

多元發展香港旅遊業

Diversifying Hong Kong's Attractions
to Boost Tourism

「經濟與就業」專題研究系列

青年創研庫
Youth I.D.E.A.S.



13

首席顧問	王葛鳴博士
顧問	何永昌先生
研究員	魏美梅女士 陳瑞貞女士 袁小敏女士 張靜雲女士 陳曉禾女士 黃柏茵女士
出版	香港青年協會 青年研究中心 香港北角百福道 21 號 香港青年協會大廈 4 樓 電話：(852) 3755 7022 傳真：(852) 3755 7200 電子郵件：yr@hkfyg.org.hk 網址：hkfyg.org.hk m21.hk yrc.hkfyg.org.hk 出版日期：二零一六年八月

版權所有 © 2016 香港青年協會

Chief Adviser	Dr. Rosanna Wong, DBE, JP
Adviser	Mr. Andy Ho
Researchers	Ms. Angela Ngai Ms. Chan Shui-ching Ms. Amy Yuen Ms. Sharon Cheung Ms. Lucy Chan Ms. Christy Wong
Published By	The Hong Kong Federation of Youth Groups Youth Research Centre 4/F., The Hong Kong Federation of Youth Groups Building 21 Pak Fuk Road North Point, Hong Kong Tel: (852) 3755 7022 Fax: (852) 3755 7200 E-mail: yr@hkfyg.org.hk Web: hkfyg.org.hk m21.hk yrc.hkfyg.org.hk Publishing Date: August 2016

All rights reserved © 2016 The Hong Kong Federation of Youth Groups

本報告內容不一定代表香港青年協會之立場。
The views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of
The Hong Kong Federation of Youth Groups.

青年創研庫

「經濟與就業」組別

顧問導師：張子欣博士 黃元山先生

召集人：楊人重

副召集人：鄭其森

成員：	王俊彬	郭嘉明
	王翠瑩	陳浩升
	牟城光	陳銘欣
	何偉傑	黃家裕
	林惠業	黃雋康
	金駿	楊漢明
	施丰凱	葉小東
	梁思敏	劉漢耀
	梁偉基	鄧緯榮

研究員：袁小敏

鳴謝

是項研究得以順利完成，實有賴下列人士的協助，並給予寶貴意見，使我們的資料和分析得以更為充實，謹此向他們致以衷心的感謝。

被訪人士（排名按姓氏筆劃序）：

三木	「香港旅遊背包客」專頁版主
李勁松先生	香港青年旅舍協會總幹事
李漢城先生, KSJ, BBS, JP	香港酒店業主聯會執行總幹事
姚思榮議員, BBS	立法會議員（旅遊界）
陳宗誠教授	香港中文大學地理與資源管理學系 研究助理教授
董耀中先生, JP	香港旅遊業議會總幹事
謝淦廷先生	香港入境團旅行社協會主席

香港旅遊發展局

各位曾接受深入訪問的年輕旅遊業從業員

各位曾接受問卷調查的訪港旅客

各位曾協助問卷調查的義務訪問員

研究摘要

旅遊業是香港四大支柱行業之一。在 2014 年，香港旅遊業的增加價值為 1,125 億港元，佔本地生產總值的 5.1%，聘用 27 萬本地勞動人口¹，提供不少就業機會，是香港社會重要的經濟增長來源。

訪港旅客自 2010 年起，連年錄得雙位數字增長，但在 2015 年，整體旅客數字卻下降了 2.5%，至 5,931 萬人次。在 2016 年上半年，數字更進一步下降 7.4%，其中內地旅客人次下降了一成（10.6%），而非內地旅客人次則上升了 4.1%²。

內地是香港最主要的旅客來源地，對香港旅遊業起著舉足輕重的作用；但亦不免存在客源過度集中的風險。近月數字顯示，「個人遊」旅客人次及內地訪港旅行團數目均告下降，但前往其他熱門海外目的地的內地旅客人次，則有不同程度的增長³，顯示內地旅客到香港旅遊的興趣正在降低。同時，購買高價奢侈品的內地旅客數目亦正在減少，反映訪港旅客的結構和消費模式已出現轉變。

有見及此，是項研究主要從香港入境旅遊模式的轉變，以及訪港旅客的期望兩方面，分析相關情況，以期在整體策略和具體措施上提供建議，藉此推動旅客來港消費，帶來更多經濟效益，並為青年人提供更多元化的發展機會。

研究透過訪港旅客問卷調查，了解旅客來港旅遊的期望。此外，研究亦訪問了旅遊業持份者，包括相關專家和學者，以及年輕旅遊從業員，深入了解現時入境旅遊模式的轉變。

青年創研庫綜合分析上述研究結果，以推動旅遊業多元發展為重點，作出六項建議。

¹ 資料來源：政府統計處。2016 年 3 月。〈香港經濟的四個主要行業及其他選定行業〉，《香港統計月刊》，頁 FB1-FB12。

² 同上

³ 資料來源：立法會秘書處。2015 年 8 月。〈香港旅遊業〉，《研究簡報》2014-2015 年度第 6 期。

研究主要發現

1. 受訪旅客普遍從網上獲取到香港旅遊的資訊，反映互動資訊對旅客的影響力，較傳統媒體更大。

旅客問卷調查於 2016 年 6 月期間進行，在三個旅客的熱門遊覽地點，以英語、普通話或廣東話口述方式邀請途經的旅客回答問卷，成功訪問了 570 名 15 歲或以上的訪港旅客。結果顯示，受訪旅客主要從網上獲取香港旅遊的資訊，佔 66.0%，當中以社交媒體／博客(41.6%) 為最多；其次是親友，佔 29.3%；然後才到雜誌／旅遊書／報紙及電視／電台等傳統媒體，分別佔 19.5%及 14.7%。數字反映，互聯網對旅客獲取旅遊資訊的影響力，較傳統媒體更大，其中社交媒體等互動形式，以及博客等分享形式，較單向的宣傳更具吸引力。

2. 受訪旅客有多元的興趣，希望了解香港的特色；但有受訪導遊認為，香港欠缺有特色的景點。

調查發現，最多受訪旅客表示他們對著名景點／主題公園有興趣，佔 50.7%；但他們對其他遊覽地點及活動亦有興趣，包括博物館、節日／大型活動、郊野公園／遠足和殖民地式建築／舊城區等，表示感興趣者分別佔 26.8%、25.4%、22.6%和 22.6%，反映旅客希望了解香港的特色，亦具多元的興趣。不過，有受訪年輕導遊則認為，香港欠缺有特色的景點，難以用景點吸引旅客。

3. 七成受訪旅客預算個人訪港開支為 1,500 美元以下，當中低消費預算旅客以內地旅客佔多，高消費預算旅客則以大洋洲旅客佔多。

調查又顯示，受訪旅客預算來港個人開支⁴為 499 美元或以下，佔 25.8%；開支為 500-999 美元，佔 31.4%；開支為 1,000-1,499 美元的，佔 14.2%；即預算個人開支為少於 1,500 美元的旅客佔七成以上。當中，開支為 499 美元或以下的低消費預算旅客，以內地旅客佔多（36.8%），開支為 500-1,499 美元的中等消費預算旅客，以及開支為 1,500 美元或以上的高消費預算旅客均以大洋洲旅客佔多，分別為 58.0%及 28.0%。內地旅客較著重購物，51.4%的內地旅客消費最多在購物方面；西方旅客著重住宿，超過三成西方旅客的消費最多用於住宿上；而亞洲旅客的消費則較平衡於購物、住宿、飲食及遊覽上。

⁴ 來回香港交通費除外

4. 受訪旅遊業人士認為，內地旅客來港旅遊的消費模式轉變，現時以購買中價產品為主，減少購買奢侈品。

受訪專家及年輕旅遊業從業員普遍認為，內地旅客來港旅遊的消費模式轉變，高消費力的內地旅客喜歡到其他地方旅遊，減少來港。現時來港旅遊的內地旅客是消費力較低的一群。購物方面，由以往喜歡購買奢侈品及大量購物，逐漸轉變為減少購買奢侈品，並以自用物品如化妝品、日用品和時裝為主，因此購物金額也大幅減少。

主要討論

1. 訪港旅客結構顯著改變。開拓旅客來源是提振香港旅遊業的其中關鍵。

訪港旅客數字自去年開始出現下跌，零售市道亦受到嚴重影響，反映過去十多年旅遊業過度依賴內地單一客源，造成風險過大。內地旅客減少的主因，與內地收緊「一簽多行」措施有關，同時也反映了外幣匯價下跌和世界各地放寬內地旅客簽證限制，令內地旅客外遊選擇增加。面對這種大趨勢，內地旅客數字未必能在短時間內顯著回升。香港旅遊業需要作好應對準備，擴闊旅客來源，尤其在具發展潛力的短途旅客方面下功夫，以利業界長遠的健康與平衡發展。

2. 訪港旅客消費模式呈顯著變化，必須倚靠多元化的旅遊產品及服務吸客。

訪港的內地旅客消費能力下降，旅遊模式由以往多參加旅行團，轉變至現時多以自由行的方式訪港；購物模式亦由以往多購買奢侈品及大量購物，轉變至現時多購買自用的中價產品。有受訪業界專家表示，現時內地旅客，特別是年輕人，期望了解更多香港的歷史文化和地區特色。旅客問卷結果亦顯示，內地旅客對名牌產品和珠寶首飾並非特別感興趣，而他們普遍的預算消費金額亦不高。情況反映，過往以奢侈品及購物團為主的業務生存空間收窄。業界有需要因應轉變，致力發展新的旅遊產品，吸引旅客來港。

3. 香港具備發展特色與多元化旅遊的潛力，惟必須發掘新點子並加強配套措施。

香港應利用本身的特色，發展多元化旅遊。過去十多年，香港只集中發展成熟的城市旅遊，旅遊形象過於單一，令吸引力下降。其中有受訪導遊甚至認為，香港沒有甚麼值得遊覽的景點。不過，是項研究發現，受訪旅客有興趣發掘香港的特色，他們對多元化的遊覽和活動感到興趣，如郊野公園及殖民地式建築等。其實，發展多元化旅遊是世界大勢所趨，當中文化旅遊是近年廣受關注的範疇，為多國旅遊業帶來重大收益。雖然香港有不少具文化特色的地方值得開拓，但現時軟件和硬件條件仍未充足，例如未具備能講解相關文化或生態知識的持牌導遊，而相關配套設施亦有待完善。

4. 善用現代資訊科技和青年創意，推廣人性化與個人化的旅遊體驗。

現時流動資訊及互動媒體普及，加上旅客外遊經驗增加，他們有更多渠道接觸旅遊資訊，傳統媒體的權威大不如前。是次研究反映，互聯網對旅客獲取旅遊資訊的影響力，較傳統媒體更大，其中社交媒體等互動形式、博客分享等，較單向的宣傳更具吸引力。這促使旅客自行訂定一些人性化和個人化的旅遊體驗，特別是年輕人更期望較深度的旅遊體驗。此外，青年人擅長於科技和創意，可利用優勢去設計別具特色的本地遊，以至接待外地青年，協助香港與外地人民建立個人化的連繫。

5. 提升港人待客文化，保持香港旅遊業競爭優勢。

內地旅客與香港居民之間的關係緊張，令服務業從業員以至一般香港市民對待內地旅客的態度欠佳，影響他們的訪港意欲。有受訪年輕旅遊業從業員認為，香港居民態度欠佳，可能與內地旅客人數太多有關。而發展旅遊業需同時兼顧可持續發展，包括對當地社會文化帶來的影響、旅客與當地居民的溝通和互動等。這樣，旅遊業發展才能健康而持久。

建議

基於上述研究結果及討論要點，我們認為值得考慮下列建議，以推動香港旅遊業的多元發展，持續發揮經濟效益：

- 1. 設立「地頭蟲」認證機制。**讓一些於特定社區和範疇具專門知識的人士，透過合法途徑，為旅客提供業餘導賞服務，講解社區特色，推動香港旅遊業的多元發展。
- 2. 利用跨界別合作舉辦並推廣「地道遊歷」，開發遊歷路線新點子。**當局可擔任統籌角色，邀請地區提供特色景點和制訂新的地道遊歷路線，並向自由行旅客重點推廣其中優秀路線。
- 3. 當局應制訂全面策略，開放具歷史價值的建築物，增強其欣賞及旅遊價值。**
- 4. 推動單車旅遊。**當局應加強推廣及宣傳香港的單車徑，讓旅客在消閒的同時，能遊覽各區景點。
- 5. 邀請具親和力的人士製作富人性化和具地道文化特色的旅遊宣傳，並善用社交媒體進行推廣。**
- 6. 將在港外國旅客免簽證前往珠三角地區待遇，擴展至自由行旅客。**

目錄

第一章	引言	1
第二章	研究方法	3
第三章	香港旅遊業現況	7
第四章	旅遊業持份者對香港旅遊業發展的看法	19
第五章	訪港旅客對在港旅遊的期望	42
第六章	討論及建議	57
參考資料		64
附錄一	旅客問卷	66
附錄二	年輕旅遊業從業員訪問大綱	70
附錄三	旅客問卷調查結果列表	71

第一章 引言

旅遊業是香港四大支柱行業之一。在 2014 年，香港旅遊業的增加價值為 1,125 億元（港幣，下同），佔本地生產總值的 5.1%。當中入境旅遊佔 936 億元，外訪旅遊佔 189 億元。旅遊業就業人數為 271,800 人，佔全港總就業人數的 7.2%；當中入境旅遊佔 240,600 人，外訪旅遊佔 31,200 人¹。

訪港旅客自 2010 年起，連年錄得雙位數字增長，但在 2015 年，整體旅客數字卻下降了 2.5%，至 5,931 萬人次。在 2016 年上半年，數字更進一步下降 7.4%，其中內地旅客人次下降了 10.6%，而非內地旅客人次則上升了 4.1%²。

內地是香港最主要的旅客來源地，佔整體 77.3%，對香港旅遊業起著舉足輕重的作用；但同時存在客源過度集中的風險。2015 年 4 月，內地收緊深圳戶籍居民「一簽多行」的措施，改為「一周一行」，導致持「個人遊」簽注來港的內地旅客數目下降。同時，數據又顯示，內地訪港旅行團的數目比「個人遊」旅客人次³下降的幅度更大，顯示整體內地旅客到香港旅遊的興趣正在下降。

雖然內地旅客減少來港，但他們前往其他熱門海外目的地的人次，近月均有不同程度增長。其中日本、歐洲及其他地方先後放寬簽證限制⁴，加上美元強勢，均可能令內地旅客轉往這些地方。

香港旅遊業在過去一段時間內，過度依賴內地客源。現時，訪港旅客的結構和消費模式已出現轉變，包括非中國內地旅客數目回升，以及購買高價奢侈品的內地旅客數目減少等。處於調整期的香港旅遊業，如何注入新的動力？在新旅遊模式下，旅客對來港的期望出現甚麼變化，亦有待了解。

事實上，若香港能開發更多元化的旅遊產品，為旅客提供更富吸引力的旅遊體驗，不單能為整體香港經濟帶來額外收益，亦能為青年人提供更多元化的發展機會。

¹ 資料來源：政府統計處。2016 年 3 月。〈香港經濟的四個主要行業及其他選定行業〉，《香港統計月刊》，頁 FB1-FB12。

² 資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

³ 資料來源：香港旅遊業議會網頁，網址 <http://www.tichk.org>，2016 年 7 月 15 日下載。

⁴ 資料來源：立法會秘書處。2015 年 8 月。〈香港旅遊業〉，《研究簡報》2014-2015 年度第 6 期。

有見及此，是項研究分別透過旅客問卷調查、專家、學者訪問和年輕旅遊業從業員個案訪問，嘗試了解訪港旅客數字下降的因素，並分析入境旅遊模式的轉變，以期在整體旅遊策略和具體措施上，為香港開發多元化旅遊產品提供建議，藉此推動旅客來港消費，為香港帶來更多經濟效益。

第二章 研究方法

2.1 研究目的

本研究旨在了解香港入境旅遊模式的轉變、訪港旅客的期望，以及旅遊業持份者的意見，以期在整體旅遊策略和具體措施上，就香港旅遊業的發展提供建議，藉此推動旅客來港旅遊消費，帶來更多經濟效益，並為青年人提供更多發展機會。

2.2 定義

以下為本研究三個主要特定用詞採納的定義：

(1) 「香港旅遊業」

「香港旅遊業」指香港的入境旅遊業，包括零售業、住宿服務、餐飲服務、運輸及個人服務等，但只限於向旅客提供服務的部分。

(2) 「旅客」

「旅客」是指經辦理出入境手續抵港的非香港居民。根據聯合國世界旅遊組織的定義，旅客可分為兩大類別：行程中會過夜逗留的「過夜旅客」，以及行程中不會過夜逗留的「入境不過夜旅客」。

(3) 「旅遊業從業員」

「旅遊業從業員」是指於「香港旅遊業」中就業的香港居民。

2.3 研究問題

- (1) 香港入境旅遊的模式出現了甚麼轉變？
- (2) 年輕旅遊業從業員對香港旅遊業發展有甚麼期望？
- (3) 旅客對在港旅遊有甚麼期望？
- (4) 如何開發多元化的旅遊產品，以帶動經濟效益？

2.4 研究方法

是項報告就上述 4 項研究問題進行資料蒐集，探討振興香港旅遊業的方法。蒐集資料主要透過三方面：訪港旅客問卷調查、年輕旅遊業從業員個案訪問、專家及學者訪問。訪港旅客問卷調查的目的，是了解旅客來港旅遊的期望。而年輕旅遊業從業員個案訪問，以及專家及學者訪問的目的，均為了解現時入境旅遊模式的轉變，前者亦問及年輕旅遊業從業員對旅遊業發展的期望。

2.5 訪港旅客問卷調查

調查於 2016 年 6 月 9 日至 19 日期間的 5 個周末、周日及假日進行，調查地點分別是太平山頂、尖沙咀天星碼頭及中環天星碼頭¹。義務訪問員於這三個地點，以英語、普通話或廣東話口述方式，邀請途經的旅客回答問卷，成功訪問了 570 名 15 歲或以上的訪港旅客，樣本標準誤低於±2.1%。有關問卷調查的受訪旅客基本資料，可參看表 2.1。

表 2.1：受訪旅客的性別、年齡及來源地分布

	人數#	百分比
性別		
男	317	55.9%
女	250	44.1%
合計	567	100.0%
年齡 (歲)		
15-24	95	16.7%
25-34	211	37.1%
35-44	128	22.5%
45-54	71	12.5%
55-64	38	6.7%
65 歲或以上	25	4.4%
合計	568	100.0%

由於個別受訪者未能提供部分個人資料，故部分圖表中的合計總數少於整體受訪旅客人數。

¹ 根據香港旅遊發展局的數字，太平山頂及尖沙咀天星碼頭附近均是旅客的熱門遊覽地點。此外，調查期間適逢香港旅遊發展局舉辦的「香港龍舟嘉年華」於中環海濱舉行，因此中環天星碼頭附近亦聚集了不少旅客。

表 2.1（續）：受訪旅客的性別、年齡及來源地分布

	人數	百分比
樣本來源地		
中國內地	184	32.3%
深圳	72	12.7%
廣東省	43	7.6%
廣東省以外	69	12.1%
亞洲	113	19.9%
台灣	26	4.6%
印度	19	3.3%
南韓	16	2.8%
新加坡	11	1.9%
菲律賓	10	1.8%
日本	8	1.4%
澳門	7	1.2%
印尼	6	1.1%
馬來西亞	5	0.9%
泰國	4	0.7%
其他亞洲地區	1	0.2%
美洲	83	14.6%
美國	51	9.0%
加拿大	22	3.9%
中南美洲	10	1.8%
歐洲	130	22.8%
英國	58	10.2%
德國	13	2.3%
法國	11	1.9%
俄羅斯	8	1.4%
其他歐洲地區	40	7.0%
大洋洲	54	9.5%
澳洲	42	7.4%
新西蘭	12	2.1%
其他地區	5	0.9%
合計	569	100.0%

問卷（詳見附錄一）內容共 20 題，主要包括四個範疇：（1）來港旅遊的動力；（2）來港旅遊的期望；（3）旅程資料；及（4）個人資料。

2.6 年輕旅遊業從業員個案訪問

年輕旅遊業從業員個案訪問於 2016 年 6 月 13 日至 6 月 28 日期間進行，透過業界人士的協助，共安排了 11 名 18 至 34 歲受訪者進行訪問，地點主要在受訪者的工作地點，或香港青年協會服務單位內。受訪

者就職的機構包括酒店、航空公司及接待入境旅客的旅行社，有 3 男、8 女，學歷由中七至碩士學位不等，當中 5 人曾修讀酒店或旅遊專業課程。旅遊業年資最短的是 9 個月，最長的達 10 年，當中 3 人持導遊證、2 人持領隊證（參與者背景請參看表 2.2）。

訪問的內容（詳見附錄二）環繞個人在旅遊業的經驗與期望、訪港旅客的特點，以及對香港旅遊業發展的建議等。

表 2.2：受訪年輕旅遊業從業員背景資料

個案	性別	年齡 (歲)	行業	職位
01	女	26	酒店	櫃檯組長
02	女	24	航空	空中服務員
03	男	23	航空	機組控制員
04	女	25	酒店	市場傳訊副經理
05	女	34	酒店	業務拓展經理
06	女	24	酒店	高級客務主任
07	女	32	旅行社	企業發展及策略總監
08	男	31	航空	業務發展主任
09	男	28	酒店	銷售副經理
10	女	32	旅行社	導遊
11	女	27	旅行社	導遊

2.7 專家及學者訪問

2016 年 6 月 1 日至 6 月 30 日期間，本研究透過邀請，共成功訪問了 7 名熟悉香港旅遊業的專家、學者及相關組織負責人；另 1 個相關組織提供了書面回覆。該 8 名受訪人士及組織分別為「香港旅遊背包客」專頁版主三木、香港青年旅舍協會總幹事李勁松先生、香港酒店業主聯會執行總幹事李漢城先生、立法會議員（旅遊界）姚思榮議員²、香港中文大學地理與資源管理學系研究助理教授陳宗誠教授、香港旅遊業議會總幹事董耀中先生、香港入境團旅行社協會主席謝淦廷先生，以及香港旅遊發展局。訪問內容環繞香港旅客數目下降的原因、訪港旅遊模式的轉變、旅遊業發展方向，以及青年人在旅遊業的發揮機會等範疇。

² 姚思榮先生是 2016 年立法會選舉旅遊界候選人，旅遊界其他候選人包括：林少麟先生及葉慶寧先生。

第三章 香港旅遊業現況

旅遊業為世界經濟帶來重要價值。根據聯合國世界旅遊組織的資料，在 2015 年，全球旅遊收入達 12,320 億美元，較 2014 年上升 3.6%；國際旅客人次則錄得 11 億 8400 萬，亦較 2014 年上升 4.4%。旅遊出口佔了全球總出口量的 7%，數額為 14,000 億美元。¹

在香港，旅遊業亦是四大支柱行業之一。在 2014 年，香港旅遊業的增加價值為 1,125 億元（港幣，下同），佔本地生產總值的 5.1%。當中入境旅遊佔 936 億元，外訪旅遊佔 189 億元。旅遊業就業人數為 271,800 人，佔全港總就業人數的 7.2%；當中入境旅遊的就業人數佔 240,600 人，外訪旅遊佔 31,200 人²。

3.1 訪港旅客數字過去十年飆升，當中升幅主要來自內地旅客；但 2015 年起內地旅客數字下降，令整體訪港旅客人次回落。

香港作為國際都會及旅遊城市，每年均吸引不少旅客到訪。表 3.1 及圖 3.1 顯示，在 2015 年，整體旅客數字為 5,931 萬人次。內地是香港最主要的旅客來源地，旅客數字為 4,584 萬人次，佔整體 77.3%。而短途市場及長途市場則分別佔 889 萬人次(15.0%)和 458 萬人次(7.7%)³。數字反映，內地旅客對香港旅遊業起著舉足輕重的作用。

近十年間，整體訪港旅客人次升幅逾倍。圖 3.2 顯示，訪港旅客人次自 2010 年起，連年錄得雙位數字增長，其間內地旅客上升幅度尤其顯著。但在 2015 年，各地區的旅客數字都錄得下降，當中最主要的跌幅亦是來自內地旅客，約下降了 3.0%，即 140 萬人次，令整體訪港旅客下降 2.5%。表 3.1 顯示，在 2016 年上半年，整體訪港旅客繼續下降 7.4%，當中內地旅客下降了 10.6%，其餘長途地區及短途地區市場均有所回升。

¹ UNWTO. (2016). "Exports from international tourism rise 4% in 2015." *World Tourism Barometer*, 14.

