



| 策略重點



策略重點

盡享•最香港
p 18

海外推廣
p 20

市場推廣
p 38

公關宣傳
p 40

精采盛事
p 42

業界合作
p 56

會展旅遊
p 58

郵輪體驗
p 62

優質服務
p 64

一程多站
p 66

盡享•最香港

旅發局在2016年10月推出名為「Best of all, it's in Hong Kong」(盡享•最香港)的全新品牌推廣計劃，展現香港「精采不息」、「多元緊湊」、「迷人對比」及「潮流尖端」的獨特面貌，宣傳地道文化、藝術及娛樂、體育及戶外活動、景點、夜遊香港、美食、購物七大旅遊體驗。

配合新品牌推廣計劃，我們利用2016/17年度財政預算案所給予的額外撥款，推出四條全新宣傳短片，分別以「美食及夜生活」、「時尚、娛樂及藝術」、「家庭旅遊」和「自然美景及地道文化」為主題，突顯香港與別不同的吸引力。

新品牌推廣計劃先後於中國內地、台灣、南韓、日本、東南亞等地啟動。有關宣傳短片亦於近70個區域性電視頻道、客源市場的電視台及主要的數碼和社交媒體播放。

此外，我們透過數碼和社交媒體、公關宣傳及業界活動等，向旅客、國際傳媒及海外業界推介本地豐富的旅遊體驗，鼓勵旅客跟隨本地人的腳步，探索獨特多元的旅遊特色。

我們亦為新品牌計劃設立專題網站，涵蓋六種語言。網站除了介紹香港精采多元的旅遊體驗及精選活動外，還提供建議行程、業界優惠等實用資料。

2016年10月至2017年3月期間：

- 宣傳片瀏覽量：逾5億9,300萬次
- 專題網站瀏覽頁次：接近4,000萬
- 旅發局所有社交媒體的「粉絲」總數增加了50萬人



建立策略性合作關係

旅發局除了與主要的航空公司和旅行社合作，推廣旅遊套票優惠外，亦擴大合作網絡，與當地多個受歡迎的旅遊網站，包括攜程、途牛和飛豬等，配合內地假期或本港大型活動的推廣時段，推出優惠的遊港產品，並透過主要的視頻播放平台，如騰訊、愛奇藝、樂視、優酷和搜狐等進行宣傳，加強訊息滲透。

年內，我們亦把「香港•優惠」項目，推廣至更多數碼平台，如微信及美團，加強刺激內地旅客的訪港和消費意欲。



積極推廣會展及郵輪旅遊

在會展及郵輪旅遊方面，內地一向是香港十分重要的客源市場。年內，我們共邀請了逾20位企業決策人及16家大型學術會議及峰會論壇主辦機構代表來港考察，並於青島向來自內地各區域的52家新企業客戶介紹香港於會展旅遊方面的吸引力，鼓勵他們來港舉辦會展活動。

至於郵輪旅遊方面，我們與騰訊的「摩登派」節目合作，安排四位於內地廣受歡迎的演員，包括嚴屹寬、周麗淇、關智斌和胡可拍攝網上特輯，主力向年青及家庭客群介紹本港富特色的郵輪旅遊產品。



- 年末旺季時段，有12組大型會獎旅遊團，共13,000人訪港
- 郵輪旅遊網上特輯：總播放次數近900萬次；宣傳效益逾700萬港元

台灣

我們以創新的推廣概念，吸引台灣旅客深度探索香港，發掘地道趣味，從而加強他們重遊香港的意欲。

盡享•最香港

2016年12月，我們在台灣市場舉行全新品牌概念「盡享•最香港」的啟動禮，邀請香港四季酒店的米芝蓮名廚陳恩德為記者即場炮製香港美食，並在當地最大型的旅遊展「ITF台北國際旅展」，設立以新品牌為主題的香港館，介紹香港的多元精采體驗，吸引場內消費者選購旅遊產品。



「盡享•最香港」台灣市場啟動禮宣傳效益：450萬港元



全家樂遊香港

為配合推廣「全家樂遊香港」計劃，我們與本地著名動漫角色「癩噏」合作進行數碼推廣，透過可愛有趣的香港親子遊影片和網上互動遊戲，吸引台灣家庭旅客於夏季來訪。

與「癩噏」合作推出的「全家樂遊香港」影片觀看次數：340萬次



《走•去香港》旅遊指南

香港與台灣的航程少於兩小時，不少台灣旅客亦喜歡把握週末或短假期來港旅遊。故此，旅發局於年內推出全新的旅遊指南《走•去香港》，以三大主題介紹香港的深度文化體驗，從老香港遊走至時尚潮流熱點，邀請台灣旅客重遊香港，發掘香港意想不到的一面。



《走•去香港》旅遊指南：
共派發10萬本



日本

日本旅客大多注重地道體驗。故此，我們積極透過邀請當地名人及與業界合作，向日本的消費者推廣香港獨特的地道文化和體驗。

名人代言

在「盡享・最香港」新品牌推廣計劃的發佈會上，我們委任日本著名模特兒及演員水原希子，和頂級壽司師傅今田洋輔為「星級香港迷」，分享各自的「最香港」體驗。在2017年2月，水原希子與知名登山家南谷真鈴亦在東京及大阪發行的《朝日新聞》內，介紹香港鮮為人知的地道美食和郊野體驗。



「盡享・最香港」新品牌推廣計劃發佈會的宣傳效益：
超過1,250萬港元

傳媒合作

暢銷時尚及美容雜誌《anan》刊登80多頁的香港特輯，邀請知名模特兒及演員佐佐木希來港拍攝，並介紹她在香港的體驗。特輯亦收錄多位日本著名意見領袖的香港推介。同時亦隨附路線指南，方便旅客按圖索驥探索香港。該期雜誌得到佐佐木希在個人Instagram賬戶內宣傳，並在東京和大阪火車海報上介紹，令特輯大受歡迎。



與《anan》合作的宣傳效益：
逾1,060萬港元

業界交流

我們組織大型旅遊業界訪問團，到訪大阪、名古屋及東京三大城市，讓本地代表與超過150名日本代表會面交流，拓展商機。為慶祝旅發局的日本辦事處成立50周年，我們除了邀請日本及香港的業界代表出席晚宴，亦邀請了逾500位日本旅客在香港繽紛冬日節期間，搭乘懷舊開篷電車，暢遊港島。



訪問團促成超過1,000個商務洽談



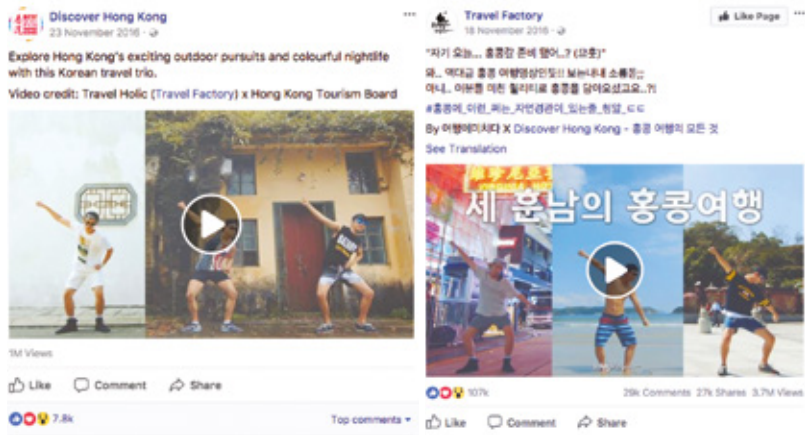
南韓

南韓旅客喜愛追逐潮流，所以我們在籌劃推廣活動時，主要以時尚和引人入勝的內容，展現香港走在潮流尖端的體驗。

「香港郊野全接觸」推廣活動

南韓超人氣Facebook旅遊專頁「Travel Factory」獲邀為香港製作一條生動有趣的旅遊宣傳片，推介香港的郊野體驗。宣傳片在短時間內於網上瘋傳，並獲網民讚賞。另外，為了吸引喜愛玩樂的年輕旅客，南韓KBS電視台的「VJ Special Unit」特別來港取景，推介香港島的龍脊行山徑和大澳等景點。

