



香港旅遊發展局

BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG

香港旅遊發展局
年報 2018/19



I 目錄

2 主席及署理總幹事獻辭

- 2 主席獻辭
- 4 署理總幹事導言

6 香港旅遊發展局成員

8 旅遊業概況

- 8 與入境旅遊相關的總消費
- 8 過夜旅客人均消費
- 9 訪港旅客人次
- 9 過夜旅客平均留港時間
- 9 過夜旅客整體滿意度

10 策略重點

- 12 環球推廣
- 34 市場推廣
- 36 公關宣傳
- 38 盛事及推廣
- 52 業界合作
- 56 會展獎勵旅遊
- 59 郵輪宣傳
- 61 一程多站旅遊
- 63 優質旅遊服務
- 65 旅遊業及社區關係

66 獎項與殊榮

78 關於香港旅遊發展局

- 80 企業資訊
- 86 全球辦事處及地區代辦
- 88 獨立核數師報告

主席及署理總幹事獻辭

主席獻辭

今年四月，我獲委任為香港旅遊發展局（旅發局）新一任主席。2018年整體訪港旅客數字破紀錄達至6,500萬人次，按年錄得11%的增長。當中，過夜旅客人次按年增長亦有5%。面對如此輝煌的成就，我懷著誠敬之心，為有機會可以貢獻自己心力，讓興旺的旅遊業可以百尺竿頭，更進一步而滿懷喜悅。

然而，於數個月後，當我著手草擬這一份主席獻辭之際，香港旅遊業正因為持續的社會動盪承受重大打擊。訪港旅客數字扭轉了自2019年上半年雙位數字增長的趨勢，八月更錄得按年40%的下跌，是自2003年「嚴重急性呼吸系統綜合症」（「沙士」）爆發後，最大的單月跌幅。

各界開始有一個疑問，「經歷如此重大的打擊後，旅客還會再來香港嗎？香港還可以維持首選旅遊目的地地位嗎？」面對這個問題，我的回應是：「絕對可以。」

作為世界級的旅遊目的地，香港具有堅實的根基，為旅客提供豐富而獨特的旅遊體驗，讓香港一直以來能在一眾競爭對手中突圍而出。在2018年的離境旅客調查中，絕大多數的訪港旅客均表示，對在港的旅遊體驗感到滿意，92%的旅客更表示會向親友推介香港作為旅遊目的地。

作為旅遊目的地，香港有眾多充滿魅力的旅遊景點和精采的大型盛事，包括多個富有特色的傳統節慶、無與倫比的美酒美食活動、國際性的大型美術展覽，以及國際體育盛事，還有匯聚地道文化及生活歷史的小區，都對來自不同客源市場的旅客深具吸引力。

除此之外，隨著「廣深港高速鐵路香港段」及「港珠澳大橋」的開通，香港與鄰近地區的基建聯繫獲得重大提升，粵港澳大灣區內豐富的旅遊資源變得近在咫尺，方便來自世界各地的旅客盡情探索，為整個旅遊業界帶來了全新的發展機遇。

旅遊業一貫容易受到外在因素的影響，但過去歷史一再證明，無論面對多少的衝擊，只要懷著充沛的信心，透過持續不懈的努力，香港一定能夠克服挑戰。之前我們經歷了「沙士」後，重新出發，跨過了環球金融海嘯衝擊後，再創高峰，所以我們這次亦一定可以克服目前的困難，讓香港向世界各地展現更團結、更強大的面貌。

作為香港經濟其中一個支柱產業，旅遊業需要香港每一個人的支持。讓我們一起把握機遇，在堅實的基礎之上繼續建設未來，讓香港可以繼續成為全球旅客首選的旅遊目的地。



香港旅遊發展局主席
彭耀佳博士, GBS, JP

署理總幹事導言

在香港旅遊發展局（旅發局）任職超過二十年，我見證了整個旅遊業經歷了不少起與落，但亦發現一個不變的真理，就是，當我們克服重重挑戰後，亦會變得更強大、更有生命力。

在 2003 年，香港受到「嚴重急性呼吸系統綜合症」（「沙士」）的侵襲。在世界衛生組織移除了對香港的旅遊警示之後，香港各界立即攜手採取了一系列行動，令當年的訪港旅客數字迅速由五月份按年下跌 70%，扭轉至 8 月份按年上升 10%。於 2015 年及 2016 年間，訪港旅客數字因社會事件有所下滑，同樣在各界協力下，旅客數字於 2017 年重拾升軌，按年上升 3.2%，並於 2018 年突破歷年紀錄，按年上升 11%。

一次又一次的轉危為機全賴社會各界群策群力。感謝政府、旅遊業界以及整體社會的支持，讓我們不但在旅客數字上取得重大突破，亦成功為旅客提供豐富的旅遊體驗，為整體旅遊業界創造商機，確立香港作為旅客首選旅遊目的地的地位。

於過去多年間，我們大幅增加了舉辦及宣傳的大型活動數目，由每年僅舉辦數項大型盛事，到 2018 年全年合共舉辦及宣傳超過 90 項活動，當中包括由本地創立，並發展成國際級大型盛事，於 2018 年更以歷年最大規模慶祝第十屆的「香港美酒佳餚巡禮」；成功吸引來自全球各地知名選手參與的「香港單車節」；以及「閃躍維港燈影節」，此盛事更呈獻首度在香港舉行的「國際燈光藝術展」。與此同時，在「香港·大城小區」計劃下，我們於 2018 年推出了第二個推廣項目「深水埗」，鼓勵旅客以本地人的角度，體驗香港的地道文化。

為推動整體旅遊業的增長，我們於全球各地參加了 18 個國際性的旅遊展，並於 14 個不同的客源市場中，組織了 16 個業界考察團及交流活動，為超過 800 個本地以及海外的旅遊業界構建合作平台。此外，我們亦聯同超過 180 個旅遊業界的合作夥伴，針對佔整體訪港過夜旅客超過七成的家庭及年輕客群推出優惠旅遊產品，吸引他們來港旅遊。

在政府提供的額外撥款支持下，透過與業界的合作，我們於 2018 年內，成功落實超過 30 項國際性會展獎勵旅遊活動在港舉行，為香港帶來超過 12 萬名會展獎勵旅客。此外，我們亦向超過 450 項中小型會展獎勵旅遊活動發放資助。

為提升香港作為一個豐富旅遊體驗的旅遊目的地形象，我們透過每年瀏覽量達 1.4 億次的旅發局網站，以及整體「粉絲」數目超過 1 千萬的社交媒體平台，向全世界的受眾發放數以百計的香港旅遊故事。於 2018 年內，我們的公關宣傳平台於全球各地所進行的推廣工作，合共獲得約 70 億港元的宣傳效益。

同時，於 2018 年內，我們迎來了兩大基建：「廣深港高速鐵路香港段」及「港珠澳大橋」的開通，為我們帶來了重大發展機遇，讓我們於國際間展開全新的宣傳計劃，將「一程多站」旅遊推廣帶上一個新台階，確立香港成為整個粵港澳大灣區內的旅遊核心。

香港旅遊業根基穩固，能夠承受來自不同方面的衝擊。我絕對有信心，憑著我們對香港的熱愛、堅毅的精神、持續的創新，必定可以克服目前面對的困難，讓香港繼續成為世界上最卓越非凡、最令人讚嘆的旅遊目的地。



香港旅遊發展局署理總幹事
葉貞德

香港旅遊發展局成員

截至 2019 年 10 月在任的成員



彭耀佳博士, GBS, JP

主席

怡和管理有限公司
副行政總裁
(註i)



黃智祖, JP

副主席

香港特別行政區政府
商務及經濟發展局
旅遊事務專員



陳覺威

九龍海逸君綽酒店
總經理



周允成

周生生集團國際有限公司
董事兼副總經理



方舜文

香港貿易發展局
總裁



孖惠儀

渣打銀行(香港)有限公司
香港執行董事兼行政總裁
(註ii)



郭艷明

信報財經新聞有限公司
總編輯



梁宏正, JP

新興織造廠有限公司
董事



那巴利

市場推廣及業務發展
委員會主席
環美航務
集團商務總監



龐建貽, JP

產品及活動委員會主席
大亞國際集團有限公司
創辦人及董事總經理



沈朝生

南華(快捷)旅行社有限公司
執行董事



譚載怡

高盛(亞洲)有限責任公司
執行董事
(註iii)



譚允芝, SC, JP

財務及編制委員會主席
資深大律師



唐偉邦

香港太古集團有限公司
公共事務董事



黃焯安

冠忠巴士集團有限公司
行政總裁
(註ii)



黃進達, JP

星馬旅行社有限公司
總經理



胡文新, JP

合和實業有限公司
顧問及副行政總裁(酒店營運)



楊碧瑤, JP

富豪酒店國際控股有限公司
執行董事兼首席營運官



余葉嘉莉

稽核委員會主席

羅兵咸永道會計師事務所
消費市場行業
高級顧問

註：

- (i) 彭耀佳博士於 2019 年 4 月 1 日接替林建岳博士出任香港旅遊發展局主席。
- (ii) 任期由 2019 年 4 月 1 日起生效。
- (iii) 任期由 2018 年 11 月 1 日起生效。
- (iv) 截至 2019 年 3 月 31 日止年度內曾經在任的旅發局成員如下：
葉詠詩女士於 2018 年 10 月 31 日離任；
陳子政先生及施南生女士於 2019 年 3 月 31 日離任；
楊美珍女士於 2019 年 3 月 31 日辭任。

2018 旅遊業概況



與入境旅遊相關的總消費：

3,282 億港元

過夜旅客人均消費：

6,614 港元



訪港旅客人次：

6,515 萬

過夜旅客人次：

2,926 萬

不過夜旅客人次：

3,588 萬

過夜旅客平均留港時間：

3.1 晚

過夜旅客整體滿意度 (滿分為10分)：

8.6 分

策略重點

- 12 環球推廣
- 34 市場推廣
- 36 公關宣傳
- 38 盛事及推廣
- 52 業界合作
- 56 會展獎勵旅遊
- 59 郵輪宣傳
- 61 一程多站旅遊
- 63 優質旅遊服務
- 65 旅遊業及社區關係





環球推廣

旅發局致力提升香港的旅遊吸引力，並針對 20 個客源市場，推出迎合當地消費者需求的推廣項目，務求令香港成為他們首選的旅遊目的地。年內，我們透過多個有效的渠道，包括：公關宣傳、網上平台、社交媒體、消費者活動及業界推廣等，持續地向全球旅客宣傳「盡享·最香港」品牌，提升旅客的訪港意欲。

中國內地

2018 年下半年，廣深港高速鐵路香港段及港珠澳大橋兩項世界級交通基建相繼通車，大大促進香港及內地的交通，尤其是粵港澳大灣區。我們把握這個良好機遇，透過數碼媒體、電視台及名人推廣吸引內地旅客訪港。我們重點推廣「高鐵郵輪」的創新旅遊體驗，並積極拓展會展獎勵旅遊業務。

創新旅遊推廣計劃迎接兩大新基建

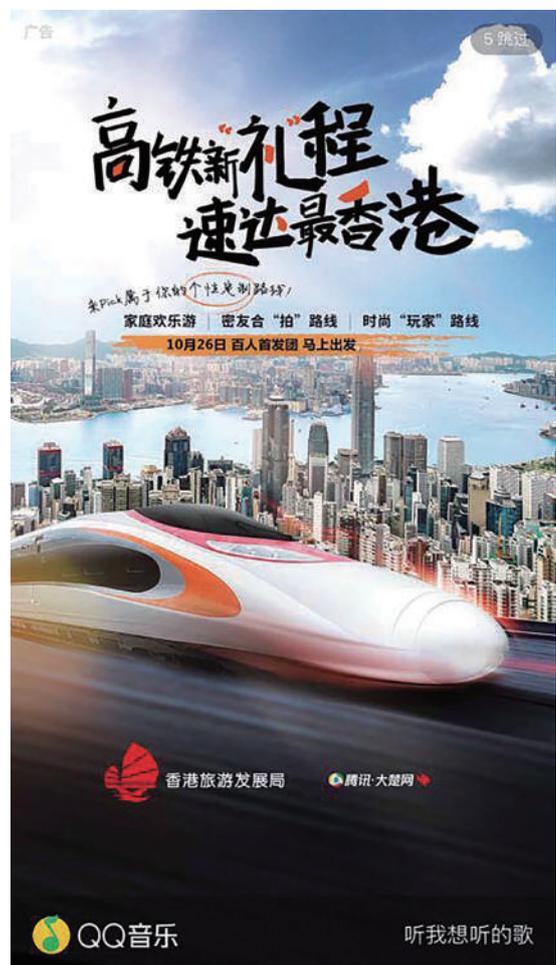
- 華南地區電視台的高鐵宣傳效益：逾 5,000 萬港元
- 與港珠澳大橋鄰近城市媒體合作的宣傳效益：逾 2,400 萬港元
- 與網易及新華網合作推廣的宣傳效益：接近 2,400 萬港元
- 首發高鐵及港珠澳旅遊套票銷售量：接近 18 萬份

因應廣深港高鐵及港珠澳大橋的落成，我們推出了一系列創新的旅遊推廣計劃，提升旅客對兩大基建的認知。

廣深港高鐵快捷舒適，更加便利華中地區和香港之間的交通往來。我們透過騰訊旗下多個數碼平台向湖南及湖北兩大重點城市的消費者推廣高鐵的便利。同時，我們安排了華南地區多個主要電視台，包括：廣東電視台、深圳電視台、福建電視台、廈門電視台及江西電視台實地到香港考察，並參觀高鐵西九龍站及鄰近景點。

港珠澳大橋大大促進了粵港澳大灣區內的交通。我們邀請了廣州、珠海、江門及中山等鄰近港珠澳大橋之城市的主要媒體報道大橋的資訊，讓旅客認識大橋帶來的便利，並介紹鄰近的旅遊景點，和推廣旅發局的活動。

我們亦和內地兩大網上新聞平台——網易及新華網聯手，推廣高鐵及港珠澳大橋。透過這兩大媒體巨頭的強大網絡，包括官方網站、新聞流動應用程式、微信及微博帳戶，我們成功向數以億計的消費者發放推廣訊息。



此外，我們夥拍高鐵沿線十個重點城市的旅行社，推出結合首發高鐵和旅遊景點的套票，配合旅發局的季節性推廣，吸引華南、華中及華西地區的旅客。同時，我們亦和大灣區內的旅行社合作推出包含港珠澳大橋的主題旅遊產品。



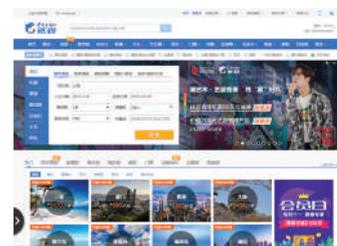
王嘉爾的獨「嘉」香港玩法

- 「獨『嘉』香港 AR 魔法書」短片瀏覽量：7,400 萬次
- 王嘉爾出席「香港美酒佳餚巡禮」的宣傳效益：4,300 萬港元
- 攜程及國泰旅遊套票：售出逾 26 萬份

2018 年 2 月，旅發局委任香港土生土長、在內地非常受歡迎的流行偶像王嘉爾為「旅遊推廣官」，成功吸引許多內地年輕客群的關注。



在 2018/19 年度，我們推出大型綜合數碼推廣活動「獨『嘉』香港 AR 魔法書」，收錄王嘉爾的短片、錄音問候語及 AR (擴增實境) 遊戲，讓消費者感受香港的娛樂、藝術、體育及美食旅遊體驗，從而吸引他們訪港。我們透過國內最受歡迎的數碼媒體平台，包括騰訊、優酷、愛奇藝、微博、搜狐及嗶哩嗶哩，以及業界六大夥伴的微博平台加強推廣。在 2018 年 10 月，我們拍攝了王嘉爾參加「香港美酒佳餚巡禮」的影片，延續「王嘉爾的獨『嘉』香港玩法」的宣傳攻勢。



此外，我們亦藉此推廣活動，與業界聯手加強宣傳，例如我們和攜程合作推出由王嘉爾代言，配合旅發局四個大型活動的全新旅遊產品。我們亦夥拍國泰及國泰港龍，在航班上播放王嘉爾的宣傳短片，向旅客推介香港暑假的有趣活動及秋季的美酒佳餚體驗。

香港取景的真人騷

- 《鋒味》的宣傳效益：逾 9,800 萬港元
- 《帶我去遠方》的宣傳效益：逾 1,530 萬港元

「真人騷」節目在內地相當受歡迎。年內，我們和兩大重點節目合作，吸引他們來香港取景，從而增加香港的曝光。

第一個節目是由香港紅星謝霆鋒主持的《鋒味》，他帶領觀眾發掘香港豐富多元的美食及其他獨特旅遊體驗。該節目在浙江衛視、愛奇藝、優酷以及國泰和國泰港龍的航班上播放。

第二個節目是在騰訊網熱播的家庭教育娛樂節目——《帶我去遠方》。透過節目介紹的精采旅程，推廣香港為理想的家庭旅遊目的地。



創新郵輪假期

- 《環球夢遊記》瀏覽量：接近 4,000 萬次
- 《城市畫報》夏季推廣活動的宣傳效益：3,300 萬港元

廣深港高鐵不但加強內地和香港之間的交通聯繫，還促成「高鐵郵輪」的創新旅遊體驗。我們和網上旅遊節目《環球夢遊記》合作，推出五集乘搭高鐵到港再開展精采郵輪旅程的節目，並在多個網上平台發放，提升曝光率。另外，我們亦透過覆蓋全國的網上新聞平台——網易向消費者推廣結合高鐵和郵輪的獨特旅遊體驗。

我們亦和生活雜誌《城市畫報》合作，針對兩大極具潛力的家庭及年輕客群，在夏季推出綜合市場推廣計劃，並透過多個宣傳渠道創造以郵輪訪港的暑假熱潮，例如《城市畫報》的編輯及家人分享到港考察的專題故事、網絡爸媽紅人的社交媒體分享以及和親子餐廳「必勝客」的品牌合作等。

同時，我們首次和皇家加勒比遊輪船務（中國）合作，推出陸上觀光團及主題公園遊覽行程，廣受兩大客群歡迎。

2018 香港出發 玩转暑假

皇家加勒比游轮

暑假預定皇家游轮
香港出发 航次即享

四重大礼限时送

1. 尊享四大主题乐园“香港迪士尼乐园”、“香港海洋公园”二合一
2. 尊享皇家加勒比游轮“迪士尼假期”系列主题游轮
3. 畅玩皇家加勒比游轮6个主题乐园“海上青春青少年中心”主题夏令营
4. 尊享码头贵宾休息室机场专车接送巴士

特别推荐“早享暑假”海上游轮，全特等舱位往返香港航程
 特别推荐香港酒店住宿、多段跨境快线香港—台湾线(如香港、高雄、台南、台北)等；
 特别推荐邮轮航线 皇家加勒比邮轮

皇家加勒比
 皇家加勒比游轮有限公司
 香港中環皇后大道中151号皇家中心11楼1101室
 皇家加勒比游轮有限公司
 香港中環皇后大道中151号皇家中心11楼1101室

會展獎勵旅遊蓬勃發展

- 2018/19 年度內地會展獎勵旅遊團隊的成果：
 - 成功爭取九個直銷行業的會展獎勵旅遊團隊到訪香港，合共吸引超過 5 萬人，其中包括有史以來最大規模、超過 21,000 名參加者的 2019 玫琳凱（中國）領袖會議
 - 接待 18 個來自製藥、保險及零售等行業的會議及獎勵旅遊團體，合共超過 7,600 人
 - 2019 年接待三個大型會議，合共超過 2,100 人，並落實五個將於 2020 及 2021 年舉行的大型會議，預計為香港帶來超過 8,000 名參加者

內地會展獎勵旅遊團隊致力開創企業客群及新市場。年內，我們安排了 20 個來自直銷、保險、製藥、零售、年會論壇及會議協會主辦機構等企業客戶到港考察。在首屆「中國商協會大會」舉行期間，我們和中國商務會展聯盟合作，舉辦了一個主題午餐會，超過 300 名中國商務會展聯盟的會員出席。此次活動加強了我們和內地重要業內人士的連繫，並帶來重大成果，包括接待有史以來最大規模的會展獎勵旅遊團體——2019 玫琳凱（中國）領袖會議。

另外，我們亦挑選了 16 個具潛力的內地城市，拓展會展獎勵旅遊的商機。我們籌辦了兩場業界研討會，招待來自西安、鄭州、太原、石家莊、長沙、武漢、貴陽、南昌的會展獎勵旅遊代理認識香港的會展獎勵旅遊魅力。另一個業界研討會則在珠海舉行，安排在粵港澳大灣區內及鄰近城市，包括珠海、東莞、佛山、中山、廣州及深圳等地的旅行社出席，並到港實地考察，感受港珠澳大橋及高鐵的便利，以及香港多元化的會展獎勵旅遊產品及場地設施。



台灣

從台灣到香港只需不到兩個小時的飛行時間，適合「說走就走」的旅行，所以台灣人都愛到香港來度一個短假或過一個週末。在這個發展成熟的市場，我們特別精選一些旅遊體驗，讓台灣的旅客重新迷上香港。

在深水埗來一趟文青遊

- 「深水埗」推廣項目的宣傳效益：1,300 萬港元
- 「深水埗」推廣項目相關業界合作計劃的機票銷售額：接近 7,000 張



富有濃厚平民色彩的深水埗是旅發局地區推廣的第二個重點項目。這裏是體驗香港地道生活的最佳地方。

為了廣為宣傳這個傳統上屬於藍領階層的社區，我們與時尚雜誌《美麗佳人》合作推出四篇以深水埗為主題的文章、並附上短片，推介社區裏的潮流服飾店與工作坊、街頭小食及具特色的古蹟建築。此外，我們也在電視台及網上節目播出動人的真實故事，並邀請博客與社交網絡紅人分享他們推介的行程，來展現深水埗地道的生活氣息與濃濃的人情味。

我們在官網推出到深水埗尋寶的網上互動遊戲，讓旅客有機會贏得免費到香港旅遊的機會及其他豐富獎品，此互動遊戲獲得熱烈迴響。為了引起參加者到香港旅遊的意欲，我們還在網上遊戲中附上機票折扣碼，讓他們可以優惠價訂購國泰航空的機票。



