



「經濟就業」專題研究系列

為鞏固「美食之都」享譽尋出路

2024年6月



香港青年協會
the hongkong federation of youth groups



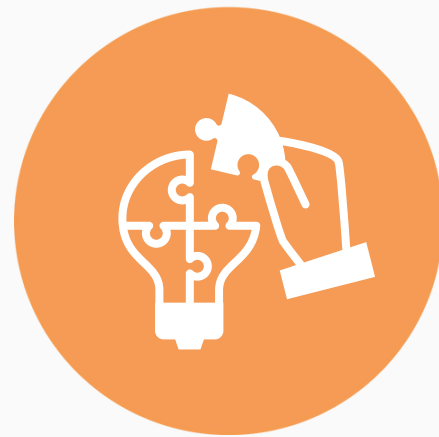
香港青年協會青年研究中心

發布會流程



01

研究背景



02

研究問題和方法



03

研究結果



04

研究建議

研究背景



甚麼是美食之都？

一般界定

指擁有出眾美食的城市，而近年亦是作為聯合國教科文組織創意城市網絡美食範疇中的城市稱號

香港作為美食之都是約定俗成的說法，並不時會以「國際」或「亞洲」美食之都的字眼交替使用

本港作為美食之都的現況

美食文化



- 1 多家餐廳入選**亞洲50最佳餐廳**和**米芝蓮指南2024**
- 2 舉辦國際名廚訪港團和製作《香港之味》節目
- 3 《老港滋味》一書奪得「最佳廚藝歷史圖書大獎」

旅遊體驗



積極舉辦香港美食文化體驗

推出「**香港夜繽紛**」，包括全新的廟街夜市，提供本地及多國特色美食，並向遊客派發餐飲消費券鼓勵品嚐本地美食。

文化承傳



推動非遺與承傳技藝的挑戰

2014年，**港式奶茶**被列為香港的非物質文化遺產之一，每年亦舉辦「**金茶王國際大賽**」，積極推動港式奶茶文化的傳承和創新。然行業人手萎縮，很多年輕人不願入行，香港仍面臨傳統手藝傳承的挑戰。

科技創新



不斷導入科技元素提升餐飲業的創新能力

例如，機械人餐廳**燧記廚房**能以機器人取放食材、炒菜及出菜等，展現了科技在餐飲業中的應用。

人才培育



本地的廚藝學院培育出優秀的廚藝人才

香港的職業專才教育（VPET）培育餐飲及相關行業人才，如**中華廚藝學院**及**國際廚藝學院**。職訓局提供多項資歷認證和專業課程，包括「一試兩證」計劃，幫助學員拓展職業出路。

食品安全



食品安全為美食之都地位的基石

本港檢測及認證業提供全面的服務，保障整個食物供應鏈的質素與安全。知名食品等獲得「**香港名牌**」及「**香港Q嘜優質產品**」認證，彰顯其信心保證。



亞洲地區積極發展美食，提升城市吸引力

新加坡

- **小販文化**在2020年成功申請加入聯合國教科文組織「**非物質文化遺產**」，成為該國第二個世界遺產，也提出「小販中心轉型計劃」
- 為企業提供有時限性的津貼計劃，鼓勵更多採納自動化廚房及自助洗碗機等科技

越南

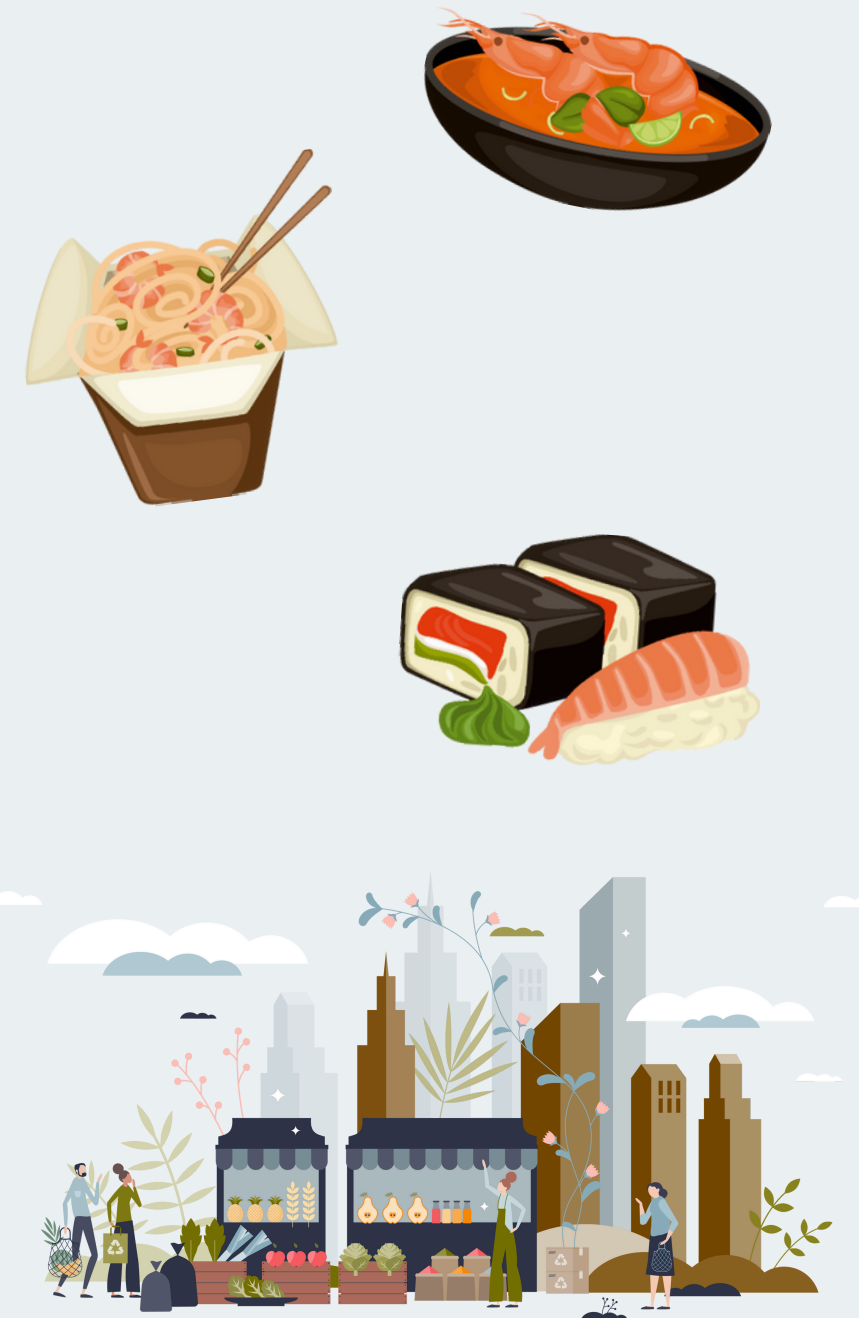
- **河內市**重點發展夜間美食街、烹飪工藝村，開發**美食旅遊地圖**
- 編製《越南1000道典型菜品合集》，將資料庫轉成越南美食線上地圖及越南美食線上博物館

泰國

- 推廣「**泰國隱藏版美食**」，提升對旅客對泰國美食的認識
- 舉辦過盛大的美食餐車遊行，吸引逾200多輛美食車參與，配合美食餐車嘉年華、美食餐車展覽、小型音樂會、大胃王比賽等

馬來西亞

- 累計有**228**種食品已被列入為該國的**國家美食遺產**
- 與鄰近地區合作，在國外舉行美食宣傳的活動



亞洲地區積極發展美食，提升城市吸引力

中國
內地

- 6個中國城市獲得聯合國「世界美食之都」的稱號
- 將成都打造為川菜文化承傳創新基地，包括加強老字號品牌的傳承及創新，以及開展川菜非遺傳承人搶救性保護工程等

澳門

- 2017年成為創意城市網絡美食之都
- 最近發布《澳門特別行政區經濟適度多元發展規劃（2024-2028年）》中，明確推動「旅遊+美食」的融合發展，提高美食之都的吸引力