- 「Travel Factory」拍攝的短片
瀏覽量：超過360萬
- 「香港郊野全接觸」的宣傳
效益：3,280萬港元



針對家庭和年輕客群的推廣計劃

為了配合「香港，超值啟程！」及「全家樂遊香港」推廣計劃，我們在南韓最大的購物網站Coupang.com以橫幅廣告吸引消費者，並善用其他數碼推廣工具，例如手機應用程式推送通知、Facebook、博客等，積極推銷我們的超值旅遊套票。另外，我們也聯同國泰航空及多間酒店和景點，推出針對家庭客群的旅遊產品，包括提供各種折扣優惠，例如隨行小童免費入場，以吸引家庭旅客。



在推廣期內，有關香港的旅遊產品銷售額升幅達10%



與電視媒體合作

電視媒體對南韓消費者有巨大影響力。因應這個趨勢，我們與多間主要的電視廣播頻道例如 SBS、MBC及KBS合作，製作有關香港的節目，推介城中精采多姿的體驗，包括香港夏日推廣、郊野體驗、香港美酒佳餚巡禮及藝術文化盛會。



南韓電視節目的總宣傳效益：
3億港元



東南亞

演藝名人及重要意見領袖在東南亞市場具有號召力，所以我們透過不同的傳播媒介，邀請他們體驗香港，提高宣傳效益。

「真人騷」節目宣傳香港

旅發局與區域性電視頻道KIX channel合作，邀請四位不同界別的名人來港，包括菲律賓R&B唱作人及著名電視節目主持人Billy Crawford、馬來西亞多棲饒舌音樂人SonaOne、泰國知名唱片騎師及電視節目主持人P.K.，以及新加坡人氣廚師Bjorn Shen，拍攝五集「真人騷」節目「The Ultimate BROcation」，發掘香港最好玩的潮流熱點，並配合節目舉辦大型網上有獎遊戲。四位名人主持更獲邀定期於社交網絡上分享其拍攝點滴，令香港作為首選旅遊目的地的形象更為突出。



The Ultimate BROcation © 2016 Celestial Tiger Entertainment Limited. All Rights Reserved.

- 「真人騷」節目「The Ultimate BROcation」宣傳效益：1.75億港元
- 社交網絡的曝光：5,900萬次

「香港活現曼谷」大型宣傳活動

旅發局聯同本港七個主要景點，於2016年10月假泰國曼谷的時尚購物中心Siam Paragon舉辦一連四日的大型宣傳活動，推介香港的多元體驗。是次活動邀得香港特別行政區律政司司長袁國強資深大律師，及當地著名藝人Gubgib和JJ等出席參與。當地旅遊業界於場內更特設攤位，供消費者即場選購訪港旅遊套票。



- 「香港活現曼谷」宣傳活動宣傳效益：近240萬港元

展開全新品牌推廣計劃

配合「盡享•最香港」品牌推廣計劃，我們在菲律賓、泰國和印尼三個客源市場舉辦傳媒發佈會，並分別邀請多位本地及居港多年的知名人士參與宣傳，當中包括本地名廚楊尚友、榮獲2016年「亞洲最佳女廚師」的菲律賓名廚Margarita Forés，以及泰國著名街頭藝術家Rukkit等，分享香港的精采體驗。



「盡享•最香港」品牌推廣發佈會
宣傳效益：近330萬港元

業界訪港交流團

年內，我們邀請了逾50位來自菲律賓和泰國的業界代表訪港，與本地業界交流，共洽商機。期間，旅發局會議及展覽拓展部向海外業界介紹本港最新的會展獎勵旅遊產品。一眾海外業界更獲安排參與歷來最大規模的「建行(亞洲)香港美酒佳餚巡禮」，以及參觀本地多個著名景點。



成功開拓近15個「香港美酒佳餚巡禮」旅遊產品

新市場

在新市場方面，我們借助了名人效應和社交平台的力量，爭取接觸更多目標客群和業界夥伴。

印度Zee network宣傳浪漫香港

名人在印度客群中具有很大的影響力。2016年底，我們跟Zee network電視台合作，拍攝印度明星伉儷Sanjeeda和Aamir在香港的浪漫之旅，並製作成一共6集旅遊特輯。相關的數碼內容和社交媒體互動，在多個社交平台上引起廣泛關注。



- Zee network電視台的旅遊特輯和宣傳片觀看次數：1,600萬人次
- 宣傳效益：超過1,300萬港元

夥拍Times Network吸引家庭旅客

在印度訪港旅客中，家庭客群佔了很大的比例。為了爭取這些目標客群，我們藉印度寶萊塢明星Neha Dhupia到港展開的家庭遊，製作了14條電視廣告宣傳片，重點推介家庭旅客的必遊景點。宣傳片在Times Network播出，而Neha則在其社交媒體帳號和網上平台分享了幕後花絮的照片與故事。



- Neha Dhupia訪港宣傳片的觀看數：1,700萬人次
- 宣傳效益：160萬港元

與俄羅斯生活雜誌及網上平台合作

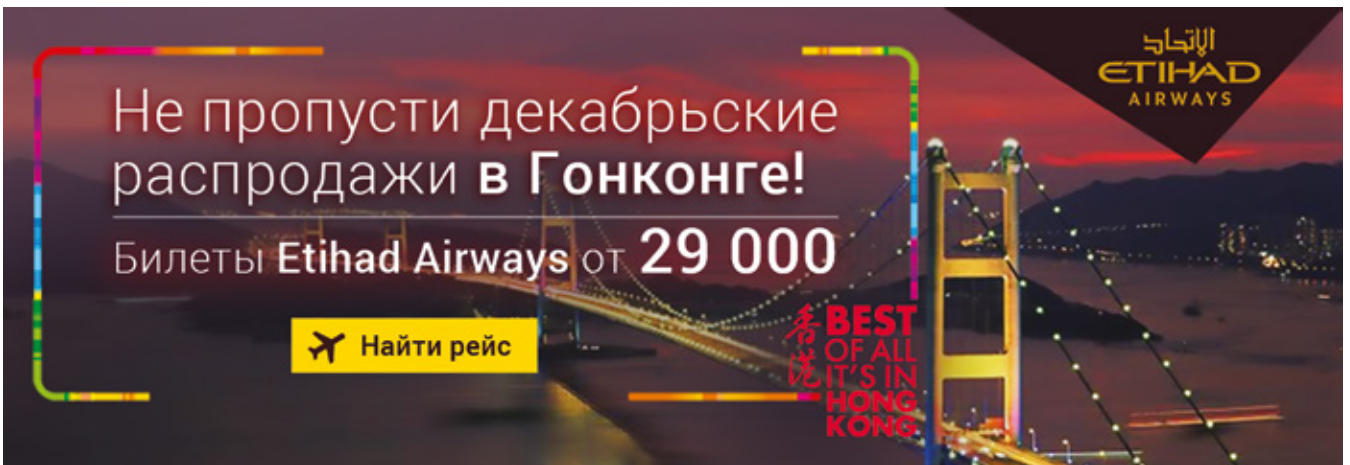
我們與俄羅斯知名生活雜誌《Hello》、《Cosmopolitan》和《Aeroflot Style》，以及生活網站Snimedia.ru合作，向俄羅斯年輕和中年在職人士推介香港的潮流時尚店鋪與餐廳，以及豐富多采的夜生活熱點。



與俄羅斯媒體合作的報道接觸人次：500萬人次

與俄羅斯市場的主要航空公司進行推廣

我們與阿提哈德航空、中國東方航空等主要航空公司建立策略夥伴關係，為飛往香港的俄羅斯旅客提供特別優惠，鼓勵他們來港。



活動推廣期間，前往香港的機票銷售量按年增長：60%

澳洲

澳洲旅客到港旅遊，往往不會錯過體育盛事、郊野活動和美食佳餚等體驗。因此，我們通過綜合推廣計劃及與媒體合作，利用焦點盛事和節日活動，大力進行推廣。

「香港龍舟嘉年華」和「香港郊野全接觸」

為了進一步展示香港的健康氣息與動感活力，我們邀請了澳洲和紐西蘭的十一支龍舟隊伍參加「2016香港龍舟嘉年華」。這些隊伍高手如雲，贏得數個獎項，並獲得亞洲地區媒體的廣泛報道。