© Marie Claire



© camerabay TV



格林美獎入圍設計師眼中的香港

- 與蕭青陽合作推廣「香港藝術月」活動的宣傳效益：
580 萬港元

近年來，「文青」一詞廣為流行，這個詞匯大概源自富有有人文素養的台灣，用來形容喜愛藝術、生活品味出眾的青年。

為了招徠文青客群，我們邀請台灣知名設計大師兼五度入圍格林美「最佳唱片設計」獎的蕭青陽走訪香港拍攝短片，從他的視角觀察香港。他認為香港是一個中西文化兼容的藝術熔爐。在短片中，他帶著旅客發現藏在香港忙碌生活中的「繁忙美學」，由前衛的街頭藝術、郊野美景，以至傳統建築等。我們在台灣舉辦大型的宣傳活動，並獲得當地媒體廣泛報道，吸引許多藝術和設計愛好者於三月到港參加「香港藝術月」活動。



揉合會展及郵輪旅遊的商務旅行新趨勢

- 全聯福利中心獎勵旅遊團體的規模：接近 1,500 人

在 2018 年 10 月，台灣最大連鎖超市全聯福利中心為慶祝成立 20 週年及獎賞表現優秀的店經理，到香港展開獎勵旅遊，是台灣歷來到港最大規模的獎勵旅遊團體。

這趟獨一無二的行程為期五天，讓參加者盡情體驗香港多樣化的一面，包括兩晚的「世界夢號」郵輪旅程、參加第十屆「香港美酒佳餚巡禮」、走訪熱門景點，以及參加由台灣辦事處及香港會議及展覽拓展部攜手度身訂造的精采接待節目。

這個項目充份展示香港有接待大型會展獎勵旅遊團體的能力，同時亦反映旅發局可以進行配對整合，讓會展旅遊與郵輪旅遊結合為一，為參加者提供嶄新的商務旅遊體驗，並為兩個領域的業界創造新商機。



日本

多年來，日本與香港的旅遊關係非常密切。日本作為香港第五大客源市場，我們除了繼續推廣香港的動感城市生活與豐富多元的旅遊體驗外，也借助粵港澳大灣區的發展，以及廣深港高速鐵路香港段與港珠澳大橋兩大基礎建設相繼開通，向日本旅客推廣「一程多站」旅遊新產品。

香港週 — Greater Bay Area Showcase

- 「香港週 — Greater Bay Area Showcase」的全球宣傳效益：2,370 萬港元



在 2018 年 11 月，旅發局在東京購物商場 KITTE 主辦為期四天的「香港週 — Greater Bay Area Showcase」展覽，向日本消費者推廣香港作為粵港澳大灣區「一程多站」旅遊的最佳起點。

展覽展示了香港獨特的旅遊體驗，以及連接香港與內地最新的大型交通基建。展區內還設置了香港地區推廣項目「舊城中環」的迷你模型，以及由日本著名藝人香取慎吾在中環創作的街頭壁畫《大口龍仔》的複製品。香取慎吾更以神秘嘉賓的形式出現在展覽中，與日本消費者分享他在香港的旅遊體驗。

除了展覽活動，旅發局亦聯同香港經濟貿易辦事處及香港貿易發展局舉行午餐簡報會。緊接舉辦的業界說明會與酒會，更吸引了日本官員及超過 160 名日本和粵港澳大灣區的業界人士參與。

香港日本旅遊年

- 藤森慎吾傳媒發佈會的宣傳效益：1,240 萬港元

旅發局在日本市場的另一個大型推廣計劃便是將 2019 年訂為「香港日本旅遊年」。我們與日本國家旅遊局及日本觀光廳攜手於 2018 年 9 月舉辦的日本國際旅遊展上宣佈此消息。

旅發局隨後於 2019 年 1 月舉辦傳媒發佈會，公佈旅遊年期間特別向日本旅客提供的優惠，同時宣佈委任日本人氣藝人藤森慎吾為香港旅遊大使「星級香港迷」。藤森慎吾早年曾經在香港生活了三年，至今仍然很喜歡香港，至少一年要訪港一次。藤森慎吾在發佈會及訪港活動期間的照片與短片在多個媒體平台上發放，以吸引日本消費者赴港旅遊。



與《Hanako》雜誌合作讓旅客沉醉於香港驚喜

- 與《Hanako》雜誌合作的宣傳效益：1,200 萬港元

日本月刊生活雜誌《Hanako》以香港作為封面故事，並由香港模特兒兼演員袁澧林亮相到多個景點取景拍照。在超過 80 頁的篇幅中，我們向日本旅客展示一些具吸引力的精采體驗，包括香港的點心、糕點、藝術、酒吧與夜景。雜誌內還附上一本長達 12 頁的專題別冊《The Places HK fans and locals go》，列出日本名人及居港日本人精選的私房景點。我們也在旅遊展和業界活動中派發了 3 萬本專題別冊，以吸引日本旅客。我們亦在東京和大阪 40 個主要鐵路站，以及《Hanako》雜誌的數碼平台大力宣傳這期雜誌。



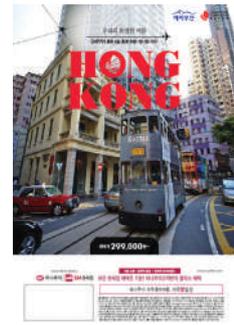
南韓

香港是一個色彩豐富的巨大調色盤 — 從往昔的柔和色調，到在繁華區內霓虹招牌滿佈的鮮艷色彩，乃至令人舒緩自在的郊野綠色天地，旅客總能在這裡找到心中最愛。

年內，我們在南韓重點推廣「香港•大城小區」、「香港郊野全接觸」和「香港 Fun 享夏日禮」，讓南韓旅客通過多姿多采的活動在香港調出色彩繽紛的旅程，帶著美好愉快的回憶回家。

剪輯心目中的「香港•大城小區」

- 與「香港•大城小區」相關電視節目的宣傳效益：3.9 億港元
- 「Travel Factory」短片的瀏覽量：146 萬次（截至 2019 年 8 月初）



「香港•大城小區」計劃首個推廣項目「舊城中環」廣獲好評，許多旅客都希望可以有更多探索香港地道生活的體驗。年內，我們正式推廣第二個社區推廣計劃 — 「深水埗」，同時透過消費者市場推廣、公關宣傳和業界合作一同推廣這兩個社區。

我們與 Sony Camera 及南韓消費者月刊《Travie》合作，邀請 10 位影像博客到香港拍攝與「舊城中環」和「深水埗」相關內容的短片，然後由旅客公開投選出心水作品，參賽作品在 Sony 的社交媒體平台發放，《Travie》雜誌也用了八頁篇幅報道。

與此同時，我們連續第三年夥拍「Travel Factory」製作短片，拍攝「舊城中環」和「深水埗」迷人的景致。我們亦和《Lonely Planet》，以及高收視的南韓電視台合作，包括 SBS、KBS、tvN 和 Mnet，重點推介香港各類引人入勝與鮮為人知的體驗，讓不同客群的旅客重新發現香港的魅力。各大航空公司推出的優惠機票，也驅使旅客赴港遊玩。

City Life, City Rest

- 與電視台合作相關項目的宣傳效益：1.68 億港元
- 夏季推廣活動的機票銷售量：2 萬張

夏天是南韓旅客赴香港旅遊的旺季。在這段期間，旅發局推出圍繞「商場購物」、「美食」、「城市休憩」和「夜生活」四大主題的綜合推廣計劃，讓旅客享受時尚和超值的旅遊體驗。

首先，我們與國泰航空、「客路」(Klook) 及 HotelsCombined 合作推出極具吸引力的一站式優惠。第二，我們與 Hana Tour 釜山分店及以釜山為基地的 KNN TV 合作推廣，並在這個南韓第二大城市最繁忙的地鐵站推出廣告。第三，我們亦與傳媒機構合作，包括安排 Mnet 的人氣嘻哈音樂「真人騷」節目「Show Me the Money 777」，到香港取景拍攝，宣傳香港作為年青人和時尚人的旅遊目的地。第四，我們邀請網絡紅人在社交媒體發佈與上述四個主題相關的帖文。最後，我們製作「City Life, City Rest」宣傳片，並在首爾市中心播出，加強宣傳成效。



與 K2 的行山遠足之旅

- 與業界合作有關「香港郊野全接觸」的旅遊套票銷量：超過 4,000 份

香港擁有豐富多元的郊野，青山綠水環繞，還有許多景觀一流的行山徑，所以行山自然成了香港的熱門活動。為了向南韓旅客推介香港的大自然，旅發局與當地著名的戶外休閒品牌 K2 及旅遊月刊《AB Road》合作，組成一隊行山遠足隊。

這支隊伍先後到龍脊及由太平山頂至香港大學的一條行山徑「Down the Memory Lane」去尋找香港美景。他們的行山體驗和市內人氣行山徑等相關內容，均在 K2 的社交媒體平台發佈，其 299 間分店亦有擺放宣傳裝飾。《AB Road》也用了八頁篇幅報道。

為了讓旅客可以親身體驗遠足隊的經歷，我們結合公關宣傳與業界合作，聯同南韓第二大旅遊批發商 Mode Tour 在內的八個業界夥伴，設計並推出「香港郊野全接觸」相關的旅遊產品、自助遊套票及旅行團。

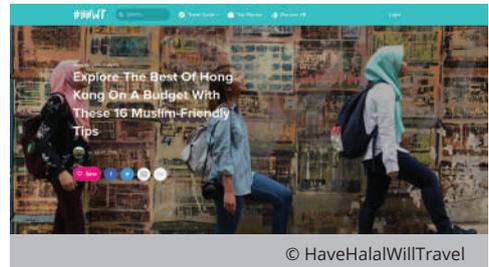


東南亞

東南亞是香港重要的客源市場，主要包括新加坡、馬來西亞、印尼、泰國和菲律賓。配合「香港•大城小區」推廣項目，我們積極向東南亞的旅客推介深水埗。同時為了拓展客源，我們亦推出針對目標客群的推廣計劃，包括宣傳香港作為穆斯林旅客的旅遊勝地，及國際體育盛事之都。

重點推廣吸引穆斯林旅客

- 大型訪港考察團的宣傳效益：630 萬港元
- 與馬來西亞航空業界合作的成效：宣傳活動期間，消費者對前往香港航班的搜尋率增加 100%，並售出 3,500 張機票
- 夥拍「Have Halal Will Travel」宣傳活動的接觸人數：2,000 萬人次



穆斯林人口佔東南亞總人口近四成，商機龐大，不容小覷。年內，旅發局重點投放資源，當中以印尼與馬來西亞市場為甚，通過公關宣傳、消費者市場推廣及業界活動來吸引穆斯林旅客，滿足他們的特別要求和生活習俗。

我們與區內知名的穆斯林旅遊平台「Have Halal Will Travel」聯手展開大規模宣傳活動，全年發放創意內容，建立香港對穆斯林旅客友好的形象，並在社交媒體與穆斯林社群積極互動。

與此同時，我們也與馬來西亞航空合作拍攝了一段宣傳片，介紹一位穆斯林網絡紅人到香港的探險之旅，包括到郊野行山、探索深水埗和「舊城中環」等精采有趣的社區。

我們亦在 2018 年 4 月舉辦大型的旅遊業界和傳媒訪港考察團，邀請共 44 間來自馬來西亞和印尼的穆斯林傳媒機構與業界代表參與，體驗我們專為穆斯林旅客設計的設施與清真美食、並參觀清真寺和熱門景點。

大型新聞發佈會宣傳深水埗

- 「深水埗」地區項目相關推廣活動的總宣傳效益：4,000 萬港元

為了配合「深水埗」地區推廣項目，我們在馬來西亞和印尼分別舉行大型新聞發佈會。

我們在馬來西亞舉辦了午餐會，招待傳媒與業界，並在場內重現深水埗的地道美食和氛圍。同時也請來著名旅遊節目主持人盧覓雪分享她與深水埗居民的互動。盧覓雪主持的電視節目「尋•覓•人情味」一共六集，在馬來西亞及全球多國都有播出。她隨後接受傳媒訪問，繼續宣傳「深水埗」地區推廣項目。

而在印尼，我們與 Trans TV「真人騷」節目「Mission X」合作。這個電視節目由多位名人主持，包括「印尼偶像」選秀節目決賽歌手 Brisia Jodie。旅發局安排「Mission X」的製作團隊到香港取景拍攝，並在 2018 年 8 月至 2019 年 1 月之間播出。借助這個節目的知名度，我們舉辦了新聞發佈



會推廣深水埗，並邀請節目中的名人分享他們在香港的旅遊體驗，並和超過 120 位傳媒和業界代表玩遊戲。

在我們大力推廣下，東南亞的主要傳媒機構廣泛報道有關深水埗的有趣故事，由低調的小店與攤檔、地道美食到歷史悠久的古蹟建築等內容都有涵蓋，其中包括 ANC 的「Cityscape」、Astro 的「Ria Fantasy Escape」、CNN Philippines Life、Khao Sod、《中國報》和《海峽時報》。

利用「香港單車節」推廣運動旅遊

- 參與「香港單車節」的新加坡與泰國單車手人數：70 人

在發展成熟的新加坡和泰國市場，體育旅遊特別受歡迎。年內，我們與提供專項旅遊的旅行社及其他夥伴合作，重點推出與體育相關的旅遊產品，包括大型體育盛事「香港單車節」。

除了宣傳香港是舉辦體育活動的勝地，我們也希望藉此鼓勵體育愛好者到香港參與「香港單車節」。所以在新加坡，我們保留了一些參賽名額給網上體育平台 RunSociety 的會員，同時安排他們的記者參賽、點評相關的行程與體驗。此外，我們也聯同星郵郵輪推出歷來第一個讓郵輪旅客參與「香港單車節」兼乘搭郵輪的套票，並與專營戶外活動的旅行社 Travelwander 為參賽的旅客度身訂造旅遊套票。

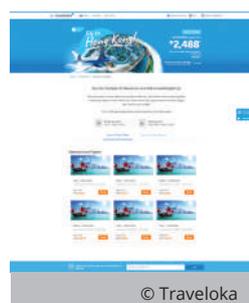


在泰國方面，旅發局聯同專營運動旅遊的旅行社 Boxmatch Travel 推出獨家「香港單車節」旅遊套票，並且連續第二年邀請兩位知名泰國單車好手參賽，兩人之後更在社交媒體分享他們的體驗。

與網上及傳統業界夥伴攜手合作

- 參與東南亞訪港考察團的旅行社代理人數：75 人
- 印尼和菲律賓的 Traveloka 推廣計劃銷量：售出超過 6,500 張機票和 2,300 張景點門票，及 2,200 間酒店房間

我們把握電子商務在全球大行其道的機遇，與東南亞領先的網上旅行社 Traveloka 在菲律賓和印尼進行區域合作，通過生動有趣的內容、各式機票、景點和住宿優惠，驅使旅客來港旅遊。另外，我們亦夥拍旅遊搜索引擎 Wego 和 Sky Scanner 聯合推廣香港的旅遊內容，並經由網絡紅人分享，為旅客提供旅遊靈感。



雖然很多旅客通過網上旅行社安排行程，不過仍然有很大部分消費者依靠傳統旅行社。因此，我們積極與業界交流，並安排訪港考察團提供最新的產品資訊，重點推介新旅遊產品與旅遊設施。在考察團期間，我們也安排了業務洽談會，促進香港與海外業界交流，鼓勵雙方為旅客設計新旅遊產品，創造商機。

新市場

旅發局一直致力尋求發展機遇，以拓闊我們市場推廣的範圍，當中一項重要工作，就是推動新市場發展。透過一系列業界合作、公關宣傳及針對消費者的市場推廣，我們在印度、俄羅斯及海灣合作地區國家加強推廣，並致力開拓越南市場。

跟着寶萊塢紅星的腳步遊香港

- Gautam 訪港之旅宣傳效益：280 萬港元

ENTERTAINMENT SPORTS LIFESTYLE COVER STORY PHOTOS

reconnecting with her knee injury, watch ...

Home / Entertainment / Bollywood

YAMI GAUTAM'S HONG KONG GETAWAY IS BOUND TO MAKE YOU ENVIOUS

PRAJAKTA AIGAOIKAR AUGUST 06 2018, 4:40 PM

Actress Yami Gautam has been making great fashionable splashes across the globe with her sister Surilie. The sisters are inseparable as they go about town, putting their stylish foot forward. Now, they have jetted off to Hong Kong for a nice getaway and the pictures are bound to make you go red with envy.

The Economic Times Panache

Yami Gautam reveals the best kept secrets of Hong Kong

The actress shares a glimpse of the vibrant and diverse city of Hong Kong.

Thinking of travelling abroad? These pics of Yami Gautam will tell why your destination should be Hong Kong.

Yami Gautam is not just a Bollywood star but also a fashionista. She is seen in a variety of outfits, from traditional Indian attire to modern Western wear. Her style is a blend of elegance and contemporary fashion.

Yami Gautam is also a social media star. She has a large following on Instagram and Facebook. Her posts about her Hong Kong trip have received a lot of attention.

我們邀請著名的寶萊塢女演員及模特兒 Yami Gautam 來港，體驗香港的地道文化及美食，並透過拍攝宣傳片及與媒體夥伴合作，包括《Economic Times Panache》以及多個網上媒體平台進行宣傳。Gautam 並把她在旅途中所拍攝的照片上傳至 Instagram，與逾 1,050 萬名追隨者分享。

加強俄羅斯及海灣合作地區對香港的認知

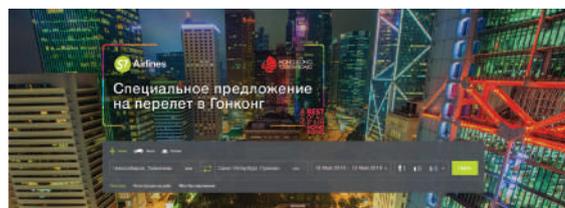
- 於聯合推廣期間，俄羅斯西伯利亞航空由俄羅斯前往香港的機票預訂數目按年增長：38%
- 與越南航空及阿聯猶航空合作宣傳香港「一程多站」行程的相關機票預訂數目：508



儘管因路途遙遠，香港並不是俄羅斯及海灣合作地區旅客的首選旅遊目的地，我們仍致力提升香港在當地的曝光，以維持當地消費者對香港的認知。

我們繼續與俄羅斯西伯利亞航空合作，針對莫斯科以及多個在遠東地區的城市進行促銷推廣，並舉辦考察團，邀請遠東地區的旅遊業界來港考察，體驗香港多項大型盛事，如「香港美酒佳餚巡禮」及「閃躍維港燈影節」。在俄羅斯最富裕的地方——首都莫斯科，我們透過與越南航空及阿聯猶航空合作，集中推廣結合香港與其他旅遊目的地的「一程多站」行程，為當地消費者提供在直航以外，前往香港旅遊的選擇。

針對海灣合作地區國家，我們透過與當地知名網上旅行社 Almosafer 及多家本地酒店合作，於當地推出優惠旅遊產品，以提高消費者來港旅遊的意欲。



利用名人效應打開越南市場

- Ly Qui Khanh 訪港之旅社交媒體參與：33.1 萬人次

我們夥拍國泰航空，邀請當地知名網絡紅人 Ly Qui Khanh 於 2018 年秋天來港，並透過他個人以及國泰航空的社交媒體平台，發放他訪港期間所攝製的精采影像。



澳洲

澳洲人特別喜愛體育和戶外活動。我們通過積極宣傳由旅發局舉辦的體育盛事「香港單車節」，並邀請澳洲星級車手參賽，藉此向澳洲旅客推廣香港作為體育及戶外活動的首選旅遊目的地。同時，我們亦繼續和多個澳洲航空公司緊密合作，以刺激當地旅客的訪港意欲。

Cadel Evans 於香港單車節粉墨登場

- Cadel Evans 參加「香港單車節」帶來的宣傳效益：95 萬港元

澳洲職業選手兼環法單車賽冠軍 Cadel Evans 獲邀參加「香港單車節」50 公里組活動，並擔任著名歐洲公路賽「Hammer Series」最後一站「Hammer 香港站」比賽的評述員。透過媒體的廣泛報道及 Cadel Evans 為我們拍攝的網上短片，把香港的單車盛事及大自然壯麗景觀活現澳洲消費者眼前，藉以推廣香港為單車和體育活動的旅遊勝地。



夥拍澳洲航空推出綜合市場推廣

- 澳洲航空的綜合市場推廣曝光率：超過 900 萬次

在 2018/19 年度，我們加強與澳洲航空的合作關係，攜手推出一系列針對消費者的市場推廣和廣告。我們在澳洲航空的網站、社交媒體和電郵推廣發放創意有趣的內容，同時也通過網上的展示廣告及原生廣告、電台廣告和大氣電波介紹來推廣特價優惠及折扣，刺激消費者去購買機票。



藉維珍航空開通悉尼香港直航加強宣傳香港

- 維珍澳洲航空首航禮的宣傳效益：800 萬港元



@Nick Cubbin



@Nick Cubbin



我們藉著維珍航空於 2018 年 7 月 2 日開辦由悉尼直飛香港的航班，在悉尼國際機場舉辦了一場盛大的傳媒活動。澳洲副總理與著名女歌手 Dannii Minogue 均有出席這次首航儀式，大大地增加香港在當地媒體的曝光。此外，當地記者也受邀參與首航，在飛機上享用維珍航空名廚 Luke Mangan 炮製的美食，然後展開訪港考察行程，探索香港多元的旅遊魅力。

美國

在美國這個荷李活電影與電視製作的大本營，我們通過大製作的動作片和「真人騷」提升香港的知名度。同時亦與網絡紅人推廣平台及國內有名的網上旅行社合作，向精通數碼科技的美國消費者推廣香港旅遊勝地的形象。

與荷李活電影《高凶浩劫》聯動宣傳

- 《高凶浩劫》綜合市場推廣的宣傳效益：500 萬港元



香港密密麻麻的摩天大樓令人目眩，卻最能代表這個城市，所以電影《高凶浩劫》（Skyscraper）亦因此選擇香港作為拍攝背景。由人稱「巨石」（“The Rock”）的 Dwayne Johnson 主演的《高凶浩劫》，講述一名保安專家在香港一座虛構的 255 層高樓內拯救家人的故事。

