

時評

支付要打通 灣區更暢通

WeChat Pay HK和微信支付繼接入港鐵、九巴和龍運巴士後，昨起又成功接入電車、天星小輪、城巴和新大嶼山巴士，進一步擴大交通支付覆蓋範圍，打通香港交通脈絡。而較早前，八達通公司亦推出「全國通」，一卡通行香港和內地336個城市。過往兩地支付習慣有較大差異，特別是在電子支付上更可稱得上存有鴻溝，這在一定程度上影響了往來消費的便利程度，拖了大灣區一體化生活圈建設的後腿。現在這個情況已有明顯改善，今後無論內地客南下還是港人北上，將不會遇到「支付不通」的尷尬場面，有利於大灣區進一步融合發展，生活更加暢通。

長期以來，香港市民習慣使用現鈔、八達通或信用卡進行交易，導致本港電子支付業務起步較晚。然而，三年疫情帶動了網上購物熱潮，加上在電子消費券效應作用下，支付寶香港、WeChat Pay HK、Tap & Go「拍住賞」等電子支付方式在香港開始流行。而去年初兩地恢復通關後，北上南下消費蔚然成風，港人對內地電子支付的發展和方便有更切身體會，內地客來港亦對電子支付有殷切需求，所以，更支持香港快馬加鞭「追落後」。

其實，早於去年，支付寶香港已接入電車、天星小輪，現在內地另一主要支付平台微信，亦擴大香港交通支付覆蓋範圍，為廣大消費者帶來莫大裨益。先說內地旅客，他們對香港的特色底蘊很感興趣，對能夠體現「香港情懷」的電車、天星小輪，更是非常熱衷，甚至會專程來打卡。可是，許多內地客不習慣使用現金，對香港通行的八達通亦未必熟悉，購票時往往窘迫掃興。如今微信支付擴大了交通應用場景，遊客多了選擇，以後將不必浪費太多時間排隊購票，相信對提升旅客的旅遊體驗有積極作用，亦有助提振下月「五一黃金週」本地消費零售市場。

另一方面，港人也是電子支付進一步發展的受益人。近日內地三百多個城市接入八達通，這已大大方便港人北上旅遊，現在微信擴大香港交通支付的覆蓋範圍，意味市民可以非常方便地在香港通過微信支付乘車，養成習慣後，將來在內地乘坐公交、地鐵等交通工具就不會覺得生疏，甚至還會有親切感，有助帶動大灣區的「軟聯通」、「心聯通」。

2019年印發的《粵港澳大灣區發展規劃綱要》，提出建成智慧城市群，「共同推動大灣區電子支付系統互聯互通」。回顧5年來的發展，這在很大程度上已成爲現實，內地人和港人「雙向奔赴」、雙向消費已暢通無阻。展望未來，希望本港電子支付的普及率及覆蓋率進一步提升，除了交通，更要在日常零售消費等領域增加應用場景，讓市民更深刻感受到創新科技爲生活帶來的好處。

當然，這並不意味着要取締現金和信用卡，我們還要顧及老年人和海外遊客的需要。早前國務院辦公廳印發《關於進一步優化支付服務提升支付便利性的意見》，提出針對不同群體的支付習慣，着力完善多層次、多元化的支付服務體系，包括持續優化現金使用環境。同樣，香港也應做到電子支付與現金支付並存，便利不同習慣的消費者。

香港商報評論員 林松年

催谷五一消費力 考驗香港應變力

方想

港事講場

香港旅遊局早前公布亮眼數據，今年第一季度共有1123萬人次旅客訪港，同比增加1.5倍，環比增加5%；其中內地訪港旅客約870萬人次，同比增幅近1.6倍，約佔整體來港旅客的七成七，顯示本港過去一年的全球宣傳和各類推廣活動初見成效。惟剛過去的復活節假期，港人北上消費成爲風潮，吸引客流的效果卻不盡如人意，入境旅客人數以及消費額都未如預期，尤其是內地遊客來港人數相對減少，市道受到影響，急得業界頻頻呼籲市民「留港消費」。其實，復活節並非內地假期，遊客不多可以理解，很快到來的內地五一黃金週，才是真正檢驗香港擴客能力的觀察窗口。趁着五一黃金週，當局和業界要積極行動起來，多出實招，吸引更多旅客，催谷消費力。

