



旅游业

旅游业是香港的主要经济支柱。在2009年，旅游业占本地生产总值的3.3%。旅游业就业人数超过193 200人，占全港总就业人数5.5%。

全球经济复苏带动旅客外游意欲回升。2011年上半年访港旅客较2010年同期上升14.7%，达1 930万人次，创下访客人次新高。内地继续是香港的最大客源市场，2011年上半年内地访港旅客人数继续上升至1 270万人次，上升21.1%，占访港旅客总数的65.7%。

旅客住宿与留港时间：于2011年6月底，本港共有184间酒店，提供61 828个房间。酒店房间总供应量较去年同期增加了1 724个，即2.9%；而酒店平均入住率较去年同期上升4个百分点至88%。2010年过夜旅客的平均留港时间为3.6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。政府已推出一系列措施，鼓励兴建更多不同类型的酒店以满足旅客的需要。这些措施包括推出「限作酒店发展」的用地，以及活化历史建筑和工业大厦作酒店用途。

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，并提供政策支援，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援。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。在2011年上半年，访港过夜会展旅客录得725 800人次，较去年同期上升10.3%。

香港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%，可容纳约1 000个额外展览摊位。亚洲国际博览馆亦进行了设施改善工程，为大型会议主办机构提供更佳的服务。

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，亦有助香港稳占全球美食榜一席位。旅发局自2009年在西九龙海滨长廊举办「美酒佳肴巡礼」，并联合本港主要美食区推出多项美酒佳肴推广活动，进一步营造香港成为享用美食的首选目的地。

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。于过去数年落成的新景点包括「七彩升空嘉年华」、「亚洲动物天地」及「海洋列车」等。2011年1月「梦幻水都」落成开放，设施包括亚洲最大规模之一的水族馆及一所海底餐厅，而拥有热带雨林探险径及热带激流等的另一新景区「热带雨林天地」亦刚于同年6月启用。

另一个广受欢迎的主题乐园——香港迪士尼乐园——正按计划进行扩建工程，预计于2013年前分阶段完成。在扩建工程完成后，乐园将增设三个全新的主题园区，分别为「反斗奇兵大本营」、「灰熊山谷」和「迷离庄园」。「反斗奇兵大本营」将于2011年年底落成。乐园扩建后，面积将较现有主题公园增加约23%，并增设30多项新游樂设施、娛樂表演和互动体验，令樂園游樂设施总數增至逾100项。

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，可继续前住于2010年8月落成、占地1.5公顷的昂坪广场，游览广场的新牌楼、菩提路、地坛和中式亭园，以及邻近的宝莲禅寺、天坛大佛和心经筒林等景点。除此之外，旅客亦可前往

大屿山其他具有本土特色的景点，例如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枢纽，并且正全力推展位于启德的新邮轮码头项目。码头大楼和首个泊位预计于2013年年中启用。第二个泊位预计于2014年完工。此外，旅发局会继续加强推广工作，以带动消费者对邮轮旅游的需求。

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、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。而香港仔旅游发展项目预计于2011年底展开工程，并于2012至2014年期间分阶段完成，项目内容包括在香港仔湾两岸的海滨长廊及鸭脷洲大街和附近街道，进行以传统渔村为主题的改善工程。其他将陆续进行的项目包括：美化尖沙咀东部行人天桥，在尖沙咀兴建露天广场，以及进一步改善鲤鱼门的海旁设施。

旅游事务署于2004年初推出在维港每晚上演的「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。藉着本地传统古迹文物（当中一些已有6 000年历史），可促进旅客了解本港的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，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”，已开放予公众参观。为推广文化旅游，旅发局举办「香港文化万花筒」项目，为旅客安排一系列体验香港生活文化的活动，包括中式饼食制作班、太极班及古今建筑漫游。此外，该局已于其 Discoverhongkong.com 网站登载特别小册子《香港铁路游》的网上版，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，并于2010年4月及5月的「香港传统文化汇」推广活动向旅客介绍此四项传统节庆，并鼓励他们亲身参与各区不同的庆祝活动。

