

資料文件

立法會經濟發展事務委員會  
香港旅遊發展局  
2022-23年度工作計劃

目的

本文件提交香港旅遊發展局(旅發局)2022-23年度工作計劃(載於附件)，以供委員參閱。

背景

2. 旅發局是在2001年根據《香港旅遊發展局條例》(第302章)成立的法定機構，主要職能是在世界各地推廣香港為亞洲主要的國際城市，以及世界級的旅遊勝地。

3. 旅發局的活動主要由政府撥款資助，旅發局每年均按政府的旅遊政策及宏觀環境制訂年度的工作計劃。旅發局已根據《香港旅遊發展局條例》第17B條，呈交工作計劃予商務及經濟發展局局長審批，撥予旅發局的資助金額屬政府撥款法案的一部分，該法案須經立法會審批。

4. 請議員省覽附件的內容。

商務及經濟發展局  
旅遊事務署  
2022年3月

## 香港旅遊發展局 2022-23 年度工作計劃

### 前言

1. 持續逾兩年的 2019 冠狀病毒病疫情，為全球的旅遊業帶來沉重的打擊，香港的旅遊業同樣不能倖免。
2. 在疫情下，雖然入境旅遊停頓，香港旅遊發展局（旅發局）的工作並沒有停下，而是調整了策略及工作方向，冀在疫情的挑戰中促進本地旅遊及消費，同時爭取以新角度、新手法復辦大型活動及推出不同推廣，除了為香港市民提供不同活動的選擇，亦維持香港在內地及海外市場的曝光，吸引旅客把香港列為疫情後的首選目的地。
3. 預計反覆不定的疫情會繼續為旅遊業帶來不少變數，因此旅發局在制訂來年工作計劃時會保持靈活變通，因時制宜，應對不斷變化的情況。旅發局在擬訂工作計劃時，亦進行了一系列諮詢，邀請本地旅遊業不同持份者包括旅行社、航空公司、酒店、零售及餐飲業界、景點代表及學者等提供意見。有關工作計劃已獲旅發局理事會通過。
4. 旅發局在 2022-23 財政年度的政府撥款為 13 億 5,090 萬元，其中 6 億元為 2022-23 年度財政預算案下的增撥資源，以推出多項措施推動旅遊業發展。同時，旅發局將運用 1 億元的儲備全面配合有關工作。

## 2021 年旅客數字

5. 過去兩年，旅遊業持續受到疫情打擊。自 2020 年初，全球各地相繼爆發疫情。為遏止病毒輸入及傳播，香港實施嚴格的人境限制及檢疫措施，訪港旅客人數因而急劇下跌。2021 年的訪港旅客僅約 9.1 萬人次，較 2019 年疫情前約 5 590 萬人次大幅下跌逾 99%，相比去年亦下跌約 97%，詳情見附錄一。訪港人士主要是探親或有其他必要出行的原因，消閑旅客繼續維持接近零的水平。

## 2021 年旅發局工作重點回顧

6. 在疫情的持續影響下，旅客仍然未能到訪，旅發局繼續集中資源推廣本地旅遊及促進消費，與旅遊業界攜手推出了多個項目，為旅行社和旅遊業從業員、餐飲、零售及酒店業等與旅遊相關的行業提供商機，並透過復辦大型盛事，帶動本地正面氣氛，支持本地業界，和維持香港的國際曝光。

### 「旅遊·就在香港」 倡市民自己做旅客

7. 為鼓勵市民做香港的旅客，旅發局推出「旅遊·就在香港」計劃，包括推出合共五輪「賞你遊香港」及「賞你住」活動，合共約 9 萬個名額，為旅遊及酒店業提供合共約 4,500 萬元的支援，約 190 間旅行社及 140 間酒店受惠。市民只需消費滿 800 港元，即可換領本地遊名額或酒店住宿計劃折扣優惠。數據顯示，參加活動的市民實際消費，較最低換領金額要求高出 80%，並且製造乘數效應，惠及餐飲和零售業界。

