

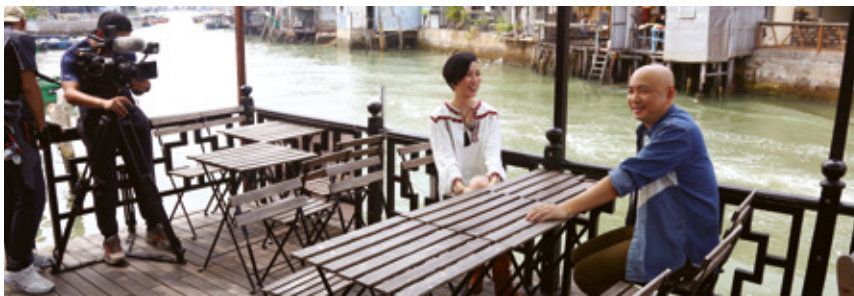
公關宣傳

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。



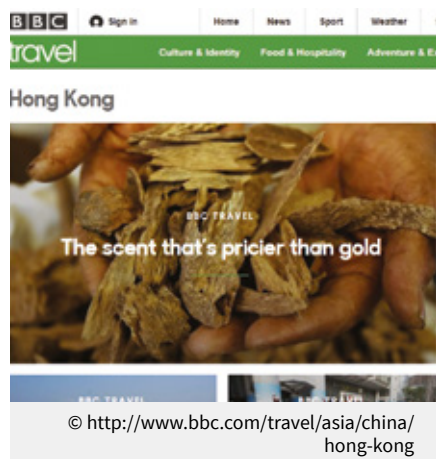
2016年旅發局全球公關宣傳效益：接近60億港元

擴大網絡覆蓋率

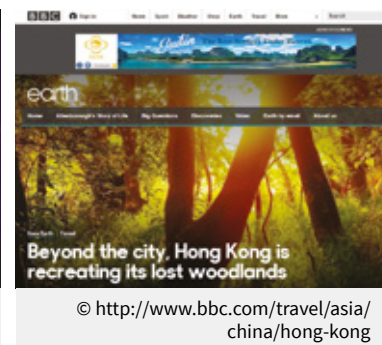
除了影視媒體外，網絡平台也是接觸消費者的有效途徑。故此，旅發局策略性地與多個網絡媒體及平台進行合作，宣傳香港。

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