² 資料來源：政府統計處。2016 年 3 月。〈香港經濟的四個主要行業及其他選定行業〉，《香港統計月刊》，頁 FB1-FB12。

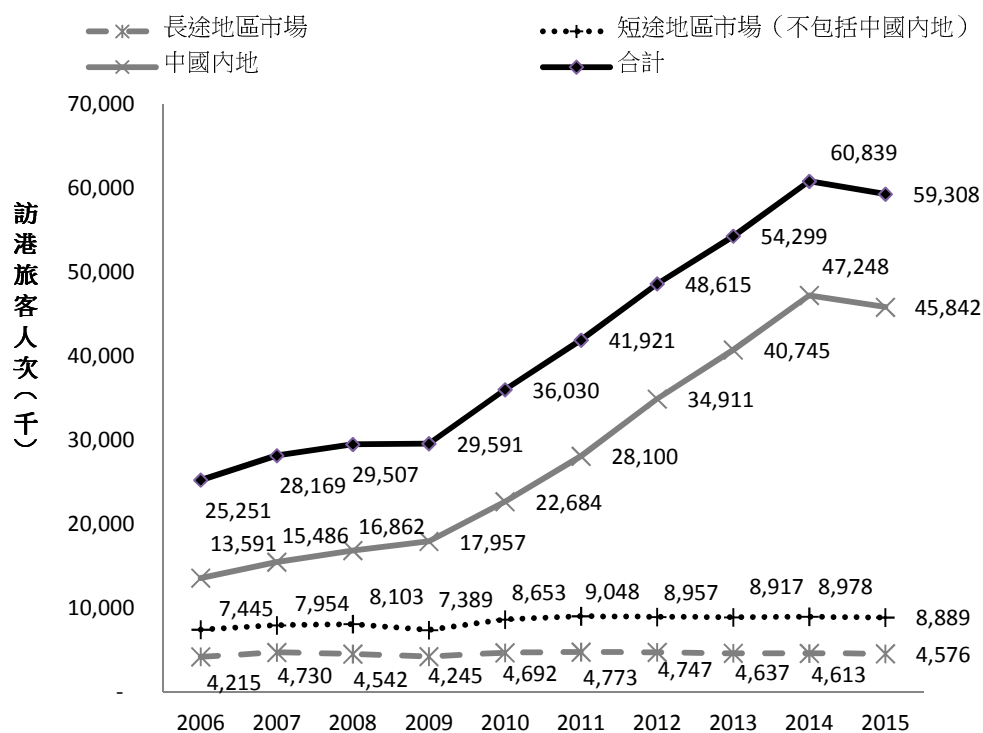
³ 香港的旅客來源主要分為三個地區市場：長途市場、短途市場和中國內地市場。長途市場包括美洲、歐洲、非洲、中東、澳洲、新西蘭及南太平洋國家；短途市場包括北亞、南亞和東南亞國家。

表 3.1：2006-2015 年訪港旅客人次及增長率

年份	長途地區市場		短途地區市場 (不包括內地)		中國內地		合計	
	人次 (千)	增長率 (%)	人次 (千)	增長率 (%)	人次 (千)	增長率 (%)	人次 (千)	增長率 (%)
2006	4,215	+7.8	7,445	+7.8	13,591	+8.4	25,251	+8.1
2007	4,730	+12.2	7,954	+6.8	15,486	+13.8	28,169	+11.6
2008	4,542	-4.0	8,103	+1.9	16,862	+8.9	29,507	+4.7
2009	4,245	-6.5	7,389	-8.8	17,957	+6.5	29,591	+0.3
2010	4,692	+10.5	8,653	+17.1	22,684	+26.3	36,030	+21.8
2011	4,773	+1.7	9,048	+4.6	28,100	+23.9	41,921	+16.4
2012	4,747	-0.6	8,957	-1.0	34,911	+24.2	48,615	+16.0
2013	4,637	-2.3	8,917	-0.4	40,745	+16.7	54,299	+11.7
2014	4,613	-0.5	8,978	+0.7	47,248	+16.0	60,839	+12.0
2015	4,576	-0.8	8,889	-1.0	45,842	-3.0	59,308	-2.5
2015 年 1-6 月	2,241	-2.5	4,240	-3.8	22,847	+4.7	29,327	+2.8
2016 年 1-6 月	2,296	+2.4	4,449	+4.9	20,416	-10.6	27,160	-7.4

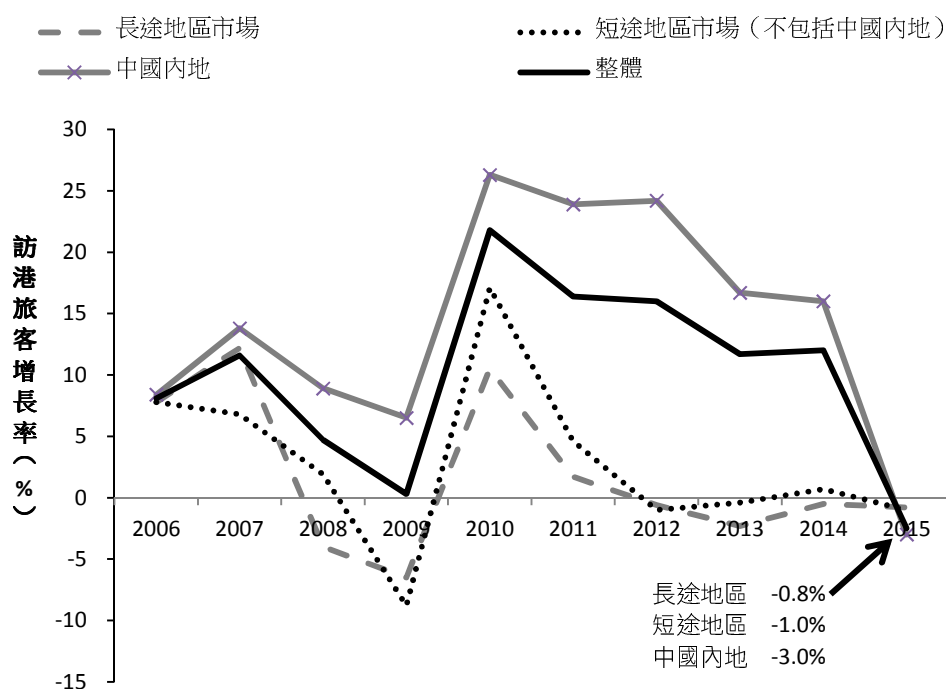
資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址
<http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

圖 3.1：2006-2015 年訪港旅客人次



資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址
<http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

圖 3.2：2006-2015 年訪港旅客增長率



資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

3.2 訪港旅客數字下降的因素

3.2.1 「一簽多行」調整為「一周一行」，內地旅客數字回落。

旅客數字下降，原因很大程度上來自內地旅客。

內地部分城市自 2003 年起實施「個人遊」計劃，當地居民可申請簽注，以個人身分訪港。自此，內地旅客的訪港數字不斷上升。內地在 2009 年進一步推行「一簽多行」措施，合資格深圳戶籍居民能申請一年內多次訪港的「一簽多行」簽注，不必逐次申領新證。其後，內地旅客增長率由 2009 年的 6.5%，飆升至 2010 年的 26.3%，在 2010 年至 2014 年期間的平均增長率高達 21.4%。

不過，由於內地旅客持續增多，令香港的承受能力受到嚴峻考驗，甚至影響市民日常生活。中央政府於是應香港特區政府要求，於 2015 年 4 月起，將「一簽多行」措施調整為「一周一行」⁴，限定相關簽注的居民最多只可每周來港一次，導致 2015 年內地訪港旅客數目回落。

⁴ 新聞公報。2015 年 4 月 13 日。〈特區政府歡迎優化「一簽多行」新措施〉。

3.2.2 訪港內地旅行團數目急劇下跌；內地旅客的外遊模式亦由旅行團轉為自由行。

另一個值得關注的情況，是內地旅客的數目，除了受「個人遊」的政策措施影響外，毋須以「個人遊」簽注而只需團隊簽注入境的旅行團數目，也出現下跌，而且跌幅比「個人遊」更明顯。

表 3.2 顯示，「個人遊」訪港旅客人次在 2015 年下跌 9.6%，而 2016 年上半年亦比 2015 年同期下跌 20.1%。表 3.3 則顯示，內地登記團入境數目在 2015 年下跌 22.9%，而 2016 年上半年更比 2015 年同期下跌 54.6%。圖 3.3 就進一步清楚顯示訪港內地團下跌的速度，比「個人遊」訪港旅客下跌的速度快得多。情況反映，內地旅客外遊的模式正在轉變，他們更喜歡自由行，對於已安排整個行程的旅行團，興趣減少。

表 3.2：2006-2016 年訪港「個人遊」內地旅客數目

年份	「個人遊」訪港旅客人次（千）	增長率
2006	6,673	N.A.
2007	8,593	+28.8%
2008	9,619	+11.9%
2009	10,591	+10.1%
2010	14,244	+34.5%
2011	18,344	+28.8%
2012	23,141	+26.2%
2013	27,465	+18.7%
2014	31,335	+14.1%
2015	27,942	-9.6%
2015 年 1-6 月	14,381	-1.4%
2016 年 1-6 月	11,495	-20.1%

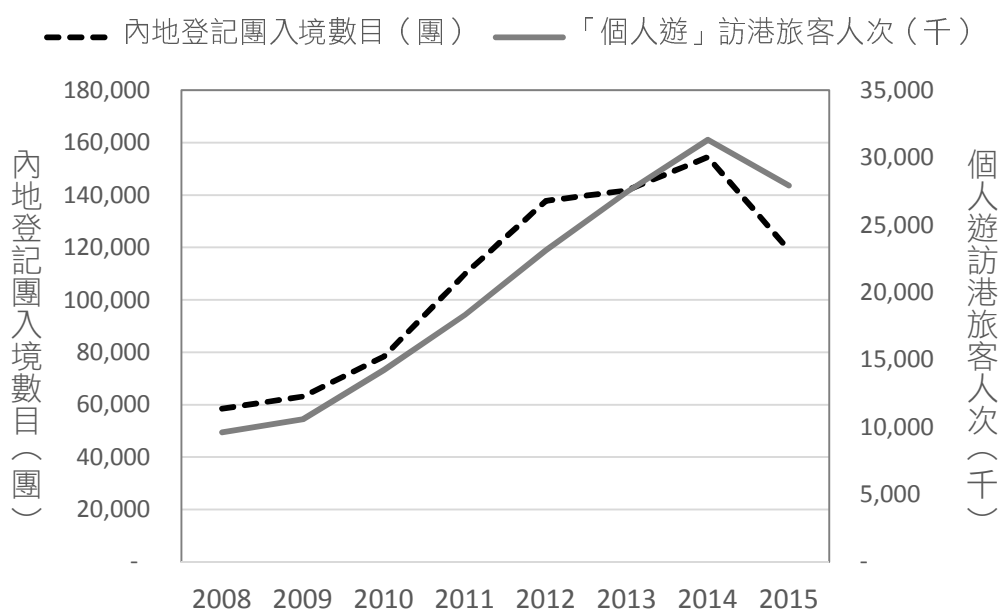
資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載；商務及經濟發展局。2013。《香港經濟承受及接待旅客能力評估報告》。

表 3.3：2008-2016 年內地登記團入境數目

年份	內地登記團入境數目（團）	增長率
2008	58,530	NA
2009	63,141	+7.8%
2010	78,398	+24.2%
2011	109,894	+40.2%
2012	137,810	+25.4%
2013	141,843	+2.9%
2014	154,517	+7.2%
2015	119,115	-22.9%
2015 年 1-6 月	61,523	-17.9%
2016 年 1-6 月	27,959	-54.6%

資料來源：香港旅遊業議會網頁，網址 <http://www.tichk.org>，2016 年 7 月 15 日下載。

圖 3.3：2008-2015 年內地登記團及訪港「個人遊」內地旅客數目



資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載；商務及經濟發展局。2013。《香港經濟承受及接待旅客能力評估報告》；香港旅遊業議會網頁，網址 <http://www.tichk.org>，2016 年 7 月 15 日下載。

3.2.3 外幣匯價下降，削弱旅客訪港意欲。

在 2015 年，美元進入上升周期。由於港元與美元掛勾，多種貨幣兌港元匯價下跌，其中人民幣兌港元的平均匯率比 2014 年下跌 2%、台幣下跌了 5%、韓元下跌了 7%、日元下跌了 14%、歐元下跌了 17%、

澳元下跌了 19%⁵，而使用這些貨幣的國家及地區，都是香港旅客的重要來源地，意味著這些旅客來港旅遊，都會面對香港消費水平上升的問題，因此削弱他們訪港的意欲。

其他地方的貨幣兌港元及人民幣下跌，亦意味著這些地方的旅遊業對香港旅遊業構成競爭，特別是對內地旅客而言，匯率因素驅使他們選擇到其他匯價相對便宜的地方旅遊。

3.2.4 世界各地放寬簽證限制，間接減低香港吸引訪客的優勢。

香港是開放的旅遊城市，在全球 224 個國家和地區中，162 個國家和地區的公民可以毋須申請簽證來港旅遊⁶。現時，世界不少國家及地區的入境要求都朝開放的方向邁進，以吸引旅客到訪消費，間接減低香港的優勢。

根據世界旅遊組織發表的《簽證開放性調查報告》⁷，在 2015 年，世界上有 18% 的人口可以免簽證入境一個目的地、15% 需要落地簽證、6% 需要電子簽證，即 61% 是需要辦理傳統簽證。比較 2008 年，當時仍只有 17% 的人口可以免簽證入境一個目的地、6% 需要落地簽證，77% 仍需要辦理傳統簽證，現時世界各地旅客外遊的便利性，確已提高了不少。因此，各地旅客的旅遊目的地，選擇較以前更多。

對於內地旅客而言，愈來愈多國家放寬中國護照持有人的入境簽證限制。截至 2016 年 6 月，向內地旅客豁免簽證或允許他們辦理落地簽證的國家及地區共有 56 個，包括印尼、韓國濟州島、泰國、越南、埃及和阿聯酋等⁸。同時，美國、日本及歐洲國家近年放寬內地旅客的簽證規定，例如美國於 2014 年 11 月起將簽證有效期由 1 年延長至 10 年⁹。這些安排為內地旅客減少繁複的手續，增加他們到這些地方旅遊的意欲。

⁵ UNWTO. (2015). "2015 international tourism results and prospects for 2016." Retrieved from <http://mkt.unwto.org/barometer>

⁶ 資料來源：入境事務處網頁，網址 http://www.immd.gov.hk/hkt/service/travel_document/visa_free_access.html，2016 年 8 月 16 日下載。

⁷ UNWTO. (2016). *Visa openness report 2015*. Madrid: UNWTO.

⁸ 中國外交部。2016 年 6 月 1 日。〈持普通護照中國公民前往有關國家和地區入境便利待遇一覽表〉，網址 http://cs.mfa.gov.cn/zggmccg/cgqz/qzxx_660462/t1185357.shtml，2016 年 7 月 19 日下載。

⁹ 立法會秘書處。2015 年 8 月。〈香港旅遊業〉，《研究簡報》2014-2015 年度第 6 期。

3.3 旅客在香港的消費狀況

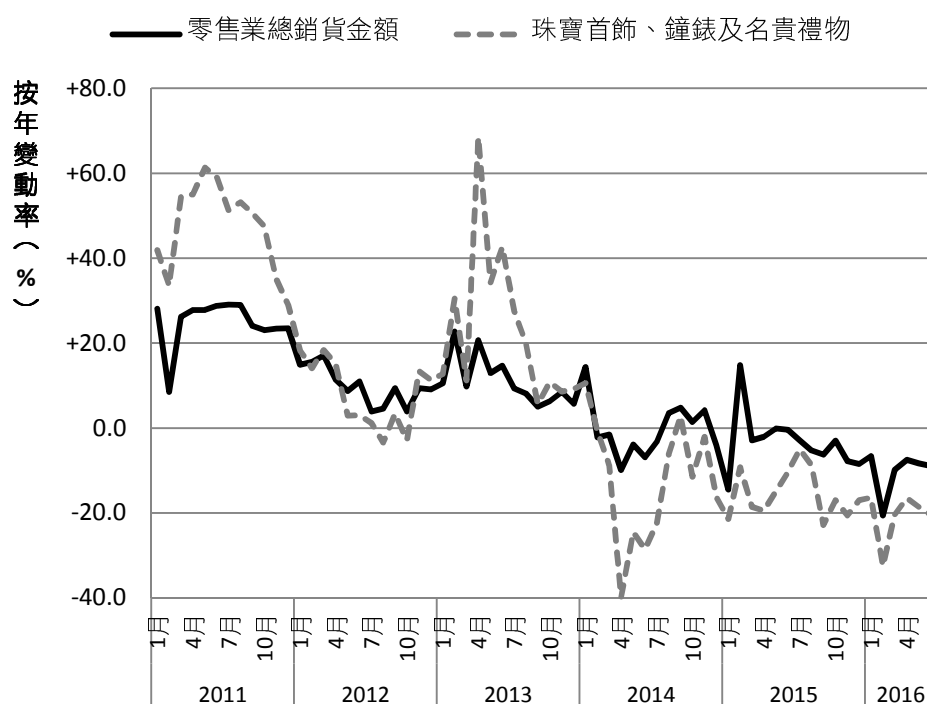
3.3.1 酒店入住率及房價下跌、零售市道受創，當中奢侈品銷售受到嚴重影響。

隨著訪港旅客人次下跌，整體旅客在港的消費亦受到影響。在 2015 年，與入境旅遊相關的總消費金額為 3,320 億元，按年下跌 7.5%¹⁰。

香港的酒店房間平均入住率由 2014 年的高位 90%，回落至 2016 年上半年的 84%。同期酒店實際平均房租亦由 2014 年的 1,473 元，回落至 2016 年上半年的 1,258 元¹¹。

同時，香港的零售市道亦受到影響。圖 3.4 顯示，零售業總銷貨金額自 2014 年起反覆回落，在 2016 年上半年合共下跌 10.5%。其中，與旅遊業息息相關的珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物跌幅更顯著，在 2016 年上半年合共下跌 21.1%。

圖 3.4：2011 年 1 月至 2016 年 6 月零售業總銷貨金額按年變動率



資料來源：政府統計處。《零售業銷貨額按月統計調查報告》，2011 年 12 月至 2016 年 6 月。

¹⁰ 香港貿易發展局。2016 年 7 月 29 日。〈香港經貿概況〉，《經貿研究》，網址 <http://www.hktdc.com/Research>

¹¹ 資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

3.3.2 過夜旅客整體消費金額下跌。內地旅客消費仍為各市場中最高，而短途市場的消費趨勢表現則最為理想。

根據香港旅遊發展局的資料（表 3.4），各地區旅客市場的過夜旅客人均消費均出現連續下跌，整體過夜旅客人均消費由 2013 年高峰期的 8,123 元，下降至 2015 年的 7,234 元，低於 2011 年的水平。當中，內地旅客消費金額仍是各市場中最高，2015 年人均消費為 7,924 元。

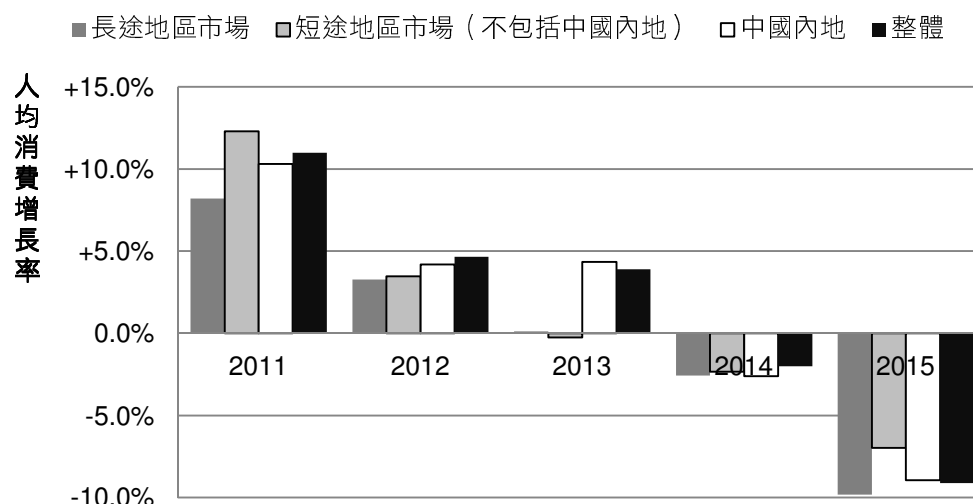
圖 3.5 顯示，短途地區市場近年的消費升幅較高而跌幅較溫和，消費趨勢較為理想；短途地區之中，又以南亞及東南亞表現較佳。長途地區市場跌幅則較大。