### 新角度、新手法復辦大型盛事

8. 在公共衛生及安全的大前提下，旅發局逐步恢復以實體形式，舉辦多項一直廣受歡迎的活動和大型盛事，不單帶動本地旅遊氣氛，並提供平台予旅遊及相關行業於疫情下拓展商機，更吸引世界各地的媒體廣泛報道，向內地及海外展示香港熱鬧的節日氣氛及充滿動感的一面，加強旅客日後的訪港意欲。這些活動包括：

#### (a) 香港·大城小區 - 西九龍

乘着西九文化區 M+ 及香港故宮文化博物館陸續啟用，旅發局推出「西九龍」地區深度遊推廣，將區內獨特人文地貌與社區文化融

合藝術，拼湊出全新面貌，讓市民重新認識社區，同時為區內店舖帶來商機。另外，在西九文化區設置的大型國際藝術裝置「FriendsWithYou」，包括變身成巨型「微笑菠蘿包」的香港太空館，更成為不少市民的打卡熱點。活動亦邀請了教師、學生、地區組織、社區團體、學者、旅遊業界等，感受地區文化特色。

(b) **香港美酒佳餚巡禮**

旅發局繼續以「線上+線下」形式舉行香港美酒佳餚巡禮，並首創「遊『酒』香港自助行」，鼓勵市民親身到不同地區，憑「品味通行證」品嚐特色品酒及美食。活動共有逾400間餐廳參與推出優惠，吸引市民消費，增加業界營商機會。網上直播節目「美酒佳話 on-air」錄得近60萬瀏覽人次。

(c) **香港繽紛冬日巡禮**

活動在西九文化區舉行，設置2021年全港最高的巨型聖誕樹及充滿歐陸色彩的聖誕小鎮，吸引超過90萬市民到訪。

(d) **香港跨年倒數活動**

首次在西九文化區藝術公園舉行實體的「香港跨年倒數演唱會」，配合在維港呈獻配有煙火的加強版「幻彩詠香江」，加上M+屏幕上的倒數時鐘，成功吸引本地、內地及多個地區的傳媒平台直播或轉播，包括內地中央電視台、美國CNN、英國BBC及國際新聞機構路透社、美聯社等，估計覆蓋全球超過24億人次。

## 跨地域合作 維持香港國際曝光

9. 旅發局過去一年透過不同合作及宣傳推廣，繼續將香港的魅力帶到世界各地，吸引旅客在疫情後馬上重臨旅遊消費，其中包括：

(a) 與亞洲著名娛樂媒體公司 CJ ENM 簽署三年合作備忘錄，雙方計劃於跨境旅遊恢復後，合作安排韓國劇集及綜藝節目來港取景，藉此吸引更多韓流粉絲，在旅遊重啟時到訪香港取景地點朝聖。旅發局是全球首個旅遊推廣機構跟 CJ ENM 簽訂同類備忘錄。

(b) 透過與國際網絡電視頻道合作，製作與香港美食相關的節目，包括 Discovery Channel 的《Kung Food! Hong Kong's Grandmasters of Cuisine》，並安排在亞洲多個市場播放。

- (c) 延續「再遇·就在香港」(360 Hong Kong Moments)系列推廣，讓未能親身訪港的旅客透過影片感受香港的大自然美景。

## 持續支援業界

10. 旅發局繼續與旅遊業界緊密聯繫，推出多項支援措施：
- (a) 繼續資助業界參與旅發局與香港品質保證局合作推出的「衛生防疫措施認證計劃」，至 2021 年 12 月底，已有約 2 800 間商舖獲認證。
  - (b) 會展旅遊方面，重點競投國際會議，成功爭取多個不同類型的會展活動於未來數年陸續在港舉行，例如 RISE 科技峰會、國際遊樂園及景點協會亞洲博覽會、電機暨電子工程師學會亞太區(Region 10) 會議 2022 等。
  - (c) 郵輪方面，推廣本地「海上 Staycation」體驗，同時宣傳郵輪業界為郵輪旅遊訂立的衛生防疫措施及安全衛生標準，建立旅客的信心。

