

為鞏固「美食之都」 享譽尋出路

Reasserting Hong Kong's Reputation as a Culinary Capital

青年創研庫
Youth I.D.E.A.S.



78

首席顧問 徐小曼女士
顧問 鍾偉廉先生
研究員 張淑鳳女士
陳瑞貞女士
張靜雲女士
陸家穎女士
趙凱澄女士
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：二〇二四年六月

版權所有 © 2024 香港青年協會

Chief Adviser Ms. Hsu Siu Man
Adviser Mr. William Chung
Researchers Ms. Christa Cheung
Ms. Chan Shui-ching
Ms. Sharon Cheung
Ms. Joanne Luk
Ms. April Chiu
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: June 2024

All rights reserved © 2024 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 經濟就業組

顧問導師：張子欣博士 倪以理先生

召集人：劉漢耀先生

副召集人：翁德建先生 潘希橋先生

成員：白礎皓先生 何穎琨女士
吳志庭先生 李智賢先生
林康聖先生 林灝明先生
徐佩賢女士 徐詠康先生
徐嘉豪先生 梁偉基先生
陳加駿先生 陳浩升先生
陳健君先生 陳康翹女士
陳雅喬女士 陳翠珊女士
陳輯濤先生 葉梓聰先生
廖智樑先生 趙一嵐女士
劉健宇先生 潘希晴女士
羅子翔先生

研究員：陸家穎女士

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）：

| | |
|-------|--|
| 文嘉敏博士 | 香港食品專業協會主席 |
| 方麗影博士 | 食品創新科技與安全中心項目總監 |
| 許偉堅先生 | 香港食品委員會主席 |
| 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 |
| 黃家和先生 | 香港餐飲聯業協會會長 |
| 葉漢鵬先生 | 酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨 職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監 |

所有曾接受實地意見調查和個案訪問的青年

研究摘要

香港為國際大都會，「美食之都」多年來享譽世界。本港的美食文化，既傳承了中國傳統，亦深受世界各地文化影響，形成薈萃中西的特色，與四大產業之一的旅遊業相輔相成，展現出香港的魅力所在，支撐著重要的經濟及社會發展。

然而，要保持美食之都的地位並不容易。環觀周邊地區，餐飲美食迅速發展，不少亞洲城市近年積極發展美食，提升城市吸引力，如南韓成功以「韓食」風靡各地。另一方面，自 2004 年聯合國教科文組織創意城市網絡創立起，至今合共有 57 個城市成為「美食之都」，內地有多個城市相繼成為美食之都；鄰近的澳門亦自 2017 年賦予美食之都之銜，推動「旅遊+美食」的發展。即使毗鄰的深圳，美食亦不斷推陳出新，吸引不少港人北上消費。如何鞏固香港美食之都的優勢，豐富美食之都的內涵和魅力亟待對策。

至於本地餐飲業，一直面臨不少挑戰，如租金壓力，食材成本上漲，人手緊缺，行業青黃不接等因素影響。本地美食的保育亦令人關注，一些傳統食物日漸失傳，美食之都的形象漸失品牌效應，進一步打擊本港美食之都的競爭力。

近來，有關推動香港經濟復蘇，恢復城市魅力的討論不絕。政府、業界與民間積極尋找新轉機。國務院港澳事務辦公室主任夏寶龍提出「香港無處不旅遊」，特區政府亦銳意重振旅遊業，積極推動各式深度遊、特色旅遊及城市旅遊，其中本港源遠流長的飲食文化甚具再發展潛力。

隨著旅遊業的重新定位，為重塑美食之都的美譽帶來新契機。香港的美食發展該何去何從？面對的外憂內患有何出路？基於上述背景，本研究希望就如何鞏固「美食之都」作出探討，了解本港作為「美食之都」的優勢、以及當中的挑戰與新機遇，冀就提升「美食之都」的實力，提供可行建議。

是項研究於 2024 年 2 月至 5 月期間，透過幾方面蒐集資料，包括文獻參考、實地意見調查，共訪問了 520 名 18 至 34 歲香港青年、13 名從事食物工作的青年個案，以及 6 名熟悉有關議題的專家和學者。

主要結果

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。

建議

基於上述研究結果及討論要點，循鞏固本港作為美食之都的發展，進一步發展香港美食的實力，我們認為值得考慮下列建議：

- 1. 建議當局設立「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。**

目前本港食品及美食的推廣發展涉及多個部門及組織，如文化體育及旅遊局負責香港的旅遊發展，並透過香港旅遊發展局(旅發局)展開一系列推廣香港及美食的活動，每年的美食博覽則由商務及經濟發展局下的香港貿易發展局負責，政策措施較零散並缺協同效益。隨周邊地區美食之都冒起，要鞏固香港美食之都的美譽，須有更進取的策略及規劃；當

中涉及多個範疇，由旅遊推廣、餐飲業發展、科技的結合與研發、人才的培育、以至特色美食產品的營銷等，須有較高層次的督導協調。

參考韓國政府成立的「韓國食品振興機構」(Korean Food Promotion Institute)，專責發展及推廣當地傳統美食。建議本港成立「香港美食發展專組」，其主要職能包括：(一) 規劃香港美食及食品發展的整體策略及定位，如深化由來已久的多元飲食文化、香港獨有港式風味、中國八大菜系的文化底蘊等。(二) 推動「旅遊+美食」的創意發展，如文化旅遊與美食的融合。(三) 協助業界美食水平朝高質量發展，如向符合正宗烹調的餐廳食肆取得菜系發源地權威機構的認證、促進餐飲業引入科技元素改善人才不足，以及優化顧客體驗等。(四) 策劃本地特色餐飲及創新食品的宣傳推廣，如國際廚神比賽、本地美食地圖製作、促進深度遊與本港傳統菜式的結合，如盆菜宴等。

2. 開展「香港美食傳承運動」，製作本地美食旅遊地圖，配合餐飲消費券，推動具本地特色的美食體驗。

現時，香港每年舉辦「美食商貿博覽」及「香港美酒佳餚巡禮」等知名盛事，藉此吸引海外及本地顧客。除中西薈萃的多元飲食文化外，具香港特色的街頭小食、大排檔及茶餐廳文化亦深受市民及遊客歡迎，因此建議旅發局可開展「香港美食傳承運動」，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，以及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；並配合餐飲消費券，一方面推動遊客品嚐具香港情懷的美食體驗，另一方面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。

3. 推動「多元飲食友善標籤計劃」，包括加入低碳、素食、清真及特殊飲食需要等標籤，照顧不同客群的膳食需要。

從研究結果可見，顧客更著重個人化體驗，餐廳亦務求提升服務質素。現時本港已推動「有營食肆」運動，鼓勵餐飲業參與推廣健康菜式。當局可參考相關經驗，制定符合不同客群友善的標籤，照顧多元飲食需要，包括低碳、素食、清真及特殊飲食需求(如過敏)等標籤。計劃亦宜為餐飲業界提供誘因，如參與計劃的食肆可提升知名度與增加客戶群，藉此鼓勵餐飲業界，提升顧客體驗。

舉例而言，若餐廳有菜式能符合低碳、素食顧客的飲食需求，即可以獲得多元友善食肆標籤，餐牌上亦可標示合符規格的菜式。長遠而言為配合飲食文化的發展趨勢，進一步優化「多元飲食友善標籤計劃」，如進一步於餐牌上標示含食物過敏、宗教禁食的食材，以展現國際大都會形象，建立多元飲食友善的文化，讓海內外旅客「感到貼心，吃得安心」。

目錄

研究摘要

| | | |
|-----|--------------------|----|
| 第一章 | 引言 | 1 |
| 第二章 | 研究方法 | 3 |
| 第三章 | 文獻回顧 | 7 |
| 第四章 | 實地青年問卷調查及青年個案訪問結果 | 25 |
| 第五章 | 受訪專家和學者對美食之都的看法及建議 | 46 |
| 第六章 | 討論及建議 | 61 |
| | 參考資料 | 69 |
| 附錄一 | 實地意見調查問卷 | 75 |

第一章 引言

香港為國際大都會，「美食之都」多年來享譽世界。本港的美食文化，既傳承了中國傳統，亦深受世界各地文化影響，形成薈萃中西的特色，與四大產業之一的旅遊業相輔相成，展現出香港的魅力所在，支撐著重要的經濟及社會發展。

然而，要保持美食之都的地位並不容易。環觀周邊地區，餐飲美食迅速發展，不少亞洲城市近年積極發展美食，提升城市吸引力，如南韓成功以「韓食」風靡各地。另一方面，自 2004 年聯合國教科文組織創意城市網絡創立起，至今合共有 57 個城市成為「美食之都」¹，內地有多個城市相繼成為美食之都；鄰近的澳門亦自 2017 年賦予美食之都之銜，推動「旅遊+美食」的發展。即使毗鄰的深圳，美食亦不斷推陳出新，吸引不少港人北上消費。如何鞏固香港美食之都的優勢，豐富美食之都的內涵和魅力亟待對策。

至於本地餐飲業，一直面臨不少挑戰，如租金壓力，食材成本上漲，人手緊缺，行業青黃不接等因素影響。本地美食的保育亦令人關注²，一些傳統食物日漸失傳，美食之都的形象漸失品牌效應³，進一步打擊本港美食之都的競爭力。

近來，有關推動香港經濟復蘇，恢復城市魅力的討論不絕。政府、業界與民間積極尋找新轉機。國務院港澳事務辦公室主任夏寶龍提出「香港無處不旅遊」，特區政府亦銳意重振旅遊業，積極推動各式深度遊、特色旅遊及城市旅遊，其中本港源遠流長的飲食文化甚具再發展潛力。

隨著旅遊業的重新定位，為重塑美食之都的美譽帶來新契機。香港的美食發展該何去何從？面對的外憂內患有何出路？基於上述背景，本研究希望就如何鞏固「美食之都」作出探討，了解本港作為「美食之

¹ Wikipedia. (Undated). City of Gastronomy. Retrieved June 3, 2024, from https://en.wikipedia.org/wiki/City_of_Gastronomy

² 大公報。2023 年 4 月 24 日。〈倡大牌檔墟市重現 力保美食天堂〉。網址：<https://www.tkww.hk/epaper/view/newsDetail/1650201209988059136.html>，2024 年 3 月 2 日下載。

³ 李俊杰。2023 年 10 月 3 日。〈反向代購興起 本土餐飲捱打〉。網址：<https://monthly.hkej.com/monthly/article/id/3578494/反向代購興起%20%20%20本土餐飲捱打>，2024 年 3 月 2 日下載。

都」的優勢、以及當中的挑戰與新機遇，冀就提升「美食之都」的實力，提供可行建議。

研究將透過實地問卷調查、從事食物相關行業的年輕從業員訪問，以及專家和學者意見多方面作出探討。

第二章 研究方法

2.1 研究目的

本研究旨在了解青年對本港作為美食之都的觀感和意見，並就提升本港美食之都的優勢，提供可行建議。

2.2 定義

「美食之都」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¹。香港作為美食之都的約定俗成的說法，並不時會以「國際」或「亞洲」美食之都的字眼交替使用²。本研究則主要使用美食之都的字眼。

是次研究所討論的食物相關行業，包括任何涉及食物供應鏈的工作，如前線餐飲或銷售、食物製作、檢測認證等；亦涵蓋新興種類的職業範疇，如食品科技。

2.3 研究問題

是項研究的重點問題是「如何鞏固本港美食之都的聲譽及提升實力」，並從下列三個方向作出探討：

- (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

¹ UNESCO Creative Cities Network. (Undated). Creative Cities List: Gastronomy. Retrieved June 3, 2024, from https://www.unesco.org/en/creative-cities/grid?hub=80094&f%5B0%5D=dataset_filters%3Adcd56a5b-5821-475e-986f-a8ce6bb65350#toggle-facets

² 行政長官李家超早前參觀國際廚藝學院時，亦提出香港有「亞洲美酒佳餚之都」地位的稱號，與美食之都的字眼意思或有重疊，然該字眼現時並未普遍使用。原載於：政府新聞網。2023年8月17日。〈李家超訪國際廚藝學院〉。網址：https://www.news.gov.hk/chi/2023/08/20230817/20230817_160320_780.html，2024年6月2日下載。

2.4 研究方法

是項報告就上述研究方向進行資料蒐集，作出綜合探討。透過三方面蒐集資料：青年實地意見調查、青年個案訪問及專家和學者訪問。青年實地意見調查的目的，主要是了解青年對本港美食及美食之都的觀感及取態，以及對從事食物行業的看法。青年個案訪問是了解他們對香港打造美食之都的親身體會及意見。而專家和學者訪問，則是了解對鞏固本港美食之都實力的意見及建議。

2.5 實地意見調查

調查委託社會政策研究有限公司協助，採用實地訪問形式，於 2024 年 4 月 11 日至 22 日期間進行。進行訪問的地點，是從全港合共逾 150 個港鐵站、輕鐵站和主要巴士總站等，透過隨機抽樣，選出其中 10 個地點，於上述日期派出已接受專業訓練的訪問員，前往指定地點並邀請合適者進行面訪。訪問員使用平板電腦或手機讀出問卷問題，再使用平板電腦或手機輸入答案至電腦輔助面訪調查系統(Computer Assisted Personal Interviewing)，即時收集受訪者的意見。調查共訪問 520 名 18 至 34 歲本地青年。樣本標準誤低於±2.2%。

有關問卷調查的受訪者基本資料，可參看表 2.1。問卷內容共 36 題（詳見附錄一），主要分為四個範疇：（1）對本港美食的觀感；（2）對本港美食之都的看法；（3）對從事食物行業的看法；及（4）個人基本資料。

表 2.1：個人資料

| | 人數 | 百分比 |
|-------------------------|------------|---------------|
| 性別 | | |
| 男 | 248 | 47.7% |
| 女 | 272 | 52.3% |
| 合計 | 520 | 100.0% |
| 年齡（歲） | | |
| 18-19 | 59 | 11.3% |
| 20-24 | 122 | 23.5% |
| 25-29 | 168 | 32.3% |
| 30-34 | 171 | 32.9% |
| 合計 | 520 | 100.0% |
| 平均數：26.50 | | |
| 標準差 (S.D.)：4.805 | | |

(續) 表 2.1：個人資料

| | 人數 | 百分比 |
|---------------------|------------|---------------|
| 教育程度 | | |
| 小學或以下 | -- | -- |
| 初中（中一至中三） | 5 | 1.0% |
| 高中（中四至中七，包括毅進） | 153 | 29.4% |
| 專上非學位 | 146 | 28.1% |
| 大學學位 | 172 | 33.1% |
| 大學學位以上（如：碩士） | 44 | 8.5% |
| 合計 | 520 | 100.0% |
| 現時行業 | | |
| 製造 | 3 | 0.6% |
| 建造 | 27 | 5.2% |
| 進出口貿易及批發 | 39 | 7.5% |
| 零售、住宿及膳食服務 | 138 | 26.5% |
| 運輸、倉庫、郵政及速遞服務 | 37 | 7.1% |
| 資訊及通訊 | 28 | 5.4% |
| 金融、保險、地產、專業及商用服務 | 83 | 16.0% |
| 公共行政、社會及個人服務 | 48 | 9.2% |
| 學生 | 89 | 17.1% |
| 料理家務者 | 16 | 3.1% |
| 待業、失業及其他非在職者 | 12 | 2.3% |
| 合計 | 520 | 100.0% |
| 是否從事食物相關的工作* | | |
| 是 | 106 | 26.3 |
| 否 | 297 | 73.7 |
| 合計 | 403 | 100.0% |

* 數字撇除「學生」、「料理家務者」及「待業、失業及其他非在職者」。

2.6 青年個案訪問

青年個案訪問於 2024 年 3 月 7 日至 3 月 20 日期間進行，透過青年協會網絡及滾雪球方式，成功邀得 13 名從事食物工作的年輕從業員進行深入訪談。訪問主要以面對面或即時通訊軟件方式進行，藉此了解他們對美食之都的看法及意見。

在 13 名受訪個案中，男性佔 7 人，女性佔 6 人，他們的年齡介乎 24 至 39 歲。教育程度方面，4 人具初中或高中學歷，2 人具非專上學位學歷；擁有大學學士學位及大學學位以上學歷則分別有 5 人及 2 人。受訪者從事的職業涵蓋不同類型，如烘焙師、廚師、食品零售批發商人，以及食品初創公司創辦人等。至於入行年資，受訪者的工作經驗由最少 1.5 年至接近 25 年不等。每月就業收入方面，介乎 \$0 至 \$9,999 及介乎 \$10,000 至 \$19,999，各有 3 人；介乎 \$20,000 至 \$29,999 及介乎 \$30,000

至\$39,999，分別有 2 人及 3 人；達\$50,000 或以上則有 2 人。有關受訪者之詳情，可參看表 2.2。

表 2.2：青年個案背景資料

| 個案 | 性別 | 年齡 (歲) | 教育程度 | 職業 (食物/餐飲範疇) | 入行年資 (年) | 每月就業收入 (HK\$) |
|----|----|-----------|--------|-------------------|-------------|------------------|
| 1 | 女 | 25 | 大學學位 | 烘焙師 (蛋糕) | 3 | 15,000-19,999 |
| 2 | 男 | 29 | 大學學位 | 食品零售批發商人 (海味) | 5 | 30,000-39,999 |
| 3 | 男 | 33 | 初中 | 水吧高級廚師 (茶餐廳) | 15 | 20,000-29,999 |
| 4 | 男 | 32 | 大學學位 | 行政總廚 (私房菜) | 11 | 50,000 或以上 |
| 5 | 女 | 24 | 高中 | 烘焙師 (蛋糕) | 4 | 1-9,999 |
| 6 | 女 | 37 | 專上非學位 | 烘焙師 (咖啡) | 3 | 1-9,999 |
| 7 | 女 | 26 | 大學學位 | 烘焙師 (手工食物) | 1.5 | 10,000-14,999 |
| 8 | 男 | 29 | 專上非學位 | 西餐中級廚師 (酒店) | 5 | 20,000-29,999 |
| 9 | 女 | 36 | 高中 | 助理主廚 (酒店) | 18 | 30,000-39,999 |
| 10 | 男 | 26 | 大學學位 | 幫工 (日式串燒餐廳) | 7 | 30,000-39,999 |
| 11 | 男 | 34 | 大學學位以上 | 初創公司創辦人 (食物科技) | 4 | 0 |
| 12 | 男 | 39 | 初中 | 行政總廚及董事 (私房菜) | 25 | 50,000 或以上 |
| 13 | 女 | 28 | 大學學位以上 | 初創公司創辦人 (中式糕點) | 3 | 15,000-19,999 |

2.7 專家學者訪問

2024 年 3 月 1 日至 4 月 10 日期間，本研究透過邀請，共成功訪問 6 名熟悉是項研究議題的專家及學者。該 6 名受訪人士分別為香港食品專業協會主席文嘉敏博士、食品創新科技與安全中心項目總監方麗影博士、香港食品委員會主席許偉堅先生、法國里昂商學院市場營銷學教授及歐亞品牌管理中心主任陸定光教授、香港餐飲聯業協會會長黃家和先生，以及酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監葉漢鵬先生。訪問內容主要探討本港作為美食之都的優勢與挑戰、出路，以及鞏固其實力的建議。

第三章 文獻回顧

3.1 美食發展的新趨勢

現時一些美食相關的新趨勢，將可能影響香港作為美食之都的發展。以下選取較主要的趨勢作出說明，藉此為釐清本港的發展方向，帶來一些啟示。

3.1.1 美食旅遊

現時不同國家及地區大力發展美食旅遊，刺激旅客消費及過夜住宿，包括美加、歐洲及亞洲等地。根據《2024 年美食旅遊分析報告》，2023 年全球美食旅遊市場規模達 9,464 億美元（約 74,133 億港元），預計至 2032 年該市場將達到 35,151 億美元（約 275,384 億港元）¹。

美食旅遊是以探索美食為主的旅遊方式，亦是文化旅遊的一個範疇。早期的美食旅遊包括烹飪體驗、美食開發及美食認知等方面，也關注葡萄酒、茶等美食消費行為²，通常聚焦單一的美食領域。美食旅遊並不是新事物，然疫情過後帶來生活及旅遊模式的變化，使美食旅遊更著眼於文化的參與性及體驗，並涵蓋美食與其他元素的結合，如歷史文化、觀光及休閒娛樂等，豐富美食旅遊的內容³。總括而言，美食旅遊是一種體驗式的旅遊。

目前，美食旅遊的活動包括烹飪班、美食節、美食之旅及特色用餐體驗等。根據世界美食旅遊協會，美食旅遊亦可由食品車、街頭小販、獨特的餐館、當地人光顧的小食店或酒吧等構成，帶來獨有的美食旅遊體驗⁴。不過，隨著後疫情時代講求深度遊與旅遊服務的綜合體驗，美食

¹ PR Newswire. (2024, March 19). Culinary Tourism Analysis Report 2024: Global Market to Reach \$3,515.1 Billion by 2032, Driven by Demand for Hands-On Unique Experiences and Appetite for Cultural Exploration and Authenticity. Retrieved April 22, 2024, from <https://www.prnewswire.com/news-releases/culinary-tourism-analysis-report-2024-global-market-to-reach-3-515-1-billion-by-2032--driven-by-demand-for-hands-on-unique-experiences-and-appetite-for-cultural-exploration-and-authenticity-302091439.html>

² 趙雙、唐勇、譚素雅。2023 年 9 月。〈基於動機的樂山美食旅遊聚類研究〉。《樂山師範學院學報》，第 38 卷（9），84-93。

³ 同上

⁴ World Food Travel Association. (2017, October 8). What is Food Tourism? Retrieved April 22, 2024, from <https://web.archive.org/web/20190716162714/https://www.worldfoodtravel.org/cpages/what-is-food-tourism>

文化配合城市元素如文化景點、文化遺產，自然風光甚或服務體驗等配套，將變得愈來愈重要。

3.1.2 食品科技

新興食品的需求正在改變市場，同時隨著疫情改變飲食價值及餐飲模式，食品科技的重要性愈來愈明顯，並且加速創新。2022 年美國消費電子展首次把食品科技作為獨立的主題展區，相關領域成為重要的技術趨勢。食品科技的範疇廣泛，現時發展亦受大眾對健康飲食的關注及數據化等趨勢影響。

舉例來說，基於健康、環境等因素，替代性蛋白的消費市場正逐漸擴大。市場研究報告指出，替代蛋白的消費群中，素食主義者佔最多並且增加速度最快。根據 Good Food Institute，全球替代動物蛋白公司在 2021 年共獲得 50 億美元投資（約 391 億港元）⁵；在增長最快的亞太地區投資額高達 2.06 億美元（約 16 億港元）⁶。另外，Euromonitor 報告亦指出，從 2020 年至 2025 年，肉類和牛奶替代品的市場規模將增長超過 30%，而亞太地區國家將主導增長⁷。

此外，飲食與科技亦趨向大幅融合，特別是配合個人化餐飲的發展。以香港一間初創公司 Lify Wellness 為例⁸，透過應用程式，用家在回答幾條健康狀況的問題後，系統對數據資料作出分析，便能按評估結果推薦獨家的花草茶配方，並可指令專用裝置斟出飲料。該公司亦開設了提升使用者健康意識的場館，收取相關數據以優化產品。這個例子說明食品科技的潛力，並朝著跨領域的方向發展，如配合個人化健康需求提供服務。

⁵ Good Food Institute. (2022, March 2). Record \$5 billion invested in alt proteins in 2021, surging 60 percent since 2020. Retrieved February 18, 2024, from <https://gfi.org/press/record-5-billion-invested-in-alt-proteins-in-2021/>

⁶ 投資推廣署。2022 年 4 月。〈食品科技〉。網址：
<https://www.investhk.gov.hk/media/2qnkwr0/202204-foodtech-tc.pdf>，2024 年 2 月 18 日
下載。

⁷ 同上

⁸ 張嘉芬 (譯)。2022 年。《未來食物大預報：後疫時代的食品優化、新時代包裝、烹調體驗與數據結合 AI 應用趨勢》（原作者：田中宏隆、岡田亞希子、瀨川明秀）。台灣：高寶書版。

3.1.3 可持續發展

食品領域亦離不開可持續發展，尤其氣候變化造成生物多樣性減少、土壤污染及其他破壞已日趨嚴重，氣候變遷的成本預計達到3兆1,000億美元（約23.58兆港元）⁹。近年，食品行業逐漸關注對可持續發展的推動¹⁰。例如，Impossible Foods公司在網站上設計一套計算工具，讓大眾計算進食其素肉漢堡產品，可降低多少溫室氣體的排放。該公司也發表過一份「影響力報告」，指出其產品平均每份的用水量比一般肉類漢堡少87%、土地使用面積少96%，以及在溫室氣體的排放量降低89%。

事實上，許多大企業及初創公司除了推動傳統的「再利用」（Reuse）及「回收」（Recycle）外，亦進一步加入「升級再造」（Upcycling）的概念，在設計階段已減少食物浪費，並且該發展步伐正在加速¹¹。利用剩食再造出新的食品，現時有不少例子。例如，有以色列初創公司計劃升級再造廢棄蔬菜，研發出高營養密度的即食餐塊，有效利用剩食價值，外型也相當吸引¹²。另外，有知名食品品牌透過合作生產，減少浪費，如麥片公司家樂氏就與啤酒公司合作，採用被認為是不完美的麥片而製作出新一系列的啤酒¹³。

值得一提是，本港在食品安全管理的基礎上，亦開始推動企業可持續發展，帶來行業革新的契機。例如，香港貨品編碼協會已引入全新「優質食品計劃 ESG」¹⁴，透過嘉許認證，鼓勵企業重視食品安全及追溯的同時，亦注重在業務上實踐及推行 ESG¹⁵。自2021年起，Foodpanda也推出「環保飲食餐廳認證計劃」，鼓勵餐飲業在營運上達致可持續發展，讓顧客享受美食同時亦可支持環保¹⁶。

