



香港旅遊發展局

Hello[™] Hong Kong

香港旅遊發展局
年報 2022/23



目錄

4 主席獻辭及總幹事導言

- 5 主席獻辭
- 7 總幹事導言

10 香港旅遊發展局成員

12 2022 旅遊業概況

16 旅發局工作策略及重點

- 20 營造本地熱鬧氛圍
- 24 做好部署迎接旅遊復甦
- 54 「你好，香港」展現香港復常
- 80 持續與業界合作
- 84 旅遊業的可持續發展

90 關於旅發局

- 92 獎項及殊榮
- 96 全球辦事處及地區代辦
- 98 企業資訊
- 104 獨立核數師報告

主席獻辭及 總幹事導言



大門重開 展現復常

彭耀佳博士, GBS, JP
香港旅遊發展局主席



主席獻辭

過去一年是充滿變化的一年，對旅遊業亦然，對香港以至全球亦然。隨着疫情減退，香港的旅遊大門再次打開，一張張來自海內外的開心笑臉再次在景點和街道上出現，我作為旅遊業的一員，着實感到欣慰。這全賴一眾旅遊業界在疫情期間時刻做好全方位部署，讓旅遊業循序穩步地踏上復甦之途。

做好準備 迎接更好

在疫情期間，香港旅遊發展局（旅發局）因應形勢變化，靈活部署。隨着第五波疫情於去年第二季逐步回穩，旅發局首先著眼重振社會正面氛圍和刺激本地經濟，為業界締造商機。與此同時，旅發局爭取在兼顧公共衛生的大前提下，逐步復辦實體的大型活動，持續提升香港在內地及海外的曝光，鞏固香港「亞洲盛事之都」的地位。

在宣傳方面，旅發局亦持續透過不同的平台及社交媒体，展示香港的新體驗、新地標。隨着香港的入境防疫措施於第四季起陸續放寬，旅發局更邀請來自不同地區的業界、名人、網紅、傳媒等到訪，向全球展示香港經已準備就緒，再次歡迎旅客。

大門重開 展現復常

至於籌備多時的「Hello Hong Kong」（「你好，香港」）全球大型宣傳活動，則在今年年初本港旅遊大門甫全面打開之際，緊接登場，在特區政府的帶領下，全城一呼百應，向全球送上親切的問好。旅發局不僅向全球旅客送上心意，「走出去」宣傳香港旅遊魅力，更力邀全球各地人士親身訪港，以第一身體驗香港最新的情況，眼見為實，製造正面口碑，成功傳遞香港全面復常的信息，獲得外界及社交媒体上不少正面迴響。

應對疫後趨勢轉變

旅發局及旅遊業界一同攜手，做好部署，「一步一腳印」令香港的旅遊業穩步復甦。我深信只要充分運用香港固有的優勢，再採取適當的策略，回應疫後旅客習慣和出行模式的轉變，定能進一步加強香港旅遊的吸引力和競爭力。

文化藝術深度旅遊

首先，香港的文化藝術匯貫中西，底氣深厚，加上西九文化區的全新國際級文化地標相繼落成，有助香港以「文化旅遊」吸引旅客。旅發局一直積極以文化藝術宣傳香港，推廣城中大小的藝術文化活動，及展開「大城小區」宣傳。這不但呼應國家及特區政府一直倡議「以文塑旅、以旅彰文」、融合文化和旅遊，推動香港成為「中外文化藝術交流中心」的目標，更成功為旅客締造截然不同的旅遊新趣。

旅發局在疫後的旅客調查中也發現，除了蜚聲國際的餐飲和購物體驗外，文化藝術以及與繁囂鬧市僅咫尺之距的大自然美景，亦成功吸引不少旅客，尤其是年青客群到訪，這正好印證我們和業界的的努力。旅發局未來將繼續循着這個方向，運用文化藝術的「軟實力」，並透過旅客常用的社交網絡，加強力度宣傳。

繼續運用獨有優勢

第二，香港坐擁得天獨厚的地理優勢，「背靠祖國、聯通世界」，連繫國際及內地、包括大灣區城市。旅客在疫後追求更多元的體驗，正好讓香港聯同大灣區內城市，整合旅遊資源，打造面向區域及國際市場的大灣區旅遊品牌，向客源市場推廣「一程多站」。

迅速適應市場變化

展望未來，環球市場不斷轉變，旅發局會秉持靈活變通的態度，密切留意全球旅遊的發展和趨勢，與各持份者包括政府、旅遊及相關業界等緊密合作，制訂適切到位的宣傳方案，迅速應對市場和行業變化，保持香港旅遊業的競爭力和可持續發展。我們亦會期待與各界一同攜手合作，精益求精，繼續做好「東道主」的角色，為旅客提供專業優質的服務，讓旅客甫踏足香港即享受到賓至如歸的體驗。

昂然闊步 循序復甦

程鼎一
香港旅遊發展局總幹事



總幹事導言

香港旅遊發展局（旅發局）在過去一年的旅程既艱巨且充實、既滿佈挑戰也饒富意義：由疫情下繼續推陳出新，刺激本地消費，同時裝備業界；到逐步復辦一系列實體大型盛事，加強香港的國際曝光；及至 2023 年年初推出「Hello Hong Kong」（「你好，香港」）全球大型宣傳，成功展示香港全面復常。

夏日同賞 就在香港

疫情期間，旅發局一直透過「旅遊·就在香港」，提振本地氣氛，包括推出多輪「賞你遊香港」和「賞你住」推廣活動，鼓勵市民做自己的旅客。隨着第五波疫情漸趨穩定，旅發局繼續聚焦營造正面氛圍，率先在2022年5月，推出全新「夏日同賞·就在香港」推廣。

除了一直深受歡迎的「賞你遊香港」、「賞你住」、「賞你食」外，旅發局更首度推出全新的「夏日賞賞你」，在Discover Hong Kong網站的全新電子平台集合全城約20萬份零售、餐飲、主題樂園及景點的限量獎賞，向全港市民送上精彩的夏日驚喜。

「夏日賞賞你」不僅成功帶動消費，亦協助業界創造商機及做好準備，迎接旅客重臨。旅發局亦藉此機會，累積採用電子平台發放獎賞的經驗，為未來向旅客提供多元化優惠做好準備。

大型活動呈現香港魅力

與此同時，旅發局迅速復辦一系列實體的大型活動，並透過全球媒體宣傳，維持香港在客源市場的正面曝光和形象。

文化藝術旅遊疫後蔚然成風，乘着多個國際級的藝術盛事在港舉行，以及M+及香港故宮文化博物館等世界級藝術地標陸續落成，旅發局在2022年5月，展開以文化藝術為主題的「藝聚香港」推廣，全年宣傳香港的藝文旅遊體驗，打造香港成為中外文化藝術交流中心。同樣成功復辦的還有香港單車節，近4,000位單車手逆風飛馳，成為年內最大型的戶外體育盛事。

節慶活動亦成為推廣焦點。乘着特區成立25周年，旅發局特別呈獻「幻彩詠香江」特別版之「維港光影匯演」，向內地及海外展示香港作為「亞洲國際城市」的獨有魅力；而每年一度的「香港繽紛冬日巡禮」、「香港跨年倒數」活動及農曆新年活動「兔躍香港迎新春」，不僅在全城散播歡樂氣氛，更吸引內地及海外媒體廣泛報道。

搶先邀請業界來港

旅發局亦把握香港獨有的濃厚冬日氣氛，搶先在12月中復辦大型東南亞旅遊業界考察團，接待近60名來自泰國、馬來西亞、印尼、菲律賓和新加坡五國的業界代表，親身體驗香港的嶄新旅遊元素，再在客源市場推出新穎的旅遊產品，吸引旅客來港。而蜚聲國際的韓國巨星Rain更親臨「香港繽紛冬日巡禮」，為全新「奇趣聖誕村」揭幕，並透過旅程期間的精彩多元體驗，向觀眾推介香港，吸引更多海外朋友立即籌劃訪港之旅。

展示香港獨有地位

旅發局繼續全力推動會議、展覽及獎勵旅遊（會展旅遊）。在旅發局的爭取下，部分會議在去年第四季已率先在香港復辦，並繼續運用香港的獨有地位，向外宣傳「Meet Hong Kong · Meet GBA」的信息，吸引海外展覽商以香港作為「橋頭堡」，與內地市場接軌，另一邊廂協助內地展商以香港作為「跳板」，打進國際市場，亦有助鞏固香港作為區內會展樞紐的角色。

旅發局亦在疫情期間與不同郵輪公司保持緊密聯繫，早在2023年1月，正值政府逐步放寬入境防疫防控措施之際，國際郵輪「銀靈號」已率先訪港，標誌着郵輪旅遊全面重啟。

Hello Hong Kong 热烈歡迎全球旅客

踏入2023年，政府逐步放寬防疫措施及全面與內地恢復跨境往來，香港的旅遊正式邁步復甦之途。籌備多時的「Hello Hong Kong」全球大型宣傳，在特區行政長官李家超及一眾司局長官員的帶領下，於2月初正式啟動，並陸續在不同客源市場推出。

「Hello」一字淺白、易明，全球通用。在通關的初期，我們鼓勵大家先以一句簡單直接的「Hello」，向全球旅客問好；吸引旅客來訪向香港「Say Hello」；代表海內外喜愛香港的朋友，向香港問好；同時鼓勵全港各界一同參與，互相問好，營造開心、歡迎的氛圍。

四大重點全力宣傳

旅發局以四大重點作為宣傳的主軸：第一、製作330多條由各界名人參與拍攝的短片，在全球數以千計的平台播放，送上熱切問候和歡迎；第二、積極邀請旅客來港「親身經歷、眼見為實」（Seeing is Believing），製造正面口碑，借助他們的網絡將復常信息傳到各地；第三、與業界攜手「走出去」，出訪全球的旅遊展覽展示香港魅力；第四、透過國際級的大型盛事和會展活動，為旅客締造難忘的精彩體驗。

「Hello Hong Kong」成功展示香港全面復常，歡迎旅客重臨的信息。其中在香港舉行的啟動禮，在各主要媒體錄得超過4,400篇報道；不同宣傳短片的收看次數超過6,800萬，覆蓋全球1億人次；而「香港有禮」旅客消費優惠券，更成為旅客必取的優惠，繼今年2月推出100萬份後，旅發局再於7月起額外送出100萬份，向更多旅客送上心意。旅發局亦全力協助由香港機場管理局（機管局）及本地航空公司向客源市場送出50萬張機票，以達至最佳的宣傳效果。

鞏固專業優質形象

除了以不同策略向旅客問好之外，專業、優質和高效的服務，同樣能展現香港熱切歡迎旅客的信息，更是香港旅遊業的成功要訣。正因如此，旅發局一直鼓勵各行各業，在各自崗位上盡司其職，同心協力為海內外旅客送上星級的體驗。

循步漸進的復甦

執筆之際，香港的旅遊業正在循步漸進地復甦。我在此感激特區政府、旅遊業界、合作夥伴、贊助機構及市民對旅發局工作的信任和鼎力支持，以及旅發局各成員的指導提點。我亦要衷心感謝旅發局一眾同事，在疫情下努力不懈，與各業界及持份者時刻做好準備，在旅遊大門甫打開之際，即能夠歡迎旅客重臨。

香港旅遊發展局成員

截至 2023 年 10 月在任的成員



彭耀佳博士, GBS, JP
主席兼優質旅遊服務委員會主席



沈鳳君, JP
副主席

香港特別行政區政府
文化體育及旅遊局
旅遊事務專員



陳樂信, SC
Temple Chambers
資深大律師



鄭志雯
市場推廣及業務發展委員會主席

瑰麗酒店集團
首席行政總裁



張添琳
南豐發展有限公司
董事總經理



周志賢
稽核委員會主席

德勤全球副主席
德勤亞太主席



方力申
香港游泳學校有限公司
董事



方舜文
香港貿易發展局
總裁



馮玉麟博士
新鴻基地產發展有限公司
執行董事



楊惠儀, JP
渣打銀行（香港）有限公司
香港執行董事兼行政總裁
區域行政總裁（香港、台灣及澳門）



關淑華
帝盛酒店集團
環球營業及收益管理高級副總裁
營運總監 - 歐洲
酒店總經理 - 蘭桂坊酒店 @ 九如坊



郭艷明
財務及編制委員會主席
信報財經新聞有限公司
總編輯



劉凱詩

國泰航空公司
顧客及商務總裁



司徒永富

鴻福堂集團控股有限公司
行政總裁兼執行董事



譚載怡
產品及活動委員會主席

高盛（亞洲）有限責任公司
常務董事



黃焯安

冠忠巴士集團有限公司
行政總裁



黃傑龍, BBS, JP

叙福樓集團
主席、行政總裁



徐王美倫 (i)

東和旅遊有限公司
董事兼總經理



蔣楊恩慈, BBS, JP (i)

中國銀行（香港）有限公司
顧問



胡景豪, MH (i)

錦倫旅運有限公司
執行董事



梁宏正, BBS, JP (ii)



沈朝生, MH (ii)



黃進達, JP (ii)

註：

(i) 任期由 2022 年 11 月 1 日起生效。

(ii) 截至 2023 年 3 月 31 日止年度內曾經在任的旅發局成員如下：

梁宏正先生於 2022 年 7 月 25 日離任；沈朝生先生於 2022 年 10 月 31 日離任；黃進達先生於 2022 年 10 月 31 日離任。

2022 旅遊業概況



2022 旅遊業概況

604,564

訪港旅客人次 (960萬*)

不適夜旅客人次
 36,779

適夜旅客人次
 567,785



適夜旅客人均消費#

15,047 港元

8,613 港元*



適夜旅客平均留港時間#

19.3 晚

4.4 晚*



適夜旅客整體滿意度
(10分為最滿意) #

8.3

8.7*



註：

* 2021 年 12 月第五波 2019 冠狀病毒疫情前預測

根據離港旅客統計

旅發局 工作策略及重點

- 20 營造本地熱鬧氛圍
- 24 做好部署迎接旅遊復甦
- 54 「你好，香港」展現香港復常
- 80 持續與業界合作
- 84 旅遊業的可持續發展



旅發局工作策略及重點

隨着香港的旅遊大門逐步重啟，香港旅遊發展局（旅發局）在 2022 至 23 年集中資源，因時制宜，仔細做好各項部署工作，為推動旅遊全面踏上復甦之途鋪路。

在 2022 年上半年疫情仍然嚴峻之時，旅發局先推出一系列刺激消費的推廣，以提振本地的熱鬧市況和開心氛圍。隨着社交距離逐步放寬，旅發局亦在公共衛生的大前提下，陸續復辦一系列實體大型活動，向外展現香港的活力。

同時，旅發局無間斷地在全球推廣香港，加強香港在內地和海外的正面曝光，展示香港最新的旅遊體驗和景點，吸引旅客將香港列入行程計劃之中。

入境防疫措施於 2022 年底開始陸續放寬，旅發局精心籌劃「Hello Hong Kong」（「你好，香港」）全球大型宣傳活動。隨着活動在 2023 年 2 月正式推出，旅發局透過多個策略，向旅客送上最熱切的問候，標誌着旅遊大門全面打開，成功向全球傳遞香港全面復常的信息。

與此同時，旅發局不斷與旅遊相關業界保持緊密溝通，提升旅遊產品和服務質素，同時通過一系列連繫社區的推廣，促進香港旅遊業的可持續發展。



營造本地熱鬧氛圍

做好部署迎接旅遊復甦

「你好，香港」展現香港復常



持續與業界合作

旅遊業的可持續發展



營造本地熱鬧氛圍

2022年第二季，本港疫情轉趨平穩，旅發局的首要工作是盡快提振本地正面和熱鬧氛圍。因此，旅發局於5月宣布推出全新「夏日同賞·就在香港」推廣，包括載譽重臨的「賞你遊香港」、「賞你住」，並於暑假首次推出合共20萬份的「夏日賞賞你」，全力刺激本地消費和經濟，同時為業界締造商機。

「夏日同賞·就在香港」

旅發局分階段透過全城食、住、買、玩活動和浪接浪的優惠，重振社會正面氛圍。活動以廣受市民歡迎的「賞你遊香港」和「賞你住」揭開序幕。

以「賞你遊香港」為例，市民只須在本地實體的零售及餐飲商戶消費滿港幣800元，即可免費換取本地遊名額一個，部分旅行社更首度推出高性價比的收費行程，市民只須額外付出少量團費，即可享受升級的選擇，感受與眾不同的體驗。



