

立法會經濟發展事務委員會  
香港迪士尼樂園度假區行政總裁金民豪  
發言要點  
(2010年1月25日)

- 迪士尼樂園作為香港一項長遠策略性資產，目前尚處於早期發展階段。
- 耗資 36 億港元的擴建工程已經展開，第一個主題園區「反斗奇兵大本營」將於這兩年內落成，其餘預計將分階段至 2014 年中竣工。
- 在擴建工程的基礎上，就如何帶動未來業務持續增長，我們有以下的主要策略：

1. **整體概略：** -

- a) **收入：**提升入場人數、增加酒店入住率、拉動賓客平均消費
- b) **成本：**在保就業的大前提下，盡量節流、增加效率
- c) **創新：**充分利用迪士尼的品牌效應和優勢，發揮無限創意，推陳出新，呈現各種新穎的娛樂體驗及高質素產品
- d) **淡季應變：**同時在淡季時間，亦不忘為賓客帶來獨特新鮮的經驗。
- e) **人才培訓：**注重全體演藝人員培訓工作，不論級別，在待客之道、應變能力、安全操作、演藝排練以及自我提升各方面，公司都投入大量心力和時間，務求不斷提升服務水平。
- f) **賓客認可：**高度重視賓客評價，並以此量度服務水平和作出持續改善的基準。2009 財政年度，絕大部分賓客都非常滿意我們的服務。
- g) **回饋社會：**廣泛聯繫各界人士，積極融入社區，參與各項服務兒童、家庭和關注環境保護的義務社區活動，資助超過 500 個本地慈善團體及非牟利團體到訪樂園及舉辦活動。超過 100 萬個基層兒童及家庭受惠；設立迪士尼兒童基金，自開幕以來，樂園演藝人員共參與了 25,500 小時的社區服務

## 2. 市場策略: -

- 我們的目標很簡單：有更多人來，來過的多來幾次。
- 經過了幾年的運作，我們知道香港迪士尼除了要吸引家庭之外，吸引年青人亦是非常重要的。因為來香港的遊客當中，有大部分是年青人。而且，香港光顧主題公園的客人中，亦有大部分是年青人。
- 因此，在此次的擴建工程中，所新建的三個主題園區俱是針對年青人所設的。在擴建未完成之前，我們就以大量的季節性特別節目來吸引更多的年青客群。單在 09 年，年青客群佔全樂園的佔比就有 53%，比去年增加了 3%。
- 此外，促進客人重複來訪亦是非常重要的。季節性活動對客人重複來訪，因此亦非常重要及有效。
  - a) **香港:** 繼續因應不同節慶的旅遊旺季，包括春節、暑假、萬聖節及聖誕節，舉辦各類大型特備主題節目，推出嶄新的遊樂體驗，助鼓勵本地賓客重游。例如早前萬聖節的「迪士尼黑色世界」以及聖誕節的「雪亮聖誕·冬日奇緣」，增加樂園對不同客群的吸引力，有助成功爭取年輕人等非家庭客群。而今年新春的特備節目名為「虎虎生福」，特別請來陳慧琳擔任宣傳大使，設計了一系列獨有迪士尼精品，屆時更有一連串的新春特備節目。
  - b) **內地:** 按市場調研，把全國 24 個重點市場劃分為三個不同優先類別，以不同的市場信息及產品開拓新客源以及鼓勵賓客重遊樂園。並將大型主題活動的吸引力延伸至廣東以外，吸引更多新的內地賓客。
  - c) **海外:** 繼續與旅遊發局及旅遊業緊密合作，加強在內地及並向新興市場（例如印度）市場推廣及促銷，打造提高亞洲首選度假目

的地品牌知名度。利用特備主題節目拉動海外年輕賓客，鼓勵家庭旅客重游樂園。集中資源營造氣氛，促銷訪港前訂購安排。

- d) 加強與業界和策略伙伴合作，在傳統媒體外，進一步善用新興媒介例如社交網絡及互動媒體等，以嶄新形式吸引訪客。

### 3. 銷售策略： -

- 鞏固及維護現有市場及客戶及積極開拓新興市場

#### a. 業界銷售渠道：

- 增加市場滲透率，在內地的二線城市（例如天津、瀋陽、南京、杭州、中山、東莞和江門等）以及主要的新興市場（例如印度）伸延銷售網，加強市場。
- 加強印度市場的推廣。
- 推出門票酒店套餐，促銷訪港前訂購安排。
- 透過業內對口平台，例如內地的 IT&CM及澳洲的AIME 會議展覽，推動海外的會議活動業務（MICE）。
- 與旅遊業界合作，打造共同媒體推廣宣傳平台。
- 重點業界行內推廣，透過電子通訊、網站信息、搜尋器、業內刊物，把最新的產物和合作模式，主動向業界溝通。
- 積極參與旅發局「香港會議及展覽拓展部」（MEHK）的推廣活動，包括獎賞計劃、考察及業界推介會。2009年四至十一月，共引入來自內地、新加坡、泰國、馬來西亞、印度等地27組企業團體來訪，帶來5100張門票收益，協助進一步鞏固香港作為企業會議和獎勵旅遊的首選目的地。

#### b. 非業界銷售渠道：

- 推動與航空公司、港鐵、山頂凌霄閣、Circle K 便利店、各大酒店、各大購物商場的策略性伙伴，合作促銷
- 推廣迪士尼青少年活動計劃，深入學校、校友會、家教會、會所、團體等網絡。
- 重點推動賓客直接透過互聯網、電話預訂。