日本

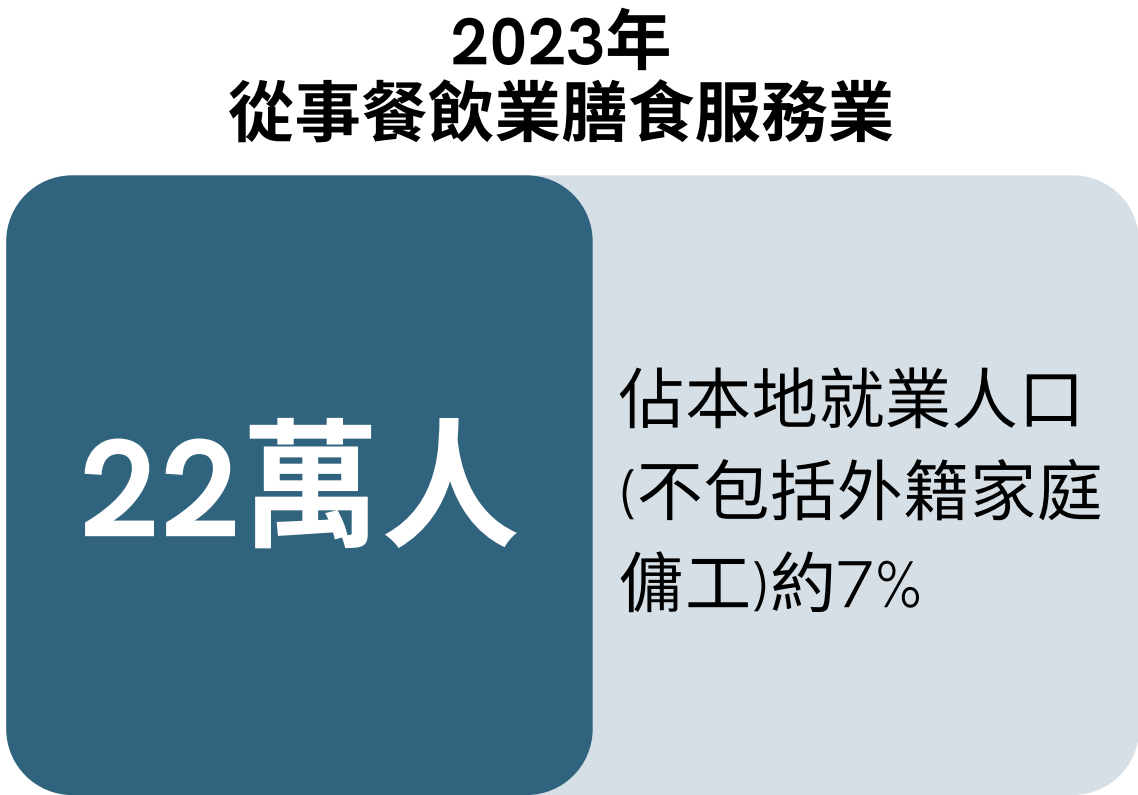
- 成立「食文化室」，專責推廣日本飲食文化
- 挑選外國人擔任宣傳大使，向海外推廣日本食材及飲食文化
- 2024年：觀光廳支援開發讓旅客接觸當地飲食文化的旅遊計劃

韓國

- 成立韓國食品振興機構（Korean Food Promotion Institute），作為專責組織向世界推廣傳統美食，贊助美食專欄、與國際媒體合作拍攝電視特集及出版韓國當地的美食地圖
- 「醃製泡菜文化」在2013年列入聯合國的非物質文化遺產名錄



美食之都的經濟價值，以及美食旅遊的機遇



美食旅遊



全球美食旅遊市場
預計在2032年達到

35,151億美元

本港美食之都目前面對不少挑戰



行業欠革新

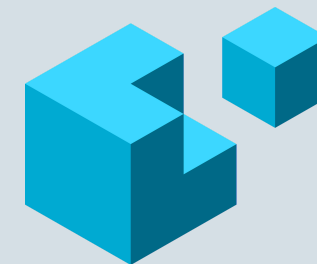


租金、食材成本漲升
人力緊缺

挑戰



周邊地區
競爭激烈



配套發展不足
(如塑造體驗)

研究問題和方法



如何進一步鞏固「香港美食之都」享譽，重點包括：

1

青年對本地美食的觀感，對美食之都及食物行業的看法

2

年輕從業員塑造美食之都的親身經驗，以及對相關發展的意見

3

本港作為美食之都的優勢，面對的限制及出路，
以及相關政策支援



實地問卷調查

(2024年4月11日至22日)

共520名
18至34歲
香港青年



青年個案訪問

(2024年3月7日至20日)

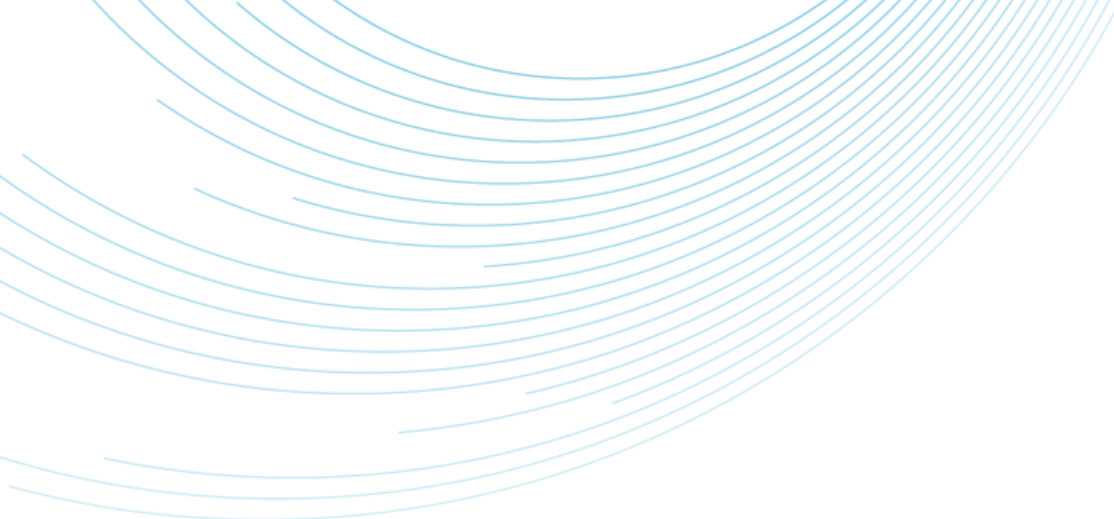
13名24至39歲
從事食物工作的從業員



專家和學者訪問

(2024年3月1日至4月10日)

