

傳新報網址 :<https://scompost.hsu.edu.hk/>

免費贈閱

傳播學院出版

督印人：曹虹（旨言）  
指導：吳靜  
電話：(852)3963 5468  
傳真：(852)3963 5338

2026年1月

Vol.58

特區政府於去年底推出低空經濟監管沙盒，首批試點專案包括外賣平台試行無人機配送。今年6月6日，某內地品牌推出的無人機低空配送方案正式開通第一條外賣航線，由香港科學園飛往大埔海濱公園碼頭。而低空經濟，一般指於1000米以下空域進行的低空經濟活動，可用於救援、測量、送貨載客等範疇。行政長官李家超於2025年10月的施政報告中表示：我們會加大鼓勵高校和企業透過現有不同資助計畫，促進相關研發和應用，並檢視相關人才發展，支持業界和大學舉辦更多低空經濟推展培訓。

記者、版面編輯：鄧正弘 唐吉祥 張綺倩



## 外賣「起飛」

# 香港城市中的無人機外賣

### 服務覆蓋有限 配送效率顯著

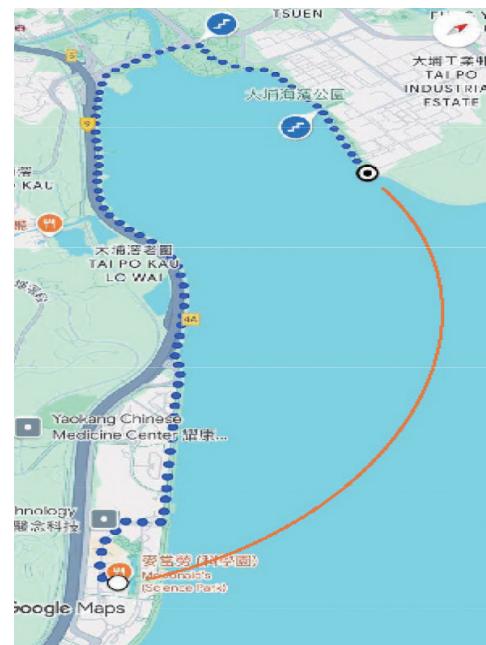
位於大埔海濱公園碼頭的外賣平台，設置了香港目前唯一一個無人機外賣工作站。目前，該服務僅支持麥當勞與必勝客兩家商戶。記者以這個外賣工作站為目的地，訂購了來自科學園麥當勞的無人機外賣。

下單後，系統會提示用戶閱讀無人機配送須知，並引導其學習如何使用配送站取餐。取餐設備為一個約兩米高的智能櫃，頂部設有專用停機坪供無人機降落。櫃體中央螢幕顯示訂單資訊，顧客輸入取件碼後即可打開對格口取出餐盒。櫃旁設有餐盒專用回收箱，鼓勵消費者將餐盒折疊後投入，以實現環保回收。

記者於13:59完成下單，14:18即見到無人機載運餐點緩緩降落至取餐櫃。包含取餐時間在內，整個流程在20分鐘內完成。從地理位置看，配送起點科學園與記者所在的大埔海濱公園碼頭的直線距離不足兩公里。若以地面交通配送，實際路程達7.8公里，耗時約30分鐘；而無人機飛行距離僅約1.8公里，飛行時間約5分鐘，充分體現出其在短程跨區配送中的速度優勢。

### 訂單需求較少 網友看法不同

自今年6月該平台宣佈開通無人機送餐航線至今，提供服務的商鋪仍只有必勝客和麥當勞兩家。記者在體驗點餐時，沒有在無人機配



■圖片來源：谷歌地圖

送站旁等待外賣的顧客，餐盒回收箱裏也僅有幾個餐盒。有視頻博主通過拍攝無人機送餐上傳網路，在視頻下有用戶表示：「為了買個外賣弄到這麼大件事，又要在戶外等候，倒不如在附近商場享受冷氣買外賣。無人機不也需要人手輔助嗎？有什麼分別。還要貴一些，根本多餘。」亦有網友對技術前景表示樂觀：「相信將來它是方便那些身處郊外或附近沒有食肆

選擇的人士使用。」

### 拓寬規管理制度 降低准入門檻

今年7月18日，特區政府新出臺的《2025年小型無人機（修訂）令》開始生效，和在同一時間落實的《2025年〈1995年飛航（香港）令〉（修訂）令》攜手，共同推動香港低空經濟發展。

據《2025年小型無人機（修訂）令》要求，重量在250克以下的小型無人機無需事先獲得民航處的飛行許可，即可在香港飛行。大疆推出的Mini系列無人機重量控制在249克，正好符合這一類別，用戶無需任何手續即可直接操作。修訂後的《1995年飛航（香港）令》則為無人機在港試驗提供了政策幫助，賦權行政長官在指明條件下批准進行非傳統航空器的試驗。

### 飛手：發展需放寬眼界

香港恒生大學傳播學院技術主任何銘生先生表示：「香港的無人機行業發展一直落後於內地，主要原因與香港的城市地形有關，因為香港地方小，分佈密集的高樓大廈會在無人機飛行時干擾其信號傳輸，交通發達遏制了無人

機運輸需求。」例如在市區飛無人機時，收到信號偵測不良的訊息，當無視警號繼續使用無人機，無人機會出現失控。因此，香港的低空經濟發展容易受此限制，尤其市區內。

### 探索高空或危險作業

香港無人機的應用正逐步拓展，現已涵蓋多個公共服務與商業領域。截至2025年10月底的「監管沙盒」試點項目統計，本地無人機應用已包括基建勘探、緊急救援、物流配送、環境監測、建築清潔及安全巡檢等多個場景。



■香港恒生大學傳播學院技術主任何銘生演示無人機操作。（張綺倩攝）

多個政府部門與紀律部隊已積極引入無人機技術。例如，消防處在郊野地區及訓練學院試點將無人機用於緊急救援；地政總署及路政署分別於西貢、將軍澳等地區執行土地監測與公路設施勘察；懲教署亦於塘福懲教所開展設施巡檢試點。此外，多個工程與環境項目也運用無人機執行人力難以完成的高空或危險作業，例如中電於西貢及元朗等地巡檢架空電纜，環保署則在坪洲試點進行空氣監測。這些項目都能提升工作效率，也能進一步保障公共安全，推動低空經濟與城市管理的深度融合。



■一輛電動「紅的」在香港街頭行駛。（黃樂穎攝）

## 亟待轉型的傳統行業

截至2024年，香港約有18,000輛的士穿梭於大街小巷，其中超過九成仍為傳統燃油車。它們按服務區域劃分為市區的「紅的」、新界的「綠的」及大嶼山的「藍的」，共同構成香港最具代表性的公共交通網絡。

然而，行業的外表雖穩定，結構卻相對僵化：多數司機以租車形式營運，車主與司機分離的制度讓轉型成本難以分擔；加上司機平均年齡已超過50歲，從業群體老化嚴重，對新技術的適應能力普遍較弱。這些結構性困境，無疑為引入需掌握新技術的新能源車輛增添了難度。

