文匯社評 WEN WEI EDITORIAL

補漏拾遺完善服務 發揮高鐵最大效益

廣深港高鐵昨日開始預售車票，當日即售出6,000多張車票。車票開售即被市民熱捧，反映高鐵方便香港與內地往來，具有極強吸引力。首日所見，票務運作雖然整體秩序良好，但仍然存在不熟練、過分依賴窗口售票、首發列車媒體採訪安排欠妥等問題。希望隨着高鐵開通，港鐵能改善售票安排，加大對互聯網、電話、自動售票機等電子售票渠道的宣傳力度，方便市民，更好的發揮高鐵效益。

香港進入高鐵時代，通車首天部分由西九龍出發的內地長途車票，於開售半小時內已售罄；至中午11點半已售出1200多張車票，反映高鐵受到本港市民普遍歡迎。

不過昨日排隊購票的隊伍中，有不少是採訪首發列車的傳媒朋友。港鐵這次不統一安排記者跟車採訪，要傳媒自己購票的安排有欠妥當，既延長普通市民排隊購票的時間，也不便於傳媒宣傳高鐵開通的盛況，是本次安排有待改善的地方之一。

高鐵對香港是新生事物，負責營運的港鐵和大部分香港市民均需時適應，這可以理解。但作為國際大都會，外界對香港高鐵營運有很高的期待和要求，必須盡快完善現有的不足。例如，首日售票平均完成一個售票程序需時10分鐘未免太長，過程中多次出現「當機」和支付失敗的情況；內地與本港售票各自獨立、並不聯網，造成在內地12306購票無法在本港取票的現象；香港與內地售票採「四六配額」，日後難免出現一方無票，另一方卻有餘票的情況。凡此種種，都需要港鐵與內地鐵路部門不斷對服務作出完善。

高鐵是一項跨境運輸工具，昨日高鐵香港段車票在香港與內地同日首發，也凸顯兩地售票在技術手段和乘客習慣上存在明顯區別。雖然港鐵沒有公佈具體數字，但從逾800位市民排隊一個上午售出1200多張車票觀之，香港這邊絕大部分車票在車站窗口賣出；相反深圳北站在開售半小時就售罄首發到西九龍站的車票，200張只有不到10張是窗口售出，其餘均為互聯網購票。

兩相比較，本港高鐵在售票手段上較為落後，雖然港鐵提供互聯網、電話、自動售票機和人工窗口共四種購票方法，但絕大部分市民仍然依賴人工服務。

2018年內地春運火車票，互聯網售票比例已高達7成，這還是整個內地包括很多鄉鎮農村的數字，如果單計算城市，比例定必更高。這固然與內地鐵路網絡售票早已成熟，民眾亦熟悉互聯網售票有關。但除此之外，還有兩點值得本港檢討。

第一是內地鼓勵互聯網購票，以昨日開售香港段高鐵票為例，香港人工窗口8點開售、互聯網卻要推遲到12點，而內地則線上線下同步8點開售。而且內地高鐵票互聯網、電話訂票有30天預售期，人工窗口卻只有28天，在售票安排上就鼓勵大家採用自動化手段。

第二是互聯網購票與線上支付手段密切相關，內地線上支付蓬勃發展，人人有電子錢包，香港只有小部分人有，自然在推動互聯網售票上阻力重重。

高鐵促進粵港澳大灣區一小時生活圈成形，首日售票是一個良好開端。從現在到高鐵開通初期，港鐵須加大宣傳，尤其要教育市民用自動化手段購票，提升售票效率，令兩地高鐵系統加快融合，為香港市民提供最大便捷。

發掘特色旅遊 增加香港吸引力

香港旅發局昨正式展開「香港．大城小區—深水埗」推廣，擬投放逾1,200萬元，向遊客推廣「香港最地道社區」深水埗，鼓勵遊客探索地道又獨特的香港故事。從「舊城中環」到深水埗「步埗地道」，證明地道香港和人情味深具旅遊價值，旅發局鼓勵發掘地道香港特色，配合創意產業，發展深度旅遊，達至保育傳統、發展創意產業、開發新旅遊景點三贏，值得推廣，令中西百年結合的香港，既深具旅遊魅力、又充滿經濟活力。

