



你好 香港

香港旅遊發展局年報2023/24



香港旅遊發展局

目錄

01

主席獻辭及總幹事導言

- 004 主席獻辭
- 008 總幹事導言

03

2023旅遊業概況

- 020 2023旅遊業概況

05

關於旅發局

- 120 獎項及殊榮
- 123 企業資訊
- 126 獨立核數師報告

02

香港旅遊發展局成員

- 012 香港旅遊發展局成員

04

旅發局工作策略及重點

- 026 概覽
- 028 精彩盛事體驗 吸引全球旅客
- 058 全方位主題宣傳 展現香港獨有魅力
- 076 廣邀名人媒體 親臨香港體驗
- 086 攜手業界邁進新程 共同展現好客文化
- 096 實踐環境、社會和管治原則

主席獻辭



運用
旅遊實力
展現
香港魅力

彭耀佳博士, GBS, JP
主席
香港旅遊發展

旅遊，不僅只限於吃喝玩樂，如今更是一個地方弘揚文化、展現「軟實力」的重要工具。過去一年，香港旅遊業既迎來新的旅客、助力經濟復甦，並抓緊新的機遇和迎接新挑戰。與此同時，透過旅遊業展現香港得天獨厚的優勢、強大的實力和深厚魅力。在推動本地消費、促進經濟動力、提升香港形象，乃至推進香港在國家發展戰略中作出更大的貢獻等方面，香港旅遊發展局（旅發局）將肩負更重要的角色。

三大核心方向 推進旅業發展

旅發局在制訂工作計劃和策略時，朝着三個核心的目標進發：鞏固香港作為國際城市地位；強化旅遊樞紐角色；以及邁向高質量增長，擴大旅遊業對香港發展的貢獻。

一、鞏固香港作為國際城市地位

首先，在「一國兩制」的主導方針下，香港是世界上唯一匯集內地優勢和國際優勢於一身的世界級城市，「背靠祖國、聯通世界」。加上香港中西交匯的文化、多元和豐富的專業服務和經驗，為香港發展成為「亞洲盛事之都」、「國際會展中心」等角色，提供了堅實的根基。



活動主辦單位攜手，確保在香港舉辦的盛事得到充足的跨部門支援，發揮盛事經濟的效益。

在盛事活動方面，旅發局除了一直主辦和支持城中大型盛事外，今年年初更欣然肩負起全新工作—配合特區政府促進盛事經濟的策略，成立盛事拓展專組，擔當活動主辦單位的「第一站聯絡窗口」，物色不同的盛事來港舉行，並協助宣傳工作。旅發局會繼續與政府各部門和



二、強化香港作為旅遊樞紐

旅發局深信，香港不僅是一個旅遊目的地，更是一個區域性的旅遊樞紐，有能力擔當全球旅客進出內地和鄰近亞洲國家或地區的中途站。香港要發揮「一國兩制」制度優勢，鞏固提升香港國際金融、航空、貿易中心地位，以及深化粵港澳大灣區合作等，讓香港在國家對外開放的戰略中發揮積極作用。



在地理上，香港擁有獨有的地理優勢，是連接內地和海外城市的「超級聯繫人」。從香港出發，五小時內即可飛抵全球半數人口聚居的地方。而高速鐵路站點和班次增加，以及加入「夕發朝至」的臥鋪列車服務，進一步拉近香港與內地的距離，提升城際出行的便捷性和速度。

旅發局充分運用上述的優勢和角色，運用全球網絡和專業知識，聯同大灣區其他城市一同「走出去」，向客源市場展示大灣區的旅遊魅力，吸引旅客展開「一程多站」之旅。



而在會議、展覽及獎勵旅遊（會展旅遊）方面，旅發局亦運用「Meet Hong Kong Meet GBA」和「Meet Hong Kong Meet the World」作為定位，全力發揮香港作為跳板的重要功能，連繫內地和海外的企業及專業人才，締造商機，達至「超級聯繫人」之餘，進而做到「超級增值人」。

三、邁向高質量增長

最後，旅發局一直推動旅遊業朝向高質量發展，一方面透過舉辦一系列活動，豐富旅客的體驗，推動旅客消費和延長留港時間；同時聯同業界推出「好客之道」宣傳，提升旅客以至市民的滿意度。此外，旅發局致力開拓更多具潛力的客源市場，例如中東海灣六國、東盟、南亞國家及一帶一路國家等，吸引更多元化的旅客客群，推動旅遊業質量齊升。

固然，這亦有賴旅遊業界與我們攜手，因應旅客喜好和出遊模式的改變，適時、策略性地推出全新與具吸引力的旅遊產品，擴大旅遊對社會及經濟的貢獻。旅發局期待與各界繼續攜手合作，鞏固香港旅遊的競爭力和可持續發展。



展現旅遊魅力 促進經濟發展

我深信，香港的旅遊業憑藉獨有「背靠祖國、聯通國際」的定位、堅實的知識和專業，定必能夠在展示香港以至國家形象，和帶動經濟發展方面，承擔更多。我亦期望與業界繼續以積極、靈活的態度，應對旅客出遊和消費模式的變化，精準地「識變、應變、求變」，努力不斷為香港乃至國家的繁榮發展，貢獻更多力量。



總幹事導言



一聲
你好
探索無限

程鼎一
總幹事
香港旅遊發展局

過去一年，香港旅遊的新篇章全速啟動，香港旅遊發展局（旅發局）一方面聚焦「你好，香港」（Hello Hong Kong）大型宣傳，連繫全球旅客，成功展示香港復常，另一方面銳意深化推廣工作，向外呈現香港多元面貌與熱情好客，豐富旅客的行程和體驗。透過舉辦和支持城中的盛事和活動，旅發局鼓勵旅客和市民一同參與其中，互相說聲「你好」，聯袂探索這個魅力非凡的世界級旅遊目的地。

隨着「你好，香港」（Hello Hong Kong）全球宣傳在2023年初展開，旅發局抓緊良機，精心策劃了一系列精彩紛呈的推廣，廣傳歡迎旅客的訊息。而因應旅客出遊模式轉變，更熱切追求文化藝術、自然美景或放鬆身心的深度沉浸式體驗，旅發局持續深化「你好，香港」的宣傳工作，獲得正面的迴響。

精彩短片連繫全球 心意饋贈旅客

精彩而簡短的影片是向旅客問好的最佳工具。因此，旅發局聯同業界翹楚、藝人及網紅等拍攝逾300條宣傳短片，在全球3,000多個媒體平台播放，觸及全球2億人次，連繫旅客並展現香港的多元魅力。同時，旅發局為訪港旅客送上合共200萬份「香港有禮」旅客消費券，引發旅客換領熱潮。

親身體驗產生口碑 名人效益助力宣傳

與此同時，旅發局繼續運用「親身體驗、眼見為實」的策略，呈現香港最真實的一面。在過去一年，旅發局合共邀請逾2,000名業界精英、媒體及網絡紅人（KOL）等蒞臨香港，親身感受這個國際都市的繁華與活力，冀產生正面口碑，再透過設計旅遊產品和運用他們龐大網絡，宣傳香港。



旅發局充分善用名人效應加大效果，例如邀得荷里活影星亨利高汀（Henry Golding）、韓國藝人丁海寅、大馬藝人林明禎、日本藝人佐藤健等蒞港，以獨到的視角探索並跟「粉絲」分享香港的地道人情，進一步擴大香港在全球的曝光。

旅發局亦積極「走出去」，過去一年參與全球20多個大型旅遊展覽，帶領業界與世界各地的旅遊業持份者深入交流，同創商機；2023年10月更與廣東省文化和旅遊廳及澳門旅遊局，在泰國曼谷推廣全新大灣區旅遊品牌，展現區內城市的無窮魅力。



運用多元主題 介紹深度體驗

旅發局亦著力宣傳香港的獨有特色，吸引旅客展開旅程。例如不少旅客喜歡走訪電影在港的取景地，旅發局於是推出《亞洲名導的香港景深》微電影系列，並全力支持《Under Parallel Skies》在港取景，將香港獨有景緻展現於大銀幕中，以光影魔力「軟銷」香港的迷人風貌，吸引旅客親身感受及發掘更多嶄新有趣的體驗。

在文化方面，除了「藝聚香港」的全年宣傳平台及「大城小區」宣傳外，旅發局亦乘着不同的中西節慶盛典，如中秋節大坑舞火龍、萬聖節「哈囉威香港」等，張燈結綵，為節日增添喜悅氣氛。

因應旅客熱衷於深度體驗，根據網絡推介「按文索驥」，旅發局全力加強在社交媒體的宣傳攻勢。旅發局在各大社交媒體平台上已累積超過1,100萬的忠誠粉絲，過去一年裡透過這些平台觸及人次超過24億。旅發局又聯乘內地社交平台推介「香港漫遊指南」路線，以山海、文藝、塗鴉、博物和霓虹為題，吸引內地旅客來港展開深度體驗之旅。

夜間璀璨生機無限

配合政府推出「香港夜繽紛」，旅發局積極透過不同推廣工作，提升夜間氛圍。旅發局發放的100萬份「香港夜饗樂」旅客版及20萬份市民版，成功吸引了眾多旅客和市民的目光；而旅客專享的港幣20元夜間巴士遊也成功為業界締造商機。

更讓我感受尤深的，是旅發局透過「食聚廟街」和「藝綴廟街」，激活廟街夜市的熱鬧氛圍。全新推廣在去年12月推出，首半個月即吸引20萬人流，帶領市民旅客深入香港大街小巷、親身體驗最獨特的地道文化，亦為當區商戶帶來更多商機。



盛事活動琳琅滿目

城中多姿多采的盛事和活動體驗，有助豐富旅客的體驗。年內，旅發局成功舉辦七大旗艦盛事，包括香港國際龍舟邀請賽、樂聚維港嘉年華、香港單車節、香港美酒佳餚巡禮、香港繽紛冬日巡禮、香港跨年倒數及新春國際匯演之夜，為市民以至全球旅客創造了無數難忘的歡樂時刻，鞏固香港作為「亞洲盛事之都」的地位。而會展旅遊的強勁復甦及郵輪旅遊的佳績，也進一步彰顯了香港「國際會展之都」及「亞洲郵輪樞紐」的重要角色。

旅發局將繼續全力支持城中的國際級盛事，協助宣傳工作，同時肩負起與主辦單位的「第一站聯絡窗口」功能，配合政府推動盛事經濟。

與業界合作無間

上述種種工作得以順利推展，實有賴旅遊及相關業界的全力支持。猶記得2023年7月，旅發局舉行《專業優質旅遊服務承諾》啟動禮，集合來自8個旅遊及相關行業，包括旅遊、航空、交通、酒店、餐飲、零售、景點、會展服務業的近100名業界代表和前線從業員到來支持及參與，正是業界攜手發揮力量的重要佐證。

踏入2024年，旅發局更推出「做多一步，好客之道」的宣傳，與業界合作展現務求我們讓每一位訪港旅客，都能夠獲得賓至如歸的體驗。



盡力擴大旅遊對經濟的貢獻

除了業界朋友，我在此亦感謝特區政府、合作夥伴、贊助機構和市民對旅發局工作的信任和鼎力支持。

同時，我特別多謝各位旅發局各成員的不吝指導，以及香港總辦事處，全球辦事處及地區代辦的同事，各司其職，努力不懈，上下一心為香港旅遊業的發展付出努力。

展望未來，旅發局將竭盡全力，將旅客的訪港意欲轉化為實際行動，策劃他們的香港旅程；同時鞏固香港作為世界級的旅遊目的地，讓旅遊業對整體社會及經濟帶來更廣闊、更深遠的貢獻，與社會各界並肩一致，向全球說好香港故事，展現香港魅力。

香港旅遊發展局成員



香港旅遊發展局成員

截至2024年10月在任的成員



彭耀佳博士，GBS，太平紳士 主席 | 優質旅遊服務委員會主席

彭博士具有豐富的營商經驗，現為怡和管理有限公司香港區主席及怡和董事局資深顧問。他曾擔任怡和控股有限公司副行政總裁、怡和管理有限公司副主席、怡和太平洋、香港空運貨站、金門建築、仁孚行之主席，以及怡和（中國）有限公司、置地控股有限公司、文華東方國際有限公司之董事，直至2024年3月退任。

彭博士亦活躍於公共服務，除了出任旅發局主席以及多個政府委員會的委員外，他亦擔任香港政府公務員薪俸及服務條件常務委員會主席，以及中國人民政治協商會議全國委員會委員。專業團體方面，彭博士在2014至2016年間出任香港總商會主席，2011至2018年間為香港僱主聯合會理事會及執行委員會主席，並於2021至2024年擔任香港管理專業協會主席及理事會及執行委員會委員。彭博士現時亦為西九文化區管理局董事局成員。

彭耀佳博士於2019年4月起出任旅發局主席。



張馮泳萍，太平紳士，旅遊事務專員 副主席

張馮泳萍女士在1992年9月加入政務職系，曾在多個決策局及部門服務，包括前政務總署、前經濟科、前教育統籌科、公務員事務局、民政事務總署、前食物及衛生局和勞工及福利局。她於2012年4月至2017年10月出任教育局副秘書長，於2017年10月至2020年8月出任前民政事務局副秘書長，並於2020年8月至2024年7月出任公務員事務局副秘書長。

張馮泳萍女士於2024年8月12日起出任旅遊事務專員，接替沈鳳君女士。



陳樂信，資深大律師

陳先生是資深大律師，執業於天博大律師事務所。2021年起出任高等法院原訟法庭特委法官，同年起出任強制性公積金計劃管理局程序覆檢委員會委員。陳先生現時亦為西九文化區管理局董事局成員。

陳樂信先生於2019年11月起出任旅發局成員。



鄭志雯 市場推廣及業務發展委員會主席

鄭女士是瑰麗酒店集團首席行政總裁、新世界發展有限公司執行董事，並出任香港上海滙豐銀行有限公司獨立非執行董事。

鄭女士亦出任多項公職，包括香港中文大學校董會成員及其屬下拓展及社區關係委員會委員，香港特別行政區人力資源規劃委員會成員，以及香港特別行政區紀律人員薪俸及服務條件常設委員會成員。她也是廣東省青少年發展基金會副理事長。此外，鄭女士是中華人民共和國人民政治協商會議第十三屆廣東省委員會委員。

鄭志雯女士於2020年11月起出任旅發局成員。



張添琳

張女士是南豐發展有限公司集團董事總經理，她同時出任多項公職，包括古物諮詢委員會委員、香港生命科技青年會諮詢委員會成員、團結香港基金顧問等。

張添琳女士於2021年1月起出任旅發局成員。



周志賢 審計委員會主席

周先生是德勤亞太主席及德勤全球副主席。同時亦為深圳政協委員、香港中文大學大學校董會司庫、香港金融管理局外匯基金諮詢委員會及接受存款公司諮詢委員會委員、北大嶼山醫院醫院管治委員會成員，以及英格蘭及威爾斯特許會計師公會香港分會委員。

周志賢先生於2021年8月起出任旅發局成員。

**方舜文**

方女士是香港貿易發展局總裁，亦是航空發展與機場三跑道系統諮詢委員會、香港電影發展局、香港海運港口局及香港物流發展局成員。

方舜文女士於2016年11月起出任旅發局成員。

**馮玉麟博士**

馮博士現為新鴻基地產發展有限公司執行董事，亦是新意網集團有限公司及數碼通電訊集團有限公司的副主席及執行董事，以及載通國際控股有限公司之非執行董事。

馮博士是香港總商會理事會理事、香港青年協會副會長，以及獲選為香港管理專業協會專業實務教授。他亦是香港管弦協會有限公司董事局副主席，以及香港特別行政區政府康樂及文化事務署博物館諮詢委員會委員。

馮玉麟博士於2019年11月起出任旅發局成員。

**徐王美倫**

徐王美倫女士是東和旅遊有限公司董事兼總經理。她亦是香港旅遊業議會主席、香港日本人旅客手配業社協會永遠榮譽會長、香港旅遊業監管局業界成員以及香港選舉委員會（旅遊界界別）成員。

徐王美倫女士於2022年11月起出任旅發局成員。

**禰惠儀，太平紳士
財務及編制委員會主席**

禰女士是渣打銀行香港區行政總裁暨大中華及北亞區域行政總裁。

禰女士獲委任為亞太經合組織(APEC)商貿諮詢理事會中國香港代表。她亦是香港銀行公會副主席、香港金融管理局銀行業務諮詢委員會委員、香港管理專業協會理事會成員、香港貿易發展局「一帶一路」及大灣區委員會委員，以及航空發展及三跑道系統諮詢委員會成員。

禰惠儀女士於2019年4月起出任旅發局成員。

**龔楊恩慈，BBS，太平紳士**

龔楊恩慈女士是中國銀行（香港）有限公司顧問，也是中銀香港慈善基金董事及香港公益金董事。

她現時出任多項公職，包括香港機場管理局董事會成員、香港賽馬會董事、首長級薪俸及服務條件常務委員會主席、公務員敘用委員會委員、香港兒童醫院醫院管治委員會主席、香港僱主聯合會銀行及財務業組主席，以及香港中文大學校董。

龔楊恩慈女士於2022年11月起出任旅發局成員。

**關淑華**

關女士是帝盛酒店集團環球營業及收益管理高級副總裁兼營運總監—歐洲，她亦是蘭桂坊酒店@九如坊的酒店總經理。

關女士也是香港酒店業協會的執行委員。

關淑華女士於2020年7月起出任旅發局成員。

**林穎伊博士，太平紳士 (i)**

林博士是麗新集團、麗新發展有限公司及麗豐控股有限公司的執行總裁。她現時亦為百欣慈善基金行政總裁、香港特殊奧運會主席、保險業監管局非執行董事、文化委員會成員、禁毒常務委員會成員。

林穎伊博士於2024年1月起出任旅發局成員。

**劉凱詩**

劉女士是國泰顧客及商務總裁，管理包括航空客運、貨運及生活品味業務，亦是國泰董事局常務董事。

劉女士是香港航空公司代表協會主席。

劉凱詩女士於2020年8月起出任旅發局成員。



司徒永富

司徒永富先生是鴻福堂集團控股有限公司行政總裁兼執行董事。他是香港零售管理協會執委，並在香港理工大學會計及金融學院擔任實務教授。

司徒永富先生熱衷參與公共及福利事務，除了多個非牟利機構外，亦出任公職包括公促進殘疾人士就業諮詢委員會委員，以及社會福利諮詢委員會成員。

司徒永富先生於2019年11月起出任旅發局成員。



譚載怡

產品及活動委員會主席

譚女士是高盛（亞洲）有限責任公司董事總經理，2022年至2024年出任輸入優秀人才及專才諮詢委員會成員。她現時是香港崇德社董事、母親的抉擇籌款委員會成員，以及Social Alpha Foundation顧問。

譚載怡女士於2018年11月起出任旅發局成員。



曾立基 (ii)

曾先生是縱橫公共關係顧問集團主席。他在逾40個商業、宗教、教育、政府及非政府機構擔任逾80個董事會、委員會成員或顧問之職。

曾先生現時亦為香港舞蹈團副主席、香港董事學會副主席，以及防控非傳染病督導委員會成員。

曾立基先生於2023年11月起出任旅發局成員。



黃焯安

黃焯安先生是冠忠巴士集團有限公司行政總裁，他也是旅遊業策略委員會成員、公共巴士同業聯會第二十屆執委會成員，以及中港澳直通巴士聯會第十屆執委。

黃焯安先生於2019年4月起出任旅發局成員。



黃傑龍教授，BBS，太平紳士

黃教授是叙福樓集團主席暨行政總裁。

黃教授是優質旅遊服務協會主席、餐飲業行業培訓諮詢委員會主席、環境運動委員會主席。另外，他是大型體育活動事務委員會成員、方便營商諮詢委員會食物及相關服務業工作小組成員，以及城市規劃委員會成員。

黃傑龍教授於2019年11月起出任旅發局成員。



胡景豪，MH

胡景豪先生是錦倫旅運有限公司執行董事。他是旅遊業行業培訓諮詢委員會委員、西九文化區管理局諮詢會成員。他亦曾出任香港旅行社協會主席以及香港旅遊業議會理事。

胡景豪先生於2022年11月起出任旅發局成員。



郭艷明(iii)



方力申(iii)

註

(i) 任期由2024年1月1日起生效。

(ii) 任期由2023年11月1日起生效。

(iii) 截至2024年3月31日止年度內曾經在任的旅發局成員如下：

郭艷明女士於2023年10月31日離任；

方力申先生於2023年12月31日離任。

2023 旅遊業概況



2023年旅遊業概況



與入境旅遊相關的總消費*

1,784億港元

1,159億港元#

過夜旅客人均消費*

6,939港元

6,800港元#

過夜旅客平均留港時間*

3.6晚

3.8晚#

過夜旅客整體滿意度（10分為最滿意）*

8.7

8.5#

* 據離港旅客統計

2023/24年初估算

旅發局工作策略及重點

- 026 概覽
- 028 精彩盛事體驗 吸引全球旅客
- 058 全方位主題宣傳 展現香港獨有魅力
- 076 廣邀名人媒體 親臨香港體驗
- 086 攜手業界邁進新程 共同展現好客文化
- 096 實踐環境、社會和管治原則



旅發局工作策略及重點

香港的旅遊大門於2023年初全面打開，在2023至24年度，香港旅遊發展局（旅發局）全力聚焦連繫全球，向內地及海外旅客送上最熱切的問候，同時傳遞香港全面復常的信息。

乘着「你好，香港」（Hello Hong Kong）推出，旅發局全力精心策劃一系列宣傳攻勢，同時因應疫後旅客喜好和出行模式的改變，因時制宜，推出新的宣傳策略，獲得不少正面評價。

旅發局按着以下五大重點策略，在不同客源市場進行宣傳推廣，展示香港依然的魅力，亦全力加強旅客訪港時的體驗：

- 一、精彩盛事體驗 吸引全球旅客
- 二、全方位主題宣傳 展現香港獨有魅力
- 三、廣邀名人媒體 親臨香港體驗
- 四、攜手業界邁進新程 共同展現好客文化
- 五、實踐環境、社會和管治原則

齊來說聲「你好」，一同探索更多屬於你和我的香港故事！



精彩盛事體驗 吸引全球旅客



全方位主題宣傳 展現香港獨有魅力



廣邀名人媒體 親臨香港體驗



攜手業界邁進新程 共同展現好客文化



實踐環境、社會和管治原則

一、精彩盛事體驗 吸引全球旅客

大型盛事既能展現香港的優勢和魅力，同時為全球旅客創造更多精彩體驗，帶動旅遊、酒店、餐飲、零售等行業的經濟收益，以及提升香港的國際形象。

香港是「亞洲盛事之都」。旅發局不僅繼續舉辦、支持和協助宣傳大型盛事，更承擔起全新「第一站聯絡窗口」角色，配合政府協調盛事，推動經濟。

此外，旅發局持續透過向旅客送上禮遇，及運用香港在文化藝術、美食、自然風光等獨特元素，為旅客創造豐富的訪港體驗。



A. 七大旗艦盛事

鞏固「亞洲盛事之都」地位

旅發局在政府的鼎力支持下，舉辦了七大旗艦盛事，涵蓋體育、文化、節慶、美食等豐富體驗，獲市民及旅客踴躍參與，除了帶動整體社會氣氛，亦有助刺激消費和經濟，同時鞏固香港「亞洲盛事之都」的地位。



(1) 香港國際龍舟邀請賽



賽事首設獎金 更添刺激

相隔4年，香港國際龍舟邀請賽於6月中再度於維港上演，除了展示傳統節慶文化，更為夏日增添無限活力！為了令賽事更刺激，賽事首次在五項主要比賽中設立獎金，使一連兩日的比賽，共吸引了來自10個國家及地區、逾4,000名健兒參加。活動亦首次沿星光大道設多組期間限定的卡通人物龍舟打卡點；而尖東一帶多間餐廳亦為市民及旅客提供不同優惠，為香港熱鬧、歡樂的夏日揭開序幕！

旅遊大門全面重啟後 首個國際體育盛事

香港國際龍舟邀請賽是旅發局在香港全面通關後，首個舉辦的國際體育盛事。為吸引內地旅客率先來港，感受香港的夏日氣氛，旅發局特別與內地旅行社「途牛」合作，推出以香港國際龍舟邀請賽為主題的旅遊產品及早鳥優惠，並借助「途牛」的龐大會員資料庫進行全面宣傳推廣。



此外，旅發局亦與內地的人民網合作製作短片，並於其微博、抖音等社交平台播放，向內地民眾重點介紹「粵港澳大灣區錦標賽」，及首次與澳門攜手舉辦的全新「港澳盃」等賽事，為內地觀眾呈現更多精彩看點。

訪問港隊宣傳冷知識 賽前預熱龍舟氣氛

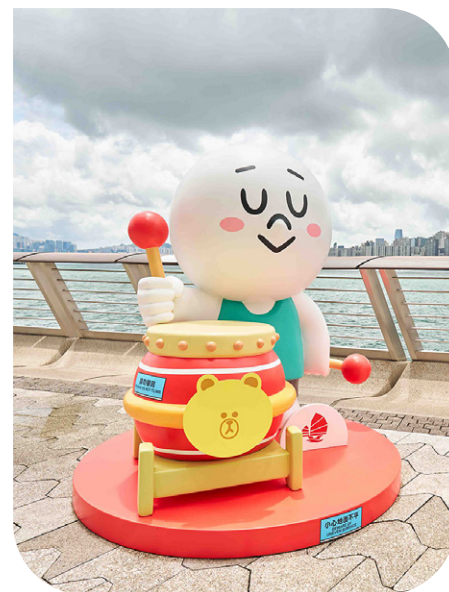


賽事在尖沙咀海傍設有觀眾區與眾同樂，為了吸引本地市民參與，蒞臨現場感受熾熱氣氛，旅發局在賽前數周與各大媒體合作，採訪港隊備戰實錄，又在報章介紹龍舟冷知識，引起市民對龍舟文化的興趣。兩日賽事吸引了近12萬觀眾到現場為龍舟健兒打氣，氣氛非常熱鬧。

