

「香港旅遊·如何醒醒」

香港旅遊未來十年 (2011-2020) 發展

建議書



工聯會旅遊聯業委員會
HKFTU Tourism Committee



「香港旅遊·如何醒醒」

香港旅遊未來十年（2011-2020）發展

一·引言

恒生銀行經濟專題研究報告(2011年4月20日)指出，旅遊業是本港四大經濟支柱(金融業、貿易及物流業、旅遊業、工商支援及專業服務業)中增長最快，在2000年至2009年間，平均每年增長5.7%，較整體經濟增長的2.2%為高(附件一)。

按統計處2011年就業及空缺按季統計報告資料顯示，今年首季，從事旅遊及相關行業(包括零售；批發；住宿；餐飲；旅行代理、代訂服務及相關服務；遊樂園及主題樂園)勞工超過60萬人(附件二)。

同時，恒生銀行經濟專題研究報告指出，在2000年至2009年間，香港新增職位中的28.4%便是來自旅遊業；目前香港正朝向知識型經濟轉型，旅遊業對吸納相對較低技術勞工的角色更形重要。這些數據，顯示旅遊業為本港經濟及就業市場作出很大貢獻。

根據香港旅遊發展局資料顯示，2010年全年訪港旅客及與入境相關旅遊總消費齊創新高，分別為3,603萬人次及2,126億港元，較2009年增加21.8%及30.5%(附件三)。今年1至5月訪港旅客達1,600萬人次，按年上升15%(附件四)。旅發局預期今年訪港旅客人數可望再升10%，有機會突破4,000萬人次；而其中內地旅客對香港旅遊業的重要性日益彰顯，成為香港最重要的旅客來源地。

今年首季，訪港旅客970萬人次，較去年同期上升12%，當中內地訪客佔訪港旅客總人數67.2%，達650萬人次，較去年同期增加17.5%，是帶動香港旅遊業增長的火車頭。不少內地訪客也被視為高消費族，今年首季人均消費8,000港元，按年升7%，冠絕各地旅客。

2010年全年內地旅客在香港共消費1,130億港元，佔當年旅客在港消費總額69%，人均消費達7,453港元，較所有地區旅客在港的人均消費高10.8%，對香港零售業起關鍵作用。

二．香港旅遊業現況

工聯會旅遊聯業委員會(下稱「委員會」)成立宗旨是整合與旅遊相關行業的力量，關注及建議香港的旅遊事務，積極推動香港旅遊業全面得到持續健康的發展。本委員會的目標是，就政府的旅遊事務相關政策和措施，積極關注和研究，並提出建議以推動香港經濟發展；加強與境外旅遊業界的溝通合作，提昇本港的旅遊優勢；關注及維護旅遊業的正常發展，保障從業員就業機會；協調旅遊相關行業，爭取業界最大利益；關注業界從業員權益，推動和參與旅遊業界從業員的人才培訓和技能提升。回歸前後旅遊業的變遷，直接及間接地關係著僱員及市民的生活，本委員會密切關注本港旅遊業的發展，令香港整體可以享受到旅遊業帶來的效益。

旅客持續增長並創新高，著實令人興奮。然而本委員會同時認為，香港的旅遊業其實只是表面風光，背後是存在不少隱憂，如不盡快作出「搶救」，旅遊業優勢盡失後，足以拖垮這個對香港經濟增長舉足輕重的行業，究其原因如下：

I. 政府未有為旅遊業訂立明確、長遠的發展目標：

回歸 14 年以來，各任特首在施政報告中，曾多次提出一些為推動香港旅遊業「變身」、強化「旅遊之都」優勢的計劃。例如將香港發展成紅酒中心、提倡以大嶼山為發展重點，拓展水療設施等，希望藉以吸引更多遊客，可惜這些計劃全都是「只聞樓梯響」，至今未有一項可以落實推行。

本港推動工作毫無進展的同時，周邊國家/地區政府卻積極地為當地旅遊業把脈，並制定和落實鮮明及可持續發展的目標。例如，三亞市已向旅客推出離境退稅試點計劃；上海正動工興建迪士尼樂園；深圳計劃興建郵輪碼頭；新加坡和澳門亦正積極發展渡假及商務旅遊業務。香港政府漠視鄰近地區推動旅遊業的事實，反而繼續任由旅遊業「自然發展」，甚至「自生自滅」，令本港發展相對其他地區滯後。事實上政府曾多次提出推動旅遊業發展的「鴻圖大計」，但最後總是不了了之，予人「只講不做」的感覺，從沒有切切實實為旅遊業訂立清晰的發展目標。

II. 旅遊景點「食老本」：

回歸 14 年以來，政府一直對新景點的開發欠積極，香港具吸引力的新旅遊景點實在寥寥可數，多年來本地旅遊業仍然倚靠舊有、且數目有

限的景點吸引遊客，例如太平山頂、天壇大佛、海洋公園、金紫荊廣場等，對遊客而言，舊景點看膩，新景點欠奉的情況下，大大削弱了香港吸納旅客的優勢。

本委員會同時發現，即使香港推出新旅遊基建及設施，但政府在規劃以至推出時，也未能顧及旅遊業的發展需要，配套亦不足，本意屬好事，但總令人失望及無奈。例如青馬大橋觀景台開放初期，沒有設置衛生間，影響旅客遊玩的興致；熱門旅遊景區總面對停車及泊位嚴重不足的問題，為旅客帶來不便；迪士尼樂園建成初期與業界欠溝通，為旅行社帶旺樂園的問題上設置障礙，令香港、旅遊業、樂園及旅客帶來「四失」。