## 2022 年展望

11. 因應疫情，旅發局在制訂新一年的工作計劃時，充分考慮了下文各項因素，務求作出全面且具彈性的部署。

## 疫情變化

12. 變種病毒擴散令全球的疫情發展充滿變數，我們預計跨境旅遊在短期內難以全面恢復。因此，旅發局短期的工作重點仍以帶動本地正面氣氛、刺激消費市道為主。

## 預期客源

13. 在中央政府的支持下，特區政府在免檢疫通關安排方面做了大量籌備工作。因應疫情的發展，通關安排將會是逐步、有序及以配額推行。預計在通關初期，旅客訪港目的主要是商務、家庭團聚或有必要出行，休閒的旅客在稍後時間才會訪港。當休閒旅遊開始恢復時，預計客源主要來自鄰近的粵港澳大灣區（大灣區），大部分會是重遊香港，尋找嶄新的旅遊及消費體驗。

## 旅客習慣

14. 疫情亦會改變旅客出行的習慣，旅客首要考慮目的地的公共衛生及安全，並期望旅遊業界採取嚴謹的衛生和安全措施。旅客亦關注目的地的出入境規定、疫苗接種要求及檢疫程序等。由於多國均採取嚴緊的防疫措施，且時有改變，旅客會縮短規劃行程的時間，預訂旅遊產品時亦講求靈活，以免因行程有變而遭受損失。同時，因應現時的出入境限制，預期旅客會減少外遊次數，但每次旅程則會逗留較長時間。隨着科技進步，旅客亦追求最佳的數碼支援和體驗，以獲取最新的實時資訊。

## 未來發展

15. 國家《十四五規劃綱要》和《「十四五」旅遊業發展規劃》明確支持香港發展成為中外文化藝術交流中心和國際航空樞紐中心。《粵港澳大灣區發展規劃綱要》和《粵港澳大灣區文化和旅遊發展規劃》亦支持香港成為國際城市旅遊樞紐及「一程多站」示範核心區，為香港旅遊業發展定下指導性方向。旅發局將積極配合國家整體規劃發展，落實「以文塑旅、以旅彰文」的理念，以文化藝術提升旅遊體驗，通過推展具特色的文化創意旅遊項目，以文化塑造旅遊特色，以旅遊彰顯地道文化藝術，推動文旅融合發展。

16. 香港作為國際旅遊城市，亦將繼續擔當橋樑角色，連繫內地與全球城市，發揮國際城市的固有優勢。待粵港澳三地恢復旅遊安排的時間較明確時，旅發局將積極加強大灣區旅遊合作和交流，與大灣區其他夥伴共同建立大灣區旅遊品牌，吸引更多海外高增值過夜旅客經香港開展大灣區「一程多站」旅程，以鞏固香港作為「一程多站」示範核心區及國際城市旅遊樞紐的定位。

## 訪港旅客數字預測

17. 基於本地及環球的最新疫情發展，旅發局預計下半年旅客數字才會有較顯著增長，預計 2022 年全年訪港的旅客約 960 萬人次，約為 2019 年訪港旅客數字的 20%。然而，由於全球及本地疫情非常反覆，上述數字主要是為制定工作計劃的估算。2022 年實際訪客數目，很大程度取決於本地以至全球實際疫情發展和防疫政策變動等。數字於目前存有極不確定性，難以準確估算，並可能需要進一步調整。

## 2022-23 年度工作計劃

18. 正如上文提及，全球及本地疫情仍然變化莫測，旅發局將會繼續靈活調整策略，支持香港旅遊業發展，並在內地及海外主要市場維持正面曝光，以保持競爭力，吸引旅客在跨境旅遊重啟時，盡快重臨香港。

19. 旅發局未來一年工作的三大重點策略為：

- (一) 刺激旅遊業復甦；
- (二) 以文塑旅，連接大灣區；及
- (三) 藉大型活動及慶祝香港特區成立二十五周年特備節目營造正面氣氛。

### (一) 刺激旅遊業復甦

#### 帶動本地氣氛及刺激消費

20. 鑑於跨境旅遊暫時未能恢復，疫情發展亦未明朗，因此在短期內，旅發局會繼續聚焦帶動本地正面氣氛和刺激消費。旅發局將推出全新面貌的「旅遊·就在香港」，增添文化、藝術及地區的元素，帶來更獨特的體驗和優惠。旅發局會待疫情紓緩後，馬上重推廣受市民歡迎的「賞你遊香港」和「賞你住」活動，並推出「賞你遊」郵輪「公海遊」版（見下文第 34 段），務求在跨境旅遊恢復前為旅遊業界及相關行業締造商機。