6名熟悉是項研究議題
的專家及學者



03

■ 研究結果



對本港美食的觀感

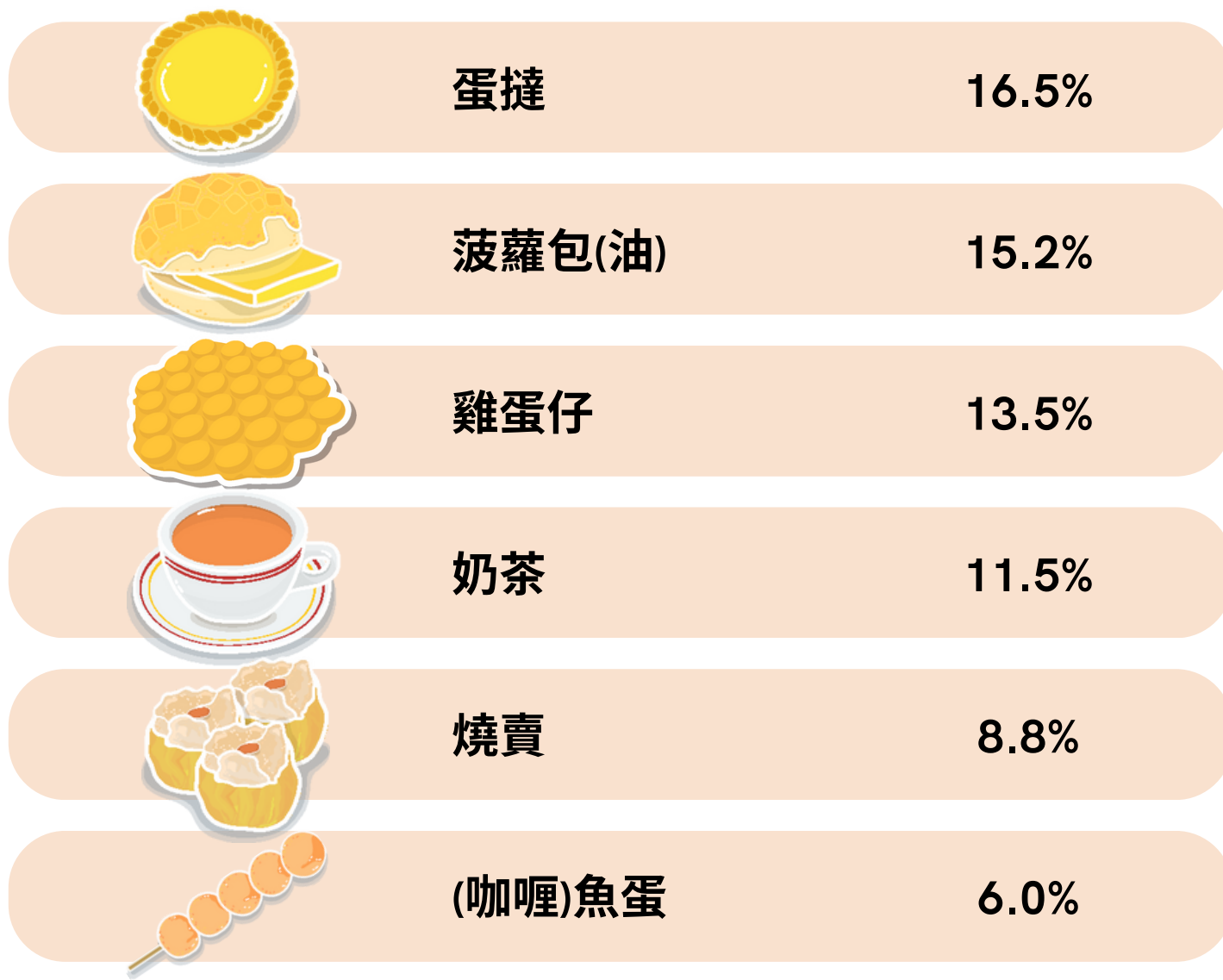


本地美食的觀感

受訪青年認為首三項最能代表香港的美食分別為「蛋撻」、「菠蘿包(油)」及「雞蛋仔」。

請講出一樣你認為最能代表香港嘅美食？(不讀選項)

N=520 *



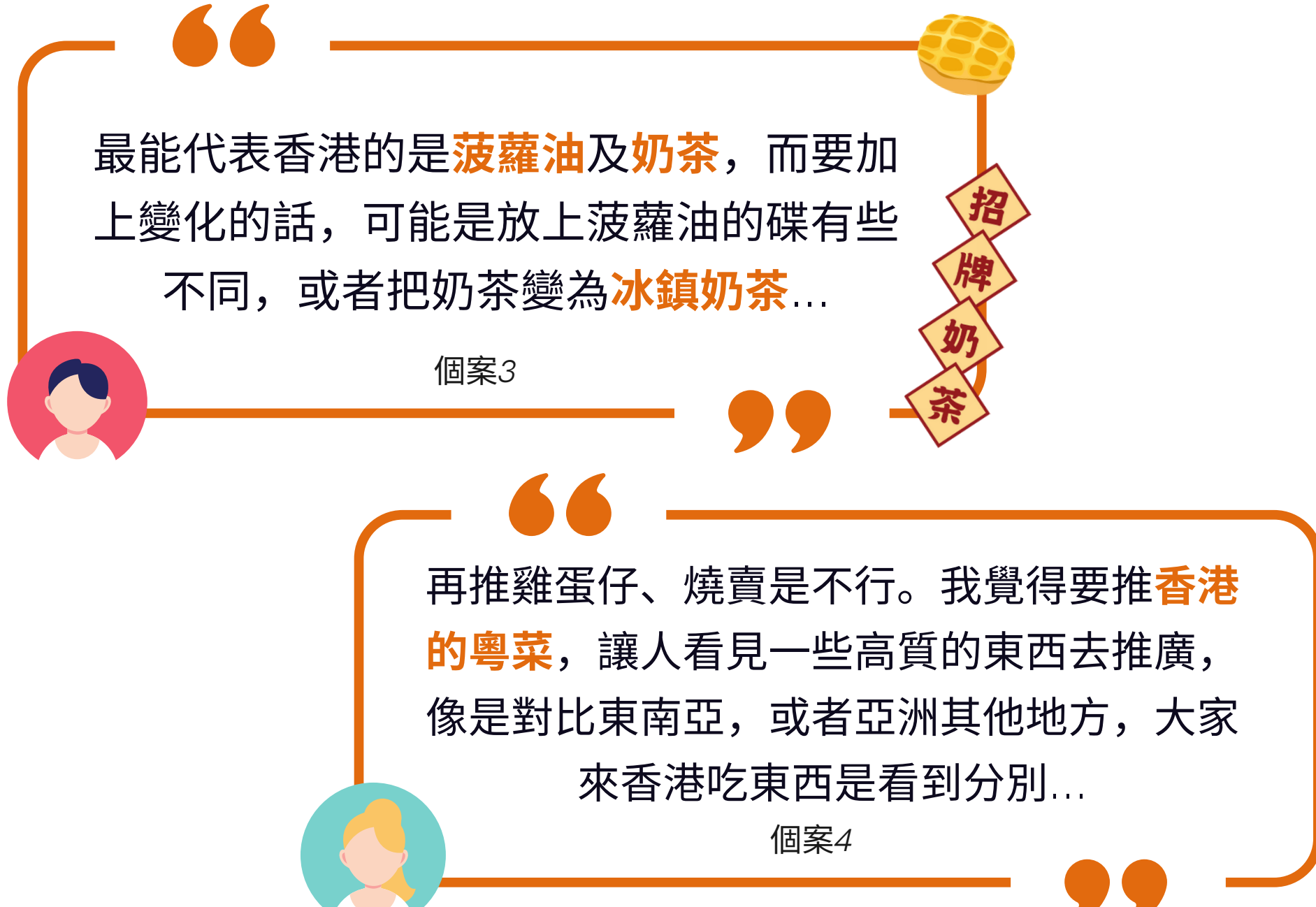
* 圖表只列出所佔比率5%以上的選項。

最能代表香港的是**菠蘿油**及**奶茶**，而要加上變化的話，可能是放上菠蘿油的碟有些不同，或者把奶茶變為**冰鎮奶茶**...

個案3

再推雞蛋仔、燒賣是不行。我覺得要推**香港的粵菜**，讓人看見一些高質的東西去推廣，像是對比東南亞，或者亞洲其他地方，大家來香港吃東西是看到分別...