III. 依賴內地客源，對旅遊業的長遠發展構成挑戰：

內地訪港旅客不斷增加，去年內地客佔本港入境旅客比例超過 60%，消費模式以購物為主。當中，內地「過夜旅客」及「入境不過夜旅客」用於購物，分別佔總開支的 73.6% 及 92.2%。自由行遊港的內地旅客中，逾半數目選擇「即日來回」，留港時間大幅縮短，而歐美及其他地區旅客訪港人數增幅亦放緩；隨著鄰近地區及國家不斷完善當地旅遊業發展，若香港持續這樣「不健康」發展，其旅遊業優勢只會不斷被削弱。

IV. 交通樞紐的優勢漸漸喪失：

2011 年 6 月香港機場管理局推出《2030 規劃大綱》，諮詢公眾，估計現時機場兩條跑道將於 2020 年達到飽和，並提出兩個諮詢方案，包括提升現有雙跑道客貨運量處理能力，及興建第三條機場跑道，以提升香港國際機場的客貨運容量。其實，香港討論是否興建第三條機場跑道經已多年，反映香港必須尋求擴大機場處理能力以保國際航空中心地位的問題上，已是刻不容緩，但當局一直議而不決。

同時香港正面對周邊地區不斷提升其航空能力，直接挑戰香港航空樞紐地位，例如北京首都機場擬建第二個國際機場，廣州白雲機場及上海浦東機場，會分別擴建跑道至 5 條，深圳寶安機場則將擴建機場跑道至 3 條，而曼谷蘇凡納布及首爾仁川機場，亦落實增建機場跑道計劃。

面對鄰近四方八面地區機場的冒起及挑戰，遲疑不決，此消彼長下，香港要繼續坐享國際交通樞紐地位必會出現變數。

V. 經營成本飆升，禍及零售業：

本港商舖租金急速上升，據房地產服務機構高力國際的報告指出，銅鑼灣羅素街的平均呎租升兩成六，至每呎 979 港元(至今年三月)，為全球租金最貴街道的第二位。另外，飲食業除面對昂貴的舖租，更要應付因通脹持續升溫，導致原材料價格不斷向上而加大經營成本的壓力，百上加斤。在這情況下，本港零售業經營日益艱難，不少更面臨結業危機；若以上情況未能得到紓緩，不僅香港「飲食天堂」及「購物天堂」美譽勢受衝擊，零售及相關服務行業，在連鎖效應下，一眾打工仔「飯碗」亦勢將受禍及。

VI. 住宿房租高企，旅客卻步：

香港酒店房間供應，由回歸前約 4 萬間，增至 2010 年約 6 萬間，13 年間僅增加 50%，遠遜於訪港旅客呈超過 2 倍的升幅(1997 及 2010 年訪港旅客分別為逾 1,100 萬及逾 3,600 萬人次)。與此同時，酒店房間入住率，由 2010 年首季的 85%，升至今年同期的 88%；酒店實際平均房租則上升 17.5%至每晚 1,299 港元。供求失衡之下，房租趨升。

有業內人士透露，在展覽旺季(即每年四月及十月)，本港三星級及四星級酒店房租有機會被搶高至每晚 3,500 港元，這種房租奇高的現象，嚇怕了部份旅客，尤其是內地自由行旅客，為免承擔過於昂貴的住宿開支，寧願選擇減少在港的逗留時間/日數。

旅發局的數據亦確認了部份時節房間供應不足及租金扯高，影響了旅客的留港時間。「入境不過夜旅客」佔訪港旅客總人次的比例，由 2010 年首季的 43.9%，升至今年首季的 47.3%，而「過夜旅客」的比例由 56.1% 降至 52.7% (附件五)；內地自由行旅客亦有 52% 是選擇「即日來回」；去年「過夜旅客」用於購物及酒店住宿比例，分別為 61.7% 及 18.6%，而 2009 年相關數字為 63.6% 及 16.7%，可見旅客用於住宿的開支正逐步減少；假如情況持續，不單酒店業會遭殃，香港整個旅遊行業亦會受到牽連。

VII. 「阿珍」、「阿蓉」事件有損香港旅遊界的名聲：

近年內地「零負團費」旅行團所引發連串負面事件，包括青海團友因不願意光顧指定購物點而被遺棄街頭，其後發生「阿珍」及「阿蓉」事件，不僅令外界質疑本地導遊的質素，更損害香港旅遊業的名聲，引發全城哄動，促請政府介入，重新檢討現時規管本港旅遊業的制度。政府於 2011 年 4 月推出《香港旅遊業的運作及規管架構檢討》諮詢文件，希望可以改善整個旅遊業。

VIII. 鄰近國家及地區挑戰：

香港一直被打造為「旅遊之都」、「購物天堂」及「美食天堂」，在旅遊及相關產業發展上盡享優勢，反而疏於鞏固優勢、爭取升級換代。事實上，鄰近地區認同旅遊發展能活化當地經濟，並能帶來龐大的旅遊收益，紛紛積極推動旅遊及基礎設施如下：

