

“好客之都”缺温度 “寸土寸金”撑不住 破除“旅游寒冬”魔咒 港人必须从“心”出发

本报记者 王平



澳门 发行纪念抗战邮票百万枚

澳门特区邮政局宣布，将于9月3日发行主题为《中国人民抗日战争胜利七十周年》纪念邮票。纪念邮票一套两枚，包括面值2澳门元的《七七事变》和5.5澳门元的《全面抗战》各50万枚，4000个首日封及3000张资料单页。图为9月1日，澳门特区邮政局局长刘惠明提前展示新品。 新华社记者 张金加摄

台南 确诊逾3000登革热病例

据新华社台北电（记者孟昭丽、陈键兴）今年5月以来，台湾登革热疫情持续上升，其中台南市最为严重。台南市政府登革热流行疫情指挥中心8月31日公布数据显示，截至8月30日，台南市今年累计已发现登革热确诊病例3003例。台南市自5月16日发现今年首例登革热病例，8月30日新增131例。台南市旅游部门提醒游客应避免前往疫情热区，活动时穿着浅色长袖衣裤、使用防蚊液，减少蚊子叮咬机会。

香港 金管局入市注资62亿元

新华社香港9月1日电 由于港元触及7.75强方兑换保证，香港金融管理局1日承接美元沽盘，向市场注入62亿港元，是逾4个月来首次注资。香港金管局在1日下午3时许，按照货币发行局机制，向市场注资62亿港元，主要是港汇偏强，触及7.75强方兑换保证。金管局表示，继续密切留意市场情况，并维持港元稳定。在金管局注资后，香港银行体系户口结余在4日将增至2968.68亿港元。金管局表示，由于短期港元银行同业拆息接近零，相信银行体系总结余进一步增加，对银行同业拆息应不会有实质影响。

内地人不来，寒冬来

位于香港中环最繁华地段的蔻驰(Coach)香港旗舰店8月31日关门结业，原因是内地游客持续减少，收入已不抵高昂租金。售卖昂贵提包的蔻驰向来是赴港内地客最爱的卖场之一，在这



曾经熙熙攘攘的蔻驰中环旗舰店。（图片来源：网络）

波寒潮席卷香港旅游和零售业之前，谁也不想不到作为中环地标的蔻驰旗舰店竟会轰然倒闭。

香港市民最近乘坐地铁和公交车，会感觉比往日宽敞不少。但旅游酒店业者们却感到苦不堪言，因为旅客少了，佣金少了，订房少了。工联会立法会议员邓家彪引述香港旅发局数字说，今年上半年过夜访港旅客比去年同期下跌4.1%，平均酒店房租下跌上百元（港币，下同），香港旅游业正步入“寒冬”。

2月，香港闹市发生了侮辱挑衅内地游客的“驱蝗”活动。3月访港旅行团随即较去年同期下跌了惊人的四成多。整个上半年，赴港的旅行团少了1.4万个，相当于每天少了100个。8月，香港的三大景点迪斯尼乐园、海洋公园和昂坪360均录得游客下降，其中海洋公园推出了生日优惠及长者优惠等活动吸引本地客，整个暑期入场人数仍比去年同期下跌15%。

香港旅游业景气下滑的原因是多方面的，除了内地经济放缓、亚太股市震荡等因素，最令人诟病的仍是香港激进势力针对内地游客的无礼非难，除了“驱蝗”，上半年还发生了“反水客”、“捣唱”等性质恶劣的有组织活动，令内地游客大倒胃口。

亚洲其他旅游市场上半年却持续向好，侧面证明经济大环境并非主导因素。内地去日本的人次比去年同期上升了116%，去泰国的人次也增加了97.5%，连早前受“新沙士”影响的韩国增幅亦有12.4%。邓家彪直言，这些数字证明内地人不是不旅游，只是不想来香港。

“噩梦”带来连锁反应

香港是个旅游城市，旅游业占GDP的比重高达4.7%。邓家彪说，旅客持续减少对香港绝对是“噩梦”，更可怕的是它会带来一连串连锁反应。

酒店业首当其冲。酒店及餐饮从业员协会干事奚鸿泉表示，去年1至2月，香港平均酒店入住率高达九成，现在只有八成，并且纷纷降价以求。尤其港岛区生意清淡，有一家五星级酒店有500间房，近日只卖出100多间房，确属“闻所未闻”。

零售餐饮紧随其后。香港百货业雇员总会副理事长邓祥胜透露，今年上半年香港零售业销售金额为2456亿元，比去年同期下跌



零售餐饮业也与旅游业息息相关，图为在香港某展会上礼仪小姐推广花卉酒酿。 秦晴摄

1.6%。之所以跌得不多，全靠本地消费“撑住”；他担心继续下去恐怕“无法再撑”。以内地豪客为主要目标的珠宝及手表行，上半年销售总值则大幅下跌15.9%。

导游和服务员的收入随之锐减，有些被迫转行或休无薪假。邓祥胜透露，经济好时零售业经常聘用新员工，人手总是紧缺，近期香港售货员平均佣金已下降了二至三成。他直言，本地消费仍在支撑，但若销售额持续低迷，有可能会在农历新年后出现裁员潮。