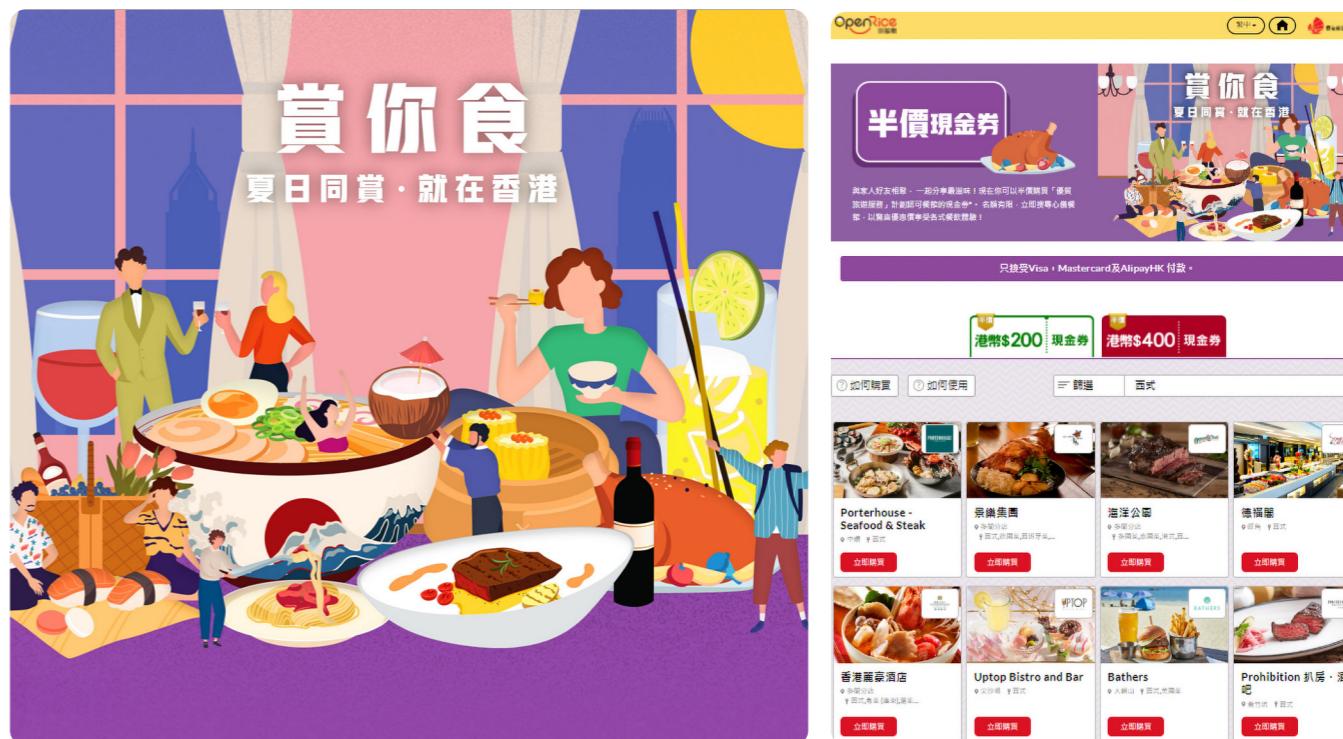


20 萬份「夏日賞賞你」刺激消費

緊接暑假來臨，加上慶祝中華人民共和國香港特別行政區成立 25 周年，旅發局於 7 月展開新一浪活動，聯同全城超過 200 個景點及獲得「優質旅遊服務」認可商戶，首次推出「夏日賞賞你」獎賞優惠，透過在 [Discover Hong Kong](#) 網站的全新電子平台，提供 20 萬份低至 25 折的零售、餐飲、主題樂園及景點限量獎賞，為全港市民送上精彩的夏日驚喜。

「夏日賞賞你」不僅成功推動本地消費，旅發局亦藉此機會收集運用電子平台派發獎賞的經驗，為今年年初推出針對旅客的「香港有禮」旅客消費優惠券鋪路。

此外，旅發局亦推出新一浪「賞你食」餐飲優惠，一連六星期推出共2萬套半價現金券，涵蓋超過850間「優質旅遊服務」計劃認可的本地餐廳，持續為餐飲業界締造商機，同時為「饑嘴一族」帶來驚喜。





做好部署迎接旅遊復甦

隨著政府逐步放寬社交距離措施及入境防疫限制，本地市面的氣氛好轉，旅遊重啟亦如箭在弦。因此，旅發局由 2022 年中開始，在公共衛生的大前提下，復辦一連串實體的大型活動，由藝術文化、維港景致、美酒佳餚到文化節慶和體育活動，營造本地氣氛。

同時，旅發局透過多元化宣傳渠道，包括傳統和社交媒體以及在全球各地辦事處展開宣傳，向全球旅客展示香港豐富和獨有的魅力，加強香港的正面曝光。

- 盛事活動營造氣氛
- 加強全球正面曝光

盛事活動營造氣氛

藝聚香港

從藝文視角探索香港

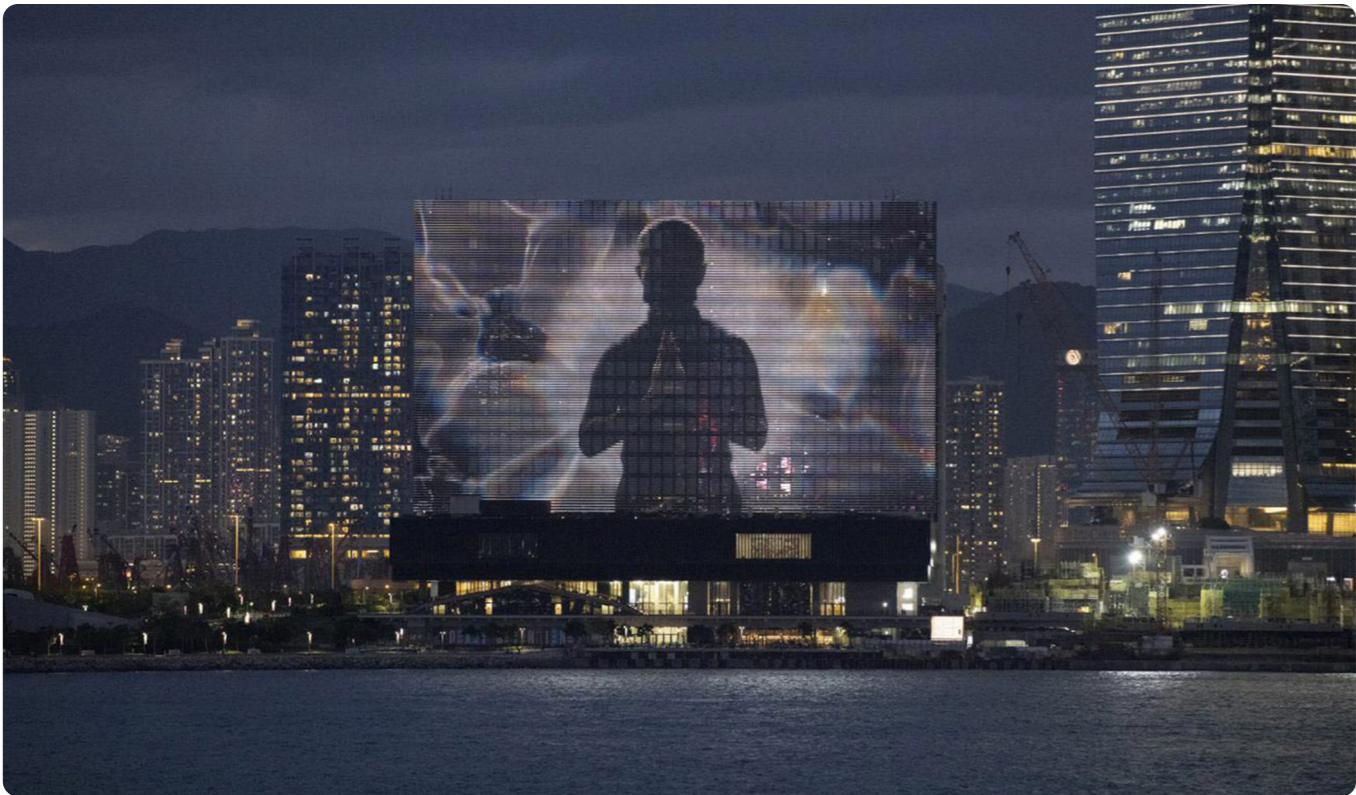
藉着國際藝術盛事在港舉行的重要時機，加上 M+ 及香港故宮文化博物館等世界級藝術地標陸續落成，旅發局於香港滿載文化藝術氛圍下，2022 年 5 月重點宣傳「藝聚香港」全年推廣平台，向全球旅客傳揚香港藝術之都的吸引力，一方面乘著疫後旅遊新趨勢，推動文旅融合，為提升香港旅遊競爭力做好準備；另一方面，繼續透過在香港舉行的國際級文化藝術盛事維持香港的國際曝光，同時推廣社區深度藝文遊及藝術科技互動體驗，鼓勵市民藝遊香港。



推廣本地國際藝術盛事

旅發局以巴塞爾藝術展香港展會 (Art Basel Hong Kong)、Art Central、法國五月藝術節 (French May Art Festival) 等國際文化藝術盛事，作為宣傳頭炮，向全球旅客展示大型藝術盛事已恢復在港舉辦，鼓勵市民持續以新角度欣賞香港。





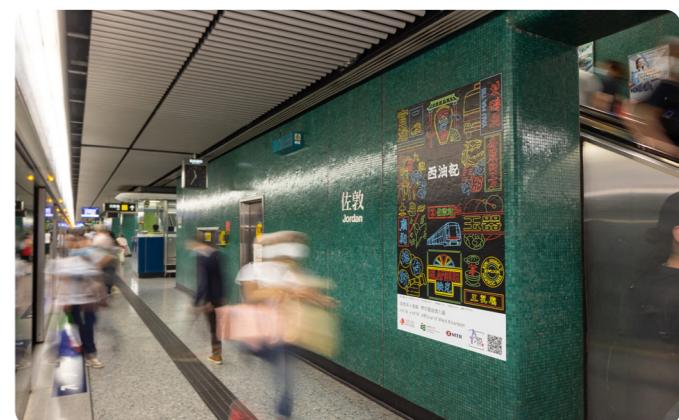
嶄新科技展現藝術

此外，因應全球藝術與科技結合的新趨勢，旅發局亦加強宣傳各個有關藝術科技活動，例如拍攝短片宣傳法國五月藝術節《Intraverse》結合舞蹈表演的互動數碼藝術裝置、M+ 與巴塞爾藝術展共同委約鮑謹倫創作的流動影像作品《光之凝》，以及宣傳香港藝術館設有擴增實境技術的戶外藝術裝置《回聲在目》等。旅發局更推出支援遊覽器使用的虛擬人像藝術程式，讓市民享受科技與藝術結合的樂趣。



走進社區來一趟「西油記」

此外，旅發局亦首次與香港教育大學文化與創意藝術學系合作，舉辦首個社區文化藝術展覽——「西油記」，展出超過 250 份、由 650 多位學生以西九龍為創作主題的藝術作品，從年青人的視角，展現西九龍的獨有藝術文化體驗。為期 17 日的展覽不僅吸引接近 6,000 人次入場，更在年度市場推廣盛事 Galaxy Awards 2022 中奪得一金一銀的佳績。



此外，旅發局更將「西油記」展覽延伸至三個主要港鐵車站，包括中環、佐敦和油麻地，讓乘客能夠在旅程中亦能欣賞年青人別出心裁的作品。



海外推廣傳遞香港文藝特色

來自東南亞五個市場的 18 位海外藝術家，在香港獨有的飲食、手工藝、霓虹燈、維港景致等的啟發下，以不同的藝術形式和風格，將他們的靈感轉化為創意的藝術作品，在社交媒體上分享。作品吸引了超過 300 篇媒體報導。



而身處英國的旅發局「超級香港迷」Jay Kaes，則邀請其粉絲和公眾選出一個與香港旅遊有關的主題，創作一幅藝術作品，結果山頂纜車脫穎而出，獲得 12,000 人提名。他隨後通過一段縮時影片，記錄創作過程，並與多達 590 萬人分享了香港如何啟發他的藝術創作。

呼應 Jay 的創作，旅發局亦邀請了來自廣東的「90 後」手繪創作人譚澤鴻親身來港，趁香港故宮文化博物館開幕，他首次造訪香港，透過畫筆呈現香港的城市風景。

HONG KONG HARBOUR FIESTA

維港光影匯演

1 - 31.7.2022



維港光影匯演

璀璨海港慶回歸 25 載

香港的維多利亞港向來備受旅客喜愛，乘着香港特別行政區成立 25 周年，旅發局於 7 月呈獻「幻彩詠香江」特別版—「維港光影匯演」。維港兩岸逾 50 幢建築物及地點每晚上演以「香港新征程」為主題的特別光影匯演，為市民提供耳目一新的視聽享受，同時向內地及海外展示香港作為「亞洲國際城市」的魅力。

光影匯演運用多元燈光效果，拼湊出震撼的視覺畫面，並結合獨特的光影、沿岸大廈包括政府總部、立法會大樓的 LED 屏幕及幕牆、交響樂，以及披上繽紛燈帶的天星小輪等元素，展現維港多姿多彩的活力。

香港美酒佳餚巡禮



走進城中探索美酒佳餚

香港獨有的中西匯聚和多元飲食文化體驗，是吸引旅客的重要「彈藥」。踏入 11 月，旅發局的年度盛事「香港美酒佳餚巡禮」再度登場，鼓勵本地市民支持本地餐飲業界，同時亦啟發業界開發別具香港特色的產品，向全球展示香港獨特的美食魅力，吸引旅客籌劃睽違的訪港之旅，享受掛念多時的滋味。

旅發局繼續將活動帶到全港，聯同近 700 間餐廳及酒吧，合力推出融入「香港味道」的創意雞尾酒；推介遊「酒」海岸線，多角度維港美景配美酒佳餚；以及廣邀一眾饕客饗「味」全城，嘆盡香港最潮餐飲選擇。

旅發局更首次送出 5 萬張美酒佳餚巡禮「電子優惠券」，透過 Discover Hong Kong 電子平台派發，為市民旅客帶來驚喜，推動本地餐飲氣氛，支援業界。

此外，旅發局更在 YouTube 上推出一系列介紹城中得獎酒吧及食府的短片，鼓勵市民在旅遊重啟前繼續發掘本地美食體驗。



將香港味道帶到全球

旅發局藉香港美酒佳餚巡禮，拍攝不同主題短片，在社交平台發放，並在多個客源市場舉辦不同形式的主題宣傳推廣以維持香港曝光，向全球旅客展示香港的餐飲魅力精彩依然。

「港新趣 同品味」

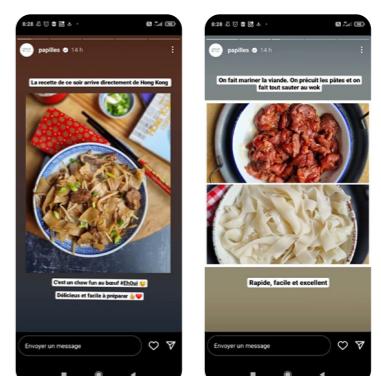
其中在內地市場，旅發局將與大灣區媒體合作，以「港新趣 同品味」為主題宣傳活動，透過香港網紅帶領內地旅客雲遊品味全城，探索香港餐飲新驚喜；亦製作內地旅客喜愛的美食美酒創意短片，在多個社交媒體發佈。



連繫業界夥伴 隔空呈現地道美食

在美國和加拿大等長途市場，旅發局乘着香港美酒佳餚巡禮，舉辦一系列宴會和品酒活動，重新聯繫旅遊業合作夥伴，並讓他們回味起香港的美食體驗。而在法國，

旅發局亦與巴黎的超級粉絲 Anne Lataillade 合作，製作了一道香港風味的乾炒牛河食譜，與她的粉絲分享。



香港單車節

馳騁公路 載譽歸來

除了節日和飲食外，文化及體育亦是香港旅遊業的重要元素，尤其大型體育盛事，更為有助吸引全球運動愛好者關注香港。旅發局於 12 月成功復辦實體的「新鴻基地產香港單車節」，一眾車手重返廣受歡迎的「三隧三橋」路線，穿梭青馬大橋、汀九橋、昂船洲大橋、長青隧道等地標，成為 2022 年城中最大型戶外體育盛事。

活動雖然遇上寒冷天氣及強風，但無阻一眾車手的毅力和熱情。全日共有近 4,000 人參與共六項單車活動及專業比賽。一眾單車手踩上平時難以開放給單車行走的公路，讓他們一嚐在香港鬧市騎單車的樂趣之餘，亦展示香港多姿多彩、活力之都的魅力。

與專業車手同行

其中，香港奧運獎牌得主李慧詩和前港隊成員仇多明，聯同香港劍擊奧運隊成員，一同參加了「50 公里組」及「30 公里組」的項目，與其他參與者分享參與活動的喜悅。

廣泛報道 靈活應變

旅發局非常重視活動的安全，由於預視到活動當日天氣寒冷，旅發局事前特別加強全方位的宣傳，確保參與者清楚了解天氣所帶來的影響，成功減低發生意外的風險。連串的工作不僅獲得相等於 4,000 萬港元的宣傳價值，更為旅發局在 Marketing Interactive 舉辦的 PR Awards 贏得活動管理銀獎。



香港繽紛冬日巡禮

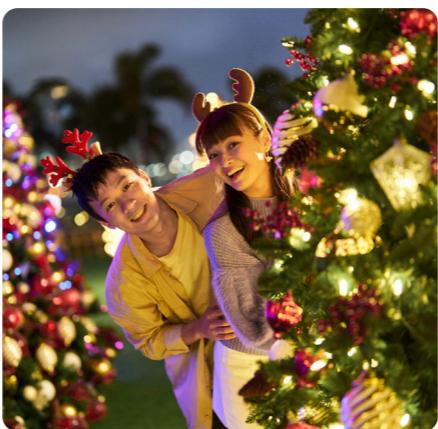
濃濃氣氛 迎接冬日

香港的冬日節日氣氛向來濃厚，每年吸引不少旅客專程來港親身體驗。旅發局於聖誕節和新年，悉心炮製連串精彩節目。其中，一年一度的「香港繽紛冬日巡禮」率先於 11 月底推出。

「香港繽紛冬日巡禮」的主角，是在西九文化區藝術公園登場的海岸歐陸聖誕小鎮，其中，巨型聖誕樹高逾 20 米、

相等於逾 6 層樓高，全城最高的戶外聖誕樹，吸引超過一百萬旅客和市民親身到場打咗。

旅發局更特別於增設的期間限定奇趣聖誕村，設置八大主題聖誕小屋，部分聖誕小屋將設有慈善攤位及聖誕主題的手工藝工作坊，成為市民共聚歡度聖誕的必然之選。



與南韓巨星遊歷冬日香港

旅發局特別邀請了南韓巨星 Rain 來港主持奇趣聖誕村的揭幕儀式，並歡度聖誕，親身感受香港連串地道體驗及精彩活力。Rain 分享了他在香港旅遊的體驗，吸引旅客到訪。

香港跨年倒數

跨年倒數煙火傳遍全球

作為 2022 年的壓軸活動，旅發局亦在除夕晚上舉行跨年倒數慶祝活動，為旅客及市民送上「幻彩詠香江」加強版煙火光影匯演，為新一年揭開序幕。奪目煙火配合激光和射燈，舞動整個維港，展現香港的源源不絕活力。



