

香港旅業期望「要錢又要人」已不實際

【明報】 | 22 March 2019

2009 年內地訪港旅客人次為 1795 萬，10 年後 2018 年已升至 5103 萬，增加了 3300 多萬人次，差不多翻了 3 個翻。當年在 2010 至 2011 年前後人大叫承受不了（當時在 2012 年的統計是 3491 萬人次，等於在 2009 至 2012 年的 4 年間翻了一翻），現在事後看來，原來當時只不過是一個小數目而已。那是內地與香港關係急劇轉差的幾年，從那時開始彼此對待對方的態度起了變化，而且往後數年走下來，未見成功修補。

令我感好奇的是，問題擺在面前，情況未見改善，也沒有什麼很積極的回應和工作，大家竟然可以當作什麼都沒有發生，讓一直變壞的環境繼續變壞下去。

內地訪港旅遊非完全是旅遊現象

當然，我明白在過去 10 年裏也不是毫無反應。初期的主流反應是提升接待能力，例如增加酒店客房、加設旅遊景點，也討論過將旅客人流疏導與分流。基於內地訪港旅客的特點，大家心底裏大概一早就知道這些所謂討論全屬浪費時間。以 2018 年 5000 多萬內地旅客人次為例，當中 3100 多萬（約 61%）為即日往返的不過夜遊客。對這批旅客而言，他們不需住房服務，興趣主要在購物消費，而在豐富的旅遊資訊協助下，他們不會笨得甘於往購物城逛一下便算，而不好好利用一天的時間吃喝玩樂（新田購物城場面冷清，絕不叫人感意外）。我們必須明白：所謂內地訪港旅遊，其實並不完全是一個旅遊現象，在它背後是宏觀的區域融合問題。單純以一個旅遊或旅遊發展角度來看待這個問題，結果一定會出現很多不對口、不能對症下藥的情況。

不過，一個十分有趣的現象是，香港社會——由旅遊業界到新聞媒體，由政府到議會內外的政治人——多年來始終比較喜歡從一個與旅遊相關的框架來考慮這個問題。於是，當內地來港旅遊興旺的時候，討論焦點在於接待能力之上（贊成與反對兩派之間的分歧，只在於對「能力」的不同理解）。而一到了內地訪港旅客人數有所下降之時，則表現得驚惶失措。舉例：在 2016 年春季，《香港經濟日報》一則新聞標題是〈2 月訪港客減 2 成自由行跌 35%〉（2016 年 4 月 2 日）；《信報》則以〈零售寒冬珠寶商續縮舖〉為題（2016 年 4 月 11 日）。只要是內地訪港旅客在人數上有調整（但從來沒有下調至 2012 年，即當時認為已出現承受力危機的水平），反應便迅速聯繫到旅遊服務業、零售業等不景氣的憂慮。如此這般，大家的注意力就放在如何重新吸引內地旅客重來香港，而不會趁訪港旅遊出現調整之時，重新思考香港發展旅遊業的策略，當然就更不會認真反思究竟應如何管理和調節區域融合。

長期以來香港社會在訪港旅遊問題上所抱的態度，是「要錢又要人」。什麼高增值服務，什麼高檔次消費，統統都只不過是隨便說說，擺個姿勢，完全沒有實質內涵，更無跟進的政策部署。如是者，這類空口講的白話，一講便講了十年八載，成績欠奉。現實情況是廉價團沒有消失，高增值服務、高檔次消費是節節倒退（見於世界級品牌的旗艦店「縮皮」或索性結束）。曾幾何時很多人將希望寄託於內地日益壯大的中產階級，期望他們來港豪爽消費。可是，實際情況是內地過夜遊客於2012年的人均消費是8565港元，2018年（1至6月）的數字跌至7251元。至於內地不過夜遊客，2012年人均消費是2489元，2018年（1至6月）則只有2578元。若扣除通脹因素，明顯地即日來回的內地遊客也在減低消費。內地不是沒有龐大的中產人口，但他們不一定選擇香港作為旅遊點，趨勢顯然是走向「旺丁不旺財」。更重要的是，這早已是出現了幾年時間的走勢，而社會各界繼續扮作未有察覺。

香港要做「大賣場」角色嗎？

2012年內地不過夜遊客的消費項目，以「食品、酒類及香煙」為首（17.8%），「珠寶首飾及手表」次之（17.4%），而「化妝品及護膚品／香水」排第三（15.2%）。2017年情況則是「化妝品及護膚品／香水」排在最前（26.5%），「食品、酒類及香煙」列第二位（21.2%），而第三位是「珠寶首飾及手表」（11.5%）。這些統計數字反映兩種發展趨勢：一是消費日常化，日用品成為主要消費項目；二是奢侈品消費已大不如前（「珠寶首飾及手表」儘管仍排在第三的位置，但百分比已低至一成左右）。由此觀之，「要錢又要人」的期望已不太實際；我們現在能做到的只是訪港旅客於人數上繼續上升。用港人慣用語，這是「搵辛苦錢」。

從量的角度考慮，如果香港甘於做「大賣場」的角色，未來應該仍可有所作為，下個目標就是衝上6000萬人次大關。隨着大灣區內交通愈來愈方便，維持4500萬至5000萬人次，一定沒有困難，爭取6000萬是指日可待。

問題是——這是大家的目標嗎？

Website: <https://www.eduhk.hk/main/wp-content/uploads/2019/03/20190322-Lui.pdf>