新增卡通元素 擴大節日客群



除了傳統龍舟競渡，一向大受歡迎、輕鬆狂歡的「扮嘢大賽」再度舉行；今次活動更首次於星光大道設有多組期間限定 LINE FRIENDS Hello Hong Kong 龍舟打卡點，吸引了龍舟愛好者以外的家庭客群一同以不同形式歡度佳節。



(2) 樂聚維港嘉年華

維港嶄新體驗

維港不僅是香港人的瑰寶，更是許多旅客拍照打卡的熱門地標。而隨著近年海港優化計劃陸續竣工，為展現維港的新面貌，讓市民及旅客有嶄新的維港體驗，旅發局推出全新盛事「樂聚維港嘉年華」。

作為特區政府「開心香港」項目之一，「樂聚維港嘉年華」乃首個於灣仔海濱舉行的大規模海陸嘉年華，橫跨暑假黃金檔期7至8月的五個周末，佔地3萬平方米，以維港作華麗舞台，呈獻多元街頭表演、水上音樂會，及充滿活力的極限運動表演。



水上舞台配醉人夜色 帶動全程開心氣氛

其中，水上音樂會有近40組藝人輪流登場，上演18場表演，當中包括香港及亞洲各地流行歌手及樂團，集結流行音樂、搖滾、饒舌、電音等風格。旅發局在活動前分階段派發音樂會門票讓公眾共賞雅樂，門票火速認領完畢。海浪隨著歌曲的節拍流動，加上維港醉人夜景，吸引不少市民及旅客到專程到場現場觀看，參與連場視聽派對。

而X-game極限運動表演，分別由來自中港日的越野單車（BMX）及滑板的好手，展示各種花式技巧，獲觀眾讚嘆叫絕。極限運動表演旁更設有美食區，市民與旅客可以在夕陽下一邊品賞透心涼啤酒或得獎美食，一邊與街頭表演者互動，享受悠閒夏日。



首辦水上煙火表演 吸引近20萬人享盛夏派對



而每個活動晚上還上演加入水上煙火效果的「幻彩詠香江」加強版，有不少市民及旅客提早到場「霸位」，感受這場前所未有的視覺盛宴。根據旅發局統計，此次活動吸引近20萬人次入場，反應熱烈。

此外，旅發局亦有透過網站、社交平台及全球辦事處等進行宣傳，包括邀請傳媒來港親身感受活動，又與網紅合作宣傳，及向業界派發活動門票，鼓勵推出相關的套票，展示香港夏日活力動感，加強活動對旅客的吸引力。

(3) 香港單車節

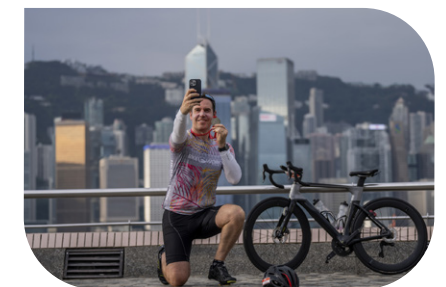
水上舞台配醉人夜色
帶動全程開心氣氛

作為香港一年一度的單車界盛事，「香港單車節」於10月再度回歸，今年舉辦了7大單車體驗項目及賽事，包括再度歸來的重頭戲「國際單車聯盟（UCI）1.1級公路賽」，共吸引近5,000名專業好手、市民及旅客參與，親身感受於香港鬧市破風的期間限定體驗。



「三橋三隧」融合旅遊+體育

今年的賽事及活動充滿國際元素，其中非競技的50公里項目路線遊遍六區、橫跨「三隧三橋」，讓本地及來訪選手均能寓旅遊於體育，觀賞香港迷人景色。而國際單車聯盟（UCI）1.1級公路賽更吸引15支來自澳洲、意大利、馬來西亞、泰國、內地及本地單車隊等勁旅近百名專業車手參加，在鬧市上演世界級比賽戲碼。旅發局亦在賽前訪問前本地電競單車選手，分享從電競單車衝上國際賽的故事，宣傳香港的體育旅遊體驗。



年輕偶像助力市場推廣

為了更好地推廣「旅遊+體育」的概念，旅發局特別邀請了兩名內地年輕偶像參與活動。熱愛騎行的曾夢雪參加了30公里組項目，親身體驗香港獨特的騎行風景；而另一名年輕演員費啟鳴，不僅現場直播賽事，還拍攝短片，分享了在西貢沖浪、太平山頂慢跑等體驗，充分展示了香港豐富的戶外運動資源。



(4) 香港美酒佳餚巡禮

疫後首次回歸中環海濱 魅力不減勁吸14萬人參與



相隔5年後，深受市民及旅客喜愛的香港美酒佳餚巡禮於10月底重臨中環海濱，帶動香港夜間繽紛氣氛。



大灣區及內地元素 推廣中外文化交流

今年活動呈獻約300個美酒與美食攤位，推介多個美酒產區例如法國波爾多、勃根地區及意大利等36個國家及地區的優質佳釀，以及17個國家地區環球美食，應有盡有。當中焦點更包括曾宴請法國總統的中國產葡萄酒莊、大灣區美食等，以食會友，吸引媒體報導。旅發局還邀請了多名大灣區的名廚及美食家在美酒佳餚巡禮舉行期間到訪，並安排他們探索香港不同的美食。他們在社交平台分享相關行程體驗，成功接觸到4,900萬的用戶。另外，活動適逢西方節日萬聖節，旅發局更鼓勵入場人士「扮鬼扮馬」，以美食作平台，推廣中外文化交流。



聯乘本地各大媒體 與市民一同盡慶

活動相隔多年回歸，旅發局深知全港市民引頸以待，特意與本地各大媒體合作送出品味通行證，以簡單問答遊戲勾起公眾興趣，鼓勵市民參與這場晚間美食慶典，一方面帶動夜間氛圍，另一方面刺激消費。

美食之都口碑吸20地旅客

一連四天的活動吸引約 14 萬名市民及旅客入場，當中包括來自內地、美國、加拿大、英國、澳洲、日本、南韓及新加坡等近20個國家及地區的旅客，其中不乏特意因活動而來港的過夜遊客。活動更獲傳媒廣泛報道，全球宣傳效益達1.14億港元，而參與的本地市民和遊客有口皆碑，更認同活動令香港的夜間更添繽紛活力。



延續氣氛品味全港 鼓勵市民旅客親享美食體驗

此外，旅發局更延續活動氣氛，聯同全城近400間餐廳及酒吧，將11月打造成「香港美酒佳餚一品全城」的盛宴，攜手提供各種佳釀美饌體驗。全新節目「飲『吧』香港」網羅了全港近60間特色酒吧，提供具香港特色的雞尾酒配搭本地食材的餐單，參與酒吧包括亞洲



50最佳酒吧得獎酒吧，讓大眾串遊探索不同特色酒吧。廣受歡迎的中菜「大師發辦」亦載譽歸來，雲集更多本地星級名廚，連同「Chill E.A.T. 品味香港」全城餐飲優惠及「細味蘭桂坊」等精彩活動，鼓勵市民及旅客食勻全港！

(5) 香港繽紛冬日巡禮

亞洲聖誕魅力 盡在香港

香港一直是最具聖誕氣氛的亞洲城市，11月中起，旅發局在西九文化區舉行香港繽紛冬日巡禮。除設有20米高的巨型聖誕樹及聖誕小鎮，更首度增設水上煙火，連續三個周末及聖誕節假期，以多個節日限定煙火圖案點綴維港，為迷人夜色更添璀璨。活動合共吸引120萬人次入場，成為冬日香港的一大亮點。



社交網絡傳遞節日暖意 特色行程吸引內地旅客

不少地旅客專程來港感受冬日氣氛，旅發局與內地社交媒體抖音合作，邀請多位精於攝影及旅遊的網紅，以有趣角度製作展現香港冬日魅力的影音內容，並於抖音上分享，又推出用戶生成內容攝影及視頻挑戰賽，鼓勵內地民眾來港感受聖誕氣氛。同時，旅發局亦邀請了多位微博、小紅書的網紅共同創作社交媒體內容，以展示香港的節日活動及氣氛，刺激訪港意欲。

此外，旅發局與內地線上旅行社「要出發」合作，每逢周末出遊旺日前推出「週遊香港」的冬日旅遊產品，以「周周上新」作招來，吸引用戶留意香港。除了有抖音網紅協助宣傳，旅發局亦在廣州、深圳的電影院進行線上線下雙軌推廣，以攤位宣傳、紀念品、打卡點等吸引大灣區的年青及家庭旅客訪港。旅發局亦與多間來自北京、天津、鄭州、瀋陽、大連、哈爾濱、長沙、武漢、成都及重慶的旅行社合作宣傳，希望吸引更多內地的過夜旅客。



分享節日暖意與保良局受助兒童提早過暖心聖誕

旅發局亦於水上煙火首演當天與約30名保良局受助兒童及家庭提早過聖誕，帶領他們到訪聖誕小鎮欣賞巨型聖誕樹，與聖誕老人見面及合照留念，並且到餐廳享用聖誕晚餐。旅發局又為一眾受助兒童送上禮物，在維港美景的明信片上填色及寫上感受，感受聖誕溫暖。小朋友亦觀賞了水上煙火，在維港兩岸的璀璨夜景留下美好回憶。



(6) 香港跨年倒數



規模空前 新年新傳奇

旅發局在12月31日舉辦了旅遊重啟以來首次跨年倒數煙花匯演，呈現歷年規模最大的「香港跨年倒數」盛會。匯演以「新年新傳奇」為題，呈獻面積最大、歷時最長的除夕煙花音樂匯演，以四季為調，帶領觀眾走過冬、春、夏、秋，周元復始。

這場極具層次的視覺盛宴，除了吸引48萬人次在維港兩岸觀賞，除夕日單日入境人次更達22.7萬，創2023全年單日新高。



線上線下 共迎新年

旅發局亦有在官方微博、微信視頻號和抖音上進行新年倒數直播，並與觀眾互動，一同迎接新一年的到來。而旅發局製作了一段包含了香港多個景點及精彩時刻的年終回顧視頻，獲得了超過700萬次觀看，進一步加強香港在內地民眾心中盛事不絕的形象。此外，旅發局亦繼續與全球主要媒體合作，同步透過衛星向全球轉播動人的維港景致及精彩匯演內容；不少海內外媒體亦有報導香港倒數盛況，讓香港以外的觀眾一同感受香港獨一無二的活力。



德國郵輪客維港迎新年

除夕當晚，德國郵輪「愛達貝拉號 (AIDAbella)」訪港，船上逾2,000名來自德國、意大利、荷蘭、奧地利、保加利亞等地的旅客，更在船上獨有位置體驗香港新年倒數，近距離觀賞煙花匯演；旅發局亦特別為乘客舉辦香港主題的派對，展示中國傳統手工藝和文化表演，豐富他們的郵輪旅遊體驗。



(7) 新春國際匯演之夜

花車巡遊喜慶回歸 歷來最多訪港表演隊伍同賀新歲



全港最矚目的賀歲盛典——「國泰新春國際匯演之夜」相隔五年重返尖沙咀街頭，活動以「龍騰香港賀新歲」為主題，除了有多部華麗耀眼的花車，還邀請了歷來最多非本地的表演隊伍參與演出，將傳統節慶提升成一場國際盛事，吸引大批市民及遊客夾道觀看，觀眾席門票更在開售後迅速售罄。

匯演當晚共有9輛花車、13支本地表演隊伍及16支國際表演團隊。匯演花車多以龍為題，寓意龍躍在港，新一年喜氣洋洋，本港著名旅遊景點香港迪士尼樂園及香港海洋公園的花車和表演亦帶來香港多重魅力；更有受大小朋友歡迎的卡通出場，一眾 Mr. Men Little Miss 角色向大家拜年。



環球表演齊獻技 炒熱大年初一氣氛

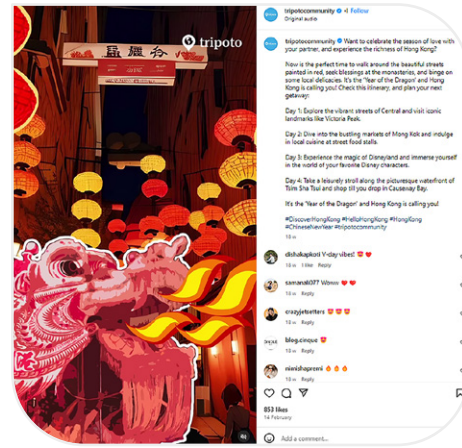
表演隊伍方面，今年國際表演隊伍多達16支，數量創下歷年之冠。來自12個國家或地區的隊伍亦非常多元化，包括日本超強人氣女子舞團 Avantgardey、美國的職業啦啦隊、西班牙光影炫舞派、德國表演團隊德國星際之光、廣西壯族自治區壯美廣西鼓樂藝術團及西藏自治區昌都市康巴文化藝術團等，內容豐富，新奇有趣，亦充分展現香港中西文化匯聚的特色。



創造全新訪港理由

為了讓更多觀眾可一同慶祝農曆新年，旅發局除了安排本地電視台進行直播，亦有安排衛星直播及轉播至內地及海灣觀眾；官方平台亦有直播及播放活動精華片段。而在活動當日，內地、台灣、新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼，以及長途市場如英國、美國、加拿大、法國、印度等都有報道，單是在內地便有逾600篇正面的傳媒報道，透過節慶活動聯繫全球，更贏得「2024營銷活動大獎」中「最佳活動製作」銅獎。

在海外宣傳方面，旅發局在印度市場以文化習俗等介紹農曆新年，及「龍年行好運」為全新訪港理由，並與當地最受歡迎的旅遊社群平台Tripoto合作，於其不同的社交媒體上，發放香港不同農曆新年慶祝活動的內容，成功接觸820萬用戶。



提升文化活動體驗

除了體育活動外，旅發局亦致力提升香港文化活動體驗，以深受本地市民及旅客歡迎的大型國際戶外音樂藝術節Clockenflap為例，旅發局特別於會場設立專屬接待區「光影休息室」，提供一個獨特的休息空間，讓參加者可以放鬆心神，在精彩緊湊的表演之間充電，從而提升參加者的體驗。



此外，大坑坊眾福利會乘著中秋節慶，於9月重新復辦「國家級非物質文化遺產」大坑舞火龍。作為本地重要傳統文化及旅遊資源，旅發局青年學院特別在活動前安排超過70位來自內地及29個國家的非本地大學生，親身體驗傳統舞火龍文化，學習舞火龍的陣式及技巧，親身舞動仿真火龍。來自西班牙的留學生Nikolas Bradbury Reed舞動過仿真火龍龍頭後的他大呼「不可思議」，認為香港獨特的文化如各式各樣的節慶，對旅客非常吸引；亦有內地來港留學生參與體驗後急不及待要分享到微信朋友圈及小紅書，邀請朋友趁中秋佳節來港觀賞舞火龍活動。旅發局亦有在內地及台灣等市場宣傳中秋大坑舞火龍，獲得當地新聞報導活動盛況，成功引起世界各地觀眾對本地傳統文化的注意。



B. 積極支持城中國際級大型盛事

作為「亞洲盛事之都」，香港在全年均有各種類型的活動、盛事舉行。為加強這些盛事的宣傳效果，豐富旅客及參加者的在港體驗，旅發局大力支持城中各項活動，除了在籌備階段提供協助，亦會配合主辦方加強宣傳推廣。

本地特色元素加入國際體育盛事

香港體育事業近年發展蓬勃，吸引不少國際體育賽事落戶香港。在2023/24年度，旅發局先後為「香港網球公開賽2024」、「2024賀歲盃」及首度在港舉辦的「LIV Golf 香港站 2024」等國際體育盛事，加強開幕禮表演元素，安排具特色的舞龍舞獅表演。而「香港網球公開賽2024」在元旦前後舉行，旅發局特別邀請各國國際球手參加「香港跨年倒數」，一同感受熱鬧氣氛。





C. 會展旅遊活動帶動高增值旅客

除了悠閒活動，商務旅遊盛事如會議、展覽及獎勵旅遊(會展旅遊)的活動亦是香港盛事體驗及經濟的重要一環，世界級的會展盛事更為香港帶來高增值旅客。在2023/24年，旅發局除了一如以往地爭取更多大型國際會展活動落戶香港，鞏固香港作為「國際會展之都的地位」，旅發局更積極提升會展旅客在港的體驗，吸引更多會展活動主辦方選擇香港作為主辦城市之餘，亦鼓勵訪港會展旅客日後重臨香港，進一步擴大盛事經濟的直接及間接效益。

根據2023年的數據，過夜會展旅客人均消費約為8,900港元，較一般旅客高接近三成，他們的平均留港時間達3.7晚。旅客組成方面，內地旅客佔略高於一半，另來自短途及長途市場的分別佔約三成及兩成。

此外，旅發局繼續發揮香港作為「大灣區會展旅遊樞紐」角色，積極爭取內地或有意進軍內地的國際會展活動在港舉行，透過不同策略便利內地主辦方了解香港會展旅遊業的最新發展；並透過一系列支援及資助計畫，鼓勵企業在港舉辦中小型會展活動，令本地會獎旅遊業客群更多元化。

發揮香港會展旅遊優勢

為持續展現香港無窮機遇及精彩商旅體驗，旅發局推出針對會展旅遊的主題宣傳，加強宣傳香港「國際會展之都」的優勢，吸引更多會展活動落戶香港；於此同時，旅發局亦加強支援不同類型的會展及獎勵旅遊活動，協助本地會展業界擴闊現有商旅市場，包括推出「小型企業會議及國際會議（會議）訪港團體資助計劃」，鼓勵營運者及會展旅遊代理爭取更多元化的會展獎勵旅遊客群來港，為會展及相關業界夥伴創造商機。

除了資助計畫，旅發局亦繼續與活動主辦方緊密合作，提供包括場地、住宿、宣傳推廣、禮賓安排等一站式的專業支援。



會展活動浪接浪 帶動高增值客群復甦勢頭

在2023年，共有約140個大型會展活動在港舉行，不少更在國際及相關業界間佔顯著地位，或由深具影響力的媒體舉辦，涵蓋多個香港具有優勢的範疇，當中包括：「Fortune Innovation Forum 2023」、由《經濟學人》雜誌主辦的「The Economist Technology for Change Asia 2023」、以及各行各業主要商展包括「2023亞洲國際果蔬展覽會」、「環球盛事 | 九月香港珠寶首飾展覽會」、「世界貨運研討會」、「亞太區美容展」；亦有不少業界活動因香港在相關範疇佔有領先地位，例如創新科技、醫學、金融等，而首次來港舉行，例如EDGE全球AI & Web3投資峰會、Asia-Oceania Conference on Obesity 2023、2023 Congress of the Asian Society of Transplantation and International Congress of Asian Academy of Preventive Dentistry 2023等，展現香港世界級的多元專業優勢。

此外，除了展現香港各行業優勢的活動，旅發局亦針對《國家十四五規劃》中有關確立香港為八大中心等策略，進一步發展會展旅遊。2023年，旅發局成功競投及促成近70個國際會展活動，預計可為香港吸納約 23萬高增值旅客。這些活動涵蓋範圍廣泛，包括科技界「SmartCon 2024」、「Coindesk Consensus Hong Kong 2025」、航空界「超級樞紐博覽會」、「Routes World 2025」、醫療界「International Society of Radiographers and Radiological Technologists (ISRRT) World Congress 2024」、「World Congress in Sport Psychology 2025」等。以上均為相關業界的世界級龍頭會議，除了展示香港作為會展活動的樞紐，更印證香港在相關業界的世界級地位。

豐富在港商旅體驗

為了豐富會展旅客在港的商旅體驗，旅發局配合盛事日程，安排他們在商務活動以外的時間遊覽香港，為旅程「增值」，讓他們對香港留下美好的印象。例如就首次在港舉行的「第17屆亞洲金融論壇」，旅發局安排約100名論壇嘉賓走出會議廳，參加海、陸夜景深度遊，包括乘搭張保仔中船、電車及開篷觀光巴士，穿梭維港及城中地標，宣傳本港的旅遊特色。而就2024年3月在港舉行的「WOW Summit Hong Kong 2024」及「Fortune Innovation Forum 2024」，適逢是「藝聚香港」舉行期間，旅發局安排論壇嘉賓乘船遊覽維港，近距離觀賞海上藝術裝置「teamLab：光漣」，並提供博物館的門票，讓他們探索香港不同的旅遊風貌。



此外，旅發局繼續發揮香港作為「大灣區會展旅遊樞紐」角色，積極爭取內地或有意進軍內地的國際會展活動在港舉行，透過不同策略便利內地主辦方了解香港會展旅遊業的最新發展；並透過一系列支援及資助計畫，鼓勵企業在港舉辦中小型會展活動，令本地會獎旅遊業客群更多元化。

升級小程序 善用數字平台 吸納內地業界夥伴

為了吸引更多會展旅客來港，在內地市場方面，旅發局在2024年第一季升級了「會聚香港」小程序，將原有的旅發局會展旅遊微信小程序提升至一個持續運行的數字平台，以接觸更多內地的會展旅遊業界夥伴，並利用他們的商業網絡推廣全新主題體驗。平台上的搜索引擎功能亦同時升級，方便用戶接收信息及搜尋所需的資訊。旅發局同時加入了更多內容，新增了266個香港酒店、會展場地和體驗的資訊，讓業界夥伴掌握最新資訊。



發動內地精英網絡 招攬會展活動

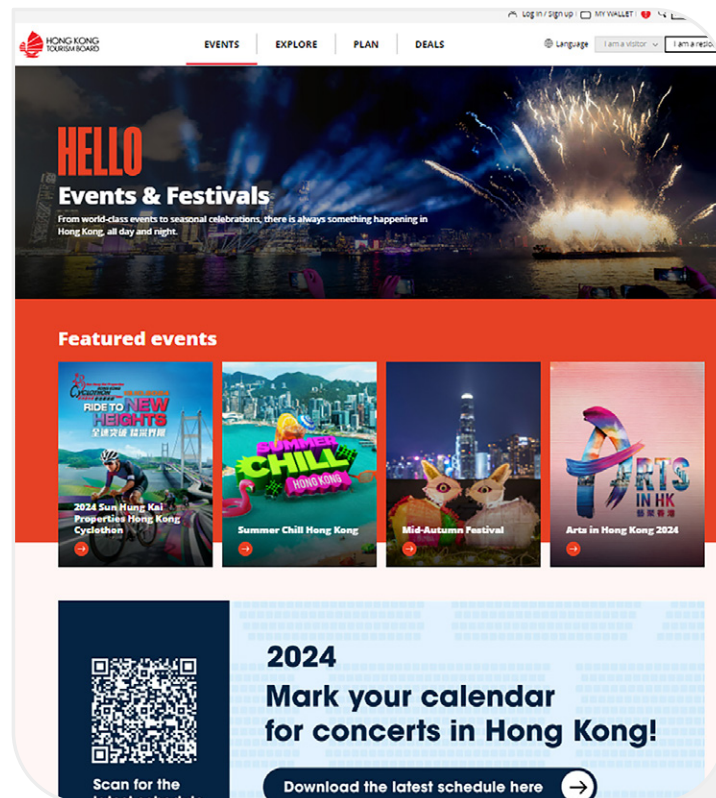
踏入2023/24，「香港國際會議大使」計劃進入第二年；除了召集了逾110位各界精英，旅發局亦邀請了20多位內地精英作為香港國際會議大使，並在11月舉辦了首個內地與香港兩地大使的交流會，就兩地會議展覽業的蓬勃發展交流最新情況及探討如何把握會展業的強勁增長勢頭，為香港相關業界創造更多商機。

自己畫成立以來，140多國際會議大使已經成功爭取了近70個會展活動來港舉行，促進旅遊及相關行業的跨界發展。

多軌策略 深化大灣區會展樞紐角色

除了爭取本地舉辦多項國際大型會展盛事之外，旅發局亦針對香港作為內地與國際「超級聯繫人」的角色，加大力度宣傳「Meet Hong Kong · Meet GBA」，一方面吸引海外展覽商以香港作為「橋頭堡」，與內地市場接軌，打開通往內地市場的大門；另一方面向希望以香港作「跳板」進軍國際市場的內地展商招手，鼓勵他們透過香港打進國際市場，雙向鞏固香港作為會展樞紐的角色。





D. 擔當「第一站聯絡窗口」

政府於2024年初成立一個跨部門的盛事統籌協調組，由財政司副司長出任組長，文化體育及旅遊局局長出任副組長，成員包括相關政策局、部門和法定機構的代表，確保在香港舉辦的盛事得到充足的跨部門支援，發揮盛事經濟的效益。

為配合政府的工作，旅發局於3月已成立「盛事拓展專組」，擔負起「第一站聯絡窗口」的角色，與盛事的主辦機構聯繫，就活動落戶香港的所需安排進行溝通、評估等，再向政府提交建議，與有關政府部門及機構協調合作以及提供宣傳推廣等支援，同時亦會物色有潛力的國際盛事來港舉行。

E. 豐富城中多元體驗

在支持盛事經濟、舉辦和支持各項活動以外，旅發局繼續利用香港一直以來深受旅客喜愛的旅遊體驗，配合旅客的新口味、新習慣，致力豐富城中多元體驗，讓旅客充分感受香港各種旅遊魅力。

