

香港便览

旅游业

旅游业是香港的主要经济支柱，占本地生产总值的3.4%。旅游业就业人数约19万人，占全港总就业人数5.6%。

受全球经济下滑及人类猪型流感影响，2009年上半年访港旅客较2008年同期下跌3.4%，达1,370万人次。内地继续是香港的最大客源市场，2009年上半年内地访港旅客人数继续上升至826万人次，较2008年上升4.6%，占访港旅客总数六成。

旅客住宿与留港时间：于2009年6月底，本港共有158间酒店，提供57,588个房间。酒店房间总供应量较去年同期增加了5,019个，即9.5%；而酒店平均入住率较去年同期跌了9个百分点至74%。2008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，吸引旅客延长留港时间，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，政府与业界紧密合作至为重要。由政府、旅游发展局(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。政府已额外预留拨款，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。为此，旅发局已于2008年11月成立「香港会议及展览拓展部」，加强推广工作。

主要会展场地包括毗邻机场的亚洲国际博览馆、位于市中心的香港会议展览中心、以及座落九龙湾的国际展览中心。香港会议展览中心的中庭扩建已于2009年4月完成，提供额外19,400平方米的展览面积，较前增加约42%。并可容纳约1,000个额外展览摊位。

2008年，香港成为首个豁免葡萄酒税的主要经济体。此外，香港澳门米芝莲指南的出版，亦有助香港稳占环球美食榜一席位。旅发局于2009年推出多项美酒佳肴推广活动，加强宣传香港为亚洲美酒美食中心。

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

海洋公园正全力落实其重新发展计划。当工程在2012年全部完成后，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。新景点将会分阶段推出，全球首个户内外兼容的展馆—「亚洲动物天地」已于2009年4月推出，展示多种亚洲动物，包括四只由内地引入的「小熊猫」。

另一个广受欢迎的主题乐园—香港迪士尼乐园—的扩建计划将分阶段于2014年底前完成。计划包括兴建三个新的主题园区，分别为在全球迪士尼公园中独一无二的「野矿山谷」和「迷离庄园」；以及亚洲区内独有的「反斗奇兵历奇地带」。扩建计划完成后，现时主题乐园面积会增加23%，提供超过30项新游乐设施、娱乐及互动体验，令总数增至超过100项。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。作为一个主要的绿色旅游设施，公园与四周环境紧密融和。

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，以及以佛教为主题的昂坪市集。昂坪360于2009年推出水晶车厢，让旅客全方位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。

政府致力发展香港成为区内具领导地位的邮轮中心。为达至这个目标，政府会发展一个世界级的邮轮码头，它的两个靠岸泊位可以容纳不同种类和体积的邮轮，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年年中投入服务。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。

此外，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、赤柱海滨改善工程、山顶改善计划、尖沙咀海滨长廊美化计划、尖沙咀东部的交通接驳系统，以及政府与私营机构合作的星光大道。其它将陆续进行的项目包括：进一步改善鲤鱼

门的海旁设施、在尖沙咀兴建露天广场、尖沙咀东部行人天桥改善工程，以及改善地区旅客指示标志计划第二期。

旅游事务署于2004年初推出在维港每晚晚上演的「幻彩咏香江」，深受旅客及本地市民欢迎，更被列入健力士世界纪录，成为全球「最大型灯光音乐汇演」。现时参与汇演的建筑物共有44幢。

推动旅游业之道，并非只在于兴建新设施。借着本地传统古迹文物（当中一些已有6,000年历史），亦可促进旅客了解本港历史风貌方面的价值。其中一个例子，是透过引入私营机构参与，以保存及发展尖沙咀前水警总部为旅游设施。有关设施命名为“1881 Heritage”，并已开放予公众参观。为了进一步推广文物旅游，旅发局加强了其「香港文化万花筒」文化体验项目的内容，该项目现已增设南莲园池导赏游。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。为了让旅客尽情体验香港的独特文化、地道美食和历史风貌，旅发局推出了《「叮叮」香港电车地图》，专题介绍沿电车路线一带的地区特色。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。

旅游事务署正在按自然保育及可持续发展的原则在新界东北部和离岛推广绿色旅游，以展现香港自然生态繁茂多姿的一面。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月向海外旅客推广「自然生态万花筒」活动。其中项目包括新界东北外岛环游、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，以吸引更多的旅客来港。此外，旅游事务署联同旅发局，与演艺团体和旅游业界合作，借助文化及艺术产品，丰富旅客在晚间的活动和旅游体验。

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，以规管提供到港及外游旅行服务的旅行代理商。为了确保导游服务的素质，导游须完成培训及考试合格，并遵守由香港旅游议会(议会)所颁布的《导游作业守则》。现时，香港共有6,541名持证导游。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，资助了一系列为旅游从业员而设的专题培训课程。截至2009年6月底为止，已经有约2,190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。

旅发局将继续推行「优质旅游服务」计划，协助零售、饮食及旅客住宿业界提升整体的服务水平，为旅客提供更

周全的质量保证，以及更有效的处理投诉机制。目前，分别有6,806间零售及饮食商铺，以及14间旅客住宿服务场所，共958间客房，获得「优质旅游服务」认证。

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。主要活动包括「香港青年大使计划」，目的是培育青少年成为青年大使，协助推广好客文化。旅游事务署亦与旅游业界及相关行业合作，筹办一系列活动，以提升前线人员的服务素质。

盛事基金：大型盛事不只能为香港增添姿彩和活力，亦让访港的旅客有更丰富的旅游体验。政府致力巩固香港作为「亚洲盛事之都」的地位，因此将会在2009年7月成立总值一亿元的「盛事基金」，协助本地非牟利机构在未来3年在香港筹办具吸引力的文化、艺术和体育盛事。

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。最近香港和俄罗斯签订了互免签证协定，协定将于2009年7月1日起生效。

至于在内地访港旅客，「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，让内地指定城市的居民以「自由行」旅客身份访港。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）合共九个城市。「个人游」旅客占内地旅客的比例由2004年35%增至2009年上半年57%。自计划实施以来，截至2009年6月，「个人游」旅客人次超过4,000万。

推广香港：旅发局是专责在全世界推广香港为世界级旅游胜地的法定机构。除香港总办事处外，旅发局在全球设有15个办事处及五个代办，向全球旅客推广香港。

旅发局一直进行市场研究，并与业界分享研究结果。此外，旅发局集中在全球18个主要客源市场(占访港旅客总数约93%)进行市场推广。

鉴于自2008年第三季全球经济放缓，旅发局已重新调配资源，集中向短途市场如内地、台湾及东南亚地区加强宣传，同时加强在印度、中东和俄罗斯等新兴市场的推广。

美食一向是香港旅游的主要强项，加上政府撤销葡萄酒税，《米芝莲指南》亦推出香港版；旅发局乘势打造全新推广平台「香港美酒佳肴年」，以凸显香港多元化的美食体验。由2009年4月至2010年3月，旅发局推出的宣传推广均会加入美食美酒元素。此外，旅发局亦会与业界伙伴合作，推出崭新旅游产品、活动及优惠，以满足不同客群。

在宣传方面，旅发局透过多元化的综合途径进行推广，包括互联网、消费者推广和公关宣传活动。Discoverhongkong.com网站提供12种语言共18个版本，每

月浏览页次逾2,400万。

旅发局一直与旅游业伙伴紧密合作。于2009年首6个月，旅发局便接待了46个为数共596名参加者的业界代表团

来港考察。此外，旅发局也积极与珠江三角洲及区内其它旅游城市合作，向来自各地的旅客推广包括香港在内的「一程多站」行程。