#### 連繫年青人和地區

21. 除了為市民帶來更多節日和禮遇，旅發局亦會加強與年青人和社區的連繫，冀運用年青人的無窮活力和創意，為宣傳香港的旅遊業增添新動力。旅發局將推出一系列計劃，包括邀請大專院校及中學的學生參與舉辦展覽或拍攝短片等，讓他們發揮創意，展示本地的文化藝術，亦會舉辦講座，加深學生對旅遊業的了解。

#### 部署通關的促銷宣傳工作

22. 旅發局已部署工作，為通關作準備，分階段推展有關宣傳，吸引旅客盡快重臨。

23. 在通關前，旅發局將繼續協助本地業界裝備自己，包括繼續全額資助業界參與「衛生防疫措施認證計劃」，以實施統一的衛生防疫措施，展示嚴謹的

防疫工作。亦會推出全新的「優質旅遊服務」推廣，鼓勵旅遊業界及相關行業時刻發揮好客精神，為顧客帶來賓至如歸的感覺。

24. 由於預期在通關初期訪港的旅客，主要來自大灣區及內地城市，因此，旅發局將聚焦內地，透過「再遇·就在香港」平台，推出一站式網站，為旅客提供訪港貼士，包括最新的旅遊資訊、防疫措施等，亦會加強推介新落成的景點和設施，以及配合宣傳景點提供的優惠，吸引旅客。

25. 當跨境往來進一步放寬時，旅發局更將主動出擊，在內地市場推出「香港正當時」推廣，為訪港旅客尤其是以「個人遊」形式訪港的休閒旅客，提供不同活動，包括主題樂園、文化工作坊、調酒工作坊等體驗。

26. 此外，旅發局會為內地的業界夥伴、內地媒體和網絡紅人以及「超級香港迷」安排大型訪港團，鼓勵他們親身感受香港的魅力，並與內地網上旅行代理商合作開發新穎的旅遊產品，協助香港製造口碑及擴大網上宣傳。旅發局亦將率領業界代表團，到訪廣州及深圳，與內地業界就推廣旅遊交換意見，商討進一步合作安排。

### **維持國際曝光 製造正面口碑**

27. 旅發局會積極維持香港在其他客源市場的曝光，讓旅客時刻惦記香港，待通關後選擇馬上重臨旅遊消費。

28. 旅發局會在現有的「再遇·就在香港」(360 Hong Kong Moments)平台上，推出 360 Hong Kong Everyday 和 360 Hong Kong LIVE Moments，透過仿如親歷其境的短片和內容，邀請全球觀眾「以眼睛遊香港」，感受香港多姿多采的面貌和景緻。

29. 此外，旅發局將動員近 400 名「超級香港迷」，特別是擁有藝術、文化及體育界專長的人士，以龐大的追隨者網絡及社交平台，向全球傳遞香港的正面故事，製造口碑。旅發局亦會與區域及國際知名的媒體合作，製作一系列餐飲、戶外探索、文化與藝術的全新節目，並在廣受歡迎串流媒體重推焦點節目，喚起旅客對香港的美好印象。

### **重塑香港旅遊品牌**

30. 因應疫情為全球旅遊業帶來新常態，旅發局正審視最新情況，重塑香港旅遊品牌和定位。



31. 旅發局已進行了一系列研究工作，包括分析旅客出行的趨勢、訪客種類、旅遊業新常態、香港旅遊優勢等因素，並將制訂全新的宣傳計劃，按跨境旅遊恢復的實際進度，適時推出嶄新的旅遊品牌，吸引旅客在疫情後選擇率先重臨香港。

### 推動會展旅遊及競投高端會議

32. 為進一步提升香港的國際形象，吸引高消費的旅客訪港，旅發局將繼續重點競投高端國際會議，同時積極與活動主辦單位建立長期合作關係，吸引他們落戶香港。旅發局亦會加強對國際大型活動的支援，以及為旅發局舉辦的活動注入更多國際元素，進一步增加國際曝光。