甫在旅遊重啟初期，旅發局透過「香港有禮」旅客消費優惠券為首批到訪旅客送上小小心意，展現香港親切歡迎旅客的一面，期望他們感到賓至如歸；同時加強藝術文化、自然風光、健康旅遊、郵輪等體驗；此外，為鼓勵市民及旅客共同享受香港夜間體驗，旅發局年內推出了一系列特提升夜間氛圍的項目，包括與業界合作推出一系列優惠及全新廟街宣傳推廣，合力營造「香港夜繽紛」全城氣氛。



(1) 香港有禮

攜手全城逾3,800商舖向旅客送禮

為熱切歡迎全球旅客重臨香港，旅發局為旅客呈獻一連串精彩獎賞。打響頭炮的「香港有禮」旅客消費優惠券由旅發局連同全港逾400個品牌、合共超過3800間商舖合作，送出約100萬份旅客消費優惠券，每份價值至少港幣100元。訪港旅客憑券可以免費在參與的酒吧、餐廳和酒店享用迎賓飲品，或於交通工具、餐飲、零售、商戶及景點兌換獎賞，向旅客表達心意，盡顯香港好客精神。活動反應熱烈，於2023年7月加推第二輪100萬份獎賞，領取「香港有禮」更成為內地旅客訪港其中一項必做之事。



(2) 推動夜間氣氛

為鼓勵本地市民享受本地體驗，延續熱鬧氣氛到晚上，習慣外出遊玩及享受晚間體驗，旅發局積極配合政府「香港夜繽紛」計劃，陸續推出一系列活動及優惠，利用香港多姿多采的夜遊好去處，包括舉辦多項在晚間舉行的旗艦盛事、加強宣傳攻勢，多管齊下推動香港熱鬧、充滿活力的夜間氛圍，吸引市民和旅客一同參與；同時帶旺社區人流，將「人氣變財氣」，創造經濟效益。



為廟街注入全新動力

香港夜生活五光十色，不乏新潮熱點，亦有醉人美景。而較為外地旅客所認識的廟街夜市，匯聚熱鬧氣氛，加上美食、購物與地道文化，是香港獨有的夜遊景點。旅發局由2023年12月中起，聯同廟街商戶，推出為期1年的宣傳活動，為傳統廟街之旅注入新動力，除增設富廟街風味的美食攤檔，亦設置多個主題打卡位，匯聚廟街特色並激發新鮮感，以提升旅客與本地市民到訪的興趣。



食聚廟街 街頭美食嘉年華

旅發局聚焦其獨有特色，結合美食與藝術兩大元素打造特色活動，藉以提升熱鬧的氛圍。旅發局新設22個特色美食攤位及10個懷舊小食流動攤檔，提供地道小吃、風味美食，讓訪客能一站式淺嚐各種風味，促進美食商戶的生意，支持夜經濟。



藝綴廟街 設多個主題打卡位



旅發局同時邀請本地藝術家沿廟街多個地點設置具有老香港及廟街元素的發光打卡藝術裝置、特色路標及投影裝飾等，營造五光十色的感覺，讓晚上的廟街更顯璀璨，提升市民及旅客夜間探索的樂趣。至2024年3月初，廟街夜繽紛項目估計已吸引超過120萬名旅客及市民到訪。

旅發局其後推出第二階段宣傳，邀請有「廟街歌王」之稱的歌手尹光重新製作經典歌曲《廟街》音樂短片，以其獨特唱腔，演繹廟街好風光。影片中，尹光除了帶領外國遊客在大排檔一邊嘆啤酒，一邊品嚐東風螺、避風塘炒蟹等地道美食，又到夜市攤檔「掃街」，邀請旅客與市民重新探索廟街夜市，嚐盡街頭美食滋味。



推「香港夜饗樂」刺激消費

為延續夜間熱鬧氛圍，旅發局2023年11月起向訪港旅客送出全新 100 萬份「香港夜饗樂」旅客餐飲消費券，以鼓勵旅客夜間外出消費，體驗香港美酒佳餚。旅客憑券於傍晚6時起，可陸續在全港逾1,200間餐廳及酒吧，享用即減港幣100元的餐飲消費優惠。

因應活動深受旅客歡迎，旅發局其後趁聖誕及新年旺季，將活動擴大至本地市民，分兩批向香港市民送出合共20萬份「香港夜饗樂」本地市民版餐飲消費券，總值港幣2,000萬元，增加本地夜間消費的吸引力，持續為餐飲業締造商機。





哈囉威香港 旅客諮詢中心大玩 Trick or Treat

香港是亞洲其中一個最有萬聖節氣氛的城市，因此旅發局特意推出「哈囉威香港」（“Hallo” Hong Kong Halloween）推廣，分別在港鐵車站、觀光交通工具及全城多個熱點，添上玩味十足、極具創意，又富有本地特色的萬聖節主題裝飾，進一步推高萬聖節的節日氣氛。

旅發局位於香港國際機場、高鐵西九龍站及尖沙咀天星碼頭的旅客諮詢中心，亦首次「淘氣變身」，加入全新萬聖節主題海報、裝飾等，旅客除可在中心拍照打卡，亦可大玩 Trick or Treat，獲贈美味糖果；旅發局同事更為旅客量身訂制個人化的萬聖節行程，並在萬聖夜前夕向旅客送出限量節日飾物，讓大家全情投入節日氣氛。

開篷觀光巴士 夜遊港九地標景點

為推廣城市的夜間魅力及豐富遊客的體驗，旅發局與巴士公司合作推出三條特別設計的夜間觀光開蓬巴士路線，為期3個月。這些巴士在晚上經過港島和九龍多個著名景點及地標，旅客可於包括旅發局九龍旅客諮詢中心等，以特惠價格港幣20元，便可乘坐其中一條夜間巴士，欣賞迷人夜色。不少旅客事後亦有在小紅書等社交媒體分享有關巴士夜遊的難忘體驗。



向不同市場展現香港夜間魅力

趁着香港迪士尼樂園全新園區《魔雪奇緣世界》開幕的熱潮，旅發局在東南亞共邀請60位網紅來港，除了率先到訪樂園的新設施，又安排他們同時體驗各種香港夜間體驗，包括參與美酒佳餚巡禮及登上中式帆船張保仔號欣賞「幻彩詠香江」燈光匯演。有關宣傳活動在東南亞市場的社交媒體上掀起熱潮，吸引用戶發表公1,200篇社交媒體帖文，接觸達5,100萬用戶。

在台灣市場，旅發局同樣邀請50名網紅到港預覽迪士尼樂園，舉辦媒體考察、與網紅及旅行社等合作，進行香港夜繽紛促銷活動，透過媒體宣傳、用戶生成內容、巴士站廣告等途徑，全方位介紹香港夜遊、夜飲、夜食好去處，當中更包括廟街、多項年度盛事及「香港夜饗樂」旅客優惠等資訊，以創造香港夜間的動感氛圍，吸引遊客到來感受香港多姿多采的夜生活。

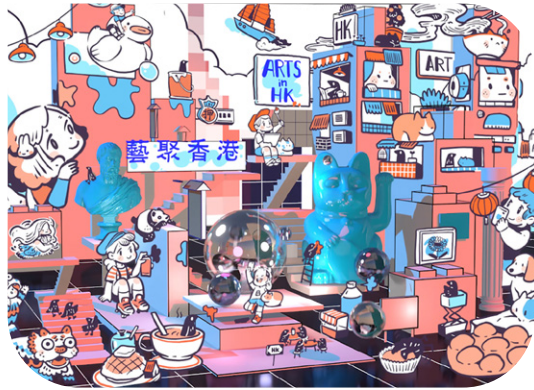
針對內地市場，旅發局在官方平台上開展社交宣傳，並與中國移動的應用程式「無憂行」合作，突顯城市的夜生活，並通過旅發局的微信小程序分發「香港夜饗樂」旅客優惠券，同時進行媒體推廣。旅發局又與美團的「住著玩」和「住著吃」合作，推廣香港的夜生活和活動，針對吸引年輕客群，及新客源地區的旅客來港。



(3) 藝聚香港

展示中西交匯文化藝術

相對以往旅客集中「食、買、玩」的消費模式，旅發局注意到，疫情後全球旅客對於深度體驗的需求越趨殷切，旅客對於目的地的特色比以往更感興趣，當中包括富有本地特色的藝術文化，更在現今旅客的旅遊行程中佔據不少時間。因此，旅發局數年前開始推出「藝聚香港」全年藝文活動推廣平台，積極宣傳及支持各項藝術文化盛事，包括巴塞爾藝術節香港展會（Art Basel Hong Kong）、Art Central、藝聚維港遊、藝術三月、法國五月藝術節、Affordable Art Fair等，吸引熱愛藝術文化體驗的旅客趁藝術活動舉行期間訪港，並方便他們計畫行程；並且透過文旅融合，鞏固香港「中外文化交流中心」的角色，將香港打造成文化旅遊首選目的地。



地道文化巧妙融入當代藝術展

其中，在2023年，旅發局與法國五月藝術節合作，邀請本地藝術家將法國藝文殿堂凡爾賽宮呈現於香港電車車身，藉電車作為「流動畫板」，將這個全方位感官和互動之旅帶進香港社區。之後，旅發局亦持續透過平台，宣傳全城不同的藝文活動，包括：Affordable Art Fair Hong Kong、大型海上公共藝術展覽《橡皮鴨二重暢》，及一系列由文化體育及旅遊局主辦的活動，如香港流行文化節、西貢海藝術節等，持續將香港打造成藝文旅遊目的地。

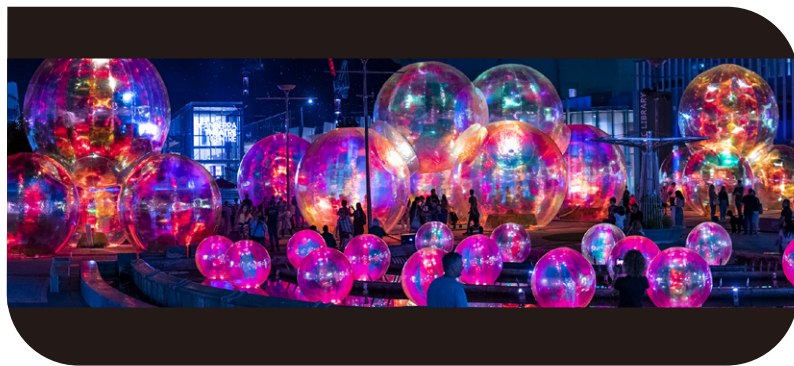
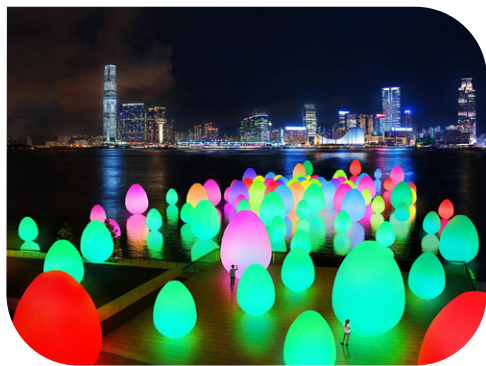
地道美食 X 社區情懷 X 當代藝術 豐富觀展體驗

除了在社區中加強宣傳各大藝術活動，旅發局亦與藝術家及當代藝術展合作，在展會內加入香港特色，豐富市民及旅客的觀展體驗，呈現香港地道文化富藝術性的一面。當中在巴塞爾藝術展香港展會中，旅發局於場內特設象徵港式情懷的「茶餐廳」，提供如菠蘿包、蛋撻、瑞士雞翼及港式奶茶等融合中西文化特色的小食。此外，旅發局在發跡香港的Art Central展會設立以舊式報紙檔為靈感的「藝聚香港」報攤，展出來自大灣區九十後剪紙藝術家陳粉丸充滿地道色彩的立體剪紙藝術，包括繽紛的香港招牌、紙皮石地磚等，在攤檔派發手繪風藝遊香港路線地圖，鼓勵觀眾遊覽香港社區中的藝文體驗。旅發局又邀請6位本地藝術家以香港的多元文化特色創作一系列作品，利用這些世界級展會向來自世界各地的觀眾展現香港的獨特魅力。



全新角度藝遊海濱

旅發局乘2024年藝術活動高峰期，特別加入全新的期間限定藝遊海濱體驗「藝聚維港遊」，向旅客市民宣傳以維港為中心，乘坐特色帆船「鴨靈號」，從早到晚沿維港兩岸探索「teamLab:光漣」、「梵高·樂印」等多項精彩藝文活動，以全新角度藝遊海濱，感受濃厚藝術氣氛。



肝鹿遊玩季2024香港站

HONG KONG TOURISM BOARD 香港旅遊發展局 | 肝鹿旅遊 CHARM DEER

西九藝文賞不盡 (以西九藝術...)
入住頂級酒店 (瑰麗或半島)
禮遇 贈送雙早、100美金消費折扣額度、視房...
贈送門票
¥18999 起

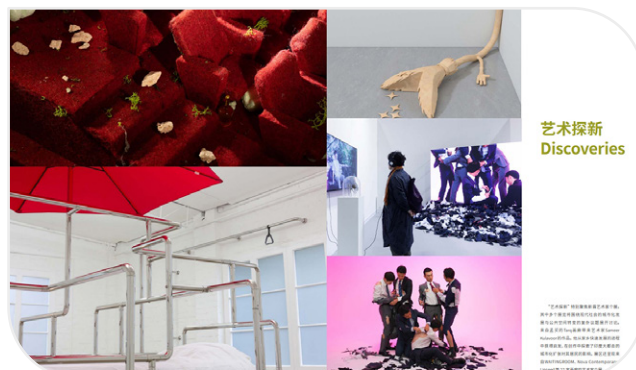
中環藝文賞不盡不停 (以中環...)
入住豪華酒店 (文華東方或四季酒店)
禮遇 贈送雙早、100美金消費折扣額度、視房...
贈送門票
¥16999 起

香港瑰麗酒店
禮遇 贈送雙早、提前入住、歡迎禮遇、延遲退...
豪華套房 | 住3付2 85折 | 住4付3
¥850 起

活用「旅遊+」推奢華酒店高端套餐遊 力吸高增值過夜旅客

為推動香港成為全球藝術界焦點，並把握藝術盛事期間的旅遊吸引力，旅發局除了邀請不同國家及地區的媒體來港外，亦在不同市場加強宣傳。因應熱愛藝術的客群中，不少屬高增值旅客，旅發局亦有作針對性宣傳。

以台灣市場為例，旅發局與時尚雜誌Vogue及當地網紅李瑜合作，邀請他們分享他們對巴塞爾藝術展和Art Central的見解，提升香港作為亞洲藝術中心的聲譽；在內地市場，旅發局除了與鳳凰藝術頻道、iWeekly等藝術媒體合作，又邀請7家國家級媒體來港，親身體驗一系列藝術和文化活動外，旅發局更與內地有影響力的奢華旅行社合作，針對富裕階層，同時推廣香港藝術和相關活動及推出「奢華酒店+」高端套餐遊，推動過夜旅遊，增加在港消費。



(4) 自然風光及健康旅遊 身心靈工作坊、城市體驗、郊遊結合為一

香港綠色自然旅遊資源豐富，近在咫尺，在疫情前郊遊、海上活動等健康旅遊已經深受遊客歡迎；而旅遊重啟後，不少旅客更加熱衷於探索自然及身心靈體驗，因此，旅發局亦透過不同合作，與業界一同打造更多綠色旅遊體驗及產品，善用香港天然資源創造旅遊商機。

旅發局於2024年3月與線上旅行社Klook、航空公司、酒店等合作，在南韓市場首推「HK Great Outdoors Festival」香港旅行團，鎖定熱愛在網絡分享生活的Z世代及千禧世代（Gen Z and Millennials），將香港的身心靈健康工作坊、城市體驗、郊遊結合為一，行程涵蓋瑜伽、夜跑、遠足等不同運動課程，既有專業戶外攝影打卡套餐，亦有韓國運動好手及星級KOL導師帶領，沿中環海濱夜跑，於尖沙咀海運大廈頂層觀景台「海運觀點」，邊做運動，邊欣賞香港壯麗天際線日與夜的景色變化。

活動吸引逾200名年輕南韓旅客參加，所有工作坊均爆滿，反映新的健康體驗旅遊產品深受當地旅客喜愛，市場潛力持續增長，更重要是成功建立香港作為戶外活動旅遊目的地的形象。



(5) 郵輪旅遊開展全新行程



為推廣香港的多元化旅遊體驗及吸引郵輪訪港吸引不同市場旅客，旅發局與政府繼續積極爭取不同的國際郵輪到訪香港。2023年共有164個航次訪港，旅客吞吐量達48萬，2024年預計會迎接17艘首次訪港的郵輪，反映香港作為其中一個亞太區郵輪目的地，一直廣受全球各地旅客歡迎。

提供額外資源予郵輪公司部署來港

在2023/24年度，旅發局積極與各郵輪公司接洽，除了提供額外資源以支持郵輪公司在港部署，又向郵輪公司推廣香港的多元旅遊體驗，將香港定位為重要的母港及掛靠港，以提升郵輪公司調配船隻來港的意欲。



提升消費者對香港郵輪旅遊興趣

同時，為提升消費者對香港郵輪旅遊的需求和興趣，旅發局與皇家加勒比國際郵輪、名勝世界郵輪等多間主要郵輪公司及旅行社合作，通過網上宣傳、廣告、舉辦業界及消費者展覽等，宣傳主題郵輪、飛航郵輪、岸上行程等各種郵輪產品，在內地、台灣、澳洲、印度、馬來西亞及越南等市場推廣香港的郵輪旅遊體驗。



強化業界合作與培訓

此外，旅發局除了與郵輪公司合作，亦安排業界和媒體來港考察，了解香港最新郵輪配套設施。為了加強不同客源市場的前線從業員對香港郵輪旅遊產品的專業認識，旅發局與名人郵輪公司在澳洲合作培訓員工，讓他們向消費者介紹郵輪產品時，提升香港郵輪旅遊的吸引之處，為香港帶來更多旅客。



積極合作 提升岸上行程吸引力

旅發局會繼續與郵輪公司、業界夥伴合作，探討利用香港最新的旅遊設施及產品，如在特別場地舉辦晚宴或貴賓體驗，以增強岸上行程的賣點，從而提升香港作為主要郵輪目的地的吸引力，並鼓勵郵輪公司將香港納入其郵輪行程，進一步推動香港郵輪業的增長。

二、全方位主題宣傳 展現香港獨有魅力



隨着香港的旅遊大門全面打開，旅發局不僅成功將香港全面復常、歡迎旅客的信息傳遞開去，更矢志創新，竭力透過全球大型宣傳攻勢，提升香港的正面曝光，激發全球旅客對香港的興趣。

旅發局充分運用香港獨有的旅遊魅力，由文化藝術、電影、美食到深度體驗，針對不同的客群和市場，度身訂造推廣策略，為旅客創造更多訪港的誘因，更讓香港的旅遊故事傳得更廣、更遠。



「Hello Hong Kong」宣傳網頁

A. 嶄新視角 發現精彩香港

旅發局今年繼續透過「Hello Hong Kong」（「你好，香港」）全球大型宣傳，向全球旅客問好，更乘勢以嶄新視角推廣香港多元化的深度體驗、新景點和新特色，鼓勵旅客以全新角度重新探索香港。

「Hello Hong Kong」全球網上宣傳成功吸引770萬人次的網頁瀏覽量、社交媒體接觸量更高達1億人次，成效顯著。

客源市場宣傳攻勢浪接浪

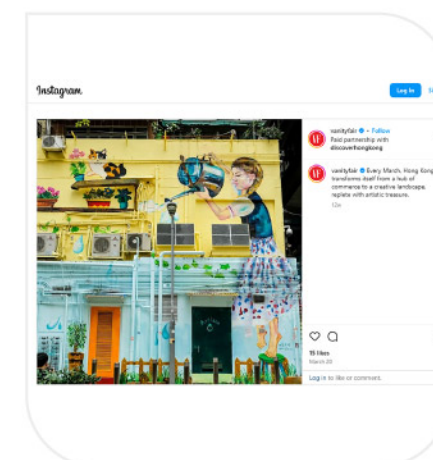
針對不同客源市場，旅發局度身訂造了不同的媒體宣傳攻勢。以美國市場為例，旅發局於重點城市加強「Hello Hong Kong」推廣，並透過國際知名傳媒如Conde Nast及 Vanity Fair等進一步宣傳深度體驗。

在法國市場，旅發局邀請了旅遊、運動網站、美食、生活雜誌以及文化平台等主題媒體，針對不同興趣的觀眾群，全方位推介香港的美食、文化藝術和郊野風光等多元體驗。

而在內地市場，旅發局透過微博、抖音、小紅書、WeChat等社交媒體進行全年推廣，加上於人來人往的上海主要地鐵站、廣州和杭州的商業中心等的大型戶外廣告進行線上線下多渠道宣傳，成功於內地接觸超過9億人次。



• 法國Voyager生活雜誌



• Vanity Fair宣傳



• 上海地鐵站大型宣傳



• 抖音推廣



• 旅遊節目《Getaway》



炮製香港旅遊特輯 吸引全球關注

為吸引全球目光，旅發局亦借助傳統主流媒體的優勢，與國際和區域電視台及新聞頻道聯手打造旅遊綜藝節目。旅發局夥拍美國有線電視網（CNN）及英國廣播公司（BBC），重點推廣香港旅遊重啟後的活力和地道吸引力。其中，2023年11月至2024年1月期間，CNN全新製作的旅遊節目於亞洲、歐洲、北美等地的電視重複播放，除了電視節目、短片及廣告，一系列由CNN團隊編製的文章亦同時於其網頁及多個社交平台發放，成功觸及世界各地觀眾。至於BBC的節目，則在2023年10至12月期間播出，以介紹香港的大自然景致及地道文化為主。

旅發局亦與知名的區域電視台無間斷合作。旅發局協助日本的全國及地區性電視台，製作共30輯電視節目；協助澳洲最長壽的經典旅遊節目《Getaway》炮製香港特輯；旅發局亦和加拿大《The Weather Network》合作，製作和播放香港旅遊短片，於電視及網絡播放近2,000次，覆蓋1,500萬北美觀眾。

這些全方位、多層次的宣傳策略，成功展現了香港全面復常後的多元旅遊體驗，激發旅客對香港的興趣，及早策劃訪港行程，親身體驗香港的獨特魅力和多元文化。



B. 探索香港獨特旅遊優勢

香港的城市內涵豐富多元，有古今中外共冶一爐的文化、有奢華和地道的美饌、有繁囂鬧市也有大自然風光。而香港電影、著名場景備受國際肯定及矚目，年中吸引不少旅客慕名而至。加之在奢華體驗和親子遊等多方面的獨特優勢，旅發局不斷推陳出新，開拓不同客源市場，竭力為每位遊客打造精彩難忘的回憶。

(1) 透過名導演鏡頭 吸引旅客朝聖打卡

近年興起旅遊打卡熱，包括前往電影拍攝場景朝聖打卡，旅發局亦透過電影，將香港的獨特文化和精彩體驗透過大銀幕呈現給全球觀眾。旅發局聯同享譽盛名的亞洲（南韓、泰國和菲律賓）導演，攜手呈獻《亞洲名導的香港景深》微電影系列，透過導演的鏡頭，分享以香港為背景的故事，展現這座城市的動人景致。微電影系列 2023年11月在香港公映，隨後於曼谷和馬尼拉舉行首映，深受當地傳媒及觀眾歡迎。

同時，旅發局亦支持由泰國人氣男星Win Metawin和著名菲律賓女星Janella Salvador主演的亞洲浪漫愛情電影《Under Parallel Skies》來港拍攝，包括就取景地點及內容方面給予建議，並在情節加入香港文化元素。電影以香港中西文化匯聚的城市為背景，在充滿懷舊風味的大城小區、大自然風光的離島，以及簇新的景點取景，吸引旅客探索香港的街區和郊野之美。電影在2024年3月舉行的第17屆亞洲電影大獎期間全球首映，並陸續在東南亞多國以及香港上映。



• 《Under Parallel Skies》海報



• 《Under Parallel Skies》劇照

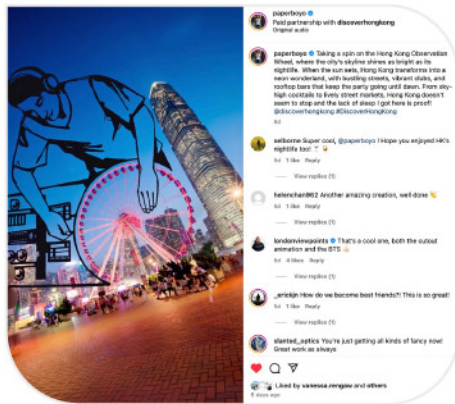


• 《亞洲名導的香港景深》泰國首映



• 《亞洲名導的香港景深》菲律賓首映

創意推廣 留下深刻印象



• Paperboy0 Instagram帖文



• 於泰國宣傳香港傳統文化

旅發局一直致力推廣文化藝術，透過各種創意項目，使旅客能更深入地瞭解香港的文化底蘊。

旅發局針對泰國市場，在2023年12月至2024年4月期間推出「Hello Good Fortune」推廣活動。當中更夥拍LINE APP推出手機求籤遊戲，旨在宣傳香港的廟宇和傳統文化。遊戲受到熱烈追捧，共錄得逾30萬玩樂次數，觸及近2,000萬人次，成為一時熱話。

旅發局亦於2024年3月，邀請英國藝術家paperboy0以別開生面的剪紙作品創作Instagram帖文，栩栩如生地展現了M+博物館和大館等文化地標的特色，成功吸引旅客的目光，留下了深刻的印象。



名人明星助陣 推廣香港文化

針對不同客源市場，旅發局亦持續以傳統媒體深度介紹藝術文化體驗。在內地市場方面，自2023年4月至2024年3月期間，旅發局與多家媒體攜手，借助知名人士和偶像的力量進行宣傳。例如，邀請「跳水皇后」郭晶晶登上《In style優家畫報》封面，並分享她的香港文化之旅；同時，我們亦與百度合作，邀請偶像TWINS在音樂實境節目中介紹她們心愛的香港文化及藝術新景點。