- I. 新加坡：設立專責部門推廣醫療旅遊；解除賭禁，並制定目標推動旅遊業，以期於 2015 年旅客人數達 1,700 萬，而旅遊收益達 300 億新加坡元；並開設兩家大型賭場綜合娛樂中心。
- II. 澳門：獲國家定調發展為旅遊休閒中心；開放博彩業，並成功轉型為綜合娛樂事業；六大營運商旗下共 31 個賭場綜合娛樂中心；政府擬進一步以推廣商務旅遊為目標。
- III. 台灣：2011 年 6 月 28 日國家正式啓動國民赴台個人遊/自由行，首批試點城市為北京、上海、廈門；兩岸有關方面亦正就福建居民赴金門、馬祖、澎湖個人遊具體安排進行磋商，並將對兩岸直航部份熱點航線票價進行適度的調控。
- IV. 海南三亞：推出購物離境退稅試點計劃。
- V. 上海：正動工興建迪士尼樂園；外界估計上海可望於 2020 年超越香港，成為金融中心；吳淞口國際郵輪碼頭將於 2011 年內竣工，上海將形成「一港兩碼頭」的郵輪母港。
- VI. 廣州：白雲機場落實擴展跑道至 5 條；愈來愈多旅客選擇由廣州轉飛至內地其他城市，削弱香港機場的中轉角色。
- VII. 深圳：將投資 120 億元人民幣，建設深圳蛇口太子灣郵輪碼頭項目。

周邊國家及城市不斷有新政策及措施，刺激及配合當地旅遊業發展，香港旅遊業的優勢正面臨被削弱的威脅。

三·六大方向 「搶救」香港

當下香港的旅遊業隱憂重重，與政府在制定相關的政策時，沒有顧及旅遊業的長遠發展、欠缺「通盤考慮」，不無關係；口說重視、近年卻未積極及切實推動旅遊業的政府，面對鄰近地區大力發展旅遊業似「講多過做」；加上現時沒有政府部門專責統籌及推動，令本港旅遊業發展停滯不前。為讓香港旅遊業得以持續健康地發展，重現生機，提升競爭力，本委員會提出從以下六大發展方向入手，搶救旅遊業：

I. 確立交通樞紐地位：

面對挑戰：香港作為航空樞紐的地位正面臨重大威脅——內地多個重點機場(北京首都機場、上海浦東機場、廣州白雲機場及深圳寶安機場)均已落實擴建計劃，以機場的吞吐量而言，2010年香港國際機場的總客運量為5,090萬人次，廣州機場預計10年內整體客量超越香港；深圳機場在完成擴建第二條跑道後，客運量將增至6,000萬人次，遠超香港。

香港作為內地中轉站的角色變弱(愈來愈多外地商務旅客選擇飛廣州轉至內地其他一、二線城市)，加上預期2020年香港國際機場的客貨運量將達至飽和；倘若香港仍然不急起直追，航空樞紐的地位必受動搖，屆時本港兩大產業——旅遊業(2009年佔本地生產總值3.3%)及物流業(2009年貿易及物流業佔本地生產總值24.1%)可能雙雙倒下，勢必拖跨香港整體經濟。

建議：

A. 提升機場客貨處理能力：

機管局《2030規劃大綱》提出兩個方案，以提升香港國際機場的客貨運量；方案一是維持現有雙跑道系統，但須提升客運大樓及停機坪設施，以提高機場的容量，預期工程完成後，機場每年可處理飛機升降量達42萬架次，客運量達7,400萬人次，貨運量達600萬公噸，唯這方案僅能滿足中期的預測航空交通需求，機場的跑道容量於2020年前後達至飽和。方案二是興建第三條跑道，預期新跑道及相關設施啓用後，香港國際機場每年可處理的飛機升降量最多可達62萬架次，可滿足到2030年的預測航空交通需求。屆時每年的客運需求量約為9,700萬人次，貨運需求量為890萬公噸，預計這個方案到2030年可將機場相關的直接職位增至141,000

個。本委員會認為既然已預期機場飽和，必須從有效的方法中作出選擇，盡快透過提升處理能力，以維持航空樞紐的優勢。

另外，政府應改善、提升關口口岸的通關能力，例如增開通道，或進一步簡化入境程序，以減少旅客過關的排隊時間；通關便捷相信能吸引一定數量的旅客。

B. 配合大型基建落成，完善相關配套：

未來將陸續有大型基礎設施落成。例如京港高鐵預期最快將於 2015 年開通，據有關方面估計，通車後初期每日有 9.9 萬人次使用。此外，啓德郵輪碼頭(首個泊位)預料於 2013 年落成，據估計，若香港新郵輪碼頭能夠配合適當的市場推廣，直到 2020 年，郵輪碼頭便能為香港帶來每年高達 14 億至 22 億港元的收益，同時亦能創造近 10,000 個新職位。所以政府必須組織及協調業界，把握時機，重點向外宣傳。

另外，政府應完善區內各方面(旅遊、接待、酒店房間穩定供應及合理水平的房租、零售、飲食、交通、泊車設施等)的配套，以吸納更多旅客使用。

II. 致力拓展商務會議展覽：

面對機遇：香港展覽業協會公布，去年商貿展錄得超過 648,000 外地買家人次，較 2009 年增加 13%。國際地區訪客升 18%至 214,000 人次；而亞太區訪客則超越金融海嘯前水平，達 202,000 人次，增加 13%；內地訪客人次達至 232,000，升近 10%。另外，香港貿發局較早前公布，該局於 2011 年 4 月份舉辦的 7 項展覽，共吸引近 10,400 家展商參加，按年上升 4%，日本展商更大升 139%，入場人數亦升 2%至近 21 萬人次，而內地及海外買家按年升 8%至逾 12 萬人次。而 2010 年訪港過夜會展旅客總數為 1,429,941 人次，較 2009 年增加 22.8%；而內地訪客增幅更為各地之首，大增 35.4%。(附件六)

該協會指出，展覽訪客留港時間較一般過夜旅客長 1.2 倍，前者消費更幾乎較後者多近 2.5 倍。據協會研究調查顯示，2008 年及 2006 年展覽業對香港經濟的整體貢獻正穩步上升(附件七)。2008 年展覽會議業為本港經濟帶來約 302 億港元進帳(約 38.7 億美元)，創造 61,000 個全職職位，而政府從中獲得近 10 億元稅收；與 2006 年相比，展覽業對經濟的貢獻增長約 14%(複合年增長 6.7%)。