- c. **淡季促銷：**去年3月至5月推行的「迪士尼星級款待」計劃便是一個很好的例子，該計劃獲43 000名訪客給予好評，並奪得多個國際及本地獎項。我們更剛推出為期四個月「迪士尼主題慶祝 - 酒店住宿假期」計劃。此外，按市場調查分析，以不同的超值優惠，針對海外、內地、本地的不同客源，提供6 大類優惠：
- 1) 全年通行証優惠：不論購物、酒店、餐飲、水療美容都享有大幅折扣，更可以非常優惠的價錢甚至免費帶同一位朋友入場。
  - 2) 酒店優惠 - 專為「迪士尼主題慶祝」計劃而設的優惠，包括酒店住宿、餐飲、特備慶祝蛋糕、房間特別佈置、與迪士尼朋友拍照等。並為舊有酒店賓客提供高達40%的再訂房折扣。
  - 3) 專為內地賓客提供的多次入場証。
  - 4) 與國泰及港龍航空公司合作的買3送1或2送1的酒店、機票、入場券套餐優惠，針對吸引外地賓客。
  - 5) 慈善活動優惠 - 參與在舉辦的大型慈善活動，可獲入場券折扣優惠，例如為去年十一月聯合國兒童基金會慈善跑超過8500名跑手每人提供\$100入場券減免。
  - 6) 餐飲優惠：提供可享有八折的餐飲套券。

#### 4. **五周年慶祝活動**

- 在擴建工程項目開幕之前，針對 2011 年的業績需要，為了鼓勵遊客繼續不斷到訪，我們將利用樂園落成五年，舉行樂園五周年活動。
  - a. 今年乘著樂園成立五周年之喜，更會在首個擴建主題園區落成之前，推出全方位的慶祝活動，吸引賓客到訪。迪士尼傳統，逢“五”的周年慶祝都是大事，不論美國迪士尼主題公園會舉辦的“**What Will You Celebrate at Domestic Parks**”、巴黎迪士尼樂園的二十五周年慶祝或東京樂園的十五周年慶祝，無不有大型的特備娛樂節目，全方位透過度假、餐飲、購物，以及其他意想不到的驚喜，為賓客帶來嶄新的體驗。

- b. 其中的一個重要活動是為配合2010香港快樂家庭年，我們將推出為期一年的「迪士尼賞義工計劃」(Give a Day, Get a Disney Day - Disney Family VolunteERS Scheme )，本人並率領全體5,000名演藝人員，鼓勵全港超過50,000名家庭義工，親子之餘，共同服務社區，回饋社會。

最後，我想同各位分享一段有關擴建的介紹短片。我在開場時已經介紹過，樂園為了吸引更多的年青人進場，這些擴建的項目都是針對年青人而設的。現在請大家一齊看一下我們的介紹。

## 部分有關樂園營運的主動回應

### 1. 「自助通」系統

- 香港迪士尼樂園尊重賓客的私隱，並慎重地按照私隱政策保留，處理及使用任何自賓客獲得的個人資料。
- 香港迪士尼樂園度假區運用「自助通」系統，讓使用「全年通行證」及「酒店專用兩天樂園門票」的賓客，方便快捷地進入樂園。其他迪士尼主題樂園亦採用相同系統。
- 「自助通」系統不會儲存、傳送及記錄指模圖像。這系統只會從賓客手指表面抽取約五十個點位，隨即根據這些點位之間的距離，創造出一個獨有數值。當門票持有人憑門票進場時，系統會提取門票持有人的專有數值以作核實，但這些數值不能轉變為指模。
- 賓客可自由選擇是否使用這系統。若賓客不願意使用這系統，他們亦可出附有照片的身份證明文件，以作核實。
- 樂園亦積極配合個人資料私隱專員公署。

### 2. 檢查進場人士手包

- 為確保所有賓客獲得舒適、安全又愉快的遊樂體驗，如樂園規則所述，樂園會在入口處檢查進場人士的手提包、包裹及其他物品。基於安全考慮，樂園亦有權拒絕任何手提包、包裹或其他物品被攜進樂園。
- 此樂園規則已於樂園指南清楚列明。其他迪士尼主題樂園亦會在賓客進入樂園前檢查手提包、包裹及其他隨行物品。

- 我們感謝賓客一直以來的合作及理解，讓所有賓客及演藝人員都能安全地享受樂園體驗。
- 另外，樂園內設有 14 個飲水機供賓客免費使用。如賓客有需要飲熱水可隨時聯絡樂園內的演藝人員，他們都樂意提供協助。此外，樂園亦有各類飲品出售，滿足賓客所需。
- (如被追問是否任何食物都不准進場： 我們會視乎個別情況處理。)

### 3. 樂園同時關閉幾個遊樂設施

- 為確保遊樂設施安全和美觀，香港迪士尼樂園會定期每年為遊樂設施進行大型檢查及維修。
- 在大型檢查及維修期間，部分遊樂設施可能需要暫停開放。
- 鑑於樂園重視安全，推行定期大型檢查及維修，加上各個機動遊樂設施會每天進行例行檢查，去年，樂園機動遊樂設施的 Maintenance Readiness Index 高達百分之 99，反映其安全可靠程度非常高。
- 樂園致力為賓客帶來安全又愉快的體驗，我們會盡量妥善安排設施的維修時間，減低對賓客的影響。
- 樂園會將設施暫停開放的消息，上載至樂園度假區的網站，並在樂園門口售票處貼出通告，通知賓客有關安排。