

陳國基：活動豐富帶動黃金周人流消費



●10月1日晚上的國慶煙花匯演，吸引超過37.8萬人欣賞。

香港文匯報訊 一連七天內地國慶黃金周期間，香港接待旅客的各項安排暢順，市面人流暢旺，氣氛熱鬧，帶動各行各業生意。由香港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，國慶黃金周平均每日內地旅客入境約202,000人次。內地旅客入境最高峰日子為10月1日，約有277,000人次。其間最多內地旅客使用的入境口岸為落馬洲支線，其次為高鐵西九龍站。期內共有約1,140個內地入境旅行團，超過41,000人次訪港，其中約六成屬過夜行程，黃金周期間酒店入住率

普遍達到九成。

遊客區餐飲業生意增一成

陳國基指出，黃金周期間香港活動精彩豐富，10月1日舉行的國慶煙花匯演和國慶賽馬日等活動廣受市民和旅客歡迎。政府和社會各界推出多項特別優惠及活動，有效帶動人流和刺激消費，多個零售類別消費額均有按年單位至雙位數增幅，餐飲業界亦指遊客區生意額有約一成增長。他強調，政府將繼續與業界攜手推廣多元化

的旅游產品與項目，為旅客打造全方位且具深度的旅遊體驗，持續為本地經濟注入動力。訪港旅客遍及全港主要景點，包括主題公園、山頂、昂坪、星光大道等，整體人流暢旺。10月1日晚上在維多利亞港舉辦的國慶煙花匯演，吸引超過37.8萬人欣賞，人流管制安排暢順，深受市民和遊客歡迎；在沙田馬場舉行的國慶賽馬日吸引近3萬人入場，包括超過9,300名旅客；而在維多利亞公園舉行的國際中秋綵燈匯及丙午年中秋綵燈會反應踴躍，活動兩度延長，合共吸引約73萬人次入場。

首九月4070萬旅客訪港升12% 國慶黃金周表現超預期

盛事之都末季衝刺 全年5380萬旅客滿有信心



今年內地國慶黃金周訪港內地旅客超過141萬人次，按年上升近9.5%。

香港特區政府文化體育及旅遊局局長羅淑佩昨日表示，為期7天的國慶黃金周訪港內地旅客人次，較去年共8日的黃金周更高，超越原先估算。她又形容今年香港旅遊業整體表現出色，首9個月已錄得4,070萬訪港人次，按年增加12%。國慶黃金周圓滿收官，但香港好戲在後頭，接下來幾乎每月有盛事，每周有亮點節目，故羅淑佩對達到全年5,380萬訪港旅客人次的目標充滿信心。

●香港文匯報記者 朱欣欣

根據入境處統計數字，今年國慶黃金周期間，即10月1日至10月7日共錄得超過160萬訪客人次入境，較去年同期升約6.37%。單論內地訪客則有超過141萬人次，較去年約129萬人次升近一成。

Discover Hong Kong 整合票尾優惠

羅淑佩昨日在立法會上分享本港多項旅遊業數字報捷，包括今年首9個月錄得4,070萬訪港人次，今年國慶黃金周七日的訪港內地旅客人次，較去年的八天黃金周更高。她又特別提到，旅發局首度舉辦的國際中秋綵燈匯及中秋綵燈大會受歡迎，共吸引約73萬人次入場，帶動周邊餐飲和零售。

她續表示，接下來旅發局今年首次打造香港萬聖月，在不同旅遊熱點舉辦Cosplay（角色扮演）街頭派對，又會在11月的香港美食月推出香港美酒佳餚巡禮的票尾優惠，延續盛事效益。Discover Hong Kong平台亦會優化，整合由旅發局主辦及推廣的盛事票尾優惠，並提供一站式聯絡服務，促進盛事主辦機構與零售、餐飲、旅遊相關協會的合作。

旅發局：灣區合作拓「一程多站」

此外，針對近年不少旅客新興「一程多站」旅遊模式。羅淑佩強調，打造「一程多站」示範核心區是國家建設旅遊強國賦予香港的重要定位，會深化與內地部委及省市的合作，並加強海外宣傳推廣，特別加強向中、長途市場，包括哈薩克