旅發局亦邀請一眾年青表演者，包括鼓樂團「激鼓」、國際青年鋼琴家牛牛（張勝量）以及香港花式跳繩會成員送上活力澎湃的精彩表演，帶動全城倒數氣氛。

旅發局繼續以人造衛星及社交平台，將活動及煙火匯演的盛況，實時傳送到本港及世界各地，合共吸引香港、

內地及多個國家及地區例如美國、加拿大、英國、德國、法國、新加坡、泰國、印尼、馬來西亞、印度、澳洲等超過 100 個傳媒平台直播或轉播，包括：中央電視台、新華社、CNN、BBC、CBC、Fox News、Euronews、路透社、美聯社等。

兔躍香港迎新春



送虎迎兔 福到常樂

緊接聖誕與除夕，本地疫情越趨穩定，旅發局及早部署，為準備迎接全球旅客重臨香港，特意在 2023 年農曆新年的傳統節慶期間推出「兔躍香港迎新春」活動，將全城歡樂氣氛再度提升。活動推出全新創作、寓意「福到常樂」的「福兔」，並以香港享譽全球的維多利亞港為主題，沿海濱四個地點包括中環碼頭、灣仔海濱、金鐘添馬公園及尖沙咀文化中心觀景台打造全新賀年互動景點。

文化體育及旅遊局局長楊潤雄亦參觀了金鐘添馬公園花海裝置，支持香港繼續以中西薈萃的文化特色發展獨特的旅遊項目，吸引全球旅客親身體驗。

此外，旅發局並聯同多個海上觀光項目推出新春維港遊優惠，推廣海濱旅遊體驗，讓市民和旅客可感受濃厚新年氣氛。





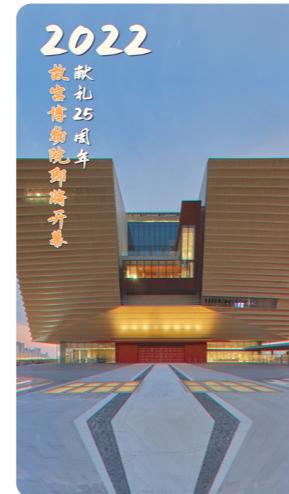
加強全球正面曝光

在疫情期間，各個旅遊目的地均爭相做好部署，待跨境旅遊全面恢復，即全力推動旅遊業盡快復甦。因此，旅發局除了積極提升本地開心氛圍以及舉辦大型盛事，亦向全球不同客源市場持續展開宣傳攻勢，展示香港的獨有特色，由嶄新景點、文化藝術、飲食體驗到郊野景緻，加強正面曝光，加深香港作為旅遊目的地的印象。



乘着特區 25 周年 重新連繫旅客

適逢香港特區成立 25 周年，旅發局善用這個重要契機，透過一系列宣傳活動，加強與內地與海外各個客源市場的聯繫，激發旅客對訪港的興趣和渴望。



精彩短片呈現體驗

在內地方面，旅發局在內地常用的社交平台包括微信、微博、抖音等推出宣傳活動。旅發局特別炮製了一條宣傳短片，涵蓋香港全年的精彩活動和多元體驗，展現香港依然的魅力。

另外，旅發局亦在不同的社交平台推出有關影片，向旅客深入介紹香港嶄新的旅遊景點和體驗；又以「再遇心動香

港」為主題，邀請網民分享在過去 25 年的訪港體驗；而在內地具知名度的香港影視紅星包括周柏豪、文詠珊、劉愷威和洪卓立等亦在微博分享他們對香港的旅行推薦，吸引旅客來港。整體項目在各個平台吸引 5,700 萬觀眾人次收看。



與官方媒體合作紀錄香港面貌

旅發局與多個內地官方媒體，包括中央電視台、新華網、人民日報新媒體等合作，製作一連串關於香港特區成立 25 周年的電視節目。

其中，旅發局與中央電視台攜手製作和推出了一連四輯的紀錄片，以「見證香港故宮」、「家鄉至味香港篇」、「空中見香港」和「這裡是香港」為題，全方位介紹香港的各個面貌。四輯節目共吸引多達 4.5 億觀眾人次收看，宣傳價值達到 9,800 萬港元。



當國風遇上港潮

旅發局亦乘着特區成立 25 周年，在內地不同城市舉辦「國風港潮」活動，通過藝術共創和交流，將京劇、書法、廣東民間音樂等傳統中國文化項目，與粵語流行音樂、香港塗鴉和街舞等相結合，推廣文化的多樣性和融合，加深內地旅客、尤其是年青一代對香港的興趣。

「國風港潮」分別在北京、上海、廣州和成都等四個內地城市舉行實體活動，錄得超過 700 篇主流媒體報道，並在社交媒體上推出一連串的宣傳。其中在活動抖音官方頁面上總觀看次數超過 3,670 萬次。



以粵語歌曲提升正面曝光

粵語流行文化同樣備受內地旅客所喜愛。因此，旅發局與無線電視合作，在音樂節目《聲生不息》度身訂造音樂短片，由一眾著名粵語流行曲歌手擔綱演出。音樂短片以香港的標誌性地標和最新的旅遊景點作為背景，提升香港在內地市場的正面曝光。該短片在多個內地平台包括芒果 TV、無線電視、湖南衛視，以及串流媒體平台 Bilibili 及其他社交媒體平台播放，收看人數達到 2.3 億人次。

從微縮模型細看香港

在海外，旅發局與香港駐新加坡經濟貿易辦事處，在新加坡合辦「細看香港」微型展覽，展出 40 件展示香港多元化生活的微縮模型，涵蓋飲食文化、傳統節日、建築和非物質文化遺產，不但展示香港作為國際大都會的



活用科技展現景緻

旅發局夥拍香港駐杜拜經濟貿易辦事處和香港貿易發展局，在當地舉辦慶祝特區成立 25 周年的晚會上，設立運用虛擬實境（VR）技術的攤位，並向參加者贈送 VR 體驗頭盔，透過先進技術，加深中東新市場客群對香港作為休閒旅遊目的地的認識。



以香港味道抓住旅客歡心

美食是世界共同語言。香港有著「美食天堂」的美譽，不少旅客慕名來港，正是希望體驗香港精彩絕倫的美食。因此，旅發局以香港美食作招徠，持續透過多元渠道邀請全球旅客在旅遊重啟時來港親嘗地道滋味。



穿梭地道 享受品味

香港既有歷史悠久的地道大牌檔，也有時髦精緻的咖啡室。旅發局與無線電視合作，製作了在內地、東南亞、歐洲、澳洲及美洲市場播放的旅遊節目，包括《大牌筵席》，帶領觀眾走進本地鬧市的大街小巷尋找牌檔美食；《豪遊咖啡》則由知名藝人陳豪和袁偉豪共同主持，以專業時尚的角度帶領觀眾探索香港的多元飲食文化。



呈現美食天堂魅力

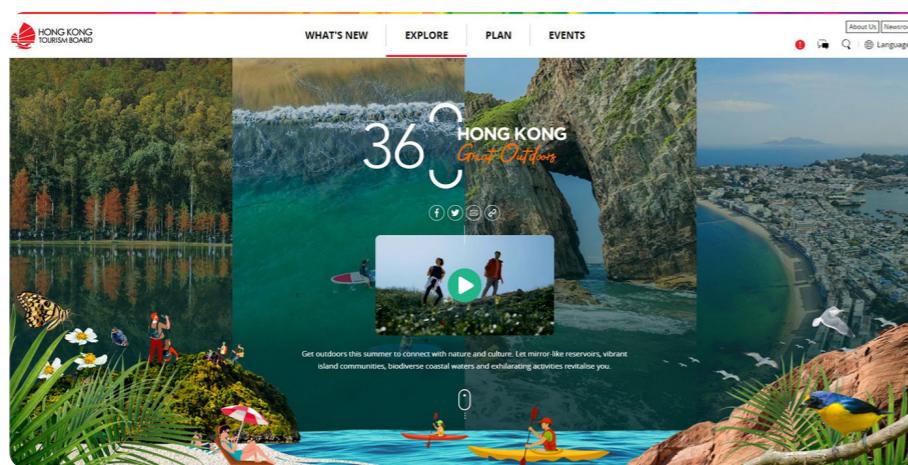
在東南亞市場方面，乘着香港成為「亞洲 50 大最佳餐廳」最多入圍餐廳的地區，旅發局延續《星廚饗港》（《Kung Food!》）短片系列，介紹香港的頂級餐廳。節目訪問享負盛名的得獎廚師、米芝蓮星級餐廳 VEA 的廚師鄭永麒、來自 Amber 的 Richard Ekkebus 以及 Mono 的 Ricardo Chaneton，發掘星級美味背後的秘密，分享香港的美食優勢如何讓他們在國際舞台上大放異彩。節目在東南亞多個頻道播放，收看人次超過 5.6 億。另一個廣受歡迎的台灣旅遊紀實節目《食尚玩家》，亦凸顯香港作為世界級美食天堂的魅力。



便利店內的香港風味

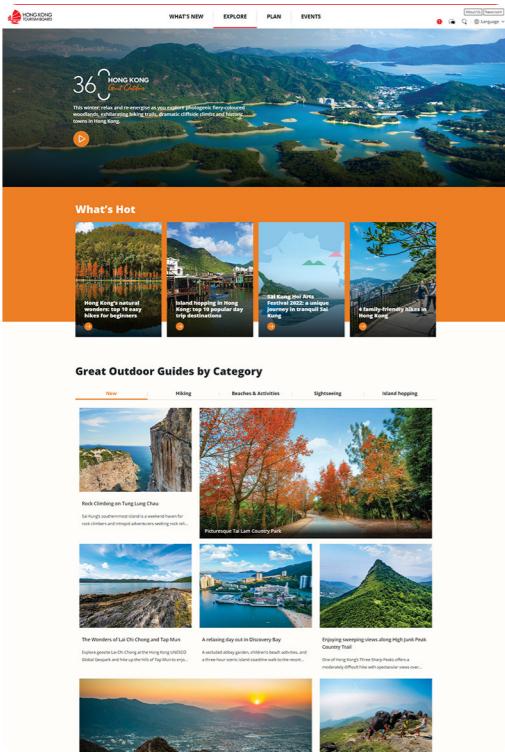
除了電視節目以外，在街頭小食文化活躍的南韓，旅發局特別聯同香港知名調味料製造商李錦記及南韓最大的連鎖便利店 CU，推出了一系列揉合了香港和南韓特色風味的即食食品，讓南韓消費者隨時隨地可以品嚐香港

風味，從而刺激他們來港的興趣。為加強推廣效果，購買有關小食的顧客更有機會獲贈前往香港的機票，親身來港體驗美食。



走進自然美景 探索文化古蹟

香港的繁囂鬧市與自然美景僅為咫尺之距，旅客只需花短短半小時船程或車程，彈指之間即可逃離鬧市，上山下海，盡享郊外樂趣。隨着旅客越來越追求對大自然的體驗，旅發局多年來以「咫尺自然，就在香港」作為宣傳，吸引旅客在享受頂級餐飲和購物體驗外，同時細味香港充滿自然風光的一面。



向全球介紹香港自然風光

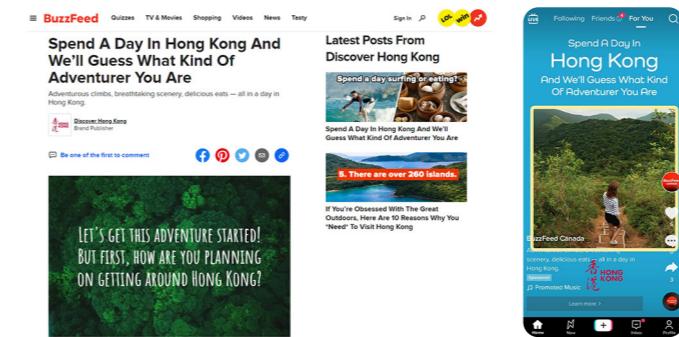
旅發局的「咫尺自然，就在香港」宣傳平台向全球旅客介紹不同的郊遊路線，引發他們的興趣。旅發局 Discover Hong Kong 網站上設有一連串行程和導賞指南，並在社交平台推出不同的觀感體驗，將這些體驗帶到旅客身邊，吸引了超過 80 萬次瀏覽，社交媒體上的觸及人數達到 1,900 萬。



外籍人士眼中的香港大自然

旅發局邀請了四位長居香港的法國外籍人士，與法國高端旅遊雜誌《Aller-Retour》的播客（podcast）主持人，分享他們在香港的日常生活，特別是熱愛香港大自然的原因，以第一身向海外旅客，介紹香港豐富的大自然旅遊資源。

此外，旅發局亦在海外廣受歡迎的社交媒體平台 BuzzFeed 上推出一個小測驗，根據旅客的喜好，為他們度身訂造和推薦不同的大自然體驗行程。



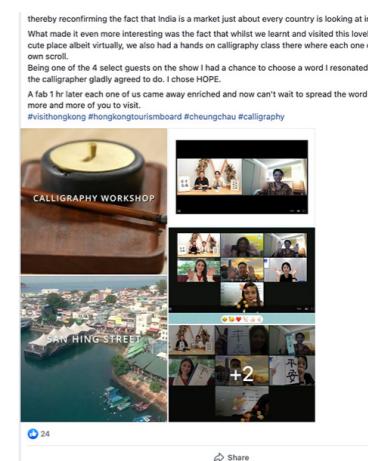
國際媒體記錄文化遺產

為加強有關宣傳在全球的曝光，旅發局與國際知名媒體 Bloomberg 合作，製作一套長 45 分鐘的紀錄片，走訪歷史學家和保育專家，探索香港重要的建築物和古蹟，包括大澳文物酒店、大館和荔枝窩等。該節目在英國錄得 65 萬觀看人次。



虛擬探索

雖然疫情期間旅客暫時未能親臨香港感受，但旅發局亦設法將香港的大自然景緻帶到海外。例如在印度新德里，旅發局特別安排虛擬體驗活動，邀請 60 位印度貿易和媒體合作夥伴，讓他們隔空享受香港壯麗的戶外體驗，並參與一連串健康主題的活動，為他們開發與大自然美景相關的旅遊產品提供靈感。



名人明星 道出香港故事



跟着韓星遊走香港



旅發局藉南韓巨星 Rain 來港主持旅發局香港繽紛冬日巡禮—奇趣聖誕村的揭幕儀式，同時邀請他遊走香港的嶄新景點和品嚐佳餚。由全新投入服務的第六代山頂纜車、充滿特色的西九龍大城小區，到匯聚中外滋味的美食，Rain 在社交媒體上逐一分享讚好。他在香港的冬日遊歷，獲全球各地的媒體超過 430 篇報道，有助向客源市場展示香港魅力非凡的旅遊體驗。



流行天團成員探索奢華體驗

此外，在全球擁有大量粉絲的南韓流行天團 SHINee，其成員崔珉豪（Minho）亦應旅發局的邀請，探索香港的精緻文化和奢華旅遊體驗，走訪由古蹟活化而成的大館、雷生春和藍屋。南韓《Luxury》雜誌更以 20 版篇幅報道 Minho 在香港的體驗。



知名收藏家從鏡頭看香港古蹟

此外，香港的文化古蹟亦備受旅客所關注。旅發局與新加坡 Channel News Asia 的娛樂資訊節目《Remarkable Living》合作，訪問復古相機收藏家蘇彰德教授，分享香港的古蹟如大館等如何啟發他的攝影和收藏，從而推廣香港豐富的文化遺產資源。



「你好，香港」 展現香港復常

隨着政府逐步放寬入境防疫措施，香港的旅遊大門在 2023 年年初全面打開，旅客可以真正無障礙、無拘束地暢遊香港。

旅發局除了繼續加緊展開早已部署好的大量宣傳工作，亦乘着「Hello Hong Kong」（「你好，香港」）全球大型宣傳，成功向全球傳遞香港復常的重要信息，及透過不同的策略，展示香港魅力依然和源源不絕的活力，燃點旅客訪港的興趣。

香港的旅遊因疫情停頓多時，亟待重新連繫各地旅客，並向全球清楚說出香港經已全面復常的信息。「Hello」一字既淺白、又易明，而且全球通用。因此，旅發局乘著「你好，香港」啟動，先帶領香港各界以一句簡單直接的「Hello」向全球旅客送上最親切、最誠摯的問候；同時鼓勵全港各界一同響應活動，在香港內互相問好，各界齊心向客源市場旅客招手，於本地營造開心、歡迎的氛圍，讓親切問候的氣氛在香港內外互相呼應，以收吸引旅客來訪之效，期望旅客在旅遊重啟時，親身到香港回應一句說「Hello」，達到與眾同樂、與客同歡的互動效果。



全球啟動 各界響應

2023 年 2 月 2 日，「Hello Hong Kong」（「你好，香港」）全球大型宣傳活動在香港特別行政區行政長官主持下正式啟動，獲得政府各部門的官員、「香港隊」成員代表及政商界全力支持。旅發局亦陸續在各個主要客源市場展開宣傳活動，展示香港全面復常，歡迎全球旅客的信息。

「你好，香港」自 2 月推出以來，旅發局已聯同社會各界包括政府、商界、旅遊業界、名人明星等推出 330 條「你好」短片，與餐飲、零售業及景點送出超過 100 萬份「香港有禮」；客源市場亦先後有超過 1,000 名來自傳媒、旅遊業界、網紅明星等應邀親身訪港體驗，眼見為實；此外，旅發局又帶領酒店、航空、景點業界等業界夥伴主動出擊，積極參與約 30 個海內外業界活動及旅遊展覽，向客源市場推廣香港旅遊魅力；並重辦及支持多個涵蓋藝術、體育、文化等體驗的大型活動，促進會展、郵輪、新市場及客群推廣，展示出香港各界隨著旅遊大門重開，均呼應「你好，香港」的宗旨，為歡迎旅客提升旅客體驗，打造精彩體驗。

- 向全球送上熱切歡迎
- 邀請旅客親身體驗
- 出訪全球展示香港魅力
- 打造精彩體驗、持續創造商機

向全球送上熱切歡迎

首先，旅發局以一系列精彩短片和獎賞，向身處世界各地的旅客問好，積極向全世界傳遞香港熱切歡迎旅客的正面信息。旅發局把握旅遊重啟初期，推出連串影片提升旅客訪港興趣：首先在客源市場提高香港曝光、加強消費者對香港的關注；在取得旅客關注後，再進一步透過社交媒體發布的宣傳短片，將香港多元豐富的嶄新體驗呈現眼前，針對各種主題加深宣傳效果。



