

頭炮「舊城中環」 夏季再辦電競

旅發4億銀彈作推介 冀招徠萬國客

香港文匯報訊(記者 楊佩韻)面對歐洲機票券價戰及東南亞持續增加新景點的猛烈攻勢,新一年香港要在世界旅遊市場分一杯羹,就要增加旅遊吸引力。香港旅遊發展局將於2017/18年度投放至少4億元對外宣傳本港,更首辦兩項新活動,包括有意在8月舉辦「香港夏日派對」大型嘉年華,初步構思會內含電子競技賽、音樂及美食等元素,期望吸引年輕短途旅客;另一新項目則是「舊城中環」,以「在地人帶路」概念,讓旅客走遍中環至上環,感受本港時尚及古色古香的一面,並打算在4月推出,日後或推展至其他地區。

旅發局年度常規撥款為3.28億元,而今年適逢特區成立廿周年,該局獲發額外撥款7,000萬元,加上施政報告已預告一筆過3年用的額外撥款數字,意味2017/18年度至少有近4億元作旅遊推廣。

76%資源主攻國際客

總幹事劉鎮漢昨日指出,當局會繼續集中資源吸引過夜旅客,其中以國際旅客比重較多,佔整體的76%,主攻短途市場,以均衡本港客源。而用於內地旅客的宣傳資源,80%是用於非廣東省的過夜旅客,20%則吸引來港登陸郵輪的廣東旅客。

除了固有的宣傳活動外,旅發局今年首辦兩項新活動,首個是特區成立廿周年的慶祝活動,暫名為「香港夏日派對」的活動。據悉,活動期望可在今年8月舉行。旅發局主席林建岳說,派對計劃在中環海濱舉行,內含電子競技賽、音樂及美食元素,活動期間更打算利用現時社交平台流行的「Live」(直播)功能,於網上作全球直播。

他指出,電子競技現於全球大熱,除了是遊戲,也是強勁的經濟收益,單是賽金已達數千萬美元,「藝人周杰倫也有一隊電競賽隊。」同時,電子競技猶如電子遊戲界的奧林匹克,必定會吸引大批來自全球的機迷入場,但活動對香港來說是新鮮事,仍有技術及空間等問題要處理,有很多國家及地區都在「爭」,故目前仍屬初步概念,正與當局商討有關安排。

另外一項新活動則是「舊城中環」,不但重新包裝中環並打造成時尚生活景點,包括藝術文化美食及娛樂,更以「在地人帶路」的概念,帶旅客東至雲咸街、南至堅道、西至水坑口、北至皇后大道中,走遍中上環等地。如反應熱烈,日後打算推展至灣仔及其他地區。

