

港網紅店走俏 文化氣息吸引 倡政府加強宣傳 遊客從買買買 到捐窿捐罅深度遊



◆網紅曲奇店外頭湧湧。



◆中上環網紅食店人頭湧湧，食客雨中夾排長龍。



◆網紅食肆裝修簡陋，也幾乎座無虛席。

五一黃金週

在五一黃金週期間，大批內地旅客無懼風雨來港旅行，但「買買買」的旅遊模式已有所改變，取而代之是捐窿捐罅發掘香港城市特色的「深度遊」。香港文匯報記者4日在中上環、堅尼地城多個網紅店，直擊大批旅客撐着雨傘在紅雨下排隊「探店」。他們異口同聲表示，深入煙火人間才能體驗到香港文化氣息，「這裏中西、新舊交融，與內地很不一樣，顛覆我對香港的刻板印象。」他們大讚香港旅遊資源豐富，惟特區政府較少推廣小店、特色街道，他們只能在社交平台找資訊，但往往因資訊過時而「踩雷」，故建議特區政府製作旅遊地圖，加強宣傳。有家長認為香港特區政府可以組織「一日親子遊學團」，讓內地學童透過遊學，了解香港中西文化的歷史。

◆文：香港文匯報記者 吳健怡/圖：香港文匯報記者 黃艾力

內地五一長假假期數第二天，雖然天公不作美，香港天文台4日上午一度發出紅色暴雨警告信號，全港各區下着傾盆大雨，卻無阻旅客漫遊香港的雅興。香港文匯報記者當日在紅雨警告生效期間到旅客近期熱捧的中上環，發現街頭小巷人頭攢動，百年酒家蓮香樓更是水洩不通，客似雲來。

緬懷茶樓風味 體驗雨中特色街景

來自深圳的旅客李先生與朋友4日上午八時從深圳來港，首站就到該茶樓「嘆早茶」。他表示，疫情前曾光顧蓮香樓，近期得悉該店重新開業，特意再來緬懷港式舊風味，「這是一家富有特色的茶樓，張柏細細張、茶客要搭枱，仲有點心車，好懷舊，是正宗的港式風味。」

但天雨打亂了他的「深度遊」計劃，「原本打算和朋友從上環走到中環，一邊走一邊打卡，但現在只能去附近的咖啡店飲嘢，體驗雨中的香港街景。」

李先生透露，香港官方的旅遊資訊有限，且集中在坐纜車上太平山、到中環一家貴價燒鵝店、到銅鑼灣「血拚」等傳統路線，故他只能依靠社交平台計劃訪港「攻略」，「香港中西區其實有很多文青咖啡廳，隱藏在小街小巷中，很值得去探索，也符合旅客最新需求。」

不過，這些社交平台資訊未必準確及時，李先生建議特區政府推出每區的電子旅遊地圖，可以與小店合作推廣，「例如旅客每到一個小店，便可以掃該店的二維碼打卡，打齊全部小店，還能有一些優惠回

贈，這樣子也能增加旅遊的趣味性和積極性。」

曾錯信社媒「踩雷」 建議港推官方資訊

另一名依靠社交平台訪尋香港特色景點的南京旅客Melody表示，現在已不再手捧旅遊天書遊玩，而是根據網絡推介，尋訪富有新鮮感、最真實地道的體驗。她在社交平台推介下，4日來到中環網紅鐵皮檔勝香園打卡，「看過很多港產電視劇，很多明星都在這裏吃早餐，所以我也來試試香港的早餐。」

她坦言，自己曾因為信錯社交平台而「踩雷」，「有次跟着推介去探店，發現該店已經倒閉，浪費很多旅遊時間。」因此，她建議香港特區政府推出官方資訊及宣傳，「政府也可以與社交平台上影響力大的內容創作者合作，通過他們宣傳推廣，以提高香港特色活動的曝光度。」

倡辦親子導賞團 專人講解港歷史

來自上海的興女士與丈夫及女兒遊歷中上環。她說，中西區的建築文化特色相當吸引，「以前來香港都是『血拚』購物，但是現在主要以探索為主，帶女兒參觀大館、孫中山紀念館等。」

「讀萬卷書，行萬里路」的道理歷久不衰，興女士希望特區政府可以舉辦一天親子導賞團，以專業的角度，為遊客講解獨有、中西合璧的特色建築，讓旅客了解香港的歷史發展，讓學童在遊學中擴闊視野。



◆遊客李先生（右）



◆遊客Melody（右）



◆遊客興女士（左）

精心營造景點 免打卡險象環生

特稿

全面復常以來，內地旅客遊港模式也有所轉變，由以往主打購物，變為注重休閒飲食、深度遊等。一些在本地人看來習以為常的景色，經社交平台推廣，搖身一變成為打卡熱點。

偶有旅客馬路中央拍照

香港4日上午天氣惡劣，但下午有數小時放晴。香港文匯報記者在「網紅」景點之一的堅尼地城海旁觀察，大批旅客興致不減，抓緊雨後機會拍攝香港獨特的海濱景致。該景點毗鄰公路，偶有旅客為拍攝觀景而走到馬路中央，險象環生。



