



供給端突圍：開啟香港旅業發展的新征程

踏入 2021 年，隨著多款新冠病毒肺炎的疫苗面世，全球已接種疫苗的人口越來越多，加之各地政府在應對疫情方面積累了一定經驗，各類社會交往和工商活動漸次得以恢復，環球經濟的復甦動力進一步轉強。香港經濟在今年第一季重回正增長軌道，實質本地生產總值分別按年增長 8%，扭轉了連續六個季度下滑的頹勢，第二季又錄得 7.5% 的同比增長。然而，當前本港經濟復甦的態勢仍未夠全面，內部消費環節的改善進度相對落後。根據政府統計處的數字初步概算，香港前兩季度的貨物出口和進口貿易額分別比疫情爆發前的 2019 年同期實質增長 17.6% 和 11.3%，但私人消費開支只恢復到 2019 年同期的 9 成左右。

另一邊廂，在恢復對外通關仍一籌莫展、跨境人員流動停頓的困局遲遲未能紓緩的情況下，香港的旅遊業至今難有起色。受訪港旅業低迷的拖累，今年上半年香港的整體服務輸出仍出現約 3% 的負增長，成為內外經濟活動中唯一仍未能「轉正」的薄弱環節；其中，第一季旅遊服務輸出按年大幅下挫 78.3%。旅遊業作為香港經濟的四大支柱產業之一，在疫情爆發前佔本地生產總值的比重為 4.5%，僱用就業人口的比例達 6.6%；旅遊業遲遲未能恢復景氣，不僅拖慢宏觀經濟復甦進度和阻礙就業市場進一步改善，更令部分民眾尤其是從事旅遊相關行業的人士對經濟回暖的「體感溫度」遠遜後於實際的形勢。

疫下全球旅業遭受重創

從全球範圍看，旅遊業無疑是受新冠疫情打擊最為嚴重、持續時間最長的行業之一。按世界旅遊組織(UNWTO)公佈的數據，2020 年全球跨境旅遊總人次較上年減少 8.5 億至 11 億人次，造成 9,100 億至 1.2 萬億美元的經濟損失，令 1 億至 1.2 億個直接與旅遊業相關的工作崗位岌岌可危。2021 年第一季度，國際入境旅客人數仍錄得 83% 的同比跌幅，國際入境旅客人數銳減 1.8 億人次。聯合國世界旅遊組織專家委員會此前公佈的調查報告指，約六成受訪者認為，全球旅遊業最快要到 2022 年才能恢復至疫情前的水平。

過去兩年多以來，香港遭遇了社會運動與新冠肺炎疫情的雙重夾擊，旅遊業接連受創，可謂「屋漏偏逢連夜雨」。在疫情爆發前的 2019 年下半年，香港旅遊業受本地社會事件的影響而突然陷入逆境，自 2003 年以來一直「順風順水」的良好發展勢頭戛然而中斷；當年下半年的訪港旅客數目銳減，平均每日的旅客人數從上半年的 20 萬人次急遽下跌一半至下半年的 10 萬人次。以全年入境旅客人數來計，訪港旅客總人數從 2018 年的 6,515 萬人次下挫至 2019 年的 5,591 萬人。

踏入 2020 年，為遏止新冠肺炎疫情的傳播風險，世界各地紛紛採取「封關」等限制跨境人員流動的措施；特區政府於 2020 年 1 月底關閉多個陸路入境口岸，

隨後不斷收緊對入境人士的隔離檢疫措施。自去年2月份以來，訪港旅遊業基本上陷入「冰封」的停擺狀態，每月旅客人數的萎縮幅度更超過95%。2020年全年訪港旅客總人數僅錄得357萬人次，其中大部分旅客為封關前的1月份抵港。2021年首5個月訪港旅客總數只剩3萬人，當中內地訪港旅客佔2萬人次。

通關是旅遊業復甦關鍵

毫無疑問，在疫情得以有效控制的前提下，盡快恢復與境外通關是讓香港旅遊業走出困境的最大關鍵。香港旅遊業高度依賴入境旅客數量和消費開支增長；尤其是2003年開放內地旅客「自由行」之後，本港旅遊業迎來了十多年持續高速增長的黃金時期。根據香港旅遊發展局的統計數字，訪港旅客總人數從2002年的1,657萬人次增加至2018年的6,515萬人次，創下歷史最高紀錄。在此期間，到訪香港的內地人士從2002年的683萬人次攀升至2018年的5,104萬人，內地旅客佔所有訪港旅客人數的比重從不足一半(佔41.2%)上升至近八成(78.5%)。

