



香港便覽



旅遊業

旅遊業是香港的主要經濟支柱。在2011年，旅遊業佔本地生產總值的4.5%。旅遊業就業人數約233 500人，佔全港總就業人數6.5%。

2012年，訪港旅客錄得逾4 860萬人次的歷史新高，較2011年大幅上升16%。2013年首七個月的訪港旅客較2012年同期增加13.1%。內地繼續是香港的最大客源市場，2013年首七個月的內地訪港旅客人數繼續上升至2 260萬人次，上升接近兩成，佔訪港旅客總數的74.8%。

旅客住宿與留港時間：於2013年7月底，本港共有217間酒店，提供68 753個房間。酒店房間總供應量較去年同期增加了3 808個，即5.9%；而酒店平均入住率維持在去年同期水平的87%。2012年過夜旅客的平均留港時間為3.5晚。為加強本港酒店業的競爭力，吸引旅客延長留港時間，香港在2008年7月1日起免收酒店房租稅。政府已推出一系列措施，鼓勵興建更多不同類型的酒店以滿足旅客的需要。這些措施包括推出「只作酒店發展」的用地，以及活化歷史建築和工業大廈作酒店用途。

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，政府與業界緊密合作至為重要。由政府、旅遊發展局（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。政府已額外預留撥款，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。為此，旅發局已於2008年11月成立「香港會議及展覽拓展部」，加強推廣工作。在2013年上半年，訪港過夜會展旅客錄得約72萬人次，較去年同期輕微下跌4.7%。

香港主要會展場地包括毗鄰機場的亞洲國際博覽館、位於市中心的香港會議展覽中心、以及座落九龍灣的國際展覽中心。香港會議展覽中心及亞洲國際博覽館同時在會議展覽雜誌權威CEI Asia舉辦的CEI Asia行業大獎2012中，被名列「亞洲最佳會議展覽中心」三甲之內。

2008年，香港成為首個豁免葡萄酒稅的主要經濟體。此外，香港澳門米芝蓮指南的出版，亦有助香港穩佔環球

美食榜一席位。旅發局自2009年在西九龍海濱長廊舉辦「香港美酒佳餚巡禮」，並聯同本港主要美食區推出多項美酒佳餚推廣活動，進一步營造香港成為享用美酒美食的首選目的地。2013年的美酒佳餚巡禮將首次於中環新海濱舉行，讓各地旅客和香港市民在欣賞維港景致之際，品嚐環球美酒佳餚及欣賞娛樂節目。

旅遊景點及設施：政府不斷發展多元化的旅遊景點，以增強香港作為首選旅遊勝地的吸引力。

香港海洋公園於2012年完成其耗資55.5億元的「重新發展計劃」，現已蛻變為一個擁有超過80個景點的世界級海洋主題公園。公園於2012年更奪得“Applause Award”（全球最佳主題公園），是亞洲第一家獲得這項殊榮的主題公園。公園的未來計劃包括興建「海洋酒店」以及發展大樹灣成為全新綜合景區，當中的重點為一個結合戶內及戶外的全天候水上樂園。

香港迪士尼樂園方面，隨著三個新主題園區——「反斗奇兵大本營」、「灰熊山谷」及「迷離莊園」於2011年至2013年分階段開幕，香港迪士尼樂園上一階段的擴建計劃亦已順利完成。樂園擴建後，面積較未擴建時增加約23%，並增設30多項新遊樂設施、娛樂表演和互動體驗，令樂園遊樂設施總數增至逾100項。

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。作為一個主要的綠色旅遊設施，公園與四周環境緊密融和。

昂坪360於2006年9月正式啓用，包括全長5.7公里約25分鐘的纜車旅程，以及以佛教為主題的昂坪市集。昂坪360於2009年推出水晶車廂，讓旅客全方位飽覽大嶼山的自然景色。旅客遊畢昂坪市集後，可繼續前往於2010年8月落成、佔地1.5公頃的昂坪廣場，遊覽廣場的新牌樓、菩提路、地壇和中式亭園，以及鄰近的寶蓮禪寺、天壇大佛和心經簡林等景點。除此之外，旅客亦可前往大嶼山其他具有本土特色的景點，例如大澳漁村和大嶼山南部優美的海灘等。

政府致力發展香港成為區內具領導地位的郵輪樞紐。位於前啓德機場跑道的啓德郵輪碼頭，首個泊位於2013年6月開始迎接郵輪停泊，而第二個泊位則於2014年啓用。碼頭可供世界上最大型的郵輪停泊。此外，旅發局會繼續加強推廣工作，以帶動消費者對郵輪旅遊的需求。