香港出發 展現深度體驗

旅發局乘著旅遊重啟，推出打響頭炮的短片，由本地及客源市場廣受歡迎的藝人郭富城、鄭秀文和陳慧琳擔綱演出，向旅客發出「香港回來了」的訊息，並陸續邀請不同的明星、KOL、旅發局「超級香港迷」、商界領袖以及旅遊和會議展覽等業界代表參與拍攝短片。

為了吸引客源市場觀眾，旅發局更邀請多位本地名人及業界代表、以至旅居香港的內地及海外僑民，包括「蘭桂坊之父」盛志文、曾出演 Netflix 網絡節目的巴西名廚 Rafa Gil、得獎青年鋼琴家牛牛等，拍攝超過 330 條歡迎短片，分享他們在香港的生活和好去處，為香港各種體驗創造口碑，再深入介紹香港嶄新景點、滋味餐飲、文化藝術、城市綠洲等旅遊體驗，邀請旅客來港親自發掘深度遊。



各地回應 期待重訪

除了本地人士介紹香港體驗外，旅發局亦邀請全球不同地區的名人，向香港說「Hello」，分享他們想念的香港體驗及掛念之情，加深客源市場旅客對香港的印象，當中包括韓國綜藝節目《Running Man》的核心成員宋智孝、菲律賓模特兒和電視主持人 Kelly Misa、日本著名演員藤森慎吾等。

一系列短片分階段在全球超過 3,300 個不同平台播放，覆蓋人次超過 2 億。





按市場情況推策略宣傳

旅發局亦因應各個客源市場的實際情況，陸續推出大規模的宣傳工作。考慮到內地及東南亞市場的旅客會較快重臨香港，旅發局先投放資源，在當地開展宣傳。

在內地方面，旅發局推出全方位的宣傳工作，在廣州及深圳的商廈播放「你好，香港」的宣傳短片，並在地鐵

車站內推出不同種類的廣告，由 LED 屏幕到月台幕門廣告等，展示香港文化藝術、城市綠洲及嶄新體驗。

旅發局亦透過內地常用社交媒體，包括微信、抖音、微博等，呈現香港歡迎旅客的信息，並在抖音發起舞蹈挑戰，邀請香港藝人高海寧、內地虛擬 IP 星瞳等參與。



而在東南亞市場，旅發局與當地傳媒合作，推出不同的電視及網上節目，以及在大型商場、鐵路站等戶外設置大型宣傳廣告，提升旅客訪港的興趣。

旅發局號召 80 位東南亞的「超級香港迷」、名人和 KOL，參與 TikTok「Hello Hong Kong」舞蹈挑戰，吸引網民拍攝逾 120 萬條影片，全球瀏覽量高達 15 億，是 2023 年首季 TikTok 在東南亞市場獲得最高流量的推廣活動，並帶動旅發局新增 30 萬追隨者，令總數達到約 200 萬，增幅近 2 成，成為當季旅遊業界內增長最高的 TikTok 官方帳戶。



在南韓，旅發局安排在當地電視頻道、行人隧道及戲院等，播放「Hello Hong Kong」主題宣傳片。旅發局亦邀請台灣的藝人及 KOL，在社交平台分享香港旅遊體驗，與當地旅遊媒體和節目合作推出不同節目，以及聯同業界推出嶄新產品，吸引當地旅客。



直播活動吸引旅客

針對內地的旅客，旅發局亦與線上旅遊服務平台攜程及生活服務平台美團集團合作，推出多輪的網上直播和限時促銷活動，分批推出酒店和旅遊禮遇，讓內地旅客更清楚了解香港的旅遊體驗，吸引他們訂購香港旅遊的產品。活動成功接觸全國各地的潛在客群，有助吸引首次訪港的內地過夜旅客。



全力宣傳派發免費機票 將香港推向全球焦點

「你好，香港」的另一個「重頭戲」，是由香港機場管理局（機管局）透過三間本地航空公司包括國泰航空、香港快運及香港航空，分階段向全球多個客源市場送出合共 50 萬張機票。

旅發局全力協助在內地及海外各個客源市場的宣傳工作，包括與媒體及網紅合作，在社交媒體如 Facebook、Instagram 等平台展開推廣，以達至最佳、最大的效果，吸引全球旅客的目光。

東南亞是首個推出活動的地區，旅發局與國泰航空合作，在泰國、新加坡、馬來西亞、印尼、菲律賓、越南和柬埔寨推廣有關活動，成功吸引話題、媒體報導和消費者的關注。

旅發局亦聯同國際航空及日本成田機場，邀請 KOL 及航空公司前線人員在機場拍攝宣傳短片，並在社交媒體發放，加強宣傳效果。

不少客源市場均表示，連串的活動及宣傳有助提高旅客前往香港旅遊的興趣。



「香港有禮」為旅客送上心意

除了推出宣傳香港的嶄新體驗，旅發局亦為訪港旅客送上精心炮製的禮遇，包括由 2 月開始派發「香港有禮」—旅客消費優惠券。

旅發局分別在旅客諮詢中心，及透過旅遊網站和全球各地旅行代理商，向訪港旅客送上每份價值最少 100 港元的消費優惠券。旅客在 Discover Hong Kong 電子平台完成簡單登記，即可以在全城近 4,000 間指定餐飲、零售商舖或景點兌換優惠或免費換取迎賓飲品。

為了吸引內地旅客，旅發局特意邀請「超級香港迷」陳啓聰製作短片，在小紅書上播放，及與中國新聞社合作拍攝視頻，介紹兌換小貼士。

截至 2023 年 10 月底，旅發局已派發逾 200 萬份「香港有禮」—旅客消費優惠券。

此外，旅發局亦為會議、展覽及獎勵旅遊的高消費旅客送上限量珍藏版「香港有禮」，提供特別版八達通咭、M+ 入場門票及機場貴賓室等尊享禮遇。



入境口岸送贈禮物包

旅發局亦在各個口岸恢復通關首日，向旅客送上禮物包，歡迎旅客再次訪港。

而隨着出入境口岸全面開放，旅發局位於香園圍/蓮塘口岸的旅客諮詢中心亦投入服務。自恢復跨境旅遊以來，旅發局各個旅客諮詢中心已為超過 57 萬人次旅客提供不同的服務，包括景點推介、設計旅遊路線和實用旅遊資訊。



號召全城 投選地膽推介

此外，旅發局亦集合全城力量，一同歡迎旅客，透過舉辦「Hello Hong Kong · 我想推介—香港我至愛體驗」投選活動，邀請市民一同為旅客嚴選心中最愛的香港獨特美食、大自然美景及鬧市風貌等旅遊體驗，炮製港人最強推薦清單，讓訪港旅客跟著「地膽推介」，逐一品味最地道香港體驗。

投選活動共吸引逾 3 萬名市民參與，旅發局並透過網頁、社交平台及名人分享等不同方式，向全球旅客推介清單。



邀請旅客親身體驗

親身體驗、眼見為實，向來是感受旅遊目的地的最佳方法，亦是向全球旅客推廣香港疫後最新旅遊體驗的有效途徑。早在 2022 年底入境防疫措施逐步放寬的時候，旅發局已積極吸引來自不同地方的旅遊業界、明星等訪港；待旅遊大門全面打開，旅發局更加大力度邀請超過 1,000 名來自各地的業界夥伴、媒體、KOL 等來港親身體驗，製造正面口碑，協助宣傳香港。

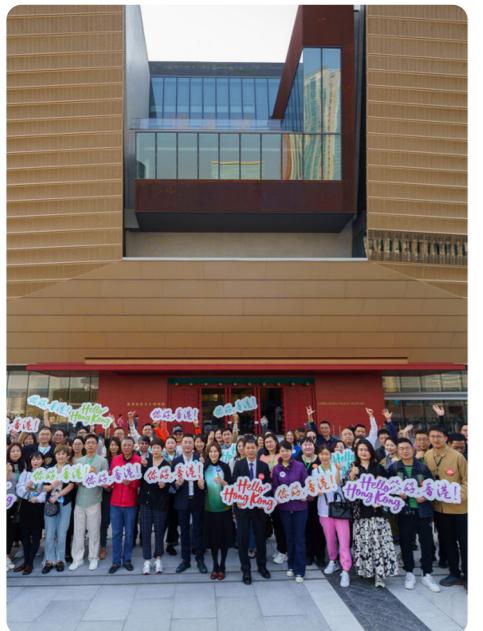
邀請業界親臨考察 推新穎旅遊產品

在疫情期間，旅發局一直運用其在全球的網絡，與業界夥伴保持緊密聯繫，讓他們知悉香港最新的情況。正當香港逐步放寬入境防疫限制，旅發局就早著先機，邀請海外業界到訪，為闊別多時的海外業界帶來煥然一新的體驗，期望他們推出新穎的旅遊產品，向當地旅客展示香港的旅遊魅力，吸引旅客盡快重臨。

旅發局於 2022 年 12 月中，率先復辦大型東南亞旅遊業界考察團，接待近 60 名來自泰國、馬來西亞、印尼、菲律賓和新加坡五國的業界代表，親身體驗香港的嶄新旅遊元素和冬日氣氛。考察團到訪之時，適逢政府撤銷入境「黃碼」限制，成為首批可以盡享香港多元美食和精彩體驗的旅客。旅發局更全力協助業界代表連繫本地旅遊業界，安排雙方會面，共同商討未來的合作機會，締造商機。



其後，旅發局分別邀請及接待來自內地、韓國、日本、台灣、英國、澳洲及新西蘭等市場的業界代表，親身體驗香港復常情況。以內地為例，旅發局於 2023 年 2 月底舉辦「你好，香港」大型內地業界考察團，吸引超過 100 名負責旅遊產品設計的業界訪港。



廣邀媒體親歷其境

媒體夥伴也是展示香港真實情況的重要渠道。因此，旅發局廣邀全球各地的媒體到訪，運用他們的網絡和影響力，將第一手的資訊傳遞給旅客。在 2023 年 2 月，旅發局為來自東南亞地區合共 46 個媒體機構，舉辦疫情後首次媒體考察團，合共錄得近 550 篇正面報道，宣傳價值超過 1,800 萬港元。

因應旅客對香港的文化藝術的興趣，旅發局亦舉辦大灣區電視媒體訪港團，邀請三間大灣區的主要媒體，包括廣州電視台、大灣區衛視及深圳電視台，親身感受全新的文化藝術體驗，鼓勵觀眾親臨香港探索。



旅發局又聯同政府新聞處、康樂及文化事務署以及西九文化區，乘着巴塞爾藝術展香港展會於 3 月在香港舉行，邀請內地及海外合共 30 名媒體代表訪港，除了參觀巴塞爾藝術展香港展會、Art Central，及走訪西九文化區外，亦前往灣仔及中環，體驗大城小區內的地地道文化氣息。



運用社交媒体力量

同時，旅客近年更慣常在社交媒体上搜集旅遊新趣，尤其是擁有龐大追隨者（Followers）的 KOL，其影響力份外顯著。因此，旅發局亦邀請來自不同地方的網紅到訪香港，並為他們度身打造行程，由藝術與文化、景點、美酒佳餚以及街區探索，將香港在疫情後的情況，透過他們的網絡廣傳開去。

乘着一連串在香港舉行的國際藝術盛事，旅發局聯同內地社交媒体「小紅書」推出以「# 你好香港藝遊未盡」為主題的活動，邀請內地 16 位知名 KOL 感受和分享在香港的藝文體驗，觸及人數約 2,000 萬。



名人效應

旅發局亦運用明星和名人的影響力，助力宣傳工作，例如邀請了曾出演 NETFLIX 體能競技真人騷《體能之巔：百人大挑戰》（Physical 100）後人氣爆燈的韓國格鬥選手秋成勳訪港近 100 小時，展開一個度身打造以都市型男為主題的一日輕旅行，體驗香港與眾不同的旅遊景點。有關行程錄得 180 條傳媒報道，總宣傳價值達 490 萬港元。

在 YouTube 平台有 570 萬名粉絲的「韓國廚神」白種元，以及澳洲《MasterChef》冠軍 Diana Chan 等知名人士，也應邀來港品嚐「香港味道」，攜手向外宣傳香港作為「美食天堂」的體驗。

出訪全球展示香港魅力

在「請進來」的同時，旅發局亦積極「走出去」，親赴內地及海外宣傳香港的復常情況，以及介紹各式各樣的嶄新體驗。

跳出香港展現魅力

隨着不少旅遊業界活動重啟，旅發局聯同本地業界，積極參與不同的旅遊展覽。在內地方面，旅發局分別參與中國國際旅遊交易會（CITM）2022、中國（廣東）國際旅遊產業博覽會（CITIE）2022 及 2023 年中國（上海）國際商務旅遊博覽會（IT&CM China）。

其中，旅發局夥同 30 個香港業界代表，一同參與 2023 年上海國際商務旅遊博覽會，促成的商務會面約 1,500 個。



在多個海外重要的旅遊展覽，亦能找到旅發局的足跡。在東南亞市場方面，旅發局參與了菲律賓馬尼拉的 Travel Tour Expo、泰國曼谷的泰國國際旅遊展、印尼雅加達的 ASTINDO 旅遊展、馬來西亞吉隆坡的 MATTA Fair、日本旅遊博覽會（JATA Expo）、南亞旅遊和旅遊交流展（SATTE）等。旅發局亦派代表出席德國 IMEX Frankfurt 2022、美國 IMEX America 2022、柏林 ITB 2023；以及會展旅遊活動 IBTM World 2022 及 AIME2023，以及國際展覽業協會（UFI）亞太區會議 2023 等。

打造精彩體驗、持續創造商機

香港素有「亞洲盛事之都」的美譽，由美食、體育、文化藝術到娛樂，以至國際級的會議展覽活動，目不瑕給，商機處處。

在疫情期間，旅發局已爭取陸續復辦一系列實體活動，並全力支持城中的世界級盛事。隨着入境防疫施全面放寬，旅發局隨即籌辦各項大型活動，並積極邀請內地及海外單位或展商參與。

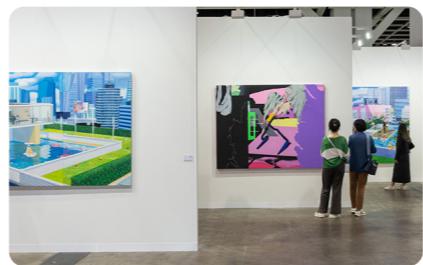
打造精彩體驗



「藝聚香港」展現特色文化

香港的文化藝術匯貫中西。乘着一系列國際盛事包括巴塞爾藝術展香港展會 (Art Basel Hong Kong) 及 Art Central 等於 2023 年 3 月起齊集於香港舉行，旅發局把握契機，運用「藝聚香港」全年推廣平台，加強向全球宣傳在香港舉行的世界級藝術盛事以及多元化本地藝術活動吸引旅客來港探索藝術文化之旅。

同時，旅發局亦支持巴塞爾藝術展香港展會，將國際級藝術作品由展覽廳帶到社區，於中環及金鐘的巴士站和電車站展示本地藝術家刻劃香港的特選作品，吸引旅客藝遊香港。



邊嚐咖啡 邊賞藝術

其中，旅發局邀請八位本地與海外藝術家，越洋聯乘創作以香港為主題的藝術品，盡顯亞洲藝術之都薈萃中西的活力，並透過與 Art Central 合作，在場館以設立「藝聚香港 café」的新方式展示。將 café 化身成當代藝術畫廊，讓旅客悠閒地欣賞本地及世界各地的當代藝術作品，感受香港藝術文化氣息。

有關項目更獲得 HKMA Marketing Award in Marketing Collaboration 的殊榮。



旅發局同時邀請這八位藝術家，按各自特色設計「藝聚香港」標誌，於機場、羅湖及香港西九龍站等口岸展示，市民和旅客可透過 QR code，了解藝術家的巧思，並以這些設計持續於全球推廣香港的藝術色彩。

旅發局亦運用這些作品，化身成為不同的宣傳內容，提升整個城市的藝文氛圍，並在社交媒體展開一連串宣傳。「藝聚香港」網頁的瀏覽人次達到 79 萬，社交媒體觸及人數達 2,100 萬。



助力宣傳國際盛事



七人欖球載譽重臨

闊別三年，香港國際七人欖球賽再次於 2022 年 11 月回歸，並於 2023 年 3 月全面恢復所有男女子組的賽事。作為支持機構，旅發局不僅全力協助宣傳工作，並邀請業界合作夥伴親身體驗扣人心弦的賽事，感受香港源源不絕的動力。

以 2023 年 3 月的賽事為例，旅發局在開幕儀式加入「你好，香港」主題，並邀請影視紅星助陣及加入煙火效果，將活動變身成為一個星光熠熠、集娛樂、餐飲及賽事於一身的大派對。



旅發局亦邀請來自澳洲的旅遊 YouTuber Twosome Travelers 和英國攝影師 Jacob Riglin 入場支持自己國家代表隊，他們還參加了不同戶外及文化活動。這次旅程在他們的社交媒體上獲得了近 90 萬關注，向全世界展示了香港體育盛事的強勁回歸。

旅發局亦積極邀請媒體參與，及在社交媒体展開廣泛宣傳。適逢 2023 年 3 月的賽事，與巴塞爾藝術展香港展會在同月舉行，活動吸引了全球的廣泛報導，包括 CNN 印尼、菲律賓的 Philstar 和馬來西亞的 Astro Awani 等國家和地區的廣播媒體報導。賽事媒體報導成功接觸全球達 1,200 萬的觀眾，社交媒体接觸達 2,200 萬人次，相關影片觀看超 1,700 萬。

旅發局協助 公司獎勵員工來港欣賞 Clockenflap

此外，闊別四年、全港最盛大的國際戶外音樂及藝術節 Clockenflap，亦與 3 月初重臨。旅發局協助在內地及海外展開宣傳，其中新加坡社交營銷公司 GOODSTUPH 接近 100 名員工，就因 Clockenflap 這項亞洲首屈一指的音樂及藝術節，鎖定以香港作為獎勵旅遊的目的地。



