



香港工業旅遊發展的前景與推進策略

(工業旅遊探討系列之二)

如本系列之一《工業旅遊：產業融合建奇功》所提及，生產企業向觀光工廠發展最早發軔於西歐國家。例如，1950 年代法國雪鐵龍汽車公司率先組織客人參觀其生產線，引起不少廠家爭先仿效。1973 年德國寶馬汽車公司於慕尼黑的總部打造「BMW 博物館」(BMW Museum)，成了遊客必到的熱點；其後再下一城，於博物館附近建立了一個集展覽、消閒娛樂和飲食於一身的商旅綜合型旅遊項目「BMW 世界」(BMW Welt)，每年迎來數以百萬計的遊客。雖然西方經濟體側重於工業遺址的保育與活化，政府對營運中企業發展工業旅遊一般鮮有明確政策加以扶持，但這些製造業先進國家仍誕生了不少的成功案例。有資料顯示，歐美等主要國家有一成以上的大中型工業企業開展工業旅遊，有關數字還呈增長之勢。

政府推動：亞洲成後起之秀

與西方國家「業界自發」的發展模式有所不同，近年一些亞洲新興工業化經濟體晉身為工業旅遊的「後起之秀」，其發展過程往往可見「政府推動」的痕跡。在二十一世紀伊始，台灣、日本、內地的政府不約而同頒佈了各自的工業旅遊政策和規劃性文件。台灣在 2003 年推出「推動製造業發展觀光休閒產業計劃」，鼓勵具獨特性、悠久歷史的老工廠向觀光工廠轉型；日本於 2004 年提倡「產業觀光」，提出把產業遺產、產業設施視為觀光資源並積極運用，隨後更修改《文化財產保護法》，准予仍在運作的工廠申請歷史遺產的地位。內地在 2002 年頒佈《全國農業旅遊示範點、全國工業旅遊示範點檢查標準(試行)》，為工業旅遊點設立第一套正式的考核指標體系；2016 年發佈《全國工業旅遊發展綱要》，提出之後十年的發展目標和推進策略，由此帶動許多省市政府紛紛推出「因城施策」的地方性支援措施。例如，蘇州市設立「工業園區年度旅遊業引導資金」，對園區內發展工業旅遊的企業給予財務獎勵；而深圳的南山區則於 2018 年推出助企業發展工業旅遊的專項資助。

綜觀內地、台灣、日本三地扶持工業旅遊的措施，政府除了從「提升地位」、「協助推廣」及「財稅支援」¹等著手之外，亦注重「制度建設」，對製造行業向觀光產業的延伸發展進行指導，並協助他們進行「能力構建」(Competence Building)，

¹ 在「提升地位」方面，日本透過立法將給予營運中廠房有資格申請成為歷史遺產，內地政府則鼓勵工業遺址相關項目申請「世界文化遺產」；而「協助推廣」則數台灣最為積極，其經濟部每年舉辦「觀光工業×創意生活」為主題的嘉年華；「財稅支援」方面，內地地方政府為工業旅遊項目提供資助，台灣亦有類似計劃，例如新北市政府推出「新北市鼓勵產業觀光發展計劃」，補助轉型所需的硬件設置成本。

以建立相關的核心技能（各地政府支持工業旅遊的措施詳列於本文後半部的專題分析）。其中的一個共通的做法是透過發展評價制度來向企業提供「發展指南」，為工業旅遊走向專業化制訂作業規範和參照基準。

例如，台灣經濟部工業局於 2003 年頒佈《工廠兼營觀光服務作業要點》，就「廠區空間規劃」、「企業主題形象」、「營運模式」、「服務品質內涵」和「導賞體驗設施」等五個範疇制定指引；日本的「產業觀光指南」詳述了產業觀光意義、環境塑造、地區營造、宣傳手法、導覽員訓練、問題解決方案、與周邊設施的合作、商務模式擬定等內容。內地 2017 年的《國家工業旅遊示範基地規範與評價》則對企業的旅遊資源稟賦、基礎設施及服務、配套設施及服務、旅遊安全及旅遊信息化程度等作出詳細的要求。這些制度化的文件均詳盡及細化地羅列出目標和操作方法，對工業界而言不啻為一套系統化的「進階教材」，堪稱企業兼營、轉型工業旅遊的「武功秘笈」；而且還有助推動民間孕育出專門從事相關策劃、諮詢和輔助服務的公司，進而形成一個「賦能」工業旅遊發展的社會支援體系。

