

# 深度遊漸熱 「黃金客」微增

## 粵劇尋蹤文學之旅旺場 業界冀政府扶助

香港文匯報訊(記者 楊佩韻)內地一連8天的超級黃金周接近尾聲,商務及經濟發展局局長邱騰華指出,今年黃金周訪港旅客數字有輕微增長,而今年首9個月整體訪港旅客數字亦增加。據最新數字顯示,10月1日至5日,整體訪港旅客為111萬人次,按年升0.7%,當中旅行團佔16.8萬人次,按年升14.1%;單是10月5日,訪港旅行團有2.9萬人次,按年激增41.7%。有旅行社近年發展文學之旅、粵劇尋蹤等深度旅遊的行程,直言深度遊漸成趨勢,期望政府提供更多扶助,亦有業界打算推廣新界東北地質公園及鄉村文化,試行綠色旅遊。

據統計數字顯示,僅從10月1日至5日,就有111萬人次訪港,按年升0.7%。其中,內地旅客為93萬,與去年相若;個人遊為56.5萬,按年下跌2.3%,相信是因為10月4日不少內地旅客要在家做節有關;至於「一周一行」旅客為15.3萬人次,按年下跌7.9%。單計10月5日,內地旅客為17.9萬人次,按年增長7%,當中個人遊旅客為11.4萬,按年增長12%;「一周一行」旅客為3萬,按年下跌13%。

### 姚思榮:特色遊成大勢

旅遊界立法會議員姚思榮表示,總體來說今年黃金周表現不錯,內地旅客對特色旅遊的反應也不錯,如「舊城環」有不少個人遊旅客慕名而來,相信未來地區性的特色旅遊是發展大勢。他相信下周公佈的施政報告對特色旅遊會有著墨。

另有業內人士向香港文匯報記者指出,今年起每日平均有8團至10團的特色旅行團,他們多感受香港殖民地歷史及地道文化,部分行程更會度身訂做,而旅行團多為公司獎勵旅遊包團。

### 邱騰華:需拓新景點吸客

邱騰華表示,近年遊客對香港感興趣的地方與過去不同,現時期望是尋求「開心、獨特」的體驗,政府要發展新景點,除購物外,需提供更多旅遊體驗。他透露,下周特首林鄭月娥發表施政報告後,政府會就往後旅遊推廣工作作全面鋪排,推廣更多具新舊交匯特色的景點。他補充,政府現時的着眼點是希望整年的訪港旅客數字較為平均,亦期望多吸引長途、高增值及過夜旅客訪港,有助香港維持成為受歡迎及好客的城市。

中國旅行社近年推出特色旅行團,如以作家張愛玲及其作品做主題,帶內地旅客遊走張愛玲曾經在港生活過的地方或小說的場景,包括香港大學、加多利山,

小說《傾城之戀》的淺水灣飯店、《第一爐香》提及的太平山等。另有推出粵劇尋蹤之旅,遊走世界地質公園;參觀鳳凰衛視、香港交易所、香港銀行家會所等深度旅行團,價格由百多元至2,800元不等。

### 中旅盼政府加強網上推廣

中國旅行社副總經理吳熹安表示,深度旅遊雖然不是主流,但卻是大趨勢並具發展潛力。他續指,部分內地旅客來港不再是購物,而是體驗本港歷史文化,形容「他們想看的是深度一點的東西」。他認為,政府若想協助業界發展,可加強網上推廣,讓更多旅客知道香港不單是購物天堂,亦有不同的景點或旅遊體驗。

香港入境團旅行社協會創會會長謝滄廷說,今年十一黃金周每日有250個至300個內地旅行團訪港,較去年增加近30%,數字是預算之內。

他認為,香港發展深度旅遊是大勢,能令香港旅遊業有全面化的發展,吸引四方客,如不少內地旅客對香港殖民地歷史及回歸後的轉變感興趣,外國旅客或對綠色旅遊有興趣。

他表示,個人遊亦是發展旅遊的重要一環,建議各界不要單看旅行團的發展,亦要多留意個人遊的走向。

### 試推地質公園綠色遊

至於近期大熱的綠色旅遊,除了旅發局向海外旅客推介遠足及單車導賞團,包括麥理浩徑、山頂至薄扶林水塘、橋咀洲等,有人最近打算推廣新界東北地質公園及鄉村文化,試行綠色旅遊,包括吉澳、鴨洲、荔枝窩及印洲塘海岸公園等,當中印洲塘獲得「中國香港世界地質公園」的美譽。