持續創造商機

會展旅遊締造商機

會議、展覽及獎勵旅遊（會展旅遊）有助吸引高增值旅客訪港，是香港整個旅遊業推廣策略中重要的一環。會展盛事亦為說好香港故事提供理想平台，有助提升香港的國際形象。

因此，旅發局積極吸引國際級的會展活動在港舉行，打造香港作為「國際會展之都」。儘管受到疫情影響，旅發局仍然努力與活動主辦單位保持緊密聯繫，爭取和游說不同大型國際會展活動，落戶香港。



會展旅遊恢復強勁

隨著旅遊限制逐步放寬，旅發局採取積極措施，成功促進會展旅遊強勁復甦。例如闊別 12 年重臨香港的「第 24 屆亞太風濕病協會聯盟大會」，於 2022 年 12 月 6 至 9 日在香港會議展覽中心舉行，參加人數超過 1,000 人，當中逾 400 名內地和海外的專家更親身來港參與，是疫情以來旅發局成功爭取並吸引最多內地和海外參與者的實體國際會議。

今年初，會展旅遊的復甦步伐更是強勁。自 2023 年 2 月全面開關以來，香港歡迎了一系列大型會展活動，參與人數眾多。單是在 2023 年 2 月至 3 月，香港已接待了來自亞洲各地逾 120 個獎勵旅遊團體。



爭取游說活動重臨

在旅發局的促成下，多個大型會議亦紛紛首次落戶或重返香港，足證香港作為國際會展之都的吸引力。

其中，全球 Web3 產業大會 WOW Summit 亦於 2023 年首次進軍亞太地區，選址香港。另外還包括第 44 屆亞太區牙科會議及 2024 東亞保險會議等等。

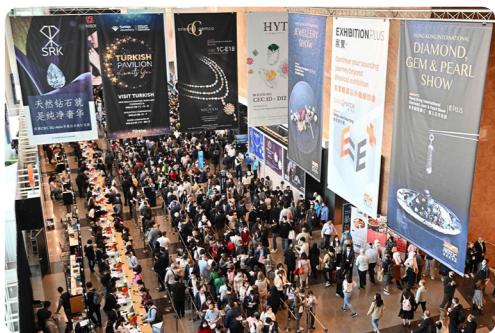
部分旅發局成功競投的國際大型會議包括：

1. WOW Summit 2023
2. 第 44 屆亞太區牙科會議
3. 2024 東亞保險會議
4. 2024 亞太區胸肺學會大會
5. 2025 國際幹細胞生物學年會
6. 2026 亞洲口腔顎面外科學會會議
7. 2027 國際能源經濟學會國際研討會



數個旗艦商貿展覽過去移師東南亞後重返香港，包括：

1. 環球盛事 | 九月香港珠寶首飾展覽會
2. 寰亞盛會 | 六月香港珠寶首飾展覽會
3. 亞太區美容展
4. 亞洲國際果蔬展覽會



擴大會議大使聯盟

為加強推動香港作為國際會展活動的首選地點，旅發局2020年推出「香港國際會議大使計劃」，匯聚香港各商界及專業團體傑出領袖，運用他們豐富的人脈網絡，協助物色和游說國際會議展覽活動選擇在香港舉行。

2022年起，新一屆的「香港國際會議大使計劃」，旅發局首次將計劃擴展到內地，成功邀請25位內地業界領袖，擔任旅發局的香港國際會議特邀大使，以內地的視角，為國際的會展活動主辦單位提供寶貴意見，同時亦可帶動內地機構來港舉辦會議交流，促進相關行業發展，並進一步與世界接軌。

在旅發局聯同「香港國際會議大使」的全力爭取下，有逾50個主辦機構決定將活動選址香港，預計可以吸引67,000名高增值旅客。



內地商務配對拓商機

旅發局於2023年3月在上海和深圳舉辦研討會和商務配對會議，吸引近160名來自廣東省及華東主要城市的業界代表，與香港的業界進行會議，包括逾770個一對一商務配對，共同探索潛在的合作機會。

旅發局亦分別在北京和深圳舉行活動，向當地業界介紹香港的會展旅遊發展，包括新落成的景點及獎勵旅遊計

劃；並推出「會聚香港」微信小程序，為內地業界持續提供最新資訊。

旅發局會繼續加強支持更多大型國際會展旅遊活動來港舉行；優化現有資助計劃及推出新的資助計劃；並與國際知名的商業媒體合作舉辦高端國際會議，以鞏固香港作為首選會展旅遊目的地的地位。

尋找新市場機遇

開拓新旅客來源

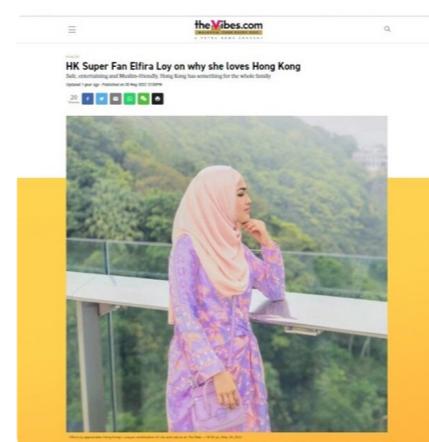
除了現有的市場外，旅發局亦積極物色新市場。在2023年2月至3月期間，旅發局在東南亞的七個城市，包括印尼的棉蘭和泗水以及菲律賓的宿霧，為當地業界舉行簡報會，冀進一步開拓新的旅客來源。



穆斯林旅遊

穆斯林旅遊亦是潛在機遇之一。旅發局與東南亞的穆斯林「超級香港迷」合作，在齋戒月期間推廣香港，透過與穆斯林年青一輩的觀眾互動，分享他們在香港展開穆斯林的經歷，展示香港作為穆斯林友善的旅遊目的地，及介紹香港最新的旅遊熱點。

為了提升穆斯林旅客的訪港興趣，旅發局與穆斯林旅遊媒體Have Halal Will Travel合作，製作了兩部影片，邀請了兩位在香港生活的穆斯林學生，深入體驗香港對年輕穆斯林人士的生活方式。有關影片的收看次數近36萬。





郵輪旅遊重新啟航

郵輪旅遊不僅可以為香港帶來多元化的旅客，更可以讓業界開發多元化的旅遊產品，豐富旅客的體驗，進一步刺激旅客來港。在疫情期間，旅發局一直與郵輪公司保持緊密聯繫，確保營辦商掌握香港最新情況，爭取盡快重啟香港的航程。

「銀靈號」1月重臨

2023年1月，隨着國際郵輪公司銀海郵輪旗下的「銀靈號」徐徐駛入維多利亞港，本港郵輪旅遊發展正式重新啟航，重返國際郵輪的市場。





強勁復甦 加強宣傳

踏入 3 月，香港更迎來多艘來自全球不同地方、並首次到訪香港的郵輪，包括德國途易郵輪（TUI Cruises）旗下的 Mein Schiff 5；英國 Fred Olsen Cruise Lines 的 Borealis；意大利地中海郵輪（MSC Cruises）的「詩歌號（MSC Poesia）」等等。全面復常後第一艘長期以香港為母港的國際郵輪—名勝世界郵輪（Resorts World Cruises）旗下的「名勝世界壹號」，亦由同月起展開旅程。

至 2023 年 3 月底，旅發局已成功爭取至少 17 家郵輪公司 2023 年重返香港，提供超過 160 個航次。旅發局會繼續支援郵輪公司維持及增派郵輪來港，以及在大灣區展開宣傳活動和建立夥伴關係。

參與國際郵輪展

旅發局亦參與全球規模最大、吸引逾 2,000 名代表參加的郵輪業年會「Seatrade Cruise Global」，與全球郵輪業界建立聯繫，促進香港郵輪旅遊的復甦。旅發局更獨家贊助其中一個焦點活動「State of the Global Cruise Industry」，提升香港的曝光度，並進一步加強香港在國際郵輪市場的地位及影響力。



Striding Forward in a Steady Recovery 穩步向前 邁進新程



持續與業界合作

香港的旅遊業在疫後得以迅速復甦，旅遊業界的鼎力支持至為關鍵。作為推廣香港旅遊的機構，旅發局一直與旅遊相關業界保持緊密聯繫和溝通。

在 2022 至 23 年度，旅發局透過一系列刺激本地氛圍的活動，為業界帶來超過一億元的支援，與業界攜手渡過難關，並透過刺激本地消費，為業界提供暖身機會，務求做到時刻準備就緒，迎接旅遊重啟。

在各地旅客重臨之際，旅發局不僅推出「香港有禮」旅客消費優惠券，並透過「請進來」和「走出去」的策略，引領業界前赴不同的國際旅遊展一同宣傳香港，同時安排訪港的內地及海外業界與本地業界會面，建立溝通，一同開拓潛在商機。更多詳情可參考「Hello Hong Kong 全球大型宣傳」章節。



「攜手邁進新領域」

2022 年 5 月，香港旅遊發展局以「攜手邁進新領域」為主題，在線上舉辦年度業界簡報會，闡述香港最新的復常情況和發展，以及介紹旅發局的工作計劃，包括全新推出、以重振社會正面氛圍和刺激本地經濟為目標的「夏日同賞 · 就在香港」推廣。

旅發局並邀請西九文化區管理局、香港機場管理局和啟德體育園區代表，分享香港基建發展的最新動態，討論



如何透過文化、體育和旅遊的融合，塑造香港作為世界級旅遊目的地。

簡報會吸引了來自內地、海外和本地旅行社、景點、酒店、航空公司、零售商、餐廳、會議和展覽運營商、郵輪公司以及其他旅遊行業的 3,200 多名業界代表參與。



線上交流建立連繫

為了協助香港的業界夥伴為旅遊復甦做好準備，旅發局在 2022 年 7 月初已開始一系列的業界交流午宴和 Connect Hong Kong 商務夥伴交流活動，與內地和海外市場的合作夥伴，提前為香港的旅遊恢復做好準備。

旅發局於 2022 年 10 月起舉行了四天的全新「香港旅業線上交流會」虛擬展覽活動。旅遊業界可於「香港旅業線上交流會」平台上，通過虛擬展館、一對一線上洽談、網絡交流活動及業界簡報會等方式，展示最新的產

品和服務，並促進商業合作和業務機會的洽談。活動讓香港的旅遊業界和來自主要客源市場的代表互相連結，建立業務聯繫，並共同探索新的商機，有助香港的旅遊業界做好準備，部署旅遊復甦工作。

旅發局分別在泰國、菲律賓、台灣和南韓舉辦「香港旅業線上交流會」活動，成功促成約 1,280 場一對一線上洽談，為超過 840 家本地業界和超過 140 名客源市場的業界建立聯繫。



加強與內地夥伴聯繫

旅發局於2023年3月起，與內地知名旅遊服務平台「飛豬」合作，推出八個在線培訓課程，為參與者分享如何在內地發展線上旅遊業務，並促進「飛豬」的銷售



人員和香港的業界夥伴之間的聯繫。培訓課程合共吸引450名業界參與。



宣傳專業優質服務

旅發局亦積極鼓勵業界，秉持專業優質服務的精神。旅發局的「優質旅遊服務計劃」(QTS)及其認證商戶，一直努力維持香港前線服務的質素，為旅客提供最佳的體驗。

為表揚「優質旅遊服務計劃」認證商戶及其員工的貢獻，旅發局恢復舉辦「傑出優質商戶及員工服務獎2022」，



以表揚優秀服務人員，肯定他們在推動香港優質旅遊服務上的傑出表現。

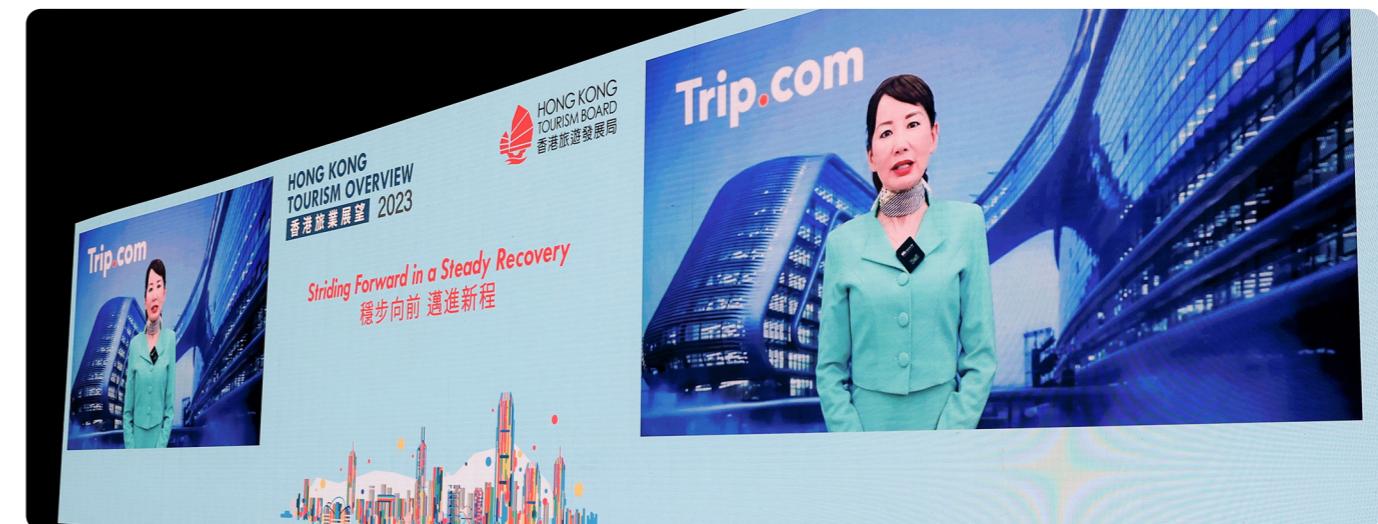
今屆活動收到400多個個人提名，並於2023年2月舉行頒獎典禮。旅發局並透過不同的媒體宣傳活動。旅發局期望透過活動，鼓勵商戶和前線員工在服務中追求卓越，進一步提升了香港作為優質旅遊目的地的形象。



「穩步向前 邁進新程」

隨着香港全面復常，旅遊踏上復甦之途，旅發局亦於2023年3月底，恢復以實體形式在香港會議展覽中心舉行「香港旅業展望2023」年度旅業簡報會。

簡報會以「穩步向前 邁進新程」為主題，讓業界代表聚首一堂，為旅遊業重整旗鼓共商計議，吸引逾1,600名來自本地、內地及海外的旅行社、景點、酒店、航空、零售、餐飲、會展和郵輪等的業界代表，於現場及線上參與。



除了講述旅發局的工作策略外，旅發局也邀請了內地業界翹楚攜程集團首席執行官孫潔女士，以及積極推動市場活動的國際企業代表畢馬威中國亞太區消費品零售行業主管合夥人利安生先生，分別就「疫情過後內地旅遊趨勢深析」及「看2023年全球及區內消費趨勢對亞洲區旅遊的啟示」作主題分享，多角度探討旅遊業全面復甦後的趨勢和發展，協助業界把握復常新機遇，一同踏上復甦的康莊大道。



旅遊業的可持續發展

除了推動旅遊業的恢復，將香港打造成世界一流的旅遊目的地，並擴大旅遊業對香港的貢獻外，旅發局亦致力於促進旅遊業的可持續發展，加深旅遊業與社會、尤其是年青一輩的聯繫，提升他們對旅遊業的認識和興趣，長遠吸引年青人加入旅遊業的大家庭，為業界注入新動力。

因此，旅發局通過教育活動，例如首屆香港旅遊業學生峰會，連繫旅遊業和年青人，又跟年青人一同攜手創造旅遊資源，展示香港獨有的文化和藝術特色。



激發年青人對旅遊的興趣

旅發局於 2022 年推出「香港旅遊發展局青年學院」項目，以「齊學習、齊創作、齊分享」為宗旨，透過教育、體驗及創作活動，鼓勵年青人走入社區，認識香港，並運用創新思維和想像力，為旅遊業注入新動力。

年輕角度展現西九龍地道文化

乘着 2022 年 5 月旅發局展開「藝聚香港」推廣活動，旅發局聯同香港教育大學文化與創意藝術學系，舉辦首個社區文化藝術展覽—「西油記」，以年輕新角度展示社區文化，推廣西九龍區的深度藝文遊。





旅發局青年學院為不同背景的社區組織，包括弱勢學生和少數族裔學生，組織一系列藝術工作坊，讓同學們了解藝術創作過程，同時擴闊他們的視野，更深入地了解他們居住的社區。

同時，旅發局亦為參與展覽的年青藝術家，創造了展示作品的平台，加強曝光，締造潛在合作的機會，成為他們實踐未來夢想的踏板。



旅發局於2023年3月再接再厲，與城市大學創意媒體學院合作，舉辦「香港·大城小區」數碼藝術展，創作獨一無二的數碼藝術作品，帶領市民旅客從年輕人的視角，走入西九龍、深水埗和中環等社區，感受地道獨特文化風貌。展覽除提供沉浸式藝術體驗外，更一連三周末特設免費手工藝工作坊，讓參加者製作出特式紙燈籠、個性化布袋、及明信片之餘，更可體驗傳統工藝，加深對地道文化的認識。





擔當嚮導 介紹香港

踏入暑假，旅發局為香港浸會大學、香港中文大學和香港理工大學的學生推出了虛擬導遊培訓計劃，讓學生更深入地了解西九龍區內的旅遊特色。在為期一個月的計劃中，旅發局提供一系列的培訓工作坊、實地考察和排

練等，由行程規劃、撰寫介紹講稿以至導覽，讓同學全方位掌握擔任導遊的技巧。



一眾同學之後將學習化為實踐機會，擔任嚮導，帶領來自內地、台灣和全球 26 個地區的交流生，遊走和認識西九龍。



首屆旅遊業學生峰會

旅發局青年學院與教育局於 2022 年 7 月合辦了「香港旅遊業邁進新領域」學生講座。而作為旅發局青年學院的年度盛事，旅發局於 2023 年 2 月再度與教育局攜手，呈獻首個為旅遊與款待科師生而設的「香港旅遊業學生峰會 2022/23」，吸引來自 66 間中學的 1,400 多名旅遊與款待學科的學生參加，相等於香港所有旅遊與款待科學校的三分之一。

