

## 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<sup>1</sup>，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%<sup>2</sup>。

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<sup>3</sup>，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。

<sup>1</sup> 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。

<sup>2</sup> 同上

<sup>3</sup> 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<sup>4</sup>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。

<sup>4</sup> 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。**