⁹ 同上

¹⁰ 同上

¹¹ 同上

¹² 羅璿。2021年3月9日。〈「升級再造」翻轉全球食品業！剩食生出新商機〉。網址：<https://www.foodnext.net/news/newstrack/paper/5357565298>，2024年2月24日下載。

¹³ 同上

¹⁴ GS1 Hong Kong。2024年2月22日。〈2024 優質食品計劃〉。網址：<https://www.gs1hk.org/sites/default/files/2024-02/Quality-Food-Scheme-booklet-2024.pdf>，2024年4月25日下載。

¹⁵ ESG一詞取自於環境(Environment)、社會(Social)與治理(Governance)的英文首字母而成。在近年氣候變遷加劇的背景下，該術語目前通常較側重於減碳為主的「E」意思上。原載於：青年研究中心。2024年1月14日。〈促進綠色就業發展〉。網址：https://yrc.hkfyg.org.hk/wp-content/uploads/sites/56/2024/01/YI076_Report.pdf，2024年4月28日下載。

¹⁶ hket。2021年10月4日。〈【綠色飲食】foodpanda推環保餐廳認證計劃 鼓勵本地餐廳營運兼顧可持續發展〉。網址：<https://topick.hket.com/article/3073708/>【綠色飲食】foodpanda推環保餐廳認證計劃%E3%80%80鼓勵本地餐廳營運兼顧可持續發展，2024年4月25日下載。

3.2 本港作為美食之都的發展

在了解一些美食發展與食物相關的新趨勢後，以下部分回顧本港作為美食之都的各種發展情況，主要從幾方面加以說明，從而掌握在推動美食之都上的長處及不足。

3.2.1 宣傳美食文化方面

2024年，香港有6間餐廳入選「亞洲50最佳餐廳」，以及有214間香港餐廳入選《香港澳門米芝蓮指南2024》名單，其中有79間獲選米芝蓮星級餐廳，可見本港美食質素非凡，向世界展現出頂級美饌的實力。本地亦有不少推廣項目，以提升本港美食的吸引力。

例如，旅發局在2023年舉辦了「國際頂級名廚及飲食媒體訪港團」，希望將本港獨特的美食文化帶到全球，製造正面口碑以吸引遊客前來¹⁷；旅發局今年亦協助澳洲烹飪飲食節目MasterChef Australia來港取景，冀向外界展現世界級飲食文化¹⁸。另外，香港電台及中央廣播電視总台首次聯合製作《香港之味》節目，透過紀錄片方式說好香港美食故事，包括本港街坊老店、街頭小食、平民化茶餐廳及頂尖名廚的創新菜式等，預計2024年第三季分別以廣東話、普通話及英語版本播出¹⁹。

值得一提是，中華廚藝學院曾出版《老港滋味》一書，推廣香港地道飲食文化及歷史。該書亦在堪稱「美食圖書界奧斯卡」的2014年世界美食家圖書獎奪得「最佳廚藝歷史圖書大獎」，揚威全球。

3.2.2 推廣美食旅遊方面

旅遊業是香港經濟四大支柱產業之一，近年本港亦積極以美食作為吸引遊客的方式，包括早前推出「香港夜繽紛」，重點之一是將香港夜

¹⁷ 星島網。2023年7月3日。〈旅發局疫後首次邀請國際頂級名廚來港交流 盼美食天堂吸引旅客以香港為首選目的地〉。網址：<https://std.stheadline.com/realtime/article/1936398/>（即時-港聞-旅發局疫後首次邀請國際頂級名廚來港交流-盼美食天堂吸引旅客以香港為首選目的地，2024年4月19日下載）。

¹⁸ hket。2024年3月7日。〈【宣傳香港】《我要做廚神：澳洲版》赴港取景 參賽者據3大港式主題一較高下〉。網址：<https://topick.hket.com/article/3719400/>（【宣傳香港】《我要做廚神：澳洲版》赴港取景%E3%80%80 參賽者據3大港式主題一較高下，2024年4月19日下載）。

¹⁹ 香港電台。2023年12月22日。〈香港電台與中央廣播電視总台聯合製作《香港之味》〉。網址：<https://app3.rthk.hk/press/main.php?id=2074>，2024年4月19日下載。

宵文化加以推廣。其中，旅發局推出全新廟街夜市，設有 22 個熱食攤檔及 10 個懷舊小食流動攤檔，提供本地及各地特色的美食，同時加入打卡元素如發光藝術裝置，打造獨特的旅遊體驗²⁰。由於反應良好，旅發局已宣布將廟街項目延長營運半年，並擴大特色燈籠佈置，以及在牌坊位置的「食聚廟街」推出新小食，如冰糖水果串及手打檸檬茶等²¹。

為推廣最地道香港，旅發局在 2023 年舉行了「Hello Hong Kong · 我想推介 - 香港我至愛體驗」投選活動，又稱「港人最強推薦清單」，由 3 萬名市民在 3 大範疇選出 15 個旅遊體驗推介²²。其中，在「滋味享受」項目中，市民選出五強美食推介，分別是點心、絲襪奶茶、蛋撻、雞蛋仔及雲吞麵；其餘入選推介亦包括燒味、車仔麵及菠蘿油等，作為向海內外遊客推介的食物。

除了推廣以地道美食為主的旅遊體驗，本港亦不時舉辦各類型美食有關的盛事，如貿發局主辦的「香港美食博覽」²³及「香港美食商貿博覽」²⁴；而旅發局舉辦的「香港美酒佳餚巡禮」²⁵，每年於中環海濱活動空間齊集逾 300 個美酒與美食攤位，並有品酒師和名廚師的主題工作坊，以及來自各地樂隊及本地歌手的音樂演出，是遊客感受本港多元化環球美食的年度盛事之一。

此外，本港亦向旅客派發餐飲消費券，進一步鼓勵遊客享受香港美饌。例如，旅發局自 2023 年 11 月起，已向訪港遊客送上 100 萬份「香港夜饗樂」餐飲消費券，每份價值 100 元²⁶。旅發局也善用網絡宣傳及名

²⁰ TimeOut。2023 年 12 月 16 日。〈廟街夜市開鑼 | 逾 30 個廟街夜市美食攤檔/全新打卡位/美食推介〉。網址：<https://www.timeout.com.hk/hong-kong/hk/最新情報/廟街夜市逾 30 個廟街夜市美食攤檔開鑼-1215>，2024 年 4 月 20 日下載。

²¹ 文匯網。2024 年 4 月 19 日。〈廟街推廣項目營運期延長至今年 12 月〉。網址：<https://www.wenweipo.com/a/202404/19/AP66223443e4b009ba8537b033.html>，2024 年 4 月 20 日下載。

²² 香港 01。2023 年 4 月 19 日。〈旅發局「香港旅遊最強推薦清單」出爐！點心、東方威尼斯大熱當選〉。網址：https://www.hk01.com/article/889580?utm_source=01articlecopy&utm_medium=referra，2024 年 4 月 23 日下載。

²³ 資料來源：香港貿發局網頁，網址：<https://www.hktdc.com/event/hkfoodexpo/tc>，2024 年 6 月 11 日下載。

²⁴ 資料來源：香港貿發局網頁，網址：<https://www.hktdc.com/event/foodexpopro/tc>，2024 年 6 月 11 日下載。

²⁵ 資料來源：香港旅遊發展局網頁，網址：<https://www.discoverhongkong.com/tc/what-s-new/events/dhk-highlighted-events/hong-kong-wine-and-dine-festival.html>，2024 年 6 月 11 日下載。

²⁶ 香港 01。2024 年 4 月 17 日。〈旅發局餐飲消費券 | 文體旅局：開支達 2400 萬元 旅客兌換率約 20%〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/1011237/旅發局餐飲消費券-文體旅局-開支達 2400 萬元-旅客兌換率約 20>，2024 年 4 月 25 日下載。

人效應，曾邀請各地明星、網紅及 KOL 拍攝遊記影片，順道介紹在香港的美食體驗，展現本地餐飲作為旅遊特色之一²⁷。

3.2.3 推動文化承傳方面

傳統美食逐漸消失，香港不少食物目前面對傳統手藝傳承的問題。原因之一是行業人手不足，很多年輕人不願入行。根據統計，2023 年，本港約有 17,000 間食肆，22 萬人從事餐飲業膳食服務業，佔本地就業人口(不包括外籍家庭傭工)約 7%²⁸。

香港雖有私人興建的博物館，如屬於稻香集團的「稻香飲食文化博物館」，保育中式餐飲文化，並開放予社區團體及學校參觀；不過，該館在疫情期間暫停開放後，至今並未再接受參觀²⁹。

至於香港傳統特色的奶茶，其製作技藝亦有傳承及推廣的需要。港式奶茶於 2014 年成功列入香港非物質文化遺產；而港式奶茶製作技藝是本港首份非遺代表作名錄中 20 個項目的其中一項。受非遺辦委托，嶺大教授劉智鵬等合著的《港式奶茶製作技藝》在 2023 年出版，對保留有關飲食文化作出貢獻³⁰。現時港式奶茶文化的推廣亦有多方面的工作³¹，例如自 2009 年起每年舉辦「金茶王國際大賽」，不但在香港舉行，也在加拿大、澳洲及內地城市如廣州、上海、武漢等設立賽區；香港咖啡紅茶協會亦定期舉辦工作坊，向公眾推廣港式奶茶文化，並由資深師傅教授正宗奶茶製作。值得一提的是，本港奶茶文化除了保育外，也融合了創新，如人工智能奶茶沖製機「金仔 Kam ChAI」的出現，正是一例³²。

²⁷ 香港 01。2024 年 4 月 17 日。〈特別財會 | 旅發局請林明禎等明星、KOL 拍片 合力「軟銷」香港〉。網址：<https://www.hk01.com/政情/1011155/特別財會-旅發局請林明禎等明星-kol 拍片-合力-軟銷-香港>，2024 年 4 月 25 日下載。

²⁸ 資料來源：政府統計處網頁，網址：<https://www.censtatd.gov.hk/tc/scode540.html>，2024 年 6 月 14 日下載。。

²⁹ 資料來源：稻香集團網頁，網址：<https://www.taoheung.com.hk/tc/museum/introduction/index.html>，2024 年 6 月 11 日下載。

³⁰ 資料來源：中華書局網頁，網址：<https://www.chunghwabook.com.hk/book/detail/id/1378029545429738265>，2024 年 6 月 11 日下載。

³¹ 中原薈。2017 年 10 月 29 日。〈港式奶茶文化的傳承〉。網址：http://www.centalineclub.com/newsletter/2017_4Q_15/mobile/index.html#p=17，2024 年 4 月 21 日下載。

³² Capital 資本平台。2018 年 8 月 20 日。〈全港首部 AI 港式奶茶沖製機登場〉。網址：<https://www.capital-hk.com/tag/%E6%B8%AF%E5%BC%8F%E5%A5%B6%E8%8C%B6/>，2024 年 4 月 21 日下載。

另外，中華廚藝學院亦有製作《懷舊粵菜》系列影片，藉此保留及重現本港舊日名菜的精粹，公眾可在 YouTube 平台上收看。

3.2.4 發展食品科技、智慧餐飲方面

香港是亞洲最具活力的科技和創業中心之一，在食品科技和飲食業的創新越來越多。例如，生產力促進局致力推動食品科技的革新，在 2022 年開幕的「食品未來科技館」是全港首個展示食品科技原型的平台³³，展現供應鏈中不同流程的先進科技，包括「超聲波輔助解凍技術」及「高壓殺菌技術」等。另外，不同初創企業亦在本港推出方案，使食品體系變得更有效率及可持續³⁴，如本地首間培植海洋蛋白質的細胞農業科技公司 Avant Meats 在科技園設有實驗室，致力以更清潔及符合可持續發展的方式生產。

事實上，香港近年的創科發展迅速，甚至內地科研資金亦得以過境，提高成果商業化的機會，包括推動智慧餐飲的發展。例如，2002 年在西環開業的香港首間機械人餐廳燧記廚房³⁵，能夠取放食材、炒菜及出菜等，供應中式菜式。該餐廳更成為獲米芝蓮推薦的餐廳，總店 6 年上榜。不過，機械人餐廳雖為餐飲業帶來新氣象，亦非全部成功經營。例如，機械人主題餐廳 btw 曾引入人工智能的全自動化練習生「AI-YA」，可以送餐、帶位及唱生日歌，提供特別的用餐體驗，但目前已經結業。

3.2.5 人才培育方面

香港被譽為美食之都，有賴建立餐飲及相關行業的人才庫。在培育人才方面，本港的職業專才教育（VPET）起著關鍵的作用。例如，職業訓練局（職訓局）轄下的中華廚藝學院及國際廚藝學院多年來培育有志投身廚藝行業的學生，並提升業內從業員的專業水平。不少中華廚藝學院「大師級中廚師課程」的畢業生是本港五星級或高級食府的行政總廚；而兩所學院提供的各種資歷認證，亦有助學員開拓多元出路：「一試兩

³³ 生產力局。2022 年 9 月 7 日。〈生產力局「食品未來科技館」開幕 展示多項全球領先的獲獎食品科技 推動業界邁向再工業化〉。網址：<https://www.hkpc.org/zh-HK/about-us/media-centre/press-releases/2022/hkpc-futurefoodte>，2024 年 4 月 21 日下載。

³⁴ 投資推廣署。2022 年 4 月。〈食品科技〉。網址：<https://www.investhk.gov.hk/media/2qnkwr0/202204-foodtech-tc.pdf>，2024 年 4 月 21 日下載。

³⁵ 文灼非。2019 年 5 月 2 日。〈香港第一家機械人餐廳的啟示〉。網址：<https://www.master-insight.com/香港第一家機械人餐廳的啟示/>，2024 年 4 月 21 日下載。

證」計劃³⁶，讓學員在通過技能測試後可取得內地及香港的兩項專業認證；「西廚師技能測試」及「認可糕餅師技能測試」³⁷，則分別讓業界廚師透過培訓而提升管理知識與技能，以及取得糕點和烘焙的專業資格。

職訓局與不同機構亦提供各類結合廚藝、餐飲專業管理知識和學術範疇的課程。例如，稻香集團與職訓局推出的「稻苗培植計劃」³⁸，在2001至2014年期間培育共500多名行業專才，協助餐飲業提升管理水平；在2018年至今推出的2.0版本，亦資助更多從業員進一步建立餐飲業的管理知識。而職訓局與轄下THEi高科院亦在2023/24年度合辦了兼讀制課程「廚藝及管理（榮譽）文學士」³⁹，提供學生具備優秀廚藝人才的技能，包括創業所需技能等。課程涵蓋中西廚藝的不同領域，同時探索食品科學和相關的研究與設計，並與商業管理框架結合，藉此培育學生的廚藝知識、專業技能和管理經驗，讓他們可從事廚藝研發廚師、食品顧問及質量保證專業人員等工作。

3.2.6 食品安全及品質方面

食品安全與品質是支撐香港美食之都的基石，而本港檢測及認證業在食品方面提供廣泛的服務，涵蓋整個食物供應鏈，是質素及安全管理的關鍵。一些現有服務包括食品測試、食品相關的產品認證與系統認證，以及食品檢驗等⁴⁰。

香港亦有不少歷史悠久的知名食品品牌，多年來保持品質，為消費者帶來信心保證。一些品牌例如李錦記、嘉頓及刀嘜等，曾榮獲國際性

³⁶ 資料來源：中華廚藝學院網頁，網址：

[https://www.cci.edu.hk/uploads/cci/files/pdf/Trade_Test_final\(1\).pdf](https://www.cci.edu.hk/uploads/cci/files/pdf/Trade_Test_final(1).pdf)，2024年6月11日下載。

³⁷ 資料來源：國際廚藝學院網頁，網址：<https://www.ici.edu.hk/html/tc/trade-test.html>，2024年6月11日下載。

³⁸ 資料來源：稻苗學院網頁，網址：<https://www.ida.org.hk/course>，2024年6月11日下載。

³⁹ 資料來源：香港高等教育科技學院網頁，網址：

<https://www.thei.edu.hk/tc/programme/hospitality-management/bachelor-of-arts-honours-in-culinary-arts-and-management/>，2024年6月11日下載。

⁴⁰ 食品測試是根據指定的技術程序，評定物件（如物料、產品或過程）的一項或多項特點是否符合要求，常見包括測試微生物、化學殘留物、添加劑、污染物、過敏原及營養標籤等。食品相關的產品認證與系統認證分別是對食品的不同特性及其來源進行確認（如有機食品認證），以及對機構的管理系統各項元素進行審核，確認是否符合相關國際標準（如「品質管理：ISO 9001」及「食物安全管理：ISO 22000」）。食品檢驗是按程序檢查產品（包括服務）的設計、工序及安裝以確定該產品是否符合特定要求，或利用專業判斷確定產品是否符合一般要求。一些例子包括：檢驗農場禽畜受到的待遇是否符合法例要求，或檢驗食品場所的衛生情況。原載於：香港檢測和認證局。2020年12月。《食品》。網址：https://www.hkctc.gov.hk/tc/doc/food_booklet_tc.pdf，2023年4月23日下載。

及地區性美食獎項，並獲得「香港名牌」及「香港 Q 嘜優質產品」等認證⁴¹。另外，本港一些中式食品⁴²及餅食⁴³品牌也在近年奪得權威性世界級別的食品獎項，如有「食品界諾貝爾」之稱的世界食品品質評鑑大賞（Monde Selection）獎項，足見優良品質。

3.3 亞洲地區發展美食及推廣飲食文化的情況

以下部分環顧亞洲地區推動美食發展與飲食文化的經驗及相關做法，冀了解各地最新的發展趨勢，從而為提升香港作為美食之都的軟實力，作出一些參考。

3.3.1 新加坡

新加坡共有 9 間餐廳於 2024 年度的「亞洲 50 最佳餐廳」榜上有名，以及共有 286 間餐廳入選《新加坡米芝蓮指南 2023》名單，當中有 55 間獲選為米芝蓮星級餐廳，足見該國卓越的美食質素，與本港實力趨接近。新加坡在疫情期間開設不少新景點及酒店，希望藉地理和基建配套優勢，以及世界級娛樂表演，對當地零售、餐飲、酒店等旅遊相關行業帶來經濟效應，並計劃舉辦更多高質素的活動吸引旅客，與香港盛事經濟的定位相若。

然新加坡對飲食文化的經營，尤其一些具國際觀光潛力的文化遺產，該國的做法及成效值得肯定。例如，新加坡的小販文化在 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。新加坡目前有逾 110 個小販中心，以餐飲銷售為主，又稱熟食中心，類似美食街。受世界遺產的加持，小販中心作為美食和觀光的場域，被打造成為具旅遊潛力的商品，是該國重點推動的項目⁴⁴。新加坡在 2021 年提出「小販中心轉型計劃」，包括數位化、環境整潔等，並參考

⁴¹ 香港食品委員會。2017 年 4 月 31 日。〈2016「百年食品品牌」得獎企業〉。網址：www.hkfc.org.hk/zh_HK/2017/04/30/2016-「百年食品品牌」得獎企業/，2024 年 6 月 12 日下載。

⁴² on.cc 東網。2021 年 4 月 30 日。〈御品皇隆重升級 優質產品獲獎無數〉。網址：https://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/entertainment/20210430/bkn-20210430210016901-0430_00862_001.html，2024 年 4 月 25 日下載。

⁴³ hket。2023 年 5 月 13 日。〈【齊名米芝蓮】逾 3 千件食品中脫穎而出 皇玥月餅及餅食連續 5 年獲「世界食品最高金獎」〉。網址：<https://topick.hket.com/article/3525897/>【齊名米芝蓮】逾 3 千件食品中脫穎而出%E3%80%80 皇玥月餅及餅食連續 5 年獲「世界食品最高金獎」%C2%A0，2024 年 4 月 25 日下載。

⁴⁴ 洪柏智、陳育蒼。2021 年。〈城市觀光政治經濟學—新加坡小販文化經驗對高雄菜市場發展之啟發〉。《城市學學刊》，第 11 卷（1），167-204。

COVID-19 疫情的經驗，讓小販中心可持續地發展，為旅客帶來更好的在地體驗。

此外，新加坡亦有開設新景點，如雪糕博物館及朱古力工廠 Mr Bucket Chocolaterie。其中，2021 年開幕的雪糕博物館是亞洲首間以雪糕為主題的博物館⁴⁵。該館以體驗館作為定位，設大量互動裝置藝術及冰品造景，吸引遊客打卡。另外，館中加入限定新加坡本土主題區域，如 Potong 區域及 Dragon Playground 區域。前者供應古早味的椰汁黑糯米 Potong 雪條；後者則以 70 年代的新加坡公園遊樂場為藍本。開館至今，雪糕博物館已成為熱門景點，吸引遊客慕名而至。

值得一提的是，新加坡對食品業的支援甚多。在 2016 年「新加坡產業轉型藍圖」，食品服務業是首個推出產業轉型藍圖的行業⁴⁶。其中，當局為企業提供有時限性的津貼計劃，鼓勵更多地採納自動化廚房及自助洗碗機等科技；亦提倡引入創新以精簡人手，包括自動販賣機、零售即食食品，以及推出電子點餐與付款的高效咖啡店。至於食品製造業的產業轉型藍圖，則定下在 2016 至 2019 年推出 650 個創新產品及 480 個自動化項目；也在 2022 年進一步為該行業制定「2025 年產業轉型藍圖」及「工作轉型指南」，預期中短期創造 2,500 個職位，其中涉及的新職位包括新興食品技術服務經理、食品技術專家及自動化工程師等「專業人士、經理、執行人員及技師(PMET)」相關工作機會⁴⁷。

隨著食品科技逐漸成為主力發展的領域，新加坡亦確立自身為替代蛋白質初創公司的中心。根據 Good Food Institute，2022 年新加坡替代蛋白投資增長至 5.6 億美元（約 43 億港元）⁴⁸，貼近各地對替代蛋白投資的增長趨勢。

⁴⁵ am730。2023 年 1 月 6 日。〈新加坡旅遊 | 亞洲第一間雪糕博物館 入場無限時任食雪糕 新加坡最新親子旅行人氣景點〉。網址：<https://www.am730.com.hk/生活/旅遊/新加坡旅遊-亞洲第一間雪糕博物館-入場無限時任食雪糕-新加坡最新親子旅行人氣景點-/356046>，2024 年 4 月 16 日下載。

⁴⁶ 聯合早報。2016 年 9 月 8 日。〈新加坡食品服務業轉型藍圖出爐〉。網址：<https://www.zaobao.com/realtime/singapore/story20160908-664030>，2024 年 4 月 16 日下載。

⁴⁷ 甄榮康。2022 年 12 月 15 日。〈搶人才系列（二）：星洲才策藍圖 搶攻未來經濟〉。網址：<https://www.recruit.com.hk/article/搶人才系列-二-星洲才策藍圖-搶攻未來經濟/43244?sectionId=CRN>，2024 年 4 月 16 日下載。

⁴⁸ 徐郁婷、陳麗婷。2023 年 10 月 18 日。〈新加坡食品科技創新重點及驅動力〉。網址：https://www.moea.gov.tw/MNS/doi/industrytech/IndustryTech.aspx?menu_id=13545&id=503，2024 年 4 月 16 日下載。

3.3.2 韓國

韓食潮流風靡各地，然韓國飲食文化軟實力的建構可追溯至 2009 年推行「韓食世界化」政策。2010 年，南韓政府成立韓食財團（Korean Food Foundation），作為專責組織向世界推廣傳統美食⁴⁹，並在 2017 年改名為「韓國食品振興機構」（Korean Food Promotion Institute）。其宣傳策略包括贊助美食專欄、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；亦向遊客推廣美食旅遊產品，如韓國料理教室、美食之旅。除了推薦優質的韓國餐廳外，該組織也為廚師提供培訓，以及贊助在全球舉辦的韓食宣傳及教育活動。

韓國「醃製泡菜文化」在 2013 年列入聯合國的非物質文化遺產名錄，國家亦一直守護傳統飲食文化，自幼兒園至高中的營養午餐亦有泡菜，十分重視自身的飲食傳統⁵⁰。而韓國的泡菜博物館亦獲 CNN 評選為世界 11 大飲食博物館之一⁵¹，展示泡菜的歷史、新聞及各地泡菜地圖，並設有體驗活動。

韓國除著重傳統飲食外，也致力推動新興食品文化及開拓其市場，尤其針對健康飲食、預製食品及環保等潮流。以 2018-2022 年第三期「食品產業振興基本計劃」為例，韓國選定幾類朝陽產品，包括家庭替代餐、老齡友好型食品及保健功能性食品等，鼓勵產學研跨界合作，推動相關食品的研發⁵²。2010 年成立的韓國食品工業園（Foodpolis）是主要執行的單位，涉及研究傳統發酵食品的保健功能、開發新型口味調味料、提升食品環保及改良設計與包裝技術等。

⁴⁹ 劉奕君。2016 年 11 月 14 日。〈創意旅遊〉。網址：<https://www.legco.gov.hk/research-publications/chinese/essentials-1617ise03-creative-tourism.htm>，2024 年 4 月 16 日下載。

⁵⁰ 大享食育協會。2023 年 1 月 15 日。〈【韓國食刻】品嘗韓國飲食的縮影：探訪仁寺洞泡菜博物館〉。網址：<https://www.foodiedu.org/news/1778>，2024 年 4 月 16 日下載。

⁵¹ Hinson, T. (2015, March 2). 11 of the world's top food museums. Retrieved April 16, 2024, from <https://edition.cnn.com/travel/article/worlds-top-food-museums/index.html>

