

立法会十七题：提升香港作为购物天堂声誉的措施

以下为商务及经济发展局局长苏锦梁今日（一月十八日）在立法会会议上就林大辉议员的提问的书面答复：

问题：

据报，法国一间调查机构于本年一月初发表其对全球三十个城市的著名商业购物街排名的报告，指出由于香港的路人不够友善，没有帮助游客的意愿，故将香港的排名列为第二十九位。有评论指该排名结果会损害本港作为购物天堂的声誉，对本港旅游及零售业构成负面影响。就此，政府可否告知本会：

（一）过去五年，当局每年分别接获海外和内地游客的投诉数字为何（按投诉类别列出分项数字），以及两类游客的投诉数字和投诉类别有何差异；

（二）过去五年，当局有否进行调查或研究，以了解海外和内地游客对香港市民的态度有何观感；如有，详情为何；如否，原因为何；

（三）过去五年，当局推出甚么措施改善本港旅游业及零售业从业员的服务质素，以及各项措施涉及的开支为何；

（四）过去五年，当局推出甚么措施向本港市民提倡「好客精神」，以及各项措施涉及的开支为何；

（五）有否评估第（三）项及第（四）项的措施的成效为何；如有，详情为何；如否，原因为何；

（六）过去五年，当局有否比较海外和内地游客在港观光及购物的满意程度；如有，两者有否不同；如没有比较，原因为何；

（七）有否评估上述排名结果会否对香港的旅游、零售及酒店等行业造成负面影响；如有，详情为何；如否，原因为何；

（八）当局会否主动联络上述调查机构，以了解其调查的详情和作出澄清；如会，详情为何；如否，原因为何；

（九）当局有否评估本港市民会否因生活步伐急促或英语水平下降，而抗拒在街上停下来与外地游客沟通；如有，详情为何；如否，原因为何；

(十) 鉴于近年亦有多宗损害香港旅游业声誉的事件被广泛报道，当局有否评估香港的声誉是否已经受损；如有，详情为何；如否，原因为何；

(十一) 当局是否知悉，过去五年，有否本地或海外机构曾进行与是次调查全球著名商业购物街排名性质类似的调查；如有，详情为何；及

(十二) 当局是否知悉，过去五年，有否本地或海外机构曾就海外游客对本港市民的观感进行调查；如有，详情为何？

答复：

主席：

政府一直鼓励好客文化，访港旅客对香港的整体印象大致良好。我们自二〇〇一年起，与香港青年协会合作推行「香港青年大使计划」，向年青人灌输殷勤有礼的待客之道，并在学校及社区推展好客文化，同时，透过电视播放政府宣传短片，以市民为对象宣扬好客文化。此外，不同行业组织也努力提高本身行业的服务质素。香港旅游发展局(旅发局)亦自一九九九年推出「优质旅游服务计划」，鼓励不同行业的店铺提供高质素的服务，计划获得业界广泛支持。

就问题的各部分，我的回复如下：

(一) 香港旅游业议会(旅议会)、旅发局和消费者委员会在过去五年(即二〇〇七年至二〇一一年)接获内地游客和非内地游客的投诉数字及分类见附件一。综观而言，虽然过去五年的访港旅客数字已由二〇〇七年的二千八百一十七万人次，大幅增加至二〇一一年的四千一百九十二万人次，但三个机构在二〇一一年接获的投诉数字均较二〇〇七年为低。

(二)、(六)及(十二)旅发局每年均进行离境旅客意见问卷调查，当中包括评估旅客对香港的整体满意程度。根据该调查，过去五年，受访旅客对香港的整体满意程度见附件二表一。

上述离境旅客意见问卷调查亦包括收集旅客对在香港购物的评价。过去五年，受访的内地及非内地旅客中，表示对在港购物感到满意或非常满意的比率平均超过百分之八十，详见附件二表二。

至于有否本地或海外机构曾就海外游客对本港居民的观感进行调查，我们没

有这方面的资料。

(三)、(四)及(五)在培养好客文化方面,旅游事务署自二〇〇一年开始与香港青年协会合作推行香港青年大使计划,旨在向年青人灌输殷勤有礼的待客之道,在过去已有超过二千二百名青年大使完成培训课程,并派驻各旅游点向旅客介绍景点,以及参与大型活动和旅游推广活动等,计划实行至今青年大使已提供超过十八万小时的服务。这个项目获得学校、青少年及其家人的正面评价。过去五年,我们亦与不同行业组织合作,为旅游业管理及前线人员、的士及旅游车司机、零售业雇员等举办了五十多项活动,包括研讨会、工作坊、语言训练、顾客服务知识、导游持续培训课程等,参加人数合共五千五百名。推行香港青年大使计划和合办上述其它活动过去五年的总开支约为六百万元。

