

5 二零零七年十二月二十一日會議
討論文件

立法會經濟發展事務委員會 香港迪士尼樂園計劃的工作進展

目的

本文件載述香港迪士尼樂園計劃自 2006 年 12 月以來最新的工作進展。

背景

2. 香港迪士尼樂園於2005年9月12日開幕。樂園是政府振興旅遊業和推動香港成為家庭旅遊首選目的地的其中一項策略性措施。樂園是一個世界級主題公園，提供高質素的家庭遊樂設施予公眾享用。在2006年，過夜家庭旅客和16歲以下的年輕旅客數字分別較2005年增加了15.8%和23.5%。過夜家庭旅客當中，有36%攜同子女到訪，比2005年的26%為高，可見樂園有助鞏固這個重要的旅客市場。

3. 香港迪士尼樂園由香港國際主題樂園有限公司(主題樂園公司)擁有，政府和華特迪士尼公司(迪士尼)為這家合營公司的股東。樂園由香港迪士尼樂園管理有限公司(樂園管理公司)管理，而樂園管理公司是迪士尼的全資附屬公司。主題樂園公司由董事局監察，成員包括五位來自政府的董事¹、四位迪士尼董事及兩位獨立非執行董事。香港迪士尼樂園現已開業第三年²。

樂園運作

4. 香港迪士尼樂園在第二個營運年度接待訪客超過 400 萬人次，較首個營運年度為低。根據主題樂園公司表示，景點在建築期及開幕前所引致的熱切期待，往往會造成開幕初期訪客人數比第二年為高，這種情況和世界上其他主題樂園的經營經驗亦大致相同。樂園自正式開幕以來，已接待超過 1 000 萬名訪客。以入場人數計算，香港迪士尼樂園能擠身全球二十大主題

¹ 由 2007 年 7 月 1 日起，五位來自政府的董事包括財政司司長、商務及經濟發展局局長、財經事務及庫務局局長、發展局局長及旅遊事務專員。

² 香港迪士尼樂園每個營運年度由 10 月開始至翌年 9 月結束。

樂園之列。根據主題樂園公司進行的顧客調查顯示，90%的訪客對樂園的體驗評為正面，92%表示有意重遊樂園。所得的評分比開幕初年兩個指標均為 85% 有所進步。

5. 香港迪士尼樂園的訪客來源比其他在區外知名度較低的景點較為國際化。在樂園開業第二年，來自國際和中國內地的訪客比例有所上升。

年度	訪客來源地分項數字		
	本地	內地	國際
2005-06	42%	34%	24%
2006-07	31%	39%	30%

6. 除了主題樂園，香港迪士尼樂園的兩所酒店³亦為訪客提供獨特的歡樂經驗。樂園酒店在上個營運年度的酒店入住率上升了五個百分點，這種正面的趨勢在今年持續。酒店住客對入住體驗評為正面的佔 97%，亦有 94% 的受訪者表示有意再入住酒店，較開幕首年的 96% 及 88% 為佳。

7. 作為發展策略的一環，香港迪士尼樂園已確定會展及獎勵旅遊業具有增長潛力。本營運年度至今，這方面的營業額已比開業第二年有明顯的增長。樂園內的兩所酒店亦提供獨特的婚禮場地。這方面的業務在過去兩年已錄得穩定增長。樂園會繼續善用在這個市場層面的優勢以進一步拓展其酒店業務。

8. 香港迪士尼樂園一直密切注意公眾對提升樂園旅遊體驗的期望。自開幕以來，樂園已推出五項全新遊樂設施，包括「馳車天地」、「UFO 地帶」、「幸會史迪仔」、「動畫藝術教室」和「米奇水花巡遊」。即將於 2008 年春季開幕的「小小世界」將會是樂園另一項大型的遊樂設施。此外，樂園亦將於 2008 年引進四個較小型的遊樂設施，以提升樂園的氣氛及讓訪客參與更多觀光和互動性質的活動。

9. 香港迪士尼樂園最近與商業貸款機構洽商重訂一筆為數 23 億元的商業貸款的年期，以及一筆為數 10 億元的周轉信貸。原本的貸款協議訂有半年結財務表現契諾，而最後貸款到期日則為 2015 年 10 月 26 日。在主題樂園公司最近與貸款集團所達成新的協議中，財務表現契諾已被撤銷，而貸款還款期亦提前

³ 兩所酒店分別為香港迪士尼樂園酒店和迪士尼好萊塢酒店。

至 2008 年 9 月 30 日，並由 2007 年 11 月 14 日起修訂周轉信貸額至 8 億元。

10. 雖然政府認同香港迪士尼樂園現處於運作初期，但作為主題樂園公司的大股東，政府對樂園的表現並不滿意。政府已敦促樂園管理公司繼續改善營運效率，並提出具成本效益的市場推廣策略。迪士尼亦同意在今、明兩個年度(即 2007-08 及 2008-09 年度)豁免管理費用並延收專利權費用，直至主題樂園公司財政狀況得到改善。

