

## 資料文件

### 立法會經濟事務委員會

### 香港旅遊發展局 2006-07 年度財務預算

#### 目的

本文件闡述香港旅遊發展局(旅發局) 2006-07 年度財務預算的要點。

#### 背景

2. 在 2006 年 6 月 26 日的會議上，各委員已知悉旅發局的 2006-07 年度業務計劃，並要求取得更多有關該局財務預算的資料。

#### 2006-07 年度財務預算

3. 根據《香港旅遊發展局條例》(第 302 章)，旅發局的宗旨如下：

- (a) 致力擴大旅遊業對香港的貢獻；
- (b) 在全世界推廣香港為亞洲區內一個具領導地位的國際城市 and 位列世界級的旅遊目的地；
- (c) 提倡對旅客設施加以改善；
- (d) 在政府向公眾推廣旅遊業的重要性的過程中給予支持；
- (e) 在適當的情況下支持為到訪香港旅客提供服務的人的活動；
- (f) 就促進以上事宜所可採取的措施向行政長官作出建議及提供意見。

為達到法例所定的宗旨，旅發局將大部分撥款用於 16 個主要市場，向不同的目標客群，宣傳和推廣香港為區內的首選旅遊勝地。旅發局透過舉辦本地大型活動、發放旅遊資訊和提升旅遊服務質素，吸引旅客延長留港及增加消費，以及再次來港旅遊。這些計劃和項目，包括向全球旅遊業界和消費者進行推廣，以及透過傳媒加強公關宣傳，均由香港總辦事處的不同部門，以及 14 個全球辦事處執行。有關旅發局 2006-07 年度的財務預算及 2005-06 年度的修訂預算摘要，詳見附件 1。

## 1. 旅發局在 2005-06 及 2006-07 年度的收入

4. 旅發局在 2006-07 年度的收入，包括來自政府的經常性撥款；在 2005 年預留的非經常性撥款（該筆撥款用以推行「2006 精采香港旅遊年」、針對家庭和商務客群的強效市場推廣計劃、加強推廣「優質旅遊服務」計劃，並推行由往年順延下來的特備項目）；另外，其他收入還包括銀行存款利息、雜項收入，和運用儲備以推行市場推廣活動。有關收入的詳情如下：

收入	2006-07 預算 (百萬港元)	2005-06 修訂預算 (百萬港元)
來自政府的經常性撥款	466.15	466.21
非經常性撥款	280.08	222.53
銀行存款利息	6.60	7.50
雜項收入	0.82	0.97
運用儲備	21.63	22.41
撥回往年應計項目	-	4.00
<b>總額</b>	<b>775.28</b>	<b>723.62</b>

5. 政府會根據經濟增長趨勢，調整每年的經常性撥款額。2006-07 年度的撥款共 4 億 6,615 萬港元，與 2005-06 年度相若。過去數年，為配合資源增值計劃，政府的經常性撥款額逐年下降<sup>1</sup>。

6. 有關 2 億 8,008 萬港元的非經常性撥款及從儲備中調撥 2,163 萬元的款額，是主要用於「2006 精采香港旅遊年」、舉辦和推廣大型活動，以及「優質旅遊服務」計劃。

## II. 支出

7. 旅發局的一貫政策是盡量將撥款運用於推廣工作上，因此，該局一向嚴謹控制及監察固定成本，詳情於下文詳述。旅發局以一個固定成本對比市場推廣成本的比率作為其資源分配的準則；現時，2006-07 年度的比率為 27% 比 73%。

### (a) 員工成本

#### 員工編制

8. 2006-07 年度，旅發局的員工編制總數為 321 人，其中 226 人駐於總辦事處，其餘 95 人駐於全球辦事處。旅發局一直嚴謹控制員工編制，並且定期檢討架構，務求配合市場趨勢，以及為員工提供具效率的工作環境。

9. 自 2004-05 年度開始，旅發局總辦事處的員工編制一直維持不變(226 人)。自 1999 年，總辦事處的員工編制大幅減少了 99 人，由當時的 325 人降至現時的水平；但在這段期間，旅遊業務卻顯著增長（訪港旅客由 1999 年的 1,070 萬人次，升至 2005

