

旅發局分階段推大型全球宣傳 三大策略歡迎旅客

- 香港的旅遊大門經已重新開啟，數字顯示，每日訪港旅客人數由「0+3」期間每日介乎2,400至4,500人，上升至最近每日逾1萬人。
- 主要客源按次序是內地、菲律賓、台灣、美國和泰國。
- 到訪目的方面，除了以香港作為過夜停留的中途站，以及探親、商務或有必要出行外，自上月底取消所有入境防疫限制後，休閒旅客亦有稍為上升。

預期旅遊業逐步復甦

- 旅發局預計本港的旅遊業會逐步復甦，但步伐取決於以下因素：
 - 一、航空公司運力需時全面恢復
 - 二、旅遊及相關業界人手短缺
 - 三、港元匯率
 - 四、部分客源市場對從內地及港澳入境人士設防疫措施，令來港的旅客回程時有所不便
- 按照最新情況，通關初期客源將集中來自個別市場，例如內地及東南亞等。
- 因此，旅發局按着各個市場情況，把握最佳時機，分階段加大宣傳推廣的力度，確保資源用得其所，發揮最大的宣傳效果。

持續宣傳加強香港吸引力

- 旅發局經已率先在部分市場，逐步加強宣傳，傳遞香港各界一起歡迎旅客的信息：
 - 邀請全球業界、媒體、KOL、超級香港迷（Hong Kong Super Fans）等來港親身體驗（Seeing is Believing）。
 - 去年12月中起復辦大型旅遊業界訪港考察團，接待東南亞及韓國等地的旅遊業界代表（約100人），安排超過250次與本地業界的面談。
 - 安排近1,300個業界會議，連繫840個本地業界及約140個區域業界／買家。
 - 邀請韓國巨星Rain訪港、安排國際知名DJ Alan Walker參觀香港景點。
 - 持續將香港的文化藝術、體育、飲食及節慶等活動，向全球媒體宣傳，吸引正面報道，加強曝光。

下月起分階段推出全球大型宣傳

- 旅發局將由下月起開始，推出全球大型宣傳，以三大策略刺激旅遊復甦：

策略一：連繫各界 攜手傳遞歡迎信息

- 邀請本地商界領袖、知名人士、KOL、超級香港迷等，向旅客「Say Hello」，透過社交平台推出精彩短片，展示香港文化藝術、景點、飲食等方面的嶄新元素和活動，傳遞歡迎信息。
- 邀請全球逾500位業界、媒體、超級香港迷等訪港，親身體驗。
- 率領本地旅遊業界「走出去」，參與全球的大型旅遊業展覽和活動。

策略二：世界級大型盛事

- 在大型會議及展覽方面，在疫情期間，旅發局已促成多達 30 個不同主題的大型會展活動，2023 年起陸續在香港舉行，主題涵蓋商務管理、航空、科技和醫學等等，包括：
 - 全球 Web3.0 產業大會 2023 WOW Summit Hong Kong
 - 全球最具影響力的科技界盛事之一 RISE
 - 第 44 屆亞太區牙科會議
 - 第 10 屆中國管理研究國際學會年會
 - 2024 東亞保險會議
- 連同一系列重返香港的旗艦展覽，包括 6 月及 9 月的珠寶展、美容展及亞洲國際果蔬展覽會等，預計參加人數接近 30 萬人，有助吸引高端商務旅客重臨。
- 旅發局將充分運用香港連接內地及海外城市的地理優勢，加強支持更多大型國際會展活動落戶或重返香港，爭取高端商務旅客，鞏固「國際會展之都」的地位。
- 此外，旅發局將舉辦和支持世界級盛事在香港舉行，為旅客帶來豐富體驗：

範疇	盛事	舉辦日期
節日	旅發局「兔躍香港迎新春」	1 月 19 日至 2 月 5 日
文化藝術	香港藝術節	2 月 17 日至 3 月 18 日
	藝聚香港	3 月
	Art Basel	3 月 21 日至 25 日
	Clockenflap	3 月 3 日至 5 日
體育	香港馬拉松	2 月 12 日
	香港國際七人欖球賽	3 月 31 日至 4 月 2 日
飲食	香港美酒佳餚巡禮	11 月

策略三：「香港有禮」— 旅客消費優惠券

- 向旅客派發「香港有禮」— 旅客消費優惠券，可於逾 100 間酒吧、餐廳及酒店兌換免費特式雞尾酒 / 飲品，或於超過 130 個景點、零售、餐飲商戶、交通營辦商等消費及兌換禮遇。
- 與不同界別例如航空公司、旅行社、酒店等推出精彩禮遇，並誠邀各界一同提供優惠，攜手歡迎旅客。
- 支持香港機場管理局（機管局）送出免費機票，尤其是在海外市場的宣傳工作。

總結 — 號召全港參與

- 旅發局期望號召全港業界和市民，全城齊心發揮好客之道，做個由心出發的東道主，歡迎旅客。

###