此外，澳洲著名風景攝影師兼網路紅人William Patino，獲邀到香港探索獨特的大自然景觀和郊野景點，並在其Instagram、Snapchat、Youtube和博客，分享動人的相片、短片及體驗。



「香港龍舟嘉年華」及「香港郊野全接觸」宣傳效益：700萬港元



在Channel 7Two展開美食之旅

名廚兼長壽飲食真人騷「My Kitchen Rules」的評審Manu Feidel，經常到世界各地尋找美食。他的另一個節目「Around the World with Manu」，在澳洲最受歡迎的免費數碼電視台頻道7Two播放，其中香港篇介紹了他的烹飪挑戰，包括學習製作點心和街頭小吃，以及探索街市和涼茶鋪等的地道店鋪。



「Around the World with Manu」
香港篇的宣傳效益：470萬港元



業界訪問團

2016年5月，旅發局和37名本地業界夥伴在悉尼和墨爾本舉辦了7項不同的業界推廣活動，與澳洲的旅遊經銷商、會議策劃人和旅行社代表等進行一對一的交流，共拓商機；同時也讓他們體驗各種活動，了解香港的文化。此外，旅發局也在悉尼向一些重要的專業會議籌辦人，分享了香港會展獎勵旅遊的最新發展。



參與業界推廣活動的澳洲代表
總人數：250人

推廣會展及郵輪旅遊

針對甚具發展潛力的會展及郵輪旅遊，旅發局連續六年聯同酒店業界及主要景點參加IMEX America，向主要的大型會議及獎勵旅遊籌辦機構展示香港在會展旅遊方面的優勢。同時，為了讓當地的會展業界可以進一步了解香港一流的會展場地及設施，我們特地為American Society of Association Executives (ASAE)成員組織了一個為期四日的考察團，讓他們親身體驗香港。於考察團結束後的兩個月，已有兩個國際性的大型會議落實在香港舉行。

郵輪旅遊方面，我們再度參與郵輪業界年度盛事Seatrade Cruise Global，透過贊助活動和品牌曝光，以及一系列與郵輪公司高層的一對一會面，成功鞏固香港作為「亞洲郵輪樞紐」的形象。

- 為期三日的IMEX America，舉辦超過250場與特邀買家的業務洽談，帶來40個會展旅遊的商機
- 於Seatrade Cruise Global中贊助開幕活動「全球郵輪行業概況」，吸引超過3,000名郵輪管理層、旅遊業界及媒體參與



「一程多站」旅遊推廣

旅發局積極向北美的消費者推廣「一程多站」旅遊產品。我們透過與台灣交通部觀光局及澳門旅遊局合作，聯合進行大規模的宣傳推廣，並積極與航空公司及旅行社合作，推出優惠旅遊產品，鼓勵旅客延長於各個旅遊目的地的逗留時間。為了加深當地旅行社對各個旅遊目的地的認知，我們亦組織了業界訪問團及考察團，讓他們親身體驗「一程多站」旅遊產品和服務。

Discover unforgettable stories in Taiwan and Hong Kong

Share a journey of picturesque natural scenery with unique local customs and culture, with an easy flight between the two destinations, an amazing array of contrasting experiences awaits you in Taiwan and Hong Kong.

2 STORIES ONE TRIP

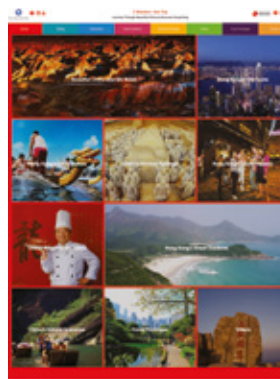
GLP Worldwide	1,888,780,1387
120/124 Weeks of Taiwan and Hong Kong from \$2,979	
Goway Travel	1,866,627,8879
45/49 Hong Kong and Taiwan Tour from \$1,799	
Jade Tours	1,866,387,8287
32/34 Hong Kong & Taipei One Trip from \$1,800	
Journeys of Discovery	1,866,798,1738
110/99 Discover Hong Kong and Taiwan from \$1,399	
Mandarin Holidays	1,866,792,3838
110/99 Asia Fun, Twin Cities Explorer Hong Kong & Taipei from \$1,899	
Beach Holidays	1,866,824,8408
130/114 Sunbath Taiwan and Hong Kong from \$1,799	

www.discover.hk/hongkongtaiwan

Taiwan EVA AIR HONG KONG

gettaiwan.net | eair.com | discover.hk | discoverhongkong.com

- 香港與台灣在美國進行的聯合推廣活動，為推廣期內的「一程多站」旅遊產品帶來109%的銷售額增長
- 加拿大業界參加考察團後，開發了22種全新的香港加台灣的「一程多站」旅遊產品



HONG KONG & TAIWAN
8 Days \$1399 Airfare from Los Angeles, San Francisco, Seattle or Houston

Goway.com

Click here

Prices from per person/twin share. Departures from other cities available

© 2017 by Goway

歐洲

因應各個不同市場的特性，歐洲各地的辦事處積極進行針對性的推廣工作，向當地的消費者及旅遊業界推廣香港。

加強與業界及專業組織聯繫

於英國，我們集中透過與專業團體合作，尋找商機，例如在International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO)年會中進行演講，鼓勵不同的專業機構在港舉行會議活動。同時，我們亦邀請主要的航空公司及旅行社出席新春晚宴，藉此加強夥伴關係。

我們與Wendy Wu Tours及國泰航空合作，於英國推出市場推廣計劃，透過Facebook、大型旅遊網站及電郵，送出免費到香港及內地的旅程，以收宣傳之效。

- 在IAPCO年會的演講成功吸引逾100位專業會議籌辦人參加
- 與Wendy Wu Tours和國泰航空合作進行的推廣計劃，共錄得超過20萬次的網頁瀏覽，活動獲得15,000名消費者的參與



多元化的協作項目

我們的德國辦事處透過不同的推廣工作，向當地消費者，展現香港不同的面貌。我們再次參與全球最大的旅遊展——「柏林國際旅遊展」(ITB Berlin)，為21個香港旅遊業夥伴提供與當地業界交流及洽談業務。另外，我們又與國泰航空、德國漢莎航空、瑞士國際航空、奧地利航空和阿聯酋航空合作，為當地旅遊業界提供訪港考察團等業界推廣，加強他們對香港多元旅遊體驗的了解。

我們又與德國業界緊密合作，推出多元化的推廣計劃。其中，我們與當地具領導地位的旅行社DER Touristik合作，透過旗下的多個主要品牌，包括Dertour、Dertour Deluxe及Meier's Weltreisen，推出包含香港與澳門在內的「一程多站」旅遊產品，並透過當地約九成的旅行社銷售有關產品，提升市場對香港的認識。此外，亦夥拍阿聯酋航空，在網上平台Opodo.de推出優惠機票。另外，我們亦在旅行社Explorer Fernreisen的產品目錄中刊登香港的旅遊資訊，鼓勵旅客選擇香港作為「一程多站」行程的目的地。

我們亦與多家電視台及雜誌合作，製作介紹香港多元體驗的專輯及媒體報道：

- RTL2「Grip TV」播出25分鐘特輯，介紹參與「國際汽聯電動方程式賽車錦標賽香港站」的跑車。
- 德國最大型的單車運動雜誌《RennRad》刊載香港單車節的專題故事。
- 《Asia Pacific》雜誌刊登封面故事，介紹香港多元旅遊特色。有關雜誌透過亞太旅遊協會，和在全國所有的業界及消費者旅遊展中派發。
- 雜誌《Terra》刊登12頁專題，介紹香港戶外活動。



- 2016/17年度於德國進行的各項推廣活動，整體宣傳效益接近9,300萬港元
- 與阿聯酋航空在網上平台Opodo.de的推廣計劃：推廣期內與香港相關的機票銷售較去年同期增加35%

配合大型活動進行宣傳

為了在法國市場宣傳全新品牌推廣計劃，我們以農曆新年為契機，進行一連串的跨媒體推廣，包括於法國電視台French 5 TV著名節目「C à vous」中介紹香港；透過數碼媒體播放四條全新的品牌宣傳片；在社交媒體進行宣傳推廣；並組織業界考察團前往法國，與當地業界洽談業務。