位於九龍半島西北部的深水埗，充滿香港傳奇故事。它由貨運碼頭發展成為成行成市的布料攤檔、音響唱片電子街、美食街，國際巨星劉德華和梁朝偉在電影《無間道》中的首次相遇，就是在深水埗的一家音響店，香港大導演吳宇森也是在深水埗長大，《歲月神偷》、《變形金剛》等電影都能看到深水埗的街景。前北九龍裁判法院活化為薩凡納藝術設計大學香港分校， 該區還有黑膠唱片老店、香港歷史最悠久的公共屋邨美荷樓，以及製衣材料店、時裝店及美食，深水埗可謂香港地道特色和人情味的極佳代表。

旅發局去年成功推出「舊城中環」，將區內歷史建築、藝術文化、美食、時尚等元素結合起來，吸引旅客從不同角度、深度體驗香港特色，並成功將「元創方」發展成香港創意產業新地標。此次旅發局希望複製「舊城中環」的成功模式，將深水埗發展成深度旅遊區，引入科技因素、統一包裝，在深水埗的地鐵站、燈柱及電箱，以紅白藍圖案及鈕扣、拉鏈等代表深水埗特色的物件裝飾，上面印有二維碼，掃描後可連至旅發局介紹深水埗的網站頁面，瀏覽相關旅行資訊，讓旅客可模擬以港人角色、探索香港時光深處的味道。此次旅發局推介深水埗的重點是內地遊客，希望吸引眾多內地青年來自由行，其實這類旅遊新項目對旅行團亦具吸引力，可加強對團體旅遊及銀髮旅客的宣傳。

引人關注的是，政府計劃在深水埗建立設計及時裝基地，拓展深水埗的服裝、布藝市場。旅發局主席林建岳昨日表示，旅發局的推廣會配合政府發展深水埗的藍圖，與該區的未來發展創造協同效應。這一思路對本港的「再工業化」極具啟迪。

歐美眾多小鎮將創意產業發展、城市傳統保育、傳統產業向高科技發展相結合，走出了一條既保護傳統、又發展新經濟的道路，開創由居民、商界、政府共商共建共發展傳統舊區的新探索，這些經驗值得香港參考。

旅發局未來會考慮將中環、深水埗的發展模式延伸至新界，這是香港旅遊和創意產業的好消息，政府應加快推進。九龍半島北部的舊區改造，亦可借鑒深水埗發展旅遊和時裝設計模式，根據本區特色和定位，借鑒社區共商共建的發展新模式，為香港舊區的更新走出一條發展、保育、旅遊、產業的多贏之道。

「步埗地道」推廣深水埗 百無禁忌拜神香當香薰用

潮爆紙紮公仔 吸引遊客掃貨

香港文匯報訊（記者 楊佩韻）每個人心中都有一個小寶藏及大夢想，在深水埗區一步一腳印不但可以找到歷史、找到心頭好，更可找到獨特又親近的人情味。香港旅遊發展局將投資1,200萬元，重點推廣深水埗區「步埗地道」，鼓勵旅客深度探索地道又獨特的香港故事。有傳統紙紮老店負責人笑說，外國遊客百無禁忌，會買衣紙、紙紮公仔做裝飾，更會買拜祭的香，當香薰使用。旅發局期望向旅客說出更多有關中華文化的故事。有年輕創業者期望藉着深水埗獨有文化背景，貼地凝聚各界人士，激發更多無限可能。

