

立法会十六题：长洲太平清醮

以下为署理商务及经济发展局局长苏锦梁今日（五月二十五日）在立法会会议上就谢伟俊议员的提问的书面答复：

问题：

就每年成功吸引数万名市民和中外游客参观的长洲太平清醮，政府可否告知本会：

（一）鉴于有报道指出，早前食物环境卫生署（食环署）与民政事务总署因政策不协调，导致僵化执法，影响多年来一直受本地市民及外国游客欢迎的传统长洲太平清醮，其中一间每年为应节而售卖平安包的店铺，为抗议食环署僵化执法而决定于本年五月十日太平清醮举行期间不营业，令有心祈求「好意头」的游人苦候数小时才买到平安包，破坏游客游玩雅兴，政府可否研究改善政府部门间协调不足的流弊，在特别及可行的情况下尽量酌情执法，令类似的大型旅游节目得以圆满举行；

（二）鉴于近年前往观赏太平清醮的市民和游客续年增加，加上飘色巡游常在高温下进行，本年更有围观市民怀疑中暑，政府有否计划改善交通、医疗与及其它岛上的配套措施，令这项具本土特色的旅游盛事得以锦上添花；

（三）鉴于有市民指出，太平清醮的成功，反映一些活动只要有本土特色，便足以发展成为「可持续发展」的特色旅游项目，当局不需耗用巨额公帑作浩大宣传「催谷」大型但欠缺文化特色的「盛事」，政府可否借镜太平清醮的成功，彻底检讨每年大洒数亿元的旅游推广政策；

（四）鉴于有报道指出，香港旅游发展局（旅发局）宣传本年的太平清醮，主力使用网上宣传，整体宣传开支不多，达到「本少利大」的成本效益，是否知悉，旅发局宣传这次太平清醮的开支为何；旅发局会否研究将这次推广模式伸展至其它活动（例如每年举办的花车巡游与及夏日音乐节等项目），以有效善用每年高达数亿元的推广经费；如会，计划为何；如否，原因为何；

（五）过去三年，旅游事务署和旅发局有否尝试联同注册旅行代理商共同推广太平清醮成为旅游盛事；如有，推广的政策为何；如否，原因为何；及

（六）鉴于本年太平清醮的焦点飘色巡游中，出现小朋友模仿「财爷和特首派糖」，「大石砸死蟹」及「防辐射」等环节，引起市民共鸣，旅游事务署和旅发局会否

把太平清醮讽刺时弊的特色作为卖点，加强宣传？

答复：

主席：

长洲太平清醮是一项历史悠久、极具地方色彩的传统节庆活动，每年均吸引大量本港市民和外来游客参观，今年的长洲太平清醮，已于五月十日顺利举行。

就问题的六个部分，我的回复如下：

(一)及(二)长洲太平清醮由香港长洲太平清醮值理会主办。离岛民政事务处(民政处)每年均协调相关部门，因应前往长洲参观该盛事的大量游客，制订各项适当的配套安排，例如海上交通秩序、陆上人流管理、紧急医疗救援、额外卫生设施(如临时洗手间)等。离岛民政处会参考每年太平清醮举行的经验，改善及加强协调工作。

今年长洲太平清醮的平安包事件，属食物环境卫生署(食环署)的执法范围。离岛民政处的协调工作，并不涉及个别部门的执法行动。食环署有责任确保食物安全，保障市民健康。该署自今年四月十六日起收到八宗投诉(其中两宗由立法会秘书处转达)，指长洲北社街及部分地区一些售卖包点食物店铺，在店铺范围外制造或处理平安包。

食环署人员接获投诉后，到北社街及附近一带巡查，但没有发现违规情况。不过，由于接获上述投诉，食环署人员因此提醒有关食物店铺负责人，不应在食物业牌照指定范围外制造或处理食物。食环署人员在巡查期间，并没有向有关店铺提出警告或检控。

