



香港旅遊發展局

Best of all, it's in Hong Kong

香港旅遊發展局

年報 2017/18



掃描QR Code瀏覽360°全景

360°

目錄

2	主席及總幹事獻辭
2	主席獻辭
4	總幹事導言
6	香港旅遊發展局成員
8	旅遊業概況
8	訪港旅客人次
9	與入境旅遊相關的總消費
9	過夜旅客人均消費
9	過夜旅客平均留港時間
9	過夜旅客整體滿意度
10	策略重點
12	全方位環球推廣
35	創意市場推廣
40	全球公關宣傳
43	精采盛事及推廣
60	緊密業界合作
64	推動會展獎勵旅遊
67	豐富郵輪宣傳
70	拓展一程多站旅遊
72	優質旅遊服務
74	旅遊業及社區關係
78	獎項與殊榮
86	關於香港旅遊發展局
88	企業資訊
94	全球辦事處及地區代辦
96	獨立核數師報告

主席及總幹事獻辭

主席獻辭



首先，對於特區政府以及旅遊業界一直以來對香港旅遊發展局（旅發局）工作予以莫大的支持，齊心合力推廣香港成為全球首屈一指的旅遊目的地，我表示衷心的謝意。

大家的努力換來了豐碩的成果。訪港旅客數字在經歷連續兩年的下跌後，2017年重拾升軌。整體旅客數字上升3.2%，過夜旅客數字更有5%的增長。與此同時，旅客在港的旅遊體驗亦有所提升，更多的旅客表示他們對於在港的旅程感到滿意，並且會向自己的親友推介選擇香港作為旅遊目的地。

有此佳績，政府部門及旅遊業界的努力，以至整體社會大眾對於旅遊業的支持都不可或缺。大家的付出不但讓旅客對香港留下美好的印象，亦為旅遊業的持續發展，奠下深厚的根基。

憑著香港人敢於創新的精神，香港多年來保持世界級旅遊目的地的地位。旅發局一直積極與政府及業界合作，開展一系列創意推廣，吸引更多高增值旅客來港，並進一步提升他們在港的旅遊體驗。

於2017年，在政府的撥款支持下，我們成功舉辦首屆「香港電競音樂節」；推出全新版本，更為璀璨的「幻彩詠香江」；加強多個大型活動的內容；並推出多項業界支援計劃。此外，旅發局更推出了全新地區推廣計劃——「舊城中環」，帶旅客近距離接觸香港多姿多采的地道生活及文化面貌。

展望未來，廣深港高鐵香港段開通，讓香港與內地的高鐵網絡接軌；港珠澳大橋通車，推動整個大灣區旅遊發展；加上國家「一帶一路」的政策方向，為旅遊業的發展，特別是「一程多站」旅遊的發展，提供了重大機遇。

旅遊業是香港經濟的支柱產業，與社會大眾息息相關，創造不少就業機會，讓不同階層、從事不同行業的人士都能分享當中的成果。要推動旅遊業向前發展，政府以及整體社會的共同支持是成功的關鍵。

讓我們團結一致，凝聚共識，持續不懈，為香港的旅遊業共創更卓越的未來。

香港旅遊發展局主席

林建岳博士, GBS

總幹事導言



堅毅不屈的精神一直是香港賴以為成功的關鍵。在社會各界包括政府、旅遊業界以及社會大眾的共同努力下，2017年，我們成功扭轉了訪港旅客數字連續兩年下降的趨勢。

年內，香港旅遊發展局（旅發局）與政府及旅遊業界攜手努力，推出全方位的旅客宣傳推廣計劃，從吸引他們選擇香港作為旅遊目的地，以至與親友分享香港旅程中的喜悅，在每一個階段，提升他們的體驗。

首先，我們以旅發局的數碼及公關平台為宣傳骨幹，將香港的旅遊訊息帶給全球各地的消費者，引發他們來港的興趣。2017年，旅發局網站DiscoverHongKong.com有超過1億2,000萬的瀏覽量，我們的全球公關宣傳效益超逾70億港元，旅發局的社交媒體平台至今已擁有超過1,000萬的追隨者。我們透過這些渠道，把香港的旅遊特色，宣傳至世界每一個角落。

為鼓勵旅客落實選擇香港作為旅遊目的地，我們與業界合作繼續推出反應不俗的家庭及年輕客群宣傳推廣計劃。2017年，我們與160個業界夥伴合作，包括航空公司、景點、酒店、零售及餐飲業界，推出更多具吸引力的優惠。

我們的工作不只是一要吸引旅客訂購來港行程，更要確保每一位旅客在港期間的旅遊體驗更豐富、更滿意，驅使他們一次又一次地重臨香港，並向自己的親友推介香港作為旅遊目的地。

於2017年全年旅發局籌辦及宣傳超過90項不同類型的活動。除了舉辦了有聲有色的年度盛事——「香港美酒佳餚巡禮」，在「香港單車節」更引入了首次在香港舉行的國際單車聯盟（UCI）亞洲巡迴賽1.1級公路賽。為了讓香港的旅遊吸引力可以更豐富、更多元，我們亦推出了首個地區旅遊推廣項目「舊城中環」，引領旅客像本地人一般走進社區，探索香港的地道生活文化。

我們亦竭盡所能令旅客對香港留下深刻美好的印象。從旅客透過#DiscoverHongKong分享數以百萬計的香港之旅照片及影片，印證了我們的努力成果。

旅遊業要持續健康及穩定的發展，需要每一位業界朋友攜手努力。旅發局一直為我們的業界夥伴提供支持，協助他們在各個客源市場拓展商機。在政府的撥款下，我們資助業界吸引更多中小型的會展及獎勵旅遊項目，選擇以香港作為目的地。另外，我們又分別推出了「過境旅客留港優惠計劃」及「延長旅客留港優惠計劃」，鼓勵旅客延長在港的逗留時間。同時，我們亦推出了「綠色深度遊先導計劃」，鼓勵旅遊業界開發更多嶄新的綠色旅遊產品，帶領旅客發掘香港怡人的綠色景致。

以上種種工作能夠順利推行，全賴政府、旅遊業界、贊助機構以及社會大眾的鼎力支持。另外，我亦對於旅發局理事會各個成員的指導及大力支持，同事們的不懈努力，表示衷心謝意。

一直以來，香港無論經歷多少考驗，都能乘風破浪、奮勇向前。隨著連繫內地的道路及鐵路基建逐一落成開通，為香港的發展立下新的里程碑，亦為香港旅遊業締造黃金契機，把香港發展成世界各地旅客的旅遊樞紐。

憑著我們的熱忱、團結和不屈不朽的精神，我很有信心，我們必定能夠抓緊契機，令香港繼續保持著世界級旅遊目的地的地位，帶給旅客精采、難忘的旅遊體驗。

香港旅遊發展局總幹事
劉鎮漢

香港旅遊發展局成員

截至2018年10月在任的成員

林建岳博士, GBS

主席

麗新集團

主席



黃智祖, JP

副主席

香港特別行政區政府
商務及經濟發展局
旅遊事務專員

(註 i)



陳子政, BBS, JP

稽核委員會主席

東亞銀行有限公司

高級顧問



陳覺威

九龍酒店

總經理



周允成

周生生集團國際有限公司

董事兼副總經理



方舜文

香港貿易發展局

總裁



郭艷明

信報財經新聞有限公司

總編輯

(註 ii)



梁宏正, JP

新興織造廠有限公司

董事

(註 ii)



那巴利

市場推廣及業務發展委員會
主席

環美航務

集團商務總監



龐建貽, JP

產品及活動委員會主席

大亞國際集團有限公司

創辦人及董事總經理



施南生

電影工作室有限公司
執行董事



沈朝生

南華（快捷）旅行社有限公司
執行董事



譚允芝, SC, JP

財務及編制委員會主席

資深大律師



唐偉邦

香港太古集團有限公司
公共事務董事



黃進達, JP

康泰旅行社有限公司
執行董事



胡文新, JP

合和實業有限公司
執行副主席兼董事總經理



楊碧瑤

富豪酒店國際控股有限公司
執行董事兼首席營運官



楊美珍

香港鐵路有限公司
商務總監



葉詠詩, BBS, JP

香港小交響樂團
音樂總監
(註 iii)



余葉嘉莉

羅兵咸永道會計師事務所
消費市場行業
審計合夥人



註：(i) 黃智祖先生於2018年2月20日接替朱曼鈴女士出任旅遊事務專員和香港旅遊發展局副主席。
(ii) 任期由2017年11月1日起生效。
(iii) 圖片提供：Yvonne Chan
(iv) 截至2018年3月31日止年度內曾經在任的旅發局成員如下：梁偉賢爵士和麥炳良(又名麥華章)先生於2017年10月31日離任。

2017旅遊業概況

訪港旅客人次:

5,847 萬

過夜旅客人次:

2,788 萬

不過夜旅客人次:

3,059 萬



掃描QR Code瀏覽360°全景



與入境旅遊相關的總消費:

2,967
億港元



過夜旅客人均消費:

6,443
港元



過夜旅客平均留港時間:

3.2 晚



過夜旅客整體滿意度 (滿分為10分):

8.4 分



策略重點

P.12 全方位環球推廣

P.43 精采盛事及推廣

P.35 創意市場推廣

P.60 緊密業界合作

P.40 全球公關宣傳

P.64 推動會展獎勵旅遊



P.67 豐富郵輪宣傳

P.72 優質旅遊服務

P.70 拓展一程多站旅遊

P.74 旅遊業及社區關係

全方位環球推廣

香港能夠從一眾競爭激烈的旅遊目的地中脫穎而出，靠的是許多令人目眩神馳的旅遊體驗及多元豐富的旅遊產品。在2017/18年度，我們推出針對不同客源市場的策略性綜合推廣，鼓勵20個主要客源市場的旅客像本地人一樣發掘香港的地道特色，「盡享•最香港」。

中國內地

中國內地是香港最大的客源市場，訪港旅客人數居冠，很多國家和地區都希望能從這個龐大的市場中分得一杯羹。在激烈的競爭下，我們的首要工作是刺激旅客重遊的欲望，同時吸引首次訪港的旅客。因此，我們一直致力在節慶和大型活動期間推出具吸引力的優惠，並利用網絡紅人的影響力、名人效應、創新的會展獎勵及郵輪旅遊推廣計劃，吸引內地旅客訪港。

藉香港特區成立20週年紀念加強業界推廣及夥伴合作

藉着香港特別行政區（以下簡稱香港特區）成立20週年的契機，我們加強與主要航空公司及旅行社代理合作，包括中國國際航空、國泰航空、香港航空、中國東方航空及中國旅行社，同時通過傳統和數碼媒體渠道推出精選旅遊套票，以廣泛宣傳這次慶祝活動，並吸引目標城市的自助遊旅客到港。此外，我們也繼續與廣受歡迎的網上旅遊平台攜程、途牛和飛豬等聯手，推出針對年輕和家庭旅客的新旅遊產品，以及特區成立20週年紀念和大型活動的獨家優惠。

內地消費者精通數碼科技，往往會倚重網上社交平台 and 旅遊網站來獲取旅遊靈感與意見，今年我們便再次夥拍騰訊，並與螞蜂窩建立策略合作關係，趁著特區20週年紀念製作一些正面的故事，推廣香港好客熱情與時尚型格的形象。



萌宝游香港 同行庆回归
亲子生日团招募

招募对象：小孩在7月份出生的家庭，核实以身份证信息为准 **出发时间：**7月15日

活动亮点：

- 亲子特色：畅游【香港海洋公园】，安排海洋明星【幕后之旅】
- 特别安排【海龙王·海底世界】或【冰极·企鹅】主题餐厅享用特色美食
- 畅玩【香港迪士尼乐园】，约会“Marvel夏日超级英雄”，与美国队长和蜘蛛侠亲身会面
- 游览香港回归的经典景点如金紫荆广场、会展中心，感受香港回归20周年的变迁
- 特色赠送【Jenny Bakery珍妮曲奇小熊饼干】
- 亲子教练指导互动游戏
- 行程期间更有生日礼遇

[点击报名](#)

更多精选行程推荐

 <p>含教练 <香港5日游> 深度体验百年香港，畅玩迪士尼整天，海洋公园亲子互动，夜...</p> <p>特惠价 ¥5591起</p> <p>立即购买</p>	 <p><香港4晚5日游> 海、陆、空挑战夏令营</p> <p>特惠价 ¥3375起</p> <p>立即购买</p>
 <p><香港迪士尼乐园5日自助游> 入住1晚迪士尼探索家度假酒店 全新开幕 新...</p> <p>特惠价 ¥2902起</p> <p>立即购买</p>	 <p><香港5日半自助游> 畅游海洋公园全天，迪士尼乐园两日嗨翻天，一晚迪士...</p> <p>特惠价 ¥6079起</p> <p>立即购买</p>

為了加強與內地的情感連結，同時繼續推動「盡享•最香港」的品牌推廣計劃，我們把回歸20週年的推廣元素融入到品牌短片中，在內地主要的視頻平台播放。

- 香港特區成立20週年與航空公司合作推廣活動的銷售額：超過13,000張機票及近5,000份旅遊套票
- 攜程、途牛和飛豬全年售出的旅遊套票：超過150萬份
- 與騰訊及螞蜂窩合作的整體宣傳效益：超過3,200萬港元



名人推介吸引年輕客群

為了吸引內地旅客訪港，特別是針對1980後和1990後出生的客群，我們特別邀請了名人與網絡紅人參與推廣香港。根據一項市場研究¹，80後和90後佔了中國2016年外遊市場份額的70%，其重要性可見一斑。

2018年2月，我們委任了在香港土生土長的人氣偶像王嘉爾（Jackson）為「香港旅遊推廣官」，以接觸更多內地年輕旅客。旅發局舉行了委任儀式，並獲得多個社交媒體廣泛報道。作為推廣官，王嘉爾更獲邀參與「新春國際匯演之夜」，登上旅發局的花車向旅客和市民拜年。

除了爭取名人對推廣活動的支持，我們也邀請內地一些高收視的「真人騷」電視節目來港拍攝，宣傳香港，其中包括「天天向上」、「快樂大本營」、「極速前進」、「極限挑戰」和「鋒味」。這些由

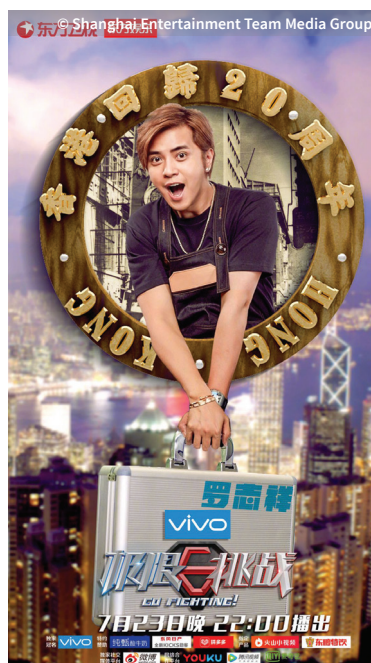


¹ "Chinese Tourists Spend 229 Billion USD in 2015." Press Release | GfK Global, GfK, 14 Jan. 2016, www.gfk.com/insights/press-release/chinese-tourists-spend-229-billion-usd-in-2015/.

內地及香港名人主持或參與的節目，在內地省市的衛星電視頻道和網絡電視平台播放，能夠接觸更多觀眾，展現香港豐富的旅遊體驗。

在萬聖節推廣時段，我們和以輕鬆幽默風格而深受年輕網民追捧的網絡漫畫「王尼瑪」合作，在網上旅遊平台「要出發周邊遊」（Yaochufa.com）推廣萬聖節主題產品。王尼瑪幽默搞笑的風格，正正與萬聖節推廣活動的特質十分契合。

- 「天天向上」、「快樂大本營」、「極速前進」、「極限挑戰」和「鋒味」的宣傳效益：逾6億港元



開拓會展獎勵旅遊新客群與市場，並通過社交媒體推廣郵輪旅遊

我們與業界及媒體夥伴緊密合作，推廣香港作為會展獎勵及郵輪旅遊目的地。透過企業拓展活動，我們成功與直銷業媒體夥伴HOPE MEDIA合作，為香港的獎勵旅遊帶來新機遇。這次合作為我們帶來兩個內地考察團，以度身訂造的行程，讓多個行業與學術界的會展主辦機構、企業決策者及會議籌辦機構感受香港的會獎魅力。除了拓展新客群，我們也舉辦了兩個綜合性的會展獎勵旅遊活動，以期開拓廣州和成都等新市場。

在郵輪旅遊方面，我們以季節性的推廣計劃來爭取年輕和家庭客群，包括與知名的新聞資訊類應用程式「今日頭條」、「網易」等合作，並夥拍社交網絡紅人，以及通過媒體平台的廣告，宣傳香港作為郵輪旅遊目的地的優勢。另外，藉着「世界夢號」豪華郵輪在2017年年底舉行首航與命名儀式，我們也在微信上推出一系列廣告和發送帖文廣為宣傳，同時刺激消費者的欲望，到香港享受郵輪假期。



- 在廣州和成都舉辦綜合性會展獎勵旅遊活動的成績：成功爭取21個會展獎勵旅遊團體，近7,000人次訪港
- 郵輪季節性推廣活動的曝光率：逾3.8億次

台灣

很多台灣旅客對香港並不感到陌生。為了吸引台灣旅客重遊，我們展開一系列創新的公關宣傳與市場推廣計劃，帶領旅客深度體驗香港，並發掘原汁原味的地道文化特色。

重點推廣「舊城中環」

在2017年5月，我們邀請兩位旅居香港多年的台灣人，在「舊城中環」新聞發佈會上，分享他們在中環生活點滴。隨後，我們推出一連串的市場推廣與公關宣傳，包括在台北捷運站投放戶外廣告、隨當地雜誌派發「舊城中環」指南、安排傳媒考察團訪港，在電視新聞報道和數碼平台播放宣傳短片。

此外，我們亦邀請台灣插畫家、作家、演員和博客拍攝六段趣味十足的宣傳短片，介紹他們在「舊城中環」的個人推介。這些宣傳片迅速竄紅，在社交媒體上瘋傳。

與此同時，我們特別邀請了台灣旅遊業夥伴來港遊覽「舊城中環」，並穿上傳統旗袍漫步街頭，感受該區融合中西古今的魅力。另外，我們也與國泰航空、中華航空和11家旅行社進行策略性合作。

- 「舊城中環」新聞發佈會的宣傳效益：300萬港元
- 「舊城中環」網絡紅人宣傳片瀏覽量：超過200萬次
- 「舊城中環」業界合作計劃相關的機票和旅遊套票銷售額：14,000份



創新的季節性推廣

傳統的推廣手法已經無法滿足台灣旅客的要求。在2017/18年度，我們採取創意新穎的手法，來提升香港不同季節的旅遊吸引力。我們邀請台灣職業單車選手馮俊凱參與「香港單車節」，並一同出席記者會，宣傳首個在香港舉行的國際單車聯盟（UCI）亞洲巡迴賽1.1級公路賽。台灣的單車選手加上訪港傳媒考察團的體育記者，一共有48人參與這項盛事，獲得媒體廣泛報道。

冬天是台灣旅客訪港的另一個旅遊旺季。為了推廣「香港繽紛冬日節」，我們找來台灣知名樂團旺福合作，製作了一首聖誕歌曲，並把這支數碼音樂短片放到活動網站上，旅客輸入姓名就可以創造專屬自己的聖誕歌曲。為了鼓勵更多人觀看，短片內還附有機票折扣碼，讓旅客可以優惠價購買中華航空機票。



- 「香港單車節」台灣推廣活動的宣傳效益：520萬港元
- 「香港繽紛冬日節」台灣推廣活動的宣傳效益：590萬港元

推廣嶄新旅遊新模式——「飛航郵輪」

我們在台灣積極推廣「飛航郵輪」的旅遊新模式。通過與著名的電視旅遊節目合作，以及多個傳媒考察團訪港，向台灣旅客展示香港發展「飛航郵輪」的優勢。我們也聯同星夢郵輪、長榮航空及各大旅行社推出停留香港的四日三夜旅遊產品，並利用捷運站的戶外廣告及多個消費者旅遊展大力宣傳。



- 與星夢郵輪長期合作推出的「飛航郵輪」產品帶來的訪港旅客：7,200人

日本

香港的美食及融合中西文化的特質，擄獲了不少日本消費者的心，他們都把香港當作是理想的短途旅遊目的地。在2017/18年度，我們展開了連串具創意的推廣計劃，以名人推介、媒體與旅遊業界的支持配合，加強向日本旅客推廣香港的吸引力。

Hong Kong Shingo Art — 香取慎吾的香港畫作

我們邀請日本巨星香取慎吾到全球最長戶外有蓋行人扶手電梯——中環至半山自動扶手電梯旁的牆身作畫。這次合作成功吸引到不少日本藝術愛好者赴港，特別是在2018年3月的「香港藝術月」期間。而且由於香取慎吾的街頭創作落戶「舊城中環」，令這個地區成為日本旅客的焦點。

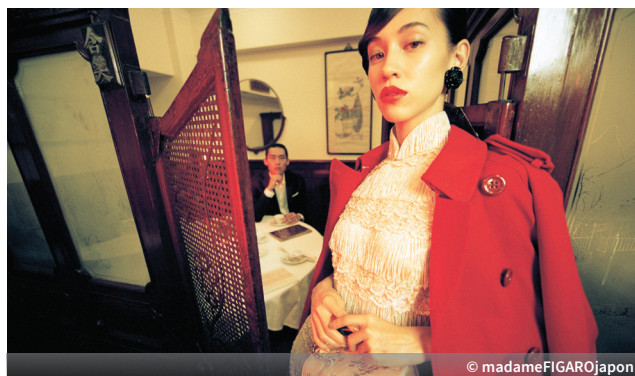
香取慎吾以象徵祥瑞的龍，創作了巨型壁畫《大口龍仔》，這是他第一個海外繪畫作品。為配合這次活動，我們推出了綜合推廣計劃，包括由香取慎吾在中環為其壁畫揭幕、與日本國內主要報章合作、把幕後製作花絮短片與照片在媒體機構發放及在社交媒體平台以#hkshingoart分享，同時與日本主要旅行社代理合作推出介紹香取慎吾畫作的旅遊套票。

- 截至2018年9月底，香取慎吾香港畫作活動的全球宣傳效益：5,500萬港元



水原希子為《madame Figaro japon》拍攝封面特輯

時尚女性雜誌《madame Figaro japon》以日本著名模特兒兼演員水原希子為封面主角，推出「迷戀香港24小時」為題的特輯，用超過40頁的篇幅帶讀者遊走香港迷人的日與夜。作為旅發局委任的「星級香港迷」，水原希子化身為著名導演王家衛電影中的角色，向他致敬。享譽國際的王家衛導演，在日本也有很多影迷喜愛他的作品。《madame Figaro japon》雜誌在其官網上特別建立了特輯專頁，並上載她拍攝特輯的短片和15篇相關文章，得到廣泛宣傳與報道。



● 《madame Figaro japon》特輯的宣傳效益：450萬港元

日本歷來最大的業界代表團

2017年6月，60位來自東京、名古屋、大阪、福岡和札幌的主要旅遊業代表訪港，是日本歷來到港最大型的業界代表團。我們安排了四天的考察行程，讓他們體驗最新的旅遊推廣，包括「香港郊野全接觸」和「舊城中環」。同時，更安排了業務洽談會，讓日本業界代表與超過100位香港同業一對一會談交流，開拓商機。