⁵² 香港中華廠商聯合會研究部。2023 年 11 月 7 日。〈韓國食品工業的崛起之路及對香港的啓示〉。網址：[https://www.cma.org.hk/uploads/ckfinder/files/Research/CommentandAnalysis/經貿時事評論2023年第二十四期\(總第385期\)\(2023年11月07日\)\(1\).pdf](https://www.cma.org.hk/uploads/ckfinder/files/Research/CommentandAnalysis/經貿時事評論2023年第二十四期(總第385期)(2023年11月07日)(1).pdf)，2024 年 2 月 19 日下載。

3.3.3 泰國

泰國近年積極推動旅遊美食，尤其泰國觀光局在宣傳泰國美食上有重要的角色。例如，觀光局在 2023 年推廣「泰國隱藏版美食」⁵³，包括中部、東部、北部、東北部及南部等地區的特色食物，讓遊客探索泰國本土飲食文化多樣性，並提升對泰國美食的認識。觀光局亦策劃泰國米芝蓮指南專案計劃，已推出過曼谷、布吉等景點的美食指南⁵⁴。

泰國亦注重旅遊體驗，尤其針對衛生、品質方面等要求，逐漸將泰國街頭美食轉型至美食餐車模式。2020 年，曼谷就舉辦過盛大的美食餐車遊行⁵⁵，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，推廣當地的美食觀光，並刺激地方經濟。

自 2003 年泰國提出「世界廚房」計劃，該國也積極擴大世界各地的海外泰國餐館數量，藉提供泰國正宗菜，增加泰國餐飲及食品在國際市場的知名度。其中，商務部推出泰精選計劃（Thai Select），為符合泰國正宗風味的海外泰國餐館及泰國食品頒發認證⁵⁶。另外，泰國亦致力於發展食品科技。2012 年，國家創新辦公室就提出 Thai Delicious 計劃，並開發一款測試菜餚是否符合正宗泰味的機器人 e-Delicious，透過電子舌頭及氣體感應器等技術，偵測出甜、酸、鹹、苦、辣和鮮味⁵⁷。

3.3.4 馬來西亞

馬來西亞的美食文化豐富，自 2009 年起，累計有 228 種食品已被列入為該國的國家美食遺產。2024 年 2 月，馬來西亞依據《2005 年國家遺

⁵³ 泰國觀光局台北辦事處。2023 年 6 月 8 日。〈泰國觀光局推廣“泰國隱藏版美食”以促進美食旅遊〉。網址：<https://www.tattpe.org.tw/News/Info.html?id=784>，2024 年 4 月 17 日下載。

⁵⁴ 泰國觀光局台北辦事處。2019 年 4 月 18 日。〈美食觀光：在任何語言中泰國意味著“美食”〉。網址：<https://www.tattpe.org.tw/News/Info.html?id=86>，2024 年 4 月 17 日下載。

⁵⁵ Vision Thai 看見泰國。2020 年 2 月 27 日。〈泰觀局舉辦破世界紀錄最大「泰國美食快餐車遊行」3 月等你大吃〉。網址：<https://visionthai.net/article/tat-food-truck-club-world-largest-parade/>，2024 年 4 月 17 日下載。

⁵⁶ 洪柏智、郭欣易。2023 年。〈「世界廚房」的美食外交：海外泰國餐館扮演的重要角色〉。《觀光休閒學報》，第 29 卷（2），233-260。

⁵⁷ 侯羽穎。2021 年 8 月 30 日。〈泰國的美食外交（二）：除了核發海外餐廳「泰精選」認證，還開發出「試菜」機器人〉。網址：<https://www.thenewslens.com/article/155599>，2024 年 4 月 17 日下載。

產法令》，將肉骨茶、哥羅麵、娘惹九層糕等 10 種食物列為國家美食遺產⁵⁸。

各州政府也善於宣傳大馬美食來推動旅遊。例如，檳城曾以「應有盡有」的口號打造檳城品牌，其中包括文化、古蹟及美食等，因此美食成為檳城品牌的元素之一⁵⁹。檳城州政府推出過「檳城 12 必吃美食」的網上投票活動，民眾可從 20 種美食中投選出 12 款必吃美食；亦有製作當地的美食路線傳單，註明美食簡介、地點及聯絡資料，並附上地圖，供遊客在超市索取。馬六甲也有推動不少美食活動⁶⁰，其中有鄉團舉辦的民間推廣，如婦女推廣的家鄉拿手菜。

馬來西亞近年亦與鄰近地區合作，在國外舉行美食宣傳的活動。例如，在 2021 年及 2023 年分別於香港⁶¹及澳門⁶²舉辦首屆及第二屆「馬來西亞美食文化節」，宣傳馬來西亞的飲食和文化，以及馬來西亞製造的產品。「馬來西亞美食活動」亦相繼在不同城市舉辦，包括紐約⁶³及北京⁶⁴，提供馬來西亞的特色美食及地道食品。

3.3.5 中國內地

目前，中國有 6 個城市獲得聯合國「世界美食之都」的稱號，是全球擁有最多該稱號的國家。近年，內地多個城市積極開拓特色美食，並致力推動餐旅融合，發掘美食旅遊的潛力。例如，湖南在 2023 年策劃一系列「味道湖南·去湘當有味的地方」的推廣活動⁶⁵，包括支援長沙建

⁵⁸ 星島網。2024 年 2 月 26 日。〈肉骨茶列大馬美食遺產引爭議〉。網址：<https://std.stheadline.com/daily/article/2573754/> 日報-國際-肉骨茶列大馬美食遺產引爭議，2024 年 4 月 14 日下載。

⁵⁹ 大紀元。2009 年 9 月 30 日。〈馬來西亞各州政府努力推廣傳統美食〉。網址：<https://www.epochtimes.com/b5/9/9/30/n2673508.htm>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁶⁰ 同上

⁶¹ 明報網。2021 年 10 月 5 日。〈馬來西亞節 | 馬來西亞美饌 100%「榴槿」忘返！〉。網址：<https://powerup.mingpao.com/> 馬來西亞節 | 馬來西亞美饌-100「榴槿」忘返！/，2024 年 4 月 14 日下載。

⁶² Tripvivid。2023 年 8 月 6 日。〈邂逅馬來傳統蠟染與美食文化 第二屆馬來西亞美食文化節開幕了！〉。網址：<https://www.tripvivid.com/42309.html>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁶³ 星島日報。2022 年 5 月 18 日。〈「馬來西亞美食活動」登場〉。網址：<https://www.singtaousa.com/2022-05-18/>「馬來西亞美食活動」登場/4082837#page2，2024 年 4 月 14 日下載。

⁶⁴ 中華人民共和國商務部。2019 年 8 月 5 日。〈配合馬來西亞旅遊年宣傳 推廣美食吸引中國客人〉。網址：<http://my.mofcom.gov.cn/article/fuxin/201908/20190802887645.shtml>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁶⁵ 香港商報網。2023 年 12 月 19 日。〈「味道湖南·去湘當有味的地方」湖南美食旅遊地圖即將上線〉。網址：https://www.hkcd.com.hk/content_app/2023-12/19/content_8615293.html，2024 年 4 月 19 日下載。

設美食旅遊街區，以及發布湖南美食旅遊地圖。北京市近日也鼓勵特色餐飲業發展⁶⁶，向符合條件的項目提供最多 100 萬元人民幣獎勵。另一方面，北京為鼓勵餐飲業與文旅融合發展，對在公園、景區、演出場所及博物館等設施內開設餐廳，給予 10 萬元人民幣獎勵。

一些內地城市也注重飲食文化的傳承與創新發展。例如，《成都建設國際美食之都五年行動計劃（2021-2025 年）徵求意見稿》中，明確將成都打造為川菜文化承傳創新基地⁶⁷，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。

值得注意的是，內地正積極推動智能科技與美食文化的融合，使智慧餐飲快速發展。例如，2020 年碧桂園旗下 FOODOM 天降美食王國機器人餐廳綜合廳在順德開業，是全球首個機器人餐廳綜合體⁶⁸，涵蓋中餐、火鍋及快餐，提供近 200 種菜品，最快可 20 秒出餐。

3.3.6 澳門

澳門在推廣美食及傳承上投入不少資源。澳門於 2017 年獲評定為「創意城市美食之都」，隨即展開美食之都的工作計劃，在四年內推出多個項目，包括於 2018 年啟動「澳門美食年」推廣本土及海外美食⁶⁹，以及 2021 年由澳門旅遊局推出《澳門味道》的影片特輯，邀請知名廚師介紹烹調中菜、澳門特色菜及葡式甜品等⁷⁰。另外，為保存土生葡人美食文化，澳門在 2020 年推出土生菜資料庫網上專頁，並於澳門旅遊學院（現為澳門旅遊大學）圖書館設置澳門土生菜資料庫專題室，提供珍藏食譜、手稿及土生菜書籍⁷¹。

⁶⁶ 無綫新聞。2024 年 4 月 3 日。〈北京可為特色餐飲提供最多百萬人民幣獎勵 有餐廳指助行業多元化發展〉。網址：

<https://news.tvb.com/tc/greaterchina/660d34436a2523f7fdac86d7/>兩岸-北京可為特色餐飲提供最多百萬人民幣獎勵-有餐廳指助行業多元化發展，2024 年 4 月 19 日下載。

⁶⁷ 成都日報。2022 年 2 月 15 日。〈成都建設國際美食之都五年行動計畫（2021-2025 年）徵求意見〉。網址：http://zw.china.com.cn/2022-02/15/content_78048843.html，2024 年 4 月 19 日下載。

⁶⁸ 香港商報網。2020 年 6 月 23 日。〈餐廳進化論：「智能+」帶來萬億餐飲市場新機遇〉。網址：https://hkcd.com/content/2020-06/23/content_1199061.html，2024 年 4 月 19 日下載。

⁶⁹ 力報。2018 年 1 月 3 日。〈短中長期推廣「美食之都」政府擬定今年為「澳門美食年」〉。網址：<https://www.exmoo.com/article/49968.html>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁷⁰ 旅遊局。2022 年 4 月 27 日。〈旅遊局推“旅遊+美食”新短片促傳承 持續推廣 旅客盡享美食〉。網址：<https://www.gcs.gov.mo/detail/zh-hant/N22CHe7ilh>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁷¹ 旅遊局。2022 年 3 月 8 日。〈旅遊局推澳門土生菜系列影片 促美食文化傳承〉。網址：<https://www.gov.mo/zh-hant/news/887402/>，2024 年 4 月 14 日下載。

澳門特色老店的傳承在民間亦受到關注。例如，澳門美食同業聯合商會早前以「團結傳統小店，堅持傳承，創意創新」的目標，推動結合歷史和美食文化，強化老店傳承⁷²。該會建立美食食評團隊，以低成本為中小微企拍攝美食宣傳視頻再發布至社交網絡平台，改善商戶的生意。同時，澳門美食同業聯合商會也致力爭取免費 Wi-Fi 在當地全面覆蓋，使電子支付可吸引更多遊客。

因應美食之都的定位，澳門亦重視人才培育，加強職業培訓，以推動青年加入飲食業。在美食之都的工作計劃中，其中一項是特區政府教育暨青年局（教青局）興建職業技術發展中心，並設立國際廚藝區，讓高中生接受廚藝職技培訓，並作為考取技能認證的地方⁷³。當局期望學生可在國際廚藝區結合創意和文創的元素，並可獲得創業支援。同時，政府計劃修訂職技教育法，使職技課程銜接高等院校，藉此鼓勵更多人報讀。

自 2019 年，中葡職業技術學校與旅遊學院（現為澳門旅遊大學）合辦「國際廚藝課程」，在完成課程後可頒授高中學歷證書及專業技術資格證書，畢業生既可選擇修讀大專院校相關課程，亦可直接投身職場。配合石排灣籌建中的職業技術教育活動中心落成後，該課程也提供更多元化的學習場地、實習訓練以及考取技能認證方面的教學條件和資源⁷⁴。

3.3.7 日本

日本在推廣傳統飲食文化上向來不遺餘力。日本和食文化早在 2013 年獲聯合國教科文組織（UNESCO）列入非物質文化遺產，農林水產省其後亦成立「食文化室」，專責推廣日本飲食文化；並致力推動兒童和食教育，設「我們與和食」（We and Washoku）的小學課程，藉此傳承日本傳統料理⁷⁵。在海外推廣傳統料理上，日本亦提供標準化的支援，包

⁷² 澳門貿易投資促進局。2020 年 12 月。〈從多方面推廣「美食之都」文化〉。網址：<https://www.ipim.gov.mo/zh-hant/publication/issue-70-jul-2018/interview/multiple-ways-to-promote-macao-as-a-unesco-creative-city-of-gastronomy/>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁷³ 力報。2017 年 11 月 24 日。〈國際廚藝區落戶石排灣 職技學校訓練行行出狀元〉。網址：<https://www.exmoo.com/article/45998.html>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁷⁴ 澳門教青局。2019 年 3 月 4 日。〈中葡職業技術學校與旅遊學院合辦高中「國際廚藝課程」〉。網址：<https://www.gcs.gov.mo/news/detail/zh-hant/N19CDQTxDk>，2024 年 4 月 14 日下載。

⁷⁵ 江麗盈。2024 年 4 月 1 日。〈日本設食文化室推廣和食 料理講師：年輕人會察覺家的味道重要〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/1003680/日本設食文化室推廣和食-料理講師-年輕人會察覺家的味道重要>，2024 年 4 月 5 日下載。

括推動「日本產食材支援店」制度及「日本料理調理技能」檢定制度⁷⁶。前者給予海外日本料理店「使用日本食材」的官方認證，後者針對外國人的日本料理廚師進行金、銀、銅三個等級的料理技能檢定，以維持日本食物的高品質及味道。

日本當局推動本土美食也十分積極。例如，山形縣鶴岡市近年舉辦過為期一週的「美食 x 電影節」，放映以食物為主題的電影，藉此推廣當地飲食⁷⁷。2023 年，農林水產省也選出 10 種具文化特色的地方料理，並與電商平台合作，協助地方料理商品化。一些例子包括山形縣的「櫻花意大利麵」、靜岡縣的「鯖魚拉麵」及岡山縣的「柿卷」等⁷⁸。

自 2015 年起，農林水產省主辦的「日本食普及親善大使」，挑選外國人擔任宣傳大使，旨在進一步向海外推廣日本食材及飲食文化。至 2022 年，獲選為該大使的人數共 187 名，遍及全球 56 個國家及地區，香港在 2018 年也首次有人獲此殊榮⁷⁹。值得一提的是，日本一個推廣美食體驗的項目「Eat! Meet! Japan」⁸⁰，讓遊客發掘日本各地的特色飲食文化，並為獲獎的體驗提供營銷支援、行業專業人士的諮詢和視頻製作服務。自 2019 年舉辦以來，該比賽已經表彰了至少 60 個飲食體驗。

受疫情打擊經濟，日本最近亦以美食作為吸引旅客赴日消費的重點元素。2024 年，日本觀光廳將支援開發讓旅客接觸當地飲食文化的旅遊計劃，包括旅遊企業及其他企業⁸¹。而當地食材也結合地方文化及觀光來推動旅遊業，如長野縣南木曾町舉辦以中央阿爾卑斯山的傳統工藝品和野味美食為主題的旅遊活動；神奈川縣三浦市亦推動品嚐當地海鮮及觀光活動的結合⁸²。

⁷⁶ 能力雜誌。2023 年 12 月 7 日。〈揭密！全球旅客瘋日本 日飲食文化「軟實力」〉。網址：<https://mymkc.com/article/content/25105>，2024 年 4 月 5 日下載。

⁷⁷ 香港 01 評論。2019 年 9 月 13 日。〈【香港味道】美食揚威海外 本土文化須保存〉。網址：<https://www.hk01.com/深度報道/374081/香港味道-美食揚威海外-本土文化須保存>，2024 年 4 月 5 日下載。

⁷⁸ 能力雜誌。2023 年 12 月 7 日。〈揭密！全球旅客瘋日本 日飲食文化「軟實力」〉。網址：<https://mymkc.com/article/content/25105>，2024 年 4 月 5 日下載。

⁷⁹ 大公報。2018 年 4 月 25 日。〈安東伸一獲委任「日本食普及親善大使」〉。網址：<https://www.takungpao.com.hk/hongkong/video/2018/0425/161337.html>，2024 年 4 月 9 日下載。

⁸⁰ Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. (undated). EAT! MEET! JAPAN. Retrieved June 11, 2024, from https://www.maff.go.jp/e/policies/rural_dev/eatmeetjapan/index.html

⁸¹ nippon.com 日本網。2024 年 2 月 9 日。〈日本觀光廳將以美食為目的持續推廣旅客赴日消費〉。網址：<https://www.nippon.com/hk/news/yjj2024021700154/>，2024 年 4 月 5 日下載。

⁸² 同上

食品科技發展一日千里，日本至今有不少的研發面世。新創公司 **Connected Robotics** 推出的章魚燒機器人 **Octochef**，透過影像辨識技術可檢視章魚燒熟度，減輕人手長時間烹調的負擔，並確保成品的品質一致。該款機械人已進駐購物商場，同時提供客人觀看機械人烹調的娛樂元素⁸³。另外，日清食品集團與東京大學合作，近年成功培育出日本首塊可安全食用的「培養肉」，推進了可食用人造肉的研究⁸⁴。

3.3.8 越南

越南是美食文化豐富的一個地區，近年致力提升美食的價值，並打造美食成為吸引的旅遊產品，藉此推廣國家旅遊品牌。例如，河內市至 2030 年的旅遊發展，包括推動餐飲服務產品多元化，重點發展夜間美食街及烹飪工藝村等特色項目。河內市旅遊局亦開發美食旅遊地圖，方便遊客探索河內美食；同時宣傳食品衛生安全知識，加強旅遊服務質素，以提升首都旅遊的形象及品質⁸⁵。

早前，越南飲食文化協會（VCCA）公布了《2022-2024 年將越南飲食文化建設和發展成為國家品牌》提案⁸⁶，先在 2022 年收集越南 300 道經典菜式的相關資料，並選出 100 道特色菜餚；其後也編製了《越南 1000 道典型菜品合集》，將其資料庫轉換成越南美食線上地圖及越南美食線上博物館。在 2024 年，VCCA 亦計劃為越南飲食資料庫進行數位化轉型，引入 3D 虛擬實境技術的越南美食博物館，以推動美食旅遊的發展。

3.4 小結

本章闡述了現時圍繞美食與食品方面的新趨勢，並如何影響本港作為美食之都的發展。目前，美食普遍與其他元素融合，如文化、觀光等體驗；而食品本身亦趨向健康與個人化需求帶動下的科技發展，同時配合環境可持續的潮流。這些改變無可避免地影響本港推動美食之都的發展方向。

⁸³ 張嘉芬（譯）。2022 年。《未來食物大預報：後疫時代的食品優化、新時代包裝、烹調體驗與數據結合 AI 應用趨勢》（原作者：田中宏隆、岡田亞希子、瀨川明秀）。台灣：高寶書版。

⁸⁴ 同上

⁸⁵ 越南通訊社。2023 年 5 月 29 日。〈美食帶動旅遊發展的動力〉。網址：

<https://zh.vietnamplus.vn/发展特色美食-推动旅游业发展>

[/188155.vnp?utm_source=link.gov.vn#source=link.gov.vn](https://zh.vietnamplus.vn/188155.vnp?utm_source=link.gov.vn#source=link.gov.vn)，2024 年 4 月 7 日下載。

⁸⁶ 越南時代中文版。2023 年 11 月 14 日。〈越南美食以及成為世界廚房的目標〉。網址：

<https://shidai.thoidai.com.vn/detail-article-44113.html>，2024 年 4 月 7 日下載。

另外，本章回顧了香港作為美食之都的發展情況。本港美食具有多元及國際化特色，並且質素水平甚高。而本港著重推廣美食之都的旅遊形象，近來也提供餐飲優惠等，加強宣傳效果。不過，香港雖然有各種美食旅遊體驗的推介，然而目前宣傳主要圍繞一些固有的代表性美食，難以讓人深度了解主流美食以外的可能性。

至於傳統美食的文化承傳方面，本港一直面對青黃不接的問題，導致講求傳統技藝的美食漸趨式微。雖然本地有私人興建的飲食文化博物館，以及保育一些非遺及傳統菜式，但這些傳統美食的文化知識卻甚少納入正規教育的課程，作為培養文化認同的部分。而本港美食博物館或其他相關文化設施的可持續運作，亦值得關注。

不過，本港在食品科技及智能化方面有良好的進展，並且同時配合對可持續發展的推動，展現出香港作為美食之都所具備的創新能力。而本港美食之都的聲譽，有賴本港維繫著多年建立的優勢，包括積極培育行業人才及對食物安全與品質的重視。這些方面將構成香港作為美食之都的長遠實力。

最後，本章參考其他亞洲地區的做法，藉此了解如何更好建立香港作為美食之都的軟實力。對比一些國家地區的情況，本港在開發美食新景點上不如周邊地區般積極，而提供美食有關的體驗項目並未脫離主流美食的範圍。一些地區也擁有世界級及國家級的美食遺產，作為旅遊特色的推介，或可作為本港的參考。另外，個別地區對於以美食推動旅遊發展有清晰定位，甚或確立品牌的建設。這方面亦是本港需要深思，藉此釐清作為美食之都的內蘊。

第四章 實地青年問卷調查及青年個案訪問結果

本章綜合實地青年問卷調查（下稱調查）及青年個案訪談兩方面的結果，以了解受訪青年對香港美食及相關發展的意見。

4.1 對本港美食的觀感

4.1.1 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」，而他們認為本港美食的吸引程度，平均分有 6.67 分，高於 5 分一般水平。

表 4.1 顯示，在 520 名 18 至 34 歲的受訪青年中，認為「蛋撻」（16.5%）是最能代表香港的美食，接著是「菠蘿包(油）」（15.2%）、「雞蛋仔」（13.5%）以及「奶茶」（11.5%）。表 4.2 則顯示，受訪青年認為本港美食的吸引程度，平均分為 6.67 分（0-10 分，10 分為非常吸引），高於 5 分一般水平。

表 4.1：請講出一樣你認為最能代表香港嘅美食？(不讀選項)

| | 人數 | 百分比 |
|-----------|------------|---------------|
| 蛋撻 | 86 | 16.5% |
| 菠蘿包(油) | 79 | 15.2% |
| 雞蛋仔 | 70 | 13.5% |
| 奶茶 | 60 | 11.5% |
| 燒賣 | 46 | 8.8% |
| (咖喱)魚蛋 | 31 | 6.0% |
| 煎釀三寶 | 22 | 4.2% |
| 牛雜 | 18 | 3.5% |
| 雲吞麵 | 17 | 3.3% |
| 車仔麵 | 16 | 3.1% |
| 西多士 | 13 | 2.5% |
| 沙爹牛肉麵 | 10 | 1.9% |
| 砵仔糕 | 8 | 1.5% |
| 碗仔翅 | 8 | 1.5% |
| 燒味 | 8 | 1.5% |
| 煲仔飯 | 6 | 1.2% |
| 豆腐花 | 6 | 1.2% |
| 蝦餃 | 5 | 1.0% |
| 腸粉 | 5 | 1.0% |
| 老婆餅 | 3 | 0.6% |
| 芝麻糊 | 1 | 0.2% |
| 沒有 | -- | -- |
| 其他 | 2 | 0.4% |
| 唔知／難講 | -- | -- |
| 合計 | 520 | 100.0% |

表 4.2：整體嚟講，你認為本港美食有幾吸引？

(請以 0-10 分表示；0 分=完全唔吸引，5 分=一半半，10 分=非常吸引)

| | 人數 | 百分比 |
|-----------|------------|---------------|
| 0 分 | -- | -- |
| 1 分 | -- | -- |
| 2 分 | -- | -- |
| 3 分 | 13 | 2.5% |
| 4 分 | 20 | 3.8% |
| 5 分 | 80 | 15.4% |
| 6 分 | 117 | 22.5% |
| 7 分 | 132 | 25.4% |
| 8 分 | 104 | 20.0% |
| 9 分 | 47 | 9.0% |
| 10 分 | 7 | 1.3% |
| 合計 | 520 | 100.0% |

平均分：**6.67**
標準差 (S.D.)：**1.472**

研究亦訪問了 13 名從事食物工作的年輕個案。有受訪個案認同，最能代表香港的食物是菠蘿油和奶茶，他更提出在食物基礎上加上變化，更具吸引力和創意。

「我認為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，又或讓師傅拉奶茶拉得好看些，作為一個表演。」

(個案 3 / 水吧高級廚師(茶餐廳))

有受訪個案則不認同再以雞蛋仔、燒賣等美食作為賣點，反而認為可推廣本港一些高質餐飲，如粵菜，讓人感受香港不同之處。

「香港做什麼好？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。我相信高質的粵菜廳，或者是一些香港傳統，也是可以。」

(個案 4 / 行政總廚(私房菜))

4.2 對本港美食之都的看法

4.2.1 八成六受訪青年認同香港是一個美食之都。最大優勢是多元飲食文化，主要不足則是食物價錢偏高。

表 4.3 顯示，八成六受訪青年認同香港是一個美食之都（85.8%），只有逾一成表示不認同（11.3%）。數字反映青年普遍接受本港是美食之都。

表 4.3：你有幾認同香港係一個美食之都？

| | 人數 | 百分比 |
|-----------|------------|---------------|
| 非常認同 | 109 | 21.0% |
| 幾認同 | 337 | 64.8% |
| 幾唔認同 | 56 | 10.8% |
| 非常唔認同 | 3 | 0.6% |
| 唔知／難講 | 15 | 2.9% |
| 合計 | 520 | 100.0% |

至於美食之都的優勢，表 4.4 顯示，最多受訪青年認為是「多元飲食文化（如街頭小食、茶餐廳、高級食店）」，佔六成八（67.5%），其次是「食物品質」（35.0%）及「食物安全」（34.4%），各佔約三成半，數字相若。