個案4



青年對本港美食的觀感不差，認為本港美食吸引的平均分為6.67分，高於5分一般水平。



整體嚟講，你認為本港美食有幾吸引？

N=520 | S.D.=1.472

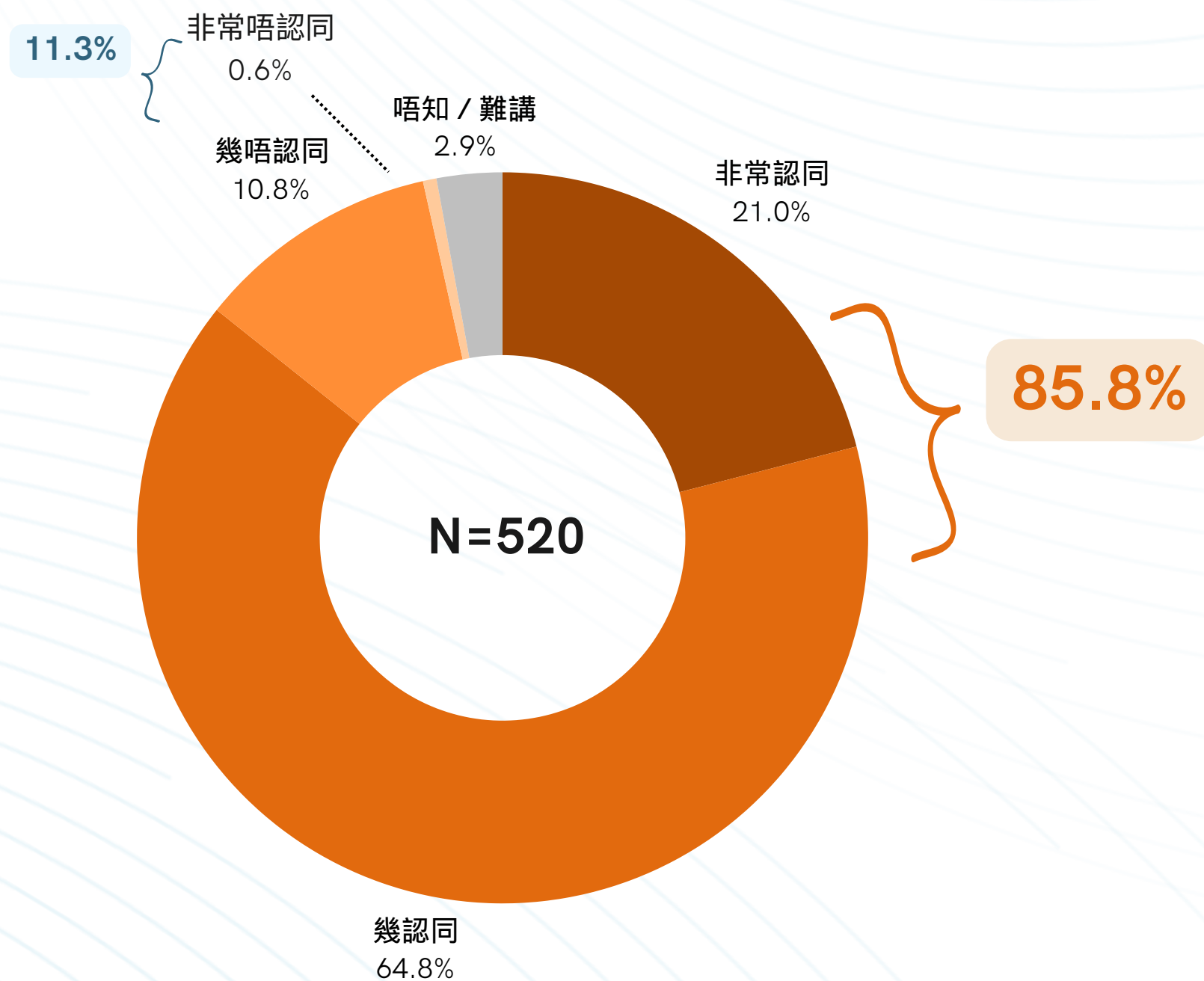


對美食之都的看法



八成六受訪青年認同香港是一個美食之都。

你有幾認同香港係一個美食之都？

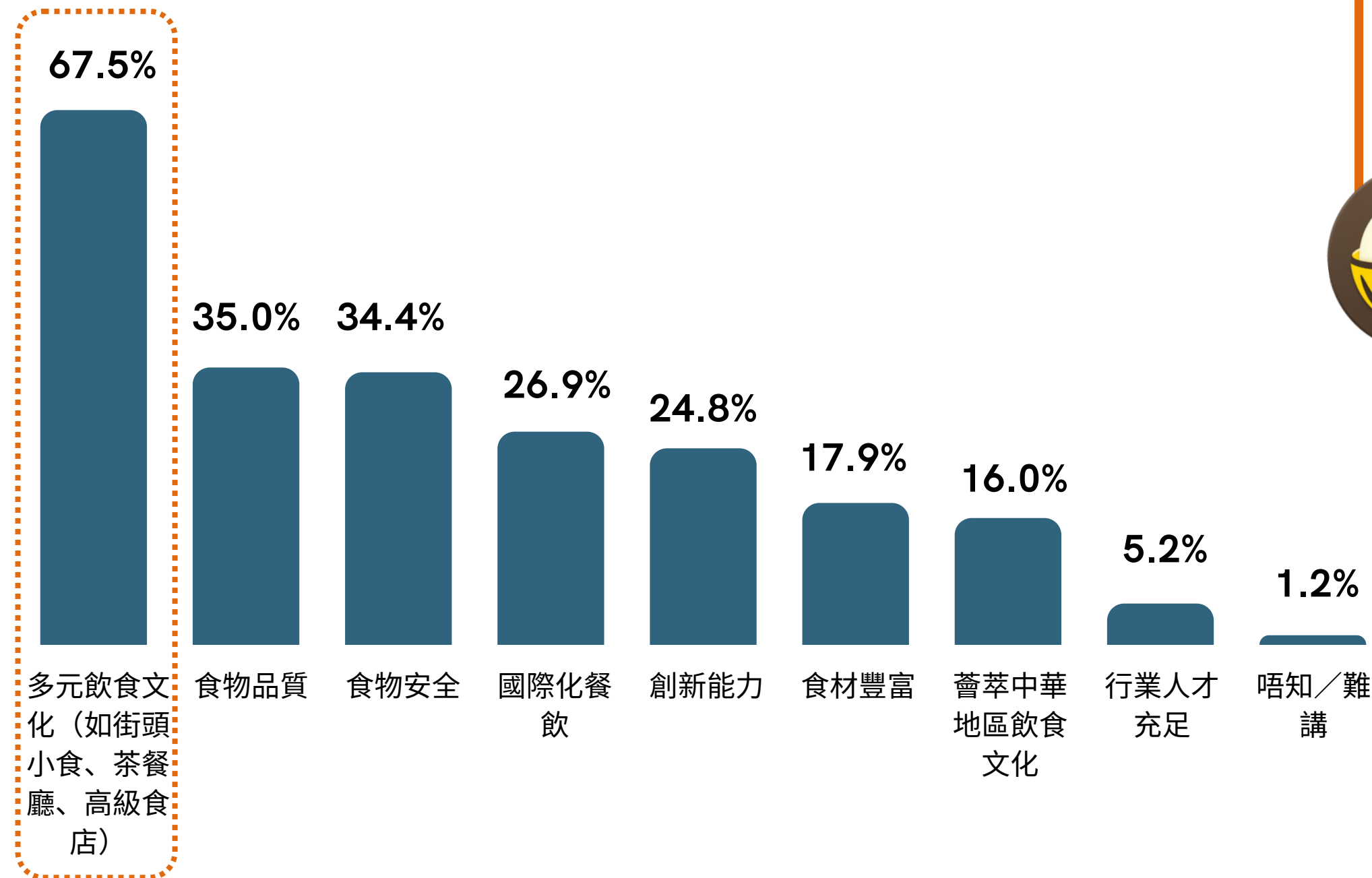


對美食之都的看法

最多受訪青年認為「多元飲食文化」是香港美食之都的優勢。

你認為本港有邊一啲作為美食之都嘅優勢？（讀選項1-8，最多選3項）

N=520



香港的優勢是只要你開OpenRice，想吃什麼都有，即使是巴基斯坦菜都有，**多元化**是我們的一個優勢。

個案8

香港有環球美食，又有很多內地名牌餐飲來港，可以說百花齊放。各方美食集中在香港，遊客來到香港可各取所需，食泰國菜不用特地飛去泰國，來這地方可以全都食到，這是我們的優勢。