表 3.4：2011-2015 年過夜旅客人均消費（港元）

	2011	2012	2013	2014	2015
長途地區市場	\$7,213	\$7,449	\$7,458	\$7,266	\$6,552
短途地區市場（不包括內地）	\$5,713	\$5,911	\$5,896	\$5,758	\$5,356
中國內地	\$8,220	\$8,565	\$8,937	\$8,703	\$7,924
整體	\$7,470	\$7,818	\$8,123	\$7,960	\$7,234

資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 7 月 4 日下載。

圖 3.5：2011-2015 年過夜旅客人均消費增長率



資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 7 月 4 日下載。

3.3.3 不同地區的旅客消費模式差別頗大，內地旅客側重於購物，長途地區旅客願意消費在服務水準高的住宿，短途旅客的消費亦較平均。

在消費模式方面，圖 3.6 顯示，在 2015 年，整體過夜旅客消費最多在購物，佔 58.4% (4,225 元)，然後是酒店帳單，佔 18.4% (1,334 元) 和酒店外膳食，佔 13.0% (\$941)。

來自不同地區的旅客的消費模式差別頗大。消費分布最不平均的是內地旅客，他們消費接近七成 (68.8%) 於購物，平均消費額為 5,452 元，但他們分別只消費約一成於酒店帳單(11.8%)及酒店外膳食(11.2%)，平均消費額分別為 933 元及 885 元。數字反映內地旅客側重於購物，但對其它方面的要求不高。

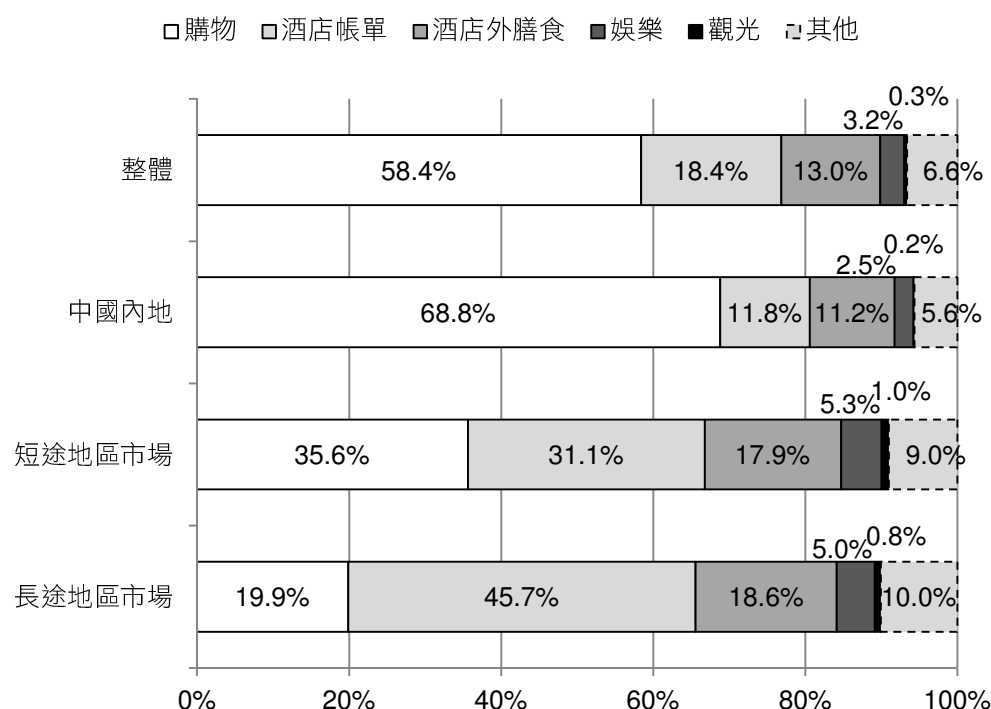
相反，長途地區旅客消費得最多為酒店帳單，佔 45.7%，平均消費額為 2,993 元；而購物只佔 19.9%，平均消費額為 1,302 元；酒店外膳食亦佔 18.6%，平均消費額為 1,217 元。相比起購物，長途地區旅客更願意消費在服務水準高的住宿上。

短途旅客的消費則較為平均。他們消費於購物及酒店帳單的比例相若，分別為 35.6% (1,909 元) 及 31.1% (1,668 元)，酒店外膳食則佔 17.9% (961 元)。除了購物外，短途客亦願意消費於住宿上。

雖然內地旅客鍾情於購物，但這種旅遊消費模式正逐漸改變。根據尼爾森於 2010 年至 2014 年進行的內地旅客調查顯示，雖然大部分內地旅客仍表示購物是他們前往香港遊玩的重要目的，但早於 2014 年，其購物預算已較前一年下降了 10%至 20%，而這情況在廣東省以外的一線城市消費者身上最為明顯¹²。

¹² 尼爾森。2014 年 11 月 19 日。〈大陸遊客赴港消費更趨謹慎〉。網址 <http://www.nielsen.com/cn/zh/press-room/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is11111.html>

圖 3.6：2015 年過夜旅客人均消費模式



資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址
<http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 7 月 4 日下載。

3.4 多元化旅遊發展

有見於香港旅客數字過度受內地客源所影響，近期不少意見認為，香港有需要發展多元化旅遊，當中包括開拓多元化的客源市場和旅遊產品，以吸引新旅客來港和舊旅客重訪，以至延長旅客在港逗留的時間。

3.4.1 旅遊景點

自從 2005 年迪士尼樂園在香港開幕後，香港就沒有受旅客廣泛注目的旅遊景點或設施落成。相反，同位處亞太區的新加坡，自 2008 年起，幾乎每年都有新旅遊景點落成，如聖淘沙綜合度假村、濱海灣花園、河川生態園等廣受旅客歡迎的景點，令新加坡旅客於 2008 年至 2014 年間上升接近五成。

至於南韓，近年就將亞洲受歡迎的韓流劇集及電影拍攝場地轉化為景點，成功吸引旅客慕名到訪，令南韓旅客於 2008 年至 2014 年間，上

升超過一倍¹³。而內地方面，近年亦積極開拓旅遊設施以吸引國內旅客，包括上海迪士尼樂園及珠海長隆國際海洋度假區等。

3.4.2 商務旅遊

商務旅客到外地進行商務活動，期間的住宿、交通、購物等消費，往往可較觀光旅客更高。雖然香港的國際商務活動非常活躍，但在商務旅遊上，仍面對新加坡、北京和首爾的激烈競爭。該三地的國際會議數量均超過香港。

上述三地近年都推出較香港積極的措施，推廣會展旅遊，包括設立特定獎勵計劃，支援籌辦商務活動的機構和企業，並制訂中、長期計劃擬定會展旅遊業未來發展的目標和方向¹⁴。

3.4.3 郵輪旅遊

發展郵輪旅遊，有助吸引高消費力的旅客到訪。香港的啟德郵輪碼頭於 2013 年啟用，可供最大型的郵輪停泊。不過，香港郵輪旅遊亦需面對新加坡和上海的競爭。由於地理位置的關係，東南亞和東北亞的郵輪航線分別會優先選用新加坡和上海為母港，香港只能作為遠程郵輪航線的停靠港之一¹⁵。由於香港缺乏新旅遊景點，而且啟德郵輪碼頭的交通配套尚未完善，香港郵輪旅遊業仍有待發展。

3.4.4 文化旅遊

文化旅遊是指利用歷史文化、古蹟、藝術、表演、文化節慶、創意產業，以至生活文化等資源，為旅客提供當地文化體驗的旅游活動。根據經濟合作與發展組織¹⁶的估計，文化旅遊佔國際旅遊行程的 40%，為多國旅遊業帶來重大收益。

現時，不少國家及地區都積極開拓文化旅遊，在全球化的大環境中，以文化資源創造當地的獨特吸引力。成功的文化旅遊項目，必須與當地社區結成伙伴，以政策協助公私營合作，確保項目能同時照顧當地人的利益，並以可持續的方式進行，避免破壞當地文化資源。

¹³ 立法會秘書處。2015 年 8 月。〈香港旅遊業〉，《研究簡報》2014-2015 年度第 6 期。

¹⁴ 同上

¹⁵ 同上

¹⁶ OECD. (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD.

外國的成功例子包括南韓的寺廟留宿計劃，以及波蘭西利西亞省的工業遺蹟之旅。南韓的寺廟留宿計劃的目的，是協助旅客了解南韓的佛教，增加該國的吸引力。在 2007 年，參與的寺廟有 72 間，吸引了近 7 萬名國內外的參與者。計劃成功為南韓創造特色並吸引更多旅客到訪。

波蘭西利西亞省的工業遺蹟之旅的目的，是推廣西利西亞省，透過創造新品牌，提升當地的吸引力。當地擁有優美的自然環境、重工業時代遺留下來的廢棄銀礦，以及多間博物館。透過對這些文化資源的利用，以及籌辦節日及配套活動，成功吸引不少旅客到訪。在 2007 年，當地銀礦就吸引了 7 萬多名國內外訪客。

不過，經濟合作與發展組織強調，透過文化旅遊改變一個地方的形象及增加吸引力，並非一朝一夕的事，可能需時 20 至 25 年。在文化旅遊發展方面，香港是相對乏善足陳的。

第四章 旅遊業持份者對香港旅遊業發展的看法

本章綜合受訪旅遊業持份者對香港旅遊業發展的看法，當中包括旅客數目下降的原因、入境旅遊模式的轉變、訪港旅客的特點，以及對旅遊業發展的期望和建議等。受訪者包括專家、學者，以及年輕旅遊業從業員。結果闡述如下：

4.1 專家、學者對香港旅遊業發展的看法

綜合受訪專家、學者的訪問，以下歸納近期香港旅客數目下降的原因，其他旅遊業發展問題，以及有助促進香港旅遊業發展的建議。

4.1.1 香港旅客數目下降原因

1. 內地改變「一簽多行」的政策措施

自從內地部分城市於 2003 年起實施「個人遊」計劃後，內地旅客來港數目大幅上升，其所佔香港旅客的比例，亦由 54.5% 增加至 2014 年的 77.7%。不過，由於內地旅客持續增多，令香港面對承受能力的問題，中央政府於是應香港特區政府的要求，於 2015 年 4 月起，將深圳戶籍居民「一簽多行」措施，調整為「一周一行」¹。由於內地旅客的比例高、數目達 4,000 多萬，影響所及，內地旅客人數減少，令整體來港旅客人數，由 2015 年 6 月起便出現持續下跌²。

有受訪的專家、學者認為，內地旅客數字在過去十多年大幅上升，尤其於 2009 年，內地推行「一簽多行」措施後，旅客數字上升幅度更大，反映香港旅遊業原已太過依賴單一市場，導致內地客源的輕微變化，已足以對香港旅遊業構成重大影響。

不過，亦有受訪者認同，「一簽多行」只於深圳實施，所吸引的旅客，大都是不過夜旅客，他們來港多是為了購物，例如日用品，實際上與香港旅遊業沒有太大關係。因此，「一簽多行」措施所引致的旅客數目減少，對香港旅遊業的衝擊並非太大。

¹ 新聞公報。2015 年 4 月 13 日。〈特區政府歡迎優化「一簽多行」新措施〉。

² 資料來源：入境事務處

「中國旅客富起來，成為全球旅遊業的大客戶，沒有選擇之下，內地旅客便成為主要市場，每年都有雙位數增長。因為基數大，每 1% 都代表很大的數字。香港太倚重單一市場，很不健康。內地的消費模式已改變，因為人民見識多了，又有錢，不一定要來香港。」

(李漢城先生/香港酒店業主聯會執行總幹事)

「內地來港以往有一簽多行，但因為政府把一簽多行改為一周一行，原本可以隨時都來，現時星期一來了，星期五就不能來，這成了很大的障礙，令數字相差很大。」

(董耀中先生/香港旅遊業議會總幹事)

「整體入境旅客的結構，有 55% 的旅客，大約 3,300 萬人是不留宿的，留宿的只佔 45%。不留宿的旅客，基本上對旅遊業直接收益幫助不大，因為即日往返多數是購買一些日用品，或者自由行到各區及離島逛逛，之後就回到廣東、深圳。旅客數字下跌，主要是因為一簽多行變成一周一行，由無限次變成一星期一次，跌幅會比較明顯。」

(姚思榮議員/立法會議員(旅遊界))

2. 內地旅客的旅遊選擇增加

近年，愈來愈多國家及地區放寬內地旅客簽證及入境限制，加上美元上升等匯率因素，以及亞洲鄰近地區的旅遊資源豐富，令內地旅客的旅遊選擇增加。

現時向內地旅客豁免簽證或允許他們辦理落地簽證的國家及地區共有 56 個，包括印尼、韓國濟州島、泰國、越南、埃及和阿聯酋等³。受訪專家認為，這些措施為內地旅客提供了更多選擇，尤其是對部分曾到訪香港的內地旅客來說，其他旅遊地點更具新鮮感，而且不少亞洲地區的旅遊資源比香港更豐富，對香港旅遊業的競爭力構成威脅。

此外，自 2015 年開始，人民幣兌美元出現顯著下跌，港元對內地旅客來說，開始失去匯價優勢，同時歐羅及日元亦較三、四年前下跌，令香港對內地旅客的吸引力減少。

³ 中國外交部。2016 年 6 月 1 日。〈持普通護照中國公民前往有關國家和地區入境便利待遇一覽表〉，網址 http://cs.mfa.gov.cn/zggmcg/cgqz/qzxx_660462/t1185357.shtml，2016 年 7 月 19 日下載。

「世界經濟轉變，中國內地旅遊生態亦轉變。內地的經濟一直向上，人民的生活、收入提升，求知慾增加。以前只有港澳遊，但因著互聯網，年輕人的求知慾增加，加上他們的經濟能力提升，國家強大了，護照在外國的接受度也增加。最近美國、加拿大放寬中國護照的簽證限制，有些北京、上海的護照可以獲得美國的 10 年多次入境簽證，所以令他們減少來港。」

(謝淦廷先生/香港入境團旅行社協會主席)

「旅客減少以內地為主，現在愈來愈多其他地方吸引內地旅客，包括很多歐美國家，甚至東南亞國家。以前內地朋友去這些地方簽證很困難，現時簽證放寬，有時地方甚至免簽，亦有地方將簽證時期延長到 10 年，對內地朋友來說有很大的吸引力。另一方面，其他地方的幣值不斷跌，對他們來說亦是超值。」

(董耀中先生/香港旅遊業議會總幹事)

3. 內地旅客的旅遊及消費模式轉變

相比起「一簽多行」等措施轉變，令不過夜旅客數字下跌；更值得關注的，是內地旅客作為香港旅遊業的最大客源，其旅遊及消費模式是否出現改變？這將更長遠影響著內地旅客對香港的興趣。

有受訪的專家認為，因應內地社會及經濟狀況的轉變，令高消費力的內地旅客減少來港；而內地旅客出外旅遊和購物，亦由以往喜歡購買奢侈品及大量購物，逐漸轉變為減少購買奢侈品，並以自用物品如化妝品、日用品和時裝為主，因而購物金額也大幅減少。這種情況，不單影響了零售業的業務，同時也影響了以購物為主的內地來港旅行團的旅客人數和消費金額，以至其他自由行旅客來港旅遊的意欲。

「內地留宿旅客的消費模式改變，因打貪等因素而減少購買奢侈品。我估計香港的旅客人數在未來會回升，但上升之餘，因消費模式有所改變，以前一個人來港替一家人購物，因為他們很少機會到香港旅遊，會托人買戒指、化妝品和一些藥物。有些人又會叫人買些東西來送給上級；可是現在很多人都可以來港旅遊，不用代購，而是購買自用。奢侈品在香港的需求有所下跌，由以前的求過於供，變成現在的供過於求。」

(姚思榮議員/立法會議員(旅遊界))

伴隨消費模式轉變，內地旅客的旅遊口味亦漸趨多元化。有受訪學者認為，過往不少內地旅客參加旅行團來香港，遊覽方面主要到主題公園和著名景點如山頂，然後就是到大型商場、名店或旅客購物中心購物。

現時，不少內地旅客喜歡以自由行的方式來港，特別是年輕旅客。這些自由行旅客並不單單滿足於著名景點，他們也期望從其他渠道了解香港，例如歷史文化蹤跡、地區特色等。如果他們並未發現香港有值得進一步了解或持續到訪的地方，便會對香港失去興趣。因此，內地旅客旅遊模式的轉變，對香港旅遊業帶來的影響不能輕視。

「內地市場有很多種，初時團佔內地入境旅客的六至七成，現在只剩一成多，而且多來自農村，屬低質素、低消費，與自由行截然不同。不過，現在自由行數字上升，內地團下跌，特別是年輕人愛以自由行來港。」

（李漢城先生/香港酒店業主聯會執行總幹事）

「內地旅客以旅行團主導的消費模式已經逐漸轉為自由行的模式。內地人自由行來港很方便，辦證很簡單。他們的消費會由奢侈品變成日用品、時裝等，景點由以往一定去主題公園為主，又會轉變成來港看看有特色的景點，包括離島，或是 18 區內的名勝古蹟，例如最近討論將中環規劃成旅客必到地方。現在很多人到中環都覺得沒有東西值得觀看，只有高樓大廈，但只要到荷里活道附近、無論山上山下、由西向東其實有很多具特色的東西。」

（姚思榮議員/立法會議員（旅遊界））

4. 香港的旅遊形象單一

儘管旅客的旅遊口味漸趨多元化，但香港的旅遊形象仍然比較單一。有受訪者表示，訪港旅客多年來對香港的印象，都是集中於購物、飲食和主題公園這種成熟的城市旅遊形象。隨著香港近年沒有明顯開拓更多旅遊資源，現有的景點會逐漸老化，而旅客對現有景點的需求亦會慢慢萎縮，令香港的吸引力下降。

「內地旅客來港數目下降，主要原因是香港的吸引力減少。香港幾十年來只集中發展成熟的城市旅遊，例如主題公園、食肆、購物天堂等。這是較集中與單一的吸引力。過往十年八載內地

旅客數目顯著上升，同時集中高消費力的內地客，購物的種類主要是奢侈品。這單一的旅遊吸引力相當受旅客來源地的經濟狀況所影響。另外，部分內地旅客已有來港多次的經驗，卻未必找到香港購物以外的吸引力，從而轉向其他地方如日本、韓國、東南亞等。當地的旅遊資源比較豐富，匯率較香港優勝，導致這一、兩年內地旅客減少。」

(陳宗誠教授/香港中文大學地理與資源管理學系研究助理教授)

「以往十年的香港旅遊業，主要是靠大景點吸引旅客，現時每日有 200 團左右的旅客都是以這些景點為主，因為中國 13 億人口不是每人都曾到訪香港。但曾到訪的旅客怎麼辦？1 年內地旅客有 4,000 萬至 5,000 萬人次，10 年後就有 5 億人次曾到訪。所以，現有的景點，一是會老化，二是會同質化，有些景點內地可能都有，例如主題公園。如果香港沒有新景點，只靠現有景點，我估計那些景點的需求會慢慢萎縮。」

(姚思榮議員/立法會議員 (旅遊界))

5. 內地旅客在香港旅遊的不愉快消息，影響他們到訪的意欲。

自 2003 年起，內地旅客來港數目以倍數飆升，至 2015 年全年達 4,584 萬人次。內地旅客與香港居民之間亦隨之出現不少磨擦，部分屬旅客與導遊之間的衝突，例如：強迫旅客購物、遺棄旅客、旅客在港期間死亡事件、反水貨客行動等。受訪專家認為，這些不友好和不愉快的消息很快傳遍內地，影響了內地旅客對香港的印象，以至訪港的意欲。

「內地平價團質素有限，還有『買人頭』的現象，將整個團賣給另一間旅社，按人頭收錢，所以旅社要割客回本，出現導遊與旅客爭執，甚至出現旅客死亡，影響香港形象。」

(李漢城先生/香港酒店業主聯會執行總幹事)

「中國內地方面，在 2015 年首兩個月，過夜旅客數字仍有增長。但自 3 月開始，則發生多項不愉快事件，包括反水貨客行動、內地旅客不幸在港身亡的事件等，影響部分內地消費者對香港的觀感。發生這些事件後，在往後的月分，來自內地的旅客數字都明顯受到影響。」

(香港旅遊發展局)

4.1.2 其他旅遊業發展問題：文化及生態旅遊配套不足

近年香港坊間出現一些為本地人而設的生態團及地區導賞團，例如遊覽地質公園、舊區漫步，以至行山團等。因應香港旅遊形象單一，究竟香港有沒有機會以此推動香港發展多元化旅遊，為入境旅客提供更多傳統旅遊以外的選擇呢？

受訪專家就認為，香港仍未具備充足條件發展地區導賞團和生態遊等文化及生態旅遊，主要在於合適導遊不足等軟件原因，以及相關配套設施不足等硬件原因。現時，帶領到港旅客在港活動的工作，必須由持牌導遊執行，但持牌導遊對香港旅遊地點的培訓集中在主要景點，沒有涵蓋個別社區的文化特色或生態專門知識；至於地區導賞團和生態遊的導賞員，則多不是持牌導遊，導賞員的語言能力亦未必足以配合旅客所需。

「生態遊和導賞團與 5 年前相比多了，但針對的客源是本地客，較少針對訪港旅客，甚至外籍人士，對本地人的服務都可能未必足夠，要完善化是需要有一套系統，需要有一個政策。本地遊的語言配套不足，人才方面，需要對行業有熱情，而有沒有熱情則在於行業的前境。」

（李勁松先生/香港青年旅舍協會總幹事）

「歐洲有生態遊之類的牌照專門帶團。這些人可能為了興趣，所以很專業。他們有專業知識，講解一般不會太簡單。香港接待的境外遊客行山團、地質公園團，導遊無規定要有專業資格，他們對地質公園認識可能不深，只靠看看書就算，效果不好。現時很多行業都要專業化，因此將來旅監局成立後，如果可將導遊牌照分級或分類，逐步專業化，可提升旅遊業的質素。」

（姚思榮議員/立法會議員（旅遊界））

「不單宣傳，政府需要深入發掘，要投放資源，譬如發展大嶼山要投放多少資源方可吸引別人。行人路要修好，有休憩設施等，設立單車徑都要有休息的地方。燒烤的地方、衛生條件、洗手間等，政府要去研究。所以，我覺得深度旅遊要長遠計劃。不是說完就能做。」

（謝淦廷先生/香港入境團旅行社協會主席）

4.1.3 促進香港旅遊業發展的建議

1. 發掘本身的文化特色

要促進香港旅遊業發展業，受訪的專家、學者均認同，應首先從增加香港的吸引力著手，令香港不單能吸引未曾到訪過的新旅客，而且也能吸引再次來訪的舊旅客。這需要長遠和具方向性的規劃。

