

新闻稿

2020年10月22日

## 危中思变：香港旅游业陷樽颈困局 重塑旅游健康生态圈

多年来，旅游业是香港经济增长的主要动力之一。然而，社会事件及新冠疫情接踵而至，撼动了香港绝大部分行业，旅游业亦难以幸免，9月初步访港旅客数字为9,132人次。智经研究中心（智经）预计今年访港旅客人次（357万）及总消费（129亿元）将会是20年以来最差，分别按年下跌94%及大减近1,900亿元。即使来年稍有回升，亦难回复至疫情前的水平。

作为香港四大支柱产业之一，旅游业对香港经济的重要性毋庸置疑，智经今日发表《未来之「旅」：回顾香港旅游业20年的高山低谷》研究报告，透过检视过去20年（2000至2019年）客观历史数据，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，就重塑本港旅游业，提出具愿景的策略建议，从而协助业界深耕产业发展，以维持香港长远竞争力。

智经主席刘鸣炜表示：「近廿年来，香港旅游业大致好景。目前的社会情况固然带来冲击，但我们更需要关注内在困难，当中包括客源市场单一化、旅游景点同质化等问题。在疫情平复后，相信全球旅游目的地的竞争将比以往激烈，我们必须把握这次疫情带来的休歇期，革新现时的思维模式，推动改变。希望政府引领持份者，群策群力，以长远目光全面为旅游业重新定位。」

他续说：「往日盛景非唾手可得，我们必需危中思变，思考过去，立足现在，想象未来。旅游业不少前辈、精英、有心人、以至KOL，他们有理想和创意，定必可以带动本港的活力，让游客真正认识香港，喜欢香港。此外，要掌握旅游业发展的全貌，不能单凭经济指标衡量，必需全面考量社会文化、生态环境等社会效益及影响。」

### 旅游业陷入樽颈危机 基层饭碗受威胁

是次研究发现，过去20年全球和本地政经社会环境、旅游模式、旅客消费趋势急剧转变，香港旅游业的生命周期经历了五个关键阶段，包括**崛起（2000-2009年）**、**成长（2010-2014年）**、**回落（2015-2016年）**、**重整（2017-2018年）**及**樽颈（2019-2020年）**，而目前处于樽颈位。入境旅游经济贡献近千亿元，创22万职位，惟受到经济、社会事件及公共卫生危机的三重夹击，为旅游业界敲响警号，香港必须趁机找出应对之道，让旅游产业这个经济支柱屹立不倒。

本研究的综合分析及结果重点归纳如下（相关内容请参考附件一）：

### **(一) 2000 至 2009 年访客增长领先国际 惟近年后劲不继**

香港旅游业在研究涵盖的首 10 年（2000-2009 年）访客量平均每年增长 9.5%，高于台湾、内地、泰国、南韩、日本和新加坡（年均增长率介乎 2.6%至 5.9%）。惟最近 10 年（2010-2019 年）后劲不继，访客人次的年均增长率跌至 5.0%，显着低于部分邻近亚洲地区。此外，香港旅游业的全球竞争力更由 2007 年的第 6 位，反复下滑至 2019 年的第 14 位，可见前景的隐忧。

### **(二) 2000 至 2018 年经济贡献近千亿 创 22 万职位保基层生计**

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%）。旅游业兴旺，亦带动相关行业的就业机会。在 2018 年，入境旅游创造约 22.5 万个职位，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%）在零售、住宿和餐饮行业从事较低技术工种（如服务销售及文书工作）。然而，当有关行业从业员未能追上旅游业的高科技发展，日后恐怕会面对就业压力。政府及业界宜及早筹谋，提升该等行业从业员的竞争力，协助他们转型或转职。

### **(三) 数据透视行业发展的四大矛盾**

#### **(1) 主客失衡 配套人流待协调**

矛盾之一，是主客失衡。2018 年访港旅客人次与本地人口的比例已达 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。香港作为高密度城市，不能忽视旅客量持续增长对民生带来的负面影响。

#### **(2) 客源狭窄 单一化有碍旅游业发展**

旅客多元性是反映旅游业发展的重要指标。惟数据显示，自 2014 年起，内地旅客占整体旅客人次超过七成半；作为第二和第三大客源市场的「南亚及东南亚」及「日韩」，旅客量合计只占整体约一成。旅游业倚重内地客源，有其地理、文化及经济原因。不过当情况持续，业界便容易养成惯性，变成「温水煮蛙」；若业界跟不上外围转变及缺乏创新思维，旅游业不单未能及时转型吸引新客源，更可能流失原有客源，导致行业收缩。

#### **(3) 高消费不等于高增值 美欧访客经济贡献胜扫货客**

当局视旅客高消费为金科玉律，但高消费不等于高增值。其中内地旅客消费较多用于购物，2019 年购物开支占其总消费约七成，但购买的本地制造产品不多，相关的零售收益，很多时会沿供应链流向外地，对本港经济贡献有限。相反，在 2018 年过夜旅客中，人均消费在 11 个客源市场中第三高的内地客（7,029 元），人均增加值排名却倒数第四（2,071 元），其人均旅游增值率（即增加价值相对消费的比率）更是敬陪末座（29%），与美洲（48%）和欧洲（47%）等比例较高的客源市场相去甚远。香港「购物天堂」的定位，值得检视。

#### **(4) 旅客多未必推高就业 不应盲目催谷旅客量**

旅客量增加，却未能推高就业。是次研究发现旅客增加，不代表能创造更多职位。例如在 2017 和 2018 年，旅客人次和消费均上升，但相关行业的就业人数基本上维持不变，新设职位数量未见增长。在 2018 年，零售业创造的职位，占有与旅游相关的职位 44.5%，但较 2014 年流失逾万个。可见旅客增加未必会创造相应的职位数目，相反，旅客减少却令不少旅游相关职位岌岌可危。

