

河南省政協主席孔昌生率團赴港澳走訪看望 政協委員：凝聚同心力 共繪新藍圖

(詳見 A2 版)

旅發局首推《香港好味》指南 50 位本地名廚精選 18 區 250 間心水餐廳

【香港商報訊】記者馮仁樂報道：香港素有「美食之都」美譽，全港 18 區美食風味各具，從街頭小店到星級食府，構成多元而立體的餐飲版圖，多年來吸引世界各地旅客專程訪港尋味。為進一步推廣本地餐飲文化、提升旅遊吸引力，香港旅遊發展局（旅發局）昨日宣布，聯同職業訓練局（VTC）機構成員中華廚藝學院，邀請超過 50 位畢業於該學院的本地名廚，推薦全港 250 間心水餐廳，推出首本涵蓋 18 區的《香港好味》名廚精選美食指南，以名廚視角為旅客及市民提供覓食靈感。

名廚帶路 探索城市飲食靈魂

「好味」不僅是廣東話中形容美食的親切用語，更是香港飲食文化的縮影。旅發局主席林建岳博士表示，中華廚藝學院多年來培育大量本地名廚，為香港奠定「美食之都」地位貢獻良多。「《香港好味》名廚精選美食指南不只是一份餐廳名單，更是對香港飲食文化精神的致敬。透過名廚帶路，吸引旅客展開味覺之旅，深入探索城市不同角落的『好味』，與旅發局『香港·大城小區』推廣理念一脈相承，鼓勵旅客深度遊歷社區，帶動消費，推動旅遊業可持續發展。」

VTC 主席林健鋒表示，中華廚藝學院作為 VTC 機構成員，長期肩負推動香港成為亞太區中華廚藝培訓基地的使命，為本地中式餐飲業提供系統化專業培訓。「今次活動匯聚『大師級中廚師課程』校友，展現香港飲食的多元面貌，向世界說好香港故事，為鞏固『亞洲美食之都』的美譽出一分力。」

從街坊店走到米芝蓮星級美食

參與推薦的逾 50 位名廚，來自五星級酒店及米芝蓮星級餐廳，包括黃隆滔、邵德龍、李文星等。他們精選的 250 間餐廳，涵蓋不同層次與菜系，中菜囊括京、滬、川、粵、滇等風味；環球美食則包括法、意、美、日、韓、泰、印、星、馬等菜系。

餐廳類型亦極為多元，從地道粉麵店、港式糖水舖、老字號酒樓、文青咖啡室，到星級酒店餐廳及米芝蓮食府，一應俱全。透過名廚專業而具個人風格的推薦，旅客與市民可更立體地體驗香港餐飲文化的新底蘊與城市溫度。

富臨飯店行政總廚黃隆滔表示，能參與計劃感到榮幸，讓一眾本地廚師攜手向全球旅客展示承載匠心與手藝的香港美食文化。

卅二公館行政總廚李文星則指，指南匯集多位廚師的私人心水，讓旅客可輕鬆體驗香港多元而精彩的飲食面貌。

線上線下推廣 掃碼即食勻全城

與此同時，旅發局即日推出「香港好味」專屬網頁，介紹參與名廚、推薦餐廳及各區特色，並提供電子版指南下載。專頁設有多個搜尋標籤，包括地區、菜式及用餐場合，並可快速篩選獲「優質旅遊服務計劃」認證、清真認證或米芝蓮授星餐廳，方便不同旅客按需要選擇。

多區港鐵站、巴士站及旅遊指示牌亦將展示地區



專屬二維碼，旅客掃碼即可連結至相關區域的名廚精選餐廳資訊。旅發局亦會於旅客諮詢中心、香港國際機場、蘭桂坊，以及多個大型商場與酒店播放「香港好味」宣傳片。

聯乘節目與 KOL 推廣香港味道

旅發局同時亦鎖定多個客源市場，與當地人氣美食節目合作，推出以美食指南為藍本的專屬內容；並邀請來自內地、英國、東南亞等地的 KOL 採訪推薦餐廳，透過社交平台分享體驗。配合與小紅書的深度合作，相關宣傳預計覆蓋逾 1 億名粉絲。

此外，旅發局將於 3 月邀請內地及海外媒體訪港，與本地星級名廚交流，親嚐指南內的精選餐廳，並參與首次在港舉行的「亞洲 50 最佳餐廳」頒獎禮，透過國際媒體報道，向全球推廣香港多元而具層次的美食體驗。



專頁設有包括地區、菜式及用餐場合在內的多個標籤，方便旅客按個人喜好搜尋。

活動網頁鏈接

<https://tastehk.discoverhongkong.com>

「香港好味」各區美食宣傳片

<https://m.youtube.com/@hongkong>

文化體育及旅遊局旅遊事務專員張馮泳萍（前排左五）、旅發局總幹事劉鎮漢（前排右五）、VTC 執行幹事唐智強（前排左四）；旅發局成員、立法會議員梁進（前排左三）；立法會議員姚柏良（前排右四）、立法會議員江曼樞（前排右三）聯同一眾名廚共同見證「香港好味」美食指南推出。



