

# 香港便覽

## 旅遊業

旅遊業是香港的主要經濟支柱。2007年，與入境旅遊相關的總開支逾1,400億港元。

2008年上半年訪港旅客人數持續增長，達1 419萬人次，較2007年同期上升8.9%。內地繼續是香港的最大客源市場，2008年上半年的內地訪港旅客人數繼續上升至超過790萬人次，較2007年同期上升11.2%，佔訪港旅客總數的56%。多個大型的旅遊景點已於近年落成，這些項目包括香港迪士尼樂園、「幻彩詠香江」第二期、香港濕地公園及昂坪360。這些景點廣受歡迎，加上香港旅遊發展局（旅發局）的全球推廣計劃及大型盛事，展望未來，香港旅遊業的整體表現仍然樂觀。

**旅客住宿與留港時間：**於2008年6月底，本港共有145間酒店，提供52 569個房間。酒店房間總供應量較去年同期增加了827個，即1.5%；而酒店平均入住率和去年同期相約，維持在83%。2007年過夜旅客的平均留港時間為3.3晚。為加強本港酒店業的競爭力，延長旅客逗留時間，香港在2008年7月1日起免收酒店房租稅。

**旅遊事務署：**旅遊事務署於1999年5月成立，負責統籌政府內部各項發展旅遊業的工作，並提供更佳的政策支援，推動本港的旅遊業。

該署的目標，是確立和促進香港作為亞洲首要的國際城市，以及世界級的度假和商務旅遊目的地。

為了實踐這項使命，旅遊事務署須與旅遊業界、旅發局、政府和廣大市民同心協力，確保作為本港經濟重要一環的旅遊業得到充分肯定。

業界與政府保持緊密合作，是至為重要的。由政府、旅發局和業內各界代表組成的旅遊業策略小組，專責就旅遊業發展事宜，從策略性角度向政府提出建議。

**國際會展及旅遊之都：**政府致力加強香港作為國際會展及旅遊之都的吸引力，爭取更多大型國際會議和展覽在香港舉行，為此，旅發局將以活動籌辦商、國際組織和機構，以及有意來港的旅客為對象，加強宣傳香港為首選的會議、展覽及獎勵旅遊勝地。政府已額外預留撥款予旅發局，以便該局提升香港的會展旅遊形象，以及為將在香港舉行的會展旅遊活動提供一站式專業支援。

作為2008年北京奧運會馬術項目協辦城市，香港亦成為國際焦點，我們借此機會大力推廣香港作為充滿活力的盛事之都。

**旅遊景點及設施：**政府計劃發展多元化的旅遊景點，藉以增強香港作為首選旅遊勝地的吸引力。

擁有超過三十年歷史的海洋公園，寓教育於娛樂，繼續成為家庭訪客的勝地，在2007-08年度更創下超越500萬人次的入場紀錄。海洋公園正全力落實其重新發展計劃，於2012至13年完成這一個分八期進行的工程後，海洋公園將成為一個擁有超過70個景點的世界級海洋主題公園。新景點將於不同的階段推出，而首個新景點已於2007年2月啟用。同時，海洋公園正籌劃在園內興建三間酒店，以配合重新發展計劃。

香港迪士尼樂園是本地旅遊基建重要的一環，一直備受本港市民和訪客歡迎。自2005年開幕以來，香港迪士尼樂園不斷推出新的遊樂設施以提升訪客的旅遊體驗。樂園內的兩所酒店亦為訪客提供獨特的會議和婚禮場地。

香港濕地公園於2006年5月開幕，是一個集自然護理、教育及旅遊用途於一身的世界級景點。它包括一個佔地60公頃的戶外濕地保護區和10,000平方米的室內訪客中心，內設有三個展覽廊。公園的建築經過細心規劃，以確保與四周環境融和及野生生物不受騷擾。

昂坪360於2006年9月正式啟用，包括全長5.7公里約25分鐘的纜車旅程，以及以佛教為主題和別具中國文化特色的昂坪市集。昂坪360的纜車旅程讓旅客飽覽大嶼山的自然景色，旅客遊畢昂坪市集後，可繼續前往遊覽大嶼山其他具有本土特色的景點，例如天壇大佛、寶蓮寺、心經簡林、大澳漁村和大嶼山南部優美的海灘等。

