



內地與港澳遊雙向奔赴

「香港引力」魅力綻放



內地歌手周深的香港跨年演唱會吸引近5萬名粉絲從世界各地齊聚香港。



有報告指出，內地多個特色城市吸引包括港澳遊客在內的境外旅客。

5個消費拉動本港經濟增長

消費類別	拉動作用
門票消費	將短期活動熱度轉化為長期引流動力，形成可持續的消費能力。
餐飲消費	演唱會等大型活動吸引大量人群聚集，直接刺激場館周邊餐飲消費。
住宿消費	外地觀眾來港觀演，帶動酒店及短租住宿需求，提升整體入住率與房價水平。
交通消費	外地觀眾乘坐飛機、港鐵、巴士及的士等交通工具，提升香港整體客運量。
零售消費	舉辦地周邊商場、便利店等零售門店人流及銷售額，通常出現明顯而快速的增長。

日12萬人次到訪。自去年3月啟用以來，園區不足一年已舉辦逾40個、共90場國際及本地盛事，帶動人流持續上升，累計接待超過700萬人次，零售及餐飲表現亦穩步增長。

「大型演唱會對香港經濟有着直接的拉動作用。」董觀志表示，旅遊業是「食、住、行、遊、購、娛」等要素聯動的服務經濟，一場大型演唱會就是一次旅遊產業的大兵團作戰，透過五個層面的消費直接拉動香港經濟增長：一是門票消費；二是餐飲消費；三是住宿消費；四是交通消費；五是零售消費。

持續創造獨特高質量體驗

香港近年積極推動盛事經濟。特區政府文化體育及旅

遊局局長羅淑佩表示，去年全年訪港旅客達4990萬人次，海外旅客增長尤為強勁，而聖誕節至除夕（指西曆12月31日）期間旅客人次按年上升12%，除夕及元旦兩日則錄得約45萬人次。2025年12月31日跨年夜，香港近20萬人次的入境旅客中，內地旅客約15萬人次，海外旅客超過4萬人次，均較去年同期實現增長。2026年，香港將持續推動盛事經濟，一系列重磅活動已排上日程。

董觀志指出，從優化客源結構到創新活動形式，從夯實交通樞紐地位到前瞻布局全年盛事，香港近年以「盛事經濟」作為重要引擎所取得的成效證明，一座城市的旅遊魅力，既在於標誌性景觀的恆久吸引力，也在於持續創造獨特、高質量體驗的不懈追求。

【香港商報訊】記者戴合聲報道：2026年元旦假期，中國旅遊市場迎來「開門紅」。攜程、途牛等平台3日發布數據顯示，文旅消費意願與金額雙升，內地與港澳間的旅遊雙向流動顯著增強，幾大特色城市吸引包括港澳遊客在內的境外旅客；與此同時，內地遊客持續湧向港澳，尤以內地歌手周深的香港跨年演唱會最受追捧。香港中通社援引暨南大學旅遊規劃設計研究院副院長、中國新產業經濟研究院院長董觀志稱，這顯示出盛事經濟下的「香港引力」。

據攜程1月3日發布的元旦旅行報告，內地文旅消費熱潮全面點燃。內地景區門票預訂量同比增長超4倍，入境遊相關預訂亦大幅提升，港澳居民與內地居民之間的旅遊往來呈現活躍的雙向高頻流動場景：一方面，內地遊客繼續構成訪港訪澳客源的主力軍，赴港澳旅遊熱情不減；另一方面，香港居民前往內地旅遊的勢頭同樣強勁。攜程報告顯示，2026年元旦假期入境遊市場保持增長，門票預訂量同比增110%，入境體驗型玩樂產品預訂量增長超30倍。熱門目的地包括上海、北京、廣州、深圳、成都等一線及新一線城市，理縣、黑河、南寧、煙台、佛山等地成爲入境遊增長突出的「黑馬」目的地。

周深騷吸5萬粉絲聚香港

途牛《2026元旦出遊消費盤點》顯示，跨年演唱會、無人機表演等活動廣受追捧，這一現象在香港尤爲明顯。今年開局，周深的《「深深的」巡迴演唱會——香港站·跨年紀念場》吸引近5萬名粉絲由世界各地齊聚香港。據啟德體育園表示，演唱會帶動啟德零售館銷售額較開幕初期增長逾兩成，除夕當日更錄得破紀錄的單

高鐵香港段客量破億 去年載客逾3000萬人次創新高

【香港商報訊】記者戴合聲報道：港鐵昨日表示，高鐵香港段去年載客量再創新高，超過3000萬人次，按年增加17%。而在上月27日，高鐵西九龍站錄得近14萬人次，刷新單日乘客人次紀錄。

高鐵香港段自2018年9月開通至今，累計乘客量近日已突破1億人次。爲慶祝這一重要里程碑並答謝乘客支持，港鐵昨日向旅客派發紀念品，分享這份喜悅。

港鐵行政總裁楊美珍表示，自通車以

來，港鐵一直積極與內地鐵路單位及兩地政府緊密協作，持續增加站點、提升服務。未來亦會繼續與相關單位加強協調，進一步提升出行體驗、擴展網絡，推動融合發揮優勢。

港鐵指出，目前高鐵乘客以短途旅程爲主，佔整體約八成；香港市民佔整體客運人次，則由通車初期約三成，逐步上升至約四成半，其餘爲內地及海外旅客，反映高鐵有效促進兩地人員往來與交流。



