今年訪港客料破6000萬

高鐵港珠澳橋開通更利好 旅發局4億元加強推廣

香港文匯報訊（記者 馮健文）香港旅遊業去年重拾升軌，整體訪港旅客數量較前年上升3.2%，至5,847萬人次。香港旅遊發展局預測，今年整體訪港旅客人次將逾6,055萬，按年增長3.6%。下年度總推廣預算約4億元，會集中資源吸引過夜旅客。隨着廣深港高鐵香港段與港珠澳大橋即將開通，以及大灣區的發展，旅發局將加強推廣，包括推出「首發」高鐵香港遊優惠產品，以吸引更多旅客來港。

■旅發局總幹事劉鎮漢(中)表示，今年訪港旅客有望突破6,000萬人次。

旅發局昨日向立法會提交下年度工作計劃及向傳媒作簡報。總幹事劉鎮漢在記者會上指出，去年內地訪港旅客數量比前年回升3.9%，國際旅客亦增加1.1%，令全年訪港旅客數量上升3.2%至5,847萬人次。

其中，過夜旅客數量亦達2,788萬人次，按年增加5%，而內地過夜旅客的增長更達6.7%。

過夜客可望增4%

展望今年，劉鎮漢表示，綜合對環球經濟前景審慎樂觀、客源市場競爭更趨激烈、旅客消費模式轉變，以及新基建與大灣區發展帶來機遇等因素預測，今年整體訪港旅客數量預計可達6,055.8萬人次，將按年上升3.6%；過夜旅客可望有2,899.6萬人次，將增加4%。

惟他指出，預計過夜旅客人均消費及過夜平均留港時間會持續下跌。去年過夜旅客人均消費比前年減少2.3%至6,447元，預計今年會再減1.5%至6,347元。平均留港時間本已由前年3.3晚縮減至去年3.2晚，今年會再減0.1晚至3.1晚。

他解釋，消費減少主要受旅客消費模式轉變及酒店價格變化影響，旅客減少購買昂貴物品，以及近年網購興起，均令消費額減少，去年旅客在港的購物消費按年下跌8.9%。惟因酒店價格有所回升，故預料今年人均消費雖仍下跌，但跌幅會收窄。

至於留港時間，劉鎮漢指出，主要是由於內地旅客留港時間減少，但他們來港次數卻增多，並多選擇在短假期及平日周末才來，令本港旅遊業在黃金周的受惠減少。

下年度預算24%投放內地

他又透露，旅發局下年度市場推廣預算約4億元，包括3.25億元常規撥款和7,650萬元已批核額外撥款。其中近1.57億元會用於吸納過夜旅客，當中24%投放內地市場。另因新興市場仍有很多不明朗因素，故部分資源將轉撥至國際短途市場。

除集中資源吸引過夜旅客，劉鎮漢指出，他們的重點工作計劃還包括藉高鐵和港珠澳大橋的開通來推廣香港，包括在10個目標城市貴陽、武漢、長沙、廈門、南昌、福州、汕頭、廣州、東莞及深圳，推出「首發」高鐵香港旅遊優惠產品。

此外，旅發局會與內地一個網上旅行社「驢媽媽」合作，推出以香港為目的地之大灣區旅遊產品，又會支援業界發展包括推廣一程多站旅遊。

郵輪客90萬人次升33%

劉鎮漢又表示，會繼續推廣地區特色旅遊，「舊城中環」將作長期推廣，更新項目內容，加入大館及孫中山歷史文物徑的元素。

今年第二季會推廣深水埗區，未來更會多推六七個地區，第三個地區將是灣仔。推廣地區特色旅遊除可讓旅客體驗不同地區地道文化，亦可分散旅客到不同地區遊覽，並增加留港日數。

郵輪旅遊方面，去年有245船次訪港，按年上升28%，旅客約90萬人次，亦上升33%。劉鎮漢表示，今年最少會有200船次訪港，暫比去年稍跌，但因仍有部分在商討中，期望最終船次會與去年持平。