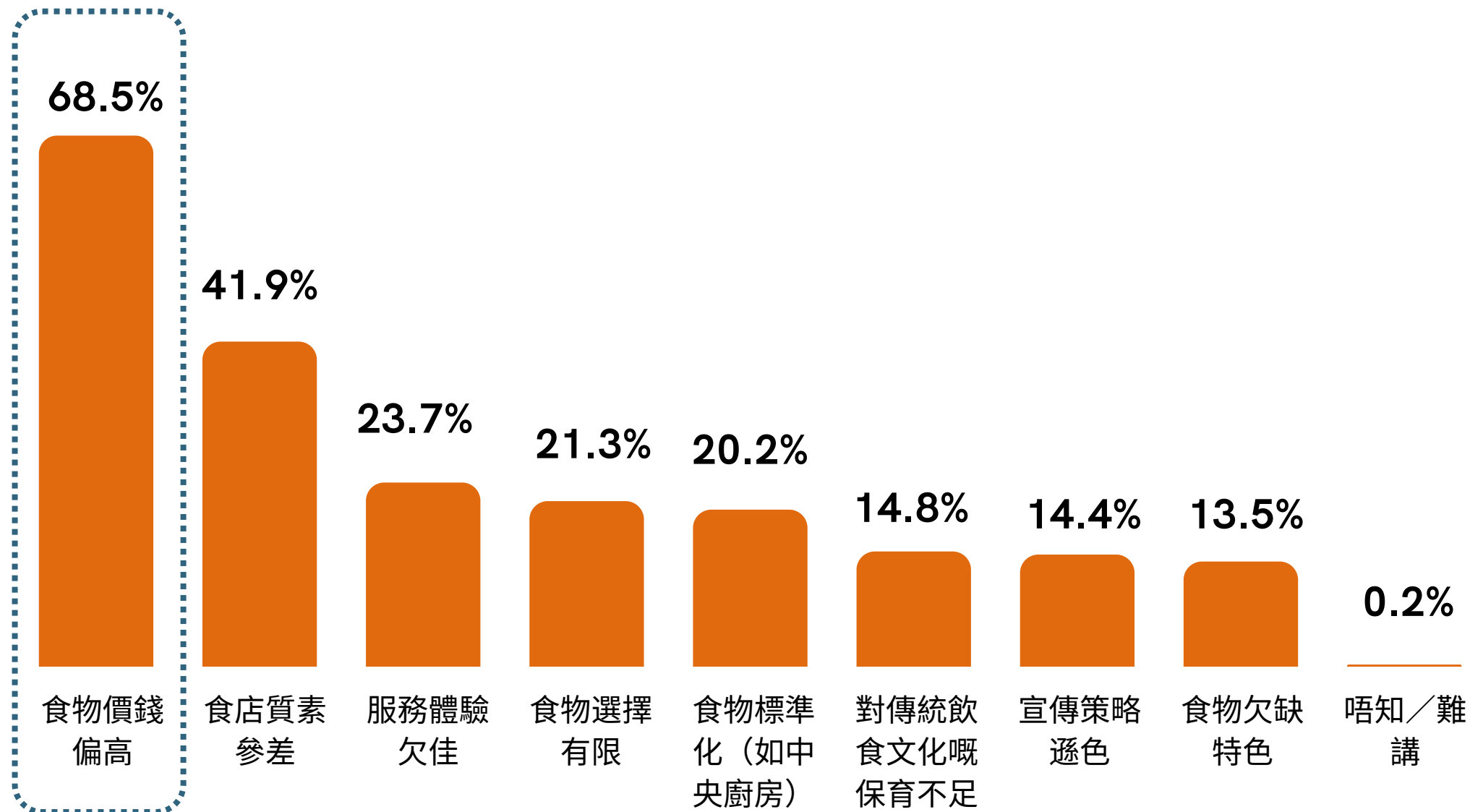
許偉堅先生／香港食品委員會主席

對美食之都的看法

近七成受訪青年認為香港的食物價格偏高，有個案指出本港消費的「性價比」比不上內地，並反映具質素的體驗相當重要。

你認為本港作為美食之都有邊一啲不足？（讀選項1-8，最多選3項）

N=520



香港食肆，價格定位比較高，**性價比不及內地**，從而削弱競爭力。

個案3

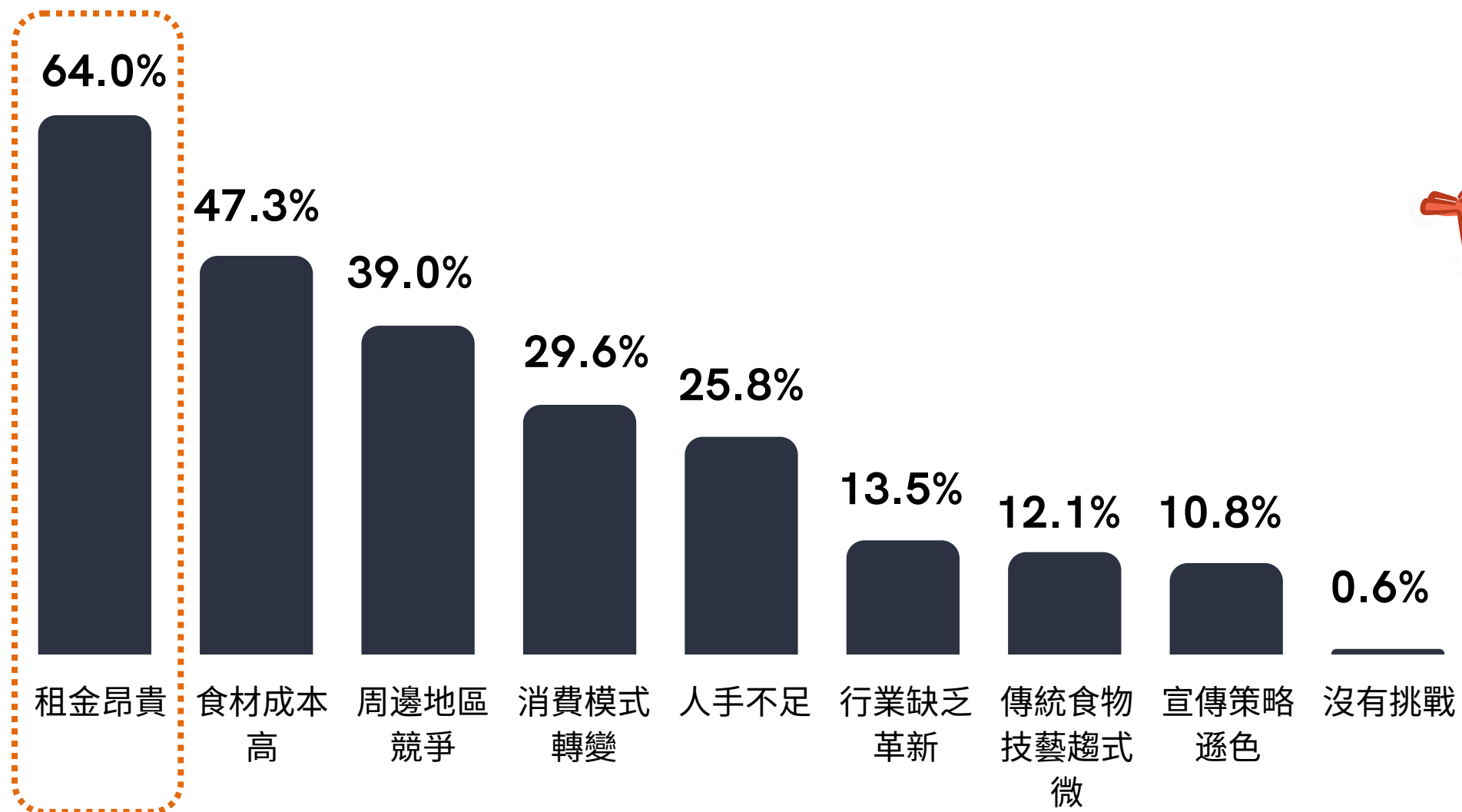
內地不少餐廳可以用電話下單，快捷許多，還不時有人走出來跳舞，在餐廳裡**跟人互動、交流**，香港做不到。

