

新春坐郵輪 遠近皆旺

越南團反應佳 南極團有捧場 證港有發展空間

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）2017年農曆新年與去年聖誕節相近，大部分旅行社的新春團都定價審慎，不敢在團費上有太大的加幅。但有旅遊業界人士表示，港人外遊意慾依然強烈，新春外遊報名持續在高水平，特別是郵輪團，不少很早已爆滿，短途的越南郵輪團固然反應熱烈，甚至一些較長途的南美、南極郵輪團也不乏捧場客。業內人士表示，郵輪旅遊在港仍有發展空間，相信每年的增幅可以靠近雙位數字。

港府近年積極推動郵輪旅遊，自2013年啟德郵輪碼頭落成啟用，郵輪旅遊已成為港人外遊的熱門之選。美麗華旅遊助理總經理鄭慧盈表示，去年尾本港有多艘新郵輪落水，刺激港人試玩的意慾，故今年新春郵輪團很早便爆滿，包括6日5夜的越南峴港團及3日2夜在本港水域的體驗團都反應熱烈，價格按年上升近5%。

料每年增幅近一成

她續稱，新春節日時間較長，有部

分港人會參加時間較長的郵輪團，如9日8夜到阿拉伯聯合酋長國、2月15日出發合共29天的南美及南極的郵輪團均成行，即使上船地點不在香港，他們也願意乘坐飛機到外地上船。

鄭慧盈續稱，部分港人期望到歐洲、地中海及南美等地作深度旅遊，認為郵輪旅遊仍有發展空間，並相信每年的增幅可以靠近雙位數字。她表示，雖然部分航線較為便宜，如3,000元至5,000多元可以到台灣或日本，但強調郵輪市場不是「平鬥平」的市

場價格戰，而期望以提早報名優惠吸客，料新春過後將會有新一輪的宣傳攻勢。

入境旅遊在2016年備受挑戰，旅行團及導遊叫苦連天，但其實出境旅遊都面對不同危機。傳統旅行社受廉價航空及傳統航空減價戰餘波影響，部分港人轉以自由行方式遊覽東南亞，加上港人近期對深度遊興趣滿滿，傳統旅行社要變奏應對方能維生。

旅遊業立法會議員姚思榮承認，上述轉變是對傳統旅行社有衝擊，料1月份旅行社印花稅會有輕微下跌，但相信港人新春外遊多是一家大小同行，對旅行團仍有一定需求，新春外遊報名仍持續在高水平，部分港人亦轉戰澳門、廣東及珠三角等地，作溫泉旅遊或美景欣賞等。

人日後遊韓將降價

姚思榮預料，初七後會有旅行社推出平價旅行團，韓國是重點推廣地點，因為近期內地訪韓

旅客減少，日本廉航機位增多，同樣刺激旅行社於新春後至復活節假期前推出較優惠的旅行團留客，相信彈性上班人士及年輕人會受惠。不過他稱，業界不能忽視網上旅遊產品的強勁攻勢，要做好預防措施，以迎接新挑戰。

東瀛遊執行董事禰國全表示，港人新春多選日本、韓國及台灣等東南亞地區，報團率已逾90%，但團費不敢有太大升幅，只有個別豪華團加幅較為明顯，按年上升5%左右。

他認為，港人外遊意慾仍舊強烈。不過他承認，港人外遊模式正在轉變，傳統旅行社如何在網上市場佔一席位是很重要的工作，如發展網上平台及推出不同類型的旅遊產品，如郵輪旅遊、單車及馬拉松旅遊也是近期大熱的產品，預料2017年外遊市道將會百花齊放。



■內地旅客來港的模式近年轉變為以個人遊為主。 資料圖片

內地訪港團跌半成

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）入境遊於2016年可謂慘淡經營，2017年有沒有機會起死回生？華景旅行社營業部主任陳世棠稱，今年新春訪港旅行團按年下跌5%，相信是外幣貶值增加內地旅客到訪當地的誘因，加上內地旅客來港模式轉變，由零負團費轉至個人遊，形容「春節是旺丁不旺財」。有本港旅館業代表稱，新春訂房率由50%至70%不等，情況較以往差，但知道旅客來港模式有所轉變，打算降低價格及網上多作宣傳，拉上補下挽救生意。