建議：從上述的數字可以看出展覽業對本港經濟，以至對旅遊業所發揮的作用均不容忽視；商務旅客亦成為不少地區必爭的吸納對象，廣州、深圳、新加坡及澳門等地，近年皆銳意發展展覽會議業務，增建不少大型展覽場館及改善配套設施，目的正是爭奪這班商務大客。為了提升競爭力，吸引更多機構選擇在香港舉行會議及展覽，同時帶動商務旅遊的發展，香港應盡快落實會展第三期擴建計劃，及提高亞洲國際博覽館的使用率，同時要協調會展及亞洲國際博覽館的使用率，令展覽場地可以「地盡其用」。

III. 發展多元化主題旅遊：

旅遊香港不只是吃喝購物：過去 10 年，訪港旅客數目由超過 1,372 萬人增加至 2010 年約 3,603 萬人，增幅達 162.9%，內地旅客更是帶動訪港旅客上升的火車頭，受惠於內地放寬國民以自由行方式到港遊玩，這 10 年間訪港的內地旅客人次由 378 多萬，大幅上升至 2010 年逾 2,268 萬，升幅達 499.2%。本委員會留意到現在內地旅客的心態已起了變化，過往他們對香港好奇較大，但近年卻轉以來港購物為主。據旅發局資料顯示，去年內地「過夜旅客」及「入境不過夜旅客」，用於購物的金額比重，分別為 73.6% 及 92.2%，主要購買現成服裝(46%)，其次為化粧品及護膚品(44%)、小食/糖果(31%)、皮鞋/其他鞋類(22%)(附件八)，反映香港的旅遊景點漸失去吸引力，發展多元化主題旅遊方可保持競爭力。

建議：

A. 推動香港的生態旅遊(附件九)：

「購物天堂」、「美食天堂」的美譽，吸引不少旅客慕名而來。其實，香港除購物及吃喝外，其自然生態和人文生態資源相當豐富，對崇尚自然、愛好文物古蹟的旅客而言，香港確實「另有一番風味」。

甲、 自然生態景點

◇ 香港國家地質公園：

地質公園大有吸引綠色遊支持者的潛質，其東北部有全香港最年長的岩石，位於黃竹角咀(約 4 億年歷史)及最年輕的沉積岩，位於東平洲內的「平洲組」，(約 6,000 萬年歷史)；而在北果洲的六角柱地貌，是現時所知世界上面積和體積最大的，岩柱體積粗大，直徑平均達 1.2 米，地貌的參觀價值較英國的『巨人之路』更勝一籌。另外，香

港地質公園有望於今年底升格成爲世界級地質公園，屆時其觀賞及考察價值將進一步獲認同。

◇ 郊野公園及紅樹林濕地：

香港還有許多地點，具備發展成生態旅遊景點的潛力，例如郊野公園（荔枝窩、金山、城門等），及眾多紅樹林濕地（南生圍、大澳、馬屎洲、企嶺下海、海下灣、土瓜坪、大潭、鹿頸等）。

◇ 行山徑：

行山活動也具發展潛力，香港有完善的行山徑（衛奕信徑、麥理浩徑、鳳凰徑、港島徑），還有樹木徑、自然教育徑、郊遊徑及家樂徑等，都可以吸引海外愛好行山的人士來港。

事實上，香港尚有很多自然生態景點可供發展，但由於發展過程中牽涉的部門眾多，如果政府沒有專職專辦的部門來統一規劃及管理，是不可能發展起來的，這樣下去便會白白浪費美好的天然旅遊資源。故政府應委任專責部門，一手包辦由景點開發、安裝設施、向外推廣、景點保養以符合『可持續發展』的原則：包括負責聯絡運輸署、路政署等，爲生態景點理順交通配套及道路設施；與業界協商如何重點向外推介本港的生態旅遊景點；另外亦可與教育部門合作，提升香港市民對生態旅遊的認知。並可立例規管本港市民生態古蹟遊的活動，需要配備持有合資格的導遊帶團，以配合通識教育與環境保育、民間教育，達到『可持續發展』，免生態環境及古蹟受到破壞。

乙、人文生態景點

◇ 圍頭文化（香港原居民）：

例如錦田的鄧氏圍村歷史建築，有吉慶圍、水頭、水尾村的周王二公祠、二帝書院、便母橋、鄧氏宗祠、樹屋等。

◇ 客家特色建築：

例如沙田的曾大屋、荃灣的三棟屋（二者均爲香港現時僅有客家的圍龍屋）；元朗坳頭的潘屋（又名獅子屋，爲客家五鳳樓建築），以及西貢上窩村。行程中，除了參觀客家傳統建築物，可同時介紹客家建築物在不同時期，及不同地方的變化；另

外，亦可介紹客家人傳統文化、特色食品等。

◇ **宗教廟會：**

以年度形式，預先計劃/落實每年的節慶日期，及表演節目，向海內外旅客推廣；例如「太平清醮」系列，包括十年一次的錦田鄧族太平清醮；六十年一次的上水廖氏太平清醮；兩年一次糧船灣太平清醮/海上巡遊；一年一次河上鄉洪聖寶誕等。
(附件十)

香港有豐富的自然生態及人文生態資源，但資源能否被開發成旅遊產品，讓旅遊業做到『可持續發展』，關鍵在於政府是否重視，如何統籌、整合包裝和推銷。政府除了要策劃協助景點建設開發外，還要輔助旅行社配合發展。根據外國的生態旅遊發展經驗，成功的品牌都要有政府參與才能成功，單靠私人或行業自行發展，根本不可能成功。