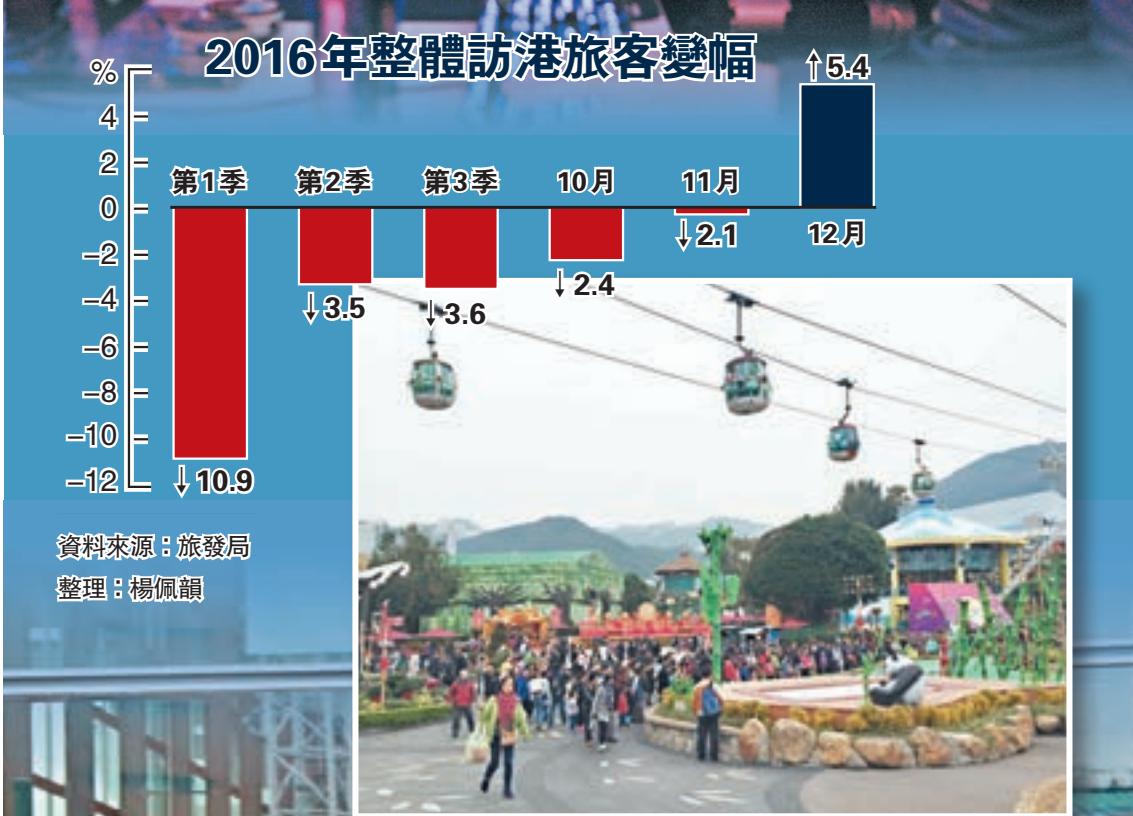
向美俄推「一程多站」

至於本港得天獨厚的地理優勢,有助發展「一程多站」、會展及郵輪旅遊,劉鎮漢指出,今年6月會與航空公司合作,推出「一程多站」的旅遊航點,如由溫哥華、三藩市等地,飛往香港再到台灣,最後回到美國。另有航線由俄羅斯起飛,前往迪拜再到香港,期望能吸納更多地區的旅客來港旅遊。

劉鎮漢續說,本港會展場地不足,但港府傾向發展會展旅遊,建議與200個本港旅行社合作,由他們負責舉辦200人至300人的小型會展,期望能讓他們在旅業轉型期間殺出條新血路。

他續稱,早前鼓勵旅客在港旅遊時拍片,至今已收到40萬條短片,長遠期望旅發局不用拍廣告,而是利用旅客自拍的短片做宣傳。

旅發局擬在夏季舉辦電子競技大賽,以吸引來自全球的大批機迷入場。圖為去年底在深舉辦的電子競技大賽。



林建岳(右)與劉鎮漢介紹今年旅發局大計。本報攝

香港文匯報訊(記者 楊佩韻)本港入境旅遊吹足一年寒風,內地旅客跌勢持續數季後,幸而在去年12月獲得按年6.1%的回升。對於是否代表已「跌定」,旅發局總幹事劉鎮漢昨日指出,因為農曆新年在1月尾,加上工展會效應,故內地旅客或提前來港購物,尚要取得本月份的數據方能作出評論。他續稱,受今年世界經濟不景氣、美國新任總統特朗普政策、英國脫歐等不明朗因素影響,暫時難以預料2017年入境旅遊的數據。

深「一周一行」勁跌29%

2016年有5,665萬名旅客訪港,按年下跌4.5%,跌幅主要來自內地旅客。劉鎮漢稱,去年有4,278萬名內地旅客訪港,按年下跌6.7%。以「一簽多行」及「一周一行」方式來港的內地旅客合共888萬人,按年下跌29.4%,本料在去年4月底跌幅停止,但現實不似預期,去年有1,736萬名內地過夜旅客來港,按年下跌3.5%,主要是日圓及韓圓貶值,誘使東北三省旅客到當地旅遊。

印菲韓來客大升成半

不過,國際旅客數字有所增加,去年有1,388萬名旅客訪港,按年上升3.1%,當中過夜旅客逾918萬人,按年上升5.7%。劉鎮漢解釋,去年新市場表現較差,相信是歐元貶值,吸引印度及俄羅斯旅客到當地旅遊,幸而美國市場增長理想,彌補有關的跌幅。他續稱,東南亞地區的訪港旅客也有明顯增長,如印尼訪港旅客按年增長15.9%、菲律賓旅客按年增長15.6%、韓國旅客按年增長14.8%、日本旅客也按年增長9.4%。