陳世棠表示，內地旅客新春來港多是參與純玩團，加上他們多在過年前來港購物，再返內地一起過節，相信今年情況與去年相若。他續稱，上週內地來港旅行團仍未見到有明顯升幅，形容「生意好難做」。他續稱，業界未來或會將海洋公園、迪士尼樂園等行程轉為自費項目，再帶他們到不同地方找地道小食等，以增加旅行團的吸引力，藉此維持生意。

不過，他稱，內地市場其實有很大的發展潛力，只是部分市場開放予香港，加上內地旅客對本港離島及深度遊有很大的興趣，相信開放更多內地城市及增加個人遊的訊息，會吸引一定數量的內地旅客訪港。

陳世棠認為，內地旅客不來港有很多因素，不只是零負團費的問題，期望港府能與業界作詳細商討，尋找新方法解決。

旅館業訂房率約70%

香港旅館業協會創會會長梁大衛指出，以往新春前一個月旅館幾近爆滿，但今年到最後一周都只有大約70%的訂房率，即使在太子、佐敦及油麻地等較旺的地方，都是都不理想，直言「生意跌得好慘淡」。他表示，現時業界都不敢在新春時期加價，大多保留原有價格。

不過梁大衛稱，他從內地旅遊人士的口中得知，現時內地大型車站及機場專辦來港簽證及旅遊套票的櫃台，大部分都沒有辦公，令有意欲來港的內地旅客都轉至其他地方，對此消息感到驚訝，未來也會向有關部門查問消息是否屬實。



■新春郵輪團不少早已爆滿，短途的越南團固然反應熱烈，長途的南美、南極團也不乏捧場客。圖為從香港出發前往越南的雲頂夢號。 設計圖片

賀年飾品雞公仔最受歡迎

香港文匯報訊（記者 鄭慧敏）年近歲晚，市民紛紛辦年貨及購置賀年飾品，希望新一年鴻運當頭。不少市民近日到灣仔太原街一帶購買賀年物品，包括揮春、吊飾、利是封等。有商戶指出，為配合年輕家庭的喜好，近年購入較多新穎的立體飾品，今年以應節的雞公仔最受歡迎。他們又說，農曆新年屬大節日，市民消費「唔會慳」，故預計營業額按年上升10%。

春園街一間文具店負責人張太說，雖然賀年飾品來貨價貴10%，但為吸引消費者亦不敢加價。她說，有市民於聖誕減少消費，留待農曆新年時辦年貨，加上今年市道稍有改善，故看好今年銷情，料營業額按年增加10%。

年輕夫婦愛粉色利是封

她又說，配合年輕家庭的喜好，近一兩年購入較多新穎的立體飾品，當中以應節的雞公仔最受歡迎，但長者則喜歡購買傳統紙品揮

春，而外國人鍾情具傳統中國元素的產品，例如雞、獅頭、龍頭等，「雞的吊飾去貨最快！」

利是封方面，張太指年輕夫婦喜歡粉色利是封，如金粉色、紫粉色等，因此亦預備多款顏色利是封讓顧客選購。

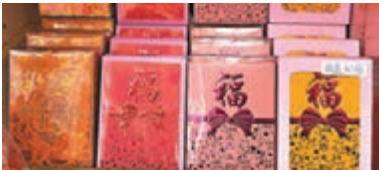
於太原街經營排檔的謝太說，揮春來貨價與去年相若，但掛飾成本則按年上升10%，不過，她指新年是中國人的大節日，「新年唔會慳」，故市民消費意慾不錯，期望營業額按年增10%。謝太又稱，今年最受歡迎的是雞的燈籠狀立體吊飾，「好賣時會一日掃晒十幾包」。日本人、尼泊爾人及歐美人士則偏好舞獅、大獅頭、炮仗等飾物。