不過有業界人士表示,因為該地的交通及基本設施不足,須事先解決相關問題,並要考慮可持續發展的可能性方能成事。



今年黃金周訪港旅客輕微增長,深度遊漸成大趨勢。  
香港文匯報記者彭子文攝

# 迷戀大澳漁村 體驗電影靚景

## 特稿

在鬧市中拖拖購物是不少港人對內地旅客的印象,但原來不少內地客近年都喜歡發掘更多特色景點,體驗香港不同文化,不再只是滿足於購物。首次來港的四川旅客譚先生表示,他自己喜歡拍照,所以出發前特別上網準備好行程,看到大澳的水上棚屋認為很有特色,似是拍電影才會看到的風景,所以特地前來參觀。他又指,今次行程亦到過另一個風景優美的景點石澳,認為香港遊並不一定非購物。

### 同學曾推介 一直想遊覽

同樣是來自四川的何小姐亦是首次來港,她聽過同學形容大澳景色後就一直想親身遊覽,她稱四川並沒有漁村,所以對大澳很感興趣,希望可以感受大澳的漁村風情,並買些鹹魚、蝦糕等特產。

福建旅客張小姐則指出,香港的市區其實與內地的城市差別不大,而主題公園等亦可以在其他地方找到,她稱大澳能令她們感受到最原始的香港,相對之下較其他景點更為吸引。

### 市區「玩厭」全家看海豚

另外,亦有經常訪港的旅客表示已經「玩厭」市區的景點,來自廣州的遊客周先生表示,購物雖然是吸引旅客的因素之一,但只有購物的城市並不足以吸引他重遊,所以這次來港,特別到過往不時在電視、電影上看到的大澳,認為大澳所保留



譚先生  
香港文匯報記者顏晉傑攝

的傳統風貌很有特色,而且看海豚亦十分適合一家大小。

來自深圳的袁先生也有同感,他指自己一家人雖然經常來港旅遊,但過往都是到旺角購物,或其他位處市區的景點,昨日是首次到大澳,認為這類漁村的景點很有特色,而他讀幼稚園的女兒更形容大澳與迪士尼同樣吸引,希望下次再來時可以看到海豚。

第二次來港的台灣旅客劉先生表示,香港的旅遊資源很豐富,除了購物外,亦有主題公園和保留了傳統文化的地方。

他指出,他上次訪港時亦有到過大澳,稱十分喜歡大澳的棚屋,認為這類具傳統特色的景點極具吸引力,他亦打算到上環的文武廟等其他傳統特色的景點參觀。

香港文匯報記者 顏晉傑

# 船商:遊客多到數唔到

香港文匯報訊(記者 顏晉傑)近年內地旅客訪港不再只是到尖沙咀、旺角及銅鑼灣等名店林立的鬧市「掃貨」,他們開始發掘如大澳等極具本港特色的景點,有大澳的民宿和提供觀光船服務的公司都指,今年的十一黃金周生意理想。

### 年輕內地客著重旅遊體驗

民宿「歸田園居」的負責人陳小姐指出,大澳近年吸引不少內地旅客到訪,又透露其旅館在今年的黃金周期間有約一半客人都是來自內地。她認為內地旅客出外旅遊的習慣已經有所改變,年輕的內地旅客更著重於旅遊體驗,不像以往般只是拉着行李按清單到一大堆景點打卡和購物。她表示,過往只以內地客需要翻譯才能瀏覽的facebook及旅館網頁等方式接受預訂,但今年開始才與網上旅行社合作,希望可以接觸到包括內地客在內的更多不同客源。

有在大澳提供小艇遊的公司職員表示,內地遊客幾年前已經開始到大澳旅遊,稱自己去旅行亦不單會購物,亦會想參觀有當地特色的景點。她指出,今年十一黃金周遊客「多到數唔到」,較平日大增。

### 年輕族少下廚 海味滯銷

不過,並不是所有大澳商戶都能受惠,售賣海味、貝殼及飾物的「日昇海味」負責人梁小姐則表示,十一黃金周期間到訪大澳的內地客數目雖有增加,但旺丁不旺財,生意較去年同期大跌四成。