B. **重點推廣濕地公園：**

香港濕地公園是國際級的生態教育旅遊建設，除給予香港學校及民間進行自然生態通識教育學習外，還可以向海外市場推介的景區建設，向外國提供一個生態教育基地，吸引外國的生態遊旅客及學生來港學習。

C. **落實發展水療旅遊：**香港作為國際大城市，本身擁有不少的優勢以拓展水療旅遊。例如機場國際化，交通四通八達；人口稠密、人均收入高；人力資源充裕。以葡萄牙里斯本為基地的 MALO 集團，曾考慮在港開設一站式醫學水療中心，後棄香港而取澳門，為免再讓商機流走，政府應盡快落實在大嶼山劃地發展水療旅遊，並設立專責部門，就相關發展進行有系統、持續性的跟進，以提升施政的效率。

IV. **活化民間企業：**

「香港特色失傳」：中國傳統手工藝，例如紮燈籠、麵粉公仔或富香港特色的地道美食、小食(如廣東點心、車仔麵、絲襪奶茶、飛機攪等)，極富特色。但有部份「香港特色」品牌物品的市場佔有率下降，小本經營者亦難以競爭而「買少見少」，主要因為經營成本高昂，租金飆升而被迫退出，同時部份特色的行業較難吸引新人入行，以致部份行業幾近失傳、甚至絕跡。

建議：政府可向一些能配合/幫助本港旅遊業發展的民間企業，提供適當的協助，為本土特色手工藝行業的多元化發展，提供平台，促進遊客在港消費。方案如下：

- A. 由政府提供場地，減低創業的經營成本；
- B. 政府撥出一筆款項，向合資格的創業者提供無償創業資助/低息貸款；
- C. 增發小販牌照/劃地再開設「大排檔」；
- D. 開辦課程讓傳統手藝得以承傳，如麵粉公仔、紮燈籠等；
- E. 借鏡澳門、台灣等地，興建手信街。

V. 提倡誠信旅遊：

接待旅客服務莠莠不齊：旅客人數上升的同時，投訴的數字亦相應增加；消費者委員會表示，今年上半年共接獲 1,176 宗旅客投訴，較去年同期增加兩成半，涉及內地客投訴上升三成達 847 宗，其中來自內地自由行旅客的投訴急增六成半。在 2010 年該會共接獲 2,033 宗旅客的投訴，較 2009 年的 1,876 宗上升 8%，當中內地旅客的投訴佔總數的七成，共 1,420 宗，較 2009 年上升 9%。2010 年涉及內地旅客投訴個案中，個人遊投訴佔 81%，其餘是旅行團的旅客。

另外，近年涉及本港「黑店」設局「割客」、以假當真、以劣充優的醜聞時有聽聞；導遊「阿珍」被指強迫內地旅客購物不遂，破口大罵，隨後發生導遊「阿蓉」因購物問題，與內地團友發生爭執，繼而動手事件，損害香港旅遊業聲譽。有見及此，政府就旅遊業的運作及規管架構提出了四個改革方案。

建議：推行「誠信遊」，因為導致導遊強迫旅客購物，其中一個關鍵是因為「零團費」、甚至「負團費」出現的後果，故誠信遊可給予旅客信心保證，確保旅行團不會被強迫購物，有足夠時間到想去的景點，令旅客盡興之餘，亦可對香港旅遊投下信心一票。另外，政府應加強打擊商店的不良銷售手法，以維護香港「購物天堂」的美譽。

VI. 整合旅遊資源，開發新景點：

政府推廣焦點及視野有待擴闊：香港重點向外宣傳四項成功申遺的項目：長洲太平清醮(飄色、搶包山)、大澳端陽扒龍舟、大坑中秋舞火龍及鬼月燒衣盂蘭節(香港潮洲人盂蘭勝會)，於今年 6 月成功列入第三批國家級非物質文化遺產名錄。政府亦繼續加強推廣

已形成品牌的活動，例如春節花車巡遊、節日煙火匯演、國際七人欖球賽等。不過政府其實可以進一步擴闊視野，發揮創意，整合、開發及推廣更多有潛力吸納旅客的多元旅遊產品。

建議：

A. 發展地下購物城：

透過發展地下城/商場方式，將旅遊設施及旅客蒲點串連起來，增加吸引力。例如本委員會認為在銅鑼灣，可發展「地下購物城」(附件十一)經過維園地底伸延至天后，藉以擴大旅遊購物區，亦可紓緩現時銅鑼灣購物區旅客及市民「迫爆」的情況。構思中的「地下購物城」除供各類國際知名品牌開店外，更可引入不同類型的商舖，包括創意產業及小本經營的企業，令香港這個「購物天堂」更多化。

過去，各界曾討論在不同地區引入地下購物街，當中有支持聲音，亦不乏反對意見。本委員會認為發展「城下購物城」仍然可取：

甲、**疏導人流：**地下購物城可疏導地面擠迫的人流，騰出更多空間予地面行人(尤其以購物區人流過多，例如銅鑼灣、旺角)，吸納更多人流，達到特首曾在施政報告提出，要改善商業及購物區行人環境的目標，既可以方便行人購物，同時促進零售業發展。故政府應重新考慮再興建「地下購物商場」。

乙、**成本較低有助中小企發展：**本委員會建議的路線，由於只是「進一步打通地底」，所以是「因利成便」，加上維園地面無建築物，可減少拆卸地面建築物的工序，無論施工時間及成本均有所減少；建成後除可租予品牌名店及商店外，更可在地下城內劃設專區，為小本經營的企業創造有利營商環境，讓青年人創業及推出創意產品，形成自己的創意品牌，既可向創意產業創作者提供創作平台，亦可紓緩失業情況，更同時創造旅遊景點。

