

# 港旅遊轉型如何「留客留財」?

原

摘錄自5月2日香港《文匯報》：內地「五一」黃金假期正式拉開帷幕，香港迎來了疫後旅遊復甦的又一波熱潮。大批遊客經高鐵及各海陸空管制站抵港，西九龍高鐵站內人頭湧湧，廣東道等傳統名店區再次展現出「購物天堂」的獨特魅力。

譯

同時，香港多個著名的自然景點亦人潮如織，更勝去年。特區政府推進旅遊業轉型，推廣「無處不旅遊」理念取得顯著成效。業界須深度發掘香港豐富的自然生態、文化古蹟和工業遺產等旅遊資源，加快旅遊業轉型升級、多元化發展，增強「留客、留財」的效應。

## Golden Week Boom Highlights Need to Accelerate Tourism Transformation and Upgrading

譯

The mainland's Labour Day Golden Week holiday has officially begun, ushering in another wave of post-pandemic tourism recovery for Hong Kong. Large numbers of visitors have arrived via high-speed rail as well as various land, sea and air control points. West Kowloon High-Speed Rail Station has been packed with travellers, while traditional shopping districts such as Canton Road have once again displayed the city's distinctive allure as a "shopping paradise".

At the same time, many of Hong Kong's well-known natural attractions have been thronged with visitors, surpassing last year's levels. The Government's efforts to promote the transformation of the tourism sector and its vision of "Tourism is Everywhere" have begun to yield tangible results. The industry must now delve more deeply into Hong Kong's abundant natural ecology, cultural heritage and industrial legacy, accelerate transformation and upgrading, diversify development, and strengthen the effects of retaining visitors and spending.

Data show that during this year's Labour Day holiday, the number of mainland visitors to Hong Kong is expected to reach 920,000, representing an increase of around 20 per cent year-on-year and accounting for approximately 84 per cent of total incoming visitors. Hotel occupancy rates have generally reached about 90 per cent, reflecting a buoyant market. However, a pressing issue remains: some visitors are staying in Hong Kong for only a

短遊計劃僅留港一兩日，隨後前往廣州、澳門等地。有旅行社東主坦言，接待「觀光團」淨收益比「購物團」減半，這反映出遊客停留時間短直接影響營收。破解之道，正是通過深度遊、特色遊來延長遊客停留期限，實現「留多幾日、加強消費」的目標。

尤其值得關注的是，隨着交通網絡的進一步完善，越來越多消費力強的內地遊客選擇「粵車南下」或乘搭高鐵來港。他們不僅帶來了可觀的經濟效益，也對香港的旅遊服務提出了更高要求。

面對這一新形勢，香港不能僅僅停留在滿足遊客簡單的購物消費層面，而應把握機遇，加快旅遊業轉型，以多元化的深度體驗「留客」，為經濟發展注入更持久的動力。

當前，遊客的旅遊模式已悄然發生轉變。除了「血拚」購物之外，越來越多遊客特別是年輕一代，對香港的自然生態、歷史文化及地道

生活展現出濃厚興趣。他們希望透過深度遊，細味香港中西文化交匯的獨特韻味。特區政府積極推動「無處不旅遊」理念，成立發展旅遊熱點工作組，並推出「本地特色旅遊鼓勵計劃」，正是順應這一潮流的務實之舉。

近期大受歡迎的「九龍城寨光影之旅」及「油蔴地警署光影之旅」便是成功典範。這些項目巧妙利用香港的歷史文化資源，結合現代光影科技，讓遊客在沉浸式體驗中了解香港的歷史變遷。數據顯示，相關展覽入場人次及門票銷售情況理想，且外地遊客佔比不斷上升，證明了深度文化旅游的巨大潛力。

香港擁有得天獨厚的旅遊資源。從西九文化區的藝術熏陶，到郊野公園的山海風光，再到遍布全港的歷史古蹟，每一處都值得深入發掘。業界應善用這些資源，開發更多如生態遊、文化古蹟遊及工業旅遊等特色產品。例如，可進一步推廣新界農莊的有機生態體驗，