## 政府繪製綠色路線圖

轉型的引擎，主要由政策驅動。香港特區政府於2021年3月公佈《香港電動車普及化路線圖》，明確提出2035年或之前停止新登記燃油私家車，並將公共交通工具電動化列為重點。政府也計畫在2024年內制定全港的士綠色轉型路線圖與時間表，目標在2027年底前實現引入約3,000輛電動的士的目標。

為此，政府於2023年9月推出「電池電動的士專屬100%貸款擔保計劃」，旨在通過優惠的融資條件鼓勵車主換車。然而，計畫初期推行並不順利。根據2024年3月官方數據，僅4家經營分期付款融資業務的貸款機構加入，且僅收到5份申請。這一數字，清晰反映出來業界的觀望心態。

## 市民心聲：舒適與便捷的抉擇

對於年輕市民而言，電動的士代表著更現代、更舒適的出行選擇。胡先生指出，電動的士空間寬敞，乘坐體驗更佳，若價格與傳統的士相同會優先選擇。但若因成本上升而加價「幾蚊」，則可能卻步。他坦言，預約困



香 港街頭，那抹熟悉的紅色身影，正在經歷一場無聲的革命。幾十年來，豐田皇冠的士沉穩的引擎聲，曾是這座城市最熟悉的背景音；它方正剛硬的線條，見證了香港的繁華變遷，承載著無數市民「揮手即停」的集體記憶。然而，隨著全球環保浪潮推進，這幅經典的街景正在悄然重繪。如今，愈來愈多線條流暢、行駛時近乎靜默的電動的士，開始穿梭於彌敦道的流光溢彩與灣仔的窄街小巷之間。這場從燃油到電能的轉變，不僅是車輪上的更迭，更是香港這座國際都會在傳統與創新、情懷與進步之間，必須面對的深刻對話與平衡。

記者：蔣雨軒 李承晉 黃樂穎

難是主要阻礙，反映了當前電動的士數量不足的現狀。對於環保議題，他坦言「不會因為環保而特別選擇電動車」，但認同電動化是國際趨勢，有助提升香港的現代形象。而市民林先生表示，若電動的士因成本而上調起標價，「應該不會」選搭。不過，他認同零排放的環保特性能增加乘搭意願。

## 司機困境：效率與成本的拉鋸

「時間就是金錢」對的士司機而言是至理名言。駕駛傳統的士20年的資深司機李先生憂慮：「充電要1個多小時，就少了1個小時



■市民胡先生認為電動的士空間寬敞，乘坐體驗更佳。（黃樂穎攝）



■林先生認為零排放的環保特性能增加乘搭意願。（黃樂穎攝）

貼才能推動我們換車。」另一位有駕駛電動車經驗的李司機也印證，充電不僅耗時，繁忙時段更需要排隊，導致下班時間被迫延後。

在成本方面，司機們的觀點不盡相同。資深李司機認為，若無政府補貼，每公里電費與石油氣成本相差無幾。但他更擔心維修問題：傳統的士「很多車房都懂得修理」，而電動的

士一旦故障，可能需要返回原廠，費用更高且耗時。年輕的李司機提供了新視角，認為雖然每公里成本可能稍高，但部分乘客會指定預約空間更大的電動六人車，甚至願意支付額外費用或用作長途車程，最後兩款的士淨收入可能不相伯仲。

在駕駛體驗上，電動的士獲得了司機的認可。年輕的李司機指出，電動的士加速快、電子裝置豐富，操控性更佳。他說，「更重要的是其安全功能，如偵測到駕駛者打瞌睡或車距過近時會自動減速或剎車，提升了行車安全。」

## 石油氣站減 電動配套未足

隨著香港電動車普及化加速，傳統油站及加氣站數量逐步減少，依賴石油氣的商用車輛面臨日益嚴峻的營運挑戰。根據環境局與消委會數據，2021至2024年間，全港油站從187個減少至181個，而專用於石油氣的加氣站已連續五年未有增加。

的士小巴商總會會長周國強在接受《星島日報》採訪時指出，的士等商用車輛每日行駛里程長、運營時間長，需更高電池容量及更快充電效率才能實現電動化。目前約98%的士仍使用石油氣或混合動力車，主因石油氣價格較汽油和柴油更低。他強調，近期青衣及觀塘的中石化石油氣站已關閉，雖短期影響有限，但若趨勢持續，將加劇司機跨區加氣的困難。

環境局回應稱，政府將密切留意電動車普及進展、油站用地招標結果及車用燃油市場轉變，適時調整油站及加氣站轉型計劃，以確保燃油供應穩定可靠。

新能源的士的轉型，考驗的不僅是電池的續航能力，更是整座城市在技術路徑、經濟利益與環境可持續之間尋找平衡的智慧。關鍵在於，我們能否讓每一位參與者——從手握方向盤的司機，到街角修車鋪的老師傅——都不被時代的車輪拋下。



# 葵青區無障礙設施不足 長者最受累

港無障礙設施不足的問題，在社會已討論多年，但仍有舊區至今仍然缺乏無障礙設施，葵青區是其中之一。根據葵青區議會今年4月的一份文件，65歲或以上長者高達兩成四，高於全港平均。而持殘疾人士登記證的居民超過3800人。該文件提到，多個過半世紀前興建的屋邨存在通道狹窄、坡度過陡、升降機數量不足等問題，令輪椅人士、長者及視障人士不便。本報走訪葵青區部分屋邨及鄰近地方，了解情況。

記者：羅哲琛

72歲的劉婆婆是獨居長者，住在石籬邨附近的業成街一個簡約公屋單位，自2018年起一直在輪候公屋，至今已經第七年，她因中風而行動不便，要靠輪椅代步。該區位置較為偏僻，與石籬（二）邨相隔一條長天橋的距離。她幾乎每天都自行前往石籬邨，購買生活所需及與街坊飲茶聊天。雖然有多條天橋，但她還是覺得不方便。

## 輪椅人士抱怨過馬路難

在業成街近連接石籬（二）邨的一條行人路與馬路之間，出現了一個樓梯。雖然有好心市民在該處堆起沙包便利輪椅人士，但劉婆婆還是不敢自行推輪椅。她說：「我的輪椅前輪較小，不夠力在沙包落樓梯。我唯有把輪椅倒轉，讓後輪先下，但向後推輪椅我不夠膽，向上的話又不夠力，每次都要麻煩其他市民幫助我。」

## 過關斬將過天橋

劉婆婆為了向本報示範如何在沙包推輪椅，邀請了一名市民應她要求協助她推輪椅上下。過程中，劉婆婆先彎腰從輪椅上短暫起來，然後扶着該名市民的手，待該名市民把輪椅推好後，她再小心翼翼地坐上去。這個用輪椅上一級的過程用了約一分鐘。但她平時在鐵板上落斜坡時，只須用不到五秒，而且她每次由住宅前往天橋升降機前，該條馬路是必經之



■劉婆婆遇到好心市民幫她推輪椅上落樓梯。(羅哲琛攝)

路，這令她感到無奈。她說：「（政府只是）興建這麼多天橋及升降機，過馬路這些無障礙設施又不興建，有甚麼用呢？」她又提到，有時如果沒有好心市民幫助她，她無奈之下要浪費兩元乘車到石籬邨。