智经认为，香港旅游业若不彻底思变，开启新思维制订长远规划，将被对手抛离，故提出两大策略建议：

##### **建议一：转型再生，重谋定位 重塑「旅游生态圈」**

香港旅游业当下面临困境，政府应趁此时担当主导角色，将重振旅游业列为优先政策议程，协助业界度过难关的同时，以长远目光全面规划旅游业发展及其定位，并采取前瞻和创新策略进行旅游业的管理、推广及研究。与此同时，智经建议当局联同业界及早筹谋转型，提升抗逆和应变能力，为香港旅游业重塑健康和可持续的生态圈。

##### **建议二：转危为机再投资 合力注入新动力**

此外，政府应在经济、社会、文化、环境等多个与旅游之间相互动之领域加强投资，提升访港旅游的吸引力、竞争力及抗逆力。政府必须牵头促成跨界别合作，包括连结作为引领者的学术界进行具前瞻性的研究，确保课程紧贴市场需要；结合作为协作者的业界及相关私营机构，以更创新的思维开发和营销旅游产品，提升市场竞争力；以及鼓励社区人士、区议员等社区持份者以参与者身份，鼓励公众参与和激发创意策略，营造社区再生。有关重塑「旅游生态圈」的具体策略建议可参阅附件二。

现时，全球各地致力「灾后重建」，期望待疫情稍缓，重新吸引旅客。智经认为政府和业界必须重新审视旅游业的发展蓝图，确保本港旅游收益不会在激烈竞争中流失。智经将于本系列的下一份研究报告中，详述香港旅游业如何把握机遇，重建旅游业，建立长远及正面的社会影响。

###

传媒联络：许琼霖女士

电话：3182 1110

电邮：[kinglamhui@bauhinia.org](mailto:kinglamhui@bauhinia.org)

## 主要数据的综合分析及研究重点：

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	
<b>9% vs 3%</b>	<b>5% vs 16%</b>
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客量的年均升幅（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	
<b>9% vs 4%</b>	<b>&gt; 1/20 vs 67%</b>
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	
<b>9 倍 vs 1 倍</b>	<b>&gt; 七成半 vs 一成</b>
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（南亚及东南亚）和第三（日韩）大客源市场的旅客，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	
<b>~ 50% vs 29%</b>	<b>63 元 &gt; 40 元 &gt; 17 元</b>
2018 年过夜旅客中，最高人均旅游增值率（增加价值 / 消费）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；而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. 高客流量不代表高就业、预测表现将会是 20 年以来最差	
<b>45% vs &gt; 10,000 个职位</b>	<b>94% vs 540 亿</b>
2018 年零售业创造的就业机会，占所有入境旅游职位的 45%，与 2014 年相比较却流失逾万个职位	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%

## 重塑「旅游生态圈」的策略建议：

跨界别参与	(一) 危中思变谋转型 重塑旅游生态圈	(二) 转危为机再投资 合力注入新动力
政府及公营部门	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 政府和旅游业界应积极改变思维模式，踏出舒适圈，以灵活应对环境变化</li> <li>◇ 政府应担当主导角色，将重振旅游业列为优先政策议程，协助业界度过难关的同时，以长远目光全面规划旅游业发展及其定位，并采取前瞻和创新策略进行旅游业的管理、推广及研究</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 作为<b>促成者和倡导者</b>，<b>规划及完善硬件及软件建设，增拨财政资源</b>。例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 与业界和社区沟通，整合传统旅游产品，发掘潜在旅游资源，并加以推广</li> <li>◇ 鼓励旅游业界应用新兴科技及创新元素</li> <li>◇ 与业界及学术界合作，加强前瞻性旅游策略研究、人力资源规划与培训</li> <li>◇ 以「可持续旅游生态圈」为目标框架，开发和应用旅游业指标系统（例如葡萄牙官方推出的「Sustainable Tourism Indicators System」），以持续监测行业表现并加以改善</li> <li>◇ 联同业界及相关公私营机构，改善数据收集与分析工作（如加入深度游、智慧旅游主题），确保旅客问卷调查方向及内容与时俱进（如细分访港目的及再访原因）</li> <li>◇ 研究设立旅游业复苏基金，并就旅游业危机预测、管理及形象重塑制订纲领</li> </ul> </li> </ul>
业界及相关私营机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 当局宜联同业界及早筹谋转型，提升抗逆和应变能力，为香港旅游业重塑健康和可持续的生态圈</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 作为<b>协作者</b>，<b>以更创新的思维开发和营销旅游产品，提升市场竞争力</b>。例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 积极应用新科技和设计富吸引力的新产品，探索多样性的营销模式</li> <li>◇ 与政府及学术界协作，加强人才培育，配合行业转型</li> </ul> </li> </ul>
学术界		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 作为<b>引领者</b>，<b>进行具前瞻性研究，确保课程紧贴市场需要</b>。例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 借政府增拨资源，增加就旅游业危机管理、深度游、智慧旅游、旅客需求及行为趋势等课题研究</li> </ul> </li> </ul>
社区持份者		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 作为<b>参与者</b>，<b>鼓励公众参与和激发创意策略，营造社区再生</b>。例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 区议会及民间组织推动社区参与，发掘地方自然、文史及建筑独特价值</li> <li>◇ 鼓励地区人士参与社区特色旅游路线或主题的设计及导赏</li> </ul> </li> </ul>