- 日本五大旅遊批發商——JTB、H.I.S.、日本旅行社、近畿日本國際旅行社及JALPAK把「舊城中環」列入旅遊套票中

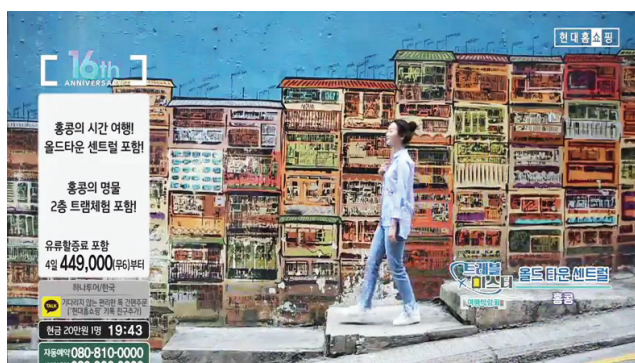


南韓

南韓旅客崇尚潮流時尚，故此，我們會把新穎潮流的內容加入與各界合作的推廣活動中，以爭取南韓旅客的青睞。

名人與網絡紅人推廣「舊城中環」

「舊城中環」是南韓市場推廣活動的重點，突顯該區豐富的街頭藝術、融合中西文化的建築及地道美食。為了生動展現「舊城中環」的魅力，我們夥拍南韓超人氣社交媒體旅遊平台「Travel Factory」製作兩段充滿藝術感且浪漫的短片，並聯同照片在一些網絡紅人的數碼平台上發放。



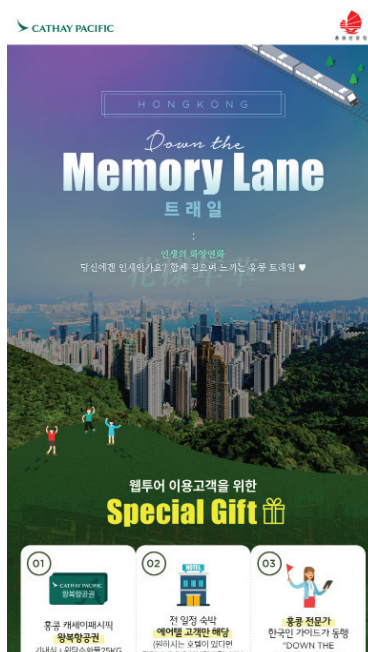
此外，我們也與電視台如KBS、SBS和MBC合作，讓他們在「舊城中環」的熱門景點取景，拍攝節目和電視劇。其中，南韓著名藝人如張赫也到該區取景，藉此吸引影迷的關注。為了豐富旅客在香港的體驗，我們也出版了韓語版的「舊城中環」指南、地圖和優惠券小冊子。

除了公關宣傳與市場推廣活動，我們也籌劃了多個與業界合作的項目，包括由韓亞航空及主要旅行社代理推出超值的機票和旅遊產品，以刺激銷情。我們還參與了兩個大型旅遊展——「Korea World Travel Fair」及「Hana Tour Travel Mart」，向南韓旅客推介相關旅遊產品。

- 「舊城中環」相關推廣計劃的宣傳效益：3億港元
- 兩個旅遊展的參與人數：16萬人

遊走於歷史文化中的行山徑

除了藝術文化，很多南韓旅客也很喜歡行山。在「香港郊野全接觸」推廣活動期間，我們把太平山頂到香港大學一條行山徑以「Down the memory lane」為主題推介予南韓旅客，讓他們可以在這段風景如畫的行山徑中享受大自然，並拍照留念。我們夥拍社交媒體平台製作短片，展現這條行山徑沿途的迷人景致。此外，我們也與八家提供自助遊的旅行社、南韓最大旅行批發商Hana Tour及香港的國泰航空攜手合作，推出包含這條行山路線的精選旅遊套票和產品。為了打動旅客，旅遊套票還包括免費行山導賞團、各種美食和交通優惠。



● 與提供自助遊的旅行社、Hana Tour及國泰航空合作推出的旅遊套票銷售額：約5,200份

「香港FUN享夏日禮」機票促銷

炎炎夏日，南韓旅客也和其他短途市場的旅客一樣，喜歡與家人和朋友到鄰近旅遊目的地歡度短假期。我們藉此機會與國泰航空合作推出特價機票促銷，並在Facebook、Instagram、旅發局和國泰航空官網等多個網上平台展開推廣活動，務求使香港成為南韓旅客在夏天首選的旅遊目的地。

- 「香港FUN享夏日禮」的曝光率：3,380萬次
- 「香港FUN享夏日禮」期間國泰航空的機票銷量：逾16,000張



東南亞

我們在東南亞除了推出區域性綜合宣傳，亦展開切合不同客源市場需要的推廣活動，特別是新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國及印尼。

切合不同客源市場的綜合宣傳活動

為配合大型盛事及推廣活動，旅發局在東南亞推出富創意的綜合宣傳活動。

在我們的全球公關推廣「20 of the Best in Hong Kong's Old Town Central」中，介紹了來自五個東南亞市場的旅港人士，藉此吸引媒體報道。最後有超過200篇印刷媒體和電視報道相關內容，並涵蓋「舊城中環」的地道文化、街頭藝術與歷史。



2018年3月「香港藝術月」期間，我們邀請了四位來自印尼的藝術和生活時尚界名人訪港，發掘香港豐富多元的藝術活動。同行的還包括印尼三大傳媒機構，這次行程宣傳效果理想，獲得印尼、新加坡及泰國市場的印刷、網上及社交平台廣為宣傳。此外，我們也舉辦了一個聚會，讓印尼著名藝術家兼策展人Vivi Yip與當地藝術界和收藏家互動交流。

由於不少泰國人熱愛單車運動，我們便在當地積極推廣「香港單車節」，成功吸引到許多單車好手參與其中，包括兩位知名單車好手Vanitcha Mint與Nick Sagarik。他們兩人更將參賽體驗在自己的社交媒體帳戶及向多個泰國媒體平台分享。我們也藉此推出相關旅遊套票，以吸引泰國單車愛好者到港。



- 「舊城中環」所有相關項目與宣傳活動的宣傳效益：超過1,500萬港元
- 「香港藝術月」綜合推廣計劃的宣傳效益：740萬港元
- 參與「香港單車節」的泰國單車手人數：110人

「香港活現吉隆坡」大型宣傳活動

我們聯同八個主要景點於著名的購物中心Suria KLCC舉行為期六天的大型推廣活動，推介香港的回教景點及旅遊設施，同時介紹最新的旅遊產品。為慶祝香港特區成立20週年，我們特別邀請了時任香港特別行政區律政司司長袁國強資深大律師與當地知名回教演藝家庭Awal Ashaari、Scha Alyahya及女兒一同主持開幕禮。場內還設立了回教專區，展示香港專為回教客群而設的旅遊產品。此外，馬來西亞主要旅行社與航空公司也為消費者提供旅遊套票獨家優惠，吸引旅客訪港。



- 「香港活現吉隆坡」推廣活動的宣傳效益：340萬港元

與業界廣泛合作及推廣

許多東南亞旅客喜歡全家出遊，我們於是聯同當地旅行社及航空公司，全年在五個客源市場推出八個「全家樂遊香港」推廣計劃，以吸引當地家庭在學校假期遊港。在泰國，我們與十家旅行社參與了泰國國際旅遊展，推出機票、酒店和景點優惠。此外，我們也與旅港的泰國網絡紅人「Eat Like 852」合作，請她從媽媽的角度分享香港美食及合家歡活動。

而在菲律賓，我們參與了兩個大型消費者旅遊展——Travel Madness Expo及Travel Tour Expo，宣傳香港並推廣優惠旅遊套票。藉著「舊城環」和「香港郊野全接觸」等推廣活動期，我們亦與亞洲航空、新加坡航空及網上旅遊產品預訂平台「客路」（Klook）攜手合作，分別在馬來西亞與新加坡推出優惠促銷。在印尼方面，我們與五大旅行社組成合作聯盟，宣傳並推廣包括香港、澳門、深圳和珠海的「一程多站」旅遊套票。

- 與新加坡航空及「客路」合作期的機票銷量：按年同期增長超過40%



加強與業界合作推廣會展獎勵旅遊

東南亞涵蓋了四個新興市場，為香港的會展獎勵旅遊帶來龐大機遇。年內，我們舉辦了四天訪港交流團，讓超過25家東南亞會展獎勵旅遊旅行社與90多位香港業界夥伴交流，洽談商機，並親身體驗香港會展獎勵旅遊產品。

此外，我們也聯同嘉魯達印尼航空及國泰航空舉辦了兩場企業晚宴，向印尼多家企業展示香港舉辦會獎旅遊活動的優勢。



● 出席兩場企業晚宴的會獎旅遊公司：90間

新市場

因應印度、俄羅斯及海灣合作地區國家等新市場的消費者較容易受名人效應影響，旅發局致力借助他們的力量，以提升於當地的宣傳成效。

與印度名人探索香港

年內，旅發局與兩名來自印度的名人合作，分別是身兼模特兒及演員的Bani J，以及知名廚師Kunal。為宣傳「舊城中環」項目，我們邀請Bani J拍攝一段很有格調的宣傳短片，鼓勵消費者親身來港體驗，並透過著名旅遊規劃網站Kayak，以及旗下的數碼平台及應用程式播放，讓我們的宣傳訊息可以接觸到更多受眾。另外，配合「香港美酒佳餚巡禮」的推廣，我們邀請Kunal來港拍攝五段不同主題的宣傳短片，並於國泰航空及ABP電視頻道中播放。



Courtesy of @ChefKunalKapur

Kunal Kapur
@ChefKunalKapur
The most beautiful start to Hong Kong is the Old Town Central. A place where old & new coexist. #TravelWithKunal #HongKong @HKINeverKnew



1:59 AM - 22 Oct 2017



- Bani J「舊城中環」推廣曝光率：超過120萬次
- Kunal宣傳短片的宣傳效益：110萬港元

Viu India呈獻浪漫香港

我們與印度知名數碼電視平台Viu India合作，製作於網上播放的愛情喜劇「It happened in Hong Kong」，講述兩名旅人於香港相遇的故事。劇集除了在Viu India平台上播放以外，經過剪輯之後亦於當地主流電視台Zoom TV播放。



● 透過Viu India及Zoom TV接觸的觀眾人數：1.1億

The poster features the title 'It happened in Hong Kong' in a stylized blue font, with 'Viu original' above it. Below the title is a red silhouette of the Hong Kong skyline. The poster is divided into several sections: a top section with a woman's face, a middle section with a man and a woman walking, and a bottom section with a man and a woman standing. The bottom section also includes the Viu logo, the tagline 'Kaafi Feels Bro!', and the text 'Coming Soon in March! Download Now' with links to the App Store and Google Play. The website 'viu.com' is also mentioned.

與俄羅斯旅遊業界合作及交流

為推廣香港成為俄羅斯的年青及在職中年客群喜愛的旅遊目的地，我們與多家航空公司，包括芬蘭航空及阿聯酋航空合作，展開聯合宣傳。此外，為了加強香港與俄羅斯兩地業界的合作關係，我們特別邀請了18位分別來自莫斯科、聖彼得堡及海參崴的業界代表來港。除了親身體驗「舊城中環」的魅力和試穿傳統旗袍之外，一眾業界代表更與92位本地業界會面交流，開拓商機。

- 於聯合推廣進行期間，芬蘭航空俄羅斯至香港航班的網上機票預訂數目按年增長：102%



阿聯酋知名主播遊香港

趁着國泰航空慶祝香港至杜拜直航航線開通40周年，我們特別與他們合作，邀請海灣合作地區國家的知名電視主播Mahira Abdelaziz來港。在四天的行程中，Mahira親身體驗了「舊城中環」的藝術氛圍，並走訪了市內多個回教景點，及品嚐了多間清真食肆。Mahira在港的遊歷在她個人的社交媒體帳戶，以及國泰航空和數碼旅遊平台Travall World等多間機構的社交平台發放。



- Mahira的四天香港遊經社交媒體接觸的消費者人數：接近100萬

澳洲

從街頭美食到傳統節慶、維多利亞港的璀璨夜景和大自然景觀，香港多元化的地道體驗均是許多澳洲旅客心目中的必試項目。透過與媒體及業界合作，我們鼓勵澳洲旅客來港親身體驗。

與Studio 10一起發掘香港

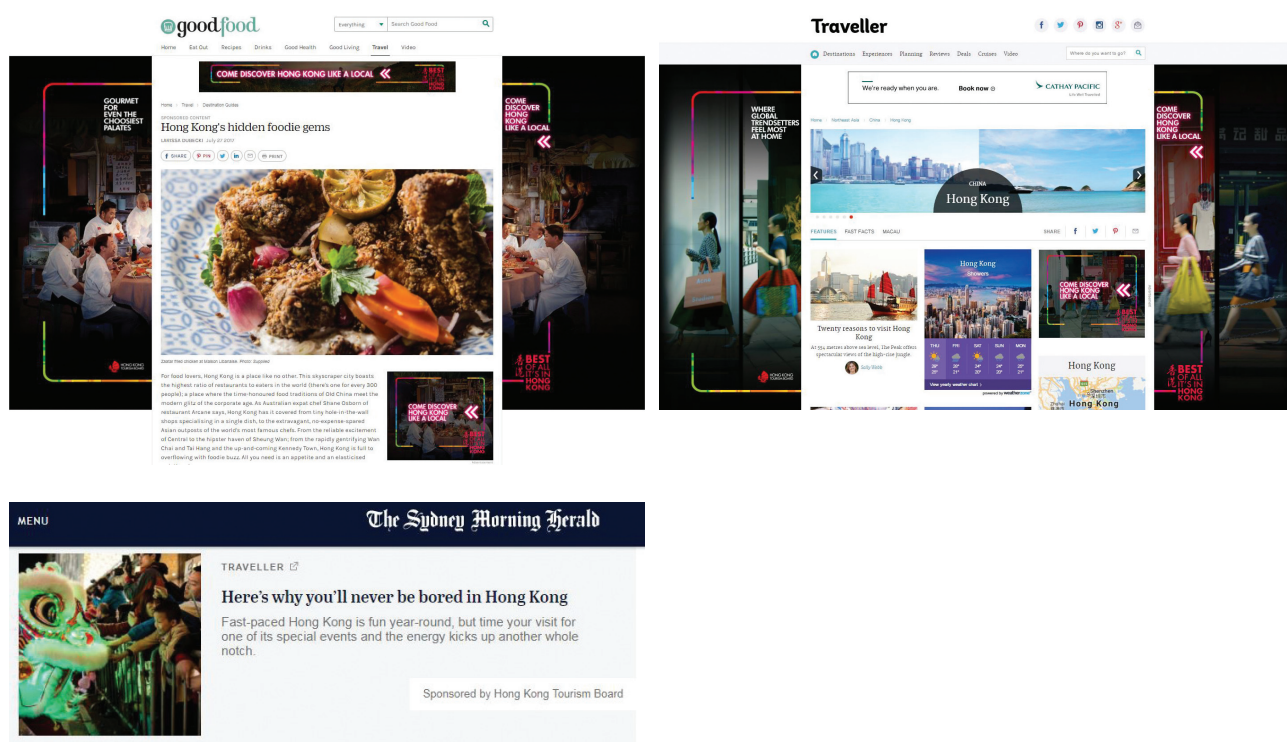
澳洲Network Ten電視台週一至週五早上播出的生活清談節目「Studio 10」，連續兩週推出五個七分鐘長的香港旅遊特輯及五段一分鐘長的現場介紹，推介香港豐富多姿的旅遊體驗，其中更重點介紹「舊城中環」和香港特區成立20週年紀念活動。



● 「Studio 10」兩週旅遊特輯的宣傳效益：240萬港元

透過Fairfax Media發佈創意內容

我們與澳洲傳媒業巨頭Fairfax Media展開一年的合作關係，在其集團下的多個平台，包括澳洲最具歷史的報章《The Sydney Morning Herald》、網上生活時尚品牌「Good Food」和「Traveller」，撰寫具創意的內容。我們更在「香港FUN享夏日禮」、「香港美酒佳餚巡禮」及地道文化三個推廣期內，重點製作有吸引力的內容。推廣合作還包括在「Traveller」網站設香港專頁，網站全版廣告及在每個重點推廣期內分別與國泰航空、澳門特別行政區政府旅遊局、Wendy Wu Tours旅行社及星夢郵輪合作。



• Fairfax Media旗下平台上所有網上和社交媒體報道的宣傳效益：300萬港元

與澳洲航空和維珍航空合作推廣

最直接吸引旅客訪港的方法，就是與航空公司合作。我們聯同策略性夥伴澳洲航空推出優惠機票與旅遊套票，並通過旅遊搜尋引擎、社交媒體帳戶及搜尋引擎廣告等一系列媒體工具廣泛推廣。此外，我們也把握維珍澳洲航空於2017年7月開辦由墨爾本直飛香港的航班，積極展現香港的旅遊魅力，同時邀請八家當地媒體參與首航，展開四天的訪港媒體考察行程。



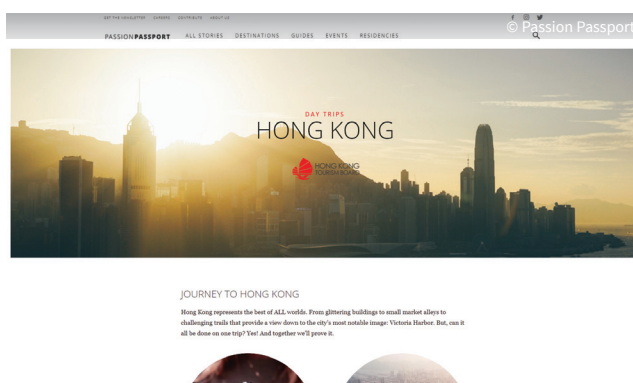
• 維珍澳洲航空首航相關報道的接觸人數：220萬

美洲

電視和社交媒體受美加消費者廣泛喜愛，同時他們又喜歡以「一程多站」方式旅遊，旅發局因此推出一連串電視和社交媒體推廣計劃，並與鄰近地區的旅游機構合作，積極吸引美加消費者訪港。

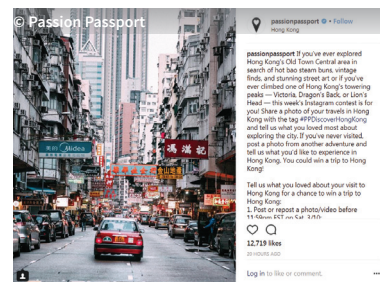
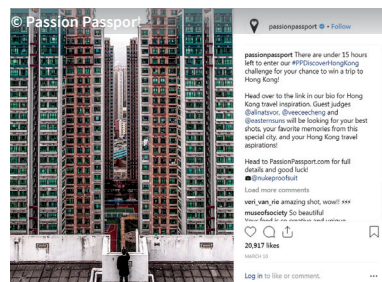
多媒體市場及公關推廣

電視目前仍是接觸美國消費者的最佳平台。年內，我們與美國旅遊專家Rudy Maxa合作，邀請他與另一位美國名廚一同來港發掘美食、欣賞中西融合的建築和體驗香港的夜生活，並將他們豐富的香港之旅拍攝成兩集旅遊特輯，在他主持的PBS旅遊節目「Rudy Maxa's World」中播出。該旅遊特輯同時亦透過五段網上影片、一個兩小時的全國性電台節目及社交媒體進行多方面宣傳。

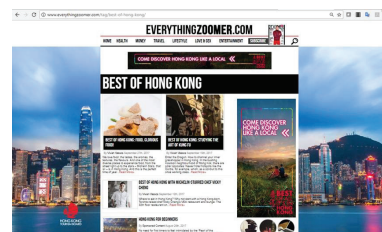


此外，CBS人氣「真人騷」節目「The Amazing Race」亦在第30季最後一集中以香港為比賽舞台。

社交媒體宣傳方面，我們與兩位美國社交網絡紅人和以Instagram為主的知名旅遊平台Passion Passport合作，發放不少以「舊城中環」及「香港郊野全接觸」為重點的帖文和具感染力的照片。Passion Passport更特地在網站為香港設立專頁，上載宣傳短片和舉辦Instagram攝影比賽，送出免費訪港旅程。



我們在加拿大的主要推廣對象為中年在職人士。針對此客群，我們與傳媒集團Zoomer Media合作，在其各宣傳平台上發佈我們的品牌訊息，包括兩次在《Zoomer》雜誌刊登雙頁專題報道，以及在生活網站everythingzoomer.com設立「Hong Kong Content Hub」專頁，分享香港的旅遊故事和影片及刊登橫幅廣告，並發送電子通訊和宣傳電郵至網站會員。



Central is full of history and stories, and is the birthplace of colonial Hong Kong. It reflects the evolution of Hong Kong from a sleepy British colony to one of the world's great cities. Central is well-known as a glittery financial district, jam-packed with skyscrapers, but beneath the stunning skyline, history, art, food and culture take hold in this once colonial neighborhood, where East and West, past and present, tradition and innovation, and bustle and tranquility coexist, blend and collide.

To provide visitors with a unique perspective when exploring Central and neighbouring Sheung Wan area, five themed walking routes have been thoughtfully designed to reveal over 100 years of Hong Kong history. The routes take visitors to colonial monuments, temples, art galleries, street art display, antique stores, hip boutiques, trending restaurants, and bars and local delicacies, with hidden gems at every turn.