B. 在較偏遠地區注入多元特色元素設「旅遊特區」：

所指的是集合旅遊、購物、住宿設備，推動特色購物點、墟市、經濟住宿及生態古蹟遊於一區。例如在充滿生態及古蹟旅遊元素的新界錦上路(附件十二)，引入社企經營的「經濟住宿」，設立廉價衣履經銷中心(Outlet Mall)，開放區內空地作墟市、

創意市集及休閒、露天茶座之用。在這類地區設置相關設施，以分散傳統旅遊旺區人流，既可帶旺當區發展，又能為該區創造就業機會，更可提高通車以來一直偏低的西鐵客流量。

旅發局資料顯示，2010年旅客在港的消費總額達2,126億港元，對香港經濟非常重要。唯目前本港酒店房間供應緊張，房價飆升，不願支付高昂房租的旅客，寧縮短留港時間，其中以內地自由行旅客最明顯。若情況持續，將直接影響香港的旅遊收益及各行各業的經濟活動；因此，政府需大力協助不同檔次及房價的酒店有平衡的發展，並嘗試發展「經濟住宿」(附件十三)，切合不同旅客的需要。

本委員會相信「經濟住宿」主要吸納現時「即日來回」的內地自由行遊客，或赴港工作的人員，相信計劃會吸引更多旅客逗留香港，而不會、亦不能取代酒店角色，所以對現有酒店構成競爭的機會甚微。

這類「經濟住宿」預期每晚房租可低至數百港元；這計劃不僅顧及旅客需要，同時亦可為基層、低技術、退休人士、單親人士及需要兼職的家庭主婦，創造職位。

只要政府放寬限制，拆牆鬆綁，撥出空置的政府工廠大廈、宿舍及校舍，改建「經濟住宿」，使可達至三贏局面：一方面能增加酒店、旅遊、零售、餐飲業的職位；又可為弱勢社群或基層人士創造就業機會；同時更能善用政府土地資源。

四．總結：

本委員會認為香港旅遊業當下面對的困境，在於現時由不同架構，管理旅遊業事務的不同範疇，職權散亂，形成「多頭分散」的亂局。誠如政府商務及經濟發展局於《香港旅遊業的運作和規管架構檢討》諮詢文件提出的第四方案(政府部門取代旅遊業議會負責規管)所言，由政府全面規管旅遊業，可增強規管機構的公信力，並可減少旅行代理商、導遊與領隊之間在協調和磨合上的問題。旅遊政策、規劃及規管全由政府統籌，亦有助政府切實掌握市場的發展，推行各項政策時有效發揮協同效應。規管架構由政府部門主導，有助與內地及其他國家的規管當局建立更緊密的聯繫。本委員會促請政府按此方案，成立「旅遊局」專職專責，統籌與旅遊業相關的問題。

2011年初本委員會曾就規管旅遊業架構，向旅遊及相關行業從業員進行問卷調查，結果九成受訪員工同意由政府設立一個專責部門，統籌、監管、規劃香港旅遊業，相信新部門成立後，可從改善旅遊生態、堵塞法例漏洞、保障從業員及僱主等三方面著手，訂立長遠可持續發展規劃，為香港的旅遊業尋找新出路。

本委員會認為「旅遊局」的具體架構(附件十四)可以是：設立旅遊局整體統籌旅遊事務，其下設四個主要部門。一、政策及規劃，負責制定旅遊發展政策，以及發揮香港旅遊業議會現時作為業界具體諮詢部門的功能，就行業的未來發展吸納業界意見，包括處理、協調與旅遊業有關，如旅行社、酒店、運輸、百貨、餐飲及景點配套設施等事宜；二、宣傳及推廣，即擔當現時香港旅遊發展局(旅發局)的角色、功能，負責宣傳、推廣香港；三、牌照部，即發揮現時旅遊代理商註冊處的功能，有效規管旅行代理商。牌照部下可設立導遊及領隊發牌科及旅行社註冊，分別專責監管導遊領隊的發牌及旅行社註冊；四、資源開發，專責開發香港的旅遊資源，以配合訂立長遠可持續發展規劃的需要。

當然，本委員會同意要成立旅遊局，並非一朝一夕可達成的事，但政府需要訂立一個達致成立旅遊局的時間表，就好像最低工資於立法前，有進行定期檢討的時間表一樣。本委員會相信未來十年香港的旅遊業可朝以上六大方向發展，若能得到「專責部門」為業界訂立長遠的發展藍圖、統一規管及協助業界好好掌握行業的最新趨勢及其帶來的機遇，並善用自身的優勢，香港的旅遊業仍可急起直追。

附件一：

恒生報告：四大支柱行業的附加值

支柱行業	2000年		2009年		期間年均增長
	億港元	佔本地生產總值	億港元	佔本地生產總值	
金融服務	1,508	11.9%	2,356	15.2%	5.1%
旅遊	309	2.4%	509	3.3%	5.7%
貿易及物流	3,023	23.8%	3,734	24.1%	2.4%
專業服務	1,370	10.8%	2,028	13.1%	4.5%
四大支柱行業	6,210	48.9%	8,626	55.6%	3.7%
本地生產總值	12,705	100%	15,509	100%	2.2%

資料來源：政府統計處，恒生銀行

附件二：

2011年首季與旅遊行業相關的就業人數

行業	2011年3月	2010年3月
零售業	251,348	240,598
批發	64,387	64,604
住宿服務	33,052	31,439
餐飲服務	229,920	215,915
旅行代理、代訂服務及 相關服務	19,692	19,639
遊樂園及主題樂園	4,501	4,695
總數	602,900	576,890