表 4.4：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）

| | 人次 | 百分比■ |
|----------------------------|-----|-------|
| 多元飲食文化 （如街頭小食、茶餐廳、高級食店） | 351 | 67.5% |
| 食物品質 | 182 | 35.0% |
| 食物安全 | 179 | 34.4% |
| 國際化餐飲 | 140 | 26.9% |
| 創新能力 | 129 | 24.8% |
| 食材豐富 | 93 | 17.9% |
| 薈萃中華地區飲食文化 | 83 | 16.0% |
| 行業人才充足 | 27 | 5.2% |
| 其他 | -- | -- |
| 唔知／難講 | 6 | 1.2% |

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比。

對於香港的優勢在於多元化飲食文化，從事餐飲的受訪個案亦表達了看法。個案 8 指出香港多元化的程度，即使是巴基斯坦菜也可以找到。另外，個案 10 表示香港相較其他城市單以自己地區文化為主不同，認為

本港包羅自身文化及各地菜式；而能夠品嚐各地美食亦令外國遊客感滿意。

「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 / 西餐中級廚師(酒店))

「我認為我們的優勢是相較於其他城市，大部分以自己地區文化為主；香港則擁有自己的文化外，例如茶樓和廣東菜，而在街上可以發現最多的是日本菜、西餐等。許多外地遊客來香港感到非常開心，正因為他們可品嚐到各種美食。」

(個案 10 / 幫工(日式串燒餐廳))

另外，有高級餐飲從業員指出本港已有很多國際化的條件，領先其他亞洲城市。個案 4 表示香港有能力與不同文化融合，促成文化交匯；加上語文優勢，可成為讓外地人了解國家飲食的橋樑。尤其香港擁有環球食材，並隨之而來的煮食思維，是少有做到食材交流的亞洲城市。這意味本港餐飲國際化的優勢得天獨厚，可發揮專長的地方亦多。

「香港很適合做 **crossover**，米芝蓮近年也流行說 **crossover**，文化交匯。香港是很有優勢，我們用三文兩語，說廣東話、說英文、也說普通話，外地人如果了解國家飲食，我覺得香港是最好的起點。我們更有環球食材，就算做粵菜，香港的食材和煮食思維跟其他城市不同。例如內地和新加坡的食材限制很高，他們能做到技術上交流，但做不到食材交流，香港這點則領先很多。」

(個案 4 / 行政總廚(私房菜))

另有從事食品科技的個案 11 指出，本港因應國際化的便利，有助建立本地的飲食品牌，反映利用國際化的條件，對本地產品的推廣甚為有利。

「我們定位是國際性的中式食品品牌，不特別用港式作為推廣。曾有跨國公司破天荒第一次選用我們的本地產品，用我們的燒賣，不是肉丸、熱狗。這是全球第一次有本地化的產品研發獲選用，我們都很開心。」

(個案 11 / 初創公司創辦人(食物科技))

不足方面，最多受訪青年則認為是「食物價錢偏高」，佔近七成（68.5%），是該題選項比率佔最多；其次是「食店質素參差」，佔四成二（41.9%）；然後是「服務體驗欠佳」，佔二成四（23.7%）。

表 4.5：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）

| | 人次 | 百分比■ |
|--------------|-----|-------|
| 食物價錢偏高 | 356 | 68.5% |
| 食店質素參差 | 218 | 41.9% |
| 服務體驗欠佳 | 123 | 23.7% |
| 食物選擇有限 | 111 | 21.3% |
| 食物標準化（如中央廚房） | 105 | 20.2% |
| 對傳統飲食文化嘅保育不足 | 77 | 14.8% |
| 宣傳策略遜色 | 75 | 14.4% |
| 食物欠缺特色 | 70 | 13.5% |
| 其他 | -- | -- |
| 唔知／難講 | 1 | 0.2% |

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比。

事實上，從事餐飲的青年個案亦有類似的看法，尤其認為在本港消費的「性價比」比不上內地。例如，個案 3 指出香港食肆的價格偏高，性價比不及內地，影響競爭力。此外，個案 9 表示現時不少內地餐廳已使用電子下單，變得快捷，而且還有其他娛樂元素，與客人互動；價錢以外，能提供具質素的體驗。

「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／水吧高級廚師(茶餐廳)）

「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。深圳真的進步很多，價錢可以給出質素，而香港價錢貴點，但卻提供不了質素。現在內地消費一、二百元，或是三、四百元，已經有很好的質素。」

（個案 9／助理主廚(酒店)）

此外，受訪個案大多重視消費體驗，亦是目前本港表現較弱的一環。從事餐飲的個案 10 指出服務相比食物的質素更重要，不能忽略客人的感受。他亦帶出美食本身隱含文化體驗，不只牽涉味覺，亦關乎視覺及嗅覺等感官經驗。他並以舊式茶樓為例，用餐環境所營造出的氛圍即使不是最舒適，但卻是茶樓的特色所在，故認為現時的餐廳要發展自身特色，

加以打造，從而做好香港餐飲的文化體驗。而個案 3 指出飲食從業員需保持基本的服務禮貌，並注重環境設計及營造氣氛，吸引生意。

「除了食物的質素，其實反而服務比食物重要。食物好吃是基本，起碼不要難吃。第二就是客人的感受，這個很重要。」

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。例如舊式茶樓就是大聲呼叫，很多公公婆婆在旁邊，食物未必很好吃但是很有感覺。我認為每間餐廳都有特色，要看看怎樣打造自己的特色。」

(個案 10 / 幫工(日式串燒餐廳))

「我認為做到基本的服務禮貌，對飲食業發展有正面影響。另外，現在許多店鋪的裝飾及擺設營造出飲食氣氛，從而吸引食客。」

(個案 3 / 水吧高級廚師(茶餐廳))

值得注意的是，因應現時「打卡」的遊覽模式，有受訪個案指出現時多用創新方式增加與客人的互動，製造特色及「亮點」，有助推廣宣傳。個案 2 舉例韓國拉龍鬚糖，在製作過程與客人互動而帶動氣氛，甚有特色，經客人「打卡」發放到網絡，最終大受關注。他認為本港可以效法。

「例如韓國有人示範拉龍鬚糖，一邊做一邊與客人互動，帶動氣氛，最後經客人『打卡』發放到網絡爆紅而為人所知。香港食物業需要參考這種做法，以創新方式增加與客人的互動，具備特色及亮點。」

(個案 2 / 食品零售批發商人(海味))

4.2.2 最多受訪青年認為「食物質素」、「食物安全」及「服務質素」對建設美食之都重要；而「租金昂貴」是目前面對的最大挑戰。青年個案也反映租金昂貴、消費模式轉變、人手不足及保留傳統文化等問題。

對於建設美食之都的看法，表 4.6 顯示，最多受訪青年認為「食物質素」、「食物安全」及「服務質素」為重要，分別佔 96.7%、96.5%及 91.7%。數字反映三者的重要性相若，其中食物質素及安全最為關鍵，而

服務質素的重要亦不亞於食物本身的條件。另外，超過八成受訪青年肯定其他配套的重要性，包括「宣傳策略」（85.8%）、「推廣傳統飲食文化」（85.6%）、「行業人才培育」（85%）、「食肆環境」（84.8%），以及「創新及創意」（83.7%）。數字反映美食之都的建設需配合不同環節，不能單以食物為考慮。

表 4.6：本港要建設美食之都，你認為以下嘅方面有幾重要？

| | 重要 | | 不重要 | | 唔知／ 難講 | 合計 |
|----------|----------------------------|--------------|---------------------------|-----------|------------|-----------------------------|
| | 非常 重要 | 頗重要 | 不太 重要 | 完全不 重要 | | |
| 食物質素 | 503 96.7% | | 17 3.3% | | | |
| | 271 52.1% | 232 44.6% | 14 2.7% | 3 0.6% | -- | 520 100.0% |
| 食物安全 | 502 96.5% | | 17 3.3% | | | |
| | 291 56.0% | 211 40.6% | 14 2.7% | 3 0.6% | 1 0.2% | 520 100.0% |
| 服務質素 | 477 91.7% | | 43 8.3% | | | |
| | 188 36.2% | 289 55.6% | 42 8.1% | 1 0.2% | -- | 520 100.0% |
| 宣傳策略 | 446 85.8% | | 70 13.5% | | | |
| | 134 25.8% | 312 60.0% | 69 13.3% | 1 0.2% | 4 0.8% | 520 100.0% |
| 推廣傳統飲食文化 | 445 85.6% | | 69 13.3% | | | |
| | 119 22.9% | 326 62.7% | 66 12.7% | 3 0.6% | 6 1.2% | 520 100.0% |
| 行業人才培育 | 442 85.0% | | 57 11.0% | | | |
| | 139 26.7% | 303 58.3% | 54 10.4% | 3 0.6% | 21 4.0% | 520 100.0% |
| 食肆環境 | 441 84.8% | | 77 14.8% | | | |
| | 171 32.9% | 270 51.9% | 74 14.2% | 3 0.6% | 2 0.4% | 520 100.0% |
| 創新及創意 | 435 83.7% | | 81 15.6% | | | |
| | 153 29.4% | 282 54.2% | 74 14.2% | 7 1.3% | 4 0.8% | 520 100.0% |

至於本港作為美食之都所面對的挑戰，表 4.7 顯示，近六成半認為「租金昂貴」是最大挑戰（64.0%），佔該題選項比率最多；其次是「食材成本高」，佔四成七（47.3%），然後是「周邊地區競爭」，佔近四成（39%）。

表 4.7：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）

| | 人次 | 百分比■ |
|-----------|-----|-------|
| 租金昂貴 | 333 | 64.0% |
| 食材成本高 | 246 | 47.3% |
| 周邊地區競爭 | 203 | 39.0% |
| 消費模式轉變 | 154 | 29.6% |
| 人手不足 | 134 | 25.8% |
| 行業缺乏革新 | 70 | 13.5% |
| 傳統食物技藝趨式微 | 63 | 12.1% |
| 宣傳策略遜色 | 56 | 10.8% |
| 沒有挑戰 | 3 | 0.6% |
| 其他 | -- | -- |
| 唔知／難講 | -- | -- |

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比。

綜合受訪個案意見，他們認為租金昂貴、消費模式轉變、人手不足及保留傳統文化等問題，對本港作為美食之都也帶來挑戰。面對租金昂貴的情況，個案 7 選擇以成本較低的 IG 網店（或稱 IG Shop¹）去經營生意。當初從台灣回流，就是考慮以 IG Shop 創業，因成本低，不需承擔實體店的租金。

「我在台灣讀關於烘焙的東西，回來後想試一下開 IG Shop，因為是最低成本的創業，不用實體店租金。」

（個案 7／烘焙師（手工食物））

而個案 10 指出，每個地方都有特色，包括小店，甚至現時愈來愈多出現的網店。他注意到香港現時由較多連鎖店壟斷，不像外地較重視小店作為地方特色，情況值得關注。畢竟，一個地方的特色不應只由連鎖店構成，而是要展現出多元。

「如果去到外地，就會發現其他地區不像香港這麼多連鎖店。香港這麼多連鎖店，主要是因為方便，歐、美、日本都是以小店為

¹ 「IG shop」是「Instagram Shop」的簡稱，由於該平台是香港大眾主要使用的社交平台，故引來不少中小微企使用為數碼營銷平台。隨著該平台的購物功能逐漸普及，商家可透過在貼文、限時動態上標註商品，向用戶進行營銷。

主。每一個地方，每一類店舖都有它的特色，包括小店，甚至現時愈來愈多的網店。」

(個案 10／幫工(日式串燒餐廳))

此外，個案 3 表示，疫後不少人改變外出用餐的習慣，消費模式轉變，多在家中煮食。而個案 13 則指出現時人手不足影響服務，對接待食客的影響不容忽視。

「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。此外，市民多了不同選擇，如兩餸飯外賣店，網上外賣平台及北上餐廳等，令食肆競爭很大，衝擊食肆生意。」

(個案 3／水吧高級廚師(茶餐廳))

「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／初創公司創辦人(中式糕點))

另有從事廚師的受訪個案表達對保留傳統文化的關注。個案 8 認為傳統美食可藉老師傅分享手藝，並由年輕人協助在網上公開；然他認為這樣只保留了影像，若沒有人製作出食物，仍不足以保存。個案 9 則指出年輕一代未必認識懷舊的食物，並分享曾製作「鬼馬糕點」，以燒賣、魚蛋等外型做出甜品，藉此吸引年輕人了解食物的源起。她認為這做法至少可保存食物的文化，卻未必包括以前食物的味道。不過，這個例子仍不失為保育食物的方式，以創新手法向年輕一代介紹懷舊食物。

「一些傳統美食，老一輩的人想保留文化，可公開告訴別人，有些年輕人就會幫忙，放上網告訴其他人怎樣做。不過一門手藝，沒有了就真的沒了。就算有人錄影片也好，沒人做出來的話，所有東西都無法誕生，只停留到在影像上。」

(個案 8／西餐中級廚師(酒店))

「很多懷舊的東西，現在年輕人都不知道。有些人喜歡稀奇古怪，我們便創造『鬼馬糕點』，用甜品做魚蛋燒賣，造型是一樣，但變成了甜品。當然可以像以前一樣製作，但現在創新些，不用以前的味道。新一代是要知道本來的燒賣、魚蛋是什麼樣子和味道，

我做些古靈精怪的甜品出來，既讓他們看見，亦可以有對比。他們可以上網搜尋食物圖片，只是吃不到食物的味道。這做法是可以保存事物，但吃不到那個味道。」

(個案 9 / 助理主廚(酒店))

4.2.3 最多受訪青年認同「食品安全」是本港有潛力發展的範疇，接著是「美食旅遊」及「高級餐飲」。結果反映本港既要專注優勢領域，同時亦應把握新興趨勢的機遇，如發展深度遊。

在香港有潛力發展的範疇上，表 4.8 顯示，最多受訪青年同意是「食品安全」，佔超過九成（91%）；其次是「美食旅遊」及「高級餐飲」（如 fine dining），分別佔八成六（86%）及七成（70.4%）。六成九亦同意「食品科技」（69.4%）及「智慧餐飲（如機械人餐廳）」（69.0%）是有潛力發展的範疇。

表 4.8：你有幾同意以下係香港有潛力發展嘅範疇？

| | 同意 | | 不同意 | | 唔知/ 難講 | 合計 |
|-------------------------|----------------------------|--------------|----------------------------|------------|------------|-----------------------------|
| | 非常 同意 | 頗同意 | 不太 同意 | 完全不 同意 | | |
| 食品安全 | 473 91.0% | | 40 7.7% | | | |
| | 202 38.8% | 271 52.1% | 32 6.2% | 8 1.5% | 7 1.3% | 520 100.0% |
| 美食旅遊 | 447 86.0% | | 62 11.9% | | | |
| | 100 19.2% | 347 66.7% | 57 11.0% | 5 1.0% | 11 2.1% | 520 100.0% |
| 高級餐飲 (如 fine dining) | 366 70.4% | | 143 27.5% | | | |
| | 89 17.1% | 277 53.3% | 135 26.0% | 8 1.5% | 11 2.1% | 520 100.0% |
| 食品科技 | 361 69.4% | | 136 26.2% | | | |
| | 103 19.8% | 258 49.6% | 107 20.6% | 29 5.6% | 23 4.4% | 520 100.0% |
| 智慧餐飲 (如機械人餐廳) | 359 69.0% | | 147 28.3% | | | |
| | 71 13.7% | 288 55.4% | 133 25.6% | 14 2.7% | 14 2.7% | 520 100.0% |

上述結果反映受訪青年認為本港有潛力發展的範疇，既來自一向的優勢領域，如作為美食之都基石的食品安全、高級餐飲等；這些範疇應繼續專注發展外，然亦可把握一些新興的發展機遇，如美食旅遊。事實上，美食旅遊是本港的新趨勢，與現在常說的「深度遊」甚為相關，而最近國務院港澳事務辦公室主任夏寶龍亦提到「香港無處不旅遊」，港府已開始積極推動各式深度遊、特色旅遊及城市旅遊等。

在個案訪談中，有受訪青年對發展香港美食「深度遊」和「高質餐飲」表達意見。例如，個案 4 認為可發掘特色的飲食文化成為景點，如新界圍村盆菜等，藉文化與景點的配合，吸引遊客「打卡」。開放一些古蹟建築並容許餐飲經營，也是現時可行的做法，同時活化文物。此外，他表示本港可朝向發展高質的飲食之都，包括推廣粵菜在內的高質餐飲，藉此吸引消費力較高的商務客，從而振興經濟。

「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。」

另外，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，特別是商務客。」

(個案 4 / 行政總廚(私房菜))

另外，個案訪談亦涉及對智慧餐飲發展的看法。本港早在 2012 年已有首間機械人餐廳，然目前採用機械人的餐廳並不算多。有從事餐飲的受訪青年如個案 10 表示，餐廳地方不足或令機械人送餐的成效有限，而餐廳租金不菲，心思反而應放在如何招待更多顧客，除非本身場地較大。現時餐飲業面對人手不足，應用科技是大勢所趨，然智慧化發展如何克服空間限制，或是一個需要考慮問題。

「有機械人送餐，在香港可以考慮，但是香港的地方很小，機械人是否真的能夠在香港快速行動呢？大家寧願做更多生意，而不願意將這麼大的空間留給機械人。除非是辦婚宴或者是五星級酒店的宴會，否則租金的問題影響很多實際的考慮。」

(個案 10 / 幫工(日式串燒餐廳))

4.2.4 逾九成受訪青年認同「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；另八成多亦同意「優化傳統飲食文化」、「提升國際化水平」及「應用創新科技」。

對於香港飲食文化應朝向的發展，表 4.9 顯示，最多受訪青年同意是「實踐環境可持續發展」（92.1%）及「推廣健康飲食」（91.5%），各佔超過九成。數字反映受訪青年對可持續發展及健康飲食的關注。其次，逾八成多亦同意「優化傳統飲食文化」（86.3%）、「提升國際化水平」（84.6%）及「應用創新科技」（82.5%）。另外，七成六（76.3%）同意「促進與灣區飲食文化嘅融合」，數字反映受訪青年同意與灣區飲食文化有更多交流。

表 4.9：你又有幾同意香港嘅飲食文化，應朝向以下嘅方面發展？

| | 同意 | | 不同意 | | 唔知/ 難講 | 合計 |
|--------------|----------------------------|--------------|----------------------------|------------|------------|-----------------------------|
| | 非常 同意 | 頗同意 | 不太 同意 | 完全不 同意 | | |
| 實踐環境可持續發展 | 479 92.1% | | 37 7.1% | | | |
| | 161 31.0% | 318 61.2% | 29 5.6% | 8 1.5% | 4 0.8% | 520 100.0% |
| 推廣健康飲食 | 476 91.5% | | 34 6.5% | | | |
| | 111 21.3% | 365 70.2% | 29 5.6% | 5 1.0% | 10 1.9% | 520 100.0% |
| 優化傳統飲食文化 | 449 86.3% | | 64 12.3% | | | |
| | 111 21.3% | 338 65.0% | 57 11.0% | 7 1.3% | 7 1.3% | 520 100.0% |
| 提升國際化水平 | 440 84.6% | | 61 11.7% | | | |
| | 125 24.0% | 315 60.6% | 51 9.8% | 10 1.9% | 19 3.7% | 520 100.0% |
| 應用創新科技 | 429 82.5% | | 83 16.0% | | | |
| | 107 20.6% | 322 61.9% | 73 14.0% | 10 1.9% | 8 1.5% | 520 100.0% |
| 促進與灣區飲食文化嘅融合 | 397 76.3% | | 110 21.2% | | | |
| | 88 16.9% | 309 59.4% | 98 18.8% | 12 2.3% | 13 2.5% | 520 100.0% |

4.2.5 青年個案就飲食行業的可持續發展及相關趨勢表達不同的看法；另個案反映到大灣區內地城市發展成為近年趨勢。

從受訪青年個案的訪談中，可見年輕從業員對飲食行業可持續發展及相關趨勢有不同看法。例如，個案 13 支持餐飲行業不應只從商業角度運作，要思考如何增加 ESG 或實踐社企的方式，以回應貢獻社會的需求。

「現在做法比較單一，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 / 初創公司創辦人(中式糕點))

然而，從事廚師的個案 12 認為，在沒有強制的政策要求下，多數餐廳沒有太大誘因參與 ESG；而實踐減碳一旦令成本增加，或令餐廳卻步。

「說到 ESG 方面，有聽聞如餐廳有支持 ESG 方面的行為會有認證標籤可貼在餐廳內，但相信如非政府有政策強推，主動參與減碳的餐廳為數不多。如要減排，餐廳將要用本地的食材為主，而本地食材在物以罕為貴的原則下，因而較貴，這亦會令餐廳卻步。」

(個案 12 / 行政總廚及董事(私房菜))

個案訪談的結果亦帶出健康飲食文化的課題。最近有市場調查報告指出²，本港消費者對於素食、純素及近年興起的彈性素食等概念不算陌生，大眾出於健康、環保及新口味的追求而接受素食，不限於因傳統宗教原因而選擇食素。有受訪個案認同有關趨勢正在本港發展，如個案 11 指出現時市場上有更多素食選擇，包括素食餐廳、連鎖快餐店的素食，以及植物奶的出現。然而，他認為本港的素肉可進一步發展，因現時的選擇有限及價格偏貴，並希望在種類上有更多符合中式飲食習慣的產品，這更促成他投身相關食物研發的工作。

「全球而言，香港對素食、健康食品的概念也相當了解，加上宗教原因食素的人口不少。香港市面上有不同選擇，素食餐廳愈來愈多，現在連鎖快餐店也有幾個素食選項，亦有咖啡店慢慢將動物奶轉做植物奶，見到香港的趨勢，覺得很樂觀。」

² Kantar。2023 年。〈香港植物基飲食品口味研究報告〉。網址：<https://info-profiles.kantar.com/en/research-on-hong-kong-plant-based-food-market>，2024 年 5 月 13 日下載。

在 2020 年中我回流香港，見到當時市面選擇不是很多，或者素肉產品很貴，有些海外品牌是漢堡、雞柳，比動物產品貴一倍或三倍，想做些更適合中式飲食的產品。」

(個案 11 / 初創公司創辦人(食物科技))

此外，傳統飲食現時並非一成不變，需在不同程度配合新需求而作出改變或重新創造。例如，從事餐飲的個案 4 指受健康潮流的影響，即使一些傳統中菜現時亦要顧及營養及份量，不能過於奢華。而個案 12 則指傳統菜式可作出其他的改變，如重新呈現歷史菜式，提升美食之都的吸引。這需要推動中華飲食文化用故事形式保存，複製出歷史上的菜式再重新呈現。

「大家慢慢講究健康，比較養生，現在吃東西都清淡一點，健康為主，份量不會太多。這些潮流會影響做生意，變成菜式需要符合大眾的要求，食物要有營養，不能像傳統中菜那樣奢華。」

(個案 4 / 行政總廚(私房菜))

「若然將懷舊的食物或是國家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。自己餐廳有做懷舊菜如金錢雞，金字塔形的東坡肉和古法鹽焗雞，吸引一些上了年紀的客群。」

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，例如複製康熙時代的菜式，並根據當時菜色的特性，如是否傾向濃味、淡味，或是素菜為主等，將其重新呈現在餐桌上。」

(個案 12 / 行政總廚及董事(私房菜))

受訪個案亦反映近年到大灣區內地城市發展成為趨勢。個案 8 表示有意在大灣區內地城市開店，因為租金比較便宜，而面積亦比香港更大。個案 7 不排除到大灣區內地城市發展，同樣被租金吸引，並且指出內地年輕人的創意更多，經營環境跟香港不同。

「我有打算在大灣區(內地城市)開店，也有朋友在廣州開 coffee shop，說只需香港的三分之一預算已經可以開店。不計裏面的設備，

「就算租金都是香港的三分之一、四分之一，而且面積更大一點。」
(個案 8 / 西餐中級廚師(酒店))

「最近有想過去大灣區內地城市看看，有上去考察過。大灣區吸引我，是因為政府的宣傳。既然香港的租金那麼貴，便嘗試回大陸看看有沒有一些場地是適合，比香港便宜。」

我覺得相比在香港，大陸有多些年輕人喜歡創意或特別一些的東西，會有皮蛋咖啡、芫荽咖啡，反而香港就少見。」
(個案 7 / 烘焙師(手工食物))

4.2.6 最多受訪青年認為「定期舉辦本地市集」及「定期舉辦美食博覽會」，有助推廣美食之都。有受訪個案也支持舉辦本地市集，並認為可增加食物多元性，以及推動食物認證。

在推廣美食之都的策略上，表 4.10 顯示，最多受訪者認為「定期舉辦本地市集」（39.6%）及「定期舉辦美食博覽會」（38.7%）的措施有幫助，各佔近四成。接著是「善用網絡社交平台宣傳」（24.8%）、「發展美食旅遊路線」（24.1%）、「推廣夜市美食文化」（24%）及「到外地參展或比賽」（22.5%），均佔逾兩成。

表 4.10：就推廣香港美食之都，你認為以下邊啲措施有幫助？
(讀選項 1-13，最多選 3 項)

| | 人次 | 百分比■ |
|--------------------|-----|-------|
| 定期舉辦本地市集 | 206 | 39.6% |
| 定期舉辦美食博覽會 | 201 | 38.7% |
| 善用網絡社交平台宣傳 | 129 | 24.8% |
| 發展美食旅遊路線 | 128 | 24.6% |
| 推廣夜市美食文化 | 125 | 24.0% |
| 到外地參展或比賽 | 117 | 22.5% |
| 建立特色餐廳街道（如美食街） | 101 | 19.4% |
| 認證本港特色美食 | 97 | 18.7% |
| 製作串流平台嘅香港美食節目 | 78 | 15.0% |
| 推薦美食評鑑餐廳（如米芝蓮、黑珍珠） | 46 | 8.8% |
| 推動飲食教育（如健康飲食、味道鑑賞） | 28 | 5.4% |
| 建設本港美食文化館 | 28 | 5.4% |
| 舉辦傳統技藝工作坊 | 22 | 4.2% |
| 其他 | -- | -- |
| 唔知／難講 | 4 | 0.8% |