為期兩日的峰會以文化旅遊作為主題，以配合國家十四五規劃支持香港成為中外文化藝術交流中心，以及旅客追求沉浸式深度遊的趨勢。

旅發局特別邀請三位來自不同旅遊界別的專家，包括本地初創文化企業「活現香港」共同創辦人暨行政總裁陳智遠先生、經營大澳文物酒店的香港歷史文物保育建設有限公司助理可持續發展部總經理郭鎧怡女士，以及香

港故宮文化博館副館長（博物館營運）袁貺霖先生作主題演講，透過與同學們連繫互動，分享如何在行程、酒店及景點方面，為旅客塑造精彩的文化體驗，及讓同學了解旅遊業與相關行業的協作與營運。

同學們之後透過專題研習和比賽分享會，就特定旅遊業議題，包括規劃文化導賞團、針對特定客群設計酒店住宿計劃，以及為景點構思文化活動等，展示研習成果。成績優異的同學獲得書券、獎盃及獎狀等豐富獎品。

旅發局會繼續舉辦不同的活動，加強年青人、社區與旅遊業的聯繫，鼓勵他們運用創新思維和想象力，為旅遊業的可持續發展出力。

關於旅發局

- 92 嘉獎及殊榮
- 96 全球辦事處及地區代辦
- 98 企業資訊
- 104 獨立核數師報告



獎項及殊榮

1. 旅遊目的地 — 香港

- » 2023 GO TRAVEL 年度酒店旅行甄選大賞：年度潮流藝術目的地
- » 中國國家旅遊年度榜單第六屆《中國國家旅遊》度臻選創新案例評選：年度臻選「特色旅遊城市」
- » 2023 廣州國際旅遊展覽會：最受關注文化旅遊目的地
- » 印尼旅行社協會 JATIM Awards：「高價值旅遊目的地」三甲

2. 組織

香港旅發局

- » 國家旅業時尚盛典：十大傑出目的地行銷團隊

香港旅發局年報

- » 2022 年 Questar Awards：「互動年報」銀獎
- » 2022 年 Galaxy Awards：「網上年報：旅遊」銅獎
- » 2022 年 Galaxy Awards：「流動裝置：年報」組別優異獎

香港旅發局網站

- » 無障礙網頁嘉許計劃 2022-2023：友善網站銀獎

3. 香港旅發局工作

「時刻精彩 就在香港」主題短片推廣

- » Marketing Interactive 2023 年度營銷大獎：內容營銷銅獎

藝聚香港 2022：東南亞藝術家創作推廣

- » 新加坡 Marketing Interactive 2023 年度公關大獎：綜合傳訊金獎
- » 新加坡 Marketing Interactive 2023 年度公關大獎：最佳地區推廣金獎
- » 新加坡 Marketing Interactive 2023 年度公關大獎：最佳社交媒體運用金獎

藝聚香港 2023

- » HKMA/ViuTV & Now TV 傑出市場策畫獎：傑出營銷合作獎

2023 印尼旅行社協會旅遊展

- » 最佳旅遊局展亭設計

「國風港潮」香港回歸 25 周年營銷活動

- » 金滑鼠數位行銷大賽：大事件營銷類銀獎
- » 2023 活動營銷大賞：最佳公共事件銅獎
- » IAI 傳靈國際廣告獎：旅遊品牌營銷優秀獎

維港光影匯演

- » Mercury Awards 2022：宣傳：旅遊金獎
- » Mercury Awards 2022：活動：品牌關注銅獎

「你好，香港」全球推廣

- » MarCom Awards 2023：營銷/廣告白金獎
- » MarCom Awards 2023：營銷/廣告/網上廣告白金獎
- » MarCom Awards 2023：策略傳訊/推廣活動白金獎
- » MarCom Awards 2023：策略傳訊/營銷推廣白金獎
- » 泰國 Marketing Excellence Award 2023：市場發布金獎
- » 泰國 Marketing Excellence Award 2023：傳訊/公關金獎
- » Galaxy Award 2023：廣告銀獎
- » 新加坡 Marketing Excellence Award 2023：傳訊/公關銀獎
- » 新加坡 Marketing Excellence Award 2023：網紅營銷銀獎
- » 馬來西亞 Marketing Excellence Award 2023：綜合營銷銅獎
- » 新加坡 Marketing Excellence Award 2023：綜合營銷銅獎
- » 泰國 Marketing Excellence Award 2023：流動營銷銅獎
- » 泰國 Marketing Excellence Award 2023：綜合營銷銅獎
- » Galaxy Award 2023：推廣：特別活動優異獎
- » Galaxy Award 2023：推廣：旅遊優異獎
- » 2022-2023 長城獎：文旅好品牌優秀案例

「你好，香港」親身體驗，眼見為實

- » Marketing Interactive2023 公關大獎：年度項目金獎
- » Marketing Interactive2023 公關大獎：疫情應變銀獎

香港單車節

- » Marketing Interactive2023 公關大獎：聲望管理策略銅獎

香港郊野全接觸

- » Galaxy Awards 2022：網站：非牟利銅獎

香港大城小區——西九龍

- » 2022 年亞太旅行協會金獎競賽：營銷活動組別大獎
- » 2022 年 Astrid Awards：旅遊：活動組別金獎
- » 2022 年 Astrid Awards：活動組別銀獎
- » 2022 年 Astrid Awards：旅遊：影片組別銀獎
- » 2022 年 Astrid Awards：特別項目：旅遊活動組別銀獎
- » 2022 年 Astrid Awards：推廣：旅遊組別銅獎
- » 2022 年 Astrid Awards：特別項目：綜合活動組別銅獎
- » 2022 年 Astrid Awards：旅遊：廣告組別銅獎
- » 2022 年 Galaxy Awards：推廣：本地景點組別金獎
- » 2022 年 Galaxy Awards：特備活動：社區參與組別銀獎
- » 2022 年 Questar Awards：廣告：活動——多平台組別金獎
- » 2022 年 Questar Awards：企業：旅遊組別金獎
- » 2022 年 Questar Awards：非牟利組織：藝術/文化組別金獎
- » 2022 年 Questar Awards：非牟利組織：旅遊組別金獎
- » 2022 年 Questar Awards：廣告：活動——影片組別銅獎
- » 2022 年 MARKies Awards：最佳場地運用組別金獎
- » 2022 年 HKMA/ViuTV 及 Now TV 傑出市場策劃獎：社會貢獻獎
- » 新旅行 2022 可持續大獎：年度文化保護傳承獎

香港跨年倒數 2022

- » 2022 年 Eventex Awards：娛樂活動組別金獎
- » 2022 年 Eventex Awards：現場表演組別銀獎
- » 營銷活動大獎 2022：最佳活動製作銀獎

HK Through the Lens of GenZ

- » 2022 年亞太旅行協會金獎競賽：營銷（國家：亞洲區）
- » MUSE Creative Awards：目標年齡組推廣白金獎
- » MUSE Creative Awards：策略活動：社交媒體推廣白金獎
- » Astrid Awards 2023：旅遊大獎

- » MUSE Creative Awards：品牌內容：旅遊金獎
- » MUSE Creative Awards：社交媒體：影片金獎
- » MUSE Creative Awards：綜合營銷：社交媒體金獎
- » Astrid Awards 2023：旅遊：設計金獎
- » Astrid Awards 2023：特別活動：跨媒體敘事銀獎
- » Mercury Awards 2023：推廣/營銷：Z 世代銀獎
- » Mercury Awards 2023：視覺設計銅獎
- » Mercury Awards 2023：社交媒體：Instagram 銅獎
- » Astrid Awards 2023：旅遊：活動銅獎
- » Astrid Awards 2023：旅遊：影片銅獎
- » DigiZ Awards 2023：最佳影片/直播活動銅獎
- » DigiZ Awards 2023：最佳社交媒體策略銅獎
- » Mercury Awards 2023：推廣/關注活動優異獎
- » Mercury Awards 2023：旅遊/影片優異獎

一站式會展旅遊資訊中心

- » iNova Awards 2023：旅遊銅獎

菲律賓旅行社協會旅遊展

- » 最佳展廳裝置

「再遇心動香港」香港回歸 25 周年行銷活動

- » 金滑鼠數位行銷大賽：話題營銷類金獎
- » IAI 傳鑒國際廣告獎：旅遊品牌營銷銀獎
- » 虎嘯獎營銷綜合：旅遊觀光類銀獎
- » 虎嘯獎營銷單項：社交媒體營銷類優秀獎

2023 ITF 台北國際旅展

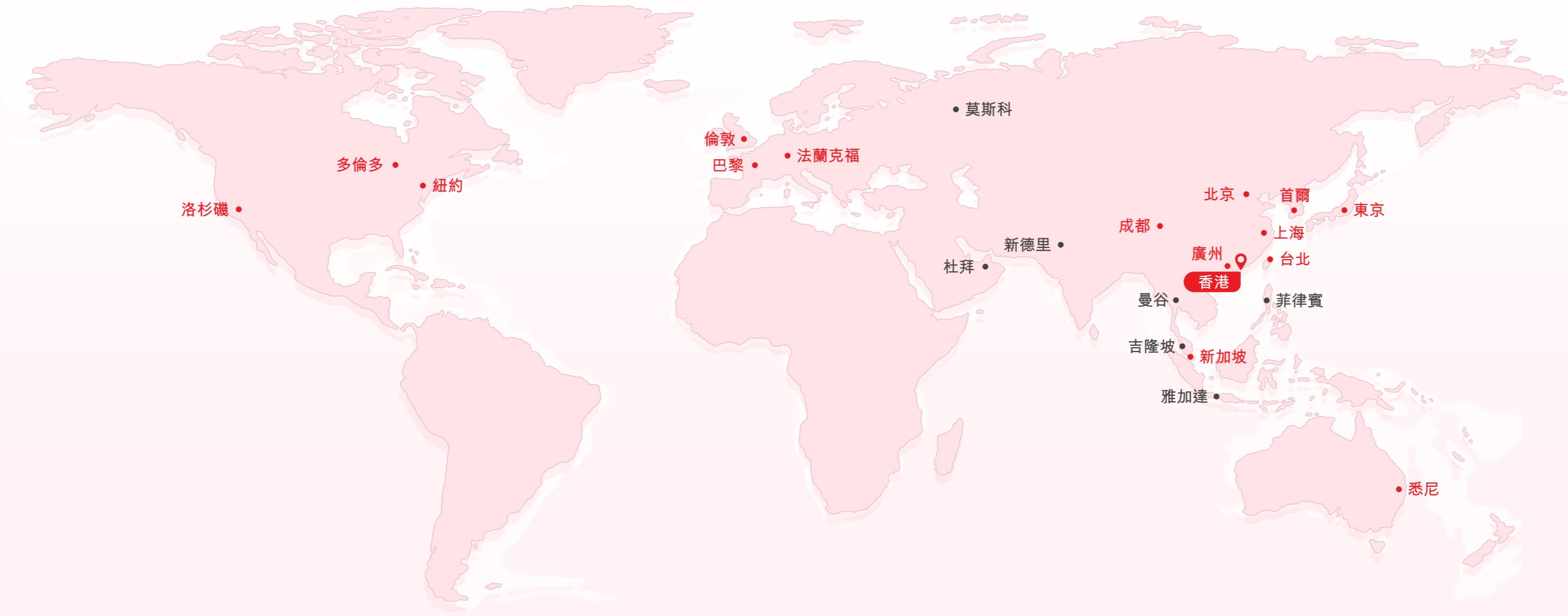
- » 最佳展館獎

4. 旅客服務

香港旅遊發展局客服中心

- » 香港優質顧客服務協會「優質顧客服務大獎」優秀組別獎：熱線中心服務獎金獎

全球辦事處及地區代辦



📍 **總辦事處**
香港

● **全球辦事處**
北京、廣州、上海、成都、東京、首爾、新加坡（越南辦事處）、台北、悉尼、倫敦、巴黎、法蘭克福、洛杉磯、紐約、多倫多

● **地區代辦**
(只為旅遊業界 / 傳媒 / 消費者提供查詢服務)
新德里、雅加達、曼谷、菲律賓、吉隆坡、莫斯科、杜拜

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

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、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七位旅發局成員組成，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五位旅發局成員組成，並由內部審計主管擔任秘書。

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、七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 2023 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
彭耀佳博士 (主席)	6/6					2/2*
沈鳳君女士 (副主席)	6/6	4/4	3/3	4/4	3/3	2/2
陳樂信先生	6/6			3/4	3/3	
鄭志雯女士	6/6	4/4*				2/2
張添琳女士	5/6		3/3		2/3	
周志賢先生	5/6		2/3		3/3*	
方力申先生	6/6		3/3			
方舜文女士	5/6	3/4				
馮玉麟博士	5/6					
禤惠儀女士	4/6			3/4		
徐王美倫女士 (i)	3/3					
關淑華女士	5/6	4/4		2/4		
郭艷明女士 (ii)	5/6	3/4		4/4*		
龔楊恩慈女士 (i)	3/3			1/1		
劉凱詩女士	6/6	3/4		4/4		
梁宏正先生 (iii)	2/2		1/1		1/1	
沈朝生先生 (iv)	3/3		2/2		1/1	
司徒永富先生	6/6		3/3			2/2
譚載怡女士	6/6		2/3*	3/4		2/2
黃焯安先生	6/6	4/4			3/3	
黃進達先生 (iv)	3/3	3/3				1/1
黃傑龍先生	5/6		3/3			2/2
胡景豪先生 (i)	3/3			2/2		

(i) 任期由 2022 年 11 月 1 日生效。

(ii) 任期於 2023 年 10 月 31 日後屆滿。

(iii) 任期於 2022 年 7 月 25 日後屆滿。

(iv) 任期於 2022 年 10 月 31 日後屆滿。

* 委員會主席 (截至 2023 年 3 月 31 日)

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。內部審計主管除向總幹事匯報外，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確定審核的性質與範圍。

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
- 數碼及資訊科技部
- 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 2023 年 3 月 31 日，旅發局員工編制共 400 人，其中派駐香港以外共 127 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

（截至 2023 年 3 月 31 日止年度）

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：

- 邮輪業諮詢委員會
- 亞洲展覽會議協會聯盟諮詢委員會
- 香港管弦樂團聽眾拓廣委員會
- 航空發展與機場三跑道系統諮詢委員會
- 亞太旅遊協會理事會
- 粵劇發展諮詢委員會
- 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
- 僱員再培訓局行業諮詢網絡
- 香港優質顧客服務協會執行委員會
- 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
- 香港品牌發展局理事會
- 港台經濟文化合作協進會
- 香港馬拉松統籌委員會
- 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
- 香港旅遊業議會內地來港旅行團事務委員會
- 星光大道管理委員會
- 香港總商會零售及旅遊委員會
- 香港註冊導遊協會
- 旅遊業策略小組
- 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

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 104 至 150 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 2023 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佈的《香港財務報告準則》真實而中肯地反映了旅發局及集團於 2023 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佈的《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「核數師就審計綜合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佈的《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。

綜合財務報表及其核數師報告以外的資料

旅發局成員需對其他資料負責。其他資料包括刊載於年報內的全部資料，但不包括綜合財務報表及我們就此出具的核數師報告。

我們對綜合財務報表的意見並不涵蓋其他資料，我們亦不對該等其他資料發表任何形式的鑒證結論。

綜合財務報表及其核數師報告以外的資料（續）

就我們審計綜合財務報表而言，我們的責任是閱讀其他資料，在此過程中，考慮其他資料是否與綜合財務報表或我們在審計過程中所了解的情況存在重大抵觸或疑似存在重大錯誤陳述的情況。

基於我們已執行的工作，倘我們認為其他資料存在重大錯誤陳述，我們需報告該事實。在此方面，我們並無任何報告。

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佈的《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。

旅發局各成員是在審計委員會之協助下，履行監督集團的財務報告程序之職責。

核數師就審計綜合財務報表承擔的責任

我們的目標，是對綜合財務報表整體是否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責任。

核數師就審計綜合財務報表承擔的責任（續）

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綜合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。

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管制，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，則須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。假若有關披露不足，則我們應當修改我們的意見。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管制的任何重大缺陷。

畢馬威會計師事務所

執業會計師

香港中環

遮打道 10 號

太子大廈 8 樓

2023 年 8 月 15 日

綜合全面收益表

截至 2023 年 3 月 31 日止年度（以港幣列示）

	附註	2023	2022
主要收入來源	3(a)		
本年度政府資助		1,018,195,817	701,201,934
其他收入			
利息收入		25,767,263	4,325,101
贊助收入		7,520,000	-
報名費收入		2,204,450	-
雜項收入		569,238	813,997
		36,060,951	5,139,098
總收入	3(b)	1,054,256,768	706,341,032
宣傳、廣告及刊物支出		530,592,611	239,725,837
研究及產品拓展		4,713,187	1,271,141
本地服務及大型活動		173,316,835	92,256,854
員工成本	5	282,849,525	278,920,862
租金、差餉及管理費		3,693,694	4,465,216
折舊	7(a)	22,235,597	24,005,593
核數師酬金		386,975	375,590
其他經營費用		28,667,693	27,994,219
出售物業、機器及設備之虧損		10,948	58,505
總支出		1,046,467,065	669,073,817
本年度稅前盈餘	5	7,789,703	37,267,215
所得稅	4	(67,703)	(26,842)
本年度盈餘及全面收益總額		7,722,000	37,240,373

綜合財務狀況表

於 2023 年 3 月 31 日 (以港幣列示)

	附註	2023	2022
非流動資產			
物業、機器及設備	7(a)	37,815,728	48,002,410
遞延稅項資產	13(b)	301,104	231,545
		38,116,832	48,233,955
流動資產			
應收賬款、按金及預付款項	9	32,165,007	21,274,521
銀行及財務機構存款	10(a)	1,056,754,782	1,394,862,856
銀行存款及現金	10(a)	10,125,482	9,561,185
退稅	13(a)	-	16,547
		1,099,045,271	1,425,715,109
流動負債			
預收款項	12(a)	104,881,440	140,055,848
應付政府的款項	12(b)	371,009,431	777,221,066
應付賬款及應計費用	11	291,332,698	185,303,883
租賃負債		9,226,437	12,212,221
本期稅項	13(a)	99,116	-
		776,549,122	1,114,793,018