在台灣，大熱旅遊節目《世界跟我這樣玩》於2023年11月播出兩集特輯，詳細介紹了西九文化區、大館等香港的文化旅遊亮點。該節目在台灣多個電視頻道播放，進一步以香港的文化魅力吸引旅客。旅發局將不斷借助電影和綜藝節目的文化影響力，巧妙融合香港的旅遊元素，加強宣傳力度，以期吸引更多旅客來港，感受這座城市融合中外文化的獨特韻味。

(2) 食遍環球美饌 享受味蕾盛宴

在香港的眾多風味中，滋味美食絕對是旅客訪港行程中的重要元素。旅發局在策劃推廣時，著重以美食為主題，透過多種宣傳途徑，將香港的地道街頭小食、傳統滋味、星級餐飲、環球美味等不同面貌的美食體驗呈現給全球旅客。



身在法國 品嚐香港滋味

親身體驗，是推廣美食的最佳方法。旅發局將香港美食帶到外國，其中吸引傳媒廣泛報道的，必數香港貿易發展局於2023年9月於法國巴黎Carrousel du Louvre舉辦的「成就機遇·首選香港」研討會議。旅發局於會場設立Hello Hong Kong香港餐室，供應菠蘿包、點心、蛋撻和港式奶茶等，讓與會業界人士尤如身處港式茶餐廳，感受香港地道滋味。同年6月，旅發局亦再度參與法國里昂街頭美食節，香港美食攤位一如以往大受歡迎，4天的美食節吸引4.5萬人參加，更是接觸年輕消費者的好時機。

跟名廚和美食家吃勻全港

美食一向靠口碑相傳，現今不少名廚、美食家、美食主持等，在社交媒體都擁有數十萬追隨者，影響力不容忽視。旅發局明白旅客對自己鍾情的美食KOL的信賴，策略地邀請各客源市場受歡迎的名廚或食評人合作，拍攝節目或分享香港美食推介，引領旅客追隨美食足跡，探尋香港佳餚。

東南亞旅客對香港的街頭小食份外情有獨鍾，旅發局乘著《星廚饗港》（Kung Food）的成功，於2023年7月乘勢追擊推出《星廚饗港》第二季，由米芝蓮星級餐廳VEA總廚鄭永麒，以及口利福總廚 ArChan Chan帶路「掃街」。45分鐘節目在東南亞Discovery等多個頻道熱播，收視率超越電視台平均收視14%，加上社交媒體宣傳，接觸近2億人次。



名廚說：愛上香港美食 愛上香港

馬來西亞著名美食主持楊佳賢的《阿賢上酒樓》，於2024年1月至3月期間播出三集，詳細介紹柴火燒乳豬等別處難求的燒味美食，盡顯香港地道菜式的深厚底蘊和獨特酒家風味。

在美國，名廚Curtis Stone主持的美食節目《Field Trip with Curtis Stone》亦在公共電視網（PBS）播出，節目自2024年1月起熱播，介紹多款地道美食，例如鑊氣小炒，加上維港美景，進一步鞏固了香港美食之都的地位。

此外，旅發局亦於2023年10月至11月期間，夥拍澳洲MasterChef 評審、著名美食主持Melissa Leong，在權威旅遊雜誌《Escape》分享Hong Kong hitlist心水推介，由雞蛋仔、雲吞麵到米芝蓮三星點心，筆下呈現香港飲食的多樣化。藉著一眾公信力十足的名廚和美食家的真心分享，訴說著他們因為美食愛上香港，正正是說好香港故事的完美演繹。



• Poster of Axian Restaurant Trials



香港味道 滿載人情味

客源市場亦因應當地觀眾喜好，製作不同風格的飲食節目。韓國實況綜藝節目《Omniscient Interfering View》中，眾主持人結伴到中環蛇王芬首嚐蛇羹和傳統小菜、逛便利店，再去舊式茶樓飲茶，見識懷舊點心車，引起韓國觀眾熱話。而在內地，嗶哩嗶哩（Bilibili）製作紀錄片《第一餐》，由清晨開始，跟著生滾粥店老闆穿梭街市，同時探訪手工造銅鍋的老師傅，數十年的感情、手工的溫度，富人情味的故事能夠觸動旅客，提升旅客對香港的好感，並成功傳遞獨特的「港味」。



• 「攜程美食林」香港美酒佳餚巡禮宣傳

「跟著美食遊香港」旅遊產品大賣

旅發局的宣傳策略巧妙地轉化觀眾慾望為行動，更聯合內地美食網站「攜程美食林」於宣傳香港美酒佳餚巡禮期間，推出一系列香港美食地圖，介紹本地老字號、夜香港等不同主題的美食路線，配合網紅宣傳攻勢，吸引逾13萬旅客購買「跟著美食遊香港」私家團、自由行套票、香港美酒佳餚巡禮酒店套餐等高端旅遊產品，是旅發局以美食為賣點成功銷售產品的例子之一，更進一步彰顯香港美食之都的獨特優勢。

(3) 城市漫步 沉浸式深度遊

邊吃邊走，深入探索城市韻味，已成為旅客出遊的新模式。旅發局亦洞悉到近年旅客對文化深度遊的渴望，因此以多角度切入推廣「城市漫步」（City Walk）為主題的沉浸式深度遊，為旅客的香港之旅行程注入新鮮靈感。



• 小紅書「香港漫步指南」

• 小紅書博物漫步

小紅書「香港漫步指南」

「城市漫步」近來成為網上熱搜，尤其受到內地年輕客群的喜愛。旅發局不僅在小紅書、豆瓣、微博等內地主流社交媒體平台發布有關推廣內容，更於十一黃金假期前夕，與小紅書合作推出「香港漫步指南」。該指南介紹五條別具特色的主題漫步路線：山海漫步、博物漫步、霓虹漫步、塗鴉漫步和文藝漫步，再由多位香港藝人如黃淙澤、薛凱琪等發文助力推廣，宣傳效果倍增，成功觸及逾3,000萬人次。旅發局銳意在中秋與國慶的超級黃金檔期前加強做勢，進一步激發內地旅客的訪港意欲。

多角度說故事 了解更深入

為了滿足旅客對深度遊的喜愛，旅發局不僅推出攻略協助旅客設計行程，亦從旅遊業界人士的獨特視覺去「軟銷」香港深度遊。例如《美好香港劉嘉豪：穿梭太平山的山頂纜車車長》短片在2023年11月通過《人民日報》網站、抖音、微博等平台播出。短片中，纜車車長分享他忙碌工作的一天，每天以禮接待數以萬計的全球旅客，既有樂趣又具挑戰性。影片更為旅客提供一個全新角度，深入了解這趟世界著名的香港山頂纜車旅程背後的動人故事。

此外，旅發局亦通過富有創意的推廣計劃吸引不同年齡層的旅客，例如南韓旅遊綜藝節目《Giant Peng in Hong Kong》中，巨型可愛企鵝Peng-soo充當導遊，帶領主持們遊走美食路線、郊遊路線，輕輕鬆鬆地邊走邊吃。節目播出後，配合南韓市場多渠道宣傳推廣，南韓旅客數字錄得顯著升幅。



• 《Giant Peng in Hong Kong》

C. 運用香港優勢 開拓新市場廣納不同客群

除了展示香港多元的旅遊體驗外，旅發局亦因時制宜，按着新的政策和趨勢，向不同客群展開宣傳工作。

(1) 新增自由行城市 搶先開展市場推廣



• 西安市和青島市大規模宣傳



承着中央政府於2024年3月起擴大「個人遊」計劃，新增陝西省西安市和山東省青島市為自由行城市，旅發局隨即於西安市和青島市展開大規模的宣傳攻勢，進一步推動在內地西部和北部市場的拓展。



夥政府部門赴西安青島與業界交流

旅發局非常重視「個人遊」計劃的擴展，於2024年3月13至14日期間，積極籌備兩場旅遊業界簡報會，由文化體育及旅遊局局長、旅遊事務專員與旅發局總幹事親自帶隊，赴西安及青島舉辦旅遊業界簡報會，與逾百家當地媒體及業界代表深入交流，推廣香港文旅深度體驗。



• 西安市和青島市旅遊業界簡報會

誠意向個人遊旅客 說聲香港歡迎你

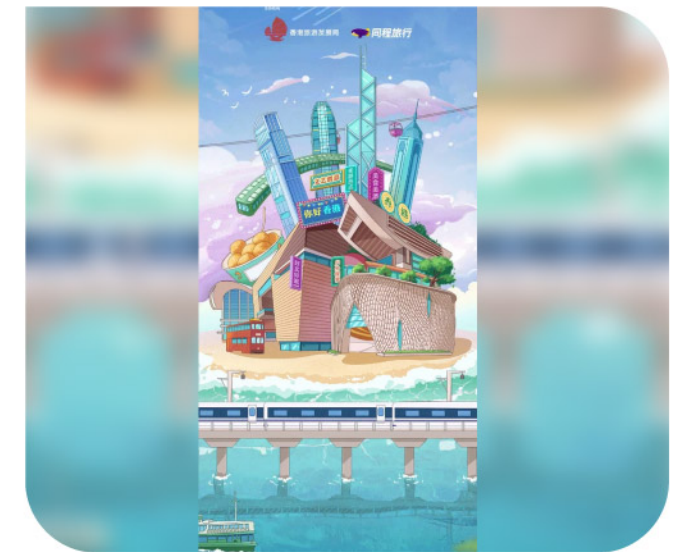
為了提升香港在西安及青島的曝光，旅發局進行全方位宣傳，在當地知名地標播放香港旅遊宣傳片，傳遞「香港歡迎你」的暖心訊息。同時，旅發局聯同當地旅行社和航空公司，推出「旅遊＋演唱會」、「旅遊＋美食」、文藝深度遊、親子遊等多款主題旅遊產品及機票餐飲優惠，趁香港遊新鮮感十足之際，搶攻當地出遊市場。旅發局將持續於新增個人遊城市發布最新旅遊資訊、展開多渠道宣傳攻勢，向內地自由行旅客展示香港熱情好客之道。

高鐵香港遊 便捷旅遊新趨勢

另一方面，高鐵遊逐漸成為內地旅客出遊新趨勢，旅發局觀察到乘搭高鐵來港的內地旅客比例持續上升，尤其於五一黃金周等假期期間比例更高。因此，旅發局重點向五小時高鐵圈內的六個省市，包括湖北、湖南、江西、廣西、福建、廣東，推廣高鐵香港遊，特別鎖定首次訪港的年輕客群，進一步推動兩地居民交流互動。

把握高鐵遊新機遇 沿線省市加強推廣

旅發局抓緊高鐵遊的新機遇，邀請高鐵沿線大城市具影響力的傳媒及抖音網紅訪港，例如與湖北綜合頻道《幫女郎在行動》、湖南都市頻道《第一時間》等節目合作，推廣乘高鐵直達香港的便捷性，展示從國內中西部城市瞬間就抵達香港西九龍的快速與高效。這一系列推廣在2023年6月至2024年1月期間持續進行，有助吸引更多內地旅客訪港。



五小時高鐵圈 力吸年輕首遊族

為了進一步拓展年輕客源，旅發局在2023年6月至2024年1月期間與內地著名旅行平台「同程旅行」合作，推出「新旅行趣香港」大型宣傳。此次活動聚焦於香港五小時高鐵圈內的沿線城市：武漢、長沙、南昌、南寧、福州、廣州，特別針對大學高校生等的年輕客群進行創意推廣，並推出學生專屬的出遊優惠，刺激五小時高鐵圈內首遊族的遊港意欲。此創意推廣觸及9,000萬人次，逾41萬人購買相關高鐵遊產品，以方便輕鬆的嶄新出遊方式，來港參與盛事活動及體驗地道文化。

(2) 發揮超級聯繫人優勢 拓「一程多站」增競爭力

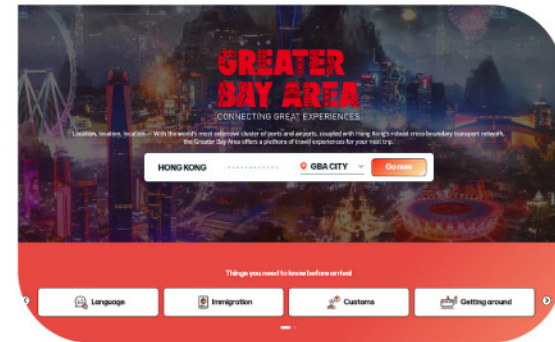
香港擁有「背靠祖國、聯通國際」的優勢，旅發局在推廣大灣區旅遊方面不遺餘力，一直與大灣區各城市的旅遊局緊密合作，共同向世界各地旅客展示大灣區旅遊風采，合力推動區內「一程多站」旅遊模式，進一步增強大灣區整體的旅遊競爭力和吸引力。



• 曼谷「大灣區—融匯精彩體驗」

復常後首個大灣區大型海外宣傳活動

乘着旅遊全面重啟，旅發局在2023年10月19日聯同廣東省文化和旅遊廳及澳門旅遊局，在泰國曼谷舉辦復常後首個大灣區大型海外宣傳活動。旅發局聯同粵澳旅遊部門，於「大灣區—融匯精彩體驗」活動中，向逾 100 名當地業界、媒體、KOL等，呈獻全新的大灣區旅遊品牌，首播全新大灣區旅遊短片，深入介紹區內的旅遊體驗和最新發展。活動順利完成並廣受媒體好評，產生接近100份正面傳媒報道，成績斐然。



• 北美大灣區考察團

北美業界 親身體驗九日八夜

旅發局亦很重視旅遊產品的發展，出招協助業界設計精彩行程。在2023年9月9至17日期間，旅發局與國家文化和旅遊部、廣東省文化和旅遊廳以及澳門旅遊局合作，邀請北美的旅遊業界出訪香港、澳門、廣州及江門。

在這九日八夜的考察期間，代表們遊覽了四個城市獨具特色的景點及活動。通過親身體驗，業界代表以第一身視角，精心挑選並拼湊設計出深受北美旅客喜愛的旅遊路線。此次考察的成果顯著，代表團成功推出10款旅遊產品，共吸引逾1,000名北美旅客踏上旅途，展開大灣區遊歷。透過這次北美業界考察團的成功經驗，旅發局進一步意識到，為不同目標客群度身訂造旅遊產品是吸引旅客的致勝關鍵。

全新一站式大灣區專題旅遊網站

為了進一步提升大灣區旅遊的便捷性，旅發局推出全新一站式大灣區專題旅遊網站（www.discovergreaterbayarea.com），涵蓋大灣區「9+2」城市多個景點和多元化體驗，提供多項實用資訊，讓旅客按城市地點、或按喜好主題去探索大灣區旅遊魅力。配合大規模戶外宣傳、旅遊節目等一系列推廣，讓旅客更熟悉大灣區「一程多站」的旅遊概念，期待他們前來發掘更多。



• 一站式大灣區專題旅遊網站

(3) 吸引旅客來港共渡親子時光

家庭旅客一直是香港旅遊業主要目標客群之一，尤其對於短途市場如東南亞、日本、台灣等，香港的主題樂園、便捷的郊外和沙灘等，一向備受家庭旅客歡迎。

旅發局今年持續推廣嶄新的親子景點、主要景點和商場內的親子友善設施等，冀望能夠通過這些措施，吸引更多家庭旅客選擇香港作為旅遊目的地，享受歡樂親子時光。



南韓《超人回來了》爆紅一家 製作暢銷旅遊指南

鑒於南韓市場的家庭旅遊呈現上升趨勢，旅發局藉著當地親子真人騷《超人回來了》的熱度，精心策劃相關推廣活動。在2023年12月至2024年1月期間，邀請了節目中的著名韓國球星朴柱昊（Joo-ho Park）及其一對可愛混血子女來港，並將其行程、推介製作成精選短片，並出版旅遊指南。其後，在旅遊指南的簽名發布會上，不少觀眾一家大細到場支持，氣氛熱烈。該指南更登上Kyobo書店旅遊書暢銷榜第八位，而四段精選短片於朴柱昊的YouTube頻道更錄得約200萬次瀏覽。此次推廣，成功將節目熱度轉化成旅遊動力，為香港的親子旅遊市場注入新的活力。



• 朴柱昊旅遊指南



• 朴柱昊及其子女



精彩多元，旅客定能感受到香港之旅的快樂，正面口碑持續在不同客源市場傳遞開去，有助香港吸引更多高消費家庭旅客。

探索香港：老少皆宜的旅遊體驗

對於小朋友來說，卡通片有著特別的魔力。內地熱播的金鷹卡通《跟著麥咕遊香港》帶領觀眾暢遊香港地質公園和濕地公園、到金魚街打卡看金魚、再乘「叮叮車」暢遊港島，行程豐富多彩。而台灣東森電視台的《花甲少年去旅行》，主持們一嘗西貢出海撐獨木舟、海洋公園親親企鵝，歡笑聲不斷。這些節目突顯香港親子遊的

(4) 針對高消費旅客部署策略

旅發局對準高端市場部署推廣，致力吸引高消費旅客來港的同時，亦積極拓展旅遊產品的種類與深度，務求持續豐富旅客在港體驗，以延長他們的逗留時間，增加在港消費。



• 《PAVONE》香港專輯



• 《PAVONE》香港專輯

香港華麗體驗盡呈現

吸引高增值過夜旅客來港的推廣策略，包括善用高端生活平台等媒體的高消費讀者網絡，宣傳香港的世界級奢華體驗。日本高尚生活季刊《PAVONE》2024年1月號就以38頁全版專輯，詳盡推介香港新開業的五星級酒店、亞洲50最佳酒吧、以及專訪米芝蓮星級總廚等。這些報導豐富新穎，風格華麗引人注目，是近年篇幅最大的雜誌香港專題報道，有助吸引旅客慕名而至，感受香港的奢侈與繁華。

善用高端平台 接觸高增值過夜旅客

以加拿大TORONTO STAR旗下的THE KIT高尚生活平台為例，其香港專頁網羅多元化資訊，如香港的奢華酒店、精緻美食、獨特購物體驗以及豐富娛樂體驗，傳遞香港作為亞洲國際都會的非凡魅力。網頁於2023年12月至2024年2月期間，成功觸及逾600萬人次，持續加強香港於長途市場高端消費群的曝光率，吸引重視高質素享受的過夜旅客來港，讓他們在「食、玩、買、住」等多方面都能獲得極緻體驗，讓香港成為全世界高端旅客的首選旅遊目的地。

(5) 持續發掘穆斯林客群潛力

為吸引更多過夜旅客，旅發局將持續不斷開拓更多新市場，並繼續投放資源，深入發掘穆斯林客群的巨大潛力。除了在旅發局的DiscoverHongKong.com網頁上，專門為穆斯林旅客度身訂造了詳盡資訊，旅發局亦不斷透過多元渠道將香港打造成為「穆斯林友好」的旅遊目的地。



• 穆斯林旅遊業界代表團訪港

「穆斯林友好」形象 東南亞廣傳

旅發局對東南亞市場的穆斯林客群尤其重視，一直與當地的媒體合作，並透過公關宣傳、消費者市場推廣及業界活動等，不繼將香港的「穆斯林友好」形象於穆斯林客群中傳開去。例如，在2024年2月至4月期間，旅發局與印尼主要電視台TRANS 7的資訊娛樂節目緊密合作，安排主持人遊走香港新景點，又與在港穆斯林社群互動，讓觀眾深入了解香港的穆斯林友善環境，進一步鞏固「穆斯林友好」的形象。

旅發局除了在電視上展示香港的旅遊特色外，更於2024年3月27日舉辦一年一度的開齋活動，吸引80位業界及媒體夥伴出席，進一步與穆斯林客群建立關係。在活動中，旅發局提供了香港最新的旅遊景點和體驗，並邀請了知名的印尼KOL分享她最近的香港家庭假期。是次活動共獲得50個媒體81篇報導。

嶄新香港穆斯林旅遊產品 順利佔攻市場

旅發局亦舉辦了多場旅遊業界訪港考察團，例如在2023年9月，旅發局盛邀請共17家來自印尼、馬來西亞、新加坡的穆斯林旅遊業界代表，親臨香港進行了為期5天的深度體驗。期間，代表團體驗了香港各大景點內的穆斯林設施、享用符合穆斯林飲食要求的港式點心和新派料理，當然少不了參觀清真寺和香港最新文化地標，例如西九文化區等，資訊既實用又緊貼潮流。

考察團結束後，一眾業界除了加強推廣香港旅遊資訊外，亦在社交媒體上分享香港之行的點滴，部分旅行社更迅速推出嶄新的穆斯林旅遊產品，並在短短數月內組織8個旅行團訪港。這充分印證了旅發局與業界攜手合作，成功吸引穆斯林旅客訪港消費，共同開拓穆斯林市場的旅遊新機遇。



• 穆斯林旅遊業界代表團訪港



D. 目不暇給的精彩優惠

香港旅遊業穩步復蘇，有賴全城上下一心的鼎力支持，旅遊業界積極創新，以創意及誠意支持香港旅遊業發展。旅發局積極進行全方位的全球推廣，同時亦與本地和客源市場業界並肩作戰，提升香港的旅遊競爭力。旅發局與業界緊密交流，透過不同途徑讓業界了解香港最新情況，並協助業界設計具吸引力的嶄新產品，以及聯手推出震撼優惠，直接刺激旅客來港意欲。

聯乘業界 乘最佳時機推注目優惠

旅發局積極與各客源市場的旅遊業界合作，根據市場喜好及需求，靈活推出多樣化產品吸引旅客。例如，乘著內地對法國的免簽證政策，旅發局隨即聯同法國逾百家旅行社推出香港加內地城市的旅遊套票。通過網上推廣，並於主要商場和旅行社的顯眼位置放置宣傳品，線上線下同步提高香港的曝光率。此外，旅發局亦與旅行社聯手推出獎勵計劃，以激勵業界更積極推銷香港產品。

在台灣市場，旅發局亦與航空公司聯手推出優惠，以「去香港的N個理由」為主題進行綜合推廣，宣傳來回機票買一送一優惠。在南亞，支持逾40間當地旅行社進行推廣，鼓勵旅客相約親友一同探索香港。

在印度市場，旅發局亦抓緊新航線開通的契機加強宣傳。乘著IndiGo及Vistara兩家航空公司開通來往香港及德里的新航線，以及國泰航空重啟南印度航線，旅發局支持業界來港考察，親臨香港體驗嶄新旅遊元素，進一步提升香港在印度市場的吸引力。



• 法國商場大型宣傳



• 「去香港的N個理由」綜合推廣

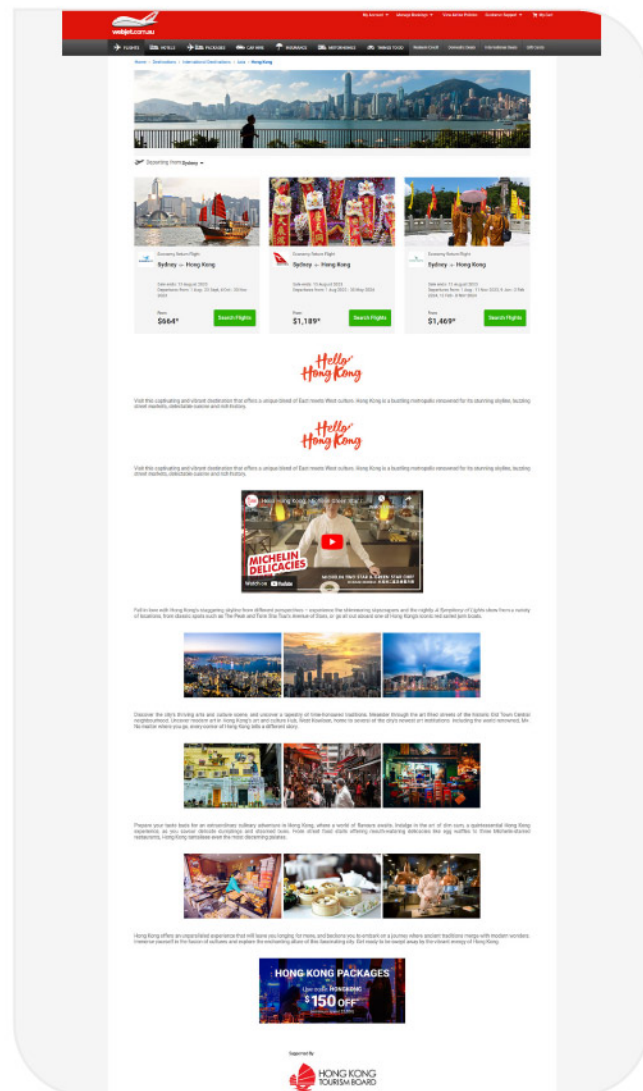
夥拍主流旅遊平台 促銷香港旅遊產品

旅發局亦持續利用熱門網絡平台，與各客源市場聯手推廣，成果顯著。在北美市場，旅發局與Expedia的Hello Hong Kong 合作推廣，吸引逾2.5萬名旅客購買旅遊產品、售出客房3萬多晚。

東南亞市場則與平台客路（Klook）、Trip.com、Traveloka推出優惠，共吸引合共逾45萬人次訂購、售出客房9,000晚及7,300張景點門票，宣傳期間觸及逾3,200萬人次。內地市場亦夥拍「途牛」推出會員優惠，超過2.5萬名會員享用此獨家聯乘優惠。在澳洲市場則與國泰航空攜手推出旅遊產品，在主要網上旅遊平台Webjet重點推介香港套票及訂購優惠，吸引旅客將香港加入旅遊清單。