在電影上映期間，我們的美國辦事處聯同電影發行商環球影片推出綜合市場推廣計劃，加強宣傳香港。宣傳重點之一是雙人免費遊香港的抽獎活動。我們設立一個附有電影預告片的活動專頁，同時也吸引更多消費者通過連結前往旅發局的網站。我們也有效地利用付費數碼平台、付費與非付費的社交媒體發放相關內容，鼓勵更多人參加。這個綜合推廣項目更於 HSMIAI（Hospitality, Sales & Marketing Association International）Adrian Awards 2018 中榮獲「數碼媒體推廣 — 比賽/抽獎活動」組別的銀獎。

在 2018 年 7 月，「巨石」和美國主要傳媒機構到港出席電影的宣傳造勢活動，獲得電視和網上媒體的廣泛報道，更進一步增加了影片與香港的曝光。

邀請旅遊網絡紅人推廣香港社區

- 網絡紅人社交媒體推廣活動的曝光率：超過 1 億次
- EXTRA 的「Mansions and Millionaires」節目宣傳效益：超過 1,100 萬港元

網絡紅人推廣是大勢所趨，不過要找到合適的「代言人」往往甚具考驗。

與其隨機找個別網絡紅人，旅發局美國辦事處有系統地與集合全球旅遊網絡紅人的推廣平台 iAmbassador 合作，並選中四位網絡紅人在該平台撰寫推介深水埗推廣項目的網誌內容。



為了吸引其他客群，我們也和「傳統」領域的名人合作，其中一位便是著名演員、製作人、娛樂記者兼 EXTRA「Mansions and Millionaires」電視節目主持人 Michael Corbett。旅發局夥拍 NBC 電視台，把其中一集節目移師到香港取景拍攝，宣傳香港的大自然與地區魅力。節目播出後，推廣活動仍然持續，Michael Corbett 在全國衛星媒體直播中，為美國多間電視台主持提供現場和錄影訪問，分享他在香港的旅遊體驗。

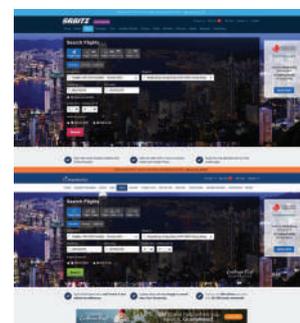
另一位與我們合作的旅遊專家是 Samantha Brown。她在 PBS 播出的「Places to Love」旅遊節目，以全集 30 分鐘的篇幅介紹香港的美食、建築、地道文化、夜生活和歷史。

與 Expedia 合作促進旅遊產品銷量

- Expedia 三個綜合推廣項目的銷售額：售出超過 1.6 萬張機票、酒店房間預訂率逾 3.5 萬間

美國旅客一般通過網上旅行社訂票安排行程，我們於是與全球領先的網上旅遊預訂平台 Expedia 集團合作推出三個綜合推廣項目，每個項目為期三個月，在集團旗下六個網站進行，包括 Expedia.com、Orbitz、Travelocity、Hotels.com、Hotwire.com 和 CheapTickets。

透過點閱這些網站有關香港的連結，消費者會被傳送到一個專頁，內容包括香港旅遊品牌資訊、國泰航空旅遊資料、一系列的機票及香港酒店優惠，以加強宣傳香港並刺激銷售額。



加拿大

相對其他客源市場，加拿大的傳統媒體對於消費者仍有較強的影響力。因此，我們與當地著名的電視、電台、報章及雜誌，以及知名人士合作，展開一系列的綜合推廣計劃，旨在令更多人認識香港，並推廣「一程多站」旅遊。

著名天氣預報員及旅遊專家以本地人角度探索香港

- 與 Corus 合作進行的綜合推廣計劃的效益：420 萬港元



要一次過接觸廣大數目的觀眾，名人效應是其中一個相當有效的途徑。我們與加拿大知名的媒體及廣播機構 Corus Entertainment 合作，邀請著名氣象學家 Mark Madryga 及旅遊專家 Claire Newell 訪港拍攝電視節目，於 Global BC 頻道播放，介紹他們在香港的親身體驗。

Madryga 於訪港期間製作了一系列的短片，介紹多個不同體驗，包括在香港度身訂造西裝，以及參觀香港天文台。他更在節目中推廣有獎遊戲，送出訪港之旅。Newell 則為 Global TV 拍攝一集 30 分鐘的旅遊特輯，該特輯更榮獲美國 Davey Awards「品牌相關娛樂：紀錄片」組別金獎。

這項合作為香港在 Global BC 頻道帶來廣泛曝光。Madryga 的香港之旅短片連續兩星期內在他主持的平日節目中播放，而 Newell 的旅遊特輯更四度在頻道上播放。配合旅遊特輯的播放，我們與當地旅行社 Travel Best Bets 合作，製作策略性廣告，由 Newell 親身推介多個香港旅遊產品。

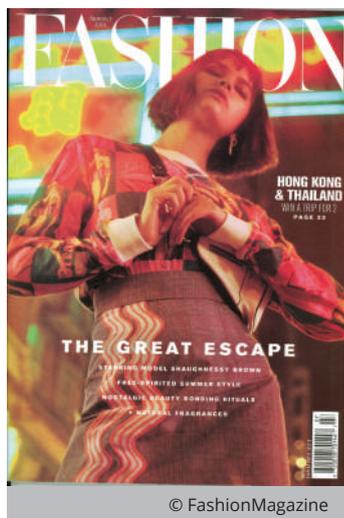
在電視以外，Newell 亦於 Corus 屬下電台 CKNW 中的清談節目及廣告中，推介香港旅遊套票。

與此同時，我們亦透過合作夥伴，包括 Global BC、Travel Best Bets 及 Newell 的社交媒體平台作宣傳，藉此接觸更多加拿大的消費者。

與《FASHION》雜誌一起踏上夢幻的一程多站旅遊

- 《FASHION》雜誌綜合推廣計劃的宣傳效益：
268 萬港元

「一程多站」旅遊於加拿大逐步成為主流，因此我們夥拍時尚雜誌《FASHION》及泰國旅遊局，推出一個以香港及泰國「一程多站」旅遊為主題的綜合推廣計劃，於《FASHION》雜誌的2018年夏季期刊推出一個達33頁的封面故事，並配合相關的有趣內容，包括特輯片段、深度故事及相片等，利用雜誌的數碼內容平台及社交媒體平台發放。此外，為擴大與消費者的互動，我們亦透過雜誌舉行比賽，送出香港及泰國的「一程多站」行程。這項推廣計劃在美國 Content Council 舉辦的 Pearl Awards 中獲得「最有效推廣：旅遊及休閒」組別銀獎。

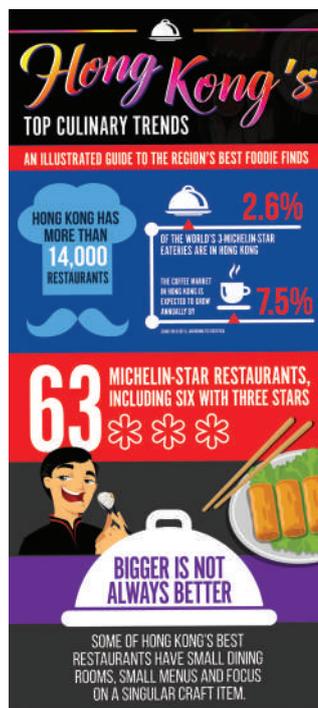


於《Toronto Star》宣傳香港旅遊體驗

- 《Toronto Star》數碼內容平台的曝光率：接近 700 萬

除了雜誌外，我們亦與當地的報章合作。我們揀選了加拿大國內每周總發行人最高的報章《Toronto Star》作為合作夥伴。

我們透過報章的數碼內容平台及社交媒體頻道，發放有關地區推廣及特色旅遊體驗的有趣故事，並配合一系列的印刷廣告，接觸區內讀者。



歐洲

在這個品味十足的歐洲市場，我們以源源不絕的創意（從文學到歌曲），同時與主要傳媒機構建立夥伴關係，為個別市場度身訂造，推出切合他們需要的推廣計劃。

向法國市場展示香港富內涵的社區

- 法國「香港故事，香港人物」相關推廣計劃的宣傳效益：超過 9,000 萬港元

電影《花樣年華》享譽法國和國際，並曾經入圍康城影展最高榮譽的金棕櫚獎。康城影展最佳導演獎得主王家衛在香港哪裡拍攝這部文藝片？小說《面紗》曾三次改編為電影，先後由荷李活巨星 Greta Garbo 和 Naomi Watts 主演。出生於巴黎的英國作家 W. Somerset Maugham 又是在香港受到甚麼啟發而寫出這本膾炙人口的小說？

旅發局在法國推出以「香港故事，香港人物」為主題的年度推廣計劃。以富內涵的故事及人物為中心，與法國文化電視頻道 ARTE 炮製節目「Invitation au Voyage」。節目一共三集，包括尋訪王家衛與 W. Somerset Maugham 的足跡，以及講述西營盤，這個多元兼容社區的變化。西營盤由一個早期爆發瘟疫的重災區，發展到今天的現代化社區，卻仍然保留著香港古樸懷舊的味道。我們希望通過這個節目，讓法國消費者能夠沉醉於香港迷人的文化底蘊中。

除了文化與藝術，我們亦藉著去年參與「Lyon Street Food Festival」的成功，繼續推廣香港美食。今年我們重點推廣深水埗，讓法國的美食家可以一嚐米芝蓮推介的雞蛋仔和其他地道街頭小食。

此外，我們也在數碼平台展開「舊城中環」與深水埗的廣告宣傳，並在社交媒體發放有趣的內容，與地區推廣計劃相輔相成。



藉波爾多葡萄酒節加強夥伴關係

- 在波爾多的美酒佳餚推廣計劃的宣傳效益：超過 100 萬港元

與「香港美酒佳餚巡禮」關係密切的法國波爾多葡萄酒節，於 2018 年 6 月踏入 20 週年。

法國是香港最大的葡萄酒貿易夥伴，旅發局在波爾多葡萄酒節期間，特別舉行了酒會和晚宴，以促進與法國葡萄酒商的夥伴關係。酒會舉行之之前，旅發局與波爾多旅遊及會議辦公室（Bordeaux Greats Events - Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole）簽訂《香港及波爾多美酒佳餚旅遊推廣諒解備忘錄》，進一步加強兩地在美酒佳餚旅遊推廣的合作。香港特別行政區行政長官林鄭月娥及波爾多副市长 Stephan Delaux 見證了簽署儀式。



我們亦在酒會趁機推廣「2018 香港美酒佳餚巡禮」，以吸引波爾多葡萄酒商來港參與。旅發局更邀請到三位香港米芝蓮名廚在酒會上呈獻招牌菜式，展示香港的佳餚美食。

善用社交媒體在德國市場宣傳香港

- Die Lochis 音樂短片的瀏覽量：超過 100 萬次
- 社交媒體推廣計劃的接觸率：在 20 個業界夥伴的社交媒體頻道，發佈超過 100 個帖文，接觸到 250 萬名粉絲

說起音樂，很多人都會想到德國。在 2018 年，旅發局法蘭克福辦事處安排德國雙胞胎兄弟組合 Die Lochis，到香港來拍攝新歌「超人」(Superman) 的音樂短片。短片拍攝了兩兄弟在香港的體驗，包括電車遊、乘搭直升機飽覽維多利亞港，以及到香港一些最時尚的社區漫步閒逛。短片於 2018 年 11 月，在 Die Lochis 的 Youtube 頻道上發放，該頻道擁有 270 萬人訂閱。除了短片，兩人在個人的 Instagram、Facebook 和 Twitter 帳戶的照片，都向德國消費者展示了香港時尚型格的形象，尤其吸引年輕客群。

此外，我們也定期向德國的業界夥伴，包括航空公司與旅行代理商，提供一些與盛事、社區推廣和主要旅遊體驗相關的社交媒體內容，以維持香港全年的知名度。



與英國媒體及業界緊密合作

- 與《衛報》全年合作項目的宣傳效益：400 萬港元
- 與 Iglu Cruise 及 Planet Cruise 合作推廣的銷售額：近 1,500 位乘客訂票

在英國，我們與極具份量的媒體品牌《衛報》展開一年的策略性夥伴關係，通過贊助或委託文章、專題照片集和社交媒體內容，宣傳「舊城中環」與深水埗等社區、香港的大型盛事和主要旅遊體驗。

與此同時，我們亦在各個推廣宣傳期向電視台、印刷和網上媒體供稿和合作，以吸引不同目標客群。舉例來說，我們利用廣受歡迎的全國性媒體如 BBC 電視台、《The Independent》及《The Sunday Times》，發放有關香港社區的獨特生活面貌與故事；同時與《Cyclist Magazine》、《Bike Radar》及《Cycling Plus》等體育雜誌合作，推廣「香港單車節」和「香港郊野全接觸」。

年內，我們亦繼續與業界合作重點推廣郵輪旅遊，包括聯同以英國為基地的 Iglu Cruise 及 Planet Cruise，推廣行程中至少兩晚停留在香港的「飛航郵輪」旅程。



I 市場推廣

說故事的方法有很多種，但要向旅客講述一些引人入勝的香港故事，便需要別開生面的市場推廣策略——人情味十足的微電影、創新的科技、甚至是利用人氣導演等地道香港人來親身演繹。無論利用哪一種方法，旅發局的目標非常清晰，便是鼓勵旅客親身發掘香港的地道文化，從而強化香港旅遊勝地的形象。

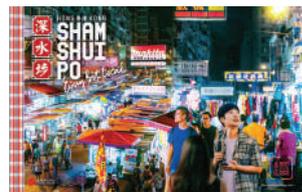
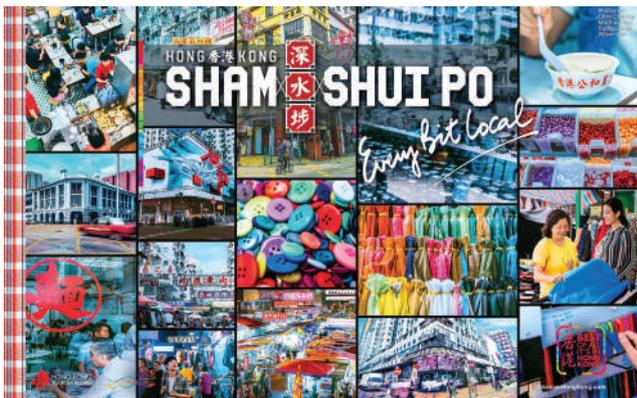
深水埗 — 步埗地道

- 「深水埗」地區推廣項目的社交媒體曝光率：2,240 萬次
- 「尋覓·心水寶」微電影的瀏覽量：463 萬次
- 「深水埗」地區推廣項目專頁瀏覽量：46 萬次
- 「深水埗」地區推廣項目榮獲的獎項：超過 20 個來自市場推廣及旅遊業界的國際獎項，包括最佳港鐵廣告大獎 2018 的「至高榮譽獎 — 最佳媒體運用」及 Questar Awards 2019「廣告推廣」組別大獎

作為旅發局「香港·大城小區」的第二個推廣地區，深水埗載有滿滿的人情味。我們邀請本地新晉導演陳志發及著名編劇莊梅岩，製作微電影「尋覓·心水寶」，訴說四個在深水埗尋覓心中寶物的溫情故事：散失於時代的鈕扣牽動兩代情誼；一片白糖糕提醒兒子母愛一直都在；一部舊式照相機拉近一對情侶的心；一張破損的櫛子連繫新舊人情。四段微電影充份展現該區的獨特魅力及人文精神。

我們亦以專頁、社交媒體故事及區內的裝飾佈置，把這個實而不華的小社區介紹給全世界。

另外，我們利用可以突顯深水埗歷史的元素，包括聞名中外的紅白藍膠袋、鈕扣、拉鍊和懷舊玩具，來佈置深水埗地鐵站、區內的燈柱及電箱。同時，我們在區內設置超過 100 個 QR Code (二維條碼)，方便旅客連結到網上互動地圖，尋找推薦路線及景點背後的小故事。



香港人眼中的香港

- 比賽期內以 #ReframingHK 收集的相片數目：超過 1.5 萬張
- 「探攝•香港」攝影比賽網頁瀏覽量：42.7 萬次
- 「探攝•香港」攝影比賽榮獲的主要獎項：Astrid Awards 2019「推廣活動」組別大獎及 Effie Awards 2019「品牌體驗」組別銀獎



誰能及香港人更了解香港？年內，我們推出「探攝•香港」攝影比賽，邀請本地攝影愛好者提交作品，讓旅客認識最地道的香港。

我們邀請著名香港導演劉偉強推廣是次活動。劉導演以電影《無間道》蜚聲國際，該電影更獲荷李活大導 Martin Scorsese 改編。他在宣傳影片中，展示他眼中充滿藝術感的香港，並介紹他喜歡的拍攝地點。他更出席傳媒茶聚，引起廣泛報道，鼓勵更多本地人分享他們眼中的香港。

透過參賽者在社交平台上標註 #ReframingHK，我們收集大量攝影佳作。經過專業評審及並公開投票後，我們選出十張得獎作品，印製超過 10 萬張明信片，於客源市場及本地主要的旅遊地點派發。

利用最新科技穿越時空及感受藝術

- 「VR 時光倒流香港遊」榮獲的獎項與殊榮：Questar Awards 2019「企業：特別項目」組別銀獎；獨立國際研究中心 econsultancy.com 評選為七大「2018 年最佳旅遊推廣」之一。
- 「香港藝術月 — 藝術列車」宣傳片瀏覽量：180 萬次



我們結合嶄新的科技，讓旅客彷彿親歷其境，沉醉在另一個「時空」，感受不一樣的香港。我們聯同天際 100 香港觀景台以及國際知名 VR (虛擬實境) 體驗設計公司 TimeLooper，推出「VR 時光倒流香港遊」微電影，重現香港昔日的經典場面 — 60 年代人力車伏聚集的中環荷李活道和 80 年代飛機不時在民居上飛過的啟德機場一帶。

我們亦把 AR (擴增實境) 技術帶入全港首輛藝術列車。列車以霓虹燈招牌、粵劇、青花瓷、街頭壁畫及人像畫為主題，旅客可以在車上感受栩栩如生的本地藝術文化，更可使用手機換臉功能換上粵劇妝容。

公關宣傳

傑出的公關宣傳往往可以改變人們既定的觀感。在 2018/19 年度，我們充份利用公關宣傳技巧，重塑香港的旅遊形象，並為旅客提供誘因，去重遊這個日新月異的城市。年內，我們推出三個規模龐大的推廣計劃，分別展示石屎森林的綠色一面、把基層社區重塑成原創味及生活感十足的精緻小區、並吸引消費者在繁華小區尋幽探秘。我們運用無窮創意，與各大傳媒機構及網上媒體攜手，在全球廣泛宣傳，把香港的多姿多采呈獻於世界各地的消費者眼前。

「一個地方、兩種面貌」——與國家地理探索香港

- 網上參與度：國家地理亞洲版 Facebook 專頁接觸人次接近 14.6 萬；國家地理官方網頁則錄得逾 3,320 萬曝光次數及接近 13.6 萬瀏覽頁次
- 傳媒考察團：來自 110 家傳媒機構，超過 160 名記者
- 宣傳效益：獲得逾 4,000 篇媒體報道，宣傳效益接近 5.1 億港元



「香港郊野全接觸」推廣計劃於 2018 年踏入第十年，我們藉此機會與世界首屈一指的傳媒——國家地理合作，向旅客推介香港繽紛的自然景致。

為了從不同角度展現香港大自然之美，跳出行山徑和美麗沙灘的一貫形象，我們以「一個地方、兩種面貌」為主題，對比香港繁華鬧市與綠色郊野：喧鬧城景與翠綠山巒、傳統村落與多樣化的自然生態、令人驚歎的海洋生態與地質奇觀，刺激旅客的感觀，突顯香港的獨特之美。

我們以引人入勝的故事，與一系列郊野及海岸的壯麗相片互相呼應，成為世界各地讀者的焦點。這些內容經國家地理的綜合平台發佈，借助其龐大網絡及顯赫名聲，我們全球辦事處的宣傳內容及公關推廣效益得以大大提升。

是次推廣更輔以專題文章及歎為觀止的短片，由獲獎攝影師 Matthieu Paley 和鄭振揚，以及越野跑手周佩欣分享其個人遠足經驗和心得，及登山推薦，以維持推廣計劃的宣傳力度，引發讀者親身赴港感受這美不勝收的自然景致。我們亦組織考察團，邀請世界各地的傳媒來港採訪精選的大自然美景，引起廣泛報道。

National Geographic Asia with Discover Hong Kong
Paid partnership

See the amazing landforms our mighty Earth conjured up millions of years ago. Discover the great outdoors, and a dramatically different side of Hong Kong, with National Geographic Photographer Matthieu Paley.



NATIONAL.GEOGRAPHIC.COM
Hong Kong: Land and Sea

National Geographic Asia with Discover Hong Kong
Paid partnership

Away from the bright lights and city life, quaint Hakka villages nestle quietly along the hiking paths of Plover Cove Country Park – some abandoned, some still populated. Take a close look at the nature and culture through the lens of photographer Tigo Cheng.