## 「無障礙」變「有障礙」？

劉婆婆向本報介紹，就連石籬邨內部也有不少無障礙設施不足的情況。當她經過石籬（二）邨連接石籬（一）邨的樓梯時，記者發現視線範圍內並沒有升降機。劉婆婆其後帶記者前往，也走了數分鐘才找到，慨歎升降機數量不足。

採訪期間，劉婆婆前往石籬商場的洗手

間，入了女廁。被問到為何商場有殘疾人士洗手間，但劉婆婆堅持入女廁，她回應指不方便，因為要從輪椅上站起來拉開門，「無障礙」都變「有障礙」。其實她乘搭升降機時，因為要開門進入升降機房，要再次站起來，甚至在沒有人的情況下，她要用身體和輪椅固定該門。她認為，所有門應該轉為自動，才可方便輪椅人士。

就此情況，劉婆婆嘗試向當區區議員求助，獲區議員承諾向政府部門跟進，她更透露有立法會議員就她的情況在議會中發聲，要求政府加快興建無障礙設施。

## 小巴站附近缺無障礙設施

記者又發現，石籬小巴站旁邊有一條樓梯連接石籬（二）邨，但視線範圍內看不見升降機。記者於是向後走，發現有條頗斜的道路上斜坡前往屋邨。但行動不便、須用柺杖的二邨居民葉婆婆平日不會走該條通道。雖然她沒有解釋，但估計是道路太斜或令長者感到疲累。葉婆婆會過馬路前往商場，再經商場乘搭升降機上天橋，然後走天橋到石籬（二）邨，須多花十分鐘或以上的時間回家，她抱怨「當然不方便」。

## 繞大圈只因三級樓梯

立法會議員陳恒鑽一直關注葵青區無障礙設施不足的情況。他接受本報電話訪問，指出葵青區人口老化情況尤其普遍及嚴重，該區公屋居民以長者為主。又提到每次擺設街站時，都會有一至兩名輪椅人士向他抱怨長期缺乏無障礙設施。他7月時曾視察港鐵葵芳站A及B出口，發現該兩個出口未有增設升降機，令輪椅使用者、長者、孕婦、推嬰兒車的父母，以及攜帶重物的市民繞道其他出口進出，對他



■72歲的劉婆婆因為中風而要坐輪椅。(羅哲琛攝)

■石籬（二）邨連接石籬（一）邨的樓梯不方便長者通行。(羅哲琛攝)

■不少居民經石籬小巴站回家，一下車卻只見到一條樓梯。(羅哲琛攝)



們造成極大不便。本報嘗試經沒有樓梯的路，由葵芳站前往連接A及B出口的新葵芳花園。記者到現場時發現，該出口只有三級樓梯。輪椅人士為了避開該三級樓梯，需要繞一個大圈，並且轉很多個彎才到。

梁太說：「你看D出口那邊都有興建無障礙設施，這裡（A出口）卻沒有。年輕人走100步沒有問題，但長者會很辛苦的。」

## 陳恒鑽：將敦促港鐵改善

陳恒鑽接受本報訪問時指出，港鐵起初十分願意興建無障礙設施，但若要興建，管理權會落在新葵芳花園業主立案法團，但他們對此有保留，因此一直以來都無法興建。他說：「因為要在他們的地方多做一件事，要麼把該地方管理權交回港鐵，否則港鐵則沒有興趣參與，因為興建的設施要方便居民使用港鐵，所以他們一直都有保留，達成不了協議。」



■陳恒鑽希望港鐵盡快興建無障礙設施。(Facebook相片)

直至陳恒鑽早前與港鐵代表會面後達成共識，他透露港鐵願意負責該屋苑的管理，在出口處興建無障礙設施，正等待港鐵「開工」，但未有確實時間表，強調會繼續催促港鐵去做。

## 房屋署及路政署回應

房屋署回覆本報指，房委會自2008年推出加裝升降機計劃以來，已在33個公屋邨加裝85部升降機、6條自動電梯和28條行人天橋，而加裝升降機的主要考慮因素包括實地地形、現有通道設施、社區需求、技術可行性及善用公共資源。路政署亦回覆本報指，自政府於2012年8月推出「人人暢道通行」政策以來，署方為葵青區加建升降機的項目已完成目標38個的其中19個。受到資源限制，署方會先集中處理現有各計劃下推展中的項目。

# 「慳錢至上？」內地客「窮遊」香港惹爭議

近兩年，「窮遊」這個主題標簽在內地社交媒体上爆紅，不少內地網友分享自己港遊「慳到盡」的經驗，驅使不少內地旅客仿效，令香港出現有旅客在麥當勞吃從內地帶來的外食和過夜、到景點只打卡但絕不消費等現象。這種「窮遊」模式被內地人追捧，但亦受不少本地人批評，認為會給店家和本地居民帶來不便，更對本港經濟毫無增益。

記者：何惠君 甄竟希

## 「窮遊」香港 風靡內地

所謂「窮遊」是一種新型旅遊模式，在內地社交媒体亦稱作「特種兵式旅遊」。通常是內地年輕一代實行這種旅遊模式，他們以最少的金錢和時間，在一日內輾轉多個景點，並且不在當地預訂住宿酒店，而是到24小時經營的餐廳或交通工具過夜。

以內地社交媒体上的一條香港旅遊攻略影片為例，建議旅客從深圳到港乘坐巴士，以便節省較為昂貴的高鐵車費，住宿上建議預定深圳的酒店，價格相比香港便宜不少。「攻略」建議旅客從旺角開始旅程，沿途會經過香港最具港風特色的景點，例如女人街、舊油麻地警署等。走到尖沙咀，可以到星光大道看名人手印、在觀景臺欣賞美景和在鐘樓打卡，再乘搭船費約5元港幣的天星小輪到中環。在中環能乘坐收費20元港幣的摩天輪，價格划算之餘，時間亦不短，同時能從香港島的高空拍到各種繁華的高樓大廈，亦能乘搭3.3元的電車遊走香港島看街道風景。再到太平山頂，建議乘搭車費約10元的小巴上山代替單程車費76元的山頂纜車，到山頂廣場免費入場的觀景臺拍日落景色。最後回到西九龍，從此地乘搭跨境巴士回到深圳。這裏僅僅是一日行程，花費約500元港幣，便能遊走本港多處景點。

## 港遊開銷大 關鍵在「住行」

在過去的國慶黃金周，凌晨時分有不少旅客在尖沙咀北京道的麥當勞裏過夜休息，店內幾乎座無虛席。有內地網民分享自己預算\$200以內的2天1夜遊港攻略，其中提到第一天晚上可在石澳沙灘用公共淋浴設施洗冷水澡，過夜休息則帶備保溫毯和厚褲到箕篤灣的麥當勞夜宿。

