

特首：總結黃金周經驗應對新旅遊模式 業界提八大建議 優化旅遊配套



黃金周啟示

內地五一黃金周假期於本周一結束，五日共錄得110萬旅客訪港人次，較去年同期增加22%。行政長官李家超昨日表示，大量旅客帶動多個行業生意額上升，形容是「丁財兩旺、市面喜氣洋洋」，他已指示文化體育及旅遊局，聯同業界總結經驗，因應人潮壓力點、旅客新常態旅遊模式和喜好，進一步優化各環節，研究開發新旅遊配套服務，提升旅客體驗。

《大公報》綜合旅遊業界代表性機構、專家及政黨意見，列出八項主要建議，包括善用新科技解決旅客排隊問題、增設旅遊社區大使、加強人潮壓力點電訊網絡容量等。香港旅遊業議會主席譚光舜向大公報記者表示，面對旅遊新模式，業界應對重點是如何收集大數據，並加以運用和分工，議會將會跟文體旅局協商，致力打造和優化「香港無處不旅遊」。

大公報記者 賴振雄

李家超昨日出席行政會議前會見傳媒時表示，今年五一黃金周訪港旅客按年增加22%，當中的內地旅客按年增長約20%，非內地旅客增長約30%，本港不同景點和打卡點均有大量旅客，十分熱鬧，不同行業均丁財兩旺。

不過，他認為在旅客體驗方面有進一步優化的空間，他已要求文體旅局及各有關部門聯同業界總結經驗，向由政務司司長領導的跨部門節慶安排工作小組匯報，針對人潮壓力點以及旅客新常態旅遊模式和喜好，進一步優化各個環節。

善用科技解決人潮網絡流量

他舉例善用科技應用方面，政府將檢討加強人潮壓力點的電訊網絡流量，利用科技監察人潮，網上提供人潮及輪候情況資訊，提供手機或網上預約排隊時間等，更要強化預案應對突發需要。

李家超表示，政府會收集和分析資料，尤其是掌握KOL和內地媒體推介的景點和路線的不斷變化，研究開發新旅遊配套服務，例如生態遊、文化遊、打卡遊、地道美食遊等，更好照顧大量旅客的新喜好，不但可以分流熱門景點的人潮，更可通過提升新旅遊模式的配套和經濟元素，帶來新體驗和更多經濟效益。

被問到近年內地旅客興起「特種兵」旅遊新模式，不入住酒店，改為露營等安排，李家超重申，政府與業界需總結經驗，探討如何應對。他強調，歡迎旅客的形象對各方面均帶來好處，香港作為好客城市，市民應持有歡迎旅客的態度，也應有樂意包容和照顧不同旅客的氛圍，共同提升整個旅遊氣氛。

香港零售管理協會主席謝邱安儀表示，五一黃金周零售市道升的相對較多，主要包括化妝品及個人護理，下跌的類別有服裝和電子產品。由於去年五一期間天氣惡劣，基數較低的效應下，今年黃金周整體零售銷售上升。她認為，即使單一消費項目不算很高，旅客亦會着重性價比，不代表部分較高單價的類別沒有生意。

消費模式改變 注重產品特色

香港酒店業主聯會執行總幹事徐英偉表示，五一黃金周旅客人數上升，帶動酒店業生意，假期首三日生意額按年升一至兩成，上周五（2日）是訂房高峰，大部分



▲西貢橋咀島連島沙洲的天然美景，讓來港旅客留下深刻印象。

旺區酒店爆滿，但臨近黃金周尾聲，星期日的訂房回落兩至三成。他認為，內地旅客仍有消費力，但更注重產品特色，不再是以往的「鴨仔團」消費。

稻苗飲食專業學會榮譽會長邱金榮表示，黃金周飲食業生意額整體升兩至三成，旅遊區及一些內地旅客較熟悉的店舖都有受惠，定價大眾化的食肆較受歡迎。旅客亦會跟從網紅推薦選擇餐廳，社區內的食肆生意則維持平穩。

民建聯立法會議員鄭泳舜認為，特首已表明須總結經驗，為應對旅客新旅遊模式，建議當局盡快與業界開拓多元的深度遊路線行程，並考慮參考境外模式，例如在熱門景點增設旅遊大使，實時提供景點及旅遊資訊。