天分天時：香港具發展潛質

反觀香港，本地現有的工業旅遊活動均由業界自發經營，具有零星化、單打獨鬥的特點，但勝在形式多樣、涵蓋內容豐富；常見的五種工業旅遊²在香港均有跡可「尋」。平情而論，香港具備發展工業旅遊的多項卓越的「天分」。一方面，本港是國際旅遊之都，新冠疫情前每年都能吸引數以千萬計的外來遊客，2018 年整體訪港旅客數字更創下 6,510 多萬人次的最高紀錄，全年與入境旅遊相關的總消費達 3,326 億港元，旅遊相關行業的整體從業人數達 25.7 萬³（佔該年本港勞動人口的 8.3%）。雖然持續三年的新冠疫情重創了香港對外旅遊業，但亦「意外」地帶動了本地特色旅遊的興起，在促使本地旅遊品種、景點和內容有所擴大的同時，無形中亦培養了一大批新增的本地客群特別是年輕一代；這對本身屬於深度遊並且較能深得文創愛好者青睞的工業旅遊甚為有利。

另一方面，香港曾是叱咤風雲的亞洲新興工業化地區，本地的經典廠號比比皆是，淵源博深的香港工業文化底蘊和工業傳承，構成了厚積薄發、豐富多彩的工業旅遊資源儲備。例如，香港造船業製造戰艦的驕人往績，如今船塢遺址雖已消失，但保存於民間的歷史文物和資料仍俯拾皆是；多個具代表性的工業遺跡，例如見證了冷戰歷史的馬鞍山鐵礦場以及映射了輕工業輝煌時代的坪洲工業遺址、南豐紗廠和青山龍窯等，近年亦開始進入港人和遊客的視野，甚至被陸續改造和活化為引人入勝的文化地標。

最近有民間組織與香港中文大學共同進行馬鞍山鐵礦場研究項目，推動「鞍山探索館」成立，營運組織把礦山歷史與馬鞍山自然景色整合設計出「親子體驗營」、「礦山遊樂園」、「礦山古蹟故事導賞遊」等不同主題的工業旅遊產品。保育

² 工業旅遊按觀賞主題可分為觀光工廠型、主題博物館型、現代工程景觀型、商旅綜合型和工業遺產型等五種。

³ 包括向旅客提供服務的零售業、住宿服務、餐飲服務、運輸及其他個人服務等。

項目「南豐紗廠」(The Mills)則是另一處時下香港文青趨之若鶩的熱門駐腳點；這個集紡織業歷史展示、創意培育、體驗式零售設施於一身的商旅綜合型工業旅遊項目，成功令所在的舊工業區在假日出現熙熙攘攘的人流，為社區經濟注入了鮮活的動力。

從另一個角度看，當前香港亦迎來了有利工業旅遊發展的上佳「天時」。隨著新冠疫情消退，香港百業再興，訪港旅遊業率先復甦；在今年首 5 月訪港旅客突破 1,000 萬人次，相等於回復至疫情前 2017-2019 年平均水平的約 40%；特別是在「五一黃金周」期間，入境的內地旅客更多達 62 萬人。惟香港在重現客似雲來盛況的同時，人們亦發現新一批來客的旅遊行為似已異於往常；內地旅客尤其年輕一羣興起來港「深度遊」、「人文遊」的風氣，他們按小紅書和網紅的推介來尋找「隱世打卡點」，攜帶麥當勞漢堡包到麥當勞道打卡、在油麻地警署前留影、赴離島或郊野公園行山遠足，或是搶購樽裝港式奶茶、前往鴨寮街搜羅舊款相機等。

訪港旅客的人口構成、旅遊需求以及消費文化正發生潛移默化的改變，令本港旅業一直以來常為人詬病的缺陷，例如景點老化、過分偏重購物、粗放型經營、服務質素下降等結構性問題，更加顯得不合時宜和相形見絀。這無疑亦形成一股「倒逼」力量，推動業界反思和加快改革；而發展以本土特色和文化體驗為賣點的工業旅遊相信會是一條大有可為的突圍之道。這道另類的「風景線」，對豐富本港的旅遊產品、迎合時下訪客特別是文青一族的旅遊需求以及助力香港旅遊業步上高品質發展台階，均更可發揮非同凡響的作用。

此外，配合打造國際創新科技中心的願景以及推動產業多元發展的需要，香港正銳意推動「新型工業化」或「再工業化」。無論是從喚起社會對製造業的重視、吸引人才和年輕人投身工業、為傳統行業轉型探求多元化的路向，還是從發掘「香港製造」的特殊價值、夯實香港品牌的文化根基以及為助力香港發展中外文化藝術交流中心等角度來看，重構、深化和弘揚港式工業文化具有重大而迫切的現實意義，以傳承和弘揚工業文化為本的工業旅遊正是推廣和踐行這些目標的一個「全能」載體和有效途徑。

