

香港便览

旅游业

旅游业是香港的主要经济支柱。2007年，与入境旅游相关的总开支逾1,400亿港元。

2008年上半年访港旅客人数持续增长，达1 419万人次，较2007年同期上升8.9%。内地继续是香港的最大客源市场，2008年上半年的内地访港旅客人数继续上升至超过790万人次，较2007年同期上升11.2%，占访港旅客总数的56%。多个大型的旅游景点已于近年落成，这些项目包括香港迪斯尼乐园、「幻彩咏香江」第二期、香港湿地公园及昂坪360。这些景点广受欢迎，加上香港旅游发展局（旅发局）的全球推广计划及大型盛事，展望未来，香港旅游业的整体表现仍然乐观。

旅客住宿与留港时间：于2008年6月底，本港共有145间酒店，提供52 569个房间。酒店房间总供应量较去年同期增加了827个，即1.5%；而酒店平均入住率和去年同期相约，维持在83%。2007年过夜旅客的平均留港时间为3.3晚。为加强本港酒店业的竞争力，延长旅客逗留时间，香港在2008年7月1日起免收酒店房租税。

旅游事务署：旅游事务署于1999年5月成立，负责统筹政府内部各项发展旅游业的工作，并提供更佳的政策支持，推动本港的旅游业。

该署的目标，是确立和促进香港作为亚洲首要的国际城市，以及世界级的度假和商务旅游目的地。

为了实践这项使命，旅游事务署须与旅游业界、旅发局、政府和广大市民同心协力，确保作为本港经济重要一环的旅游业得到充分肯定。

业界与政府保持紧密合作，是至为重要的。由政府、旅发局和业内各界代表组成的旅游业策略小组，专责就旅游业发展事宜，从策略性角度向政府提出建议。

国际会展及旅游之都：政府致力加强香港作为国际会展及旅游之都的吸引力，争取更多大型国际会议和展览在香港举行，为此，旅发局将以活动筹办商、国际组织和机构，以及有意来港的旅客为对象，加强宣传香港为首选的会议、展览及奖励旅游胜地。政府已额外预留拨款予旅发局，以便该局提升香港的会展旅游形象，以及为将在香港举行的会展旅游活动提供一站式专业支持。

作为2008年北京奥运会马术项目协办城市，香港亦成为国际焦点，我们借此机会大力推广香港作为充满活力的盛事之都。

旅游景点及设施：政府计划发展多元化的旅游景点，藉以增强香港作为首选旅游胜地的吸引力。

拥有超过三十年历史的海洋公园，寓教育于娱乐，继续成为家庭访客的胜地，在2007-08年度更创下超越500万人次的入场纪录。海洋公园正全力落实其重新发展计划，于2012至13年完成这一个分八期进行的工程后，海洋公园将成为一个拥有超过70个景点的世界级海洋主题公园。新景点将于不同的阶段推出，而首个新景点已于2007年2月启用。同时，海洋公园正筹划在园内兴建三间酒店，以配合重新发展计划。

香港迪斯尼乐园是本地旅游基建重要的一环，一直备受本港市民和访客欢迎。自2005年开幕以来，香港迪斯尼乐园不断推出新的游乐设施以提升访客的旅游体验。乐园内的两所酒店亦为访客提供独特的会议和婚礼场地。

香港湿地公园于2006年5月开幕，是一个集自然护理、教育及旅游用途于一身的世界级景点。它包括一个占地60公顷的户外湿地保护区和10,000平方米的室内访客中心，内设有三个展览廊。公园的建筑经过细心规划，以确保与四周环境融和及野生生物不受骚扰。

昂坪360于2006年9月正式启用，包括全长5.7公里约25分钟的缆车旅程，以及以佛教为主题和别具中国文化特色的昂坪市集。昂坪360的缆车旅程让旅客饱览大屿山的自然景色，旅客游毕昂坪市集后，可继续前往游览大屿山其它具有本土特色的景点，例如天坛大佛、宝莲寺、心经简林、大澳渔村和大屿山南部优美的海滩等。