旅遊業是香港經濟重要支柱之一，佔本地生產總值約4.5%，提供超過25萬個就業機會。通關復常後，訪港旅客數據逐漸增長，反映當前香港旅遊業呈持續復蘇態勢，但從整體來看，遊客數量仍未能完全恢復到疫情前水平，而且旅遊生態出現明顯變化。過去，旅客來港熱衷購物，爲業

界帶來巨額收入，但如今更多的是特種兵式旅遊、慢節奏的Citywalk，追求的是深度體驗，消費模式亦已改變，特色遊更受歡迎，昔日本港作爲「購物天堂」的優勢在減弱。

業界不時抱怨港人北上消費熱，特別是復活節長假期間市道明顯表現較差，對此憂心忡忡。惟不必悲觀誇大負面影響，復活節假期內地不放假，因此不足以評定本港旅遊業情況，而五一黃金週，才能真正反映香港現時對旅客的吸引力。業界對此表現樂觀，旅遊業議會總幹事楊淑芬指，料黃金週有約80萬內地旅客來港，較去年增約三成；餐飲聯業協會會長黃家和預期，餐飲業生意或迎來15%至20%的增長。顯然，五一黃金週期間是將復活節失去的生意額挽回的大好機會。

旅遊業應主動創新求變

爲迎接五一黃金週，香港需要做好事先準備。文化體育及旅遊局日前召開跨部門會議，連同海關、警務處、入境處等多個相關部門，以及旅監局、旅發局等機構，就內地五一黃金週迎接訪港旅客不同環節進行統籌協調，包括加強人流管理、加密

交通班次等安排，這是展現好客之都的必要之舉。

同時，隨着旅客旅遊模式的改變，業界亦應主動創新求變。正如中央港澳工作辦公室主任夏寶龍指出，傳統優勢不是一成不變的，「金字招牌」也不是一勞永逸的。時代在變，內地在變，整個市場結構、消費模式等都在改變。要主動順應時代發展潮流，跟上時代發展步伐，積極識變、應變、求變。香港旅遊業亦是如此，以往購物天堂「易賺錢」的時代已不復在，不可能再吃老本，特區政府和業界必須思考與開拓更多不同類型的旅遊產品，打造真正吸引人的內核。多辦盛事、主題活動、推廣深度體驗遊，憑上乘的服務和貨色質素、級數「鬥靚」，當然是創造客流的辦法之一，也要思考如何善用社交媒體，加強包裝宣傳，打造口碑，宣揚「好玩」香港，讓本港聲名在海內外火爆出圈。

總而言之，打鐵還須自身硬。香港須發揮迅速應變能力及精神，做好周全準備，迎接五一黃金週的旅客高峰，更好發揮「一業興，百業旺」的乘數效應，提振香港旅遊業及本地消費。

落實新田科技城項目宜早不宜遲

香港中華廠商聯合會會長 盧金榮

商界心聲

「北部都會區」是香港未來發展的新引擎，當中的新田科技城更是關乎香港創新科技及「新型工業化」發展的心臟，不但能夠助力香港實現「南金融、北創科」的新產業布局，亦是實現大灣區經濟及產業融合發展的重要腹地。因此，各界均希望新田科技城能早日「上馬」，爲香港長遠發展、改善民生開啓新氣象。

早前，城市規劃委員會公布新田科技城分區計劃大綱草圖並刊憲，列明了新田科技城的法定規劃框架。新田科技城分區計劃大綱草圖的規劃區佔地約1000公頃，當中有超過300公頃被劃爲「其他指定用途」地帶，大部分會用作「創新及科技」用途，佔210公頃。此外，亦有預留土地興建高密度公營及私人住宅、鄉村式發展、政府或社區設施、休憩設施等。

值得注意的是，劃爲「綠化地帶」及「自然保育區」地帶合共超過340公頃，佔整個

項目超過三分之一，凸顯了「北部都會區」重視職住平衡和綠色生活的理念。

不過，由於當局在環評進行期間，增加填平90公頃魚塘以興建科技城及配套设施，引起了環保團體批評，認爲沒有遵循環評法定要求，另有其他問題，因而促環資會建議環評署否決報告。

筆者雖非環保專家，難以評論他們的理據，但事實上受爭議的土地面積只佔整個項目約十分之一，而且這90公頃魚塘，當中近半已荒廢或沒有進行養殖活動，保育價值不高，實在不應因此而拖累項目的推進，加上筆者深信政府已盡力減少項目對環境生態的影響，並已提出相應的緩解措施，平衡產業發展和環境保育的需要。

