

創意深度遊推六「至尊」

遊客可踏足禁區魚排紮營玩打小人

【香港商報訊】記者唐信恒報導：特區政府聯同香港旅遊業議會去年8月舉辦創意深度遊行程設計比賽，旨在鼓勵業界開發不同特色主題的旅遊產品，以吸引遊客深入探索香港獨有的中西薈萃文化和多元面貌。昨日，文化體育及旅遊局局長楊潤雄向六個主題的至尊路線得獎者頒發獎項。六條至尊路線涵蓋綠色生態行、文化風情行、潮流文化行、歷史深度遊、創意體驗行及親水樂悠遊（詳見附表）。



「創意·深度遊」獲選六條至尊路線

路線	行程細節
綠色生態行：「沿路山脊見一香港禁區隱世尋秘之旅」	遊覽沙頭角禁區，與村民談天互動，並在荔枝窩過一晚，感受晚間寧靜。
文化風情遊：「深度·長洲」	品嚐一碗長洲粥，製作平安包，坐「大眼雞」漁船，住一晚蒙古包，感受無汽車煩囂、晚上很寧靜的夜空。
潮流文化行：「100%香港」	穿梭香港老屋邨、懷舊食肆到特色小店，體現地道本土文化，選擇類似工業風酒店，另有霓虹光管手工藝。
歷史深度遊：「漫遊香港唐樓故事」	走訪第一代至第四代唐樓建築與老店，見證香港百幾年的發展變化，會綜合成分為四個時期的故事。
創意體驗行：「香港都市傳說及傳統習俗兩天團」	以神秘角度了解香港種種怪陸離的都市傳說，另有傳統驚蟄打小人體驗，有英文打小人對白。
親水樂悠遊：「西貢奇洞星空與海洋深度遊」	坐船觀賞西貢四大名洞和地質公園，在魚排上紮營過夜，並安排浮潛近距離親親海洋生態。

獲選的六條至尊路線，分別由活現香港（文化）有限公司、采天旅遊有限公司、博壹文化交流中心、城意遊、尋遊旅行科技有限公司、志揚國際旅遊有限公司提出。

活現香港（文化）有限公司代表陳智遠表示，公司已在香港進行各種各樣的深度遊10年，很榮幸參與比賽並得到殊榮。博壹文化交流中心有限公司的伍先生提到，團隊有很多長洲人，故提供很多資料一起設計如何利用最短時間親自體驗長洲特色文化。城意遊老闆方先生稱，公司主要範疇是深度遊

或想體驗香港舊有地方和環保生態。

新概念旅遊文化增吸引力

采天旅遊有限公司老闆介紹，主打香港深度遊和導賞，了解更多香港歷史，令市民更有歸屬感。尋遊旅行科技有限公司代表Edward介紹公司專注設計透過手機直接了解附近有什麼景點，藉手機了解公司親自設計路線行程。志揚國際旅遊社代表透露，期望把新概念帶入現時旅遊文化，希望吸引特別是年輕一輩旅客不再自由自行，重新選擇旅行團。

當局會對六得獎路線加強推廣

文化體育及旅遊局局長楊潤雄出席頒獎活動時致辭指，從參賽作品的質素可見許多旅行社在行程設計上花盡心思，展現非凡創意及對本地歷史和文化的深厚認識，他感謝各位出心出力的旅遊業界人士，其踴躍參與並設計這些高質量深度遊行程，大大豐富香港旅遊內涵，對推動旅遊業持續健康發展實在功不可沒。

楊潤雄續說，政府會聯同旅遊局及旅議會持續推廣比賽得獎路線，旅遊局稍後將上載得獎路線至Discover Hong Kong網站，讓有興趣參與相關行程旅客能透過網上連線，直接聯繫有關旅行社報團參加。旅議會稍後亦會邀請媒體、旅遊夥伴、網紅等組團親身體驗得獎行程，擴大推廣層面。

700行程參賽錄4.2萬投票

香港旅遊業議會主席徐王美倫表示，議會在特區政府支持下於去年第三季開始透過本地特色旅遊鼓勵計劃舉辦創意深度遊行程比賽，比賽反應十分熱烈，一共收到135間旅行社約700個行程，公開投票錄得4.2萬票數。

徐王美倫續說，香港旅遊業議會作為行業的總商會，將繼續積極推動各項惠及業界的措施，並與業界繼續攜手推動邁向新征程，儘管面對的挑戰很多，但絕對有信心有能力開創更好業務及更好香港盛事旅遊，一定會努力做到和做好盛事旅遊經濟。