■旅發局昨日公佈2017年訪港旅客較前年上升3.2%，至5,847萬人次。

旅發局今年工作計劃重點

- 集中資源於20個客源市場吸引過夜旅客
- 藉廣深港高鐵香港段及港珠澳大橋開通推廣香港
- 支援業界發展包括把握大灣區發展推廣一程多站旅遊
- 推廣地區特色包括本年第二季的深水埗區及將來的灣仔區等
- 推動會展與獎勵旅遊以及郵輪旅遊增長
- 以導覽、探索、認識及協助四大方向實現智慧旅遊

資料來源：旅發局 整理：香港文匯報記者 馮健文

■去年乘搭郵輪訪港的旅客約90萬人次，上升33%。

春節首5天旅客勁升13.2%

話你知

香港旅遊業復甦，今個農曆新年復有好表現。旅發局總幹事劉鎮漢透露，農曆新年首5天內，訪港旅客人數比去年同期上升13.2%，其中內地旅客更增加15%。他又估計今年本港的銷售量會有5%至7%升幅。

今年零售料升5%至7%

劉鎮漢表示，剛過去的農曆新年長假期，本港旅遊業表現理想，農曆新年的首5日內，訪港旅客人數按年上升13.2%，其中內地旅客增加15%，海外旅客則增加3%。

他解釋，因內地有農曆新年假期，故早已預期內地遊客會較多，加上內地經濟良好，旅客消費力強勁，且香港是亞洲區新年氣氛最濃厚地區，是慶祝新年的好地方，故內地旅客有不俗增長。

他又表示，香港今年初的零售市道不錯，估計今年的銷售量會比去年上升5%至7%，惟應未能回復至2014年的高峰期。

■香港文匯報記者 馮健文

■「舊城遊」將作為長期推廣項目。

迪園連虧3年需700萬客止蝕

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）香港迪士尼樂園連續3年「見紅」！迪園昨午公佈2017財政年度業績報告，雖然入場人次及總收入雙雙錄得微升，但年內增加兩個主要資產項目「鐵甲奇俠飛行之旅」、「迪士尼探索家度假酒店」及受營運開支增長影響，令其折舊及攤銷為12.42億元，按年上升40%，最終令其淨虧損擴大約1倍至3.45億元。有理財專家表示，迪園若要降低折舊效應，要增加入場人次至最少700萬。

■劉永基 香港文匯報記者曾慶威 攝

酒店遊戲設施增折舊開支

迪園昨午公佈2017財政年度(2016年10月至2017年9月)業務表現，總入場人次為620萬，較2016年度的610萬人次微升3%，但仍未追回2015年度680萬人次的小高峰。至於業務收入為51.18億元，按年升8%，貼近2015年的51.14億元的收入表現，主要來自入場門票、酒店住宿房租、商品及餐飲服務，賓客人均消費上升4%。

財政年度的折舊及攤銷為12.42億元，按年上升40%，主要是增設「鐵甲奇俠飛行之旅」、「迪士尼探索家度假酒店」，及就推行擴建及發展計劃而需移除部分現有資產的相關額外折舊開支。迪園行政總裁劉永基解釋，今年的擴展及折舊最高，預計未來數年折舊不會再如今年般高，並說入園的國際旅客錄得上升，當中韓國旅客按年增長53%、日本增長32%，未來將繼續利用受歡迎品牌推動收入及入場人數，以平衡樂園業績。

劉永基期望，今年開通的港珠澳大橋及高鐵會吸引大灣區的旅客，但目前難以估計有多少增長率；園方亦新設專責小組，研究如何吸引他們到訪樂園，如增加車隊、與跨境巴士合作等，令他們在港珠澳大橋或高鐵西九站下車後能直接到樂園。