有受訪學者認為，香港需要改變單一的旅遊形象，令旅客聯想到購物、飲食及著名景點以外的有趣事物。當中包括舉辦節日盛事、興建商務旅遊硬件設施等新增元素，以及對本地文化及綠色資源利用的推廣和整合，以達到提升香港整體旅遊形象的目標。

「香港若長此下去，繼續只有單一的旅遊形象，除非有持續的需求，否則難以要求旅客不斷上升和有更多的發展空間。當然近年政府有嘗試加入其他元素，如本地盛事、節日、購物節，或推廣會展與商務旅遊，並加快興建相關的硬件設施。但整體來說，外國或內地旅客都普遍認定香港只是一個城市，旅客一般不太了解香港有其他具吸引力的地方。」

(陳宗誠教授/香港中文大學地理與資源管理學系研究助理教授)

有熟悉台灣及海外華人旅遊文化的受訪專家認為，不少旅客喜歡香港的地道文化，因此多次重訪香港，而該受訪者亦致力將地道文化以社交媒體和旅遊書的方式，與旅客分享，且頗受到歡迎，反映多元化的旅遊形象，能增加香港的吸引力。但他強調，這些旅遊元素需與本地文化扣連，才令旅客感到有意義。

有受訪的青年旅舍負責人亦認為，不少自助遊的旅客，尤其青年人，都期望能獲得多元化的旅遊體驗，例如在歷史、文化、藝術，以至自然風景等方面。但旅客可以如何更有效地獲得這些體驗，仍有待統籌。

「我認識一些台灣人，一年來 4、5 次香港，他們某程度上都喜歡香港劇集，還有品嚐香港地道食品，特別是到廣東酒樓飲茶、吃點心。香港可以購買到的品牌比其他地區多，加上免稅，都是另一個賣點。」

他們通常喜歡去旺區。多數會到旺角、中上環等，特別是一些

比較古老的東西，例如電車、茶樓、石板街、殖民地建築。他們一定會到山頂，因為夜景和維多利亞港很吸引。有些比較熟悉香港，就會去一些偏門一點的地方，例如深水埗。

我們的推廣應該要加入更多本地元素，但如果要政府推動就會有難度，因為政府的推廣太官腔。」

(三木/「香港旅遊背包客」專頁版主)

「青年旅遊的需求一直都存在。入住我們青年旅舍的旅客比較喜歡自助遊，他們比較喜歡無拘無束。他們的期望比較多元化，想去一些文化景點，例如位於旅舍、記載了香港公共房屋起源歷史及當時居民生活點滴的生活館，特別 YHA 美荷樓最近獲得了 UNESCO 亞太區文物古蹟保護獎 - 榮譽獎，所以特別受歡迎。除此之外，他們亦可能對附近地點有興趣，如賽馬會創意藝術中心，荔枝角醫院改建的饒宗頤文化館。背包客的旅遊目的不是為購物而是為增廣見聞，香港有世界著名的行山徑，有些背包客甚至遠道來港行山。」

(李勁松先生/香港青年旅舍協會總幹事)

香港旅遊發展局就表示，他們除了希望旅客到熱門的旅遊景點外，也希望旅客能體驗地道文化，因而在宣傳上亦會著重多方面的元素，並且舉辦不同的大型盛事，以及將一些舊區重新包裝成文化旅遊地點。

「近年，消費者的行為模式正不斷轉變。旅客不只想去熱門景點，更加希望有地道的體驗，感受當地文化。因應這種趨勢，旅發局一直積極宣傳香港的七大旅遊體驗，包括：餐飲、地道文化、夜遊香港、景點、藝術及娛樂、體育及戶外活動和購物。購物屬七大體驗中的其中一項，旅發局並非僅集中推廣購物。

旅發局亦重視推廣本地的生活文化，重新包裝中上環及灣仔一帶成為全新的旅遊熱點。中上環方面，以元創方及中區一帶的藝文景點，串連成文化藝術地標；而灣仔方面，則把區內的動漫基地以及多幢歷史建築群，以及『香港動漫海濱樂園』串連，推廣灣仔的地道歷史文化。」

(香港旅遊發展局)

旅遊業界人士亦認同，現時旅行團的行程安排有調整空間，特別在增加香港的特色，例如文化旅遊及地區特色等。然而，吸引旅客需以受

大眾歡迎的元素為主，綠色旅遊並非主流，只能作為多元化發展的一部分。

同時，亦有受訪專家表示，政府在硬件方面有需要作出配合，如路標指示及電子簡介等，才能具體落實香港旅遊業多元化的目標。

「如果長遠發展，短期賺得多但口碑不好，聽到很多強逼購物，這些是很負面的。我不是反對購物，購物是應該的，加重其他地方的比例就好，興趣會大點，教他們怎樣做廣東點心。譬如在深水埗，建議何處有美食；離島亦有很大吸引力，內地很多地方不如香港般近海。整體來說，如果香港包羅萬有，就會吸引到不同地方的旅客。」

文化旅遊，甚至綠色旅遊是可行的，但數量上不可能一開始就期望很多人參加。多元化最重要，香港是一個旅遊城市，問題是如何放入多元化的元素。」

(董耀中先生/香港旅遊業議會總幹事)

「香港應檢視自己的優勢和特色，再以此為賣點吸引旅客。例如 2004 年長洲太平清醮，我提出恢復的搶包山，吸引外國旅客。所以 SARS 後的 2004 年太平清醮，超過 3 萬人入長洲，即來回 6 萬多次。光是用竹棚搭包山架的技術，已讓外國人好奇。」

(李漢城先生/香港酒店業主聯會執行總幹事)

2. 開拓不同國家和地區的客源

對於香港旅遊業在過去十多年愈來愈依賴內地單一市場，形成了過大的風險。不少受訪專家都認為，香港有需要在長期規劃方面作出平衡，不應過分依賴單一市場，而需要更有策略地開拓不同國家和地區的客源，特別是鄰近的亞洲地區，以分散風險。

「旅發局多年來一直致力保持均衡的旅客組合，並集中資源投放到 20 個主要客源市場，其中大約六成的資源投放在國際市場，其餘約四成投放至內地市場。」

(香港旅遊發展局)

「香港的旅遊市場不應過度集中於內地人身上。內地人因為住得近，通常在深圳過來，購物完即日來回。內地旅客數目較多是正常的，因為內地人口多。不過近年來多了很多從不同地方來的旅客，如韓國人，所以我們不可能將焦點完全放在內地人身上。我們應多向亞洲地區作推廣，例如日本、台灣等，都值得我們花費多點去做廣告。台灣或者其他亞洲地區來香港都屬於短途航線，他們都可以請星期五的假，然後在香港享受一個長周末。」

(三木/「香港旅遊背包客」專頁版主)

除了需要面向目標地區的旅客多作宣傳外，有受訪專家亦表示，香港可與鄰近的澳門及珠三角合作，發展地區性旅遊，在交通及簽證上為旅客提供方便。現時，經香港或澳門前往廣東省珠三角地區的旅行團外國旅客，可獲內地 144 小時免簽證入境待遇⁴。同時，從廣東省指定機場入境的 51 個國家的旅客，亦可獲 144 小時免簽證過境待遇，並從廣東省任何口岸出境⁵，可前往香港及澳門。這些內地入境措施，可為前往廣東省及港澳地區的外國旅客，提供更方便的旅遊選擇，間接為香港帶來更多外國客源。此外，香港應利用與內地及國際航線充足的獨特優勢，吸引旅客停留香港。

「始終單一香港是不夠的，一定要聯同澳門、珠三角一同發展。這很重要，香港、澳門與珠三角是一個配合，地區性旅遊有很大幫助，香港是一個現代化城市，澳門是一個娛樂城市，珠三角是一個文化景點，整個配套是很好的。我們希望外面的旅客來港都經香港再去珠三角和澳門。香港旅遊發展局都與相關旅遊局做很多配套，廣東省亦做很多這類事，亦為了這件事提出了 144 小時免簽證予外國旅客。」

(董耀中先生/香港旅遊業議會總幹事)

「香港不單是『亞洲之都』，亦是世界旅遊匯聚的地方。因為我們不只靠近內地，我們是一個跳板，有最多到內地的航班。經香港可以到達內地 60 至 70 個城市，所以我們要在這方面加強。例如宣傳珠江三角洲，香港、珠海、澳門、深圳等地方連繫，變成一個珠江三角洲的旅遊地。加上我們的高鐵和港珠澳

⁴ 中國政府網。2012 年 11 月 19 日。〈免辦簽證〉，網址 http://www.gov.cn/banshi/2012-11/19/content_2269878.htm，2016 年 7 月 29 日下載。

⁵ 深圳政府在線。2016 年 7 月 22 日。〈16 項出入境新政 8 月起在深實施〉，網址 http://www.sz.gov.cn/cn/xxgk/zwdt/201607/t20160722_4234535.htm，2016 年 7 月 29 日下載。

大橋差不多完工，這是我們的優點。」

(謝淦廷先生/香港入境團旅行社協會主席)

3. 本地接待旅行社需發展新產品以配合新旅遊模式

隨著旅客的旅遊模式改變，旅遊業界亦需推出新的旅遊產品以配合和創造新的需求。有受訪者認為，旅遊業界應優化旅遊產品，由過往以內地購物團為主，邁向高質素團如乘坐郵輪的休閒團，吸納消費力高的旅客。同時，由於資訊科技發達，不少旅客會自行訂購機票及酒店，業界應加強互聯網服務，以增強競爭力。

「旅行社的巨大轉型，源自旅客消費模式改變，以及科技進步。以前旅行社要與航空公司及酒店合作；現在自由行增加，可上網訂機票酒店，自訂路線，是全球趨勢，旅行社生存空間收窄。我們酒店有很多 OTA(oversea travel agent)，價錢很不合理。我也希望旅行社與酒店重新合作，由旅行社帶客，酒店回佣，無奈轉變得太快跟不上。旅行社應向高質素團發展，包括休閒團。一來坐郵輪又坐飛機，奢華享受安排，自由行難以安排，必須靠旅行社；二來這類團友消費力高。」

(李漢城先生/香港酒店業主聯會執行總幹事)

「旅遊業應加強互聯網的知識。很多酒店都有自己的網頁，用以訂房。如果旅遊要更吸引人，應該在網上做更多創業，吸引更多客人。不能像以前一般，只是接完機去遊覽。」

以前以人手去宣傳，現在就以電子方式去宣傳。如果你可以達到這個形式就是領先。遊覽方面，如果客人已經從網上得到很多資訊，他們都可以自己去遊覽，但這要看公司如何吸引他們參加旅行團。」

(謝淦廷先生/香港入境團旅行社協會主席)

4. 推動可持續的旅遊發展

過去十多年旅客數目高速增長，令香港社區的承載能力受到關注，也令部分旅客與香港居民之間關係緊張。有受訪學者提醒，發展旅遊業不應單單著重經濟收益，也需重視旅遊的可持續性。這一方面指人與自然環境之間的平衡，例如開放郊野公園時要兼顧保育，要有秩序地開放自然環境；另一方面，這也是指旅遊對社會文化發展的影響，例如與當

地人的溝通和互動，以至對當地形象的影響等。旅遊發展需注意社會文化的可持續性，發展才能健康而長久。

「要平衡綠色旅遊與自然生態，最主要原則不能全部開放所有的鄉郊地方、郊野公園，尤其是受保育的地方更不能完全沒有限制對外開放予旅行團。

除了看經濟效益外，亦要看宏觀的旅遊可持續性。政府往往只注重經濟指標、旅客數目、花費等去決定旅遊業是否健康。但其實更要考慮的是旅遊如何促進本地的社會文化的可持續性。

旅遊對社會的好處，包括旅客與本地人的溝通和互動，這可以是正面或負面的。例如過往有不少香港市民對內地旅客過多與其行為都有不滿，這就是旅遊業在本地社會出現的負面影響。若這種現象持續的話，就是一個不健康的旅遊業發展。」

(陳宗誠教授/香港中文大學地理與資源管理學系研究助理教授)

5. 香港青年可從三方面對旅遊業作出貢獻：向旅客介紹富文化特色的景點、加強與外地青年的溝通、利用創意及科技吸引旅客。

對於香港青年在旅遊業方面可作出的貢獻，受訪者主要提出三個方面。首先，青年人對香港社區有相當的了解，也明白青年的品味和潮流，可以利用這些優勢去設計具特色的本地遊。第二，以青年人的身分去與外地青年溝通和交流，以至接待外地青年，有助香港與外地人民建立連繫，加深彼此認識。第三，利用青年人擅長的創意和科技，向外推廣香港。

「不少青年人在本地長大，對某些地方特色和文化很熟悉，這些對本地的知識可以對外推廣至朋友之外的旅客，例如設計有本土特色的本地遊，或是探索各區各處歷史、文化、自然景色等的行程。這些都是香港人才會了解的香港景點。另外，青年人之間相對容易溝通。青年旅客在國際上亦是愈來愈重要的旅客市場。本地青年人可以考慮開發一些手機程式 (apps)，以本地特色的角度出發去吸引各地遊客。青年人可以用更有創意、靈活運用科技的模式去吸引旅客。」

(陳宗誠教授/香港中文大學地理與資源管理學系研究助理教授)

「我覺得由青年人接待其他地方的青年人，是最能夠發揮到青年人對旅遊業的幫助，青年人可自己包裝年輕的產品，帶他們到學校看，介紹學校生活，或青年人娛樂消閒點，找幾個青年專門針對這情況，把計劃推出是有幫助的，在自己區亦最熟，盡量每區有自己的導賞員，發揮到自己的功用。」

(董耀中先生/香港旅遊業議會總幹事)

4.2 年輕旅遊業從業員對香港旅遊業發展的看法

綜合受訪年輕旅遊業從業員的訪問，以下歸納他們對旅客特點和期望的觀察，以及他們對行業前景和對旅遊業發展的意見。

4.2.1 行業前景

1. 現時是旅遊業調整期，受訪者整體上對行業未來發展仍感樂觀。

在 11 名受訪的年輕旅遊業從業員中，8 名表示對香港旅遊業的長遠發展感到樂觀。對於現時旅客數目下降，受訪者普遍認為，這只是旅遊業的調整期，整體的訪港旅客數字長遠來說仍十分龐大，因此旅遊業未來將健康發展，並能提供充足的就業及晉升機會。

「短時間內不會永遠衰退，或許現時的年輕人會認為酒店業很糟糕，但很多事情都有高有低。我對香港旅遊業前景仍然有信心。香港是一個獨特的地方，地理和基建都仍然有吸引力，有潛力發展，發展商亦因為看見香港仍然有機會才會花錢繼續興建不同類型的酒店。」

(個案 04/女/25 歲/酒店市場傳訊副經理)⁶

「旅遊業可以提供充足的機會給我發揮。我的崗位要走遍酒店每個角落，有時會代當值助理經理執頭執尾，有時在行李部幫手，任何地方都有得著。樣樣都懂，可提高日後的機會。前景方面，要看僱主是否欣賞你，當然你要先付出努力。」

(個案 06/女/24 歲/酒店高級客務主任)

⁶ 括號內載該引述談話的受訪者資料，依次為個案編號/性別/年齡/職位。

2. 專責內地購物團的導遊對前景感到憂慮

受訪者中，有專門負責內地購物團的導遊表示，與兩年多前比較，現時的工作量大減，由以往一個月帶十多團，至現時只能帶 3 至 4 團，工作量嚴重不足，令他們感到十分徬徨。所謂「購物團」，是指導遊基本上沒有收取底薪或服務費，收入主要來自旅客購物的佣金，而旅客亦只支付十分低廉的團費，是內地訪港遊行團的一種獨特經營模式。由於現時旅客購物的種類改變，也令他們的佣金收入銳減。

有受訪者表示，由於自己操外語的能力欠佳，轉職任其他國家旅行團的導遊亦不可能。

「到香港的內地客愈來愈少，中港矛盾、內地經濟差、人民幣跌，去泰國、韓國、去歐洲都是 8,000 至 9,000 元人民幣，而且很多國家對他們都有免簽，所以香港不能收太高團費，這是他們的旅遊文化。早兩年一個月可以帶十多團。現在一個月 3 至 4 團。以前都 ok，但近一兩年明顯差了。我們這些工作，有工開就有收入，沒工開沒收入。我幾喜歡這行，個人比較外向。現在好擔心，對將來很迷惘。」

(個案 10/女/32 歲/導遊)

「今年與去年比以前差好遠。現時旅行團數目減少了一半，旅客質素差，有些已來港多次、有些是被誤導，他們消費能力較低外，有些旅客是農民，又有些與我們合作的當地公司，為吸客會對他們說不用花費，所以根本沒帶錢來消費。即使開拓其他地方，但都不及內地客的數量。其他地方沒有零團費，只有內地才有，而且東南亞、馬來西亞、日本團因語言問題沒有做。」

(個案 11/女/27 歲/導遊)

3. 旅客來源不平均，令部分酒店業務出現明顯跌幅

從酒店業受訪者的訪問資料所得，部分酒店主要依賴內地客源，但旅客數目突然下降，影響了酒店的業務。不過，亦有部分酒店預早有策略地將客源分散，除內地旅客外，也拓展更多東南亞、美加和歐洲的旅客，令酒店能較順利在這行業低潮中生存。

「公司是五星級酒店，遠離機場。主要客源是內地客或香港人。大多為內地客。現時旅客比以往少。以往每天都客滿，現時大多星期五、六才會滿。」

(個案 01/女/26 歲/酒店櫃檯組長)

「這間酒店比別的酒店好是有不同國籍的旅客，策略性地不希望七成都是內地客。先前的內地客源大約是七成，但現在只有三、四成，雖然下跌但仍能成功經營。其他有美加和東南亞客，因為東南亞是發展重點之一，整個市場策略都著重這些市場，歐洲也有單位數字佔幅，旅客是多元化的。」

(個案 04/女/25 歲/酒店市場傳訊副經理)

4.2.2 旅客的特點及期望

1. 訪港內地旅客數目減少、客源轉變，消費能力普遍下降。

根據受訪者接觸旅客的觀察，現時內地旅客的數目明顯減少，而更重要的是，內地來港的客源出現了轉變。受訪者認為，很多內地人已來過香港，現時來港的旅客較低端，旅客來源與過往有明顯差別，例如過往的旅客較富有，現時則多來自經濟水平較差的地區；過往的旅客多願意花費購買升級服務和高價產品，但現時旅客的消費意欲則較低，所購買的以日用物為主。受訪者認為，高消費能力的旅客都轉到其他更新鮮的地方旅遊。

「公司有升級銷售的政策，推介旅客加錢去較好的房間。初入行時，內地客都很豪爽，但近年已明顯減少。我覺得是內地客源有所改變，願意花錢的已經選擇到歐美國家，而不是香港。從客人的衣著、言談舉止、方言等都可以看到。以往是普通話，現在多是口音，或是說廣東話的廣東省短途客。」

(個案 01/女/26 歲/酒店櫃檯組長)

「來訪的人數少了很多。現在一個月開十幾日工，以前會開足二十幾日的。而來港的旅客種類跟以往不同，以前客人比較有錢，較光鮮。現在比較多是來自農村、消費能力較低，消費能力高的客人會去其他國家了。現在旅客買藥油、奶粉、日用品、化妝品，奢侈品就比較少，這變相令我們收入減少很多。」

(個案 10/女/32 歲/導遊)

2. 內地旅客來港主要目的是購物，他們普遍不認為香港有很多觀光地點，但有受訪者擔心這種旅遊模式存在很大風險。

受訪者普遍表示，內地旅客來港多以購物為主要目的，遊覽以著名景點或主題公園佔多。內地旅客普遍不認為香港有很多值得逗留的遊覽地點，甚至連負責內地購物團的受訪導遊也認為，香港的景點很少。舉例說，假如旅客逗留兩天的話，會利用一整天購物，然後利用另一天遊覽；亦有不少短期逗留的旅客以「掃貨」為目標，對遊覽沒興趣。

「會買一堆日用品回酒店的內地旅客，多數只住一、兩晚，不要求食好住好，以掃貨為目標。住四、五晚的人，除了日用品，也會買其他東西及遊覽，對住房更有要求。如果帶小朋友及老人家，會著重去主題公園、大佛等景點；兩、三個青年人則購物居多。從行李箱內的東西，就可以估計他們的目的。」

純購物的也不少，很多只來港兩天，問我們到哪裡買東西，然後另一天遊盡港九新界。外國人來港是享受假期，間中會買品牌；內地人不論觀光或購物，都會入購物中心走一轉。」

(個案 06/女/24 歲/酒店高級客務主任)

「內地客都只是購物，覺得香港沒甚麼好玩，亦對當地文化沒興趣。作為導遊，我都覺得香港沒甚麼特色景點。」

(個案 10/女/32 歲/導遊)

「香港的景點真的不多。我們兩日一夜的團，一日去景點、主題公園，晚上坐船，第二日去購物。之後去澳門，時間已很緊迫，無需要再加。」

(個案 11/女/27 歲/導遊)

有受訪者認為，因香港購物有保證，故購物而非遊覽，才是旅客再次來港的主因。不過，她擔心這種主要以購物去吸引旅客的旅遊模式，存在很大風險；因為內地購物日益方便，加上其他國家及地區的匯價下跌，對香港的旅遊零售業構成很大競爭。

「購物才是旅客再次來港的主因，始終香港形象健康和安全，購物有保證，但即日來回購物對酒店業沒益處。香港如果只以購物來留住內地客有不少隱憂，因為內地購物日益方便。」

(個案 05/女/34 歲/酒店業務拓展經理)

3. 外國旅客來港以遊覽為主，東南亞旅客則較平衡於遊覽、飲食和購物三方面。

相比起內地旅客，其他國家及地區的旅客較著重遊覽而非主力於購物，尤其是歐美等地的旅客。有受訪者表示，外國人較多查詢到處遊覽的本地一天遊旅行團，但內地人則甚少。有辦深度遊的受訪者表示，他們主要的客人都是以西方旅客為主，因為這些旅客來源地都有深度遊的文化，期望與本地文化和本地人接觸，嘗試一些真實的體驗。

「想參加具特色項目的多數是外國人，會問 *Big Bus* 或海上一日遊，內地人不愛本地遊。我們酒店角落有精華遊，但光顧的多屬外國人，甚少講普通話的。」

(個案 06/女/24 歲/酒店高級客務主任)

「我們的深度遊客人，以歐、美、澳、紐比較多。他們有參加 *walking tour* 的文化。旅客都是期望一些深度、真實的體驗。他們不想去旅行熱點，反而想去認識我們的文化、歷史、食物和人。我們的旅行團沒有山頂、星光大道等，但會帶旅客逛廟街、油麻地果欄、油麻地戲院、抽水泵房、說說果欄故事、上海街、吃吃街邊小食等。又例如我們會去街市，帶他們認識我們的生活文化。人們對這類旅行團的反應很好。」

