

營造歡樂氛圍 激發旅遊新活力

鄭泳舜 立法會議員

聖誕和新年一連串冬日佳節臨近，筆者近日途經尖沙咀一帶，眼見各商場已悉心布置，海旁建築物外牆掛滿了五光十色的燈飾，街上人群熙來攘往，市民和遊客停留拍照「打卡」。其實要「聚人氣」帶動消費，單靠政府一己之力是不足的，社會各界皆是持份者，若大家群策群力，開發和推出具創意和新穎的旅遊體驗或產品，定必擦亮香港旅遊品牌，推動本港經濟發展。

筆者得悉近日有商業機構在銅鑼灣開設期間限定概念店，結合流行文化與娛樂元素，以自家品牌的藝人作宣傳，包括容祖兒、張敬軒及 Twins 等明星，成功掀起熱潮，吸引不少市民和粉絲前往朝聖，帶動區內消費和經濟。概念店匯聚當今潮流和傳統懷舊元素，明星們輪流快閃登場，舉行小型演唱會和直播等活動，讓粉絲和遊人零距離與明星互動接觸。平日店內亦有大量的周邊文創產品，例如「軒公敲碗」，亦有受當今年輕人熱捧的韓式四格自拍亭、勾起無數香港人追星回憶的「Yes! Card」明星卡片和簽名黑膠唱片等，大添概念店的吸引力。

概念店的成功，除了有明星效應宣傳外，最重要的是主辦方願意嘗試。透過演藝界和商界的合作，開發多元化的表演舞台和特色產品，再加上本港流行文化獨特

的魅力，成功為遊客帶來全新且具「港風味」的體驗，同時亦為該區注入新活力。

另一例子是在尖沙咀海旁的戶外熊貓嘉年華，同樣是多界別合作籌辦，以國寶大熊貓為主題，設市集攤位、熊貓藝術裝置和攝影藝術展等，從文藝、保育和科技等多角度傳播大熊貓文化。網上社交媒體廣泛發布活動內容，開幕首五日已吸引逾五十萬市民和遊客到訪，成功營造「歡樂香港」氛圍，說好中國故事，說好香港故事。

上述的點子僅是眾多創意中的一部分，但已經凸顯出商界在旅遊業生態圈中發揮出的重要角色。事實上，香港一直孕育無數商界精英，具備卓越的營銷策略和敏銳的市場觸覺，而疫情後亦有許多地區組織積極籌備連串宣傳香港的活動，所以只要各界集思廣益，凝聚力量，營造一個宜商、宜樂、宜旅的良好氛圍，定能推動旅遊業更上一層樓，為香港的經濟帶來長遠而可持續的發展動力。