■歐陽秉志指近年較多客人要求訂做具創意及新潮元素的紙製品，期望藉今次「步埗地道」的推廣能讓人認識更多紙紮。 香港文匯報記者劉國權 攝

■旅客只要掃描深水埗街道指示牌上的QR Code，便可瀏覽深水埗自助遊漫步指南。 香港文匯報記者劉國權 攝

■藝術小店「Foreforehead」，由前雜誌記者朱天韻（Daisy）經營，樓上舖分為展覽空間，及出售來自世界各地的生活設計品。 香港文匯報記者劉國權 攝

■林建岳（左二）及邱騰華（右二）一行人，昨到深水埗品嚐地道街頭小食。 香港文匯報記者劉國權 攝

■旅發局已在深水埗區設置不同類型裝飾，分佈在港鐵站內，主要街道的燈柱，以至街上的中電配電箱。 香港文匯報記者劉國權 攝

旅發局去年推出「舊城中環」推廣活動受到好評，今年決定延伸至九龍深水埗區，以「步埗地道」為主題，展示香港地道生活及街頭小食、傳統又創新的小店故事及尋寶天地，增強該區旅遊吸引力。

旅發局主席林建岳昨表示，推廣項目有助提升深水埗區的遊客量，為該區帶來更多經濟效益，料對當區物價不會有太大影響。

深水埗打造設計時裝中心

商務及經濟發展局局長邱騰華指出，近年旅客旅遊模式及期望都有改變，特別是個人遊旅客，「他們來港前已做好資料搜集，好清楚想去邊度。」

邱騰華指，香港不同地區有不同特色，旅客期望發掘本土社區小店及地區特色，相信深水埗推廣項目有助本土經濟和城市發展，配合政府發展藍圖，將深水埗打造成香港設計及時裝中心。

紙紮老店「寶華紮作」第二代傳人——42歲的歐陽秉志，在3年前接手老店，他說近年較多客人要求訂做具創意及新潮元素的紙紮品，如吸塵機、紅白遊戲機、海龜、龍蝦包等，「我會請客人提供相片或者實物，再進行量度、畫圖樣等，再用竹紮。」

有外國遊客買紙紮公仔做裝飾

他續指，曾試過有客人的母親離世前，一直很想用某品牌吸塵機，惟未能達成心願，「想燒返個同牌子嘅吸塵機（給她）。」而他自己進行展覽時曾製作電影《星際大戰》的黑武士頭盔，而最貴的是在天后誕的巨型紙炮，售價1萬多元。

歐陽秉志說，「紙紮唔係大家想像中咁恐怖」，期望藉着今次「步埗地道」的推廣，讓人認識更多紙紮。又笑說有外國旅客覺得金銀衣紙的顏色很特別及豐富，會買衣紙、紙紮公仔做裝飾，「佢哋百無禁忌，仲有外國旅客會買拜祭嘅香，當香薰咁用。」

選擇在深水埗創業的「兄弟皮藝」負責人陳志安表示，深水埗包羅了布料、鈕扣、成衣等材料，對皮藝創作及採購很方便，而當區獨特的文化氣息及人情味，也是吸引他的地方。

他期望日後會吸引更多旅客認識地道香港及具人情味的深水埗。

咖啡館可刺激設計新意念

同樣選在深水埗創業的林欣傑，設立了咖啡館及設計空間共融的小店，他認為深水埗每日也會有不少設計工作者到處走走，「設計師喜歡走來走去找材料，期望這個空間讓他們休息，更期望他們在這裡一起交流，刺激更多新意念。」

他續指，設計空間未來將會有設計主導的展覽，期望吸引更多不同界別人士了解香港設計及文化的故事。

推介65個特色 掃QR Code睇指南

旅發局總幹事劉鎮漢表示，將會推出廣告和微電影介紹深水埗，以及與業界合作推出更多區內導賞團。他續指，局方也將推出印刷版及網上電子版的深水埗自助遊漫步指南，推介約65個特色地點，旅客只要掃描深水埗街道指示牌上的QR Code，便可瀏覽有關指南。