此外,旅发局于一九九九年推出「优质旅游服务」计划,为符合既定服务水平的商户提供认证,以鼓励和表扬零售、餐饮业界提供高质素的服务,近年更延伸至发型屋及持牌宾馆。截至二〇一一年底,全港已有超过七千五百间商铺获发「优质旅游服务」计划的认证。

另一方面,为鼓励不同行业提升服务水平,香港零售管理协会及香港优质顾客服务协会不时推出专业培训及奖项计划,例如神秘顾客大奖和优质顾客服务大奖,以推动会员机构建立优质顾客服务文化。

正如上文提及,根据旅发局离境旅客调查所得,以十分为满分计,过去五年,受访旅客对香港的整体满意程度为八点二分至八点三分,调查结果亦显示,平均超过八成受访者表示对在香港购物感到满意或非常满意。

(七)及(十)我们会参考个别调查机构就香港旅游业的表现所发表的调查结果,并作出适当的分析、检讨及跟进。从旅客满意度、访港旅客数目、旅客留港时间及消费水平等方面而言,我们没有发现旅客对香港的观感有受个别调查的负面评价所影响。

就法国调查公司 Presence 是次的调查结果,我们会透过旅议会及不同行业组织,加强对旅游业界前线人员的培训,以提升旅游及零售业的服务水平,并且积极鼓励香港市民待客以礼,发挥好客精神。此外,我们亦会继续与各有关政府部门紧密联系,以改善购物街及旅游景点的周围环境及配套设施。旅发局亦会继续在全球各地,积极进行宣传,推广香港作为世界级旅游胜地的形象。

(八)我们参阅过法国调查公司 Presence 是次调查结果的摘要,该公司也向我们解释了这次调查的方法,我们会向业界提供上述摘要和调查方法的资料。

(九) 我们没有就香港市民是否乐意与外地游客沟通作出调查。根据教育局的资料, 香港的学生和在职人士的语文水平在过去逐步提升, 例如过去数年, 所有自愿参加国际英语水平测试的本地大学毕业生, 平均总成绩皆在第六级(即属良好的运用者)以上, 由二〇〇二 / 〇三学年的六点四六分升至二〇〇九 / 一〇学年的六点七二分。另外, 以在职人士为例, 根据美国商会在二〇〇九年公布的商业展望调查, 显示百分之七十五的商会会员认为香港雇员的英语能力令人满意, 比二〇〇四年的百分之六十七及二〇〇二年的百分之四十七大为提升。

(十一) 香港作为国际旅游胜地的形象一直深获各地旅客认同, 近年, 本港提供的世界级购物体验曾获表扬, 例如: 二〇一一年五月, 全球最受欢迎及最大旅游评论网站 TripAdvisor 公布「二〇一一年最佳旅游目的地」, 香港获选为世界十大旅游胜地之一, 也是唯一入选的亚洲城市, TripAdvisor 赞扬香港能为旅客提供丰富的购物体验; 二〇一〇年九月, 旅游杂志 Condé Nast Traveler 举办的二〇一〇年读者投票旅游大奖中, 香港获选为「最佳岛屿」组别的第一位, 亦在「一百个最佳旅游体验」组别中名列第三位; 二〇〇九年九月, 网上旅游杂志 Smart Travel Asia 举行读者投票选举, 香港获选为「亚洲最佳购物城市」; 二〇〇九年五月, CNN 国际新闻网络 (CNN International) 全球网上消费者调查的旅游及观光业报告中, 香港获选为「最佳购物」的城市。此外, 二〇一一年二月, 香港的贺岁活动获财经杂志福布斯选为世界十大盛事之一; 二〇一〇年十一月, 香港获美国 CNN.com 选为全球十大圣诞渡假胜地, 成为唯一入选的亚洲城市。无论调查对香港的评价如何, 我们都会参考调查的结果, 研究是否有改善之处。

完

2012年1月18日(星期三)

香港时间 16时57分