旅游事务署正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。旅发局于2009年推出「香港郊野全接触！」活动，并安排免费导赏团及派发特备指南，向旅客推介香港国家地质公园、离岛风光、热门远足径及其他绿色景点。旅发局亦积极推广香港各项文化艺术活动，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。2010年第二季，旅发局出版了《香港文化艺术地图》，向旅客介绍香港各区的地道艺术和文化。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。

服务水准和表现：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，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，并遵守由香港旅游业议会（议会）所颁布的《导游作业守则》。现时，香港共有6 313名持证导游。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2011年7月底为止，已经有约4 700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。

旅游业近年急速发展，不少社会人士普遍关注旅游业现行的规管模式是否能与时俱进。为确保旅游业可持续健康发展，政府正检讨香港旅游业的运作和规管架构，务求为旅游业制订一套有效可行及能凝聚各方共识的改革建议，并在2011年第四季公布。

旅发局继续推行「优质旅游服务」计划，协助零售、饮食、发型屋及旅客住宿业界提升整体的服务水平，为旅客提供优质服务 and 更周全的品质保证。至2011年6月为止，分别有7 242间零售、饮食商铺和发型屋，以及9间旅客住宿服务场所，共713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年起推行「香港青年大使计划」，目的是向年青人灌输殷勤有礼的待客之道，并在学校及社区推展好客文化。此外，旅游事务署亦不时与旅游业界及相关行业合作，筹办活动，以鼓励前线人员进一步提升服务素质。

盛事基金：大型盛事不仅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，并在2009年5月成立总值一亿元的「盛事基金」，协助本地非牟利机构在其后三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。香港和俄罗斯签的互免签证协定已于2009年7月1日生效。

至于在内地访港旅客，「香港游」的配额已于2002年1月取消。「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无需参加旅行团而以个人身份访港。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2011年上半年64.5%。自计划实施以来，截至2011年6月，「个人游」旅客人次超过6 839万。

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，并于六个不同市场设有代办，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20个主要客源市场（占访港旅客总数约95%）进行市场推广。

旅发局采取高度弹性和灵活的策略，把推广资源适当地分配到各个客源市场，务求能迅速回应宏观市场环境的突发事件或转变，并且将风险减至最低。旅发局一方面将推广焦点放于增长市场（如中国内地、台湾及南韩），吸引该等市场的旅客到访；与此同时，亦把握印度、俄罗斯及中东等市场的经济增长，及往返该等市场的航班班次增加等利好因素，加快开拓此等新兴市场。

旅发局自2011年开始，以「亚洲国际都会」作为全球推广主题，于多个不同市场进行宣传活动，展现香港作为国际级旅游城市的风尚、大都会生活节奏和气息、中西文化兼容并蓄的魅力、多元化的旅游景点，以及领导潮流的形象等。

旅发局亦已增强全年盛事阵容，吸引旅客访港，让他们对香港留下深刻印象。旅发局全年推出十个大型宣

传项目，包括6月举办的「香港夏日盛会」及当中的焦点盛事「香港龙舟嘉年华」、9月举行的「香港中秋节」和12月举办的「香港缤纷冬日节」。旅发局将其各项活动串连传统节庆及文化盛事，同时一并推广由其他机构举办的节目，务求丰富旅客的体验，巩固香港作为「亚洲盛事之都」的形象。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。

旅发局亦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，向世界各地的旅客介绍香港的旅游特色。Discoverhongkong.com 网站提供14种语言共20个版本，每月浏览次数逾450万。此外，为强化宣传效力，旅发局加强在数码媒体方面的推广。于2011年5月，旅发局应用了「扩展实境」技术，推出了DiscoverHongKong Mobile App Series的全新智能手机程式，是全球其中一个在旅游方面采用此崭新技术的应用程式。

旅发局一直与旅游业伙伴紧密合作。于2011年首6个月，旅发局便接待了36个为数共422名参加者的业界代表团来港考察。旅发局也积极与珠江三角洲及区内其他旅游城市合作，向来自各地的旅客推广包括香港在内的「一程多站」行程。此外，旅发局联同澳门政府旅游局、广州市旅游局、中山市旅游局及江门市旅游局，于东南亚、欧洲及北美洲举行连串巡回推介，推广包括香港、广东省及澳门在内的「一程多站」产品。