是否所有內地遊客都照着小紅書的攻略來港旅遊？尖沙咀星光大道一帶於平日依然有不少遊客到訪拍照。記者訪問了幾組遊客，當中大部分事前沒有參考小紅書上的旅遊攻略規劃行程。來自內蒙古的賈先生說：「比如說中午吃飯，就看小紅書上哪裏有好吃的，然後走到哪算哪」，並且受訪者都是短程遊客，逗留時間大多在一兩日左右。部分旅客表示，香港的物價比內地一線城市高，但未至於無法負擔。賈先生表示，「內蒙古物價也比較貴，所以香港的也能接受。但要是吃好一點、玩好一點那當然是比較難承受，但要是正常吃喝，感覺還可以」。來自上海的劉先生亦表示，「（香港物價）比上海貴一些，但還行」。對於小紅書上的「窮遊」攻略，大多數受訪者認為旅遊本就豐儉由人，只要在承受範圍內就可以。但賈先生亦表示，「該花的錢還是會花，至於窮遊的話感覺沒什麼意義」。而劉先生亦指出，「大學生可能也就省點生活費，但成年人你就該坐飛機坐飛機，怎麼舒服怎麼來」。

當被問到在香港的主要開銷，來香港購物的陸小姐大吐苦水，表示「我們在內地出門主要就是滴滴（打車）嘛，可能幾十塊就搞定，就算出遠門，四五十公里也就百來塊，但是在香港打一次的士就兩三百，我今天打三次車就一千了，這一千塊要是拿來吃都可以吃好多東西」。賈先生亦因聽說香港的士費用高昂，旅遊期間出行都靠巴士和地鐵。他說，「對內地人來說，一個是公交、一個是地鐵，感覺跟內地的習慣差異比較大，想找一個地方的時候特別難找」，「比如昨天晚上回酒店，地圖顯示在地鐵站出口附近，但是找了二十多分鐘都沒找到，最後又是坐了巴士才找到」。

對內地遊客來說，「住」亦是一大難題，不少旅客表示香港的酒店太貴，劉先生就選擇住在深圳的酒店，放下行李再乘車到港旅遊。而選擇在香港酒店下榻的賈先生表示，同樣價錢在內地的酒店能得到更好的體驗，「（香港）酒店對比起深圳還是深圳的更先進、更舒適」。

## 本地居民褒貶不一

對於這種低消費的旅遊模式，受訪的本地居民大多認為不能帶動本



## 旅客低消費 香港優勢不再

以往大眾對內地旅客的印象普遍是來購物和高消費的客群，但近年的消費力卻愈漸低下。根據政府統計處資料顯示，中國內地過夜旅客的人均消費從2013年的8937港元降至2024年的4958港元。對比2024年的中國內地和美洲過夜旅客的人均消費，中國內地比美洲旅客低了逾五成。

香港恒生大學BBA-MGT副課程主任黃偉豪先生（下稱黃主

任）表示，內地遊客會出現「窮遊」的現象，是因為「以前香港買奢侈品比較便宜，現時的內地城市與香港的零售價相比可能相約或者更便宜，來港需要花費更多的時間和金錢，使內地人未有動力到香港消費」。加上某些奢侈品的旗艦店開始進軍內地，例如LV的旗艦店在上海。而且人民幣與港元匯率有變，令內地遊客到香港消費的動力下降，因此內地遊客現在較少到香

港購買奢侈品。另外，香港本身物價已經很高，令遊客無辦法窮游，「內地目前經濟狀況差，而現在到港旅遊的遊客都是年輕人居多，大部分年輕人可能讀完碩士也很難找到工作，都是問父母拿錢」。同時，年輕一代的旅遊消費習慣與以往的人們不同，「他們更想體驗香港文化，把錢花在刀刃上，比起奢侈品更想把錢用來體驗香港文化。例如街頭塗鴉、西式建築」。

■國慶黃金周尖沙咀麥當勞凌晨有不少旅客過夜休息（來源：Facebook）

地經濟。其中廖小姐認為：「會有輕微的好轉，但並不多。可能部分景點門票售票情況會有提升，但餐飲零售及住宿未必會有起色。」不過，廖小姐不同意這種旅遊模式：「一來過於辛苦，二來旅遊重點在於遊覽。太緊湊的行程，根本連景點都未能仔細看清，草草打卡便去下一個景點，其實會失去旅遊的意義。加上景點與景點之間交通時間也要有足夠的空間。以剛剛過去的國慶黃金周為例，許多遊客到了山頂纜車，才知道需要排隊至少兩至三個小時才能乘搭纜車。有遊客因為要趕下一個行程，被迫放棄纜車。三來如果連基本的食宿費用都節省，代表經濟狀況並不足以承擔旅行費用。旅行從來都是奢侈消費，如果為了旅行要露宿街頭，其實不去比較好。」

黃主任亦分享自己於內地遊客「窮遊」的體驗：「十一黃金週有很多遊客到訪香港，如此龐大的人數讓香港的承受能力有點過載。我自己的住所附近是比較熱門的旅遊景點，遊客會到馬路中心拍照，但遊客不太會害怕被車撞，反而是司機因害怕撞到他們，在轉彎位會小心駕駛」。

## 旅客注重文化體驗

以往提到遊客來港，不少人腦海會浮現揮金如土的內地遊客在名牌商店、藥房，提着一袋袋的「戰利品」滿載而歸。但隨着經濟增長放緩，內地遊客的旅遊模式亦有改變。有關來港旅遊的理由，賈先生說，「因為看了一部叫《單身男女》的電影，然後覺得裏面的氛圍挺好的，就過來體驗一下」。賈先生亦補充，「香港的電

影業很發達，比如說一些經典的港產片或賀歲片」。在內地遊客心目中，香港並不只是購物天堂，也是一個擁有獨特文化的旅遊好去處。

在內地的互聯網上，至今仍不乏對港產片或香港電視劇的關注，如電影《古惑仔》系列至今仍備受內地網民追捧。然而這些優勢香港似乎並沒有把握住，在問及遊客行程時，不少人都反問記者香港有什麼景點推薦，陸小姐直言，「不知道有什麼地方好去，要是有人能介紹更多的旅遊景點，我們很樂意去」。

## 冀政府推廣本地文化優勢

無論是賈先生，還是陸小姐，都指出了香港旅遊業的問題：面對遊客轉型，本港似乎有些手忙腳亂。內地旅客渴望體驗香港的本土特色，但香港的發展方向卻顯得背道而馳。無論是近年內地企業接連進駐，還是具有本土特色的建築隨時代拆遷，當香港昔日光景逐漸湮沒在時代發展的巨輪之下，倘若香港只是一味跟隨他人的步伐，注定會落後於他人而被淘汰。

「窮遊」的本質不只是經濟下行的結果。旅客期望自己的消費「物有所值」，並不意味著香港需要打「價格戰」，反而為香港遊賦予足夠的「價值」更為重要。街邊充滿港英時期氣息的建築和路牌、擁擠地形下催生的城市光景、甚至是紅綠燈的鈴聲，都是香港獨一無二的特色。如何令遊客為之着迷並消費，才是香港旅遊業長久發展的關鍵。