香港商報

Hong Kong Commercial Daily
中國政府特許在內地發行之報刊

在商言商 香港報章

2026年
1月 23 星期五

今天出版 1 疊共 12 版

1952 年創刊 第 26279 號

香港政府指定刊登法律廣告有效刊物
港澳台及海外每份零售 12 元港幣

廣東省外每份零售 5 元人民幣

廣東省每份零售 4 元人民幣



碼上看

回應南丫海難死因研訊判辭港府：不斷提升海上安全



掃碼睇文

BLACKPINK 啟德開騷
交通安排一覽



掃碼睇文

旅發局將透過「香港好味」專屬網頁推介全港美食，並推出各區美食介紹短片，於旅發局社交平台及「香港好味」專屬網頁同步播放，由名廚帶領全球旅客及市民食勻全港。

當居民收入增長成今年「頭號任務」



「Made in China」，從來不單指產品，也包括層出不窮的各類驚艷數據。1 月 19 日，國家統計局發布去年中國經濟數據，彷彿令人頓時置身於數據的海洋。

5%，GDP 的增長率並不意外，但直觀或少了些溫度。倒是 2025 年豬牛羊禽產量第一次超過 1 億噸，可以進行另一種煙火氣的表達——即人均每天能消費 0.23 斤豬肉、0.11 斤雞鴨，以及 0.16 斤奶和 0.136 斤蛋。注意，所有的換算都建立於 14.0489 億人的基礎上。

在國家統計局亮出的林林總總的數據中，特別受到人們關注的其中有兩個：其一，內地居民人均可支配收入 43377 元，名義增長和扣除價格因素後的實際增長均為 5%，與 GDP 增速相若。其二，全國人均消費年支出升 4.4%，至 29476 元。

假設把上述兩組數據進行關聯，還能夠得到新的數據。可支配收入中 67.95% 進入了消費市場，另外 32.05% 則變成了存款。再細算下來就更有趣——去年，國人把收入中的部分變成存款，人均全年達 11.8 萬，這是 10 年前的兩倍，而產生的存款總額最高可達 19.46 萬億元人民幣。

為什麼要如此關注收入和消費的表現？原因很簡單，拉動中國經濟的三駕馬車——投資、出口、消費正出現結構性變化。事實上，2025 年對「5%」立有汗馬功勞的是出口，1.19 萬億美元的順差足以說明一切。

問題是，整個西方正對洶湧而來的中國產品產生高度警覺。有歐洲名記公開於社交平台聲稱：China is making trade impossible —— 中國正在讓貿易變得不再可能。

多少有些誇大其詞，但財富雜誌的點評很有代表性：當一個大國持續海量出口而進口停滯時，往往不會有一個溫和的結局。

隨着針對光伏、電池「新三樣」中兩者相關出口補貼的退出乃至取消，中國已在刻意控制出口節奏，2026 年應難現之前的神勇表現。至於固定資產投資，去年下降了 3.8%，其中不僅房地產開發下降 17.2%（其中 12 月單月大挫 35.8%），連第三產業和基礎投資建設亦下降了 7.4% 和 2.2%。對於 2026 年而言，止住滑坡就是最大成功。

現在只能看內需。更準確地說，是消費！

請務必高度關注國家統計局數據開闢次日於北京召開的一次高級別活動，即「省部級主要領導幹部學習貫徹黨的二十屆四中全會精神專題研討班」開班儀式。其間，中國最高領導人發表了重要講話——要堅持以國內大循環為主體，正確處理消費與

投資、需求和供給的關係。關鍵是——「讓內需成為經濟發展的主動力」。

頗有意味的還有，1 月 20 日當天，在國務院新聞辦舉行的新聞發布會上，國家發改委主要官員提及兩件事：

首先是推動優化節假日安排。市場人士很快反應過來，這意味着 2026 年春節將成為 77 年來首個 9 天長假（2020 年因疫情誕生的長假不在其列）。據統計，中國首次有 8 天長假發生在 2009 年的中秋國慶期間。從那時至今，「雙節 8 天」出現 6 次，如果加上 2024、2025 年春節 8 天假，總計也就 8 次。多放假，肯定有助於刺激消費，但前提還是兜裏有錢。

其次，發改委官員明確表示正在研究制定「城鄉居民收入增長計劃」。其實，這也不是新聞，早在去年末召開的中央經濟工作會議和隨後出台的「十五五」規劃建議稿中都有此表述。不過，進入新年，國務院多個主要部委均反覆提及此事，進而表示已列入「工作清單」。歷史上，2012 年的「十八大」上就明確提出過一個城鄉居民收入倍增計劃。說到做到，從 2010 年的 10046 元人均可支配收入到 2020 年的 32189 元，可謂超標完成。而從 2020 年至今，又上升了 34.7% 至 43377 元。然而，相比於刺激內需所需的濺天銀彈，顯然還遠遠不夠。

核心是信心。有研究人士曾做過一個統計，中國

一線城市，如果你在 2012 年購入房產，那麼 2022 年的持有收益率可達 136%；而至 2025 年則變成了 79.1%。如果是在 2016 年購入，那麼在 2022 年持有收益率為 20.5%，到去年就只剩下 1%。如果在 21 世紀 20 年代裏開始入市，那麼至今的收益可能全部為負，甚至是兩位數下跌。要知道，房地產是中國家庭財富構成的主要部分。

當財富效應為負，無論銀行內的 50 萬億元人民幣存款搬家新聞炒作得多熱鬧，真正能流入消費市場的屈指可數。因此，從官員到經濟學家不斷提示——房價要穩、股市要韌、勞動性收入要有肉眼可見的上升變化。

包括摩根士丹利中國區首席經濟學家邢志強在內，多位知名學者近期都表示：希望針對收入增長給出明確的路線圖和時間表。同時，學者們也留意到，近期最高層對於鞏固中國中產階層不流失，已給出了相當正向的表態。

過了臘月就是年。一年一度的春節永遠是中國人消費的旺季。據說，今年央視和各地方台春晚廣告招商相當成功，這是一個好的跡象。春節裏，劉德華那首「恭喜發財」永遠佔據着 C 位：「我恭喜你發財，我恭喜你精彩——Oh，禮多人不怪」。當居民收入增長成為中國 2026 年的「頭號任務」，這或許就是最好的新年禮物。

香港商報記者 子瑜