政府锐意发展香港成为区内具领导地位的邮轮中心。政府已在启德的前机场跑道南端预留土地发展新邮轮码头。新邮轮码头将有两个靠岸泊位，可以让不同种类和体积的邮轮停泊，包括排水量达11万吨的巨型邮轮。新邮轮码头的首个泊位预期在2013年投入服务。在新邮轮码头落成后，加上现时在尖沙咀的邮轮码头，香港将会有四个泊位供邮轮靠泊。

旅游事务署于2004年1月推出的「幻彩咏香江」，深受旅客及本地市民欢迎。汇演更于2005年11月被列入健力士

世界纪录，成为全球「最大型灯光音乐汇演」。这项纪录是根据当时港岛20幢参与建筑物于每晚同一时段的互动灯光音乐汇演而评定的。汇演已于2005年12月扩展至九龙区，涵盖维港两岸共33幢建筑物。于2007年10月，参与汇演的建筑物增至44幢，并再次刷新世界纪录。

政府于现有的热门旅游点进行多项改善计划，务求令这些地点焕然一新。已完成的计划包括西贡海滨美化工程、鲤鱼门的小规模改善项目、涵盖孙中山史迹径的中西区改善计划、改善地区旅客指示标志计划第一期、尖沙咀东部的交通接驳系统、赤柱海滨改善工程，以及政府与私营机构合作的星光大道。尖沙咀海滨长廊的美化工程亦已大致完成。山顶的改善工程亦预计于2008年年底完成。其它将陆续进行的项目包括：「香港仔旅游发展项目」以配合海洋公园重新发展计划及加强香港仔的旅游吸引力、进一步改善鲤鱼门的海旁设施、在尖沙咀兴建露天广场，以及改善地区旅客指示标志计划第二期。

推动旅游业之道，并非只在于兴建新设施。政府并没有忽略本地传统古迹文物（当中一些已有6 000年历史）在促进旅客了解本港历史风貌方面的价值。其中尖沙咀前水警总部的文物旅游计划预计在2008年年底完成。该项目是当局首次让私营机构参与把具历史价值的建筑物保存及将之发展为文物旅游设施的计划。为了进一步拓展文物旅游，旅发局加强了其「文化万花筒」文化体验项目的内容，该项目现已增设孙中山纪念馆导赏游。该局已印制特别小册子《香港铁路游》，介绍香港铁路东西线沿线的景点及古迹项目。此外，该局继续与业界合作，向旅客推广具特色的传统风俗和节庆，如元朗及茶果岭天后诞会景巡游、筲箕湾谭公诞、长洲太平清醮及大屿山宝莲禅寺浴佛庆典等。

香港的自然生态繁茂多姿，不过至今仍未为人充分认识。旅游事务署亦正在按自然保育及可持续发展的原则在新界东北部推广绿色旅游，在船湾及赤门海峡一带和东平洲的项目包括改善基本设施，推广环岛海上观光游，并以自然保育和教育配合发展。而旅发局亦制作了新的宣传小册子介绍16个不同自然生态景点及远足路线，以推广绿色旅游。旅发局于2007年4月推出「自然生态万花筒」活动，供海外旅客参与。其中项目包括嘉道理农场暨植物园导赏游；大屿山大澳生态游；黄泥涌峡径健行（导游活动）；香港湿地公园观光团；昂坪奇趣径；中华白海豚观察之旅及多个远足游。

旅发局亦有推广文化及艺术活动，如香港艺术节，香港国际电影节及于各本地博物馆举行的大型艺术展览，以更丰富旅客的夜间活动和旅游体验，从而吸引更多的旅客，尤其是商务旅客来港。旅游事务署和各主要艺术团体及旅游界别正紧密合作，建立有效的平台加强发展和推广文化旅游。