或將重慶大廈等具電影情懷的地標打造為旅遊景點，為遊客提供情緒價值與獨特回憶。

要讓遊客「留多幾日」，關鍵在於提升旅遊的「軟件」配套。這包括完善景點的交通接駁、培訓具備深度知識的導賞人才，以及開發具創意的周邊聯乘產品。

同時，要善用香港「背靠祖國、聯通世界」的優勢，在國家「一程多站」的旅遊規劃中發揮核心作用，吸引更多國際遊客經港進入大灣區。

黃金周的旺場景象令人鼓舞，但香港旅遊業的轉型之路仍需持續努力。我們應用好國家給予的各項惠港政策，在維護好繁榮穩定的社會環境下，不斷挖掘城市深度，提升服務品質。透過構建多元化的旅遊生態，香港定能擦亮旅遊這塊「金字招牌」，在融入國家發展大局中實現更高質量的發展，讓每一位訪客都能感受到東方之珠的獨特魅力與無限活力。

short period. According to available figures, many tourists plan to remain in the city for just one or two days before travelling on to Guangzhou, Macau and other destinations. An owner of a travel agency has candidly admitted that the net profit from hosting "sightseeing tours" is only half that of traditional "shopping tours", highlighting how short stays directly undermine revenue. The solution lies precisely in extending visitors' length of stay through in-depth and themed travel, so as to achieve the goal of "staying longer and spending more".

Of particular note is that, with further improvements to the transport network, a growing number of high-spending mainland visitors are choosing to drive to Hong Kong under the "Southbound Travel for Guangdong Vehicles" scheme or to travel by high-speed rail. While they bring considerable economic benefits, they also raise expectations of the city's tourism services. Facing this new reality, Hong Kong cannot limit itself to fulfilling visitors' basic shopping needs; it must seize the opportunity to accelerate the transformation of its tourism sector, using diversified and in-depth experiences to retain visitors and inject more sustained momentum into economic development.

At present, tourists' travel patterns are undergoing a subtle but significant shift. Beyond "splurge shopping", a growing number of visitors—especially from the younger generation—are showing strong interest in Hong Kong's natural environment, historical heritage and everyday local life.

Through deeper forms of travel, they hope to savour the city's unique character as a meeting point of East and West. The Government's active promotion of the "Tourism is Everywhere" concept, the establishment of a Working Group on Developing Tourist Hotspots, and the launch of the Characteristic Local Tourism Incentive Scheme are pragmatic measures that align well with this trend.

The recently popular "Kowloon Walked City: A Cinematic Journey" and "Yau Ma Tei Police Station: A Cinematic Journey" offer successful examples. These projects ingeniously harness Hong Kong's historical and cultural resources, combining them with modern light and projection technologies to provide immersive experiences through which visitors can better understand the city's historical evolution. Data indicate that attendance figures and ticket sales for these exhibitions have been encouraging, with a rising proportion of overseas visitors—clear proof of the immense potential of in-depth cultural tourism.

Hong Kong is endowed with uniquely rich tourism resources. From the artistic ambience of the West Kowloon Cultural District, to the mountains and seas of its country parks, and the historical monuments scattered across the territory, every corner warrants deeper exploration. The industry should make good use of these assets to develop more niche products, such as eco-tourism, heritage tours and industrial tourism. For instance, organic farming and ecological experiences in the New Territories could be further promoted, or landmarks

imbued with cinematic nostalgia—such as Chungking Mansions—could be transformed into distinctive tourist attractions, offering visitors emotional resonance and lasting memories.

Encouraging visitors to "stay a few more days" ultimately depends on enhancing the tourism "software". This includes improving transport links to attractions, training guides with in-depth knowledge, and developing creative co-branded merchandise and ancillary products. At the same time, Hong Kong should fully leverage its advantages of being "backed by the motherland and connected to the world", playing a core role in national "multi-destination itineraries" by attracting more international visitors to enter the Greater Bay Area via Hong Kong.

The lively scenes witnessed during the Golden Week are heartening, yet the path of transformation for Hong Kong's tourism industry requires continued effort. By making full use of the various policies supporting Hong Kong provided by the state, safeguarding a stable and prosperous social environment, and continually unearthing the city's deeper appeal while upgrading service quality, Hong Kong can build a diversified tourism ecosystem. In doing so, it will further polish tourism as one of its "golden signboards", achieve higher-quality development while integrating into the national development strategy, and ensure that every visitor experiences the unique charm and boundless vitality of the Pearl of the Orient.

