

韓青自由 行新選擇

購物遊轉深度遊 消費品質不斷提升

「我把眼中的中國分享給了韓國朋友，受我的影響，有幾位女同事1月初剛去了上海旅行。」李珉赫是一位韓國人，因工作頻繁往返中韓，他「意外」成了公司的「中國旅遊宣傳大使」。隨着最近中韓交流回暖，他越來越多的韓國朋友重新關注中國。李珉赫的同事們不僅經常詢問他關於中國旅行、文化、美食的問題，而且已經先後有好幾位同事開啟了中國旅行的計劃。

●香港文匯報
記者 丁春麗 山東報道



▲韓國遊客在位於上海市南京路步行街的一家潮玩店裏購物。資料圖片



●一名韓國遊客在重慶辦理離境退稅「即買即退」業務。資料圖片



●韓國情侶在上海新天地附近合影。新華社



自2024年11月中國對韓國公民實施免簽政策以來，一股前往中國旅遊的熱潮在韓國年輕群體中快速興起，「周五下班飛中國」，逐漸成為社交媒體平台上的新興生活方式與流行話題。數據顯示，2025年前11個月，中韓雙邊人員往來超過728萬人次，同比增長24.7%，復甦態勢強勁。韓國旅遊發展局中國區總代表金成珍日前在中國-韓國商務論壇稱，2025年中韓雙向人員交流規模有望突破800萬人次。

自由行成新增長點

「從我們行業內來看，中韓雙邊旅遊今年肯定是一個積極向好的趨勢。」韓國樂天觀光株式會社中國事業本部部長朴紅亮告訴香港文匯報記者，中國的免簽政策起到了「破冰」效應，讓中韓雙邊旅遊的恢復超出了業界預期。在他看來，中韓旅遊模式正從傳統的購物遊，向城市深度遊、主題遊升級，消費結構和品質不斷提升。這更是一個積極回暖的趨勢。

朴紅亮尤其看好韓國年輕群體赴華自由市場。「自由行已經成為新的增長點，公司2025年每個季度增長數據都超過了25%。」朴紅亮說，高頻、短途、分散化已成為自由行的發展趨勢。甚至已有不少遊客，短時間內多次前往上海、青島等中國城市。

「真正的中國，只有親眼看過、親身體驗過，才能理解。」李珉赫說，他在中國感受到的不只是城市的發展速度，更是文化、生活方式，還有人與人之間的溫度。在深圳，他被無人機配送震撼過。同在深圳，他在街頭偶遇一位嗑瓜子的中國大叔。他用中文介紹自己是一個從沒嗑過瓜子的韓國人，大叔直接遞給他一把瓜子。那一刻，李珉赫感受到了一種自然而又厚重的人情味，至今印象深刻。

目的地從沿海向內陸延伸

朴紅亮介紹說，上海、青島等城市主題周末遊，類似青島啤酒節這樣的節會活動，以及文化演出、體育賽事等，都備受年輕群體青睞。隨着免簽力度持續推進，韓國可直飛中國的城市越來越多。韓國遊客旅遊目的地逐漸從中國沿海向內陸延伸，除了近距離的上海、青島、威海、煙台，遠距離的雲南、西安、成都、重慶等也逐漸成為韓國遊客的新目的地。

從三亞到廈門，再到天津的租界建築群、唐山的河頭老街，自2025年12月以來，山東威海澤林國際旅行社負責人韓輝就一直為韓國遊客開拓

新的目的地，並邀請韓國旅行社同行前來「踩點」，體驗新線路。

韓輝的目標客群為韓國的中老年遊客，作為一家小型旅行社，2025年接待了近5,000名韓國遊客。韓輝每年一百多天都在韓國，拜會當地中老年相關的協會，加強與當地旅行社的交流。這也讓韓輝嘗到了「甜頭」，客流源源不斷。不僅如此，他還會去體驗韓國人比較喜歡的東南亞線路，從中尋找旅遊服務差距。

