

首兩月 995 萬旅客人次訪港

內地客佔 789 萬升 22% 旅遊界：短假期旅遊商機龐大

香港在多項盛事和節慶加持下，旅遊業持續增長。香港旅遊發展局昨日公布，今年首兩個月合共錄得 995 萬旅客人次訪港，按年增長 18%，當中有超過 789 萬人次為內地旅客，較去年同期上升了 22%，旅發局指主要受惠內地春節黃金周以及各項大型盛事帶動。香港旅遊促進會總幹事崔定邦接受香港文匯報訪問時則指出，業界不應只聚焦長假期，短假期同樣蘊藏龐大商機，只要做好準備，便能吸引更多粵港澳大灣區內地城市的旅客在周末或短假期來港，體驗香港獨特的文化及自然魅力。

●香港文匯報記者 吳健怡

由於 2 月中為春節假期，旅遊發展局的數字顯示，單是 2 月，內地訪客便有近 425 萬人次來港，較 1 月份為多，而按年則大升了 53%，連同 1 月份的 789 萬人次，按年升 22%。

至於其他地區的非內地旅客，今年首兩個月有 206 萬人次訪港，按年增 8%。

短途客現波動 長途市場表現佳

當中訪港的短途旅客，上月僅有不足 49.2 萬人次，按年下跌 9%，頭兩個月則合共有 113 萬人次，只輕微增長 0.1%，旅發局解釋，短途市場受春節與穆斯林齋戒月日期變動的影響，整體短途市場的按月表現出現波動。

長途市場表現較為突出，上月約有 25.8 萬長途市場的旅客來港，按年升 14%，而連同 1 月份長途旅客有 61.7 萬人次，按年升幅則有 23%，旅發局表示澳

洲、法國、德國訪港旅客量按年升幅均約有兩三成。至於新市場旅客，上月則有近 4.5 萬人次訪港，按年升 13%，連同 1 月則有 11.7 萬人次，升幅達 30%。

來港消費模式轉變 遊客追求深度文旅

崔定邦對香港文匯報表示，現時旅客的來港消費模式已出現明顯轉變，由以往較着重「食、買、玩」的消費主導，已轉向追求更具深度的文化體驗。

他舉例指出，愈來愈多旅客喜歡到麥理浩徑行山，探索香港的自然風光。

他表示，有多次來港旅遊的內地朋友曾向他興奮地推薦本地自然觀光地點，吸引其多次來港的原因是香港除了是繁華的國際大都市外，同樣擁有迷人的自然環境，以及深厚的歷史底蘊，對方向他介紹了擁有近 300 年歷史的西貢鹽田梓，形容該處是香港少數結合客家文化、天主教歷史及自然生態的特



●崔定邦表示，現時旅客的來港消費模式已出現明顯轉變，向追求更具深度的文化體驗。圖為大年初二香港大埔林村許願樹迎來大批市民與遊客。
資料圖片 轉

色島嶼。

籲業界提前布局 吸引旅客在港消費

「無人流便無經濟，只要人流多了，才能促進經濟發展。」崔定邦強調，在盛事經濟的推動下，香港旅遊業正逐步復甦，但除特區政府的帶動外，商

界同樣需要積極把握商機。他以即將來臨的內地清明節假期為例，指出內地雖然只有三天短假期，但香港周邊的城市會出現人口流動，不少人會趁假期外出旅遊。他因此呼籲旅遊業界應該提前布局，例如舉辦購物節等推廣活動，為旅客提供誘因吸引在港消費。

國際試食節下月開鑼 多款食品賣 1 蚊

香港文匯報訊（記者 鍾靜雯）展覽集團主辦的「香港國際試食節暨優質食品博覽 2026」將於 4 月 3 日至 7 日假會展中心舉行，匯聚超過 50 個國家及地區近 500 個展位，以「預先試食、安心選購」為特色，帶來海鮮、零食、有機食品、茶飲及酒品等多元選擇，多款產品包括有機食材、台式水果乾、順德魚蛋等以低至 1 元限量發售，另展期首日頭 1,000 名入場人士更可免費獲取燒肉一份。