本年的香港龍舟嘉年華首次有法國乳癌康復者參加的龍舟隊，我們善用這次機會，以龍舟運動為主軸，向法國媒體推廣香港的傳統文化及特色美食。此外，我們亦組織由印刷、數碼及社交媒體組成的女性記者訪問團訪港，體驗香港的獨特地道文化，品嚐大澳的特色美食。

- 新品牌推廣計劃的整體宣傳效益：1,000萬港元
- 香港龍舟嘉年華相關的媒體訪港團帶來的宣傳效益：600萬港元



市場推廣

在2016/17年度，旅發局推出了一連串嶄新的市場推廣計劃，透過具創意的宣傳手法，宣傳香港獨特的旅遊體驗，並提升香港作為旅遊勝地的國際知名度。

善用「用戶原創內容」

真實且動人的故事最能吸引大眾的關注，而這些有趣的故事透過數碼及社交媒體傳播，更有助引發迴響。

有見及此，旅發局推出#DiscoverHongKong用戶原創內容活動，邀請了享譽國際的網絡紅人，分享在港獨特的旅遊體驗，並拍攝宣傳片，鼓勵旅客在數碼及社交媒體，以短片、文字或圖像，分享「意想不到」的香港小故事。旅發局把這些內容進一步轉發，讓更多人知道香港多姿多采的旅遊體驗。

- 馮氏兄弟：來自美國的饒舌歌手及網絡紅人，一邊暢遊香港，一邊發掘潮流玩意及創意美食
- 瑞瑪席丹：台灣模特兒、電視旅遊節目主持人，來港深入各特色小區尋幽探秘，推介地道美食
- Evan：年僅9歲的美國人氣YouTuber，帶同家人來港吃喝玩樂，介紹親子旅遊景點

旅發局特設專題網站介紹網絡紅人所推介的旅遊體驗，並透過其他平台如社交媒體、廣告等加強訊息滲透。



用戶原創內容「I Never Knew」推廣：

- 宣傳片瀏覽量：超過500萬次
- 專題網站瀏覽頁次：超過420萬
- 參賽作品：超過1萬份
- 社交媒體參與(Engagement)：超過100萬
- 宣傳效益：逾250萬港元



加強數碼及社交媒體宣傳

年內，旅發局推出多項針對數碼及社交媒體用戶的推廣活動，藉這些平台的龐大接觸面及滲透力，廣收宣傳之效。

- 不斷豐富及完善旅發局官方網站DiscoverHongKong.com的內容，為旅客提供最新及全面的旅遊資訊
- 透過旅發局的社交媒體平台，包括Facebook、Twitter、Instagram、Pinterest、YouTube、WeChat及微博，發佈有趣內容，吸引更多用戶關注，並增強與「粉絲」間的互動，包括：
 - 在「香港藝術月」期間，夥拍著名攝影師Omar Z Robles及芭蕾舞家Brittany Cavaco，穿梭大街小巷，拍攝一系列充滿感染力的照片，介紹本地鮮為人知的藝術秘點
 - 上載著名藝人拍攝的360度宣傳短片，推介本地特色景點
 - 舉辦實時票選，邀請觀眾選出他們最嚮往的新春節慶活動
- 與旅遊評論網站TripAdvisor加強合作，透過提供針對性的內容，吸引旅客訪港



- 2016/17年度DiscoverHongKong.com的瀏覽頁次：逾1億3,400萬，按年增長46%
- 2016/17年度旅發局所有社交媒體「粉絲」的總數：逾750萬，按年增長35%

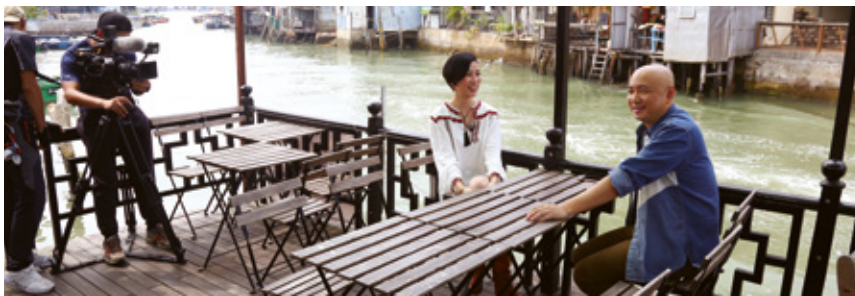
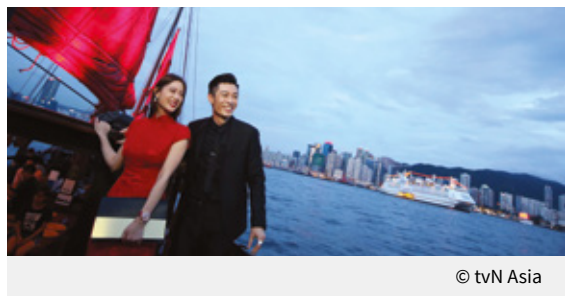
公關宣傳

我們繼續與國際傳媒緊密合作，以別具創意的公關宣傳手法，增加香港的國際曝光，從而引發各地消費者來港旅遊的興趣。

善用媒體傳播

在2016/17年度，旅發局邀請逾460個國際傳媒，當中包括多個國際性和區域性電視台，如TLC、NatGeo People、tvN、KIX、FOX及浙江衛視等來港取景，透過電視劇、真人騷、旅遊、飲食及新聞節目等不同類型的節目，宣傳香港獨特的旅遊吸引力。多位中外名人亦有跟隨攝製隊來港，如法國及加拿大名廚Manu Feildel及Chuck Hughes、中國內地著名演員徐崢及陳坤、日本著名女星水原希子及南韓女演員李成敏等。

旅發局與Discovery Networks TLC合作推出的電視節目「A Taste of Hong Kong」系列，一直深受東南亞觀眾的喜愛。在2016年推出的第三季節目中，我們配合「香港盛宴11月」，邀請蜚聲國際的旅行家Ian Wright聯同香港名廚楊尚友，拍攝了三集極富娛樂性的節目，以生動有趣的方式，介紹本港地道美食、型格和特色餐廳，以及米芝蓮食肆的星級美饌，盡現香港作為「亞洲美食之都」的魅力。



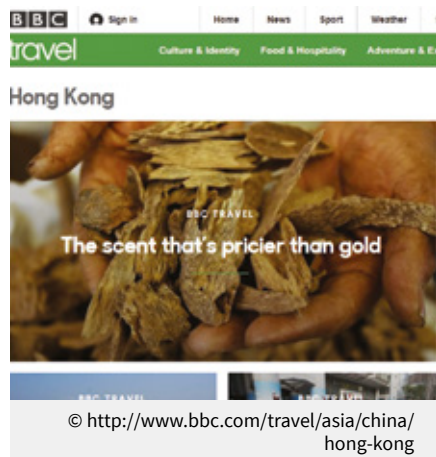
2016年旅發局全球公關宣傳效益：接近60億港元

擴大網絡覆蓋率

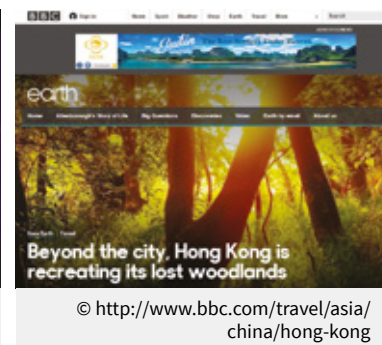
除了影視媒體外，網絡平台也是接觸消費者的有效途徑。故此，旅發局策略性地與多個網絡媒體及平台進行合作，宣傳香港。

在2016年，我們分別聯同CNN及BBC，於其網絡平台設立專頁，定期發放有關香港的旅遊資訊，從多角度介紹本地多元體驗。舉例我們與CNN合作推出的「香港動感十月」專頁，便重點介紹「新鴻基地產香港單車節」及本地多項體育盛事。至於BBC的旅遊專頁則以介紹地道文化及習俗為主。

另外，我們夥拍多個國際新聞通訊社，包括路透社及美聯社，為多個大型活動和盛事拍攝相片、影片及撰寫專題報道，藉著國際新聞通訊社的龐大網絡，讓全球各地的傳媒可更便捷地獲得香港的資訊，並成功為香港帶來數以千萬計的宣傳效益。



