



香港便覽



旅游业

旅游业是香港的主要经济支柱。在2011年，旅游业占本地生产总值的4.5%。旅游业就业人数约233 500人，占全港总就业人数6.5%。

2012年，访港旅客录得逾4 860万人次的历史新高，较2011年大幅上升16%。2013年首七个月的访港旅客较2012年同期增加13.1%。内地继续是香港的最大客源市场，2013年首七个月的内地访港旅客人数继续上升至2 260万人次，上升接近两成，占访港旅客总数的74.8%。

旅客住宿与留港时间：于2013年7月底，本港共有217间酒店，提供68 753个房间。酒店房间总供应量较去年同期增加了3 808个，即5.9%；而酒店平均入住率维持在去年同期水平的87%。2012年过夜旅客的平均留港时间为3.5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「只作酒店发展」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。在2013年上半年，访港过夜会展旅客录得约72万人次，较去年同期轻微下跌4.7%。

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贸中心。香港会议展览中心及亚洲国际博览馆同时在会议展览杂志权威CEI Asia举办的CEI Asia行业大奖2012中，被名列「亚洲最佳会议展览中心」三甲之内。

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。旅发局自2009年在西九龙海滨长廊举办「香港美酒佳肴巡礼」，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酒美食的首选目的地。2013年的美酒佳肴巡礼将首次于中环新海滨举行，让各地旅客和香港市民在欣赏维港景致之际，品尝环球美酒佳肴及欣赏娱乐节目。

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。

香港海洋公园于2012年完成其耗资55.5亿元的「重新发展计划」，现已蜕变为一个拥有超过80个景点的世界级海洋主题公园。公园于2012年更夺得“Applause Award”（全球最佳主题公园），是亚洲第一家获得这项殊荣的主题公园。公园的未来计划包括兴建「海洋酒店」以及发展大树湾成为全新综合景区，当中的重点为一个结合户内及户外的全天候水上乐园。

香港迪斯尼乐园方面，随着三个新主题园区——「反斗奇兵大本营」、「灰熊山谷」及「迷离庄园」于2011年至2013年分阶段开幕，香港迪斯尼乐园上一阶段的扩建计划亦已顺利完成。乐园扩建后，面积较未扩建时增加约23%，并增设30多项新游乐设施、娱乐表演和互动体验，令乐园游乐设施总数增至逾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、天坛大佛和心经简林等景点。除此之外，旅客亦可前往大屿山其它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。位于前启德机场跑道的启德邮轮码头，首个泊位于2013年6月开始迎接邮轮停泊，而第二个泊位则于2014年启用。码头可供世界上最大型的邮轮停泊。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、美化尖沙咀东部行人天桥，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在2014年底前分阶段完成，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。正计划进行的还有进一步改善鲤鱼门海旁设施的项目。

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45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、粤剧导赏及古今建筑漫游。此外，该局特别制作《香港漫步游》指南，介绍八条不同的漫步路线，带领旅客探索香港的独特文化、地道美食和历史风貌，例如粉岭的围村以及油麻地和旺角的露天市集等。该局并继续与业界合作，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，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。旅发局自2009年推出「香港郊野全接触！」活动，安排免费导赏团及派发特备指南，向旅客推介中国香港世界地质公园、离岛风光、热门远足径及其它绿色景点。旅发局亦积极推广香港各项文化及艺术活动，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。旅发局透过该局网站中有关文艺艺术的专页，向旅客介绍香港各区的地道艺术和文化景点及活动。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。《旅行社条例》设立了发牌制度，规管提供到港及外游旅行服务的旅行社。为了确保导游服务的素质，导游须完成培训和考试合格，并遵守由香港旅游业议会（议会）所颁布的《导游作业守则》。截至2013年9月中，香港约有6 630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2013年7月底，约5 300位旅游从业员已经报读有关课程。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得以持续提升。

政府于2011年就旅游业现行运作及规管架构进行检讨，并决定成立名为旅游业监管局(旅监局)的独立法定机构，统一负责旅行社，领队及导游的规管，促进旅游业健全及持续发展。旅游事务署已经展开成立旅监局的法例草拟及其它相关工作。我们预计大致于2014年内就此事向立法会提交新条例草案，旅监局最快可于2015年较后时间开始运作。

旅发局继续推行「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，为旅客提供优质服务和更周全的质量保证。至2013年8月为止，分别有8 222间零售及饮食商铺，以及11间旅客住宿服务场所，共774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，并在学校及小区推展好客文化。此外，旅游事务署亦与旅游业界、相关行业及内地旅游部门保持联系和合作鼓励前线人员互相交流，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盛事。立法会在2012年4月批准拨款一亿五千万港元，使基金在修订为两层机制后运作五年。新机制的目标是提供经济诱因，吸引新办或已具规模和名气的盛事来港举办，并继续向本地非牟利机构提供拨款，以举办具潜力发展成为盛事的文化、艺术、体育和娱乐活动。

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。

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2013年首7个月67.1%。自计划实施以来，截至2013年7月，「个人游」旅客人次超过1亿1 684万。

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16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，务求能迅速响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主要客源市场（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「香港夏日盛会」及在6月举办的焦点盛事「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日及文化盛事，同时一并推广由其它机构举办的节目，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15种语言共22个版本，2011年全年的浏览次数逾5 860万。此

外，为强化宣传效力，旅发局加强在数码媒体方面的推广。2012年8月，旅发局推出配合「香港·亚洲国际都会」宣传平台的全新网站，除了改善网站的易用性以提升浏览体验，亦更新了网站内容及加入更多工具如「我的智游行程」及互动地图，协助旅客来港前计划行程。同时，旅发局积极利用社交网站及智能手机平台推广香港。于2011年5月，旅发局应用了「扩展实境」技术，推出了DiscoverHongKong Mobile App Series的全新智能手机程序，是全球其中一个在旅游方面采用此崭新技术的应用程序。此程序系列包括「香港·AR旅游导览」、「香港·都会漫步游」和「香港·古迹漫步游」。

旅发局一直与旅游业伙伴紧密合作。于2012年全年，旅发局接待了36个为数共611名参加者的业界代表团来港考察。旅发局也积极与内地各旅游局，例如广东省旅游局、深圳市文体旅游局及澳门政府旅游局合作，透过在世界各地举行连串巡回推介及利用国际大型旅游展的平台，向来自各地的旅客推广包括香港、广东省及澳门在内的「一程多站」行程。于2012年2月，旅发局亦与广东省旅游局及澳门政府旅游局合作播放早前制作电视节目向美国消费者介绍珠江三角洲的旅游特色。