

旅發局去年邀620位KOL體驗香港魅力

羅淑佩：繼續支持網紅訪港

旅遊之都

美國網紅Speed（甲亢哥）早前以私人身份訪港並網上直播活動，社會關注如何透過網紅效應協助宣傳香港好客之都。

文化體育及旅遊局局長羅淑佩昨日表示，香港旅遊發展局去年主動邀請620位國際網紅（KOL）來港體驗，他們的累計粉絲數接近3.8億，未來會繼續支持網紅訪港，讓他們體驗香港魅力。

大公報記者 賴振雄



旅發局邀請的十大KOL

名稱	客源市場	粉絲數目
Niana Guerrero	菲律賓	99,792,651
Ranz Kyle	菲律賓	39,187,062
Heart Evangelista	菲律賓	35,420,360
Meissie Disin	印尼	15,964,542
陳意涵 Estelle	內地	10,099,000
Georgina Wilson	菲律賓	7,790,398
Freen	泰國	7,233,134
Kwon Yu-ri 權俞利	韓國	6,851,341
Tha Naerng	泰國	5,288,896
Vincent Yeow Lim	澳洲	5,147,852

資料來源：文化體育及旅遊局

國際影星發掘網紅來港

▲旅發局近年積極邀請國際網紅親臨香港，向億計粉絲推介遊港攻略。

▲香港星亨利曾找打來推

昨日的立法會會議上，羅淑佩書面回覆議員林順潮的提問時表示，「親身體驗、眼見為實」是讓旅客感受香港真實面貌、探索多元旅遊體驗的最佳方式。旅發局去年邀請了超過2600名KOL、網紅、媒體及業界夥伴來港體驗，他們來自不同的客源市場，包括內地、東南亞、台灣、日本、韓國及長途市場。

她說單以KOL計算，旅發局在去年主動邀請超

過620位來自本地、內地及海外不同客源市場的KOL在港親身體驗，他們的累計粉絲數接近3.8億；訪港期間，旅發局為他們度身訂造涵蓋中西藝術傳統節慶，以及郊外探索等主題行程。

度身訂造特色行程

根據資料顯示，今年一至三月旅發局已邀請逾650位網紅、媒體及業界夥伴來港，四人來自菲律

賓、兩人來自泰國，其他四位分別來自印尼、中國內地、韓國及澳洲。

此外，「香港盛匯超級三月」舉行期間，旅發局邀請近100位來自不同國家和地區的KOL及名人合作，通過他們的社交媒體分享親身體驗，覆蓋超過5000萬粉絲，當中包括參演Netflix大熱劇集《魷魚遊戲2》的韓國演員魏化儔、世界排名第一的桌球好手卓林普、內地男歌手張遠、新晉火紅泰國男星

Boss及Noeul、英國檯球名宿Ryan Wilson、印尼畫家Eva Alicia等。

羅淑佩表示，日後網紅有意訪港及協助宣傳香港旅遊，旅發局在考慮各項因素，例如粉絲數量、社交媒體網絡的互動率、專業權威、形象及與目標市場及行銷目標是否配合等後，樂意提供適切協助，希望能夠透過他們的親身分享，展現香港的獨特魅力。