銀髮族崛起 運動線路受青睞

山東威海憑借其與韓國僅94海里的地理優勢，成為中韓旅遊的重要樞紐，乘坐飛機大約40分鐘。韓輝告訴香港文匯報記者，威海赤山風景區向來是韓國遊客心目中的理想旅行之地，新羅（今韓國）人張保皋於公元824年在此建設了法華院。另外，威海西霞口動物園、海草房都備受韓國遊客歡迎。

與此同時，針對特定興趣愛好的主題旅遊正在興起。在威海的東浦灣景區，中國首個27洞標準化健步球場吸引了眾多韓國愛好者前來「雪中揮桿」。山東盛景俠客行文旅發展有限公司總經理李曉軍告訴香港文匯報記者，韓國老年客群非常喜歡登山、健步球、高爾夫等和運動相關的旅遊線路，尤其健步球近年來增長迅速。據悉，韓國公園健步球愛好者近年來呈爆發式增長，規模已突破100萬人。

香港文匯報記者了解到，威海與韓國健步球協會去年建立了長期合作機制，成功引入十餘批規模團隊，全年輸送超萬人次遊客。今年1月，預計將再次迎來近600人韓國健步球旅遊團。「健步球、足球、高爾夫、廣場舞等『運動+觀光』的組合線路，將是我們未來為韓國遊客重點開發旅遊的方向。」李曉軍透露，公司2025年地接韓國遊客數量增長40%至50%。臨近春節，他還設計了趕大集、體驗民俗文化的旅遊項目。



●韓國遊客在山東威海打健步球。香港文匯報山東傳真

中韓遊客「雙向奔赴」年輕一代成主力軍

「2025年12月，我們單月向韓國輸送的中國遊客超過1,000人次。」山東盛景俠客行文旅發展有限公司總經理李曉軍告訴香港文匯報記者，中韓旅遊市場雙向奔赴，韓國作為中國遊客熱門目的地之一，也同樣吸引著眾多中國遊客。從事中韓旅遊業務十年，他深刻地感受到，年輕一代正成為雙向旅遊的主力軍，推動旅遊產品從傳統的觀光購物，向個性化、深度化與高品質全面演進。正如韓國遊客熱衷探索中國內地一樣，中國遊客在韓國的足跡也從首爾、濟州島等傳統熱點，

快速擴散至全羅南道、江原道等特色地域。與此對應，旅遊需求也從購物主導，轉向主題鮮明的深度體驗。

「我們設計了大量觀光、休閒、度假及文化交流產品。」李曉軍介紹，「濟州島、仁川、釜山的高端項目尤為受歡迎。」針對年輕客群，他在線路中巧妙融入了網紅打卡地、網紅產品，並將首爾與釜山的知名遊樂園整合進研學及親子行程中。

韓國樂天觀光株式會社中國事業本部部長朴紅亮也證實了這一趨勢。他透露，來自中國遊客的

康養、電競、娛樂演出等主題訂單顯著增長。而由多個家庭組成的「親友定製小團」日益普遍，他們追求更私密的行程、高標準的住宿餐飲、以及專屬服務，這直接推動了客單價和旅遊品質的上升。

航班密集 跨境遊「說走就走」

「2026年，赴韓國旅遊的中國遊客人數肯定也會穩步增長。」朴紅亮表示，業界的樂觀，源於對市場內在動力與外部利好疊加的共識。這種雙向的、深度的、主題化的旅遊流動，為中韓兩國民間交流注入了強勁活力。

強勁的市場需求，離不開便捷交通的支撐。中韓間密集的航班網絡，特別是二三線城市直航航線的持續增加，讓「說走就走」的跨境旅行成為現實。

僅以青島為例，2025年12月，韓國德威航空青島—首爾航線復航，首班客座率即達95%；隨後青島至大邱新航線也順利開通。目前，青島機場已構建起直通首爾、釜山、濟州、清州、大邱等韓國主要城市的空中通道，韓國方向旅客量位居全國第二。據悉，青島機場韓國方向日均客運航班計劃18班，平均每半小時就有一班起飛，真正實現「公交化」運營。