綜合財務狀況表 (續)

於 2023 年 3 月 31 日 (以港幣列示)

	附註	2023	2022
流動資產淨值			
非流動負債		322,496,149	310,922,091
資產淨值			
代表：			
儲備		15,155,731	21,420,796
一般基金	15	345,457,250	337,735,250

香港旅遊發展局總幹事及主席於 2023 年 8 月 15 日批准，並許可刊發。

程鼎一
總幹事

彭耀佳博士，GBS，JP
主席

財務狀況表

於 2023 年 3 月 31 日 (以港幣列示)

	附註	2023	2022
非流動資產			
物業、機器及設備	7(b)	35,150,048	47,255,746
於一家附屬公司的權益	8	551,876	551,876
		35,701,924	47,807,622
流動資產			
應收賬款、按金及預付款項	9	31,770,798	21,011,894
銀行及財務機構存款	10(a)	1,056,754,782	1,394,862,856
銀行存款及現金	10(a)	9,641,861	9,536,189
		1,098,167,441	1,425,410,939
流動負債			
應付一家附屬公司的款項	8	3,912,052	1,773,084
預收款項	12(a)	104,881,440	140,055,848
應付政府的款項	12(b)	371,009,431	777,221,066
應付賬款及應計費用	11	286,660,418	183,473,012
租賃負債		8,417,584	11,559,152
		774,880,925	1,114,082,162
流動資產淨值		323,286,516	311,328,777
非流動負債			
租賃負債		13,553,073	21,420,796
資產淨值		345,435,367	337,715,603
代表：			
儲備			
一般基金	15	345,435,367	337,715,603

香港旅遊發展局總幹事及主席於 2023 年 8 月 15 日批准，並許可刊發。

程鼎一
總幹事

彭耀佳博士，GBS，JP
主席

第 114 至第 150 頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合儲備變動表

截至 2023 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2023	2022
於年初之一般基金		337,735,250	300,494,877
本年度盈餘及全面收益總額		7,722,000	37,240,373
於年末之一般基金	15	345,457,250	337,735,250

第 114 至第 150 頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合現金流量表

截至 2023 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2023	2022
經營活動			
本年度稅前盈餘		7,789,703	37,267,215
調整：			
利息收入		(25,767,263)	(4,325,101)
租賃負債的利息開支	10(b)	276,120	344,369
折舊	7(a)	22,235,597	24,005,593
出售物業、機器及設備之虧損		10,948	58,505
已收新冠病毒疫情相關之租金寬減	7(c)	(813,456)	(970,610)
租賃負債之外匯調整	10(b)	(1,400,907)	(3,640,469)
營運資金變動前之經營盈餘		2,330,742	52,739,502
應收賬款、按金及預付款之增加		(3,340,207)	(4,248,951)
預收款項、應付賬款及應計費用之增加		70,854,407	27,219,997
應付政府的款項之 (減少) / 增加		(406,211,635)	78,257,959
經營 (所用) / 產生之現金		(336,366,693)	153,968,507
已繳付之海外稅項		(21,599)	(60,607)
經營活動 (所用) / 產生之現金淨額		(336,388,292)	153,907,900
投資活動			
已收利息		18,216,984	6,984,983
購入物業、機器及設備		(5,290,355)	(3,430,662)
出售物業、機器及設備所收到的現金款項		-	22
到期日超過三個月的銀行存款之 (增加) / 減少		(246,160,881)	83,953,154
投資活動 (所用) / 產生之現金淨額		(233,234,252)	87,507,497

第 114 至第 150 頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合現金流量表 (續)

截至 2023 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2023	2022
融資活動			
已付租賃租金的資本部分		10(b)	(13,805,994)
已付租賃租金的利息部分		10(b)	(276,120)
融資活動所用之現金淨額			
現金及現金等價物 (減少) / 增加淨額		(14,082,114)	(14,118,528)
於年初之現金及現金等價物		10(a)	728,147,925
於年末之現金及現金等價物		10(a)	144,443,267

第 114 至第 150 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》成立的政府資助機構，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。旅發局及其附屬公司（合稱為「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本會計期間首次生效或可供提早採納之修訂的《香港財務報告準則》。有關變動並未對集團於本會計期間及過往會計期間的會計政策或示列構成影響。

集團在本會計期間沒有採用任何尚未生效的新準則或解釋（附註 18）。

b. 財務報表的編製基準

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及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，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. 影片、宣傳及廣告物料

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

d. 於一家附屬公司的權益

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時，即控制該實體。在評估集團是否有權力時，只考慮實質權利。

於一家附屬公司的權益是由持有其控制權開始之日起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、交易和現金流量，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的情況。

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，於附屬公司的權益是按成本減去減值虧損（參閱附註 2(k)）後入賬。

e. 物業、機器及設備

物業、機器及設備是以成本減累計折舊及減值虧損（參閱附註 2(k)）列賬。

開發中的資產按成本列示。成本包括物料成本及直接人工。

報廢或出售一項物業、機器及設備所產生的損益以出售所得淨額與資產的賬面值之間的差額釐定，並於報廢或出售日在綜合全面收益表內予以確認。

2 主要會計政策（續）

f. 折舊

折舊是按下述物業、機器及設備的預計可用年限，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
- 自用租賃物業	未滿租期
- 自用汽車	4 年
- 自用租賃汽車	未滿租期
- 傢具、固定裝置及其他設備	3 至 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。

g. 應收賬款、按金及預付款項

應收款項於集團擁有無條件收取代價的權利時確認。倘代價到期支付前只須待時間流逝，收取代價的權利即屬無條件。倘收入於集團擁有無條件收取代價的權利前已確認，則該款項呈報為合約資產。

不含重大融資成分的應收賬款以交易價格進行初始計量。含重大融資成分的應收賬款及其他應收款項按公允價值加交易成本進行初始計量。所有應收賬款隨後採用實際利率法，並包含如下確定的信用損失準備：

虧損撥備以等於存續期預期信貸虧損的金額計量，即預期在應收賬款的預計年期內發生的虧損。虧損撥備利用基於集團過往信貸虧損經驗的撥備矩陣進行估算，並按於報告日期應收賬款的個別因素及對當前及預測整體經濟狀況的評估進行調整。

預期信貸虧損於每個報告日期重新計量，任何變動均作為減值收益或虧損於綜合全面收益表內確認。集團確認減值收益或虧損，並透過虧損撥備賬相應調整應收賬款的賬面值。

若日後實際不可收回款項，則會撇銷（部分或全部）應收賬款的總賬面值。該情況通常為集團確定債務人並無資產或可產生足夠現金流量的收入來源以償還應撇銷的金額。

2 主要會計政策（續）

h. 應付賬款、應計費用及合約負債

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，則會按發票金額列賬。

當客戶於集團確認相關收入前支付不可退還代價，即確認合約負債（參閱附註 2(m)）。倘集團擁有可於集團確認相關收入前無條件收取不可退還代價的權利，亦將確認合約負債。在該等情況下，亦確認相應的應收款項（參閱附註 2(g)）。

倘若合約包含重要融資部分時，合約餘額將按實際利率法計算應計利息（見附註 2(m)）。

i. 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，並在購入日期後三個月內到期。

j. 撥備、或然負債及虧損性合約

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。

倘結算撥備所需的部分或全部支出預期由另一方償還，則就幾乎確定的任何預期償還確認一項單獨的資產。就償還確認的金額以撥備的賬面值為限。

當集團簽訂的合約中，履行合約義務必須所產生的成本若超過了預期從合約中獲得的經濟利益，則為虧損性合約。虧損性合約的撥備按終止合約的預期成本與履行合約的淨成本兩者中較低者的現值計算。有關履行成本將以涵蓋履行合約的增量成本和與履行合約直接相關的其他成本計算。

2 主要會計政策 (續)

k. 非財務資產減值

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物業、機器及設備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。在能按合理一致的基準作出分配的情況下，企業資產（例如總部大樓）賬面值的一部分會分配至個別現金產生單位，否則分配至最小的現金產生單位組別。

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，則於綜合全面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綜合全面收益表。

l. 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綜合全面收益表內確認，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。

除最初確認資產及負債產生的差額外，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。

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)

m. 收入確認

當產品或服務的控制權轉移至客戶或承租人有權動用資產時，按集團預期有權收取的承諾代價金額（不包括代第三方收取之金額）確認收入。收入不包括增值稅或其他銷售稅，並已扣除任何貿易折扣。

集團收入及其他收入確認政策的進一步詳情如下：

- i. 政府資助乃根據旅發局在其年度業務預算計劃中所陳述之需要而釐定，從而為本集團之一般活動提供資金，並於應收年度在綜合全面收益表中確認為收入，未動用的結餘則列示為負債（“應付政府的款項”）。
- 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，任何未動用結餘列示為債務。
- iii. 報名費收入是以時間比例為基準確認。
- iv. 利息收入於產生時採用實際利率法確認。
- v. 活動的贊助收入於有關活動完結日確認。
- vi. 宣傳及廣告收入均按權責發生制入賬。

n. 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。以外幣為單位並按公允價值列賬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綜合全面收益表內確認。

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。

以外幣為單位並以公允價值列賬的非貨幣性資產及負債按釐定公允價值當日的外幣匯率換算。

2 主要會計政策（續）

o. 租賃

在合約訂立之時，集團評估合約是否為租賃或包含租賃。倘合約於一段時間內轉讓已識別資產的使用控制權以換取代價，則該合約為租賃或包含租賃。倘客戶已有權指示已識別資產的用途以及從該用途中獲得絕大部分經濟利益時，即表示控制權已轉讓。

作為承租人

倘合約包含租賃部分及非租賃部分，集團已選擇不區分非租賃部分，並就所有租賃將各租賃部分及任何相聯非租賃部分入賬為單一租賃部分。

於租賃開始日期，集團確認使用權資產及租賃負債，惟租期為 12 個月或以下的短期租賃及低價值資產租賃則除外。當集團就低價值資產訂立租賃時，集團按個別租賃基準決定是否將租賃資本化。與該等租賃有關的未資本化租賃付款於租期內系統化確認為開支。

如租賃資本化，租賃負債最初按租期內應付租賃付款的現值確認，並使用租賃內含利率（或如該利率無法即時釐定，則按有關增量借款利率）貼現。於最初確認後，租賃負債以攤銷成本計量，利息開支則使用實際利息法計算。不取決於指數或利率的可變租賃付款並不計入租賃負債的計量，故於其產生之會計期間自損益扣除。

租賃資本化時確認的使用權資產最初按成本計量，包括租賃負債最初金額加開始日期當日或之前作出的任何租賃付款，以及所引致的任何最初直接成本。如適用，使用權資產成本亦包括在相關資產所在地拆除相關資產或恢復相關資產的估計成本，折現至其現值，減任何已收租賃獎勵。使用權資產其後按成本減累計折舊及減值虧損列賬（參閱附註 2(e)）。

2 主要會計政策（續）

o. 租賃（續）

當未來租賃付款因某一指數或比率變動而變更，或當集團預期根據剩餘價值擔保估計應付的金額有變，或因重新評估集團是否合理地確定將行使購買、續租或終止選擇權而產生變動，則會重新計量租賃負債。按此方式重新計量租賃負債時，使用權資產的賬面值將作相應調整，或倘使用權資產的賬面值已減至零，則於損益內列賬。

當租賃範疇發生變化或租賃合約原先並無規定的租賃代價發生變化（「租賃修訂」），且未作為單獨的租賃入賬時，則亦要對租賃負債進行重新計量。在此情況，租賃負債根據經修訂的租賃付款及租賃期限，使用經修訂的貼現率在修訂生效日重新計量。唯一的例外是因 2019 冠狀病毒病疫情而直接產生且符合香港財務報告準則第 16 號租賃第 46B 段所載條件的租金減免。在該等情況下，本集團利用實際權宜方法不評估租金減免是否屬租賃修訂，並在觸發租金減免的事件或情況發生的期間於損益內確認代價的變化為負可變租賃付款。

在綜合及旅發局的財務狀況表中，長期租賃負債的即期部分釐定為報告期後十二個月內到期結算的合約付款主要部分。

p. 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. 集團在香港辦事處及某些海外辦事處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綜合全面收益表列支。
- 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，均於產生時在綜合全面收益表列支。
- iv. 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僱佣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)

q. 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. 為集團或集團母公司的主要管理層成員。

(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 收入

a. 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」）給予的資助。本年度的總收入分析如下：

	2023	2022
其他收入來源		
本年度政府資助	1,018,195,817	701,201,934
利息收入	25,767,263	4,325,101
《香港財務報告準則》第 15 號範圍內客戶合約的收入	10,293,688	813,997
	1,054,256,768	706,341,032

b. 於 2023 年 3 月 31 日，並無分配至集團現有合約之剩餘履約義務的交易價格總額。

集團已將《香港財務報告準則》第 15 號第 121 段的實際權宜手段用於合約，故此上文資料不包括集團履行合約（預計原合約期為一年或以下）之剩餘履約義務時有權獲取的收入資料。

4 於綜合全面收益表內之所得稅

a. 於綜合全面收益表內之所得稅代表：

	2023	2022
本期稅項 — 海外		
本年度撥備	137,262	21,960
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	(69,559)	4,882
	67,703	26,842

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）在台灣的業務之稅項乃按估計應評稅溢利以 20%（2022 年：20%）稅率計算。

b. 自綜合全面收益表扣除的稅項開支與按適用稅率計算的會計溢利的對賬：

	2023	2022
本年度稅前盈餘	7,789,703	37,267,215
按適用於稅項溢利之稅率計算的稅前盈餘名義稅項	1,293,027	6,156,641
不可扣稅開支的稅務影響	172,724,867	112,008,776
毋須課稅收入的稅務影響	(173,950,191)	(118,138,575)
實際稅項開支	67,703	26,842

5 本年度稅前盈餘

集團

員工成本

	2023	2022
界定供款退休計劃供款	13,084,926	10,614,203
薪金及其他福利	269,764,599	268,306,659
	282,849,525	278,920,862

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：

	2023		
	總幹事	其他高級行政人員	總數
基本薪金	5,388,960	24,671,856	30,060,816
酌情按表現發放的薪酬	795,981	1,865,438	2,661,419
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	811,510	5,419,450	6,230,960
	6,996,451	31,956,744	38,953,195

	2022		
	總幹事	其他高級行政人員	總數
基本薪金	5,181,600	26,382,772	31,564,372
酌情按表現發放的薪酬	765,353	2,328,629	3,093,982
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	781,960	6,991,770	7,773,730
	6,728,913	35,703,171	42,432,084

6 高級行政人員薪酬及津貼（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：

附註	高級行政人員總數	2023		2022	
		高級行政人員總數	高級行政人員總數	高級行政人員總數	高級行政人員總數
薪酬範圍					
1 - \$0 to \$500,000	(a)	-	1	-	1
2 - \$500,001 to \$1,000,000		-	-	-	-
3 - \$1,000,001 to \$1,500,000		-	-	-	-
4 - \$1,500,001 to \$2,000,000	(b) - (d)	3	2	-	-
5 - \$2,000,001 to \$2,500,000	(b) - (g)	5	5	-	-
6 - \$2,500,001 to \$3,000,000	(g)	1	-	-	-
7 - \$3,000,001 to \$3,500,000	(e) - (f)	1	3	-	-
8 - \$3,500,001 to \$4,000,000		-	-	-	-
9 - \$4,000,001 to \$4,500,000		1	1	-	-
10 - \$4,500,001 to \$5,000,000		-	-	-	-
11 - \$5,000,001 to \$5,500,000		-	-	-	-
12 - \$5,500,001 to \$6,000,000	(h)	-	1	-	-
13 - \$6,000,001 to \$6,500,000	(h)	1	-	-	-
		12	13		

- (a) 由於 2022/23 年全年職位空缺，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 1 中移除。
- (b) 由於 2022/23 年中職位空缺，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 5 變為 4。
- (c) 由於匯率影響，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 5 變為 4。
- (d) 由於 2022/23 年全年的影響，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 4 變為 5。
- (e) 由於人員變動關係，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 7 變為 5。
- (f) 由於 2022/23 年末職位空缺，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 7 變為 5。
- (g) 由於薪酬調整，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 5 變為 6。
- (h) 由於薪酬調整，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 12 變為 13。

6 高級行政人員薪酬及津貼（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 2023 年 3 月 31 日止年度內支付的浮動薪酬 795,981 元（2022 年：765,353 元）。

截至 2023 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（2022 年：七名總經理）及三名區域幹事（2022 年：四名區域幹事）職位之酬金。

7 物業、機器及設備

a. 集團

	租賃物業	裝修	自用租賃物業	汽車	傢具、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 2022 年 4 月 1 日	252,855,009	22,012,808	72,029,971	745,459	14,467,462	32,573,497	3,289,371	397,973,577
增置	-	692,592	6,436,879	332,629	257,336	4,265,485	74,942	12,059,863
出售 / 註銷	-	-	-	-	(736,068)	(1,338,514)	-	(2,074,582)
轉撥	-	1,764,977	-	-	-	650,297	(2,415,274)	-
於 2023 年 3 月 31 日	252,855,009	24,470,377	78,466,850	1,078,088	13,988,730	36,150,765	949,039	407,958,858
累計折舊：								
於 2022 年 4 月 1 日	252,855,009	16,203,458	38,856,546	687,257	12,896,773	28,472,124	-	349,971,167
本年度折舊	-	2,477,478	15,188,163	134,009	843,286	3,592,661	-	22,235,597
出售 / 註銷	-	-	-	-	(725,120)	(1,338,514)	-	(2,063,634)
於 2023 年 3 月 31 日	252,855,009	18,680,936	54,044,709	821,266	13,014,939	30,726,271	-	370,143,130
賬面淨值：								
於 2023 年 3 月 31 日	-	5,789,441	24,422,141	256,822	973,791	5,424,494	949,039	37,815,728

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

7 物業、機器及設備 (續)

a. 集團 (續)