零售业的疲软顺带击碎了“寸土寸金”的香港店铺租金神话。高力国际数据显示，2015年上半年香港整体商铺租金较去年同比下降10.5%，回跌至2011年的水平，预计2015年全年将下跌15%。周生盛大中华营运总经理刘克斌透露，从今年第二季度开始，周生已与商铺业主讨论续租事宜，租金减幅达20%至30%，有两间分店因续约条件不理想结束营业，不排除更多分店结业。

多管齐下找回活力

罗马不是一天建成的，修复罗马也不可能一蹴而就。香港的国际形象因为“占中”、“驱蝗”等活动而打了折扣，不只内地客意愿降低，国际游客也跟着减少。现在，香港必须设法弥补，另辟蹊径，为旅游市场重新注入活力。

香港有美丽的维多利亚港，但还没有物尽其用。一些旅游设施已经严重过时，却还在使用。香港人已经采取了一些措施。港府正在施行“活化尖沙咀海滨计划”，将用3年时间改造梳士巴利花园、星光大道及尖沙咀海滨花园，将海滨长廊划分为美食、游玩及休闲三大区域，将其打造为世界级的旅游目的地。

除了提升硬件，香港更该注重软件升级。一些导游、销售和服务人员素质低下，令游客无法体验到“好客之都”的温度。饮食业职工总会秘书长黄必文承认，近年饮食业员工服务素质下降，很多人未受过正式训练，令很多内地旅客对香港餐厅留下坏印象，他建议有意投身餐饮业的人士先上课接受训练。

香港旅游业需要结构性的调整。香港旅游业议会主席胡兆英直言，香港购物的吸引力现在已经不及韩国和日本。他寄语旅游业界面对现实，要开发文化旅游，增加旅客对行程的互动性，减少“到此一游”拍完照便离开的行程。一些香港商家已开始另辟蹊径，比如转向网购和电视购物市场。高力国际商铺服务部高级董事麦海伦认为，应从科技创新出发，运用电子商务开拓商机，让香港的商品能够覆盖到更多地方，方能提高零售业竞争力。

香港旅游业的问题，根源还在于部分人对内地的错误情绪。“一定要从‘心’出发，提升香港的旅游竞争力。”香港兰桂坊集团创始人兼主席盛智文说，“一些香港人因为自己生活的不如意而迁怒于内地游客，都是不理智的。”应该目光更开放一些，体认到香港与内地融合是大势所趋。



办会展是香港吸引游客的利器。图为“建行（亚洲）香港美酒佳肴巡礼”活动现场。 秦晴摄

国务院近日公布第二批100处国家级抗战纪念设施、遗址名录，位于香港新界沙头角乌蛟腾村的“乌蛟腾抗日英烈纪念碑”入选，成为香港唯一、同时也是首次上榜的地点。原纪念碑于1951年建成，2009年迁至现址重建。民政部优抚安置局副局长马飞雄表示，将乌蛟腾碑公布为国家级抗战纪念设施，对在香港搞好爱国主义教育有重要意义。

乌蛟腾村抗战往事

乌蛟腾村在新界潭山后，曾是东江纵队港九独立大队重要抗日基地。作为拥有爱国传统的客家村落，曾有40名青少年参加游击队。著名的“乌蛟腾会议”在附近举行，村东南面的



香港乌蛟腾碑入选抗战遗址

纪念碑位于“乌蛟腾烈士纪念馆”中。（来源：网络）

石水洞村作为游击队电台站，为盟军提供过重要情报。东江纵队游击队港九大队人数有近千人，秘密营救滞留香港被日军搜捕的重要人士。游击队采用12条营救路线，救出800多人，包括知名作家茅盾、美军飞行员敦纳尔·W·克尔中尉及廖承志等。

东江纵队来港除了武装战斗，更多地是承担宣传和情报工作，例如宣传抗日歌曲，成立妇女会和儿童团等。同时成立游击队秘密电台，利用电报向内地游击队汇报，“要告诉他们机场位置，美军才知道打哪里。”

在3年零8个月的日占时期，日本侵略者对乌蛟腾及周围村庄发动了大小10余次扫荡。89岁的原东江纵队成员李汉则回忆，1942年日军包围乌蛟腾村，强迫村民交出武器及港九大

队的游击队员。村长李世藩坚称不知情，牺牲于酷刑之下。该村先后至少有9位烈士为抗日献出宝贵生命。

香港爱国教育新基地

为纪念支持抗战并付出生命的村民和游击队员，1951年村民自发为烈士筹建了一座纪念碑，并于1985年重修。由于原址位置欠佳，2009年由特区政府出资，纪念碑迁于现址重建。