- 美國Passion Passport社交網絡名人推廣計劃的總曝光率：2,700萬次
- 與傳媒集團Zoomer Media合作項目的總曝光率：260萬次

積極參與會展獎勵及郵輪旅遊業界活動以拓展業務

美國是香港會展獎勵及郵輪旅遊的重要客源市場之一。我們連續七年在美洲地區最大型的業界展覽IMEX America中，設立香港館，並聯同25家分別來自酒店、會展場地、景點及會展獎勵旅遊活動承接公司的業界代表參與今次在拉斯維加斯舉行的展覽，積極推廣香港最新的會展獎勵旅遊產品，以及旅發局為業界提供的專業支援。



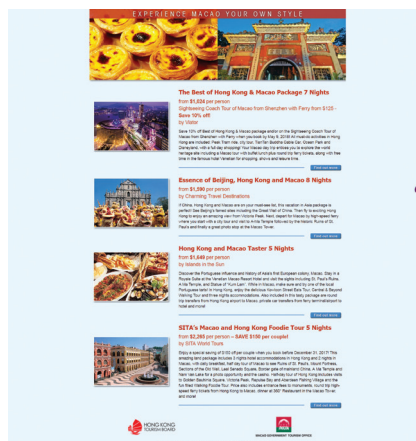
同時，為鞏固香港作為「亞洲郵輪樞紐」的形象，我們再次參與全球最具領導地位的郵輪業界年度盛事Seatrade Cruise Global。本年度，我們更為業界傳媒及郵輪公司行政人員舉辦午餐會，分享港珠澳大橋、廣深港高速鐵路香港段等香港近期主要基建的發展。旅發局總幹事劉鎮漢先生亦在其後的郵輪會議上演講。為推動具發展潛力的「飛航郵輪」旅遊，我們在美國推出「飛航郵輪」市場推廣計劃，深化郵輪旅遊公司對香港作為郵輪目的地的認識。除了一系列在印刷、數碼及社交媒體的消費者推廣外，我們特地為美國運通旅遊代理商Cruise Planners的旅行代理人員提供目的地培訓和業界交流活動，以增進他們對「飛航郵輪」和相關市場的認知。



- 於IMEX America舉辦的特邀買家預約會面及簡報會：超過230場
- 美國Cruise Planners「飛航郵輪」推廣為香港郵輪產品帶來的銷售增長：45%
- Cruise Planners「飛航郵輪」推廣計劃贏得的國際獎項：
 - HSMIA Adrian Awards 2017「綜合市場推廣活動」組別金獎
 - Travel Weekly Magellan Awards 2017「目的地推廣—網上推廣/廣告」組別銀獎

「一程多站」旅遊推廣

我們的美加辦事處積極向北美的消費者推廣結合香港和鄰近地區的「一程多站」行程。我們與台灣交通部觀光局合作，在溫哥華聯合舉辦招待會、與主要航空公司建立策略性合作關係、夥拍加拿大中文傳媒集團Fairchild Media Group製作旅遊節目、同時於洛杉磯和三藩市舉辦業界活動，向當地的業界夥伴進行宣傳，並為當地傳媒及業界安排訪問團和考察團。另外，我們亦與澳門特別行政區政府旅遊局合作，進行搜尋引擎市場推廣，在旅遊局官方網站內顯示主要美國旅行社推出的旅遊套票，以加強宣傳效果。



- 與台灣交通部觀光局在加拿大合作推廣「一程多站」旅遊期間，相關旅遊產品的銷售額：較去年同期增長183%
- 在洛杉磯和三藩市的業界活動中，為香港和台灣供應商舉辦的一對一業務洽談：405次

歐洲

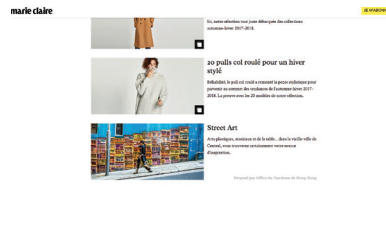
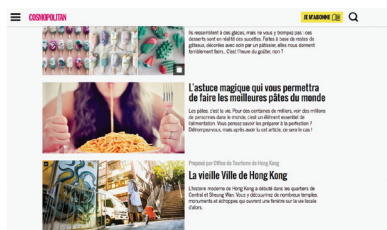
我們與媒體和旅遊業界廣泛合作，提升香港旅遊品牌在歐洲的知名度。為配合「盡享・最香港」品牌推廣計劃與「舊城中環」項目，我們因應不同目標市場與客群的喜好，推出度身訂造的推廣活動。

法國：展現香港地道體驗

法國人素來講究文化與美食。因此，旅發局巴黎辦事處便在「盡享・最香港」品牌推廣計劃之下，集中推廣「最佳美食佳餚」、「最佳文化探索」及「最佳戶外探索」三個主題，以吸引法國旅客。

其中一個重要項目，就是與France 4 TV電視台黃金時段旅遊節目「Le Plein de Sensations」合作，拍攝一個90分鐘旅遊特輯，由兩位法國名人介紹香港的地道體驗，引發巨大迴響。此外，我們也與當地極具影響力的傳媒合作，進行數碼推廣活動，包括在國際時尚雜誌《Cosmopolitan》與《Marie-Claire》的網站推介「舊城中環」的迷人魅力。

另外，我們亦參與「Lyon Street Food Festival」。香港獲邀成為美食節的「榮譽參展旅遊目的地」，我們特別以點心、包點和麵食等地道美食，還有麻雀工作坊及「舊城中環」的街頭藝術，招徠顧客。



- 在法國進行的「盡享・最香港」相關推廣活動的總宣傳效益：9,800萬港元
- 「舊城中環」數碼推廣活動與「Lyon Street Food Festival」接觸的消費者人數：800萬

德國：與網絡紅人、媒體及業界合作，廣泛接觸旅客

我們邀請GoPro品牌大使Marc Baechtold訪港，感受香港的時尚生活與戶外野趣。該合作項目取得空前成功，Marc在香港拍攝的照片和短片，在全球GoPro線上社群中均有發佈，而他為我們拍攝的品牌短片，則透過麥當勞店內的電視頻道，在德國575個城市約850家麥當勞分店內播放。



MEIER'S WELTREISEN
DER SPEZIALIST FÜR ALLES FERNE

HONG KONG – METROPOLE DER GEGENSÄTZE UND KULTUREN

Entdecken Sie mit uns die Weltstadt mit dem Szeneviertel Old Town Central bei einem Stop Over. Es erwarten Sie eine gute Auswahl an Hotels. Bei einem halbtägigen Ausflug erkunden Sie Hong Kong Island. Sie haben auch die Möglichkeit, den Stop Over individuell zu verlängern. Es gibt in Hong Kong noch so viel zu entdecken.

HONG KONG, STOP OVER PROGRAMM
Sheraton Hong Kong ★★★★★
2 Nächte
Inklusive: Transfer Flughafen – Hotel – Flughafen, halbtägiger Ausflug nach Hong Kong Island
Pro Person im DZ ab € 347
Flug mit Cathay Pacific ab/bis Deutschland
Pro Person ab € 640

Weitere Informationen und Buchung in Ihrem Reisebüro.
00852 2511 00000, Fax: 00852 2511 00000, E-Mail: info@hktourism.gov.hk

100 Jahre
Weinbaubetriebe
DER
Wirtschaft
HONG KONG
TOURISM BOARD

此外，我們也參與了世界最大型旅遊展——柏林國際旅遊展（ITB Berlin），並邀請Marc Baechtold作現場分享。我們在場內舉辦了一連串有趣的活動，包括米芝蓮推介的「媽咪雞蛋仔」試吃活動。

旅發局亦與當地旅遊業界及媒體廣泛合作宣傳香港。年內，我們夥拍《Lonely Planet》、德國首屈一指的旅行社DERTOUR、STA Travel與Meier's Weltreisen，以及主要的航空公司，展開推廣活動。我們也與高端雜誌合作，包括德國最大戶外用品供應商Globetrotter旗下的雜誌及知名地理旅遊雜誌《Geo Saison》，同時亦向200個電台頻道分發語音資料，平均每個頻道播放一小時，推介多個大型盛事及推廣項目。

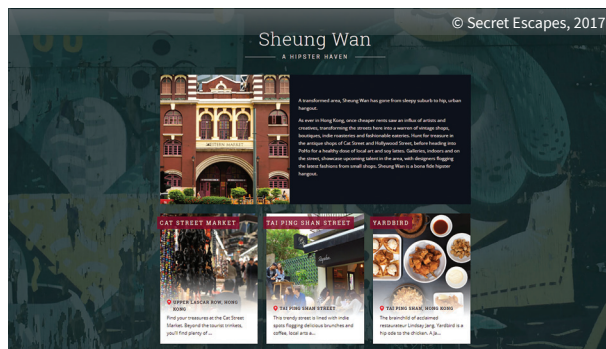


● 網絡紅人Marc Baechtold推廣活動的宣傳效益：1,370萬港元

英國：多元化的合作項目

配合「舊城中環」新推廣項目與香港特區成立20週年紀念，旅發局英國辦事處推出一系列全面的公關宣傳活動，與各大傳媒機構合作推廣香港，包括Channel 4旅遊節目「Travel Man」、當地報章《The Guardian》、《Metro》、《The Times》、《The Sunday Times》、《The Mail Online》與《The Daily Telegraph》，以及雜誌《Lonely Planet Traveller》和《Reader's Digest》。為了鼓勵英國旅客探索不同地區與發掘香港的主要旅遊體驗，我們亦與英國航空及數碼旅遊平台「Secret Escapes」合作，推出多媒體網站，以不同特色推介香港各區的旅遊體驗。我們也把旅發局的比賽頁面嵌入這個網站內，以吸引更多消費者前往旅發局的官網瀏覽最新香港旅遊資訊。

另外，我們繼續與專業會議籌辦機構合作，在International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO)年會進行演講，並成功吸引到世界級專業籌辦機構K.I.T. Group組團訪港。我們也率領44家來自酒店、景點與地接社的香港業界夥伴到英國考察，與當地33家包括來自休閒旅遊與企業旅遊領域的業界代表會面。



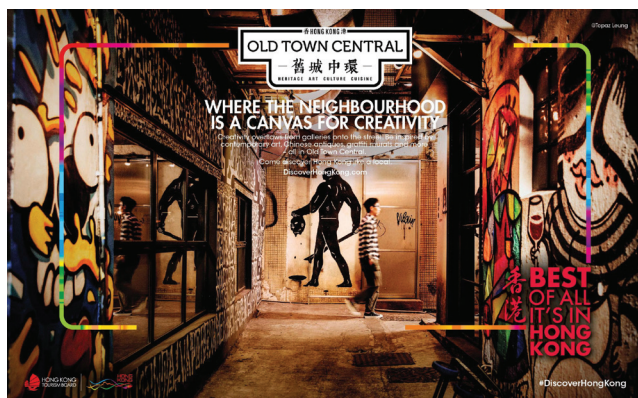
- 「舊城中環」與香港特區成立20週年紀念相關公關宣傳活動的總宣傳效益：4,000萬港元

創意市場推廣

旅發局除了為多個大型盛事製作創意十足的社交媒體推廣外，亦為本年度推出的「舊城中環」推廣計劃展開一連串別開生面的市場推廣及設置戶外裝飾，引發世界各地消費者對香港的興趣，並豐富旅客的在港體驗。

在舊城中環看世界交融

在2017/18年度，旅發局開展全新的「香港・大城小區」推廣計劃，發掘隱藏在繁華的大都市背後，迷人且別樹一幟，蘊含豐富旅遊資源的地道小區。我們以「舊城中環」為首個推廣項目，帶領旅客深入探索本地人的日常生活，與我們的品牌訊息「Discover Hong Kong like a local」互相呼應。



我們根據消費者的行為模式，在每一個重要的決策點，作全方位的市場推廣，包括以社交媒體和網上影片宣傳啟發消費者的旅遊念頭；設置戶外裝飾加深旅客印象；同時鼓勵旅客在社交媒體分享相片和影片，啟發下一批消費者。

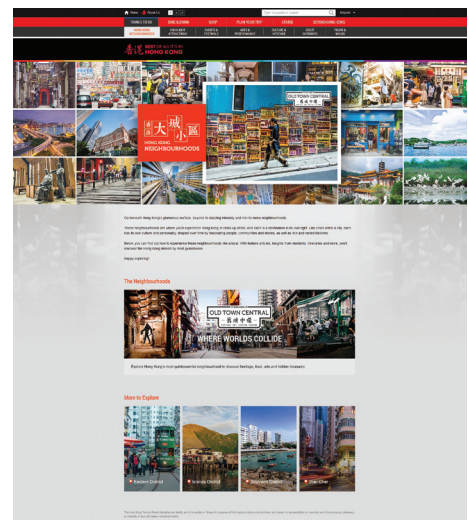
啟發 — 無窮創意，吸引消費者注意

- 邀請居於中上環，外號「We5」的五位明星柴犬家庭擔任主角，拍攝有趣好玩的宣傳短片。牠們化身攝影師，裝上改裝攝影器材遊走中上環街頭。當牠們遇上喜歡的事物，感到開心而擺尾時，身上的相機便會自動感應而拍攝，藉此向旅客推介牠們的心水好去處。這段可愛的宣傳片配合戶外宣傳推動，在社交網路引起巨大迴響。
- 拍攝360度全景宣傳片，以歷史、藝術、文化和尋找心頭好為主題，訪問於中上環生活的本地人。此外，我們亦在「舊城中環」的主要地標，利用舊照片拍攝一批今昔對照的相片。該些宣傳片及相片均透過旅發局的社交媒體平台發放。



計劃 — 詳實資訊，協助規劃行程

- 在官網設立名為「香港•大城小區」的專頁，介紹以「舊城中環」為首的地道社區。專頁內容包羅萬有，包括本地人推薦、精選景點、建議行程及路線等。

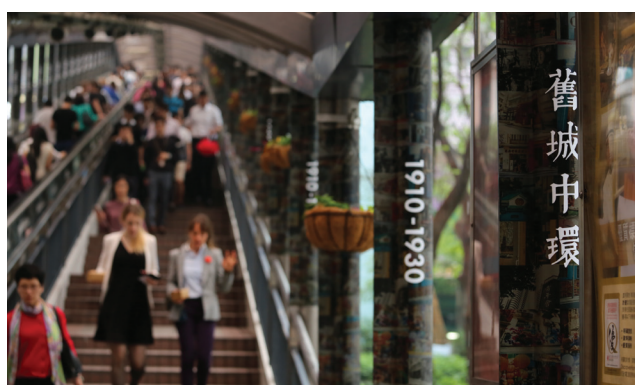


體驗 — 繽紛遊歷，提升在港體驗

- 設計一系列別致而富藝術感的路標，配上介紹各種地道體驗的趣味圖文，並加入QR Code（二維條碼），方便旅客用手機直接連到「舊城中環」的專頁及與Google合作的推薦路線。
- 與Google合作設計專屬的GoogleMap推薦路線，讓旅客自行探索該區。
- 把中環半山扶手電梯布置成為「時光隧道」，並與本地插畫家飛天豬（Flying Pig）合作，在PMQ元創方設置互動藝術裝置，展示其富地道色彩的插畫。

分享 — 分享點滴，引起他人共鳴

- 鼓勵旅客分享旅遊相片及影片，並標註#OldTownCentral，利用用戶原創內容，感染其他消費者，擴大宣傳效果。
- 「舊城中環」Facebook帖文的接觸率：達1,700萬人
- 「舊城中環」Instagram帖文的曝光率：達310萬次
- 87%旅客認為「舊城中環」推廣計劃提高他們訪港的滿意程度



口碑載道的創意數碼推廣

年內，我們推出多元化兼創意十足的數碼推廣項目，利用出色的影像及創新的內容，在旅發局的社交網絡平台及網頁DiscoverHongKong.com發佈，引發迴響，吸引世界各地的旅客來港旅遊。



- 以「香港七色」為主題，展示由攝影師及本地團體拍攝的大自然壯麗景色
- 邀請香港單車好手黃金寶及罐裝石油氣運送工人「雄哥」「對戰」，拍攝富趣味性的短片，宣傳「香港單車節」



- 透過訪問有「聖誕燈飾之父」之稱的Terence Wong及拍攝本地光繪藝術家的聖誕作品，我們製作兩段宣傳片推廣「香港繽紛冬日節」
 - 製作短片，以A-Z介紹藝術相關的關鍵字，鼓勵消費者於「香港藝術月」發掘藝術靈感
- 2017/18年度旅發局社交媒體總接觸率：超過2億人
 - 2017/18年度旅發局社交平台上影片總播放量：超過5,200萬次

全球公關宣傳

在這個資訊爆炸的時代，我們致力以具創意的公關推廣爭取消費者的注意，吸引他們到港旅遊。在2017/18年度，我們與國際知名的電視台及傳媒機構合作，拍攝富人情味的地道香港故事，推介香港五光十色兼動感十足的魅力，增加國際曝光。

夥拍電視台講述香港故事

年內，我們接待了超過500家傳媒訪港，其中五分之一為各地主要的電視台，包括英國廣播公司、美國有線電視新聞網、美國CNBC和TLC亞洲頻道等。不論拍攝旅遊特輯、「真人騷」、美食節目或戲劇，我們都確保這些由名人與網絡紅人主持的節目能帶出引人入勝的香港故事，同時亦能介紹香港的生活文化和旅遊體驗，以及旅發局舉辦的精采盛事，以吸引消費者。

我們與Discovery Networks TLC合作推出的電視節目「A Taste of Hong Kong」一直好評如潮，故此我們再接再厲推出第四季，並由本地著名歌手兼演員何超儀擔任主持。何超儀以本地人的觸覺，帶領東南亞一眾網絡紅人體驗「舊城中環」的時尚型格風情、鮮為人知的戶外活動與地道的夜生活。這一季的節目共有三集，於2017年夏天在東南亞和印度播出，並曾多次重播。



© The Sam Willows & Josie Ho in TLC's A Taste of Hong Kong



- 2017年旅發局全球公關宣傳效益：
超過70億港元

「20 of the Best in Hong Kong's Old Town Central」 公關宣傳

中環不只是一個摩天大樓林立的金融區。在2017/18年度，我們將中環重新包裝，並夥拍CNNTravel.com推出全球公關宣傳項目「20 of the Best in Hong Kong's Old Town Central」，向全球觀眾展現中環鮮為人知的特色事物，並把相關的訊息統一地向16個主要客源市場發放。我們選了20位不同的人物參與項目，其中16人代表了16個不同的客源市場。他們旅居香港多年，受邀成為代言人，分享在中環親歷的故事與體驗。我們把這些有趣動人的故事結集起來，刊載到CNN網站的專頁中。這些人士亦參加了多個海外電視與電台製作的節目，以及帶領一眾海外傳媒參觀他們在中環推薦的景點。因應不同客源市場的內容需求，我們在香港和16個客源市場展開公關宣傳活動，並與電視頻道合作，發掘生動有趣的香港故事。



- 「20 of the Best in Hong Kong's Old Town Central」 公關宣傳的全球宣傳效益：1.4億港元
- 來港報道「20 of the Best in Hong Kong's Old Town Central」的媒體：超過190家國際媒體機構，相關報道達1,400則
- 此公關項目贏得的國際獎項：
 - 第十三屆中國最佳公共關係案例大賽：評委會大獎
 - 第十三屆中國最佳公共關係案例大賽：「海外傳播」組別金獎
 - MerComm主辦的 Mercury Awards 2017/18：「宣傳：媒體曝光」組別金獎
 - 《Marketing》雜誌舉辦的Marketing PR Awards 2017：「環球公關活動」組別銀獎
 - 《Marketing》雜誌舉辦的Marketing Excellence Awards 2017：「公共關係」組別銅獎

「Believe it or not, it's Hong Kong!」 — 「香港郊野全接觸」推廣

「香港郊野全接觸」推廣活動進行了將近十年，為了使計劃歷久常新，吸引媒體的興趣，我們特別以「Believe it or not, it's Hong Kong」為題，宣傳許多旅客往往不曾留意的香港壯麗風光。我們以許多由得獎攝影師拍攝的瑰麗郊野照片及縮時短片隨新聞稿發放，同時在公關宣傳期間接待全球80家傳媒，逾120名記者到港，體驗香港戶外的大自然風光。多家國際首屈一指的傳媒都製作專題報道，包括美國有線電視新聞網、英國Daily Mail Online和內地的搜狐網，成功為香港在全球接觸更多消費者。

- 「Believe it or not, it's Hong Kong」公關宣傳的全球宣傳效益：1.7億港元

CNN travel

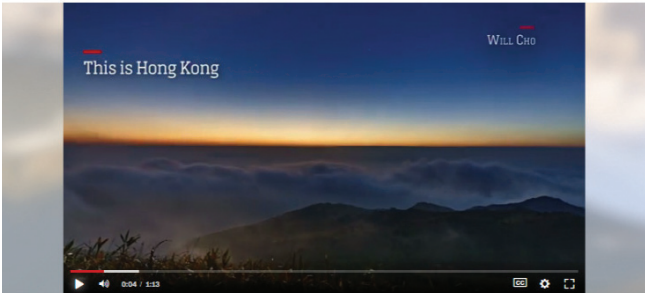
DESTINATIONS FOOD & DRINK PLAY STAY VIDEO Q

BEST OF HONG KONG

Tai Mo Shan: How to tackle Hong Kong's highest peak

Maggie Wong, CNN • Updated 7th February 2018

f t e



0:04 / 1:13

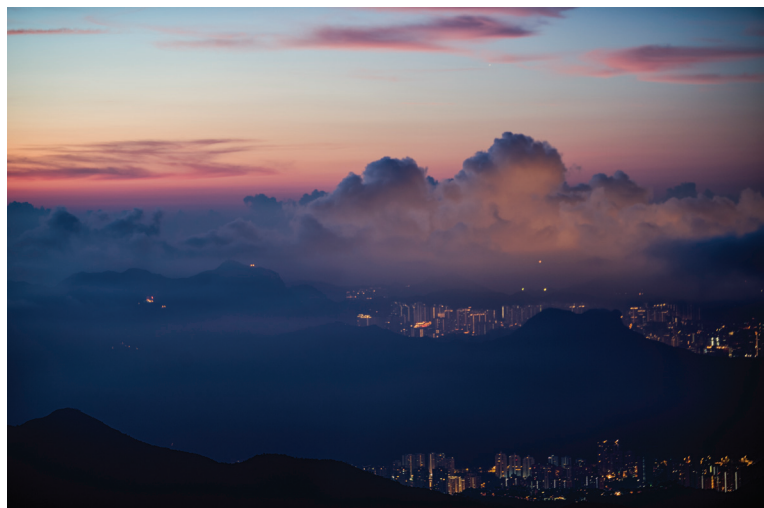
【中環】——“The first time I saw a sea of clouds over the city atop Tai Mo Shan in April 2012, I was stunned,” says [Hong Kong](#) photographer Will Cho.

Towering over the city at 957 meters (3,140 feet), centrally located Tai Mo Shan is Hong Kong's highest peak.

Thanks to high humidity levels -- it's the wettest [destination](#) in Hong Kong -- Tai Mo Shan is famous for offering rare views of the city shrouded in clouds and fog. In other words, it's a photographer's dream destination.

Though known more for its skyscrapers, densely packed Hong Kong has a surprisingly high number of mountains and hiking trails. Some 40% of its land is dedicated to country parks and nature reserves, including the Tai Mo Shan Country Park, where Tai Mo Shan lies.

Related content | [Hong Kong's wildest dining experience](#)



精采盛事及推廣

香港擁有「亞洲盛事之都」的美譽，全年精采盛事不絕。在2017/18年度，我們不單在港主辦及支持超過90個盛事，還推出了全新的推廣項目，為旅客帶來最地道的香港體驗。



香港・大城小區 — 舊城中環



香港新春節慶



香港藝術月



香港FUN享夏日禮



香港龍舟嘉年華



香港電競音樂節



香港單車節



香港美酒佳餚巡禮



香港繽紛冬日節



香港除夕倒數



「閃躍維港」光影匯演



幻彩詠香江



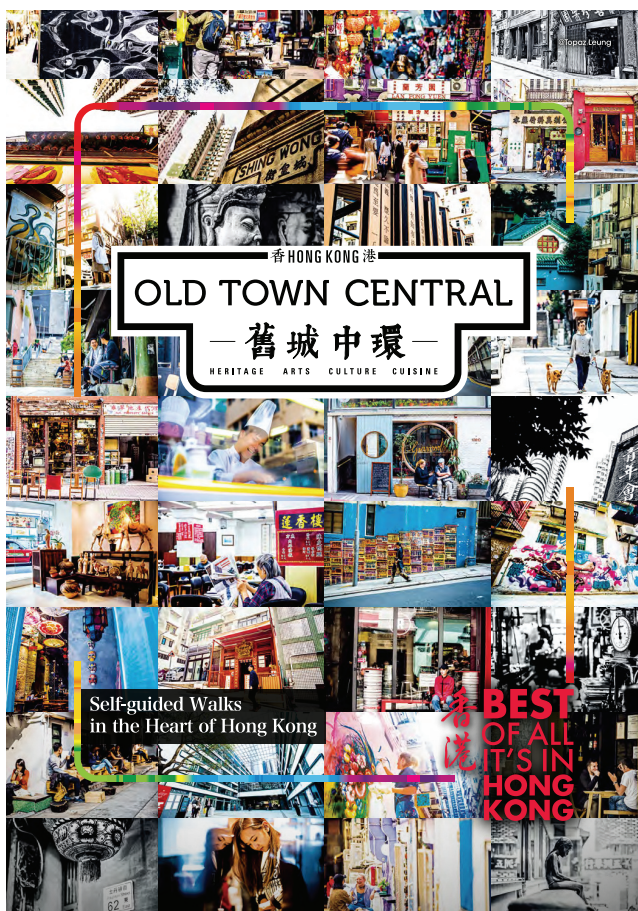
香港郊野全接觸



支持其他盛事

香港獨一無二的地道文化與本地人的日常逸趣正正是香港使人流連忘返的魅力所在。為了讓旅客感受香港生意盎然的一面，旅發局特別推出全新的推廣項目「香港・大城小區」，擴闊旅客探索香港的範圍，鼓勵他們除了傳統旅遊區，亦可到訪本地社區，藉此延長他們的留港時間。

在2017年4月推出的「舊城中環」，是「香港・大城小區」的首個推廣項目。我們設計五條漫步遊路線，分別突顯區內歷史建築及地標、藝術文化、美食、時尚生活等精采元素，一洗旅客對中環和上環的既定印象。除了與業界夥伴合作推廣導賞團，我們還與本地名人及旅港多年的外籍人士攜手，透過公關宣傳及數碼媒體及社交平台，向旅客推介該區的獨特魅力及鮮為旅客所知的好去處。



香港新春節慶

香港的農曆新年特別有喜慶氣氛，市內會舉行多個熱鬧十足的慶祝活動，包括「新春國際匯演之夜」、年宵花市、璀璨奪目的煙花匯演、大埔林村的「香港許願節」等。

新春國際匯演之夜

2018年的「國泰航空新春國際匯演之夜」是旅發局第23屆舉辦的賀歲匯演。以「開年 開運 開心」為主題，9輛華麗的花車聯同56隊表演隊伍和2,500個表演者在強勁的節拍中，迎接狗年的來臨。這次的匯演更雲集歷來最強勁的國際團隊，當中不乏世界冠軍及世界紀錄保持者，包括13項健力士世界紀錄保持者「XPOGO 美國極限彈跳隊」、屢獲殊榮兼世界紀錄保持者的「捷克喜劇魔法師及特技球手」、勇奪多項國際街頭表演大獎的「日本單輪單車喜劇組合」等，為觀眾帶來目不暇給的精采表演。

超過15萬名觀眾在文化中心廣場和尖沙咀街頭夾道觀賞這場精采的匯演。另外，透過電視台和各大新聞社的視頻直播，世界各地的觀眾亦透過螢光幕一同參與這場精采盛會。

「新春國際匯演之夜」冠名贊助



香港藝術月

「香港巴爾塞藝術展」、Art Central與「香港藝術節」一直是香港享負盛名的藝術節目。於旅發局的「香港藝術月」推廣期內，我們除了協助推廣這些大型藝術節目，亦趁機向旅客推介香港一些較鮮為人知的藝文秘點，藉此豐富旅客的訪港體驗，並加深他們對本地藝壇的認識。

在2018年，旅發局重點推介香港三個藝文據點——遍佈資深及新進藝術家工作室的火炭；於工廠大廈內建立無數當代藝術畫廊的南港島藝術區；以及以店鋪鐵閘油畫融入社區生活的深水埗。

我們除了透過不同平台推廣27個藝文活動，亦主動邀請國際媒體和業界組團來港參與活動，並向旅客推介相關的導賞團。



香港FUN享夏日禮

為了讓旅客盡情在夏天「大買、愛吃、玩不停」，本年度的「建行(亞洲)香港FUN享夏日禮」集合源源不絕的音樂和娛樂節目，熱門景點的夏日派對、各式主題遊及一系列商戶、餐廳和住宿的熱門優惠。

為方便旅客按他們的喜好，發掘香港精采之處，我們特設網上專頁和印製小冊子，向旅客推介「舊城中心」、「南區、深水埗和元朗區內的潮流小店和特色市場，以及深受本地人喜愛的特色餐廳，讓訪港旅客輕鬆找到這些較不為人知的場所。

「香港FUN享夏日禮」冠名贊助

ICBC 工銀亞洲

Event Guide 活動指南
(English/繁體版)

Title Sponsor 冠名贊助機構
ICBC 工銀亞洲

Hong Kong Summer Fun
工銀亞洲香港FUN享夏日禮

Shop Eat Play

BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG

20週年紀念 ANNIVERSARY

HONG KONG TOURISM BOARD 香港旅遊發展局

Hong Kong Summer Fun
工銀亞洲香港FUN享夏日禮

Shop Eat Play

BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG

DiscoverHongKong.com

Hong Kong Summer Fun
工銀亞洲香港FUN享夏日禮

Shop Eat Play

BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG

DiscoverHongKong.com

OLD TOWN CENTRAL
舊城中心

Old Town Central - A microcosm of Hong Kong
From colonial buildings to modern skyscrapers, Old Town Central is a fascinating mix of old and new, reflecting the city's rich history and vibrant culture.