<sup>1</sup> 近年旅發局獲得的經常性撥款數字：

2000-01 年度，5 億 1,457 萬港元

2001-02 年度，5 億 563 萬港元

2002-03 年度，4 億 9,538 萬港元

2003-04 年度，4 億 8,226 萬港元

2004-05 年度，4 億 7,411 萬港元

年的 2,340 萬人次，增長逾一倍)，旅遊業界及旅客要求協助的程度亦不斷上升。而且，自 2001 年由奉行會員制的「前香港旅遊協會」改組成為支持香港旅遊發展的旅發局後，旅發局轉型成為需要服務本港整體旅遊業的機構，職責範圍更廣。

10. 旅發局在全球設有 14 個辦事處，其中三個位於北美洲，三個位於歐洲，一個位於澳洲，兩個位於北亞，一個位於東南亞，以及四個位於內地。自 2004-05 年度起，這 14 個全球辦事處的員工編制總數均維持在 95 人。旅發局一直定期檢討全球辦事處的數目，確保所有辦事處分佈得宜，以開拓不同市場的潛力，並在全球各地協助推廣香港，包括與旅遊及相關業界保持聯繫。例如，旅發局開設及擴充內地辦事處所需的員工編制，便是由其他停止運作或縮減人手的辦事處調配而來。

11. 儘管旅發局自 2003-04 年度起獲得額外的非經常性撥款(即 2003-04 及 2004-05 年度「沙士」後用於推動旅遊業復甦的 \$3.79 億港元，以及 2005-06 及 2006-07 年度用於「精采香港旅遊年」的 \$4.7 億港元)，總辦事處及全球辦事處的員工編制一直並無增加。旅發局只聘用臨時的項目員工，以應付工作量增加。

### 員工成本

12. 近年，一間獨立的顧問公司曾全面檢討旅發局總辦事處及全球辦事處的員工薪酬及福利政策。鑑於旅發局乃專責推廣的機構，需要與市場競爭人力資源，因此，其薪酬及福利政策必須符合市場水平。檢討結果顯示，旅發局的薪酬及福利大致符合市場水平。

13. 在 2006-07 年度的財務預算方面，按照市場薪酬趨勢研究，預算總辦事處的員工薪金增幅為 3%。至於全球辦事處的員工薪金增幅，則會依據當地市場的薪酬趨勢研究結果而定，幅度介乎 2% 至 8%。有關增幅已考慮到 2005-06 年度內的流失率、薪酬成本的增加及全球辦事處的匯率變動。

### **(b) 辦公室成本**

14. 旅發局一直致力透過尋找可減省開支的範疇，以及設法改善辦公室運作程序，務求將營運支出降到最低。雖然香港通脹率達 2.1%，但 2006-07 年度香港總辦事處的營運成本仍維持在 1,390 萬港元，保持不變。

15. 至於全球辦事處，由於有部分租約在 2006-07 年度屆滿，而在更新租約後租金上升，加上必須進行小型維修工程，整體辦公室成本將上升 1.2%。

### **(c) 日常推廣工作**

16. 有關旅發局日常推廣工作的財務預算摘要見附件 2。

17. 旅發局一向以市場推廣及宣傳為其核心業務，用於市場推廣方面的開支佔其總開支 73%。這些開支可以按旅發局的主要功能劃分為以下幾類：業界推廣、消費者推廣、公關宣傳、以及本地推廣工作（包括大型活動、旅客服務及提升旅遊體驗）。有關這些範圍的工作，詳見下文。

#### 業界推廣

18. 在業界推廣方面，旅發局定期舉辦巡迴展覽，組織旅遊業訪問團，並協助香港旅遊業界參與國際展銷活動，藉此與海外業界建立聯繫。此外，旅發局更舉行旅遊業研討會，向海外業界人士發放香港最新消息以及接待來訪的旅業考察團。這些工作有助海外業界人士掌握香港旅遊產品的第一手資料，引發他們舉辦香港遊的興趣，並鼓勵他們向客戶推介香港。在「精采香港旅遊年」推廣活動期間，旅發局把握嶄新旅遊產品在 2005 及 2006 年推出的時機，增加香港在海外旅遊市場的曝光率，同時向業界介紹更多元化的旅遊產品，方便他們策劃觀光行程。除此之外，旅發局又以高收益商務客群為推廣對象，尤其是來港參與會議、獎勵旅遊及展覽的旅客（即「會議、展覽及獎勵旅遊客群」）。商務旅客的消費較一般旅客顯著為高（2005 年的數字為 \$6,078 港元（人均消費），一般旅客為 \$4,663 港元），因此，旅發局亦特別推出