她承認,年輕一代較少下廚亦使海味的吸引力減低,相信內地客的消費力並無降低,只是他們較傾向在時裝等方面消費。

# 「購物係主菜 深度遊係調味料」

贊 香港消費品種類繁多,品質亦有一成不變的美譽,但景點不足一直被詬病。香港文匯報記者昨在尖沙咀訪問了多名趁黃金周假期來港遊玩的內地遊客,有自稱來過「N次(無數次)」的深圳遊客說:「來港購物一定是主菜。」因本港貨品多樣化兼且有信譽,是內地不能比擬的,但贊成開發不同的深度遊路線,「讓遊客多個選擇一定是好事。」

### 體驗不嫌多 多元一定好

住在深圳的姚先生及姚太太笑言來過香港「N次」,主因工作需要及香港購物方便。姚太太指出,香港最吸引內地遊客一定是貨物多樣化,由高檔貨到平價貨一應俱全,形容購物是「主菜」,歷史、文化及生態遊則是「調味料」,但體驗不嫌多,有更多元化的選擇一定是好事。

姚先生則表示,香港旅遊發展要分主次,「購物是主、深度遊是次」,「購物天堂」是香港特點,論古色古香、綠色生態,內地也多是,香港不用硬比。

來自廣州的楊小姐指,來過香港三次,每次來主要以購物為主,逛的也是旺角、

尖沙咀、中環及銅鑼灣等鬧市,「不會覺得悶,因為購物也是很好的享受。」

她說,對香港自然風光有興趣,亦認同香港早前決定改善新界及離島的公共碼頭,讓旅客更容易到訪。

在旁的李先生稱,去一處地方旅遊最重要的是體驗,對於類似中上環的歷史文化深度遊亦感興趣,不過笑言「最多去一次,但不會去第二次」。

他建議政府如要拓展旅遊,應多設置清晰的指示,因為很多旅客來港僅一兩天,「查資料已花去很多時間。」

### 長洲別具風情 值得推廣

深圳遊客鮑先生表示,他來香港超過十次,吸引他多次到港主因深港交通方便,加上香港在時裝及鞋類方面新款較多。

他指以前去過長洲及南丫島,這兩個小島的氣息與香港市區相差甚遠,頗具風情。如果香港能提供生態環境路線,他亦很有興趣去。在旁的田先生及李先生都是第一次來港,認為深度遊可呈現香港在購物及美食的另一面,值得推廣。

首次來港,來自浙江的包先生指出,他們一家四口前日抵港,已經逛了銅鑼灣及尖沙咀,主要目的是購物,「感覺香港很



左起:田先生、李先生及鮑先生  
香港文匯報記者文森攝

繁華,人很多,購物種類很多。」他說,由於今次與家人第一次來港遊玩,香港對於他們十分新鮮,且具吸引

十一黃金周期間有大批旅客到大澳遊覽。香港文匯報記者顏晉傑攝

力,但如有類似中、上環的深度遊路線亦會有興趣去遊玩。  
香港文匯報記者 文森

# 有心振旅業 必定有出路

## 微觀點

現時資訊科技發達,只要上網便能輕鬆搜索旅行目的地的資料,旅遊模式亦由以往旅行團導遊帶路,轉為個人遊「自己話事」。面對這樣的轉變,不論業界及政府都要出招應對。最重要的是,如何增添香港本身的旅遊吸引力,利用自身優勢再配合香港新特色,從而找到新出路。

旅行社可以利用自身脈絡及資源,為旅客度身訂造屬於他們的旅遊體驗,以獨特取勝,做得好或會帶來雙倍的營業增長。導遊亦可以利用手機即時通訊軟件,化為地道好友,推介地道人才吃到、感受到的香港生活,作「手機導遊」。

香港電影對不少遊客仍具吸引力,例如來港可以感受電影《花樣年華》的場景,亦能在中環環試穿旗袍,再到茶餐廳吃個菠蘿包等。又如韓國旅客對香港《古惑仔》或《警察故事》很有興趣,旅業也可以推出相關行程,甚至參觀戲院及參與拍電影的工作坊等,讓他們有份創造旅遊新體驗。

百貨應百客,有心發展必定有出路。  
香港文匯報記者 楊佩韻