資料來源：統計處——就業及空缺按季統計報告（2011年3月）

附件三：

與入境旅遊相關的總消費

年份	訪港旅客總消費	人均消費	
		「過夜旅客」	「入境不過夜旅客」
2008	1,589.5 億元	5,439 元	1,498 元
2009	1,620 億元	5,650 元	1,700 元
2010	2,126 億元	6,705 元	1,884 元

（資料來源：旅發局）

附件四：

今年 5 月來自各地區市場的訪港旅客人次：

地區市場	5 月		1 月至 5 月	
	2011 年	對比 2010 年	2011 年	對比 2010 年
長途地區市場	375,458	+0.9%	1,970,456	+3.5%
美洲	150,615	+3.9%	742,277	+6.2%
歐洲、非洲及中東	165,264	-2.4%	916,242	+2.0%
澳洲、新西蘭及南太平洋	59,579	+3.0%	311,937	+1.8%
短途地區市場(不包括中國內地及澳門)	678,044	+0.5%	3,233,094	+3.3%
北亞	177,978	-1.0%	923,868	+2.6%
南亞及東南亞	335,874	+2.9%	1,439,855	+7.0%
台灣	164,192	-2.7%	869,371	-1.8%
中國內地	2,115,413	+23.4%	10,772,763	+20.7%
總數*	3,230,028	+14.7%	16,295,959	+14.5%

*此數字包括來自澳門特區的旅客
資料來源：旅發局

附件五：

今年 1 至 3 月各大主要市場旅客留港情況

客源	所有國家	美洲	歐洲、非洲 及中東	澳洲、新西蘭 及南太平洋	北亞	南亞 及東南亞	台灣	中國內地
年份	2011 (2010)	2011 (2010)	2011 (2010)	2011 (2010)	2011 (2010)	2011 (2010)	2011 (2010)	2011 (2010)
不過夜旅客	43.7% (43.9%)	30.6% (29.0%)	28.7% (27.8%)	24.1% (23.0%)	35.0% (32.6%)	26.8% (25.3%)	65.3% (65.5%)	52.0% (47.9%)
過夜旅客*	52.7% (56.1%)	69.4% (71.0%)	71.3% (72.2%)	75.9% (77.0%)	65.0% (67.4%)	73.2% (74.7%)	34.7% (34.5%)	48.0% (52.1%)

註：*旅客逗留一晚或以上 / (2010) 為 2010 年 1 至 3 月數字
資料來源：旅發局

附件六：

2010年各地區市場的訪港過夜會展旅客人次

地區市場	過夜會展旅客人次	比 2009 年百分點變化
長途市場	395,903	+12.6%
美洲	155,137	+18.4%
歐洲、非洲及中東	192,245	+9.1%
澳洲、新西蘭及南太平洋	48,521	+9.4%
短途市場	431,462	+17.8%
北亞	128,293	+11.1%
南亞及東南亞	230,964	+24.6%
台灣	72,205	+10.4%
中國內地	598,022	+35.4%
總數*	1,429,941	+22.8%

*此數字包括來自澳門特區的旅客

附件七：

香港展覽業於 2008 年及 2006 年對香港經濟的整體貢獻

範疇	2008 年收益	2006 年收益	複合年增長
消費開支	302 億港元	264 億港元	6.7%
政府稅收	9.20 億港元	9.70 億港元	-3%
就業機會	相等於 61,000 個全職職位	相等於 58,500 個全職職位	4%

資料來源：香港展覽會議協會

附件八：

內地旅客主要購買物品

排名 (2010 年)	主要購買物品	百分比
1	現成服裝	46%
2	化粧品、護膚品	44%
3	小食/糖果	31%
4	皮鞋/其他鞋類	22%
5	藥品/中藥	19%
6	手袋/銀包/皮帶	16%
7	個人護理用品	14%
8	香水	11%
9	金首飾(無鑽石)	10%
10	手錶	7%