●今年國慶黃金周訪港內地旅客超過141萬人次，按年上升近9.5%。

香港文匯報記者郭木又攝

10月至12月香港部分盛事活動

時間		活動
10月	1日至31日	香港萬聖月
	7日、14日及21日	Happy Wednesday「德國啤酒節」及「啤酒節」
	11日	香港單車節及單車節嘉年華
	29日至11月1日	香港美酒佳餚巡禮
	31日	EVOKE音樂節
11月	1日至2027年1月3日	香港繽紛冬日巡禮
	1日	第20屆大角咀廟會
	2日至8日	香港網球公開賽2026(WTA 250)
	15日	港珠澳大橋(香港段)半馬拉松2026
	16日至21日	設計營商周
	21至29日	2027香港Dragon級別帆船世界錦標賽
	9日至13日	香港國際賽事周
12月	9日至13日	WTT香港總決賽2026
	9日至2027年4月26日	雲光萬里——絲綢之路的文化交流與佛教藝術(暫名)
	12日至2027年1月4日	第60屆工展會
	31日至2027年1月1日	香港跨年倒數

資料來源：香港旅遊發展局

整理：香港文匯報記者 朱欣欣

斯坦和烏茲別克斯坦等推廣「一程多站」。

旅發局主席林建岳近日接受傳媒訪問時亦指出，疫後旅客出行模式轉變，單靠觀光已不足以吸引回訪，因此每次都要想出新點子，再配合套裝式推廣，從而延長他們留港時間及消費。他又認同必須聯同大灣區內地城市推動「一程多站」，打造更具吸引力的區域旅遊路線。

拓展新客源方面，香港近年積極推動穆斯林友善旅遊，林建岳指出，近年因國際政經環境轉變，香港漸漸成為他們的旅遊目的地。他樂見本港愈來愈多餐廳主動提供清真餐牌，展現出靈活變通的服務精神與國際包容度。

香港第一個五年規劃提出於2030年，在啟德體育園舉行的演唱會或表演中，非本地藝人為主的活動比例提升至60%。林建岳建議政府成立專門團隊，主動邀請歐美和日韓巨星來港，同時加快辦理演出團隊工作簽證、協助大型舞台裝置清關等行政支援，又建議香港串連上海及北京等內地城市，一同洽談表演者演出。

最快月底推港產片場景指南

另就施政報告提出設計串連經典港產片場景、地道夜市和本地飲食體驗等的旅遊路線，林建岳分享最快本月底推出指南，供旅客參考。

迪士尼商品巡禮「復聯」新周邊搶先睇

香港文匯報訊（記者 李千尋）香港迪士尼樂園度假區昨日舉行2026年商品巡禮，率先展示一系列即將登場的全新品。團隊分享多個項目的人流及營收均表現理想，近年亦持續拓展大灣區內地市場，吸引大灣區內地年輕粉絲。未來將繼續透過更多本地化創作，持續拓展大灣區市場。

特色活動增收效果理想

團隊指出，樂園今年4月推出的「幸運淘金桶」，截至9月底累計吸引逾7萬人次參與，佔灰熊山谷商品收入近九成，同時帶動Chip 'n' Dale系列商品收入按年增長超過一成半。此外，「徽章交換嘉年華2026」在4日內吸引超過8,000名賓客參與，活動收入按年上升超過九成。「Disney Lorcana TCG 歷險之旅」更於12日內吸引逾6萬人到訪，活動期間發售的禮盒亦迅速售罄。

香港迪士尼樂園度假區商品營運綜合策劃經理陳偉賢表示，上半年已正式開設香港迪

士尼天貓國際旗艦店，在天貓618購物節期間躋身最受歡迎品牌排行榜首六位。內地學生「奇妙處處通」會員今年到訪人次較去年同期增長逾兩成半。

香港迪士尼樂園度假區商品採購經理伍文慧續指，樂園早前與政府合作，於尖沙咀廣東道、彌敦道及中環皇后大道中等主要街道設置香港迪士尼主題路牌，亦同步推出以路牌設計為靈感的磁貼神秘禮盒。此外，樂園持續推出香港主題商品，包括紅白藍膠袋系列，今年推出的《蜘蛛俠：英雄重生》主題商品亦加入港式漫畫風格及霓虹燈等設計元素，為賓客帶來別具香港特色的收藏體驗。