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比。

有青年個案表示舉辦本地市集對推廣小店有正面作用。例如，個案 1 認為小店宣傳的渠道不多，可藉市集讓更多人認識，而市集比地舖的開支更能負擔，可減輕經營壓力。

「可以宣傳小店的渠道較少，市集會一定有幫助，畢竟要做地舖的開支實在太大。」

(個案 1 / 烘焙師(蛋糕))

此外，有受訪青年就認證香港味道的食物表達看法。個案 3 認為現時有不少人打卡或由網紅推介食店，但無客觀準則去代表香港的味道。他認為可考慮一些認證機制，在味道和質素上推動真正的香港味道，是值得關注。

「我認為香港是需要一個認證制度才可以把真正的香港味道保留。現時有許多打卡店及網紅店，正在吸引大眾的目光，但香港沒有認證制度，沒法統一味道。若果有認證制度，食品的味道及質素便能得到保證，從而達至香港味道。但現在並沒有人推動這事的發生。」

(個案 3 / 水吧高級廚師(茶餐廳))

另有受訪青年對本港美食展的模式表達看法。個案 7 認為相比中國大陸及台灣，本港美食展較以大商家為主，缺乏一些規模較小的品牌參與，較為單一，這方面也可能需要調整，或會增加吸引。

「中國大陸和台灣有些烘焙展，我有去看，跟香港的美食展是完全不同。香港是大商家展現自己生意，不像內地是有小型、獨立品牌都可以參與，十分多元。」

(個案 7 / 烘焙師(手工食物))

4.3 對從事食物行業的看法

4.3.1 受訪青年對從事食物行業的興趣，平均分只有 4.96 分；而對行業發展前景的信心，平均分則 6.04 分，稍高於 5 分一般水平。

表 4.11 顯示，受訪青年對從事食物行業的興趣，平均分只有 4.96 分

(0-10分，10分為非常有興趣)，而興趣偏低(0-4分)與興趣偏高(6-10分)的評分數字相若。

表 4.12 顯示，受訪青年對本港行業發展前景的信心，平均分為 6.04 分(0-10分，10分為非常大)，稍高於 5 分一般水平。

表 4.11：你對從事食物行業有幾大興趣？(請以 0-10 分表示；0 分=完全無興趣，5 分=一半半，10 分=非常有興趣)

| | 人數 | 百分比 |
|-----------|------------|---------------|
| 0 分 | 1 | 0.2% |
| 1 分 | 13 | 2.5% |
| 2 分 | 38 | 7.3% |
| 3 分 | 63 | 12.1% |
| 4 分 | 88 | 16.9% |
| 5 分 | 105 | 20.2% |
| 6 分 | 108 | 20.8% |
| 7 分 | 67 | 12.9% |
| 8 分 | 28 | 5.4% |
| 9 分 | 8 | 1.5% |
| 10 分 | 1 | 0.2% |
| 合計 | 520 | 100.0% |

平均分：**4.96**
標準差 (S.D.)：**1.807**

表 4.12：你對本港食物行業嘅發展前景信心又有幾大？
(請以 0-10 分表示；0 分=非常小，5 分=一半半，10 分=非常大)

| | 人數 | 百分比 |
|-----------|------------|---------------|
| 0 分 | -- | -- |
| 1 分 | 1 | 0.2% |
| 2 分 | 9 | 1.7% |
| 3 分 | 17 | 3.3% |
| 4 分 | 30 | 5.8% |
| 5 分 | 130 | 25.0% |
| 6 分 | 140 | 26.9% |
| 7 分 | 106 | 20.4% |
| 8 分 | 65 | 12.5% |
| 9 分 | 21 | 4.0% |
| 10 分 | 1 | 0.2% |
| 合計 | 520 | 100.0% |

平均分：**6.04**
標準差 (S.D.)：**1.483**

不過，是次研究發現，在較認同香港是一個美食之都的受訪青年中³，他們對行業發展前景的信心較大（表 4.13）。情況反映，做好美食之都的建設有助青年對行業發展前景的信心。

表 4.13：對香港作為一個美食之都的認同與對本港食物行業嘅發展前景信心的關係

| 回答的平均分 【該組別總作答人數】 | 對香港作為一個美食之都的認同 | |
|----------------------|----------------|-----------|
| | 認同 | 唔認同 |
| 你對本港食物行業嘅發展前景信心有幾大？* | 6.11 [446] | 5.58 [59] |

*p<0.05

數字不包括回答「不知／難講」者

4.3.2 較多受訪青年認為「改善行業就業環境（如人工、福利）」或「提升行業嘅專業形象」，有利鼓勵青年加入食物相關行業。另外，受訪個案指出在文化上有更多正面的行業形象，展現從事食物工作的不同可能性，亦可吸引青年入行。

在鼓勵青年入行方面，表 4.14 則顯示，多數受訪青年認為要「改善行業就業環境（如人工、福利）」，佔超過五成（50.8%），為該題選項比率佔最多。其次是「提升行業嘅專業形象」，佔四成八（47.5%）；然後是「建立食物行業晉升階梯」及「提供多元化培訓/進修機會（如海外交流）」，分別佔三成半（35.4%）及三成三（32.9%）。至於「推動職業專才教育嘅普及化」，只佔一成多（12.3%）。結果反映，大部分青年較注重人工、福利等因素，對行業的專業形象亦有要求，但職專教育對入行的影響相對較低。

³ 上述對香港作為美食之都的認同，是根據「[V04] 你有幾認同香港係一個美食之都」一題，答案是「非常認同」及「幾認同」，分類為認同；而答案是「幾唔認同」及「非常唔認同」，則分類為不認同。

表 4.14：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)

| | 人次 | 百分比■ |
|----------------------|-----|-------|
| 改善行業就業環境 (如人工、福利) | 264 | 50.8% |
| 提升行業嘅專業形象 | 247 | 47.5% |
| 建立食物行業晉升階梯 | 184 | 35.4% |
| 提供多元化培訓/進修機會 (如海外交流) | 171 | 32.9% |
| 提供更多行業支援 | 125 | 24.0% |
| 加強科技應用 | 123 | 23.7% |
| 推動職業專才教育嘅普及化 | 64 | 12.3% |
| 其他 | -- | -- |
| 唔知／難講 | 11 | 2.1% |

■ 此題為「可選多項」題目，所列數據為選擇該項答案的次數佔總答題數字之百分比。

就吸引青年入行的方面，有受訪個案認為可擴闊年輕人對行業的理解，尤其近年飲食變得娛樂化，亦有知名藝人以廚師形象出現，可讓人看到從事食物工作有不同的可能性。例如，個案 4 表示現時從娛樂或媒體可影響青年對食物工作的看法，認為在文化上有更多正面的行業形象，可為青年入行帶來吸引。

「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，例如謝霆鋒就是一個很有娛樂性的廚師，廚師不只是戴廚師帽或穿廚師衫的形象，而工作地方亦不一定只在廚房，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 / 行政總廚(私房菜))

另有受訪個案 13 和個案 8 認為引入科技或從職業地位、福利及前景方面作出改善，亦可吸引年輕人入行。

「我覺得問題未必在訓練上，只是工作性質及工作量的問題，或者加入科技、QR Code 落單、機械人送餐，可以減輕工作量而有助年輕人入行。」

(個案 13 / 初創公司創辦人(中式糕點))

「一定有人喜歡煮食物，可能在培育愛烹飪的新生代時，讓他們覺得煮東西是一個很高尚，而不是很辛苦的行業。未必是做到朝

九晚六的模式，但可能是告訴他們入行的話是有好福利或好前途。」

(個案 8 / 西餐中級廚師(酒店))

4.4 小結

本章的調查結果分別就青年認為最代表香港的美食、對美食之都的認同情況，其優勢及不足等評價，作出深入了解。結果反映，青年認為最能代表香港的美食大多圍繞地道食物，亦認為本港美食的吸引程度略高於一般，可見觀感不差。

調查結果也反映受訪青年普遍認同香港是一個美食之都，儘管多元飲食文化是主要優勢，但亦指出在不同方面需應對的不足，其中食物價格偏貴，或現在常說的「性價比」不足，正打擊美食之都的吸引力，同時反映具質素的消費體驗日益重要。

租金昂貴成為本港最大的挑戰，而青年個案也指出本港面對的其他挑戰，如消費模式轉變、服務人手不足及傳統文化的保留，不容輕視。

本章也闡述本港有發展潛力的範疇，同時涵蓋優勢領域及新興的發展潮流。最多受訪青年認為食品安全最具潛力，亦有不少認為美食旅遊的潛力可觀。事實上，青年個案提出美食深度遊的可行性，包括開拓與傳統美食文化有關的景點，以及利用古蹟等環境，吸引遊客。而香港亦有條件可以成為高質的飲食之都，藉推廣高質餐飲，吸引高消費力旅客，帶來經濟收益。

至於推動飲食文化的方向，受訪青年對實踐環境可持續發展及推廣健康飲食持正面看法，逾九成認為兩者是本港飲食文化應發展的方向。這與近年社會大眾對可持續發展的意識有所提升，以及對健康的關注增加或許有關。另八成多分別認同「優化傳統飲食文化」、「提升國際化水平」及「應用創新科技」是發展方向之一。至於青年個案探討在飲食文化上的一些改變，不乏在主流以外作出的新嘗試。綜合而言，本港飲食如何配合現時的趨勢，加以迎合發展，值得關注。

另外，是次研究加以了解青年對推廣美食之都的看法。最多受訪青年認為「定期舉辦本地市集」及「定期舉辦美食博覽會」，有助推廣美食之都；而有從業員亦支持舉辦本地市集，並認為可增加食物多元性，以及推動食物認證。

最後，研究顯示，受訪青年對從事食物行業的興趣一般，而對行業的發展前景信心則略高於一般。至於吸引入行的措施，多數受訪青年注重人工、福利等條件；而職專教育普及對入行的影響則不大，未知是否與不了解職專教育成效有關。青年個案則提到現時在媒體上塑造出食物工作的不同可能性，打破刻版的行業形象，亦可能有助吸引青年入行。

第五章 受訪專家和學者對美食之都的看法及建議

本章綜合受訪專家和學者的訪問，歸納他們對本港作為美食之都的看法、意見及建議，現闡述如下：

5.1 本港作為美食之都的優勢及威脅

5.1.1 香港作為美食之都的優勢。薈萃中西文化的國際大都會，具備多元化飲食；亦靠食材的配合、食品安全及行業人才的經驗來維繫著多年來的聲譽。

香港素以亞洲美食之都自居¹，不少餐廳每年入選「亞洲 50 最佳餐廳」之列，而且多年來也有食店榮獲米芝蓮星級餐廳的殊榮，其優勢又可以如何理解？

有受訪專家認為香港作為國際大都會，除保留中西合璧、古今相容的城市面貌，也具特色的傳統節慶、民間習俗及薈萃中西的飲食文化，造就了香港作為美食之都的優勢及獨特性。

另有受訪專家表示香港既有傳統和創新的食物製作，亦匯聚了環球美食，讓人能夠輕易從香港品嚐到世界各地美食。

「優勢方面，香港作為一個中西文化薈萃的國際大都會是其獨特優勢，除了保育中西合璧、古今相容的獨特城市風貌，亦有很多香港特色傳統節慶、民間習俗和薈萃中西的飲食文化，無論外國或內地旅客都容易留下活潑鮮明的旅遊及美食品牌形象。」

（葉漢鵬先生／酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監）

¹ 投資推廣署。2023 年 11 月。〈飲食業〉。網址：
https://www.investhk.gov.hk/media/5smf2wou/202311_foodservice_tc.pdf，2024 年 4 月 28 日下載。

「美食之都以前是食在廣州，現在變了食在香港，因為香港的飲食文化，有傳統流傳下來的製作，還加上現在年輕人的構思，令到多元化。

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，來這地方就可以全都食到，這是我們的優勢。」
(許偉堅先生／香港食品委員會主席)

此外，該專家更指出，香港美食之都的美譽，除因廚藝技巧外，食材、食物安全，以及行業人才的配合更是重要。

「香港是經多年演變而得到美食之都的美譽，在產品出品、食材方面都是最好。餐飲業除了廚藝，亦要有好的食材配合，相輔相成才有好的結果。

香港的食品出品，一直是堅持食品安全為首要，因為對人體健康的影響很大。香港的食品作為品牌來說，就是食物安全，所以香港歷來很少出現假貨，食了有問題的情況較少。

另外，有很多內地著名大廚都是由香港來的，香港有人才優勢，具生產及製造食物的知識和經驗，可以做到不同。」
(許偉堅先生／香港食品委員會主席)

5.1.2 香港作為美食之都的威脅。周邊地區的餐飲發展迅速，競爭日趨激烈，本港餐飲受到成本、地方空間及服務人手的制肘，並且定位模糊，附加價值愈來愈少，美食之都的地位堪憂。

本港經濟近期有下行的趨勢，加上通關之後，港人北上消費盛行，香港作為美食之都面對不少挑戰，地位亦備受威脅。

多位受訪專家及學者亦認為香港作為美食之都，現時面臨不少威脅及挑戰，其地位逐步被其他地方超越，恐怕美食之都很快只屬過去的美譽。其中，近年周邊地區的餐飲業進步不少，尤其內地城市急起直追，在日漸嚴峻的競爭壓力下，本港餐飲業情況已大不如前。相較外地發展，香港餐飲的多樣化相形見絀。另外，就近日北上消費所見，即使本港較

平民化餐飲的競爭力，亦不及毗鄰的深圳，在用餐體驗、服務質素及價錢上的競爭力相對日益下降；本港美食之都的地位有被取替的威脅。

「由於早期香港有不少資深餐飲從業員前往內地發展，在行政、管理、品質方面與內地進行了廣泛的交流。現在，很多內地遊客也能隨時前往不同城市，品嚐各式美食。即使是大灣區，對於許多外省人士來說也具有獨特的魅力。國家的市場開放同樣吸引了許多本港及外國遊客前往內地，使其餐飲行業發展迅速，甚至在某些方面已超越香港。」

（黃家和先生／香港餐飲聯業協會會長）

「去年重新通關後，我曾到過不少國家，包括新加坡、泰國等東南亞國家，目睹各地餐飲的迅猛發展，令我感受到香港美食之都的地位岌岌可危。座落現代化商場的餐廳設計新穎，地方廣闊，飲食品類選擇多，不少更是給予顧客具特色體驗的主題餐廳。香港擁有的餐飲，外地也有；反之，香港的餐廳沒有外地多樣化。

換言之，香港美食之都的美譽仿似停留於 10 多年前，現在地位受到很多挑戰。」

（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）

「最近聽到不少去深圳的飲食體驗，服務質素和產品價格很多都比香港一般的食肆優勝。香港還是有實力，但在一些價位較低或一般市民所能負擔的餐飲，我們很可能被附近大灣區城市所取替。」

（文嘉敏博士／香港食品專業協會主席）

有受訪專家指出香港餐飲業的發展本身有不少局限，包括受成本限制、地方空間及服務人手不足，窒礙了本港食肆的發展，以致多年來未有很大進步。另有受訪學者認為，香港目前對美食之都的定位模糊，在附加價值變得愈來愈少下，卻未有配合相應方向推出發展策略。他舉例本港若主力推銷美酒，則應投放資源制定相關的長遠發展計劃；若本港認為要做好整體飲食業服務或提升競爭力，如以大排檔為特色，亦應投放資源提升此品牌，甚或亦可考慮發展主題餐飲，像內地在規劃上引入

特色主題餐廳，打造出美食市區或街道。

「近十餘年來，香港餐飲業進步緩慢，主要原因是租金高昂及人工成本上升。新開的食肆在裝修上也較為保守，不願投入太多資金。香港空間相對較小，相比之下，廣州或深圳的一些餐廳空間更為寬敞。此外，香港目前嚴重缺乏服務人員，服務質量有所下降，特別是在疫情期間，許多人轉行尋找其他工作。」

(黃家和先生／香港餐飲聯業協會會長)

「我看不到香港美食之都的定位是什麼。若香港是以美酒作為招徠，香港政府應該朝著這個方向投放資源，制定長遠策略發展。若要改善整體飲食業服務及提升競爭力，例如認為大牌檔是香港餐飲業的地道特色，政府應該投放資源提升此品牌，作出相應的宣傳，傳揚大牌檔飲食文化，讓外地食客更好地體驗大牌檔飲食；若真的定位主題餐飲，更需清晰的規劃引入更多品類及文化色彩的特色主題餐廳，包括內地有名的具地方或民族特色餐飲品牌，也是可行的方法。

香港的商場有美食廣場，將餐廳集中，為顧客提供便捷的服務和方便選擇。內地政府則結合文創品牌理念，設計不同街道集中餐廳，令到該段道路成為特色餐廳街道。多年前，香港政府曾討論把九龍城打造成為美食市區，如百德新街及諾士佛臺等成為美食街，但最終都沒有完全實現，只是讓該地的餐廳碎片化地發展。若果香港能夠有多幾個美食市區、街道等，相信能夠推廣香港飲食。」

(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)

5.2 可把握的發展趨勢

受訪專家及學者提到一些本港可考慮的發展領域，以下作出綜合說明。

5.2.1 結合 ESG 及綠色發展

近年，可持續發展成為共同關注的議題，對於飲食業亦不例外。可

以說，目前飲食發展可以與近期盛行的 ESG 發展互相配合。有受訪專家認為，本港在質素及其他食品元素方面，可拓闊至低碳及 ESG 的實踐。舉例美國有組織已確立升級再造的認證標準，鼓勵利用剩食價值再生產，減少食物浪費。全球趨勢亦推進相關做法以達成 ESG 及綠色投資，減低碳排放。受訪專家認為，鑑於未來的食品趨勢，本港亦可考慮有關發展。

「我們可能要在質素及食品其他元素上，不只追求好吃或健康，還要考慮到低碳、和 ESG 的大趨勢。」

美國的 *Upcycled Food Association*，專門認證食品升級再造的標準，針對如何規範回收 *food by-product*（食物副產品）、剩食等，鼓勵再加工成為食物原材料以至新產品，例如曲奇、飲品等。現時食品科技用很多方法可以減低浪費，而我看到全球趨勢都在保留可以重用的食物副產品。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)

5.2.2 配方及食品研發

現時，一些地區已進行提升食品味道及品質的研究與開發，如韓國 *Foodpolis*²。有受訪專家認為，香港亦可多走「無添加」路線，研發一些健康的食品配方，才能吸引消費者。此外，香港可創造更多食物的變化性，令食物有不同層次的味道、口感，從而打造出獨特性。另有受訪專家認為，本港可進行對預先包裝食品方面的研發，若成功出口，便可作為本港具標誌性的產品。

「大家已知香港是美食之都，問題在於如何保持。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。另外，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)

² 香港中華廠商聯合會研究部。2023 年 11 月 7 日。〈韓國食品工業的崛起之路及對香港的啓示〉。網址：

[https://www.cma.org.hk/uploads/ckfinder/files/Research/CommentandAnalysis/經貿時事評論 2023 年第二十四期\(總第 385 期\)\(2023 年 11 月 07 日\)\(1\).pdf](https://www.cma.org.hk/uploads/ckfinder/files/Research/CommentandAnalysis/經貿時事評論 2023 年第二十四期(總第 385 期)(2023 年 11 月 07 日)(1).pdf)，2024 年 2 月 19 日下載。

「長遠來說，我認為發展一些預先包裝的產品，有 shelf life（保存期限）的，可以裡面做一些研發，令到產品更加有實力，可以出口，亦可以成為一個香港的標誌。」

（文嘉敏博士／香港食品專業協會主席）

5.2.3 強化體驗型的消費

現時，體驗型購物作為一種新的消費趨勢在各地興起³。內地餐飲近年亦擅於利用這種結合在線購物、體驗及互動技術帶動的營銷方式。有受訪學者指出，本港亦應追上潮流，強化體驗型消費，藉此優化顧客的消費體驗，尤其傳統渠道未必再吸引年輕一代消費者。他舉例內地用餐的情況，體驗型消費可見於餐前至用餐後整個流程，令人滿意。目前本港提供的服務及體驗仍未能與內地的眾多同行看齊，應急起直追相關發展。

「不論業界或是商家都要追上體驗型購物的發展，包括直播帶貨等平台。現時及將來最有消費力的人是 1995 年後出生的 Z 世代及 2010 年後出生的 Alpha 世代消費者，他們都是利用線上及社媒獲取品牌、產品及服務的信息，與他們溝通不能再單靠從前傳統的信息渠道。」

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。預訂後，把訂單螢幕截圖傳送給朋友，朋友便可得知餐廳相關資訊。而且，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。由未開始到餐廳至用餐後，我覺得整個過程體驗都很好，若餐廳詢問我是否會成為會員，我都會樂意參與。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）

³ BBC New 中文。2017 年 12 月 21 日。〈消費趨勢：「體驗型」購物的未來〉。網址：
<https://www.bbc.com/ukchina/trad/vert-cap-42429865>，2024 年 4 月 30 日下載。

5.3 培育及吸引青年從事食物行業

5.3.1 食物行業面臨年輕人不願入行，令傳承變得困難。要吸引青年入行，行業需改善前景及工作環境，與時並進。

本地餐飲一向面對人手不足的問題，難以吸引新一代入行。疫情過後人手流失及短缺變得嚴重，削弱本港作為美食之都的競爭力，影響行業的持續發展。

有受訪專家認為食物行業普遍面對傳承的困難，尤其有年資的廚師退休後難找人承傳。她指出年輕一代對從事食物工作感到壓力，尤其需接受節日期間工作，犧牲假期及休息時間，以致行業的人才流失頻繁，難以維持昔日美食的水準。

「食物行業現時面對的最大問題，是不少中高層廚師開始退休，難以承傳，因為年輕一代對從事食物工作感到辛苦。食物行業的工時不可能朝八晚五，往往到了季節期間更需要推出應節食品，也是生意繁忙高峰期的時間，期間也最需要人手準備食物生產。」

年輕一代對食物行業的長工時感到有壓力，未能享受假期或休息；他們普遍『不捱得』，令食品業人手更迭變快，無法維持過往的美食水準。所以傳承方面是艱巨的。」

(方麗影博士／食品創新科技與安全中心項目總監)

受訪專家認為，若要鼓勵年輕人入行，行業本身需要很多改進，提供有前景的工作及環境，才可吸引新人，畢竟這對行業在技術及文化的傳承是非常重要的。他指出現時年輕人的心態無法用過往的經驗看待，行業需與時並進，才有望爭取他們加入。

「我們都希望年輕人能夠加入食品及餐飲行業。這個行業需要進行許多改進，只有當年輕人看到有發展前景，他們才願意加入。否則，一想到永遠只能在茶餐廳或酒樓工作，這很難吸引他們。年輕人的加入對於技術和文化的傳承至關重要。我們需要提供更好的職業前景和工作環境，不能再像過去那樣。有了良好的前景和環境，相信他們會考慮加入這個行業。」

(黃家和先生／香港餐飲聯業協會會長)

5.3.2 受訪專家認為行業願意培育人才，並迎合青年在薪金、工作環境及福利等需求，有助吸引青年入行。而引入食品技術，藉應用創新及增加效能，對青年亦具吸引力。

對於吸引青年入行的策略，有受訪專家認為業界願意培育人才，同時在各方面迎合青年需求。例如，有受訪專家指出食品業向來有職業訓練局提供培訓，預視未來加強職專教育，並朝向應用學習模式，可帶來工作前景。另有受訪專家指出業界除了持續培育人才外，在工作環境及職業形象等亦要作出改善，藉此吸引年輕人入行；他認為有很好的工作環境、工資及福利，對青年是具有吸引力。

「以往職訓局有為食品業培訓人才，例如設立高級文憑及學位課程，未來亦會繼續，加上財政預算案提出加強職業培訓，撥款成立應用大學，課程傾向實用學習的模式，較為落地，相信可帶來前景。當然我也同意人才未必會留在食品業，要視乎市場的需求及供應，最重要是有前途及『錢途』。」

(方麗影博士／食品創新科技與安全中心項目總監)

「我們業界是希望繼續培育人才，工作環境方面也盡量做到迎合年輕人。像街市以前濕手濕腳，現在改變了，工作環境有冷氣。現在很多時髦的咖啡店、大商場的銷售員都有制服，這些是現在青年人注重。如果體力勞動的工作，薪金要吸引，並要注重工作安全。若工作環境、工資、福利都是不錯，我認為應該是吸引到年輕人。」

(許偉堅先生／香港食品委員會主席)

有受訪專家指出，現時從事餐飲業的發展及晉升機會比起以往變得更好。以中華廚藝學院及國際廚藝學院為例，畢業生不但可以有多元出路，如繼續升學或選擇在不同集團、機構工作；在累積相關工作經驗後，亦有晉升至高級管理層或創業的例子。

「對於香港青年來說，現時從事餐飲業的發展和晉升機會比從前更多。中華廚藝學院及國際廚藝學院畢業生的出路多元，他們可選擇繼續升學，又或投入就業市場，例如餐飲集團、酒店、會所、主題公園、會展場館及公營機構任職，發揮所長。於累積相關的經驗後，更能晉升至高級管理階層或創業。」

(葉漢鵬先生／酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監)

