



## 研究摘要

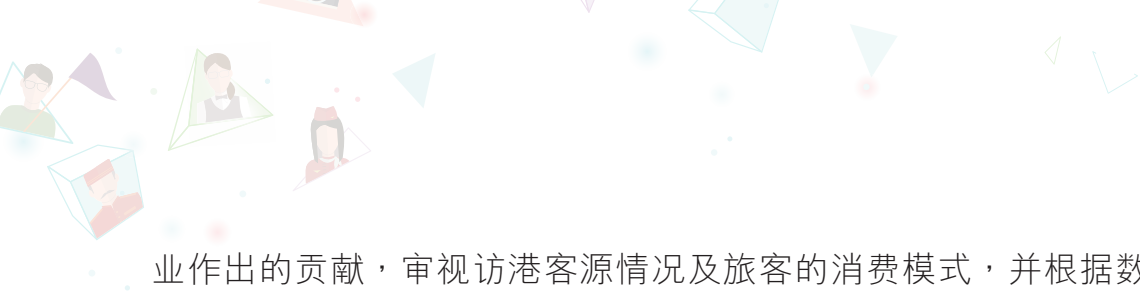
自2019年年中起，社会事件以及新型冠状病毒疫情对香港旅游业构成严重打击。在2020年上半年，访港旅客人次只有352万，按年下跌90%；6月访港旅客人次只有14,606，按年下跌接近100%，即平均每日只有500名旅客，情况令人忧虑。

2. 旅游业可分为「入境旅游」及「外访旅游」，当中入境旅游对本港经济贡献较明显，在2018年的增加价值为983亿元，贡献3.6%的本地生产总值（GDP），占GDP比率低于银行、贸易，但高于其他金融服务、物流等支柱产业。此外，入境旅游在带动其他行业发展、提供就业机会方面的贡献亦不容忽视，其就业人数于2018年为225,300人，占总就业人数5.8%。

3. 新型冠状病毒疫情平复后，可以预期全球旅游目的地间竞争将比以往激烈，加上本港社会发展面对的不稳定因素，可能阻碍旅客量反弹，因此智经认为必须把握这次疫情带来的休歇期，重新审视旅游业的发展蓝图，确保入境旅游的收益不会流失，以维持香港长远竞争力。

4. 本届政府于2017年发布《香港旅游业发展蓝图》，策略重点之一「开拓多元化的客源市场，集中吸引高增值过夜旅客来港」，与智经于2014年发表的专题论文《吸引多元高消费客群 增加本港旅游业收益》建议吻合。做好本地旅游设施和配套工作、加强香港接待旅客的能力，以及与疫情比较稳定的地方逐步重开跨境旅游，均有助行业短期内保住职位，纾缓经营者压力。长远而言，要开拓多元化客源，才能在宏观层面上提升旅游业的效益。

5. 智经是次研究采用量性研究方法进行分析，检视2000至2019年间香港的入境旅游业数据，并从旅游目的地生命周期角度，结合本港内外形势，宏观剖析访港旅客的趋势及转变。生命周期概念由Richard W. Butler提出，可用以理解旅游目的地发展过程一般所经历的六个阶段：发掘（exploration）、投入（involvement）、发展（development）、巩固（consolidation）、停滞（stagnation）及停滞之后（重生或衰退，即rejuvenation或decline）。研究主要目的为检视香港旅游业的过往发展趋势及国际竞争力，探讨旅游业对本地经济及就



业作出的贡献，审视访港客源情况及旅客的消费模式，并根据数据分析，为重塑本港旅游业提出具愿景和计划的策略建议。

## 主要结果

### （一）香港旅游业五阶段：崛起、成长、回落、重整及樽颈

6. 自 2000 年开始，访港旅客人次缓步增长。2003 年 7 月实施的内地旅客「个人游」计划，加上新景点陆续落成，带动整体访客人次由 2000 年的 1,306 万增加至 2009 年的 2,959 万，当中以短途市场客源为主（**崛起**）。

7. 2008 至 2009 年间，受金融海啸及猪流感等因素影响，国际旅客访港意愿减弱。非内地旅客人次于 2009 年按年减少 8.0%，海外客源其后进一步收缩。相反，内地访客人次持续上升，占有访客量超过四分之三，带动 2010 至 2014 年的访客量按年呈双位数百分比增长（**成长**）。

8. 旅客增加，旅游业承载力问题逐渐浮现。2015 年，深圳居民「一签多行」的安排调整为「一周一行」，加上港元升值，以致 2015 和 2016 年的访客人次稍跌；整体及人均消费亦双双下跌（**回落**）。不过，在此期间海外旅客人次有回升迹象，多元旅游体验和深度游成为重点宣传策略，为下一阶段的重整奠定基础。