SHOP | 大買

1. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)
2. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)

EAT | 覓食

1. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)
2. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)

PLAY | 玩不停

1. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)
2. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)

Canalway Bay
Canalway Bay

Canalway Bay - A shopping paradise like no other
Have everything you need for an amazing shopping experience with diverse restaurants, bars and entertainment venues all within reach.

SHOP | 大買

1. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)
2. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)

EAT | 覓食

1. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)
2. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)

PLAY | 玩不停

1. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)
2. 24 Hour Supermarket (24小時超級市場)

香港龍舟嘉年華

由旅發局與香港龍舟總會合辦的第八屆「香港龍舟嘉年華」破紀錄有5,000名健兒，共162支本地及國際龍舟隊伍參與。三日的嘉年華氣氛熾熱，吸引超過6.6萬名觀眾，包括逾1.4萬名旅客參與是次活動。

作為香港特區成立20周年慶祝活動之一，本屆「香港龍舟嘉年華」不單增加場地面積，更特設「香港特別行政區成立20周年建行(亞洲)紀念盃」，雲集全港18區龍舟隊伍參賽，活動亦首設「Red Bull Dragon Roar」障礙賽。除了競賽元素，嘉年華還特設「生力啤酒節」，現場有音樂表演外，亦有14輛美食車呈獻地道特色美食。

「香港國際龍舟邀請賽」冠名贊助



「香港龍舟嘉年華」大會指定啤酒



香港電競音樂節

首屆「工銀(亞洲)香港電競音樂節」在香港體育館舉行，三日活動共吸引超過6萬人參加，活動針對內地和短途市場的年輕旅客，為他們帶來全新的娛樂體驗。

「香港電競音樂節」活動包括全球首個「英雄聯盟王者回歸世界邀請賽」，賽事邀請到20位電競界殿堂級人馬爭奪殊榮。他們在社交網絡上的追隨者合共超過2,300萬名。該邀請賽的三場比賽在網上平台通過六種語言實時直播，吸引世界各地超過700萬人觀賞。活動亦包括首次在香港舉行的「SMTOWN SPECIAL STAGE in HONG KONG」演唱會，一眾韓國人氣歌手及組合在演唱會中傾力演唱最新的熱門歌曲，並跨組合作表演。

「香港電競音樂節」冠名贊助

ICBC  工銀亞洲



香港單車節

本年度的「新鴻基香港單車節」正好展示活動如何在短短三年間取得突破性的發展。活動首次在香港上演國際單車聯盟（UCI）亞洲巡迴賽1.1級公路賽，吸引全球約100位頂級車手同場較勁。由於前一年反應熱烈，50公里組的名額相應增加，更吸引超過300名本地、內地及海外車手參加。

全日活動有近5,000名車手參與，專業及業餘車手與眾同樂，超過5.1萬名觀眾在公路兩旁觀賞，當中三成是旅客。

「香港單車節」冠名及慈善贊助



香港美酒佳餚巡禮

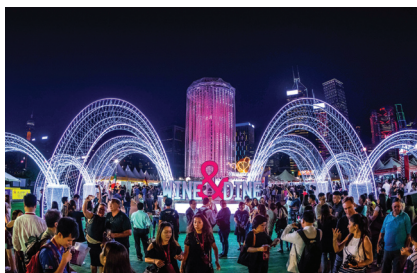
2017年的「建行(亞洲)香港美酒佳餚巡禮」是全年最讓人引頸以待的盛事之一。四日的活動吸引超過14.1萬美食愛好者前往中環海濱活動空間與添馬公園，沉浸在400個美酒和美食攤位間開懷暢飲，盡享美食。

活動呈獻來自世界各地、非凡極致的美酒佳餚體驗，包括來自美國、新加坡與香港的米芝蓮星級及國際頂尖名廚合作主理的「名廚美酒佳餚晚宴」；在「Robert Parker Wine Advocate」展區展出的嚴選美酒；「『拍住賞』食飽里」的米芝蓮三星級食府美食；以及國際權威酒評家James Suckling的心水佳釀。巡禮同時加入多項嶄新元素，如推介多款潮流派對氣酒的「氣泡盛薈」展區，以及網羅創意及時尚餐具與家品的「The Concept Store 生活良品店」等。

香港盛宴11月

美酒佳餚巡禮只是香港盛宴11月頭炮活動。在整個11月裏，本地多間食肆、酒吧和主要美食區配合推出了連串餐飲優惠，讓美食愛好者繼續沉醉在香港的無盡美味當中。

「香港美酒佳餚巡禮」冠名贊助



香港繽紛冬日節

市中心一棵閃閃生輝的聖誕樹，為香港帶來最濃厚的聖誕氣氛。作為「香港繽紛冬日節」的主角，我們在中環皇后像廣場，設置一棵18米高的聖誕樹，並邀請聖誕老人跟遊人合照，以及合唱團送上段段佳音。聯同市內的聖誕燈飾、景點及商場的節日主題活動和佈置、商戶及食肆的聖誕優惠，旅發局的「香港繽紛冬日節」為旅客帶來最有氣氛的冬日聖誕。



香港除夕倒數

2017年除夕，「中國旅遊集團2018香港除夕倒數」吸引超過36萬人到維港兩岸，一同迎接2018年的來臨。今年煙火匯演的規模為歷年之冠，覆蓋闊度較去年增逾三成半。為豐富旅客體驗，匯演特別加入兩個新的元素，包括首次使用歐洲獲獎製造商的煙花，在維港上空營造「魔法星塵」的效果，以及邀請澳洲演藝團體「Strange Fruit」呈獻名為「Deco-Sphere」，融合戲劇、舞蹈及馬戲雜技元素的精湛表演。

是次匯演吸引數以百萬名世界各地的觀眾，透過海內外傳媒在社交平台或電視台的直播觀看。

「香港除夕倒數」冠名贊助



中國旅遊集團公司
CHINA NATIONAL TRAVEL SERVICE GROUP CORPORATION
香港中旅(集團)有限公司
CHINA TRAVEL SERVICE (HOLDINGS) HONG KONG LIMITED



「閃躍維港」光影匯演

2017年，「閃躍維港」光影匯演繼續上演，讓旅客以全新角度欣賞香港的夜景。兩輪匯演以一個有關瑞龍的故事連結，分別在「香港FUN享夏日禮」和「香港繽紛冬日節」期間上演。除了透過3D投影技術，在香港文化中心及毗鄰的鐘樓上投影充滿動感的圖案，夏季版的匯演還加入一系列「跳」出投影幕的互動元素，包括LED塑像、地道美食造型如菠蘿油和點心的大型充氣公仔，與「喚醒巨龍」踏步機遊戲。

冬夏兩輪的匯演合共吸引超過73萬名觀眾觀賞，當中41%是旅客。



幻彩詠香江

2017年12月1日，我們向旅客呈獻全新製作的燈光音樂匯演—「幻彩詠香江」。自2004年起，「幻彩詠香江」一直透過維港兩岸多幢大廈上的多種燈效如探射燈和激光燈等，點亮香港的夜空。在全新的匯演中，十幢大廈外牆的LED屏幕加入匯演，於維港兩岸顯示出不同圖案及訊息，增加匯演與觀眾的互動。政府總部及稅務大樓頂部還加設了全新的LED光束燈，營造扇形般舞動的燈光效果。整個新版本的燈光音樂匯演共有40幢大廈及景點參與。

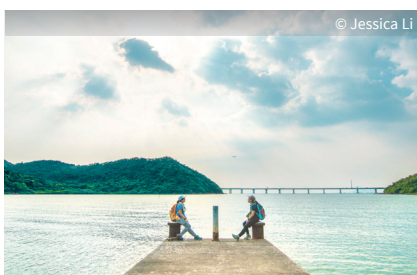
配合香港管弦樂團演繹的全新曲目，整場視聽盛宴令香港夜景在國際舞台上繼續大放異彩。



香港郊野全接觸

旅發局在2017年的郊遊季節，再度推出「香港郊野全接觸」推廣項目。今年我們特別以四個主題，推介十條遠足路線，以及兩條單車路徑。為了滿足自助遊旅客的需求，我們推出相關的旅遊指南，備有印刷本與網上版，並設五種不同語言的版本。

針對澳洲、日本、南韓與台灣市場的旅客對綠色旅遊的興趣，我們與旅遊業界合作，推出20個相關的旅遊產品，供超過5,000名參與的旅客盡情飽覽香港郊野的迷人景致。我們亦和網絡紅人與傳媒攜手在社交媒體上作廣泛推廣，為香港帶來龐大的宣傳效益。



支持其他盛事

為了強化香港「盛事之都」的形象，旅發局除了舉辦多項大型活動外，還積極向旅客推廣其他機構在港舉辦的活動。

去年我們協助推廣的活動非常多元化，包括世界級的體育盛事如「國際汽聯電動方程式賽車錦標賽—香港站」、「香港高爾夫球公開賽」、「香港國際賽事」、「香港馬拉松」、「香港國際七人欖球賽」、「香港網球公開賽」、「香港馬術大師賽」、「Volvo Ocean Race環球帆船賽」等；另亦有藝術活動，包括「Clockenflap香港音樂及藝術節」、「光•影•香港夜」，以及傳統節日慶祝活動如「大坑舞火龍」等。







旅發局的宣傳工作得以成功，旅遊業界的支持絕對是不可或缺。在2017/18年度，除了繼續推行深受歡迎的推廣計劃，我們亦推出一系列新推廣，加強與業界夥伴的合作，並為業界開拓更多商機。

「全家樂遊香港」及「香港，超值啟程」推廣計劃

上年度推出的「全家樂遊香港」及「香港，超值啟程」推廣計劃反應熱烈。有見及此，我們本年度再次與多個景點、航空公司、酒店、商場和旅行社進行策略性合作，吸引家庭和年輕客群。

ครอบครัวสุขสันต์
ที่ฮ่องกง
DiscoverHongKong.com

บ้านสนุกกันที่ฮ่องกง

รับข้อเสนอพิเศษกับ
**FAMILY
FUN DEALS!**

เลือกเที่ยวแบบครอบครัว
สนุกกันที่ฮ่องกงด้วยวิธีนี้:

บัตรโดยสารราคาพิเศษครอบครัว - ฮ่องกง
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021

เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021

เลือกเที่ยวแบบครอบครัว
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021

ข้อเสนอพิเศษสำหรับครอบครัวที่ฮ่องกง
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021

เลือกเที่ยวแบบครอบครัว
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021
เที่ยวบินไป/กลับ กรุงเทพฯ - ฮ่องกง 2021

AT NETWORK • DHAKUL CHAN NICE HOLIDAYS DISCOVERY • FIRST WORLD TOUR • KTC WORLD TRAVEL SERVICE • NO TRAVEL & TOURS
QUALITY EXPRESS • VARITA TRAVEL • WONDERFUL PACKAGE • WEEKEND TOURS AND TRAVEL SERVICE • ZIGO TRAVEL

缤纷好礼 精彩来袭

BEST OF ALL IN HONG KONG

香港20周年庆 赏“新”悦目超值游

<h4>IGO 香港新自由行</h4> <p>¥997/人起</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 搭乘香港航空公同航班，直飞往返北京香港 ● 赠送全新游港超值大礼包（含北京抵港接送巴士及港督府晚宴自助餐位） 	<h4>香港一日游产品</h4> <p>¥228元</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 香港世界地貌公园探深游 ● 香港美食及人文讲解，专业的导游带您游遍最美花园—百景
<h4>IGO 香港新自由行B</h4> <p>¥1997/人起</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 北京香港直飞往返，香港航空带您飞越香港精彩旅程 ● 全新三代三星国际豪华酒店 ● 赠送生态游赏/金色之旅 	<h4>香港美食漫步+人文电游</h4> <p>¥348元</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 香港美食及人文之旅，品尝百年地道小吃，探索美食叮叮车，领略游历香港中世纪夜台
<h4>IGO 香港新自由行C</h4> <p>¥2017/人起</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 搭乘香港航空公同航班，直飞往返北京香港 ● 全新三代三星国际豪华酒店 ● 赠送香港会议展览中心、淡水湾、太平山、香港珍珠湾游船、港柱、铜锣湾 	<h4>香港漫步+文化之旅</h4> <p>¥348元</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 香港漫步+文化之旅，品味香港中世纪人文风貌 ● 更多超值精选产品，供您随心选择

[中旅总社网址: http://ctsho.com](http://ctsho.com)
[北京报名热线: 400-811-6666](tel:400-811-6666)



Dwidaya tour
50th



HOTLINE
1500383



BONUS : ASURANSI PERJALANAN

All in Tour Price
(Include Fuel & Tax)

Get Discount
up to **IDR 500,000***

5D MONO HONGKONG + DISENYLAND & OCEAN PARK

Hong Kong

Dep. - Jul. Sep. **11,799,000**

Victoria Peak, Madame Tussauds, Iron Man Experience, Garden Of Stars & Storm Gallery

5D MONO HONGKONG + DISENYLAND & NGONG PING 360

Hong Kong

Dep. - Jul. Sep. **11,999,000**

Victoria Peak, Madame Tussauds, Iron Man Experience, Lantau Island, Ngong Ping Village, Garden Of Stars & Stormy Gallery

Flexi Holidays
Discover your holiday

4D MAGICAL HONG KONG DISNEYLAND

INCLUDE

- 2 nights accommodation at Imperial Hong Kong Hotel
- 1 night stay at Disney's Hollywood Hotel
- Return airport transfer by SIC
- Macau World ticket

- Hong Kong Disneyland ticket + Meals Voucher

Hong Kong
IDR **5,720,000**
(Min 2 pers - Land Only)

Sponsored By

#DiscoverHongKong

- 兩大推廣計劃進行的宣傳項目：與157個業界夥伴合作，在12個客源市場進行37輪宣傳
- 相關旅遊產品銷量：售予超過44萬名旅客
- 家庭和年輕過夜旅客在目標市場的增長：分別為41%和16%

「香港請客，讓你尊享好客體驗」推廣計劃

我們利用香港特區政府給予的撥款，推出「香港請客，讓你尊享好客體驗」推廣計劃，計劃設有兩項優惠鼓勵旅客在港消費。

利用香港作為交通樞紐的競爭優勢，我們推出「過境旅客留港優惠計劃」，鼓勵過境旅客遊覽機場附近鄰近景點，從而刺激市內消費。

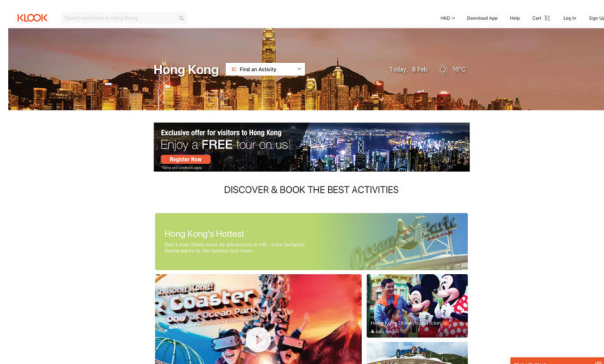
我們同時亦推出「延長旅客留港優惠計劃」，鼓勵逗留三天或以上的旅客延長留港時間，從而帶動境內消費。

- 推廣計劃合作夥伴包括：國泰航空、國泰港龍航空、香港航空、攜程旅行網及Klook客路

慶祝香港特區成立二十周年禮遇精選

為配合慶祝香港特區成立二十周年活動，旅發局聯同旅遊事務署推出多項具吸引力的旅客優惠。

- 精選禮遇：21個景點、航空及運輸公司合共提供超過40項旅遊優惠
- 「禮遇精選」優惠券小冊子：在眾多地點包括旅發局旅客諮詢中心、酒店及旅行社派發超過80萬本



「邁向亞洲首選香港」倫敦推廣計劃

旅發局聯同香港貿易發展局，在倫敦舉辦一項名為「邁向亞洲首選香港」的大型推廣活動，以提升香港的知名度。活動以「香港晚宴」揭開序幕，香港特別行政區行政長官林鄭月娥及英國財政大臣夏文達亦獲邀出席。

是次活動致力透過音樂和佳餚，向旅客推廣香港精采的生活文化。

活動焦點是在其中一天舉行的論壇，旅發局在場內設立以懷舊港式冰室為設計概念的攤位，並提供招牌茶餐廳美食和點心，讓參加者品嚐。



加強業界支援

除了透過「新旅遊產品發展計劃」資助業界開發以香港地道文化、歷史、戶外活動、家庭及「一程多站」為主題的嶄新旅遊產品外，旅發局更進一步推出「綠色深度遊先導計劃」，支援旅遊業界開發綠色深度旅遊產品。

我們亦繼續推行「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金資助計劃」。在2017/18年度，我們利用香港特區政府給予的1,000萬港元額外撥款，為獲批項目提供50%市場推廣開支的資助，協助開發該旅遊產品及與其他業界的合作宣傳項目。由2017年8月至2018年3月期間，計劃共資助107項旅遊產品。

Lai Chi Wo Hiking Tour

Dating back to 400 years ago, Lai Chi Wo was once among the most affluent villages in the Northeastern New Territories. The houses and the feng shui woods behind the village remain well preserved. The guided tour leads you to the largest bed of Coastal Heritiera (Heritiera littoralis) in Hong Kong and the White-Power Devils which forms a 'natural swing' along the mangroves. Following the coastline, you will see the impressive reddish landscape caused by 400 million years of rock oxidation.

Start Point: MTR Tai Po Market Station
End Point: MTR University Station

Frequency: Mondays to Fridays
Language: English
Enquiries: Walk Hong Kong Ltd, Walks@walkhongkong.com

Departure Time/Duration: 10am; approximately 8 hours
Tour Price: HK\$1,000/person (Lunch included. Minimum 3, maximum 20 people)

Geopark Hiking Tour

The long and sinuous coastline at Sai Kung is a natural geological gallery, featuring spectacular landforms and rock formations shaped by volcanic activities 140 million years ago as well as waves and weathering. The guided tour takes you through magnificent hexagonal columnar joints, a natural tombolo at Sharp Island and an inland water dam well at High Island Reservoir.

Start Point: Central
End Point: Sai Kung Pier

Frequency: Mondays to Fridays
Language: English
Enquiries: Walk Hong Kong Ltd, Walks@walkhongkong.com

Departure Time/Duration: 8:30am; approximately 8 hours
Tour Price: HK\$1,000/person (Lunch included. Minimum 3, maximum 20 people)

GREAT OUTDOORS HONG KONG 2017-2018

HONG KONG TOURISM BOARD

Information is correct as of January 2018, but is subject to change without prior notice. Hong Kong Tourism Board disclaims any liability for the quality or fitness for the purpose of third-party products or services or for any errors or omissions.

© Copyright Hong Kong Tourism Board 2018

Dawn on the Horizon: Tai Mo Shan Sunrise Hike

Stand at the peak of Hong Kong to observe the dramatic change from night to day. This pre-dawn hike to the city's highest peak is the best way to appreciate the light gently unfolding over the skyscrapers. Follow the dizzying city lights to the top and experience the awe-inspiring faces of Hong Kong.

A Journey through Art: Tour and Coffee Workshop

Immerse yourself in Hong Kong's rich artistic soul. Tour a vast collection of over 1,000 ancient Chinese masterpieces, and engage with the city's experimental contemporary art communities at Oi!, a Grade II historical building. This tour also includes a coffee-making workshop that takes you through the roasting and brewing process, with a peek at the Hong Kong's coffee culture.

Eileen Chang's Hong Kong Journeys

Popular writer Eileen Chang visited Hong Kong three times, eventually spending seven years in the city and writing of its sights and flavours in her books. Experience the beauty and romance of both her works and the city she loved with this tour.