NATIONAL.GEOGRAPHIC.COM
Experience Nature and Culture in Plover Cove Country Park

重塑深水埗

- 「深水埗」推廣項目的成效：超過 180 家的國際媒體報道，宣傳效益逾 2.68 億港元
- 獎項殊榮：第四屆香港公共關係獎 (2018) 「持份者傳訊」組別銀獎

為了展示香港另一個不為人知的面貌，我們選擇深水埗，一個傳統勞工階層集中的老區，作為「香港·大城小區」的第二個推廣地區。我們推廣深水埗平易近人的氛圍及濃濃的地道特色，同時透過「追尋享譽國際的顯赫名字」和「舊區中的新活力」兩個專題故事聚焦該區的潮流店舖及藝文聚腳點。我們亦邀請居於深水埗的西班牙籍獲獎攝影師 Alex Rodriguez 拍攝縮時影片，展示深水埗的魅力，並向全球傳媒機構發放。此外，我們夥拍 CNN 推出兩個新聞特輯，講述深水埗帶來的創作靈感及地道美食，該特輯在 CNN 的國際新聞頻道中播放。

同時，我們也邀請長途及短途市場的媒體，體驗深水埗的人文素養及造訪社區人物。而本地傳媒、專欄作家、各國領使和外國商會代表亦獲邀參加度身訂造的導賞團，探索該區鮮為人知的地方，以全新的角度認識這個傳統小區。



跟隨在地人盧覓雪在大街小巷發掘寶藏

- 該電視節目的全球宣傳效益：超過 1.61 億港元

為喚醒潛在旅客的冒險精神，我們邀請著名藝人盧覓雪拍攝一共六集的電視節目，帶領觀眾遊走香港各個特色小區，發掘人情滿載的寶藏。

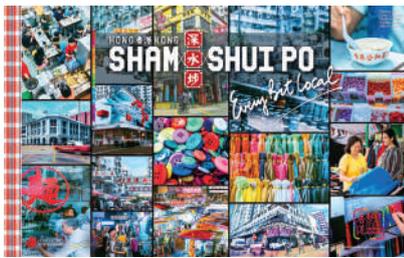
節目介紹深水埗的傳統手藝、潮流小店、活化舊建築而成的前衛藝術空間；中環的街頭藝術打卡熱點和化身為藝文中心的歷史建築；坐落於灣仔恬靜小區的特色小店；以及香港國際巨星周潤發常去的九龍城餐廳及店舖。

該節目於多個客源市場的頻道播放，包括國泰航空及亞洲航空的機內節目、馬來西亞的 Astro TV、新加坡的 Starhub TV、台灣的東風電視台和靖天國際台及加拿大的 Fairchild TV。盧覓雪亦受邀前赴吉隆坡及多倫多，與當地傳媒分享她的在地人推介。



I 盛事及推廣

香港雖然是一個繁忙的國際金融都會，但工作之餘，依然懂得享受生活。香港全年都有各式各樣的盛事及活動，滿足不同市民和旅客的需求。旅發局舉辦的大型盛事涵蓋中西節慶、傳統文化、藝術、體育、美食、戶外活動等主題，再加上其他團體舉辦的大小活動，令香港一年四季都是理想的旅遊目的地。在 2018/19 年度，我們除了舉辦及支持超過 90 項活動外，還推出全新的推廣項目，讓旅客感受香港時刻精采的旅遊體驗。



香港·大城小區 — 深水埗



香港新春節慶



香港藝術月



香港龍舟嘉年華



香港電競音樂節



香港單車節



香港美酒佳餚巡禮



香港郊野全接觸



閃躍維港燈影節



香港除夕倒數

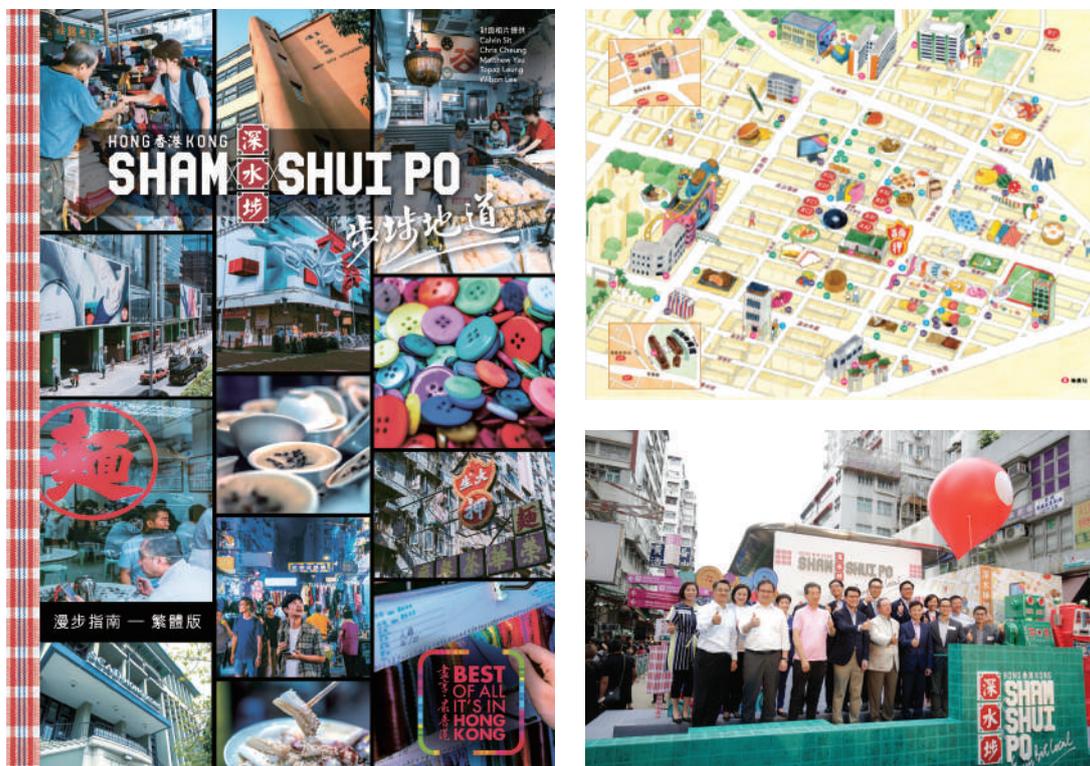


支持其他盛事



支持其他盛事

香港·大城小區 — 深水埗



我們於 2017/18 年度推出「香港·大城小區」推廣計劃，獲得旅客及業界夥伴的大力讚好。繼「舊城中環」後，我們於 2018/19 年度推出「深水埗」項目，為旅客帶來全新的旅遊體驗。

深水埗以地道美食、路邊市集、荷李活電影場景等聞名。我們製作了內容豐富的旅遊指南，並邀請熟悉該地區的人士如歷史學家丁新豹教授等，悉心編制步行路線；另外，區內亦有特色主題裝飾以及可以連接地圖及地點資訊的 QR Code (二維條碼)，讓自助遊旅客可以更輕鬆自在地漫遊深水埗。

同時，我們亦在全球多個客源市場推出綜合推廣計劃，透過業界合作、公關宣傳、數碼及社交媒體等渠道，向旅客推介這個別具特色的旅遊推廣項目。



香港新春節慶

香港的農曆新年特別熱鬧，各大商場都會換上美輪美奐的主題裝飾，到處都充滿濃厚的節慶氣氛。期間，城內精采節目源源不絕，你可以逛年宵花市、到廟宇祈福、欣賞維港煙花匯演、觀賞緊張刺激的賀歲賽馬，以及不能錯過的重點節目——「新春國際匯演之夜」。

新春國際匯演之夜

20年來，「新春國際匯演之夜」都是香港新春節慶不可或缺的一部分。今年匯演以「開年 開運 開心」為主題，為豬年慶祝活動打響頭炮。來自11個國家及地區，合共34個參與花車及表演的單位為觀眾呈獻多姿多采的匯演，表演隊伍陣容強勁，包括於美國「真人騷」節目「America's Got Talent」上成名的菲律賓男子組合「Junior New System」、坐擁十項健力士世界紀錄的匈牙利「Face Team Acrobatic Korfball」、在社交平台非常受歡迎的美國「Hiplet Ballerinas」以及屢獲殊榮、來自奧地利的雜技團「The Freaks Acrobatic Show」等。當晚活動吸引超過15.5萬觀眾，當中逾一半是旅客，人群由香港文化中心延伸至尖沙咀的大街小巷。

匯演吸引來自全球48間傳媒機構，合共逾160位記者的廣泛報道。我們亦透過人造衛星和光纖網絡，向全球電視台和主要通訊社發放電視直播訊號，並於多艘國際郵輪上直播匯演過程，讓遍佈世界各地的人士也有機會感受到香港濃厚的新年氣氛。

「新春國際匯演之夜」冠名贊助


CATHAY PACIFIC
國泰航空公司



香港藝術月

「2019 香港藝術月」讓香港全城藝術綻放，除了「香港藝術節」、「Art Central」及「巴塞爾藝術展香港展會」等享負盛名的國際藝術盛事之外，香港還迎來了多個新穎的文化地標，包括由前中區警署活化而成的「大館」、世界級戲曲表演場地「戲曲中心」、展覽及活動場地「M+ 展亭」、由紡織廠活化而成的當代藝術空間「南豐紗廠」，以及提供非傳統展覽場地的直立式藝術空間「H Queen's」。

同時，我們亦推廣五個不同的城市藝術及創意項目，包括：「設計香港地」、「城市聞誌」、「畫出香港」、「藝里坊」及「HKwalls 街頭藝術節」，藉此將藝術帶入社區。我們也全力支持「香港亞洲流行音樂節」及「香港國際電影節」，展現香港的多元化藝術生態。

此外，廣受收藏家歡迎的美國藝術家 KAWS (Brian Donnelly) 為「香港藝術月」添上色彩，令香港再次成為國際焦點。他帶來了長達 37 米的 KAWS：HOLIDAY 公共藝術裝置，躺臥在維多利亞港上，吸引不少國際傳媒、旅客及本地市民爭相拍照打卡。



香港龍舟嘉年華

「香港龍舟嘉年華」和「新春國際匯演之夜」一樣都是香港的經典盛事。「2018 香港國際龍舟邀請賽」吸引了來自 15 個國家及地區，約 160 支龍舟隊伍在維多利亞港上競渡，總參賽人數超過 4,800 人。我們特別設立「大灣區盃」，希望促進粵港澳大灣區的交流，吸引香港、澳門及九支來自大灣區其他城市的隊伍參加，角逐殊榮。

我們更首次在中環海濱設「人造沙灘」及「水戰區」，讓市民和旅客樂在其中，並邀請 14 輛美食車列陣，為在場人士帶來多款特色美食。

「香港國際龍舟邀請賽」冠名贊助



香港電競音樂節

2018「香港電競音樂節」雖然只是踏入第二屆，但為期三日的活動一樣轟動全城，共吸引超過 80,000 參加者前往香港會議展覽中心體驗緊張刺激的賽事，同時全球亦有逾 4,200 萬人次觀看直播。

三大國際頂級電競賽事，包括：「英雄聯盟王者回歸世界邀請賽 2018」、「ZOTAC CUP MASTERS《CS:GO》盃賽全球總決賽 2018」及「香港《絕地求生》世界邀請賽」是這屆活動的焦點，合共有超過 110 名本地及世界各地的電競好手參與，盛況空前。

場內亦設有「體驗專區」，提供多款最新的電競產品及 VR 遊戲，讓公眾试玩及體驗。其他精采節目包括「網絡紅人紅白對抗賽」、「中電 x 電競學堂」及在小舞台的本地音樂表演。

「香港電競音樂節」冠名贊助

ICBC  工銀亞洲



香港單車節

「2018 年香港單車節」引入國際頂級單車賽事「Hammer Series」。這項首次登陸亞洲的國際公路賽，吸引共 15 支來自世界各地的強隊，包括 11 支國際單車聯盟世界巡迴賽車隊、3 支職業洲際車隊及香港單車代表隊進行兩項賽事，挑戰超過 64 公里的路程。

「香港單車節」亦包括了「女子公路繞圈賽」和「男子公路繞圈賽」等職業賽事，以及讓業餘選手參加的「50 公里組」、「30 公里組」單車活動。活動有超過 5,400 名車手參與，超過 6.4 萬名觀眾觀賞。另外，全球有超過 50 萬位單車發燒友透過網上直播或點播觀看賽事。全球其中一個最大單車網絡品牌 Global Cycling Network 在其 Facebook 進行網上直播，吸引超過 10 萬人觀看。

「香港單車節」冠名及慈善贊助



新鴻基地產
Sun Hung Kai Properties

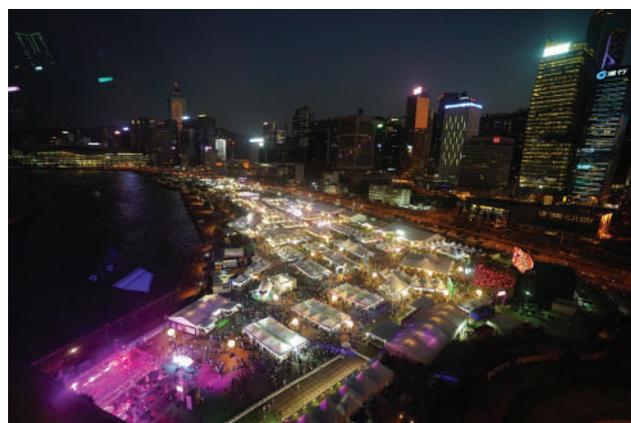
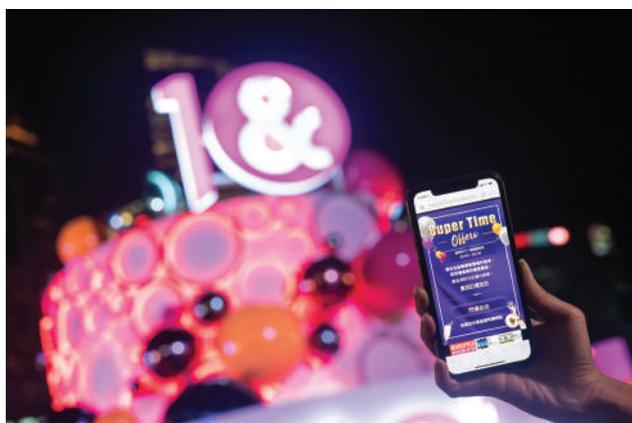


香港美酒佳餚巡禮

「香港美酒佳餚巡禮」踏入第十屆，正如陳年佳釀一般令人回味無窮。本年活動規模為歷年最大，合共有來自 33 個國家或地區的參展商，設立了超過 450 個美酒和美食攤位。為慶祝十歲生日，我們特地加入十個全新元素，包括「米芝蓮十星晚宴」、十周年限定版佳釀等，會場還設置逾七米高巨型蛋糕，配合「Super Time 有獎遊戲」送出總值逾 170 萬元的禮品。

活動吸引了超過 16.8 萬美食同好往中環海濱活動空間與添馬公園開懷暢飲，品嚐美食。賓客對活動評價為歷來最高，在滿分 10 分的滿意度獲得 8.6 分。「香港美酒佳餚巡禮」更榮獲亞洲知名的網上生活及和旅遊指南 City Nomads 評選為 2018 年「全球最佳旅行體驗」之一，同時亦在 Marketing Events Awards Hong Kong 2019 中獲得「最佳大型活動」大獎，成績卓越。

「香港美酒佳餚巡禮」冠名贊助



香港盛宴11月

「美酒佳餚巡禮」只是「香港盛宴11月」頭炮活動。在整個11月裏，香港各處會有美食嘉年華、美酒之旅、世界級美酒博覽，還有特選餐單和不同優惠，讓全城沉醉於豐富美食當中。最特別的是有16間包括傳統中菜、高級粵菜、日本菜、法國菜、意大利菜或新派融合菜的米芝蓮星級餐廳，提供特別餐單，包含了多元化的米芝蓮精緻美食，讓食客的味蕾獲得空前滿足感。



HONG KONG
GREAT NOVEMBER
Feast
FOR THE LOVE OF FOOD

A WORLD OF FLAVOURS IN ONE CITY

This November, take your taste buds on an adventure of flavours. With 'Hong Kong Great November Feast - A Gourmet Celebration', enjoy great value at over 100 renowned restaurants. From Beerfest to street markets to an array of tasteful events, let the city serve you the finest delicacies.
DiscoverHongKong.com

HONG KONG TOURISM BOARD

香港 BEST OF ALL IT'S IN HONG KONG

#DiscoverHongKong

香港郊野全接觸

「香港郊野全接觸」同樣在 2018 年踏入第十年。為慶祝這個重要的里程碑，我們夥拍國家地理出版了活動指南，透過國家地理攝影師和遠足專家所捕捉的優美景色和他們的心得，介紹 13 條遠足和單車路線。

「香港郊野全接觸」亦加入了全新推廣項目，就是香港舉行的 18 場「環勃朗峰超級越野耐力賽 (UTMB)」排名賽。在旅發局鼎力支持下，2019 年 1 月舉行的「香港 100 越野賽」由「專業賽」提升至「系列賽」級別，成為唯一在亞洲舉行的「世界越野跑巡迴賽」(Ultra-Trail World Tour) 的「系列賽」。合共有超過 1,800 位來自 57 個國家和地區的跑手參加賽事。



除了令人血脈沸騰的山野運動，亦不能忽視香港山清水秀的一面。我們請來一批名人，包括著名歌星陳奕迅、香港天文台前台長林超英、2015 年「VIBRAM 香港 100」女子組冠軍周佩欣，及音樂人「黑鬼」和其他大自然愛好人士，透過一系列以「香港的聲音風景」為題的影片，分享他們在大自然最喜愛的聲音。有關影片和帖文刊登在旅發局的 Facebook、Twitter 及 YouTube 帳戶上，得到超過 1,600 萬人瀏覽。

我們與業界夥伴合作，在南韓和台灣推出多項包括遠足和單車之旅的產品，務求讓大自然愛好者盡情探索香港郊野的醉人景致。



閃躍維港燈影節

香港的冬季，燈火尤其璀璨。在 2018 年 11 月，旅發局和旅遊事務署聯手舉辦「閃躍維港燈影節」，其中有首度登場的「國際燈光藝術展」、加強版的「幻彩詠香江」燈光音樂匯演、以及全高 19 米、豎立在中環皇后像廣場的聖誕樹，令香港更加閃耀，假日氣氛更加濃厚。

「國際燈光藝術展」展出了來自香港和海外（包括比利時，法國，匈牙利，印度，以色列，意大利，日本，荷蘭，新加坡和美國）的 25 個創意燈光裝置。這些燈飾風格獨特，形狀各具特色，日夜的視覺效果亦大有不同，部分更具備互動元素，把中環海濱變成光影藝術主題公園。其中一件引人注目的燈光藝術作品是 25 米高，以鋼架結構砌成的聖誕樹，裝置融合了燈光和聲音效果，到了晚上就會每 20 分鐘上演一次精采燈光表演。在活動舉行的近三個月期間，有超過 100 萬人前來參觀。



香港除夕倒數

包圍在高樓大廈中，於馳名國際的維多利亞港上空舉行的「香港除夕倒數」，堪稱舉世無雙。難怪在 2018 年最後一個晚上，有超過 35 萬人簇擁在維港兩岸，迎接新一年。活動透過本地和國際的電視及網上媒體轉播，讓全球數以百萬計觀眾一同經歷壯麗的視覺享受。

我們以首次引入獲獎無數的意大利煙花，呈獻醉人奪目的「星空萬花筒」，煙花圖案和顏色會隨著節奏轉變。煙火及燈光效果亦配合音樂同步發放，帶來聲畫同步及層次豐富的匯演，令人目不暇給。

匯演壓軸一段更在短短一分鐘內展現 45 款不同的煙花圖案，例如有牡丹、菊花、櫻花及紫羅蘭等不同花卉圖案，將維港上空化為一片美麗的花海，在高潮下結束了這場盛會。

「香港除夕倒數」冠名贊助



支持其他盛事

眾所周知，香港乃「盛事之都」。為了讓旅客知道香港一年四季都有各式各樣的大型節目，我們一直協助推廣各類活動，包括世界級的體育盛事如「2019 香港電動方程式大賽」、「香港國際七人欖球賽」、「香港網球公開賽」、「香港馬術大師賽」、「香港馬拉松」等；另外亦有藝術文化活動，包括「法國五月藝術節」和「Clockenflap 香港音樂及藝術節」，以及傳統節日慶祝活動如「大坑舞火龍」、「長洲太平清醮」等。





Piaftheshow©Crédits Rafał Klek



I 業界合作

業界夥伴一直致力吸引旅客來港，並為他們奉上精采的在地旅遊體驗，實在功不可沒。在 2018/19 年度，旅發局繼續與業界緊密合作，並在各方面支持他們，以推動香港旅遊業發展，當中包括兩項全新資助計劃。我們亦與不同單位合作，舉辦了兩次大型活動，以發掘尚未開拓的商機。

在國際活動連繫業界

- 「香港國際旅遊論壇」的參加人數：超過 1,000 人
- 參與四大展銷會的香港業界人數：超過 90 位來自 81 間公司的代表

旅發局聯同香港特區政府及香港旅遊業議會於 2018 年 12 月 12 日舉辦「香港國際旅遊論壇」。論壇以「連繫一帶一路 匯聚粵港澳大灣區優勢」為主題，為粵港澳大灣區城市及來自世界各地的旅遊業界代表提供了一個重要平台，研究「一帶一路」倡議和粵港澳大灣區的發展機會。這個大型論壇吸引眾多重要人物出席，當中包括來自香港特別行政區、澳門特別行政區、粵港澳大灣區九個內地城市、多個內地省份，以及包括「一帶一路」國家在內共 34 個國家的政府官員、旅遊部門代表及旅遊業界人士。

除了兩個討論環節及專題午宴之外，我們還為與會的旅遊業界代表安排特別的考察活動，參觀港珠澳大橋和廣深港高速鐵路香港段。這些新基建大大增強了連接香港和內地的交通網絡，並為「一程多站」旅遊發展帶來極大機遇。

年內，我們還帶領業界參加不少大型展銷會，包括在上海舉辦的「中國國際旅遊交易會」和「中國國際進口博覽會」、「廣州國際旅遊展覽會」以及「柏林國際旅遊展」(ITB Berlin)。我們在這些國際展銷會中均設置香港攤位，提供平台，促進本地業界與內地和海外業界的交流和合作。



「香港活現胡志明市」大型宣傳活動

- 「香港吧」接待的消費者人數：超過 1,500 人

2018 年 9 月，香港貿易發展局在越南胡志明市舉辦大型推廣活動「時尚潮流•魅力香港」(In Style • Hong Kong)。旅發局在現場特別設置了設計時尚的「香港吧」，讓越南消費者一嘗香港最地道的體驗。

「香港吧」的設計靈感來自香港懷舊茶餐廳，亦同時展現了「舊城中環」地區項目所推廣的前衛街頭壁畫。為了令一眾入場人士品嚐最港式的味道，我們邀請了屢獲殊榮的本地調酒師，從港式奶茶中汲取靈感，創作全新雞尾酒「Hong Kong Milky Paradise」，同場更提供香港流行的街頭美食，包括即場製作的黃金魚蛋、海鮮炸角和中式糕點。業界代表和越南消費者都對這個充滿創意的組合讚不絕口。



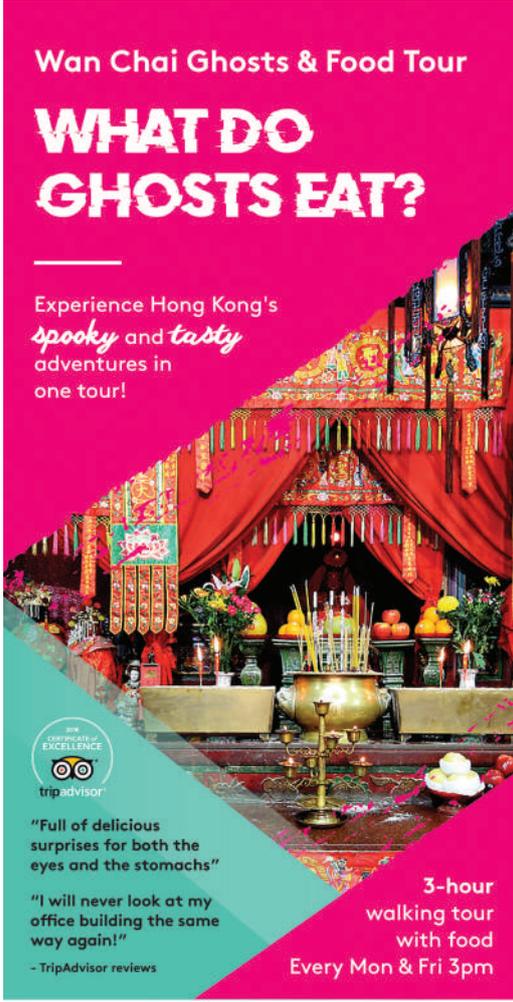
以全新資助計劃鼓勵創新意念

- 「香港體驗行」自 2012 年開展至今共資助旅遊產品開發的數目：70 項
- 「延長旅客留港優惠計劃」參與情況：14 個市場共 4.4 萬個旅客登記
- 「綠色深度遊先導計劃」的全球推廣成效：計劃的推廣帖文獲得 48.6 萬次點擊率

在 2018/19 年度，我們推行「綠色深度遊先導計劃」及「延長旅客留港優惠計劃」，分別資助業界發展綠色旅遊和特式旅行團以吸引旅客延長留港時間。

我們同時亦繼續推出「香港體驗行」（舊稱「新旅遊產品發展及經費資助計劃」），透過資助產品的推廣經費，以鼓勵本地旅遊業界開發創新的旅遊產品。為配合旅發局的地區推廣項目，我們特意在 2018/19 年度資助相關的新旅遊產品，例如「深水埗尋寶遊」。

這些措施都能讓旅遊業界更有信心開發新產品，從而令訪港旅客有更豐富的體驗。



Wan Chai Ghosts & Food Tour

WHAT DO GHOSTS EAT?

