

立法會十六題：長洲太平清醮

\*\*\*\*\*

以下為署理商務及經濟發展局局長蘇錦樑今日（五月二十五日）在立法會會議上就謝偉俊議員的提問的書面答覆：

問題：

就每年成功吸引數萬名市民和中外遊客參觀的長洲太平清醮，政府可否告知本會：

（一）鑑於有報道指出，早前食物環境衛生署（食環署）與民政事務總署因政策不協調，導致僵化執法，影響多年來一直受本地市民及外國遊客歡迎的傳統長洲太平清醮，其中一間每年為應節而售賣平安包的店舖，為抗議食環署僵化執法而決定於本年五月十日太平清醮舉行期間不營業，令有心祈求「好意頭」的遊人苦候數小時才買到平安包，破壞遊客遊玩雅興，政府可否研究改善政府部門間協調不足的流弊，在特別及可行的情況下盡量酌情執法，令類似的大型旅遊節目得以圓滿舉行；

（二）鑑於近年前往觀賞太平清醮的市民和遊客續年增加，加上飄色巡遊常在高溫下進行，本年更有圍觀市民懷疑中暑，政府有否計劃改善交通、醫療與其他島上的配套措施，令這項具本土特色的旅遊盛事得以錦上添花；

（三）鑑於有市民指出，太平清醮的成功，反映一些活動只要有本土特色，便足以發展成為「可持續發展」的特色旅遊項目，當局不需耗用巨額公帑作浩大宣傳「催谷」大型但欠缺文化特色的「盛事」，政府可否借鏡太平清醮的成功，徹底檢討每年大灑數億元的旅遊推廣政策；

（四）鑑於有報道指出，香港旅遊發展局（旅發局）宣傳本年的太平清醮，主力使用網上宣傳，整體宣傳開支不多，達到「本少利大」的成本效益，是否知悉，旅發局宣傳這次太平清醮的開支為何；旅發局會否研究將這次推廣模式伸展至其他活動（例如每年舉辦的花車巡遊與及夏日音樂節等項目），以有效善用每年高達數億元的推廣經費；如會，計劃為何；如否，原因為何；

（五）過去三年，旅遊事務署和旅發局有否嘗試聯同註冊旅行代理商共同推廣太平清醮成為旅遊盛事；如有，推廣的政策為何；如否，原因為何；及

（六）鑑於本年太平清醮的焦點飄色巡遊中，出現小朋友模仿「財爺和特首派糖」，「大石砸死蟹」及「防輻射」等環節，引起市民共鳴，旅遊事務署和旅發

局會否把太平清醮諷刺時弊的特色作為賣點，加強宣傳？

答覆：

主席：

長洲太平清醮是一項歷史悠久、極具地方色彩的傳統節慶活動，每年均吸引大量本港市民和外來遊客參觀，今年的長洲太平清醮，已於五月十日順利舉行。

就問題的六個部分，我的回覆如下：

(一)及(二)長洲太平清醮由香港長洲太平清醮值理會主辦。離島民政事務處(民政處)每年均協調相關部門，因應前往長洲參觀該盛事的大量遊客，制訂各項適當的配套安排，例如海上交通秩序、陸上人流管理、緊急醫療救援、額外衛生設施(如臨時洗手間)等。離島民政處會參考每年太平清醮舉行的經驗，改善及加強協調工作。

今年長洲太平清醮的平安包事件，屬食物環境衛生署(食環署)的執法範圍。離島民政處的協調工作，並不涉及個別部門的執法行動。食環署有責任確保食物安全，保障市民健康。該署自今年四月十六日起收到八宗投訴(其中兩宗由立法會秘書處轉達)，指長洲北社街及部分地區一些售賣包點食物店鋪，在店鋪範圍外製造或處理平安包。

食環署人員接獲投訴後，到北社街及附近一帶巡查，但沒有發現違規情況。不過，由於接獲上述投訴，食環署人員因此提醒有關食物店鋪負責人，不應在食物業牌照指定範圍外製造或處理食物。食環署人員在巡查期間，並沒有向有關店鋪提出警告或檢控。