內地是香港旅遊業的最大客源地，亦是當今世界上疫情控制得最好的地區之一；香港除了要加緊與新加坡等海外經濟體商討旅遊氣泡之外，更重要的是應爭取與大灣區包括內地城市和澳門之間早日達成通關安排。其中，與澳門恢復通關具有特殊的意義。一方面，澳門在本地疫情得到有效控制後，自去年8月份起已循序漸進地恢復與內地不同省市的人員往來(從最早於珠海市試行後擴展到廣東全省，之後再擴大到內地其他省市)，其經驗可為香港借鑒。

另一方面，過往港澳旅遊業發展的經驗顯示，內地旅客多傾向於一次過安排「港澳同程」，港澳在吸引內地旅客入境方面的數字具有高度的相關性。港澳之間若能率先恢復通關，將有助發揮協同效應，提高對內地旅客的綜合吸引力。可以說，率先在大灣區恢復通關和人員跨境流動可以發揮「一石三鳥」的功效：短期內可增加三地民眾的旅遊往來，為港澳旅遊業市道注入「活水」，還可為港澳社會進一步「復常」以及內地逐步對境外「解封」進行試點和積累經驗，更可以此為契機，為推動大灣區將來制定防疫檢疫與公共衛生的統一化標準奠定基礎。

疫後旅遊消費模式轉變

但須留意的是，此次疫情持續相當長一段時間，導致民眾的旅遊心態與消費習慣均已出現潛移默化。從內地近期旅遊業復元的經驗看，民眾在疫情基本受到控制後便逐步恢復外出旅遊，但前後經歷了超過一年的時間，出遊人次才大致上恢復至疫情前的水平。根據中國文化和旅遊部公佈的數據，2020年全年的內地旅遊人數為28.8億人次，按年下降52.1%；實現國內旅遊收入2.2萬億元，同比下降61.1%。在2021年「五一黃金周」，內地出遊總人次合計約2.3億，恢復至2019年同期的103%；「黃金周」的國內旅遊收入錄得1,132.3億元人民幣，接近疫情前的77%。同時，國內旅遊市場在恢復初期亦出現了一些「質」的變化。例如，本地遊、周邊遊成為許多居民假期出行的首選，自駕遊、租車遊最為「火爆」；在一定程度上反映了這類短途、「私密」度較高的旅遊方式，有助於消除遊客疫

後出行時對衛生安全等方面的擔憂。

從澳門與內地通關後的入境旅客數字中亦可看到，過往獲內地居民熱捧的「出境遊」至今仍處於較緩慢的恢復狀態。到目前為止，澳門與內地基本恢復通關已半年有餘，當地的旅遊市況逐步改善，但入境旅客數字仍顯著低於疫情前的水平；以 2021 年首 5 個月計，訪澳入境旅客人數合共約 340 萬人次，只及疫情爆發前(2019 年同期為 1,719 萬人次)的兩成左右。

可以預見，即便香港與內地將來逐步恢復通關，要讓內地旅客重拾來港旅遊的信心，相信亦需要經歷一個較為緩慢的預熱、恢復過程。亦就是說，疫後訪港旅遊業或需較長時間才能完全復原，政府乃至旅遊業界對此都須有心理準備並及早籌劃應對之策。

短期以本地遊彌補損失

既然訪港旅遊業仍舊「雪擁南關馬不前」，香港在短期內唯有力谷本地遊市場，鼓勵市民在港消費，以盡量彌補因入境旅客減少而造成的部分損失。眾所周知，港人喜歡出遊，更不吝於在旅途中花錢消費；根據全球旅遊搜尋引擎 KAYAK 早前發佈的報告，近 6 成受訪港人年均花費高達 5 萬元於旅遊產品上，有 2 成受訪者的年均旅遊開銷更高達 10 萬元。如果能促使港人「在港旅遊」，將部分到境外的花費轉化為在本地的旅遊開支，實現旅遊開支「出口轉內銷」，相信亦可為旅遊業界以及本土經濟帶來為數可觀的「進賬」。在 2003 年「沙士」期間，許多市民紛紛參加各種本地遊，除了有助於在非常時期紓解心情、增進家庭關係外，更為刺激本土經濟活動建樹奇功。

在疫情期間，特區政府為協助旅遊業渡過難關，除了透過「防疫抗疫基金」推出了多輪行業支援措施之外，亦努力協助旅遊業界開拓本地遊的業務空間，包括允許恢復本地遊旅行團，以及推出並延展「綠色生活本地遊鼓勵計劃」和「旅行社鼓勵計劃」¹等。配合政府鼓勵本地遊及刺激本地消費的政策方向，香港旅遊發展局(旅發局)作為專責的旅遊推廣機構，亦推出「旅遊·就在香港」的網絡平台，向市民推廣由業界提供的零售、餐飲、景點以及酒店等的優惠和體驗。事實上，近期「staycation」等本地旅遊產品在香港大量湧現並且市場反應不俗，政府資助的「綠色生活本地遊」以及「賞你遊香港」等項目更是受到市民歡迎。