(個案 07/女/32 歲/旅行社企業發展及策略總監)

至於東南亞旅客方面，有受訪導遊表示，他們的旅遊模式較平衡，即來港會遊覽、飲食和購物；而西方旅客則比較著重遊覽。

「我以前做東南亞團，他們著重去玩、去食，都會購物，菲律賓都 *ok*，西人則注重去玩多過食，注重當地文化，會想去看有特色的，如香港的漁民，漁排。」

(個案 10/女/32 歲/導遊)

4. 內地旅客參與較深度旅遊的具體喜好和營運方式仍有待摸索

那麼，現時有沒有空間去開拓內地旅客對遊覽的興趣呢？辦深度遊的受訪者認為，外國旅客及內地旅客的需求並非一致，由於現時這類旅遊產品不多，難以掌握內地旅客對此類產品的喜好。但她相信，內地年輕旅客會對深度旅遊有興趣，但具體的喜好和營運方式仍有待摸索。

「外國和內地旅客的需求很不一樣。舉例說，同一部電影，我們會向外國旅客介紹相關的歷史背景，卻會跟內地旅客介紹相關的電影明星。但目前沒有足夠的內地旅客跟外國旅客比較。不過參加人數少並不代表內地旅客沒有興趣，因為年輕一代都會追求深度的旅遊，只是內容和價錢尚要摸索。」

(個案 07/女/32 歲/旅行社企業發展及策略總監)

4.2.3 開拓客源的策略

1. 酒店業積極開拓其他亞洲及新興市場

隨著內地旅客的旅遊模式轉變，旅遊業界亦要積極考慮新的經營策略，以穩定客源。有酒店業受訪者表示，他們除了向亞洲市場推廣外，也會開拓一些東南亞及南美的新興市場客源，以減少太依賴內地旅客的影響。

「港元升值，內地客來港意欲低。我們會拓展新興市場如巴西、越南、印度等，提供優惠給旅行社。我們酒店現時開始著重新興市場，是因為見他們開始蓬勃、有錢，愈早插旗會愈有優勢。早前內地旅行團客量減少三、四成，甚至一半，所以會去推廣台灣、韓國等市場。內地客減少是大趨勢，公司嘗試改變客源。」

(個案 09/男/28 歲/酒店銷售副經理)

2. 航空業容許經香港轉乘至其他地區的旅客停留香港

航空業也有一些開拓客源的措施。對於內地旅客受其他旅遊地點如東南亞等地吸引，有航空業受訪者表示，公司的機票容許經香港轉乘至其他地區的旅客停留香港數天，以吸納一些中轉旅客。這類安排能吸引一些內地二、三線城市，以及一些本身計劃到內地旅遊的東南亞旅客，順道到訪香港。

「我們的機票都容許旅客在港停留幾天，然後再轉乘到別的地方。這類機票頗受歡迎，特別是內地二、三線城市的人，因為香港始終是一個國際大都會，他們想參觀一下。」

(個案 08/男/31 歲/航空公司業務發展主任)

4.2.4 建議

1. 改變旅遊形象，開拓多元化旅遊。

受訪者多同意香港旅遊形象單一，以他們所接觸，很多旅客只著重購物。他們認為，香港有需要改變整體的旅遊形象，讓旅客知道來香港不單為購物，而是可以有更豐富的體驗，以增加香港的吸引力。他們認為，舉辦更多節日活動、盛事、展覽，以及文化、體育活動，均有幫助。而他們也觀察到近年政府有籌辦這類活動，但始終購物的形象太深入，連一些傳統的景點也可能被人遺忘。

「形象上有需要改變印象，因為一直以來與錢有關，如購物的形象太根深柢固。可以像曼谷、首爾般更多姿多采，可以做不同的事。」

(個案 02/女/24 歲/空中服務員)

「若希望吸引更多旅客，提升形象，可以舉辦更多如龍舟嘉年華這類活動。可以讓外國旅客了解香港特別的地方，如天壇大佛以往很有名，但現在好像少了推廣。現在只著重購物，似乎遺忘香港還有其他景點。」

(個案 01/女/26 歲/酒店櫃檯組長)

「政府的宣傳不吸引，也沒有展露香港真正的特色，例如廣東時代留下來的建築、中西文化合璧的元素。台灣有永康街，香港雖然有區議會，卻沒有一個社區地圖，去展露本區的特色。香港給人的感覺是購物天堂和美食天堂，卻忽略了本土特色。我們應該尋回被人遺忘的特色。」

(個案 08/男/31 歲/航空公司業務發展主任)

旅遊業處於調整期，正好提供機會讓香港思考未來的策略。不少受訪者認為，香港本身已充滿文化特色，因此整個議題的重點，應該是如何發掘和發揮這些文化特色，再加以宣傳並增加配套設施以配合發展，而非單單靠世界大同的景點作為賣點。更有受訪者認為，香港應朝深度遊的方向發展。

至於多元化旅遊和文化特色旅遊是否難令香港旅遊收入增加的問題，受訪者中有不同意見。有受訪者認為，其中生態遊或藝術旅遊始終是小眾玩意，賺取不了太多收入。但亦有受訪者認為，旅客願意到港就

代表有消費，不應太著眼於他們是否消費在購物方面，只有多元化發展才能增加香港的長遠吸引力。

「現在已不是再興建多一個主題樂園就可以改變香港當前吸引力低的問題。我認為文化是可行的，因為香港是一個文化獨特的地方，能包容不同文化，旅客會有興趣去重慶大廈或駱克道等，會去紅燈街，不單是飲酒，而是與不同人的交流。香港文化可包括遊行、運動，例如單車節，亦願意封路去配合。不需花十多億去建造硬件，而是做一些有特色、全球關注的活動。我們需要多元化去思考整件事。」

(個案 04/女/25 歲/酒店市場傳訊副經理)

「我們應該向深度文化發展。雖然現在只是小眾市場，但我相信會慢慢發展成深度遊。綠色旅遊也是一個發展方向。這方面的推廣做得不夠，因為旅發局還是在推銷城市、夜生活、食物等，它現在也開始推廣自然，不過還是很不足。旅客未必對這些沒興趣，只是不知道自然景觀也是香港特色。雖然綠色旅遊的消費看似較低，但若他們因此延長逗留時間，在住宿方面也很有貢獻。」

(個案 07/女/32 歲/旅行社企業發展及策略總監)

「若只看購物多少會太膚淺，旅客到訪香港必會消費，雖不是到名店買十多萬的名錶，但政府若繼續只宣傳這方面的旅遊或開更多名店，過分傾側會令市民或一些長途旅客更反感或無趣。發展需要平衡，太單一的旅遊發展不能長期吸引旅客支持。」

(個案 03/男/23 歲/機組控制員)

2. 開拓客源

面對內地旅客數目下降，受訪者多表示，這是無可避免的現象。香港應該要平衡風險，除了吸引內地旅客外，也應放眼國際，著重增加其他國家和地區的旅客比例。此外，亦有受訪者認為，年輕旅客也是值得開拓的一群。雖然年輕旅客消費力未必高，但若他們感到香港是一個值得到訪的地方，便可能重複到訪去經歷在香港的有趣事物，甚至與香港建立連繫，對香港的長遠經濟有幫助。

「我們要提升外國旅客數目，內地旅客下降是無可避免的。」

(個案 08/男/31 歲/航空公司業務發展主任)

「不要太著重吸引內地人，全世界那麼多國家，可以推廣得更國際化。」

(個案 06/女/24 歲/酒店高級客務主任)

「許多人提到需吸納一些新時代 20 至 30 歲的活躍旅客，行程可到屋邨吃地道食品，而不是豪華酒家、主題公園。Budget traveler (有預算的旅客) 不會選擇昂貴的酒店，但若你喜歡那地方，就會重複地去經歷，長遠來說效益或許更大，例如 20 歲時會認為這城市很好，40 歲時有足夠金錢會考慮到那裡做生意。」

(個案 04/女/25 歲/酒店市場傳訊副經理)

3. 改善服務態度

不少受訪者提到，香港各服務行業員工，以至不少香港人的態度欠佳，不願意幫助別人，難令旅客感到受歡迎，從而不喜歡來港。有受訪者表示，欠佳的態度，亦可能是來自內地旅客人數太多，令本地人感到受滋擾，而引起內地旅客與香港人之間的矛盾，因此這是複雜的社會問題。無論如何，他們都認為香港的服務態度很有需要作出改善。

「我覺得很需要改善香港的服務質素。香港店員的服務態度很差。最近一個調查指出，香港的服務質素差不多是世界最差的，感覺是想你消費完便盡快走。」

(個案 07/女/32 歲/旅行社企業發展及策略總監)

「我認為香港人對旅客的態度最重要。我看見香港人之間也不互相幫助，對於外國人會更加害怕，有不同國家的人來港如白人和黑人，各種的歧視和害怕仍然存在。需要教育人如何去面對旅客，面對不同人遇到困難時作出幫忙。」

(個案 04/女/25 歲/酒店市場傳訊副經理)

「本地人的態度都很影響外國旅客的印象。如果本地人態度是歡迎的，旅客已很開心。先不要對旅客反感，可能因旅客太多，令香港人覺得衛生差了、環境嘈雜等，令香港人與內地客之間出現矛盾。這是很複雜的社會問題。」

(個案 02/女/24 歲/空中服務員)

4. 區域合作與中轉旅遊

由於香港地理位置優越，是亞洲航班的重要中轉站，而且鄰近澳門及內地，可利用此優越條件發展中轉旅遊，以及與澳門及內地珠三角合作發展區域旅遊。有酒店業的受訪者認為，香港可與澳門合作，推動旅遊發展。亦有航空業的受訪者認為，香港有條件發展中轉旅遊，但這需要航空公司和政府兩方面的協作，才能發揮良好效果。

「遠途客來香港或會順道去澳門，所以港澳可合作推動旅遊，例如提供優惠套餐。」

(個案 05/女/34 歲/酒店業務拓展經理)

「香港有機會發展中轉旅遊。有很多人只是來香港轉機，較少旅客是直接來香港旅遊，大部分是到訪亞洲其他國家，轉機的旅客在港停留兩三小時並沒有受到太多照顧。可加以推介，例如長途旅客經香港轉機到內地城市，假若他們有較長的旅遊時間，會順道遊覽香港。這需要兩方面攜手，航空公司要實行此計劃困難不大，政府或旅行社方面可提供數小時市內遊，或提供一些路線給旅客去遊覽。」

(個案 03/男/23 歲/機組控制員)

5. 互動宣傳

至於宣傳方面，有受訪者認為，現時是互動的年代，一些更注重互動參與的宣傳方式更能吸引年輕一輩的旅客，例如比賽、互動旅客留言分享等。同時，新一代的旅遊潮流強調探索，宣傳方面可考慮加強探索與體驗的元素。

「香港可仿效新加坡，宣傳是問旅客認為新加坡是一個怎樣的城市，宣傳方式追上潮流，如設計一些比賽，分享一些照片再寫上感想和印象、建立 **blog** 去讓旅客留言分享，讓旅客有較多互動參與的感覺，我認為旅客或年輕一輩會較喜歡有心思的宣傳手法。」

(個案 03/男/23 歲/機組控制員)

「先前 VISA 有個比賽，hashtag #NotATourist，現時的環球旅遊潮流不單是 check-in、arrive，跟 tourist 不同，而是 travel，是關於更多的探索。」

(個案 04/女/25 歲/酒店市場傳訊副經理)

第五章 訪港旅客對在港旅遊的期望

是次研究進行一項訪港旅客的問卷調查，以了解旅客來港旅遊的動力及期望。問卷調查（結果列表見附錄三）共成功訪問 570 名 15 歲或以上的訪港旅客。本章主要分析調查結果，並闡述如下：

5.1 受訪旅客背景資料

在受訪旅客的樣本中，來自內地佔 32.3%、亞洲(非內地)佔 19.9%、美洲佔 14.6%、歐洲佔 22.8%、大洋洲佔 9.5%。其中，94.4%沒有參加任何旅行團（表 5.1），51.1%是首次到訪香港（表 5.2）。

表 5.1：您有沒有參加旅遊團？

	人數	百分比
沒有	538	94.4%
外地來香港的旅遊團	16	2.8%
香港本地的旅遊團	16	2.8%
合計	570	100.0%

表 5.2：這次是您第幾次到訪香港？

次數	人數	百分比
1	290	51.1%
2	84	14.8%
3	57	10.1%
4	33	5.8%
5	26	4.6%
6-10 次	51	9.0%
11 次或以上	26	4.6%
合計	567	100.0%

表 5.3：您打算逗留多少天？

	人數	百分比
1 天	67	11.8%
2 天	89	15.7%
3 天	108	19.0%
4 天	85	15.0%
5 天	72	12.7%
6 天	18	3.2%
7 天	42	7.4%
8 天或以上	87	15.3%
合計	568	100.0%

表 5.3 顯示，受訪旅客中佔 11.8%為即日來回的不過夜旅客，而 34.7%為 2-3 天的短期旅客，27.6%為 4-5 天的中短期旅客。受訪內地旅客的逗留時間多為即日來回或 2-3 天，而亞洲及美洲旅客多是逗留 2-3 天或 4-5 天，大洋洲旅客多是 4-5 天，歐洲多是 8 天或以上（表 5.4）。

表 5.4：逗留天數與來源地的關係

	來源地					合計
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	
1 天	56 30.4%	5 4.5%	2 2.4%	2 1.5%	1 1.9%	66 11.7%
2-3 天	88 47.8%	37 33.0%	28 34.1%	28 21.5%	14 25.9%	195 34.7%
4-5 天	31 16.8%	48 42.9%	29 35.4%	32 24.6%	17 31.5%	157 27.9%
6-7 天	7 3.8%	8 7.1%	12 14.6%	21 16.2%	11 20.4%	59 10.5%
8 天或以上	2 1.1%	14 12.5%	11 13.4%	47 36.2%	11 20.4%	85 15.1%
合計	184 100.0%	112 100.0%	82 100.0%	130 100.0%	54 100.0%	562 100.0%

*** p<0.001

表 5.5 顯示，最多受訪旅客住在四星級酒店，佔 29.6%。當中，較多內地及亞洲旅客選擇三星級酒店及旅店／旅舍／賓館；歐洲、美洲及大洋洲旅客則較多選擇五星級及四星級酒店（表 5.6）。逗留時間為 4-5 天及 6-7 天的旅客，較願意住宿在五星級及四星級酒店（表 5.7）。

表 5.5：這次到訪香港，您主要住在哪裡？

	人數	百分比
五星級酒店	78	13.7%
四星級酒店	169	29.6%
三星級酒店	91	16.0%
旅店／旅舍／賓館	101	17.7%
親友家中	52	9.1%
其他	1	0.2%
不過夜	67	11.8%
不知／說不清	11	1.9%
合計	570	100.0%

表 5.6：主要住宿與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
五星級酒店	18 14.9%	15 14.2%	17 21.5%	22 17.2%	5 9.6%	77 15.8%
四星級酒店	31 25.6%	34 32.1%	29 36.7%	42 32.8%	32 61.5%	168 34.6%
三星級酒店	27 22.3%	20 18.9%	11 13.9%	20 15.6%	12 23.1%	90 18.5%
旅店／旅舍 ／賓館	28 23.1%	27 25.5%	15 19.0%	28 21.9%	2 3.8%	100 20.6%
親友家中	17 14.0%	10 9.4%	7 8.9%	16 12.5%	1 1.9%	51 10.5%
合計	121 100.0%	106 100.0%	79 100.0%	128 100.0%	52 100.0%	486 100.0%

** p<0.01

表 5.7：主要住宿與逗留天數的關係

	逗留天數				
	2-3 天	4-5 天	6-7 天	8 天或以上	合計
五星級酒店	32 16.8%	27 17.6%	9 15.3%	10 11.6%	78 16.0%
四星級酒店	54 28.4%	62 40.5%	29 49.2%	24 27.9%	169 34.6%
三星級酒店	49 25.8%	27 17.6%	5 8.5%	9 10.5%	90 18.4%
旅店／旅舍／賓館	43 22.6%	24 15.7%	13 22.0%	21 24.4%	101 20.7%
親友家中	12 6.3%	13 8.5%	3 5.1%	22 25.6%	50 10.2%
合計	190 100.0%	153 100.0%	59 100.0%	86 100.0%	488 100.0%

*** p<0.001

5.2 來港旅遊的動力

5.2.1 訪港旅客多從網上獲取到香港旅遊的資訊，互動及分享形式的宣傳更具吸引力，傳統媒體的影響力大不如前。

調查顯示，受訪旅客來香港的最主要目的是觀光，佔 71.1%；其次是公務／出差，佔 11.9%（表 5.8）。

表 5.9 顯示，整體而言，受訪旅客主要從網上獲取到香港旅遊的資訊，佔 66.0%，當中又以社交媒體／博客（41.6%）為最多；其次是親友，佔 29.3%；然後是雜誌／旅遊書／報紙及電視／電台等傳統媒體，分別佔 19.5%及 14.7%。數字反映，互聯網對旅客獲取旅遊資訊的影響力較傳統媒體更大，其中社交媒體等互動形式，以及博客等分享形式，較單向的宣傳更具吸引力。

表 5.8：您來香港的最主要目的是甚麼？

	人數	百分比
觀光	405	71.1%
公務／出差	68	11.9%
探訪親友	45	7.9%
學習／考察	22	3.9%
途經香港	21	3.7%
其他	8	1.4%
不知／說不清	1	0.2%
合計	570	100.0%

表 5.9：您從哪裡獲得到香港旅遊的資訊？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
互聯網	376	66.0%
社交媒體／博客	237	41.6%
網上影片	91	16.0%
其他	176	30.9%
親友	167	29.3%
雜誌／旅遊書／報紙	111	19.5%
電視／電台	84	14.7%
電影	57	10.0%
學校	20	3.5%
其他	42	7.4%
不知／說不清	29	5.1%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

5.2.2 景點、城市活力、購物天堂是香港的三大吸引之處，而旅客重訪的主因在位置而非景點等內在因素。

旅客認為香港有哪些吸引力，足以吸引他們前來到訪？表 5.10 顯示，最多受訪旅客認為香港的景點吸引（33.0%）和具城市活力（30.4%），吸引力其次來自購物天堂（28.1%）和位置鄰近（25.6%），亦有不少受訪旅客認為香港的吸引力來自其飲食天堂（22.1%）的地位。整體來說，受訪旅客認為維多利亞港最能代表香港，佔 35.8%；其次是山頂，佔

22.5% (表 5.11)。

表 5.12 顯示，訪港次數愈多的旅客，愈認為位置鄰近和港幣匯價低是吸引因素；訪港次數較少的旅客，則認為來港令他們獲得增廣見聞的機會。結果反映，位置和匯價這些客觀因素，而非香港的景點等內在因素，是旅客重複訪港的主因。

表 5.10：哪些原因吸引您來香港旅遊？（可選多項） N=570

	人次	百分比■
景點吸引	188	33.0%
城市活力	173	30.4%
購物天堂	160	28.1%
位置鄰近	146	25.6%
飲食天堂	126	22.1%
增廣見聞	113	19.8%
歷史價值	98	17.2%
親友推薦	60	10.5%
優惠吸引	41	7.2%
旅費便宜	34	6.0%
港幣匯價低	30	5.3%
商務	15	2.6%
其他	41	7.2%
不知／說不清	31	5.4%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 5.11：您認為哪個地方最能代表香港？

	人數	百分比
維多利亞港	204	35.8%
山頂	128	22.5%
天星碼頭	44	7.7%
女人街（通菜街）	19	3.3%
尖沙咀海濱	19	3.3%
金紫荊廣場	18	3.2%
廟街	13	2.3%
殖民地式建築	10	1.8%
郊野公園／遠足徑	7	1.2%
環球貿易廣場	6	1.1%
公共屋邨	4	0.7%
香港仔避風塘	2	0.4%
其他	27	4.7%
沒有	8	1.4%
不知／說不清	61	10.7%
合計	570	100.0%

表 5.12：香港的吸引力與訪港次數的關係

N=567

	訪港次數			合計
	1 次	2-3 次	4 次或以上	
位置鄰近**	59 20.3%	37 26.2%	47 34.6%	143 25.2%
港幣匯價低*	9 3.1%	9 6.4%	12 8.8%	30 5.3%
增廣見聞**	67 23.1%	32 22.7%	14 10.3%	113 19.9%

* p<0.05, ** p<0.01

5.3 旅客來港旅遊的期望

5.3.1 旅客對香港的景點十分期待，但他們對其他多元化的遊覽和活動也感興趣。

受訪旅客在香港旅遊期間，普遍打算花最多時間在遊覽著名景點上，佔 47.2%；其次才是購物，佔 14.4%；然後是飲食，佔 11.5%（表 5.13）。比較不同來源地的旅客，較多內地旅客打算花最多時間購物，佔 22.0%；而來自美洲的旅客則較希望花時間在飲食（16.2%）和接觸大自然或享受寧靜（12.2%）方面（表 5.14）。

表 5.13：在香港旅遊期間，您打算花最多時間在哪方面？

	人數	百分比
遊覽著名景點	266	47.2%
購物	81	14.4%
飲食	65	11.5%
認識地道文化	45	8.0%
與親友共聚	34	6.0%
接觸大自然	29	5.2%
工作	12	2.1%
享受寧靜	8	1.4%
其他	8	1.4%
不知／說不清	15	2.7%
合計	563	100.0%

表 5.14：打算花最多時間的方面與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
遊覽著名景點	88 49.7%	50 48.1%	35 47.3%	65 54.6%	25 51.0%	263 50.3%
購物	39 22.0%	18 17.3%	3 4.1%	13 10.9%	8 16.3%	81 15.5%
飲食	16 9.0%	14 13.5%	12 16.2%	16 13.4%	6 12.2%	64 12.2%
認識地道文化	20 11.3%	8 7.7%	5 6.8%	6 5.0%	5 10.2%	44 8.4%
與親友共聚	4 2.3%	7 6.7%	10 13.5%	10 8.4%	3 6.1%	34 6.5%
接觸大自然／ 享受寧靜	10 5.6%	7 6.7%	9 12.2%	9 7.6%	2 4.1%	37 7.1%
合計	177 100.0%	104 100.0%	74 100.0%	119 100.0%	49 100.0%	523 100.0%