「打卡」熱點需增設便民設施

大公報綜合旅遊業界代表性機構、專家及政黨意見，列出多項主要建議，包括：善用新科技，解決旅客排隊及預約景點問題；加強出入境口岸等人潮壓力點的電訊網絡容量；在熱門景點增設旅遊社區大使、加強不同語言導遊培訓；增加與啟德體育園相關及周邊的配套服務。

另外，因應內地旅客喜歡生態遊和深度遊，建議可以增加更多適合旅客出行的觀光巴士路線，並在「打卡」旅遊熱點，增設便民設施，例如洗手間、wifi、指示牌及休閒座椅等。

有旅遊業界人士認為，當局可以考慮推出Hong Kong Pass，以集結多項旅遊景點如山頂纜車、主題公園、一天遊行程、觀光巴士收費產品，並加入文化表演與體育賽事套票，以優惠價格推出，方便個人行旅客使用。



▲《大公報》連日來推出「黃金周啟示」專題，探討如何進一步推廣新景點和提升接待能力。



《大公報》綜合各界優化旅遊配套八大建議

- 1 善用新科技，解決旅客排隊及預約景點問題
- 2 加強人潮壓力點（例如出入境口岸）的電訊網絡容量
- 3 熱門景點，增設旅遊社區大使；加強不同語言導遊培訓
- 4 增加與啟德體育園相關及周邊的配套服務，配合盛事舉辦
- 5 推介更多適合旅客出行的觀光巴士路線
- 6 「打卡」旅遊熱點，增設便民設施，例如洗手間、WiFi、指示牌及休閒座椅等
- 7 推出Hong Kong Pass，集結多項旅遊景點的收費產品，加入文化表演與體育賽事套票，以優惠價推出
- 8 加強打造和宣傳精細旅遊產品

資料來源：綜合旅遊業界代表性機構、各政黨意見



羅淑佩：陸續推出新旅遊熱點

近年五一黃金周訪港旅客數字	
年份	訪港旅客人次
2025	110萬*
2024	76.6萬
2023	62.5萬
2019	99.7萬

註：2020至2022年受新冠疫情影响，口岸實施出入境限制
*內地旅客佔91.3萬

大公報記者整理



▲五一黃金周期間，旅客四出品嘗香港美食，多間食肆大排長龍。

五一黃金周成績

旅客量	酒店業
● 內地旅客約 92萬 人次，按年升約 20% ；非內地旅客約 18萬 人次，按年升約 31%	● 入住率普遍達 90%
● 內地入境團超過 900 個，接近 3.3萬 人次。團數按年升約 60% ，過夜行程佔約 70%	● 餐飲業
	● 餐廳食肆生意額上升 20%至30%
	● 蘭桂坊一帶酒吧及餐廳生意額上升 40%至50%
零售業	
● 珠寶金飾店生意額增長 30%	
● 化妝品店、海味店生意額增加約 40%	
● 藥房生意額上升 7%-8% （旅遊區）	

大公報記者整理

好客之都 五一黃金周丁財兩旺，但旅客有新的旅遊模式和新喜好，需開發新旅遊配套服務，並需針對人潮壓力點，優化各旅遊環節。據了解，政府將向旅遊景點與交通工具搜集資料，分析整理旅客出行模式。

文化體育及旅遊局局長羅淑佩昨日在立法會一個委員會會議，就有議員關注本港接待旅客的承載力，她回應說政府在2013年曾進行評估顯示，本港有能力接待6000萬名旅客，而當時未有現在的新景點、啟德體育園、維港海濱優化等。政府預計今年訪港旅客有4900萬人次，因此她不太擔心香港的承載力。就優化各旅遊環節，她說需要不同景點、不同持份者一起合作，因為政府較掌握的是跨境口岸、交通方面的數據。

羅淑佩表示，政府的「發展旅遊熱點工作組」將於未來幾個月，陸續推出新熱點，形容是「成熟一項推一項」，但具體熱點細節留待工作組組長、政務司副司長卓永興交代。

旅議會：收集及運用大數據

據了解，因應旅客新旅遊模式和新喜好，政府內部認為需向旅遊景點、交通工具或其他機構，搜集訪港旅客資料與數據，整合出有用的趨勢、出行及旅遊行為模式，以便研究開發新旅遊配套服務。