首日頭千名入場者請食燒肉

展覽集團總經理朱雪玲表示，去年展會錄得近 26 萬人次入場，今年規模全面升級，集美食、優惠、娛樂、文化於一體，且優惠力度升級，除多款產品低至 1 元限量發售外，澳洲紅酒、羽衣甘藍粉等亦推出 10 元限量特價。主辦方更推出「請你食金豬」活動，展期首日頭 1,000 名入場者可獲贈燒肉換領卡，於指定時間到指定展位換領燒肉一份，其後每日頭 500 名入場者同樣獲換領卡。燒肉數量有限，先到先得，送完即止。

今年並首度引入全港首個「超人氣角色食玩館」，集日本、歐美與亞洲人氣卡通 IP，並劃分多個主題，每個主題均設專屬角色造型美食和打卡位，其中 Monchhichi 夢工場呈獻 Monchhichi 甜點、Snoopy 港式慢活街頭食府主打經典美食、Panda Friends 點心小館則推出家姐細佬熊貓中式包，以及百變小櫻點心店，將人氣角色與特色美食創意結合。主辦方推出限量搶購的早鳥「食玩袋」，本月 23 日起開放預訂，購買的入場人士可享優惠價格，更獲限定精品優先訂權。

3.5 米高小型充氣包山任打卡

博覽並特設「長洲美食文化區」、「美樂士多懷舊專區」、「Taste of Jazz」及「飲嘢市集」，還有「食得喜、安與健滿分樂齡區」。其中「長洲美食文化區」設置 3.5 米高小型充氣包山供市民打卡，並有平安包及珍寶大魚蛋等長洲獨有美食。「美樂士多懷舊專區」則精選逾 30 款香港上世紀七八十年代經典小食、玩具及歷史舊物，包括懷舊糖果、趣味小玩意等，讓市民重溫童年時光，另有 5 角「有渣手」懷舊零食「任你拎」趣味遊戲，凡消費滿 50 元即可用 5 角參加，一手盡取糖果零食，每日名額限 50 人。

「Taste of Jazz」區則提供現場爵士樂表演與美酒佳餚；「飲嘢市集」匯聚 20 間茶飲品牌，而全新「食得喜、安與健滿分樂齡區」專為長者設計，展示軟餐、照護食品，推動全齡友善飲食文化。會場同期設歡樂天地嘉年華及中年觀摩王音樂會，帶來遊戲設施與金曲表演，適合一家大小同樂。

展覽門票 10 元，65 歲或以上長者、傷殘人士及 1 米以下小童免費入場；另每日首 1,000 名現場購票者可以特價 1 元購入場門票，每人限購一張。



●「香港國際試食節暨優質食品博覽 2026」將於 4 月 3 日至 7 日假會展中心舉行，匯聚超過 50 個國家及地區近 500 個展位，帶來海鮮、零食、茶飲及酒品等多元選擇。
香港文匯報記者涂穴 攝



●「美樂士多懷舊專區」精選逾 30 款香港上世紀七八十年代經典小食及歷史舊物，包括懷舊糖果、趣味小玩意等。
香港文匯報記者涂穴 攝



●秦小姐（左）表示，公司主打中國清酒品牌，首次參展希望通過香港拓展業務到海外市場。
香港文匯報記者涂穴 攝

香港國際試食節暨優質食品博覽 2026

展覽資料

- 日期：4 月 3 日至 7 日（星期五至星期二）
- 時間：4 月 3 日至 6 日（星期五至星期一）上午 10 時至晚上 8 時；
4 月 7 日（星期二）上午 10 時至下午 6 時
- 地點：會議展覽中心 1ABCD 展覽廳
- 票價：10 元（65 歲或以上人士出示長者咭或身份證、持傷殘人士證者，或身高 1 米以下小童免費入場）
- 網址：<https://www.exhibitiongroup.com.hk/exhibitions/foodexpo2026>

1 元及 10 元限量震撼優惠

公司及展位編號	優惠
●華御堂 (1972) 有限公司 1A-U07	主打 Cinagro 有機超級食物系列，包括有機金色熟亞麻籽、冷榨亞麻籽油及五黑養生粉。展會期間指定產品每日限量低至 1 元及 10 元發售，每款每日限量 10 件，先到先得。
●Juwan Trading Co Ltd 1B-M31&M32	特設多款健康零食限定優惠，包括台式蜜餞水果乾指定口味每日限量 1 元發售（每日限 20 包），以及 10 倍濃縮即飲有機羽衣甘藍粉，每日中午 12 時起限量每盒 10 元特價。
●保森國際有限公司 1B-N17	澳洲弗萊明頓嘉年華紅酒 (750ml)，每日中午 12 時起限量 40 支，每支僅售 10 元。
●業昌食品有限公司 1C-K17	正宗順德魚蛋 (250g)，展覽期間每日早上 11 時起以 1 元限量發售，每日限量 20 盒，每人限購一盒，數量有限，售完即止。