- 「新旅遊產品發展計劃」開展至今共資助旅遊產品開發的數目：46項
- 獲「綠色深度遊先導計劃」提供資助的新旅遊產品數目：5項，行程內容包括在西貢、北區和大嶼山遠足和乘船遊覽

推動會展獎勵旅遊

推動會議、展覽及獎勵旅遊（以下簡稱“會展獎勵旅遊”）有助帶動更多高增值旅客訪港，並鞏固香港作為亞洲區內領先的國際城市的地位。年內，旅發局的「香港會議及展覽拓展部」與業界夥伴緊密合作，致力吸引更多會展獎勵旅遊旅客訪港，並提升他們在港的旅遊體驗。

爭取大型會展獎勵旅遊活動在港舉行

香港特別行政區政府已額外撥款予旅發局，協助爭取更多大型國際會展獎勵旅遊活動來港舉行。

2017年，旅發局成功爭取了32項大型及具策略性的國際會展獎勵旅遊活動來港舉行，帶來了107,000名高增值會展獎勵旅遊旅客，主要活動包括：

- Mary Kay China Leadership Conference 2019 (24,000人)
- Cloud Expo Asia & Data Centre World 2018 (14,500人)
- Herbalife Asia Pacific Extravaganza 2019 (18,000人)
- Asian Attractions Expo 2018 (9,000人)
- International Congress of Parkinson's Disease & Movement Disorders (MDS Congress) 2018 (4,000人)
- Asia-Pacific Vitreo-retina Society Congress (APVRS) 2020 (1,800人)



- 2017年訪港過夜會展獎勵旅遊旅客：193萬人次，上升1.9%
- 會展獎勵旅遊旅客人均消費：超過8,500港元，較整體過夜旅客的人均消費高33%
- 維持均衡的客源組合：51%會展獎勵旅遊旅客來自內地，28%來自短途市場，21%來自長途市場

強化策略夥伴關係

- 「香港會議及展覽拓展部」聯同業界夥伴積極參與各地區的主要展銷會及活動，以聯繫國際買家、企業和會展獎勵旅遊代理。年內，我們參與的業內推廣活動包括內地的「國際會獎旅遊博覽會」、印度的「SATTE」展銷會以及德國和美國的「IMEX」展覽會，吸引來自酒店、會展獎勵旅遊場地供應商和景點等約70個機構的香港業界夥伴參與。
- 我們繼續強化與多個國際專業組織及專業會議籌組者的夥伴關係，包括「American Society of Association Executives」、「HelmsBriscoe」、「International Association of Professional Congress Organisers」、「International Congress and Convention Association」等，透過這些組織的電子傳訊平台、年會和業界會議等，我們成功擴大網絡和提升香港的知名度，並於2017年促成了42個專業組織會議的商機。
- 我們繼續與亞洲國際博覽館、香港會議展覽中心、香港展覽會議業協會及香港貿易發展局緊密合作，並在「UFI Congress」等海外展覽活動進行聯合推廣，以鞏固香港作為「亞洲展覽之都」的地位。



- 2017/18年度，我們舉辦了15個訪港交流團、考察團和業界推廣活動，向來自海內外共210個機構的業界代表，展示香港的會展獎勵旅遊產品、場地及最新發展

加強業界支援

- 我們於2017年全面加強了「Hong Kong Rewards香港有禮！」的禮遇，呈獻多個景點新推出的餐飲及娛樂優惠，以提升會展獎勵旅遊旅客在港的體驗，精采禮遇包括：全港超過50家酒店提供免費迎賓酒會、香港迪士尼樂園提供免費晚餐及購物優惠、香港海洋公園提供精采娛樂體驗及免費套餐、香港賽馬會「Happy Wednesday」嘉年華活動提供免費啤酒及美食等。
- 我們利用特區政府的額外撥款在2016年推出試驗計劃，協助本地業界爭取更多中小型企業會議及獎勵旅遊團體來港。2017/18年度，我們向超過430個申請提供資助，吸引約35,000名會獎旅客來港。
- 2018年初，我們舉辦了歷年最大型的「會獎旅遊挑戰賽」活動，吸引逾70間來自內地、印度、印尼及南韓的旅行社代表，來港出席頒獎典禮及考察活動，並體驗本港最新的會展獎勵旅遊產品。



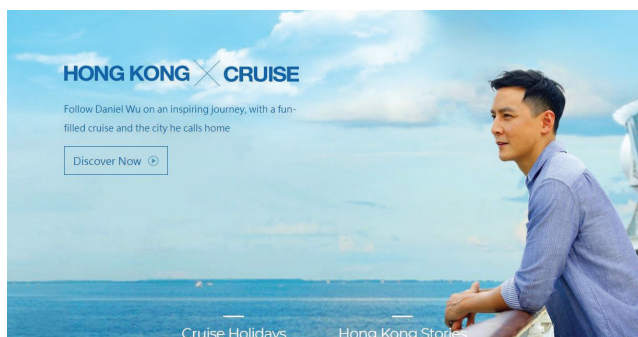
豐富郵輪宣傳

亞洲郵輪旅遊業發展迅速，為香港帶來了巨大機遇。為了建立香港作為首選郵輪旅遊目的地的形象，旅發局除了舉辦宣傳活動，也與郵輪公司及業界夥伴緊密合作，推廣香港成為受歡迎的郵輪旅遊勝地，並積極開拓客源市場。

拓展客源市場

在2017/18年度，我們繼續拓展郵輪客源市場，並進行一系列嶄新的策略推廣活動。

- 為了吸引「飛航郵輪」的旅客，我們與郵輪公司及郵輪聯盟攜手，推廣包括香港航程在內的「飛航郵輪」計劃，並鼓勵把香港作為登船前或離船後的旅遊目的地。
- 為了進一步拓展華南市場，我們聯同星夢郵輪、皇家加勒比國際遊輪等郵輪公司，以及主要景點如香港迪士尼樂園、香港海洋公園和昂坪360，推出包含景點門票的優惠郵輪套票。
- 2016年，我們在內地、台灣和東南亞推廣著名藝人兼導演吳彥祖為旅發局拍攝的宣傳片，推介香港作為一流的郵輪旅遊目的地。在2017/18年度，我們更在推廣活動中加入新元素，展示香港無與倫比的旅遊特色，特別是高質素的郵輪旅遊產品，並通過不同渠道進行宣傳。



- 2017/18年度推廣的「飛航郵輪」合作計劃數目：在12個客源市場一共推出33個「飛航郵輪」合作計劃，包括華西、北亞、台灣、東南亞、印度、澳洲、英國及美國

吸引國際郵輪

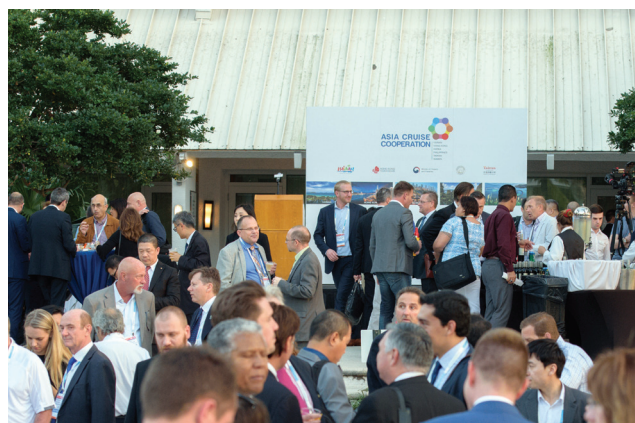
- 繼星夢郵輪的「雲頂夢號」選擇香港作為全年的停泊母港之後，星夢郵輪再次調配旗下全新豪華郵輪以香港作為母港，該艘名為「世界夢號」的郵輪於2017年11月進駐。香港更獲選為「世界夢號」舉辦命名儀式的場地，這也是歷來第一艘於香港命名的國際郵輪。
- 另外兩艘國際郵輪——「海洋航行者號」與「海洋贊禮號」也以香港為季節性母港。為了向旅客推介這兩艘郵輪，旅發局與皇家加勒比國際遊輪合作，推廣將香港納入航程的「飛航郵輪」旅遊套票，並拓展華南市場。



● 「世界夢號」命名儀式的宣傳效益：1,100萬港元

加強區域合作

與鄰近港口合作，是促進區內郵輪旅遊發展的關鍵。因此，旅發局藉着「亞洲郵輪聯盟」，一直致力於推動區內郵輪旅遊業持續發展。2018年3月，旅發局與海南、菲律賓、南韓和台灣等聯盟夥伴共同贊助在美國舉行的「Seatrade Cruise Global 2018」的開幕酒會，藉此宣傳區域合作，推動亞洲郵輪旅遊業的發展。



- 「Seatrade Cruise Global 2018」出席人數：來自113個國家逾11,000名業界代表及數百家國際媒體
- 「亞洲郵輪聯盟」夥伴在「Seatrade Cruise Global 2018」合辦之傳媒活動的宣傳效益：逾5,200萬港元

拓展一程多站旅遊

根據旅發局的調查，不少旅客會選擇於一次旅程中，到兩個或以上鄰近的旅遊目的地遊覽。針對這類旅客，旅發局一直致力與區內其他旅遊目的地的旅遊推廣機構合作，吸引更多旅客以「一程多站」行程到區內遊覽，使旅客可以在一次旅程之中，盡享香港及鄰近旅遊目的地多姿多采的旅遊體驗。

於北美地區推廣香港和台灣的旅遊組合

乘坐飛機從香港到台灣不需兩小時，加上機票價格相宜，令到結合香港與台灣的「一程多站」行程對長途旅客深具吸引力。針對北美地區，旅發局與台灣交通部觀光局（觀光局）合作，於2017年6月分別於溫哥華、洛杉磯及三藩市等地進行聯合推廣，向當地消費者推介「一程多站」旅遊，並推出全新的「一程多站」旅遊套票及行程。



● 2017年內相關旅遊套票的銷售額：超過4,000套

粵港澳大灣區旅遊業界合作峰會

隨着粵港澳大灣區發展，為「一程多站」旅遊帶來龐大機遇，旅發局與香港旅遊業議會於2017年12月在香港合辦了粵港澳大灣區旅遊業界合作峰會，為大灣區內的旅遊業界提供交流平台，締結合作關係，拓展商機。

• 峰會的出席人數：超過300名來自大灣區內不同政府部門、旅遊業界及相關界別的代表出席



優質旅遊服務

要贏取旅客的心，並吸引他們重遊香港，細心周全的服務必不可少。

為了讓旅客感到賓至如歸，旅發局一直與各界緊密合作，在業界宣揚好客文化與優質服務。

「優質旅遊服務」計劃

- 截至2018年3月31日，「優質旅遊服務」計劃共有1,244間認證商戶，涵蓋全港逾8,100間商鋪及575間住宿房間。
- 旅發局聯同優質旅遊服務協會，在內地主要的二、三線城市展開「香港優質旅遊服務計劃深化推廣」計劃，並通過多個新聞頻道及社交網絡平台宣傳，加強內地消費者對「優質旅遊服務」計劃的認識。
- 為了鼓勵內地消費者來港消費，優質旅遊服務協會和銀聯國際在夏天進行聯合推廣活動，銀聯卡用戶在全港逾2,000間指定商鋪消費均能享有折扣優惠。旅發局在其官網DiscoverHongKong.com和微信、網絡紅人的社交媒體平台上協助宣傳與推廣。
- 旅發局與泰國信用卡公司Krungthai Card Public Company合作，為其信用卡用戶在全港超過220間「優質旅遊服務」計劃指定商戶提供特別折扣優惠。我們通過不同的推廣渠道，向泰國旅客宣傳這項活動。

「香港優質旅遊服務計劃深化推廣」計劃：

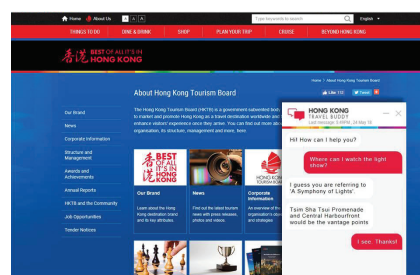
- 宣傳效益：超過1,100萬港元
- 宣傳短片瀏覽量：超過670萬次
- 曝光率：逾3.4億次
- 社交媒體參與：逾1,400萬



傑出旅客服務

持續為旅客提供更豐富的體驗，是我們的首要工作之一。除了在旅客諮詢中心提供面對面的諮詢服務，以及經由旅遊熱線和電郵解答旅客查詢之外，我們亦在2018年初落實兩項新措施，為旅客提供全新的體驗。

- 我們進一步提升機場旅客諮詢中心的設施，可以24小時為旅客提供即時旅遊服務。現在旅客可以在自助服務站把行程及其他資訊直接下載到手機。這些自助服務站還備有最先進的「聊天機械人」(chatbot)功能，讓旅客可以像與真人聊天般互動，獲取所需的旅遊資訊。
- 我們首次在官網DiscoverHongKong.com及「香港·我的智遊行程」應用程式中加入線上聊天服務，可以即時為旅客提供建議和旅遊推薦，讓他們像本地人一樣發掘香港的地道特色。



- 旅客諮詢中心在2017/18年度接待的旅客人數：逾150萬人
- 禮賓熱線登記用戶：共160個，包括115家酒店、9個商場、8個旅遊景點、5間獲「優質旅遊服務」計劃認證的旅客住宿服務、9間獲「優質旅遊服務」計劃認證的百貨公司及14個港鐵站

旅遊業及社區關係

旅遊業的發展和推廣有賴社會每一位市民參與。一如以往，我們在2017/18年度舉辦及支持各項活動，與社會各界維持緊密聯繫，並鼓勵公眾成為我們的旅遊大使，宣揚香港的好客之道。

成為旅客的朋友

除了一般的觀光活動，旅客對於體驗本地文化亦越來越感興趣。「Hong Kong Pals」計劃下的「Meet the Pals」活動正好迎合這些旅客的需要。透過誠懇的旅遊推介、熱心的行程安排協助和教授旅客傳統手藝，「Meet the Pals」活動讓旅客能更深刻體驗本地文化和加深他們與香港和本地人的接觸。

計劃自九年前成立以來，已發展出一個多達70位熱心義工的團隊，當中超過40位更成為「Hong Kong Pals」超過五年。新加入的義工由經驗豐富的「Pals」負責帶領和培訓。團隊提供旅客服務超過10,200小時，並舉辦不少於220場活動，他們的努力不但大大推動香港地道文化，更贏得眾多旅客的讚賞。

「Hong Kong Pals」參與「三門仔漁民文化體驗團」活動，學習傳統漁民舞蹈。



「Hong Kong Pals」到南生圍進行觀鳥考察。

旅客家庭學習以書法書寫揮春。



培育年輕人

培養年輕人對香港旅遊業的長遠發展甚為重要。為加深學生對業界的認識，旅發局在2017/18年，為各大院校包括：香港中文大學、香港理工大學、香港城市大學專上學院、香港大學專業進修學院、香港專業教育學院等，舉辦了12場講座，向超過1,000位學生分享旅遊業的最新發展，以及介紹旅發局在市場推廣、公共關係及會議及展覽旅遊的宣傳和推廣策略。

超過200名大專學生獲邀出席旅發局舉辦的「香港旅業展望」，了解最新旅業發展、市場推廣趨勢和旅發局工作，並聽取業界人士分享大灣區旅遊發展機遇及環球經濟前景。



旅發局主席林建岳博士出席旅遊事務署及香港青年協會舉辦的「香港青年大使計劃」委任暨頒獎典禮。當日共有226位青少年獲委任為青年大使，協助向旅客推廣香港。

旅發局向香港專上學院學生介紹旅發局宣傳香港旅遊業的策略。



旅發局總幹事劉鎮漢以榮譽嘉賓身份出席保良局主辦的「2017國際可持續旅遊發展年美術設計創作比賽」，頒發獎項予來自香港、內地及海外的得獎學生。

推廣卓越旅遊服務

旅發局十分重視服務業的前線服務人員對發揮香港作為好客之都的貢獻。因此，旅發局亦積極參與業界所舉辦的活動，以推廣優質旅遊服務，讓旅客有賓至如歸的體驗。

旅發局主席林建岳博士獲邀為「香港國際機場優質顧客服務計劃2017」頒獎典禮擔任主禮嘉賓，嘉許表現卓越的機場員工。



旅發局主席林建岳博士出席香港優質顧客服務協會舉辦的「欣賞服務日」開幕式，支持業界推廣欣賞服務文化。

旅發局主席林建岳博士出席由《香港經濟日報》舉辦的「我最喜愛商場選舉2017/18」頒獎典禮，頒獎予獲嘉許的商場，表揚他們為旅客及市民提供優質服務。



旅發局今年再度支持入境事務處舉辦的「最有禮貌入境管制人員」選舉，委任榮獲最高票數的關員為「香港禮貌大使」。

旅發局出席支持《壹週刊》主辦的「服務第壹大獎2017」頒獎典禮，頒發獎項表揚為顧客提供優質服務的企業及員工。



加強各界別連繫

香港旅遊業發展有賴各持份者緊密合作。旅發局在2017/18年度一如以往與各界別的夥伴，包括旅遊業界、立法會議員、商會、學者等，保持緊密聯繫，以加深其對旅發局工作的認識和交換彼此對宣傳和推廣旅遊業的意見。

旅發局總幹事劉鎮漢先生出席香港總商會零售及旅遊委員會舉辦的圓桌午餐，向與會者講解旅發局的投資推廣策略及最新的宣傳工作。



旅發局總幹事劉鎮漢在香港理工大學酒店及旅遊業管理學院主辦的「第五屆TTRA亞太區周年會議」開幕式中，分享如何促進旅遊業可持續發展。

旅發局獲邀出席香港理工大學酒店及旅遊業管理學院主辦的「第三屆國際旅遊及酒店業會議（香港2017）」，會上不同業界人士就國際旅遊及酒店業提出意見。



獎項與殊榮





旅遊目的地 — 香港

- Business Traveller Asia-Pacific Travel Awards 2017：「最佳商務城市」
- 《Smart Travel Asia》雜誌 — 2017旅遊投票選舉：亞洲「最佳會議城市」
- 《Travel+Leisure India & South Asia》雜誌 — 「2017印度之最」投票選舉：「最佳MICE目的地」
- 《商旅》雜誌（中國版） — 讀者評選大獎2017：「全球最喜愛的商務城市」
- 《商務會獎旅遊》雜誌 — 2016/17第十屆中國商務會獎旅遊金椅子獎：「年度最具魅力城市會獎目的地」
- Travel Weekly Magellan Awards 2017：穆斯林友善旅遊目的地 — 「目的地推廣 — 活動 — 廣告 / 市場推廣」組別銀獎
- World Travel Awards 2017：「全球領先商務城市」
- 中國《商旅專家》雜誌 — 2017年度奇蹟之夜中國商旅會獎行業奇蹟獎：「2017年度最佳MICE目的地」

香港旅遊發展局

1 機構

香港旅遊發展局

- 會議及展覽雜誌《CEI Asia》2018讀者之選：「亞太區最佳會議及展覽局」

2 市場推廣活動

Art is Everywhere

- Galaxy Awards 2017：「設計 — 攝影」組別大獎
- Galaxy Awards 2017：「設計 — 攝影」組別金獎
- Galaxy Awards 2017：「推廣 — 特別項目」組別金獎

「盡享・最香港」發佈

- Travel Weekly Magellan Awards 2017：「目的地推廣 — 活動 — 廣告 / 市場推廣」組別銀獎
- 2017 HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards：「綜合市場推廣活動」組別銅獎

「盡享・最香港」品牌電視廣告

- Mercury Awards 2017/18：「廣告：電視廣告計劃」組別優異獎

「盡享・最香港」名人推廣活動

- 2017 HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards：「數碼媒體推廣 / 社群媒體 / 社交網絡」組別銅獎

「盡享・最香港」新品牌推廣計劃

- 《Marketing》雜誌 — Marketing Excellence Awards 2017：「旅遊及款待市場推廣」組別金獎
- Galaxy Awards 2017：「推廣 — 品牌特性」組別金獎
- Galaxy Awards 2017：「廣告 — 多媒體計劃」銀獎
- 《Transform》雜誌 — Transform Awards Asia-Pacific 2017：「最佳地方 / 國家品牌」組別銅獎
- Astrid Awards 2017：「推廣活動」組別優異獎

「盡享・最香港」新品牌推廣計劃專題網站

- PATA Grand and Gold Awards 2017：「市場推廣媒體 — 網站」組別金獎
- Astrid Awards 2017：「推廣活動」組別銀獎
- Galaxy Awards 2017：「網站 — 旅遊」組別銀獎

「盡享・最香港」社交媒體推廣活動

- Travel Weekly Magellan Awards 2017：「目的地推廣—網上推廣／廣告」組別銀獎

Better Late Than Never

- 2017 HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards：「公共關係／電視節目特輯」組別銅獎

Cruise Planners' Passenger Acquisition Test

- 2017 HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards：「綜合市場推廣活動」組別金獎
- Travel Weekly Magellan Awards 2017：「目的地推廣—網上推廣／廣告」組別銀獎

《Discover Hong Kong — 香港旅遊指南》

- Astrid Awards 2017：「非牟利機構」組別金獎

Discover Hong Kong 臉書專頁

- W3 Awards 2017：「社群媒體及內容推廣」組別銀獎
- Astrid Awards 2017：「自我推廣」組別銅獎

「#DiscoverHongKong 香港故事」用戶原創內容推廣活動

- Astrid Awards 2017：「宣傳」組別銅獎

From Granny to Trendy

- Galaxy Awards 2017：「影片 — DVD，URL，USB — 時裝」組別優異獎

「香港美酒佳餚巡禮」網站

- Mercury Awards 2017/18：「網站／流動媒體：活動網站」組別銅獎

「閃躍維港」3D光雕匯演（2016 香港FUN享夏日禮）

- 2017 AVA Digital Awards：「特別項目」組別鉑金獎

「香港FUN享夏日禮」推廣網站

- Mercury Awards 2017/18：「網站／流動媒體：旅遊」組別金獎

「新春國際匯演之夜2017」旅發局花車及吉祥物

- Astrid Awards 2017：「特別項目：節慶活動」組別銅獎

新春國際匯演之夜2017

- Travel Weekly Magellan Awards 2017：「目的地推廣 — 活動 — 廣告／市場推廣」組別銀獎
- Mercury Awards 2017/18：「特別項目：節慶活動」組別銅獎
- 2017 HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards：「公共關係／特別項目」組別銅獎

「我的香港朋友」推廣活動

- MARKies Awards 2018：「最佳數碼應用」組別金獎
- MARKies Awards 2018：「最佳內容應用」組別金獎
- MARKies Awards 2018：「最佳構思 — 數碼」組別銀獎
- MARKies Awards 2018：「最佳社群應用」組別銀獎
- Mercury Awards 2017/18：「宣傳／市場推廣：社群媒體推廣活動」組別銀獎
- Mercury Awards 2017/18：「社群媒體：綜合數碼媒體推廣」組別銅獎
- Mercury Awards 2017/18：「DVD及網上影片：特別項目」組別銅獎

「香港・我的智遊行程」流動應用程式

- 阿拉伯聯合酋長國政府：「提高社會及文化意識」組別最佳政府流動服務獎

「舊城中環」推廣計劃

- 金帆廣告大獎2017：「戶外」組別金帆最高排名 — 銀獎
- 金帆廣告大獎2017：「設計及工藝 — 設計 — 廣告海報設計」組別金獎
- Galaxy Awards 2017：「設計 — 其他項目」組別金獎
- 金帆廣告大獎2017：「設計及工藝 — 設計 — 品牌環境及空間設計」組別銀獎
- 金帆廣告大獎2017：「設計及工藝 — 印刷工藝 — 插圖」組別銀獎
- Galaxy Awards 2017：「推廣 — 其他項目」組別銀獎
- 金帆廣告大獎2017：「戶外 — 戶外推廣 — 創意運用標準戶外廣告空間」組別銀獎

- Mercury Awards 2017/18：「推廣計劃—非牟利／公共事務：市場推廣傳訊」組別銅獎
- Mercury Awards 2017/18：「DVD及網上影片：網上影片」組別銅獎
- 金帆廣告大獎2017：「促銷與促動 — 流動營銷及科技」組別優異獎

《舊城中環漫步路線指南》

- The Spark Awards for Media Excellence 2017：「最佳媒體活動 — 印刷」組別銀獎

Segmenting PBS for Maximum Relevancy and Gain

- 2017 HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards：「公共關係／電視節目特輯」組別銅獎

3 公關推廣活動

「舊城中環」公關項目「20 of the Best in Hong Kong's Old Town Central」

- 第十三屆中國最佳公共關係案例大賽：評委會大獎
- 第十三屆中國最佳公共關係案例大賽：「海外傳播」組別金獎
- Mercury Awards 2017/18：「宣傳：媒體曝光」組別金獎
- 《Marketing》雜誌 — Marketing PR Awards 2017：「環球公關活動」組別銀獎
- 《Marketing》雜誌 — Marketing Excellence Awards 2017：「公共關係」組別銅獎