為祝賀高鐵客量創新高，港鐵特意在西九龍站向旅客派發紀念品。港鐵供圖

韓國財經界四大「歐巴」同時抵京 水平合作開始！



前輩文在寅造訪成都參加中日韓領導人會議，已然是6年零122天的事了。

動身前往，接受CCTV《高端訪談》獨家專訪時，他還特意用了一個中國成語：實事求是。李並不諱言「安邦靠美國，經濟靠中國」的現實。但他同時強調，韓國的戰略自主性尤爲重要。

請注意李在明下面這段話：過去韓中經濟合作主要基於韓國的先進技術資本與中國勞動力相結合，呈現出垂直結構的合作……在技術和資本方面，（中國）已在很多領域趕上甚至領先於韓國。因此韓中之間現階段也有必要重構水平合作結構、平等協作關係。

誰對此心領神會且最有感觸？當然是那四位隨行「歐巴」：58歲的李在鎔、56歲的鄭義宣、66歲的崔泰源和49歲的具光謨，韓國三星集團、現代起亞

集團、SK集團和LG集團的會長。他們，是韓國四大財閥現任一把手，也不妨稱作韓國經濟的四大天王。

據悉，李在明此次出訪時帶了200名企業家，均隸屬於大韓商工會議所（KCCI）。該組織誕生於1884年。那還是光緒十年，格林尼治時間剛剛成爲國際標準，紐約自由女神像的基座也才動工。

衆所周知，韓國長期以來以出口立國，出口總額佔其經濟總量的45%。而作爲韓國第一大財團，三星又貢獻了該國兩成GDP，海外市場的重要性不言而喻。這其中，中國市場對於三星集團，特別是與其旗艦三星電子的關係，更是重中之重，不容有失。

某種程度上，三星電子的命運恰折射出韓企在華的生命曲線。早期，三星方面更多通過走私和水貨在中國消費者心目中建立起高端形象。2002年天津手機工廠成立後，其開始不斷加碼。「得手機者得天下，失手機者輸全家」，特別是2012年原安東陣營老大諾基亞遜位後，三星最高光時刻到來。當年三星電子總營收106億美元，年增幅近100%，市場份額更突破至30%。而2013年上半年其繼續高歌猛進，半年營收96億美元，高峰期時三星手機一年可賣出3600萬部，風頭一時無兩。

中國市場，熱到發燙的印鈔機。憑藉與三大電信運營商的熱絡關係，以及從一線到四線城市星羅密

布的專賣店，三星手機業務佔到集團在華業務的八成。

很可惜花無百日紅。隨着薩德事件與手機爆炸事件，特別是華爲、小米等中國本土品牌強勢崛起，三星手機最終從「機皇」變成了市場份額的「Others」。

據說三星中國區的韓國高管人努力學習漢語，且尤喜使用中國成語，從「愚公移山，敢爲人先」到「有志者事竟成」，不過後來就變成了「大意失荊州」，以及最後的「成也蕭何，敗也蕭何」。

並不止三星一家。四大財閥中，現代起亞亦有相同經歷。2002年，現代與北汽合資成立北京現代，至2016年巔峰期時年銷售超過114萬輛，營業額逾千億元人民幣，中國市場佔有率達7%。但同樣源於本土對手奮起直追，北京現代迅速走下坡路，2017年建成的重慶工廠4年後就被迫出售，連北京第一工廠也賣給了理想汽車。現代起亞目前最新的中國市場份額，已萎縮至1%左右。

值得注意的是，除了身爲「企二代」的SK崔泰源早在1998年即接班，三星李在鎔與現代鄭義宣其實是「企三代」，而最年輕的LG具光謨是「企四代」。除了崔，另三位在接棒時，韓企在中國市場無往不利的神代，已然結束。

好在「歐巴」們的韌性足夠強，在其他海外市場仍能錄得不俗表現。只是，他們斷不會放棄眼前的

中國。據了解，本次抵京後，李在鎔就會與中國電動汽車商探討自動駕駛和信息娛樂設施的合作，當然，還有半導體。而手握海力士的崔泰源，亦會有同樣的想法。

從1992年的50億美元，到2025年前11月的2996.77億美元，中韓貿易33年間翻了60倍。韓國已是中國僅次於美國的第二大貿易夥伴，而中國又是韓國第一大進口來源國和第四大出口國。最早的白菜粉絲，後來的智能電視，現在的AI晶片，中韓之間的經濟結構和貿易往來深度咬合，相互競爭與尋求互補，其實並不矛盾。

當李、崔、鄭、具踏上北京時，他們應該早已知曉另一條新聞。與大韓商工會議所地位相當的日本經濟團體聯合會會長、日本生命保險董事長筒井義信不久前致信北京方面，希望帶200名日本企業家訪華，而後者並沒有回應。日方只得表示原訂訪華計劃，「無限期延期」。

有北京權威人士笑言，看看東長安街建國路、國貿一帶，除了緊鄰「中國尊」的三星大廈，早年還有LG大廈和SK大廈，不遠處的三元橋霄雲路就是現代汽車大廈。「至於日本企業，從未在這塊中國最核心區域建過總部大樓」，他說。

來了和沒來，終究不一樣的。歡迎，思密達！