此外，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、赤柱海濱改善工程、山頂改善計劃、尖沙咀海濱長廊美化計劃、尖沙咀東部的交通接駁系統、美化尖沙咀東部行人天橋，以及政府與私營機構合作的星光大道。而香港仔旅遊發展項目預計在2014年底分階段完成，項目內容包括在香港仔灣兩岸的海濱長廊及鴨脷洲大街和附近街道，進行以傳統漁村為主題的改善工程。正計劃進行的還有進一步改善鯉魚門海旁設施的項目。

旅遊事務署於2004年初推出在維港每晚演出的「幻彩詠香江」，深受旅客及本地市民歡迎，更被列入健力士世界紀錄，成為全球「最大型燈光音樂匯演」。現時參與匯演的建築物共有45幢。

推動旅遊業之道，並非只在於興建新設施。藉着本地傳統古蹟文物（當中一些已有6 000年歷史），可促進旅客了解本港的歷史風貌方面的價值。其中一個例子，是透過引入私營機構參與，保存及發展尖沙咀前水警總部為旅遊設施。有關設施命名為“1881 Heritage”，已開放予公眾參觀。為推廣文化旅游，旅發局舉辦「香港文化萬花筒」項目，為旅客安排一系列體驗香港生活文化的活動，包括中式餅食製作班、太極班、粵劇導賞及古今建築漫遊。此外，該局特別製作《香港漫步遊》指南，介紹八條不同的漫步路線，帶領旅客探索香港的獨特文化、地道美食和歷史風貌，例如粉嶺的圍村以及油麻地和旺角的露天市集等。該局並繼續與業界合作，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，並於4月及5月的「香港傳統文化匯」推廣活動向旅客介紹此四項傳統節慶，鼓勵他們親身參與各區不同的慶祝活動。

旅遊事務署正按自然保育及可持續發展的原則在新界東北部和離島推廣綠色旅遊，以展現香港自然生態繁茂多姿的一面。旅發局自2009年推出「香港郊野全接觸！」活動，安排免費導賞團及派發特備指南，向旅客推介中國香港世界地質公園、離島風光、熱門遠足徑及其他綠色景點。旅發局亦積極推廣香港各項文化及藝術活動，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，以吸引更多的旅客來港。旅發局透過該局網站中有關文娛藝術的專頁，向旅客介紹香港各區的地道藝術和文化景點及活動。此外，旅遊事務署聯同旅發局，與演藝團體和旅遊業界合作，借助文化及藝術產品，豐富旅客在晚間的活動和旅遊體驗。

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，規管提供到港及外遊旅行服務的旅行代理商。為了確保導遊服務的質素，導遊須完成培訓和考試合格，並遵守由香港旅遊業議會（議會）所頒布的《導遊作業守則》。截至2013年9月中，香港約有6 630名持證導遊。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，資助了一系列為旅遊從業員而設的專題培訓課程。截至2013年7月底，約5 300位旅遊從業員已經報讀有關課程。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」，規定導遊必須在續證前完成指定的進修課程，以確保導遊服務質素得以持續提升。

政府於2011年就旅遊業現行運作及規管架構進行檢討，並決定成立名為旅遊業監管局(旅監局)的獨立法定機構，統一負責旅行社，領隊及導遊的規管，促進旅遊業健全及持續發展。旅遊事務署已經展開成立旅監局的法例草擬及其他相關工作。我們預計大致於2014年內就此事向立法會提交新條例草案，旅監局最快可於2015年較後時間開始運作。

旅發局繼續推行「優質旅遊服務」計劃，協助零售、飲食及旅客住宿業界提升整體的服務水平，為旅客提供優質服務和更周全的品質保證。至2013年8月為止，分別有8 222間零售及飲食商舖，以及11間旅客住宿服務場所，共774間客房，獲得「優質旅遊服務」認證。

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年起推行「香港青年大使計劃」，目的是向年青人灌輸殷勤有禮的待客之道，並在學校及社區推展好客文化。此外，旅遊事務署亦與旅遊業界、相關行業及內地旅遊部門保持聯繫和合作鼓勵前線人員互相交流，進一步提升服務質素。