在此基礎上，旅遊業界可以借助剛剛「火辣」登場的消費券、疫苗接種獎賞計劃及近期本地疫情大為緩和的有利時機，推出更多適合本地遊的相關產品；特區政府亦可趁勢增撥資源，延續、推出更多本地旅遊的資助計劃。從另一個角度看，發展本地遊不宜只當是急就章的「權宜之計」；除了幫助旅遊業者開闢本地客源以解燃眉之急之外，亦可藉此鼓勵業界發掘更多的高增值和符合潮流的旅遊

¹「綠色生活本地遊鼓勵計劃」下，按旅行社接待的「綠色遊」遊客人數，提供每名參加者 200 元的鼓勵金，每間旅行社可申請鼓勵金的遊客人數上限為 1,000 人；而「旅行社鼓勵計劃」則是，讓旅行社接待每名出境或入境過夜旅客可分別獲得 100 元或 120 元現金鼓勵，每家旅行社的合資格旅客上限為 1,000 人。

產品，將來更可向外地訪港遊客推而廣之，為帶動疫後香港旅遊業邁上高品質的發展之路助一臂之力。

旅業中長期弊端須正視

平情而論，香港旅遊業在受疫情打擊而「遭逢巨變」之前，其實已面對行業發展的瓶頸問題，特別是在長期高速發展過程中已積下了不少亟待處理的深層次弊端。有本地研究機構早前發表報告²，指香港旅遊業在經歷過去僅 20 年快速增長後湧現了「四大弊端」：一是旅遊設施容量不足，難以應付旅客特別是不過夜旅客的增長，導致局部地區人滿為患，令居民與旅客之間的矛盾尖銳化；二是客源結構失衡，嚴重依賴內地客，令相關服務產業的業態趨向單一化；三是訪港內地旅客熱衷於購物活動，對本地經濟的增值貢獻偏小；四是旅客增長對就業職位的邊際帶動作用減弱，在 2014 至 2018 年期間，訪港旅客人次和消費開支反覆上升並創下歷史高為，但同期相關行業的就業人數卻減少逾 1.4 萬人。

此外，香港品牌發展局和香港中華廠商聯合會去年下半年委託大學研究團隊在大灣區進行的一項消費者調查³亦揭示，受近年香港與內地社會關係發生變化、部分港人對國內消費者的態度不如以往友好以及 2019 年下半年的本地社會運動的影響，香港一直引以為傲的安全城市、好客之都的城市形象一度受到嚴重破壞，受訪者對香港的整體印象較兩年前稍稍轉向負面。在較靠近香港的深圳及澳門，當地消費者對香港的印象均出現一定幅度的下滑；而且 25-34 歲、55-64 歲及 65 歲以上的消費者群體對香港的印象評價較低，一些受訪者更直言不願意因感覺香港社會秩序動盪或因缺乏安全感而不願意前往香港。

正所謂「置之死地而後生」，香港旅遊業理應利用疫情帶來的「空窗期」，透過整改、部署轉型和探索新的發展路向，締造優勢重建的「機遇窗口」。否則，即日後世界各地全面解封，飽受重創的訪港旅遊業非但難以奢望像 2003 年沙士之後那樣迅速迎來「V」型反彈，更可能會受制於種種「老問題」而繼續萎靡難興或者很快又「打回原形」，重陷行業發展的瓶頸。

促高品質轉型轉危為機

毫無疑問，香港旅遊業的疫後復興之路將會是一個逆風前行的艱苦歷程 (Uphill Battle)，除了要面對疫後百廢待興的挑戰之外，還須加緊策動香港城市形象的重建和重振。除了業界、應推出更多讓利惠客的措施之外，特區政府亦應牽頭舉辦更多活動鞏固和宣傳香港形象，特別是提升國內旅客對香港的信心。政府尤應爭取中央及各省市政府的支持，加強對內地消費者的文宣，透過輿論疏導和有效的媒體策劃，重新燃起內地各界對香港的好感與支持。

同時，旅遊業界應抓緊疫後市場恢復的機遇「再出發」，及時而有效地推進

² 智經研究中心於 2020 年 10 月發表研究報告「未來之『旅』——回顧香港旅遊業 20 年的高山低谷」。

³ 香港品牌發展局和香港中華廠商聯合會於 2021 年 6 月發表的研究報告「粵港澳大灣區消費者對香港品牌的態度及購買行為調查報告」；是項研究於 2020 年 7 至 11 月訪問了大灣區 10 個廣東城市和澳門的 1700 多名消費者。

訪港旅遊業的升級轉型；一方面與政府攜手加緊豐富香港的旅遊產品、強化旅遊基礎設施、改善服務水準、提升科技應用水平、以及加強與大灣區城市的「一程多站」旅遊線路合作拓展，另一方面更要認真思考如何拓展高增值的旅遊發展項目，跨越「粗放型」經營的舊模式。