旅遊業議會主席譚光舜昨日回覆《大公報》查詢時表示，議會樂意聆聽各方意見，應對訪港旅客的旅遊新模式，舉例有意見認為要加強統計及檢討香港旅遊業大數據，如何收集數據及運用，由哪一機構負責統籌及分工，也是細節推行的重點，將會跟文體旅局協商落實及推行。

旅發局主席林建岳表示，將進一步促進文體旅遊融合發展，繼續發掘旅遊產品，發揮歷史、文化、美食、島嶼、盛事等對旅客的吸引力，開拓更多旅遊新項目，打造更多「必去」旅遊熱點，開發特色多元旅遊，並善用新媒體和科技，以新模式推廣香港的傳統習俗與人文風采。

林建岳說，訪港旅客不論長途客或短途客，不論消費金額多少，都是香港的珍貴客人和消費者，他強調「每個旅客都是旅客」，對香港旅遊和經濟都帶來支持，香港應好好接待旅客，令旅遊生意越做越有，把「好客之都」美譽傳遍世界。

林建岳說，需因應不同旅客提供不同的適切服務，體現無處不周到，旅發局將與業界攜手，加強不同語言導遊培訓，對不同旅客提供針對性的服務。

大公報記者 易曉彤、賴振雄

黃金周內地客微信支付增6.4倍

【大公報訊】記者賴振雄報道：騰訊昨日公布，今年五一黃金周期間，微信支付交易筆數增長超過10%，內地居民今年內在境外使用微信支付交易筆數按年增長37%，香港和澳門繼續成為熱門出境目的地。

騰訊的報告顯示，內地居民在今個五一假期，使用微信支付在香港乘坐的士消費，按年增長6.4倍，港鐵、城巴、九巴、澳門公交等，均躋身內地居民在港澳微信支付交易前十名。新推出的「港鐵同行碼」，一部手機支持最多三人分別掃碼過閘受歡迎，港鐵五一期間微信支付消費筆數按年增長55%。

另外，港人北上消費已成新常態。數據顯示，港人北上內地消費筆數、金額較去年假期翻倍，新茶飲、新潮玩消費持續火熱，除北上廣深和大灣區城市，天津、杭州、成都、武漢、廈門、重慶、長沙等，成為港人北上度假的熱門城市，遠至黑龍江齊齊哈爾等城市亦見北上港客。

報告又顯示，五一假期期間，內地餐飲行業交易筆數按年增長達12%，其中蜜雪冰城、瑞幸咖啡、海底撈、霸王茶姬等餐飲品牌，成為熱門餐飲消費選擇，微信小店訂單數按年增長62%。

吸引中東客 關鍵在細節



透視鏡 蔡樹文

立法會經濟發展事務委員會昨日召開會議，討論香港旅遊發展局2025-2026年度的工作計劃，其中提出香港將進一步強化「穆斯林友好」形象，歡迎中東旅客訪港。

目前香港已有清真認證餐廳176間、酒店逾60間、手信店4間、景點及會展設施5處。旅發局將考慮增加阿拉伯語的宣傳工作，並研究中東高端客群的不同需求，做出相應的調整。

特區政府致力發展與中東國家的金融及經貿往來，在推動金融與經貿聯繫同時，旅遊是發展經貿關係中不可或缺的重要一環。旅發局

在下一年度加強對中東國家推廣工作，符合香港長遠利益。

然而，信奉穆斯林的中東旅客，他們在住宿、飲食及禮拜方面都有嚴格的要求。按現有的清真認證餐廳、酒店等配套，或未足以接待大量穆斯林旅客。

香港強化「穆斯林友好」形象，除了加強宣傳外，不妨考慮在對外推廣過程中，設立香港與穆斯林相關的「地圖」，向中東地區介紹香港穆斯林設施。穆斯林一天要進行5次禮拜，如何方便穆斯林做禮拜及提供合適場地？關注這個重點，做好細節與配套，是建立「穆斯林友好」形象的重要元素之一。