此外，有受訪專家認為，食品的技术與發展亦可為青年帶來契機。在食物傳承方面，若可應用新技术進行優化或增加生產，並以機械減少重複勞動，相信能改變年輕人認為食物工作是辛苦的問題。加上食物學科若配合數碼技術，甚或人工智能，具備創新科技及跨學科知識，不單可吸引青年入行，同時可讓有關行業持續發展。

「我覺得食品的技术、發展要與時並進，老師傅、新派的師傅都有不同，怎樣令舊的好東西保留再用新的技术優化，或者增加產能，令青年人不會覺得那麼辛苦？有些重複的工作，機械人已經可以做到，又是否可以解決問題？

讀食物的學科，如果加上數碼技術，需要 IT、AI 這些技术，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)

5.3.3 面對本港從事食物業的限制，受訪專家認為香港青年可考慮到內地發展，尋求更大的市場。

鑑於在本港從事食物工作面對不少挑戰及限制，有受訪專家認為青年可考慮往內地發展。例如，在內地開店成本較低，更有支援年輕創業者措施，有利建立品牌。尤其內地讓年輕人推廣港式食物的空間很大，有能力的港青可以大展拳腳。而最近有香港年輕人研發的精品汽水產品⁴，在她看來也有機會以香港製造的品牌，打入內地的年輕市場。另一受訪專家亦認為，香港青年應放眼內地，畢竟內地人口比香港多，市場較大，要向前不畏競爭，才有進步。

「我看到內地很多年輕人去開咖啡店、做特色小食或手調飲品，租一個很小的檔攤，成本很低；內地也有計劃支持年輕創業者。但香港只是找地方已經很難，找一些短租市集容易些，找一個長期店舖的很難。無論現在做市集，夜繽紛或日繽紛也是短期，難以幫他們建立品牌，但是內地有這個條件。」

⁴ 雨兒。2022年8月24日。〈90後中同齊追夢 | 閣樓廠房釀製本土精品汽水〉。網址：https://www.andthen.hk/buy/65039_閣樓廠房-mezzanine-makers-本地汽水/，2024年5月1日下載。

我很鼓勵年輕人回內地。去年 VTC 有一個同學做了大灣區和香港的金茶王。得獎者很年輕，贏了所有師傅，因為他比較精準，把配方比例、溫度等量準，而其他師傅可能靠經驗。我覺得這方面是可以發展，內地這麼多億人，不是每個人都喝過港式奶茶，就算內地很多茶餐廳有港式奶茶，卻未必清楚港式奶茶是怎樣。我們可以做多一點，確保人們吃到一個真正的、好吃而有特色的食物。

最近亦有香港生產鐵罐飲品的公司，由幾個年輕人開，研發不同口味的汽水。這些都有機會做到在飲品市場上成為香港製造的品牌，再以新的、年輕的形象打進內地年輕人的市場。」

(文嘉敏博士／香港食品專業協會主席)

「香港彈丸之地，市場小，年輕人要面向祖國，因為市場大，賣一個包，一日食一個，香港都是 700 萬人，而內地是 14 億人。所以年輕人尤其要向前看，雖然有競爭，但這才有進步，封閉是不行。」

(許偉堅先生／香港食品委員會主席)

5.4 優化美食之都的建議

正如前述，本港作為美食之都的地位已有所失色，甚至面臨被超越的威脅。而人手短缺向來是業界的痛點，令美食之都的美譽添上不確定性。對於本港優化美食之都，提升吸引力，受訪專家和學者提出的建議如下。

5.4.1 支持以旅遊政策帶動餐飲業，認為可發展食物旅遊，走高端路線，結合健康、養生及休閒等元素，吸引消費。

有受訪專家提出本港以旅遊政策帶動餐飲業。事實上，今年的財政預算案提到增撥近 11 億元推動旅遊業⁵，以旅遊業帶動包括餐飲在內的發展，推廣香港品牌，已成為主要策略。有受訪專家表示善用文化、體育、藝術，以至大型展銷會和會議等本地資源，打造獨特旅遊及飲食文化品牌，推動產業升級，將對鞏固「亞洲美食之都」的地位有幫助。

⁵ 財政司司長陳茂波。2024 年 2 月 28 日。〈預算案演辭〉。網址：
<https://www.budget.gov.hk/2024/chi/budget10.html>，2024 年 5 月 4 日下載。

「旅遊業作為香港經濟四大支柱產業之一，振興旅遊及相關產業鏈，造就更多商機、刺激消費增長，有助帶動就業和餐飲界的發展。善用文化、體育、藝術、旅遊、節慶，以至大型展銷會和會議等資源，打造獨特旅遊及飲食文化品牌，推動產業升級，有助進一步鞏固香港『亞洲美食之都』的地位。」

(葉漢鵬先生／酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監)

有受訪專家亦認為食物業可藉更多旅遊帶動，尤其體驗旅遊，將美食與旅遊結合。其中，結合高質的消閒、運動與養生是值得考慮的賣點。事實上，不少人在疫後追求身心有益的旅遊行程，涵蓋保健、享受並品嚐健康餐飲、戶外活動甚或綠色旅遊，變得更受旅客歡迎⁶。受訪專家認為美食旅遊的定位可考慮發展高端的路線，藉優質食物配合健康、養生及消閒等元素，從而吸引消費。

「我覺得食物業是有市場，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。我期望將來有較清晰的定位，不要走太低檔次的路線，令美食旅遊成為吸引，特別是 **high-end** 的旅遊，以優質的食物結合健康、養生及消閒等元素，吸引消費。」

(方麗影博士／食品創新科技與安全中心項目總監)

5.4.2 認為本港可發揮飲食與傳統文化的優勢，藉深度遊說好香港餐飲文化故事。香港需找到美食之都的品牌定位，並提供差異化價值，製造新的品牌內容。

有受訪專家認為，香港的文化旅遊往往與美食有關，飲食與傳統文化是本港能發揮優勢之處，可藉深度遊展現。畢竟，現時旅客的需求趨勢注重探索當地特色，受訪專家表示除了港式奶茶外，香港有很多餐飲文化有機會說好香港餐飲的故事，如盆菜和地道小食等，讓人認識香港特有的飲食特色。

⁶ 楊絲貽。2022年12月17日。〈疫後解封迎來「養生旅遊」時代！睡眠追蹤、高壓氧氣艙〉。網址：<https://alive.businessweekly.com.tw/single/Index/ARTL006001625>，2024年5月5日下載。

「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。我在旅遊時，會專門探索當地的特色，不一定尋求高端或昂貴的體驗，而是深入當地生活，體驗當地文化。港式奶茶就是一例，經常有旅遊團來我們的工作坊學習製作，這是將香港獨特的飲食文化傳播出去的好方法，也是分享香港故事的一種方式。此外，香港還有許多其他與餐飲相關的文化元素，如盆菜、地道小食等，都有很大的發展潛力。」

(黃家和先生／香港餐飲聯業協會會長)

另有受訪學者認為，香港需要有美食之都的品牌定位，尤其透過確立需要吸引的遊客類型，了解他們對飲食及服務的要求，釐定品牌。其次，香港要了解自身餐飲業的優勢所在，提供差異化價值。他表示可探索本土小食帶來不同體驗的可能性，或是傳統食品結合中國傳統節日的文化內涵，成為美食之都品牌所包含的故事內容。而透過不同節日包裝傳統食品，反映現時在推銷傳統美食上，需要用更多元及創新的內容方式，而不只是推銷食品本身。

「首先，要把美食之都的品牌定位做好，這取決於要吸引哪些遊客對象，了解他們對飲食及服務的要求。第二，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，提供的差異化價值或者優點是什麼。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)

5.4.3 本港餐飲需保持與各地進行廚藝交流，宣揚美食之都的形象之餘，可有助推動中西美食文化的發展和糅合。另推動與大灣區飲食文化的融合，促進文化傳承與技藝互補。

有受訪專家表示香港作為美食之都需保持與各地進行交流，如舉辦

及鼓勵參與本地甚或外地的廚藝交流活動及比賽，是可行做法。這些交流可帶來多方面的好處，尤可藉此宣揚香港作為美食之都的形象，有助推動中西美食文化的發展與糅合。

「餐飲業界以及培訓機構應多舉辦和鼓勵青年人及從業員參與本地、大灣區以至世界不同的廚藝交流活動及比賽，開闊視野，促進各地廚藝文化及技術交流切磋，亦可宣揚香港作為美食之都的繽紛多彩，有助推動中西美食文化發展和糅合。」

（葉漢鵬先生／酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監）

在融入大灣區的發展下，有受訪專家認為本港與內地進行更多交流，在文化傳承和工藝上互補互學，有助推動大灣區飲食文化的融合。

「融入大灣區亦是未來方向，畢竟這是國家政策。我曾到肇慶辦奶茶比賽，對方拿出蒸粽來，原來也是非物質文化遺產，與奶茶結合得非常好，可以擦出很多火花。大灣區的各個城市都擁有各自的非遺食品，而香港雖然也有，但數量不多。我們可以與內地進行更多的交流，在文化傳承和工藝上互相補充和學習。」

（黃家和先生／香港餐飲聯業協會會長）

5.4.4 認為持續推動職業專才教育，可支持發展美食之都所需的人才，同時引導年輕人在職業方向上，多從興趣及能力出發，以配合職專教育的發展。

近年，本港大力支援職業專才教育（VPET），政府以「職學聯通、多元發展」策略，加強推廣職專教育與傳統學術教育雙軌並行⁷，早前施政報告也提出推動成立「應用科學大學」，提升職專教育在資歷認可上的地位。這些措施對於支持本港發展美食之都所需的人才，有正面作用。

受訪專家也認同，持續支援和推動職專教育發展，推廣終身學習及進修，將有利為美食之都建立人才庫，提升專業及整體競爭力。他亦認為教育界在引導年輕人未來職業方向上，多鼓勵從興趣及能力出發，追

⁷ 香港特別行政區政府新聞公報。2024年1月10日。〈立法會十九題：職業專才教育〉。網址：<https://www.info.gov.hk/gia/general/202401/10/P2024011000268.htm>，2024年5月6日下載。

求自我實踐，以獲得滿足和成就感。這相信亦會成為更多年輕人加入行業的先決因素。

「持續推動職業專才教育（VPET）、為青年提供多元的升學階梯、推廣終身學習、鼓勵更多餐飲界在職人士進修增值，可為美食之都發展多元的人才庫，提升香港餐飲業的專業地位和整體競爭力。」

在引導年輕人未來職業方向上，教育界更多鼓勵青年從興趣和能力出發盡展所長，多元選擇更能實踐自我、發揮潛能的職涯階梯，有助日後在發展上取得更大的滿足和成就感。」

（葉漢鵬先生／酒店及旅遊學院、中華廚藝學院及國際廚藝學院院長暨職業訓練局酒店及旅遊學科學術總監）

5.5 小結

本章綜合受訪專家及學者的訪談結果，包括本港作為美食之都的優勢及威脅。優勢方面，作為薈萃中西文化的國際大都會，具備多元化飲食，本港多年來吸引各地旅客前來探索，並靠多元食材的相輔相成、食品安全及行業人才的經驗來維繫著多年來的聲譽。不過，隨著周邊地區的餐飲業進步迅速，尤其內地餐飲近年追上發展，在日趨嚴峻的競爭壓力下，香港作為美食之都的地位備受威脅，目前亦面對不少挑戰。

受訪專家和學者認為受各種因素局限，包括成本、地方空間及服務人手的限制，加上定位模糊，附加價值愈來愈少，本港餐飲的發展停滯不前，情況堪憂。目前，盡早識別美食之都的優勢及具有發展潛力的領域，進一步優化本港作為美食之都的定位，是當務之急。

受訪專家及學者指出本港可把握一些新趨勢，思考未來的發展方向，例如：（1）結合 ESG 及綠色發展；（2）配方及食品研發；及（3）強化體驗型的消費。

另外，食物行業面對年輕一代不願入行，令傳承變得困難。目前行業需與時並進，在前景、薪金及工作環境等作出改善，吸引青年入行。一些建議如引入科技減少重覆勞動，不失為符合實際的做法，或扭轉年輕人認為食物行業是辛苦的觀感。另外，往內地發展亦可能為年輕人開拓更多出路。

最後，受訪專家及學者就優化美食之都提出建議，在美食旅遊、釐定品牌、促進行業發展及培育人才等方面表達看法。當中可見旅遊業對餐飲發展的重要性，亦帶出美食作為旅遊新產品的可能性，並可發揮飲食與傳統文化的優勢，藉餐飲文化塑造深度遊的內容，從而說好香港餐飲的故事。有受訪學者也指出美食之都的品牌定位可按不同旅客需求進一步釐定，並且要發掘本港餐飲的新競爭優勢，例如提供豐富的特色小食體驗，或透過結合美食與中華傳統節日的文化內涵，打造美食之都具特色的食物故事。

另有受訪專家指出行業發展需重視文化交流，這對香港作為美食之都的宣傳及促進美食文化的發展有正面作用。至於培育新血加入美食之都的建設，亦是逼切的工作。當中提到本港應支持職專教育的持續推動，特別是肯定職專教育及其職業路向的價值，至為關鍵。

第六章 討論及建議

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. 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。

香港作為國際大都會，薈萃中西飲食文化，融合傳統與西方的烹調理念，展示琳琅美食，既有內地傳統菜系、外地特色美食，又有本地茶餐廳、街頭小食，揉合傳統與創新，締造了本港獨特的飲食生態，令美食之都享譽全球。

美食除反映一個城市的文化素質和底蘊外，亦有其重要的經濟及社會功能，成為宜居宜遊宜吃城市。根據統計，2024 年第一季本港食肆的總收益約為 282 億元，按年上升 2.3%¹；現時本港約有 17,000 間食肆，22 萬人從事餐飲業膳食服務業，佔本地就業人口(不包括外籍家庭傭工)約 7%²。

此外，2024 年本港有 2 間餐廳躋身世界 50 最佳餐廳、6 間入選亞洲 50 最佳餐廳，另有 79 間獲選米芝蓮星級餐廳等，彰顯香港美食之都地位。香港除了為本地及來自世界各地的食客提供不同美食外，更成為不少餐飲品牌邁向國際級美食的平台。

是項研究結果顯示，八成六 (85.8%) 受訪青年認同香港是一個美食之都。較多認為「多元飲食文化」(67.5%)、「食物品質」(35.0%)及「食物安全」(34.4%)是本港作為美食之都的優勢。有受訪個案亦表示多元化飲食和多樣化食材是香港優勢，外地遊客可以品嚐到各地美食。另外，有受訪專家認為香港具特色的傳統節慶、民間習俗及中西飲食元素，造就了香港作為美食之都的優勢及獨特性。

¹ 香港特別行政區政府新聞公報。2024 年 5 月 6 日。〈二零二四年第一季食肆收益及購貨額臨時統計數字〉。網址：<https://www.info.gov.hk/gia/general/202405/06/P2024050600327.htm>，2024 年 6 月 14 日下載。

² 資料來源：政府統計處網頁，網址：<https://www.censtatd.gov.hk/tc/scode540.html>，2024 年 6 月 14 日下載。

香港有美食之都的美譽，與其具本地特色、多元化、中西融合和文化底蘊等元素不無關係。然而，隨著疫情過後，不論餐飲市場結構抑或消費模式也在變，加上周邊地區餐飲美食的迅速發展，打擊本港美食之都的競爭力。如何鞏固美食之都的優勢，豐富香港美食的內涵和魅力，實需要政府、業界與民間共同尋找轉機。

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。

周邊地區近年急起直追，發展美食的水平日益提升。自 2004 年聯合國教科文組織創意城市網絡創立起，現時在「美食」的範疇中，至今合共有 57 個城市成為「美食之都」³。鄰近的澳門自 2017 年成為創意城市美食之都，隨即展開工作計劃，並在最近發布《澳門特別行政區經濟適度多元發展規劃（2024-2028 年）》⁴中，明確推動「旅遊+美食」的融合發展，進一步提高美食之都的吸引力。另外，內地有多個城市相繼成為創意城市網絡的美食之都，如成都、順德、潮州等。即使毗鄰的深圳，亦不斷創新美食，吸引不少港人北上消費。在此長彼消的情況下，對本港餐飲業構成不少壓力。

過去三年疫情令餐飲市場結構以及消費模式出現變化，大量港人外遊及北上消費，令本地餐飲業大受影響。由於消費模式的轉變，加上原材料、租金漲價、人力等多重因素影響下，本地餐飲業面臨不少挑戰。

是次研究亦顯示，最多受訪青年認為「租金昂貴」（64.0%）、「食材成本高」（47.3%），以及「周邊地區競爭」（39.0%），是本港作為美食之都的最大挑戰。同樣有受訪專家指出，除物價飆升外，餐飲業界面對人手流失，對服務和產品質素的影響明顯。因員工要處理過多日常工作，難以專注於提供優質服務；而廚房操作人手不足也直接影響食品質量。

周邊地區發展迅速，本港面對的競爭壓力漸增，加上內部因素的發展限制，香港要維持美食之都的美譽殊不容易，需急謀對策。

³ Wikipedia. (Undated). City of Gastronomy. Retrieved June 3, 2024, from https://en.wikipedia.org/wiki/City_of_Gastronomy

⁴ 澳門特別行政區政府。2023 年 10 月。《澳門特別行政區經濟適度多元發展規劃（2024-2028 年）》。網址：https://www.dsepd.gov.mo/uploads/attachment/2023-10/e-book_C.pdf，2024 年 5 月 19 日下載。

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。

在疫情洗禮下，餐飲業受創最深；而疫情同時改變了消費者的飲食習慣，意味業界不能再用過往的經營模式來營運。近年不論是大型餐館或是中小店舖，都在嘗試因應趨勢變化為顧客提供更個性化餐飲體驗，並配合不同顧客群的需要，為顧客打造不一樣的餐飲體驗，以應對市場新趨勢。

是次研究顯示，逾九成受訪青年認為「服務質素」（91.7%）對建設美食之都重要。而不少受訪個案指出，顧客現多重視消費體驗，也是目前本港表現較弱的一環。有從事餐飲的個案表示，服務體驗與食物質素同樣重要，他表示美食本身隱含文化體驗，不只牽涉味覺，亦關乎視覺及嗅覺等感官經驗。另有個案指出，餐飲人員除了保持基本的服務態度，注重環境設計及營造氣氛是不可或缺。

有受訪學者亦指出，本港應優化顧客的消費體驗，而體驗型消費可見於餐前至用餐後整個流程。他並舉例內地餐廳提供的飲食選擇頗多，尤其引入具特色體驗的主題餐廳，如地方或民族特色的餐飲，並結合品牌理念，打造特色餐廳集中的街道或美食區域。另有受訪學者也指出強化體驗型消費的重要，包括善用線上及社交媒體平台，並配合不同顧客群的需要，提供及標示不同的食品選擇及成份，提供個性化的用餐服務。

有受訪專家更強調香港餐廳應該在食品上創新，研發令食物有更多變化性，製造不同層次的味道及口感。其次在支付結算方面可加快無現金支付方式的便捷使用，並應多引入科技方式待客、點單、傳菜，亦使用應用程式接受預訂、提供折扣優惠及向客人推介餐廳，從而提高效率，優化消費體驗。

建設和鞏固美食之都需從多方面入手，其中為顧客打造不一樣的餐飲體驗顯得重要，當中涉及餐廳種類、服務質素、食物創新等。本港在建構食物以外的體驗上，有進一步提升的空間。

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。

新興趨勢為本港帶來的機遇不容忽視，其中美食旅遊是本港具潛力的領域。現時不同國家及地區大力發展美食旅遊，刺激旅客消費。根據《2024年美食旅遊分析報告》⁵，預計至2032年全球美食旅遊市場的規模將達到35,151億美元（約275,384億港元）。

美食旅遊是以探索美食為主的旅遊方式，亦是文化旅遊的一個範疇，著眼於文化的參與性及體驗，涵蓋美食與其他元素的結合，如歷史文化、觀光及休閒娛樂等。研究顯示，八成六（86.0%）受訪青年認為「美食旅遊」是具潛力發展的領域。受訪專家及個案的訪問亦顯示，美食與旅遊結合的趨勢大有前景，並支持發展美食深度遊。例如，認為本港可善用景點或古蹟，推廣特色飲食文化，如新界盆菜；認為文化旅遊可結合美食，展現飲食文化及傳統的優勢，說好本港餐飲文化的故事；認為本港可發展高端路線的美食旅遊，配合優質食物與消閒、養生及運動等元素，吸引消費。

此外，疫情過後帶來生活及飲食模式的變化，重視飲食健康文化，帶動社會邁向可持續消費。是次研究顯示，超過九成認為「實踐環境可持續發展」（92.1%）及「推廣健康飲食」（91.5%）是香港飲食文化應朝向的發展方向。

綜合受訪個案及專家的訪問顯示，推動本港飲食符合ESG (Environmental, Social, and Governance)及綠色發展是大趨所趨。例如，有受訪專家指出，剩食升級再造是未來食品的趨勢，能減少食物浪費，亦符合ESG及綠色發展的要求，可減低碳排放。另有受訪個案表示，餐飲業不應只從商業角度運作，需納入更多ESG或社會責任元素，為社會貢獻。

在推廣健康飲食方面，有受訪專家提出本港研發一些健康的食品配方，多走「無添加」路線，可吸引消費者。另有個案反映中菜需注重營養及份量，配合健康的潮流。健康飲食的市場價值變得愈來愈大，是未來

⁵ PR Newswire. (2024, March 19). Culinary Tourism Analysis Report 2024: Global Market to Reach \$3,515.1 Billion by 2032, Driven by Demand for Hands-On Unique Experiences and Appetite for Cultural Exploration and Authenticity. Retrieved April 22, 2024, from <https://www.prnewswire.com/news-releases/culinary-tourism-analysis-report-2024-global-market-to-reach-3-515-1-billion-by-2032--driven-by-demand-for-hands-on-unique-experiences-and-appetite-for-cultural-exploration-and-authenticity-302091439.html>

值得思考的發展方向。

本港美食旅遊具發展潛力，可加速拓展相關領域，並推動飲食文化的革新，朝向可持續發展及健康飲食等市場方向，迎合新興的飲食文化，以鞏固美食之都的實力。

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。

是次研究顯示，「宣傳策略」（85.8%）對建設美食之都重要；另近四成認為定期舉辦本地市集（39.6%）及美食博覽會（38.7%），對推廣美食之都有幫助。情況反映宣傳推廣的重要，同時亦要配合形式推行。

事實上，本港在推廣上考慮以吸引的美食作為賣點，或是可行策略。在 520 名受訪青年中，不少認為地道食物是最能代表香港，以「蛋撻」為首（16.5%）。有受訪個案認同菠蘿油及奶茶最能代表香港美食。另有受訪個案則指出，香港一些高級餐飲具吸引之處，如粵菜。有受訪個案也指出舊式茶樓可感受本地獨特文化的氛圍，成為重要的文化體驗。

此外，有受訪專家、學者及青年個案分別指出，本港餐飲行業需要了解自身的優勢，思考如何提供與眾不同的價值，例如發掘本土小食的不同體驗，或是透過傳統美食結合節日的文化內涵，提供不只是一個食品的體驗，而是能了解食物背後的文化色彩，打造美食之都具特色的食物故事。

不過，現時有關食品及美食的推廣發展，涉及多個部門及組織，有關政策和資訊較分散，缺乏一個專責組織負責，整體發展欠缺策略、資源及路段圖，長遠不利鞏固本港作為美食之都的美譽。

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。

有受訪專家指出，現時年輕一代普遍認為食物工作是辛苦的行業，對於長工時感壓力，並需要於節日工作，犧牲假期及休息時間，導致行業的人才流失頻繁，難以承傳。

研究顯示，受訪青年對從事食物行業的興趣，平均分為 4.96 分；對行業發展前景的信心則略高，平均分為 6.04 分。在鼓勵青年加入食物行業措施上，最多受訪青年認為「改善行業就業環境(如人工、福利)」(50.8%)，其次是「提升行業專業形象」(47.8%)，接著是「建立食物行業晉升階梯」(35.4%)及「提供多元化培訓/進修機會(如海外交流)」(32.9%)。有受訪個案則認為應多展現從事食物工作的不同可能性，或增加青年從小對製造食物的體驗，可擴闊新一代對行業的想像。

綜合受訪專家的訪問顯示，他們認為行業需在薪金、工作環境、前景等迎合青年的需求，從而吸引青年入行。有受訪專家表示，食品的技術與發展，藉機械或新技術增加效能，有助減輕工作量；而食物學科若配合數碼技術或人工智能，令食品行業變得多元，有助建立正面的行業形象，更讓相關行業持續發展。

事實上，現時一些較大型餐飲已推出機械人方案，既有助餐飲業解決人手不足難題，補足人手缺口，減輕前線員工負擔的同時，能提升顧客用餐體驗，長遠有助優化整個餐飲運作。

有受訪專家則指出職業專才教育的重要角色，能為美食之都建立人才庫，提升專業及整體競爭力。隨著本港加強職專教育的發展，尤其將成立應用科學大學，如何優化有關人才培育的措施，惠及美食行業發展，值得關注。

建 議

基於上述研究結果及討論要點，循鞏固本港作為美食之都的發展，進一步發展香港美食的實力，我們認為值得考慮下列建議：

- 1. 建議當局設立「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。**

目前本港食品及美食的推廣發展涉及多個部門及組織，如文化體育及旅遊局負責香港的旅遊發展，並透過香港旅遊發展局(旅發局)展開一系列推廣香港及美食的活動，每年的美食博覽則由商務及經濟發展局下的香港貿易發展局負責，政策措施較零散並缺協同效益。隨周邊地區美食之都冒起，要鞏固香港美食之都的美譽，須有更進取的策略及規劃；當中涉及多個範疇，