加快形成「新質生產力」

衆所周知，香港正全速發展創科及新型工業化，需要大量土地資源以發展基建和達到群聚效應；然而，香港一直缺乏可供發展的

土地，導致產業轉型停滯，居住空間嚴重不足，引起了許多社會深層次矛盾。

新田科技城毗鄰深圳科創園，幅員廣大，佔盡地理優勢，有利匯聚本地以至海內外的上、中、下游產業，打造成爲「中試及產業化」基地和「香港優勢工業」高地，令本港創新產業鏈得以更加完整，從而加快形成「新質生產力」和促進高質量發展，而且新田科技城將是香港融入國家發展大局和大灣區的關鍵平台，因此業界均希望項目能盡快落實。

另一「宜早不宜遲」的原因是成本控制問題。回想當年，港珠澳大橋項目便因爲某些滋擾性事件的阻擾，拖延了工程的進度，導致成本大幅上升，社會因此付出沉重代價。前車之鑒，我們不能不引以爲戒。

綜觀上述各種因素，筆者希望有關團體能夠以大局爲重，考慮兼顧香港長遠發展和改善民生，努力與當局尋求達成共識的方案，切勿令香港發展再次墮入惡性循環、停滯不前。

警惕日本「核食」入侵學校

恭德

百家爭鳴

最近有一則慧科電子剪報內容，在香港學界同仁的網絡中流傳。全農國際香港分部由今年3月1日起，於全港80間中小學供應日本產大米作爲學校午餐。部分教師和學生家長開始擔心，受核污染的「日本產大米」或「日產食材」正透過學校午餐供應商，靜悄悄入侵香港中小學午餐食材供應鏈，深怕長遠會影響孩子的成長發育。

膳商當學生白老鼠

「全農國際香港」自今年3月1日起開始在香港約80所本地小學和中學的午餐中，試行使用日本產大米，並進行關於日本產大米的調查，這項計劃是由日本駐港總領事館、日本貿易振興機構（JETRO）和日本食品海外推廣中心（JFOODO）合作的「農產品出口支援平台」倡議的一項重要推廣計劃之一。據全農國際香港的執行董事中西誠表示：「香港小學生對日本產大米的評價較高，而香港中學生則沒有明顯的評價。我們認爲，相較於小學生，中學生對包括日本產大米在內的食物關注度較低。」他還表示：「以擴大日本產大米的關注度來說，我們發現讓香港兒童在低齡時便接觸日本產大米是有意義的，因此我們希望今後能繼續進行這樣的嘗試。」截至3月21日，共有4677名香港學生參與了問卷調查，其中約40%的學生表示「午餐用米變成日本產大米是好事」。值得注意的是，該調查問卷約有20%的香港學生表示食用日本產大米是「不好」的。

亞洲各地日系超市盈利大跌

去年開始日本一意孤行，決定將福島核污水排入海，這無疑是對人類共享的海洋發動一次「核災害」，是一件關乎全人類水資源及生命安全健康的大事。「核災害」不單會影響日本水產，也會污染中國、韓國、俄羅斯等地來自海洋的食物鏈。自從日本將福島核污水排入大海之後，亞洲各地人民開始對日本產的食材和食品的誠信失去信心，連帶日系超市在香港和台灣地區開設的分店，亦因爲銷售情況不理想而造成盈利大跌。

以香港爲例，在福島核污水排海之前，香港是日本食材食品出口的第二大主力消費地之一，有一大批港人是日系食材食品的忠實鐵粉，更有主婦堅稱，從柴米油鹽醬醋茶，到各色菜蔬、鮮活食品，非日產不入口。現時這班鐵粉已消失得無影無蹤，由此可見福島核污水排海的遺害是非常之大的。雖然大家都不想講不願提，但從各大日系超級市場和日本貨主要入口商的業績數據可見，生意額的跌幅確實很大，證明香港人對日產食品食材的消費正在持續減少。

食物對人的口味和飲食習慣影響是終身的，兒童自幼學習進食開始，對食物的氣味、口感和滋味的記憶終身難忘。所謂兒時的味道、兒時的食物、兒時的滋味等，都會隨着人的成長而刻畫在腦海記憶之中，久久不忘，這就是食物的力量。如果我們的小學生從細開始，持續長時間地食用日本產的大米和食物，那麼相關的食物記憶，便會深深地刻畫在孩子的腦海之中，伴隨終生。