民眾驅車數百公里送別賀嬌龍

香港文匯報訊 綜合媒體消息，1月16日，墮馬身亡的新疆「網紅縣長」賀嬌龍的悼念儀式在新疆昭蘇的殯儀館舉行，有市民驅車數百公里送別。

1月16日上午9點，新疆還有半個多小時才天亮，殯儀館的院壩裏已經有序地站了數百人。還有人陸續抵達，有當地牧民、農民、居民，也有從新疆或其他地方連夜趕過來的。

當地鮮花售罄

有當地花店老闆表示，15日已經有網友預訂鮮花送至殯儀館，目前整個縣的菊花都已售罄，正在從外地補貨，許多民眾選擇用白玫瑰、香檳玫瑰等代替。多名已經前往殯儀館弔唁的網友向記者表示，現場來了全國各地的民眾，停滿了車輛，殯儀館內已放滿鮮花。

網友艾先生16日凌晨2時許從伊寧市出發，前往昭蘇縣送別。他向記者介紹道：「很多人都是連夜趕過來，有博樂、精河、奎屯、塔城及周邊縣市的民眾，因為昭蘇縣的花店都已買不到鮮花了，我專門從伊寧帶了鮮花來，許多網友留言希望替他們送別，所以我來替大家為賀嬌龍鞠上一躬。」

艾先生發布的視頻寫道：「一路走好，你是新疆人民的女中豪傑。」

2026年1月14日，新疆維吾爾自治區農產品品牌建設與產銷服務中心主任賀嬌龍因傷搶救無效，不幸離世，年僅47歲。賀嬌龍因一襲紅衣在雪地揚鞭策馬，為昭蘇的旅遊做宣傳的視頻「出圈」，在政務電商領域跑出了一條雪原之路，被稱為「網紅縣長」。

「永樂大典體」字庫公益計劃啟動 大文集團獲首批授權

香港文匯報訊（記者 黃寶儀 廣州報道）傳統文字藝術在數字時代如何煥發新生？「方正文沁永樂大典體」字庫研發成果暨公益計劃發布會16日在廣州舉行，該字庫以《永樂大典》「湖」字冊為藍本，包含常用簡體字、繁體字及有關西文、數字、符號等字體，共42,000個字符（含漢字、符號），並在改善原稿缺陷、繁簡轉化、字面率與字重設定、西文適配等維度上實現創新突破。發布會上，包括香港大公文匯傳媒集團在內的50多家機構獲得首批授權，曾經深藏宮禁的典籍筆墨，將轉化為課堂課件、展覽海報的日常視覺語言，向世界傳遞中華文化的獨特韻味。



漢字是鑄刻在中華兒女血脈中的文化基因，是中華文明五千年綿延不絕的核心密碼。《永樂大典》全書約3.7億字，正文以明代官用楷書「台閣體」一筆一畫抄寫而成，字體端正嚴謹，是古代寫本的精品代表。廣州國家版本館館長張偉濤在致辭時表示，「方正文沁永樂大典體」字庫於2023年12月啟動製作，「字庫最大程度傳承和復現明代原典筆墨氣韻，既精準復刻、工整有序，又合乎計算機字體規範與現代審美需求。」張偉濤說，目前已完成包括6,700多個簡體漢字、13,000多個繁體漢字，以及西文、數字、符號等總計42,000個字符的研發任務。

發布會上，8家中央媒體、廣東全省各地級市以上市委宣傳部、省直宣傳文化系統有關單位及港澳媒體等50多家機構成為首批授權單位，香港大公文匯傳媒集團位列其中。為進一步促進字體社會應用，此次

發布會同步啟動「方正文沁永樂大典體字庫公益計劃」，面向全國黨政機關、事業單位、媒體單位、公益機構和個人等免費授權該字體公益使用，獲得授權的單位或個人可以將字體內容應用在各類公益用途上，包括公益活動、公益廣告、公益視頻、公益書籍、公益展板、公益海報、宣傳冊，以及其他形式和介質的推廣項目等，推動中華傳統書法雅韻走進千行百業，融入大眾日常，全方位、多維度、立體化傳播漢字之美。