事实上，食环署去年也有接获类似投诉，并曾展开调查，但未有发现违规情况。食环署作为食物安全执法部门，必须依法行事，若有关店铺有任何建议改善经营情况，这些建议也必须确保制造及处理平安包的过程符合食品安全及卫生要求，食环署乐意就这些建议提供意见。

(三)政府一直联同香港旅游发展局(旅发局)积极发展和推广本港的文化旅游，令本港的旅游项目更多元化，从而增加本港作为首选旅游目的地的吸引力。

旅发局于全年不同时段，将各类型的盛事或大型活动，包括本地盛事、传统节日庆，以及国际艺术、体育及文化活动等，包装成不同的大型宣传项目，其中每

年四月至五月的四个传统节庆，包括天后诞、佛诞、谭公诞及长洲太平清醮，旅发局便将其包装为「香港传统文化汇」，突显香港的文化特色；至于旅发局主办的其它主要项目如「除夕烟火倒数」、「新春花车巡游」等，向来也广受海外旅客欢迎，而且可缔造香港全年盛事不绝的形象。这些活动全都吸引不少国际媒体报导，有助提升香港的吸引力。本地旅游及相关业界也可善用这些大型宣传项目，推出不同主题的旅游产品，创造更多商机。

(四) 旅发局二〇一一年「香港传统文化汇」推广活动的最新修订开支预算约为二百八十万元，具体工作如下：

- * 制作以长洲太平清醮为题的有趣短片，并上载至短片分享网站，如 YouTube、土豆网、新浪网网视频频道等，亦于社交媒体如新浪微博宣传及鼓励公众转载及分享有关短片；

- * 采取针对性的策略，锁定对传统节庆感兴趣的旅客（如来自长途市场的旅客），与当地业界合作宣传包括这些节庆的旅游行程；

- * 于主要口岸展示宣传海报和横额等，并特别安排平安包山打扮的人物，于机场欢迎来港旅客，令他们感受到传统节庆气氛；以及

- * 制作有关「香港传统文化汇」的专题网站及活动指南，介绍各项节庆活动详情，鼓励旅客前往各区参与活动。

随着社交媒体越来越普及，旅发局于二〇一一至一二年度将进一步强化数码媒体推广，以富创意的手法宣传香港。另外，旅发局会利用 twitter 及著名博客的影响力，邀请他们来港并分享旅游经验，同时鼓励网民转载或传阅这些博客的文章。

数码媒体推广与传统的推广渠道相辅相成，使用数码媒体推广的目的，主要是借助网上渠道无远弗届的传播范围，扩大接触层面，特别是潜在客群，以取得更大的宣传效应。

旅发局会视乎个别推广项目的规模以及目标客群，制订有效宣传策略及途径。以每年的「香港夏日盛会」和「缤纷冬日节」为例，旅发局会以互联网配合广告、公关宣传活动和消费者推广如巡回展览，并会与业界合作推广旅游行程和优惠，为这些推广项目以至香港争取最大的曝光及宣传效应。

(五) 旅发局每年均会向业界包括本港注册旅行代理商发出通告，通知他们各项

推广活动的安排，包括四月至五月份四个传统节庆的节目，并鼓励业界推出以节庆为题的观光团或将节庆活动纳入旅游行程，让旅客体验这些节庆的欢乐气氛。今年便有业界推出长洲太平清醮的观光团，例如 Bun Festival Tour 及「长洲太平清醮飘色巡游、南丫岛渔民文化村一日游」等。

（六）飘色极具本土特色，也一向是旅发局推广长洲太平清醮的重点之一。今年旅发局在香港长洲太平清醮值理会支持下，便特别为长洲太平清醮制作了一段有趣短片，介绍飘色习俗的背后故事。旅发局会继续因应旅客的兴趣及喜好，推介在港举行的节目及活动。

完

2011年5月25日（星期三）

香港时间 15时34分