33. 另一方面，旅發局會致力鞏固香港作為世界會議樞紐的地位，重建會議主辦單位的信心，同時善用香港作為內地及國際城市橋樑的重要角色，打造香港成為大灣區的會展中心，推出以大灣區為主題的品牌推廣和活動，開拓更多商機。

### 協助郵輪業復甦

34. 旅發局會繼續支援有意在香港營運郵輪「公海遊」的郵輪公司，包括透過推廣，吸引更多市民參與郵輪旅遊。其中，旅發局將運用立法會財務委員會通過的新一輪「防疫抗疫基金」的 2,000 萬元撥款，推出「賞你遊」郵輪「公海遊」版<sup>1</sup>，以促進郵輪業復甦。預計約 40 000 名本地「公海遊」郵輪乘客、郵輪公司及售賣有關行程的旅行代理商均可受惠於此安排。此外，待跨境旅遊逐步恢復後，旅發局將向大灣區的旅客推介香港郵輪體驗，並與其他區內港口合作，共同推廣大灣區內的郵輪旅程。

### 持續支援旅遊業界

35. 上述各項推廣旨在協助提升旅遊業的競爭力，並直接惠及旅遊業界。旅遊業仍需一段時間才得以全面復甦，旅發局與業界將繼續保持緊密合作，拓展更多機遇，幫助業界渡過困難時期。

36. 在旅客暫時未能訪港前，旅發局會延續現有的其他多項支援計劃，包括繼續全額資助旅遊及相關行業參與「衛生防疫措施認證計劃」。旅發局亦會舉辦「傑出優質商戶及員工服務獎」，推廣好客之道，並肯定業界在推動優質旅遊服務上的傑出表現。

---

<sup>1</sup> 在該計劃下，本地「公海遊」郵輪乘客如在指定時間於零售或餐飲實體店消費合共滿 800 元，可在預訂「公海遊」旅程時享有 500 元折扣優惠。旅發局會在諮詢業界後公布有關詳情。

37. 待通關後，旅發局會進一步加強支援業界的工作，例如舉行大型業界考察團，向客源市場展示香港全新的旅遊設施和景點，並透過「香港正當時」(Open House Hong Kong) 平台，與業界合作為旅客送上專享的體驗和優惠。

38. 旅發局亦會持續為業界提供不同的資助計劃，如「香港體驗行」及「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金」等，協助業界進行市場宣傳及開發新旅遊產品，並會豁免業界參與展覽的費用，和繼續減免「優質旅遊服務計劃」商戶的續會費用，新申請費用亦會減半。為加快數碼轉型，旅發局亦會提升香港旅業網成為一站式的資源平台，協助業界推廣產品及優惠。

## (二) 以文塑旅，連接大灣區

39. 旅發局另一個重點策略，是把握新的趨勢，為旅遊業增添更多獨有元素，並捉緊大灣區發展和數碼轉型的契機，為旅客帶來更精彩的體驗。

### 促進文體旅發展 - 「以文塑旅，以旅彰文」

40. 國家《十四五規劃綱要》和《「十四五」旅遊業發展規劃》均提出支持香港發展成為中外文化藝術交流中心。香港擁有的獨特文化和歷史，正好為旅遊業創造機遇，一方面運用文化藝術作為旅遊的新元素，一方面藉著作為國際城市旅遊樞紐的固有優勢，透過旅遊說好香港故事，弘揚中華文化，並配合《粵港澳大灣區文化和旅遊發展規劃》所定「以文塑旅、以旅彰文」的規劃原則，推動粵港澳大灣區文化和旅遊融合發展（見下文第 41 至 47 段）。

41. 早於 2018 年，旅發局已把握體驗式深度遊的趨勢，推出「大城小區 - 舊城中環」推廣，之後分別加推「深水埗」和「西九龍」項目，以地道文化作為香港的旅遊吸引力。旅發局將延續和擴大「大城小區」推廣，為原有的項目注入新的元素，並計劃推展至其他地區。