由旅遊推廣、餐飲業發展、科技的結合與研發、人才的培育、以至特色美食產品的營銷等，須有較高層次的督導協調。

參考韓國政府成立的「韓國食品振興機構」(**Korean Food Promotion Institute**)，專責發展及推廣當地傳統美食。建議本港成立「香港美食發展專組」，其主要職能包括：(一) 規劃香港美食及食品發展的整體策略及定位，如深化由來已久的多元飲食文化、香港獨有港式風味、中國八大菜系的文化底蘊等。(二) 推動「旅遊+美食」的創意發展，如文化旅遊與美食的融合。(三) 協助業界美食水平朝高質量發展，如向符合正宗烹調的餐廳食肆取得菜系發源地權威機構的認證、促進餐飲業引入科技元素改善人才不足，以及優化顧客體驗等。(四) 策劃本地特色餐飲及創新食品的宣傳推廣，如國際廚神比賽、本地美食地圖製作、促進深度遊與本港傳統菜式的結合，如盆菜宴等。

2. 開展「香港美食傳承運動」，製作本地美食旅遊地圖，配合餐飲消費券，推動具本地特色的美食體驗。

現時，香港每年舉辦「美食商貿博覽」及「香港美酒佳餚巡禮」等知名盛事，藉此吸引海外及本地顧客。除中西薈萃的多元飲食文化外，具香港特色的街頭小食、大排檔及茶餐廳文化亦深受市民及遊客歡迎，因此建議旅發局可開展「香港美食傳承運動」，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，以及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；並配合餐飲消費券，一方面推動遊客品嚐具香港情懷的美食體驗，另一方面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。

3. 推動「多元飲食友善標籤計劃」，包括加入低碳、素食、清真及特殊飲食需要等標籤，照顧不同客群的膳食需要。

從研究結果可見，顧客更著重個人化體驗，餐廳亦務求提升服務質素。現時本港已推動「有營食肆」運動，鼓勵餐飲業參與推廣健康菜式。當局可參考相關經驗，制定符合不同客群友善的標籤，照顧多元飲食需要，包括低碳、素食、清真及特殊飲食需求(如過敏)等標籤。計劃亦宜為餐飲業界提供誘因，如參

與計劃的食肆可提升知名度與增加客戶群，藉此鼓勵餐飲業界，提升顧客體驗。

舉例而言，若餐廳有菜式能符合低碳、素食顧客的飲食需求，即可以獲得多元友善食肆標籤，餐牌上亦可標示合符規格的菜式。長遠而言為配合飲食文化的發展趨勢，進一步優化「多元飲食友善標籤計劃」，如進一步於餐牌上標示含食物過敏、宗教禁的食材，以展現國際大都會形象，建立多元飲食友善的文化，讓海內外旅客「感到貼心，吃得安心」。

參考資料

- am730。2023年1月6日。〈新加坡旅遊 | 亞洲第一間雪糕博物館 入場無限時任食雪糕 新加坡最新親子旅行人氣景點〉。網址：<https://www.am730.com.hk/生活/旅遊/新加坡旅遊-亞洲第一間雪糕博物館-入場無限時任食雪糕-新加坡最新親子旅行人氣景點-/356046>，2024年4月16日下載。
- BBC New 中文。2017年12月21日。〈消費趨勢：「體驗型」購物的未來〉。網址：<https://www.bbc.com/ukchina/trad/vert-cap-42429865>，2024年4月30日下載。
- Capital 資本平台。2018年8月20日。〈全港首部 AI 港式奶茶奶茶沖製機登場〉。網址：<https://www.capital-hk.com/tag/%E6%B8%AF%E5%BC%8F%E5%A5%B6%E8%8C%B6/>，2024年4月21日下載。
- hket。2021年10月4日。〈【綠色飲食】foodpanda 推環保餐廳認證計劃 鼓勵本地餐廳營運兼顧可持續發展〉。網址：<https://topick.hket.com/article/3073708/>【綠色飲食】foodpanda 推環保餐廳認證計劃%E3%80%80 鼓勵本地餐廳營運兼顧可持續發展，2024年4月25日下載。
- hket。2023年5月13日。〈【齊名米芝蓮】逾3千件食品中脫穎而出 皇玥月餅及餅食連續5年獲「世界食品最高金獎」〉。網址：<https://topick.hket.com/article/3525897/>【齊名米芝蓮】逾3千件食品中脫穎而出%E3%80%80 皇玥月餅及餅食連續5年獲「世界食品最高金獎」%C2%A0，2024年4月25日下載。
- hket。2024年3月7日。〈【宣傳香港】《我要做廚神：澳洲版》赴港取景 參賽者據3大港式主題一較高下〉。網址：<https://topick.hket.com/article/3719400/>【宣傳香港】《我要做廚神：澳洲版》赴港取景%E3%80%80 參賽者據3大港式主題一較高下，2024年4月19日下載。
- Kantar。2023年。〈香港植物基飲食品口味研究報告〉。網址：<https://info-profiles.kantar.com/en/research-on-hong-kong-plant-based-food-market>，2024年5月13日下載。
- nippon.com 日本網。2024年2月9日。〈日本觀光廳將以美食為目的持續推廣旅客赴日消費〉。網址：<https://www.nippon.com/hk/news/yjj2024021700154/>，2024年4月5日下載。
- on.cc 東網。2021年4月30日。〈御品皇隆重升級 優質產品獲獎無數〉。網址：https://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/entertainment/20210430/bkn-20210430210016901-0430_00862_001.html，2024年4月25日下載。
- TimeOut。2023年12月16日。〈廟街夜市開鑼 | 逾30個廟街夜市美食攤檔/全新打卡位/美食推介〉。網址：<https://www.timeout.com.hk/hong-kong/hk/最新情報/廟街夜市逾30個廟街夜市美食攤檔開鑼-1215>，2024年4月20日下載。
- Tripvivid。2023年8月6日。〈邂逅馬來傳統蠟染與美食文化 第二屆馬來西亞美食文化節開幕了！〉。網址：<https://www.tripvivid.com/42309.html>，2024年4月14日下載。
- Vision Thai 看見泰國。2020年2月27日。〈泰觀局舉辦破世界紀錄最大「泰國美食快餐車遊行」3月等你大吃〉。網址：<https://visionthai.net/article/tat-food-truck-club-world-largest-parade/>，2024年4月17日下載。
- 力報。2017年11月24日。〈國際廚藝區落戶石排灣 職技學校訓練行行出狀元〉。網址：<https://www.exmoo.com/article/45998.html>，2024年4月14日下載。

- 力報。2018年1月3日。〈短中長期推廣「美食之都」政府擬定今年為「澳門美食年」〉。網址：<https://www.exmoo.com/article/49968.html>。2024年4月14日下載。
- 大公報。2018年4月25日。〈安東伸一獲委任「日本食普及親善大使」〉。網址：<https://www.takungpao.com.hk/hongkong/video/2018/0425/161337.html>，2024年4月9日下載。
- 大公報。2023年4月24日。〈倡大牌檔墟市重現 力保美食天堂〉。網址：<https://www.tkww.hk/epaper/view/newsDetail/1650201209988059136.html>，2024年3月2日下載。
- 大享食育協會。2023年1月15日。〈【韓國食刻】品嘗韓國飲食的縮影：探訪仁寺洞泡菜博物館〉。網址：<https://www.foodiedu.org/news/1778>，2024年4月16日下載。
- 大紀元。2009年9月30日。〈馬來西亞各州政府努力推廣傳統美食〉。網址：<https://www.epochtimes.com/b5/9/9/30/n2673508.htm>，2024年4月14日下載。
- 中原薈。2017年10月29日。〈港式奶茶文化的傳承〉。網址：http://www.centalineclub.com/newsletter/2017_4Q_15/mobile/index.html#p=17，2024年4月21日下載。
- 中華人民共和國商務部。2019年8月5日。〈配合馬來西亞旅遊年宣傳 推廣美食吸引中國客人〉。網址：<http://my.mofcom.gov.cn/article/fuxin/201908/20190802887645.shtml>，2024年4月14日下載。
- 文灼非。2019年5月2日。〈香港第一家機械人餐廳的啟示〉。網址：<https://www.master-insight.com/香港第一家機械人餐廳的啟示/>，2024年4月21日下載。
- 文匯網。2024年4月19日。〈廟街推廣項目營運期延長至今年12月〉。網址：<https://www.wenweipo.com/a/202404/19/AP66223443e4b009ba8537b033.html>，2024年4月20日下載。
- 生產力局。2022年9月7日。〈生產力局「食品未來科技館」開幕 展示多項全球領先的獲獎食品科技 推動業界邁向再工業化〉。網址：<https://www.hkpc.org/zh-HK/about-us/media-centre/press-releases/2022/hkpc-futurefoodte>，2024年4月21日下載。
- 成都日報。2022年2月15日。〈成都建設國際美食之都五年行動計畫（2021-2025年）徵求意見〉。網址：http://zw.china.com.cn/2022-02/15/content_78048843.html，2024年4月19日下載。
- 江麗盈。2024年4月1日。〈日本設食文化室推廣和食 料理講師：年輕人會察覺家的味道重要〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/1003680/日本設食文化室推廣和食-料理講師-年輕人會察覺家的味道重要>，2024年4月5日下載。
- 投資推廣署。2022年4月。〈食品科技〉。網址：<https://www.investhk.gov.hk/media/2qnkwo0/202204-foodtech-tc.pdf>，2024年2月18日下載。
- 投資推廣署。2023年11月。〈飲食業〉。網址：https://www.investhk.gov.hk/media/5smf2wou/202311_foodservice_tc.pdf，2024年4月28日下載。
- 李俊杰。2023年10月3日。〈反向代購興起 本土餐飲捱打〉。網址：<https://monthly.hkej.com/monthly/article/id/3578494/反向代購興起%20%20%20本土餐飲捱打>，2024年3月2日下載。

- 明報網。2021年10月5日。〈馬來西亞節 | 馬來西亞美饌 100%「榴槤」忘返！〉。網址：<https://powerup.mingpao.com/馬來西亞節 | 馬來西亞美饌-100「榴槤」忘返！/>，2024年4月14日下載。
- 雨兒。2022年8月24日。〈90後中同齊追夢 | 閣樓廠房釀製本土精品汽水〉。網址：https://www.andthen.hk/buy/65039_閣樓廠房-mezzanine-makers-本地汽水/，2024年5月1日下載。
- 青年研究中心。2024年1月14日。〈促進綠色就業發展〉。網址：https://yrc.hkfyg.org.hk/wp-content/uploads/sites/56/2024/01/YI076_Report.pdf，2024年4月28日下載。
- 侯羽穎。2021年8月30日。〈泰國的美食外交（二）：除了核發海外餐廳「泰精選」認證，還開發出「試菜」機器人〉。網址：<https://www.thenewslens.com/article/155599>，2024年4月17日下載。
- 政府統計處。2023年12月29日。表610-72006：按詳細行業組別劃分的所有製造業機構單位主要統計數字。網址：https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=610-72006，2024年5月27日下載。
- 政府統計處。2023年12月29日。表625-76102：按行業組別及就業人數劃分的所有機構單位主要統計數字（住宿及膳食服務業）。網址：https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=625-76102#，2024年5月27日下載。
- 星島日報。2022年5月18日。〈「馬來西亞美食活動」登場〉。網址：<https://www.singtaousa.com/2022-05-18/「馬來西亞美食活動」登場/4082837#page2>，2024年4月14日下載。
- 星島網。2023年7月3日。〈旅發局疫後首次邀請國際頂級名廚來港交流 盼美食天堂吸引旅客以香港為首選目的地〉。網址：<https://std.stheadline.com/realtime/article/1936398/即時-港聞-旅發局疫後首次邀請國際頂級名廚來港交流-盼美食天堂吸引旅客以香港為首選目的地>，2024年4月19日下載。
- 星島網。2024年2月26日。〈肉骨茶列大馬美食遺產引爭議〉。網址：<https://std.stheadline.com/daily/article/2573754/日報-國際-肉骨茶列大馬美食遺產引爭議>，2024年4月14日下載。
- 洪柏智、郭欣易。2023年。〈「世界廚房」的美食外交：海外泰國餐館扮演的重要角色〉。《觀光休閒學報》，第29卷（2），233-260。
- 洪柏智、陳育蒼。2021年。〈城市觀光政治經濟學—新加坡小販文化經驗對高雄菜市場發展之啟發〉。《城市學學刊》，第11卷（1），167-204。
- 香港檢測和認證局。2020年12月。《食品》。網址：https://www.hkctc.gov.hk/tc/doc/food_booklet_tc.pdf，2023年4月23日下載。
- 香港01。2023年4月19日。〈旅發局「香港旅遊最強推薦清單」出爐！點心、東方威尼斯大熱當選〉。網址：https://www.hk01.com/article/889580?utm_source=01articlecopy&utm_medium=referra，2024年4月23日下載。
- 香港01。2024年4月17日。〈旅發局餐飲消費券 | 文體旅局：開支達2400萬元 旅客兌換率約20%〉。網址：<https://www.hk01.com/社會新聞/1011237/旅發局餐飲消費券-文體旅局-開支達2400萬元-旅客兌換率約20>，2024年4月25日下載。
- 香港01。2024年4月17日。〈特別財會 | 旅發局請林明禎等明星、KOL拍片 合力「軟銷」香港〉。網址：<https://www.hk01.com/政情/1011155/特別財會-旅發局請林明禎等明星-kol拍片-合力-軟銷-香港>，2024年4月25日下載。

- 香港 01 評論。2019 年 9 月 13 日。〈【香港味道】美食揚威海外 本土文化須保存〉。網址：<https://www.hk01.com/深度報道/374081/香港味道-美食揚威海外-本土文化須保存>，2024 年 4 月 5 日下載。
- 香港中華廠商聯合會研究部。2023 年 11 月 7 日。〈韓國食品工業的崛起之路及對香港的啓示〉。網址：
[https://www.cma.org.hk/uploads/ckfinder/files/Research/CommentandAnalysis/經貿時事評論_2023年第二十四期\(總第385期\)\(2023年11月07日\)\(1\).pdf](https://www.cma.org.hk/uploads/ckfinder/files/Research/CommentandAnalysis/經貿時事評論_2023年第二十四期(總第385期)(2023年11月07日)(1).pdf)，2024 年 2 月 19 日下載。
- 香港食品委員會。2017 年 4 月 31 日。〈2016 「百年食品品牌」得獎企業〉。網址：www.hkfc.org.hk/zh_HK/2017/04/30/2016-「百年食品品牌」得獎企業/，2024 年 6 月 12 日下載。
- 香港特別行政區政府新聞公報。2024 年 1 月 10 日。〈立法會十九題：職業專才教育〉。網址：
<https://www.info.gov.hk/gia/general/202401/10/P2024011000268.htm>，2024 年 5 月 6 日下載。
- 香港特別行政區政府新聞公報。2024 年 5 月 6 日。〈二零二四年第一季食肆收益及購貨額臨時統計數字〉。網址：
<https://www.info.gov.hk/gia/general/202405/06/P2024050600327.htm>，2024 年 6 月 14 日下載。
- 香港商報網。2020 年 6 月 23 日。〈餐廳進化論：「智能+」帶來萬億餐飲市場新機遇〉。網址：https://hkcd.com/content/2020-06/23/content_1199061.html，2024 年 4 月 19 日下載。
- 香港商報網。2023 年 12 月 19 日。〈「味道湖南·去湘當有味的地方」湖南美食旅遊地圖即將上線〉。網址：https://www.hkcd.com.hk/content_app/2023-12/19/content_8615293.html，2024 年 4 月 19 日下載。
- 香港電台。2023 年 12 月 22 日。〈香港電台與中央廣播電視總台聯合製作《香港之味》〉。網址：<https://app3.rthk.hk/press/main.php?id=2074>，2024 年 4 月 19 日下載。
- 徐郁婷、陳麗婷。2023 年 10 月 18 日。〈新加坡食品科技創新重點及驅動力〉。網址：
https://www.moea.gov.tw/MNS/doi/industrytech/IndustryTech.aspx?menu_id=13545&it_id=503，2024 年 4 月 16 日下載。
- 旅遊局。2022 年 3 月 8 日。〈旅遊局推澳門土生菜系列影片 促美食文化傳承〉。網址：<https://www.gov.mo/zh-hant/news/887402/>，2024 年 4 月 14 日下載。
- 旅遊局。2022 年 4 月 27 日。〈旅遊局推“旅遊+美食”新短片促傳承 持續推廣旅客盡享美食〉。網址：<https://www.gcs.gov.mo/detail/zh-hant/N22CHe7ilh>，2024 年 4 月 14 日下載。
- 泰國觀光局台北辦事處。2019 年 4 月 18 日。〈美食觀光：在任何語言中泰國意味著“美食”〉。網址：<https://www.tatpae.org.tw/News/Info.html?id=86>，2024 年 4 月 17 日下載。
- 泰國觀光局台北辦事處。2023 年 6 月 8 日。〈泰國觀光局推廣“泰國隱藏版美食”以促進美食旅遊〉。網址：<https://www.tatpae.org.tw/News/Info.html?id=784>，2024 年 4 月 17 日下載。
- 能力雜誌。2023 年 12 月 7 日。〈揭密！全球旅客瘋日本 日飲食文化「軟實力」〉。網址：<https://mymkc.com/article/content/25105>，2024 年 4 月 5 日下載。
- 財政司司長陳茂波。2024 年 2 月 28 日。〈預算案演辭〉。網址：
<https://www.budget.gov.hk/2024/chi/budget10.html>，2024 年 5 月 4 日下載。

- 張嘉芬 (譯)。2022 年。《未來食物大預報：後疫時代的食品優化、新時代包裝、烹調體驗與數據結合 AI 應用趨勢》(原作者：田中宏隆、岡田亞希子、瀨川明秀)。台灣：高寶書版。
- 無綫新聞。2024 年 4 月 3 日。〈北京可為特色餐飲提供最多百萬人民幣獎勵 有餐廳指助行業多元化發展〉。網址：
<https://news.tvb.com/tc/greaterchina/660d34436a2523f7fdac86d7/兩岸-北京可為特色餐飲提供最多百萬人民幣獎勵-有餐廳指助行業多元化發展>，2024 年 4 月 19 日下載。
- 越南時代中文版。2023 年 11 月 14 日。〈越南美食以及成為世界廚房的目標〉。網址：<https://shidai.thoidai.com.vn/detail-article-44113.html>，2024 年 4 月 7 日下載。
- 越南通訊社。2023 年 5 月 29 日。〈美食帶動旅遊發展的動力〉。網址：
https://zh.vietnamplus.vn/发展特色美食-推动旅游业发展/188155.vnp?utm_source=link.gov.vn#source=link.gov.vn，2024 年 4 月 7 日下載。
- 楊絲貽。2022 年 12 月 17 日。〈疫後解封迎來「養生旅遊」時代！睡眠追蹤、高壓氧氣艙〉。網址：
<https://alive.businessweekly.com.tw/single/Index/ARTL006001625>，2024 年 5 月 5 日下載。
- 資料來源：中華書局網頁，網址：
<https://www.chunghwabook.com.hk/book/detail/id/1378029545429738265>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：中華廚藝學院網頁，網址：
[https://www.cci.edu.hk/uploads/cci/files/pdf/Trade_Test_final\(1\).pdf](https://www.cci.edu.hk/uploads/cci/files/pdf/Trade_Test_final(1).pdf)，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：政府統計處網頁，網址：
<https://www.censtatd.gov.hk/tc/scode540.html>，2024 年 6 月 14 日下載。
- 資料來源：香港旅遊發展局網頁，網址：
<https://www.discoverhongkong.com/tc/what-s-new/events/dhk-highlighted-events/hong-kong-wine-and-dine-festival.html>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：香港高等教育科技學院網頁，網址：
<https://www.thei.edu.hk/tc/programme/hospitality-management/bachelor-of-arts-honours-in-culinary-arts-and-management/>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：香港貿發局網頁，網址：<https://www.hktdc.com/event/foodexpopro/tc>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：香港貿發局網頁，網址：<https://www.hktdc.com/event/hkfoodexpo/tc>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：國際廚藝學院網頁，網址：<https://www.ici.edu.hk/html/tc/trade-test.html>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：稻苗學院網頁，網址：<https://www.ida.org.hk/course>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 資料來源：稻香集團網頁，網址：
<https://www.taoheung.com.hk/tc/museum/introduction/index.html>，2024 年 6 月 11 日下載。
- 甄榮康。2022 年 12 月 15 日。〈搶人才系列(二)：星洲才策藍圖 搶攻未來經濟〉。網址：<https://www.recruit.com.hk/article/搶人才系列-二-星洲才策藍圖-搶攻未來經濟/43244?sectionId=CRN>，2024 年 4 月 16 日下載。
- 趙雙、唐勇、譚素雅。2023 年 9 月。〈基於動機的樂山美食旅遊聚類研究〉。《樂山師範學院學報》，第 38 卷(9)，84-93。

- 劉奕君。2016年11月14日。〈創意旅遊〉。網址：
<https://www.legco.gov.hk/research-publications/chinese/essentials-1617ise03-creative-tourism.htm>，2024年4月16日下載。
- 澳門特別行政區政府。2023年10月。《澳門特別行政區經濟適度多元發展規劃（2024-2028年）》。網址：
https://www.dsepdr.gov.mo/uploads/attachment/2023-10/e-book_C.pdf，2024年5月19日下載。
- 澳門教青局。2019年3月4日。〈中葡職業技術學校與旅遊學院合辦高中「國際廚藝課程」〉。網址：<https://www.gcs.gov.mo/news/detail/zh-hant/N19CDQTxDk>，2024年4月14日下載。
- 澳門貿易投資促進局。2020年12月。〈從多方面推廣「美食之都」文化〉。網址：<https://www.ipim.gov.mo/zh-hant/publication/issue-70-jul-2018/interview/multiple-ways-to-promote-macao-as-a-unesco-creative-city-of-gastronomy/>，2024年4月14日下載。
- 聯合早報。2016年9月8日。〈新加坡食品服務業轉型藍圖出爐〉。網址：
<https://www.zaobao.com/realtime/singapore/story20160908-664030>，2024年4月16日下載。
- 羅璿。2021年3月9日。〈「升級再造」翻轉全球食品業！剩食生出新商機〉。網址：
<https://www.foodnext.net/news/newstrack/paper/5357565298>，2024年2月24日下載。
- Good Food Institute. (2022, March 2). Record \$5 billion invested in alt proteins in 2021, surging 60 percent since 2020. Retrieved February 18, 2024, from <https://gfi.org/press/record-5-billion-invested-in-alt-proteins-in-2021/>
- GS1 Hong Kong。2024年2月22日。〈2024 優質食品計劃〉。網址：
<https://www.gs1hk.org/sites/default/files/2024-02/Quality-Food-Scheme-booklet-2024.pdf>，2024年4月25日下載。
- Hinson, T. (2015, March 2). 11 of the world's top food museums. Retrieved April 16, 2024, from <https://edition.cnn.com/travel/article/worlds-top-food-museums/index.html>
- Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. (undated). EAT! MEET! JAPAN. Retrieved June 11, 2024, from https://www.maff.go.jp/e/policies/rural_dev/eatmeetjapan/index.html
- PR Newswire. (2024, March 19). Culinary Tourism Analysis Report 2024: Global Market to Reach \$3,515.1 Billion by 2032, Driven by Demand for Hands-On Unique Experiences and Appetite for Cultural Exploration and Authenticity. Retrieved April 22, 2024, from <https://www.prnewswire.com/news-releases/culinary-tourism-analysis-report-2024-global-market-to-reach-3-515-1-billion-by-2032--driven-by-demand-for-hands-on-unique-experiences-and-appetite-for-cultural-exploration-and-authenticity-302091439.html>
- UNESCO Creative Cities Network. (Undated). Creative Cities List: Gastronomy. Retrieved June 3, 2024, from https://www.unesco.org/en/creative-cities/grid?hub=80094&f%5B0%5D=dataset_filters%3Adcd56a5b-5821-475e-986f-a8ce6bb65350#toggle-facets
- Wikipedia. (Undated). City of Gastronomy. Retrieved June 3, 2024, from https://en.wikipedia.org/wiki/City_of_Gastronomy
- World Food Travel Association. (2017, October 8). What is Food Tourism? Retrieved April 22, 2024, from <https://web.archive.org/web/20190716162714/https://www.worldfoodtravel.org/c/pages/what-is-food-tourism>

香港青年協會 青年研究中心
青年創研庫
「經濟就業」專題研究系列
為鞏固「美食之都」享譽尋出路

調查對象：18-34 歲香港青年

樣本數目：520 人

調查方法：實地意見調查

調查期間：2024 年 4 月中

題目範疇：

| 範疇 | 題目 |
|----|--------------------------|
| 1 | 對本港美食的觀感 [V03] - [V04] |
| 2 | 對本港美食之都的看法 [V05] - [V28] |
| 3 | 對從事食物行業的看法 [V29] - [V31] |
| 4 | 個人資料 [V32] - [V36] |

簡介

香港青年協會正搜集建立香港美食之都軟實力嘅意見。現誠意邀請你協助填答本問卷。問卷只需約 5-8 分鐘完成。你提供嘅資料會絕對保密，只供研究分析用途。

如有任何問題，請聯絡香港青年協會青年研究中心：3755 7022 / yr@hkfyg.org.hk

第 1 部份 選出被訪者 ([V01] - [V02])

[V01] 請問你係唔係 18 至 34 歲香港居民？

- 1 是 (跳至 [V03])
- 2 不是 (跳至 [V02])

第 2 部份 非合適被訪者

[V02] 唔好意思，你唔屬於本次研究嘅訪問對象。我哋期望日後有機會再邀請你填答問卷。(跳至 [完結])