● Tiffany

## 「一日旅居」鬧笑話 語義為何「貶值」?

恒

隨着大學入學門檻不斷降低，社會上出現了學位貶值之說，指的是愈來愈多人獲得學位，以致其價值逐漸下降，與此情況相似，在學院裏面又出現了「等級貶值」的情況，越來越多學生輕易獲得優等成績，於是它就逐漸變得不再「矜貴」了。

其實除了學術上的「貶值」外，近年社交媒體發達，亦導致某些詞語的語義出現「貶值」的情況，不少博主、內容創作者、KOL等或為博取流量，或為向外界宣稱自己的生活過得好，往往把自己的生活點滴，以不符實況的詞語大肆吹捧，其中一個頗常見的「詞義量化寬鬆」，出現於社交媒體上的旅人濫用「旅居」一詞。

一般而言，旅居是指離開自己的原產地，於外地臨時居住，它與旅行不同的，是必須包含「居」的概念。雖然沒有量化的定義，但旅居一般指某人留在當地數月甚至數年，慢慢讓自己融入當地生活，甚至在當地工作，這才符合「居」的概念，可是，網上卻不乏有人把自己長時間遊歷不同國家稱為「旅居」，更出現「旅居世界」之說，除非這些長程旅人都有李白「天地者，萬物之逆旅」的想法，否則他們既然出生自這個世界，又如何離開自己的原產地，到世界臨時居住呢？

「旅居世界」還未算最誇張，曾有某位KOL稱自己在阿根廷住了五個月，然後「旅居」巴西一日，令人啼笑皆非，依此邏輯，每逢周末應該有大量港人北上「旅居深圳」了。大概旅居這個詞聽起來比旅遊、旅行浪漫優雅得多，於是縱使未達到其詞義所指的條件，網民仍不惜以此往自己臉上貼金，讓「旅居」的門檻大大降低，不需審慎規劃，只需拿起背包，人人皆可「旅居」。

### 拒絕隨波逐流 謙遜不落俗套

另一個例子是中文的詞綴「家」。我們所說的「××家」，通常指某領域上已有重大成就，對該界別有影響力甚至自成一門派的人，因此，「音樂家」應該是造詣超群、聲名顯赫的音樂人，「藝術家」是具備獨特個人風格、美學素養深湛的藝術工作者，不過近年不少專業樂團喜歡將成員由以往的「樂師」改稱為「演奏家」，音樂系主任生甫畢業即稱「演奏家」，也許當世藝術發展蓬勃，以致人人皆成「家」吧。

無可否認，詞語的內涵會隨時代逐漸改變，在大眾都接受這種變化之際，大概只有心境澄明的人，才會對名與義的關係比較執着。曾有一位在本地大學任教哲學多年的T教授接受訪問時，被主持人冠以「哲學家」的身份，教授隨即斬釘截鐵地回道，自己不是什麼哲學家，只是哲學學者。這一回覆弄得不知是出於客氣抑或有心奉承的主持一臉尷尬，卻令教授自己不落俗套。

●蘇澤民

香港恒生大學中文系高級講師

## 三招助記不發音字母 實踐中糾正最有效

貼地英文

英文中的不發音字母 (silent letters) 數量之多，或許超乎想像。此類字母約佔英文詞彙的四成至六成，且二十六個英文字母都有可能成為不發音字母。本文將探討不發音字母的各個層面。

數百年前，印刷機的發明促成了英語的廣泛傳播。當時來自內陸的工匠不僅在印刷機的操作與維護上盡心盡力，還對排版多加指點，可謂過於熱心。這些工匠認為，將「ghost」加上「h」變成「ghost」更為美觀。此外，排版的另一項考量是左右對齊，於是在某些詞尾加上長短不一的「e」，以使每行文字長度一致。例如，將「mak」加上「e」成為「make」。據說，原本以「er」結尾的詞彙，也為了維持行長一致而調換字母順序，因此硬是將「Center」寫成了「Centre」。

在文藝復興時期及推崇法語的氛圍下，人們原汁原味地引入了拉丁語、希臘語和法蘭西語的詞彙。這些詞彙中充滿了許多難以解釋的不發音字母，例如來自希臘語的「Psychology」（心理學）不發「p」音，源自法語的「Champagne」（香檳）不發「g」音，取自拉丁文的「Debt」不發「t」音。即便是現

代的正式日耳曼語也存在此類現象，例如「wrong」（錯誤的）一詞中的「w」便不發音。

最值得注意的是類推作用。原本「could」一詞中並無不發音字母，但由於它與「would」和「should」同屬情態動詞，因而被強行加上「l」，變成了「could」，被迫歸入不發音字母的族群。