疫情下撤走展覽 已全數回歸香港

【香港商報訊】記者黃雪峰報導：會展管理公司董事總經理梅李玉霞昨日表示，截至今年1月，已有117個展覽確定於2024年內在會展中心舉行，疫情期間離開的展覽已全部重回香港，並且新增一些展覽活動。她認為這些矚目國際盛事選擇落戶會展中心，證明香港擁有實力，強調會繼續為客人提供優質服務，為鞏固香港「亞洲盛事之都」的領導地位出一分力。

會展管理公司續提供優質服務

梅李玉霞昨日與傳媒茶敘，介紹了今年舉行的各項大型展覽。其中，1月舉行的「香港寵物節」進場人次達30萬，除了吸引本地市民進場，亦吸引大批來自其他大灣區城市與海外的旅客。2月首次舉辦的「香港旅遊博覽會」，反應同樣熱烈，四日展期吸引超過20萬人次入場。今年的「香港國際珠寶展」，是自疫情後首次恢復「兩展兩地」模式，吸引8.1萬名買家重返香港採購，中東及東盟地區買家明顯增加，來自中東買家的比例更是急增5倍。

梅李玉霞提到，上星期成功舉行的「香港國際影視展 FILMART」，匯聚來自27個國家和地區、超過760家參展商，當中來自東盟國家的參展商和買家同樣有顯著增長，促進創意產業的交流合作。此外，本月底即將舉行的「香港巴塞爾藝術展 Art Basel」共有242間參展藝廊，數目較往年增加65間、即37%，標誌展會已全面回歸至疫情前規模。

展望未來，明年2月將會舉辦「Consensus Hong Kong 2025」，這是全球持續時間最長、最具影響力的加密貨幣和Web3活動，亦是首次由美國移師香港。

泰國玩具展設香港館 20港設計師推介作品



香港設計師的部分玩具作品，會在泰國玩具展「香港館」亮相。 記者 馮瀚文攝

【香港商報訊】實習記者凌瀚報導：「泰國玩具展」是亞洲地區最具規模的大型潮玩玩具展之一。去年在創意創業會的努力下，香港的玩具設計師首次參與該活動，成功展示了香港原創潮玩玩具的精彩創意及龐大商機。今年，該活動主辦方特別設立「香港館」，創意創業會將於4月4日至7日率領20位優秀的香港原創潮玩玩具設計師參加《泰國玩具展2024「香港館」》活動，協助香港設計師進一步開拓泰國，甚至東盟市場。

助港原創潮玩玩具拓東盟市場

據悉，「泰國玩具展」每屆均匯聚來自世界各地約150家參展商，吸引超過30萬名買家到訪。創意創業會會長莊詠琳表示，此番「香港館」的展銷不只是向海外玩具愛好者展示中國文化、香港潮玩；同時，也幫助香港本土的設計師積極調洽談合作，以增加他們在海外市場的曝光。

「創意香港」總監曾昭學表示，「香港館」的設立可以讓更多海外人士，特別是東盟地區的買家及潛在商業夥伴了解和欣賞到中國文化和香港原創潮玩玩具的獨特魅力。希望看到更多同業間的文化交流與合作。

第二屆香港開心購物節7至8月舉行

【香港商報訊】記者周偉立報導：香港零售管理協會今年7至8月舉行「第二屆香港開心購物節」，今年主題為「香港好禮·有禮」，參加商戶將承諾以最大的誠意，送上「好禮」品，和「有禮」優質服務的雙重禮遇。

主題「香港好禮·有禮」

協會昨日舉行第二屆購物節簡介會，向接近140名來自約100個零售及餐飲品牌，介紹今年購物節特色，並邀請全港各零售、餐飲，以至旅遊等相關業界共同參與。去年首屆購物節就有超過150個品牌、約6000間店舖參與，推出達15億港元禮遇給市民和遊客。

據介紹，今年購物節主題為「香港好禮·有禮」，協會相信要推動香港零售業發展，提升整體競爭力，業界除了派好禮品，更需要秉持良好禮貌和優質服務，為市民和遊客帶來開心購物體驗，成就香港「好客之都」和「購物體驗天堂」的美譽。

活動共分為四個不同主題，包括超級市場、家具用品、衣物、咖啡茶酒、電器、珠寶鐘表、個人護理、養生及保健食品等。每個主題涵蓋零售業各個範疇，以不同購物優惠，吸引香港市民及遊客於夏天沉浸於購物的開心氛圍。

