

# 香港旅遊發展局

## 2006/07年度業務計劃



2006年6月26日

## 旅遊業：競爭激烈的行業

- 區內多個旅遊局大力發展/推廣旅遊業

- ▶ 新加坡
- ▶ 澳洲
- ▶ 泰國



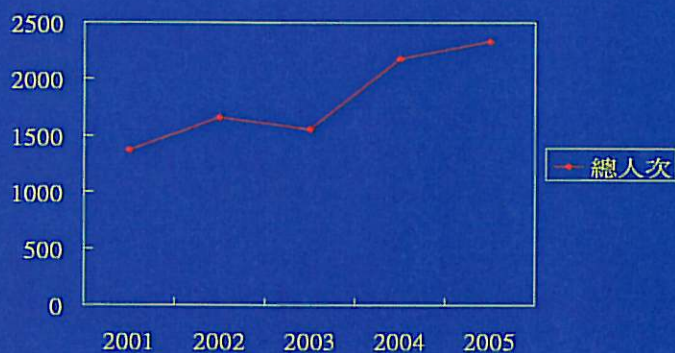
- 新興旅遊點，如杜拜、印度
- 各地爭奪內地市場

- 內地與國外直航航班不斷增加



## 維持業績穩步增長

- 2001 - 05年，訪港旅客平均每年增長**14.2 %**



2001 - 05年訪港旅客人次 (以萬計)

## 2005年旅遊業績

旅客人次	:	> 2,300萬人次 (+7%)
人均消費	:	4,663港元 (+4%)
留港時間	:	3.7晚
滿意程度 (10分滿分)	:	8分 (+0.3分)



## 業界及訪客認同

- 德國大型旅遊分銷商  
Gebeco :

「旅發局推廣綠色及文化旅遊，為香港增添嶄新及富吸引力的特色」

- Fossil(Asia) Ltd.亞太區  
高級副總裁栢威信：

「多元化的旅遊點是香港眾多迷人特質之一，無論你喜歡遊覽名勝還是參加文化活動，香港都可滿足每個人」

- 大韓生命保險株式會社  
理財專員金美英：

「我非常滿意這次香港之旅，它帶給我心所嚮往的體驗

## 2006年展望

### 有利因素

- 新景點落成
- 現有景點完成翻新



## 2006年展望

### 挑戰重重

- 市場競爭激烈
- 景點修訂啓用期 → 延遲推廣時間
- 突發或不明朗因素，如禽流感

## 2006年策略重點

### 1. 精采香港旅遊年 – 針對市場推廣

- 重點針對 16 個主要市場
- 按重要性，將全部市場分爲四類

首要市場: 例如內地、台灣、日本、南韓、美國

主要市場: 例如泰國、新加坡、澳洲、英國

二線市場: 例如馬來西亞、加拿大、德國、法國

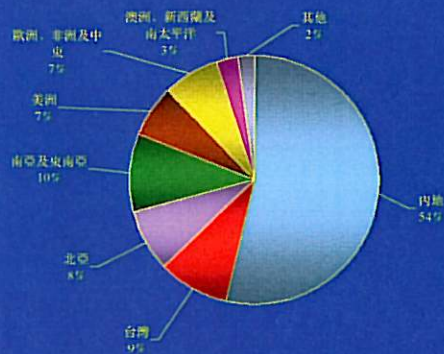
新興市場: 例如印度、俄羅斯、荷蘭



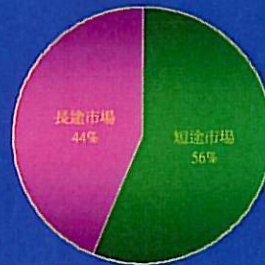
## 2006年策略重點

### 2. 均衡客源

(a) 2005年客源市場比率



(b) 用於長、短途市場的推廣開支分佈



## 2006年工作重點

### 1. 拓展客群

(a) 重點

- 家庭旅客  
(2006年首季，增長25.8%)
- 商務旅客  
(包括會議及展覽客群)  
(2006年首季，增長11.9%)



(b) 產品

大型活動  
旅遊資訊服務



## 2006年工作重點

### 2. 全球推廣

#### 2005-06年成績

##### 旅遊業界

- 「精采香港旅遊年」業界推介活動
- 接待340位訪港旅遊業界
- 網上培訓

##### 消費者

- 全新宣傳短片
- 電視廣告:1,342次
- 印刷廣告:517次
- 收看人數:6.42億
- 消費者展覽:105個
- 針對重點客群
- 全新大型活動

##### 傳媒公關

- 覆蓋全國的公關推廣
- 宣傳效益:28億元
- 接待超過500位訪港傳媒
- 與海外傳媒合製旅遊指南

## 2006年工作重點

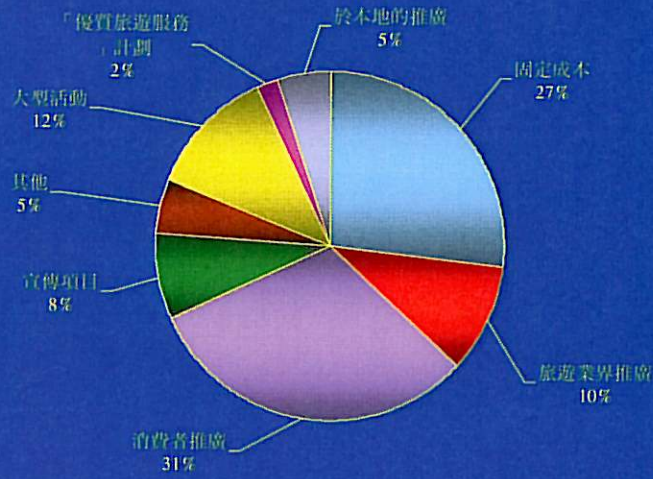
### 3. 旅遊體驗

- 強化「優質旅遊服務」計劃
  - 認證商戶已達6,000的目標
  - 最新目標: 6,300間
  - 擴展至旅客賓館
  - 訪查次數增50%；加強處理投訴
  - 引入新項目:「優質大使計劃」、「基準參照服務」





## 2006-07 總預算開支(7.75億港元)



2006  
**DISCOVER**  
HONG KONG YEAR  
精采香港旅遊年