「A Taste of Hong Kong」第三季地區推廣活動

- Asia-Pacific Stevie Awards 2017：「名人或公眾人物創新應用」組別銀獎

旅發局2015/16年度年報

- Nonprofit Awards 2018：「外部刊物或報告」組別大獎
- Asia-Pacific Stevie Awards 2017：「創新年報」組別銀獎
- Mercury Awards 2017/18：「網站／流動媒體：互動年報」組別銀獎
- ARC Awards 2017：「非牟利機構網站版年報」組別銅獎
- iNOVA Awards 2017：「網上版年報 — 旅遊」組別銅獎
- Mercury Awards 2017/18：「年報 — 整體表達：旅遊」組別銅獎
- Galaxy Awards 2017：「流動媒體 — 年報」組別優異獎

香港單車節2016

- 《Communication Director》雜誌 — Asia-Pacific Excellence Awards 2016：「危機及聲譽管理」組別大獎
- 第三屆香港公共關係獎 (2016)：「持份者傳訊」組別銀獎
- Asia-Pacific Stevie Awards 2017：「社群媒體創新應用(所有其他行業)」組別銅獎

Hong Kong LIVE in Bordeaux 2016

- 第三屆香港公共關係獎 (2016)：「項目策劃」組別金獎
- Asia-Pacific Stevie Awards 2017：「創新展覽活動(所有其他行業)」組別銀獎

香港美酒佳餚巡禮2016

- Galaxy Awards 2017：「特別活動 — 宣傳」組別銅獎

4 旅客服務

TripAdvisor：2017卓越嘉許狀

禮賓熱線服務

- Asia-Pacific Stevie Awards 2017：「創新顧客服務管理、計劃及執行（其他服務行業）」組別金獎

香港國際機場優質顧客服務計劃2017

- 個人卓越獎：曾慧君、何淑韻
- 團隊卓越獎：李影影、蘇冰

香港國際機場環境管理表揚計劃

- 「餐飲業、零售業、辦公室及其他界別食肆」組別「良好級別」

「Hong Kong Travel Buddy」 — Your Virtual Travel Companion

- Asia-Pacific Stevie Awards 2017：「顧客服務創新科技（所有其他行業）」組別金獎
- 優質顧客服務大獎 2017：「創新服務獎」組別優異獎

「Meet-the-Pals」計劃

- 《Communication Director》雜誌 — Asia-Pacific Excellence Awards 2016：「故事宣傳」組別大獎

關於香港旅遊發展局

P.88

企業資訊

P.96

獨立核數師報告

P.94

全球辦事處及地區代辦



掃描QR Code瀏覽360°全景





企業資訊

企業管治

旅發局是政府資助機構，致力奉行高水平的企業管治常規，提高營運和財務範疇的透明度。旅發局年內嚴格遵行所有適用規例及程序，在日常運作中均保持最高誠信標準。

架構及管理

旅發局的組織及成員

旅發局共有20位成員，均由香港特別行政區行政長官委任，並廣泛代表旅遊及其他不同的界別，包括客運商、旅館營運人、持牌旅行代理商、旅遊經營商、零售商及食肆營運人等。

全體成員組成一個監管旅發局的組織，有權行使《香港旅遊發展局條例》賦予的一般權力，並獲授權委任不同的委員會，監督旅發局不同範疇的工作，及就與委員會職責相關的企業管治事宜向旅發局提供建議。各委員會的資料詳載如下。

市場推廣及業務發展委員會

委員會就旅發局的市場推廣方向及業務發展提供策略和意見，檢討全年業務計劃草擬本，就新的市場推廣方向和契機、國際市場發展的趨勢對香港旅遊業的影響，及改善旅發局對外溝通及與業界關係上的策略提供建議。委員會每年開會四次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和七位旅發局成員組成，並由策略籌劃及研究總監擔任秘書。

產品及活動委員會

委員會就產品及活動的發展策略提供意見，評估個別項目是否能協助達至由市場推廣及業務發展委員會為旅發局制定的整體市場推廣方向。委員會就新旅遊產品和基建設施的發展，提供策略意見和建議，並據此審議和批核產品及活動策略綱領。此外，委員會又審批大型活動的概念和推行方案。委員會每年開會四次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和八位旅發局成員組成，並由節目及旅遊產品拓展總經理擔任秘書。

財務及編制委員會

委員會負責檢討和確認有關財務的事項，包括財務政策、管理監控、經審核年度賬目及關乎旅發局長期財務承擔的事項，如辦公室租約等。委員會又負責檢討和確認員工規劃、人力資源政策、聘用條款及條件、高級管理職位的增刪，以及高級行政人員的晉升。委員會每年開會四次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和五位旅發局成員組成，並由人力資源及行政總經理擔任秘書。

稽核委員會

委員會就旅發局運作的成效和效率，以及內部監控是否充足，向旅發局成員提供建議。委員會獲授權調查屬其職權範圍內的任何事宜，並負責檢閱及確認周年審核計劃以確保其涵蓋重要的業務運作、檢討內部及其他相關機構審查所得的結果和建議及其執行情況。同時，委員會亦會預先審閱經審核的周年財務報表，以供各成員審批。委員會每年開會三次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和七位旅發局成員組成，並由稽核總監擔任秘書。

優質旅遊服務委員會

委員會負責監管「優質旅遊服務」計劃，並就「優質旅遊服務」計劃的發展，向旅發局成員提供意見。委員會亦負責審批「優質旅遊服務」計劃的評審準則、規則、投訴處理機制和收費政策。委員會每年開會兩次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席、六位旅發局成員及四位業界成員組成，並由業務拓展總經理擔任秘書。

旅發局成員會議出席率

截至2018年3月31日止年度

旅發局成員	旅發局會議	市場推廣 及業務 發展委員會	產品及 活動委員會	財務及 編制委員會	稽核 委員會	優質旅遊 服務委員會
林建岳博士 (主席)	7/7					2/2*
黃智祖先生 (副主席) (i)	7/7	7/7	5/5	4/4	3/3	2/2
梁偉賢爵士 (ii)	3/4		3/3			
麥華章先生 (iii)	4/4	2/3		3/3		
葉詠詩女士	4/7		3/5			
陳子政先生	7/7				3/3*	
施南生女士	3/7		2/5			
周允成先生	5/7		3/5			2/2
那巴利先生	2/7	4/7*			1/3	
龐建貽先生	6/7		4/5*			2/2
譚允芝女士	4/7			4/4*		1/2
陳覺威先生	7/7	6/7		3/4		
唐偉邦先生	7/7	6/7		2/4		
楊碧瑤女士	5/7		2/5			2/2
胡文新先生	7/7		3/5		2/3	
余葉嘉莉女士	6/7			3/4	3/3	
楊美珍女士	5/7	4/7			1/3	
黃進達先生	5/7	6/7				2/2
沈朝生先生	7/7		5/5		2/3	
方舜文女士	5/7	3/7				
梁宏正先生 (iv)	2/3		不適用#		2/2	
郭艷明女士 (iv)	2/3	2/2		不適用~		

(i) 黃智祖先生於2018年2月20日接替朱曼鈴女士出任旅遊事務專員和香港旅遊發展局副主席。

(ii) 任期於2017年10月31日後屆滿，此前同時出任產品及活動委員會主席一職。

(iii) 任期於2017年10月31日後屆滿。

(iv) 任期由2017年11月1日起生效。

* 委員會主席（截至2018年3月31日）。

於2017年11月23日獲委任為產品及活動委員會成員，該委員會於2017年11月23日至2018年3月31日期間並沒有召開會議。

~ 於2017年11月23日獲委任為財務及編制委員會成員，該委員會於2017年11月23日至2018年3月31日期間並沒有召開會議。

內部監控及遵規

旅發局成員的職責之一是確保內部監控系統和程序合乎滿意水平而且行之有效。這些程序是為合理保證管理層推行的政策得以遵循、資產得以保障、日常運作暢順而有效率、防止及偵察不當行為和謬誤、編製準確完備的會計賬目，以及確保財務資料能適時備妥。旅發局設有匯報機制，可向旅發局成員或有關委員會報告重大違規情況及相應的跟進行動。內部法律顧問亦會定期檢討旅發局遵守與其相關法例的情況。

稽核部屬獨立部門，負責評估內部監控是否足夠及有效。部門每年制訂審核計劃，審閱各部門和全球辦事處的財務、運作及遵規監控。稽核部在根據稽核規章履行其職責時，有權在不受任何限制的情況下取得所需資料及聯絡有關人員。稽核總監除向總幹事匯報外，並可直接與稽核委員會及其主席接觸，以確保其工作的獨立性。

除內部稽核外，旅發局亦聘用獨立核數師進行法定審核。稽核委員會最少每年一次在旅發局管理層避席的情況下與獨立核數師會面，及在展開法定審核前與獨立核數師討論審核的性質與範圍。

管理層

在現行架構下，旅發局透過以下部門推行各項業務和活動：

- 業務拓展部
- 企業事務部
- 企業服務部
- 節目及旅遊產品拓展部
- 人力資源及行政部
- 稽核部
- 市場推廣部
- 會議展覽及郵輪業務部
- 策略籌劃及研究部
- 全球辦事處

其他資訊

香港旅遊發展局

香港旅遊協會（旅協）於1957年成立，是政府資助的法定機構，並於2001年4月1日改組為香港旅遊發展局（旅發局）。旅發局是根據香港法例第302章《香港旅遊發展局條例》成立的法定機構，其與前旅協不同，不再沿用會員制度，與業內任何界別或組織亦無從屬關係，能更有效地為本港整體旅遊業提供支援和服務。

主要職能及使命

旅發局的主要職能是在世界各地宣傳和推廣香港為旅遊勝地，以及提升旅客在香港的旅遊體驗，更就本港旅遊設施的範疇和質素，向政府和有關機構提供建議。

旅發局的使命是要盡量提升旅遊業對香港社會及經濟的貢獻，並致力鞏固香港作為別具特色和令人嚮往的世界級旅遊點的地位。

工作目標

《香港旅遊發展局條例》為旅發局訂定六項工作目標：

- 致力擴大旅遊業對香港的貢獻；
- 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和位列世界級的旅遊目的地；
- 提倡對旅客設施加以改善；
- 在政府向公眾推廣旅遊業的重要性的過程中給予支持；
- 在適當的情況下支持為到訪香港旅客提供服務的人士的活動；
- 就促進以上事宜所採取的措施向行政長官作出建議及提供意見。

人力資源

於2018年3月31日，旅發局員工編制共377人，其中派駐香港以外共131人。旅發局期望僱員擁有高度誠信，因此透過舉辦培訓課程及簡報會，讓僱員熟悉行為守則的指引和程序。僱員手冊亦就員工操守訂定詳盡和特定的指引。

諮詢角色及業界功能

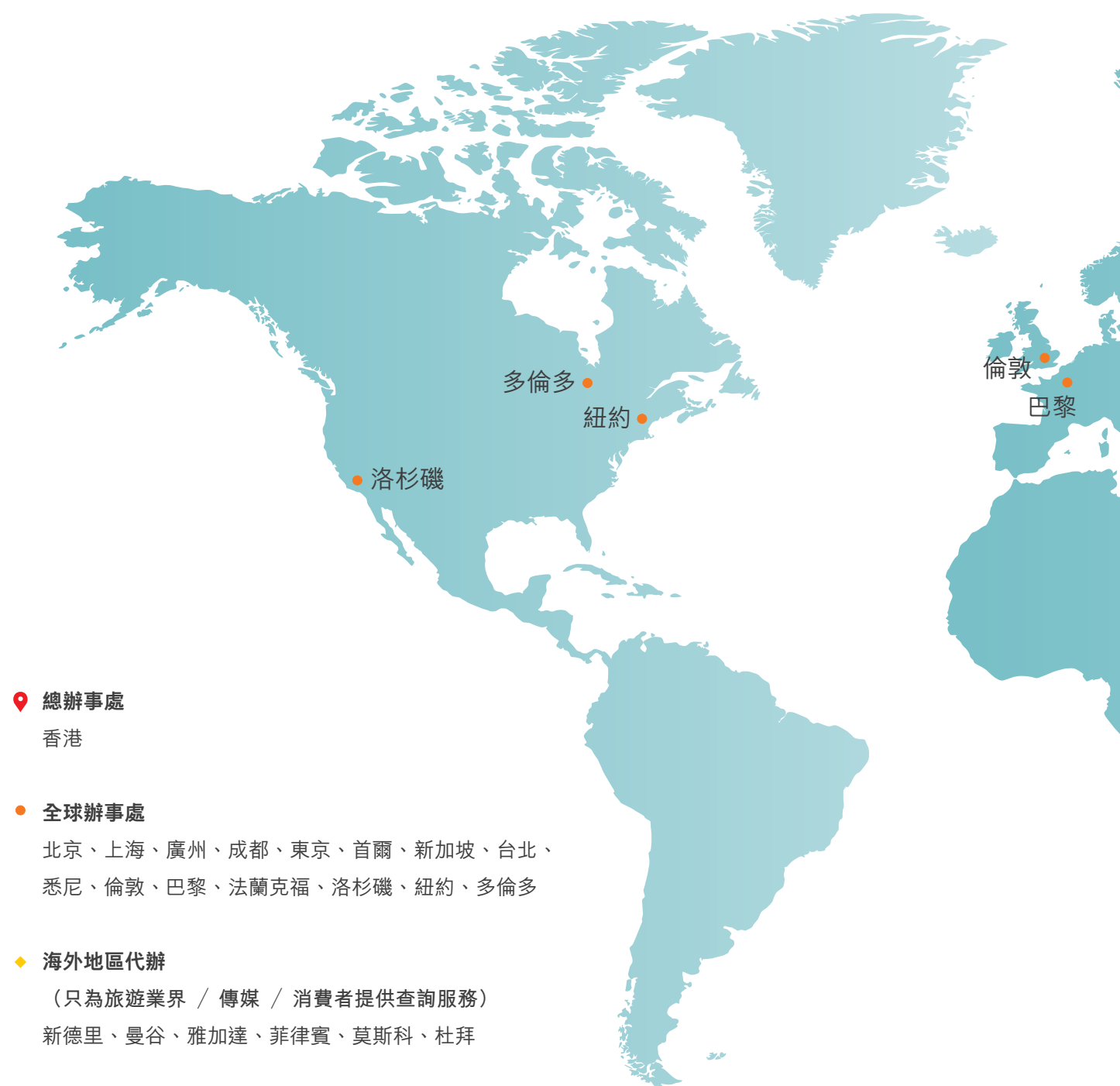
旅發局透過參與以下策略工作小組及會議，與旅遊業相關界別及政府有關部門緊密聯繫：

- 元創方諮詢委員會
- 郵輪業諮詢委員會
- 旅行代理商諮詢委員會
- 亞洲展覽會議協會聯盟
- 航空發展與機場三跑道系統諮詢委員會
- 職業訓練局中華廚藝學院訓練委員會
- 香港旅遊業議會購物事宜委員會
- 運輸署的士服務質素委員會
- 亞太旅遊協會執行理事會
- 香港藝術節協會執行委員會
- 香港旅行社協會執行委員會
- 香港展覽會議業協會執行委員會
- 香港品牌發展局
- 港台經濟文化合作協進會
- 香港貿易發展局
- 職業訓練局酒店業、飲食業及旅遊業訓練委員會
- 香港旅遊業議會來港旅遊委員會
- 大嶼山發展諮詢委員會
- 香港旅遊業議會內地來港旅行團事務委員會
- 香港總商會零售及旅遊委員會
- 戶外燈光專責小組
- 香港註冊導遊協會
- 會議展覽及獎勵旅遊業跨界別督導委員會
- 旅遊業策略小組
- 經濟發展委員會轄下會展及旅遊業工作小組
- 香港旅遊業議會旅遊業培訓基金培訓項目資助計劃評審委員會

此外，旅發局又與以下機構合作，為旅遊業和相關行業作出貢獻：

- 粵港澳旅遊推廣機構
- 亞太旅遊協會
- 世界旅遊組織

全球辦事處及地區代辦



📍 總辦事處

香港

● 全球辦事處

北京、上海、廣州、成都、東京、首爾、新加坡、台北、
悉尼、倫敦、巴黎、法蘭克福、洛杉磯、紐約、多倫多

◆ 海外地區代辦

(只為旅遊業界 / 傳媒 / 消費者提供查詢服務)

新德里、曼谷、雅加達、菲律賓、莫斯科、杜拜



有關各全球辦事處及海外地區代辦的地址及聯絡方法，請瀏覽www.discoverhongkong.com



獨立核數師報告



獨立核數師報告

致香港旅遊發展局的獨立核數師報告

(最初根據《香港旅遊協會條例》成立，其後根據《2001年香港旅遊協會(修訂)條例》及《香港旅遊發展局條例》改組成立)

意見

本核數師（以下簡稱「我們」）已審計列載於第99至136頁的香港旅遊發展局（以下簡稱「旅發局」）及其附屬公司（以下統稱「集團」）的綜合財務報表，此綜合財務報表包括於2018年3月31日的綜合財務狀況表及旅發局財務狀況表，截至該日止年度的綜合收益表、綜合全面收益表、綜合儲備變動表和綜合現金流量表以及綜合財務報表附註，包括主要會計政策概要。

我們認為，該等綜合財務報表已根據香港會計師公會頒布的《香港財務報告準則》真實而中肯地反映了旅發局及集團於2018年3月31日的財務狀況及集團截至該日止年度的綜合財務表現及綜合現金流量。

意見的基礎

我們已根據香港會計師公會頒布的《香港審計準則》進行審計。我們在該等準則下承擔的責任已在本報告「核數師就綜合審計財務報表承擔的責任」部分中作進一步闡述。根據香港會計師公會頒布的《專業會計師道德守則》（以下簡稱「守則」），我們獨立於集團，並已履行守則中的其他專業道德責任。我們相信，我們所獲得的審計憑證能充足及適當地為我們的審計意見提供基礎。

旅發局成員就綜合財務報表須承擔的責任

旅發局成員須負責根據香港會計師公會頒布的《香港財務報告準則》擬備真實而中肯的綜合財務報表，並對其認為為使綜合財務報表的擬備不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所需的內部控制負責。

在擬備綜合財務報表時，旅發局成員負責評估集團持續經營的能力，並在適用情況下披露與持續經營有關的事項，以及使用持續經營為會計基礎，除非旅發局成員有意將集團清盤或停止經營，或別無其他實際的替代方案。

核數師就審計綜合財務報表須承擔的責任

我們的目標，是對綜合財務報表整體是否不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述取得合理保證，並出具包括我們意見的核數師報告。我們僅向整體成員報告。除此以外，我們的報告不可用作其他用途。我們概不就本報告的內容，對任何其他人士負責或承擔法律責任。

合理保證是高水平的保證，但不能保證按照《香港審計準則》進行的審計，在某一重大錯誤陳述存在時總能發現。錯誤陳述可以由欺詐或錯誤引起，如果合理預期它們單獨或滙總起來可能影響綜合財務報表使用者依賴財務報表所作出的經濟決定，則有關的錯誤陳述可被視作重大。

核數師就審計綜合財務報表須承擔的責任 (續)

在根據《香港審計準則》進行審計的過程中，我們運用了專業判斷，保持了專業懷疑態度。我們亦：

- 識別和評估由於欺詐或錯誤而導致綜合財務報表存在重大錯誤陳述的風險，設計及執行審計程序以應對這些風險，以及獲取充足和適當的審計憑證，作為我們意見的基礎。由於欺詐可能涉及串謀、偽造、蓄意遺漏、虛假陳述，或凌駕於內部控制之上，因此未能發現因欺詐而導致的重大錯誤陳述的風險高於未能發現因錯誤而導致的重大錯誤陳述的風險。
- 了解與審計相關的內部控制，以設計適當的審計程序，但目的並非對集團內部控制的有效性發表意見。
- 評價旅發局成員所採用會計政策的恰當性及作出會計估計和相關披露的合理性。
- 對旅發局成員採用持續經營會計基礎的恰當性作出結論。根據所獲取的審計憑證，確定是否存在與事項或情況有關的重大不確定性，從而可能導致對集團的持續經營能力產生重大疑慮。如果我們認為存在重大不確定性，則有必要在核數師報告中提請使用者注意綜合財務報表中的相關披露。假若有關的披露不足，則我們應當發表非無保留意見。我們的結論是基於核數師報告日止所取得的審計憑證。然而，未來事項或情況可能導致集團不能持續經營。
- 評價綜合財務報表的整體列報方式、結構和內容，包括披露，以及綜合財務報表是否中肯反映交易和事項。
- 就集團內實體或業務活動的財務信息獲取充足、適當的審計憑證，以便對綜合財務報表發表意見。我們負責集團審計的方向、監督和執行。我們為審計意見承擔全部責任。

除其他事項外，我們與審計委員會溝通了計劃的審計範圍、時間安排、重大審計發現等，包括我們在審計中識別出內部控制的任何重大缺陷。

畢馬威會計師事務所

執業會計師

香港中環
遮打道十號
太子大廈八樓

2018年8月17日

綜合收益表

截至2018年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2018	2017
一般基金			
主要收入來源	3		
本年度政府資助		948,478,819	879,162,844
其他收入			
利息收入		3,838,998	2,164,472
遞延收入的確認 — 辦公室	12	10,000,000	10,000,000
贊助		53,148,914	31,565,765
宣傳及廣告收入		13,999,561	13,950,509
雜項收入		36,425,389	27,943,953
		117,412,862	85,624,699
其他虧損淨額			
出售固定資產虧損		(608)	(7,755)
總收入		1,065,891,073	964,779,788
宣傳、廣告及刊物支出		420,507,920	451,170,624
研究及產品拓展		15,834,871	14,435,850
本地服務及大型活動		299,457,421	178,645,996
員工成本	5(a)	255,254,094	246,722,438
租金、差餉及管理費		15,183,940	15,038,854
折舊	7(a)	16,306,318	15,267,061
核數師酬金		501,715	490,670
其他經營費用		35,652,772	26,947,075
總支出		1,058,699,051	948,718,568
本年度稅前盈餘	5	7,192,022	16,061,220
所得稅	4	(39,803)	(111,754)
本年度盈餘		7,152,219	15,949,466

第105至第136頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合全面收益表

截至2018年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2018	2017
本年度盈餘		7,152,219	15,949,466
本年度其他全面收益：			
不可重新分類至收益表內的項目：			
- 界定福利退休計劃的淨資產重新計量	13(a)(v)	11,812,000	7,511,000
本年度全面收益總額		18,964,219	23,460,466

第105至第136頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合財務狀況表

於2018年3月31日（以港幣列示）

	附註	2018	2017
非流動資產			
固定資產	7(a)	23,826,669	33,600,887
界定福利退休計劃資產	13(a)(i)	65,106,000	53,947,000
		88,932,669	87,547,887
流動資產			
應收賬款、按金及預付款項	9	22,045,992	19,749,962
可收回稅項		17,049	-
銀行及財務機構存款	10	394,968,876	372,324,095
銀行存款及現金	10	7,802,934	7,696,658
		424,834,851	399,770,715
流動負債			
預收款項		65,543,073	48,480,079
應付賬款及應計費用	11	214,837,497	214,314,611
遞延收入	12	10,000,000	10,000,000
本期稅項		-	101,181
		290,380,570	272,895,871
流動資產淨值		134,454,281	126,874,844
非流動負債			
遞延收入	12	1,666,667	11,666,667
資產淨值		221,720,283	202,756,064
代表：			
儲備			
一般基金	14	221,720,283	202,756,064

香港旅遊發展局總幹事及主席於2018年8月17日批准，並許可刊發。

劉鎮漢
總幹事

林建岳博士，GBS
主席

第105至第136頁的附註屬本財務報表的一部分。

財務狀況表

於2018年3月31日（以港幣列示）

	附註	2018	2017
非流動資產			
固定資產	7(b)	23,812,459	33,582,347
界定福利退休計劃資產	13(a)(i)	65,106,000	53,947,000
於一家附屬公司的權益	8	551,876	551,876
		89,470,335	88,081,223
流動資產			
應收賬款、按金及預付款項	9	21,615,434	19,127,887
銀行及財務機構存款	10	394,968,876	372,324,095
銀行存款及現金	10	7,600,135	7,522,949
		424,184,445	398,974,931
流動負債			
應付一家附屬公司的款項	8	2,361,977	2,411,969
預收款項		65,543,073	48,480,079
應付賬款及應計費用	11	212,373,923	211,750,375
遞延收入	12	10,000,000	10,000,000
		290,278,973	272,642,423
流動資產淨值		133,905,472	126,332,508
非流動負債			
遞延收入	12	1,666,667	11,666,667
資產淨值		221,709,140	202,747,064
代表：			
儲備			
一般基金	14	221,709,140	202,747,064