	租賃物業	裝修	自用租賃物業	汽車	傢具、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 2021 年 4 月 1 日	252,855,009	18,896,175	60,276,422	745,459	14,671,522	33,610,511	4,677,257	385,732,355
增置	-	774,587	16,591,809	-	402,060	993,747	1,176,925	19,939,128
出售 / 註銷	-	(8,021)	(4,838,260)	-	(820,864)	(2,030,761)	-	(7,697,906)
轉撥	-	2,350,067	-	-	214,744	-	(2,564,811)	-
於 2022 年 3 月 31 日	252,855,009	22,012,808	72,029,971	745,459	14,467,462	32,573,497	3,289,371	397,973,577
累計折舊：								
於 2021 年 4 月 1 日	252,855,009	13,860,659	27,624,814	483,267	12,308,593	26,472,611	-	333,604,953
本年度折舊	-	2,342,820	16,069,992	203,990	1,375,065	4,013,726	-	24,005,593
出售 / 註銷	-	(21)	(4,838,260)	-	(786,885)	(2,014,213)	-	(7,639,379)
於 2022 年 3 月 31 日	252,855,009	16,203,458	38,856,546	687,257	12,896,773	28,472,124	-	349,971,167
賬面淨值：								
於 2022 年 3 月 31 日	-	5,809,350	33,173,425	58,202	1,570,689	4,101,373	3,289,371	48,002,410

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

7 物業、機器及設備 (續)

b. 旅發局

	租賃物業	裝修	自用租賃物業	汽車	傢具、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 2022 年 4 月 1 日	252,855,009	22,012,808	68,925,096	745,459	14,389,712	32,569,998	3,289,371	394,787,453
增置	-	622,420	3,768,644	332,629	245,225	4,246,904	74,942	9,290,764
出售 / 註銷	-	-	-	-	(736,066)	(1,338,514)	-	(2,074,580)
轉撥	-	1,764,977	-	-	-	650,297	(2,415,274)	-
於 2023 年 3 月 31 日	252,855,009	24,400,205	72,693,740	1,078,088	13,898,871	36,128,685	949,039	402,003,637
累計折舊：								
於 2022 年 4 月 1 日	252,855,009	16,203,458	36,473,501	687,257	12,843,857	28,468,625	-	347,531,707
本年度折舊	-	2,475,139	14,355,156	134,009	829,581	3,591,629	-	21,385,514
出售 / 註銷	-	-	-	-	(725,118)	(1,338,514)	-	(2,063,632)
於 2023 年 3 月 31 日	252,855,009	18,678,597	50,828,657	821,266	12,948,320	30,721,740	-	366,853,589
賬面淨值：								
於 2023 年 3 月 31 日	-	5,721,608	21,865,083	256,822	950,551	5,406,945	949,039	35,150,048

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

7 物業、機器及設備 (續)

b. 旅發局 (續)

	租賃物業	裝修	自用租賃物業	汽車	傢具、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 2021 年 4 月 1 日	252,855,009	18,896,175	57,254,647	745,459	14,593,284	33,599,744	4,677,257	382,621,575
增置	-	774,587	16,508,709	-	395,265	993,747	1,176,925	19,849,233
出售 / 註銷	-	(8,021)	(4,838,260)	-	(813,581)	(2,023,493)	-	(7,683,355)
轉撥	-	2,350,067	-	-	214,744	-	(2,564,811)	-
於 2022 年 3 月 31 日	252,855,009	22,012,808	68,925,096	745,459	14,389,712	32,569,998	3,289,371	394,787,453
累計折舊：								
於 2021 年 4 月 1 日	252,855,009	13,860,659	26,063,922	483,267	12,259,314	26,461,844	-	331,984,015
本年度折舊	-	2,342,820	15,247,839	203,990	1,364,145	4,013,726	-	23,172,520
出售 / 註銷	-	(21)	(4,838,260)	-	(779,602)	(2,006,945)	-	(7,624,828)
於 2022 年 3 月 31 日	252,855,009	16,203,458	36,473,501	687,257	12,843,857	28,468,625	-	347,531,707
賬面淨值：								
於 2022 年 3 月 31 日	-	5,809,350	32,451,595	58,202	1,545,855	4,101,373	3,289,371	47,255,746

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

7 物業、機器及設備 (續)

c. 使用權資產

按相關資產類別劃分的使用權資產賬面淨值分析如下：

集團

	附註	2023	2022
按折舊成本列賬的作自用租賃物業	(i)	24,422,141	33,173,425
按折舊成本列賬的汽車	(ii)	256,822	29,380
		24,678,963	33,202,805

旅發局

	附註	2023	2022
按折舊成本列賬的作自用租賃物業	(i)	21,865,083	32,451,595
按折舊成本列賬的汽車	(ii)	256,822	29,380
		22,121,905	32,480,975

於損益中確認的租賃的相關開支項目分析如下：

集團

		2023	2022
按相關資產類別劃分的使用權資產之折舊支出：			
自用租賃物業		15,188,163	16,069,992
汽車		105,187	117,519
		15,293,350	16,187,511
租賃負債利息			
與短期租賃有關的開支		276,120	344,369
與低價值資產租賃(不包括低價值資產的短期租賃)有關的開支		472,917	438,698
已收 2019 冠狀病毒病疫情相關租金減免		380,602	378,376
		813,456	970,610

7 物業、機器及設備 (續)

c. 使用權資產 (續)

年內使用權資產增加合計共 6,769,508 元 (2022 年 : 16,508,709 元) ，主要為年內續訂現行的租約。

有關租賃現金流出總額及租賃負債到期日分析的詳情分別載於附註 10(c) 及 16(b)。

i. 自用租賃物業

集團透過租賃協議已獲權使用物業作為其辦公室、訪客中心及倉儲室。租賃的初始租約期一般為 2 至 10 年。部分租約附有選擇權，可於合約期末重續租約延長一段額外時間。如適用，集團將爭取加入可由集團行使的有關延期選擇權，以便靈活經營。集團於租約起始日期評估其是否合理確定會行使延期選擇權。倘集團並非合理確定行使延期選擇權，延期的未來租賃付款並不計入租賃負債計量。

ii. 汽車

集團根據一項租約租賃一輛汽車，為期 3 年。租約並無包含可變租賃付款。

d. 於 2023 年 1 月 17 日，旅發局會議通過總部辦公室裝修項目，包括裝修工程、預估費用以及臨時辦公室的短期租賃費用和搬遷費用。項目開支全數由一般基金提供。

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

	2023	2022
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
減去：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	3,912,052	1,773,084

於 2023 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（2022 年：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 2023 年 3 月 31 日止年度的核數師酬金及其他經營開支 42,400 元（2022 年：41,200 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

	集團	旅發局	2023	2022	2023	2022
應收賬款			395,244	930,750	395,244	930,750
其他應收賬款、按金及預付款項			31,769,763	20,343,771	31,375,554	20,081,144
			32,165,007	21,274,521	31,770,798	21,011,894

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主要貨幣為單位之數額：

	外幣風險 (以港元計算)	集團	旅發局	2023	2022	2023	2022
澳元				278,364	149,324	278,364	149,324
人民幣				2,086,770	1,558,412	2,086,770	1,558,412
歐元				612,006	610,536	612,006	610,536
英鎊				1,178,027	1,168,962	1,178,027	1,168,962
日圓				1,490,553	1,580,030	1,490,553	1,580,030
南韓圜				141,750	218,168	141,750	218,168
新台幣				430,437	315,456	-	-
美元				2,506,732	2,446,050	2,506,732	2,446,050

於 2023 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 4,586,832 元及 4,376,933 元（2022 年：集團及旅發局分別為 3,262,552 元及 3,262,552 元）。

集團信貸政策的進一步詳情載於附註 16(a)。

a. 應收賬款減值虧損

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(g)）。

於 2023 年 3 月 31 日，集團及旅發局並無虧損撥備（2022 年：零）。

10 現金及現金等價物以及其他現金流量資料

a. 現金及現金等價物

	集團		旅發局	
	2023	2022	2023	2022
銀行及財務機構存款	1,056,754,782	1,394,862,856	1,056,754,782	1,394,862,856
銀行存款及現金	10,125,482	9,561,185	9,641,861	9,536,189
財務狀況表中之現金及現金等價物	1,066,880,264	1,404,424,041	1,066,396,643	1,404,399,045
減去：期滿距購入日期超過三個月之銀行及財務機構存款	(922,436,997)	(676,276,116)		
綜合現金流量表中之現金及現金等價物	144,443,267	728,147,925		

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主要貨幣為單位之數額：

	外幣風險 (以港元計算)			
	集團		旅發局	
	2023	2022	2023	2022
澳元	192,688	774,718	192,688	774,718
加元	422,693	296,712	422,693	296,712
人民幣	344,216	529,115	344,216	529,115
歐元	164,966	98,852	164,966	98,852
英鎊	68,607	98,461	68,607	98,461
日圓	48,202	18,920	48,202	18,920
南韓圜	3,155	190,436	3,155	190,436
新台幣	39,346	14,195	-	-
新加坡元	3,784,406	444,711	3,784,406	444,711
美元	1,618,703	2,637,384	1,618,703	2,637,384

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 3.1 厘至 5.7 厘（2022 年：集團及旅發局介乎 0.1 厘至 1.1 厘）。

10 現金及現金等價物以及其他現金流量資料（續）

b. 融資活動所產生負債之對賬

下表載列融資活動所產生集團負債之變動詳情，包括現金及非現金變動。融資活動產生之負債指現金流量已或未來現金流量將於現金流量表分類為融資活動產生之現金流量的負債。

	附註	租賃負債
於 2021 年 4 月 1 日		35,509,546
融資現金流量之變動：		
已付租金之資本部分		(13,774,159)
已付租金之利息部分		(344,369)
融資現金流量之變動總額		(14,118,528)
匯兌調整		(3,640,469)
其他變動：		
期內來自訂立新租賃之租賃負債增加		16,508,709
已收 2019 冠狀病毒病疫情相關租金減免	7(c)	(970,610)
利息開支		344,369
其他變動總額		15,882,468
於 2022 年 3 月 31 日及於 2022 年 4 月 1 日		33,633,017
融資現金流量之變動：		
已付租金之資本部分		(13,805,994)
已付租金之利息部分		(276,120)
融資現金流量之變動總額		(14,082,114)
匯兌調整		(1,400,907)
其他變動：		
期內來自訂立新租賃之租賃負債增加		6,769,508
已收 2019 冠狀病毒病疫情相關租金減免	7(c)	(813,456)
利息開支		276,120
其他變動總額		6,232,172
於 2023 年 3 月 31 日		24,382,168

10 現金及現金等價物以及其他現金流量資料 (續)

c. 有關租賃現金流出總額

就租賃計入現金流量表之款項包括下列各項：

	2023	2022
於營運現金流量內	853,519	817,074
於融資現金流量內	14,082,114	14,118,528
	14,935,633	14,935,602

11 應付賬款及應計費用

	集團		旅發局	
	2023	2022	2023	2022
應付賬款及應計費用	243,101,301	137,738,341	240,439,310	137,369,239
其他應付款項及應付雜項	48,231,397	47,565,542	46,221,108	46,103,773
	291,332,698	185,303,883	286,660,418	183,473,012

11 應付賬款及應計費用 (續)

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主要貨幣為單位之數額：

	外幣風險 (以港元計算)			
	集團	旅發局	2023	2022
澳元			4,337,911	2,920,392
加元			2,821,226	1,528,072
人民幣			18,351,980	10,686,060
歐元			3,655,628	2,633,013
英鎊			3,005,387	2,316,482
日圓			9,868,892	5,216,696
南韓圓			7,142,455	3,894,897
馬來西亞令吉			2,210,812	172,155
新台幣			4,672,279	1,830,871
新加坡元			5,752,084	3,974,296
美元			13,429,158	11,845,290

於 2023 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 7,784,985 元及 7,706,385 元 (2022 年：集團及旅發局分別為 7,618,606 元及 7,618,606 元)。

12 預收款項及應付政府的款項

a. 預收款項

2023 年 3 月 31 日餘額主要為預收政府資助。

b. 應付政府的款項

餘額為未動用的 2022/23 政府資助，將按要求退還給政府。

13 綜合財務狀況表中的所得稅

a. 綜合財務狀況表中的本期稅項指：

	2023	2022
年內海外稅項撥備	137,262	21,960
年內繳納暫繳稅款	(22,495)	(38,507)
	114,767	(16,547)
與去年相關的所得稅餘額	(15,651)	-
	99,116	(16,547)

b. 已確認遞延稅項資產：

年內於綜合財務狀況表中確認的遞延稅項資產組成部分及變動如下：

	撥備
於下列日期產生的遞延稅項資產	
於 2021 年 4 月 1 日	236,427
計入損益	(4,882)
於 2022 年 3 月 31 日及 2022 年 4 月 1 日	231,545
於損益內列賬	69,559
於 2023 年 3 月 31 日	301,104

14 僱員退休福利

集團及旅發局

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。

成員選擇計劃及先前的界定福利退休計劃下的僱員加入了綜合界定供款退休計劃，自 2019 年 1 月 1 日起生效。根據成員選擇計劃，僱主須按照僱員相關入息的 8% 至 12%（2022 年：8% 至 12%）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。

於 2022 年 6 月期間，政府就《2022 年僱傭及退休計劃法例（對沖安排）（修訂）條例》（修訂條例）刊憲。2023 年 4 月，政府宣布修訂條例將於 2025 年 5 月 1 日生效（生效期）。有關修訂將導致以下改變：

- 對沖安排自生效期起，強積金僱主強制性供款及某些公積金僱主供款的累計權益，不可用作對沖遣散費和長期服務金。
- 生效期前所累計的部分長期服務金，包括最後一個月工資的計算基礎之改變。

15 儲備

	集團		旅發局	
	2023	2022	2023	2022
於年初之一般基金	337,735,250	300,494,877	337,715,603	300,476,969
本年度盈餘及全面收益總額	7,722,000	37,240,373	7,719,764	37,238,634
於年末之一般基金	345,457,250	337,735,250	345,435,367	337,715,603

一般基金

一般基金代表集團及旅發局未動用的資助，並以儲備的形式用於應付經營突發事件。

基於旅發局與政府之間的理解，集團於年末之一般基金總額，不得超過其下一個財政年度的年度資助額的25%。

16 財務風險管理

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。下文載列集團所面臨的風險以及應對的財務風險管理政策和慣常做法。

a. 信貸風險

信貸風險指因對手方日後不履行合約責任而導致集團承受財務虧損的風險。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，但相關風險有限，因為對手方是信貸評級良好的銀行及財務機構，集團認為信貸風險較低。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。

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。

16 財務風險管理 (續)

b. 流動資金風險 (續)

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

	2023 合約未貼現現金流量					
	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	104,881,440	104,881,440	104,881,440	-	-	-
應付政府的款項	371,009,431	371,009,431	371,009,431	-	-	-
應付賬款及應計費用	291,332,698	291,332,698	283,547,713	3,067,443	1,858,215	2,859,327
租賃負債	24,382,168	24,885,730	9,449,987	5,957,754	7,551,729	1,926,260
	791,605,737	792,109,299	768,888,571	9,025,197	9,409,944	4,785,587

	2022 合約未貼現現金流量					
	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	140,055,848	140,055,848	140,055,848	-	-	-
應付政府的款項	777,221,066	777,221,066	777,221,066	-	-	-
應付賬款及應計費用	185,303,883	185,303,883	177,685,277	2,587,008	2,103,575	2,928,023
租賃負債	33,633,017	34,221,451	12,441,267	8,707,937	9,899,693	3,172,554
	1,136,213,814	1,136,802,248	1,107,403,458	11,294,945	12,003,268	6,100,577

16 財務風險管理 (續)

旅發局

	2023 合約未貼現現金流量					
	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	104,881,440	104,881,440	104,881,440	-	-	-
應付政府的款項	371,009,431	371,009,431	371,009,431	-	-	-
應付賬款及應計費用	286,660,418	286,660,418	278,954,033	3,067,443	1,779,615	2,859,327
租賃負債	21,970,657	22,383,528	8,579,656	5,087,423	6,790,189	1,926,260
	784,521,946	784,934,817	763,424,560	8,154,866	8,569,804	4,785,587

	2022 合約未貼現現金流量					
	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	140,055,848	140,055,848	140,055,848	-	-	-
應付政府的款項	777,221,066	777,221,066	777,221,066	-	-	-
應付賬款及應計費用	183,473,012	183,473,012	175,854,406	2,587,008	2,103,575	2,928,023
租賃負債	32,979,948	33,568,382	11,788,199	8,707,937	9,899,692	3,172,554
	1,133,729,874	1,134,318,308	1,104,919,519	11,294,945	12,003,267	6,100,577

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。

16 財務風險管理 (續)

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、澳元、加元、人民幣、歐元、英鎊、日圓、新加坡元、馬來西亞令吉、新台幣及南韓圓。

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。

	2023		2022	
	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%	(234,481)	5%	(177,211)
	(5)%	234,481	(5)%	177,211
加元	5%	(160,711)	5%	(66,823)
	(5)%	160,711	(5)%	66,823
人民幣	5%	(999,179)	5%	(828,960)
	(5)%	999,179	(5)%	828,960
歐元	5%	(287,501)	5%	(262,344)
	(5)%	287,501	(5)%	262,344
英鎊	5%	(198,091)	5%	(234,200)
	(5)%	198,091	(5)%	234,200
日圓	5%	(523,550)	5%	(334,783)
	(5)%	523,550	(5)%	334,783
南韓圓	5%	(349,878)	5%	(189,040)
	(5)%	349,878	(5)%	189,040
馬來西亞令吉	5%	(110,541)	5%	(8,608)
	(5)%	110,541	(5)%	8,608
新台幣	5%	(330,699)	5%	(107,714)
	(5)%	330,699	(5)%	107,714
新加坡元	5%	(104,011)	5%	(265,313)
	(5)%	104,011	(5)%	265,313

16 財務風險管理 (續)

d. 外幣風險 (續)

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 2022 年，有關分析亦按照相同基準進行。

e. 公允價值

所有金融工具之賬面值與其於 2023 年 3 月 31 日及 2022 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 2023 年 3 月 31 日止年度尚未生效的修訂、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 2023 年 3 月 31 日止年度尚未生效，亦未納入此等財務報表中。

集團正在評估此等發展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。

這是空白頁