第 3 部份 問卷內容

3.1 對本港美食的觀感 ([V03] - [V04])

[V03] 請講出一樣你認為最能代表香港嘅美食？(不讀選項)

- | | | | |
|----|--------|----|---------------|
| 1 | 菠蘿包(油) | 13 | 砵仔糕 |
| 2 | 蛋撻 | 14 | 西多士 |
| 3 | 奶茶 | 15 | 芝麻糊 |
| 4 | 雞蛋仔 | 16 | 碗仔翅 |
| 5 | 燒賣 | 17 | 豆腐花 |
| 6 | 蝦餃 | 18 | 沙爹牛肉麵 |
| 7 | (咖喱)魚蛋 | 19 | 燒味 |
| 8 | 牛雜 | 20 | 腸粉 |
| 9 | 煎釀三寶 | 21 | 老婆餅 |
| 10 | 車仔麵 | 22 | 沒有 |
| 11 | 雲吞麵 | 23 | 其他 (請註明：____) |
| 12 | 煲仔飯 | 88 | 唔知/難講 |

[V04] 整體嚟講，你認為本港美食有幾吸引？（請以 0-10 分表示；0 分=完全唔吸引，5 分=一半半，10 分=非常吸引）

| | | | | | | | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------------|
| 0 分 | 1 分 | 2 分 | 3 分 | 4 分 | 5 分 | 6 分 | 7 分 | 8 分 | 9 分 | 10 分 | 88. 唔知／難講 |
| | | | | | | | | | | | |

3.2 對本港美食之都的看法 ([V05] - [V28])

[V05] 你有幾認同香港係一個美食之都？

- | | |
|--------|----------|
| 1 非常認同 | 4 非常唔認同 |
| 2 幾認同 | 88 唔知／難講 |
| 3 幾唔認同 | |

[V06] 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）

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| 1 多元飲食文化（如街頭小食、 茶餐廳、高級食店） | 6 行業人才充足 |
| 2 創新能力 | 7 國際化餐飲 |
| 3 食物品質 | 8 薈萃中華地區飲食文化 |
| 4 食物安全 | 9 其他（請註明：_____） |
| 5 食材豐富 | 88 唔知／難講 |

[V07] 你認為本港作為美食之都邊一啲不足？
（讀選項 1-8，最多選 3 項）

- | | |
|----------|-----------------|
| 1 食物價錢偏高 | 6 食物欠缺特色 |
| 2 食店質素參差 | 7 服務體驗欠佳 |
| 3 食物選擇有限 | 8 對傳統飲食文化嘅保育不足 |
| 4 食物標準化 | 9 其他（請註明：_____） |
| 5 宣傳策略遜色 | 88 唔知／難講 |

本港要建設美食之都，你認為以下嘅方面有幾重要？

| | | 1. 非常 重要 | 2. 頗重要 | 3. 不太 重要 | 4. 完全不 重要 | 88. 唔知／ 難講 |
|-------|----------|----------------|-----------|----------------|-----------------|------------------|
| [V08] | 服務質素 | | | | | |
| [V09] | 食物質素 | | | | | |
| [V10] | 食物安全 | | | | | |
| [V11] | 食肆環境 | | | | | |
| [V12] | 宣傳策略 | | | | | |
| [V13] | 創新及創意 | | | | | |
| [V14] | 推廣傳統飲食文化 | | | | | |
| [V15] | 行業人才培育 | | | | | |

[V16] 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）

- | | |
|----------|------------------|
| 1 租金昂貴 | 7 行業缺乏革新 |
| 2 食材成本高 | 8 傳統食物技藝趨式微 |
| 3 人手不足 | 9 沒有挑戰 |
| 4 周邊地區競爭 | 10 其他（請註明：_____） |
| 5 消費模式轉變 | 88 唔知／難講 |
| 6 宣傳策略遜色 | |

你有幾同意以下係香港有潛力發展嘅範疇？

| | | 1. 非常 同意 | 2. 頗同 意 | 3. 不太 同意 | 4. 完全 不同 意 | 88. 唔知/ 難講 |
|-------|---------------------|----------------|---------------|----------------|---------------------|------------------|
| [V17] | 美食旅遊 | | | | | |
| [V18] | 食品科技 | | | | | |
| [V19] | 食品安全 | | | | | |
| [V20] | 智慧餐飲（如機械人餐廳） | | | | | |
| [V21] | 高級餐飲（如 fine dining） | | | | | |

你又有幾同意香港嘅飲食文化，應朝向以下嘅方面發展？

| | | 1. 非常 同意 | 2. 頗同 意 | 3. 不太 同意 | 4. 完全 不同 意 | 88. 唔知/ 難講 |
|-------|--------------|----------------|---------------|----------------|---------------------|------------------|
| [V22] | 推廣健康飲食 | | | | | |
| [V23] | 實踐環境可持續發展 | | | | | |
| [V24] | 應用創新科技 | | | | | |
| [V25] | 優化傳統飲食文化 | | | | | |
| [V26] | 促進與灣區飲食文化嘅融合 | | | | | |
| [V27] | 提升國際化水平 | | | | | |

[V28] 就推廣香港美食之都，你認為以下邊啲措施有幫助？
（讀選項 1-13，最多選 3 項）

- | | | | |
|---|--------------------|----|--------------------|
| 1 | 定期舉辦美食博覽會 | 9 | 建立特色餐廳街道（如美食街） |
| 2 | 到外地參展或比賽 | 10 | 推廣夜市美食文化 |
| 3 | 定期舉辦本地市集 | 11 | 舉辦傳統技藝工作坊 |
| 4 | 發展美食旅遊路線 | 12 | 推動飲食教育（如健康飲食、味道鑑賞） |
| 5 | 善用網絡社交平台宣傳 | 13 | 建設本港美食文化館 |
| 6 | 製作串流平台嘅香港美食節目 | 14 | 其他（請註明：_____） |
| 7 | 推薦美食評鑑餐廳（如米芝蓮、黑珍珠） | 88 | 唔知／難講 |
| 8 | 認證本港特色美食 | | |

3.3 對從事食物行業的看法（[V29] - [V31]）

訪問員讀出：

「食物行業」係咩？
「食物行業」係涉及食物供應鏈嘅工作。通常包括前線餐飲或銷售、食物製作、檢測認證等，亦涵蓋一啲新興嘅種類，例如食品科技、foodie 等職業。

[V29] 你對從事食物行業有幾大興趣？（請以 0-10 分表示；0 分=完全無興趣，5 分=一半半，10 分=非常有興趣）

| 0 分 | 1 分 | 2 分 | 3 分 | 4 分 | 5 分 | 6 分 | 7 分 | 8 分 | 9 分 | 10 分 | 88. 唔知/ 難講 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|------------------|
| | | | | | | | | | | | |

[V30] 你對本港食物行業嘅發展前景信心又有幾大？（請以 0-10 分表示；0 分=非常小，5 分=一半半，10 分=非常大）

| | | | | | | | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------------|
| 0 分 | 1 分 | 2 分 | 3 分 | 4 分 | 5 分 | 6 分 | 7 分 | 8 分 | 9 分 | 10 分 | 88. 唔知／難講 |
| | | | | | | | | | | | |

[V31] 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）

- | | |
|---------------------------|-----------------|
| 1 改善行業就業環境 (如人工、福利) | 6 提供更多行業支援 |
| 2 提升行業嘅專業形象 | 7 推動職業專才教育嘅普及化 |
| 3 加強科技應用 | 8 其他（請註明：_____） |
| 4 建立食物行業晉升階梯 | 88 唔知／難講 |
| 5 提供多元化培訓/進修機會 (如海外交流) | |

第 4 部份 個人資料 ([V32] - [V36])

[V32] 性別：

- 1 男
- 2 女

[V33] 年齡：_____歲（實數）

[V34] 最高教育程度（包括正在修讀的課程）：

- | | |
|------------------|----------------|
| 1 小學或以下 | 5 大學學位 |
| 2 初中（中一至中三） | 6 大學學位以上(如：碩士) |
| 3 高中(中四至中六，包括毅進) | 88 唔知／難講 |
| 4 專上非學位 | |

[V35] 現時行業：

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1 製造 | 8 公共行政、社會及個人服務 |
| 2 建造 | 9 學生 |
| 3 進出口貿易及批發 | 10 料理家務者 |
| 4 零售、住宿及膳食服務 | 11 待業、失業及其他非在職者 |
| 5 運輸、倉庫、郵政及速遞服務 | 12 其他（請註明：_____） |
| 6 資訊及通訊 | 88 唔知／難講 |
| 7 金融、保險、地產、專業及商用服務 | |

[V36] 現時係咪從事食物相關嘅工作：

- 1 係
- 2 唔係

— [完結] 問卷完成，非常感謝您嘅參與 —

香港青年協會

The Hong Kong Federation of Youth Groups

hkfyg.org.hk | m21.hk

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。隨著社會瞬息萬變,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接近 600 萬。在社會各界支持下,我們全港設有 90 多個服務單位,全面支援青年的需要,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達 50 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,亦有超過 25 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)青年研究中心於 2015 年成立青年創研庫,是本港一個屬於青年的智庫,透過科學研究和政策倡議,為香港社會的發展建言獻策。自成立以來,創研庫共完成 70 項研究,並與政策制定者及社會各界積極交流。

新一屆(2023-2025 年度)青年創研庫由近 80 位專業才俊、青年創業家與大專學生組成。五位專家、學者應邀擔任創研庫的顧問導師,就各項研究提供寶貴意見。

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,以求真求實的態度,探討解決對策和可行方案。

青年創研庫將持續與青年研究中心,定期發表研究報告。新一屆創研庫以「連繫·創見」為主題,透過三項專題研究系列:(一)經濟就業;(二)社會民生;以及(三)青年發展,連繫青年、社區與社會各界,以研究和行動推動社會轉變。

青年研究中心

Youth Research Centre

yrc.hkfyg.org.hk

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 30 年間，持續進行一系列有系統和科學性的青年研究，至今已完成超過 400 項研究報告，當中包括《香港青年趨勢分析》及《青年研究學報》，讓社會各界掌握青年脈搏，並為香港制定青年政策和策劃青年服務，提供重要參考。

為進一步強化研究領域和青年參與，中心於 2015 年成立青年創研庫，由本地年輕專業才俊與大專學生組成智庫，至今已就青年發展、經濟、管治、教育及民生等專題，完成超過 70 項研究報告，以青年角度為香港社會持續發展建言獻策。

香港青年協會領袖學院簡介

The HKFYG Leadership Institute

LeadershipInstitute.hk

香港青年協會領袖學院（簡稱「領袖學院」）致力為本港培養和訓練高質素的領袖人才，以支持及推動香港在二十一世紀的發展。秉承過去近 20 年的青年領袖培訓經驗，領袖學院於 2019 年 3 月正式開幕，重點培訓領袖技巧、提升傳意溝通、加深認識國家發展、開拓全球視野，以及推動社會參與的機會。

領袖學院至今為本港超過 20 萬名學生領袖提供多元化培訓、交流項目，以及開拓視野的機會。此外，社會領袖、各界專家及學者亦與領袖學院秉持相同信念，與學員分享他們的寶貴經驗及領導睿智，啟發青年在社會各個領域上發揮領導角色。領袖學院更與政府部門、企業、學校及專業團體等合作，設計適切實用的學習項目，為社會建立全方位的人才庫。

研究報告一覽

| 系列編號 Serial No. | 題目 Titles | 日期 Date |
|--------------------|---|------------|
| YI001 | 人盡其才—如何開拓青年就業出路 The Opportunities of Vocational Training for Youth Employment | 7/2015 |
| YI002 | 年輕一代可以為高齡社會做什麼？ What can the Younger Generation Do for an Aged Society? | 8/2015 |
| YI003 | 誰願意參與公共事務？ Who is Willing to Take up Positions in Public Affairs? | 9/2015 |
| YI004 | 促進青年參與創新科技的障礙與對策 Encouraging Young People to Participate in Innovation and Technology Development | 10/2015 |
| YI005 | 如何促進科技創業的發展條件 Enhancing the Conditions for Technology Start-ups | 11/2015 |
| YI006 | 輸入人才的機遇及影響 Attracting Talents to Hong Kong: Impact and Opportunities | 12/2015 |
| YI007 | 青年看公眾諮詢的不足與障礙 Young People's Perception on Public Consultations | 1/2016 |
| YI008 | 「翻轉教室」有助提升香港學生自主學習？ Do "Flipped Classrooms" Motivate Students to Learn? | 2/2016 |
| YI009 | 香港擔任「超級聯繫人」的挑戰與機遇 Challenges and Opportunities: Hong Kong's Role as a Super-Connector | 3/2016 |
| YI010 | 年輕一代為何出現悲觀情緒 What Makes Young People Feel Negative | 4/2016 |
| YI011 | 青年看立法會的職能與運作 Young People's Views on the Roles and Functions of the Legislative Council | 5/2016 |
| YI012 | 青年對持續進修的取態 Young People's Views on Continuous Learning | 6/2016 |
| YI013 | 多元發展香港旅遊業 Diversifying Hong Kong's Attractions to Boost Tourism | 8/2016 |
| YI014 | 少數族裔人士在港生活的困境 Challenges Faced by Ethnic Minorities in Hong Kong | 9/2016 |
| YI015 | 青年對公務員及其所面對挑戰的意見 Young People's Views on Civil Servant Challenges | 10/2016 |
| YI016 | 中學生對體育教育的意見和取態 Attitude of Secondary Students on Physical Education | 11/2016 |
| YI017 | 新生代的彈性就業模式 Flexible Employment of Today's Youth | 12/2016 |
| YI018 | 青年對香港城市規劃的願景 Young people's Views on "Hong Kong 2030+" | 1/2017 |
| YI019 | 青年對政治委任官員的期望 Young People's Views on the Performance of Political Appointments | 2/2017 |
| YI020 | 小學創科教育的狀況與啟示 STEM Education in Primary Schools | 3/2017 |
| YI021 | 香港創意工藝產業化的發展挑戰與機遇 Challenges and Opportunities Facing the Development of Creative Craftsmanship in Hong Kong | 4/2017 |
| YI022 | 青少年如何處理壓力 How Young People Cope with Stress | 5/2017 |
| YI023 | 香港青年看社會團結 Young People's Views on Togetherness | 6/2017 |
| YI024 | 高中學生對「休學年」的取態 Views of Senior Secondary Students on Taking a Gap in Their Studies | 7/2017 |
| YI025 | 如何建立公眾對政府的信任 Building Public Trust in the Government | 12/2017 |
| YI026 | 改善中學 STEM 教育的資源運用 STEM Education in Secondary Schools: Improving Resource Utilization | 1/2018 |

| 系列編號 Serial No. | 題目 Titles | 日期 Date |
|--------------------|---|------------|
| YI027 | 電競業在香港的發展機遇 e-Sports in Hong Kong | 1/2018 |
| YI028 | 提升香港器官捐贈率 Promoting Organ Donation in Hong Kong | 2/2018 |
| YI029 | 促進特區政府電子服務 Enhancing e-Government in the HKSAR | 4/2018 |
| YI030 | 改善高中通識科的教學與評核 Improving Liberal Studies in Senior Secondary Education | 6/2018 |
| YI031 | 推動耆壯人士就業 Encouraging Young-Olds Employment | 6/2018 |
| YI032 | 提升香港生育率 Boosting Birth Rate in Hong Kong | 7/2018 |
| YI033 | 培養香港管治人才 Nurturing Talent for Governance | 8/2018 |
| YI034 | 創科生活應用與智慧城市 Living with Innovative Technologies and Building a Smart City | 9/2018 |
| YI035 | 釋放香港女性勞動力 Improving Incentives for Women's Employment | 10/2018 |
| YI036 | 促進高學歷特殊需要青年的就業機會 Enhancing Career Opportunities for Higher Educated Youth with SEN or Disabilities | 11/2018 |
| YI037 | 促進市民參與公共財政管理 Involving the Community in Public Finance Management | 12/2018 |
| YI038 | 改善中學生涯規劃教育的效能 Improving the Effectiveness of Career and Life Planning Education | 1/2019 |
| YI039 | 消除港青在粵港澳大灣區發展事業的障礙 Overcoming Career Challenges of Hong Kong Young People in the Greater Bay Area | 2/2019 |
| YI040 | 改善香港減廢與資源回收狀況 Stepping up Efforts in Reducing and Recycling Waste in Hong Kong | 3/2019 |
| YI041 | 優化香港特別行政區授勳及嘉獎制度 Advancing the Honours and Awards System of the HKSAR | 4/2019 |
| YI042 | 提升初中資訊科技教育的效能 Increasing the Efficacy of ICT Education at Junior Secondary Level | 5/2019 |
| YI043 | 吸納多元化年輕人才來港就業 Attracting Diverse Young Talents to Hong Kong | 6/2019 |
| YI044 | 「共居」— 香港青年住屋的可行出路？ Co-Living: An Alternative Hong Kong Housing Solution for Youth? | 8/2019 |
| YI045 | 強化區議會的角色與職能 Strengthening the Role and Functions of District Councils | 9/2019 |
| YI046 | 改善青年理財教育 Improving Financial Education for Young People | 9/2019 |
| YI047 | 豐富職青的海外視野與就業經驗 Enriching the Experiences of Working Youth through Overseas Exposures | 10/2019 |
| YI048 | 改善香港的跨代關係 Strengthening Intergenerational Understanding | 12/2019 |
| YI049 | 善用社交媒體提升管治 Improving Governance by Maximising Effectiveness of Social Media | 4/2020 |
| YI050 | 加強支援電子學習的發展 Enhancing Support for e-Learning in Schools | 7/2020 |
| YI051 | 促進虛擬銀行服務惠及青年 Facilitating Young People's Access to Financial Services through Virtual Banking | 7/2020 |
| YI052 | 優化彈性工作安排應對職場新常態 Maximizing the Advantages of Flexible Working Arrangements | 9/2020 |

| 系列編號 Serial No. | 題目 Titles | 日期 Date |
|--------------------|---|------------|
| YI053 | 改善諮詢組織運作促進青年參與 Improving Operations of Advisory Bodies to Better Facilitate Youth Engagement | 9/2020 |
| YI054 | 疫情下為青年就業尋出路 Opportunities for Youth Employment Amid the Pandemic | 11/2020 |
| YI055 | 新常態下促進學生實習經驗 Enriching Students' Internship Experiences in the Next Normal | 11/2020 |
| YI056 | 全民抗疫對促進公共衛生的啟示 Public Health Lessons Learnt from COVID-19 | 1/2021 |
| YI057 | 從青年去留抉擇看改善特區管治 To Stay or To Leave? A Critical Question for Good Governance | 1/2021 |
| YI058 | 為香港年輕人才流失作準備 Tackling Hong Kong's Brain Drain | 3/2021 |
| YI059 | 支援教師應對教學新挑戰 Supporting Teachers in Facing Educational Challenges | 4/2021 |
| YI060 | 大數據時代下保障個人私隱 Balancing Privacy Protection and Big Data Development | 5/2021 |
| YI061 | 促進公務員隊伍的人才發展 The Challenges of Civil Servant Talent Development | 6/2021 |
| YI062 | 擴闊香港青年事業發展機遇 Navigating Career Opportunities for Young People | 8/2021 |
| YI063 | 更新高中核心科目課程：挑戰與應對 Preparing for the Changes in the Senior Secondary Curriculum | 8/2021 |
| YI064 | 釋放香港娛樂產業的潛力 Unleashing the Potential of Local Entertainment Industry | 9/2021 |
| YI065 | 強化教育以維護法治 Strengthening the Rule of Law through Education | 11/2021 |
| YI066 | 促進產業化推動體育發展 Sustaining Sports Development by Strengthening its Industry | 12/2021 |
| YI067 | 支援初中 SEN 學生電子學習需要 Effectively Supporting SEN Secondary Students with e-Learning | 9/2022 |
| YI068 | 「假新聞」— 現況與應對的探討 A Study on the Rise of Fake News | 5/2022 |
| YI069 | 青年對香港未來的願景 What Young People Want for Hong Kong | 7/2022 |
| YI070 | 捕捉元宇宙的新經濟機遇 Tapping into the Economic Opportunities of the Metaverse | 7/2022 |
| YI071 | 青年眼中的世界視野 Why a Global Perspective Matters to Young People | 5/2023 |
| YI072 | 生成式 AI 時代下的就業與挑戰 Career Development and Challenges in the New Era of Generative AI | 8/2023 |
| YI073 | 促進可持續消費的實踐 Working Towards Sustainable Consumption | 7/2023 |
| YI074 | 連繫青年參與地區治理 Increasing Youth Involvement in District Governance | 11/2023 |
| YI075 | 提升青年精神健康助職場適應 Supporting Wellness of Young People Transitioning into Work | 5/2024 |
| YI076 | 促進綠色就業發展 Exploring Green Employment for the Future | 1/2024 |
| YI077 | 促進香港青年參與國家發展 Engaging Young People in National Development | 5/2024 |
| YI078 | 為鞏固「美食之都」享譽尋出路 Reasserting Hong Kong's Reputation as a Culinary Capital | 6/2024 |



香港青年協會
the hongkong federation of youth groups

Donation / Sponsorship Form 捐款表格

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

I am / My organization is interested in donating 本人/本機構 願意捐助

- HK\$10,000 HK\$5,000 HK\$2,000
 HK\$1,000 HK\$800 HK\$500
 HK\$200 Other 其他 HK\$ _____

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

Cheque 支票

Cheque No. 支票號碼

Crossed cheques should be made payable to : **The Hong Kong Federation of Youth Groups**

劃線支票抬頭祈付：**香港青年協會**

Direct Transfer 銀行轉賬

Direct transfer to the Hang Seng Bank, account no.

存款予本會恒生銀行賬戶：773-027743-001

Internet Banking “Bill Payment” or “Charity Donation” Services

本地銀行網上理財「繳費」或「慈善捐款」

Date of Payment 轉賬日期

Please use your contact number as the bill account number (if applicable). If you need a receipt, please send us the bank's receipt / transaction record together with this form. 請以您的電話號碼作為賬單/賬戶號碼(如適用)，並將存款證明/交易紀錄連同本表格交回。

Monthly direct debit (We will send you the Authorization Form.) 銀行戶口每月自動轉賬 (表格將另函寄上。)

PPS Payment 繳費靈

PPS Payment (The merchant code for The Hong Kong Federation of Youth Groups is 9345. Please use your contact number as the bill account number.)

繳費靈 (本會登記商戶編號：9345；請以您的電話號碼作為賬單/賬戶號碼)

Date of Payment 轉賬日期

Credit Card 信用卡

VISA MasterCard One-off Donation 單次捐款 Regular Monthly Donation 每月捐款

| | | |
|---------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| Card Number 信用卡號碼 | Expiry Date 有效期至 / (MM月/YY年) | Signature of Card Holder 持卡人簽署 |
| Name of Card Holder 持卡人姓名 | HK 港幣 \$ | |

Donor Information 捐款者資料

Name of Donor / Organization 捐款人 / 機構

Name of Contact Person (if applicable) 聯絡人姓名 (如適用)

Telephone / Mobile 電話

Fax 傳真

Email 電郵

Donation receipt? 捐款收據? Yes 是 No 否

Name for Receipt 收據抬頭

Address 郵寄地址

I / My organization wish(es) to remain anonymous. 青協毋須就是項捐款於任何電子及印刷品鳴謝本人/本機構。

The Hong Kong Federation of Youth Groups (the Federation) respects the privacy of individuals. We do our best to ensure the collection, use, storage, transfer and disclosure of your personal data comply with the Personal Data (Privacy) Ordinance. You have the right to access and correct your personal data and request a copy of the said data. You can make your request to personaldata@hkfyg.org.hk. Your request will be answered in 40 days. A fee may be charged for processing a data access request.

Your personal data may be used for purposes related to participation in various programmes and activities, issuing of receipts, collection of user feedback, conduct of analysis, and any other initiatives related to the aims and objectives of the Federation. Please indicate below if you agree to being contacted for these purposes. Should you wish to stop receiving news and information from the Federation and its service units, please contact us at unsubscribe@hkfyg.org.hk.

香港青年協會 (青協) 非常重視個人私隱，並確保轄下之服務於任何情況下收集、使用、儲存、轉移及查閱個人資料之程序均符合香港的《個人資料(私隱)條例》的要求。您有權要求查閱和改正所提供的個人資料及索取有關資料的複本。

如需查詢或改正個人資料，可電郵至 personaldata@hkfyg.org.hk。在收到您提出的要求後，本會將在40天內給予回覆，並將可能就此收取合理的費用。

您提供之個人資料將用作參與活動的相關用途、簽發收據、收集意見、資料分析，及其他配合本會宗旨及使命的事項。請在下面的方格上填上別號，表示您是否願意收到本會通訊。如需取消接收青協及有關單位的資訊，請電郵至 unsubscribe@hkfyg.org.hk 與青協職員聯絡。

I / We do not wish to receive communication through the channels below *:

本人 / 本機構 不希望從以下渠道接收通訊 *:

Email 電郵 Mail 郵寄 Phone 電話

e-Donation 電子捐款



PayMe



Alipay HK 支付寶HK



Octopus 八達通



FPS 轉數快



giving.hkfyg.org.hk

For donation receipt, please send us the screenshot of the donation transaction record with the name for the receipt, contact number and address via text message, fax, email or by post.

請將捐款截圖，連同收據抬頭、聯絡電話及郵寄地址，以短訊、傳真、電郵或郵寄方式交回本會，以便發放捐款收據。

Please send this form with your crossed cheque/ the bank's receipt/ screenshot of the donation record to: 捐款表格、劃線支票/銀行存款證明/捐款截圖，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」

Tel 電話: 3755 7103 / 9455 4305 (WhatsApp)

Fax 傳真: 3755 7155

Email 電郵: partnership@hkfyg.org.hk