• 途牛會員優惠



• 旅遊平台Webjet

創意主題產品 展現香港多元魅力

各地旅遊業界亦巧妙推銷香港旅遊產品，為市場注入新的活力。在台灣，同業行銷推廣多樣化，如母親節推出「感恩月」活動、高端酒店和美食套票的「奢享長榮」，以及迎合女性旅客喜好的「女神節」主題旅遊產品。在內地市場，旅發局亦與多間高端旅行社合作，推出包含豪華酒店的奢華套票，吸引高消費過夜客群。在杜拜，旅發局參與香港經濟貿易辦事處於當地舉行的龍舟嘉年華，聯同業界於會場推廣香港遊，並以虛擬香港拍照館等互動環節宣傳香港，兩日活動吸引逾2,000名旅客參與。



• 豪華酒店奢華套票



• 杜拜龍舟嘉年華



• 母親節「感恩月」活動



• 「女神節」主題旅遊產品

三、廣邀名人媒體 親臨香港體驗



「親身體驗、眼見為實」是讓旅客感受香港的真實情況、探索多元旅遊體驗的不二法門。為了令旅客掌握香港的最新情況和旅遊資訊，旅發局將逾3,000名來自世界各地的旅遊業界代表、媒體、影視紅星、網紅博主等深具影響力的各界人士「請進來」，親臨香港，親身體驗，並為他們度身訂造個人化的主題行程，產生正面口碑，透過他們的龐大影響力，將香港歷久彌新的魅力傳遍全球，吸引各地旅客來港旅遊。

A. 國際明星香港精華遊 向全球粉絲心水推介



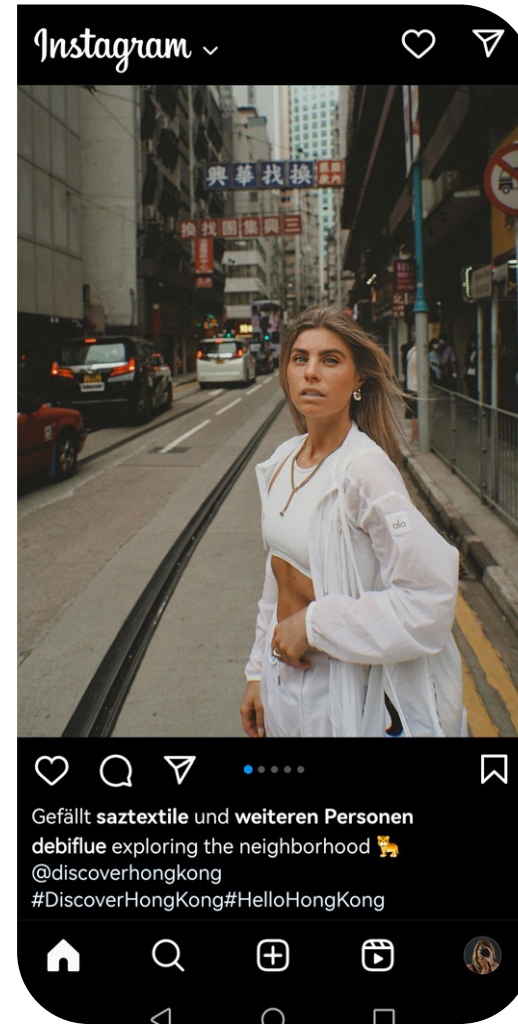
運用明星效應能加倍香港在國際舞台的曝光，在2023年，旅發局邀請了荷里活知名影星、《我的超豪男友》男主角亨利高汀、日本人氣巨星佐藤健、南韓人氣演員丁海寅，以及日本藝人藤森慎吾來港，拍攝遊記片段，以第一身視角享受香港多元化體驗。其中，亨利高汀暢遊油麻地天后廟、旺角舊式上海理髮店、舊城中環、大館星級餐廳等，中西合璧的獨特體驗令他非常難忘，大讚要向全球朋友推介。

旅發局亦邀請馬來西亞籍人氣女星林明禎，一同策劃「禎華遊」短片，她到訪港式茶餐廳及大排檔地道品嚐美食、唱遊廟街歌廳等，形容恍如置身香港懷舊電影場景一樣。透過明星們在社交平台分享他們親身經歷的精彩時刻，配合旅發局的宣傳、傳媒廣泛報道，吸引全球粉絲及旅客的眼球聚焦香港。

網紅推介遊港攻略 多元魅力跨界無疆

社交媒體的影響力日益顯著，越來越多旅客根據網絡推介選擇目的地及策劃行程。因此，旅發局在2023年邀請了逾350位來自內地、南韓、日本、東南亞、印度，以及歐美等地區的網紅赴港親身體驗，將香港旅遊魅力推廣給更多旅客。

有見內地旅客熱衷深度遊和追求特色地道行程的趨勢，旅發局在2023年5月與內地「小紅書」平台合作，舉辦「飛凡之旅 · 發現香港」活動，邀請88名擁有廣大粉絲量的博主，來港體驗內地年輕人深感興趣的不同主題行程。旅發局特別為博主們度身設計五大主題行程，包括文化藝術、戶外體驗、親子家庭、美食美酒及潮買潮玩，讓他們第一身體驗香港「地膽」特色活動及旅遊新玩法。博主們完成遊港之旅後，以「打卡教學」、「遊覽攻略」及「即時分享」等手法在平台分享行程精華及在港見聞，藉其社交平台影響力，吸引內地年輕客群來港，並在小紅書、微信等錄得逾3,200萬觸及人次。



新興市場方面，旅發局在2023年6月邀請7名於社交平台合共擁有約400萬粉絲的印度KOL訪港，行程涵蓋美食、文化、藝術、郊野、盛事等不同範疇，他們發佈200多篇帖文、吸引逾700萬次瀏覽，並引起旅遊業界查詢，成功激發印度市場對香港旅遊的興趣。而在長途市場，擁有70多萬追隨者的德國網紅Debi Flügge同年5月應邀來港體驗，她在Instagram分享訪港行程，介紹西九文化區、荷李活道、維港等嶄新和經典景點外，亦向粉絲介紹香港純素美食，觸及250萬人次。



旅發局亦與內地視頻網站哔哩哔哩（Bilibili）合作舉辦「青年新旅行、港風新體驗」專題創作活動，邀請了13名「Up主」來港，走訪香港經典影視取景地及知名地標，並製作了21部視頻，社交媒體觸及人次及瀏覽量共錄得約6千萬。隨着大灣區「一小時生活圈」越趨成形，旅發局邀請區內25位網紅定期訪港，介紹節日活動、購物及美食驚喜，冀激發大灣區旅客的訪港頻率和消費。

旅發局在海外市場與網紅合作的宣傳策略亦取得顯著成效。例如旅發局在2023年10月邀請了逾60位東南亞當地網紅訪港，一眾網紅其後發佈逾1,200篇社交媒體帖文，在網上觸及逾5千萬人次。



名廚網紅盈門尋味 美食風貌沁人心脾



香港素有「美食之都」的美譽，獨有的中西匯萃和多元美食文化體驗，吸引全球旅客慕名而來。因此，旅發局運用香港美食文化的優勢，持續在全球推廣，吸引旅客來港「Tasting is Believing」，親嚐香港滋味。

旅發局在2023年6月邀請了6位分別來自泰國、菲律賓、日本、澳洲及美國享譽國際的頂尖名廚訪港，親身體驗和品嚐香港多元美食。隨行的還包括12名來自亞洲、中東、歐洲等地區的國際著名食飲媒體代表。他們與本港星級名廚深度交流、走訪上環海味街、城中多間星級食府和酒吧、參與港式點心工作坊、品嚐傳統圍村盤菜等，透過他們在國際餐飲界的網絡以及媒體影響力，將香港獨特的美食及文化帶到全球，鞏固香港「美食之都」地位，吸引旅客訪港開展品味之旅。

香港餐飲界近年於國際舞台大放異彩，在「世界 50 最佳」、「亞洲50最佳」，以及米芝蓮指南等國際權威餐飲評級中屢獲殊榮。2023年7月，區內最具權威的雞尾酒潮流指標盛事「亞洲50最佳酒吧」頒獎典禮彩拍旅發局，首度移師香港舉行，逾800名全亞洲最優秀的調酒師及業界精英雲集香港，慶賀亞洲酒吧業的驕人成就，同時親身感受香港調酒界繽紛多元的魅力。業界更精心籌備全城一連串期間限定活動，邀請世界頂尖調酒師坐陣調製雞尾酒，向全球顯示香港蓬勃發展的酒吧業及獨特餐飲魅力。

另外，旅發局年內亦先後邀請了英國3位與香港有淵源的「超級香港迷」兼飲食網紅及名廚訪港，為他們精心設計美食之旅，盡享平民美食以至高級餐飲體驗，並透過他們的社交平台、媒體報道等展示予其粉絲，合共錄得逾663萬短片及帖文瀏覽量。



B. 廣邀全球業界 考察香港全新魅力

旅發局一直致力與不同客源市場的業界夥伴建立良好關係，過去一年安排不少業界活動，持續提升各地業界對香港的認識。另一方面，旅發局透過安排考察團，讓業界親身來港感受不同旅遊體驗，冀藉此激發他們的靈感，推出更多不同類型的旅遊產品。

爭取內地高端旅客訪港

針對內地這個香港最主要的客源市場，特別是發掘更多具備高消費力的旅客訪港過夜，旅發局在年內舉辦了多個內地業界考察活動。其中，一班內地旅遊業界高層代表在10月底訪港考察，旅發局特意安排他們到訪香港美酒佳餚巡禮旗下活動「品味全城」的精選餐廳，享受優質餐飲體驗。旅發局亦與多家內地旅行代理商合作，針對富裕客群推出不同高端旅遊產品和套票。



加強穆斯林業界認識香港

穆斯林是極具潛力的市場，旅發局與阿聯酋大型旅行代理商合作，邀請當地官員在2023年5月訪港，體驗香港的尊尚旅遊樂趣，包括直升機傲遊香港俯瞰城景、品味豐富的咖啡飄香文化、刺激的賽馬觀賞體驗等，透過官員的影響力製造正面口碑，帶動當地高端旅客訪港。



此外，旅發局亦在9月邀請了多名來自新加坡、馬來西亞和印尼的穆斯林旅行社代表來港，介紹香港的穆斯林友好設施和餐飲，建立香港穆斯林友好旅遊目的地的形象。

歐美業界考察 親睹香港旅遊風采

為盡快吸引長途市場旅客疫後重臨香港，旅發局與歐洲航企巨擘漢莎航空合作，舉辦了兩場業界考察團。2023年6月，德國三大旅行社DER Group、FTI及TUI，白標旅行預訂平台Neon Reisen、當地最大型的旅遊格價及預訂平台Journaway，專營亞洲旅遊的Asian Dream，以及豪華旅遊代理Miller Reisen的業界代表來港體驗。同年11月，國際郵輪品牌途易郵輪（TUI Cruises）、MSC Cruises、豪華郵輪公司Hapag Lloyd Cruises等高層亦親身訪港考察，其他一些以歐洲市場的豪華旅客為目標的業界夥伴，如Windrose Finest Travel 和多航空公司訂票平台 Aerticket，也參與了這次考察之旅，讓香港從這些業界夥伴身上發掘擴大消費者基礎的潛力。兩次考察均獲得歐洲業界十分良好的反應。

針對美國、加拿大、澳洲及新西蘭市場，為了令當地業界對香港旅遊發展有最新認知，旅發局在11月安排當地業界訪港，發掘香港郊野自然、水鄉風情、賽馬特色等，並促成他們與本地業界洽淡合作。另外，旅發局多次為澳洲和新西蘭業界安排線上研討會，每場平均有200人登記參加，反應熱烈，並在奧克蘭、墨爾本、珀斯和悉尼等大城市舉行活動，直接與當地旅行社和主要合作夥伴接觸。



拓展印度機遇

印度是旅發局重點開拓的新興市場，旅發局在2023年4月邀請了30多名來自德里、孟買、班加羅爾、浦那和艾哈邁達巴德等關鍵市場的業界代表訪港，除了親身體驗香港最新的旅遊景點和地道文化外，亦安排他們與本港業界共洽商機，推動更多印度休閒旅客，以及當地遊學團、家庭豪華團在夏季期間訪港。



會展旅遊業界考察 了解最新旅遊資源

會議、展覽及獎勵旅遊（會展旅遊）是旅遊業重要一環，有助吸引高端旅客訪港。因此，旅發局在全面恢復旅遊後，多次安排來自內地、南韓及印度的會展旅遊業界代理、企業及商會代表訪港，約350位業界代表參與。旅發局帶領他們了解香港最新的會展旅遊資源及親身參與及體驗不同盛事。

其中，旅發局年內為內地業界舉辦了三次訪港考察活動，並為他們度身訂造不同行程，展現香港「國際會展之都」的嶄新基建、營商機遇和獎勵旅遊體驗等。旅發局亦為東南亞主力籌辦會展業務的業界夥伴舉辦考察活動，介紹和展示本港會展旅遊的最新發展，並邀請業界參加香港美酒佳餚巡禮。

另外，旅發局在2024年1月與印度航空公司、國際酒店品牌合作，接待了來自印度德里國家首都轄區的主要會展旅遊業買手，體驗及探討香港企業會展旅遊發展的潛力，成功鎖定數個獎勵旅遊團在2024至25年度訪港，預計旅客總數逾1,000人。



C. 媒體第一身視角 放送港風新體驗

旅發局重視運用媒體的影響力，將香港精彩旅遊故事帶到全球每一角落。因此，旅發局邀請來自全球各地約360家媒體共約1,500人訪港親身體驗香港最新的旅遊樂趣和多元特色，藉着他們的報道及廣泛影響力向全球旅客展現香港全新的觀光體驗。



旅發局在2023年合共安排了44家內地全國性及區域大型媒體機構代表訪港，包括參與「亞洲50最佳酒吧」活動，親嚐香港國際頂級美食及餐酒；體驗香港最新會獎旅遊產品；參與旅發局的香港美酒佳餚巡禮、「藝聚香港」推廣的藝術活動，以及節慶盛事等。例如，文化媒體《COSMOPOLITAN》專題報道香港本地的非遺技藝、西九文化區等，將香港耳目一新的文藝氣息介紹予全國讀者。

香港是台灣旅客熱門旅遊目的地之一，旅發局全年安排不同台灣媒體及網紅訪港，例如到訪油麻地廟街感受旅發局全新推廣的「食聚廟街」和「藝綴廟街」。台灣的藝文媒體及網紅亦獲邀參與巴塞爾藝術展會香港展會和Art Central城中兩大藝術盛事。

旅發局亦按不同客源市場的旅客趨勢，為訪港媒體代表設計不同主題的行程，更精準將香港旅遊魅力傳遞給當地旅客。



例如針對重視信仰文化的東南亞旅客，旅發局在2023年6月接待6家東南亞傳媒代表以及7位網紅，展開香港穆斯林主題遊，到訪香港不同清真寺、主題樂園，以及獲得清真認證或清真友善的餐廳。而在2024年2月，旅發局安排10家泰國媒體代表在農曆新年期間，由著名泰國算命大師作嚮導，走訪不同著名廟宇及大埔林村許願樹，深入瞭解香港的祈福習俗。

面向鍾情戶外體驗的歐美旅客，旅發局在2023年5月，為英國《獨立報》記者安排探索香港的大城小區、街頭地道小食，並投身優美恬靜的香港大自然。《德意志新聞社》代表則於2024年2月訪港，展開香港離島「跳島遊」。乘着香港春季藝術氣息盎然，旅發局在2024年3月邀請日本媒體來港體驗不同藝文活動，並感受時尚酒吧及美食文化。



四、攜手業界邁進新程 共同展現好客文化

在提升旅客體驗、加強全球市場宣傳及面向旅客的親身體驗推廣外，旅發局作為香港旅遊業界與持分者之間的橋樑，今年度除了繼續緊密與旅遊及相關業界夥伴溝通合作，亦牽頭帶領業界積極「走出去」，參與不同客源市場的旅遊業界活動，開拓商機。

與此同時，旅發局持續透過「優質旅遊服務計劃」鼓勵業界提升服務質素，為業界提供指引及培訓支援，從提供服務的前線業界開始做好專業優質的服務，提升香港作為「好客之都」的口碑，加強旅客對旅遊業界信心。



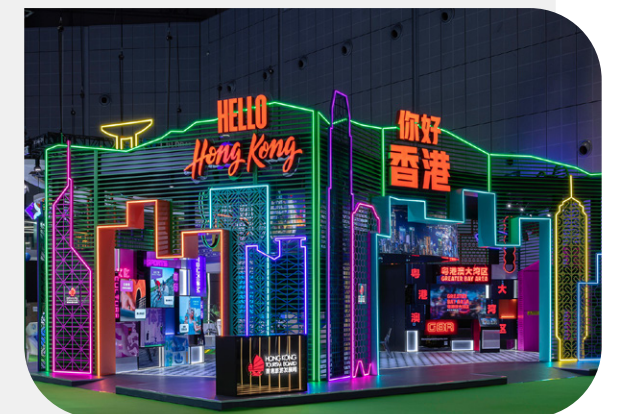
• ITB Berlin



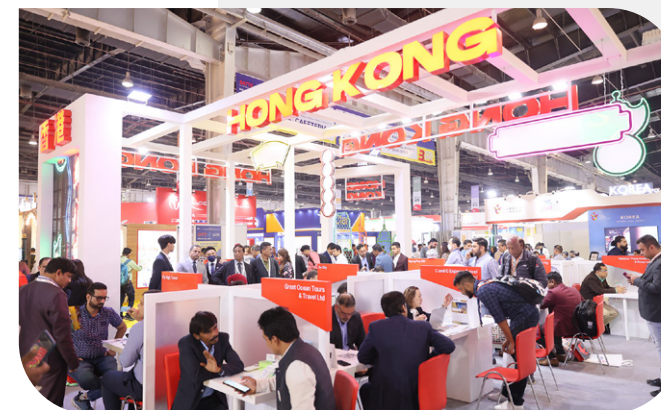
• Tourism Expo Japan



• GITF



• CIIE



• SATTE



• TITF

A. 走出香港 聯繫客源市場業界夥伴

香港旅遊業要發展蓬勃，實有賴業界的支持與合作，方可做大做強，而內地和海外的旅遊業界，更一直是旅發局的重要戰略夥伴。

因此，旅發局主動出擊，牽頭帶領香港旅遊業界代表，一同走出去參加多個大型業界活動，包括面向消費者及旅客的旅遊展覽等推廣香港作為悠閒及商務旅遊目的地。

旅發局參與的大型悠閒旅遊展覽包括：廣州國際旅遊展覽會（CITIE）、廣州國際旅遊展覽會（GITF）、中國國際旅遊交易會（CITM）、泰國國際旅遊展（TITF）、菲律賓旅遊博覽展（PTAA）、日本國家級旅遊展Tourism EXPO Japan、台北國際旅展（ITF）、中東杜拜旅遊展（ATM）、王國商務豪華旅遊大會（KBLT）、柏林國際旅遊展（ITB Berlin）；以及針對悠閒旅遊及會展旅遊業界商業夥伴的企業展銷會，例如：中國國際進口博覽會（進博會，CIIE）、印度首都圈舉行、南亞地區最大型的南亞旅遊交流會（South Asia's Travel & Tourism Exchange, SATTE）。

增強會展旅遊業界曝光

此外，為了加快會展旅遊的復蘇，旅發局加強「走出去」宣傳，在47個悠閒及會展旅遊業界展會中的推廣，近130名香港業界夥伴組成強大外訪團，共同宣傳香港旅遊。

活動包括美洲及德國法蘭克福國際獎勵旅遊與會議展（IMEX America & IMEX Frankfurt）、國際展覽業協會年會（UFI Global Congress）、世界獎勵旅遊暨國際會議展覽（IBTM World）、亞洲及中國國際會獎旅遊博覽會（IT&CM Asia & IT&CM China）等。其中，亞太地區會議展覽及獎勵旅遊業者最大活動「亞太獎勵旅遊及會議展」（AIME）便有18家本港業界夥伴與旅發局共同參與展覽，一起展示香港會展旅遊的優勢。

旅發局在這些國際展銷會中設置富有本地旅遊特色的攤位及展亭，向消費者及全球業界代表展現香港作為「國際會展之都」的優勢及最新會展獎勵旅遊相關體驗及產品，提供平台促進本地業界與全球業界的交流和合作。每次展會均成功促成會面預約或行程預訂，為香港與內地及海外業界創造合作機會，開拓商機。



• IT&CM



• UFI Congress



• IMEX Frankfurt



• AIME

把握新興市場機遇



• MTM



• KBLT

因應來自印度的會展客群在2023-24年度復蘇表現強勁（錄得逾50個團體、超過7000名會獎旅客訪港），為了能進一步建立強大的會展旅遊客群的潛在業務夥伴網絡，旅發局參加了孟買和德里的 MTM 以及果阿的 MILT 等主要業界展會，與潛在的會展企業接觸，成功與來自保險、製藥、建材、消費耐用品和快速消費品等行業的機構組織建立聯繫。

另外，為把握中東市場旅遊需求在疫後不斷增長的新機遇，旅發局亦連同本地業界，加強與當地旅遊業界合作，先後參與兩項中東市場的業界活動，包括匯集了來自海灣合作委員會（GCC）和全球業界的 Meetings Arabia and Luxury Travel Congress及王國商務豪華旅遊大會（KBLT）Congress，進一步在不同客源市場推廣香港作為會展旅遊目的地。



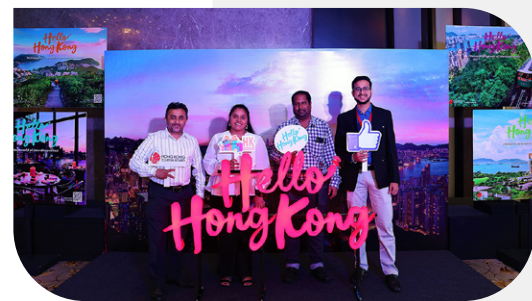
疫後首辦大型海外大灣區旅遊品牌推廣

除了參與國際間不同主辦的業界活動外，旅發局在2023年10月亦聯同廣東省文化和旅游廳和澳門旅遊局，在泰國曼谷舉辦了疫後首個大型海外推廣活動「大灣區一融匯精彩體驗」，宣傳大灣區旅遊品牌及推廣「一程多站」。活動上，旅發局發布全新大灣區旅遊品牌影片，同時在網上推出全新大灣區一站式主題旅遊網站，推廣大灣區旅遊體驗。活動吸引超過100名當地旅遊業界、媒體及網紅出席，旅發局同時又在市中心Central World商場的8個屏幕上播放宣傳片，吸引當地消費者的目光，引發他們到訪香港及大灣區的興趣。



全球最大郵輪業界會議首個亞太區會議落戶香港

在郵輪旅遊方面，為了保持香港在全球郵輪界的領先地位及增加曝光率，旅發局成功爭取亞太地區最大型的郵輪業界會議Seatrade Cruise Asia Pacific於2023年10月相隔四年後重返香港舉行，吸引了來自27個國家和地區的300位全球郵輪業領袖參加，當中包括來自20個郵輪品牌的50位郵輪公司高層，印證香港在國際郵輪業的樞紐地位。會議以「重建亞洲郵輪業」為主題，舉行了多場專題討論、工作坊及演講，深入探討區域趨勢，以及介紹香港最新的旅遊元素，為業界提供了最新行業資訊，同時展望了亞洲郵輪業的未來發展。旅發局亦在會議前後，為各地訪港的郵輪業界代表安排不同的考察團及交流活動，當中包括到訪香港美酒佳餚巡禮，讓與會代表親身體驗香港的活力與多元魅力。



B. 牽頭走訪客源市場 為業界搭建交流平台

除了大型展銷會與業界宣傳活動，旅發局亦聯同業界，透過旅發局的全球網絡探訪當地業界。旅發局在東南亞四個主要市場包括馬來西亞、菲律賓、印尼和泰國舉辦了一系列旅遊推廣活動，除了為業界提供平台展示最新產品和服務，業界亦有機會與當地同業進行交流及業務洽談，推動香港旅遊業復甦，活動獲110家本港業界夥伴及332位海外業界參與。

在東北亞，旅發局聯合本港及日本業界，於東京、大阪進行交流活動（Travel Mart），是7年來首次，獲得34家、逾120位來自港日兩地的業界決策者參與。香港業界除了向當地同業介紹香港最有新遊產品外，亦收集到日本現時的旅遊趨勢，有助推出合適產品，吸引旅客來港。



至於極具潛力的印度市場，隨著航班於2023年冬季增加，為把握排燈節、10至11月的印度婚禮季及年末假期等旅遊旺季，提升香港作為旅遊目的地形象，旅發局於8月與本港酒店、景點、航空公司及郵輪等業界代表，走訪了班加羅爾、孟買和新德里等三大城市，與當地業界見面，連同周邊的主要輻射城市，如欽奈、科欽、艾哈邁達巴德及拉傑果德等，共有650名印度業界參與。

旅發局亦首次在越南舉辦業界及傳媒宣傳活動，介紹本港全新的旅遊發展之餘，亦以新角度引領當地業界及傳媒欣賞香港的經典旅遊產品。多位意見領袖也有出席活動，分享他們在香港的旅遊體驗，及申請香港電子簽證技巧。此次活動一共吸引了逾50家旅行社、航空公司及媒體夥伴參與。



C. 持續聯繫本地業界

本地方面，旅發局持續透過年度旅業展及不同渠道維持與業界聯繫，確保業界獲得最新資訊，適時為不同旅遊季節展開計畫工作即推出適時產品。

「凝聚力量 同創共贏」

旅發局每年第一季均舉辦大型旅業簡報會。今年「香港旅業展望2024」以「凝聚力量 同創共贏」為主題，讓業界代表聚首一堂，為推動旅遊業加快復蘇共商計議。今年共有約1,200名來自自本地旅行社、景點、酒店、航空、零售、餐飲、會展、郵輪等的業界代表，以及本地大專院校旅遊學系師生參與。

