

推動熊貓經濟 吸聚人氣財氣

中央政府贈港第 3 對大熊貓日前正式與公眾見面。兩隻大熊貓將採用原名「安安」和「可可」，寓意香港未來好事繼續「安可」。「安」代表平安，意味香港穩定平安；「可」有凡事皆可能之意，期望香港有無限的可能性。

特區政府表示會把握大熊貓帶來的機遇，發揮香港大熊貓家族的獨特魅力，與各界攜手舉辦以「召集世界好友，暢遊香港」為主題的一系列宣傳活動，推出具本地特色的大熊貓產品，為市民和旅客帶來美好難忘的大熊貓體驗。

熊貓熱迅速火遍兩地，吸引大批遊客「追熊」，包括數以萬計手持「一簽多行」新簽注的深圳市民。「一簽多行」日前復推，有利於與香港相鄰的內地城市，可更自由地往來兩地，並使香港與內地產生更深的雙城生活圈融合。這樣對提升整個大灣區的綜合競爭力和國際化水準具有重要意義。以上因素加上假日臨近，將促使更多旅客訪港。

根據國家政策，無論是送贈或租借，海外出生的大熊貓後代要在 2 歲到 4 歲時回國。不過，香港特區屬國家一部分，不受上述限制，送贈及所繁衍的後代可留在本地。中央在贈港第一對大熊貓 25 年後，第 3 次贈送大熊貓予香港，加上第二對大熊貓誕下雙胞胎，可謂「雙喜臨門」。

大熊貓不僅是國寶，也是瀕危物種和受保護動物，深受世界各地遊客喜愛，其形象呆萌可愛、圓圓胖胖、憨憨可親，討人喜歡。而熊貓經濟是盛事經濟重要一環，能吸引大量國內外遊客，為香港帶來新的經濟增長點。本港大力推動盛事經濟，要推進盛事產業化，不僅要重「量」，更要重「質」。熊貓在各地都具有極高的知名度和吸引力，單是香港，就已擁有 3 對大大小小的大熊貓明星。發展熊貓經濟，透過一系列宣傳活動，可串連各產業尋找經濟新增長點。

熊貓成為流量密碼，是香港、內地，甚至世界的普遍現象，帶動經濟收益的例子舉目皆是，尤其在外國，大熊貓更加難見，往往是當地旅遊業的吸客元素。日本的大熊貓香香，專家估計牠獨自就可帶來 14 億港元的經濟效益，而南韓出生的大熊貓福寶，之前也帶挈其所在的愛寶樂園 YouTube 帳號，成為南韓休閒旅遊業首個訂閱人數破百萬的社交帳號，樂園去年營業額高達兩億美元。法國博瓦勒動物園得到一對大熊貓後，年遊客量由原來的 60 萬增至 200 萬人次。而「熊貓之都」成都，無疑是最能將熊貓打造成超級文化 IP 的城市，有統計顯示，成都接待的境外遊客中，有近三分之一是為觀賞大熊貓而來。

發揮創意 抓緊機遇

本港 6 隻大熊貓明星正在成為新的標籤，結合創意活動和產品，香港能進一步提升國際形象，吸引更多旅客前來探訪。香港必須抓緊熊貓經濟機遇，打造具特色

的熊貓 IP 產業鏈，創造一個充滿創意和活力的國際文化都市，吸聚人氣財氣。

立法會議員 葛珮帆