9. 2017 和 2018 年，旅游业景气重振，整体访客量回升（**重整**）。连接内地的跨境基建逐步落成，政府亦进行小规模基建改善工程及推出个别地区游，试图开拓主流旅游模式以外的选择，为稳步重整的先声。

10. 然而 2019 年社会冲突导致访客量负增长，加上 2020 年初的新型冠状病毒疫情，使旅游业雪上加霜，陷入**樽颈**处境。

### （二）香港旅游业表现跑赢国际，惟后继乏力优势不再

11. 2000 至 2019 年间，访港旅客量和消费额分别平均每年增长 8.0% 和 7.6%，表现不俗。对比国际，在 2000 至 2018 年间，访港旅客人次由 1,306 万升至 6,515 万，平均每年增长 9.3%，高于同期全球入境旅游总客量的升幅（2.9%）；访港旅客消费额方面，由 2000 年 639 亿元升至 2018 年 3,282 亿元，年均增长率为 9.5%，高于国际的 6.2%。

12. 然而近十年间，香港访客人次的平均增长率只得 5.0%，不及日本（15.7%）、泰国（10.7%）、台湾（8.8%）、南韩（7.9%）、新加坡（5.7%）等竞争对手，亦不及本港 2000 至 2009 年间的 9.5%。高物价亦令香港旅游业竞争力，由 2007 年第 6 位反复下滑至 2019 年第 14 位。展望未来，发展存有隐忧。

### （三）旅游业经济贡献近千亿，创22万职位保基层生计

13. 2000 至 2018 年间，入境旅游业增加价值由 213 亿元跃升至 983 亿元，平均每年增长 8.9%，高于 GDP 的年均升幅（4.3%）。同期入境旅游业占 GDP 的比重，亦由 1.7% 上升至 3.6%。

14. 旅游业蓬勃发展，刺激相关行业就业机会增加。截至 2018 年，入境旅游所创造职位为 22.5 万个，即每 20 名就业人口中，有超过一人从事相关行业；当中逾六成半（67%）从事零售、住宿和餐饮行业内的较低技术工种（如服务销售及文书工作），是基层劳工生计所在。旅游业日益结合高科技发展之际，如何提升这些工人的竞争力，协助他们转型或转职，须及早筹谋。

### （四）旅客居民比例失衡，社区影响不容低估

15. 访港旅客相对本地人口的比率，由 2000 年的 2:1 大幅上升至 2019 年的 7.5:1，与 2018 年的国际数据相比，远高于新加坡（3.3:1）、伦敦（2.1:1）、纽约（1.6:1）和东京（1.1:1）。近年不过夜旅客为主要客源，消费不及过夜旅客，却对民生构成较大滋扰，引起各界关注。此外，多数旅客从陆路口岸来港，入境后使用本地铁路交通，加重交通配套压力，且容易引起居民不满，长远必须正视。

### （五）客源单一，行业特色欠奉

16. 自 2014 年起，内地旅客占整体旅客人次超过七成半；第二和第三大客源市场分别为「南亚及东南亚」、「日韩」，合计只占约一成。旅游业倚重内地客源，有其地理、文化、经济原因。常态持续，一旦在业内养成惯性思维、因循习气，便容易对外围因素转变反应不及，缺乏适时更新形象及定位的意识，未能转型或吸纳新客源。





## （六）高消费不等于高增值

17. 高消费旅客不一定为经济增加较多价值；增值多少取决于生产总额与生产消耗两者相差。2018年过夜旅客中，人均旅游增值率（即增加价值相对消费的比率）最高的来自美洲（48%）和欧洲（47%），内地则位居末席（29%）。由于香港本地制造的产品不多，零售业以售卖入口货物为主，因此内地旅客消费的收益，大部分最终沿供应链离开香港，对本港经济贡献有限。

## （七）高流量不代表高就业

18. 旅客愈多，不代表所创造的位置愈多。2017和2018年，旅客人次和消费均上升，但相关行业就业人数基本上维持不变，新设职位数量未见增长。在2018年，与旅游相关的零售业创造的职位，占有职位44.5%，但较2014年却减少逾万。今年旅游业不景将成定局，相关行业职位更加难保。智经推算，2020年访港旅客人次按年将大减94%，由此引致的旅游业损失达540亿元。旅客增加未必会相应衍生职位，旅客减少时相关职位却岌岌可危，由此可见旅游业发展的关键不是盲目追求旅客量增长，而是因应目的地本身的资源条件，决定经济及社会效益最大化的旅客组合。

# 策略建议

## （一）转型再生，重塑定位

19. 香港的旅游业正处于旅游目的地生命周期中的停滞阶段，旅客数量及社区承受力濒临极限；若不彻底思变、重新长远规划，城市便会日渐衰落，在旅游目的地竞争中被对手抛离。