旅發局除了講解各項宣傳推廣策略，亦就最新旅遊趨勢邀請了行內人士分享最新市場分析，以協助本地業界更準確辨識不同客群需要。是次旅業展望中，旅發局請來麥肯錫公司全球董事合伙人沈思文先生和穆斯林旅行評級網站「新月評等」創辦人及執行長法扎勒·巴哈迪先生分別就掌握消費趨勢 促進業務發展」及「認識穆斯林旅遊潛力」作主題分享，透過分析旅客出遊的不同數據，了解拓展穆斯林市場的機遇與實例等，協助業界掌握旅遊業市場最新發展。旅發局全球辦事處的總監及代表亦罕有地在港聚首一堂，為本地業界帶來各市場最新動向，為業界在吸引不同市場旅客上提供真實且具實際的分析及建議。

旅發局另外舉辦線上簡報會，有超過800位業界參與，了解旅業最新情況及趨勢和旅發局的工作方針。



內地大推「會聚香港 再啟新程」

為了推廣香港作為首選的會展旅遊目的地，旅發局在內地展開名為「會聚香港 再啟新程」香港會獎旅遊系列推介會。旅發局在內地的宣傳主力集中於一線核心城市，並正透過業界的網絡，致力發掘具潛力的二線城市，希望能將更多中小型的會展旅遊客群更快帶到香港。同時加強接觸更多全新的機構組織，特別是關鍵決策者，希望可以影響他們選擇以香港作為會展旅遊的目的地。



有見及此，旅發局在內地組織了多場會展業界研討會、展覽會及考察團，包括北京、天津、上海、杭州、南京、寧波、廣州、深圳、廈門、武漢、長沙、成都等12個具潛力的市場，參與業界近4,000人。旅發局根據不同市場的需求和特點，度身訂造活動及行程，展示香港的新基礎設施、體驗、機遇，和不同的獎勵計劃，以加深業界對香港會展旅遊資源的了解。與此同時，又為香港業界和內地業界舉辦商務配對活動，以探索商機。

旅發局與攜程商旅、採購中國、中國中小企業協會、營訊傳媒、建發國旅、中青博聯和浙江省中旅等業界合作，在西安、上海、北京、廈門和杭州舉辦宴會及小組討論會，以吸引新高潛力的企業買家，並激發他們對香港會展旅遊的興趣。

連串攻勢取得不俗成效，旅發局成功與190個不同機構組織聯繫，涉及客群達13.1萬，公關宣傳取得高達20億次曝光，為未來爭取各會展活動來港舉辦打下基礎。



助內地及海外市場業界夥伴推銷香港

而為了協助香港以外的業界夥伴推銷香港作為旅遊目的地，時刻與業界保持緊密溝通，旅發局全年均透過全球網絡為不同市場的旅遊業者提供不同支援，借助他們在當地的客群，直接吸引旅客來港。例如法國辦事處便與國泰航空合作，分別在巴黎、里爾、波爾多及里昂為業界舉辦培訓工作坊，又特別為業界旅行代理商ASIA在法國首都以外，包括南錫、尼姆及梅斯的分支舉辦多場工作坊，希望讓當地業界知道，香港旅遊已全面重啟，旅客是時候來港旅遊。

同樣地，旅發局在澳紐都有舉辦類似的網上研討會，為當地業界提供本港最新的旅遊資訊，每次約有200名業界報名參與。此外，旅發局亦有在奧克蘭、墨爾本、珀斯、悉尼舉行業界活動，直接與他們聯繫接觸，並為他們安排來港考察活動，又與主要合作夥伴，包括國泰航空、Webjet、Luxury Escapes、Travel Associates、Flight Centre和Kayak進行連串策略性推廣，全方位提升合作關係。





D. 打造好客之都 鼓勵業界提高水平

為了讓旅客感到賓至如歸，旅發局連同業界透過「優質旅遊服務計劃」及推廣宣傳，推出一系列提倡專業優質服務的活動，藉此提升前線服務員以至社會各界對服務質素及好客精神的認知，從根本上推廣好客文化。

專業優質 你我都得



為了展現香港各行業已準備好迎接旅客重臨，並鼓勵各界以禮待客，旅發局在2023年7月乘着暑假出遊旺季，加上本港下半年有多個大型盛事舉行之時，舉行《專業優質旅遊服務承諾》啟動儀式，召集近百名來自旅遊、航空、交通、酒店、餐飲、零售、景點、會展服務業等8大旅遊相關行業的代表和前線從業員，率先自發地許下承諾，為旅客提供最佳的體驗。

一眾代表在文化體育及旅遊局局長楊潤雄先生、旅遊界立法會議員姚柏良先生、飲食界立法會議員張宇人先生、航運交通界立法會議員易志明先生、批發及零售界立法會議員邵家輝先生，以及時任旅遊事務專員沈鳳君女士的見證下，由旅發局主席彭耀佳博士帶領，許下《專業優質旅遊服務承諾》，為旅客提供最專業、最優質的服務。《專業優質旅遊服務承諾》羅列五大重點，包括：專業知識、誠信可靠、優良品質、卓越效率、聆聽溝通，切實提出可行準則供業界參考。

活動獲各行業踴躍響應，旅發局感謝業界的鼎力支持，並推出不同的培訓短片及宣傳活動，與業界一同持續鞏固香港作為國際級旅遊城市的地位。

鴻雁傳書——一封跨越香港與內地的感謝信

趁着本港業界共同許下《專業優質旅遊服務承諾》之際，旅發局與內地媒體中國新聞社合作，製作了一段視頻故事，講述香港電車的前線員工，協助內地遊客取回跌在電車窗邊狹縫的手機，令該名旅客的香港之旅增添一抹溫暖色彩。有關影片在中新社的網站、YouTube、微博及Bilibili等平台播放，希望藉助本港優質旅遊服務，勾起內地客群在香港旅遊的美好回憶。



《臥底服務團》

除了業界努力，旅發局亦與業界攜手好客文化推廣至市民大眾。旅發局與本地電視台HOY TV合作，製作一連8集的王牌真人騷節目《臥底服務團》。節目以一貫輕鬆主持風格，透過神秘顧客從食、住、玩、買四大方向，以第一身角度替觀眾測試近60間不同商戶的服務質素，以最真實感覺呈現香港優質服務精神，為推廣全城好客打響頭炮。有關的推廣獲不俗迴響，多間本地傳媒都有介紹及報道。旅發局會繼續以不同方法，與業界攜手展現香港的優質旅遊服務。



五、實踐環境、社會和管治原則

旅發局一直透過實踐環境、社會和管治（ESG）原則，促進旅遊業的可持續發展。年內，旅發局繼續採取不同措施和工作，盡量將環境、社會和管治考量融入其運營和推廣策略中。

旅發局的環境、社會和管治主要涵蓋下列三個領域：

1. 連繫社區：加深整個社會對旅遊業的參與和聯繫，並聚焦提升年青人對旅遊業的興趣，期望長遠鼓勵他們加入旅遊業；
2. 保護環境：身體力行，從營運及舉辦活動等範疇，盡力實踐綠色環保措施，與社會一同打造可持續的環境；
3. 提升管治：加強透明度，由今年的年報內加強闡述企業管治框架、願景和理念。

以下部分詳細介紹了我們過去一年在ESG方面的主要成就和舉措，展示了我們對在香港創建可持續遊業的承諾。



A. 持續發展旅業 連繫港外青年

旅遊全面重啟之時，除了與業界緊密合作提升香港的競爭力，旅發局同時亦很重視旅遊業的可持續發展，期望透過提升社會對旅遊業的了解和關注，加深社區和旅遊業之間的連繫，擴大旅遊業對社會的貢獻。

旅發局從本地青年人才培育及提升內地及海外年輕人對香港旅遊業關注兩方面促進旅遊業可持續發展，期望以年青人的嶄新角度向旅客說好香港故事。近年，旅發局透過與各界合作，舉辦一系列教育及學生活動，鼓勵年輕人關注旅遊業，建立他們和旅遊業的連結，為培育年輕一代重視旅遊業以至投身旅遊業奠定長遠基礎。

加強本地教育 點燃青年興趣

在培訓本地年輕人方面，旅發局旗下的「旅發局青年學院」繼續支持由旅遊事務署及香港青年協會聯合主辦的「香港青年大使計劃」，透過公眾活動為計劃注入嶄新元素；另外又與教育局合作，再度舉辦「香港旅遊業學生峰會」。一系列青年學院的活動均包含大部分由年輕學生主導策畫的旅遊相關活動，例如路線設計、帶領導賞團、規劃旅遊產品等，建立新一代香港社群對旅遊業的主動性及作為本地業界主人翁的自覺。



年度焦點 香港旅遊業學生峰會

旅發局青年學院去年與教育局合作，首度推出重點項目「香港旅遊業學生峰會」，是香港首個配合旅遊與款待科、為師生度身訂造的大型活動。本年度的「香港旅遊業學生峰會2024」吸引來自60間中學的1,000多名旅遊與款待科學生參加。兩日活動包括主題演講、校際專題研習比賽，有旅遊學術界、航空業、酒店界專家分享旅遊業最新趨勢，讓同學們一同研學可持續旅遊願景。

學生峰會不僅是一個交流平台，讓同學們對香港旅遊業可持續發展加深了解。峰會成果以個案比賽模式進行，為同學提供一個展示研習成果，發揮創新思維和想像力，表現自己的好機會；加上業界提供的精彩獎品，增加同學的投入感，為他們提供更親身了解本地旅遊業實況的寶貴學習體驗。





「我想推介」導賞 培養好客青年大使

為了培育新生代對香港旅遊業的認識，旅發局繼續支持「香港青年大使計劃」，今年更藉助早前舉行的「Hello Hong Kong·我想推介」：香港人至愛道地體驗公眾票選活動，鼓勵約300名香港青年大使依照活動的投票結果去設計地道深度遊行程。當中40名優勝大使更親自化身小導賞員，帶領非本地大學生體驗本地文化及戶外景致行程。活動除了透過專業培訓，讓青年大使學習行程設計及導賞技巧，化身香港旅遊的代言人，展示亞洲盛事之都的活力和魅力之外，亦為一眾青年大使提供與全球旅客交流、磨練不同軟性技巧，例如溝通、組織活動、人際技巧、協調能力的實習契機。



借力留港生 說好香港故事



「旅發局青年學院」除了鼓勵本地年青人走入社區，探索香港，以充滿創意的年青人角度展示香港的動感魅力之外，亦於2023年開始招募在港就讀的內地及海外交流學生參與，希望通過不同的創意活動，加深他們對香港的認識，更期待他們學成回國後，在當地宣揚他們心目中的美好香港，攜手在世界各地說好香港故事。





多元活動 探索香港生活味道

「旅發局青年學院」已招攬超過200名來自內地、台灣及38個國家的學生成為會員，今年的會員專屬活動豐富且充滿原創性，大坑舞火龍工作坊完全體現傳統文化；由香港青年大使擔任嚮導的「我想推介」深度遊，加強香港學生和非本地會員們的聯繫和文化交流；活動當然少不了參加城中盛事如香港美酒佳餚巡禮與廟街夜繽紛等等，一班朋友舉杯暢遊開懷吃喝，難忘的不止於精彩快樂的遊歷時光，還有深入社區之中體驗到的溫度和人情味。

有關活動廣受參與的留學生歡迎，不少留學生大讚活動新鮮且具本地特色，更積極在社交媒體分享有關體驗；他們又希望跟家鄉親友分享，將來再訪香港，令有關計劃成功達致「說好香港旅遊故事」及為香港未來帶來更多深度旅客的目的。旅發局會繼續致力開展更多精彩活動和獨特項目，讓青年大使、內地和海外學生們，以至全球旅客，體驗一個更好客、更目不暇給、更觸動心靈的香港之旅。



B. 保護環境 實踐綠色使命

保護環境

要紓緩氣候變化對生活各個範疇構成的影響，各界攜手合力保護環境，必不可少。作為一個負責任的機構，旅發局積極將可持續發展元素融入其採購和辦公室營運之中。

綠色採購

旅發局將環保標準納入供應商的行為準則，要求所有供應商採取措施，減少對環境的影響。供應商應遵守所有與環境相關的法律、法規和標準，例如有關化學品和廢物管理及處置、回收、工業廢水處理和排放、空氣排放控制、環境許可和環境報告的要求。

綠色工作間

旅發局致力減少碳足跡，並在辦公室採取各種綠色環保措施。旅發局鼓勵員工積極關心環境，並引入以下綠色措施，盡量紓緩業務對環境構成的影響：

無紙化

- 在無紙化環境下召開所有會議。
- 善用電子平台傳輸和保存文件。
- 在旅發局的宣傳活動中，採用電子登記。

回收

- 對塑料和金屬進行分類回收
- 安裝廚餘回收系統

減少資源消耗

- 安裝自動照明控制系統
- 在每個分隔空間提供可設定所需溫度的空調系統
- 辦公室採用開放式設計，減少材料使用，盡量採集自然光
- 在每個辦公樓層提供指定的回收箱，在源頭將可回收廢棄物進行分類，方便收集

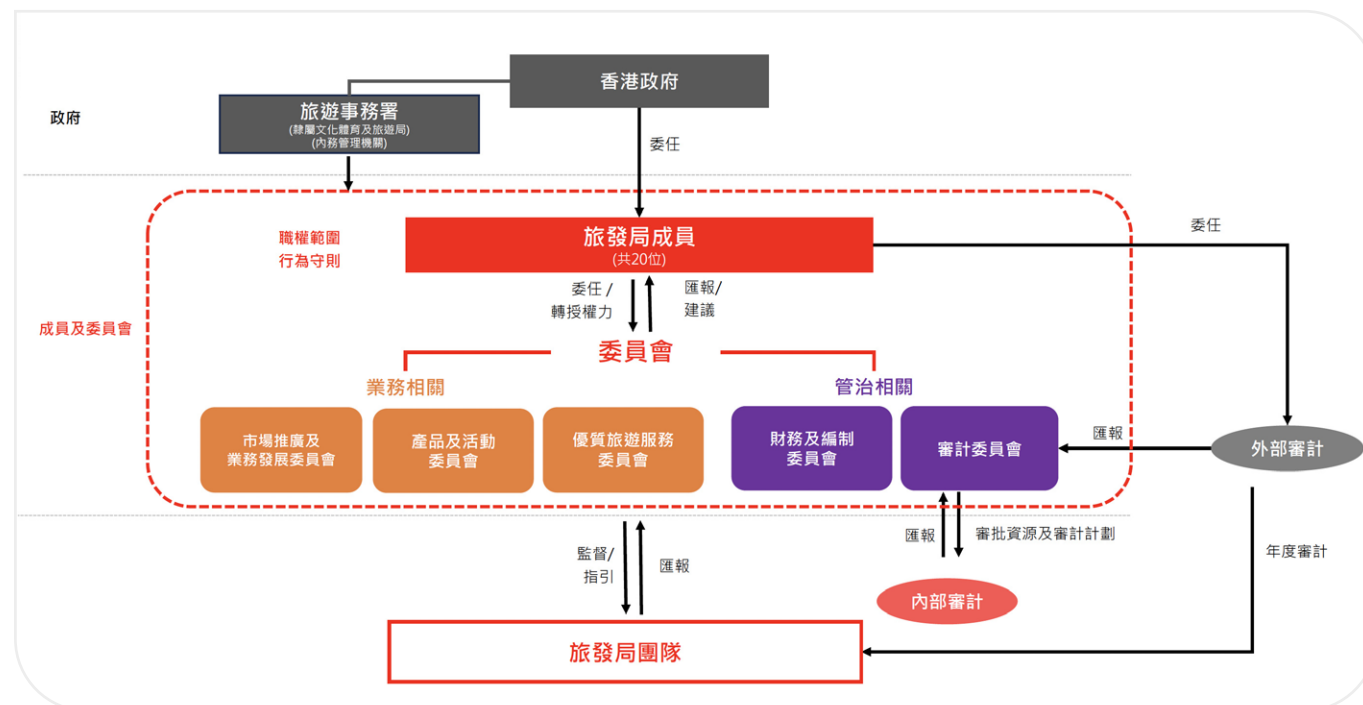
C. 企業管治

簡介

香港旅遊發展局（「旅發局」）致力奉行高水平的企業管治標準，以確保在履行《香港旅遊發展局條例》（香港法例第302章）（「《條例》」）的法定職責時，能夠體現問責精神、具備誠信、公開和透明。

為實現其使命和願景，旅發局採納合適的企業管治原則和最佳實踐做法，包括落實穩固的管治架構、有效的監管機制、行為守則和企業管治等。

(1) 管治架構



旅發局與政府的關係

旅發局為政府資助機構，獨立地執行工作和履行職責，在管理和控制活動、預算等方面，均擁有自主權、保持靈活。旅發局有責任確保其營運、行政和管理系統及做法，能夠最有效、最審慎地運用政府撥款。

文化體育及旅遊局轄下的旅遊事務署，是與旅發局的直接聯絡單位。旅發局會安排定期會議，每季度就旅發局的財務情況及營運表現作出匯報，同時提交年度的財務報告，供署方審閱。

旅發局的組成

旅發局成員承擔起旅發局最高管治和決策的角色。

旅發局成員可按照《條例》賦予的權力，履行法定的功能，包括制訂旅發局整體發展方向及就工作策略提供意見，以確保旅發局的行政和工作有效推行。

旅發局全體成員每兩個月召開一次會議。

旅發局成員任命

旅發局的成員是由香港特別行政區行政長官根據《條例》第9節委任。

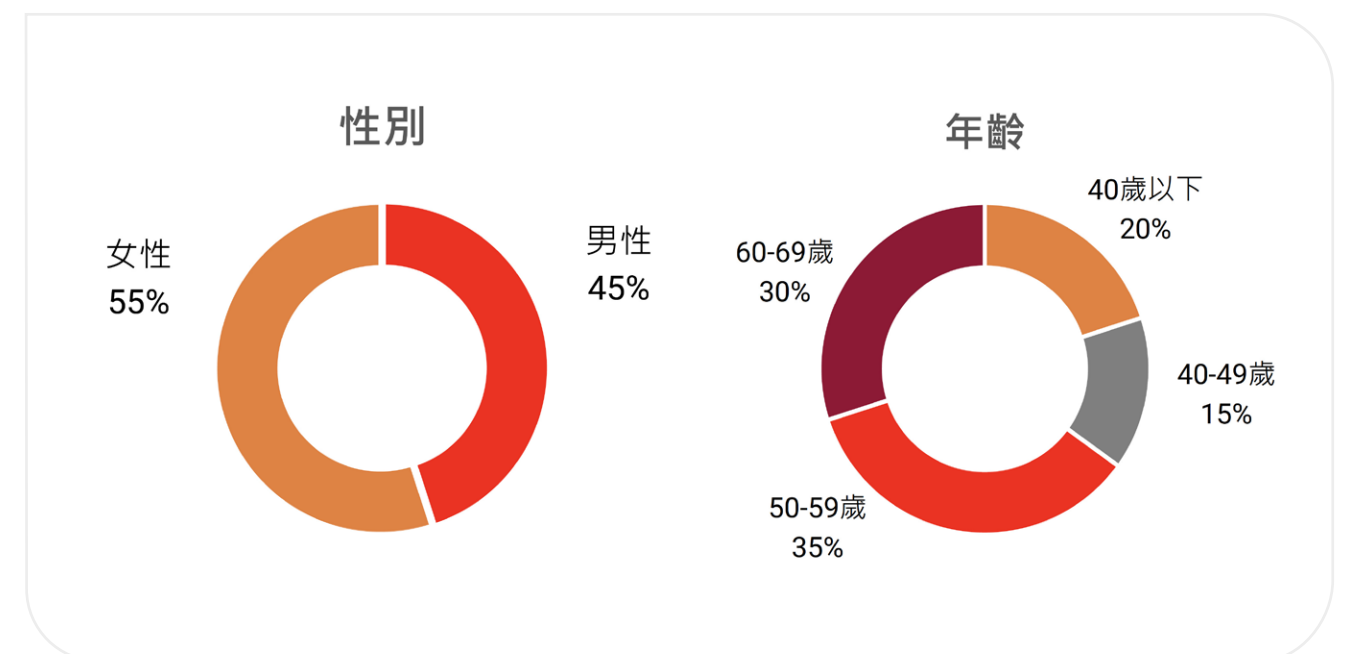
《條例》列明旅發局由20名成員（包括主席）組成，並由香港特別行政區行政長官委任。旅遊事務專員不僅擔任副主席，亦同時是五個轄下委員會的成員。

所有成員皆為獨立、非執行、非受薪。

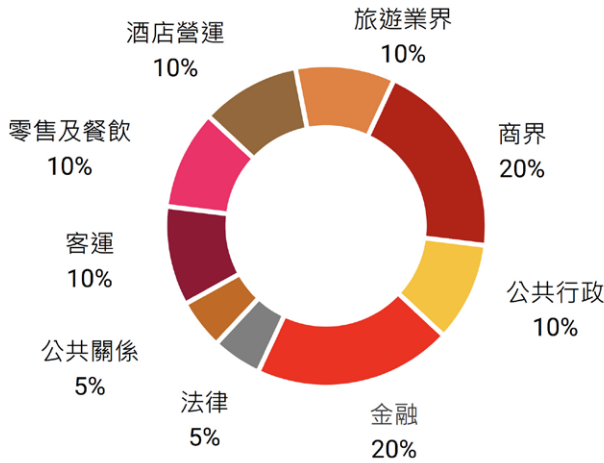
截至2024年3月31日，包括主席在內，旅發局共有20位成員，並由企業服務總經理擔任秘書。

成員來自不同界別

旅發局的成員來自不同的背景和界別，在商界、金融、酒店營運、法律、客運、公共行政、公共關係、零售及餐飲，以及旅遊業界等方面，擁有豐富的知識、經驗和專業。旅發局成員包括來自旅遊業和非旅遊業的人士，有助確保旅發局在制訂政策、措施，以及對旅發局工作提供建議時，能夠達至更加持平、全面和獨立。



專長/行業

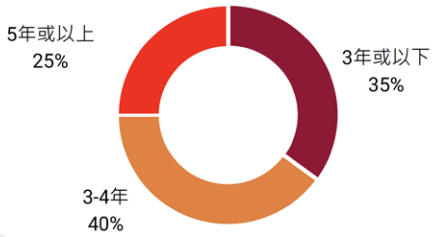


旅發局主席及總幹事分別由不同人士出任，並各司其職。主席負責帶領旅發局履行《條例》列明的法定職責，制訂策略和政策；而總幹事則為旅發局的最高行政人員，負責履行旅發局成員的決定，以及處理局方日常營運和事務。

任期

成員的任期為連續三年或行政長官在委任時所決定的較短期間。行政長官亦可再度委任任期屆滿的成員。

出任旅發局成員年資



決策系統

旅發局成員有權行使《條例》賦予的權力，履行職責；部分決策由轄下的委員會負責。

除了需要成員或委員會批准的事項之外，總幹事獲授權管理旅發局所有事務、事項和活動的適當審批權限。有關審批許可權級別已記錄在內部政策中，並必須嚴格遵守。此安排既能保持適當的制衡，又能提高運營效率，達到雙重目的。

成員的就職及發展

新任成員獲委任後，將獲邀參加由管理層提供、為其而設的簡介會。為幫助新任成員充分了解旅發局的運作及其責任，旅發局會提供資訊手冊，包括成員的職權範圍、行為準則、旅發局業務運營概況、企業管治政策，以及最新的旅遊資訊和統計資料。

此外，為確保成員充分掌握香港旅遊業的最新發展和趨勢，旅發局定期提供各種旅遊相關的統計資料報告和資訊，使其能夠為旅發局和香港旅遊業的持續成功提供寶貴見解和貢獻。

委員會

旅發局下設有五個具有不同功能的委員會，協助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。所有委員皆由全體成員委任。

同時，旅發局可以因應情況，視乎需要在不同時間設立小組委員會及/或工作小組，以應對個別議題。

各個委員會的功能、職責及委員的組成，已詳列於其職權範圍之中。各委員會就其建議和決定向全體成員負責，並按照機制，向全體成員匯報各委員會提出的建議和決定。

與業務相關的委員會

市場推廣及業務發展委員會

負責：

- 就旅發局的市場推廣方向及業務發展提供策略和意見；
- 檢視全年業務計劃草擬本；及
- 就新的市場推廣方向和契機、國際市場發展對香港旅遊業的影響，及加強旅發局成員的對外溝通和與業界關係的策略提供建議。

市場推廣及業務發展委員會每年開會四次。

委員會的組成

市場推廣及業務發展委員會由八位旅發局成員組成，並由企業策略及研究主管擔任秘書。

(成員截至2024年3月31日)

主席	鄭志雯女士
成員	旅遊事務專員 方舜文女士 關淑華女士 劉凱詩女士 曾立基先生 黃焯安先生 胡景豪先生, MH

產品及活動委員會

負責：

- 就產品及活動的發展策略提供意見；
- 評估個別項目能否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；
- 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；及
- 審批大型活動的概念和推行方案。

產品及活動委員會每年開會四次。於2023/24年度，曾按需要召開一次特別會議。

委員會的組成

產品及活動委員會由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。

(成員截至2024年3月31日)

主席	譚載怡女士
成員	旅遊事務專員 張添琳女士 周志賢先生 徐王美倫女士 林顯伊博士, 太平紳士 司徒永富先生 黃傑龍教授, BBS, 太平紳士

優質旅遊服務委員會

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；及
- 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。

優質旅遊服務委員會每年開會兩次。

委員會的組成

優質旅遊服務委員會由八位旅發局成員組成，並由業務拓展總經理擔任秘書。同時，為達至更多元化，委員會亦設有合作機制，加入4位業界成員。

(成員截至2024年3月31日)