BBC及CNN專頁總宣傳效益: 接近5,000萬港元



積極參與海外公關宣傳

旅發局於2016年再度參加法國舉行的「波爾多葡萄酒節」，而香港亦成為亞洲唯一一個獲邀的「榮譽城市」。為了突出香港的特色，我們把「香港展區」化身成傳統大戲棚，上演得獎粵劇。同場更有中國水袖舞與西方踢躂舞的表演，展現香港中西文化融合的特色。我們亦透過是次活動，宣傳香港的美食，並邀得「亞洲最佳女廚師」周思薇參與推廣，為到場人士炮製以香港為靈感之特色小食。我們亦安排有「廚魔」之稱的米芝蓮星級名廚梁經倫於當地舉行的市長晚宴及1855晚宴中主理特色菜式，藉此向出席貴賓推介宣傳香港的美食。



- 「波爾多葡萄酒節」宣傳接觸賓客：逾65萬
- 報道活動的媒體：超過80家法國及國際媒體

精采盛事

香港擁有「亞洲盛事之都」的美譽，全年有各式各樣盛事上演，吸引不少旅客參與，感受熱鬧氣氛。



香港新春節慶



香港藝術月



香港傳統文化匯



香港FUN享夏日禮



香港龍舟嘉年華



香港動感10月



香港美酒佳餚巡禮



香港繽紛冬日節



香港除夕倒數



「閃躍維港」3D光雕匯演



香港郊野全接觸



支持其他盛事

香港新春節慶

香港的農曆新年氣氛熱鬧，有源源不絕的應節活動上演，除了有旅發局主辦的「新春國際匯演之夜」外，還有年宵花市、賀歲煙花、許願節、賀歲賽馬等，讓旅客充分感受到傳統的節慶氣氛。

國泰航空新春國際匯演之夜

2017年的新春匯演是慶祝香港特別行政區成立20周年的活動之一，以「開年 開運 開心」為主題，規模更是歷屆之最，共有10輛花車，55支來自11個國家和地區的團隊參加，表演人數多達3,000人。旅發局更安排近350名來自15間本地學校的「開運Buddy」，向沿途圍觀的人士派發約13,000個「開運福袋」，將開心及幸運傳播開去。

為了讓各地人士也可感受到香港農曆新年的節慶文化和熱鬧氣氛，旅發局繼續以人造衛星，向全球電視台和主要通訊社發放匯演電視直播訊號，並於國際郵輪上直播匯演盛況。

「新春國際匯演之夜」共吸引155,000人次到現場觀賞，當中超過一半為旅客

「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

每年3月都有多項藝術文化盛事在港上演，故此，旅發局特別將3月打造為「香港藝術月」，將多項文藝活動、藝術地標串連起來，向旅客及國際傳媒推介。適逢2017年是香港特別行政區成立20周年，旅發局為旅客精選城中多個精采的藝術活動和好去處，包括「香港巴塞爾藝術展」、「香港藝術節」、「SOHO畫廊遊」等，鼓勵旅客感受香港的藝術及文化氛圍。

我們還向國際媒體發放20張精心挑選的照片，介紹香港鮮為人知的藝術秘點，包括文青新據點黃竹坑，以及深水埗、中環和上環的街頭塗鴉藝術等。我們並與業界合作，推廣介紹中區藝術特色的導賞團，鼓勵旅客欣賞本地獨特的藝術特色。



© Wilfried Hösl (Hong Kong Arts Festival)



© Courtesy Art Basel

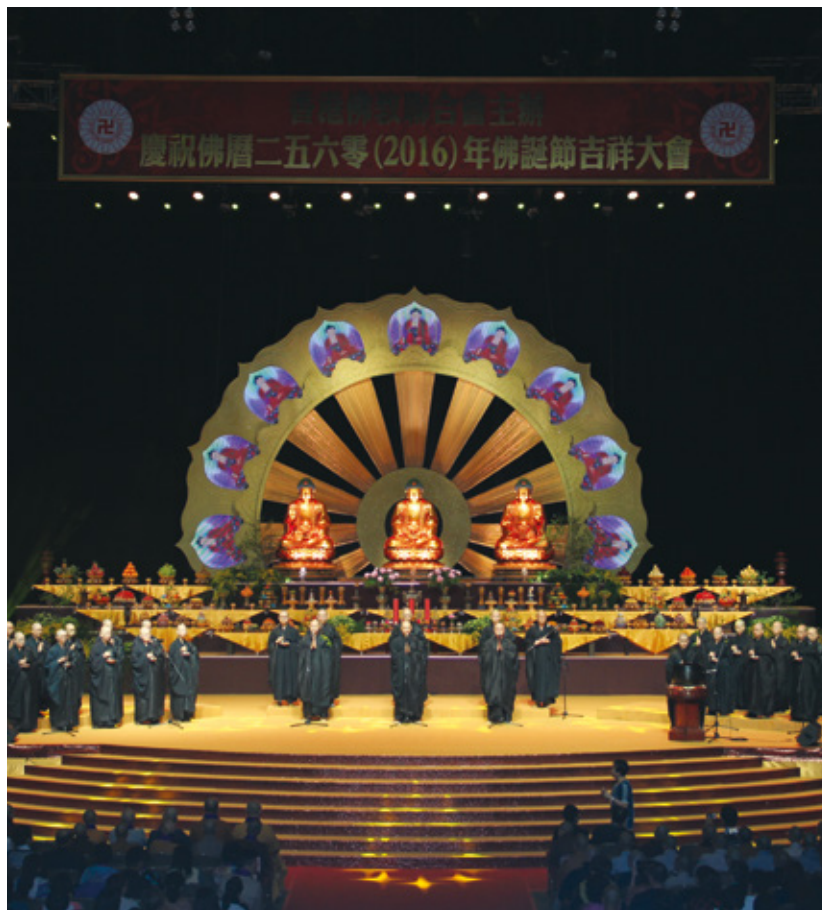


© Art Central



香港傳統文化匯

時至今日，香港仍保存著一些歷史悠久的民間節慶，如長洲太平清醮、天后誕、佛誕和譚公誕等。旅發局以「香港傳統文化匯」為推廣平台，向旅客推介這些充滿傳統特色的節慶活動，並鼓勵旅客參與其中。



香港FUN享夏日禮

香港的夏天精采不絕，為旅客呈獻一連串活動和優惠禮遇，包括各人氣景點的主題派對、音樂會、展覽、主題遊，以至各式各樣的購物、餐飲及住宿優惠，絕對能滿足不同旅客的喜好。

配合「香港FUN享夏日禮」，旅發局透過網站及小冊子等，為旅客介紹多區，包括大坑、灣仔、九龍城和深水埗等的地道美食、手信和特色景點，鼓勵旅客大買、愛吃、玩不停。



Summer Pop – Live in Hong Kong 2016- Favorite works of Jolland's classic hits
2016香港夏日流行音樂節——向雪懷一生中最愛作品演唱會



Five of Jolland's 16 hit Island Chinese songs have been featured in a concert on the iconic celebrated Angkor Wat. The Greenhouse, Shirley Horn, Mike Oldfield, Frank Lee, Albert Tso, Linda Wong, Sammi Lam, Lee Kach Chung, Sista Ho, Dominic Chow, Jacky Bock, Andrew Chiu, Pak Chung and more to stage this August to perform some of his most-loved works. Don't miss what promises to be an unforgettable summer concert!

- 16位歌星 4月28日 19時
- 香港會議展覽中心 會議廳
- 票價: \$180, \$150, \$120, \$90, \$60, \$30
- www.hkleg.com



Hong Kong Pulse 3D Light Show
「閃耀維港」3D光雕匯演

Experience the magic of the night in the form of a spectacular 3D light show featuring the iconic architecture of the Hong Kong Cultural Centre and the Clock Tower at Park Lane. The show will also feature the Hong Kong Summer Fun and feature exciting designs. Don't miss the chance to see in the vibrant lights which reflect across the city's architecture the exciting happenings of a new year!