香港旅遊發展局總幹事及主席於2018年 8月17日批准，並許可刊發。

劉鎮漢
總幹事

林建岳博士，GBS
主席

第105至第136頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合儲備變動表

截至2018年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2018	2017
於年初之一般基金		202,756,064	179,295,598
本年度盈餘		7,152,219	15,949,466
本年度其他全面收益		11,812,000	7,511,000
本年度全面收益總額		18,964,219	23,460,466
於年末之一般基金		221,720,283	202,756,064

第105至第136頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合現金流量表

截至2018年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2018	2017
經營活動			
本年度稅前盈餘		7,192,022	16,061,220
調整：			
利息收入		(3,838,998)	(2,164,472)
折舊		16,306,318	15,267,061
出售固定資產之虧損		608	7,755
遞延收入的確認 — 辦公室		(10,000,000)	(10,000,000)
營運資金變動前之經營盈餘		9,659,950	19,171,564
於綜合收益表確定之界定福利退休計劃資產	13(a)(v)	653,000	1,139,000
應收賬款、按金及預付款項之（增加）／減少		(1,625,895)	2,677,526
預收款項、應付賬款及應計費用之增加		13,666,052	71,100,750
經營產生之現金		22,353,107	94,088,840
已（繳付）／退還之海外稅項		(158,033)	1,293
經營活動產生之現金淨額		22,195,074	94,090,133
投資活動			
已收利息		3,168,863	1,743,208
購入固定資產支付的現金		(2,615,137)	(3,324,753)
出售固定資產所收到的現金款項		2,257	-
到期日超過三個月的銀行存款之增加		(100,917,710)	(51,210,721)
投資活動所用之現金淨額		(100,361,727)	(52,792,266)
現金及現金等價物（減少）／增加淨額		(78,166,653)	41,297,867
於年初之現金及現金等價物	10	258,232,228	216,934,361
於年末之現金及現金等價物	10	180,065,575	258,232,228

第105至第136頁的附註屬本財務報表的一部分。

財務報表附註

(除另有指明外，均以港幣列示)

1 香港旅遊發展局的狀況

香港旅遊發展局(「旅發局」)的前身為香港旅遊協會，是在1957年根據《香港旅遊協會條例》成立的政府補助機構，其後，根據《2001年香港旅遊協會(修訂)條例》及《香港旅遊發展局條例》改組成為香港旅遊發展局。旅發局之註冊辦事處及主要經營地點為香港北角威非路道18號萬國寶通中心11樓。

旅發局的主要業務是推廣及促進本地的旅遊業，使香港成為世界級的旅遊勝地。

2 主要會計政策

(a) 遵例聲明

此等財務報表乃根據香港會計師公會頒佈適用的《香港財務報告準則》(此統稱包括適用的個別《香港財務報告準則》、《香港會計準則》及詮釋)，及香港公認會計原則而編製。集團採納的主要會計政策披露如下。

香港會計師公會已頒佈若干於集團及旅發局本會計期間首次生效或可供提早採納之新訂及經修訂的《香港財務報告準則》。因首次應用該等新訂及經修訂準則，導致集團及旅發局於本會計期間及過往會計期間的會計政策出現的任何變動，已於本財務報表中反映，有關資料載於附註2(c)。

(b) 財務報表的編製基準

截至2018年3月31日止年度之綜合財務報表已包含旅發局及其附屬公司(合稱為「集團」)。

編製本財務報表時是以歷史成本作為計量基準。

在編製符合《香港財務報告準則》的財務報表時，管理層需要作出影響會計政策的應用及資產、負債、收入和支出的呈報數額的判斷、估計和假設。估計及有關假設乃根據過往經驗及多個相信在有關情況下屬合理之其他因素而作出，其結果成為對未能從其他來源得知之資產負債賬面值作出判斷之基礎。實際結果可能有異於該等估計。

管理層會不斷審閱各項估計及相關假設。如果會計估計的修訂僅影響某一期間，則該修訂會在該期間內確認，或如果會計估計的修訂同時影響當前及未來期間，則該修訂會在修訂期間及未來期間內確認。

2 主要會計政策 (續)

(c) 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈多項於集團本會計期間首次生效的《香港財務報告準則》的修訂。不過，沒有一項有關變動對集團現時或先前會計期間的業績及財務狀況之編製及呈報方式有重大影響。

集團未有採納任何本會計期間尚未生效的新準則或詮釋（註18）。

(d) 影片、宣傳及廣告物料

所有影片、宣傳及廣告物料，均於購入時記入收益表內，及於報告期末的存貨餘額不會在財務狀況表內反映。

(e) 於一家附屬公司的投資

附屬公司是指受集團控制的一個實體。當集團面對或有權取得來自參與該實體之可變回報，並能夠透過行使其對實體的權力影響該等回報，即控制該實體。在評估集團是否有權力時，只考慮實質權利。

於一家附屬公司的投資是由持有其控制權之日開始併入綜合財務報表內，直至控制權終止之日為止。集團內部往來的餘額、交易和現金，以及集團內部交易所產生的未變現溢利，均在編製綜合財務報表時全數抵銷。集團內部交易所產生的未變現虧損的抵銷方法與未變現收益相同，但抵銷額只限於沒有證據顯示資產已出現減值情況。

除非於附屬公司的投資被分類為持作出售（或包含於被分類為持作出售的出售組合）外，在旅發局的財務狀況表之中，於附屬公司的投資是按成本減去減值虧損（參閱附註2(l)）後入賬。

(f) 固定資產

固定資產是以成本減累計折舊及減值虧損（參閱附註 2(l)）後記入財務狀況表內。

報廢或出售一項固定資產所產生的損益以出售所得淨額與資產的賬面價值之間的差額釐定，並於報廢或出售日在收益表內予以確認。

2 主要會計政策 (續)

(g) 折舊

折舊是按下述固定資產的預計可用年限，減去其剩餘價值（如有），採用直線法攤銷其成本，計算方法如下：

- | | |
|----------------|---------------------|
| • 租賃物業 | 25 年 |
| • 裝修 | 以固定租賃期和5 年兩者中的較短者計算 |
| • 汽車 | 4 年 |
| • 傢具、固定裝置及其他設備 | 3 - 5 年 |
| • 電腦硬件、軟件及系統開發 | 3 年 |

資產的可使用年限及其剩餘價值（如有）會每年檢討。

(h) 應收賬款、按金及預付款項

應收賬款、按金及預付款項按公允價值初始確認，其後採用實際利率法按攤銷成本減呆壞賬減值虧損列賬。如貼現的影響並不重大，應收賬款、按金及預付款項則會按成本減呆壞賬減值虧損列賬。

呆壞賬減值虧損是以財務資產的賬面值與預計未來現金流量現值之間的差額計量，按財務資產的原先實際利率予以貼現（如貼現的影響重大則以最初確認有關資產時的實際利率計算）。減值的客觀證據包括集團留意到一些事件對資產的預計未來現金流量構成影響所產生的可觀察數據，例如債務人出現嚴重財務困難。

原已計入應收賬款、按金及預付款項而收回的可能性成疑但並非渺茫的交易應收賬款，其減值虧損乃採用準備賬戶記賬。倘集團信納收回之可能性甚微，被視為不可收回的金額會直接於貿易應收賬款中撇銷，在準備賬戶就有關債務已記賬的任何金額則會撥回。倘曾經計入準備賬戶的款項其後成功收回，有關款項則會於準備賬戶中撥回。準備賬戶的其他變動及其後收回曾經直接撇銷的款項均於收益表中確認。

2 主要會計政策 (續)

(i) 應付賬款及應計費用

應付賬款及應計費用按公允價值初始確認，其後按攤銷成本列賬。如貼現影響並不重大，則會按成本列賬。

(j) 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括銀行結存及流動現金、在銀行及其他財務機構的活期存款及其他流動性極高的短期投資。這些投資可以隨時換算為已知數額的現金，而在價值變動方面沒有重大風險，並在購入後三個月內到期。

(k) 撥備及或然負債

若集團須就已發生的事件承擔法律或推定責任，而履行該責任預期會導致經濟資源外流，並可作出可靠的估計，便會就該時間或數額不定的其他負債計提撥備。如果貨幣時間價值重大，則按預計履行責任所需資源的現值計列撥備。

倘若經濟資源外流的可能性較低，或是無法對有關數額作出可靠的估計，便會將該責任披露為或然負債；但假如這類經濟資源外流的可能性極低則除外。須視乎某宗或多宗未來事件是否發生才能確定存在與否的潛在責任，亦會披露為或然負債；但假如這類經濟資源外流的可能性極低則除外。

(l) 資產減值

旅發局於各報告期完結後對內部及外界資料進行評估，以識別有否跡象顯示固定資產及於附屬公司的投資出現減值，或先前已確認的減值虧損已不存在或可能已減少。若有任何此等跡象，旅發局將估計資產的可收回金額。

資產的可收回金額為其公允價值減處置成本與使用價值兩者的較高者。評估使用價值時，採用反映當時市場對貨幣時間價值及對有關資產特有風險評估的稅前貼現率，貼現估計未來現金流量至其現值。倘資產產生的現金流入大致上不能獨立於其他資產，可收回金額則按可獨立產生現金流入的最小資產組別（即現金產生單位）釐定。

2 主要會計政策 (續)

(l) 資產減值 (續)

倘某項資產或其所屬現金產生單位的賬面值超過其可收回金額，則於收益表內確認減值虧損。就現金產生單位確認的減值虧損會按比例分配以減少該單位（或一組單位）內資產的賬面值，惟資產賬面值不會減至低於其本身的公允價值減去處置成本（如能計量）或使用價值（如能釐定）。

倘用作釐定可收回金額的估計出現有利改變，則撥回減值虧損。減值虧損的撥回，以假設過往年度未確認減值虧損的資產賬面值為限。減值虧損的撥回在確認撥回的年度計入收益表。

(m) 所得稅

本年度所得稅包含本期稅項及遞延稅項資產和負債的變動。本期稅項及遞延稅項資產和負債的變動在收益表內確認，但關乎在其他全面收益賬之中確認的項目或關乎直接在權益賬中確認的項目，則有關稅項款額分別於其他全面收益賬之中確認或直接在權益賬中確認。

本期稅項為本年度按報告期結束日已經生效或實際有效的稅率，對應課稅收入計算的預計應付稅款，並包括以往年度應付稅款的任何調整。

遞延稅項資產及負債分別由可扣減稅項及應課稅暫記差額產生而成，暫記差額指資產及負債於財務報表上之賬面價值與其稅基之間的差額。遞延稅項資產也可由未使用稅項虧損和未使用稅項抵免而產生。

除若干有限的例外情況外，所有遞延稅項負債及未來可能有應課稅溢利予以抵銷的遞延稅項資產，均予以確認。可支持確認由可扣減暫記差額所產生的遞延稅項資產之未來應課稅溢利，包括因撥回現有應課稅暫記差額而產生的數額，惟該等差額須與同一稅務機關及同一應課稅實體有關，且預期在預計撥回可扣減暫記差額的同一期間，或遞延稅項資產所產生的稅項虧損可向後期或前期結轉的期間內撥回。在釐定現有應課稅暫記差額是否足以支持確認由未使用稅項虧損和未使用稅項抵免而產生的遞延稅項資產時，亦採用同一準則，即考慮該等差額是否與同一稅務機關及同一應課稅實體有關，並是否預期在能夠動用稅項虧損或稅項抵免的一個或多個期間內撥回。

遞延稅項的確認額是根據該資產及負債的賬面值之預期收回或結算的方式，按報告期結束日已生效或實際有效的稅率計算。遞延稅項資產及負債不需貼現。

2 主要會計政策 (續)

(n) 收入確認

收入按已收或應收代價的公允價值計量。倘若經濟資源可能流入集團，而收入和成本（如適用）能夠作出可靠的計量時，有關收入將按以下方式在收益表內確認：

- (i) 用於集團一般經常性活動之政府資助，於可收取該數額時在該年度的收益表內確認為收入。
- (ii) 用於集團競逐企業會議、獎勵旅遊、會議及展覽（「會議展覽」）活動之政府資助，於年內相關支出產生時確認為收入，未動用結餘撥入預收款項項目。
- (iii) 用於集團非經常活動之政府資助，於年內相關支出產生時確認為收入，未動用結餘撥入預收款項項目。
- (iv) 用於購置集團辦公室之政府資助撥入財務狀況表之遞延收入項目，並根據有關資產的預計可用年限，以符合折舊政策的基準（附註2(g)），按期攤分記入收益表內。
- (v) 會員費是以時間比例為基準確認。
- (vi) 利息收入於產生時採用實際利率法確認。
- (vii) 活動的贊助收入於有關活動完結日在收益表內確認。
- (viii) 宣傳及廣告收入均按權責發生制入賬。

(o) 外幣換算

年內的外幣交易按交易日的適用匯率換算為港元。以外幣為單位的貨幣性資產和負債按報告期末的適用匯率換算為港元。匯兌收益和虧損均在收益表內確認。

以外幣為單位並按歷史成本計量的非貨幣性資產和負債按交易日的適用匯率換算。以外幣為單位並按公允價值列賬的非貨幣性資產和負債按計量公允價值日期的適用匯率換算。

2 主要會計政策 (續)

(p) 租賃資產

倘集團釐定一項安排，構成在支付一筆或一系列款項後，可於協定期間內使用一項特定資產或多項資產的權利，則該項安排（由一項交易或一系列交易構成）屬於或包含租賃。有關釐定乃根據對該安排之內容的評估而作出，而不論該項安排是否採用租賃的法定形式。

(i) 租賃予集團資產的分類

除根據經營租賃持作自用的土地外，並未將物業所有權的大部分風險及報酬轉讓予集團的租賃，乃分類為經營租賃。以經營租賃持作自用的土地，如無法於租賃開始時將其公允價值與土地上樓宇之公允價值分開計算，在此情況下，則以融資租賃下持有之方式列賬，但假如該樓宇亦明確地以經營租賃之方式持有則除外。就此而言，租賃的開始時間是指集團首次訂立租約時，或自前承租人接收，或有關樓宇的建造日時，取其較後者。

(ii) 經營租賃費用

倘若集團乃以經營租賃使用資產，則根據租賃支付之款項會於租賃期所涵蓋之會計期間內，以等額在收益表扣除；但如有其他基準能更清楚地反映租賃資產所產生的收益模式則除外。所收取的租賃優惠在收益表內確認為所付累計租賃款項淨額的組成部分。

(q) 僱員福利

(i) 薪金、年度獎金、年假及非貨幣性福利之成本均在集團僱員提供相關服務的年度內累計。

(ii) 集團在香港辦事處實行一項界定福利及一項界定供款員工退休計劃；某些海外辦事處則實行界定供款員工退休計劃。每年向有關計劃作出的供款於有關年度內在收益表列支。界定福利計劃供款額方面，香港辦事處乃按照精算師所作建議計算。退休計劃的資產，均與集團之資產賬目分開持有。

(iii) 根據香港《強制性公積金計劃條例》的規定向強制性公積金作出的供款，均於產生時在收益表列支。

2 主要會計政策 (續)

(q) 僱員福利 (續)

- (iv) 集團就界定福利退休計劃承擔的責任淨額是按估計僱員在當期和以往期間提供服務所賺取未來福利的數額計算，並將預期累積福利數額貼現以釐定現值；及扣除任何計劃資產的公允價值。計算工作由合資格精算師運用預期單位福利法進行。如計算結果對集團而言有利，則所確認的資產僅限於以日後從計劃所得的任何退款或供款減免所得的經濟效益之現值。

有關界定福利負債（資產）淨值的服務成本及淨利息開支（收入）於收益表內確認為「員工成本」的一部分。當前服務成本按僱員服務於本期間產生的界定福利責任現值之增幅計算。當計劃的福利出現變動或計劃遭縮減時，有關僱員過往服務的福利變動部分，或因縮減計劃帶來的損益，會在計劃作出修訂或遭到縮減時以及在相關重組成本或合約終止補償獲確認時（以較早者為準）於收益表確認。期內淨利息開支（收入）乃透過應用在計算界定福利負債（資產）淨值的報告期初之界定福利責任所用的貼現率釐定。貼現率為優質公司債券於報告期末的收益率，而該等公司債券的到期日與集團的責任期限相若。

界定福利退休計劃引致的重新計量於其他全面收益中確認，並即時在一般基金中反映。重新計量包括精算損益、計劃資產的回報（不包括計入界定福利負債（資產）淨值的淨利息金額）及資產上限影響的任何變動（不包括計入界定福利負債（資產）淨值的淨利息金額）。

- (v) 僅在集團有詳盡及正式的計劃（該計劃沒有任何實際撤銷的可能），並且明確表示會終止合約或由於自願遣散而提供福利時，合約終止補償方會在集團不能撤回授予該等補償時及在其確認涉及合約終止補償付款的重組成本時（以較早者為準）予以確認。

2 主要會計政策 (續)

(r) 關連人士

(a) 倘凡有人士具有以下情況，則該人士或該人士的近親即為集團的關連人士：

- (i) 對集團有控制權或共同控制權；
- (ii) 對集團有重大影響力；或
- (iii) 為集團的主要管理層成員或集團的母公司。

(b) 倘符合以下任何條件，則實體與集團有關連：

- (i) 該實體與集團屬同一集團之成員公司（即各母公司、附屬公司及同系附屬公司彼此間有關連）。
- (ii) 一間實體為另一實體的聯營公司或合營企業（或另一實體所屬集團旗下成員公司之聯營公司或合營企業）。
- (iii) 兩間實體均為同一第三方的合營企業。
- (iv) 一間實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司。
- (v) 實體為集團或與集團有關連之實體就僱員利益設立的離職福利計劃。
- (vi) 實體受(a)所識別人士控制或受共同控制。
- (vii) 於(a)(i)所識別人士對實體有重大影響力或屬該實體（或該實體的母公司）主要管理層成員。
- (viii) 該實體或其所屬集團旗下任何成員為集團或集團母公司提供主要管理人員服務。

一名人士的近親是指預期他們在與實體的交易中，對該名人士有影響或者受到該名人士影響之家屬。

3 主要收入來源

集團

主要收入來源為香港特別行政區政府（「政府」）於本年度給予的資助額，按旅發局的年度業務計劃之財政預算及建議活動計劃書所列載的需要而釐定。本年度確認為收入之資助額分析如下：

	2018	2017
經常性		
- 本年度資助	631,664,190	632,060,299
非經常性		
企業會議、獎勵旅遊、會議及展覽業務推廣/ 香港形象推廣活動/ 燈光匯演/ 優質誠信遊推廣/ 騰訊策略合作項目/ 海外推廣宣傳配對基金/ 慶祝香港特別行政區成立20周年/ 優質旅遊服務計劃/ 豁免本地業界參加海外推介會的參展費用/ 支援中小型企业會議、獎勵旅遊及會議團體的基金/ 飛航郵輪旅遊推廣/ 參加香港貿易發展局舉辦的海外推廣活動/ 旅發局推行新工作的額外人力資源/ 郵輪推動基金/ 增加本地大型活動宣傳/ 加強大型活動宣傳和內容/ 支援吸引高收益旅客的海外和本地推廣活動/ 推廣綠色旅遊先導計劃/ 支援業界為郵輪旅客發展陸上旅遊產品/ 與郵輪公司合作開發更多客源市場/ 在內地進行提升香港形象的推廣活動/ 提供推廣優惠予過境旅客的先導計劃/ 資助計劃的行政費用/ 提升幻彩詠香江/ 香港電競音樂節/ 開設新的旅客諮詢中心/ 更新地區推廣活動/ 擴展旅發局盛事的規模及加強宣傳其他大型活動/ 製作宣傳短片及宣傳開支/ 加強推廣購物消費活動/ 香港美酒佳餚巡禮/ 香港郊野全接觸	316,814,629	247,102,545
	948,478,819	879,162,844

4 所得稅

於綜合收益表內之所得稅代表：

	2018	2017
本期稅項 — 海外		
本年度撥備	39,803	111,754

根據《稅務條例》第87條，旅發局已獲稅務局豁免繳交所有香港稅項，故財務報表上並無就任何香港利得稅計提撥備。香港旅發局有限公司（即集團的附屬公司）在台灣的业务之稅項乃按估計應評稅溢利以17%（2017年：17%）稅率計算。

5 本年度稅前盈餘

集團

(a) 員工成本

	2018	2017
界定供款退休計劃供款	10,347,881	9,953,839
就界定福利退休計劃確認的金額（附註13(a)(v)）	653,000	1,139,000
退休成本	11,000,881	11,092,839
薪金及其他福利	244,253,213	235,629,599
	255,254,094	246,722,438

(b) 其他項目

	2018	2017
外匯虧損淨額	7,521,000	150,835

6 高級行政人員薪酬及津貼

集團

集團的高級行政人員包括總幹事、副總幹事、總經理及區域幹事，他們在本年度內獲發放之薪酬及津貼總額如下：

	2018		
	總幹事	其他高級 行政人員	總數
基本薪金	4,547,000	23,904,000	28,451,000
酌情按表現發放的薪酬	748,000	2,273,000	3,021,000
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	704,000	4,433,000	5,137,000
	5,999,000	30,610,000	36,609,000

	2017		
	總幹事	其他高級 行政人員	總數
基本薪金	4,406,000	23,438,000	27,844,000
酌情按表現發放的薪酬	619,000	1,841,000	2,460,000
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	701,000	4,228,000	4,929,000
	5,726,000	29,507,000	35,233,000

6 高級行政人員薪酬及津貼 (續)

集團 (續)

支付予集團全部高級行政人員的薪金及酌情按表現發放的薪酬 (不包括退休福利開支、約滿酬金及其他津貼) 介乎下列薪酬範圍：

薪酬範圍	2018 高級行政 人員總數	2017 高級行政 人員總數
1 - \$500,001 至 \$1,000,000 (附註 (a))	1	2
2 - \$1,000,001 至 \$1,500,000 (附註 (a)(i) & (a)(ii))	4	2
3 - \$1,500,001 至 \$2,000,000 (附註 (a)(iii))	2	3
4 - \$2,000,001 至 \$2,500,000 (附註 (b))	1	3
5 - \$2,500,001 至 \$3,000,000 (附註 (b))	4	2
6 - \$3,000,001 至 \$3,500,000	-	-
7 - \$3,500,001 至 \$4,000,000	1	1
8 - \$4,000,001 至 \$4,500,000	-	-
9 - \$4,500,001 至 \$5,000,000	-	-
10 - \$5,000,001 至 \$5,500,000	1	1
	14	14

(a) 由於以下變動，薪酬範圍1的高級行政人員職位數目減少一個：

- (i) 由於港幣匯率等值上升，一個高級行政人員職位由薪酬範圍1變為薪酬範圍2；
- (ii) 由於2017/18年度上半年空缺職位獲填補，一個高級行政人員職位由薪酬範圍1變為2；及
- (iii) 一個高級行政人員職位由薪酬範圍3變為1，原因是該職位於2017/18年度下半年懸空。

(b) 因為年度薪酬增長，兩名高級行政人員職位由薪酬範圍4變為5。

6 高級行政人員薪酬及津貼（續）

集團（續）

於年度內，旅發局主席及各成員並沒有因向旅發局提供服務而收取任何酬金。

高級行政人員之酬金及聘用條款和條件由財務及編制委員會審議及認可，委員會包括旅發局非執行成員及旅遊事務署一位官員；並經旅發局成員審批。根據《香港旅遊發展局條例》，總幹事及副總幹事之委任及聘用條款和條件須獲香港特別行政區行政長官批准。

