

立法會十七題：提升香港作為購物天堂聲譽的措施

以下為商務及經濟發展局局長蘇錦樑今日（一月十八日）在立法會會議上就林大輝議員的提問的書面答覆：

問題：

據報，法國一間調查機構於本年一月初發表其對全球三十個城市的著名商業購物街排名的報告，指出由於香港的路人不夠友善，沒有幫助遊客的意願，故將香港的排名列為第二十九位。有評論指該排名結果會損害本港作為購物天堂的聲譽，對本港旅遊及零售業構成負面影響。就此，政府可否告知本會：

（一）過去五年，當局每年分別接獲海外和內地遊客的投訴數字為何（按投訴類別列出分項數字），以及兩類遊客的投訴數字和投訴類別有何差異；

（二）過去五年，當局有否進行調查或研究，以了解海外和內地遊客對香港市民的態度有何觀感；如有，詳情為何；如否，原因為何；

（三）過去五年，當局推出甚麼措施改善本港旅遊業及零售業從業員的服務質素，以及各項措施涉及的開支為何；

（四）過去五年，當局推出甚麼措施向本港市民提倡「好客精神」，以及各項措施涉及的開支為何；

（五）有否評估第（三）項及第（四）項的措施的成效為何；如有，詳情為何；如否，原因為何；

（六）過去五年，當局有否比較海外和內地遊客在港觀光及購物的滿意程度；如有，兩者有否不同；如沒有比較，原因為何；

（七）有否評估上述排名結果會否對香港的旅遊、零售及酒店等行業造成負面影響；如有，詳情為何；如否，原因為何；

（八）當局會否主動聯絡上述調查機構，以了解其調查的詳情和作出澄清；如會，詳情為何；如否，原因為何；

（九）當局有否評估本港市民會否因生活步伐急促或英語水平下降，而抗拒在街上停下來與外地遊客溝通；如有，詳情為何；如否，原因為何；

(十) 鑑於近年亦有多宗損害香港旅遊業聲譽的事件被廣泛報道，當局有否評估香港的聲譽是否已經受損；如有，詳情為何；如否，原因為何；

(十一) 當局是否知悉，過去五年，有否本地或海外機構曾進行與是次調查全球著名商業購物街排名性質類似的調查；如有，詳情為何；及

(十二) 當局是否知悉，過去五年，有否本地或海外機構曾就海外遊客對本港市民的觀感進行調查；如有，詳情為何？

答覆：

主席：

政府一直鼓勵好客文化，訪港旅客對香港的整體印象大致良好。我們自二〇〇一年起，與香港青年協會合作推行「香港青年大使計劃」，向年青人灌輸殷勤有禮的待客之道，並在學校及社區推展好客文化，同時，透過電視播放政府宣傳短片，以市民為對象宣揚好客文化。此外，不同行業組織也努力提高本身行業的服務質素。香港旅遊發展局(旅發局)亦自一九九九年推出「優質旅遊服務計劃」，鼓勵不同行業的店鋪提供高質素的服務，計劃獲得業界廣泛支持。

就問題的各部分，我的回覆如下：

(一) 香港旅遊業議會(旅議會)、旅發局和消費者委員會在過去五年(即二〇〇七年至二〇一一年)接獲內地遊客和非內地遊客的投訴數字及分類見附件一。綜觀而言，雖然過去五年的訪港旅客數字已由二〇〇七年的二千八百一十七萬人次，大幅增加至二〇一一年的四千一百九十二萬人次，但三個機構在二〇一一年接獲的投訴數字均較二〇〇七年為低。

(二)、(六)及(十二)旅發局每年均進行離境旅客意見問卷調查，當中包括評估旅客對香港的整體滿意程度。根據該調查，過去五年，受訪旅客對香港的整體滿意程度見附件二表一。

上述離境旅客意見問卷調查亦包括收集旅客對在香港購物的評價。過去五年，受訪的內地及非內地旅客中，表示對在港購物感到滿意或非常滿意的比率平均超過百分之八十，詳見附件二表二。