服务水平和表现：除了辟设各式各样的旅游景点，让旅客在留港期间有多采多姿的体验之外，提高服务素质亦同样重要。《旅行代理商条例》设立了发牌制度，以规管经营到港及外游旅行服务的旅行代理商。同时，为了确保导游服务的素质，在政府的资助下，为在职导游举办的培训课程已于2002年7月展开，截至2008年6月底为止共培训了约

9 400名导游。已完成培训及考试合格的导游可获签发「导游证」，并须遵守由香港旅游业议会(议会)所颁布的《导游作业守则》。由2004年7月1日起，所有由旅行代理商指派接待到港旅客的导游，必须持有有效的「导游证」。另外，为进一步协助业界提升整体专业水平及服务素质，政府自2006年中起，资助了一系列只供旅游从业员报读的专题培训课程。截至2008年6月底为止，已经有约1 420位旅游从业员报读有关课程。为了进一步鼓励导游持续进修，装备自己以应付市场的新挑战，议会于2007年7月推出「导游持续专业发展计划」，规定导游必须在每次续证前完成指定的进修课程，以确保导游服务素质的持续提升。

旅发局继续推行「优质旅游服务」计划，协助零售及饮食业界提升整体的服务水平，在2007年更进一步强化这计划，为旅客提供更周全的质量保证，及引用更全面而有效的处理投诉机制。截至2008年6月底为止，已有6 594间商铺获得「优质旅游服务」认证。获得认证的商铺数目在12个月内增加了近0.9%，显示这计划愈来愈受到业界及旅客认同；而中国国家旅游局亦鼎力支持「优质旅游服务」计划。

培养香港人的好客文化，对本港旅游业的持续发展至为重要。旅游事务署自2001年起，在全港推行「好客文化遍香江」活动。这项活动设有多个项目，包括「香港青年大使计划」、小区普及宣传、服务素质研究、服务研讨会及活动等等。

香港入境手续：政府会继续致力使访港旅客出入境更方便快捷。现时约170个国家的国民可无须签证来港旅游7天至180天不等。

在内地访港旅客方面，「香港游」的配额已于2002年1月取消。指定可办「香港游」的内地旅行代理商数目因而大幅增加。「个人游」计划于2003年7月实施并逐步扩展。现时该计划覆盖49个内地城市，包括广东省的全部21个城市、上海、北京、重庆、天津、成都、大连、沈阳、济南、南昌、长沙、南宁、海口、贵阳、昆明、石家庄、郑州、长春、合肥、武汉，以及福建省（福州、厦门、泉州）、江苏省（南京、苏州、无锡）及浙江省（杭州、宁波、台州）九个城市。截至2008年6月，透过「个人游」计划来港的内地旅客人次合共3 010万。

推广香港：旅发局是专责在全球推广香港为商务及消闲旅游胜地的法定机构，除香港总办事处外，旅发局在全球有15个办事处及五个代办，向全球旅客推广香港。

旅发局一直进行广泛的市场研究，并与政府和业界分享研究结果。旅发局亦维持多元化的客源组合，其2007年的推广活动集中在全球19个主要客源市场(占访港旅客总数约93%)。旅发局因应不同市场，采取不同的推广策略，例如向长途旅客推介生活文化，在短途市场则推广购物及美食等。

在宣传方面，旅发局利用名为「香港 - 乐在此，爱在此！」的平台，以多元化的途径推广，包括互联网、客户推广和公关宣传。2007年，单是discoverhongkong.com网站便录得约3亿浏览页次。

旅发局致力推出富吸引力及创意的旅游产品，例如向

家庭旅客推介「游学并重」产品，又举办连串大型活动，丰富旅客体验。

借着奥运马术比赛八月在香港举行，旅发局自2007年9月已开展庞大的海外宣传。旅发局借此机遇，积极与珠三角城市合作推广「一程多站」旅游。

旅发局一直与旅游业伙伴紧密合作。2007年，旅发局便接待了超过2 400名来港考察的业界代表。来年，旅发局将继续与业界合作，促进旅游产品的交叉销售，并借助彼此的网络推广，加强协同效应。