

香港旅遊發展局
2018-19 年度工作計劃
2018年2月26日

2017年重點工作簡報

- ◆ 舉辦全新活動及加強多項大型活動
- ◆ 推出地區推廣「舊城中環」
- ◆ 加強數碼媒體及公關推廣 提升宣傳效益
 - DiscoverHongKong.com 逾1.2億瀏覽頁次
 - 社交媒體粉絲 逾800萬
 - 全球宣傳效益 70億元
- ◆ 夥拍業界推出針對家庭及年輕客群優惠產品
- ◆ 推出多項支援業界計劃

2017 年整體訪港旅客數字

	整體	過夜
內地	+3.9%	+6.7%
短途	+2.9%	+4.1%
長途	(0.1%)	+0.1%
新市場	(11.9%)	(10.0%)
總數	+3.2%	+5.0%
總人次	5,847 萬	2,788 萬

註: 因四捨五入關係, 個別項目的數字加起來可能與總數略有出入

2017 年訪港旅客數字 個別客群表現

會展獎勵旅遊旅客

193萬人次

+1.9%

郵輪旅遊

245 船次訪港

+28%

90萬人次

+33%



2017 年旅遊業表現

過夜旅客人均消費(港元)^	6,447元	(2.3%)
過夜旅客平均留港時間	3.2晚	(0.1晚)
整體滿意度(10分滿分)^	8.4分	+0.1分
會推薦香港給朋友%^	91%	+1%pt.
會再度訪港 %^	92%	+2%pt.

註: ^2018年1月初步數據

2018 年表現預測

整體旅客人次	6,055.8萬	+3.6%
過夜旅客	2,899.6萬	+4.0%
過夜旅客人均消費(港元)	6,347元	(1.5%)
過夜平均留港時間	3.1晚	(0.1晚)
整體滿意度(10分滿分)	8.4分	不變