具體而言，配合「十四五」規劃支持香港發展中外文化藝術交流中心以及西九文化區設施的相繼落成，文化旅遊具備條件成為香港旅遊業的新增長點，日後對吸引高素質、高消費能力的遊客以及「回頭客」相信有不俗的魅力。未來除了積極拓展文化旅遊項目，吸引文青訪客之外，政府還可適時重新啟動「盛事基金」，力爭在短期內推出更多能夠吸引遊客眼球的大型國際性活動，讓香港重新煥發「盛事之都」的魅力。

此外，過去十幾年訪港過夜遊客中，商務旅客佔比由 2003 年的 31% 減少至 2019 年的 13%。商務旅客人次雖從 2003 年的 300 萬攀升三成至 2015 年的 400 萬高價值，但隨後幾年已停滯不前，2018 年更微減至 380 萬(2019 年為 309 萬)；而同期整體訪港過夜旅客則從 2003 年的 968 萬勁增逾 3 倍至 2018 年的 2,926 萬高峰(2019 年為 2,375 萬)。香港今後還需在吸引商務客方面加倍努力；尤其是在恢復通關的初期，商務客往往「春江水暖鴨先知」，兼且具有較強的需求剛性，可擔當推動本港入境遊復興的「先頭部隊」。

除了考慮為訪港的商務旅客提供財務津貼以及保安、交通、後勤等具針對性的支援措施之外，特區政府還可向中央爭取，在香港舉辦繼中國國際進口博覽會(即「上海進博會」)、中國國際消費品博覽會(即「海南消博會」)之後第三個面向內地消費市場的國際高端商品博覽會，吸引內地商家來港採購，為 MICE(即會議、獎勵旅遊、展覽展銷、節事活動等)旅遊和展覽業注入新動力，亦可凸顯香港在國家雙循環經濟中的特殊角色。

作為中西方文化匯聚的城市，香港締造出獨特的都會文化，加上風貌多樣的名勝景點、郊野景致及百年歷史遺跡等，過去吸引了全球旅客紛沓前來，贏得「東方之珠」的美譽。2003 年「沙士」給香港旅遊業帶來了一次嚴峻考驗，但受惠於疫後國家開放「自由行」的惠港政策，從需求端刺激訪港的內地旅客急增，推動香港旅遊業進入長達近 20 年的黃金發展期。2019 冠狀病毒疫情是香港旅遊業遭遇的另一次重大考驗；政府和業界若能將此次逆境轉化成行業重整旗鼓的契機，透過對本地的旅遊基建、設施、產品、服務以及發展思維進行徹底改造與提升，掀起一場影響深遠的「供給端革命」，則香港旅遊業將有望在高品質發展的道路上行穩致遠，讓「東方之珠」在風雨過後重放光芒。

2021 年 8 月

附表 1：歷年訪港旅客人數和內地旅客佔比的變動情況

年份	整體訪港旅客數(萬)	內地訪港旅客數(萬)	內地訪客佔比
2003	1,553	847	54.5%
2004	2,180	1,225	56.2%
2005	2,334	1,254	53.7%
2006	2,523	1,359	53.9%
2007	2,814	1,549	55.0%
2008	2,948	1,686	57.2%
2009	2,955	1,796	60.8%
2010	3,598	2,268	63.0%
2011	4,188	2,810	67.1%
2012	4,858	3,491	71.9%
2013	5,428	4,074	75.1%
2014	6,080	4,725	77.7%
2015	5,927	4,584	77.3%
2016	5,655	4,272	75.6%
2017	5,837	4,441	76.1%
2018	6,515	5,104	78.3%
2019	5,591	4,377	78.3%
2020	357	271	75.8%
2021 首 5 個月	3	2	71.2%

資料來源：香港旅遊發展局；廠商會研究部整理

附表 2：歷年訪港過夜旅客中的商務旅客人數變化

年份	過夜旅客(萬人次)		過夜旅客(萬人次)	
	合計	內地	商務旅客人數	商務旅客比重
2003	968	569	299.96	31%
2004	1,365	779	341.37	25%
2005	1,477	803	354.55	24%
2006	1,582	843	379.71	24%
2007	1,715	909	343.08	20%
2008	1,732	938	363.71	21%
2009	1,693	966	304.67	18%
2010	2,009	1,168	341.45	17%
2011	2,232	1,360	357.06	16%
2012	2,377	1,511	356.55	15%
2013	2,566	1,709	359.26	14%
2014	2,777	1,908	388.79	14%
2015	2,669	1,800	400.29	15%
2016	2,655	1,736	398.29	15%
2017	2,788	1,853	390.38	14%
2018	2,926	1,990	380.42	13%
2019	2,375	1,623	308.78	13%

資料來源：香港旅遊發展局；廠商會研究部整理