* p<0.05

在遊覽及活動興趣上，最多受訪旅客表示他們對著名景點／主題公園有興趣，佔 50.7%（表 5.15）；其次是博物館、節日／大型活動、郊野公園／遠足，和殖民地式建築／舊城區，分別佔 26.8%、25.4%、22.6%，和 22.6%。來自內地的旅客較其他旅客更喜歡著名景點／主題公園，佔 67.4%，他們也較喜歡香港特色展覽，佔 25.5%。歐洲、美洲及大洋洲的旅客較內地及亞洲旅客喜歡節日／大型活動、郊野公園／遠足（表 5.16）。

表 5.15：您有興趣在香港遊覽下列哪些地方和參與下列哪些活動？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
著名景點／主題公園	289	50.7%
博物館	153	26.8%
節日／大型活動	145	25.4%
郊野公園／遠足	129	22.6%
殖民地式建築／舊城區	129	22.6%
娛樂活動	126	22.1%
街頭藝術／音樂	117	20.5%
文化創意場區	109	19.1%
香港特色展覽	102	17.9%
地道文化活動	86	15.1%
地質公園／自然保育區	54	9.5%
其他	14	2.5%
沒有	19	3.3%
不知／說不清	10	1.8%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 5.16：遊覽地方和參與活動的興趣與來源地的關係

N=564

	來源地					合計
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	
著名景點／主題公園***	124 67.4%	55 48.7%	25 30.1%	60 46.2%	22 40.7%	286 50.7%
節日／大型活動**	36 19.6%	21 18.6%	22 26.5%	49 37.7%	16 29.6%	144 25.5%
郊野公園／遠足**	25 13.6%	24 21.2%	25 30.1%	40 30.8%	13 24.1%	127 22.5%
娛樂活動*	25 13.6%	31 27.4%	24 28.9%	32 24.6%	13 24.1%	125 22.2%
香港特色展覽*	47 25.5%	18 15.9%	8 9.6%	22 16.9%	6 11.1%	101 17.9%

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

5.3.2 旅客的購物興趣多元，以一般中價產品為主。

旅客在香港購物的興趣多元，不同來源地旅客的興趣也未發現有顯著差異。表 5.17 顯示，最多受訪者有興趣購買旅遊紀念品，佔 28.4%；其次是衣服、化妝品、食品／酒類，及電器／影音／電子產品，分別佔 26.7%、26.0%、23.2%，及 18.9%。名牌產品／珠寶首飾這類奢侈品則佔 17.5%。數字反映，旅客最有興趣購買的是一般中價產品。

表 5.17：您有興趣在香港購買下列哪些東西？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
旅遊紀念品	162	28.4%
衣服	152	26.7%
化妝品	148	26.0%
食品／酒類	132	23.2%
電器／影音／電子產品	108	18.9%
名牌產品／珠寶首飾	100	17.5%
手工藝品	71	12.5%
中藥／海味	67	11.8%
生活用品	47	8.2%
西藥	45	7.9%
書籍／雜誌／影碟／唱片	38	6.7%
其他	--	--
沒有	75	13.2%
不知／說不清	15	2.6%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

5.3.3 旅客喜歡品嚐有別於他們平日能吃到的香港特色食品。

在飲食方面，受訪旅客最喜歡的是廣東點心，佔 25.4%；港式奶茶／茶餐廳食品也十分受歡迎，佔 21.6%。其他受訪旅客喜歡的食品包括海鮮、雲吞麵、街頭小食等，分別佔 9.8%、8.2%及 7.0%（表 5.18）。

內地旅客的口味與其他地區旅客的口味有明顯差異，他們最喜歡的香港飲食是港式奶茶／茶餐廳食品，佔 49.4%；歐洲、美洲、大洋洲等西方旅客則最喜歡廣東點心，分別佔 40.5%、35.0%及 35.7%；至於亞洲旅客則對港式奶茶／茶餐廳食品和廣東點心都同樣喜愛，兩者均佔 29.1%（表 5.19）。結果反映，旅客較希望品嚐有別於他們平日能吃到的香港特色食品。

表 5.18：您最喜歡香港哪種食品？

	人數	百分比
廣東點心	145	25.4%
港式奶茶／茶餐廳食品	123	21.6%
海鮮	56	9.8%
雲吞麵	47	8.2%
街頭小食	40	7.0%
港式西餐	35	6.1%
燒味	34	6.0%
國際融合菜	28	4.9%
其他	12	2.1%
沒有	19	3.3%
不知／說不清	31	5.4%
合計	570	100.0%

表 5.19：最喜歡的香港食品與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
港式奶茶／茶	80	30	7	3	2	122
餐廳食品	49.4%	29.1%	8.8%	2.6%	4.8%	24.3%
廣東點心	22	30	28	47	15	142
	13.6%	29.1%	35.0%	40.5%	35.7%	28.2%
雲吞麵	16	9	4	17	1	47
	9.9%	8.7%	5.0%	14.7%	2.4%	9.3%
燒味	5	8	7	13	1	34
	3.1%	7.8%	8.8%	11.2%	2.4%	6.8%
港式西餐	5	4	7	13	6	35
	3.1%	3.9%	8.8%	11.2%	14.3%	7.0%
街頭小食	23	5	5	4	2	39
	14.2%	4.9%	6.2%	3.4%	4.8%	7.8%
國際融合菜	4	8	8	8	--	28
	2.5%	7.8%	10.0%	6.9%	--	5.6%
海鮮	7	9	14	11	15	56
	4.3%	8.7%	17.5%	9.5%	35.7%	11.1%
合計	162	103	80	116	42	503
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*** p<0.001

5.3.4 內地旅客不滿港人服務態度欠佳，而西方旅客則最關注空氣污染問題。

有關旅客不滿意香港的地方，表 5.20 顯示，最多受訪旅客認為他們最不喜歡的是服務態度欠佳，佔 12.1%；其次是空氣污染，佔 11.8%。部分旅客認為香港的 WIFI 使用不方便（8.8%），亦有受訪者認為香港的環境衛生欠佳（8.2%）。

內地旅客比較關注服務態度欠佳（30.1%）及 WIFI 使用不方便（29.2%）的問題；亞洲旅客亦關注服務態度欠佳問題（31.8%）；至於歐洲（47.5%）、美洲（35.0%）及大洋洲（57.1%）旅客，則一致認為最大問題是空氣污染（表 5.21）。

表 5.20：作為旅客，您最不喜歡香港哪方面？

	人數	百分比
服務態度欠佳	69	12.1%
空氣污染	67	11.8%
WIFI 使用不方便	50	8.8%
環境衛生欠佳	47	8.2%
路標指示不清晰	40	7.0%
天氣	22	3.9%
景點欠缺特色	16	2.8%
擠迫	13	2.3%
貨品質素欠佳	8	1.4%
昂貴	7	1.2%
食物質素欠佳	5	0.9%
其他	42	7.5%
沒有	131	23.0%
不知／說不清	53	9.3%
合計	570	100.0%

表 5.21：最不喜歡香港的方面與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
空氣污染	3 2.7%	9 13.6%	14 35.0%	29 47.5%	12 57.1%	67 22.3%
服務態度欠佳	34 30.1%	21 31.8%	9 22.5%	2 3.3%	3 14.3%	69 22.9%
貨品質素欠佳	3 2.7%	2 3.0%	2 5.0%	1 1.6%	-- --	8 2.7%
食物質素欠佳	3 2.7%	1 1.5%	-- --	1 1.6%	-- --	5 1.7%
景點欠缺特色	8 7.1%	4 6.1%	3 7.5%	-- --	1 4.8%	16 5.3%
環境衛生欠佳	7 6.2%	14 21.2%	10 25.0%	14 23.0%	1 4.8%	46 15.3%
路標指示不清晰	22 19.5%	8 12.1%	1 2.5%	5 8.2%	4 19.0%	40 13.3%
WIFI 使用不方便	33 29.2%	7 10.6%	1 2.5%	9 14.8%	-- --	50 16.6%
合計	113 100.0%	66 100.0%	40 100.0%	61 100.0%	21 100.0%	301 100.0%

*** p<0.001

5.4 旅客的消費

5.4.1 七成以上的受訪旅客預算個人開支為少於 1,500 美元。

表 5.22 顯示，受訪旅客預算來港個人開支（來回香港交通費除外）為 499 美元或以下，佔 25.8%；預算開支為 500-999 美元，佔 31.4%。至於消費略高，預算開支為 1,000-1,499 美元的，佔 14.2%。換句話說，預算個人開支少於 1,500 美元的旅客，佔七成以上。

當中，預算開支為 499 美元或以下的低消費旅客，以內地旅客佔多（36.8%），預算開支為 500-1,499 美元的中等消費旅客，以大洋洲旅客佔多（58.0%），而預算開支為 1,500 美元或以上的高消費旅客，則以大洋洲（28.0%）及歐洲（26.3%）佔多（表 5.23）。

表 5.22：除了來回香港的交通費外，您預算個人這次來香港總共花費多少？

		人數	百分比
美元 499	(港幣 3,899) 或以下	147	25.8%
美元 500-999	(港幣 3,900-7,799)	179	31.4%
美元 1,000-1,499	(港幣 7,800-11,699)	81	14.2%
美元 1,500-1,999	(港幣 11,700-15,599)	44	7.7%
美元 2,000-2,999	(港幣 15,600-23,399)	30	5.3%
美元 3,000-3,999	(港幣 23,400-31,199)	15	2.6%
美元 4,000-4,999	(港幣 31,200-38,999)	5	0.9%
美元 5,000	(港幣 39,000) 或以上	13	2.3%
不知／說不清		56	9.8%
合計		570	100.0%

表 5.23：預算個人消費額（來回香港的交通費除外）與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
美元 499 或以下	60 36.8%	31 29.0%	19 25.7%	27 23.7%	7 14.0%	144 28.3%
美元 500-1,499	71 43.6%	61 57.0%	41 55.4%	57 50.0%	29 58.0%	259 51.0%
美元 1,500 或以上	32 19.6%	15 14.0%	14 18.9%	30 26.3%	14 28.0%	105 20.7%
合計	163 100.0%	107 100.0%	74 100.0%	114 100.0%	50 100.0%	508 100.0%

* p<0.05

5.4.2 內地旅客傾向消費在購物方面，西方旅客則傾向消費在住宿方面。

受訪旅客普遍消費最多在購物（27.2%）和住宿（26.0%），其次是飲食（23.2%）（表 5.24）。內地旅客消費最多在購物方面，佔 51.4%；亞洲旅客花最多在飲食，佔 29.2%；歐洲、美洲、大洋洲的旅客則花最多在住宿，分別佔 38.4%、38.3%和 36.5%（表 5.25）。

而順理成章的是，逗留日數愈多的旅客消費愈高，59.0%不過夜的 1 天旅客開支為 499 美元或以下（表 5.26）。不過夜旅客消費最多在購物，佔 70.3%；6 天或以上旅客則消費最多在住宿（表 5.27）。

表 5.24：除了來回香港的交通費外，您預計花費最多在哪方面？

	人數	百分比
購物	155	27.2%
住宿	148	26.0%
飲食	132	23.2%
遊覽／玩樂	84	14.7%
交通	28	4.9%
其他	2	0.4%
不知／說不清	21	3.7%
合計	570	100.0%

表 5.25：預算消費最多的方面（來回香港的交通費除外）與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
購物	91 51.4%	22 20.8%	8 9.9%	25 20.0%	7 13.5%	153 28.3%
住宿	25 14.1%	23 21.7%	31 38.3%	48 38.4%	19 36.5%	146 27.0%
飲食	25 14.1%	31 29.2%	21 25.9%	36 28.8%	17 32.7%	130 24.0%
遊覽／玩樂	30 16.9%	23 21.7%	15 18.5%	9 7.2%	7 13.5%	84 15.5%
交通	6 3.4%	7 6.6%	6 7.4%	7 5.6%	2 3.8%	28 5.2%
合計	177 100.0%	106 100.0%	81 100.0%	125 100.0%	52 100.0%	541 100.0%

*** p<0.001

表 5.26：預算個人消費額（來回香港的交通費除外）與逗留天數的關係

	逗留天數					合計
	1 天	2-3 天	4-5 天	6-7 天	8 天或以上	
美元 499 或以下	36 59.0%	62 36.0%	31 21.1%	7 12.5%	11 14.3%	147 28.7%
美元 500-1,499	17 27.9%	83 48.3%	85 57.8%	36 64.3%	38 49.4%	259 50.5%
美元 1,500 或以上	8 13.1%	27 15.7%	31 21.1%	13 23.2%	28 36.4%	107 20.9%
合計	61 100.0%	172 100.0%	147 100.0%	56 100.0%	77 100.0%	513 100.0%

*** p<0.001

表 5.27：預算消費最多的方面與逗留天數的關係

	逗留天數					合計
	1 天	2-3 天	4-5 天	6-7 天	8 天或以上	
購物	45 70.3%	53 28.0%	26 16.9%	16 27.6%	14 17.3%	154 28.2%
住宿	2 3.1%	20 26.5%	43 27.9%	22 37.9%	31 38.3%	148 27.1%
飲食	9 14.1%	41 21.7%	46 29.9%	10 17.2%	26 32.1%	132 24.2%
遊覽／玩樂	5 7.8%	35 18.5%	30 19.5%	8 13.8%	6 7.4%	84 15.4%
交通	3 4.7%	10 5.3%	9 5.8%	2 3.4%	4 4.9%	28 5.1%
合計	64 100.0%	189 100.0%	154 100.0%	58 100.0%	81 100.0%	546 100.0%

*** p<0.001

5.5 小結

綜合上述訪港旅客問卷調查的結果顯示，受訪旅客有興趣發掘香港的特色。他們認為香港的景點和城市活力最具吸引力，而廣東點心、港式奶茶及茶餐廳食品兩類特色美食，分別是西方旅客和內地旅客的至愛。

整體來說，受訪旅客對香港的著名景點十分期待，但他們對其他多元化的遊覽和活動也感興趣，例如節日活動、郊野公園、殖民地式建築、富香港特色的展覽等。雖然這些多元化的活動並非最主流的旅客活動，

但對相當部分的旅客來說，仍具一定吸引力。

調查又發現，受訪旅客的購物興趣多元，現時以一般中價產品為主，雖然仍有部分旅客對奢侈品有興趣，但並非主流。七成以上的受訪旅客預算個人開支少於 1,500 美元，且高消費旅客以遠程旅客居多，他們多花費於住宿方面，反映過去數年以售賣奢侈品帶動的旅遊消費的模式，已逐漸改變。

值得注意的是，現時互聯網對旅客獲取旅遊資訊的影響力較傳統媒體更大，其中社交媒體等互動形式，以及博客等分享形式，較單向宣傳更具吸引力。這對未來進一步發展香港旅遊業的宣傳策略，帶來很大啟示。

研究綜合上述章節的結果，歸納值得討論的要點，闡述如下。

討 論

1. 訪港旅客結構顯著改變。開拓旅客來源是提振香港旅遊業的其中關鍵。

訪港旅客數字自去年開始下跌，零售市道亦受到嚴重影響，反映旅遊業過度依賴內地單一客源，造成風險過大。

在 2015 年，香港整體旅客數目為 5,931 萬人次，較 2014 年下降 2.5%，跌幅於 2016 年上半年擴大至 7.4%。減少的旅客數字，主要來自內地旅客，其他短途及長途旅客數字最近則有所回升¹。

內地旅客減少的主因，是內地將深圳居民的「一簽多行」措施收緊為「一周一行」。此外，外幣匯價下跌及世界各地放寬內地旅客簽證限制，亦令內地旅客的旅遊選擇增加，驅使他們選擇到其他地方旅遊。

由於內地旅客下跌，有受訪的內地購物團導遊表示，現時工作量及收入大減，對前景感到十分憂慮。而從一些受訪年輕旅遊業從業員的觀察所得，部分主要依賴內地客源的酒店，因旅客數目突然下降而影響了業務；但亦有酒店因預早有策略地分散客源，平衡內地、美加、東南亞及歐洲的住客來源，令業務得以在行業低潮中生存。

內地旅客出遊選擇增加，相信是可見的將來難以改變的大趨勢。因此，香港的內地旅客數字未必能在短時間內顯著回升，香港旅遊業有需要在未來一段時間內作好應對準備，擴闊旅客來源，尤其在具發展潛力的短途旅客方面多下功夫，以利業界長遠的健康與平衡發展。

¹ 資料來源：香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址 <http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

2. 訪港旅客消費模式呈顯著變化，必須倚靠多元化的旅遊產品及服務吸客。

內地旅客消費能力下降，旅遊模式由參加旅行團轉變為自由行佔多，消費模式也由購買奢侈品及大量購物，轉變至購買自用的中價產品，導致以奢侈品及購物團為主的業務生存空間收窄。

香港旅遊業議會的數據顯示，2015 年內地登記團入境數目只有 119,115 團，較 2014 年下跌 22.9%；而 2016 年上半年更只有 27,959 團，較 2015 年同期下跌 54.6%²，下跌幅度較「個人遊」簽注數目更大。

有受訪業界專家表示，現時內地旅客，特別是年輕人，喜歡以自由行的方式來港，他們並不滿足於著名景點，也期望了解更多香港的歷史文化和地區特色。在購物消費模式方面，以往內地旅客喜歡購買珠寶首飾及名牌等奢侈品，亦會代他人購買大量貨品，但現時毋須大量代購，對奢侈品的需求也顯著減少。

有受訪的年輕旅遊業從業員亦觀察到類似情況。有內地團導遊表示，現時的旅客不單數目減少，而且消費能力亦較低，購物種類以日用品及化妝品為主。有前線酒店業受訪者亦表示，內地旅客近年客源轉變為消費能力較低的一群，多數不願花費去購買升級服務。

旅客問卷調查的結果也顯示，旅客購物的興趣多元，他們最有興趣購買旅遊紀念品（28.4%），其次是衣服（26.7%）、化妝品（26.0%）及食品／酒類（23.2%），有興趣購買名牌產品／珠寶首飾的，只佔 17.5%。不同來源地旅客的購物興趣也未發現有顯著差異，內地旅客對名牌產品／珠寶首飾並非特別有興趣；同時，大部分（80.4%）內地旅客的預算個人消費額少於 1,500 美元，其中 36.8% 預算少於 500 美元。

香港的零售市道亦因而受到影響。零售業總銷貨金額在 2014 年起反覆回落，在 2016 年上半年下跌了 10.5%。其中，珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物跌幅更顯著，在 2016 年上半年下跌了 21.1%³。

這些旅遊及消費模式的轉變，反映過往以奢侈品及購物團為主的業務生存空間收窄。業界有需要因應轉變，致力發展多元和嶄新的旅遊產

² 資料來源：香港旅遊業議會網頁，網址 <http://www.tichk.org>，2016 年 7 月 15 日下載。

³ 資料來源：政府統計處。《零售業銷貨額按月統計調查報告》，2011 年 12 月至 2016 年 6 月。

品，以吸引旅客來港。

3. 香港具備發展特色與多元化旅遊的潛力，惟必須發掘新點子並加強配套措施。

不少意見認為，香港應利用本身的特色，發展多元化旅遊，以改善旅遊形象過於單一的問題。雖然香港現存不少具文化特色的地方值得開拓，但軟件和硬件條件仍有待完善。

有受訪學者認為，過去十多年，香港只集中發展成熟的城市旅遊如主題公園及購物等，旅遊形象過於單一，而且香港近年沒有開拓更多的旅遊資源，令吸引力下降。雖然政府有嘗試增加其他元素如節日盛事等，但旅客一般並不太了解香港尚有其他吸引力。更有受訪導遊認為，香港是沒有甚麼值得遊覽的景點。

旅客問卷調查的結果則顯示，受訪旅客有興趣尋找香港的特色，除了著名景點和博物館等主流項目外，他們對多元化的遊覽和活動亦感興趣，例如節日／大型活動（25.4%）、郊野公園／遠足（22.6%）、殖民地式建築／舊城區（22.6%）、香港特色展覽（17.9%）等。雖然這些多元化的活動並非最主流的旅客活動，但對相當部分旅客來說，仍具吸引力。

其實，發展多元化旅遊也是世界大勢所趨。同位處亞太區的新加坡，近年就在新旅遊景點建設、商務旅遊、郵輪旅遊等方面積極部署。文化旅遊也是近年廣受關注的範疇，根據經濟合作與發展組織⁴的估計，文化旅遊佔國際旅遊行程的40%，為多國旅遊業帶來重大收益。

至於香港是否有足夠條件發展多元化旅遊？在新旅遊景點上，近年香港缺乏廣受旅客注目的新景點落成，商務旅遊方面則需面對亞太區其他大都會的激烈競爭，郵輪旅遊方面亦缺乏有利的地理條件。至於文化旅遊方面，受訪專家認為，香港有不少具文化特色的地方值得開拓，但現時軟件和硬件條件仍未充足，例如未具備能講解相關文化或生態知識的持牌導遊，而單車徑及休憩設施等，仍有待完善。

⁴ OECD. (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD.