20. 二十年来，旅游业长年好景，政府当局和业界无诱因突破惯性思维，堕入客源单一、旅游景点同质化的境地。近年当局虽积极开发新景点，但旅游业尚未见到彻底改变。提供旅游服务的社会成本高昂，经济增值却未相应增加，竞争优势日益减少。疫情迫使岌岌可危的旅游业认清隐忧，未能适应形势变化的业界经营者将被淘汰。有见及此，政府和旅游业界应积极改变思维模式，大胆灵活应对环境变化，更新营运模式，使行业达至可持续发展。

21. 政府应担当主导角色，将重振旅游业列为优先政策议程，全面规划旅游业发展及其定位，并以前瞻和创新思维管理、推广及研究旅游业发展。同时，当局宜联同业界筹谋转型，提升抗逆和应变能力，从而重塑健康和可持续的旅游生态圈。

## （二）转危为机，创新资源

22. 旅游业陷入优胜劣败的淘汰时期之际，酒店、餐饮零售或景点营运商等均须争逐资源，以站稳阵脚。这些资源包括旅游资源、科技和人力资源、财政资源等。政府应以跨界别参与的形式，联同业界、学术界、社区持份者，巩固既有资源，例如以天然或人文元素包装旅游景点、增强体验式旅游产品；同时加强投资注入新动力，在经济、社会、文化、环境等多个领域，提升香港旅游吸引力、竞争力及抗逆力，例如善用科技及创新元素，革新营销模式，以协助业界度过难关，重塑旅游生态圈。

23. 自然灾害、公共卫生危机、社会冲突等皆会令旅客却步。全球各地即将致力「灾后重建」，重新吸引旅客；香港应重塑「好客之都」的品牌形象，重建旅客对香港信心。提升本港对旅客的吸引力，将有助稳定经济、创造就业。

24. 然而，更重要的是必须全面考虑地区承受容量、社会文化、环境生态等社会效益及影响，确保旅游业的发展，不会以社区居民福祉为代价。如此，香港才能真正成为宜居、宜游城市。智经将于本系列下一份研究报告中，详述香港旅游业如何能把握灾后重建的机遇，在经济效益之上，建立长远、正面的社会影响。





关键词：

旅游业

#旅游业寒冬

#旅游目的地  
生命周期

#旅游业樽颈

#旅游业竞争力

#经济贡献

#旅游业困局

#转型与再生

#跨界别协作

#创新旅游资源

#重塑旅游生态圈

#宜居宜游城市



## 数据重点及分析

### 一. 香港旅游业表现跑赢国际、惟后继乏力竞争优势日渐褪色

9% vs 3%	5% vs 16%
2000 至 2018 年，访港旅客人次平均每年增长 9%，高于全球入境旅游总容量的年均升幅（3%）	近 10 年（2010 至 2019 年），访港旅客人次年均升幅跌至 5%，显著落后于日本（16%）、泰国（11%）、台湾（9%）、南韩（8%）和新加坡（6%）

### 二. 旅游业增加价值年均增长近一成、逾 22 万从业员中多属低技术工种

9% vs 4%	> 1/20 vs 67%
2000 至 2018 年，香港入境旅游业增加价值平均每年增长 9%，高于本地生产总值的年均升幅（4%）	2018 年本港每 20 名就业人口中，有超过一人从事入境旅游相关行业（共 22.5 万人），当中逾六成半（67%）涉及零售、住宿和餐饮行业内的较低技术职位

### 三. 主客失衡、客源狭窄

9 倍 vs 1 倍	> 七成半 vs 一成
2018 年访港旅客人次相对本地人口的比例为 9:1，远高于新加坡（3:1）、伦敦（2:1）、纽约（2:1）和东京（1:1）等国际旅游都会	自 2014 年起内地旅客占整体旅客人次超过七成半；第二和第三大客源市场的南亚及东南亚，以及日韩旅客，所占比重只有约一成

### 四. 内地客群高消费不等于旅游业高增值、购物消费高惟经济贡献有限

~ 50% vs 29%	63 元 > 40 元 > 17 元
2018 年过夜旅客中，人均旅游增值率（增加价值/消费）最高的来自美洲（48%）和欧洲（47%），反映美欧旅客的消费对本港经济贡献较高；内地旅客位居末席（29%）	2000 至 2018 年，旅客每消费 100 元于住宿和餐饮，分别对本地生产总值贡献 63 元和 40 元增加价值；与购物相关的零售业带来的经济贡献较低，旅客每消费 100 元于零售，为本地经济贡献 17 元

### 五. 高流量不代表高就业、预测表现为 20 年最差

45% vs > 10,000 个职位	94% vs 540 亿
2018 年零售业创造的就业机会，占有入境旅游职位的 45%，却较 2014 年流失逾万个职位	预测 2020 年访港旅客人次按年大减 94%，导致旅游业全年损失达 540 亿元，相等于 2019 年本地生产总值的 1.9%