高級行政人員支取基本薪金及與表現掛鉤的浮動薪酬。由2007/08年度開始，高級行政人員的工作表現由一套表現管理系統所評定，評核準則包括主要表現指標、目標及能力。他們的表現是參照年度業務計劃所臚列的一系列目標。總幹事的工作表現由旅發局主席進行評核，而副總幹事、總經理及區域幹事的工作表現則由總幹事予以評核。所有高級行政人員與表現掛鉤的浮動薪酬由薪酬檢討委員會審批，委員會由旅發局主席及財務及編制委員會成員組成。

上文所披露支付予總幹事的酌情按表現發放的薪酬數額，代表截至2018年3月31日止年度內支付的浮動薪酬748,000元（2017年：619,000元）。

截至2018年3月31日止年度的其他高級行政人員職位的酬金代表副總幹事、七名總經理（2017年：七名總經理）及五名區域幹事（2017年：五名區域幹事）職位之酬金。

7 固定資產

(a) 集團

	租賃物業	裝修	汽車	傢俱、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
成本：							
於2017年4月1日	252,855,009	10,512,661	333,411	11,830,265	27,114,954	-	302,646,300
增置	-	1,018,256	-	1,363,858	1,912,380	2,240,471	6,534,965
出售 / 清理	-	-	-	(431,188)	(1,293,263)	-	(1,724,451)
於2018年3月31日	252,855,009	11,530,917	333,411	12,762,935	27,734,071	2,240,471	307,456,814
累計折舊：							
於2017年4月1日	230,940,903	8,215,541	333,411	10,303,874	19,251,684	-	269,045,413
本年度折舊	10,114,200	878,439	-	722,800	4,590,879	-	16,306,318
出售 / 清理	-	-	-	(430,076)	(1,291,510)	-	(1,721,586)
於2018年3月31日	241,055,103	9,093,980	333,411	10,596,598	22,551,053	-	283,630,145
賬面淨值：							
於2018年3月31日	11,799,906	2,436,937	-	2,166,337	5,183,018	2,240,471	23,826,669

7 固定資產 (續)

(a) 集團 (續)

	租賃物業	裝修	汽車	傢俱、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
成本：							
於2016年4月1日	252,855,009	9,797,735	333,411	11,533,057	23,757,852	908,160	299,185,224
增置	-	717,013	-	747,449	3,292,184	-	4,756,646
自開發中的系統 轉入	-	-	-	-	908,160	(908,160)	-
出售 / 清理	-	(2,087)	-	(450,241)	(843,242)	-	(1,295,570)
於2017年3月31日	252,855,009	10,512,661	333,411	11,830,265	27,114,954	-	302,646,300
累計折舊：							
於2016年4月1日	220,826,703	7,490,493	298,680	10,251,115	16,199,176	-	255,066,167
本年度折舊	10,114,200	727,135	34,731	498,210	3,892,785	-	15,267,061
出售 / 清理	-	(2,087)	-	(445,451)	(840,277)	-	(1,287,815)
於2017年3月31日	230,940,903	8,215,541	333,411	10,303,874	19,251,684	-	269,045,413
賬面淨值：							
於2017年3月31日	21,914,106	2,297,120	-	1,526,391	7,863,270	-	33,600,887

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

7 固定資產 (續)

(b) 旅發局

	租賃物業	裝修	汽車	傢俱、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
成本：							
於2017年4月1日	252,855,009	10,512,661	333,411	11,786,811	27,104,187	-	302,592,079
增置	-	1,018,256	-	1,356,574	1,912,380	2,240,471	6,527,681
出售 / 清理	-	-	-	(431,188)	(1,293,263)	-	(1,724,451)
於2018年3月31日	252,855,009	11,530,917	333,411	12,712,197	27,723,304	2,240,471	307,395,309
累計折舊：							
於2017年4月1日	230,940,903	8,215,541	333,411	10,276,634	19,243,243	-	269,009,732
本年度折舊	10,114,200	878,439	-	713,512	4,588,553	-	16,294,704
出售 / 清理	-	-	-	(430,076)	(1,291,510)	-	(1,721,586)
於2018年3月31日	241,055,103	9,093,980	333,411	10,560,070	22,540,286	-	283,582,850
賬面淨值：							
於2018年3月31日	11,799,906	2,436,937	-	2,152,127	5,183,018	2,240,471	23,812,459

7 固定資產 (續)

(b) 旅發局 (續)

	租賃物業	裝修	汽車	傢俱、 固定裝置及 設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
成本：							
於2016年4月1日	252,855,009	9,797,735	333,411	11,490,792	23,747,085	908,160	299,132,192
增置	-	717,013	-	741,843	3,292,184	-	4,751,040
自開發中的系統 轉入	-	-	-	-	908,160	(908,160)	-
出售 / 清理	-	(2,087)	-	(445,824)	(843,242)	-	(1,291,153)
於2017年3月31日	252,855,009	10,512,661	333,411	11,786,811	27,104,187	-	302,592,079
累計折舊：							
於2016年4月1日	220,826,703	7,490,493	298,680	10,226,071	16,193,052	-	255,034,999
本年度折舊	10,114,200	727,135	34,731	491,597	3,890,468	-	15,258,131
出售 / 清理	-	(2,087)	-	(441,034)	(840,277)	-	(1,283,398)
於2017年3月31日	230,940,903	8,215,541	333,411	10,276,634	19,243,243	-	269,009,732
賬面淨值：							
於2017年3月31日	21,914,106	2,297,120	-	1,510,177	7,860,944	-	33,582,347

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

8 於一家附屬公司的權益以及應付一家附屬公司的款項

旅發局

	2018	2017
於一家附屬公司的權益		
非上市股份，按成本列值	1	1
資本投入	31,527,724	31,527,724
減：減值虧損	(30,975,849)	(30,975,849)
	551,876	551,876
應付一家附屬公司的款項	2,361,977	2,411,969

於2018年3月31日，旅發局評估於該附屬公司的權益，並確認本年度沒有額外減值虧損（2017：零）。

應付一家附屬公司的款項為無抵押，免息及無固定還款期。

旅發局全資擁有的附屬公司詳情如下：

公司名稱	主要業務	註冊成立地
香港旅發局有限公司	宣傳及推廣香港	香港

該附屬公司在截至2018年3月31日止年度的核數師酬金及其他經營開支53,105元（2017年：50,655元）由旅發局承擔。旅發局已放棄對該款的追討權利。

9 應收賬款、按金及預付款項

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
應收賬款	2,679,227	2,596,578	2,679,227	2,596,578
減：應收賬款減值虧損撥備	(19,117)	(19,117)	(19,117)	(19,117)
	2,660,110	2,577,461	2,660,110	2,577,461
按金及預付款項	19,385,882	17,172,501	18,955,324	16,550,426
	22,045,992	19,749,962	21,615,434	19,127,887

應收賬款、按金及預付款項中包括下列以集團及旅發局之功能貨幣外的其他貨幣為單位之數額：

外幣風險（以港元計算）

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
澳元	451,330	280,874	451,330	280,874
人民幣	2,346,216	992,806	2,346,216	992,806
歐元	652,661	660,004	652,661	660,004
英鎊	767,391	2,650,226	767,391	2,650,226
日圓	3,621,965	3,440,250	3,621,965	3,440,250
南韓圓	238,226	209,817	238,226	209,817
新台幣	430,082	546,495	-	-
美元	291,868	654,252	291,868	654,252

於2018年3月31日，集團及旅發局預計在超過一年後可收回的應收賬款、按金及預付款項總額分別為4,297,584元及4,069,544元（2017年：集團及旅發局分別為3,078,958元及3,078,958元）。

9 應收賬款、按金及預付款項 (續)

(a) 應收賬款減值

有關應收賬款的減值虧損是採用準備賬戶記賬，除非旅發局信納收回金額之可能性甚微，則在此情況下減值虧損於應收賬款直接撇銷（參閱附註2(h)）。

年內，應收賬款減值虧損的撥備變動如下：

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
於4月1日	19,117	19,117	19,117	19,117
確認減值虧損	-	-	-	-
於3月31日	19,117	19,117	19,117	19,117

於2017年3月31日及2018年3月31日，減值虧損額19,117元已於集團及旅發局確認撥備。

(b) 無減值之應收賬款

無被視為個別或共同減值之應收賬款之賬齡分析如下：

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
無逾期或減值	1,380,541	487,076	1,380,541	487,076
逾期少於一個月	248,201	1,221,747	248,201	1,221,747
逾期一至三個月	244,718	394,473	244,718	394,473
逾期超過三個月但少於一年	35,413	385,282	35,413	385,282
逾期一年或以上	751,237	88,883	751,237	88,883
	1,279,569	2,090,385	1,279,569	2,090,385
	2,660,110	2,577,461	2,660,110	2,577,461

10 現金及現金等價物

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
銀行及財務機構存款	394,968,876	372,324,095	394,968,876	372,324,095
銀行存款及現金	7,802,934	7,696,658	7,600,135	7,522,949
財務狀況表中之現金及現金等價物	402,771,810	380,020,753	402,569,011	379,847,044
減去：購入時距期滿日超過三個月之銀行及財務機構存款	(222,706,235)	(121,788,525)		
綜合現金流量表中之現金及現金等價物	180,065,575	258,232,228		

現金及現金等價物中包括下列以集團及旅發局之功能貨幣外的其他貨幣為單位之數額：

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
澳元	492,515	365,463	492,515	365,463
加元	108,068	118,110	108,068	118,110
人民幣	220,613	301,291	220,613	301,291
歐元	242,645	451,547	242,645	451,547
英鎊	602,628	654,055	602,628	654,055
日圓	109,138	68,412	109,138	68,412
南韓圓	298,876	23,893	298,876	23,893
新台幣	180,959	136,732	-	-
美元	347,306	183,431	347,306	183,431

於集團及旅發局報告期末，銀行及財務機構存款按固定利率計算，實際年利率介乎0.02厘至1.6厘（2017年：集團及旅發局介乎0.02厘至1.5厘）。

11 應付賬款及應計費用

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
應付賬款	168,445,963	172,560,384	167,079,862	171,069,878
其他應付款項及應付雜項	46,391,534	41,754,227	45,294,061	40,680,497
	214,837,497	214,314,611	212,373,923	211,750,375

應付賬款及應計費用中包括下列以集團及旅發局之功能貨幣外的其他主要貨幣為單位之數額：

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
外幣風險（以港元計算）				
澳元	6,257,980	5,399,533	6,257,295	5,399,533
加元	974,773	1,192,089	974,773	1,192,089
人民幣	8,442,444	9,992,298	8,442,444	9,992,298
歐元	3,802,223	3,342,446	3,802,223	3,342,446
英鎊	5,466,103	3,644,500	5,466,103	3,644,500
印度盧比	1,062,175	617,991	1,062,175	617,991
日圓	6,195,748	3,299,835	6,186,278	3,299,835
南韓圓	4,481,736	3,361,333	4,471,231	3,361,333
新加坡元	3,555,440	4,087,735	3,550,217	4,087,735
新台幣	2,551,999	1,769,139	98,792	-
美元	5,526,250	6,512,135	5,526,250	6,512,135

於2018年3月31日，集團及旅發局預計在超過一年後結清的應付賬款及應計費用總額分別為8,259,375元及8,177,844元（2017年：集團及旅發局分別為7,632,620元及7,632,620元）。

12 遞延收入

	集團及旅發局	
	2018	2017
政府資助 - 1994/95	250,000,000	250,000,000
累積已確認數額：		
於4月1日	228,333,333	218,333,333
本年度確認	10,000,000	10,000,000
於3月31日	238,333,333	228,333,333
於3月31日之結餘	11,666,667	21,666,667
減：列入「流動負債」的金額	10,000,000	10,000,000
列入「非流動負債」的金額	1,666,667	11,666,667

13 僱員退休福利

集團及旅發局

(a) 界定福利退休計劃

旅發局向一項根據《職業退休計劃條例》登記的界定福利退休計劃作出供款，參與這項計劃的僱員約佔旅發局香港僱員人數的8%（2017年：10%）。這項計劃由獨立受託人管理，其資產存放於一個信託基金，與旅發局的資產分開持有。

(i) 於綜合及旅發局的財務狀況表確認的數額如下：

	2018	2017
全部或部分注入資金的界定福利責任的現值	(26,047,000)	(31,682,000)
計劃資產的公允價值	91,153,000	85,629,000
界定福利退休計劃資產	65,106,000	53,947,000

上述部分資產預期於超過一年後收回。然而，由於未來供款亦與日後提供的服務和日後精算假設與市況的變動有關，故將有關數額從未來十二個月的可收回數額中分開並不可行。由於旅發局接納了獨立精算師韜睿惠悅（「韜睿惠悅」）所建議之免供款期，旅發局預計於截至2018年3月31日止年度毋需向界定福利退休計劃作出供款。

13 僱員退休福利 (續)

集團及旅發局 (續)

(a) 界定福利退休計劃 (續)

(ii) 計劃資產包括以下項目：

	2018	2017
證券		
- 太平洋地區	20,476,000	20,685,000
- 歐洲	11,447,000	9,117,000
- 美洲	17,637,000	17,840,000
	49,560,000	47,642,000
債券		
- 環球債券	40,166,000	38,434,000
銀行存款	1,427,000	675,000
應支付福利	-	(1,122,000)
	91,153,000	85,629,000

(iii) 界定福利責任現值之變動：

	2018	2017
於4月1日	31,682,000	37,141,000
重新計量：		
- 因負債經驗改變所致的精算收益	(1,150,000)	(935,000)
- 因財務假設改變所致的精算收益	(407,000)	(412,000)
- 因人口統計假設所致的精算虧損	1,000	1,000
	(1,556,000)	(1,346,000)
計劃支付之福利	(5,833,000)	(6,089,000)
當期服務成本	1,354,000	1,615,000
利息費用	400,000	361,000
	(4,079,000)	(4,113,000)
於3月31日	26,047,000	31,682,000

界定福利責任之加權平均年期為3.9年（2017年：4.3年）。

13 僱員退休福利 (續)

集團及旅發局 (續)

(a) 界定福利退休計劃 (續)

(iv) 計劃資產的公允價值之變動：

	2018	2017
於4月1日	85,629,000	84,716,000
計劃支付之福利	(5,833,000)	(6,089,000)
利息收入	1,101,000	837,000
計劃資產回報 (不包括利息收入)	10,256,000	6,165,000
於3月31日	91,153,000	85,629,000

(v) 於綜合收益表及其他全面收益中確認的金額如下：

	2018	2017
當期服務成本	1,354,000	1,615,000
淨界定福利資產的淨利息	(701,000)	(476,000)
於綜合收益表內確認的總額	653,000	1,139,000
精算收益	(1,556,000)	(1,346,000)
計劃資產回報 (不包括利息收入)	(10,256,000)	(6,165,000)
於其他全面收益中確認的總額	(11,812,000)	(7,511,000)
界定福利成本總額	(11,159,000)	(6,372,000)

退休支出在綜合收益表中的員工成本內確認。

13 僱員退休福利 (續)

集團及旅發局 (續)

(a) 界定福利退休計劃 (續)

(vi) 於2018年3月31日使用的主要精算假設（以加權平均數表示）及敏感度分析如下：

	2018	2017
貼現率	1.70%	1.30%
未來薪金升幅	4.50%	4.50%

如上述的重要精算假設改變0.25個百分點，於2018年3月31日的界定福利責任的增加 /（減少）分析如下：

	2018		2017	
	增加0.25個 百分點 \$'000	減少0.25個 百分點 \$'000	增加0.25個 百分點 \$'000	減少0.25個 百分點 \$'000
貼現率	(249)	253	(337)	343
未來薪金升幅	242	(240)	333	(329)

上述的敏感度分析假定精算假設的變動無掛鉤關係，所以不考慮精算假設的掛鉤關係。

(b) 界定供款退休計劃

旅發局按照信託契約的條款，為一項界定供款計劃（「成員選擇計劃」）供款。僱主須按照僱員相關入息的8%至15%（2017年：8%至15%）作出供款，而僱員則無須作出有關供款。

旅發局亦按照香港《強制性公積金計劃條例》的規定，為根據香港《僱傭條例》聘用，而且不受成員選擇計劃保障的僱員，設立一項強制性公積金計劃（「強積金計劃」）。強積金計劃是界定供款退休計劃，由獨立的受託人管理。根據強積金計劃，僱主及僱員須各自按照僱員相關入息的5%作出供款；每月的相關入息上限為30,000元。計劃的供款即時全數屬於僱員。

14 儲備

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
於年初之一般基金	202,756,064	179,295,598	202,747,064	179,289,058
本年度盈餘	7,152,219	15,949,466	7,150,076	15,947,006
本年度其他全面收益	11,812,000	7,511,000	11,812,000	7,511,000
本年度全面收益總額	18,964,219	23,460,466	18,962,076	23,458,006
於年末之一般基金	221,720,283	202,756,064	221,709,140	202,747,064

一般基金

一般基金代表集團及旅發局未分配之餘額及盈餘。使用未分配之餘額及盈餘須經旅發局及政府事先批准。

基於旅發局與政府之間的理解，集團所保留之儲備水平可以增加至相等於四個月開支總額之水平。

15 承擔

於2018年3月31日，集團及旅發局之承擔如下：

根據不可解除的經營租賃在日後應付的最低租賃付款總額如下：

	集團		旅發局	
	2018	2017	2018	2017
一年內期滿	12,774,899	10,876,245	11,931,503	10,649,710
一年後至五年內期滿	10,495,699	9,089,225	10,386,445	9,063,224
	23,270,598	19,965,470	22,317,948	19,712,934

集團及旅發局以經營租賃租用多項物業及辦公室設備。此等租賃一般為期一至十年，並且有權選擇續約，屆時所有有關物業租賃的條款均可重新商議。各項經營租賃均不包括或然租金。

16 金融工具

集團在正常經營過程中會出現信貸、流動資金、利率和外幣風險。集團透過下文所述的財務風險管理政策和慣常做法，對這些風險予以限制。

(a) 信貸風險

集團的信貸風險主要來自銀行及財務機構存款、銀行結存及應收賬款、按金及預付款項。管理層備有信貸政策，並且不斷監察所承受信貸風險的程度。

集團的銀行及財務機構存款是存放於位處香港及海外獲得良好信貸評級的財務機構。

(b) 流動資金風險

集團的政策是定期監察當期和預計流動資金需求，確保集團維持充足現金儲備，應付短期和長期的流動資金需求。

下表詳列報告期末集團及旅發局財務負債的餘下合約到期狀況，乃以合約未貼現現金流量與集團及旅發局最早需要還款的日期為基準計算：

集團

2018					
	賬面值/ 合約未貼現 現金流量總數	一年內期滿 或應要求 償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後期滿
預收款項	65,543,073	65,543,073	-	-	-
應付賬款及應計費用	214,837,497	206,578,122	3,305,647	2,196,514	2,757,214
	280,380,570	272,121,195	3,305,647	2,196,514	2,757,214
2017					
	賬面值/ 合約未貼現 現金流量總數	一年內期滿 或應要求 償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後期滿
預收款項	48,480,079	48,480,079	-	-	-
應付賬款及應計費用	214,314,611	206,681,991	3,816,714	1,606,499	2,209,407
	262,794,690	255,162,070	3,816,714	1,606,499	2,209,407

16 金融工具 (續)

(b) 流動資金風險 (續)

旅發局

	2018				
	賬面值/ 合約未貼現現 金流量總數	一年內期滿 或應要求 償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後期滿
預收款項	65,543,073	65,543,073	-	-	-
應付賬款及應計費用	212,373,923	204,196,079	3,303,250	2,117,380	2,757,214
	277,916,996	269,739,152	3,303,250	2,117,380	2,757,214

	2017				
	賬面值/ 合約未貼現現 金流量總數	一年內期滿 或應要求 償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後期滿
預收款項	48,480,079	48,480,079	-	-	-
應付賬款及應計費用	211,750,375	204,117,755	3,816,714	1,606,499	2,209,407
	260,230,454	252,597,834	3,816,714	1,606,499	2,209,407

(c) 利率風險

除政府資助外，集團沒有向外間機構融資，集團並無因融資而承擔利率風險。

附註 10 載列有關集團賺取收入的金融工具於報告期末的實際利率的資料。

(d) 外幣風險

面對貨幣風險

集團因海外辦事處的營運而產生以港元（集團功能貨幣）以外的其他貨幣計算的支出。產生風險的貨幣主要包括美元、日圓、澳元、加元、歐元、英鎊、人民幣、新加坡元、新台幣及南韓圓。

16 金融工具 (續)

(d) 外幣風險 (續)

敏感度分析

下表列示如集團承受重大風險的匯率於報告期末有所轉變（假設所有其他風險變數維持不變），對於集團的稅後盈餘及一般基金會即時出現的變動。就此而言，假定美元兌其他貨幣的匯率變動，不會對港元與美元之聯繫匯率產生重大影響。

	2018		2017	
	匯率上升/ (下跌)	對稅後盈餘 及一般基金 的影響	匯率上升/ (下跌)	對稅後盈餘 及一般基金 的影響
澳元	5% (5)%	(265,672) 265,672	5% (5)%	(237,660) 237,660
加元	5% (5)%	(39,119) 39,119	5% (5)%	(52,400) 52,400
人民幣	5% (5)%	(293,781) 293,781	5% (5)%	(434,910) 434,910
歐元	5% (5)%	(145,346) 145,346	5% (5)%	(111,545) 111,545
英鎊	5% (5)%	(204,804) 204,804	5% (5)%	(17,011) 17,011
日圓	5% (5)%	(122,756) 122,756	5% (5)%	(10,441) 10,441
新加坡元	5% (5)%	(170,897) 170,897	5% (5)%	(192,392) 192,392
新台幣	5% (5)%	(97,048) 97,048	5% (5)%	(54,296) 54,296
南韓圓	5% (5)%	(196,706) 196,706	5% (5)%	(156,381) 156,381

上表所列分析，代表對集團各實體以其功能貨幣計算的稅後盈餘及一般基金的即時影響的總和，並按報告期末適用的匯率換算為港元列示。

敏感度分析乃假設在報告期末因應匯率的變動而重新計算令集團承受外幣風險的財務工具。敏感度分析並不包括將海外業務的財務報表換算為集團呈列貨幣而產生的差別。於2017年，有關分析亦按照相同基準進行。

16 金融工具 (續)

(e) 公允價值

所有金融工具之賬面值與其於2018年3月31日及2017年3月31日之公允價值均無重大差異。

17 重大關連人士交易

除本財務報表其他章節所披露者外，於本年度及上一個財政年度，集團在其正常業務過程中並無進行其他重大關連人士交易。

18 已頒佈截至2018年3月31日止尚未生效的修訂、新準則及詮釋可能帶來的影響

截至此等財務報表刊發日，香港會計師公會已頒佈幾項新修訂及新準則，惟於截至2018年3月31日止會計年度尚未生效，此等財務報表亦沒有採納該等新準則。當中可能與集團有關的修定如下：

	在以下日期或之後 開始的會計期間生效
《香港財務報告準則》第15號， <i>客戶合約的收入</i>	2018年1月1日
《香港財務報告準則》第9號， <i>金融工具</i>	2018年1月1日
《香港財務報告準則》第16號， <i>租賃</i>	2019年1月1日

集團正在評估此等新準則或修訂對首次實施期間將會有何影響。迄今，集團認為採納此等新準則或修訂應該不會對集團的財務報表造成重大影響，惟《香港財務報告準則》第16號，*租賃*除外。

實施《香港財務報告準則》第16號，*租賃*，預計將導致資產及負債均會增加，並將影響租賃期間在收益表確認開支的時間。

集團的經營租賃承擔已於附註15披露，因此，一旦採納《香港財務報告準則》第16號，部分該等金額可能因此需確認為租賃負債並附帶相應的使用權資產。

集團在考慮實際權宜方法及所有由採納《香港財務報告準則》第16號起至今所訂立或終止的租約調整之適用性，以及貼現的影響後，需要執行更詳盡分析以釐定經營租賃承擔所產生的新資產和負債。