市場推廣及宣傳

11. 迪士尼乃國際知名品牌，具備在美國經營大型主題樂園的往績。不過，樂園需要時間適應本港的經營環境。根據過去兩年的營運經驗，樂園管理公司已定出部分需要進一步改善的地方。

(a) 令訪客的體驗更加豐富

12. 在 2006-07 年度，香港迪士尼樂園的訪客平均在園內逗留七小時。連同園內遊樂設施的數目比例計算，此數字和美國加州迪士尼樂園的相若。然而，市場認為樂園太細加上「遊樂設施不夠」，仍是訪客卻步的主要原因。有鑑於此，主題樂園公司已增加特備節目，務求令訪客的體驗更多姿多采，並吸引更多新和再遊覽的訪客。

(b) 針對青少年客群

13. 家庭旅客向來是世界各地迪士尼主題樂園的核心客群。香港迪士尼樂園深明這個客群十分重要，但同時設定青少年為另一目標客群。制定這個策略的部分原因是考慮到家庭旅客入場人數相當季節性，主要受到學校假期安排影響。

(c) 迎合亞洲／中國市場

14. 香港迪士尼樂園認為有需要去迎合本地訪客的口味，為香港這個地區呈獻一個獨一無二的迪士尼主題樂園。「夢想花園」是世界各地迪士尼前所未有的，特別為本地及內地訪客而設計，讓他們盡情拍照。而在明日世界中的「幸會史迪仔」，

亦採用互動動畫技術，備有粵語、普通話和英語版本。訪客日後亦會在香港迪士尼樂園新增的遊樂設施，例如「小小世界」，看到更多中國及亞洲的獨有特色。

(d) 實行彈性票務安排

15. 在 2006 年 9 月底，主題樂園公司推出香港迪士尼樂園「全年通行證」計劃，為多次到訪樂園的訪客提供更大彈性和方便。售出的通行證現已逾 11 萬套，符合計劃目標。通行證持有人超過 95% 是香港市民。

(e) 與本地旅遊業建立合作關係

16. 香港迪士尼樂園明白旅遊業界是重要夥伴，因此致力與業界加強合作關係，並擴展分銷渠道，以及改良產品及程式，以迎合亞洲市場。自樂園開幕以來，公司的銷售夥伴已由 50 個增加至 130 個。

(f) 分享市場資訊

17. 香港迪士尼樂園與旅遊事務署和香港旅遊發展局緊密合作，交流市場經驗和資訊，尤其是有關內地旅客的情況。透過市場滲透和消費模式研究，樂園會設計一套更深入的市場推廣策略，以便進一步將推廣工作覆蓋重要市場及其他有潛力的新市場。

人力資源

18. 截至 2007 年 12 月 1 日，主題樂園公司的僱員人數約為 5 000 人，是本港其中一個聘請最多演藝僱員的機構。鑑於樂園的運作相當季節性，主題樂園公司已調整全職及兼職員工的組合，以配合營運需要。

19. 主題樂園公司認同僱員培訓及發展的重要，現時員工大多介乎 20 至 29 歲，服務年資由兩年至五年不等。在開業第二年，主題樂園公司一共為演藝人員⁴提供 208 656 個小時的內部培訓及教育課程。每名演藝人員的平均受訓時數為 44.61 小時，較首個營運年度的 41.76 小時為高。樂園亦十分重視與演藝人員

⁴ 演藝人員泛指香港迪士尼樂園的全職和兼職員工。

的關係，並透過演藝人員大會和各種內部渠道，保持與工會代表和演藝人員的溝通。

企業社會責任

20. 主題樂園公司繼續透過樂園的社區關係計劃和義工服務，為本地社區服務。樂園自開幕以來，已支援超過 300 個慈善機構和非牟利團體。由演藝人員擔當的迪士尼義工，已提供 15 000 多小時的社區服務。

21. 主題樂園公司已鎖定兒童為其主要的慈善服務對象。公司一直和政府機構和非牟利團體緊密合作，大力支持兒童福利措施。透過這些夥伴關係，香港迪士尼樂園已接待數以千計貧苦兒童，尤其是有特殊醫療或發展需要的兒童。

22. 主題樂園公司亦致力培育本地的娛樂及表演人才。作為對接待業及旅遊業專業人員培訓的支持，主題樂園公司較早前宣佈為香港專業教育學院學生提供 160 個實習名額。在華特迪士尼公司撥款資助下，樂園亦推出獎學金計劃，使每年有 12 名香港演藝學院學生受惠。

持續改善及承擔

23. 經過開幕首兩年的營運經驗，香港迪士尼樂園正在重整其宣傳策略，以求更深和更闊地推廣樂園在香港、內地和國際的市場。與此同時，樂園亦致力豐富不同目標客群的遊樂體驗。政府和華特迪士尼公司定必全力實現此項計劃的長遠投資效益，雙方最近已就樂園的擴建計劃和長遠財務安排展開討論。我們會向立法會議員簡介討論進度。

旅遊事務署
商務及經濟發展局
二零零七年十二月