▲內地愛情劇《難哄》大熱，劇中在香港多個取景的地方，例如中環石板街，成為最新打卡熱點。

►小紅書上有不少用戶熱烈推薦遊覽香港的奇景。

五一黃金周香港好去處

內地愛情劇《難哄》香港取景地

地點：炳記茶檔（大坑施粥街）、怡和街天橋、中環石板街、半山扶梯

內容：跟着劇中主角的足跡到處打卡

無人機表演

地點：灣仔臨時海濱花園

特色：三大非物質文化遺產節慶為主，晚上8時開始，全長約12分鐘

地質公園六角形岩柱

地點：西貢糧船灣及萬宜水庫東壩

特色：拿着印在500元紙幣上的六角形岩柱圖，實地拍照

跟着米芝蓮指南走

地點：各區

內容：按自己口味、消費額，到不同區食肆品嚐美食

CHILL級啟德運動祭、蠟筆小新「玩轉！時空大冒險」互動體驗展

地點：啟德體育園

內容：定向挑戰、男女子三人籃球挑戰賽等；蠟筆小新沉浸式互動體驗展亞洲首站，有主題限定小食店及必搶的200款香港區獨家精品

資料來源：綜合旅遊業界人士、小紅書香港遊攻略推介

五一黃金周今展開 酒店訂房達九成

內地客浪漫遊港 跟着《難哄》去打卡



無處不旅遊

內地五一黃金周今日展開，預計逾80萬人次內地旅客訪港，假期前夕，內地社交平台小紅書湧現大量香港旅遊攻略，內地愛情劇《難哄》香港取景地，成為最新打卡熱點，拿着500元港元紙幣去西貢萬宜水庫東壩打卡繼續大旺。

五一黃金周，不少內地旅客趁着連放五日假期出外旅遊。翻查小紅書跟香港旅遊相關帖文，已有大量旅遊景點攻略，舉例早前在內地熱播的愛情電視劇《難哄》，女主角溫以凡（章若楠飾演）離家出走來到香港讀書，劇中出現的多個場景，包括：銅鑼灣怡和街天橋、中環半山扶手電梯、石板街、炳記茶檔等，成為內地旅客來港的新興打卡熱點。

另外，西貢萬宜水庫東壩，六角柱石被印於500元紙幣上，成為「小紅書」推介的另一個香港旅遊熱點。政府預計，西貢萬宜水庫東壩會吸引較多遊人前往，推出交通便利旅客措施。

東壩大受旅客歡迎

香港旅遊促進會總幹事崔定邦表示，《難哄》的取景地與東壩「打卡」位，為內地旅客帶來新鮮感，連同傳統旅遊熱點，包括主題公園、山頂景色、廟街、赤柱等，配合地道美食、米芝蓮推介食店、香港品牌產品等，為旅客提供不同的旅遊體驗。

旅遊學者、職業訓練局酒店及旅遊學院課程總

監黃家榮認為，受到地緣政治和日本地震傳聞等因素影響，不少大灣區居住的內地旅客在五一假期，首選也是來港旅遊，加上旅發局宣傳香港盛事連連，例如今晚率先在灣仔舉辦、以三大非遺節慶為題材的無人機表演，緊接有譚公誕和太平清醮搶包山盛會，加強香港「無處不旅遊」吸引力。

酒店訂房情況方面，香港酒店業協會執行委員陳覺威表示，截至昨日下午，普遍酒店的訂房已達九成以上，當中最高級五星級酒店入住率也達到八成多，形容情況令人滿意。

五一黃金周除了「旺丁」外，能否帶動消費力「旺財」同樣令人關注。黃家榮分析，以往內地客購買奢侈品和入大批港貨的情景，隨着旅遊模式轉變，已有所不同，「遊客同樣會購物，但現在內地也有免稅區，網購平台也比以往容易，要吸引訪港旅客消費必須提供優惠，以及找到具吸引力的理由！」

港九藥房總商會理事長林偉文表示，近年內地旅客訪港人均消費介乎300至500元，一般主要購買香港品牌貨品，五一黃金周有望令生意額上升，但業界同時關注港人北上持續，「只要請一日假期，即可以連放四日，或會對地區藥房的生意帶來影響。」

入境處預計，本港在五一期間有571萬人次出入境，其中約490萬人次經陸路口岸進出香港。香港餐務管理協會主席梁振華相信，五一黃金周並非港人外遊旺季，希望透過推出餐飲優惠吸引市民留港消費，幫補非遊客區的生意。

大公報記者 賴振雄

商場酒店推優惠 留港消費有着數

滿載而歸

五一黃金周期間，本港不同商戶推出優惠吸客，着數不只限於旅客，留港消費港人同樣受惠。有酒店推出298元套餐，包小食和特調飲品，並可享用三小時的無邊際泳池。有商場推出商品低至二折優惠，鼓勵顧客到場消費，預料推廣活動將有助帶動商場整體人流及生意額，按年分別上升10%及12%。