他說，指南包括歷史發現、由4條在地人推薦的精華遊路線。他又表示，近年個人遊的旅客由25歲至45歲不等，佔總體旅客的50%，期望今次旅遊推廣能吸引更多年輕旅客來港尋幽探秘。

拓展特色遊 提升競爭力

香港文匯報訊（記者 高俊威）香港旅遊發展局昨正式展開「香港．大城小區－深水埗」推廣，向旅客宣傳深水埗為「香港最地道社區」。商務及經濟發展局局長邱騰華指出，旅發局的地區推廣，正落實《香港旅遊業發展藍圖》中提及培育及拓展具本港及國際特色的旅遊產品及項目之策略。旅發局主席林建岳亦表示，推廣將配合政府發展深水埗的藍圖，與這區的未來發展創造協同效應。

旅發局昨在深水埗福華街為推廣活動舉行啟動儀式，由邱騰華、林建岳、旅遊界立法會議員姚思榮及深水埗區議會主席張永森主禮。

4漫步路線介紹歷史美食

邱騰華在啟動儀式上指出，香港一直致力提升香港的旅遊競爭力，去年公佈的《香港旅遊業發展藍圖》，已為旅遊業訂定發展策略及相關措施。旅發局的地區推廣，正落實藍圖中提及培育及拓展具本港及國際特色的旅遊產品及項目之策略，以豐富訪港旅客的旅遊體驗。

為方便旅客認識深水埗，旅發局邀請丁新豹博士及三位在地人推薦漫步路線，介紹深水埗的歷史、創意潮流、地道美食及尋寶好去處。這些路線已上載至旅發局網站的深水埗專頁，更加入影片導航，以及利用Google地圖尋找路線的功能。

旅客身在深水埗，可以掃描旅發局在區內的旅客指示牌增設的QR Code（二維條碼），用手機直接連接到旅發局的網站，或透過旅發局的手機應用程式My Hong Kong Guide，獲得有趣地點的資料。

旅發局亦已在深水埗區內設置不同類型裝飾，分佈在港鐵站內，主要街道的燈柱、地標西九龍中心的外牆，以至街上的中電配電箱和欄杆，以突顯該區特色。

這些裝飾以紅白藍帆布為主題，配以鈕扣、拉鏈及懷舊玩具等設計。當旅客搭港鐵到達深水埗站，一走上地面，就可以見到。

海園推優惠 吸高鐵沿線客

香港文匯報訊（記者 高俊威）廣深港高鐵香港段通車在即，港珠澳大橋又快將落成，海洋公園行政總裁李繩宗昨接受電台節目訪問時表示，兩項大型基建對本港旅遊業有非常良好影響，可吸引車程在6小時內、包括來自粵西、福州、武漢和長沙等城市的居民來港作短線遊，海園會為他們提供更多優惠。

李繩宗指出，今年上半年入場的個人遊旅客數量有雙位數增長，尤其是來自廣東省的旅客增長比較明顯，而其他來自印度、菲律賓及東南亞地區旅客的增長亦不俗。

受惠高鐵大橋快通車

他指，雖然今年七八月天氣較不穩定，但本年至今入場人數與去年相若，目前入園遊客比例仍維持在本地40%、內地40%及其他地區20%。

他又提到，廣深港高鐵香港段及港珠澳大橋即將啟用，兩項大型基建對本港旅遊業均有非常良好影響，因可吸引車程在6小時內、包括來自粵西、福州、武漢和長沙等城市的居民來港旅遊。

他表示，海園會為他們提供更多優惠，並會致力進行推廣活動，除在北京、上海、廣州及成都外，去年亦在深圳加開一個代表處。此外，亦會不斷為節目加入新元素，吸引更多遊人進園。

料酒店年底開放助轉型

他又預計，海洋公園首間酒店將於本年底對外開放，令海園由單一主題公園轉型為度假區，提供特別住宿體驗。另一家酒店亦已在籌建中，預計於2021年初啟用。