商場商戶怨無協同效應

於利東街匯匯商場出售利是封、請柬的印刷店負責人林小姐說，今年是搬到商場內的第一個農曆新年，暫時難以估計營業額，仍然是「試緊水溫」，至今「生意麻麻，

夠交租」，但慶幸有市民因懷緬昔日利東街盛況特意到場。她坦言，以前整條利東街「成行成市」，產生協同效應，但現時商場內只有一兩間薑帖店，經營上「係辛苦啲」，冀商場增加宣傳，亦會靠口碑吸引顧客。

她續說，今年推出較厚身、有質感的利是封，而價錢較傳統利是封貴10%至20%，加上印刷、來貨等成本上升約10%，故利是封價格亦有調整。林小姐又稱，近年有較多人自己設計利是封，請柬及賀年卡，年輕人亦偏向使用粉色、紫色、米色等利是封，漸趨向西化；反而外國人仍愛好正紅色，及印有龍鳳圖案、「囍」字的利是封。



■年輕夫婦喜歡金粉色、紫粉色的利是封。 鄭慧敏 攝



■張太說，今年新春市道稍有改善，料生意按年上升10%。 鄭慧敏 攝



■市民近日到灣仔太原街一帶購買賀年裝飾。 鄭慧敏 攝



■團年飯的訂座率60%至70%。 資料圖片

香港文匯報訊（記者 鄭慧敏、楊佩韻）一家人吃團年飯是農曆新年必不可少的活動。有獲得米芝蓮推介的中式食肆負責人表示，今年團年飯晚市訂座率不錯，現時至年三十晚的訂座率均爆滿，平均每間約5,000元至6,000元，相信新春期間營業額有一定增長。不過，香港餐飲聯業協會會長黃家和指出，至今訂座率約60%至70%，按年下跌5%。

獲米芝蓮「車胎人美食推介」的星記海鮮飯店負責人黃星說，今年團年飯的晚市訂座率不錯，兩間分店由現時至年三十晚的訂座率均爆滿，與去年相若。他續指，雖然店舖座位不多，但想顧客吃得舒適，故周一至周五晚市只有一輪，周六日則有兩輪，相信今年新春期間營業額較去年有一定增長。

他又說，團年飯酒席平均約5,000元至6,000元一圍，菜式有海鮮、小菜及湯等，惟市民今年的消費意慾較為審慎，「去年母親節都會鬆手，但今年新年卻勒住褲頭」，例如選吃較便宜的海鮮，甚至不吃海鮮。他續指，雖然食材、人工等成本增加，但團年飯酒席未有加價，即使加價亦需考慮顧客接受能力，惟他預計新年過後會輕微調整價格。

訂枱率跌至三分二

黃家和表示，團年飯的訂座率一般，至今訂座率約60%至70%，按年下跌5個百分點。價錢方面，他表示屋邨酒樓每圍約2,000元、市區酒樓每圍約5,000元，價錢與去年相若，亦擔心加價影響生意。

不過，他指出，近年西式食肆亦有做團年飯推廣，有部分年輕人選擇吃西餐作團年飯，故影響中式食肆生意。

有市民亦會選擇購買盆菜過年，黃家和說，近年市民趨向訂購較有特色的到會，雖然盆菜有一定捧場客，惟熱鬧難以再創高峰，未必能再增加市場份額，估計今年盆菜銷情平穩。



■去年是猴年，新春巡遊中，外國演員也以猴面貌相示人。 資料圖片

農曆新年好去處			
活動內容	日期	時間	地點
新春花車巡遊匯演	1月28日（年初一）	20:00	文化中心一帶
農曆新年煙花匯演	1月29日（年初二）	20:00	維多利亞港沿岸
農曆新年賽馬日	1月30日（年初三）	12:30至18:00	沙田馬場
春節專題綵燈展	即日起至2月19日	18:00至23:00	文化中心露天廣場
香港許願節2017	1月28日至2月12日	09:00至19:00	大埔林村許願廣場

資料來源：綜合各方資料

製表：記者 鄭慧敏