以這個客群為對象的推廣活動，藉此提高本港展銷活動及會議的出席人次，同時爭取這類盛事來港舉行。2006 年上半年，過夜商務旅客人次較去年同期上升 9.9%。

19. 業界推廣的預算開支為 8,011 萬港元，分為：

	百萬港元
業界推廣活動	46.61
業界訪港考察	10.20
業務發展	22.50
觀光業務發展	0.80
總額	<hr/> 80.11

### 消費者推廣

20. 在消費者推廣方面，旅發局以 16 個主要客源市場為目標<sup>2</sup>，進行各項消費者推廣活動，包括：

- (a) 透過傳媒（包括印刷、電子媒體和互聯網），積極向全球消費者推廣香港多元化的旅遊產品，以及香港嶄新而又富吸引力的形象；
- (b) 與策略夥伴（例如旅遊業、零售業、旅遊網頁、旅遊雜誌等）舉辦聯合推廣活動，利用他們的客戶基礎和資訊發放渠道，擴大活動的覆蓋範圍。此外，旅發局又邀請國際知名人士參與消費者推廣活動，以提升活動的推廣效益；以及
- (c) 在本地推廣「2006 香港精采旅遊年」，加深大眾對活動的認識，推廣好客文化。

21. 旅發局於本港主要節慶期間，舉行配合節日氣氛的大型活動，以吸引更多家庭及商務旅客來港，並延長他們的留港時間（有關各項大型活動的資料，請參閱第 24 段）。全球宣傳方面，旅發局以家庭及商務旅客為對象，透過廣告及公關活動，例如在大

<sup>2</sup> 16 個主要市場包括美國、加拿大、英國、德國、法國、澳洲、中國內地、台灣、日本、南韓、新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼和印度。

型活動和世界級盛事在港舉行期間，跟傳媒夥伴合作推廣，以帶動旅客流量及提升香港的知名度。此外，旅發局亦致力開發和推介適合家庭參與的觀光行程（例如教育與娛樂並重的活動），並舉行特別為小朋友而設的推廣活動（例如跟內地教育機構合辦以內地學生為對象的推廣活動，增加他們來訪香港的興趣）。在 2006 年內，旅發局會繼續以此為工作方向。在 2006 年上半年，過夜家庭旅客已較去年同期上升 24.4%。帶同子女來港的家庭旅客的比率，更由 2005 年第一季的 22.7% 升至 2006 年首季的 43.4%。

22. 消費者推廣的預算開支為 2 億 3,950 萬港元，分為：

	百萬港元
消費者傳訊推廣工作及服務	148.90
接待或歡迎旅客的安排以及宣傳物品	17.30
推廣大型活動	73.30
<b>總額</b>	<b>239.50</b>

### 公關宣傳

23. 旅發局在公關宣傳方面的預算開支共 5,790 萬港元。公關宣傳活動遍及 16 個主要客源市場，以傳媒為主要對象，包括電視台、電台、印刷媒體、互聯網及與旅遊相關的傳媒。旅發局舉辦傳媒考察團，以增加他們對香港旅遊業發展的了解和認識，讓他們協助推廣和宣傳香港，以助提升香港在全球的受歡迎程度。旅發局又與 16 個主要客源市場內的全國傳媒機構合作，鼓勵傳媒製作特輯/節目/或進行全國性報導，以介紹香港嶄新旅遊產品和全新形象，另外，又印製隨雜誌和報章附送的旅遊指南。

## 本地推廣工作

24. 在 2006-07 年度，旅發局共撥出 1 億 038 萬元以舉辦六項大型活動：

- (a) 新春國際匯演之夜
- (b) 傳統節慶巡禮
- (c) 香港購物節
- (d) 中秋綵燈慶全城
- (e) 美食之最大賞
- (f) 香港繽紛冬日節

這些大型活動的目的，是展示香港在購物和飲食方面的優勢，同時突顯本地的文化和傳統，提升旅客的旅遊體驗。這樣既可吸引更多首次及再次來訪的旅客，又可鞏固香港嶄新和富吸引力的形象。這些大型活動不但加強了香港的吸引力，讓旅客更認識香港是個多元化的旅遊目的地，同時亦為本地旅遊相關界別（例如零售商和食肆），帶來業務商機。「2006 香港購物節」的參與商舖便超過 8,000 間，較兩年前即 2004 年的 3,100 間大幅增加。