4. 善用現代資訊科技和青年創意，推廣人性化與個人化的旅遊體驗。

現時流動資訊及互動媒體普及，加上旅客外遊經驗增加，他們有更多渠道接觸旅遊資訊；傳統媒體的權威大不如前，傳統旅遊業務亦受到衝擊。旅客更多接觸互動形式的旅遊資訊，促使他們自行訂定一些人性化和個人化的旅遊體驗。

問卷調查結果就顯示，受訪旅客主要從互聯網上獲取到香港旅遊的資訊，佔 66.0%，當中又以社交媒體／博客（41.6%）為最多；其次是親友，佔 29.3%；然後才到雜誌／旅遊書／報紙及電視／電台等傳統媒體，分別佔 19.5%及 14.7%。數字反映，互聯網對旅客獲取旅遊資訊的影響力較傳統媒體更大，其中社交媒體等互動形式、博客分享，以及網上評價等，較單向的宣傳更具吸引力。這促使旅客自行訂定一些人性化和個人化的旅遊體驗，特別是年輕人更期望較深度的旅遊體驗。

有受訪專家認為，資訊科技對旅行社及酒店的業務有直接衝擊，當中以旅行社尤甚。旅客現時可直接在網上訂購旅遊產品，並安排自己的行程，不需經旅行社收取服務費。因此，業界需利用科技及創新的思維，去發展高質素的產品，以增強本身競爭力。

此外，青年人在推動香港旅遊業上亦可扮演更重要的角色。由於青年人擅長於科技和創意，而且不少青年人在香港長大，對社區有相當了解，也明白青年人的品味和潮流，他們可利用這些優勢去設計一些具特色的本地遊，以至接待外地青年，協助香港與外地人民建立個人化的連繫。

5. 提升港人待客文化，保持香港旅遊業競爭優勢。

另一個值得關注的問題，是內地旅客與香港居民之間的關係緊張，令服務業從業員以至一般香港市民對待內地旅客（及語言或樣貌似內地人的亞洲旅客）的態度欠佳，影響到內地旅客對香港的印象，減低他們訪港的意欲。

旅客問卷調查結果亦顯示，內地旅客（30.1%）及亞洲旅客（31.8%）均認為，服務態度欠佳是他們最不滿意香港的地方。

有受訪年輕旅遊業從業員認為，香港居民態度欠佳，可能是因為內地旅客人數太多，令本地人感到受滋擾所致。

有受訪學者認為，發展旅遊業不能只著重經濟利益，同時需兼顧發展的可持續性；在開放自然環境予旅客時，要重視保育，在發展旅遊時，亦要重視對當地社會文化帶來的影響，例如旅客與當地居民的溝通和互動。旅遊業發展需注意社會文化的可持續性，發展才能健康而持久。

建 議

基於上述研究結果及討論要點，我們認為值得考慮下列建議，以推動香港旅遊業的多元發展，持續發揮經濟效益：

- 1. 設立「地頭蟲」認證機制。**讓一些於特定社區和範疇具專門知識的人士，透過合法途徑為旅客提供業餘導賞服務，講解社區特色，推動香港旅遊業的多元發展。

上述機制旨在讓於特定社區和範疇有專門知識的人士，可制訂特色的導賞路線，如上環中環團、李小龍功夫團、生態團等，向旅客講解特定的香港社區特色，配合旅客追求個人化旅遊體驗的趨勢，以推動香港旅遊業的多元發展，並為有潛質的青年人，提供更多發展機會。

由於現時的導遊核證考試未能涵蓋特定的社區、文化和生態知識，此建議能填補一般導遊對社區特色缺乏專門認知的空隙，讓有志服務旅客、非以導遊為職業的社區人士，能夠貢獻自己的知識和專業，合法地帶旅客參觀所屬社區，提升旅客體驗。

旅遊業議會可就「地頭蟲」的資格作出簡單審核，如語言能力、犯罪紀錄及急救證書等，並邀請地區團體和行業商會等參與推薦和評核「地頭蟲」申請人的社區經驗，亦可對相關的導賞團運作加以適當規範，例如限定導賞的範圍。旅客在活動後可對「地頭蟲」作出評價，以確保質素；而旅遊業界亦可參考這些社區路線，甚至聘用「地頭蟲」，以開拓更多元化的旅遊產品。

- 2. 跨界別合作舉辦並推廣「地道遊歷」，開發遊歷路線新點子。**當局可擔任統籌角色，邀請地區提供特色景點和制訂新的地道遊歷路線，並向自由行旅客重點推廣其中優秀路線。

針對喜歡自由行的旅客，旅發局可擔任統籌角色，利用跨界別合作，牽頭舉辦「地道遊歷」，開發遊歷路線，邀請區議會提供地區特色景點資料，再以比賽、線上分享等形式，邀請地區團體、文化機構、公眾，以至旅客設計新的遊歷路線。最後，由旅發局邀請業界人士挑選優異的地道遊歷路線，向旅客重點推廣，例如香港仔漁業之旅、九龍城美食度步等。

建議交由地區人士發掘地道遊歷路線的好處，是可以增強探索、體驗、互動參與的元素，並能將對社區影響的考慮包含在內，有利兼顧社會文化的可持續發展。

- 3. 當局應制訂全面策略，開放具歷史價值的建築物，增強其欣賞及旅遊價值。**

香港現有不少被評為歷史建築以至法定古蹟的建築物，是珍貴的本地文化資源，不過，部分建築物現時只作商業或辦公室用途，未有發揮其文化價值。當局應善用這些資源，制訂全面開放予公眾的策略，對如何運用歷史建築物作整體考慮，而非零散地決定個別建築物的用途，同時配合更多的宣傳和推廣，吸引對本地文化有興趣的旅客。

- 4. 推動單車旅遊。加強推廣及宣傳香港的單車徑，讓旅客在消閒的同時，能遊覽各區景點。**

當局應重新包裝及宣傳現有和未來的單車徑，例如沙田至大美督、荃灣至屯門、觀塘經啟德至土瓜灣，以至連接中的新界東及新界西等單車徑，讓旅客在消閒的同時，可遊覽散佈各區的景點。此外，政府亦可在大嶼山增設消閒、越野的單車設施，取代大規模開山闢路，在吸引旅客之餘，亦能保留當地生態與文化特色，避免交通承載力超出負荷。

單車作為環保的代步工具，可減低對環境的影響，以及對居民造成的滋擾；而單車作為一種消閒活動，亦有助提升旅客的體驗。

5. 邀請具親和力的人士製作富人性化和具地道文化特色的旅遊宣傳，並善用社交媒體進行推廣。

當局應邀請具親和力的人士拍攝香港旅遊宣傳節目和宣傳片段，例如知名的 **youtubers**，以至起用普通青年人，內容方面亦可滲入更多具地道文化特色的內容，以至舉辦宣傳比賽等，並多使用社交媒體，以配合現今旅客經常接觸互動媒體資訊、更喜歡個人化及人性化旅遊體驗的趨勢。

6. 將在港外國旅客免簽證前往珠三角地區待遇，擴展至自由行旅客。

當局可跟內地相關部門磋商，將現時經香港或澳門前往廣東省珠三角地區外國旅客的 **144** 小時免簽證入境待遇，擴展至自由行外國旅客，毋須硬性規定跟團，同時開放珠三角十大城市以外的全廣東省，成為免簽證地區⁵。此舉能同時惠及廣東省、澳門及香港，為三地帶來更多外國客源。

⁵ 現時，持與中國建交國家的普通護照已在香港、澳門的外國人，經在香港、澳門合法註冊的旅行社組團進入廣東珠江三角洲地區（指廣州、深圳、珠海、佛山、東莞、中山、江門、肇慶、惠州、汕頭）旅遊，且停留不超過 **144** 小時，可免辦簽證。

參考資料

入境事務處網頁，網址

http://www.immd.gov.hk/hkt/service/travel_document/visa_free_access.html，2016 年 8 月 16 日下載。

中國外交部。2016 年 6 月 1 日。〈持普通護照中國公民前往有關國家和地區入境便利待遇一覽表〉，網址

http://cs.mfa.gov.cn/zggmcg/cgqz/qzxx_660462/t1185357.shtml，2016 年 7 月 19 日下載。

中國政府網。2012 年 11 月 19 日。〈免辦簽證〉，網址

http://www.gov.cn/banshi/2012-11/19/content_2269878.htm，2016 年 7 月 29 日下載。

尼爾森。2014 年 11 月 19 日。〈大陸遊客赴港消費更趨謹慎〉。網址

<http://www.nielsen.com/cn/zh/press-room/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is11111.html>

立法會秘書處。2015 年 8 月。〈香港旅遊業〉，《研究簡報》2014-2015 年度第 6 期。

政府統計處。《零售業銷貨額按月統計調查報告》，2011 年 12 月至 2016 年 6 月。

政府統計處。2016 年 3 月。〈香港經濟的四個主要行業及其他選定行業〉，《香港統計月刊》，頁 FB1-FB12。

香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址

<http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 7 月 4 日下載。

香港旅遊發展局。「香港旅業網」，網址

<http://partnernet.hktb.com/tc/home/index.html>，2016 年 8 月 13 日下載。

香港旅遊業議會網頁，網址 <http://www.tichk.org>，2016 年 7 月 15 日下載。

香港貿易發展局。2016 年 7 月 29 日。〈香港經貿概況〉，《經貿研究》，網址 <http://www.hktdc.com/Research>

商務及經濟發展局。2013。《香港經濟承受及接待旅客能力評估報告》。

深圳政府在線。2016 年 7 月 22 日。〈16 項出入境新政 8 月起在深實施〉，網址

http://www.sz.gov.cn/cn/xxgk/zwdt/201607/t20160722_4234535.htm，2016 年 7 月 29 日下載。

新聞公報。2015 年 4 月 13 日。〈特區政府歡迎優化「一簽多行」新措施〉。

- OECD. (2009). *The impact of culture on tourism*. Paris: OECD.
- UNWTO. (2015). "2015 international tourism results and prospects for 2016."
Retrieved from <http://mkt.unwto.org/barometer>
- UNWTO. (2016). "Exports from international tourism rise 4% in 2015." *World Tourism Barometer*, 14.
- UNWTO. (2016). *Visa openness report 2015*. Madrid: UNWTO.



香港青年协会
体验香港--旅客问卷调查

The Hong Kong Federation of Youth Groups
"Experiencing Hong Kong" Visitors' Survey

附錄一

我们来自香港青年协会，请您帮忙给我们一些旅客的意见，去提升香港旅游业的素质。大概用5分钟的时间。资料保密，只供研究分析用途。非常感谢！

We come from The Hong Kong Federation of Youth Groups. Please help to give us some visitors' opinions to improve the quality of Hong Kong tourism industry. It needs about 5 minutes. All data provided will be kept confidential. Thank you very much!

查询 Enquiries: 香港青年协会青年研究中心 HKFYG Youth Research Centre: 3755 7022 / yr@hkfyg.org.hk

请圈出您的答案。例：(1.) 是 2. 否 Please CIRCLE your choice, e.g., (1.) Yes 2. No

[V01] 请问您是否到访香港的旅客，并且已年满15岁或以上？
Are you a visitor to Hong Kong aged 15 OR ABOVE?

1. 是 Yes
2. 否 No → 抱歉，您不属于我们的受访对象，期望日后有机会再邀请您给予意见。再见！
Sorry! You are not our target respondent. We can't proceed with this questionnaire. Thank you.

[V02] 您来香港的最主要目的是甚么？ [只选一项]
What is your MAIN PURPOSE of visiting Hong Kong? [circle only ONE]

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. 观光 sightseeing | 5. 途经香港 en route |
| 2. 公务 / 出差 business | 6. 其他，请注明 other, please specify: _____ |
| 3. 学习 / 考察 learning/study | 7. 不知 / 说不清 don't know/hard to say |
| 4. 探访亲友 visiting relatives/friends | |

[V03] 您从哪里获得到香港旅游的信息？ [可选多项*]
Where did you get the tourist information about Hong Kong? [circle ALL* that apply]

- | | |
|---|--|
| 1. 电视 / 电台 TV/radio | 6. 电影 movies |
| 2. 杂志 / 旅游书 / 报纸 magazines/travel bks/newspaper | 7. 亲友 friends and relatives |
| 3. 互联网—社交媒体 / 博客 internet – social media/blog | 8. 学校 school |
| 4. 互联网—网上影片 internet – online videos | 9. 其他，请注明 other, please specify: _____ |
| 5. 互联网—其他 internet – other | 10. 不知 / 说不清 don't know/hard to say |

[V04] 哪些原因吸引您来香港旅游？ [可选多项*]
What attract(s) you to Hong Kong? [circle ALL* that apply]

- | | |
|---|---|
| 1. 旅费便宜 budget cost | 8. 城市活力 energetic city |
| 2. 位置邻近 nearby location | 9. 历史价值 historical value |
| 3. 港币汇价低 low exchange rate of HK dollar | 10. 增广见闻 broaden horizons |
| 4. 优惠吸引 discounts | 11. 亲友推荐 others' recommendations |
| 5. 景点吸引 attractions | 12. 其他，请注明 other, please specify: _____ |
| 6. 饮食天堂 food paradise | 13. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 7. 购物天堂 shopping paradise | |

[V05] 在香港旅游期间, 您打算花最多时间在哪方面? [只选一项]

How do you plan to spend MOST OF YOUR TIME in Hong Kong? [circle only ONE]

- | | |
|--|---|
| 1. 游览著名景点 visit famous attractions | 6. 接触大自然 in touch with the nature |
| 2. 购物 shopping | 7. 享受宁静 enjoy silence |
| 3. 饮食 enjoy food and beverages | 8. 其他, 请注明 other, please specify: _____ |
| 4. 认识地道文化 understand local culture | 9. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 5. 与亲友共聚 gatherings with friends and relatives | |

[V06] 您有兴趣在香港游览下列哪些地方和参与下列哪些活动? [读答案, 可选多项*]

Which of the following are you interested to visit / take part in Hong Kong? [read all answers, circle ALL* that apply]

1. 著名景点 / 主题公园 (如迪斯尼) famous attractions / theme park (e.g., Disneyland)
2. 节日 / 大型活动 festivals / big events
3. 博物馆 museums
4. 郊野公园 / 远足 country parks / hiking
5. 地质公园 / 自然保育区 geopark / conservation area
6. 殖民地式建筑 / 旧城区 colonial architectures / old town area
7. 文化创意场区 (如 PMQ 元创坊) cultural and creative sites (e.g., PMQ)
8. 娱乐活动 (如酒吧) entertainment (e.g., pubs)
9. 香港特色展览 (如李小龙展览) Hong Kong feature exhibition (e.g., Bruce Lee exhibition)
10. 地道文化活动 (如烹饪班) local cultural activities (e.g., cooking class)
11. 街头艺术 / 音乐 street art / music
12. 其他, 请注明 other, please specify: _____
13. 没有 none
14. 不知 / 说不清 don't know / hard to say

[V07] 您有兴趣在香港购买下列哪些东西? [读答案, 可选多项*]

Which of the following are you interested to buy in Hong Kong? [read all answers, circle ALL* that apply]

1. 名牌产品 / 珠宝首饰 brand products / jewellery
2. 衣服 garments
3. 化妆品 cosmetics
4. 中药 / 海味 Chinese herbs/dried seafood
5. 西药 medicine
6. 旅游纪念品 souvenirs
7. 电器 / 影音 / 电子产品 electric appliances / AV / electronic products
8. 生活用品 (如奶粉) daily living products (e.g., baby formula)
9. 书籍 / 杂志 / 影碟 / 唱片 books / magazines / DVD / CD
10. 手工艺品 arts & crafts
11. 食品 / 酒类 food / alcohol
12. 其他, 请注明 other, please specify: _____
13. 没有 none
14. 不知 / 说不清 don't know / hard to say

[V08] 您认为哪个地方最能代表香港? [只选一项]

Which place do you think can BEST represent Hong Kong? [circle only ONE]

- | | |
|---|--|
| 1. 山顶 Victoria Peak | 9. 天星码头 Star Ferry Pier |
| 2. 维多利亚港 Victoria Harbour | 10. 金紫荆广场 Golden Bauhinia Square |
| 3. 公共屋邨 Public Estates | 11. 香港仔避风塘 Aberdeen Typhoon Shelter |
| 4. 女人街 (通菜街) Ladies' Market | 12. 郊野公园 / 远足径 Country Parks / Hiking Trails |
| 5. 庙街 Temple Street | 13. 其他, 请注明 other, please specify: _____ |
| 6. 殖民地式建筑 Colonial Architecture | 14. 没有 none |
| 7. 尖沙咀海滨 Tsim Sha Tsui Promenade | 15. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 8. 环球贸易广场 International Commerce Centre | |

[V09] 您最喜欢香港哪种食品? [只选一项]

Which kind of food do you LIKE MOST in Hong Kong? [circle only ONE]

- | | |
|--|---|
| 1. 港式奶茶 / 茶餐厅食品 HK-style milk tea/tea houses | 7. 国际融合菜 international fusion dishes |
| 2. 广东点心 dim sum | 8. 海鲜 seafood |
| 3. 云吞面 wonton noodles | 9. 其他, 请注明 other, please specify: _____ |
| 4. 烧味 roast meat | 10. 没有 none |
| 5. 港式西餐 HK-style western cuisine | 11. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 6. 街头小食 hawker food | |

[V10] 作为旅客, 您最不喜欢香港哪方面? [只选一项]

As a visitor, what do you DISLIKE MOST in Hong Kong? [circle only ONE]

- | | |
|--|---|
| 1. 空气污染 air pollution | 7. 路标指示不清晰 unclear road signs |
| 2. 服务态度欠佳 poor service attitude | 8. WIFI 使用不方便 inconvenient WIFI |
| 3. 货品素质欠佳 poor product quality | 9. 其他, 请注明 other, please specify: _____ |
| 4. 食物素质欠佳 poor food quality | 10. 没有 none |
| 5. 景点欠缺特色 lack of featured attractions | 11. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 6. 环境卫生欠佳 poor hygiene | |

[V11] 这次是您第几次到访香港? How many times have you ever visited Hong Kong?

第_____次 This is the _____ time

[V12] 您打算逗留多少天? How many days will you stay?

_____天_____夜 _____Days _____Nights

[V13] 您有没有参加旅游团? (只选一项) Have you joined a group tour? (circle only ONE)

1. 没有 no
2. 外地来香港的旅游团 group tour coming to HK
3. 香港本地的旅游团 HK local group tour

[V14] 您与谁一起来香港? [可选多项*] Who are your travel companions? [circle ALL* that apply]

1. 自己一人 without companion
2. 配偶 / 伴侣 / 男朋友 / 女朋友 spouse / partner / boyfriend / girlfriend
3. 子女 / 孙儿女 children / grandchildren
4. 父母 / 祖父母 parents / grandparents
5. 其他亲戚 other relatives
6. 朋友 / 同事 / 老师 / 同学 friends / business associates / teachers / classmates
7. 其他, 请注明 other, please specify: _____
8. 不知 / 说不清 don't know/hard to say

[V15] 除了来回香港的交通费外, 您预算个人这次来香港总共花费多少? [只选一项]

Excluding the cost of coming to Hong Kong, how much do you plan to spend here (per person)? [circle only ONE]

1. 美元 USD499 (港币 HKD3,899) or less 或以下
2. 美元 USD500-999 (港币 HKD3,900-7,799)
3. 美元 USD1,000-1,499 (港币 HKD7,800-11,699)
4. 美元 USD1,500-1,999 (港币 HKD11,700-15,599)
5. 美元 USD2,000-2,999 (港币 HKD15,600-23,399)
6. 美元 USD3,000-3,999 (港币 HKD23,400-31,199)
7. 美元 USD4,000-4,999 (港币 HKD31,200-38,999)
8. 美元 USD5,000 (港币 HKD39,000) or above 或以上
9. 不知 / 说不清 don't know / hard to say

[V16] 除了来回香港的交通费外，您预计花费最多在哪方面？ [只选一项]

Excluding the cost of coming to Hong Kong, which of the following do you expect to *SPEND MOST ON?* [circle only ONE]

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. 购物 shopping | 5. 交通 transportation |
| 2. 住宿 accommodation | 6. 其他，请注明 other, please specify: _____ |
| 3. 饮食 food and beverages | 7. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 4. 游览 / 玩乐 sightseeing/entertainment | |

[V17] 这次到访香港，您主要住在哪里？ [只选一项]

Which type of accommodation are you staying in? [circle only ONE]

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. 五星级酒店 5-star hotel | 5. 亲友家中 relatives' or friend's home |
| 2. 四星级酒店 4-star hotel | 6. 其他，酒店名称 other, hotel name: _____ |
| 3. 三星级酒店 3-star hotel | 7. 不知 / 说不清 don't know / hard to say |
| 4. 旅店 / 旅舍 / 宾馆 guest house / hostel | |

[V18] 您来自哪里？ Where do you come from?

中国内地 Mainland China

1. 深圳 Shenzhen
2. 广东省 Guangdong Province
3. 广东省以外 places other than Guangdong

美洲 America

15. 美国 U.S.A.
16. 加拿大 Canada
17. 中南美洲 Central and South America

亚洲 Asia

4. 澳门 Macau
5. 台湾 Taiwan
6. 日本 Japan
7. 南韩 South Korea
8. 新加坡 Singapore
9. 马来西亚 Malaysia
10. 菲律宾 The Philippines
11. 泰国 Thailand
12. 印度尼西亚 Indonesia
13. 印度 India
14. 其他亚洲地区 other Asian region: _____

欧洲 Europe

18. 英国 United Kingdom
19. 法国 France
20. 德国 Germany
21. 俄罗斯 Russia
22. 其他欧洲地区 other European region: _____
23. 澳洲 Australia
24. 新西兰 New Zealand
25. 其他地区 other region: _____

[V19] 您的性别 Your gender:

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 男 Male | 2. 女 Female |
|-----------|-------------|

[V20] 您的年龄 Your age:

- | | |
|----------------------|-------------------------------|
| 1. 15-24 岁 years old | 4. 45-54 岁 years old |
| 2. 25-34 岁 years old | 5. 55-64 岁 years old |
| 3. 35-44 岁 years old | 6. 65 岁或以上 years old or above |

--- 问卷已完成。非常感谢您的参与。祝您旅途愉快！ ---

--- Thank you very much for your valuable opinions. Have a nice trip! ---

香港青年協會 青年研究中心
青年創研庫
「經濟與就業」專題研究系列

振興香港旅遊・帶動經濟效益
年輕旅遊業從業員訪問大綱

行業／職位／負責事項：

性別／年齡：

學歷／曾修讀旅遊業課程／專業資格：

旅遊業年資：

1. 請簡單介紹你的工作和你在從事旅遊業上的經驗
2. 你為何會從事旅遊業？你對你的工作有甚麼期望？
3. 你滿意你現時的工作嗎？與你的期望是否一致？
4. 根據你的接觸，現時訪港旅客多來自哪裡？他們來港有甚麼需要和期望？
5. 有意見認為，除傳統旅遊模式（遊覽主要景點、購物）外，香港應發展多元化旅遊，如綠色旅遊、文化旅遊等，你支持這種意見嗎？為甚麼？
6. 如果要進一步吸引旅客貢獻香港經濟，你認為香港可以做些甚麼？
7. 除了傳統的零售、飲食、入境團接待等業務外，香港青年在入境旅遊業上還有其他發揮機會的地方嗎？
8. 你覺得旅遊業能否提供充足的機會讓你發揮和發展？在哪些方面？

旅客問卷調查
結果列表

調查對象：年滿 15 歲或以上的訪港旅客

樣本數目：570 人（標準誤 $\leq \pm 2.1\%$ ）

調查方法：於太平山頂、尖沙咀天星碼頭及中環天星碼頭進行街頭訪問

調查期間：2016 年 6 月 9 日至 6 月 19 日

表 1：樣本分布

	人數	百分比
性別		
男	317	55.9%
女	250	44.1%
合計	567	100.0%
年齡 (歲)		
15-24	95	16.7%
25-34	211	37.1%
35-44	128	22.5%
45-54	71	12.5%
55-64	38	6.7%
65 歲或以上	25	4.4%
合計	568	100.0%

表 1（續）：樣本分布

	人數	百分比
樣本來源地		
中國內地	184	32.3%
深圳	72	12.7%
廣東省	43	7.6%
廣東省以外	69	12.1%
亞洲	113	19.9%
台灣	26	4.6%
印度	19	3.3%
南韓	16	2.8%
新加坡	11	1.9%
菲律賓	10	1.8%
日本	8	1.4%
澳門	7	1.2%
印尼	6	1.1%
馬來西亞	5	0.9%
泰國	4	0.7%
其他亞洲地區	1	0.2%
美洲	83	14.6%
美國	51	9.0%
加拿大	22	3.9%
中南美洲	10	1.8%
歐洲	130	22.8%
英國	58	10.2%
德國	13	2.3%
法國	11	1.9%
俄羅斯	8	1.4%
其他歐洲地區	40	7.0%
大洋洲	54	9.5%
澳洲	42	7.4%
新西蘭	12	2.1%
其他地區	5	0.9%
合計	569	100.0%