Experience Hong Kong's *spooky and tasty* adventures in one tour!

2018 TRIPADVISOR AWARD FOR EXCELLENCE

"Full of delicious surprises for both the eyes and the stomachs"

"I will never look at my office building the same way again!"

- TripAdvisor reviews

3-hour walking tour with food
Every Mon & Fri 3pm

Walk in Hong Kong 活現香港

© Walk In Hong Kong Limited



南·島漫樂文化道
New Exploration of Island South - Fisherman Experience

活動日期: 逢星期三
活動時間: 早上10時
活動地點: 南·島漫樂文化道
活動形式: 海上步行團
主辦機構: 大島山行團
語言: 英文、國語、廣東話
主辦: 南·島漫樂文化道
贊助: 香港旅遊發展局

Lamma RAINBO
Your Success Limited 旅遊旅行社有限公司

© Lamma Rainbow Tour Services Limited

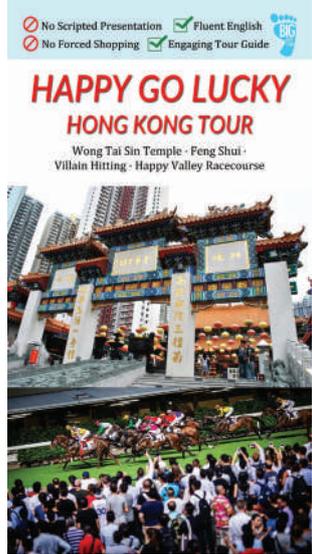


Discover Hong Kong from a different angle

HONG KONG a la carte
bespoke tours, unique services

Private tours available in English and French

© Hong Kong a la Carte



No Scripted Presentation
No Forced Shopping

Fluent English
Engaging Tour Guide

HAPPY GO LUCKY HONG KONG TOUR
Wong Tai Sin Temple - Feng Shui - Villain Hitting - Happy Valley Racecourse

BIG FOOT TOUR™
https://bigfoottour.com
(852) 81929928 | hello@bigfoottour.com

© Big Foot Tour

「全家樂遊香港」及「香港，超值啟程」推廣計劃

- 兩大推廣計劃的宣傳規模：與 190 個不同界別的業界夥伴合作，在 12 個客源市場進行 72 項宣傳
- 兩大推廣計劃吸引來港的旅客人數：接近 120 萬

ICBC (ASIA) Hongkong Summer Fun 2019
 正氣亞洲香港FUN享夏日
 香港夏日盛會，大買愛吃玩不停

辣媽童童去旅行 香港三天二晚奇妙探索之旅
 • 由武漢至深圳北往返高铁二等座+香港2晚四星酒店住宿
 • 獨家官方“同行大自願”主題活動，让大家透過活動更珍惜愛護我們的自然
 • 建立泥土功課證書，透過創作圖畫或手工藝提升技巧，深入了解創作原理和匠師的南北特色，并獲得准主理師證書證書
 • 在資深老師帶領下參觀科學館、香港歷史博物館，再英語課室與老師中
 出發日期：每周五 ¥3,880 元起/人
 湖北康輝旅遊全省各門店均可報名 報名熱線：4000-198198-0027

夏日合家歡 香港四天三晚自由行
 • 由武漢至深圳北往返高铁二等座
 • 香港3晚五星級九龍海逸軒酒店住宿，早享沙田南區豪華交通福利，更可
 享兩酒店無邊无边泳池及無敵睇
 • 旺角和維多利亞公園遊覽精華，大玩水龍，風趣超人活動員和迪士尼朋友，更可
 加入香港海洋公園遊覽最高年，體驗最新玩造
 出發日期：天天出發 ¥3,960 元起/人

DiscoverHongkong.com

think you SNSにアップしたくなるスポットを巡る
フォトジェニックツアーへご案内
タビジョ
はじめて香港
 3・4日間
39,800円=124,800円

HIS Eye フォトジェニックツアーへご案内
ここがPOINT!! 先輩タビジョのアドバイスツアー行程に組み込みました!

レトロ★モダン HONGKONG
 香港のフォトジェニックなスポットを巡る
 香港の歴史と現代のファッションが楽しめる。古い建物と新しいビルが並ぶ街並みは、まるでタイムマシンに乗ったかのような気分が味わえます。

オープントップバス&ビクトリアアーク夜景鑑賞
 香港の夜景を堪能できる。オープントップバスで、ビクトリアアークの夜景を堪能できる。

hutchigo.com

親子遊玩 香港
 親子遊玩 香港

親子遊玩 香港
 親子遊玩 香港

親子遊玩 香港
 親子遊玩 香港

親子遊玩 香港
 親子遊玩 香港

홍콩의 호사한 재미
 홍콩의 호사한 재미

문화와 예술로 가득찬 산책같은 여행
 HONGKONG

ICBC (ASIA) Hongkong Summer Fun 2019
A TRULY LOCAL SUMMER BREAK

12,900.00
 16,900.00
 12,900.00

現時來港的過夜度假旅客當中，接近七成是家庭和年輕旅客。有見及此，旅發局連續第三年與本地及客源市場的業界夥伴合作，推行「全家樂遊香港」及「香港，超值啟程」推廣計劃，吸引這兩大客群。這兩項計劃在本年度內的推廣力度較去年增加一倍，業界和旅客的參與人數皆創新高。

I 會展獎勵旅遊

推動會議、展覽及獎勵旅遊（以下簡稱「會展獎勵旅遊」）不單能吸引更多高增值旅客訪港，更有助強化香港作為頂級商貿城市的地位，故此非常重要。在 2018/19 年度，旅發局的「香港會議及展覽拓展部」加強與業界夥伴合作，致力吸引更多會展獎勵旅遊旅客訪港，並提升他們在港的旅遊體驗。

成功爭取大型會展獎勵旅遊活動來港舉行

2018 年的成果：

- 訪港過夜會展獎勵旅遊旅客：197 萬人次，按年上升 2.1%
- 會展獎勵旅遊旅客人均消費：超過 8,200 港元，較整體過夜旅客的人均消費高 24%
- 維持均衡的客源組合：來自內地及國際市場的會展獎勵旅遊旅客各佔一半



旅發局一直善用政府的額外撥款，爭取大型活動來港舉行。在 2018 年，香港成功爭取逾 32 項大型或具策略性的國際會展獎勵旅遊活動，帶來約 12 萬名會展獎勵旅遊旅客，當中知名的活動包括：

- Unicity Global Leadership & Innovation Conference 2018
- Asia - Pacific Academy of Ophthalmology 2018
- RISE Conference 2018
- Forbes Under 30 Asia 2018
- New York Times International Luxury Conference 2018

強化策略夥伴關係

內地會展獎勵旅遊市場和亞太地區大型會議業務具有龐大商機。有見及此，我們的「香港會議及展覽拓展部」和「中國商務會展聯盟」合作，聯繫來自醫療和保險等特定行業的聯盟會員。我們亦成功爭取了九項亞太地區會議在香港舉行，預計會吸引超過9,000位外地訪客參與。

與此同時，我們加強與多個專業會議籌組者及中介者的夥伴關係，包括「American Society of Association Executives」、「Experient」、「International Association of Professional Congress Organisers」及「International Congress and Convention Association」等。透過這些夥伴組織的網絡及傳訊平台，提升香港的知名度。



聯繫夥伴 展現優勢



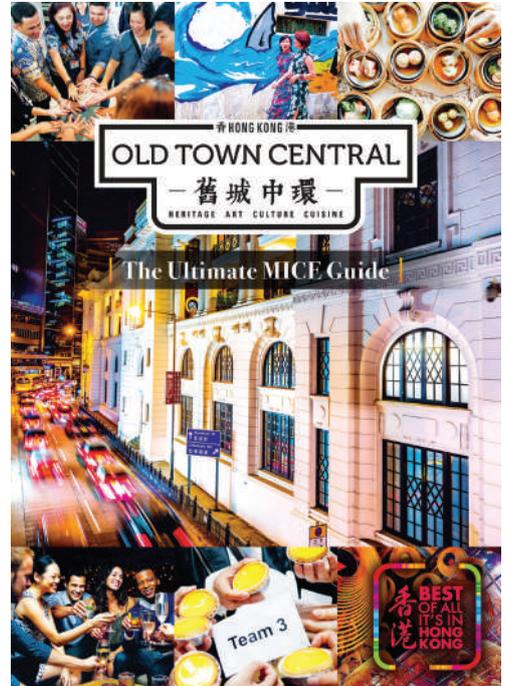
- 2018/19 年度我們參與的大型展銷會及考察團數目：6
- 受惠的本地業界夥伴數目：超過 190 個
- 在主要市場舉辦的研討會及業界推廣活動數目：超過 60 個

為鞏固香港作為「國際會展之都」的地位，我們聯同業界夥伴積極參與各地區的主要展銷會及活動，包括內地的「國際會獎旅遊博覽會」以及德國和美國的「IMEX」展覽會，以聯繫國際買家、企業和會展獎勵旅遊代理。

在 2018/19 年度，我們更舉辦了 15 個考察團和訪港交流團，向來自海外共 240 名業界代表，展示香港的會展獎勵旅遊產品、場地及最新發展。

加強業界支援

- 2018/19 年度支援中小型企業會議及獎勵旅遊團體撥款計劃的成效：支援超過 50 個地接社，並向超過 450 個申請提供資助，預計吸引約 3.6 萬名會獎旅客來港



旅發局一直致力為業界提供各種支援及創造商機。自 2016 年起，我們利用特區政府的額外撥款，協助本地業界爭取更多中小型企業會議及獎勵旅遊團體來港。這項計劃獲得高度評價，並在 2018/19 年度獲得高達 93% 的滿意度。

為了讓業界獲得最新資訊，我們舉辦了歷來最大型的會展獎勵旅遊簡報會，向相關持份者介紹香港最新的旅遊產品及體驗，當中包括「舊城中環」及「會展獎勵旅遊及郵輪」行程的資訊。為期兩天的活動獲得超過 200 位本地業界代表參與，反應熱烈。

此外，我們亦加強了「Hong Kong Rewards 香港有禮！」的禮遇，在多個世界級景點加入了嶄新的餐飲及娛樂優惠，其中包括：全港超過 50 家酒店提供免費迎賓酒會、香港迪士尼樂園及香港海洋公園提供免費晚餐及購物優惠、香港賽馬會「Happy Wednesday」嘉年華活動提供免費啤酒及美食等。

另外，我們舉辦了規模最大的「會獎旅遊挑戰賽」活動，獎勵逾 60 間旅行社代表，他們分別來自內地、印度、印尼、南韓，以及新加的泰國。

I 郵輪宣傳

業界合作對郵輪旅遊的推廣至關重要。在 2018/19 年度，旅發局與郵輪公司、旅行社代理及鄰近港口等業界夥伴緊密合作，推動亞洲郵輪旅遊業發展，同時發揮香港的固有優勢和多元化的旅遊體驗，使香港成為區內郵輪旅遊的門戶。

拓展客源市場

- 台灣民視綜藝節目的宣傳效益：2,500 萬港元
- 印度專題特輯的曝光率：547 萬次



在 2018/19 年度，我們在 11 個客源市場推出了 37 項「飛航郵輪」合作推廣活動，推廣極具吸引力的「飛航郵輪」套票，以吸引消費者來港參加郵輪假期。

在內地，隨著廣深港高速鐵路香港段啟用，我們推出了一系列「高鐵郵輪」旅遊的推廣活動，包括與星夢郵輪的「高鐵郵輪」旅遊推廣計劃，帶動消費者需求。

至於在其他市場，我們則集中於具有高增長潛力的市場，包括台灣、印度和南韓。在台灣，我們與民視電視台合作製作兩集 70 分鐘的綜藝節目，展示了乘坐豪華郵輪及遊覽香港的豐富體驗，還配合了新聞發佈會和網上及社交媒體加強宣傳。

與此同時，我們在印度和南韓出版了專題特輯，宣傳郵輪旅遊和香港的陸上旅遊體驗。我們在南韓更為獎勵旅遊市場推介「會展獎勵旅遊及郵輪」的行程組合。

吸引國際郵輪來港

在 2018 年，以香港作為母港期間：

- 「世界夢號」訪港總船次：103 船次
- 「海洋航行者號」和「海洋贊禮號」訪港總船次：18 船次

透過和郵輪公司持續合作，我們成功爭取更多世界級郵輪以香港作為母港或主要港口。星夢郵輪旗下的「世界夢號」在 2018/19 年度均以香港作為母港，而皇家加勒比國際遊輪旗下的「海洋航行者號」和「海洋贊禮號」，則在 2018 年 5 月至 8 月以香港作其母港。



加強區域合作

- 電視節目「環遊海上新視界」的宣傳效益：3,400 萬港元

我們加強和「亞洲郵輪聯盟」各會員的合作。其中，我們與聯盟夥伴海南、菲律賓及台灣合作，在 Discovery TLC 頻道上推出區域性電視節目「環遊海上新視界」，推廣郵輪的精采體驗。節目於 2019 年 1 月至 3 月期間，在東南亞、台灣和印度的 TLC 頻道播出。



一程多站旅遊

在 2019 年 2 月，中央政府公布了《粵港澳大灣區發展規劃綱要》，《規劃綱要》明確支持香港成為國際城市旅遊樞紐及「一程多站」示範核心區。事實上，有相當數目來港度假的海外旅客都喜歡在旅程中，同時到訪其他旅遊目的地，務求盡情享受假期。為了向這類旅客宣傳香港，旅發局與鄰近旅遊目的地緊密合作，結合雙方的獨特旅遊體驗，相互補足。在 2018/19 年度，我們聯同粵港澳大灣區內其他城市，推廣香港作為粵港澳大灣區內「一程多站」旅遊的星級目的地。

於東京舉辦「香港週 — Greater Bay Area Showcase」

- 出席「香港週 — Greater Bay Area Showcase」展覽人數：12 萬人



在 2018 年 11 月，我們在東京著名購物商場 KITTE 舉行「香港週 — Greater Bay Area Showcase」展覽，為期四天，向日本消費者推廣在粵港澳大灣區內的「一程多站」旅遊。

活動於 11 月 1 日由香港特別行政區行政長官林鄭月娥，聯同廣東省文化和旅遊廳及澳門特別行政區政府旅遊局代表正式揭開序幕。

今次展覽除了推廣香港、澳門及廣東省內各式各樣的旅遊產品外，還特別介紹香港最新落成的大型交通基建，令往返內地變得更加方便。展覽場內設有互動地圖，透過虛擬旅程將歷史悠久且充滿活力的「舊城中環」盡現眼前，同時亦展示了由日本著名藝人香取慎吾創作的街頭壁畫《大口龍仔》複製品。

另外，在廣東省及澳門旅遊部門的支持下，活動亦展示了香港鄰近城市的精采景點。「香港週 — Greater Bay Area Showcase」的創新意念及宣傳成效受多方好評，並在 Astrid Awards 2019 贏得「宣傳」組別年度大獎。

「朋友圈 72 小時遊大灣區」旅遊節目

- 「朋友圈 72 小時遊大灣區」旅遊節目的瀏覽量：全球多達 1,000 萬次



為了提高各界對「粵港澳大灣區」旅遊品牌的關注，我們與廣東省和澳門合作製作了一套六集的電視旅行節目，展示粵港澳大灣區內多元化的旅遊體驗。節目由香港知名電視藝人鄭丹瑞和一眾名人嘉賓主持，圍繞粵港澳大灣區內的美食，並且介紹區內的時尚生活和最新的交通基建發展，以吸引東南亞及北美洲的華人旅客。節目在新加坡、馬來西亞、美國和加拿大等地區合共九個電視頻道及網上串流平台播放。

優質旅遊服務

優質的旅遊服務是旅發局引以為傲的強項之一。我們的訣竅就是隨時留意市場趨勢，不斷提升服務質素，並一直與業界緊密合作，秉持香港的好客精神。在 2018/19 年度，我們利用最新科技，擴展服務覆蓋範圍，提升旅客服務質素。

優質及全面的旅客服務

- 旅客諮詢中心接待的旅客人數：逾 160 萬人
- 旅發局在 2018/19 年度於所有網上社交平台解答的旅客查詢：15 萬個

年內，旅發局引入人工智能技術，於其 Facebook 專頁加入「聊天機械人」(chatbot) 功能，並在各個旅客諮詢中心設置自助服務站，為旅客提供 24 小時的旅遊服務。同時，我們在官網 DiscoverHongKong.com 和 LINE 應用程式中加入線上聊天服務，旅客可隨時隨地詢問所需的旅遊資訊。

配合港珠澳大橋及廣深港高速鐵路香港段的開通，旅發局已經在新增的香港口岸及高鐵西九龍總站增設旅客諮詢中心，為乘搭廣深港高速鐵路及經港珠澳大橋來港的旅客提供協助。

現時，我們的禮賓熱線為 165 個業界用戶解答旅客的查詢。為進一步擴大服務網絡，我們更在 14 個港鐵站的旅遊地圖展示 QR Code，讓旅客憑此連結到旅發局的線上聊天服務，務求更方便快捷地獲取所需的旅遊資訊。



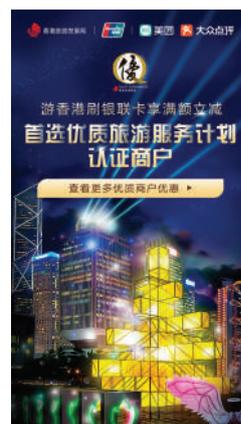
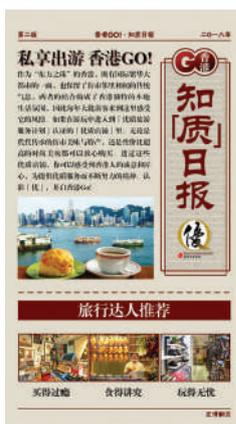
確立「優質旅遊服務」品牌形象

- 「優質旅遊服務」計劃全國性推廣的宣傳成效：宣傳影片瀏覽量達 400 萬次，宣傳效益超過 2,140 萬港元
- 支付寶「紅包」活動成效：旅客領取超過 40 萬個「紅包」

多年來，旅發局一直積極推廣「優質旅遊服務」計劃，鼓勵本地業界零售、餐飲及旅客住宿持續提升服務質素。截至 2019 年 3 月 31 日，約 1,250 家本地商戶獲得認證，涵蓋全港逾 8,200 間零售、餐飲商舖，以及旅客住宿服務。

年內，旅發局於內地分別透過主要的傳播媒體，包括全國性新聞平台「新華網」、知識分享社交平台「知乎」、知名搜尋引擎「百度」、地區性媒體「ZAKER」和「封面傳媒」及 16 家國內印刷媒體，並聯同 12 位當地網絡紅人一同合作，宣傳「優質旅遊服務」計劃，加強內地消費者對此計劃的認知。我們亦透過刊登文章、短片及於社交媒體上發佈帖文，展開廣泛的全國性宣傳和推廣活動，向內地消費者展示「優質旅遊服務」計劃商戶提供的頂級購物及餐飲體驗。

暑假是內地訪港的旅遊旺季，為了刺激內地旅客在此期間的在港消費，我們夥拍優質旅遊服務協會和銀聯國際進行聯合推廣。銀聯卡用戶在全港逾 2,100 間指定「優質旅遊服務」計劃商舖消費均享有折扣優惠。同時，配合廣深港高速鐵路通車，我們與支付寶平台合作，派發現金「紅包」。該「紅包」可於逾 200 個「優質旅遊服務」計劃商戶中使用。



■ 旅遊業及社區關係

不少旅客在旅遊的過程中十分著重與當地人的交流。有見及此，旅發局積極鼓勵社會大眾親身參與，成為宣傳香港旅遊形象的大使。「Hong Kong Pals」義工計劃不但為充滿熱忱的義工提供一個展示香港人好客精神的好機會，更能讓義工們認識來自世界各地的朋友。