事實上，食環署去年也有接獲類似投訴，並曾展開調查，但未有發現違規情況。食環署作為食物安全執法部門，必須依法行事，若有關店鋪有任何建議改善經營情況，這些建議也必須確保製造及處理平安包的過程符合食物安全及衛生要求，食環署樂意就這些建議提供意見。

(三)政府一直聯同香港旅遊發展局(旅發局)積極發展和推廣本港的文化旅遊，令本港的旅遊項目更多元化，從而增加本港作為首選旅遊目的地的吸引力。

旅發局於全年不同時段，將各類型的盛事或大型活動，包括本地盛事、傳統節慶，以及國際藝術、體育及文化活動等，包裝成不同的大型宣傳項目，其中每

年四月至五月的四個傳統節慶，包括天后誕、佛誕、譚公誕及長洲太平清醮，旅發局便將其包裝為「香港傳統文化匯」，突顯香港的文化特色；至於旅發局主辦的其他主要項目如「除夕煙火倒數」、「新春花車巡遊」等，向來也廣受海外旅客歡迎，而且可締造香港全年盛事不絕的形象。這些活動全都吸引不少國際媒體報導，有助提升香港的吸引力。本地旅遊及相關業界也可善用這些大型宣傳項目，推出不同主題的香港旅遊產品，創造更多商機。

(四) 旅發局二〇一一年「香港傳統文化匯」推廣活動的最新修訂開支預算約為二百八十萬元，具體工作如下：

- \* 製作以長洲太平清醮為題的有趣短片，並上載至短片分享網站，如 YouTube、土豆網、新浪網網視頻道等，亦於社交媒體如新浪微博宣傳及鼓勵公眾轉載及分享有關短片；

- \* 採取針對性的策略，鎖定對傳統節慶感興趣的旅客（如來自長途市場的旅客），與當地業界合作宣傳包括這些節慶的旅遊行程；

- \* 於主要口岸展示宣傳海報和橫額等，並特別安排平安包山打扮的人物，於機場歡迎來港旅客，令他們感受到傳統節慶氣氛；以及

- \* 製作有關「香港傳統文化匯」的專題網站及活動指南，介紹各項節慶活動詳情，鼓勵旅客前往各區參與活動。

隨着社交媒體越來越普及，旅發局於二〇一一至一二年度將進一步強化數碼媒體推廣，以富創意的手法宣傳香港。另外，旅發局會利用 twitter 及著名博客的影響力，邀請他們來港並分享旅遊經驗，同時鼓勵網民轉載或傳閱這些博客的文章。

數碼媒體推廣與傳統的推廣渠道相輔相成，使用數碼媒體推廣的目的，主要是借助網上渠道無遠弗屆的傳播範圍，擴大接觸層面，特別是潛在客群，以取得更大的宣傳效應。

旅發局會視乎個別推廣項目的規模以及目標客群，制訂有效宣傳策略及途徑。以每年的「香港夏日盛會」和「繽紛冬日節」為例，旅發局會以互聯網配合廣告、公關宣傳活動和消費者推廣如巡迴展覽，並會與業界合作推廣旅遊行程和優惠，為這些推廣項目以至香港爭取最大的曝光及宣傳效應。

(五) 旅發局每年均會向業界包括本港註冊旅行代理商發出通告，通知他們各項

推廣活動的安排，包括四月至五月份四個傳統節慶的節目，並鼓勵業界推出以節慶為題的觀光團或將節慶活動納入旅遊行程，讓旅客體驗這些節慶的歡樂氣氛。今年便有業界推出長洲太平清醮的觀光團，例如 Bun Festival Tour 及「長洲太平清醮飄色巡遊、南丫島漁民文化村一日遊」等。

（六）飄色極具本土特色，也一向是旅發局推廣長洲太平清醮的重點之一。今年旅發局在香港長洲太平清醮值理會支持下，便特別為長洲太平清醮製作了一段有趣短片，介紹飄色習俗的背後故事。旅發局會繼續因應旅客的興趣及喜好，推介在港舉行的節目及活動。

完

2011年5月25日（星期三）

香港時間15時34分