表 2：您來香港的最主要目的是甚麼？

	人數	百分比
觀光	405	71.1%
公務／出差	68	11.9%
探訪親友	45	7.9%
學習／考察	22	3.9%
途經香港	21	3.7%
其他	8	1.4%
不知／說不清	1	0.2%
合計	570	100.0%

表 3：您從哪裡獲得到香港旅遊的資訊？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
互聯網	376	66.0%
社交媒體／博客	237	41.6%
網上影片	91	16.0%
其他	176	30.9%
親友	167	29.3%
雜誌／旅遊書／報紙	111	19.5%
電視／電台	84	14.7%
電影	57	10.0%
學校	20	3.5%
其他	42	7.4%
不知／說不清	29	5.1%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 4：哪些原因吸引您來香港旅遊？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
景點吸引	188	33.0%
城市活力	173	30.4%
購物天堂	160	28.1%
位置鄰近	146	25.6%
飲食天堂	126	22.1%
增廣見聞	113	19.8%
歷史價值	98	17.2%
親友推薦	60	10.5%
優惠吸引	41	7.2%
旅費便宜	34	6.0%
港幣匯價低	30	5.3%
商務	15	2.6%
其他	41	7.2%
不知／說不清	31	5.4%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 5：在香港旅遊期間，您打算花最多時間在哪方面？

	人數	百分比
遊覽著名景點	266	47.2%
購物	81	14.4%
飲食	65	11.5%
認識地道文化	45	8.0%
與親友共聚	34	6.0%
接觸大自然	29	5.2%
工作	12	2.1%
享受寧靜	8	1.4%
其他	8	1.4%
不知／說不清	15	2.7%
合計	563	100.0%

表 6：您有興趣在香港遊覽下列哪些地方和參與下列哪些活動？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
著名景點／主題公園	289	50.7%
博物館	153	26.8%
節日／大型活動	145	25.4%
郊野公園／遠足	129	22.6%
殖民地式建築／舊城區	129	22.6%
娛樂活動	126	22.1%
街頭藝術／音樂	117	20.5%
文化創意場區	109	19.1%
香港特色展覽	102	17.9%
地道文化活動	86	15.1%
地質公園／自然保育區	54	9.5%
其他	14	2.5%
沒有	19	3.3%
不知／說不清	10	1.8%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 7：您有興趣在香港購買下列哪些東西？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
旅遊紀念品	162	28.4%
衣服	152	26.7%
化妝品	148	26.0%
食品／酒類	132	23.2%
電器／影音／電子產品	108	18.9%
名牌產品／珠寶首飾	100	17.5%
手工藝品	71	12.5%
中藥／海味	67	11.8%
生活用品	47	8.2%
西藥	45	7.9%
書籍／雜誌／影碟／唱片	38	6.7%
其他	--	--
沒有	75	13.2%
不知／說不清	15	2.6%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 8：您認為哪個地方最能代表香港？

	人數	百分比
維多利亞港	204	35.8%
山頂	128	22.5%
天星碼頭	44	7.7%
女人街（通菜街）	19	3.3%
尖沙咀海濱	19	3.3%
金紫荊廣場	18	3.2%
廟街	13	2.3%
殖民地式建築	10	1.8%
郊野公園／遠足徑	7	1.2%
環球貿易廣場	6	1.1%
公共屋邨	4	0.7%
香港仔避風塘	2	0.4%
其他	27	4.7%
沒有	8	1.4%
不知／說不清	61	10.7%
合計	570	100.0%

表 9：您最喜歡香港哪種食品？

	人數	百分比
廣東點心	145	25.4%
港式奶茶／茶餐廳食品	123	21.6%
海鮮	56	9.8%
雲吞麵	47	8.2%
街頭小食	40	7.0%
港式西餐	35	6.1%
燒味	34	6.0%
國際融合菜	28	4.9%
其他	12	2.1%
沒有	19	3.3%
不知／說不清	31	5.4%
合計	570	100.0%

表 10：作為旅客，您最不喜歡香港哪方面？

	人數	百分比
服務態度欠佳	69	12.1%
空氣污染	67	11.8%
WIFI 使用不方便	50	8.8%
環境衛生欠佳	47	8.2%
路標指示不清晰	40	7.0%
天氣	22	3.9%
景點欠缺特色	16	2.8%
擠迫	13	2.3%
貨品質素欠佳	8	1.4%
昂貴	7	1.2%
食物質素欠佳	5	0.9%
其他	42	7.5%
沒有	131	23.0%
不知／說不清	53	9.3%
合計	570	100.0%

表 11：這次是您第幾次到訪香港？

次數	人數	百分比
1	290	51.1%
2	84	14.8%
3	57	10.1%
4	33	5.8%
5	26	4.6%
6-10 次	51	9.0%
11 次或以上	26	4.6%
合計	567	100.0%

表 12：您打算逗留多少天？

	人數	百分比
1 天	67	11.8%
2 天	89	15.7%
3 天	108	19.0%
4 天	85	15.0%
5 天	72	12.7%
6 天	18	3.2%
7 天	42	7.4%
8 天或以上	87	15.3%
合計	568	100.0%

表 13：您有沒有參加旅遊團？

	人數	百分比
沒有	538	94.4%
外地來香港的旅遊團	16	2.8%
香港本地的旅遊團	16	2.8%
合計	570	100.0%

表 14：您與誰一起來香港？（可選多項）

N=570

	人次	百分比■
自己一人	142	24.9%
配偶／伴侶／男朋友／女朋友	203	35.6%
子女／孫兒女	85	14.9%
父母／祖父母	55	9.6%
其他親戚	33	5.8%
朋友／同事／老師／同學	151	26.5%
其他	2	0.4%
不知／說不清	3	0.5%

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的人次佔總答題人數之百分比

表 15：除了來回香港的交通費外，您預算個人這次來香港總共花費多少？

	人數	百分比
美元 499 (港幣 3,899) 或以下	147	25.8%
美元 500-999 (港幣 3,900-7,799)	179	31.4%
美元 1,000-1,499 (港幣 7,800-11,699)	81	14.2%
美元 1,500-1,999 (港幣 11,700-15,599)	44	7.7%
美元 2,000-2,999 (港幣 15,600-23,399)	30	5.3%
美元 3,000-3,999 (港幣 23,400-31,199)	15	2.6%
美元 4,000-4,999 (港幣 31,200-38,999)	5	0.9%
美元 5,000 (港幣 39,000) 或以上	13	2.3%
不知／說不清	56	9.8%
合計	570	100.0%

} 71.4%

表 16：除了來回香港的交通費外，您預計花費最多在哪方面？

	人數	百分比
購物	155	27.2%
住宿	148	26.0%
飲食	132	23.2%
遊覽／玩樂	84	14.7%
交通	28	4.9%
其他	2	0.4%
不知／說不清	21	3.7%
合計	570	100.0%

表 17：這次到訪香港，您主要住在哪裡？

	人數	百分比
五星級酒店	78	13.7%
四星級酒店	169	29.6%
三星級酒店	91	16.0%
旅店／旅舍／賓館	101	17.7%
親友家中	52	9.1%
其他	1	0.2%
不過夜	67	11.8%
不知／說不清	11	1.9%
合計	570	100.0%

表 18：打算花最多時間的方面與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
遊覽著名景點	88 49.7%	50 48.1%	35 47.3%	65 54.6%	25 51.0%	263 50.3%
購物	39 22.0%	18 17.3%	3 4.1%	13 10.9%	8 16.3%	81 15.5%
飲食	16 9.0%	14 13.5%	12 16.2%	16 13.4%	6 12.2%	64 12.2%
認識地道文化	20 11.3%	8 7.7%	5 6.8%	6 5.0%	5 10.2%	44 8.4%
與親友共聚	4 2.3%	7 6.7%	10 13.5%	10 8.4%	3 6.1%	34 6.5%
接觸大自然／ 享受寧靜	10 5.6%	7 6.7%	9 12.2%	9 7.6%	2 4.1%	37 7.1%
合計	177 100.0%	104 100.0%	74 100.0%	119 100.0%	49 100.0%	523 100.0%

* p<0.05

表 19：遊覽地方和參與活動的興趣與來源地的關係

N=564

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
著名景點／主題公園***	124 67.4%	55 48.7%	25 30.1%	60 46.2%	22 40.7%	286 50.7%
節日／大型活動**	36 19.6%	21 18.6%	22 26.5%	49 37.7%	16 29.6%	144 25.5%
郊野公園／遠足**	25 13.6%	24 21.2%	25 30.1%	40 30.8%	13 24.1%	127 22.5%
娛樂活動*	25 13.6%	31 27.4%	24 28.9%	32 24.6%	13 24.1%	125 22.2%
香港特色展覽*	47 25.5%	18 15.9%	8 9.6%	22 16.9%	6 11.1%	101 17.9%

* p<0.05，** p<0.01，*** p<0.001

表 20：最喜歡的香港食品與來源地的關係

	來源地					合計
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	
港式奶茶／茶	80	30	7	3	2	122
餐廳食品	49.4%	29.1%	8.8%	2.6%	4.8%	24.3%
廣東點心	22	30	28	47	15	142
	13.6%	29.1%	35.0%	40.5%	35.7%	28.2%
雲吞麵	16	9	4	17	1	47
	9.9%	8.7%	5.0%	14.7%	2.4%	9.3%
燒味	5	8	7	13	1	34
	3.1%	7.8%	8.8%	11.2%	2.4%	6.8%
港式西餐	5	4	7	13	6	35
	3.1%	3.9%	8.8%	11.2%	14.3%	7.0%
街頭小食	23	5	5	4	2	39
	14.2%	4.9%	6.2%	3.4%	4.8%	7.8%
國際融合菜	4	8	8	8	--	28
	2.5%	7.8%	10.0%	6.9%	--	5.6%
海鮮	7	9	14	11	15	56
	4.3%	8.7%	17.5%	9.5%	35.7%	11.1%
合計	162	103	80	116	42	503
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*** p<0.001

表 21：最不喜歡香港的方面與來源地的關係

	來源地					合計
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	
空氣污染	3	9	14	29	12	67
	2.7%	13.6%	35.0%	47.5%	57.1%	22.3%
服務態度欠佳	34	21	9	2	3	69
	30.1%	31.8%	22.5%	3.3%	14.3%	22.9%
貨品質素欠佳	3	2	2	1	--	8
	2.7%	3.0%	5.0%	1.6%	--	2.7%
食物質素欠佳	3	1	--	1	--	5
	2.7%	1.5%	--	1.6%	--	1.7%
景點欠缺特色	8	4	3	--	1	16
	7.1%	6.1%	7.5%	--	4.8%	5.3%
環境衛生欠佳	7	14	10	14	1	46
	6.2%	21.2%	25.0%	23.0%	4.8%	15.3%
路標指示不清晰	22	8	1	5	4	40
	19.5%	12.1%	2.5%	8.2%	19.0%	13.3%
WIFI 使用不方便	33	7	1	9	--	50
	29.2%	10.6%	2.5%	14.8%	--	16.6%
合計	113	66	40	61	21	301
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*** p<0.001

表 22：預算個人消費額（來回香港的交通費除外）與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
美元 499 或以下	60 36.8%	31 29.0%	19 25.7%	27 23.7%	7 14.0%	144 28.3%
美元 500-1,499	71 43.6%	61 57.0%	41 55.4%	57 50.0%	29 58.0%	259 51.0%
美元 1,500 或以上	32 19.6%	15 14.0%	14 18.9%	30 26.3%	14 28.0%	105 20.7%
合計	163 100.0%	107 100.0%	74 100.0%	114 100.0%	50 100.0%	508 100.0%

* p<0.05

表 23：預算消費最多的方面（來回香港的交通費除外）與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
購物	91 51.4%	22 20.8%	8 9.9%	25 20.0%	7 13.5%	153 28.3%
住宿	25 14.1%	23 21.7%	31 38.3%	48 38.4%	19 36.5%	146 27.0%
飲食	25 14.1%	31 29.2%	21 25.9%	36 28.8%	17 32.7%	130 24.0%
遊覽／玩樂	30 16.9%	23 21.7%	15 18.5%	9 7.2%	7 13.5%	84 15.5%
交通	6 3.4%	7 6.6%	6 7.4%	7 5.6%	2 3.8%	28 5.2%
合計	177 100.0%	106 100.0%	81 100.0%	125 100.0%	52 100.0%	541 100.0%

*** p<0.001

表 24：主要住宿與來源地的關係

	來源地					
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	合計
五星級酒店	18 14.9%	15 14.2%	17 21.5%	22 17.2%	5 9.6%	77 15.8%
四星級酒店	31 25.6%	34 32.1%	29 36.7%	42 32.8%	32 61.5%	168 34.6%
三星級酒店	27 22.3%	20 18.9%	11 13.9%	20 15.6%	12 23.1%	90 18.5%
旅店／旅舍 ／賓館	28 23.1%	27 25.5%	15 19.0%	28 21.9%	2 3.8%	100 20.6%
親友家中	17 14.0%	10 9.4%	7 8.9%	16 12.5%	1 1.9%	51 10.5%
合計	121 100.0%	106 100.0%	79 100.0%	128 100.0%	52 100.0%	486 100.0%

** p<0.01

表 25：逗留天數與來源地的關係

	來源地					合計
	中國內地	亞洲	美洲	歐洲	大洋洲	
1 天	56 30.4%	5 4.5%	2 2.4%	2 1.5%	1 1.9%	66 11.7%
2-3 天	88 47.8%	37 33.0%	28 34.1%	28 21.5%	14 25.9%	195 34.7%
4-5 天	31 16.8%	48 42.9%	29 35.4%	32 24.6%	17 31.5%	157 27.9%
6-7 天	7 3.8%	8 7.1%	12 14.6%	21 16.2%	11 20.4%	59 10.5%
8 天或以上	2 1.1%	14 12.5%	11 13.4%	47 36.2%	11 20.4%	85 15.1%
合計	184 100.0%	112 100.0%	82 100.0%	130 100.0%	54 100.0%	562 100.0%

*** p<0.001

表 26：香港的吸引力與訪港次數的關係

N=567

	訪港次數			合計
	1 次	2-3 次	4 次或以上	
位置鄰近**	59 20.3%	37 26.2%	47 34.6%	143 25.2%
港幣匯價低*	9 3.1%	9 6.4%	12 8.8%	30 5.3%
增廣見聞**	67 23.1%	32 22.7%	14 10.3%	113 19.9%

* p<0.05，** p<0.01

表 27：預算個人消費額（來回香港的交通費除外）與逗留天數的關係

	逗留天數					合計
	1 天	2-3 天	4-5 天	6-7 天	8 天或以上	
美元 499 或以下	36 59.0%	62 36.0%	31 21.1%	7 12.5%	11 14.3%	147 28.7%
美元 500-1,499	17 27.9%	83 48.3%	85 57.8%	36 64.3%	38 49.4%	259 50.5%
美元 1,500 或以上	8 13.1%	27 15.7%	31 21.1%	13 23.2%	28 36.4%	107 20.9%
合計	61 100.0%	172 100.0%	147 100.0%	56 100.0%	77 100.0%	513 100.0%

*** p<0.001

表 28：預算消費最多的方面與逗留天數的關係

	逗留天數					合計
	1 天	2-3 天	4-5 天	6-7 天	8 天或以上	
購物	45 70.3%	53 28.0%	26 16.9%	16 27.6%	14 17.3%	154 28.2%
住宿	2 3.1%	20 26.5%	43 27.9%	22 37.9%	31 38.3%	148 27.1%
飲食	9 14.1%	41 21.7%	46 29.9%	10 17.2%	26 32.1%	132 24.2%
遊覽／玩樂	5 7.8%	35 18.5%	30 19.5%	8 13.8%	6 7.4%	84 15.4%
交通	3 4.7%	10 5.3%	9 5.8%	2 3.4%	4 4.9%	28 5.1%
合計	64 100.0%	189 100.0%	154 100.0%	58 100.0%	81 100.0%	546 100.0%

*** p<0.001

表 29：主要住宿與逗留天數的關係

	逗留天數				合計
	2-3 天	4-5 天	6-7 天	8 天或以上	
五星級酒店	32 16.8%	27 17.6%	9 15.3%	10 11.6%	78 16.0%
四星級酒店	54 28.4%	62 40.5%	29 49.2%	24 27.9%	169 34.6%
三星級酒店	49 25.8%	27 17.6%	5 8.5%	9 10.5%	90 18.4%
旅店／旅舍／賓館	43 22.6%	24 15.7%	13 22.0%	21 24.4%	101 20.7%
親友家中	12 6.3%	13 8.5%	3 5.1%	22 25.6%	50 10.2%
合計	190 100.0%	153 100.0%	59 100.0%	86 100.0%	488 100.0%

*** p<0.001

香港青年協會

The Hong Kong Federation of Youth Groups

香港青年協會（簡稱青協）於 1960 年成立，是香港最具規模的青年服務機構。隨著社會不斷轉變，青年所面對的機遇和挑戰時有不同，而青協一直不離不棄，關愛青年並陪伴他們一同成長。本著以青年為本的精神，我們透過專業服務和多元化活動，培育年青一代發揮潛能，為社會貢獻所長。至今每年使用我們服務的人次已超過 500 萬。在社會各界支持下，我們全港設有 70 多個服務單位，全面支援青年人的需要，並提供學習、交流和發揮創意的平台。此外，青協登記會員人數已超過 40 萬；而為推動青年發揮互助精神、實踐公民責任的青年義工網絡，亦有逾 18 萬登記義工。在「**青協·有您需要**」的信念下，我們致力拓展 12 項核心服務，全面回應青年的需要，並為他們提供適切服務，包括：青年空間、M21 媒體服務、就業支援、邊青服務、輔導服務、家長服務、領袖培訓、義工服務、教育服務、創意交流、文康體藝及研究出版。

青年研究中心

Youth Research Centre

資訊科技發展一日千里，新思維和新事物不斷湧現。在知識型經濟社會下，實證和數據分析尤其重要，研究工作亦需以此為根基。青協青年研究中心一直不遺餘力，以期在急速轉變的社會中，加深認識青年的處境和需要。

青協青年研究中心於 1993 年成立，過去 20 多年間，持續進行有系統和科學性的青年研究，至今已完成超過 300 項獨立研究報告，為香港制定青年政策和策劃青年服務，提供重要參考。其中主要研究項目包括：（一）《青少年意見調查》系列、（二）《青少年問題研究》系列、（三）《青年研究學報》，及（四）《香港青年趨勢分析》系列等。所有報告書均送交政府有關部門、議會、諮詢及教育機構等，以促進政府及社會人士對青少年意見及現況的了解。

為進一步強化研究領域和青年參與，青年研究中心特別成立青年創研庫，為香港未來發展建言獻策。

青年創研庫

YOUTH I.D.E.A.S.

香港青年協會（簡稱青協）青年研究中心成立的青年創研庫，由近 100 位對香港抱有承擔的青年專業才俊與大專學生組成。他們大部份均曾參與青協領袖發展中心的訓練課程。

青年創研庫是年輕人一個獨特的意見交流平台。他們就著青年關心和有助香港持續發展的社會議題或政策，探討解決對策和可行選擇。

青年創研庫將與青年研究中心攜手，定期發表研究報告。四項專題研究系列包括：（一）經濟與就業；（二）管治與政制；（三）教育與創新；及（四）社會與民生。

八位專家、學者亦應邀擔任成員的顧問導師，就各項研究提供寶貴意見。

The Hong Kong Federation of Youth Groups 香港青年協會
Donation / Sponsorship Form 捐款表格

Please tick (✓) boxes as appropriate 請於合適選項格內，加上“✓”：

I / My organisation am / is interested in donating HK\$_____ to HKFYG by :
本人 / 本機構願意捐助港幣 _____ 元予「青協」。

☐ **Crossed cheque** made payable to "The Hong Kong Federation of Youth Groups".
Cheque No. 支票號碼：_____ (劃線支票抬頭祈付：香港青年協會)
Please send the cheque together with this form by post to the ✕address below.
請將劃線支票連同捐款表格，郵寄至下列地址✕。

☐ **Direct transfer** to the Hang Seng Bank, account name : "The Hong Kong Federation of Youth Groups"
account number : 773-027743-001
Please send the bank's receipt together with this form to the Partnership and Resource Development Office by fax (3755 7155), by email (partnership@hkfyg.org.hk) or by post to the ✕address below.
存款予本會恒生銀行賬戶(號碼：773-027743-001)，並將銀行存款證明連同捐款表格以傳真(3755 7155)、電郵 (partnership@hkfyg.org.hk) 或郵寄至下列地址✕。

☐ **PPS Payment**
Registered users of PPS can donate to the Federation via a tone phone or the Internet. The merchant code for The Hong Kong Federation of Youth Groups is 9345. For further details, please feel free to call the Partnership and Resource Development Office at 3755 7103.
繳費靈登記用戶，可透過繳費靈服務捐款予香港青年協會，本會登記商戶編號：9345。詳情請致電 3755 7103 香港青年協會「伙伴及資源拓展組」查詢。

☐ **Credit Card** ☐ **VISA** ☐ **MasterCard**

One-off Donation 一次過捐款

or
或

Regular Monthly Donation 每月捐款

HK\$港幣 _____

HK\$港幣 _____

Card Number 信用卡號碼：

Valid Through 信用卡有效期：

_____ MM 月 _____ YY 年

Name of Card Holder 持卡人姓名：

Signature of Card Holder 持卡人簽署：

Name of Donor 捐款人姓名： _____

Name of Sponsoring Organisation 贊助機構名稱： _____

Name of Contact Person 聯絡人： _____

Tel No. 聯絡電話： _____ Fax No. 傳真號碼： _____ Email 電郵： _____

Correspondence Address 地址： _____

Name of Receipt 收據抬頭： _____

Receipts will be issued for all donations over HK\$100 and are tax-deductible.
所有港幣 100 元或以上捐款，將獲發收據作申請扣稅之用。

Please send this donation/sponsorship form with your crossed cheque/the bank's receipt to :
捐款表格、劃線支票/銀行存款證明，敬請寄回：

✕ Partnership and Resource Development Office, The Hong Kong Federation of Youth Groups,
21/F, The Hong Kong Federation of Youth Groups Building, 21 Pak Fuk Road, North Point, Hong Kong
香港北角百福道 21 號香港青年協會大廈 21 樓 香港青年協會「伙伴及資源拓展組」