主席	(旅發局主席)	彭耀佳博士, GBS, 太平紳士
成員	(旅發局成員)	旅遊事務專員 徐王美倫女士 龔楊恩慈女士, BBS, 太平紳士 林顯伊博士, 太平紳士 司徒永富先生 譚載怡女士 黃傑龍教授, BBS, 太平紳士
	(業界成員)	陳家偉先生, MH 徐汶緯先生, 太平紳士 黃曦嵐先生 余承章先生, 資深大律師

與管治相關的委員會

審計委員會

負責：

- 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；
- 檢閱及確認周年審核計劃；及
- 預先審閱經審核的周年財務報表，以供旅發局成員審批。

委員會的組成

審計委員會由六位旅發局成員組成，並由內部審計主管擔任秘書。

(成員截至2024年3月31日)

主席	周志賢先生
成員	旅遊事務專員 陳樂信先生, 資深大律師 張添琳女士 黃焯安先生 胡景豪先生, MH

財務及編制委員會

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；及
- 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。

旅發局主席每年均會聯同財務及編制委員會委員，成立薪酬評核委員會，以檢視高級行政人員的表現及整體薪酬。有關檢討工作一般於每年5月進行。

委員會的組成

委員會由八位旅發局成員組成，並由人力資源及行政總經理擔任秘書。

(成員截至2024年3月31日)

主席	禰惠儀女士, 太平紳士
成員	旅遊事務專員 陳樂信先生, 資深大律師 關淑華女士 龔楊恩慈女士, BBS, 太平紳士 劉凱詩女士 譚載怡女士 曾立基先生

會議程序

旅發局成員及各個委員會均會定期召開會議，如有需要亦會召開特別會議。

旅發局及各委員會的秘書，負責記錄會議期間提出的重點內容，包括會上的討論內容、建議、決定及跟進事項。委員會的決定會以會議紀錄形式，定期與旅發局成員分享。相關部門會就跟進事項採取行動，並在之後的會議上報告進度。

成員出席情況

在2023/24年度，旅發局成員共召開六次會議。其中，與業務相關的市場推廣及業務發展委員會、產品及活動委員會和優質旅遊服務委員會，分別召開四次、五次及兩次會議；而與管治相關的審計委員會及財務及編制委員會，則分別召開三次及四次會議。有關成員的出席紀錄如下：

旅發局成員	旅發局會議	業務相關			管治相關	
		市場推廣及 業務發展 委員會	產品及活動 委員會	優質旅遊服 委員會	審計委員會	財務及編制 委員會
彭耀佳博士 (主席)	6/6			2/2*		1/1^
旅遊事務專員 (副主席)	6/6	4/4	5/5	2/2	3/3	4/4
陳樂信先生	5/6				1/3	3/4
鄭志雯女士 ¹	5/6	3/4*		2/2		
張添琳女士	5/6		4/5		1/3	
周志賢先生	6/6		4/5		3/3*	
方舜文女士	4/6	1/4				
馮玉麟博士	5/6					
徐王美倫女士	4/6		3/5	1/2		
禰惠儀女士 ²	5/6					3/4*
龔楊恩慈女士	4/6			1/2		4/4
關淑華女士	6/6	3/4				2/4
林顯伊博士 ³	2/2					
劉凱詩女士	6/6	3/4				3/4
司徒永富先生	6/6		4/5	2/2		
譚載怡女士	6/6		5/5*	2/2		3/4
曾立基先生 ⁴	3/3	1/1				2/2
黃焯安先生	6/6	4/4			3/3	
黃傑龍教授	6/6		3/5	1/2		
胡景豪先生	6/6	4/4			2/3	
郭艷明女士 ⁵	3/3	2/3				2/2
方力申先生 ⁶	2/4		3/5			
平均出席率	89%	78%	78%	81%	72%	82%

1. 於2024年1月25日起辭任優質旅遊服務委員會成員
2. 由2023年11月1日起擔任財務及編制委員會主席
3. 任期由2024年1月1日起生效
4. 任期由2023年11月1日起生效
5. 任期於2023年10月31日屆滿
6. 任期於2023年12月31日屆滿
* 委員會主席(截至2024年3月31日)
^ 只參與薪酬評核委員會

旅發局成員及委員會過去一年的討論重點

旅發局成員及委員會定期召開會議，討論及審批與營運及策略相關的重要事項，主要議題涵蓋以下範疇：

管治、政策和內部監控

- 委員會成員名單
- 年度工作計劃及預算、財政預算控制報告及預測
- 2022/23年經審核後的財政報告及相關事宜
- 2023/24年法定外部審計師
- 審批機制修訂
- 銀行授權簽署修訂
- 個人資料私隱管理框架、政策和實用指南
- 法律合規評估報告
- 內部審核計劃和報告

工作計劃及策略

- 主要積效指標 / 業務積效指標
- 各項計劃的市場策略和方向，包括「你好，香港」、哈囉威香港、推動夜間經濟、推廣好客之道，以及專業優質旅遊服務承諾
- 旅發局舉辦大型盛事的概念、實行和主要採購工作
- 與其他機構舉辦的活動合作進行市場推廣
- 成立「盛事拓展專組」
- 支持主要旅遊盛事的資助計劃
- 支持會展活動及郵輪項目的資助計劃
- 與「優質旅遊服務」計劃相關的事宜

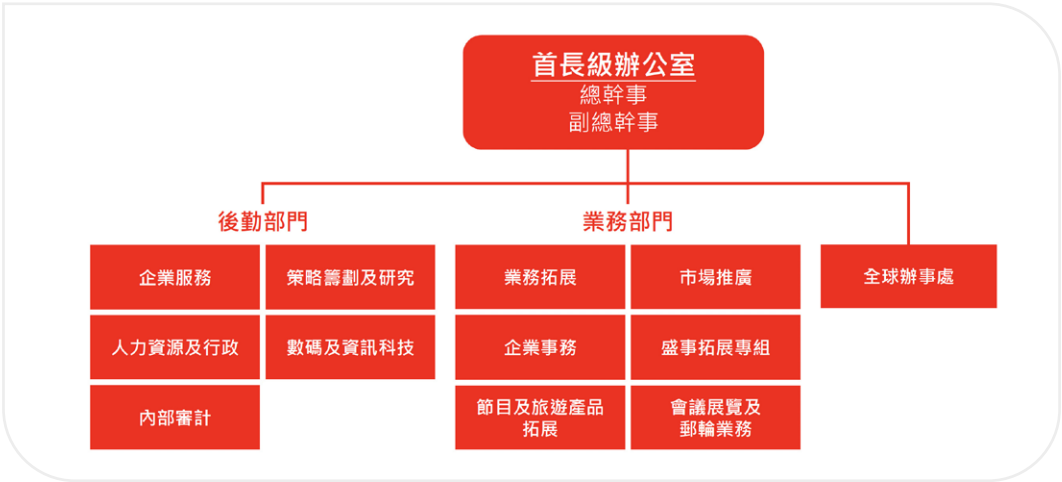
人事行政與發展

- 年度薪酬檢討
- 旅發局管理人員的委任
- 總辦事處翻新工程

組織架構

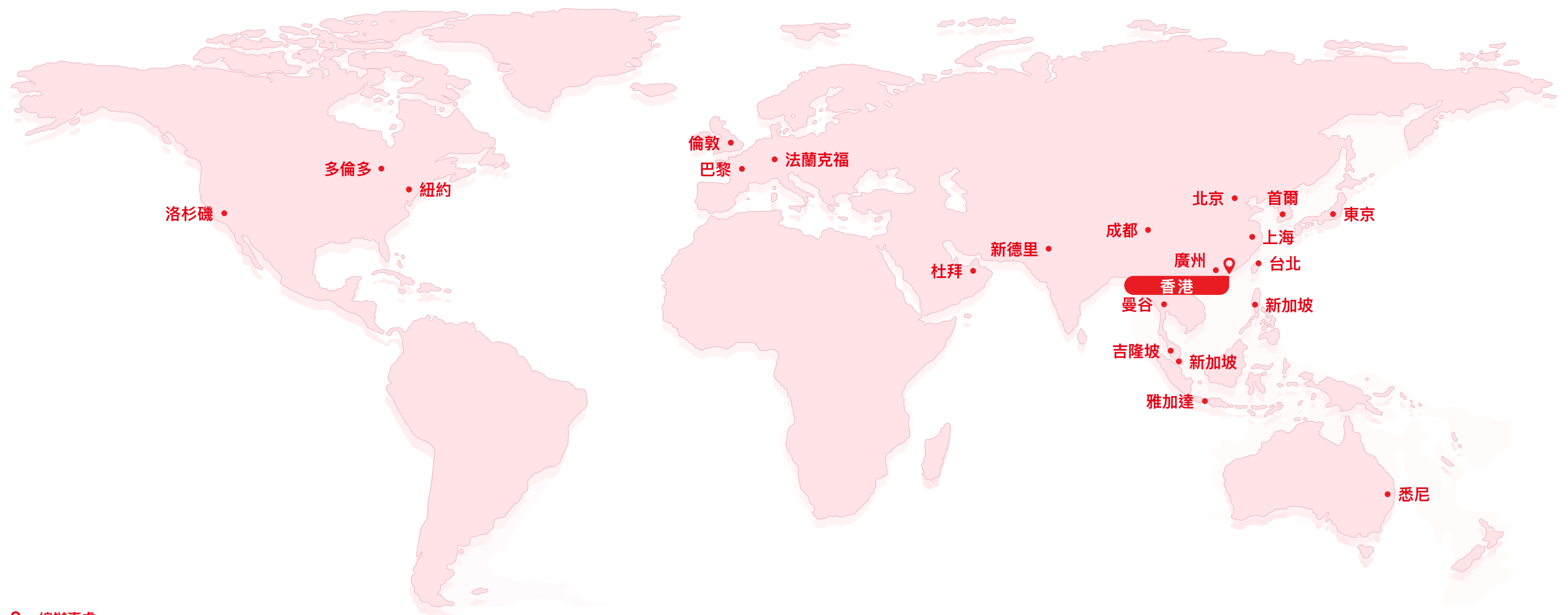
截至2024年3月31日，旅發局的組織架構如下圖所示：

每個部門都有其明確角色、職責和責任，並與其他部門相互協作，以確保旅發局全天候順暢運作。



全球辦事處及地區代辦

旅發局的業務遍及全球，並在二十一個地點建立了戰略運營機構。這種國際影響力有效地將旅發局與不同持份者聯系起來，提高其知名度，並在全球範圍內推廣香港作為世界級旅遊目的地。



📍 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、新德里、雅加達、曼谷、菲律賓、吉隆坡、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。

(2) 企業管治的實踐

有效的企業管治是持續和成功發展的必要因素，因此，旅發局一直以提升企業管治質素為重要工作。

企業管治措施涵蓋多個範疇，對確保旅發局在適當的管理系統、內部監控、合規及良好業務常規下展開工作，發揮重要作用。

行為準則

旅發局為《防止賄賂條例》（香港法例第201章）所指定的公營機構。旅發局所有成員及僱員皆被視為「公職人員」。

要達至良好的企業管治，實有賴旅發局成員及員工在執行職務時，表現出高度誠信、公正無私及符合道德標準。行為準則已列明旅發局對成員及員工行為的期望。

旅發局成員的行為守則

旅發局為成員制訂行為守則，並已獲旅發局成員通過。

旅發局成員須遵守行為守則。該守則列明所有成員應有的基本行為標準，以及旅發局就申報利益衝突、資料保密、接受利益和款待，以及與公職有關的贊助事宜所訂定的政策。

成員應以旅發局的最佳利益為前提，不得將其私人利益凌駕公眾的利益，並不會損害旅發局的聲譽。

旅發局員工的行為守則

旅發局亦為員工制訂行為守則，列明僱員的法律責任和受信責任。員工在代表旅發局執行任何職務時，必須遵守有關行為守則。任何違反行為守則的旅發局員工將受到紀律處分。

旅發局會向所有新入職員工，詳細講解行為守則的內容。員工亦可以隨時通過旅發局內聯網查閱相關內容。

為了提高員工對相關議題的認識和理解，旅發局每年均會要求員工確認知悉行為守則的內容，並定期邀請廉政公署為員工提供商業道德的培訓。所有新入職員工必須參與。

利益申報

在成員利益申報方面，旅發局採用「兩層申報利益制度」。所有成員都必須在獲委任、隨後每年，以及在出現利益衝突時，以書面形式向旅發局秘書登記其個人直接或間接的、金錢或其他方面的利益。有關申報由旅發局秘書保管，並可供公眾查閱。

倘成員（包括主席）在正予考慮的任何事項中有任何需作申報的利益，他/她在發覺此事後，必須在討論該事項之前盡早向主席（或全體成員）披露。在得知某成員在討論事項中有需要申報的利益時，秘書可停止將有關文件分發給該成員。

問責

旅發局基於問責原則建立企業架構和管理文化。在現行架構下，旅發局成員須對旅發局的整體表現負責，而旅發局則負責管理日常業務，並就其表現向成員負責。

審計

內部審計

內部審計部擔當獨立角色，評估內部監控是否足夠和有效。該部門每年制訂審計計劃，涵蓋各個部門和全球辦事處的財務、營運和合規管理。旅發局已制定內部審計章程，列明內部審計部的目的、權限和責任。內部審計部會向旅發局和審計委員會，確保機構充分和有效地進行內部監控，以及恪守日常營運中的既定計劃、政策和程序。

外部審計

旅發局亦聘請外部核數師進行法定審計。外部核數師在審計開始前，會與審計委員會就法定審計的範圍取得共識。

審計委員會每年至少與外部核數師，舉行一次沒有旅發局管理層在場的會議，以討論外部核數師希望提出的任何事項。在2023/24年度，畢馬威會計師事務所為旅發局2023/24年度的外部核數師。本年度向其提供的核數和非核數服務費用分別為373,500港元和8,600港元。

保持透明度

作為公營機構，旅發局致力提升營運的透明度。公眾可以透過年報了解旅發局的工作，而旅發局每年亦會向立法會提交工作報告，並出席相關公開會議，闡述局方的工作策略和解答議員的問題。

此外，公眾和業界亦可以透過不同渠道，包括旅發局刊發的新聞稿、傳媒活動、刊物、網頁及業界簡報會等，了解旅發局的最新工作。

法律合規

法律和監管合規

旅發局致力確保其業務營運遵守相關的法律、規則和條例，以維護旅發局誠信和聲譽，以及取得持份者和公眾的信任。

為履行此承諾，旅發局每年均會進行由審計委員會認可的法律合規評估，以評估各業務部門的合規狀況，並向審計委員會報告審查結果。

個人資料私隱

旅發局致力保護個人資料私隱，並視為企業管治責任和文化的一部分。

旅發局充分明白個人資料私隱的重要性，因此於2023年設立專門的資料私隱辦公室，由旅發局高級行政人員和法律總監領導，負責監督和管理保護個人資料私隱工作。旅發局在各個部門和全球辦事處，委任個人資料私隱管理員，負責管理、處理和實施適當的個人資料保護措施。為持續監察個人資料保護的情況，旅發局亦推行「私隱管理計劃」，評估和監察日常個人資料私隱保護情況，及時處理可能出現的潛在風險和問題。

為營造重視私隱的工作環境，提高員工對個人資料私隱議題的了解，旅發局發布《個人資料私隱政策》和《個人資料保護實務指引》供內部參考，並為員工提供培訓。個人資料私隱專員公署於2023年7月向旅發局頒發了「私隱之友」銀獎，肯定旅發局保護個人資料私隱方面的努力和成績。

防止賄賂

旅發局秉持商業道德，杜絕賄賂行為，對任何賄賂行為採取零容忍態度。為確保旅發局維持最高的誠信標準，打擊賄賂，旅發局發布適用於所有人員的相關行為守則，包括其全體成員和各級員工。

除了旅發局的人員外，旅發局的業務夥伴亦須具備道德操守和遵守承諾。旅發局會在適當情況下，將其反貪污政策知會所有業務夥伴。局方亦會針對主要合約和夥伴，將廉潔的要求納入在與相關業務的協議之中。

旅發局不時邀請廉政公署進行培訓，提高員工的反貪意識，加深他們對反賄賂法例的理解，建立正確的道德和價值觀，提高識別反貪污風險的能力。

此外，審計委員會在2024年將防止賄賂列為旅發局法律合規評估的範疇之一，協助旅發局從獨立的角度，評估其所有業務部門的反賄賂工作。

預算、規劃和報告

企業規劃和預算

旅發局每年制定年度工作計劃和預算，以審視當年表現，並勾劃來年的預測、策略重點和工作計劃。年度工作計劃和預算需要經市場推廣及業務發展委員會和產品及活動委員會的聯席會議，以及財務及編制委員會討論及確認，再由旅發局成員批准後，在每個財政年度開始前提交政府審批。旅發局成員及管理層定期監察實施進度。

在制訂預算時，旅發局秉持審慎理財的原則，施行有效的財務控制和規劃，確保財務資源的運用與旅發局的業務策略保持一致。

財務控制和報告

旅發局已制定財務控制政策和程序，確保以符合問責、透明度、內部監控和財務風險管理要求的方式，適當和有效地使用其財務資源。該政策和程序闡明了旅發局如何處理其財務和採購事務的原則，並適用於所有員工。

旅發局及其附屬公司的綜合財務報表是根據香港會計師公會（HKICPA）頒布的香港財務報告準則（HKFRSs）編製。旅發局亦自願遵守香港《公司條例》規定的適用要求。為提高透明度，所有高級行政職員的薪酬和酌情表現浮薪，都會按薪酬等級披露。

旅發局會將經審核的年度財務報表及相關事項，提交財務及編制委員會審閱和支持，然後經旅發局成員審閱和批准後，提交政府。

採購

旅發局致力在採購過程中，維持高透明度和問責精神。為確保公平性和競爭性，旅發局採用「雙信封」方式進行採購。投標者需要分別提交技術和財務建議書，讓局方對每個投標進行充分的評估。

倘採購價值高於指定金額時，旅發局會採用公開招標方式，務求提高透明度，鼓勵更多供應商參與，促進健康競爭，同時確保公共資金的運用能夠產生最大效益。

決策和紀錄的保存

旅發局為成員和各委員會提供相關資料，以便成員能夠在充分知情的情況下，在會議上進行審議。旅發局亦會向成員提供相關資訊，以便對結果和績效進行詳細檢討。

旅發局和各委員會會保存會議紀錄，以紀錄相關討論、出席情況決策。

舉報政策

旅發局致力維持高水平的企業管治，並保持高度的公開、廉潔和問責。旅發局各級員工都必須以正直、公正和誠實的態度行事。

為此，旅發局制訂了舉報政策，鼓勵員工以負責任的方式，經正式渠道在內部報告不合規或不當行為，而毋須擔心遭到報復。倘有任何不當行為的疑慮，旅發局員工可以向管理層及/或內部審計主管報告。

旅發局將盡力以保密方式處理所有報告，或會邀請內部或外部人士，如核數師、政府官員或其他專家協助調查。調查結果將報告給審計委員會和/或任何相關政府機構。

(3) 與各界保持溝通

維持高度透明是良好企業管治的基礎。因此，旅發局致力提供及時的資訊，與公眾和持份者保持互動溝通。

持份者溝通

旅發局和成員與本地旅遊業的持份者，如旅行社、航空公司、酒店、零售和餐飲業、景點代表和學者等，一直保持緊密溝通和聯繫。旅發局主動向持份者更新局方的工作，期望就業界議題達成共識。

旅發局為旅遊業界舉辦論壇和會議，旨在為業界成員提供有效的溝通渠道，交換意見，建立彼此的密切合作關係。

旅發局定期向相關持份者提供最新的行業資訊和統計數據。

內部溝通

作為企業文化的重要部分，旅發局非常重視有效的內部溝通。為此，旅發局為全體員工舉行會議，由管理層分享最新情況，並解答員工的問題。此外，旅發局為新入職員工舉辦全面的迎新簡介，協助融入機構。不同團隊的成員亦會獲邀出席每週舉行的業務會議，以促進部門之間的合作。旅發局冀通過這些工作，為員工創造一個包容的工作環境，提高整個機構的效能。

關於旅發局

- 120 獎項及殊榮
- 123 企業資訊
- 126 獨立核數師報告



獎項與殊榮

1 旅遊目的地 —— 香港

- 2024 GO TRAVEL酒店旅行甄選大賞：「年度多元文化體驗目的地」
- 中國國家旅遊年度榜單第六屆「中國國家旅遊」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」
- 2023印尼旅行社協會JATIM大獎（泗水）：最高旅遊銷售額目的地三甲
- 國家旅業品質盛典：會獎旅遊：2023會獎旅遊目的地首五位
- 國家旅業品質盛典：市場行銷：2023目的地行銷團隊首十位
- 新旅行年度大獎「目的地」組別：「年度可持續旅遊目的地」

2 組織

香港旅遊發展局

- 國家旅業時尚盛典：「十大傑出目的地行銷團隊」

3 旅發局工作

「藝聚香港」東南亞藝術家合作推廣

- 2023新加坡公關大獎：「最佳公關綜合傳訊」類別金獎
- 2023新加坡公關大獎：「最佳地區公關」類別金獎
- 2023新加坡公關大獎：「最佳社交媒體運用」類別金獎

2023「藝聚香港」

- 2023年HKMA/ViuTV及Now TV傑出市場策劃獎：「傑出市場合作推廣獎」

國風新潮

- 金滑鼠數位行銷大賽：大事件行銷銀獎
- 2023活動行銷大賞：「2023最佳公共事件」銅獎
- IAI 傳鑒國際廣告獎：旅遊品牌行銷優秀獎

你好，香港

- 2023 Mercury Awards：「非牟利機構」類別大獎
- 2023 MarCom Awards：「廣告/ 營銷：廣告：廣告活動」類別鉑金獎
- 2023 MarCom Awards：「廣告/ 營銷：線上」類別鉑金獎
- 2023 MarCom Awards：「營銷/ 推廣活動：品牌推廣」類別鉑金獎
- 2023 MarCom Awards：「營銷/ 推廣活動：策略傳訊」類別鉑金獎
- 2023泰國市場營銷大獎：「啟動營銷」類別金獎
- 2023泰國市場營銷大獎：「傳訊/ 公關」類別金獎
- 2023 Mercury Awards：「旅遊/ 出行（非牟利機構）」類別金獎
- 2023 Mercury Awards：「影片：特別項目」類別金獎
- 2023 Galaxy Awards：「廣告」類別銀獎
- 2023 Mercury Awards：「活動：營銷傳訊」類別銀獎
- 2023新加坡市場營銷大獎：「傳訊/ 公關」類別銀獎
- 2023新加坡市場營銷大獎：「網紅營銷」類別銀獎
- 2023馬來西亞市場營銷大獎：「綜合營銷」類別銅獎
- 2023新加坡市場營銷大獎：「綜合營銷」類別銅獎
- 2023泰國市場營銷大獎：「流動媒體營銷」類別銅獎
- 2023泰國市場營銷大獎：「綜合營銷」類別銅獎
- 2023 Mercury Awards：「旅遊/ 出行：宣傳活動」類別銅獎
- 2023 Mercury Awards：「旅遊/ 出行：推廣/ 營銷」類別銅獎
- 2023 Mercury Awards：「旅遊/ 出行：特別活動」類別優異獎
- 2023 Galaxy Awards：「推廣：特別活動」類別優異獎
- 2023 Galaxy Awards：「推廣：旅遊」類別優異獎
- 2023 Mercury Awards：「旅遊/ 出行：特別活動」類別優異獎
- 2022-2023長城獎：「長城獎 — 文旅好品牌」優秀案例

「你好，香港」考察團

- Marketing Interactive 2023公關大獎：「年度項目」金獎
- Marketing Interactive 2023公關大獎：「年度推廣金獎及疫情應變」銀獎

香港單車節

- Marketing Interactive 2023公關大獎：最佳聲望管理策略銅獎

香港國際龍舟邀請賽

- LINE FRIENDS中國授權大會：「2023最佳曝光宣傳活動」

Hong Kong Through the Lens of Gen-Z

- 亞太旅遊協會2023金獎競賽中榮獲推廣金獎（國家級：亞洲）
- MUSE 創意大獎：「品牌內容：年齡層推廣：年輕組」白金獎
- MUSE 創意大獎：「策略項目：社交媒體推廣」白金獎
- 2023 Astrid Awards：「旅遊／設計」金獎
- MUSE 創意大獎：「品牌內容：旅遊」金獎
- MUSE 創意大獎：「社交媒體：影片」金獎
- MUSE 創意大獎：「綜合推廣：社交媒體」金獎
- 2023 Astrid Awards：「跨媒體故事敘述」銀獎
- 2023 Astrid Awards：「旅遊：推廣」銅獎
- 2023 Astrid Awards：「旅遊：影片」銅獎
- 2023 DigiZ Awards：「最佳社交媒體策略」銅獎
- 2023 DigiZ Awards：「最佳影片/串流項目」銅獎

旅發局一站式會展旅遊網站

- 2023 iNova Awards：「旅遊/出行」類別銅獎

旅發局菲律賓旅行社協會第30屆旅遊展香港展亭

- 最佳展亭設計

「#你好香港」內地社交媒體推廣

- 第15屆金滑鼠數位行銷大賽：「話題行銷」組別金獎
- 第8屆IAI國際旅遊獎：「旅遊品牌行銷」組別銀獎
- 第15屆虎嘯獎：「行銷綜合-旅遊觀光類」銀獎
- 第15屆虎嘯獎：「社交媒體行銷類」優秀獎

2023 ITF 台北國際旅展

- 最佳展館獎

4 旅客服務

個人獎項

鄭碧芝女士 (旅客服務總監)

