亞、日韓市場，同時會發掘中東、印度、越南市場。

旅發局本年度的工作計劃，包括與業界合作推出配合主題的旅遊套票，鼓勵本地旅遊及零售、餐飲等相關業界提供優惠，以及開拓更多旅遊產品，吸引旅客消費。此外，旅發局會對焦客源市場，發掘潛力客群。

向海灣六國大力宣傳

短途市場方面，會加強年輕和家庭客群的推廣，如針對東南亞市場推介香港盛事活動、地道美食、隱藏景點、文化歷史及宗教旅遊，並透過與KOL合作及夥拍旅遊業界推出優惠，如與日本和台灣地區KOL合作宣傳香港文化、打卡體驗及親子旅遊資源，並在台灣地區市場推出「遇香江 精緻遊」、「Happy Weekday」周中優惠及「Lady's Night」等精品主題，爭取高消費和其他不同客群。

旅發局亦會夥拍鄰近熱門旅遊地點加大力度推動「一程多站」，並與航空公司合作推出轉機優惠和更多產品，此外已加大力度在沙特阿拉伯、阿聯酋等海灣六國宣傳香港旅遊，開拓高增值客群，推動會展旅遊以吸引高端過夜旅客。

立法會議員鄭泳舜認為，五一黃金周錄得約110萬人次訪港旅客，反映香港仍是旅客重要目的地，促請政府與業界合作展開深度遊路線，同時建議推出「Hong Kong Pass」整合式旅遊套票，涵蓋山頂纜車、主題公園、單日遊行程等，提升旅客遊玩體驗。

「舊城中環」，亦積極支持發展旅遊熱點工作組宣傳各區旅遊熱點，實現「無處不旅遊」。

在主題宣傳方面，本月和下月展開「香港節慶文化躍動」，並且在7月至8月迎來連串慶祝派對，包括香港迪士尼20周年慶祝活動、港產大熊貓龍鳳胎一歲生日等，召集全球旅客一同聚聚香港參加夏日活動。

加強第二波「好客之道」宣傳

經民聯立法會議員林健鋒在會上提及，近日網紅在九記牛腩打卡遭食肆負責人阻止並發生衝突，影響旅客的觀感。羅淑佩不評論相關事件，但認為在網絡世界下任何事情都可上載到社交媒體，食肆要慎重考慮事件帶來的後果，並強調待客有禮是最基本的事。旅發局總幹事程鼎一表示，會加強第二波「好客之道」宣傳工作，涵蓋餐飲、零售、酒店、的士運輸界等各行各業，提升本港好客文化。

對於開拓中東市場，羅淑佩表示中東旅客需求或有不同，會與團隊研究策略。程鼎一則表示會視乎性質和範疇尋找合適KOL宣傳香港，但有些KOL或有不同要求，甚至開出「天價」費用，強調會考量這些要求是否值得。

多項盛事推動旅遊發展

香港文匯報訊（記者 張茗）特區政府文化體育及旅遊局局長羅淑佩昨日在立法會經濟發展事務委員會上指出，今年香港旅遊業保持增長勢頭，本年度向旅發局撥款逾12億元推動旅遊業，旅發局將按四大策略重點推展相關工作，包括拓展精彩盛事體驗、發掘潛力客群、夥拍業界創造商機，以及推動智慧旅遊。

在拓展多元體驗和精彩盛事方面，旅發局將繼續舉辦、支持與物色更多大型盛事在港舉行，繼續舉辦香港國際龍舟邀請賽、單車節、美酒佳餚巡禮、繽紛冬日巡禮、跨年倒數及新春國際匯演之夜六大旗艦盛事，並推陳出新為旅客打造全新體驗，吸引延長逗留時間，以國際龍舟邀請賽為例，會加大賽事數量和類別，及加強周邊活動，如新增以熊貓為主題的打卡熱點。

世界級藝文方面，推出全年推廣平台「藝聚香港」，串聯包括巴塞爾藝術展香港展會、Art Central等多項國際級藝術盛事，展現香港藝術魅力，另與國際品牌合作自去年至2027年間，每年辦全球巴塞爾藝術展，設置文化沉浸式體驗區。