25. 為進一步提升旅客在香港的旅遊體驗，旅發局以 4,073 萬港元在香港進行市場推廣的工作。旅發局與旅遊相關界別緊密合作，鼓勵業界提升旅遊產品和服務的質素、向旅客提供資訊，並為不同客群制訂推廣活動，讓旅客在香港的旅程更稱心滿意。旅發局又舉辦「旅業英才實習計劃」，從而提升香港的好客形象，並為旅遊業培訓前線工作人員。旅發局亦不斷開發嶄新的資訊發放平台，包括個人電子手帳、流動電話及全新旅遊刊物（例如《Discover Hong Kong by Rail》），方便旅客自由計劃行程。旅發局又支持業界為旅客發展全新的旅遊產品，例如與綠色、文化和傳統旅遊相關的產品；同時又監察現有產品的質素。而帶領旅客觀賞香港大自然和郊野景致的「自然生態萬花筒」，就是旅發局推動業界發展新產品的其中一個例子。

26. 旅發局將繼續改善其網站。現時，網站提供七種英語及 11 種各國語言的版本，每月瀏覽次數超過 700 萬次。改善工作包



括設置映像網站，並在主要區域市場進行改善措施；引入新的內容管理系統；在最新的網站設計內增加多媒體及互動元素；提升編輯文稿內容、網頁的平面設計、視覺效果及動畫影像；為在尖沙咀海濱長廊設置的 9 個資訊站，開發互動影像台的網頁內容。

27. 在 2006-07 年度，旅發局以 1,720 萬港元，用於加強及推廣「優質旅遊服務」計劃。旅發局計劃在 2006-07 年度結束前，將認證零售商舖及食肆的數字，由 2006 年初的 5,945 間，增至 6,300 間。旅發局現正準備將計劃延伸至持牌旅客賓館，並同時研究延伸至理髮行業的可行性。旅發局亦將加強在全球各個主要市場推廣和宣傳「優質旅遊服務」計劃，特別是在日本、南韓和中國內地，以提升旅客對計劃的認知程度。

28. 為支援前線推廣工作，旅發局已從預算中撥出 4,070 萬港元，應用於支援工作，例如市場調查、活動跟進調查、策略籌劃、流程和系統支援、以及內部審核和法律意見等專業服務。至於評估活動的效益方面，將會參照多個表現指標，包括旅客人次、旅客滿意程度及再度訪港的意欲、再次參與相同活動的興趣，以及會否向親友介紹等。此外，旅發局將會在客源市場進行深入研究，務求更了解旅客不斷轉變的需要和口味。

### 在客源市場的推廣工作

29. 為履行以上的主要工作，市場推廣的支出將用於三大範疇：

- (a) 客源市場 (例如舉行宣傳活動)；
- (b) 總辦事處支援全球市場的推廣工作 (例如市場調查和支援服務)；以及
- (c) 本地市場推廣工作 (例如舉辦大型活動)

市場推廣預算的分配，是按市場發展的潛力、在該市場的業務營運成本，以及市場內目標客群的分佈情況而定，後者影響接觸客群所需的成本，例如在美國賣電視廣告或印製廣告品所須或冠於其他區域。旅發局的策略是維持客源市場的多元化，以減低市場動盪所帶來的影響 (以 911 事件和南亞海嘯為例，它們對全球旅

遊業環境、各地入境及出境旅遊市場，都帶來了負面影響)，同時保持香港作為旅遊勝地的國際形象。

## 在內地的推廣

30. 內地市場具有很大的發展潛力，加上已有 44 個城市開放「個人遊」，旅發局把握這個時機，聯同本地及內地旅遊業界，加強宣傳推廣，包括舉行巡迴展覽，與業界夥伴合辦策略性推廣活動，並與傳媒合作，介紹香港的新景點和現有特色。同時，旅發局又在內地「個人遊」城市增辦宣傳活動，以加強發放旅遊資訊，令「個人遊」旅客在來港前對香港留下深刻的印象。