成為旅客的朋友

- 「Hong Kong Pals」提供的服務：為 7.6 萬名旅客提供超過 7,300 小時的諮詢服務
- 年內「Meet the Pals」活動的預約數目：超過 110 場

計劃自十年前成立以來，已發展成為一個擁有 82 位熱心義工的團隊，當中超過一半更服務超過五年。義工主要在旅客諮詢中心及大型活動為旅客服務，宣傳香港的好客之道。年內，計劃進一步擴展服務的覆蓋範圍至新設立的港珠澳大橋旅客諮詢中心。現時，香港共有 5 個旅客諮詢中心為旅客提供「Hong Kong Pals」的義工服務。

我們亦緊貼現今數碼潮流趨勢，部分「Hong Kong Pals」的義工已開始透過旅發局網上即時通訊軟件，解答旅客的查詢。同時，我們亦採用一個嶄新方式招募 2018/19 年度的義工。申請者須透過與資深義工在網上對話，以顯示他們對旅遊業的認知及運用數碼媒體的能力。

「Hong Kong Pals」的義工亦繼續透過「Meet the Pals」計劃與旅客分享他們在各種旅遊主題的知識及建議，猶如一個專屬導遊，讓旅客體會一個最地道的香港。



獎項與殊榮





■ 旅遊目的地 — 香港

- 世界旅遊大獎 2018：「2018 亞洲領先城市休閒目的地」
- 世界旅遊大獎 2018：「2018 亞洲領先會議目的地」
- 《Smart Travel Asia》雜誌 — 2018 年最佳旅遊選舉：亞洲「最佳會議城市」
- 《商旅》雜誌中國版 — 2018 Business Traveller China 讀者評選大獎：「全球最喜愛的商務城市」
- 2019 年廣州國際旅遊展覽會組委會：「最具魅力旅遊目的地」
- 《會展財富》及《中國節慶》雜誌 — 2018 年度中國會展會獎產業金手指獎：「最具影響力國際會獎目的地」
- 2018 途牛：「最受歡迎目的地」
- 2018 攜程：「最受歡迎國內目的地」，「吃貨必去目的地」
- 南方都市報 — 第九屆（2018 年）廣東人最喜愛旅遊目的地及品牌評鑑：「最喜愛境外遊目的地」
- 2018 亞洲旅遊「紅珊瑚」獎：「最受歡迎旅遊目的地」
- 騰訊：「2018 全國最受歡迎全域旅遊目的地」
- 「行·味」2018 餐廳評選：「旅遊美食目的地」
- 世界旅遊大獎 2018：「2018 全球領先商務旅遊目的地」

香港旅遊發展局

1. 機構

香港旅遊發展局

- 世界旅遊大獎 2018：「2018 亞洲領先旅遊局」
- 驢媽媽旅遊網：「最佳營銷創新獎」
- 《CEI Asia》2018 讀者之選：「亞太區最佳發展局」
- 2018 廣東國際旅遊產業博覽會：「最佳組織獎」
- 香港國際機場舉辦的「樂意效勞」旅客服務表揚計劃：「政府及相關組織」組別「最熱心服務公司」
- Travel Tour Expo 2019：「最具創意設計大獎」

香港旅遊發展局駐首爾辦事處

- 《Korea Travel Times》：「最佳海外旅遊局」

香港旅遊發展局 2016/17 年度年報

- Questar Awards 2018：「網上年報」組別大獎
- Mercury Awards 2018/19：「年報 — 整體表達：旅遊」組別金獎
- Asia-Pacific Stevie Awards 2018：「年度報告創新獎」組別金獎
- Questar Awards 2018：「流動媒體：年報」組別金獎
- PR Awards Asia 2018：「企業刊物」組別銀獎
- Mercury Awards 2018/19：「互動網上年報」組別銅獎
- ARC Awards 2018：「非牟利機構網上年報」組別銅獎
- Astrid Awards 2018：「網上年報」組別優異獎

2. 旅發局推廣活動

Art is Everywhere

- PATA Grand and Gold Awards 2018 : 「古今文化」組別大獎

《Best in Hong Kong 香港旅遊指南》

- Astrid Awards 2018 : 「印刷刊物：旅遊/娛樂」組別金獎
- Mercury Awards 2018/19 : 「印刷刊物 — 公眾：旅遊」組別銅獎
- Galaxy Awards 2018 : 「設計 — 刊物 — 旅遊」組別優異獎

「盡享 · 最香港」攤位設計

- Galaxy Awards 2018 : 「設計 — 其他項目 — 商務展覽攤位」組別銀獎

「盡享 · 最香港」Global TV 半小時電視節目

- The 14th Davey Awards 2018 (New York) : 「品牌相關娛樂 — 紀錄片」組別金獎

2018 香港新春節慶「Good Fortune Everywhere」

- Mercury Awards 2018/19 : 「廣告」組別大獎
- Mercury Awards 2018/19 : 「廣告」組別金獎

DiscoverHongKong 臉書專頁

- Astrid Awards 2018 : 「自我推廣」組別銀獎
- W3 Awards 2018 : 「社交媒體 — 企業傳播」組別銀獎
- iNova Awards 2018 : 「社交媒體」組別銅獎

獨「嘉」香港玩法

- 2018/2019 虎嘯旅遊觀光類銀獎
- 第二屆 IAI 國際旅遊獎：銀獎
- 2018 金鼠標數字媒體整合類銅獎
- 新浪廣東：2018 年廣東十大政旅創新運營案例

「童話遊香港」

- 金手指網絡獎 2018：「行銷類 — 最佳網站」組別金獎

「Fashion x Hong Kong and Thailand Tourism」 by Fashion Magazine

- Content Council Pearl Awards 2018：「最有效推廣：旅遊及休閒」組別銀獎

Fast Acting Social

- HSMAI (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2018：「數碼單項 — 社交媒體/ 網絡」組別銀獎

Fast Acting Social Marketing at Work Leveraging Hong Kong's Great Outdoors!

- Travel Weekly Magellan Awards 2018：「目的地推廣 — 活動 — 廣告/ 市場推廣」組別金獎

「大坑舞火龍 2018」活動縮時影片

- Mercury Awards 2018/19：「DVD 及網上影片：特別項目」組別優異獎

「香港郊野全接觸」公關項目「Believe it or not, it's Hong Kong!」

- 《Marketing》雜誌 — PR Awards 2018：「最具效益公關活動」組別銀獎

香港藝術 A 到 Z

- iNova Awards 2018：「影片 — 藝術」組別銀獎

香港單車節

- 美騎網：中國自行車年度評選金單車獎 2018：「賽事活動」組別年度賽事活動品牌獎

「香港單車節」 — 高手在民間

- iNova Awards 2018：「運動」組別大獎
- iNova Awards 2018：「運動」組別金獎

「Hong Kong Live in Kuala Lumpur」推廣計劃

- Malaysia Public Relations Awards 2018：「企業品牌」組別銀獎
- Malaysia Public Relations Awards 2018：「產品品牌發展」組別銅獎

「香港 · 大城小區」推廣計劃

- iNova Awards 2018：「重新設計/ 重新推出 — 旅遊」組別銀獎
- Mercury Awards 2018/19：「網站/ 流動媒體：旅遊」組別銀獎
- Galaxy Awards 2018：「網站 — 非牟利組織」組別優異獎

Hong Kong Shingo Art — Leveraging the J-POP Influence

- Asia-Pacific Excellence Awards 2018：「名人推廣」組別大獎
- 《Marketing》雜誌 — Marketing Excellence Awards 2018：「KOL 卓越合作」組別金獎

「香港 FUN 享夏日禮」推廣網站

- iNova Awards 2018：「非牟利組織」組別銅獎
- Astrid Awards 2018：「非牟利機構：網站」組別銅獎

《香港旅遊業界手冊 2017/18》

- Astrid Awards 2018：「非牟利機構：印刷刊物」組別銀獎

2018 香港美酒佳餚巡禮

- Marketing Events Awards 2019：「最佳大型活動」組別金獎

「2017 香港美酒佳餚巡禮」網站

- iNova Awards 2018：「微型網站」組別金獎
- Mercury Awards 2018/19：「網站/ 流動媒體：活動網站」組別金獎
- Galaxy Awards 2018：「網站 — 旅遊」組別優異獎

「港覺有夠好」推廣網站

- DSA 奇點數位獎 2018：「最佳活動網站及 APP 創意獎」組別銀獎
- DSA 奇點數位獎 2018：「最佳互動影片創意獎」組別銀獎
- DSA 奇點數位獎 2018：「最佳網站技術應用獎」組別銀獎
- 台灣 4A 創意獎 2018：「最佳網站創意獎」組別銀獎
- 台灣 4A 創意獎 2018：「最佳數位創意獎」組別銅獎
- 台灣 4A 創意獎 2018：「最佳數位互動創意獎」組別銅獎
- 台灣 4A 創意獎 2018：「最佳科技運用獎」組別銅獎
- 台灣 4A 創意獎 2018：「最佳互動創意獎」組別佳作

「我的香港朋友」推廣計劃

- Astrid Awards 2018：「推廣計劃」組別金獎
- W3 Awards 2018：「推廣活動 — 綜合推廣活動」組別金獎
- PATA Grand and Gold Awards 2018：「市場推廣活動 — 年青旅客」組別金獎
- PATA Grand and Gold Awards 2018：「市場推廣媒體 — 網站」組別金獎
- Astrid Awards 2018：「DVD 及網上影片：社交媒體」組別金獎
- Galaxy Awards 2018：「網站 — 多平台數碼內容」組別金獎
- Tangram Awards 2018：「數碼推廣策 — 網上內容」組別銀獎
- W3 Awards 2018：「市場推廣 — 社交媒體」組別銀獎
- W3 Awards 2018：「市場推廣 — 攝影應用」組別銀獎
- Galaxy Awards 2018：「推廣 — 本地旅遊景點」組別銀獎
- Astrid Awards 2018：「特別項目：內容市場推廣活動」組別銀獎
- Astrid Awards 2018：「網站：微型網站」組別銀獎
- W3 Awards 2018：「網站 — 旅遊」組別銀獎

「香港 · 我的智遊行程」流動應用程式

- iNova Awards 2018：「流動應用程式」組別銀獎
- Mercury Awards 2018/19：「應用程式：旅遊」組別銀獎

Nightlife x Hong Kong Sevens

- Galaxy Awards 2018 : 「DVD 及網上影片 — 旅遊」組別銀獎

「舊城中環」推廣計劃

- Astrid Awards 2018 : 「宣傳」組別大獎
- Galaxy Awards 2018 : 「推廣」組別大獎
- Mercury Awards 2018/19 : 「宣傳」組別大獎
- PATA Grand and Gold Awards 2018 : 「市場推廣」組別大獎
- Galaxy Awards 2018 : 「推廣 — 本地旅遊景點」組別金獎
- Mercury Awards 2018/19 : 「宣傳/ 市場推廣：品牌/ 品牌重塑」組別金獎
- Astrid Awards 2018 : 「推廣活動」組別銀獎
- 金帆廣告大獎 2018 : 「設計及工藝 — 設計 — 數碼及互動設計」組別銅獎
- Mercury Awards 2018/19 : 「特別活動」組別銅獎
- Galaxy Awards 2018 : 「設計 — 其他項目 — 旅遊」組別優異獎
- Astrid Awards 2018 : 「非牟利機構：旅遊」組別優異獎
- Galaxy Awards 2018 : 「推廣 — 旅遊」組別優異獎
- 金帆廣告大獎 2018 : 「設計及工藝 — 設計 — 品牌環境及空間設計」組別優異獎

「舊城中環」名人推廣項目

- Marketing Events Awards 2018 : 「最佳名人推廣」組別金獎

「舊城中環」環球及本地推廣活動

- Astrid Awards 2018 : 「宣傳：旅遊」組別優異獎

「舊城中環」推廣計劃 — 藝遊「舊城中環」互動展

- Astrid Awards 2018 : 「特別項目：互動旅客體驗」組別金獎

「舊城中環」推廣計劃 — Old Town Central Dogs

- Astrid Awards 2018 : 「影片」組別大獎
- Galaxy Awards 2018 : 「影片」組別大獎
- Galaxy Awards 2018 : 「DVD 及網上影片 — 旅遊」組別金獎

「舊城中環」推廣計劃 Q Art Code

- Astrid Awards 2018 : 「平面設計」組別大獎

Passion Passport

- HSMIA (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2018 : 「數碼媒體推廣 — 社交媒體推廣」組別金獎

Passion Passport 名人推廣計劃

- Travel Weekly Magellan Awards 2018 : 「目的地推廣 — 活動 — 廣告/市場推廣」組別金獎

探攝 · 香港

- iNova Awards 2018 : 「推廣計劃 — 非牟利推廣計劃」組別銀獎

地區傳媒考察

- HSMIA (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2018 : 「公關宣傳 — 市場推廣 — 消費者」組別銀獎

Sea Gals

- HSMIA (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2018 : 「公關宣傳 — 特別項目」組別銀獎

Segmenting Consortia

- HSMIA (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2018 : 「綜合市場推廣項目」組別銅獎

「深水埗」推廣計劃

- Mercury Awards 2018/19：「廣告」組別銀獎
- Mercury Awards 2018/19：「設計：旅客體驗」組別銀獎
- Mercury Awards 2018/19：「宣傳/市場推廣：旅遊」組別銀獎

「深水埗」— 步埗地道

- 金帆廣告大獎 2018：「戶外—戶外推廣—創意運用市場及活動推廣」組別銀獎
- 金帆廣告大獎 2018：「設計及工藝—設計—廣告海報設計」組別銅獎
- 金帆廣告大獎 2018：「設計及工藝—印刷工藝—藝術指導」組別優異獎
- 金帆廣告大獎 2018：「媒體—最佳戶外空間運用」組別優異獎

「深水埗」— 尋覓 · 心水寶

- 金帆廣告大獎 2018：「設計及工藝—文案工藝—最佳影片劇本（中文）」組別銀獎
- 金帆廣告大獎 2018：「設計及工藝—影片工藝—攝影」組別銅獎
- 金帆廣告大獎 2018：「設計及工藝—影片工藝—導演」組別銅獎
- 金帆廣告大獎 2018：「影片—電視廣告推廣計劃」組別銅獎
- 金帆廣告大獎 2018：「影片—電視廣告—娛樂、悠閒及旅遊」組別四個優異獎

Skyscraper

- HSMIA (Hospitality, Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2018：
「數碼媒體推廣—比賽/抽獎活動」組別銀獎

「Way of the Fire Dragon」宣傳片

- Mercury Awards 2018/19：「宣傳/市場推廣：旅遊」組別銅獎

3. 旅客服務

「Hong Kong Travel Buddy」— Mobile Chat Service

- ICMI Global Contact Centre Awards 2018 : 「最佳對話支援服務」組別大獎
- Customer Experience Asia Excellence Awards 2018 : 「最佳手機應用」組別金獎

林麗芬、何港生、莫靜貽、謝敏、曾慧君、龔敏儀

- 香港國際機場「樂意效勞」旅客服務表揚計劃：「最熱心機場員工」

林晶

- 香港國際機場優質顧客服務計劃 2018：個人卓越獎

鄭曉峰、鍾萬程

- 香港國際機場優質顧客服務計劃 2018：團隊卓越獎

「Meet the Hong Kong Pals」計劃

- Asia-Pacific Stevie Awards 2018 : 「顧客服務管理、企劃 & 執行創新獎：所有其他領域」組別金獎

旅客服務

- TripAdvisor : 2018 卓越嘉許狀

旅客服務部客服中心

- 2019 Customer Contact Week Asia Excellence Awards : 「最佳數碼客服中心」組別銀獎

關於香港旅遊發展局

80 企業資訊

86 全球辦事處及地區代辦

88 獨立核數師報告





企業資訊

企業管治

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

架構及管理

旅發局的組織及成員

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

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

市場推廣及業務發展委員會

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

產品及活動委員會

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

財務及編制委員會

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

稽核委員會

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

優質旅遊服務委員會

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

旅發局成員會議出席率

截至 2019 年 3 月 31 日止年度

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

(i) 任期於 2019 年 3 月 31 日後屆滿。

(ii) 任期於 2018 年 10 月 31 日後屆滿。

(iii) 譚允芝女士於 2018 年 11 月 26 日辭任優質旅遊服務委員會成員。

(iv) 楊美珍女士於 2019 年 3 月 31 日辭任旅發局成員。

(v) 任期由 2018 年 11 月 1 日起生效。

* 委員會主席 (截至 2019 年 3 月 31 日)

於 2018 年 11 月 27 日獲委任為優質旅遊服務委員會成員，該委員會於 2018 年 11 月 27 日至 2019 年 3 月 31 日期間並沒有召開會議。

內部監控及遵規

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

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

除內部稽核外，旅發局亦聘用獨立核數師進行法定審核。稽核委員會最少每年一次在旅發局管理層避席的情況下與獨立核數師會面，及在展開法定審核前與獨立核數師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
- 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 2019 年 3 月 31 日，旅發局員工編制共 377 人，其中派駐香港以外共 131 人。旅發局期望僱員擁有高度誠信，因此透過舉辦培訓課程及簡報會，讓僱員熟悉行為守則的指引和程序。僱員手冊亦就員工操守訂定詳盡和特定的指引。

諮詢角色及業界功能

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

- 元創方資深顧問團隊
- 郵輪業諮詢委員會
- 旅行代理商諮詢委員會
- 亞洲展覽會議協會聯盟諮詢委員會
- 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
- 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
- 香港藝術節協會執行委員會
- 香港旅行社協會執行委員會
- 香港展覽會議業協會執行委員會
- 香港品牌發展局理事會
- 港台經濟文化合作協進會
- 香港貿易發展局
- 職業訓練局酒店業、飲食業及旅遊業訓練委員會
- 香港旅遊業議會來港旅遊委員會
- 香港旅遊業議會內地來港旅行團事務委員會
- 香港總商會零售及旅遊委員會
- 會議展覽及獎勵旅遊業跨界別督導委員會
- 公共空間回收及垃圾收集設施改造督導委員會
- 戶外燈光專責小組
- 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

全球辦事處及地區代辦



★ 總辦事處

香港

- 📍 全球辦事處
北京、上海、廣州、成都、東京、首爾、新加坡、台北、悉尼、倫敦、巴黎、法蘭克福、洛杉磯、紐約、多倫多

- 📍 海外地區代辦
(只為旅遊業界/ 傳媒/ 消費者提供查詢服務)
新德里、曼谷、雅加達、菲律賓、莫斯科、杜拜

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





獨立核數師報告



獨立核數師報告

致香港旅遊發展局的獨立核數師報告

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

意見

本核數師(以下簡稱「我們」)已審計列載於第93至134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2019年3月31日的綜合財務狀況表及旅發局財務狀況表、截至該日止年度的綜合收益表、綜合全面收益表、綜合儲備變動表和綜合現金流量表以及綜合財務報表附註，包括主要會計政策概要。

我們認為，該等綜合財務報表已根據香港會計師公會頒佈的《香港財務報告準則》真實而中肯地反映了旅發局及集團於2019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。

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。

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。

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：

核數師就審計綜合財務報表承擔的責任 (續)

- 識別和評估由於欺詐或錯誤而導致綜合財務報表存在重大錯誤陳述的風險，設計及執行審計程序以應對這些風險，以及獲取充足和適當的審計憑證，作為我們意見的基礎。由於欺詐可能涉及串謀、偽造、蓄意遺漏、虛假陳述，或凌駕於內部控制之上，因此未能發現因欺詐而導致的重大錯誤陳述的風險高於未能發現因錯誤而導致的重大錯誤陳述的風險。
- 了解與審計相關的內部控制，以設計適當的審計程序，但目的並非對集團內部控制的有效性發表意見。
- 評價旅發局成員所採用會計政策的恰當性及作出會計估計和相關披露的合理性。
- 對旅發局成員採用持續經營會計基礎的恰當性作出結論。根據所獲取的審計憑證，確定是否存在與事項或情況有關的重大不確定性，從而可能導致對集團的持續經營能力產生重大疑慮。如果我們認為存在重大不確定性，則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控制的任何重大缺陷。

畢馬威會計師事務所 執業會計師

香港中環
遮打道 10 號
太子大廈 8 樓

2019 年 8 月 5 日

綜合收益表

截至 2019 年 3 月 31 日止年度（以港幣列示）

| | 附註 | 2019 | 2018 |
|--------------------|------|---------------|---------------|
| 一般基金 | | | |
| 主要收入來源 | | | |
| 本年度政府資助 | 3(a) | 1,034,354,215 | 948,478,819 |
| 其他收入 | | | |
| 利息收入 | | 8,411,437 | 3,838,998 |
| 遞延收入的確認 — 辦公室 | 12 | 10,000,000 | 10,000,000 |
| 贊助 | | 46,841,800 | 53,148,914 |
| 宣傳及廣告收入 | | 16,659,291 | 13,999,561 |
| 雜項收入 | | 33,451,781 | 36,425,389 |
| | | 115,364,309 | 117,412,862 |
| 其他收益/（虧損）淨額 | | | |
| 出售固定資產收益/（虧損） | | 55,323 | (608) |
| 總收入 | | | |
| | 3(b) | 1,149,773,847 | 1,065,891,073 |
| 總支出 | | | |
| 宣傳、廣告及刊物支出 | | 494,992,972 | 420,507,920 |
| 研究及產品拓展 | | 18,662,600 | 15,834,871 |
| 本地服務及大型活動 | | 294,215,084 | 299,457,421 |
| 員工成本 | 5(a) | 278,628,708 | 255,254,094 |
| 租金、差餉及管理費 | | 15,976,582 | 15,183,940 |
| 折舊 | 7(a) | 15,735,382 | 16,306,318 |
| 核數師酬金 | | 521,255 | 501,715 |
| 其他經營費用 | | 27,296,348 | 35,652,772 |
| | | 1,146,028,931 | 1,058,699,051 |
| 本年度稅前盈餘 | | | |
| | 5 | 3,744,916 | 7,192,022 |
| 所得稅 | 4 | (109,058) | (39,803) |
| 本年度盈餘 | | | |
| | | 3,635,858 | 7,152,219 |