劉鎮漢續說,本港的大型活動吸引眾多旅客訪港,包括剛在年初一晚舉行的花車巡遊,共吸引15.5萬人參與,當中約一半是訪港旅客。

去年第四季舉行的美酒佳節節則吸引14.5萬人參與,約2萬人是旅客,香港單車節亦吸引5.1萬人參與。他表示,旅發局未來仍會推出不同計劃,包括吸引東南亞地區的家庭旅客及年輕在職旅客來港。

2016年各地訪港旅客變幅(%)

來源	第一季	第二季	第三季	10月	11月	12月
內地	↓15.1	↓5.4	↓5.1	↓3.5	↓3.5	↑6.1
短途	↑6.8	↑4.6	↑3.1	↑0.4	↑3.0	↑4.6
長途	↑4.0	↑1.9	↑1.5	↑3.2	↑1.7	↑3.8
新市場	↓1.5	↓7.6	↓5.9	↓4.3	↓11.2	↓10.6

資料來源：旅發局 整理：楊佩韻



女士以2元購買一份「神級燒魷魚」,說店家應該要餒。何寶儀攝



梁同學及許同學說,魷魚味道好、肉質煙韌,街頭小食來說算是難得。何寶儀攝

神級燒魷魚 兩蚊有得食

香港文匯報訊(記者 何寶儀)茶餐廳豪園小食經營的美食車昨午在黃大仙廣場開業,成為本港第五輛營業的美食車。該美食車主要售賣清湯腩及炸雞翼等小吃,未開始營業已有10多名市民排隊,一味招牌小食「神級燒魷魚」一連三天由顧客自行定價,每日限量80份,僅兩小時已售罄。有市民出價2元,成功購得1隻魷魚,大讚「抵食」。負責人向記者表示,該小食的成本連人工約需30元一份。

該美食車與早前開幕的「有得餸」美食車相鄰,售賣8款小食及飲品。雖然美食車鄰近黃大仙祠,但光顧的客人仍以本地客為主,入祠參觀的旅行團並未在車前停留。

首名顧客Angela光顧豪園總店3年,她點了88元的清湯腩及28元的炸雞翼,稱食品質素與總店一樣好吃,對該店的食物品質有信心,會繼續支持。

食客讚新鮮肉厚好味

全場最矚目的小食是由顧客定價的

「神級燒魷魚」,有市民出價2元至50元不等。不少人試食後讚魷魚新鮮及厚肉,但心目中的定價則各有不同。鄭生及鄭太同說,初時不知魷魚有多大,故出價5元購買1份試食,看實物後認為該小食市價約30元。

鄭生是黃大仙居民。他說,平日該處空地人流不多,而現場只有兩輛美食車,不夠氣氛,且美食車食物定價大多為40元至60元,價格較高,認為應仿效美國的美食車售賣平價及地道的小食,「現場只有兩輛沒氣氛,多十輛八輛,市民多些選擇,要開到成行成市才夠吸引。」

阿詩以15元購入3份「神級燒魷魚」,得知魷魚分量後向老闆表示不好意思,指日後若定價20元也會考慮購買。不少市民拿到食物後急不及待在車前進食,有市民批評現場無座位及枱椅,只能以手拿著食物,稍有不便,建議當局增設座位。

大學生梁同學及許同學以20元購買魷魚,指味道好、肉質煙韌,街頭小食來說

算是難得,「出面20元應該吃不到,下次30元也會買。」梁同學說,現場反應不俗,但略嫌附近指示不清,建議當局添加更多指示牌。

店家市民同盼聚人流

該美食車負責人梅樂文表示,首日開業人流不錯,開檔流程暢順,因不想讓客人久等,調派更多人手進場,將檢討市民反應及廚房運作,今日會提早至早上11時營業,以配合人流。對於市民自由定價會否過低,她說,成本連人工約30元一份,市民定價在意料之內,不在乎初期賺多少,希望獲得更多顧客意見。

毗連的「有得餸」開幕一星期,昨日人流稍有減退,不見日前大排長龍的景象。負責人廖先生稱,長假期結束後近日人流減少,由周日賣300份餃子,跌至前日不足200份,盼新的美食車加入,能凝聚客源。

他說,觀察人流需時兩三個月,若發現人流不多,會減少人手,並開源節流。



梅樂文說,首3天「神級燒魷魚」讓客人定價,美食車到不同地點,也會推出其他菜式讓客人定價。何寶儀攝