

不止一晚，不限一地 票尾經濟從啟德走向全城的突圍之路

啟德體育園早前舉行的「香港足球盛會 2026」與「奧迪夏季巡迴賽」，三場球賽共吸引逾 12 萬人次入場，門票收入預計超過 1.8 億港元。據政府統計，今年上半年逾 130 項盛事吸引約 175 萬旅客參與，帶來約 58 億港元消費額，經濟增加價值約為 33 億港元；下半年亦將舉辦 100 項盛事活動，吸引超 185 萬旅客參與。

「票尾經濟」能夠將人流轉化為經濟效益輻射周邊。據統計，近期多場盛事帶動九龍城區內商戶生意額上升約 15%，當中單是「票尾經濟」帶來的生意額已佔 5%至 8%。這一方面得益於商戶積極響應，啟德、九龍城均有 40 個商家參與票尾優惠計劃，使得觀眾可以憑藉活動門票，在餐飲、停車、零售、住宿等方面獲得優惠；同時也得益於政府政策支持，旅發局牽頭推出「活動門票消費優惠」，旅客及市民憑指定盛事門票可享全港逾 100 項酒店及旅遊景點的額外 95 折優惠，力爭將人流擴散至更多商家、景點。

然而，該模式仍然存在一定提升空間。首先，空間上主要集中在九龍城，且缺乏整合，呈現零散分布；時間上也較短，大多觀眾僅會在活動當晚停留消費，未能發展成深度遊；而行業上也主要集中在餐飲零售方面，未發揮整體效應。因此，未來可以從這三方面着手進行改善：

一、打破交通壁壘，從點到線擴展票尾經濟空間範圍

便利的交通接駁能夠降低出行的時間成本，串聯不同的旅遊景點，實現從點到線的轉化。盛事期間可視情況增設啟德直達九龍城、土瓜灣、深水埗等社區的穿梭巴士，並調整巴士路線為旅遊專線，主要路過商業區、合作食肆、旅遊區等，亦可於車上提供電子優惠提示，降低遊客決策成本。此外，可在場館周圍增加前往有關地區的路線提示與景點、合作商戶介紹，便利遊客出行。

二、搭建統一票務平台，從線到面整合有關文旅資源

統一的票務能夠整合食、住、行、遊、購各環節，方便遊客一站式獲取全港優惠資訊，實現從線到面的轉化。內地有不少城市曾經推出過「演唱會門票 + 文旅」的模式，於微信小程序中整合住宿、餐飲、景區、交通及購物優惠，該模式累積吸引百萬名用戶，帶動近 2.7 億元人民幣消費。而香港亦可以參考打造

這樣的平台，整合不同旅遊線路，打造「票尾經濟 + 香港深度遊」的旅遊模式。

三、發揮長尾效應，延長票尾經濟影響時間

可以通過票尾經濟，將吸引遊客變為留住遊客，發揮其長尾效應。一方面可以延長票尾經濟的有效期，比如延長票尾有效期至賽事前後一個月甚至幾個月，吸引遊客留港遊玩或再次來港。更重要的是，要在活動設計之初便規劃「活動後半場」，將比賽同音樂會、粉絲見面會、夜間市集、博物館展覽等進行聯動，讓門票變成一份「節目表」而非一張入場券；而遊客在兩次活動的間隙自然也會產生消費，從而帶動遊客從單次打卡轉變為多次留港深度遊。

從一場球賽到全港盛事，從活動當晚到貫穿始終——票尾經濟的潛力遠不止於此。香港擁有景點集中、交通便利的天然優勢，通過點、線、面的結合，票尾經濟完全有條件從區域性的短期紅利，升級為全港性的長效經濟動能。