第 99 至第 134 頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合全面收益表

截至 2019 年 3 月 31 日止年度（以港幣列示）

| | 附註 | 2019 | 2018 |
|--------------------|----------|------------------|------------|
| 本年度盈餘 | | 3,635,858 | 7,152,219 |
| 本年度其他全面收益： | | | |
| 不可重新分類至收益表內的項目： | | | |
| — 界定福利退休計劃的淨資產重新計量 | 14(a)(v) | 645,000 | 11,812,000 |
| 本年度全面收益總額 | | 4,280,858 | 18,964,219 |

綜合財務狀況表

於 2019 年 3 月 31 日 (以港幣列示)

| | 附註 | 2019 | 2018 |
|---------------|----------|--------------------|-------------|
| 非流動資產 | | | |
| 固定資產 | 7(a) | 21,118,659 | 23,826,669 |
| 界定福利退休計劃資產 | 14(a)(i) | - | 65,106,000 |
| | | 21,118,659 | 88,932,669 |
| 流動資產 | | | |
| 應收賬款、按金及預付款項 | 9 | 24,780,046 | 22,045,992 |
| 可收回稅項 | | - | 17,049 |
| 銀行及財務機構存款 | 10 | 496,957,729 | 394,968,876 |
| 銀行存款及現金 | 10 | 7,708,897 | 7,802,934 |
| | | 529,446,672 | 424,834,851 |
| 流動負債 | | | |
| 預收款項 | | 34,304,608 | 65,543,073 |
| 合約負債 | 13 | 2,574,298 | - |
| 應付賬款及應計費用 | 11 | 285,935,682 | 214,837,497 |
| 遞延收入 | 12 | 1,666,667 | 10,000,000 |
| 本期稅項 | | 82,935 | - |
| | | 324,564,190 | 290,380,570 |
| 流動資產淨值 | | 204,882,482 | 134,454,281 |
| 非流動負債 | | | |
| 遞延收入 | 12 | - | 1,666,667 |
| 資產淨值 | | 226,001,141 | 221,720,283 |
| 代表： | | | |
| 儲備 | | | |
| 一般基金 | 15 | 226,001,141 | 221,720,283 |

香港旅遊發展局總幹事及主席於 2019 年 8 月 5 日批准，並許可刊發。

劉鎮漢

總幹事

彭耀佳博士, GBS, JP

主席

第 99 至第 134 頁的附註屬本財務報表的一部分。

財務狀況表

於 2019 年 3 月 31 日 (以港幣列示)

| | 附註 | 2019 | 2018 |
|---------------|----------|--------------------|-------------|
| 非流動資產 | | | |
| 固定資產 | 7(b) | 21,113,244 | 23,812,459 |
| 界定福利退休計劃資產 | 14(a)(i) | - | 65,106,000 |
| 於一家附屬公司的權益 | 8 | 551,876 | 551,876 |
| | | 21,665,120 | 89,470,335 |
| 流動資產 | | | |
| 應收賬款、按金及預付款項 | 9 | 24,409,041 | 21,615,434 |
| 銀行及財務機構存款 | 10 | 496,957,729 | 394,968,876 |
| 銀行存款及現金 | 10 | 6,934,822 | 7,600,135 |
| | | 528,301,592 | 424,184,445 |
| 流動負債 | | | |
| 應付一家附屬公司的款項 | 8 | 3,577,328 | 2,361,977 |
| 預收款項 | | 34,304,608 | 65,543,073 |
| 合約負債 | 13 | 2,574,298 | - |
| 應付賬款及應計費用 | 11 | 281,856,139 | 212,373,923 |
| 遞延收入 | 12 | 1,666,667 | 10,000,000 |
| | | 323,979,040 | 290,278,973 |
| 流動資產淨值 | | 204,322,552 | 133,905,472 |
| 非流動負債 | | | |
| 遞延收入 | 12 | - | 1,666,667 |
| 資產淨值 | | 225,987,672 | 221,709,140 |
| 代表： | | | |
| 儲備 | | | |
| 一般基金 | 15 | 225,987,672 | 221,709,140 |

香港旅遊發展局總幹事及主席於 2019 年 8 月 5 日批准，並許可刊發。

劉鎮漢

總幹事

彭耀佳博士, GBS, JP

主席

第 99 至第 134 頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合儲備變動表

截至 2019 年 3 月 31 日止年度（以港幣列示）

| | 附註 | 2019 | 2018 |
|------------------|----|--------------------|-------------|
| 於年初之一般基金 | | 221,720,283 | 202,756,064 |
| 本年度盈餘 | | 3,635,858 | 7,152,219 |
| 本年度其他全面收益 | | 645,000 | 11,812,000 |
| 本年度全面收益總額 | | 4,280,858 | 18,964,219 |
| 於年末之一般基金 | 15 | 226,001,141 | 221,720,283 |

綜合現金流量表

截至 2019 年 3 月 31 日止年度（以港幣列示）

| | 附註 | 2019 | 2018 |
|------------------------|-----------|----------------------|---------------|
| 經營活動 | | | |
| 本年度稅前盈餘 | | 3,744,916 | 7,192,022 |
| 調整： | | | |
| 利息收入 | | (8,411,437) | (3,838,998) |
| 折舊 | | 15,735,382 | 16,306,318 |
| 出售固定資產之（收益）/ 虧損 | | (55,323) | 608 |
| 遞延收入的確認 — 辦公室 | | (10,000,000) | (10,000,000) |
| 營運資金變動前之經營盈餘 | | 1,013,538 | 9,659,950 |
| 於綜合收益表確定之界定福利退休計劃資產 | 14(a)(v) | 2,225,000 | 653,000 |
| 界定福利退休計劃已退還之盈餘 | 14(a)(iv) | 63,526,000 | - |
| 應收賬款、按金及預付款項之減少/（增加） | | 155,541 | (1,625,895) |
| 預收款項、合約負債、應付賬款及應計費用之增加 | | 37,418,233 | 13,666,052 |
| 經營產生之現金 | | 104,338,312 | 22,353,107 |
| 已繳付之海外稅項 | | (9,074) | (158,033) |
| 經營活動產生之現金淨額 | | 104,329,238 | 22,195,074 |
| 投資活動 | | | |
| 已收利息 | | 5,521,842 | 3,168,863 |
| 購入固定資產支付的現金 | | (8,030,060) | (2,615,137) |
| 出售固定資產所收到的現金款項 | | 73,796 | 2,257 |
| 到期日超過三個月的銀行存款之增加 | | (110,447,515) | (100,917,710) |
| 投資活動所用之現金淨額 | | (112,881,937) | (100,361,727) |
| 現金及現金等價物減少淨額 | | (8,552,699) | (78,166,653) |
| 於年初之現金及現金等價物 | 10 | 180,065,575 | 258,232,228 |
| 於年末之現金及現金等價物 | 10 | 171,512,876 | 180,065,575 |

財務報表附註

(除另有指明外，均以港幣列示)

1 香港旅遊發展局的狀況

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

旅發局的主要業務是推廣及促進本地的旅遊業，使香港成為世界級的旅遊勝地。

2 主要會計政策

(a) 遵例聲明

此等財務報表乃根據香港會計師公會頒佈適用的《香港財務報告準則》（此統稱包括適用的個別《香港財務報告準則》、《香港會計準則》及詮釋），及香港公認會計原則而編製。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新訂及經修訂的《香港財務報告準則》。因首次應用該等新訂及經修訂準則，導致集團於本會計期間及過往會計期間的會計政策出現的任何變動，已於本財務報表中反映，有關資料載於附註 2(c)。

(b) 財務報表的編製基準

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) 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈多項於集團本會計期間首次生效的新訂《香港財務報告準則》及《香港財務報告準則》的修訂。其中，以下發展與集團的財務報表有關：

- 《香港財務報告準則》第 9 號，金融工具
- 《香港財務報告準則》第 15 號，客戶合約的收入

(i) 《香港財務報告準則》第 9 號，金融工具

《香港財務報告準則》第 9 號取代《香港會計準則》第 39 號，金融工具：確認及計量。此準則載列確認和計量財務資產、財務負債和若干買賣非財務項目合約的要求。

根據過渡要求，集團已根據過渡規定對於 2018 年 4 月 1 日的項目追溯應用《香港財務報告準則》第 9 號。首次應用《香港財務報告準則》第 9 號時，期初儲備於 2018 年 4 月 1 日無重大調整。因此，可比較資料繼續根據《香港會計準則》第 39 號呈報。

(a) 財務資產及財務負債之分類

《香港財務報告準則》第 9 號將財務資產分為三個主要類別：按攤銷成本計量、按公允價值計入其他全面收益及按公允價值計入損益。該等分類取代《香港會計準則》第 39 號四個類別：持有至到期投資、貸款及應收款項、可供出售財務資產及按公允價值計入損益之財務資產。《香港財務報告準則》第 9 號項下財務資產的分類基於管理財務資產的業務模式及其合約現金流量特點。

所有財務資產及負債的計量類別保持不變。於 2018 年 4 月 1 日，所有財務資產及負債的賬面值未受首次應用《香港財務報告準則》第 9 號的影響。

(b) 信貸虧損

《香港財務報告準則》第 9 號以「預期信貸虧損」模式取代《香港會計準則》第 39 號的「已產生虧損」模式。「預期信貸虧損」模式要求持續計量與財務資產有關的信貸風險，因此會較《香港會計準則》第 39 號的「已產生虧損」會計模式更早確認「預期信貸虧損」。「預期信貸虧損」模式適用於按攤銷成本計量的集團財務資產，但不適用於按公允價值計量的集團財務資產。有關信貸虧損會計方法的集團會計政策詳情，請參閱附註 2(h)。

採用「預期信貸虧損」模式，2018 年 4 月 1 日確認的減值虧損撥備金額並無重大變動。

(ii) 《香港財務報告準則》第 15 號，客戶合約的收入

《香港財務報告準則》第 15 號就確認客戶合約的收入及若干成本建立全面框架。《香港財務報告準則》第 15 號取代《香港會計準則》第 18 號收入（涵蓋自銷售貨品及提供服務產生的收入）及《香港會計準則》第 11 號建築合約（指定建築合約的會計方法）。

集團已選擇使用累積效應過渡法，並確認首次應用的累積效應作為對 2018 年 4 月 1 日儲備期初結餘的調整。因此，可比較資料並無重列及繼續根據《香港會計準則》第 18 號予以呈報。在《香港財務報告準則》第 15 號許可範圍內，集團僅對在 2018 年 4 月 1 日之前未完成的合約採用新規定。

2 主要會計政策 (續)

(c) 會計政策變動 (續)

(ii) 《香港財務報告準則》第 15 號，客戶合約的收入 (續)

(a) 收入確認時間

此前根據《香港會計準則》第 18 號及《香港會計準則》第 11 號，因提供服務及建築合約產生的收入隨時間確認，而銷售貨物產生的收入一般則在貨物的風險及回報轉移至客戶的時點確認。

根據《香港財務報告準則》第 15 號，收入於履行履約責任時確認，即當客戶獲得合約承諾貨物或服務的控制權時，其可於單一時點或隨時間進行。

《香港財務報告準則》第 15 號定義了承諾貨物或服務的控制權被視為隨時間轉移的若干情況。倘合約條款及實體活動並不屬於該等情況中任何一項，則實體於單一時點（即控制權轉移時）確認相關銷售的收入。

所有權風險及回報的轉移是確定發生控制權轉移時間的唯一考慮指標。

採納《香港財務報告準則》第 15 號對集團確認收入的時間不會造成重大影響。

(b) 列報合約資產及負債

根據《香港財務報告準則》第 15 號，應收款項僅於集團擁有無條件收取代價的權利時確認。倘集團於有權無條件收取合約中的已承諾商品及服務代價前確認相關收入（參閱附註 2(n)），則收取代價的權利被分類為合約資產。同樣，倘在集團確認相關收入前，客戶已支付不可退還的代價或者根據合約須支付不可退還的代價且該代價已到期支付，則確認合約負債而非應付款項。就與客戶的單一合約而言，應以合約資產淨額或合約負債淨額呈列。對於多份合約，不相關合約的合約資產及合約負債不能以淨額呈列。

為反映該等列報變動，集團已於 2018 年 4 月 1 日將優質旅遊服務計劃成員續費的預收款項 2,701,217 元由預收款項重新分類為合約負債（參閱附註 13）。

集團未有採納任何本會計期間尚未生效的新準則或詮釋（附註 19）。

2 主要會計政策 (續)

(d) 影片、宣傳及廣告物料

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

(e) 於一家附屬公司的權益

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，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) 固定資產

固定資產是以成本減累計折舊及減值虧損（參閱附註 2(l)）列賬。

開發中的系統資產按成本列示。成本包括物料成本及直接人工。

報廢或出售一項固定資產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收益表內予以確認。

(g) 折舊

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

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

資產的可使用年限及其剩餘價值（如有）會每年檢討。

2 主要會計政策 (續)

(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。

應收款項使用實際利率法按攤銷成本減信貸虧損撥備列賬，釐定如下：

(i) 於 2018 年 4 月 1 日起適用之政策

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，則會撤銷（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撤銷的金額。

(ii) 於 2018 年 4 月 1 日前適用之政策

減值虧損於有客觀證據表明發生減值時確認，並以財務資產的賬面值與預計未來現金流量之間的差額計量，在貼現影響重大的情況下按資產的原先實際利率予以貼現。減值的客觀證據包括集團留意到一些事件對資產的預計未來現金流量構成影響所產生的可觀察數據，例如債務人出現嚴重財務困難。

當應收賬款收回的可能性成疑但並非渺茫時，其減值虧損乃採用準備賬戶記賬。倘集團信納收回之可能性甚微，被視為不可收回的金額直接於該等資產的總賬面值中撤銷。倘曾經計入準備賬戶的款項其後成功收回，有關款項則會於準備賬戶中撥回。準備賬戶的其他變動及其後收回曾經直接撤銷的款項均於收益表中確認。

2 主要會計政策 (續)

(i) 應付賬款、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，則會按成本列賬。

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力，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)）。

(j) 現金及現金等價物

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

(k) 撥備及或然負債

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

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

2 主要會計政策 (續)

(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固定資產及於附屬公司的投資出現減值，或先前已確認的減值虧損已不存在或可能已減少。若有任何此等跡象，旅發局將估計資產的可收回金額。

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

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

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

(m) 所得稅

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

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

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

除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)

(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詳情如下：

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

(o) 外幣換算

年內的外幣交易按交易日的適用匯率換算為港元。以外幣為單位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收益表內確認。

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

2 主要會計政策 (續)

(p) 租賃資產

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

(i) 租賃予集團資產的分類

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

(ii) 經營租賃費用

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

2 主要會計政策 (續)

(q) 僱員福利

- (i) 薪金、年度獎金、年假及非貨幣性福利之成本均在集團僱員提供相關服務的年度內累計。
- (ii) 集團在香港辦事處實行一項界定福利及一項界定供款員工退休計劃；某些海外辦事處則實行界定供款員工退休計劃。每年向有關計劃作出的供款於有關年度內在收益表列支。界定福利計劃供款額方面，香港辦事處乃按照精算師所作建議計算。退休計劃的資產，均與集團之資產賬目分開持有。
- (iii) 根據香港《強制性公積金計劃條例》的規定向強制性公積金作出的供款，均於產生時在收益表列支。
- (iv) 集團就界定福利退休計劃承擔的責任淨額是按估計僱員在當期和以往期間提供服務所賺取未來福利的數額計算，並將預期累積福利數額貼現以釐定現值；及扣除任何計劃資產的公允價值。計算工作由合資格精算師運用預期單位福利法進行。如計算結果對集團而言有利，則所確認的資產僅限於日後從計劃所得的任何退款或供款減免所得的經濟效益之現值。

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

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

- (v) 僅在集團有詳盡及正式的計劃（該計劃沒有任何實際撤銷的可能），並且明確表示會終止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。

2 主要會計政策 (續)

(r) 關連人士

(a) 倘凡有人士具有以下情況，則該人士或該人士的近親即為集團的關連人士：

- (i) 對集團有控制權或共同控制權；
- (ii) 對集團有重大影響力；或
- (iii) 為集團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」）於本年度給予的資助額，按旅發局的年度業務計劃之財政預算及建議活動計劃書所列載的需要而釐定。本年度確認為收入之資助額分析如下：

| | 2019 | 2018 |
|-----------|----------------------|-------------|
| 本年度經常性資助 | 644,185,737 | 631,664,190 |
| 本年度非經常性資助 | 390,168,478 | 316,814,629 |
| | 1,034,354,215 | 948,478,819 |

(b) 總收入

| | 2019 | 2018 (附註) |
|----------------------------|----------------------|---------------|
| 《香港財務報告準則》第 15 號範圍內客戶合約的收入 | 96,952,872 | 103,573,864 |
| 其他收入來源 | | |
| — 本年度政府資助 | 1,034,354,215 | 948,478,819 |
| — 利息收入 | 8,411,437 | 3,838,998 |
| — 遞延收入的確認（見附註 12） | 10,000,000 | 10,000,000 |
| — 出售固定資產收益/（虧損） | 55,323 | (608) |
| | 1,149,773,847 | 1,065,891,073 |

附註：集團已使用累計影響法首次應用《香港財務報告準則》第 15 號。據此，比較資料並無重列，且已根據《香港會計準則》第 18 號（見附註 2(c)）編製。

(c) 於 2019 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 所得稅

(a) 於綜合收益表內之所得稅代表：

| | 2019 | 2018 |
|------------------|----------------|--------|
| 本期稅項 — 海外 | | |
| 本年度撥備 | 109,058 | 39,803 |

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%（2018 年：17%）稅率計算。

台灣立法院已通過台灣財政部提出的稅制改革議案，自 2018 年 1 月 1 日或之後開始的應課稅年度生效，企業所得稅率由 17% 增至 20%。

(b) 自綜合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：

| | 2019 | 2018 |
|------------------------|----------------------|---------------|
| 本年度稅前盈餘 | 3,744,916 | 7,192,022 |
| 按適用於稅項溢利之稅率計算的稅前盈餘名義稅項 | 653,221 | 1,171,789 |
| 不可扣稅開支的稅務影響 | 193,351,892 | 177,892,072 |
| 毋須課稅收入的稅務影響 | (193,926,447) | (179,005,615) |
| 未確認的暫記差額的稅務影響 | 30,255 | 12,452 |
| 使用本年度未確認的暫記差額的稅務影響 | 137 | (30,895) |
| 實際稅項開支 | 109,058 | 39,803 |

5 本年度稅前盈餘

集團

(a) 員工成本

| | 2019 | 2018 |
|------------------------------|--------------------|-------------|
| 界定供款退休計劃供款 | 11,590,200 | 10,347,881 |
| 就界定福利退休計劃確認的金額 (附註 14(a)(v)) | 2,225,000 | 653,000 |
| 退休成本 | 13,815,200 | 11,000,881 |
| 薪金及其他福利 | 264,813,508 | 244,253,213 |
| | 278,628,708 | 255,254,094 |

(b) 其他項目

| | 2019 | 2018 |
|--------|------------|------------|
| 經營租賃費用 | 11,198,128 | 10,675,051 |

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：

| | 2019 | | |
|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| | 總幹事 | 其他高級行政人員 | 總數 |
| 基本薪金 | 4,839,000 | 25,312,000 | 30,151,000 |
| 酌情按表現發放的薪酬 | 841,000 | 2,550,000 | 3,391,000 |
| 退休福利開支、約滿酬金及其他津貼 | 747,000 | 4,473,000 | 5,220,000 |
| | 6,427,000 | 32,335,000 | 38,762,000 |

6 高級行政人員薪酬及津貼 (續)

集團 (續)

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

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

| 薪酬範圍 | 2019 | 2018 |
|--|----------|----------|
| | 高級行政人員總數 | 高級行政人員總數 |
| 1 - \$500,001 至 \$1,000,000 (附註 (a)) | - | 1 |
| 2 - \$1,000,001 至 \$1,500,000 (附註 (b)) | 3 | 4 |
| 3 - \$1,500,001 至 \$2,000,000 (附註 (c)) | 1 | 2 |
| 4 - \$2,000,001 至 \$2,500,000 (附註 (b) & (c)) | 3 | 1 |
| 5 - \$2,500,001 至 \$3,000,000 (附註 (d)) | 3 | 4 |
| 6 - \$3,000,001 至 \$3,500,000 (附註 (d)) | 1 | - |
| 7 - \$3,500,001 至 \$4,000,000 | 1 | 1 |
| 8 - \$4,000,001 至 \$4,500,000 | - | - |
| 9 - \$4,500,001 至 \$5,000,000 | - | - |
| 10 - \$5,000,001 至 \$5,500,000 (附註 (e)) | - | 1 |
| 11 - \$5,500,001 至 \$6,000,000 (附註 (e)) | 1 | - |
| | 13 | 14 |

- (a) 由於 2018/19 年度職位空缺，薪酬範圍 1 的高級行政人員職位數目減少一個。
- (b) 由於 2018/19 年度的全年影響，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 2 變為 4。
- (c) 由於年度薪酬增長，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 3 變為 4。
- (d) 由於年度薪酬增長，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 5 變為 6。
- (e) 由於年度薪酬增長，一名高級行政人員職位由薪酬範圍 10 變為 11。

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 2019 年 3 月 31 日止年度內支付的浮動薪酬 841,000 元 (2018 年：748,000 元)。

截至 2019 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 (2018 年：七名總經理) 及四名區域幹事 (2018 年：五名區域幹事) 職位之酬金。

7 固定資產

(a) 集團

| | 租賃物業 | 裝修 | 汽車 | 傢具、 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 2018 年 4 月 1 日 | 252,855,009 | 11,530,917 | 333,411 | 12,762,935 | 27,734,071 | 2,240,471 | 307,456,814 |
| 增置 | - | 3,110,801 | 345,880 | 634,228 | 3,194,441 | 5,760,495 | 13,045,845 |
| 出售/ 清理 | - | - | (333,411) | (500,393) | (1,360,216) | - | (2,194,020) |
| 轉讓 | - | - | - | - | 1,322,966 | (1,322,966) | - |
| 於 2019 年 3 月 31 日 | 252,855,009 | 14,641,718 | 345,880 | 12,896,770 | 30,891,262 | 6,678,000 | 318,308,639 |
| 累計折舊： | | | | | | | |
| 於 2018 年 4 月 1 日 | 241,055,103 | 9,093,980 | 333,411 | 10,596,598 | 22,551,053 | - | 283,630,145 |
| 本年度折舊 | 10,114,200 | 1,200,284 | 57,647 | 941,942 | 3,421,309 | - | 15,735,382 |
| 出售/ 清理 | - | - | (333,411) | (484,043) | (1,358,093) | - | (2,175,547) |
| 於 2019 年 3 月 31 日 | 251,169,303 | 10,294,264 | 57,647 | 11,054,497 | 24,614,269 | - | 297,189,980 |
| 賬面淨值： | | | | | | | |
| 於 2019 年 3 月 31 日 | 1,685,706 | 4,347,454 | 288,233 | 1,842,273 | 6,276,993 | 6,678,000 | 21,118,659 |