協會表示，今年購物節的合作機構比去年更多更廣，相信參與的店舖亦會更踴躍，期望透過這項盛事，帶領零售業界，聯同旅遊、餐



第二屆香港開心購物節7月至8月舉行，冀帶領業界推動經濟。資料圖片

飲、運輸交通、酒店、銀行、支付平台及媒體等合作，帶旺消費市場，推動經濟向前。

萬寧推藥健計劃 首創員工獲免費藥及病假證明

【香港商報訊】萬寧去年3月正式推出「PharmaCare 藥健保障計劃」，企業客戶員工可於逾60間有專業註冊藥劑師駐場的萬寧分店，既可使用藥劑師諮詢服務，同時獲免費藥物及「藥劑師諮詢證明」，讓企業考慮視作申請病假證明。萬寧新業務總經理羅志志受訪時指出，通過推廣企業解決方案，可主動接觸不同層面的顧客，更可透過企業客戶作為試點，提升新服務的成功率。

羅志志表示，萬寧以線上線下零售業務為主導，但作為社區藥房，亦希望與時並進，建立更多渠道照顧不同顧客的需要。而他留意到的是首先全民對健康的關注度顯著提升，其次是僱主亦有意提升相關福利，以作為吸納及保留人才的策略，加上萬寧亦希望藉以跳出實體店及網店的發展空間，遂進軍具高增長潛力的B2B(企業對企業)的領域。PharmaCare計劃的推出，成功為萬寧開拓新業務發展增長動力。

「自從去年4月開始與香港寬頻的合作後，讓我們有更多與企業客戶合作的經驗。」羅志志指出，B2B業務可以更主動地接觸不同層面的顧客，讓他們認識及體驗萬寧最新與健康相關的服務。更重要的是可讓企業顧客在工作環境試用一些嶄新的健康相關服務，讓萬寧可以其反應作參考，考慮引入到店舖層面。如2023年初萬寧在不同企業為員工提供AI健康掃描服務，得到正面迴響，促使萬寧於去年9月將服務帶到旗下7間門店推廣，並得到不俗的成績。

PharmaCare 服務獲企業客戶青睞

PharmaCare作為B2B業務之一，羅志志坦言面對

不少挑戰。「不論對企業客戶以至萬寧員工而言，PharmaCare 是全新計劃，而且計劃延伸至員工家人，因此在全新計劃內容時要特別仔細。」萬寧團隊以教學片、電子單張、設立熱線等方式，令各個參加者及家屬都可以隨時查詢或了解計劃內容。此外，更要解決企業的疑慮，例如企業員工對藥劑師的信任度。萬寧領導團隊隨即先行先試，去年開始免費為萬寧員工提供PharmaCare服務，因此能累積經驗，並利用數據展示計劃的可行與實用性，終獲得企業客戶青睞。

萬寧未來B2B業務的目標客戶，並不止於大型企業。「中小企絕對是我們大力推廣的客戶之一。」羅志志不諱言，中小企對員工的健康保險未必足夠，甚或沒有相關支援。萬寧在全港各區擁有逾60



萬寧新業務總經理羅志志指PharmaCare計劃的推出，成功為萬寧開拓新業務發展增長動力。

間藥房，網絡足以支援中小企的健康計劃，而且更能為員工度身訂造健康服務，作為適切的福利政策。建基於萬寧的龐大零售網絡，萬寧計劃推廣不同健康主題的B2B業務，利用在不同門店的營養師團隊，為企業或機構設計更多營養師諮詢方案及療程，期望以靈活方案照顧企業員工，開拓B2B業務的藍海。

空運「建築河沙」惹疑 海關檢940萬元氯胺酮



涉案其中一名疑犯帶署扣查。

【香港商報訊】記者區天海報導：海關揭破近20年來最大宗的郵包氯胺酮藏毒案，上周在機場搜出偽裝成建築材料河沙的20公斤氯胺酮，市值約940萬元，經調查後拘捕兩名男子，現正追查販毒集團幕後主腦。

海關毒品調查科機場調查課高級調查主任姚錦添昨日稱，本月11日，海關機場空運科人員檢查一批從瑞士運港報稱是河沙的貨物，經調查後發現該批貨物為氯胺酮。

兩男子收貨被捕

海關毒品調查科人員接手跟進展開監控派遞行動，至前日在西灣河拘捕兩名男子，包括負責收貨的28歲男子，報稱任職汽車銷售員，以及協助收貨的29歲男子，兩人已被控一項販運危險藥物罪，於今日在東區裁判法院提堂。

姚錦添指出，案中檢獲的氯胺酮共重20公斤，市值約940萬元，今次是近20年來最大宗的郵包氯胺酮藏毒案，毒販將毒品偽裝成建築用料，裝進印有建築材料的膠袋中，企圖逃避偵查。