至於有否本地或海外機構曾就海外遊客對本港居民的觀感進行調查，我們沒

有這方面的資料。

(三)、(四)及(五)在培養好客文化方面，旅遊事務署自二〇〇一年開始與香港青年協會合作推行香港青年大使計劃，旨在向年青人灌輸殷勤有禮的待客之道，在過去已有超過二千二百名青年大使完成培訓課程，並派駐各旅遊點向旅客介紹景點，以及參與大型活動和旅遊推廣活動等，計劃實行至今青年大使已提供超過十八萬小時的服務。這個項目獲得學校、青少年及其家人的正面評價。過去五年，我們亦與不同行業組織合作，為旅遊業管理及前線人員、的士及旅遊車司機、零售業僱員等舉辦了五十多項活動，包括研討會、工作坊、語言訓練、顧客服務知識、導遊持續培訓課程等，參加人數合共五千五百名。推行香港青年大使計劃和合辦上述其他活動過去五年的總開支約為六百萬元。

此外，旅發局於一九九九年推出「優質旅遊服務」計劃，為符合既定服務水平的商戶提供認證，以鼓勵和表揚零售、餐飲業界提供高質素的服務，近年更延伸至髮型屋及持牌賓館。截至二〇一一年底，全港已有超過七千五百間商鋪獲發「優質旅遊服務」計劃的認證。

另一方面，為鼓勵不同行業提升服務水平，香港零售管理協會及香港優質顧客服務協會不時推出專業培訓及獎項計劃，例如神秘顧客大獎和優質顧客服務大獎，以推動會員機構建立優質顧客服務文化。

正如上文提及，根據旅發局離境旅客調查所得，以十分為滿分計，過去五年，受訪旅客對香港的整體滿意程度為八點二分至八點三分，調查結果亦顯示，平均超過八成受訪者表示對在香港購物感到滿意或非常滿意。

(七)及(十)我們會參考個別調查機構就香港旅遊業的表現所發表的調查結果，並作出適當的分析、檢討及跟進。從旅客滿意度、訪港旅客數目、旅客留港時間及消費水平等方面而言，我們沒有發現旅客對香港的觀感有受個別調查的負面評價所影響。

就法國調查公司 Presence 是次的調查結果，我們會透過旅議會及不同行業組織，加強對旅遊業界前線人員的培訓，以提升旅遊及零售業的服務水平，並且積極鼓勵香港市民待客以禮，發揮好客精神。此外，我們亦會繼續與各有關政府部門緊密聯繫，以改善購物街及旅遊景點的周圍環境及配套設施。旅發局亦會繼續在全球各地，積極進行宣傳，推廣香港作為世界級旅遊勝地的形象。

(八)我們參閱過法國調查公司 Presence 是次調查結果的摘要，該公司也向我們解釋了這次調查的方法，我們會向業界提供上述摘要和調查方法的資料。

(九) 我們沒有就香港市民是否樂意與外地遊客溝通作出調查。根據教育局的資料，香港的學生和在職人士的語文水平在過去逐步提升，例如過去數年，所有自願參加國際英語水平測試的本地大學畢業生，平均總成績皆在第六級（即屬良好的運用者）以上，由二〇〇二／〇三學年的六點四六分升至二〇〇九／一〇學年的六點七二分。另外，以在職人士為例，根據美國商會在二〇〇九年公布的商業展望調查，顯示百分之七十五的商會會員認為香港僱員的英語能力令人滿意，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為提升。

(十一) 香港作為國際旅遊勝地的形象一直深獲各地旅客認同，近年，本港提供的世界級購物體驗曾獲表揚，例如：二〇一一年五月，全球最受歡迎及最大旅遊評論網站 TripAdvisor 公布「二〇一一年最佳旅遊目的地」，香港獲選為世界十大旅遊勝地之一，也是唯一入選的亞洲城市，TripAdvisor 讚揚香港能為旅客提供豐富的購物體驗；二〇一〇年九月，旅遊雜誌 Condé Nast Traveler 舉辦的二〇一〇年讀者投票旅遊大獎中，香港獲選為「最佳島嶼」組別的第一位，亦在「一百個最佳旅遊體驗」組別中名列第三位；二〇〇九年九月，網上旅遊雜誌 Smart Travel Asia 舉行讀者投票選舉，香港獲選為「亞洲最佳購物城市」；二〇〇九年五月，CNN 國際新聞網絡（CNN International）全球網上消費者調查的旅遊及觀光業報告中，香港獲選為「最佳購物」的城市。此外，二〇一一年二月，香港的賀歲活動獲財經雜誌福布斯選為世界十大盛事之一；二〇一〇年十一月，香港獲美國 CNN.com 選為全球十大聖誕度假勝地，成為唯一入選的亞洲城市。無論調查對香港的評價如何，我們都會參考調查的結果，研究是否有改善之處。

完

2012年1月18日（星期三）

香港時間16時57分