匯演以香港「閃耀維港」系列光雕匯演為主題，透過大型3D光雕匯演，將香港會議展覽中心及鐘樓等建築，以閃耀奪目的「閃耀維港」主題設計，在維多利亞港兩岸，每晚與市民一同慶祝新一年。匯演將於今年夏季及秋季，每晚與市民一同慶祝新一年。

- 16位歌星 4月28日 19時
- 香港會議展覽中心 會議廳
- www.hkleg.com



- Local Delicacies 本地美食**
 1. **Dim Sum** 點心
 2. **Sau Kee Buns** 翠記叉燒包
 3. **Dumpling Bakery** 湯粉麵粉店
- Summer Cool items 夏日消暑**
 4. **1888 ICE Handcrafted by Desserts** 1888 ICE 手工雪糕
 5. **CREMERIA** 冰室
- Seasonal Shops 季節商店**
 6. **Shing & Co. New Year Bunting** 新禧年掛旗
 7. **Tong Gait** 通街

Attraction 特色景點

Patty person Beating 打小人

打小人，是香港人最喜愛的傳統習俗之一。每逢農曆六月廿三日，即「三寶誕」，民間會舉行「打小人」的習俗。打小人是為了驅除厄運，祈求平安。打小人的地點通常是在大坑、灣仔、九龍城和深水埗等地。打小人的方法是用糯米漿塗抹小人的身上，然後用木槌敲打。打小人的時間通常是在晚上。打小人的地點通常是在大坑、灣仔、九龍城和深水埗等地。打小人的方法是用糯米漿塗抹小人的身上，然後用木槌敲打。打小人的時間通常是在晚上。打小人的地點通常是在大坑、灣仔、九龍城和深水埗等地。

香港龍舟嘉年華

為期三天的「香港龍舟嘉年華」首度移師中環海濱舉行，其中一項亮點活動是「建行(亞洲)香港國際龍舟邀請賽」，這個邀請賽經已是第40年舉辦。同場另一焦點活動「生力啤酒節」，除了提供冰凍啤酒外，還呈獻多位著名唱片騎師、人氣歌手和樂隊的精湛表演。此外，嘉年華中更首設「親子樂園」，提供多款適合一家大小的遊戲供市民和旅客參與。

「香港國際龍舟邀請賽」吸引逾4,000位來自14個國家及地區的龍舟好手參加



「香港國際龍舟邀請賽」冠名贊助



「香港龍舟嘉年華」大會指定啤酒



香港動感10月

10月份有多項體壇盛事在港舉行，當中包括由旅發局舉辦的第二屆「新鴻基地產香港單車節」，以及「國際汽聯電動方程式賽車錦標賽」及「香港網球公開賽」等精采活動。旅發局亦與活動主辦機構聯手，積極宣傳這些體壇盛事，從而展現香港活力、動感的一面。

香港單車節

第二屆「新鴻基地產香港單車節」為本港歷來最大型的單車活動，路線覆蓋本港多個地標及多條主要幹道。單車節設四項比賽及五個單車活動，吸引逾4,600名單車手參與，當中更包括140位來自27個國家及地區的專業單車手，及國際單車聯盟(UCI)世界一級職業車隊Lampre-Merida及ORICA-BikeExchange參與。

「香港單車節」吸引逾51,000人次圍觀，當中三分之一為旅客

「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

「建行(亞洲)香港美酒佳餚巡禮」每年都為市民和旅客帶來新驚喜。2016年活動的規模更是歷年之最，場地面積及攤位數目均較之前一年增加兩成。場內共設428個攤位，提供28個國家及地區的美酒佳餚與地道美食。

旅發局邀得「亞洲50最佳餐廳」之首Gaggan的主廚，及多位來自本地米芝蓮星級食府及「美食之最大賞」得獎食肆的名廚，在會場內的「品味館」攜手主理「名廚美酒佳餚宴」，為顧客帶來星級美食體驗。

香港盛宴11月

「香港美酒佳餚巡禮」閉幕後，「香港盛宴11月」緊接登場，延續美酒美食熱潮。在11月期間，香港各區多間餐廳和酒吧配合推出一連串餐飲優惠和主題活動，展現香港「美食之都」的無盡魅力。

一連四天的「香港美酒佳餚巡禮」共吸引逾145,000人次進場

「香港美酒佳餚巡禮」冠名贊助

 **中国建设银行(亞洲)**
China Construction Bank (Asia)



香港繽紛冬日節

香港的冬日節慶氣氛濃厚，維多利亞港兩岸的摩天大廈、各景點和大型商場均有特色佈置，閃爍奪目。我們特別於「香港繽紛冬日節」期間，在中環皇后像廣場設置高約15米的大型聖誕樹及節慶裝置，並積極向旅客推廣本地主要的冬日活動及節目，吸引旅客來港感受節慶氣氛。



香港除夕倒數

由中國銀行(香港)(中銀香港)冠名贊助的「中銀香港2017香港除夕倒數」是旅發局慶祝香港特別行政區成立20周年的活動之一，規模是歷年之最。匯演由以往的八分鐘，延長至十分鐘。為慶祝中國銀行在香港服務100周年，是次匯演加入了中銀香港商標、「100」以及多款全新的煙花圖案和特別的燈光效果。另外，為增添現場氣氛，旅發局更於匯演前假尖沙咀舉辦街頭派對，邀請演藝嘉賓、市民及旅客一起迎接新年。

我們繼續利用人造衛星向全球主要的電視媒體發放匯演盛況，並透過主要社交媒體和視頻平台進行直播，成功為香港爭取國際曝光。

「香港除夕倒數」吸引334,000人次於維多利亞港兩岸觀賞



© 蘋果日報圖片

「香港除夕倒數」冠名贊助



中國銀行(香港)
BANK OF CHINA (HONG KONG)

百年中銀 與您同行
A CENTURY OF SERVICES, ALWAYS WITH YOU



「閃躍維港」3D光雕匯演

在2016/17年度，旅發局分別配合「香港FUN享夏日禮」和「香港繽紛冬日節」，先後推出兩輪「閃躍維港」3D光雕匯演。匯演於香港文化中心及前九廣鐵路鐘樓外牆上演，結合豐富的燈光效果及3D投影技術、音樂與聲效，為維多利亞港的夜色增添魅力。

兩輪「閃躍維港」3D光雕匯演共吸引逾876,000人次觀看，當中逾四成是旅客



香港郊野全接觸

「香港郊野全接觸」向旅客推介九條得獎或獲國際傳媒認可的遠足和單車路線，並邀得《國家地理雜誌》攝影大賽青年組冠軍攝影師袁斯樂，於全新印製的活動指南中，分享以鏡頭捕捉自然美景的心得，鼓勵更多旅客體驗香港優美宜人的自然景致。

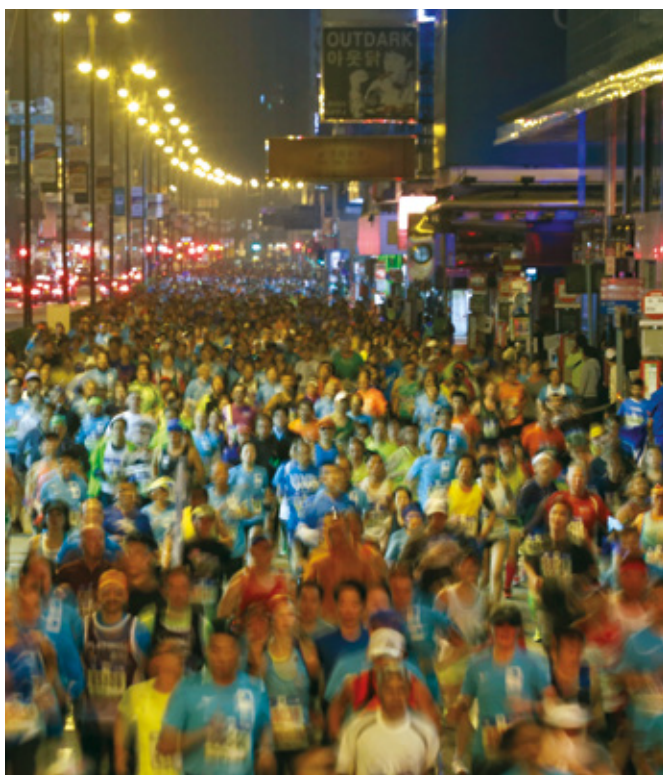
旅發局更聯同日本、南韓及台灣等地的航空公司及旅遊業界，推出來港遠足旅遊產品，吸引旅客來港探索自然景致。