政府銳意發展香港成為區內具領導地位的郵輪中心。政府已在啓德的前機場跑道南端預留土地發展新郵輪碼頭。新郵輪碼頭將有兩個靠岸泊位，可以讓不同種類和體積的郵輪停泊，包括排水量達11萬噸的巨型郵輪。新郵輪碼頭的首個泊位預期在2013年投入服務。在新郵輪碼頭落成後，加上現時在尖沙咀的郵輪碼頭，香港將會有四個泊位供郵輪靠泊。

旅遊事務署於2004年1月推出的「幻彩詠香江」，深受旅客及本地市民歡迎。匯演更於2005年11月被列入健力士

世界紀錄，成為全球「最大型燈光音樂匯演」。這項紀錄是根據當時港島20幢參與建築物於每晚同一時段的互動燈光音樂匯演而評定的。匯演已於2005年12月擴展至九龍區，涵蓋維港兩岸共33幢建築物。於2007年10月，參與匯演的建築物增至44幢，並再次刷新世界紀錄。

政府於現有的熱門旅遊點進行多項改善計劃，務求令這些地點煥然一新。已完成的計劃包括西貢海濱美化工程、鯉魚門的小規模改善項目、涵蓋孫中山史蹟徑的中西區改善計劃、改善地區旅客指示標誌計劃第一期、尖沙咀東部的交通接駁系統、赤柱海濱改善工程，以及政府與私營機構合作的星光大道。尖沙咀海濱長廊的美化工程亦已大致完成。山頂的改善工程亦預計於2008年年底完成。其他將陸續進行的項目包括：「香港仔旅遊發展項目」以配合海洋公園重新發展計劃及加強香港仔的旅遊吸引力、進一步改善鯉魚門的海旁設施、在尖沙咀興建露天廣場，以及改善地區旅客指示標誌計劃第二期。

推動旅遊業之道，並非只在於興建新設施。政府並沒有忽略本地傳統古蹟文物（當中一些已有6 000年歷史）在促進旅客了解本港歷史風貌方面的價值。其中尖沙咀前水警總部的文物旅遊計劃預計在2008年年底完成。該項目是當局首次讓私營機構參與把具歷史價值的建築物保存及將之發展為文物旅遊設施的計劃。為了進一步拓展文物旅遊，旅發局加強了其「文化萬花筒」文化體驗項目的內容，該項目現已增設孫中山紀念館導賞遊。該局已印製特別小冊子《香港鐵路遊》，介紹香港鐵路東西線沿線的景點及古蹟項目。此外，該局繼續與業界合作，向旅客推廣具特色的傳統風俗和節慶，如元朗及茶果嶺天后誕會景巡遊、筲箕灣譚公誕、長洲太平清醮及大嶼山寶蓮禪寺浴佛慶典等。

香港的自然生態繁茂多姿，不過至今仍未為人充分認識。旅遊事務署亦正在按自然保育及可持續發展的原則在新界東北部推廣綠色旅遊，在船灣及赤門海峽一帶和東平洲的項目包括改善基本設施，推廣環島海上觀光遊，並以自然保育和教育配合發展。而旅發局亦製作了新的宣傳小冊子介紹16個不同自然生態景點及遠足路線，以推廣綠色旅遊。旅發局於2007年4月推出「自然生態萬花筒」活動，供海外旅客參與。其中項目包括嘉道理農場暨植物園導賞遊；大嶼山大澳生態遊；黃泥涌峽徑健行（導遊活動）；香港濕地公園觀光團；昂坪奇趣徑；中華白海豚觀察之旅及多個遠足遊。

旅發局亦有推廣文化及藝術活動，如香港藝術節，香港國際電影節及於各本地博物館舉行的大型藝術展覽，以更豐富旅客的夜間活動和旅遊體驗，從而吸引更多的旅客，尤其是商務旅客來港。旅遊事務署和各主要藝術團體及旅遊界別正緊密合作，建立有效的平台加強發展和推廣文化旅游。