7 固定資產 (續)

(a) 集團 (續)

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

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

7 固定資產 (續)

(b) 旅發局

| | 租賃物業 | 裝修 | 汽車 | 傢具、 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 2018 年 4 月 1 日 | 252,855,009 | 11,530,917 | 333,411 | 12,712,197 | 27,723,304 | 2,240,471 | 307,395,309 |
| 增置 | - | 3,110,801 | 345,880 | 634,228 | 3,194,441 | 5,760,495 | 13,045,845 |
| 出售/ 清理 | - | - | (333,411) | (500,393) | (1,360,216) | - | (2,194,020) |
| 轉讓 | - | - | - | - | 1,322,966 | (1,322,966) | - |
| 於 2019 年 3 月 31 日 | 252,855,009 | 14,641,718 | 345,880 | 12,846,032 | 30,880,495 | 6,678,000 | 318,247,134 |
| 累計折舊： | | | | | | | |
| 於 2018 年 4 月 1 日 | 241,055,103 | 9,093,980 | 333,411 | 10,560,070 | 22,540,286 | - | 283,582,850 |
| 本年度折舊 | 10,114,200 | 1,200,284 | 57,647 | 933,147 | 3,421,309 | - | 15,726,587 |
| 出售/ 清理 | - | - | (333,411) | (484,043) | (1,358,093) | - | (2,175,547) |
| 於 2019 年 3 月 31 日 | 251,169,303 | 10,294,264 | 57,647 | 11,009,174 | 24,603,502 | - | 297,133,890 |
| 賬面淨值： | | | | | | | |
| 於 2019 年 3 月 31 日 | 1,685,706 | 4,347,454 | 288,233 | 1,836,858 | 6,276,993 | 6,678,000 | 21,113,244 |

7 固定資產 (續)

(b) 旅發局 (續)

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

所有本港之租賃物業均屬長期租約。

8 於一家附屬公司的權益以及應付一家附屬公司的款項

旅發局

| | 2019 | 2018 |
|-------------|--------------|--------------|
| 於一家附屬公司的權益 | | |
| 非上市股份，按成本列值 | 1 | 1 |
| 資本投入 | 31,527,724 | 31,527,724 |
| 減：減值虧損 | (30,975,849) | (30,975,849) |
| | 551,876 | 551,876 |
| 應付一家附屬公司的款項 | 3,577,328 | 2,361,977 |

於 2019 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（2018 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 2019 年 3 月 31 日止年度的核數師酬金及其他經營開支 54,323 元（2018 年：53,105 元）由旅發局承擔。旅發局已放棄對該款的追討權利。

9 應收賬款、按金及預付款項

| | 集團 | | 旅發局 | |
|---------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 應收賬款 | 2,580,720 | 2,679,227 | 2,580,720 | 2,679,227 |
| 減：虧損撥備 | (19,117) | (19,117) | (19,117) | (19,117) |
| | 2,561,603 | 2,660,110 | 2,561,603 | 2,660,110 |
| 按金及預付款項 | 22,218,443 | 19,385,882 | 21,847,438 | 18,955,324 |
| | 24,780,046 | 22,045,992 | 24,409,041 | 21,615,434 |

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 | |
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 澳元 | 354,414 | 451,330 | 354,414 | 451,330 |
| 人民幣 | 1,245,065 | 2,346,216 | 1,245,065 | 2,346,216 |
| 歐元 | 771,626 | 652,661 | 771,626 | 652,661 |
| 英鎊 | 1,258,074 | 767,391 | 1,258,074 | 767,391 |
| 日圓 | 4,009,942 | 3,621,965 | 4,009,942 | 3,621,965 |
| 南韓圓 | 263,170 | 238,226 | 263,170 | 238,226 |
| 新台幣 | 371,005 | 430,082 | - | - |
| 美元 | 826,716 | 291,868 | 826,716 | 291,868 |

於 2019 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 4,507,491 元及 4,292,681 元（2018 年：集團及旅發局分別為 4,297,584 元及 4,069,544 元）。

集團信貸政策的詳情載於附註 17(a)。

9 應收賬款、按金及預付款項 (續)

(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)）。

年內，應收賬款的虧損撥備變動如下：

| | 集團 | | 旅發局 | |
|------------|---------------|--------|---------------|--------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 於 4 月 1 日 | 19,117 | 19,117 | 19,117 | 19,117 |
| 確認減值虧損 | - | - | - | - |
| 於 3 月 31 日 | 19,117 | 19,117 | 19,117 | 19,117 |

於 2018 年 3 月 31 日及 2019 年 3 月 31 日，虧損撥備 19,117 元已於集團及旅發局確認。

9 應收賬款、按金及預付款項 (續)

(b) 無減值之應收賬款

《香港會計準則》第 39 號項下的比較資料

於 2018 年 4 月 1 日前，僅當有客觀證據顯示出現減值時方確認減值虧損（見附註 2(h)(ii)）。於 2018 年 3 月 31 日，應收賬款 19,117 元單獨釐定為已減值。個別已減值應收款項與有財務困難的客戶有關，管理層評估僅部分該等應收款項預期可收回。

無被視為個別或共同減值之應收賬款之賬齡分析如下：

| | 集團 | | 旅發局 | |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 無逾期或減值 | 333,416 | 1,380,541 | 333,416 | 1,380,541 |
| 逾期少於一個月 | 191,333 | 248,201 | 191,333 | 248,201 |
| 逾期一至三個月 | 810,321 | 244,718 | 810,321 | 244,718 |
| 逾期超過三個月但少於一年 | 705,150 | 35,413 | 705,150 | 35,413 |
| 逾期一年或以上 | 521,383 | 751,237 | 521,383 | 751,237 |
| | 2,228,187 | 1,279,569 | 2,228,187 | 1,279,569 |
| | 2,561,603 | 2,660,110 | 2,561,603 | 2,660,110 |

無逾期或減值之應收賬款與各類客戶相關，該等客戶近期並無出現違約。

逾期但無減值之應收賬款與眾多與集團業績紀錄良好的獨立客戶相關。基於過往經驗，管理層認為無須就該等結餘計提減值撥備，原因是該等結餘之信貸質素並無任何重大變動且管理層認為有關結餘仍可悉數收回。

10 現金及現金等價物

| | 集團 | | 旅發局 | |
|---------------------------|----------------------|---------------|--------------------|-------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 銀行及財務機構存款 | 496,957,729 | 394,968,876 | 496,957,729 | 394,968,876 |
| 銀行存款及現金 | 7,708,897 | 7,802,934 | 6,934,822 | 7,600,135 |
| 財務狀況表中之現金及現金等價物 | 504,666,626 | 402,771,810 | 503,892,551 | 402,569,011 |
| 減去：購入時距期滿日超過三個月之銀行及財務機構存款 | (333,153,750) | (222,706,235) | | |
| 綜合現金流量表中之現金及現金等價物 | 171,512,876 | 180,065,575 | | |

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 | |
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 澳元 | 555,337 | 492,515 | 555,337 | 492,515 |
| 加元 | 52,201 | 108,068 | 52,201 | 108,068 |
| 人民幣 | 396,444 | 220,613 | 396,444 | 220,613 |
| 歐元 | 157,538 | 242,645 | 157,538 | 242,645 |
| 英鎊 | 176,927 | 602,628 | 176,927 | 602,628 |
| 日圓 | 104,982 | 109,138 | 104,982 | 109,138 |
| 南韓圓 | 7,979 | 298,876 | 7,979 | 298,876 |
| 新台幣 | 690,065 | 180,959 | - | - |
| 美元 | 400,078 | 347,306 | 400,078 | 347,306 |

於集團及旅發局報告期末，銀行及財務機構存款按固定利率計算，實際年利率介乎 0.17 厘至 2.83 厘（2018 年：集團及旅發局介乎 0.02 厘至 1.6 厘）。

11 應付賬款及應計費用

| | 集團 | | 旅發局 | |
|-------------|--------------------|-------------|--------------------|-------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 應付賬款 | 237,854,880 | 168,445,963 | 235,037,219 | 167,079,862 |
| 其他應付款項及應付雜項 | 48,080,802 | 46,391,534 | 46,818,920 | 45,294,061 |
| | 285,935,682 | 214,837,497 | 281,856,139 | 212,373,923 |

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 | |
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 澳元 | 5,369,244 | 6,257,980 | 5,369,244 | 6,257,295 |
| 加元 | 585,654 | 974,773 | 585,654 | 974,773 |
| 人民幣 | 26,093,827 | 8,442,444 | 26,093,827 | 8,442,444 |
| 歐元 | 5,576,395 | 3,802,223 | 5,576,395 | 3,802,223 |
| 英鎊 | 4,748,019 | 5,466,103 | 4,748,019 | 5,466,103 |
| 印度盧比 | 2,105,822 | 1,062,175 | 2,105,822 | 1,062,175 |
| 日圓 | 7,806,746 | 6,195,748 | 7,806,746 | 6,186,278 |
| 南韓圓 | 6,973,478 | 4,481,736 | 6,973,478 | 4,471,231 |
| 新加坡元 | 1,833,959 | 3,555,440 | 1,833,959 | 3,550,217 |
| 新台幣 | 3,436,985 | 2,551,999 | 2,104,562 | 98,792 |
| 美元 | 20,106,214 | 5,526,250 | 20,106,214 | 5,526,250 |

於 2019 年 3 月 31 日，集團及旅發局預計在超過一年後結清的應付賬款及應計費用總額分別為 8,027,322 元及 7,952,509 元（2018 年：集團及旅發局分別為 8,259,375 元及 8,177,844 元）。

12 遞延收入

| | 集團及旅發局 | |
|-----------------|-------------|-------------|
| | 2019 | 2018 |
| 政府資助 | | |
| - 1994/95 | 250,000,000 | 250,000,000 |
| 累積已確認數額： | | |
| 於 4 月 1 日 | 238,333,333 | 228,333,333 |
| 本年度確認 | 10,000,000 | 10,000,000 |
| 於 3 月 31 日 | 248,333,333 | 238,333,333 |
| 於 3 月 31 日之結餘 | 1,666,667 | 11,666,667 |
| 減：列入「流動負債」的金額 | 1,666,667 | 10,000,000 |
| 列入「非流動負債」的金額 | - | 1,666,667 |

13 合約負債

採納《香港財務報告準則》第 15 號後，於 2018 年 4 月 1 日進行期初調整，將預收款項 2,701,217 元重新分類至合約負債。

截至 2019 年 3 月 31 日止年度，本集團及旅發局的合約負債變動如下：

| | |
|----------------------------|-------------|
| 於 2018 年 4 月 1 日之結餘 | 2,701,217 |
| 因年內確認的收入已計入年初合約負債而導致合約負債減少 | (2,673,599) |
| 預收款項導致合約負債增加 | 2,546,680 |
| 於 2019 年 3 月 31 日之結餘 | 2,574,298 |

合約負債產生於優質旅遊服務計劃成員續費的預收款項。

14 僱員退休福利

集團及旅發局

(a) 界定福利退休計劃

旅發局向一項根據香港《職業退休計劃條例》登記的界定福利退休計劃作出供款，該界定福利退休計劃自 2019 年 3 月 31 日終止。旅發局香港僱員不再參與這項計劃（2018 年：8%）。這項計劃由獨立受託人管理，其資產存放於一個信託基金，與旅發局的資產分開持有。

自 2019 年 1 月 1 日起，界定福利退休計劃下的僱員加入成員選擇計劃（見附註 14(b)）。

(i) 於綜合及旅發局的財務狀況表確認的數額如下：

| | 2019 | 2018 |
|---------------------|------|--------------|
| 全部或部分注入資金的界定福利責任的現值 | - | (26,047,000) |
| 計劃資產的公允價值 | - | 91,153,000 |
| 界定福利退休計劃資產 | - | 65,106,000 |

由於旅發局接納了獨立精算師韜睿惠悅（「韜睿惠悅」）所建議之免供款期，旅發局於截至 2019 年 3 月 31 日止年度毋需向界定福利退休計劃作出供款。

(ii) 計劃資產包括以下項目：

| | 2019 | 2018 |
|---------|------|------------|
| 證券 | | |
| - 太平洋地區 | - | 20,476,000 |
| - 歐洲 | - | 11,447,000 |
| - 美洲 | - | 17,637,000 |
| | - | 49,560,000 |
| 債券 | | |
| - 環球債券 | - | 40,166,000 |
| 銀行存款 | - | 1,427,000 |
| 應支付福利 | - | - |
| | - | 91,153,000 |

14 僱員退休福利 (續)

集團及旅發局 (續)

(a) 界定福利退休計劃 (續)

(iii) 界定福利責任現值之變動：

| | 2019 | 2018 |
|--------------------------|--------------|-------------|
| 於 4 月 1 日 | 26,047,000 | 31,682,000 |
| 重新計量： | | |
| - 因負債經驗改變所致的精算收益 | (118,000) | (1,150,000) |
| - 因財務假設改變所致的精算收益 | (86,000) | (407,000) |
| - 因人口統計假設所致的精算 (收益) / 虧損 | (1,000) | 1,000 |
| | (205,000) | (1,556,000) |
| 計劃支付之福利 | (5,901,000) | (5,833,000) |
| 當期服務成本 | 706,000 | 1,354,000 |
| 利息費用 | 307,000 | 400,000 |
| 過往服務成本 — 縮減 | 2,349,000 | - |
| 結算 | (23,303,000) | - |
| | (25,842,000) | (4,079,000) |
| 於 3 月 31 日 | - | 26,047,000 |

界定福利責任之加權平均年期為 4.2 年 (2018 年：3.9 年)。

(iv) 計劃資產的公允價值之變動：

| | 2019 | 2018 |
|------------------|--------------|-------------|
| 於 4 月 1 日 | 91,153,000 | 85,629,000 |
| 計劃支付之福利 | (5,901,000) | (5,833,000) |
| 利息收入 | 1,137,000 | 1,101,000 |
| 計劃資產回報 (不包括利息收入) | 440,000 | 10,256,000 |
| - 退還予僱主的盈餘 | (63,526,000) | - |
| - 結算 | (23,303,000) | - |
| 於 3 月 31 日 | - | 91,153,000 |

14 僱員退休福利 (續)

集團及旅發局 (續)

(a) 界定福利退休計劃 (續)

(v) 於綜合收益表及其他全面收益中確認的金額如下：

| | 2019 | 2018 |
|------------------|------------------|--------------|
| 當期服務成本 | 706,000 | 1,354,000 |
| 淨界定福利資產的淨利息 | (830,000) | (701,000) |
| 過往服務成本縮減 | 2,349,000 | - |
| 於綜合收益表內確認的總額 | 2,225,000 | 653,000 |
| 精算收益 | (205,000) | (1,556,000) |
| 計劃資產回報 (不包括利息收入) | (440,000) | (10,256,000) |
| 於其他全面收益中確認的總額 | (645,000) | (11,812,000) |
| 界定福利成本總額 | 1,580,000 | (11,159,000) |

退休支出在綜合收益表中的員工成本內確認。

(vi) 於 2019 年 3 月 31 日使用的主要精算假設 (以加權平均數表示) 及敏感度分析如下：

| | 2019 | 2018 |
|--------|--------------|-------|
| 貼現率 | 1.80% | 1.70% |
| 未來薪金升幅 | 4.50% | 4.50% |

14 僱員退休福利 (續)

(b) 界定供款退休計劃

旅發局按照信託契約的條款，為一項界定供款計劃（「成員選擇計劃」）供款。

成員選擇計劃及先前的界定福利退休計劃（見附註 14(a)）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%（2018 年：8% 至 15%）作出供款，而僱員則無須作出有關供款。

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

15 儲備

| | 集團 | | 旅發局 | |
|-----------------|--------------------|-------------|--------------------|-------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 於年初之一般基金 | 221,720,283 | 202,756,064 | 221,709,140 | 202,747,064 |
| 本年度盈餘 | 3,635,858 | 7,152,219 | 3,633,532 | 7,150,076 |
| 本年度其他全面收益 | 645,000 | 11,812,000 | 645,000 | 11,812,000 |
| 本年度全面收益總額 | 4,280,858 | 18,964,219 | 4,278,532 | 18,962,076 |
| 於年末之一般基金 | 226,001,141 | 221,720,283 | 225,987,672 | 221,709,140 |

一般基金

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

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

16 承擔

於 2019 年 3 月 31 日，集團及旅發局之承擔如下：

根據不可解除的經營租賃在日後應付的最低租賃付款總額如下：

| | 集團 | | 旅發局 | |
|-----------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| | 2019 | 2018 | 2019 | 2018 |
| 一年內期滿 | 12,891,176 | 12,774,899 | 12,787,887 | 11,931,503 |
| 一年後至五年內期滿 | 8,950,897 | 10,495,699 | 8,950,897 | 10,386,445 |
| | 21,842,073 | 23,270,598 | 21,738,784 | 22,317,948 |

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

17 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：

17 財務風險管理 (續)

(b) 流動資金風險 (續)

集團

| | 2019 | | | | |
|-----------|--------------------------|---------------------|---------------|---------------|-----------|
| | 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 | 34,304,608 | 34,304,608 | - | - | - |
| 合約負債 | 2,574,298 | 2,574,298 | - | - | - |
| 應付賬款及應計費用 | 285,935,682 | 277,908,360 | 2,685,522 | 2,783,982 | 2,557,818 |
| | 322,814,588 | 314,787,266 | 2,685,522 | 2,783,982 | 2,557,818 |

| | 2018 | | | | |
|-----------|--------------------------|---------------------|---------------|---------------|-----------|
| | 賬面值 / 合約未貼現 現金流量總數 | 一年內期滿 或應要求 償還 | 一年後至 兩年內期滿 | 兩年後至 五年內期滿 | 五年後期滿 |
| 預收款項 | 65,543,073 | 65,543,073 | - | - | - |
| 應付賬款及應計費用 | 214,837,497 | 206,578,122 | 3,305,647 | 2,196,514 | 2,757,214 |
| | 280,380,570 | 272,121,195 | 3,305,647 | 2,196,514 | 2,757,214 |

旅發局

| | 2019 | | | | |
|-----------|--------------------------|---------------------|---------------|---------------|-----------|
| | 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 | 34,304,608 | 34,304,608 | - | - | - |
| 合約負債 | 2,574,298 | 2,574,298 | - | - | - |
| 應付賬款及應計費用 | 281,856,139 | 273,903,630 | 2,662,868 | 2,731,823 | 2,557,818 |
| | 318,735,045 | 310,782,536 | 2,662,868 | 2,731,823 | 2,557,818 |

17 財務風險管理 (續)

(b) 流動資金風險 (續)

旅發局 (續)

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

(c) 利率風險

除政府資助外，集團沒有向外間機構融資，集團並無因融資而承擔利率風險。

附註 10 載列有關集團賺取收入的金融工具於報告期末的實際利率的資料。

(d) 外幣風險

面對貨幣風險

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

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。

17 財務風險管理 (續)

(d) 外幣風險 (續)

敏感度分析 (續)

| | 2019 | | 2018 | |
|------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|
| | 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% | (222,975) | 5% | (265,672) |
| | (5)% | 222,975 | (5)% | 265,672 |
| 加元 | 5% | (24,344) | 5% | (39,119) |
| | (5)% | 24,344 | (5)% | 39,119 |
| 人民幣 | 5% | (1,222,297) | 5% | (293,781) |
| | (5)% | 1,222,297 | (5)% | 293,781 |
| 歐元 | 5% | (232,362) | 5% | (145,346) |
| | (5)% | 232,362 | (5)% | 145,346 |
| 英鎊 | 5% | (165,651) | 5% | (204,804) |
| | (5)% | 165,651 | (5)% | 204,804 |
| 日圓 | 5% | (184,561) | 5% | (122,756) |
| | (5)% | 184,561 | (5)% | 122,756 |
| 新加坡元 | 5% | (85,540) | 5% | (170,897) |
| | (5)% | 85,540 | (5)% | 170,897 |
| 新台幣 | 5% | (118,796) | 5% | (97,048) |
| | (5)% | 118,796 | (5)% | 97,048 |
| 南韓圓 | 5% | (335,116) | 5% | (196,706) |
| | (5)% | 335,116 | (5)% | 196,706 |

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2018年，有關分析亦按照相同基準進行。

17 財務風險管理 (續)

(e) 公允價值

所有金融工具之賬面值與其於 2019 年 3 月 31 日及 2018 年 3 月 31 日之公允價值均無重大差異。

18 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。

19 已頒佈截至 2019 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修訂、新準則及詮釋，惟於截至 2019 年 3 月 31 日止年度尚未生效，亦未納入此等財務報表中。當中可能與集團有關的修訂如下：

在以下日期或之後
開始的會計期間生效

《香港財務報告準則》第 16 號，租賃

2019 年 1 月 1 日

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

《香港財務報告準則》第 16 號，租賃

應用新會計模式預計將導致資產及負債增加，並將影響租賃期間在收益表及全面收益表確認開支的時間。

《香港財務報告準則》第 16 號自 2019 年 1 月 1 日或之後開始的年度生效。集團計劃就採用《香港財務報告準則》第 16 號選用經修訂追溯方式，並按 2019 年 4 月 1 日的期初儲備結餘調整確認初次應用之累計影響，惟不會重列比較資料。誠如附註 16 所披露，於 2019 年 3 月 31 日，集團及旅發局根據不可撤銷經營租賃的未來最低租金分別為 21,842,073 元及 21,738,784 元，須於報告日期後一年內或一至五年內支付。初次應用《香港財務報告準則》第 16 號後，租賃負債及相應使用權資產的期初結餘（經考慮折現的影響）將於 2019 年 4 月 1 日予以調整。

