

專題 3.1

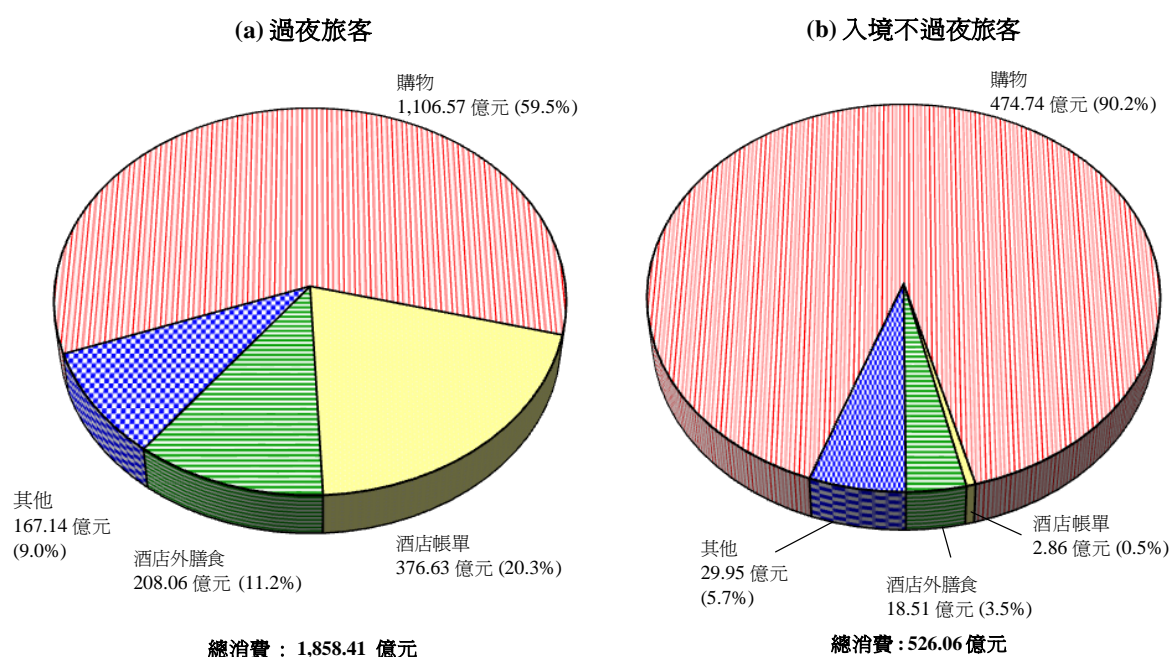
訪港旅客的消費模式

近年訪港旅客絡繹不絕，為香港經濟提供強大支持。根據香港旅遊發展局，二零一二年過夜旅客與入境不過夜旅客的境內消費總開支(包括在香港用於商品及服務方面的總消費，但不包括用於跨境客運服務的消費)分別達 1,858.41 億元及 526.06 億元的歷史新高。

訪港旅客的消費開支用於不同經濟行業下林林總總的商品及服務，包括服裝、化粧品和奢侈品、酒店和住宿、餐飲、觀光旅遊團及娛樂。香港尤其素有「購物天堂」的國際美譽，零售業的商品價格相宜，貨品種類繁多，而且信譽可靠。事實上，多年來旅客消費大多用於購物。在二零一二年，過夜旅客的購物消費佔總消費接近 60%，而入境不過夜旅客的購物消費比例更高達 90%。

同時，過夜旅客開支約有 20%用於酒店帳單，11%用於酒店外膳食。相比之下，由於入境不過夜旅客在港逗留時間較短，按整體數字及在總消費中所佔比重計算，他們用於酒店帳單及酒店外膳食的消費都遠低於過夜旅客(圖 1)。

圖 1：二零一二年過夜旅客與入境不過夜旅客的消費模式



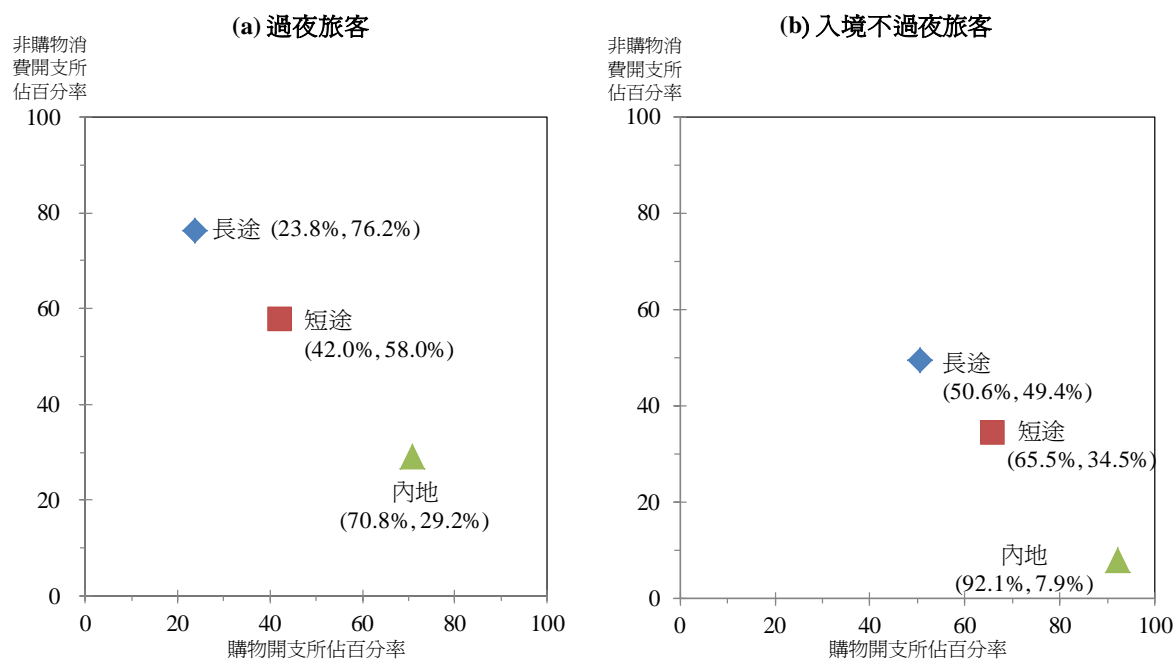
註：由於進位關係，數字相加未必等於總和。括號內數字表示在總額中所佔比重。

專題 3.1(續)

值得注意的是，不同市場旅客的消費模式也截然不同。內地旅客非常熱衷於購物，當中的過夜旅客用於購買商品的開支達 71%。不過，在短途及長途⁽¹⁾過夜旅客的消費中，購物開支所佔的比重明顯較小，分別為 42% 及 24% (圖 2a)。長途過夜旅客用於酒店帳單的開支最大，約佔其總消費的 48%。

入境不過夜旅客的消費模式也與此相若，當中內地旅客的購物開支高達其總消費的 92%。相比之下，短途及長途旅客用於購物的開支比重較小，分別佔其總消費 66% 及 51% (圖 2b)。這可能是由於有多於一半的非內地不過夜旅客乃途經香港前往其他地方，因此在港購物的時間有限。

圖 2：二零一二年旅客購物及其他消費開支所佔比重



註：括號內數字分別表示購物及其他消費開支所佔比重。

(1) 短途及長途市場的定義見本章末的註釋(3)。