香港需要的，是一場「文化戰」。

# 香港恒生大學傳播學院勇奪 「最佳文化藝術新聞報道」冠軍 主推藝文傳播

香港恒生大學傳播學院在《中國日報（香港版）》主辦的「2025 大學新聞獎」中獲得「最佳文化藝術新聞報道」冠軍（徐恩佩、陳珈穎：《香港粵語文字塗鴉：城市公共空間藝術》）及「最佳版面設計」優異獎（鄭樂瑤、甘蕊雯、何惠君、甄竟希：《「穀子經濟」襲港 二次元文化創商機》）。傳播學院院長曹虹（旨言）教授說：「比賽吸引來自兩岸四地超過 110 所新聞傳播院校參與，今年共收到逾千份參賽作品，比賽的評審員不僅有大學教授和老師，還有來自業界的專家。我作為其中一位評審員，雖然沒有評審我們學校的作品，但都看到許多優秀作品的實力。這次傳播學院獲得『最佳文化藝術新聞報道』冠軍，我們同學的作品在眾多參賽作品中被挑選出來，反映我們同學的作品達到相當高的水準，我們傳播學院的老師專業實力也相當強。」

記者：李文菲、梁曉楠、林冠壹

## 配合社會需求主推藝文傳播

曹虹（旨言）院長介紹，「傳播學院在原有商業傳播、傳播科技的基礎上，2024 年新推出的藝術及文化傳播學士學位課程，是香港首個結合傳播、藝術文化及商業元素的本科課程。緣起是特區政府提出要將香港建設成『中外文化藝術交流中心』，突出文化藝術產業在提升城市形象和經濟效益方面的重要地位。而這個新課程，正是回應特區政府對香港的新定位，為推廣藝術文化產業，推動中國文化出海，培養高層次的專業人才。」曹院長解釋，「這個課程不是教授學生創作藝術作品，而是培養學生有關創意、藝術及文化產業上下游的策劃、公關、宣傳和推廣等傳播能力，擅長向社會公眾推廣文化藝術，通過藝文產業推動經濟發展。」曹院長說：「藝術文化無論在香港或是內地都是一個很大的產業，熟悉傳播和藝文、具備科技和商業頭腦的人才在各行各業都很受歡迎，也是我們課程的培養目標。而學院的同學能在各項比賽中獲得優異名次，正是我們在師資、設備、實習等人才培養方面綜合實力的展示。」

藝術及文化傳播課程主任吳靜博士介紹，「本課程的特點是跨學科，文科生可以在這裡找到藝文清新，理科生也能實踐科技創意。課程自 2024 年 9 月推出以來，受到很多中學生的歡迎，也得到社會的積極反響。未來，老師將帶領同學創作各類藝文傳播作品，參與專業比賽，讓同學們有更多實踐機會；同時，我們也努力將課程辦得更生動活潑，積極開展有關藝文領域的各類活動，豐富同學的學習經歷。」提到新近計劃，吳博士回應：「我們將加強與藝文業界的溝通合作，例如藝發局、博物館、藝術館、畫廊等機構，提高學生的藝文素養，拓寬學生的實習和就業機會。」吳博士還補充，傳播學院獲得香港大學教育資助委員會（UGC）的資助項目，計劃在 2026 年 10 月舉辦「數智創意、倫理與跨學科：生成式人工智能賦能藝術與文化傳播」的國際研討會，研究將 AI 技術引入藝文傳播的機遇與挑戰。

## 頻頻獲獎突顯進取活力

本學期，傳播學院的同學也在多個比賽中獲獎。例如，在消費者委員會主辦的「第 25 屆消費權益新聞報道獎」中，同



■ 傳播學院院長曹虹（旨言）教授（左四）、副院長趙應春教授（右四）及指導老師羅淑儀老師（右一）與獲獎同學合照。（傳播學院攝）

學在老師的指導下，憑著報道《跨境買肉風險》（林冠壹、羅延杉、莊曉晴、蔡長翼、留蘊約）及《無牌 BBQ 場》（張進熙、周千凱、許兆峯、陳孝邦、蘇穎琳），獲得「大專院校新聞獎」銀獎及優異獎。此外，亦有同學利用暑假邀請老師指導，憑藉數碼多媒體作品《弦歌不絕 潮湧香江——數字經緯下的留學中國香港新圖景》（李文菲、江雅晴、李發源），獲得「中國數據新聞大賽粵港澳賽區」三等獎。

曹虹（旨言）院長介紹，「傳播學院的老師非常注重將學理知識和實踐能力融匯貫通，帶領同學從思維到技能進行全方位提升，尤其注重教授實際操作和『講故事』的方法，讓作品打動受眾並產生影響力。而且學院設備每年都會更新，務求讓學生和老師使用最先進的傳播科技，幫助同學提升技能」。曹院長還提到，「學院為同學提供很多實習機會，包括不同行業，例如公關公司、傳統媒體、新媒體等機構，讓同學根據自己的興趣或發展作選擇。另外，傳播學院亦有很多同學畢業後繼續進入本地及海外知名大學繼續修進碩士課程」。曹院長親切而自信地說：「香港恒生大學是一間自資院校，其中傳播學院的

創立時間可能不及其他學院長，但我們的學院充滿活力，也是比較進取並有前瞻性。」

## 鼓勵師生開放創新

曹虹（旨言）院長鼓勵同學勇於創新。曹院長說：「我總是鼓勵老師不斷創新，同樣期望同學將來成為敢於創新的人。我很希望大家提起傳播學院，會感到我們是有活力、有想法、有行動力的。」至於年輕人如何追夢，曹院長說：「我對同學一直採取開放的態度，希望同學在傳播學院大家庭開心地享受學習，希望大家感受到這個家庭為同學做的每一件事。而傳播學院已經為大家打下堅實的學問和實踐基礎，同學畢業後可以發展自己的興趣，因為傳播與很多行業息息相關，將來工作的發展路向很寬闊，很自由。」曹院長勸勉道：「大家要懂得認識自我，發揮優點，改善缺點。希望傳播學院每一顆優秀的種子未來散佈於社會的各個角落，茁壯成長，將來可以發揮各自的影響力，在每一個角落發光發亮！希望傳播學院每時每刻都在成長和進步！」

■ 傳播學院院長曹虹（旨言）教授（左二）、副院長趙應春教授（左一）、指導老師吳靜博士（右二）、陳鶴欣博士（右一）與獲獎同學合影。（傳播學院提供）



■貼滿招租廣告的落閘商鋪隨處可見。(蔡欣琳攝)

## 環環相扣的零售業困局

香港零售業當前的寒冬並非單一因素所致，而是高租金、北上消費和內地網購平台興起三者相互影響，環環相扣。

零售業店員認為，此困局並非無解，在疫情時，政府推出了兩項措施協助零售業渡過難關。一是用消費券直接帶動市民消費意欲，但僅為曇花一現，消費券所帶來的效益只是短期。二是發放津貼，政府根據商戶員工數量各自發放一萬元給店舖，為零售商戶減輕負擔。正如蔡老闆表示，目前的營運成本依然偏高，雖然租金是當中比例最大，但人手支出亦是其中一項重要成本，「若未能從租

金方面解決，政府可以參照疫情時的措施，為零售商戶提供津貼，減輕員工薪金的支出，亦能幫助降低營運成本。」

不過，蔡先生仍對香港零售業未來抱有期望：「政府可以加大力度宣傳香港，推動香港作為購物及旅遊勝地，吸引內地及海外遊客回流消費。」他發現近來內地遊客明顯成為本地零售的「新生力軍」，不少商舖已開始調整商品組合與服務以迎合內地客群，政府與業界應特別留意並協助商戶抓緊機會。蔡先生建議：「政府若針對國內遊客推出更多優惠和便利措施，吸引他們來港消費，將可以轉危為機。」