資料來源：展覽集團 整理：香港文匯報記者 鍾靜雯

內地酒商冀藉港平台「走出去」

香港文匯報訊（記者 鍾靜雯）香港國際試食節雲集各地特色品牌參展，有內地公司及本地新品牌首度參展，分別推出清酒、燕麥奶等特色產品與限時優惠，預期營業額均有顯著增長，內地清酒公司推出低於半價優惠，希望吸引本地市民，並期望藉香港平台提升品牌曝光，將企業品牌拓展海外。至於本地食品科技研發公司，亦計劃將產品銷售至英國及中東地區。

盼啟中華清酒復興之路

總部在江西贛州的中國輕雲控股有限公司，其客戶服務總監秦小姐對香港文匯報表示，公司主打中國清酒品牌，首次參展希望通過香港拓展業務到海外市場，「清酒非日本發明，中國周朝文獻已有記載，後經韓國傳至日本並發揚光大，我們希望開啟中華清酒復興之路。部分酒瓶採用景

德鎮陶瓷製造，設有輕雲系列、梅花高訂酒、以朝代命名的系列等。」

她表示，展會有一部分清酒以廠批發價發售，其中一項得獎產品原價 128 港元，展會價 49 港元，低於半價，現場攤位特地設有唐代詩人李白的布景立牌吸引人流。

另一參展的 Meat the Next 虎堅果燕麥奶食物科技公司，專注食品科技研發，在內地和香港均建立研發團隊，研發植物基食品及飲料的一站式解決方案。該公司事業發展經理車小姐表示，公司營運約一年，主要產品為燕麥奶，以自種堅果作原料，不含乳糖、無人工添加糖且高鈣，在香港的銷售渠道逾 5,000 個，澳門 20 多間超市已上架，未來將拓展至英國、中東等地區。

她表示是次參展，「多買多惠」，購買 10 支植物奶可享約 5 元優惠，並提供送貨上門服務，而今

次是首次參與該展會，目標銷量增長四成，營業額增長兩成。

近六十年老字號品牌首參展

有香港老字號品牌亦首次參展，其中振興企業傳訊經理劉小姐指其展攤有五大優惠，包括夾公仔機互動環節，每日 50 個免費參與名額，夾中吉祥物可獲贈一公斤金牌牛筋丸，每日 5 個中獎名額，另有全日免費試食王牌丸類產品、試食後獲贈 10 元門市丸類產品優惠券、手機應用程式可搶購 20 元門市優惠券、讀好社交媒體專頁可獲贈肉丸一包等。

她指公司營運第五十九年，今年是首次參加試食節，冀為品牌宣傳並測試市場反應。

首次參展的老字號廣昌隆，發言人許先生表示金華火腿原價 299 港元，在展會售 100 港元，每日限量 20 份。他期望人流較門市多兩至三成，營業額增長一成左右。

中環海濱大型花市預約名額全爆滿

香港文匯報訊 由不只制作 (Pen & Paper) 主辦、恒基兆業地產呈獻的「Henderson Land x Cj Hendry Flower Market」，將於明日至周日（19 日至 22 日）首度登陸亞洲，一連 4 天假中環海濱舉行。這項大型花市活動乃香港「藝術三月」首個登場的大型文藝盛事，而所有預約場次在花市活動公

佈後不足一天即全數額滿，已登記人士憑二維碼門票免費入場。

恒基兆業地產指出，花市活動亦為其成立 50 周年慶祝活動之一，集團期望透過這項推動更廣泛的社區參與及連結，讓藝術體驗不止於觀賞，更成為凝聚社區、傳遞歡樂的平台，故活動向公眾開放

前，便特別邀請 160 位兒童及長者率先成為「Flower Market」的首批訪客。

是次活動將展出逾 26 款由澳洲藝術家 Cj Hendry 精心創作的奇趣毛絨花。Cj Hendry 特別為香港站創作兩款專屬限定作品，分別為「Henderson Flower」繡球蔥花 (Allium) 及洋紫荊「Bauhinia」。



●160 位兒童及長者率先成為「Flower Market」首批訪客。
恒基供圖