**服務水準和表現：**除了闢設各式各樣的旅遊景點，讓旅客在留港期間有多采多姿的體驗之外，提高服務質素亦同樣重要。《旅行代理商條例》設立了發牌制度，以規管經營到港及外遊旅行服務的旅行代理商。同時，為了確保導遊服務的質素，在政府的資助下，為在職導遊舉辦的培訓課程已於2002年7月展開，截至2008年6月底為止共培訓了約

9 400名導遊。已完成培訓及考試合格的導遊可獲簽發「導遊證」，並須遵守由香港旅遊業議會（議會）所頒布的《導遊作業守則》。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導遊，必須持有有效的「導遊證」。另外，為進一步協助業界提升整體專業水平及服務質素，政府自2006年中起，資助了一系列只供旅遊從業員報讀的專題培訓課程。截至2008年6月底為止，已經有約1 420位旅遊從業員報讀有關課程。為了進一步鼓勵導遊持續進修，裝備自己以應付市場的新挑戰，議會於2007年7月推出「導遊持續專業發展計劃」，規定導遊必須在每次續證前完成指定的進修課程，以確保導遊服務質素的持續提昇。

旅發局繼續推行「優質旅遊服務」計劃，協助零售及飲食業界提升整體的服務水平，在2007年更進一步強化這計劃，為旅客提供更周全的品質保證，及引用更全面而有效的處理投訴機制。截至2008年6月底為止，已有6 594間商舖獲得「優質旅遊服務」認證。獲得認證的商舖數目在12個月內增加了近0.9%，顯示這計劃愈來愈受到業界及旅客認同；而中國國家旅游局亦鼎力支持「優質旅遊服務」計劃。

培養香港人的好客文化，對本港旅遊業的持續發展至為重要。旅遊事務署自2001年起，在全港推行「好客文化遍香江」活動。這項活動設有多個項目，包括「香港青年大使計劃」、社區普及宣傳、服務質素研究、服務研討會及活動等等。

**香港入境手續：**政府會繼續致力使訪港旅客出入境更方便快捷。現時約170個國家的國民可無須簽證來港旅遊7天至180天不等。

在內地訪港旅客方面，「香港遊」的配額已於2002年1月取消。指定可辦「香港遊」的內地旅行代理商數目因而大幅增加。「個人遊」計劃於2003年7月實施並逐步擴展。現時該計劃覆蓋49個內地城市，包括廣東省的全部21個城市、上海、北京、重慶、天津、成都、大連、瀋陽、濟南、南昌、長沙、南寧、海口、貴陽、昆明、石家莊、鄭州、長春、合肥、武漢，以及福建省（福州、廈門、泉州）、江蘇省（南京、蘇州、無錫）及浙江省（杭州、寧波、台州）九個城市。截至2008年6月，透過「個人遊」計劃來港的內地旅客人次合共3 010萬。

**推廣香港：**旅發局是專責在全球推廣香港為商務及消閒旅遊勝地的法定機構，除香港總辦事處外，旅發局在全球有15個辦事處及五個代辦，向全球旅客推廣香港。

旅發局一直進行廣泛的市場研究，並與政府和業界分享研究結果。旅發局亦維持多元化的客源組合，其2007年的推廣活動集中在全球19個主要客源市場（佔訪港旅客總數約93%）。旅發局因應不同市場，採取不同的推廣策略，例如向長途旅客推介生活文化，在短途市場則推廣購物及美食等。

在宣傳方面，旅發局利用名為「香港－樂在此，愛在此！」的平台，以多元化的途徑推廣，包括互聯網、客戶推廣和公關宣傳。2007年，單是discoverhongkong.com網站便錄得約3億瀏覽頁次。

旅發局致力推出富吸引力及創意的旅遊產品，例如向

家庭旅客推介「遊學並重」產品，又舉辦連串大型活動，豐富旅客體驗。

藉著奧運馬術比賽八月在香港舉行，旅發局自2007年9月已開展龐大的海外宣傳。旅發局借此機遇，積極與珠三角城市合作推廣「一程多站」旅遊。

旅發局一直與旅遊業夥伴緊密合作。2007年，旅發局便接待了超過2 400名來港考察的業界代表。來年，旅發局將繼續與業界合作，促進旅遊產品的交叉銷售，並借助彼此的網絡推廣，加強協同效應。