■零售業店員認為政府可考慮再次推出消費券(廖若彤攝)

去年，香港零售市道每況愈下。不少商場出現結業潮，店舖相繼倒閉或者選擇結束門市，改以網店形式營運，省卻租金，希望能開源節流。就算能維持日常營運的店舖，亦面臨日漸稀疏的人流和逐漸下滑的生意額。

近年香港零售業經歷起伏，年初零售業總額仍在下跌，甚至由本年一月的353.79億元跌至二月的293.85億元，直至今年九月，才稍回升至313.25億元。然而，升幅並不顯著，與去年同期相比仍有落差。零售業正面臨嚴峻挑戰，不少人認為現在的零售行業比疫情更差。

記者：蔡欣琳 廖若彤

# 網購、北上、租金夾擊： 香港零售業困局

## 內地網購平台以價取勝

零售業店員認為，以低價促銷的內地網購平台是最主要原因。店員張小姐表示：「因為內地網購的價錢比本地零售低，例如淘寶、拼多多等平台，如果有免運費或其他優惠，甚至能低幾倍，但我們需顧及營運成本，根本不可能把價錢降到同樣水平。」再加上疫情期間，市民足不出戶，只能依靠網購，導致網購在疫情期間更盛行，即使疫情已過，使用網購的情況亦未見減少。網購平台眼見越來越多用戶，亦對頁面作出調整，令網購更加方便。

蔡先生在信和中心經營唱片店多年，面對內地網購平台的興起，蔡先生認為，即使沒有直接打擊唱片銷售，但間接影響依然存在：「內地購物平台以低價和便利吸引市民，讓市民花更多錢在網購上，從而減少在實體店的消費。」蔡先生表示，雖然他的唱片店主要銷售實體唱片，與網購平台的商品不同，但網購平台的興起，無疑壓縮了市民在其他方面的消費預算。

■淘寶以一件包郵到港吸引消費  
(蔡欣琳攝)

## 北上消費成習慣

通關後的北上消費，對蔡先生的生意帶來影響。他說：「通關後，多了客人到內地消費，這對我們的生意額確實有影響。」他坦言自己也親身經歷過北上消費的吸引力，「平、選擇多、新鮮感、性價比、服務也比香港優勝」。他說：「同樣的價錢，在香港可能只能買一張唱片，但在深圳可以有更豐富的消費體驗。」

他觀察到顧客的消費行為反映了消費模式的轉變，「顧客揀擇性比以前大，現在香港經濟環境差，所以一般消費會謹慎些。尤其在非必需品上，購物需求不大」。而蔡先生預測，北上消費的趨勢不退反增，將會維持一段長時間，甚至變成港人普及的消費模式。

而有北上習慣的市民龐太表示：「會北上的原因是內地不論是交通還是飲食，價錢比香港低出不少，其次是因為新鮮感。香港餐廳雖然多元化，但難免會有厭倦。」自從北上熱潮開始，有朋友相約一起到深圳遊玩。



■蔡先生表示仍對香港零售業未來抱有期望。  
(蔡欣琳攝)

她形容此趟旅程「彷彿打開新世界大門」，她發現深圳比想像中先進，而且一天的消費和在香港相比省下不少錢，不論吃喝玩樂，和香港比絲毫不遜色。最驚喜的是餐廳食物質素，可謂是價廉物美。自此之後，只要有空就會相約家人朋友一起到深圳遊玩。

## 高租金壓力

儘管零售業不景氣，香港的商舖租金仍然居高不下，令經營壓力倍增。高昂租金壓縮了商戶的利潤空間，使其難以降低價格與內地網購平台和北上消費競爭。

蔡先生面對當前的零售市況，坦言生意有挑戰，租金壓力不容忽視。蔡先生強調，租金對店舖營運有直接影響。他說，「租金成本高，會直接影響我們的經營策略，例如在入貨及人手方面，都要更謹慎。」他認為，如果資金再鬆動些，店舖才有更多發展空間。現在為了控制成本，他需要更精打細算，達至利潤最大化且善用所有的資金。

# 盲盒熱潮襲港 刺激還是賭博？

「我不知道會否抽中，就是想搏一次。」二十歲的大學生阿思（化名），手裡拿著剛買的盲盒。她坦言，為了抽中心儀的盲盒「隱藏版」，過去半年已花費近萬元，相當於她大半年的打工收入。這股盲盒熱潮，正慢慢地影響香港的消費市場，同時也引發社會憂慮。這種建立在「抽獎」之上的商業模式，究竟是無傷大雅的娛樂，還是包裹著糖衣的賭博？

記者：陳康妮 王敏婷

## 從親民玩具到立法會

在香港街頭，原本專賣手機配件的店舖如今在貨架上擺滿了各式各樣的盲盒。從動漫角色、潮流公仔，到美妝產品，都有「盲抽」產品。價錢由數十至數百港元，正是青少年與年輕上班族能負擔的消費。

然而，這股熱潮引起了社會的重視。立法會議員李浩然今年初在立法會提出質詢。他指出，「消費者購買盲盒的目的往往是為了抽取隱藏版或特別版，這種追求『抽獎』刺激感的心態，與賭博心態極為相似，要求政府正視潛在風險。」對此，商務及經濟發展局局長丘應樺的回應並未直接承認盲盒銷售與賭博相同，只表示「若商戶採用『不良營商手法』，如虛假商品說明、誤導性遺漏等，消費者可向海關舉報。局方承諾會『留意市場發展』。」

## 法律灰色地帶

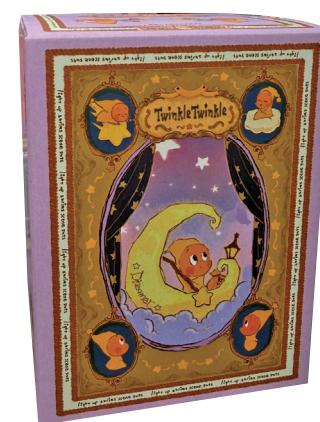
根據香港法例第148章《賭博條例》，「賭博」指「為金錢或其他財產的價值而進博彩遊戲」。而「博彩」的關鍵在於「贏取金錢或等值財產的機會」。但盲盒的設計是消費者付出金錢後必定會獲得一件商品，無論是普通版還是隱藏版。這與賭博中可能出現「血本無歸」的情況有根本性區別，因此這也是在現行法律框架下，很難直接將盲盒定性為非法賭博的其中一個原因。

有專業人士提出，如果政府要監管「盲盒」問題，重心應該落在《商品說明條例》。該條例主要打擊不良營商手法，例如若商家虛報隱藏版的抽中概率則可能構成「虛假商品說明」。這只是一種「事後補救」的方法，而且舉證責任落在消費者身上，對於預防消費者沉迷「抽盒」的機制，幾乎毫無作用。