42. 旅發局亦將透過推廣城中的旅遊活動和盛事，彰顯香港世界級的文藝和獨有的地道文化，以各式各樣的創意內容，向內地及國際市場推廣香港和中華文化。

43. 隨着維港兩岸的新海濱設施陸續落成，旅發局將加以重新包裝，並計劃聯同社區不同組織及機構，如海濱事務委員會、星光大道、渡輪及水上的士營辦商等，開發更多嶄新的旅遊產品。

44. 因應文化、體育、旅遊共同發展的趨勢，旅發局亦致力打造香港成為體育盛事之都，除了舉行香港單車節外，亦會協助宣傳其他大型體育活動如香港國際七人欖球賽、香港馬拉松等。除此以外，旅發局亦會透過「咫尺自然·就在

香港」平台，推介夏季和冬季的特色郊遊路線，宣傳香港獨特的大自然景色及郊遊體驗。

### 深化與大灣區合作，推展「一程多站」

45. 另一方面，香港作為大灣區的中心城市之一，接通內地和國際的城市，旅發局乘着區內高速發展的機遇，已為大灣區旅遊定下發展計劃，並會分三個階段推展。

46. 首階段會先以大灣區城市作為短期的客源市場，加快香港旅遊業的復甦步伐；第二階段會集中吸引內地其他城市的旅客，以「一程多站」方式到訪包括香港在內的大灣區城市；最後是向國際市場，宣傳跨大灣區城市的旅遊。

47. 旅發局將推展以大灣區為主題的大型活動，例如單車節、龍舟邀請賽等，促進跨城市的合作，並展示區內獨有的藝術和文化特色，並會塑造面向國際市場的大灣區旅遊品牌，向客源市場宣傳「一程多站」旅遊。

### 提升數碼體驗及發展智慧旅遊

48. 另一個不可忽略的趨勢，是旅客對智慧旅遊體驗的追求。旅客期望一機在手，即可掌握目的地的全面資訊。因此，旅發局亦正加速數碼轉型，提升旅客的體驗，同時為業界開創新的商機。

49. 旅發局會繼續開發及提升一站式數碼平台，集合城中商戶的優惠，並為旅客提供最新資訊和推廣。新引入的人工智能平台，更可以提供自動編排行程、即時地圖，以及全天候查詢功能。

### (三) 藉大型活動及慶祝香港特區成立二十五周年特備節目營造正面氣氛

50. 旅發局舉辦「香港跨年倒數活動」，為中華人民共和國香港特別行政區成立二十五周年慶祝揭開序幕，稍後亦會在今年各項大型活動增添慶祝特區成立二十五周年的元素，並夥拍旅遊相關界別推出折扣和禮遇。在客源市場方面，旅發局亦會與政府駐內地及海外的經濟貿易辦事處合作進行推廣。

51. 推廣活動當中，旅發局計劃於今年 7 月與旅遊事務署為市民和旅客，呈獻「幻彩詠香江」特別版。另外，在安全和公共衛生許可的情況下，亦計劃復辦實體形式的「香港美酒佳餚巡禮」，並在港珠澳大橋舉辦香港單車節。

52. 同時，旅發局會與內地具知名度的傳媒機構合作製作一系列有關香港特區成立二十五周年的紀錄片、綜藝及旅遊節目，加強香港在內地的曝光，以及

聯同著名的社交媒體平台，製作主攻年青人的內容。旅發局亦會跟旅遊產品平台合作，為內地旅客提供特別優惠，並計劃在海外客源市場舉辦不同慶祝活動。

## 開支預算

53. 旅發局在 2022-23 財政年度的政府撥款為 13 億 5,090 萬元，其中 6 億元為 2022-23 年財政預算案下的增撥資源。另外，旅發局將投放 1 億元儲備在其推廣工作。在 2022-23 財政年度，旅發局的市場推廣預算為 10 億 7,500 萬元，涵蓋以上所述的三大策略下的各項活動 - 「刺激旅遊業復甦」、「以文塑旅，連接大灣區」及「藉大型活動及慶祝香港特區成立二十五周年特備節目營造正面氣氛」，以及持續進行的推廣和客源市場宣傳工作。有關資源分配及相關措施載於附錄二。