註: 2018年1月初步數據

2018 -19年度市場推廣預算

2018 / 2019 年度

現有撥款

4億120萬港元

常規撥款
3.25億元

+

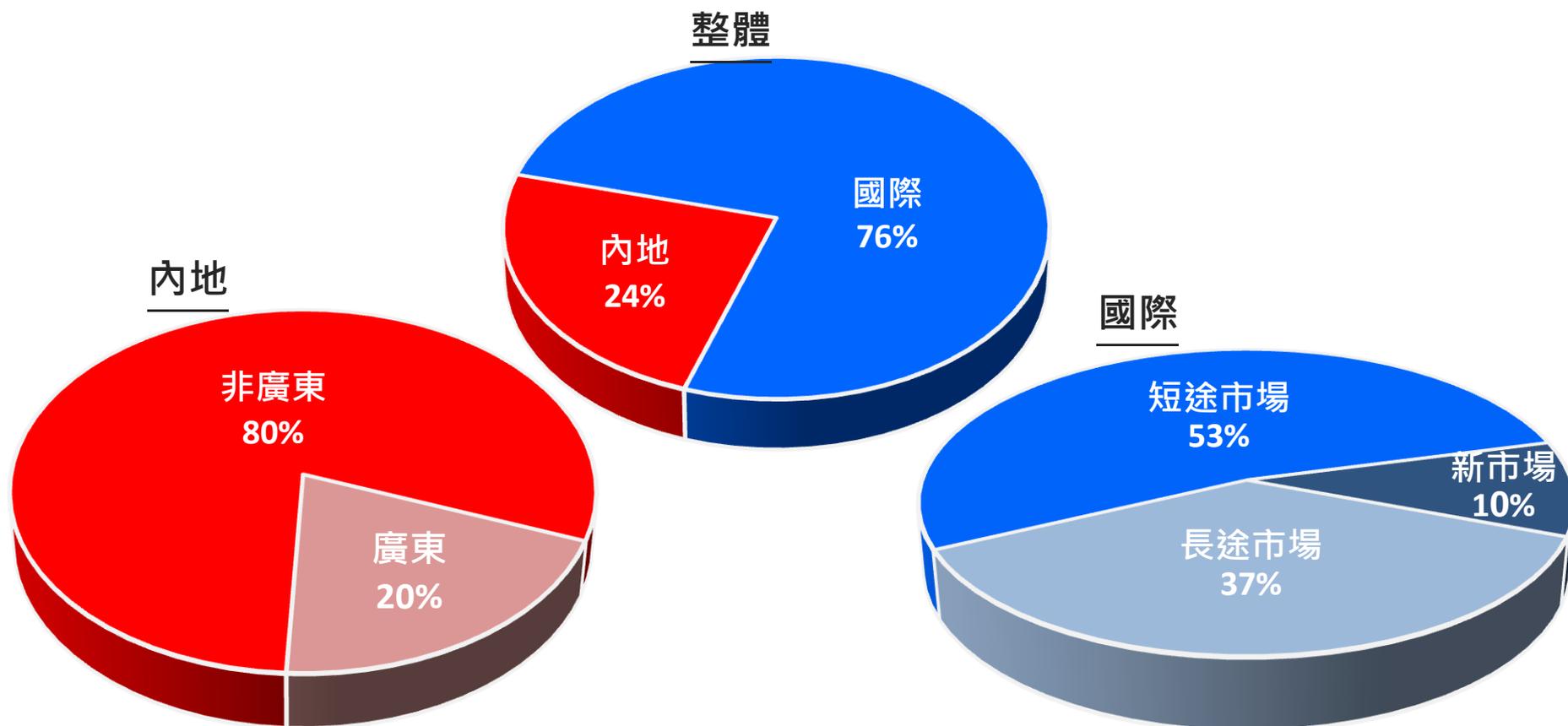
已批核的額外撥款
7,650萬元

2018 / 19 工作重點

- ◆ 集中資源吸引過夜旅客
- ◆ 藉高鐵及粵港澳大灣區推廣香港
- ◆ 繼續舉辦及推廣大型活動及盛事
- ◆ 擴展地區推廣 宣傳深度遊體驗
- ◆ 實現智慧旅遊
- ◆ 繼續支援業界發展
- ◆ 推動會展及郵輪旅遊發展

繼續集中資源吸引過夜旅客

◆ 繼續集中於20個客源市場 (佔訪港旅客 96%) 吸引過夜旅客





藉高鐵開通及粵港澳大灣區推廣香港

- ◆ 與國內及海外媒體合作，加強宣傳兩個新基建項目的發展
- ◆ 推出「首發」高鐵香港遊優惠產品
 - 目標城市：貴陽、武漢、長沙、廈門、南昌、福州、汕頭、廣州、東莞及深圳
- ◆ 與「驢媽媽」合作推出以香港為目的地的大灣區旅遊產品
 - 「驢媽媽」為內地其中一個最大的網上旅行社
 - 以廣東省城市為重點
 - 以大型活動為主題的自助遊產品，附送增值禮遇
 - 宣傳渠道：驢媽媽手機應用程式及網頁加入每周分享



推廣地區特色

Hong Kong Neighbourhoods

- ◆ 在2018年第二季推出深水埗區
- ◆ 東至大埔道、南至界限街、西至東京街及通州街、北至南昌街
中間以欽州街、南昌街、長沙灣道及荔枝角道貫穿
- ◆ 生活博物館 - 展示香港人的日常生活
 - 衣 (尋找 DIY 材料及價廉物美服飾)
 - 食 (品嚐道地美食)
 - 住 (認識公共房屋發展史)
 - 行 (漫遊尋寶)



實現智慧旅遊

四大方向



導覽
Navigate

- ◆ 點對點導航為旅客尋找前往景點路線



探索
Explore

- ◆ 因應旅客位置推送優惠與資料



認識
Learn

- ◆ 以QR Code與虛擬實景（VR）介紹景點



協助
Assist

- ◆ 運用人工智能解答旅客查詢

支援業界發展

- ◆ 把握大灣區發展推廣一程多站
 - 「粵港澳旅遊推廣機構」鎖定大灣區為推廣重點
 - 聯手打造大灣區品牌 及進行海外推廣
 - 推動大灣區業界開發旅遊產品

- ◆ 促進業界連繫開拓營商平台
(舉辦36項業界活動)

- ◆ 加強家庭及年輕旅客推廣
(增加優惠:景點餐廳、博物館、展覽門票)

- ◆ 繼續支援本地業界開拓特色旅遊產品

推動會獎與郵輪旅遊增長



會獎旅遊



- ◆ 由主要市場吸引更多旅客
- ◆ 資助申辦大型會展活動
- ◆ 吸引中小型會獎活動



郵輪旅遊



- ◆ 發展客源市場 刺激需求
- ◆ 吸引更多郵輪來港
- ◆ 爭取更多「飛航」旅客



HONG KONG
TOURISM BOARD
香港旅遊發展局

謝謝！