另外，為讓原有的「大城小區」項目更有新意，旅發局會以不同角度加強宣傳

「舊城中環」，亦積極支持發展旅遊熱點工作組宣傳各區旅遊熱點，實現「無處不旅遊」。

在主題宣傳方面，本月和下月展開「香港節慶文化躍動」，並且在7月至8月迎來連串慶祝派對，包括香港迪士尼20周年慶祝活動、港產大熊貓龍鳳胎一歲生日等，召集全球旅客一同聚聚香港參加夏日活動。

加強第二波「好客之道」宣傳

經民聯立法會議員林健鋒在會上提及，近日網紅在九記牛腩打卡遭食肆負責人阻止並發生衝突，影響旅客的觀感。羅淑佩不評論相關事件，但認為在網絡世界下任何事情都可上載到社交媒體，食肆要慎重考慮事件帶來的後果，並強調待客有禮是最基本的事。旅發局總幹事程鼎一表示，會加強第二波「好客之道」宣傳工作，涵蓋餐飲、零售、酒店、的士運輸界等各行各業，提升本港好客文化。

對於開拓中東市場，羅淑佩表示中東旅客需求或有不同，會與團隊研究策略。程鼎一則表示會視乎性質和範疇尋找合適KOL宣傳香港，但有些KOL或有不同要求，甚至開出「天價」費用，強調會考量這些要求是否值得。

港辦首屆非遺月 料吸10萬人次

香港文匯報訊（記者 洪澤楷）非物質文化遺產是中華文明綿延傳承的生動見證，是連結民族情感、維繫國家統一的重要基礎。特區政府康樂及文化事務署非物質文化遺產辦事處響應國家每年6月第二個周六的「文化和自然遺產日」，將於本月31日至7月1日主辦首屆「香港非遺月」，活動覆蓋粵劇、舞麒麟、舞龍、木偶戲等在內的超過100個非物質文化遺產項目，提升市民及旅客對香港及內地非遺的認識，署方預計整月活動的總參與人次將不少於10萬。

香港特區行政長官李家超去年的施政報告提出舉辦「香港非遺月」，推動非遺保護和傳承工作，今年以「香港處處有非遺」為主題，開幕典禮暨非遺嘉年華於本月31日及6月1日在香港文化中心露天廣場舉行，以非遺節慶遍香江為主題，舉行西貢坑口客家舞麒麟、長洲飄色匯演、英歌、粵劇選段、舞龍/舞獅等表演，並有葉問詠春、海陸豐/鴿佬水上人傳統婚嫁儀式中的陸上扒龍舟（龍船舞）及舞麒麟等互動攤位供市民參與。

逾百項目先後在多區表演

非遺月活動則涵蓋超過100個非物質文化遺產項目，當中逾50項來自香港，有逾40項則來自內地，另有超過50名非遺項目工作者參與，包括國家級非遺代表性傳承人。

康文署非遺辦總監吳雪君表示，非遺月的重點推廣活動包括「非遺精華遊蹤」導賞團，將於油尖旺、荃灣、大埔、沙田、東區和離島六區舉辦，帶領市民和旅客探索社區的特色非遺項目，例如大埔區的豆品製作、茶粿製作、涼茶等。署方每區將舉辦兩至三團，報名詳情於本月16日在非遺辦網頁公布。與此同時，署方將於本月底推出相關地區的「非遺精華遊蹤」地圖指南和影片，讓公眾及旅客隨時可前往上述各區了解相關非遺項目。

吳雪君並表示，非遺月的另一重點活動，是江西客家文化特色非遺項目，暫名「根與魂—江西贛州客家非物質文化遺產展演」，向觀眾呈現贛州及香港的客家文化。

「非遺精華遊蹤」導賞團

地點	時間	內容
油尖旺區	6月7日及8日	木雕刻技藝及蒸籠、玉器、麻雀牌的製作技藝
荃灣區	6月15日	舞龍、舞麒麟、舞獅、舞貔貅、螳螂拳、瓜子製作技藝
大埔區	6月1日及7日	涼茶、豆品、茶粿、蛋撻的製作技藝，打麵技藝，天后誕等
沙田區	6月21日	車公誕、舞獅、花帶編織製作技藝及點燈
註：導賞團免費參加，5月16日在非遺辦網頁公布報名詳情		
資料來源：康文署		整理：香港文匯報記者 洪澤楷