支持其他盛事

旅發局也積極協助其他活動主辦機構，推廣多項在港舉行的大型活動，例如「香港國際七人欖球賽2016」、「香港國際賽事2016」、「大坑舞火龍2016」、「Clockenflap香港音樂及藝術節2016」以及「香港馬拉松2017」等，以強化香港「亞洲盛事之都」的形象。





© 蘋果日報圖片



業界合作

要推動香港旅遊業的發展，旅遊及相關業界的支持和配合，絕對是不可或缺。年內，旅發局致力透過不同的工作，支持業界拓展業務，並吸引更多旅客訪港。

「全家樂遊香港」及「香港，超值啟程」推廣計劃

2016年來自內地和短途市場的過夜度假旅客中，家庭及年輕旅客約佔七成，為進一步把握這些客群的巨大潛力，旅發局年內與旅行社、航空公司、本地酒店和景點合作，推出「全家樂遊香港」及「香港，超值啟程」兩大推廣計劃，於內地和短途市場推出分別以家庭和年輕客群為對象的優惠及特色訪港旅遊產品，例如為同行小童提供機票、酒店住宿及景點入場等優惠，以及針對年輕客群，推出價格優惠的機票及酒店住宿，並提供景點與大型活動門票優惠等。



- 兩大推廣計劃與67間海外旅行社合作，針對10個客源市場(中國內地、台灣、日本、南韓、新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼及印度)進行34輪宣傳
- 為旅客提供的優惠主要涵蓋12個景點、逾100間酒店及22間航空公司

促進業界交流 拓展商機

隨著旅遊業的競爭愈趨激烈，我們必須與海外業界加強聯繫和交流，並向他們介紹香港多元化的旅遊特色。

年內，我們先後舉辦了多個業務洽談會，並參加多個國際旅遊展覽。為鼓勵更多業界參與，我們繼續豁免本地旅遊業界的參展費用。

其中，於「2016香港國際旅遊展」中，旅發局所設的香港館，更成功吸引到大量人流，參展期間接觸到約100,000名業界及公眾人士，成功為參與的業界夥伴拓展推廣平台。

旅發局亦安排本地業界出訪多個客源市場，包括日本、南韓、美國、英國、澳洲及法國等，以促進海內外業界的聯繫，共拓商機。



- 在2016/17年度，成功舉辦34個業界活動，為逾600個業界夥伴，促成近4,000個商務會議
- 在德國、日本及菲律賓的大型消費者旅遊展中，派發米芝蓮推介的本地街頭小吃「媽咪雞蛋仔」，讓在場人士對香港留下深刻印象

資助業界 推陳出新

在2016/17年度，我們共推出兩輪「新旅遊產品發展經費資助計劃」，繼續透過資助業界部分推廣經費，鼓勵業界開發具創意的嶄新旅遊產品。與此同時，我們也透過「香港體驗行」平台，協助業界宣傳並推廣其觀光產品。其中，以「香港電影之旅」及「香港之最」的反應最為熱烈，報名人數分別較原訂目標多出80%及100%。

年內，我們利用香港特區政府給予的額外撥款，推行「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金資助計劃」，為獲批項目提供50%海外市場推廣和宣傳開支的資助，協助本地旅遊景點加強海外宣傳工作。



- 截至2016/17年度，「新旅遊產品發展經費資助計劃」共有33項新旅遊產品獲批
- 由2016年6月至2017年3月期間，「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金資助計劃」共資助161項推廣項目

會展旅遊

推動會議、展覽及獎勵旅遊(以下簡稱會展獎勵旅遊)有助帶動更多高增值旅客訪港，並提升香港的國際地位。旅發局的「香港會議及展覽拓展部」一直因應會展業界的不同範疇，採取針對性的推廣策略，以吸引更多會展活動在港舉行，並強化香港的「國際會展之都」形象。

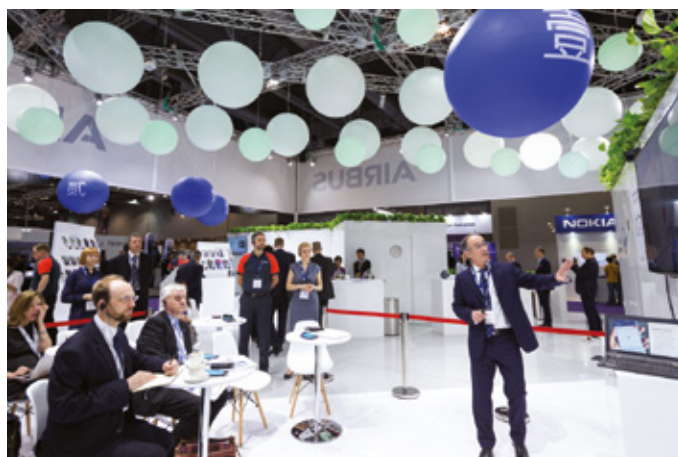
爭取新機會

香港特別行政區政府自2014年起，每年額外撥款支持旅發局，為會展活動主辦機構及參加者提供更具吸引力、更切合需要的支援服務及增值優惠，大大增加我們爭取大型國際會展獎勵旅遊活動的競爭力，促使競投成功率，由2014年的35%，大幅增至2016年的67%，在過往三年，旅發局成功爭取多項大型及具策略性的國際會展獎勵旅遊活動來港舉行，包括重要的醫學會議、國際科技展覽及大型企業活動。2016年成功爭取的活動包括：

- Asia Pacific Life Insurance Congress 2019 (6,000人)
- Critical Communications World Congress (3,800人)
- Highlights of American Society of Hematology (ASH) Asia (1,200人)
- Jeunesse Global 16th & 17th University 2017 (21,000人)
- North Asia Herbalife Extravaganza 2017 (11,000人)
- Rise Conference 2017 (10,000人)



- 2016年訪港過夜會展獎勵旅遊旅客上升約10%，達189萬人次
- 會展旅客人均消費超過7,700港元，較一般訪港旅客高約17%
- 維持均衡的客源組合：51%會展旅客來自中國內地，21%來自長途市場，28%來自短途市場
- 2014至2016年，成功爭取36項大型會展獎勵旅遊活動，估計帶來旅遊收益達13.6億港元



協助夥伴拓展業務

「香港會議及展覽拓展部」聯同業界夥伴積極參與各地區主要展銷會和活動，包括中國內地的「國際會獎旅遊博覽會」、德國及美國的「IMEX」展覽會、印度的「SATTE」等，以聯繫海外買家、企業及會展獎勵旅遊代理。同時，我們亦為本港業界提供支援。在2016年，我們推出資助計劃，協助業界爭取更多中小型企業會議及獎勵旅遊團體來港，拓展商機。



2016/17年度，為香港會議及展覽拓展部及業界夥伴帶來逾250個商機

鞏固夥伴關係

我們繼續強化與多個專業組織及專業會議籌組者的夥伴關係，包括「American Society of Association Executives」、「HelmsBriscoe」、「International Congress and Convention Association」、「International Association of Professional Congress Organisers」等，借助他們龐大的網絡聯繫潛在客戶。

我們繼續與亞洲國際博覽館、香港會議展覽中心、香港展覽會議業協會及香港貿易發展局積極合作，在海外展覽業活動如「UFI Congress」等，進行聯合推廣，強化香港作為「國際會展之都」的形象。



在2016年，與策略夥伴的合作成功為香港帶來舉辦30個大型會議的商機



展示優勢

我們會為策略夥伴舉辦考察團、訪港交流團和業界推廣活動，並向海外的業界推介香港的會展獎勵旅遊產品、場地和最新發展。

在2016年，我們舉辦了歷年最大的「會獎旅遊挑戰賽」活動。逾50間來自中國內地、印度、印尼及南韓的旅行社代表，出席在港舉行的頒獎禮及考察活動，並體驗本地最新的會展獎勵旅遊產品。



