

品牌形象

香港 • 亞洲國際都會

一個品牌不只是一個標誌，它還擁有個性和風格，能帶給人想像和期待。旅發局所採用的品牌—「香港 • 亞洲國際都會」，一方面配合香港政府打造的整體城市形象，另一方面也具體地反映出香港的旅遊特色。

繼2012-13年度推出全新面貌的DiscoverHongKong.com網站及一系列品牌宣傳短片後，旅發局在所有客源市場均全面貫徹「香港 • 亞洲國際都會」的品牌定位。

在品牌的框架下，旅發局透過「亞洲盛事之都」、「國際會展之都」及「亞洲郵輪樞紐」三個主題，突顯香港在

舉辦盛事、會展旅遊及郵輪旅遊方面的領導地位，全面展示香港作為旅遊目的地的吸引力。

笑出 • 快樂香港

旅遊，讓人增廣見聞。在旅程之中，藉著人與人的交流和互動，了解不同地方的風土人情，是十分珍貴的體驗。因此，旅發局在2013年夏天推出名為「笑出 • 快樂香港」的宣傳計劃，透過一系列電視廣告，傳達友善待客的信息，鼓勵本港市民與旅客增進交流。另外，宣傳廣告亦見於巴士及電車車身、主要出入境口岸以及市內多處地標。



「笑出 • 快樂香港」宣傳短片亦有透過YouTube及其他網上平台播放，觀看次數如下：

- 中國內地：540萬
- 台灣：250萬
- 東南亞：880萬