◆遊客徐小姐

不少旅客認為，這麼別具特色的景點，特區政府不好好打造有點可惜，建議政府開闢拍攝位置，或者在五一等假日設置臨時交通安排，讓遊人在安全情況下打卡。

來自北京的徐小姐表示，從「小紅書」和「抖音」等社交平台得知堅尼地城海旁，4日特意到訪並與街牌合影，「感覺景色還不錯，我之前還跟小紅書推薦去鯉魚涌的『怪

獸大廈』，很密集的樓群，很有趣。玩社交媒體時間長了，我們也都知道，一般人很難拍出和網紅一樣的照片，湊個熱鬧，也挺開心的。」

中文社交媒體影響力不僅限於內地，東南亞旅客也被吸引。來自馬來西亞的宋小姐與兩名同學來港畢業旅行，逗留7天。她表示，整個行程體驗還可以，不過連續下雨，有些行程沒辦法如期前往。

倡闢行人路安全打卡

旅客們對堅尼地城海旁十分欣賞，只可惜現場沒有行人設施，旅客要「走鬼」在汽車經過後，跑到馬路中央與海景合照，險象環生。有旅客表示費解：「為何政府不好好打造這個景點？例如開闢行人路，讓旅客可以安全地打卡。」

附近的西餐食肆負責人Vincent向香港文匯報表示，今年生意較疫情期間有明顯改善，但受天雨影響，五一期間營業額僅較平時周末略升10%，「多了一些人到附近參觀，有內地旅客，也有本地人，不過他們不是總會選擇在附近用餐，天氣不好也會有影響。」

◆香港文匯報記者 唐文

專家之言

推廣特色遊 人氣變財氣

在香港，暴雨下網紅店人氣依然火爆，門前到處是長長人龍，店員接待、收錢收到手軟。這些網紅店未必有華麗的裝潢，卻能地地道道反映香港文化。香港旅遊職業工會聯會理事長梁芳遠4日在接受香港文匯報訪問時表示，個別網紅店旺丁又旺財，正顯示香港的特色文化才對正內地遊客的口味，建議與業界合作進行推廣具特色的旅遊景點。酒店業界則建議特區政府將24個與香港有直達航班、或高鐵聯通的內地城市納入個人遊計劃，以及恢復深圳居民一簽多行。

港傳統文化開發價值高

梁芳遠向香港文匯報表示，五一期間，雖然訪港遊客數量恢復到疫前七成水平，但香港旅遊業生意額僅恢復到疫前五成左右，其他相關行業復甦更加不如預期，原因是香港旅遊重點未迎合旅客最新的旅遊模式，例如仍重點推介傳統的景點。

「這些網紅店火爆，是因為一些網紅或KOL來港旅遊，品嚐後認為是香港特色，於是在內地如小紅書等自媒體平台推介。其實這些店只是香港中西薈萃文化的極小部分。」香港整體消費市場趨遜色，只有個別網紅店火爆，她認為反映了香港旅遊資訊在內地未夠普及，特區政府對香港特色文化的宣傳和推廣不足。

梁芳遠指出，香港的傳統特色文化十分深厚，有很高的開發價值，但過去投放的資源有限，難以成行成市發展起來：「例如觀塘避風塘海鮮，香港仔蛋黃文化，新界圍村大盆菜，中區酒吧街等，都具有長遠投資價值。（特區政府）應與業界合作，提供誘因和資助，選擇

一個區域集中發展，提供足夠空間讓遊客匯聚，經濟效益會幾何級上升。」

她以長沙在短短一兩年時間發展起來的巨大大沙夜市為例：「以前長沙夜市只是本地人的一個低檔消費習慣。在政府撥地興建，以及積極推廣下，迅速成為全國人氣旅遊勝地。」

倡再開放24城市個人遊

香港餐飲業協會會長黃家和表示，以五一黃金週首日18萬訪港內地客計算，跟疫情前的五一每日有超過20萬旅客來港比較，今年情況遜色。美麗華集團首席營運總裁陳宗彝接受香港文匯報訪問時則指，他旗下兩間分別位於尖沙咀及灣仔的酒店，五一黃金週的入住率都較去年同期減少幾何百分比，「我們已大幅減價23%，才做到九成以上入住率，每晚房價由去年2,000多元（港元，下同）減至不足2,000元。」

陳宗彝認為，香港的旅遊宣傳奏效，但問題是內地早前與20多個國家簽署了免簽證安排，包括數個歐洲國家，令彼此更有商務及旅遊往來，內地旅客的旅遊選擇增多，又不受簽證問題限制。相反，內地只有51個城市居民能透過個人遊計劃來港，「自助遊已是內地客主流流行方式。」他建議特區政府更積極向中央爭取，再開放24座與香港有直達航班，或高鐵聯通的、千萬人口的城市納入個人遊計劃內，「長途客人絕大多數會多玩幾天，人均消費也高得多。同時，應該盡早恢復深圳居民一簽多行，相信每年已可增加400多億元生意。」

◆香港文匯報記者 王偉