政策提振：五方面營造東風

概言之，海外、內地和台灣的經驗顯示，政府的加持可以發揮催化劑的作用，促成產業發展出現「破局式改變」(Game Changer)。香港在工業旅遊發展上具備豐厚潛質和有利時機，亟待特區政府施展「有形之手」，為當前這個「萬事俱備」的態勢「引借東風」；特別是應從以下五個方面「提綱振領」，助力香港工業旅遊的發展開啟新氣象：

一是提升政策定位。本屆特區政府銳意以制訂藍圖的形式為特定領域的發展訂立總體策略和勾畫路線圖⁴；適逢 2017 年發佈五年規劃《香港旅遊業發展藍圖》

⁴ 根據 2022 年施政報告的部署，政府在過去一年裡已先後發佈了「香港創新科技發展藍圖」、「青年發展藍圖」、「中醫藥發展藍圖」和新的「十年文化藝術設施發展藍圖」等。

有待更新，旅遊事務署可藉此機會將發展工業旅遊的策略和執行措施納入其中。另一方面，北部都會區的發展如箭在弦上；按照政府的設想，新界北將建設成為「宜居、宜業、宜遊」的新都會。事實上，規劃中的「宜遊」除了可依託鄉郊保育和自然風光之外，還可配合北部都會區打造創科和新型工業化重鎮的定位，引入高科技工業旅遊的元素，藉以豐富區內的業態，並為提升創科產業的形象和市場影響力搭建「普惠型」的推廣平台。

二是提供經濟誘因。發展工業旅遊往往涉及不菲的固定資產投資，而企業經營方向轉型本身亦是一項較高風險投資。特區政府可透過設立專項扶持計劃或者擴闊現有基金(例如「再工業化資助計劃」或「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」)的使用範圍，為有意發展觀光工業的企業提供資助和津貼；亦可參照「綠色生活本地旅遊鼓勵計劃」的經驗，向旅行代理商提供鼓勵金，以加大業界開發和經營工業旅遊路線的誘因。

三是提速能力建構。參考海外的做法，特區政府可委託相關的機構例如香港生產力促進局、香港旅遊發展局或者大學，為工業旅遊項目制定指導性的運作規程、設立評價標準以及開展輔導工作，一來為政府資助撥款提供依據，二來可透過「定標」和建立政府支持的評定認證機制，為行業的規範化發展建立參照範本和指導性基準，三來更可藉此培育從事相關的顧問、諮詢和培訓工作的專業服務。

人才資本方面，香港作為國際知名的旅遊城市，在旅遊業人才的培訓上具有雄厚的基礎；本地早在中學階段就設立旅遊與款待(Tourism and Hospitality)的課程，本地一些大專院校的酒店及旅遊業管理專業更是聞名遐邇。政府可鼓勵學術界增強對工業旅遊的研究，以及考慮在旅遊專業的課程中增加與本地工業發展相關的內容，提升香港工業旅遊理論與實踐的知識儲備。

四是提振市場推廣。特區政府在今年發表的財政預算案中，把「力吸訪客，省靚香港招牌」作為「復常下力保全速復蘇」的首項要務，並提出要「全方位推廣香港的經濟新亮點、文化新視野、旅遊新體驗，以盡早爭取更多內地及境外商務及觀光等旅客訪港」。循著這一思路，旅遊界不妨將工業旅遊項目作為推動「文化新視野、旅遊新體驗」的切入點，開發更多相關的旅遊產品，甚至可將代表性的項目整合為特色的「一日多站」工業觀光路線以及納入觀光巴士例行路線的覆蓋中；並由香港旅遊發展局策劃專項的推廣活動，例如網絡宣傳和主題性的盛事等，吸引本地和海外「文青式」、「地道遊」愛好者的注意。

五是提倡跨界合作。工業旅遊本身就是跨行業經濟融合的產物，其發展亦有賴社會各界的通力協作，當中包含了消費者對文化感知和新型旅遊的孜孜訴求、製造企業推動轉型升級的雄心壯志、旅遊業開闢新領域的迫切需要，以及政府力促經濟復甦和產業持續發展的使命與承擔。

當前良機呈現，「東風」可期，香港各界能否構建一個「政府指引、業界推動、社會支持」的共建模式，助力工業旅遊這一產業發展的新艦隊破浪啟航，令人翹首而待！

專題分析(一)