纪念碑位于“乌蛟腾烈士纪念馆”中，入口处有一座石质牌坊，纪念碑基座刻有“浩然正气”4字，前东江纵队司令员曾生题字：“抗日英烈纪念碑”。一旁的石碑用黑底金字刻录



纪念碑位于“乌蛟腾烈士纪念馆”中。（来源：网络）

烈士的名字和乌蛟腾村的抗日故事。《星岛日报》报道，国务院民政部在抗战胜利纪念前夕公布第二批国家级抗战纪念设施和遗址名录，共有100个设施遗址，与乌蛟腾抗日英烈纪念碑并列的还有北京赵登禹将军墓、佟麟阁将军墓、云南国立西南联合大学旧址等。连同2014年公布的首批80个纪念设施和遗址，共有180处位列名单之中。

原东江纵队港九独立大队老游击战士联谊会秘书长林珍表示，国家肯定了香港东江纵队和香港居民在抗日时期的贡献，感到非常兴奋，希望港人可以借此了解东江纵队的历史。马飞雄称，此举对在香港特区进一步弘扬抗战精神，宣扬烈士事迹，进一步搞好爱国主义教育具有重要的意义。

近日，台湾悠游卡（公交卡）公司邀请日本成人影视女演员波多野结衣代言，推出“天使”与“恶魔”两款造型的悠游卡。颇为大胆的营销举动，捅破了台湾舆论和民意的马蜂窝。这款被冠以腥臊色吸睛的悠游卡，赞同者有之，痛批者更多。

骗男生来搭公车？

台湾的悠游卡用途广泛。坐公交车、捷运、台铁，在台北骑公共自行车，都可刷卡。2300万人口的台湾，悠游卡发卡总数已经超过5400万张。

请名人代言是商家惯用的营销手段。悠游卡公司负责人戴季全说，悠游卡公司每年都发行几十款名人商品卡。像音乐偶像组合“五月天”、棒球选手王建民等名人，都曾经登上过悠游卡的封面，并且都是限量发行，但以“AV女优”为主角，倒是第一次。戴季全说，发行波多野悠游卡不是要踩法律红线。波多野结衣在台湾有“暗黑林志玲”之称，人气不断攀升。此次悠游卡公司推出以她当封面的悠游卡，自然有刺激消费的用意。

调查显示，目前悠游卡使用者有65%—75%是女性，因此一直有人呼吁要增加男性使用大众工具的诱因。就连台北市长柯文哲也曾表示，“要把他们都骗来搭公车 and 捷运！”台北市政府市政顾问洪智坤也在“脸书”放出波多野结衣版悠游卡图片，表示要“让男生回到大众运输！”

“不要脸”或“假道学”？

有评论认为，悠游卡应该是老少咸宜的普及品，但这两款悠游卡只是针对成年男性设计，做法是“荒唐走板、匪夷所思”。台北市议员秦慧珠说，“这样的悠游卡若是被未成年的小朋友购买到，会对他们产生多么不健康的影响呀！”因台北市政府持有悠游卡公司40%股份，柯文哲也被批与财团一起“赚皮肉钱”，“把悠游卡染黄”。妇女团体也对此表达不满，认为是将“女性商业化”，会让性别平等走回头路。

台湾网友也有正反两极讨论，有人认为只要不露点，没有违反法规就并无不可，“少假道学了台湾人！一堆槟榔盒子上面印露三点的女人照片就可以？”也有人觉得“要钱不要脸”、“伤风败俗”、“难接受”。同时有网友开玩笑表示“会不会骂归骂，结果这款卖到断货”。

由于争议的持续发酵，台湾悠游卡公司的主要贩售渠道，包括7-11、全家、莱尔富、OK等4大超商和台北捷运

公司，都已陆续表态拒卖波多野结衣代言的悠游卡。

炒作争议好不好？

如今，台湾悠游卡公司虽然风头一时无两，但负面争议也在持续发酵。如此之下，这样的行销案例还算成功的吗？台湾知名传播学者钮则勋认为“这是一个完全失败的案例”，悠游卡公司请AV女代言自然就把自己的形象给毁了。“创意行销并不是炒作争议，而是创造惊叹。”厂商不能只认为创造了争议就是成功，应更努力去思索，怎样才能将行销和产品做最自然的结合，这才凸显行销功力。

网友tootoobird则认为：“看看这个话题的热度，就知道悠游卡公司的行销策略抓准了方向，平时较少使用悠游卡的男性，这次面对媒体的轰炸和名嘴的争论，也终于注意到悠游卡这个东西了”。最新的例证是，两款悠游卡9月1日起限定通过电话预订购买，3万张卡片4个小时之内就被抢购一空。看来那个开玩笑的台湾网友猜对了。



悠游卡公司已发行的各式卡片。来源：网络

台湾悠游卡：当创意营销踩到民意地雷

王大可