關於香港中小學生留校午餐問題，教育局、各學校、家長及教師會責任重大，從午餐食物的質素、營養均衡，到食材和調味品的使用，是需要實時把關的。孩子每天在學校留校用膳，食了什麼落肚，是需要特別關注的。現在的問題是，日本食品在全世界開始滯銷，特別是香港市場已經看到逐漸萎縮的苗頭。日本農產品出口支援平台居然想到向香港中小學生的午餐膳食市場落手，意圖從小培養並干預香港學童的飲食記憶。特區政府和社會大眾需要警惕日本這種侵略式思潮的復辟。

盛事之都敢於嘗試

吳家俊

民意建言

本年度香港國際七人欖球賽早前完美收官，文化體育及旅遊局局長楊潤雄受訪表示七欖不單是球賽，更是結合視聽娛樂享受的嘉年華。毋庸置疑，本屆七欖活動爲香港成爲亞洲體育盛事之都給力。然而，要擦亮盛事之都美譽不能單靠一年一度的活動，要靠持久多樣化的活動，項目要敢於嘗試創新，從中汲取經驗，汰弱留強。記得早前港府推動旅遊業提出加強煙火匯演，坊間竟然未「觀」先判，對一項尚未推出的新嘗試「大潑冷水」，打擊當局勇於嘗試的信心。其實不少成功的旅遊熱點，都是一步一步演化而成，例如日本的築地漁市場，由最初運輸集散點到旅客熱點，是經過不斷的調整改進；本港的單車節、馬拉松等盛事都不是一蹴而就。香港旅遊發展局現階段的推廣策略，應該先容許百花齊放，去測試疫情後新時代遊客的喜好。當今國際形勢下，外國旅客有新心態，正如疫情前後，消費者對網購的接受程度已明顯不同，外地旅客對香港的嚮往，究竟如何變化，有待試水溫。社會人士亦應積極建言，收心聚能，與其花精力對當局旅遊項目未審先判，不如花功夫去創建旅遊景點。

多發掘香港獨一無二的亮點

如果七欖主要是招徠外語遊客，正在舉辦的紀念查良鏞博士（金庸）百年誕辰的一系列活動，就是爲華語遊客而設。金庸是香港獨一無二的名片，全世界只有香港最有

的主場館可容納5萬人，主辦方必定挾今年之強勢，必會盡量售票。雖然我們對主場館有信心，但主場館以外的問題是未經考驗的，例如外國遊客喜愛的食肆、附先進設備的廁所、往返機場和住宿的交通安排、甚至細如售賣紀念品的位置等配套設施和規劃是否一應俱全，畢竟明年七欖將是一次沒有彩排的考驗。

全球貿易形勢不及從前，地緣政治因素無疑扮演重要角色。

IMF與「全球貿易預警組織（Global Trade Alert）」一同進行監察，轄下「新產業政策觀察站（NIPO）」發現去年實施了超過2500項產業政策干擾新措。其中自去年起最活躍的司法管轄區，乃是新引入了555項措施的美國，即佔全部的22%，事實上發達經濟體的產業政策亦愈來愈多，高佔去年新措比例超過70%。

IMF發表的《產業政策回潮》工作文件顯示，去年新產業政策之中，逾70%會造成貿易扭曲，即對外國商業利益構成歧視。按種類劃分，去年出台最多的是本地資助，佔了全部產業的四成之多，其餘是出口資助、入口障礙、本地化、出口障礙等。按

資格舉辦紀念金庸的活動，文體旅局和旅發局應記一功。沿此思路，當局應多發掘香港獨一無二的亮點，我們毋須眼東、日韓較勁「世一」，勞民傷財，香港獨有的巨星譬如李小龍、張國榮和梅艷芳中外華人粉絲無數，在日本，幾乎所有中年中產人士都懂香港有一位Jacky Chan，向全球華人社會籌辦本港的巨星之旅，帶遊客訪巨星故宅、電影場景等等，可以一試。

今年全國兩會的關鍵詞之一是「新質生產力」，重點就是要在經濟上敢於探索新蹊徑，旅遊業是最大可能發展新質生產力的示範行業，中央大力推動發展「新質生產力」對香港旅遊業來說是指路明燈。