54. 旅發局謹守審慎運用資源的原則，按初步預測的復甦步伐計劃預算以上的資源分配，實際的使用則視乎疫情發展、旅遊重啟等因素而定，旅發局在有需要時會作出適當調整，如撥款未能全數使用，餘額會按既定機制退還政府。

## 總結

55. 雖然現時距離跨境旅遊全面復甦還有一段時間，但隨着一連串新大型基建的落成，包括香港故宮文化博物館、SKYCITY 航天城、啟德體育園及康樂及文化事務署轄下的東九文化中心等，香港旅遊業未來將充滿機遇，保持平穩、健康及持續發展。

**2021 年全年訪港旅客人次 (按客源市場計)**

	2021 年	相對 2020 年
美國	1 365	-98.3%
加拿大	845	-97.0%
中美及南美	360	-97.5%
歐洲	6 558	-95.9%
英國	677	-98.5%
荷蘭	164	-97.5%
北歐	297	-97.0%
德國	318	-97.9%
法國	289	-97.8%
意大利	216	-96.5%
伊比利亞	205	-97.3%
俄羅斯	783	-96.1%
歐洲其他地區	3 609	-89.8%
南非	26	-99.4%
非洲其他地區	422	-89.3%
中東	326	-97.0%
海灣合作地區國家	15	-99.1%
非海灣合作地區國家	311	-96.6%
澳洲	569	-98.8%
新西蘭	175	-98.0%
南太平洋其他地區	66	-95.8%
日本	346	-99.3%
南韓	626	-98.4%
東南亞	6 891	-95.6%
印尼	1 504	-94.2%
馬來西亞	317	-98.5%
菲律賓	4 065	-93.5%
新加坡	701	-96.9%
泰國	231	-99.0%
越南	28	-97.6%
東南亞其他地區	135	-92.1%
印度	2 388	-90.3%
亞洲及印度次大陸其他地區	155	-98.1%
台灣	2 547	-97.6%
澳門	1 922	-98.4%
中國內地	65 721	-97.6%
非廣東省	N.A.	N.A.
廣東省	N.A.	N.A.
<b>合計</b>	<b>91 398</b>	<b>-97.4%</b>

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。

**政府於 2022-23 年度向旅發局提供的  
撥款及相關措施**

策略重點 (元)	常規撥款	財政 預算案 額外撥款	旅發局 儲備	合共
	(佔整體 預算 百分比)	(佔整體 預算 百分比)	(佔整體 預算 百分比)	(佔整體 預算 百分比)
<b>(一) 刺激旅遊業復甦</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 帶動本地氣氛及刺激消費</li> <li>• 部署通關的促銷宣傳工作</li> <li>• 重塑香港旅遊品牌</li> <li>• 推動會展旅遊及競投高端會議</li> <li>• 持續支援旅遊業界</li> </ul>	5,300萬 (14%)	4億5,600萬 (76%)	1億 (100%)	6億900萬 (56%)
<b>(二) 以文塑旅，連接大灣區</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 促進文體旅發展，以文塑旅，以旅彰文</li> <li>• 深化與大灣區合作，推展「一程多站」</li> <li>• 提升數碼體驗及發展智慧旅遊</li> </ul>	1,200萬 (3%)	1億4,400萬 (24%)	0 (0%)	1億5,600萬 (14%)
<b>(三) 客源市場推廣</b>	1億3,500萬 (36%)	0 (0%)	0 (0%)	1億3,500萬 (13%)
<b>(四) 大型活動及慶祝香港特區成立二十五周年特備節目</b>	1億1,300萬 <sup>2</sup> (30%)	0 (0%)	0 (0%)	1億1,300萬 (11%)
<b>(五) 持續進行的推廣工作</b>	6,200 萬 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	6,200萬 (6%)
<b>總計</b>	3億7,500萬	6億	1億	10億7,500萬

<sup>2</sup> 另外，商務及經濟發展局調撥內部資源，向旅發局額外提供 5,400 萬元，在 2022-23 年度舉辦慶祝香港特區成立二十五周年的大型盛事，主要包括「幻彩詠香江」特別版、香港單車節及 2022-23 除夕倒數活動。