台灣：全方位支援發展

在台灣，「工業遊旅」多以「觀光工廠」一詞作表述。「觀光工廠」概念是由時任台灣經濟部部長施顏祥於 2002 年在參考國際案例後提出，經濟部工業局隨即在 2003 年推出「推動製造業發展觀光休閒產業計劃」，以鼓勵具獨特性、產業歷史的老工廠向觀光服務業轉型，提高產業附加價值；起初參與者以中小型工廠為主。台灣工業技術研究院的技術轉移中心亦制訂「工廠兼營觀光服務作業要點」供企業參照；不時開設培訓課程和工作坊分享成功案例，協助參與計劃的工廠就「製程展示」、「歷史文化展示」、「教學體驗」及「購物」等環節組織活動。

當局還運用評鑑制度提升觀光工廠規格與水平；經濟部於 2008 年推出「評鑑優質觀光工廠制度」，對「廠區空間規劃」、「企業主題形象」、「營運模式」、「服務品質內涵」和「導賞體驗設施」等五個範疇制定要求，並委托工業技術研究院對企業給予專業輔導，引領觀光工廠提高規格。為進一步吸引企業發展觀光工廠，部分地方還撥款資助工廠轉型；例如新北市政府於 2011 年推出「新北市鼓勵產業觀光發展計劃」，補助轉型所需的硬件設置成本，每家企業最高可獲 150 萬新台幣。

經濟部屬下的台灣觀光局還協助觀光工廠向海外進行宣傳，其主辦的一些推廣項目更成為每年一度的恆常項目；例如 2004 年開始舉辦的「觀光工廠嘉年華」，以「觀光工業 × 創意生活」為主題，是全球首個專門推廣和普及觀光工廠活動的年度盛事。當局更組建「觀光工廠自在遊」網站和「全台灣觀光工廠－觀光景點 APP」手機應用程式，讓本地與海外旅客輕鬆掌握各區觀光工廠資訊以及設計觀光行程；而被評選為「國際亮點觀光工廠」的廠商還可於觀光局「台灣觀光資訊網」刊登中英對照的文宣資料，更有機會跟隨觀光局不定期參與海外旅遊展。

自引入觀光工廠概念之後，台灣經濟部為其進行獨立統計。相關數據顯示，觀光工廠每年所吸引旅客數目大致呈增長趨勢，2018 年、2019 年迎來高峰，分別創下 1,900 萬和 2,100 萬人次的紀錄，並衍生了 47 億和 52 億元新台幣的產值；即使在新冠疫情大爆發後的 2021 年，觀光工廠的旅客人數和產值雖然雙雙下降，但仍分別達 1,200 萬人和 47 億元新台幣。台灣經濟部將 2023 年定調為「觀光工廠旅遊年」，擬挑戰重返疫情前的 2,000 萬參觀人次大關，並估計觀光工廠數目將增至 165 間（約半數被經濟部評鑑為「優質觀光工廠」），產值將衝刺 62 億元新台幣。

專題分析(二)

中國內地：「真金白銀」扶持

內地工業旅遊於 1990 年代中後期經歷了較快速的自主發展階段，建立起一定的產業規模。一些知名企業率先拓展工業旅遊，例如長春第一汽車集團、汾酒集團、青島啤酒廠、首鋼集團等均開辦一些旅遊專案項目，當時已能吸引大批旅客到訪；部分企業更開設旅行社或服務公司專門負責觀光旅行團的業務。

踏入本世紀，內地政府推動工業旅遊發展的取態更為積極。2002 年，國家旅遊局制定並頒佈《全國農業旅遊示範點、全國工業旅遊示範點檢查標準(試行)》，圍繞旅遊項目的接待能力，經濟、社會和生態效益，產品，經營管理，周邊環境和安全，後續發展潛力等方面制訂了近 40 項具體指標，要求經營企業進行自查後向省級旅遊局申報初評，再由國家旅遊局驗收，於 2004 年公佈了 103 個工業旅遊示範點。

此後，地方政府紛紛成立省市級工業旅遊促進中心，引導有條件的工業企業進行申報和創建工業旅遊示範點，協助企業獲取發展工業旅遊所需的專業知識和解決方案。與此同時，工業旅遊的相關專業服務業亦應運而生，湧現一批從事工業旅遊策劃的民營諮詢公司，進一步助長工業旅遊的發展勢頭。地方政府還推出以工業為主題的精品旅遊路線加以推廣。例如，廣東省作為世界工廠的核心地帶，工業資源充裕，至今已推出 40 條工業精品路線，包括「廣州藥醉之旅」、「深圳匠心智造之旅」、「珠海匠心古鎮之旅」、「佛山陶醉古鎮之旅」、「佛山海天造藝之旅」等。