個案9

對美食之都的看法

最多受訪青年認為「租金昂貴」是目前面對的最大挑戰，另青年個案指出其他挑戰如消費模式轉變及服務人手不足等。

你認為本港作為美食之都面對嘅最大挑戰係咩？
(讀選項1-9，最多選3項) N=520

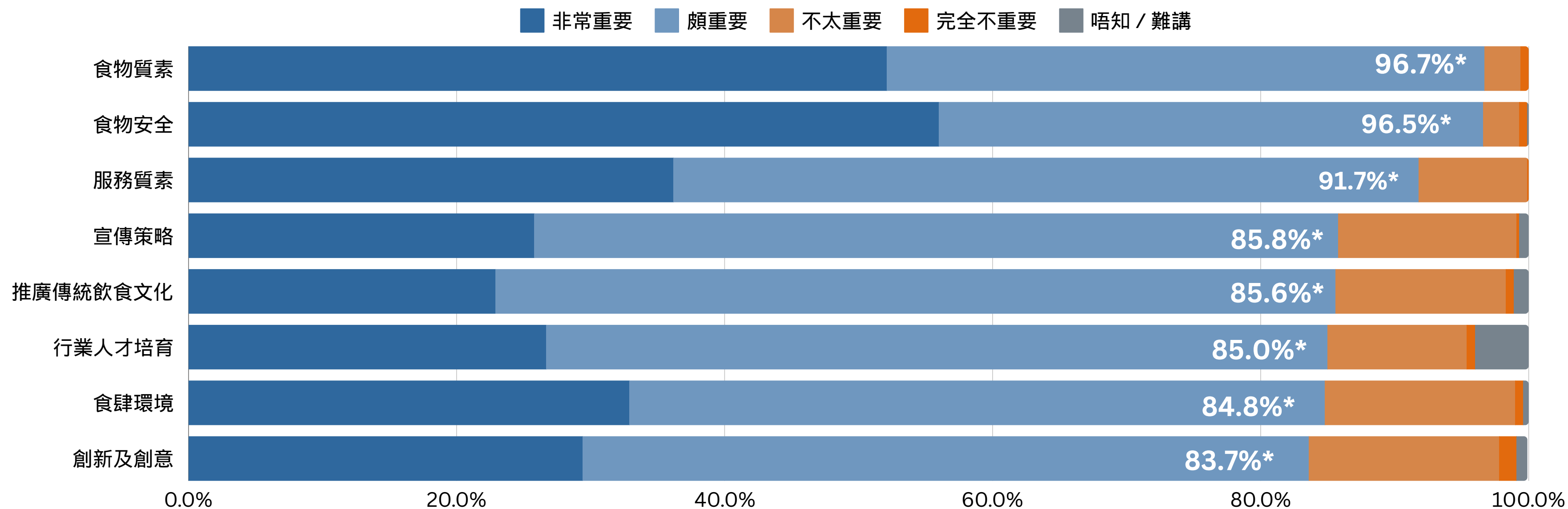


“
 疫情過後，大家開始習慣於**家中煮食**，認為家中煮食比較經濟實惠，不用到酒樓進食貴價菜式。
 ”
 個案7

“
 現時**很難請員工**，人手不夠。食客光顧餐廳要侍應招待，若餐廳的服務不好，真的很難做。
 ”
 個案13

在建設美食之都上，最多受訪者認為「食物質素」、「食物安全」及「服務質素」最重要。

本港要建設美食之都，你認為以下嘅方面有幾重要?? N=520



* 數字為非常重要及頗重要相加所得。

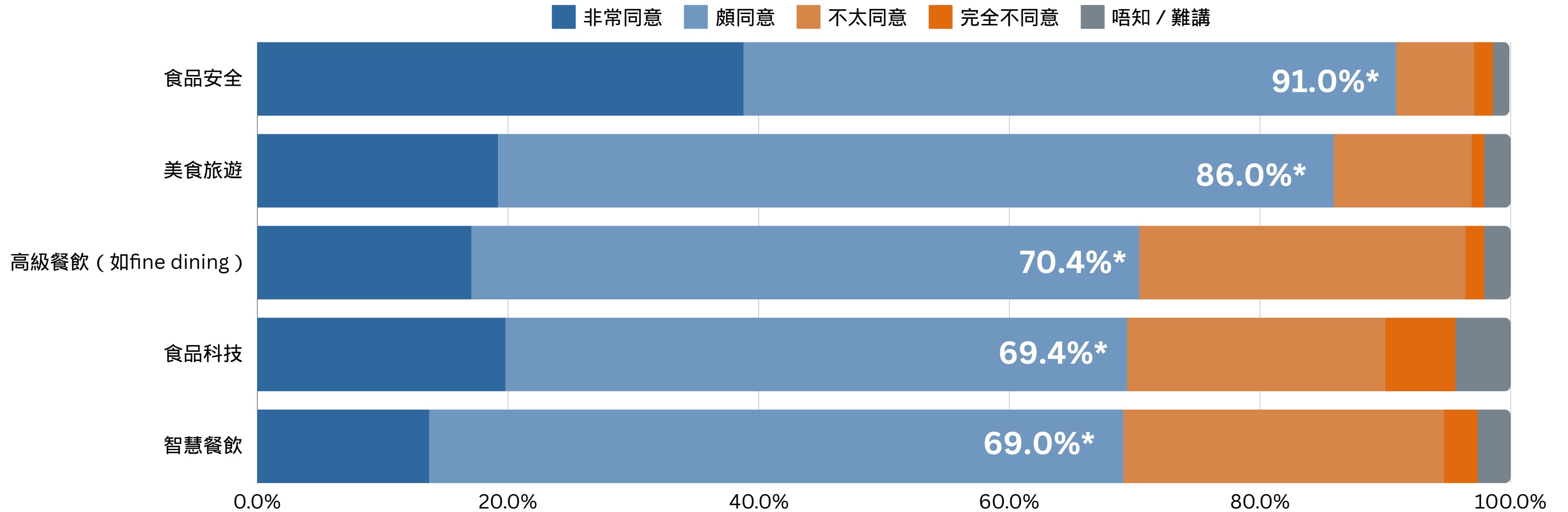
本港具發展 潛力的領域



本港具發展潛力的領域

本港最具發展潛力的領域，依次為「食品安全」、「美食旅遊」及「高級餐飲」。

你有幾同意以下係香港有潛力發展嘅範疇？ N=520



* 數字為非常同意及頗同意相加所得。

本港具發展潛力的領域

美食旅遊是香港有潛力發展的範疇，可把握新興趨勢的機遇。

透過更多旅遊帶動食物行業，人們覺得來香港旅遊是有新玩意，如體驗旅遊，**將美食與旅遊結合**，或是**結合高質的消閒、運動與養生作賣點**，這可能是一個吸引。

方麗影博士／食品創新科技與安全中心項目總監

例如圍村盆菜可以是一個景點，政府可鼓勵在林村、大圍等新界地方做盆菜生意，吸引遊客，因本身的環境已經是打卡的地方。或者開放古蹟，在這些文物建築裡可做些飲食或café，亦可活化。

個案4

香港的文化旅遊與美食密不可分，現在我們更注重深度遊。香港的一些飲食文化與傳統緊密相連，這正是我們的優勢所在。

黃家和先生／香港餐飲聯業協會會長



本港具發展潛力的領域

本港需強化體驗的塑造，提供個性化服務。



體驗型消費是由客人購買商品前已經開始。以用餐為例，譬如於內地用餐前我能夠於手機內的應用程式搜尋餐廳後，立即預訂。...內地有不少平台提供不同的餐廳折扣及個性化服務。這些都是我作為客人未開始到餐廳進食前有的體驗。香港餐廳的服務及體驗，較多只能夠提供餐品掃二維碼下單，整個流程內地與香港的差異明顯。

陸定光教授／法國里昂商學院市場營銷學教授、
歐亞品牌管理中心主任

美食就是文化，而文化是一種體驗。食物除了口要吃，眼睛要看，鼻要聞，所有都是一種體驗及經歷。

個案10

本港具發展潛力的領域

食品的創新、結合文化特色，有利本港發掘新的競爭優勢。

大家已知香港是美食之都，問題在於如何保持。...**食品要加上變化性，力求製作出有層次的味道、口感，才可打造出香港的獨特性。**不是一個定了型的食物，食菠蘿包就是菠蘿包。

方麗影博士
食品創新科技與安全中心項目總監



美食之都一定有它的優勢，要思考香港作為美食之都的優勢在於哪裡。會否是將本土小食帶給顧客有不同感受？會否是我們把中國傳統食品，結合中國傳統的文化節日，就著每個傳統節日本身的特定文化內涵，構成一些支持香港作為美食之都這個品牌的故事？我們有端午節、中秋節、新年等不同節日，都可以利用來建構傳統美食的內容，不只是簡單地推銷一個食物。
需要動態思維，發掘新的競爭優勢。