2016/17年度，舉辦24個考察團、訪港交流團和業界推廣活動，共有320個海外業界代表來港參與

郵輪體驗

亞洲郵輪業發展迅速，為香港帶來莫大機遇。自啟德郵輪碼頭落成後，旅發局更積極開拓郵輪客源市場，同時亦致力擴大夥伴網絡，以強化香港作為「亞洲郵輪樞紐」的形象。

拓展客源市場

為了提高消費者對郵輪旅遊的興趣及需求，我們在多個客源市場透過傳媒及數碼媒體推廣等途徑，宣傳香港郵輪假期的特色，吸引消費者以香港作為登船前或離船後的旅遊目的地。

在2016年，我們邀請著名藝人吳彥祖進行名為「藍色旅遊」的推廣，拍攝宣傳短片及指南，分享其郵輪體驗和香港的獨特魅力。

年內，我們與皇家加勒比國際遊輪、星夢郵輪和菁英遊輪等多間以香港作為母港或主要港口的郵輪公司合作，在主要客源市場，包括中國內地、台灣、印度、日本、南韓、東南亞、澳洲、英國和美國，推出全新的「飛航郵輪」計劃。



吳彥祖「藍色旅遊」推廣：網上影片播放次數達470萬，推廣計劃曝光次數逾5,300萬



吸引國際郵輪

我們積極爭取更多世界級郵輪以香港作為母港或主要港口。在2016/17年，我們成功吸引以下國際郵輪將香港納入航程。

- 皇家加勒比國際遊輪旗下「海洋航行者號」延長以香港作為母港的時間，在2016年6月至10月期間開辦25班航次。
- 現時亞洲最大的國際郵輪「海洋贊禮號」，在2016年6月首次抵港，並於年末再度訪港，期間曾以香港作為母港，開辦6班航次。

- 亞洲豪華郵輪品牌星夢郵輪旗下的「雲頂夢號」於2016年11月首次訪港，並全年以香港為母港，接待來自亞洲的高端旅客。
- 麗星郵輪旗艦「處女星號」由2017年3月至5月，以香港、台灣及菲律賓展開三母港航線。

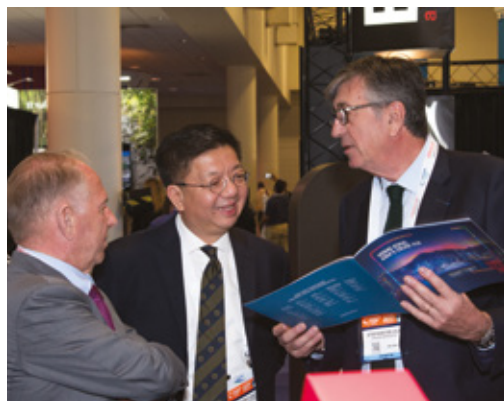


- 2016年度常規郵輪訪港總數：191船次(按年升34.5%)
- 2016年度常規郵輪乘客總流量：67.7萬人次(按年升49.5%)

區域協同發展

我們也致力加強與「亞洲郵輪聯盟」的夥伴合作關係，其中一個重要的里程碑便是與台灣和菲律賓，共同成為「處女星號」的母港，擴展航程內容，推動區內郵輪旅遊事業。

2017年，我們亦再次與聯盟夥伴參加假美國舉行的業界年度盛事「Seatrade Cruise Global」世界郵輪博覽展，展示我們推動郵輪旅遊的決心。這個博覽展共吸引90個國家超過700家參展商。旅發局獨家贊助焦點活動「全球郵輪行業概況」，亦於場內設有展館及進行演講，藉此提升香港的國際地位。



旅發局獨家贊助的焦點活動「全球郵輪行業概況」吸引逾3,000名郵輪公司總裁、業界代表及傳媒

優質服務

旅發局致力推動好客文化，並鼓勵旅遊及相關業界持續為旅客提供卓越的服務，提升旅客的體驗，為香港創造良好的口碑。

「優質旅遊服務」計劃

- 截至2017年3月，「優質旅遊服務」計劃共有1,256間認證商戶，涵蓋全港8,107間商鋪及709間住宿房間。
- 旅發局聯同優質旅遊服務協會及12間「優質旅遊服務」計劃認證的商戶，於杭州及重慶舉行路演活動，以加強內地消費者對「優質旅遊服務」計劃的認知，並邀請網絡紅人與消費者分享在港旅遊期間的良好服務體驗。
- 旅發局夥拍優質旅遊服務協會和銀聯香港，於夏季進行聯合推廣活動。全港共有逾1,400間商鋪參與有關推廣，為旅客提供一連串折扣優惠，以提升他們來港消費的意欲。



杭州及重慶路演活動：

- 參與活動的傳媒機構：68間
- 傳媒報道：逾800篇
- 宣傳效益：2,000萬港元



傑出旅客服務

旅發局一向致力為旅客提供高效、優質的服務，提升旅客體驗。為了更加方便旅客，我們在2016/17年度將旅客諮詢服務拓展至手機的即時通訊應用程式，透過Line通訊應用程式即時協助旅客解答疑難，及提供遊港建議和最新旅遊資訊。



- 旅客諮詢中心：年內共接待逾100萬名旅客
- 禮賓熱線：共127個登記用戶，包括96家酒店、6個商場、8個旅遊景點、9間獲「優質旅遊服務」計劃認證的旅客住宿服務、8間獲「優質旅遊服務」計劃認證的百貨公司

一程多站

旅發局一直致力與鄰近的旅遊目的地合作，推廣「一程多站」行程，透過結合香港和各地獨特、豐富的旅遊資源，達致互補優勢，從而吸引更多旅客到訪區內。

深化與台灣交通部觀光局(觀光局)的合作

在2016/17年度，旅發局與台灣觀光局再次合作，向北美旅客推介更多創新及具特色的旅遊行程，讓旅客一次過體驗港台兩地精采的旅遊體驗。我們推出了全新的港台旅遊套票，兩局亦透過廣告，展現港台兩地的魅力。其中，在加拿大的宣傳廣告更獲得廣告設計獎項。

Hong Kong and Taiwan

SAVE \$300 per person
when you book the 8 Day Spectacular Tour

\$1399
Ex Los Angeles

INCLUDES:

- Round trip airfares with Eva Air
- 6 nights first class hotel with transfers
- 1/2 day guided city tours in each destination
- Daily breakfast

BOOK BY 31 JAN'17 AND RECEIVE
\$100 CASH BACK ON YOUR GOWAY
REWARDS CARD. LIMIT ONE PER BOOKING

HONG KONG TOURISM BOARD
Taiwan
THE HEART OF ASIA

Price reflect departures on Mon-Thurs. Travel on weekends (Fri-Sun) is available for an additional \$50 per person, each way. All Prices are per person, based on twin/double share. Price excludes gratuities for guides, travel insurance, items of a personal nature and drinks. Limited seats and subject to availability.

Blackout dates apply: 13-15 Nov 16, 28 Jan-1 Feb 17, 21-23 Mar 17

全新的港台旅遊套票反應熱烈。以香港及台灣作為行程組合的加拿大訪港旅客，在2016年錄得雙位數的升幅

DISCOVER UNFORGETTABLE STORIES
IN TAIWAN AND HONG KONG

2 STORIES, ONE TRIP

Blend a journey of picturesque natural scenery with unique east-meets-west culture. With just an hour's flight between the two destinations, an amazing array of combining experiences awaits you in Taiwan and Hong Kong.

TaiwanHongKong.com

Taipei Hong Kong
Free & Easy
1 800 888 2812

Taiwan East Coast
& Hong Kong
800 888 7888

Hong Kong &
Taiwan Round Island
1 800 888 7188

Amazing Taipei &
Hong Kong
800 888 0888

Taiwan
CHINA AIRLINES
HONGKONG
EVA AIR
Japan's
JAL
PULLMAN
PULLMAN

開拓港珠澳「一程多站」市場

未來，港珠澳大橋落成後，香港、珠海及澳門三地的交流將更趨頻繁。為此，2016年6月，旅發局全球辦事處的代表特意前往珠海，了解當地最新的旅遊發展和趨勢，以制訂適合各地區喜好的「一程多站」推廣策略。

此外，有見「一帶一路」沿線地區合作有很大的發展空間，我們亦與珠海市文化體育旅遊局、深圳市文化體育旅遊局及澳門旅遊局合作，在泰國舉辦業界推介會，介紹四地的旅遊特色。參與的業界隨後陸續於當地推出全新的「一程多站」行程及產品。

在泰國舉辦的「一程多站」業界推介會吸引逾100位當地業界代表參與