從事商事訴訟的律師柯錦雄曾指出，這就是法律上的灰色地帶，亦是問題所在。盲盒巧妙地繞過了《賭博條例》對「賭注」和「彩金」的嚴格定義，卻在消費者心理層面完美復刻了賭博的核心機制——「隨機性獎勵」。



■立法會議員李浩然提出盲盒或有賭博成份。（網上圖片）



■最近熱賣的盲盒款式（王敏婷攝）



■旺角某盲盒店人潮不斷，購買盲盒。（王敏婷攝）

## 誘惑引擎 使人上癮

「那種心跳加速、充滿期待的感覺，就像玩老虎機拉下搖桿的那一刻」，阿豪說。阿豪以往亦曾沉迷賭博，但後來透過朋友介紹開始買盲盒，反而漸漸少了賭博。他表示，買盲盒亦能讓他得到賭博時帶來的那種刺激感，但金額卻比賭博少。這個例子亦點出了盲盒令人沉迷的科學原理，即在心理學上稱為「變動比率強化程式」。你無法預測下一次購買會得到何款式，這種不確定性會提升大腦分泌多巴胺，帶來強烈的興奮感，從而使人不斷重複該行為。

大學生阿思承認：「有時明知『課金』是無底洞，有機會抽50盒也不中，但就是停不下來。抽中那一刻的興奮，覺得所有花費都值了。」她坦言亦因此而出現財政緊張，但身邊朋友都如此，所以並不覺得自己有什麼大問題。

更深的憂慮來自家長群體。育有一名十五歲女兒的黃太表示非常困擾：「女兒用零用錢不斷買這些公仔，抽不到想要的就不開心，甚至發脾氣。我用心勸到她這個行為就像賭博，她卻反駁說『盲盒一定會得到玩具，所以不是賭博』。」

她表示擔心盲盒熱潮會令小朋友從小培養「博彩心態」，對青少年的金錢觀和價值觀產生長遠的負面影響。

## 商家的營銷陷阱

記者實地走訪旺角信和中心的一家連鎖盲盒店鋪，觀察到不少消費者會連續購買多個同一系列盲盒，並當場拆開。若抽到重複或普通款式，臉上難掩失望，但隨即又轉身購買下一個。一位中學生向記者透露：「班裡好多同學都玩，抽到隱藏版會即刻『打卡』，令我們這些沒有抽中的更加想擁有。」

這種機制就如賭場中老虎機的運作，業者更通過多種營銷手段將效果最大化。例如設置稀有款式，公開宣稱隱藏版的抽取概率極低（如0.69%），製造稀缺性。或者推出成套系列，刺激消費者的「收集癖」心態。最後更使用社交媒體炒作，例如在Instagram、小紅書等平臺，邀請用戶分享「開箱」影片和「戰利品」，形成跟風的社群氛圍。

據BBC中文網報道，香港中文大學（深圳）高等金融研究院政策研究員



■旺角信和中心內亦有不少店舖充滿盲盒，吸引不少人購買。（王敏婷攝）

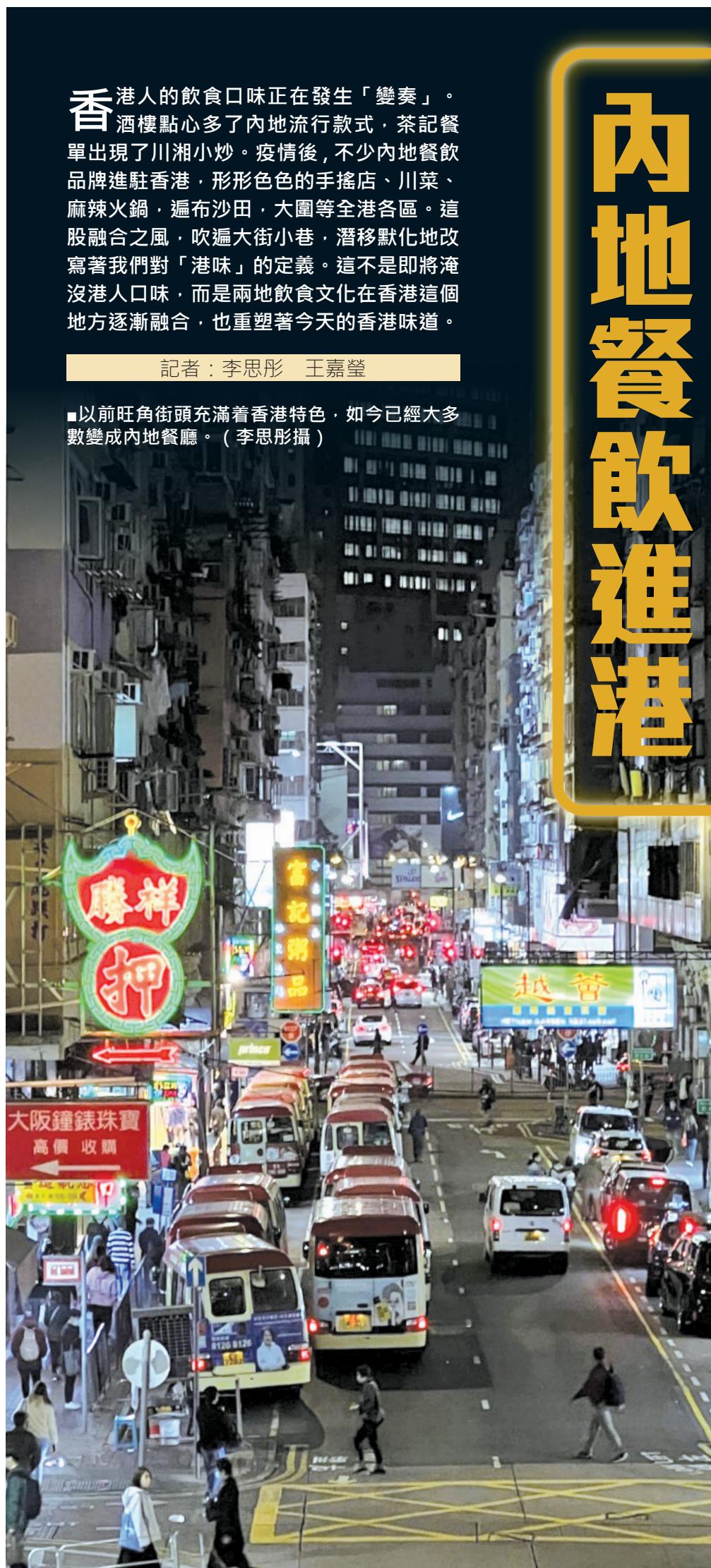
本力曾撰文分析，盲盒在經濟學是一個特例，它並沒有服從經濟學的邊際效用遞減規律。他說：「如果遵循『邊際效用遞減規律』，當消費者不斷消費同一種商品時，每多消費一單位，它帶來的『額外滿足感』會越來越少。比如吃第一個包子可能非常美味，但第五個包子，可能已經撐得難以下嚥。」但盲盒卻相反，消費者在盲盒抽獎、並利用限量發售、名人效應、隱藏款等不同玩法的組合下，令消費者進入了一個「一買就停不下來」的模式。