陸定光教授
法國里昂商學院市場營銷學教授、歐亞品牌管理中心主任

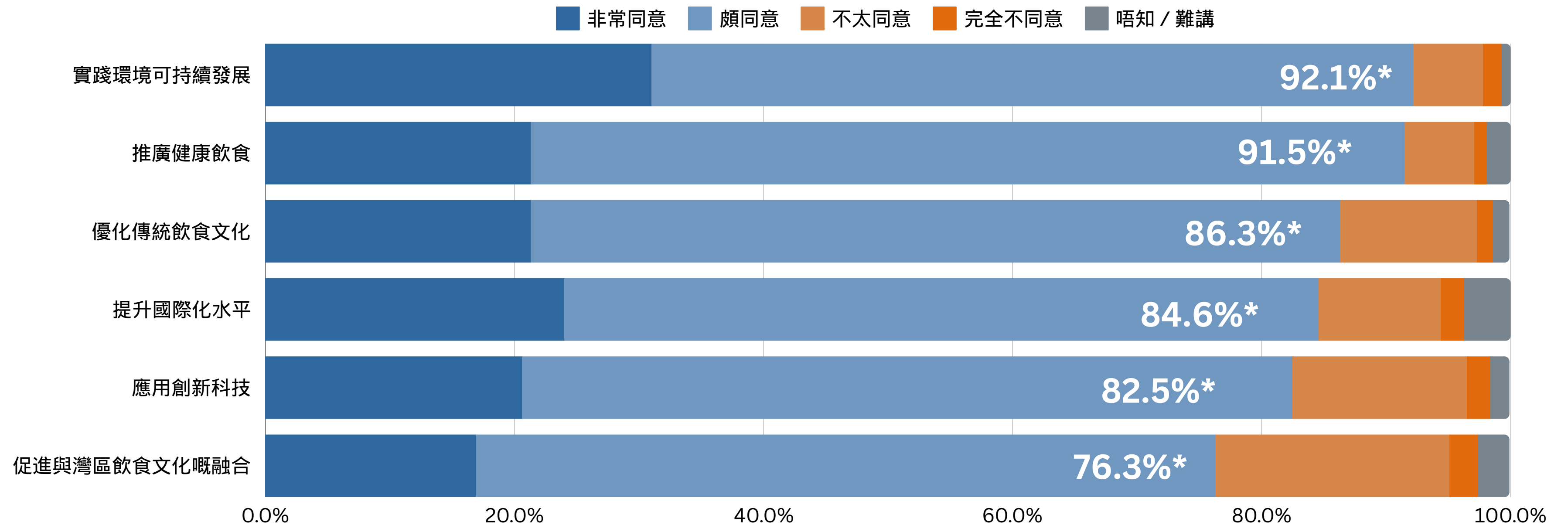
本港飲食文化應 朝向的發展方向



本港飲食文化應朝向的發展方向

最多人同意「實踐環境可持續發展」及「推廣健康飲食」是本港飲食文化應朝向的發展。

你又有幾同意香港嘅飲食文化，應朝向以下嘅方面發展？ N=520



* 數字為非常同意及頗同意相加所得。

本港飲食文化應朝向的發展方向

青年個案就飲食行業的可持續發展及相關趨勢表達不同看法。



在做法比較單一，做餐飲都是純粹的商業機構，希望**增加多些ESG的元素或社企的模式**，因為現在的趨勢是『怎樣貢獻社會』，我覺得餐飲業可以**做多些去支持。**

個案13

我覺得要讓人看見香港是很高質的飲食之都。以廣東或者中國內地來說，香港的飲食水平始終是高，特別是粵菜。若**多推廣高質餐飲**，有酒店訪客願意花錢來香港消費，才可以**振興經濟。**

個案14

若然將懷舊的食物或是中國的歷史菜式重新呈現在餐桌上，**舊菜新造**，或可令香港美食之都之名有起色。**中華飲食文化需要保留**，飲食文化可以故事形式保存，將菜式背後的故事重現...

個案12

本港飲食文化應朝向的發展方向

受訪專家亦對本港的不同的發展方向表達看法。

大排檔品牌

如果認為大排檔是香港餐飲業的地道特色，政府應該投入資源提升大排檔品牌，進行相關宣傳，**傳揚大排檔飲食文化**，使外地食客能更好地體驗香港的大排檔文化。

陸定光教授
法國里昂商學院市場營銷學教授、
歐亞品牌管理中心主任

九龍大排檔

食品升級再造

食品升級再造絕對合乎ESG的概念，可成為綠色投資的一種。它可以減碳排放，或者在ESG可以計分。食品業界可以考慮做這些，我覺得這是未來食品的趨勢。

文嘉敏博士
香港食品專業協會主席



健康美食

我認為食品可多走『**無添加**』路線，將配方盡量變得健康，令消費者願意購買。

方麗影博士
食品創新科技與安全中心項目總監



對從事食物 行業的看法



對從事食物行業的看法

受訪青年對從事食物行業的興趣一般，對行業的發展前景信心則略高。

你對從事食物行業有幾大興趣？

0分=完全無興趣，5分=一半半
10分=非常有興趣



4.96

平均分

你對本港食物行業嘅發展前景信心又有幾大？

0分=非常小，5分=一半半
10分=非常大



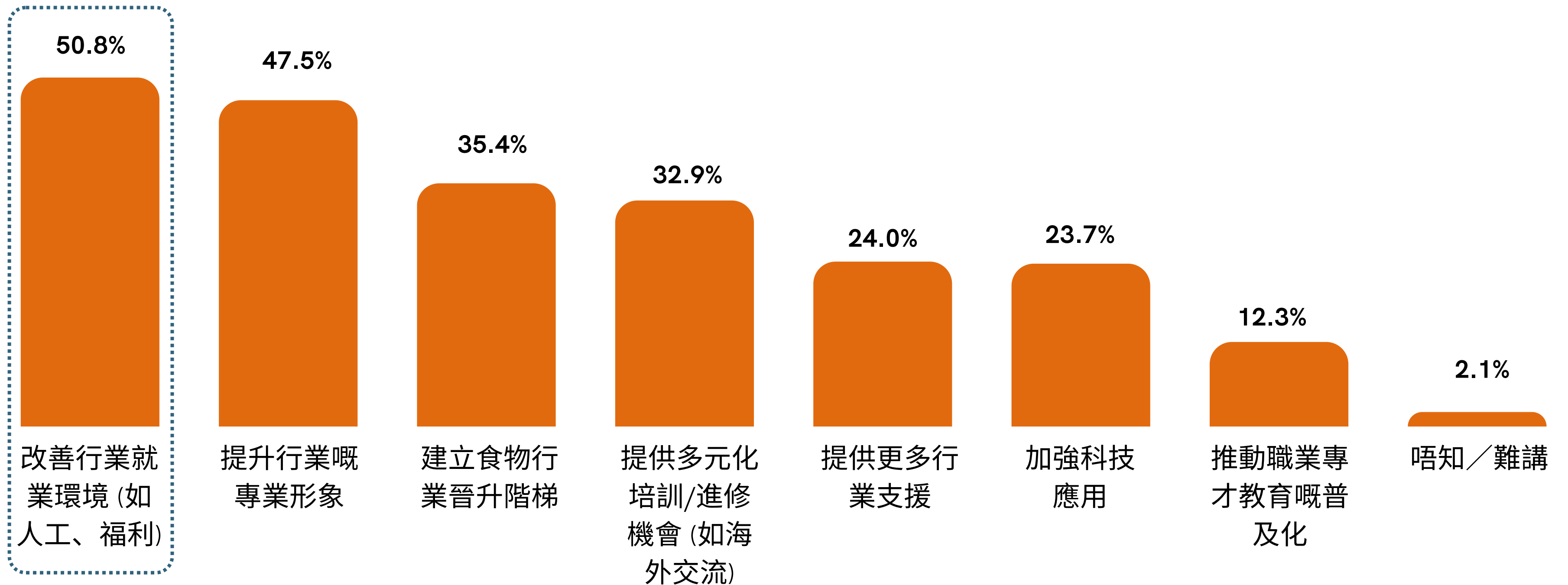
6.04

平均分

對從事食物行業的看法

逾五成認為「改善行業就業環境」，有利鼓勵青年加入食物相關行業。

你認為以下邊啲措施有利鼓勵青年加入食物相關行業？（讀選項1-7，最多選3項） N=520



吸引入行的措施

讀食物的學科，如果**加上數碼技術，需要IT、AI這些技術，有創新科技和跨學科知識**，我相信是可以吸引到年青人之餘，也可持續發展。

文嘉敏博士／香港食品專業協會主席

有專家認為配合新科技可吸引青年入行，亦讓行業持續發展



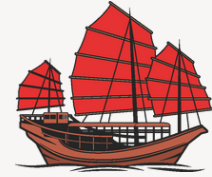
我認為可以在娛樂及media方面令年輕人覺得食物工作是吸引...廚師不只是戴廚師帽或穿廚師衫的形象，而工作地方亦不只在廚房，卻可以有不同嘗試，看起來很吸引。我相信**在文化或娛樂上看到廚師工作是被尊重**，甚至變得吸引，自然有人加入。