- 文化體育及旅遊局局長嘉許計劃：「推動旅遊發展傑出人士」

趙淑儀女士 (旅客服務主任)

- 2023香港國際機場「優質顧客服務計劃」：「個人卓越獎」

香港旅遊發展局旅客服務中

- 「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

企業資訊

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2024年3月31日，旅發局員工編制共400人，其中派駐香港以外共122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2024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：

- 郵輪業諮詢委員會
- 亞洲展覽會議協會聯盟諮詢委員會
- 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
- 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
- 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
- 旅遊業策略委員會
- 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

香港旅遊發展局最高級三層人員的職位數目、職級及薪酬檢討

旅發局已完成就其最高級三層人員截至二零二一年四月一日的職位數目、職級及薪酬檢討，並向政府提交檢討報告。旅發局最高級三層人員包括一名總幹事、一名副總幹事及十三名總經理 / 區域總監，其年度薪酬總額均與市場水平相若。而最高級三層人員的職位數目、職級及薪酬均為合適。

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129至177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2024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，以及重大會計政策資料和其他附註資料。

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2024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。

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。

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。

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責任。

香港旅遊發展局的獨立核數師報告(續)

(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)

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匯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

2024年8月6日

綜合全面收益表

截至 2024 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2024	2023
主要收入來源	3(a)		
本年度政府資助		1,349,662,177	1,018,195,817
其他收入			
利息收入		44,184,823	25,767,263
贊助收入		17,130,000	7,520,000
活動籌辦收入		28,904,944	2,204,450
雜項收入		1,703,598	569,238
		91,923,365	36,060,951
總收入	3(b)	1,441,585,542	1,054,256,768
宣傳、廣告及刊物支出		710,642,501	530,592,611
研究及產品拓展		14,777,477	4,713,187
本地服務及大型活動		309,671,053	173,316,835
員工成本	5	308,339,706	282,849,525
租金、差餉及管理費		6,450,986	3,693,694
折舊	7(a)	21,522,971	22,235,597
核數師酬金		395,250	386,975
其他經營費用		35,795,932	28,667,693
出售物業、機器及設備之虧損		59,020	10,948
總支出		1,407,654,896	1,046,467,065
本年度稅前盈餘	5	33,930,646	7,789,703
所得稅	4	(100,396)	(67,703)
本年度盈餘及全面收益總額		33,830,250	7,722,000

綜合財務狀況表

截至 2024 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2024	2023
非流動資產			
物業、機器及設備	7(a)	68,734,308	37,815,728
遞延稅項資產	13(b)	272,338	301,104
		69,006,646	38,116,832
流動資產			
應收賬款、按金及預付款項	9	31,093,333	32,165,007
銀行及財務機構存款	10	825,225,044	1,056,754,782
銀行存款及現金	10	11,242,535	10,125,482
		867,560,912	1,099,045,271
流動負債			
預收款項	12(a)	176,315,553	104,881,440
應付政府的款項	12(b)	9,122,630	371,009,431
應付賬款及應計費用	11	348,816,340	291,332,698
租賃負債		11,497,537	9,226,437
本期稅項	13(a)	49,661	99,116
		545,801,721	776,549,122
流動資產淨值		321,759,191	322,496,149
非流動負債			
租賃負債		11,478,337	15,155,731
資產淨值		379,287,500	345,457,250

	附註	2024	2023
代表:			
儲備	15		
一般儲備		338,354,624	345,457,250
其他儲備		40,932,876	-
儲備總額		379,287,500	345,457,250

香港旅遊發展局總幹事及主席於2024年8月6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

截至 2024 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2024	2023
非流動資產			
物業、機器及設備	7(b)	66,882,492	35,150,048
於一家附屬公司的權益	8	551,876	551,876
		67,434,368	35,701,924
流動資產			
應收賬款、按金及預付款項	9	30,758,096	31,770,798
銀行及財務機構存款	10	825,225,044	1,056,754,782
銀行存款及現金	10	11,180,363	9,641,861
		867,163,503	1,098,167,441
流動負債			
應付一家附屬公司的款項	8	3,488,602	3,912,052
預收款項	12(a)	176,315,553	104,881,440
應付政府的款項	12(b)	9,122,630	371,009,431
應付賬款及應計費用	11	344,950,818	286,660,418
租賃負債		10,701,364	8,417,584
		544,578,967	774,880,925
流動資產淨值		322,584,536	323,286,516
非流動負債			
租賃負債		10,756,787	13,553,073
資產淨值		379,262,117	345,435,367

	附註	2024	2023
代表:			
儲備	15		
一般儲備		338,329,241	345,435,367
其他儲備		40,932,876	-
儲備總額		379,262,117	345,435,367

香港旅遊發展局總幹事及主席於2024年8月6日批准，並許可刊發。

程鼎一
總幹事

彭耀佳博士，GBS，JP
主席

綜合儲備變動表

截至 2024 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	一般儲備 (附註15)	其他儲備 (附註15)	總額
於 2022 年 4 月 1 日	337,735,250	-	337,735,250
本年度盈餘及全面收益總額	7,722,000	-	7,722,000
於 2023 年 3 月 31 日 及 2023 年 4 月 1 日	345,457,250	-	345,457,250
轉(出)/入	(44,800,000)	44,800,000	-
本年度盈餘及全面收益總額	37,697,374	(3,867,124)	33,830,250
於 2024 年 3 月 31 日	338,354,624	40,932,876	379,287,500

綜合現金流量表

截至 2024 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2024	2023
經營活動			
本年度稅前盈餘		33,930,646	7,789,703
調整:			
利息收入		(44,184,823)	(25,767,263)
租賃負債的利息開支	10(b)	557,331	276,120
折舊	7(a)	21,522,971	22,235,597
出售物業、機器及設備之虧損		59,020	10,948
已收新冠病毒疫情相關之租金寬減	7(c)	-	(813,456)
外匯調整		(809,510)	(1,400,907)
營運資金變動前之經營盈餘		11,075,635	2,330,742
應收賬款、按金及預付款之增加		(2,589,025)	(3,340,207)
預收款項、應付賬款及應計費用之增加		128,917,755	70,854,407
應付政府的款項之減少		(361,886,801)	(406,211,635)
經營所用之現金		(224,482,436)	(336,366,693)
已繳付之海外稅項		(161,998)	(21,599)
經營活動所用之現金淨額		(224,644,434)	(336,388,292)
投資活動			
已收利息		47,845,522	18,216,984
購入物業、機器及設備		(38,888,542)	(5,290,355)
到期日超過三個月的銀行存款之減少/(增加)		173,580,931	(246,160,881)
投資活動產生/(所用)之現金淨額		182,537,911	(233,234,252)

綜合現金流量表(續)

截至 2024 年 3 月 31 日止年度 (以港幣列示)

	附註	2024	2023
融資活動			
已付租賃租金的資本部分	10(b)	(14,167,900)	(13,805,994)
已付租賃租金的利息部分	10(b)	(557,331)	(276,120)
融資活動所用之現金淨額		(14,725,231)	(14,082,114)
現金及現金等價物減少淨額		(56,831,754)	(583,704,658)
於年初之現金及現金等價物	10(a)	144,443,267	728,147,925
於年末之現金及現金等價物	10(a)	87,611,513	144,443,267

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布適用的《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布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》。附註 2(c)說明有關變動對集團於本會計期間及過往會計期間的會計政策產生的變更，綜合財務報表中亦有記載。

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。

財務報表附註(續)

2 主要會計政策 (續)

(c) 會計政策的修訂

(i) 新訂及經修訂的《香港財務報告準則》

香港會計師公會已頒布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。

(ii) 香港會計師公會就取消強積金與長期服務金對沖機制的會計影響發布新指引

政府於2022年6月刊憲《修訂條例》，將於2025年5月1日（「轉制日」）起生效。自《修訂條例》生效，僱主自轉制日後不得以其強制性公積金（「強積金」）之累算權益對沖轉制日起僱員服務所產生的長期服務金（即取消「對沖機制」）。此外，於轉制日前服務所涉及的長期服務金，須根據僱員於轉制日前的最後月薪及截至該日期的服務年資計算。

香港會計師公會於2023年7月發表《香港取消強積金與長期服務金對沖機制的會計影響》，為對沖機制及取消該機制的相關會計考慮提供指引。集團已評估該新指引對上述會計政策的影響，決定追溯變動有關會計政策以符合指引。有關變動並未對集團於本會計期間及過往會計期間已編製或呈報的業績和財務狀況構成重大影響。

(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。

(e) 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(l))後入賬。

(f) 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(l))。

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。

(g) 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 至12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。

(h) 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。

財務報表附註(續)

2 主要會計政策 (續)

(h) 應收賬款、按金及預付款項 (續)

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。

(i) 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(n))。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(h))。

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(n))。

(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，並在購入日期後三個月內到期。

(k) 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。

(l) 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。

財務報表附註(續)

2 主要會計政策 (續)

(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。

(n) 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) 活動籌辦收入於有權收取時確認。
- (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。

(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。

財務報表附註(續)

2 主要會計政策 (續)

(p) 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(f))。

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。

當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。

(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傭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。
- (v) 集團界定福利計劃如下：

– 根據香港《僱傭條例》支付的長期服務金

就長期服務金責任而言，未來福利的預計金額在扣除因集團強積金和「成員選擇計劃」供款的累算福利而產生的負服務成本後釐定，累算福利已歸屬於員工，並視為相關員工的供款。根據每年適用計劃而作出的供款記錄入該年的綜合財務狀況表。界定福利責任由合資格精算師採用單位預計給付成本法來計算。

(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) 為集團或集團母公司的主要管理層成員。

財務報表附註(續)

2 主要會計政策 (續)

(r) 關連人士 (續)

(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:

	2024	2023
其他收入來源		
– 本年度政府資助	1,349,662,177	1,018,195,817
– 利息收入	44,184,823	25,767,263
《香港財務報告準則》第15號範圍內客戶合約的收入	47,738,542	10,293,688
	1,441,585,542	1,054,256,768

(b) 於 2024 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。

財務報表附註(續)

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:

	2024	2023
本期稅項 — 海外		
本年度撥備	112,543	137,262
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	(12,147)	(69,559)
	100,396	67,703

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% (2023 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:

	2024	2023
本年度稅前盈餘	33,930,646	7,789,703
按適用於稅項溢利之稅率計算的稅前盈餘名義稅項	5,610,434	1,293,027
不可扣稅開支的稅務影響	232,111,534	172,724,867
毋須課稅收入的稅務影響	(237,621,572)	(173,950,191)
實際稅項開支	100,396	67,703

5 本年度稅前盈餘

集團

員工成本

	2024	2023
界定供款退休計劃供款	14,153,804	13,084,926
薪金及其他福利	294,185,902	269,764,599
	308,339,706	282,849,525

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:

	2024		
	總幹事	其他高級行政人員	總數
基本薪金	5,647,680	24,738,557	30,386,237
酌情按表現發放的薪酬	892,001	2,024,149	2,916,150
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	853,438	4,729,538	5,582,976
	7,393,119	31,492,244	38,885,363

	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

財務報表附註(續)

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	2024 高級行政人員 總數	2023 高級行政人員 總數
薪酬範圍			
1 - \$0 to \$500,000	(a)	1	-
2 - \$500,001 to \$1,000,000	(b)	1	-
3 - \$1,000,001 to \$1,500,000		-	-
4 - \$1,500,001 to \$2,000,000	(b)	2	3
5 - \$2,000,001 to \$2,500,000	(c)	4	5
6 - \$2,500,001 to \$3,000,000	(c)	2	1
7 - \$3,000,001 to \$3,500,000		1	1
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		-	-
13 - \$6,000,001 to \$6,500,000	(d)	-	1
14 - \$6,500,001 to \$7,000,000	(d)	1	-
		13	12

(a) 由於 2023/24 年度增加一個高級職位，薪酬範圍 1 下的高級行政人員增加一名。

(b) 由於 2023/24 年中職位空缺，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 4 變為 2。

(c) 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。

(d) 由於薪酬調整，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 13 變為 14。

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鈎的浮動薪酬。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鈎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 2024 年 3 月 31 日止年度內支付的浮動薪酬 892,001 元(2023 年: 795,981 元)。

截至 2024 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、八名總經理(2023 年:七名總經理)及三名區域幹事(2023 年:三名區域幹事)職位之酬金。

財務報表附註(續)

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 2023 年 4 月 1 日	252,855,009	24,470,377	78,466,850	1,078,088	13,988,730	36,150,765	949,039	407,958,858
增置	-	1,249,100	13,612,029	-	777,788	2,619,611	34,242,043	52,500,571
出售/註銷	-	(3,725,897)	-	-	(5,770,694)	(6,100,134)	-	(15,596,725)
轉撥	-	23,604,866	-	-	1,722,166	918,213	(26,245,245)	-
於 2024 年 3 月 31 日	252,855,009	45,598,446	92,078,879	1,078,088	10,717,990	33,588,455	8,945,837	444,862,704
累計折舊:								
於 2023 年 4 月 1 日	252,855,009	18,680,936	54,044,709	821,266	13,014,939	30,726,271	-	370,143,130
本年度折舊	-	2,877,367	14,747,599	114,143	697,105	3,086,757	-	21,522,971
出售/註銷	-	(3,703,636)	-	-	(5,745,998)	(6,088,071)	-	(15,537,705)
於 2024 年 3 月 31 日	252,855,009	17,854,667	68,792,308	935,409	7,966,046	27,724,957	-	376,128,396
賬面淨值:								
於 2024 年 3 月 31 日	-	27,743,779	23,286,571	142,679	2,751,944	5,863,498	8,945,837	68,734,308

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

財務報表附註(續)

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 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。

財務報表附註(續)

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 2023 年 4 月 1 日	252,855,009	24,400,205	72,693,740	1,078,088	13,898,871	36,128,685	949,039	402,003,637
增置	-	1,249,100	13,612,029	-	750,995	2,520,223	34,242,043	52,374,390
出售/註銷	-	(3,725,897)	-	-	(5,755,094)	(6,100,134)	-	(15,581,125)
轉撥	-	23,604,866	-	-	1,722,166	918,213	(26,245,245)	-
於 2024 年 3 月 31 日	252,855,009	45,528,274	86,305,769	1,078,088	10,616,938	33,466,987	8,945,837	438,796,902
累計折舊:								
於 2023 年 4 月 1 日	252,855,009	18,678,597	50,828,657	821,266	12,948,320	30,721,740	-	366,853,589
本年度折舊	-	2,853,976	13,858,188	114,143	683,209	3,073,410	-	20,582,926
出售/註銷	-	(3,703,636)	-	-	(5,730,398)	(6,088,071)	-	(15,522,105)
於 2024 年 3 月 31 日	252,855,009	17,828,937	64,686,845	935,409	7,901,131	27,707,079	-	371,914,410
賬面淨值:								
於 2024 年 3 月 31 日	-	27,699,337	21,618,924	142,679	2,715,807	5,759,908	8,945,837	66,882,492

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

財務報表附註(續)

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 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。

財務報表附註(續)

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	2024	2023
按折舊成本列賬的作自用租賃物業	(i)	23,286,571	24,422,141
按折舊成本列賬的汽車	(ii)	142,679	256,822
		23,429,250	24,678,963

旅發局

	附註	2024	2023
按折舊成本列賬的作自用租賃物業	(i)	21,618,924	21,865,083
按折舊成本列賬的汽車	(ii)	142,679	256,822
		21,761,603	22,121,905

於損益中確認的租賃的相關開支項目分析如下:

集團

	2024	2023
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	14,747,599	15,188,163
汽車	114,143	105,187
	14,861,742	15,293,350
租賃負債利息	557,331	276,120
與短期租賃有關的開支	3,183,061	472,917
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	362,379	380,602
已收新冠病毒疫情相關之租金寬減	-	(813,456)

年內使用權資產增加合計共 13,612,029 元(2023 年: 6,769,508 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。

財務報表附註(續)

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

	2024	2023
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	3,488,602	3,912,052

於 2024 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(2023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 2024 年 3 月 31 日止年度的核數師酬金及其他經營開支 43,600 元(2023 年: 42,400 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	
	2024	2023	2024	2023
應收賬款	299,552	395,244	299,552	395,244
其他應收賬款、按金及預付款項	30,793,781	31,769,763	30,458,544	31,375,554
	31,093,333	32,165,007	30,758,096	31,770,798

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：

	集團		外幣風險 (以港元計算)	
	2024	2023	2024	2023
澳元	784,896	278,364	784,896	278,364
英鎊	1,214,058	1,178,027	1,214,058	1,178,027
歐元	595,055	612,006	595,055	612,006
日圓	2,087,357	1,490,553	2,087,357	1,490,553
新台幣	335,237	430,437	-	-
人民幣	1,389,099	2,086,770	1,389,099	2,086,770
南韓圓	205,928	141,750	205,928	141,750
美元	3,096,799	2,506,732	3,096,799	2,506,732

於 2024 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 3,714,468 元及 3,498,214 元(2023年:集團及旅發局分別為 4,586,832 元及 4,376,933 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(h))。

於 2024 年 3 月 31 日，集團及旅發局並無虧損撥備(2023 年:零)。

財務報表附註(續)

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	
	2024	2023	2024	2023
銀行及財務機構存款	825,225,044	1,056,754,782	825,225,044	1,056,754,782
銀行存款及現金	11,242,535	10,125,482	11,180,363	9,641,861
現金及現金等價物	836,467,579	1,066,880,264	836,405,407	1,066,396,643
減去: 期滿距購入日期 超過三個月之銀行及 財務機構存款	(748,856,066)	(922,436,997)		
綜合現金流量表中之 現金及現金等價物	87,611,513	144,443,267		

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	
	2024	2023	2024	2023
澳元	367,802	192,688	367,802	192,688
英鎊	190,597	68,607	190,597	68,607
加元	183,119	422,693	183,119	422,693
歐元	499,938	164,966	499,938	164,966
日圓	22,196	48,202	22,196	48,202
新台幣	29,048	39,346	-	-
人民幣	105,010	344,216	105,010	344,216
新加坡元	3,110,260	3,784,406	3,110,260	3,784,406
南韓圓	88,018	3,155	88,018	3,155
美元	241,839	1,618,703	241,839	1,618,703

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 3.4 厘至 5.4 厘(2023 年：集團及旅發局介乎 3.1 厘至 5.7 厘)。

財務報表附註(續)

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。

	租賃負債
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
已收新冠病毒疫情相關之租金寬減 (附註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 日及於 2023 年 4 月 1 日	24,382,168
融資現金流量之變動:	
已付租金之資本部分	(14,167,900)
已付租金之利息部分	(557,331)
融資現金流量之變動總額	(14,725,231)
匯兌調整	(850,423)
其他變動:	
期內來自訂立新租賃之租賃負債增加	13,612,029
利息開支	557,331
其他變動總額	14,169,360
於 2024 年 3 月 31 日	22,975,874

(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:

	2024	2023
於營運現金流量內	3,545,440	853,519
於融資現金流量內	14,725,231	14,082,114
	18,270,671	14,935,633

11 應付賬款及應計費用

	集團		旅發局	
	2024	2023	2024	2023
應付賬款及應計費用	297,297,672	243,101,301	295,237,010	240,439,310
其他應付款項及應付雜項	51,518,668	48,231,397	49,713,808	46,221,108
	348,816,340	291,332,698	344,950,818	286,660,418

財務報表附註(續)

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	
	2024	2023	2024	2023
澳元	5,068,355	4,337,911	5,068,355	4,337,911
英鎊	3,278,599	3,005,387	3,278,599	3,005,387
加元	6,829,404	2,821,226	6,829,404	2,821,226
歐元	3,710,554	3,655,628	3,710,554	3,655,628
日圓	10,567,094	9,868,892	10,567,094	9,868,892
馬來西亞令吉	2,325,929	2,210,812	2,325,929	2,210,812
新台幣	3,865,522	4,672,279	-	-
人民幣	7,675,963	18,351,980	7,675,963	18,351,980
新加坡元	11,797,966	5,752,084	11,797,966	5,752,084
南韓圓	5,486,032	7,142,455	5,486,032	7,142,455
美元	16,070,192	13,429,158	16,070,192	13,429,158

於 2024 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 7,703,354 元 及 7,628,954 元(2023 年:集團及旅發局分別為 7,784,985元及 7,706,385 元)。

12 預收款項及應付政府的款項

(a) 預收款項

2024 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 2023/24 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:

	2024	2023
年內海外稅項撥備	112,543	137,262
年內繳納暫繳稅款	(62,882)	(22,495)
	49,661	114,767
與去年相關的所得稅餘額	-	(15,651)
	49,661	99,116

(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 2022 年 4 月 1 日	231,545
於損益內列賬	69,559
於 2023 年 3 月 31 日及 2023 年 4 月 1 日	301,104
於損益內列賬	12,147
匯兌損失	(40,913)
於 2024 年 3 月 31 日	272,338

財務報表附註(續)

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「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%(2023 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。

根據《香港僱傭條例》，僱員按連續性合約受僱滿五年且符合特定條件的情況下，有權獲得長期服務金。特定條件包括僱員因非嚴重過失或非裁員的理由遭解僱、僱員於 55 歲或 60 歲或以上自願辭職，或固定期限僱傭合約到期但未獲續約。長期服務金的金額將參考僱員的最終薪金（上限為 22,500 元）和服務年資，並扣除由集團為僱員繳納的強積金計劃或「成員選擇計劃」的累算權益而釐定，每名僱員的長期服務金總額上限為 390,000 元。

政府於2022年6月刊憲修訂條例，落實取消僱主現時能根據法例使用強積金計劃的強制性供款抵減對僱員應付長期服務金的權利，其後宣布《修訂條例》於轉制日起生效。

一旦取消對沖機制，僱主不得再使用其強積金計劃中強制性供款的累算權益（無論是在轉制日之前、當日或之後的供款）來抵減自轉制日起須付的長期服務金。然而，如僱員受僱於轉制日前，僱主仍可使用上述累算權益抵減截至轉制日的長期服務金；此外，轉制日前的長期服務金將以僱員該日期前的最後月薪及截至該日期的服務年資計算。

如附註2(c)(ii)及2(q)(v)所示，本集團已對對沖機制及其取消進行會計處理。

15 儲備

基於旅發局與政府之間的理解，集團於年末之儲備總額，不得超過其下一個財政年度的年度資助額的25%。儲備包括一般儲備及其他儲備。

集團

	一般儲備	其他儲備	總額
於2022年4月1日	337,735,250	-	337,735,250
本年度盈餘及全面收益總額	7,722,000	-	7,722,000
於2023年3月31日及2023年4月1日	345,457,250	-	345,457,250
轉(出)/入	(44,800,000)	44,800,000	-
本年度盈餘及全面收益總額	37,697,374	(3,867,124)	33,830,250
於2024年3月31日	338,354,624	40,932,876	379,287,500

旅發局

	一般儲備	其他儲備	總額
於2022年4月1日	337,715,603	-	337,715,603
本年度盈餘及全面收益總額	7,719,764	-	7,719,764
於2023年3月31日及2023年4月1日	345,435,367	-	345,435,367
轉(出)/入	(44,800,000)	44,800,000	-
本年度盈餘及全面收益總額	37,693,874	(3,867,124)	33,826,750
於2024年3月31日	338,329,241	40,932,876	379,262,117

一般儲備

一般儲備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。

其他儲備

經旅發局會議通過，設立其他儲備以資助總部辦公室裝修工程。其他儲備記錄本年度裝修工程費用折舊及相關附帶開支。

財務報表附註(續)

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。

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	2024 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	176,315,553	176,315,553	176,315,553	-	-	-
應付政府的款項	9,122,630	9,122,630	9,122,630	-	-	-
應付賬款及 應計費用	348,816,340	348,816,340	341,112,986	3,755,420	1,782,484	2,165,450
租賃負債	22,975,874	23,518,851	11,813,385	5,426,632	5,663,508	615,326
	557,230,397	557,773,374	538,364,554	9,182,052	7,445,992	2,780,776

	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

財務報表附註(續)

16 財務風險管理 (續)

(b) 流動資金風險 (續)

旅發局	2024 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	176,315,553	176,315,553	176,315,553	-	-	-
應付政府的款項	9,122,630	9,122,630	9,122,630	-	-	-
應付賬款及 應計費用	344,950,818	344,950,818	337,321,864	3,681,020	1,782,484	2,165,450
租賃負債	21,458,151	21,973,476	10,989,560	4,705,082	5,663,508	615,326
	551,847,152	552,362,477	533,749,607	8,386,102	7,445,992	2,780,776

	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

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

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儲備會即時出現的變動。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。

財務報表附註(續)

16 財務風險管理 (續)

(d) 外幣風險 (續)

	2024		2023	
	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)%	(207,543) 207,543	5% (5)%	(234,481) 234,481
英鎊	5% (5)%	(145,386) 145,386	5% (5)%	(198,091) 198,091
加元	5% (5)%	(363,312) 363,312	5% (5)%	(160,711) 160,711
歐元	5% (5)%	(248,034) 248,034	5% (5)%	(287,501) 287,501
日圓	5% (5)%	(493,057) 493,057	5% (5)%	(523,550) 523,550
馬來西亞令吉	5% (5)%	(116,296) 116,296	5% (5)%	(110,541) 110,541
新台幣	5% (5)%	(250,948) 250,948	5% (5)%	(330,699) 330,699
人民幣	5% (5)%	(514,020) 514,020	5% (5)%	(999,179) 999,179
新加坡元	5% (5)%	(539,011) 539,011	5% (5)%	(104,011) 104,011
南韓圓	5% (5)%	(285,195) 285,195	5% (5)%	(349,878) 349,878

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儲備的即時影響的總和，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 2023 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 2024 年 3 月 31 日及 2023 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 已頒布截至 2024 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布幾項新修訂及新準則，惟於截至 2024 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。