推出米奇生日限定商品

團隊表示，將配合節慶及電影熱潮推出更多主題商品，包括聖誕冬日限定商品、將於今年底上映的《復仇者聯盟5：末日降臨》系列商品，以及米奇老鼠98歲生日限定商品等。



●《復仇者聯盟5：末日降臨》系列商品。香港文匯報記者郭木又攝

●不少迪士尼商品融入了香港特色元素。香港文匯報記者郭木又攝

微信報告：港澳仍是內地客出境首選

香港文匯報訊（記者 周曉菁）港澳繼續成為內地遊客出境遊最受歡迎目的地。微信最新發布的「2026中秋國慶微信數據報告」顯示，今年中秋與國慶假期前後相連形成的長假，港澳仍是內地遊客出境遊首選目的地，微信支付於香港區域整體消費筆數同比增長近30%。WeChat Pay HK及香港外卡用戶入境消費筆數同比增長超50%，線上線下掃貨熱度不減。

值得注意的是，假期也帶動美容、美髮、美甲等「悅己」型消費的旺盛需求。報告顯示，此類小程序式交易金額同比提升174%。假日消費也正從熱門城市的集中消費，轉向多地、多場景、多元需求共同增長的新特點。

報告指出，海外目的地因超長假期迎來內地遊客。數據顯示，境外微信支付交易筆數同比增速最快的前20個國家中，歐洲佔12國；荷蘭、新加坡、韓國、德國及意大利的出境遊訪問小程序式用戶數同比分別增長超1倍、60%、50%、40%及40%。

到埠後的購物、出行和餐飲消費同樣增長明顯。境外免稅購物小程序式交易金額同比增長8.5倍；境外打車、共享交通小程序式交易金額同比增長均超1.6倍。行程預訂方面，境外船票預訂小程序式交易金額同比增長超3倍，境外景區門票預定小程序式交易金額同比增長1.5倍。

攜程：境內旅遊客量高雙位數增長

另外，攜程發布的今年中秋國慶假期報告顯示，內地境內旅遊客量按年高雙位數增長，景區門票訂單亦錄得雙位數增幅。境內遊峰值日訂單量，約為日均1.75倍，惟仍低於2024年的2倍，及2025年的2.4倍。境內包車遊訂單按年增長近八成，包圍定製遊增長超過五成，雲南、新疆、甘肅三地包車遊訂單增幅均超過1.5倍。



●廣深港高鐵10月4日迎來客流高峰，發送跨境旅客13.5萬人次。香港文匯報記者黃艾力攝

內地長假出行超21億人次

香港文匯報訊 綜合新華社及記者方俊明報道，今年國慶假期（10月1日至7日），全社會跨區域人員流動量21.42億人次，日均3.06億人次，比2025年中秋國慶假期日均增長0.6%。

另一方面，國慶假期，國鐵廣州局發送的旅客中，選擇高鐵出行的達1,705.5萬人次，佔比82.3%。發送旅客排名前三的車站為廣州南站、深圳北站、長沙南站，分別發送276.5萬、209.2萬、160.3萬人次。發送旅客排名前三的線路為京廣高鐵、廣深港高鐵、杭深線，分別發送275.5萬、272.9萬、151.5萬人次。其中，廣深港高鐵10月4日迎來客流高峰，發送跨境旅客13.5萬人次，同比增長1.7%，主要往返於深圳、廣州和香港西九龍站之間。

廣州南10-1到發旅客破104萬

此外，國鐵廣州局客運中心相關負責人表示，今年國慶假期，客流以旅遊流、探親流為主，以學生流、商務流、務工流為輔；呈現雙向交織、集中出行的特點，整體呈「N」型走勢。10月1日該局迎來客流最高峰，當天發送旅客350.7萬人次，客流創歷史單日新高，其中廣州南站10月1日到發旅客達到104.9萬人次，成為全國鐵路首個單日到發旅客突破百萬人次的車站；而10月8日返程客流仍然較大，當天預計發送旅客238.8萬人次。

另根據國家移民管理局發布，今年國慶節假期全國邊檢機關共保障1,546.2萬人次中外人員出入境，日均220.9萬人次，較去年同期增長6.7%；單日出入境通關最高峰出現在10月4日，達239.7萬人次。

其中，內地居民出境444.4萬人次，較去年同期增長9.3%；外國人入境68.2萬人次，適用免簽政策入境50.5萬人次，較去年同期分別增長5.4%、9.2%。