個案4

有個案認為在文化上有更多正面的行業形象，有助吸引入行

主要觀察

1



香港作為美食之都具優勢。香港**薈萃中西飲食文化**，配上食材多元化，豐富了飲食內涵和選擇，形成獨特的飲食生態。

2



周邊地區近年急起直追，發展美食的進展迅速，加上本地餐飲業**受原材料和租金漲價、人力緊缺等多重因素影響**下，本地餐飲業面臨不少挑戰。

3



近年飲食行業重視**個性化餐飲體驗**，當中包括餐廳種類、服務質素、食物創新等，並配合不同顧客群的需要，為顧客打造不一樣的餐飲體驗。

4



美食旅遊為具經濟發展潛力的領域，香港要鞏固美食之都的實力，須**把握機遇加速拓展相關領域**；另迎合新興的飲食文化，朝**可持續發展及健康飲食**等市場方向。

5

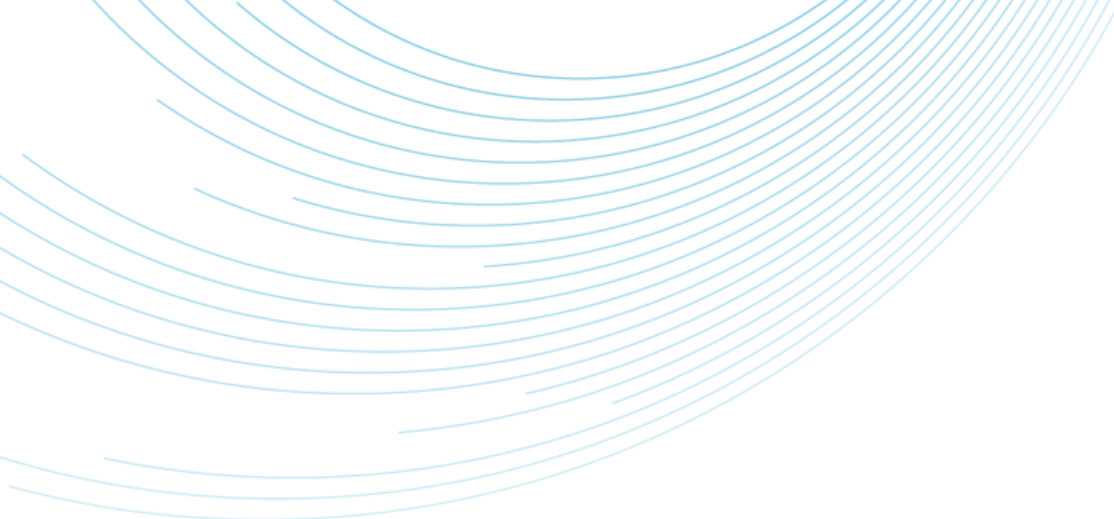


宣傳推廣及打造**特色文化**，對鞏固本港美食之都起重要影響。

6



食物行業向來有青黃不接問題，然而隨**科技的引入及食品行業的多元發展**，配合**職專教育**的進一步發展，有助擴闊新一代對行業的想像，建立形象。



■ 研究建議



建議成立「香港美食發展專組」



成立的必要性

參考「韓國食品振興機構」的成功經驗，目前香港美食推廣涉及多個部門，缺乏整體協調及效益。成立香港美食發展專組，統籌香港美食及食品發展策略、聯繫業界及人才推動「旅遊+美食」融合，並專責督導各項特色美食的宣傳推廣計劃。

主要職能

整體策略及定位

深化多元飲食文化、香港獨有港式風味、中國八大菜系的文化底蘊等。

「旅遊+美食」融合

推動文化旅遊與美食體驗的創意發展。

提升美食水平

支持高質量餐飲發展，支援認證及引入科技，改善人才培育和顧客體驗。

宣傳推廣計劃

策劃本地特色餐飲及創新食品的推廣活動，如國際比賽及本地美食地圖製作。

預期成效及長遠影響



提升香港作為美食之都的國際聲譽



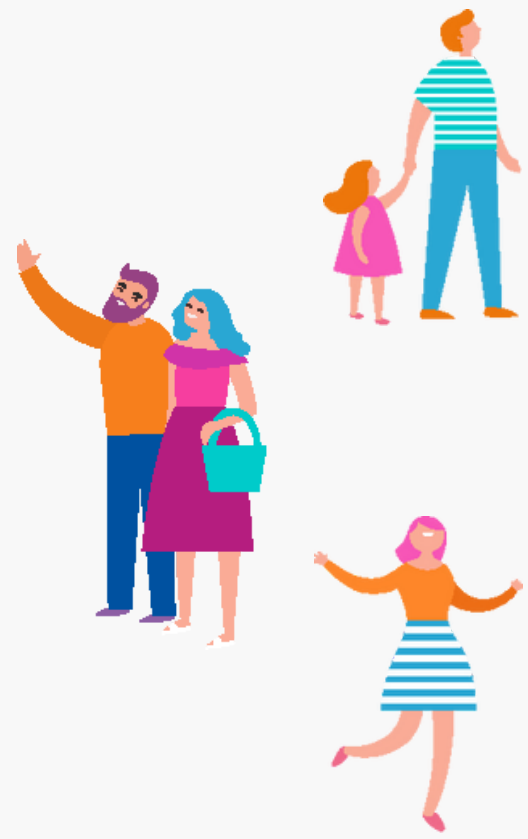
增加旅遊業及本地餐飲業的綜合經濟效益



強化香港作為文化及美食結合的目的地形象

開展「香港美食傳承運動」

香港美食 傳承運動



製作本地美食旅遊地圖

- 強調香港獨特的多元飲食文化，包括街頭小食、大排檔及茶餐廳文化。
- 配合現時政府所推廣的「無處不旅遊」，由市民及青年推舉區內特色小店、最能代表香港特色的蛋撻、菠蘿油及奶茶。
- 發掘相關美食背後的歷史，從而整合成十八區的美食旅遊地圖，翻譯多國語言。

配合餐飲消費券

- 推動遊客品嚐具香港情懷的美食體驗。
- 傳承本地特色食品背後的人情味及故事，連繫青年及小商店展現香港好客之道。

推動「多元飲食友善標籤計劃」

長遠效益

文化發展與形象建立

- 推動國際大都會形象，進一步標示食物過敏、宗教禁忌等信息，建立多元飲食友善的文化。

顧客體驗優化

- 讓海內外旅客在香港享受貼心、安心的飲食體驗。

執行方法

標籤標準

- 餐廳可獲得「多元友善食肆標籤」，如果其菜式符合低碳、素食等特定需求。

餐牌標示

- 餐廳餐牌上明確標示符合標準的菜式，讓顧客容易識別。

計劃內容

標籤種類

- 加入低碳、素食、清真及特殊飲食需要等標籤，照顧不同客群的膳食需求。

誘因與效益

- 為參與計劃的餐飲業提供知名度提升和客戶群增加的誘因，促進餐廳提升顧客體驗。

背景與需求

顧客個人化需求

- 研究顯示，顧客越來越注重個人化體驗及飲食需求。

現有健康飲食推廣

- 「有營食肆」運動已推動餐飲業參與推廣健康菜式。



香港青年協會 青年研究中心

JOIN WITH US



hkfyg_
youthresearchcentre



hkfygyrc



HKFYG
Youth Research Centre



接收「青年創研庫」
e-news 登記

shorturl.at/iDEL1



青年研究中心網頁

yrc.hkfyg.org.hk