資料來源：旅發局

附件九：

人文生態及自然生態旅遊



圍頭文化：如錦田鄧氏圍村歷史建築，有吉慶圍、水頭、水尾村的周王二公祠、二帝書院、便母橋、鄧氏宗祠、樹屋等。

客家特色建築：如沙田曾大屋、荃灣三棟屋(二者均為香港現時僅有客家的圍龍屋)；元朗坳頭的潘屋(又名獅子屋，為客家五鳳樓建築)，以及西貢上窑村。

附件十：

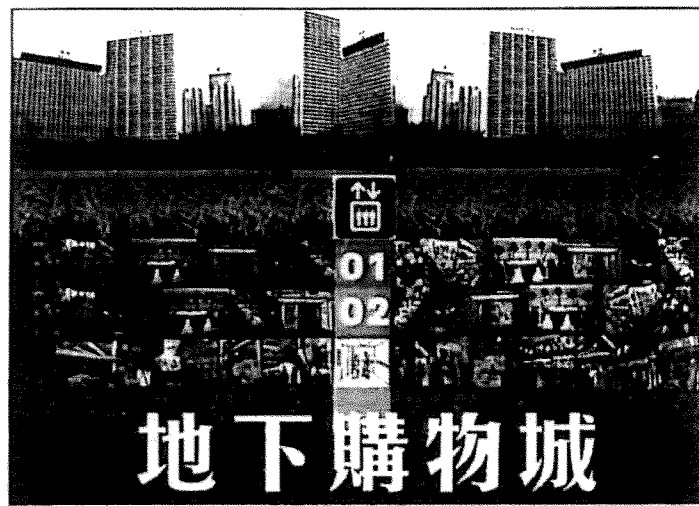
香港各地打醮活動

社區	最近舉行年份／預計下次舉行年份
坪洲天后廟／西貢滘西洲	2010/2011（一年一次）
西貢布袋澳村	2010/2011（一年一次）
西貢糧船灣	2010/2012（兩年一次）
元朗八鄉台山圍蓮花地	2007/2012（五年一次）
元朗屏山鄉橫洲六村	2004/2011（七年一次）
大埔林村	2008/2017（九年一次）
沙頭角吉澳	2006/2016（十年一次）
粉嶺龍躍頭	2003/2013（十年一次）
上水坑頭村（安龍清醮）	2008/2023（十五年一次）
西貢井欄樹（安龍清醮）	1981/2011（三十年一次）
上水上水鄉	2006/2066（六十年一次）

註：打醮一般是定期舉行，時限視乎每個地方而定。

附件十一：

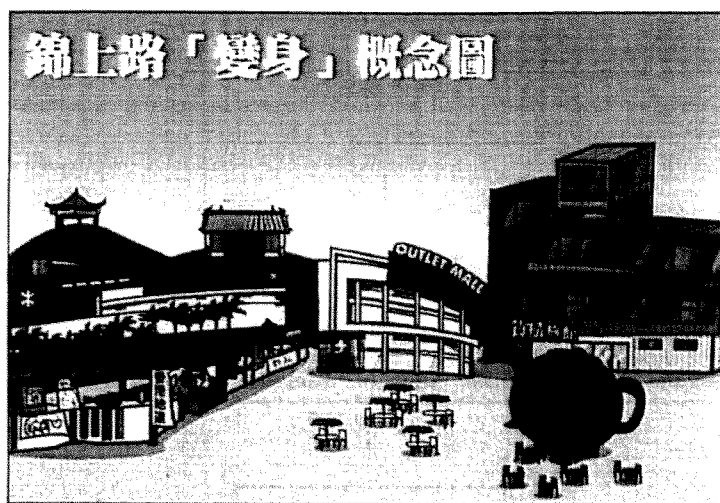
地下購物城



「地下購物城」：供各類國際品牌開店，引入不同類型的商舖，包括創意產業及小本經營的企業，令地下購物集合品牌及創意於一身，令產品更多元。

附件十二：

旅客特區



旅客特區：集合旅遊、購物、住宿設備，推動特色購物點、墟市、經濟住宿及生態古蹟遊於一區。如錦上路充滿生態及古蹟旅遊元素，引入社企經營的「經濟住宿」，設立促銷中心 (Outlet Mall)，開放區內空地作墟市、創意市集及休閒、露天茶座之用。

附件十三：

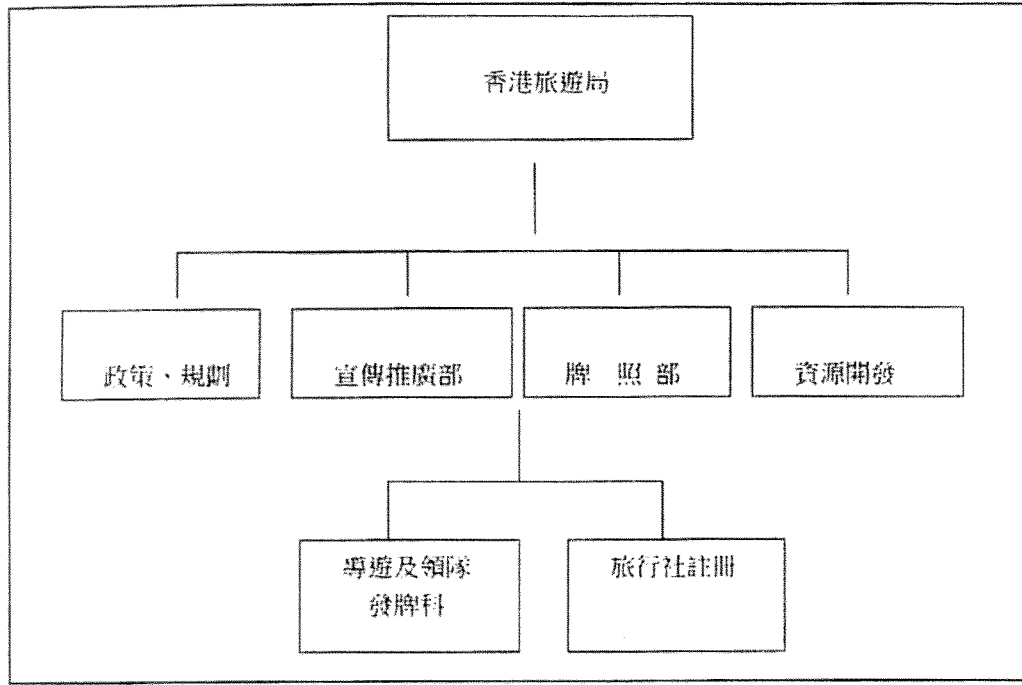
經濟住宿



「經濟住宿」：建議政府撥出政府工廠大廈、宿舍及校舍，改建而成，預期每晚房租約數百港元，主要吸納即日來回的內地自由行旅客，透過這類廉價住宿而多留香港。若以社企方式運作，更可為基層、低技術及有需要人士，創造職位。

附件十四：

建議未來管理旅遊業的架構圖





工聯會旅遊聯業委員會
HKFTU Tourism Committee

九龍上海街 422-426 號萬事昌中心 26 樓 電話：28772388 傳真：27704118