旅遊界立法會議員姚思榮說，業績較預期差、虧損擴大，估計虧損主要來自迪士尼探索家度假酒店40億元投資的利息及折舊開支。

不過他認為，入園人次連續兩年下跌後有輕微反彈是好現象，期望5年內新項目投入會令入場人次增至800萬人次，以創造條件起動第二期發展。

專家提醒勿過分「落重注」

中大國際貿易與中國企業課程聯席主任李兆波表示，有關折舊數字是不理想，但因為不知有關計算方法如何，故難以預料未來數年情況。他續指，迪園要增加入場人次至少700萬方能抵消折舊效應，因為其固定成本很高，若不能在入場人次及收入補回，或會再有虧損情況。

他又認為，雖然年底港珠澳大橋及高鐵開通會為本港旅業帶來新機遇，但提醒迪園勿過分「落重注」，要多吸引國際旅客以作平衡，否則有關熱潮一過及大環境轉變，迪園或會再面對旅客結構轉變致收入減少，虧損情況或持續。

民建聯經濟事務發言人、立法會議員周浩鼎指，迪園早前向立法會申請擴建撥款時，曾經估計到2025年每年的旅客人次能夠達到900萬，認為目前數字與900萬還有相當距離。

他續指，迪士尼總公司已經豁免於今明兩年收取可變動管理費，要求有關方面做好管理，如情況沒有好轉，迪士尼應當往後繼續豁免部分管理費。

■香港迪士尼樂園連續3年錄得虧蝕。

酒店入住率90%降至69%

特稿

「迪士尼探索家度假酒店」於去年4月投入服務，令香港迪士尼樂園擁有3間酒店，合共提供1,750間酒店房間，在2017年財政年度酒店房間整體銷售量增加16%，而整體酒店入住率為69%，較以往曾經高企的90%為少。旅遊界立法會議員姚思榮說，酒店入住率情況不理想，建議未來應把握港珠澳大橋及高鐵的開通機遇，發掘廣東省周邊的客源，如福建、江西、湖南、廣西、貴州等，亦要維持甚至是增加海外旅客的比例。

迪園去年錄得620萬總入場人次，當中41%是本地旅客，內地旅客為34%，國際旅客為25%。當中內地旅客連年錄得跌幅，由2015年度的41%跌至2016年度的36%，再跌至2017年的34%，迪園行政總裁劉永基解釋，內地旅客在去年下半年人數已有改善，特別在黃金周及農曆新年都錄得雙位數字增長。

他補充，2018財政年度開始至今，樂園酒店賣出房間晚數按年升53%，而在今年的農曆新年期間，樂園3間酒店差不多爆滿，對市場前景有信心。

不過2017財政年度酒店入住率只有69%，表現遜於本港市區酒店平均入住率水平。姚思榮指，之前迪士尼兩間酒店「唔夠住」，而新開第三間入住率卻不夠，建議未來要增加內地和海外旅客。他解釋，由於本地客源佔樂園入場人次的41%，但他們因年票及優惠較多，故收益不及內地和海外旅客。

姚思榮倡把握大橋高鐵機遇

被問到海洋公園新酒店對迪士尼酒店的衝擊，姚思榮說，香港迪士尼面對上海迪士尼的競爭，不宜頻密加價，但其對海外旅客的吸引力大於海洋公園，海洋公園新酒店因地理位置較好，相信會吸引商務、本地旅客，建議迪士尼維持海外旅客比例之餘，應把握港珠澳大橋及高鐵的開通機遇，發掘廣東省周邊的客源。

中大國際貿易與中國企業課程聯席主任李兆波亦指，海洋公園新酒店因地理位置較優，會吸引商務旅客，「或會令迪士尼的酒店輸蝕少少」。他又提醒迪士尼同時亦面對澳門、珠海橫琴等酒店攻勢影響，要做好推廣策略方能持續競爭。

■香港文匯報記者 楊佩韻