盛事基金：大型盛事不僅能為香港增添姿彩和活力，亦讓訪港的旅客有更豐富的旅遊體驗。政府致力鞏固香港作為「亞洲盛事之都」的地位，並在2009年5月成立總值一億元的「盛事基金」，協助本地非牟利機構在其後三年在香港籌辦具吸引力的盛事。立法會在2012年4月批准撥款一億五千萬港元，使基金在修訂為兩層機制後運作五年。新機制的目標是提供經濟誘因，吸引新辦或已具規模和名氣的盛事來港舉辦，並繼續向本地非牟利機構提供撥款，以舉辦具潛力發展成為盛事的文化、藝術、體育和娛樂活動。

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。

至於在內地訪港旅客，「香港遊」的配額已於2002年1月取消。「個人遊」計劃於2003年7月實施並逐步擴展，讓內地指定城市的居民無需參加旅行團而以個人身份訪港。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）合共九個城市。「個人遊」旅客佔內地旅客的比例由2004年35%增至2013年首7個月67.1%。自計劃實施以來，截至2013年7月，「個人遊」旅客人次超過1億1 684萬。

推廣香港：旅發局是專責在全世界推廣香港為世界級旅遊勝地的法定機構。除香港總辦事處外，旅發局在全球設有16個辦事處，並於六個不同市場設有代辦，向全球旅客推廣香港。

旅發局一直進行市場研究，並與業界分享研究結果。此外，旅發局集中在全球20個主要客源市場（佔訪港旅客總數約95%）進行市場推廣。

旅發局採取高度彈性和靈活的策略，把推廣資源適當地分配到各個客源市場，務求能迅速回應宏觀市場環境的突發事件或轉變，並且將風險減至最低。旅發局一方面將推廣焦點放於主要客源市場（如中國內地、台灣及南韓），吸引該等市場的旅客到訪；與此同時，亦把握印

度、俄羅斯及中東等市場的經濟增長，及往返該等市場的航班班次增加等利好因素，加快開拓此等新市場。

旅發局自2011年開始，以「亞洲國際都會」作為全球推廣主題，於多個不同市場進行宣傳活動，展現香港作為國際級旅遊城市的風尚、大都會生活節奏和氣息、中西文化兼容並蓄的魅力、多元化的旅遊景點，以及領導潮流的形象等。

旅發局亦已增強全年盛事陣容，吸引旅客訪港，讓他們對香港留下深刻印象。旅發局全年推出十個大型宣傳項目，包括「香港夏日盛會」及在6月舉辦的焦點盛事「香港龍舟嘉年華」、9月舉行的「香港中秋節」和12月舉辦的「香港繽紛冬日節」。旅發局將其各項活動串連傳統節慶及文化盛事，同時一併推廣由其他機構舉辦的節目，務求豐富旅客的體驗，鞏固香港作為「亞洲盛事之都」的形象。此外，旅發局亦會與業界夥伴合作，推出嶄新旅遊產品、活動及優惠，以滿足不同客群。

旅發局亦透過多元化的綜合途徑進行推廣，包括互聯網、消費者推廣和公關宣傳活動，向世界各地的旅客介紹香港的旅遊特色。Discoverhongkong.com 網站提供15種語言共22個版本，2011年全年的瀏覽次數逾5 860萬。此

外，為強化宣傳效力，旅發局加強在數碼媒體方面的推廣。2012年8月，旅發局推出配合「香港·亞洲國際都會」宣傳平台的全新網站，除了改善網站的易用性以提升瀏覽體驗，亦更新了網站內容及加入更多工具如「我的智遊行程」及互動地圖，協助旅客來港前計劃行程。同時，旅發局積極利用社交網站及智能手機平台推廣香港。於2011年5月，旅發局應用了「擴展實境」技術，推出了DiscoverHongKong Mobile App Series的全新智能手機程式，是全球其中一個在旅遊方面採用此嶄新技術的應用程式。此程式系列包括「香港·AR旅遊導覽」、「香港·都會漫步遊」和「香港·古蹟漫步遊」。

旅發局一直與旅遊業夥伴緊密合作。於2012年全年，旅發局接待了36個為數共611名參加者的業界代表團來港考察。旅發局也積極與內地各旅遊局，例如廣東省旅遊局、深圳市文體旅遊局及澳門政府旅遊局合作，透過在世界各地舉行連串巡迴推介及利用國際大型旅遊展的平台，向來自各地的旅客推廣包括香港、廣東省及澳門在內的「一程多站」行程。於2012年2月，旅發局亦與廣東省旅遊局及澳門政府旅遊局合作播放早前製作電視節目向美國消費者介紹珠江三角洲的旅遊特色。