

創新思維破局 以深度吸旅客

最新公布的本港旅遊數字顯示，今年上半年訪港旅客突破 2,400 萬人次，內地與海外市場雙雙增長，尤其是非內地旅客增幅高達 17%，反映香港的國際吸引力正加速回歸。

香港旅遊業在激烈競爭中，取得如此成績，實屬不易。細察其因，啟德體育園的世界級演唱會、文化藝術的盛典、大熊貓家族的喜訊，加上積極打造的旅遊熱點，它們共同編織了一張魅力之網，不僅吸引各地旅客，更讓零售、餐飲和酒店等行業受益，成為經濟復甦的引擎。

然而，亮眼數據背後，香港旅遊業的深層挑戰亦不容忽視。在旅客消費模式轉變，以及周邊地區競爭愈趨激烈下，香港傳統購物天堂和固定景點的模式，對旅客吸引力下降，加上旅客體驗痛點如口岸擁堵、語言服務不足等，仍制約口碑發酵。

如何將「流量」轉化為「留量」，實現可持續發展？解局之道，在於創新與深度。必須深耕文化，打造獨特「港味」，跳出淺層觀光，挖掘活化舊區老店、離島漁村風情、非物質文化遺產等，打造沉浸式文化體驗路線，讓旅客觸摸真實的香港脈搏。同時亦須透過科技賦能，以智能服務提升體驗，如善用 AI 優化通關流程、推廣多語言的智能導覽、利用 AI 及物聯網 (IoT) 實時監測人流密度實現智能分

流等，以智能化服務消除旅客痛點，讓便捷成為新口碑。

此外，針對年輕群體開發城市漫步、藝術打卡等潮流玩法；面向家庭則深化主題公園聯動；為高端客群定制醫療、教育等特色服務，滿足多元需求。再者，近年低空經濟發展聲勢浩蕩，「低空+文旅」將創造出新的旅遊模式，政府應盡快開展相關載人試點項目，提早部署搶佔先機。惟有用創新思維破解瓶頸，以深度體驗重塑競爭力，香港方能立於世界旅遊版圖前沿。

文化配套多管齊下

要將旅遊產業做大做強，亦須加快在軟硬件建設的擴充，如做好便利交通、完善住宿和消費配套、提升服務水平及紓緩旅業人手短缺等，提升旅客的旅遊體驗，增強旅遊消費的吸引力，將人流轉化為經濟收益。

香港旅遊業蓬勃生命力的源頭，在於以文化為靈魂、以服務為基石的雙重滋養。文化方面，從黃大仙祠的香火，荷李活道古雅藝廊的呼吸，到西九文化區前衛藝術的大膽脈動，傳統與現代奇妙共生，形成無可取代的引力場。而服務，則是讓文化靈魂得以傳遞至每一位旅客心中，如同無形的絲線，將異鄉人編織入本地生活的紋理，令短暫逗留昇華為心靈歸屬。

港府最近推出一系列推動本地旅遊的新舉措，而旅遊界也正採取多管齊下的策略振興旅遊業，冀構建新型旅遊模式轉型。筆者期望政府與業界攜手，以文化為根、

創新為翼、需求為本，將香港打造為獨一無二的旅遊目的地，讓東方之珠的魅力

歷久彌新，穩固香港作為世界級旅遊樞紐的核心地位。

立法會議員 葛珮帆