## 自律還是監管？

面對社會質疑，業界的回應顯得謹慎。一位不願具名的盲盒代理商表示，他們的產品只是「潮流玩具」，希望為消費者帶來驚喜和樂趣，與賭博無關。當被問及會否公開抽取概率或設定購買上限時，對方僅稱「會跟隨市場慣例，如果法律要求他們亦會設定購買上限。」

事實上，監管的風向正在變化。中國內地已出台《盲盒經營行為規範指引》，明確要求經營者要遵守一系列的機制，並接受監管。

當一個社會的年輕人習慣於用「搏一鋪」的心態來獲取滿足感，可能會長遠影響這個人的心態。那個握在手中、輕巧無害的盲盒，裡面裝著的，或許不只是玩具，更是我們對未來消費文化與價值觀的選擇。



**香**港人的飲食口味正在發生「變奏」。酒樓點心多了內地流行款式，茶記餐單出現了川湘小炒。疫情後，不少內地餐飲品牌進駐香港，形形色色的手搖店、川菜、麻辣火鍋，遍布沙田、大圍等全港各區。這股融合之風，吹遍大街小巷，潛移默化地改寫著我們對「港味」的定義。這不是即將淹沒港人口味，而是兩地飲食文化在香港這個地方逐漸融合，也重塑著今天的香港味道。

記者：李思彤 王嘉瑩

■以前旺角街頭充滿着香港特色，如今已經大多數變成內地餐廳。（李思彤攝）

## 內地餐飲遍佈全港

旺角向來是香港的中心地帶，這裡的食肆似乎被內地味道重塑著，每條街道除了港式茶記和粥店，如今兩旁多為內地餐廳和手搖店。「蜜雪冰城」開設於人流聚集的銀行中心，甚至於去年再次迎來同區第二間分店，距離僅相隔300米。沿路遊走也會發現「袁記雲餃」、「手打爆汁檸檬茶」等品牌進駐。

中環蘇豪區是香港最具代表性的夜生活中心，吸引了不少外籍白領和觀光客到訪。但疫情後酒吧和食肆相繼倒閉，如今屹立的商家是來自內地的「朝天門火鍋」。去年四月才在蘭桂坊開設首個直營店，月營業額達200萬港幣，六月已經在九龍開設第二家分店。顧客讚揚食材新鮮，每天由內地通關過來，中式服務態度好。

據香港餐飲聯業協會統計，2023年內地餐飲品牌在港門店數量較2019年激增210%。從銅鑼灣人潮湧動的「喜茶」、「奈雪的茶」，到尖沙咀的「太二酸菜魚」、「海底撈」，再到近年的「滙上阿姨」、「蜜雪冰城」，內地品牌不僅在數量上實現了飛躍，更佔據香港核心商圈逾三成的黃金鋪位，重塑著中環、旺角、元朗等地的街頭食景。

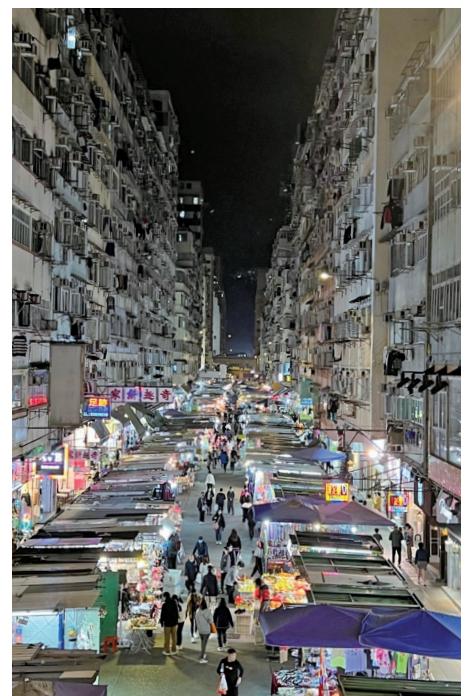
### 口味豐富， 港人吃辣

不知道什麼時候開始，人們習慣吃內地食物時有多個辣味選擇。數年前，香港食肆的「小辣」可能僅僅是幾滴辣油，如今川菜食肆興起，麻辣湯、酸辣湯、胡麻湯等川式調味大受歡迎，成為時下年輕人的選擇。旺角某間由港人多年經營的川味食肆，負責人鄭太表示：「十多年前的香港人叫小小辣就會辣到出汗！現在大多的香港食客都習慣叫中辣、大辣呢。」

### 打卡文化盛行

近年內地品牌將飲食轉化為社交大為成功，美食消費還被賦予「打卡」的價值。「奈雪的茶」曾在銅鑼灣打造「茶飲+烘焙+藝術展覽」的複合空間，週末單日客流曾突破3000人次，不少年輕人舉着設計精美的茶飲杯自拍。在小紅書上「香港探店」話題中，內地品牌相關筆記獲贊量更比本土品牌高出數倍。

這種「打卡經濟」正在改變香港傳統飲食業的運營模式，本地餐廳不再只以「老字號」傳統本土食品作宣傳，越來越多開始注重店面設計與網絡互動，提供特別的裝修場景供食客打卡，又邀請Instagram



■極具香港特色的旺角傳統街道夜景。（李思彤攝）

的香港美食博主推廣宣傳。

此外，社交媒體的打卡風潮在年輕一代盛行。港人經常使用的Instagram，甚至是現在流行的Threads，一句讚揚食肆的文字，足以令這間食肆風靡一時。香港中文大學市場學系在2023年調查顯示，在18-35歲群體中，超過65%每月至少消費一次內地餐飲品牌，其中「社交打卡需求」佔42%，「口味新鮮感」佔38%，成為主要動機。這群生長於互聯網時代的消費者，早已透過小紅書、抖音等平台熟悉內地飲食文化。

### 港色突圍

面對內地品牌的凌厲攻勢，本土餐飲業最先感受到寒意。其中以傳統茶餐廳與粵菜館受衝擊最甚。深水埗「強記茶餐廳」第三代傳人陳師傅坦言：「年輕人都去排隊買芝士奶蓋茶，我地嘅凍檸茶一日賣不出五十杯。」然而危機中也孕育轉機——部分本土品牌開始借鏡內地運營模式，如「敏華冰廳」引入手機點餐系統，並與本地KOL合作推出「懷舊菠蘿包盲盒」，成功吸引年輕客群回流。

有「小深圳」之稱的沙田區，在瀰漫著奶茶與蛋撻香氣的牛奶冰室，餐牌上新增了「酸菜魚」，陳店長直言這是一個順應飲食文化潮流的主動選擇。他說：「本身只有香港特色的冰室，現在加入內地元素便大大提升收入。」陳店長表示這不僅僅是一道新菜的銷量，它是一個「火車頭」，「這道菜已經有了穩定的回頭客」，更令客人想品嚐其他菜式。

陳店長還說，冰室特意設計舊式卡座和霓虹燈牌，還有懷舊陶瓷杯奶茶，令內地旅客親身體驗本港文化，「我們要從一間餐廳變成一個有故事、有溫度值得分享的地標。」餐廳裏一位從上海訪港旅遊的年輕女士說：「牛奶冰室是小紅書很著名的打卡餐廳，網上都說是香港必來，多士和奶茶還挺適合打卡的。」