位於紅磡黃埔的九龍海逸君綽酒店，本月推出「池畔滋味套餐」，套餐包小食、氣泡酒及特調飲品，重點是賓客無需入住酒店，可以三小時享受三小時無邊際泳池，惠顧两份套餐更可額外攜同一位五歲以下之小童使用泳池。

多間大型商場推出不同優惠，鼓勵旅客

消費，例如只要出示有效旅遊證件，「免消費」即送100元電子優惠券，也有商場推出大抽獎，或與電子支付平台合作，只要單筆消費滿指定金額，即可自動扣減消費額。

另外，新鴻基地產旗下的新城市廣場首次聯乘玩具店POP MART，以人氣角色製造打卡位，吸引賓客前往體驗，商場同時與商戶合作，推出近200項低至二折折扣優惠。

新鴻基地產代理有限公司租務部副總經理許嘉雯預料，推廣活動將有助帶動商場整體人潮及生意額，當中以餐飲、珠寶鐘錶及美妆產品最為受惠，同期亦有其他優惠活動送出價值540元商場餐飲、超市百貨禮券及五小時免費泊車，有助刺激市民消費。

大公報記者 賴振雄



▲五一黃金周將會有大量內地旅客遊港，業界期望能丁財兩旺。大公報記者蔡文豪攝

警嚴打「黑的」及交通違例

【大公報訊】記者古偉勳報道：警方為提升訪港旅客的旅遊體驗及維持交通暢順，於五一黃金周期間，展開代號名為「駒始」的行動，嚴厲打擊阻礙旅遊巴士上落客及公共服務車輛的違規行為，包括的士濫收車資及拒載。行動期間，警方會對上述違法行為採取嚴厲的執法行動。

警方提醒市民或訪港旅客，如懷疑公共服務車輛涉及違規行為，應記錄司機的資料、車牌號碼、時間及地點等資訊，並通知警方作出跟進，警方亦呼籲，交通安全是所有道路使用者的共同責任，無論職業司機還是乘客，都需要遵守法例；公共服務車輛的司機，每日接載大量乘客，除了肩負乘客的安全，亦代表着香港的形象。

旅監局巡查旅行團購物熱點

旅監局近日亦採取連串行動，加強管理內地入境旅行團運作，聯同海關到尖沙咀、土瓜灣、紅磡及九龍灣區巡查入境旅行團註冊商店及購物熱點，加強保障入境旅行團旅客權益，旅監局會加派人手巡查較多入境旅行團活動的地點，包括主要入境口岸、註冊商店、熱門旅遊景點，以及旅行團到訪的餐飲處所等，確保旅行團的旅遊活動有序進行。

透視鏡

蔡樹文

內地五一勞動節黃金周今日開始，香港海關自4月24日起於全港各區的購物熱點加強巡查，提醒商戶必須要遵守《商品說明條例》（《條例》）的規定，海關人員亦於陸路口岸派發單張，提醒旅客要光顧信譽良好的商店。

無論內地還是香港旅遊業者，都十分重視內地五一勞動節黃金周。黃金周的設計，原意是希望利用全國性長假期，鼓勵國民趁長假出遊，刺激各地旅遊經濟，拉動內需。

對香港而言，五一勞動節黃金周同樣商機處處，大量內地旅客來港，對香港的旅遊、零售、飲食及交通都有正面作用。然而，本地個別不法商人亦看準黃金周的機會，打內地旅客主意，在旅遊區開「黑店」，專門蒙騙內地遊客。

打擊「黑店」，除了向旅客派防騙單張，還要善用內地人常用的社交媒體，傳遞防騙知識。同時，執法部門應在黃金周期間，在旅客集中的地點進行高調的巡查及「放蛇」，提醒旅客不要上當的同時，讓「黑店」知難而退。