31. 除了直接投放在內地市場的推廣開支，部份總辦事處的支出亦直接用於以拓展內地這個高增長市場，包括在 30 個高潛力城市加強推廣香港的品牌形象，以及刺激旅客在港消費的意欲。旅發局調撥這些資源，是為了在內地鞏固香港的形象，以及在面對鄰近旅遊目的地和內地本土旅遊的競爭下，繼續增加香港的市場佔有率。

32. 為了增加內地旅客對香港遊的認知程度和興趣，旅發局除了進行市場推廣活動外，其中一項重要的工作，是跟內地旅遊業界及有關當局建立良好的合作關係。例如，旅發局與負責簽發「個人遊」簽注的內地公安廳合作，向「個人遊」客群推廣；此外，又與內地教育部門合作，在學校推出宣傳活動，向家庭旅客進行推廣。為配合內地市場迅速增長，旅發局在過去兩年亦將內地辦事處的數目，由原來的兩個(北京和上海)增加至四個(廣州和成都)，員工人數則由 19 人增至 24 人。

## 監察機制

33. 政府與旅發局的理事會會繼續根據現有的監察機制及法例要求緊密地監察旅發局運用資源以執行其責任及工作，以確保公共資源得以有效地運用。監察機制包括由政府委任的獨立核數師審核旅發局周年財務報表，旅發局推廣活動的年報須提交予政

府及立法會。此外，旅發局是《防止賄賂條例》內界定的「公共機構」，並可受到審計署署長審查。

34. 旅發局設有財政監察及內部審核的常設機制，確保推廣活動的成本效益。旅發局的工作計劃、預算、推廣進度及成效，以及財政程序和守則，全部均經在理事會以下成立的委員會審議及監察，包括稽核委員會、財務及編制委員會、市場推廣及業務發展委員會及產品及活動委員會。

35. 此外，為量度推廣工作及活動的成效，旅發局設有四個客觀的主要業績指標，包括訪港旅客人次、旅客逗留時間、滿意程度及消費等。這四個指標透過不同的調查被確認及監察，以確保市場推廣工作能達致預期的效果。

香港旅遊發展局  
經濟發展及勞工局旅遊事務署  
2006年9月

2005-06 及 2006-07 年收入與支出

2006-07年度旅發局收入與支出預算及2005-06年度修訂預算概括如下：

	2006-07 預算	2005-06 修訂預算
	百萬港元	百萬港元
收入		
政府資助	746.23	688.74
經常性撥款	466.15	466.21
非經常性撥款	280.08	222.53
銀行存款利息	6.60	7.50
其他收入	0.82	0.97
運用儲備	21.63	22.41
撥回往年應計項目	-	4.00
總收入	775.28	723.62
支出		
經營活動支出	564.44	531.53
員工支出(註1)	173.96	155.55
辦公室支出	36.88	36.54
總支出	775.28	723.62

註 1: 2005-06年度修訂預算已計入2005-06年度較高的空缺率，而2006-07年度的預算是以現時員工的成本所計算出來的。

## 2006-07年度經營活動預算及客源市場預算

支出	經營活動 預算 百萬港元	用於客源市場 的預算 百萬港元
<b>旅遊業推廣</b>		
業界推廣活動	46.61	25.90
業界訪港考察	10.20	5.03
業務發展	22.50	9.50
觀光業務發展	0.80	-
	80.11	40.43
<b>消費者推廣</b>		
消費者傳訊推廣工作及服務	148.90	82.76
接待或歡迎旅客的安排以及宣傳物品	17.30	12.48
推廣大型活動	73.30	54.24
	239.50	149.48
<b>公關活動</b>	57.90	41.65
<b>目的地推廣</b>		
-大型活動*	88.30	-
-目的地推廣	40.73	-
-優質旅遊服務計劃	17.20	-
-其他	40.70	-
	186.93	-
<b>總計</b>	<b>564.44</b>	<b>231.56</b>

\*加上用於"消費者傳訊推廣工作及服務"的1,550萬元，用於6個大型盛事的預算為1.038億元。(8,830萬元 + 1,550萬元)