為促使工業旅遊創造經濟效益以及向高質量的方向推進，2016 年國家旅遊局發佈《全國工業旅遊發展綱要(2016-2025)》，提出到 2025 年要打造 1,000 個國家工業旅遊示範點，100 個國家工業旅遊基地及 10 個工業旅遊城市，遊客接待總量達到 10 億人次，創造超過 2,000 億人民幣直接收入。各地政府亦採取「含金量」更高的措施對工業旅遊的發展施以援手。例如，蘇州市成立「文體旅遊專項發展基金」，以工業園區內的企業為資助對象，向開發旅遊創新產品或業態並運營滿一年，或研發具有特色的文旅消費產品者，按不高於年度營收的 10% 給予獎勵，最高不超過 30 萬元人民幣。又如，深圳南山區 2018 年推出專項資助，對經評定的「南山區工業旅遊景點」，根據接待設施、硬體投入、服務項目、人員培訓等情況，按照不超過企業實際投入 50% 的比例給予資助，每家企業每年最高不超過 20 萬元人民幣；2022 年，深圳羅湖區提出重點發展珠寶工業旅遊，對珠寶企業成功開發及運營的示範專案，按項目實際投入的 20% 給予最高 200 萬元人民幣的補貼。

國家旅遊局數據顯示，2016 年內地的工業旅遊旅客規模已達 1.4 億人次，直接收入 213 億元人民幣，創造 42.8 萬個就業機會。按《中國工業旅遊發展報告》預測，2025 年中國工業旅遊人次將達 16 億人次，到 2030 年更將升至 20 億。

專題分析(三)

日本：以文化資本為工業旅遊奠基

在日本，向民眾公開各種產業現場和技術的行為被稱為「產業觀光」，而讓旅客參觀工廠的活動稱為「工廠見學」(ken-gaku)。

日本製造業重鎮愛知縣於 2001 年舉辦的「全國產業觀光高峰會」上率先提倡產業觀光；隨後日本政府於 2004 年的「觀光立國推進戰略會議」中提倡將「近代街景、產業遺產、產業設施視為觀光資源並積極運用」，代表發展「工廠見學」升級為日本以旅遊經濟立國的一個支柱。

日本工業旅遊的發展還與當地蓬勃的次文化風尚有關。2007 年，一本名為《工廠萌》的書籍面世，書名意指痴迷於工廠建築的工業發燒友，而書中記載的東京川崎市製造業的壯麗景象一夜走紅，使得日本社交平台上「工廠萌」的支持者在極短的時間內激增數萬。川崎市旅遊局於是乘勢推出工業區巴士觀光服務，使得當地工場搖身變成了旅遊熱點。

雖然日本政府並未向經營工業旅遊的企業提供金錢上的資助，但國土交通省主動肩負起工業旅遊發展的協調責任。該省邀請旅遊、運輸、商業界、工業界、地方政府等相關界別的人士組織懇談會來解決工業旅遊發展樽頸問題；還順應 2007 年民間吹起的「工廠萌」熱潮，於 2008 年發佈「產業觀光指南」，詳述產業觀光意義、環境塑造、地區營造、廣宣手法、導覽員訓練、問題解決方案、與周邊設施的合作、商務模式擬定等方面的內容，由此奠下日本工業旅遊經營制度範本的雛形。

此外，日本政府還積極挖掘當地的工業文化，以及深化「日本匠人精神聞名於世」的形象，藉此拓展工業旅遊的行銷資本。日本政府主動協助合資格的工業景點申請登上「世界文化遺產名錄」，以提升工業旅遊的文化地位；日本議會還提出修改《文化財產保護法》，給予仍然運作的工廠以歷史遺產的地位，並准許工廠以文化遺產為賣點作招徠。

至 2020 年，日本約有 1,000 個「工廠見學」項目，估計每年約有 3,000 萬人次參觀；不少日本知名企業如 Asahi, KIRIN、白色戀人公園和合味道等，都對外開放參觀廠房或經營企業博物館。

2023 年 7 月

以上資料由香港中華廠商聯合會秘書處編寫，內容僅供內部參考；如有任何查詢，請聯絡政策研究部。
電話：2542 8611；傳真：3421 1092；電郵：research@cma.org.hk