無論原因為何，含有不發音字母的英文詞彙數量極多，如今只能設法應對。以下歸納出三種方法：

- 第一種是口訣法：
  - 「I before E」，例如「believe」中「v」之後的「e」不發音；
  - 「E before I after C」，而「receipt」中的「p」不發音；
  - 「E before I if sounded like A」，例如「weigh」中的「gh」兩個字母不發音。當然，此規則也有例外，如「policies」與「weird」。以下要介紹的第二種方法則更為可靠。

第二種是學理上正確的方法：遇到不確定的讀音時，查閱字典中的國際音標 (IPA)。此方法最適用於專有名詞，例如「The River Thames」（泰晤士河）中的「th」不按一般讀法 (/θ/) 發音，其音標為 /temz/。與

「think」的音標 /θɪŋk/ 相比，便可知每個詞彙的讀音皆可能不同。

第三種是學以致用的中庸之道。任何發音規則最終皆須應用於對話之中。在實踐中，只要保持謙遜 (humble)，我們可從錯誤修正中學習，而非死記硬背規則。例如，尖沙咀海旁的「Salisbury Road」原本譯作「梳利士巴利道」，後來經英語母語人士指正，得知詞中的「i」不發音，於是改譯為「梳士巴利道」，省去了一個多餘的音節。

透過實踐法可以體會到，不發音字母存在兩種處理方式。例如「Louis」結尾的「s」，有人會讀出，有人則視為不發音，這是一個可讀可不讀的例子。另一個有趣的詞是「interesting」，許多人認為其中的「r」不發音，但若將其讀出，亦被視為另一種正確讀法。

口訣法作為入門，便於記憶卻難免有例外；字典音標，雖嚴謹可靠卻不免繁瑣，僅適用於關鍵詞彙；最終仍須回歸實踐對話，在真實語境中謙遜修正、積累語感，從而反過來驗證並豐富口訣與音標知識。

如此由簡至繁，再由繁返簡，三者相輔相成、循環推進，方能真正掌握不發音字母的讀寫規律。

●康源 專業英語導師

## 流行歌中「美麗的誤會」揭示發音陷阱

普通話教與學

你有沒有試過，一首歌唱了十幾年，忽然某天發現——「噢，原來我一直唱錯了？」作為普通話老師，我在教學過程中發現，流行歌曲是學生接觸普通話的重要途徑。旋律一響，歌詞跟着原唱脫口而出，許多讀音就這樣不知不覺「入了腦」。

然而，即使是歌神或金曲，有時也會藏着一些「美麗的誤會」。今天分享三首經典，看看你是否也曾掉進這些發音陷阱裏。

陳奕迅的《孤勇者》近年紅遍大江南北，幾乎成了「全民金曲」。副歌有一句：「愛你不跪的模樣」——大家記得他怎麼唱了嗎？錄音版本裏，這個「模」字唱的是「mó樣」。其實在普通話中，「模」字在表

達形狀、樣子這類意思時，標準讀音是「mú樣」；「mó」則用在「模範」「模糊」這些詞裏。這個多音字區別極小，別說香港學習者，許多母語者也常在口語中混淆，可謂是多音字裏的「一道坎」。

### 「劊」只有一個讀音

劉德華的《冰雨》傳唱二十年，其中「你就像一個劊子手把我出賣」是最痛徹心扉的。錄音版本裏，「劊」字唱的是「kuài子手」。而這個字的標準讀音，其實是「guì子手」。在普通話中，「劊」只有一個讀音，就是guì，專指「割斷」的意思。假如你之前一直跟着華仔唱「kuài」，放心，你絕不是少數——這個字，幾乎稱得上是華語金曲裏「騙倒最多人」的讀音之一了。今後唱到這

句，記得認準guì子手。

歌神張學友的普通話發音向來是港星中的標杆。但即使是歌神，在普通話多音字面前也曾留下一個頗有意思的細節。副歌前那句「總在那間，有一些了解」，歌神唱的是「shà」那。標準讀音其實是「chà」那。「刹」字有兩個讀音，讀「shà」時指「止住」，例如「刹車」；讀「chà」時則專門用在「刹那」這個源自佛經的詞裏，形容極短的時間。這個字，真的可以說是多音字裏的「終極挑戰」了。

流行音樂是語言學習的絕佳教材，歌手們賦予了文字情感與生命。當我們在KTV裏盡情高歌時，若能偶爾回頭看看這些「美麗的誤會」，不僅能增添「歌餘飯後」的趣味，更是提升普通話水平的捷徑。

●周全老師

香港普通話研習社 Xianggang Putonghua Yanxishe

香港恒生大學 THE HANG SENG UNIVERSITY OF HONG KONG