



旅遊業

旅遊業是香港的主要經濟支柱，佔本地生產總值的3.4%。旅遊業就業人數約19萬人，佔全港總就業人數5.6%。

受全球經濟下滑及人類豬型流感影響，2009年上半年訪港旅客較2008年同期下跌3.4%，達1 370萬人次。內地繼續是香港的最大客源市場，2009年上半年內地訪港旅客人數繼續上升至826萬人次，較2008年上升4.6%，佔訪港旅客總數六成。

旅客住宿與留港時間：於2009年6月底，本港共有158間酒店，提供57 588個房間。酒店房間總供應量較去年同期增加了5 019個，即9.5%；而酒店平均入住率較去年同期跌了9個百分點至74%。2008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，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。

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。香港會議展覽中心的中庭擴建已於2009年4月完成，提供額外19 400平方米的展覽面積，較前增加約42%。並可容納約1 000個額外展覽攤位。

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。旅發局於2009年推出多項美酒佳餚推廣活動，加強宣傳香港為亞洲美酒美食中心。

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。

海洋公園正全力落實其重新發展計劃。當工程在2012年全部完成後，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。新景點將會分階段推出，全球首個戶外內外兼容的展館—「亞洲動物天地」已於2009年4月推出，展示多種亞洲動物，包括四隻由內地引入的「小熊猫」。

另一個廣受歡迎的主題樂園——香港迪士尼樂園——的擴建計劃將分階段於2014年底前完成。計劃包括興建三個新的主題園區，分別為在全球迪士尼公園中獨一無二的「野曠山谷」和「迷離莊園」；以及亞洲區內獨有的「反斗奇兵歷奇地帶」。擴建計劃完成後，現時主題樂園面積會增加23%，提供超過30項新遊樂設施、娛樂及互動體驗，令總數增至超過100項。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。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。

政府致力發展香港成為區內具領導地位的郵輪中心。為達至這個目標，政府會發展一個世界級的郵輪碼頭，它的兩個靠岸泊位可以容納不同種類和體積的郵輪，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年年中投入服務。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。

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第一期、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，以及政府與私營機構合作的星光大道。其他將陸續進行的項目包括：進一步改善鯉魚門的海旁設施、在尖沙咀興建露天廣場、尖沙咀東部行人天橋改善工程，以及改善地區旅客指示標誌計劃第二期。

旅遊事務署於2004年初推出在維港每晚晚上演的「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44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），亦可促進旅客了解本港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，以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”，並已開放予公眾參觀。為了進一步推廣文物旅遊，旅發局加強了其「香港文化萬花筒」文化體驗項目的內容，該項目現已增設南蓮園池導賞遊。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。為了讓旅客盡情體驗香港的獨特文化、地道美食和歷史風貌，旅發局推出了《「叮叮」香港電車地圖》，專題介紹沿電車路線一帶的地區特色。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。

旅遊事務署正在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。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月向海外旅客推廣「自然生態萬花筒」活動。其中項目包括新界東北外島環遊、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，以吸引更多的旅客來港。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：除了關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，導遊須完成培訓及考試合格，並遵守由香港旅遊業議會（議會）所頒布的《導遊作業守則》。現時，香港共有6 541名持證導遊。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，資助了一系列為旅遊從業員而設的專題培訓課程。截至2009年6月底為止，已經有約2 190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升。

旅發局將繼續推行「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，為旅客提供更周全的品質保證，以及更有效的處理投訴機制。至2009年6月為止，分別有6 806間零售及飲食商舖，以及14間旅客住宿服務場所，共958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，在全港推行「好客文化遍香江」活動。主要活動包括「香港青年大使計劃」，目的是培育青少年成為青年大使，協助推廣好客文化。旅遊事務署亦與旅遊業界及相關行業合作，籌辦一系列活動，以提升前線人員的服務質素。

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，因此在2009年7月成立總值一億元的「盛事基金」，協助本地非牟利機構在未來3年在香港籌辦具吸引力的文化、藝術和體育盛事。

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。最近香港和俄羅斯簽訂了互免簽證協定，協定於2009年7月1日起生效。

至於在內地訪港旅客，「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，讓內地指定城市的居民以「自由行」旅客身份訪港。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2009年上半年57%。自計劃實施以來，截至2009年6月，「個人遊」旅客人次超過4 000萬。

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。

旅發局一直進行市場研究，並與業界分享研究結果。此外，旅發局集中在全球18個主要客源市場（佔訪港旅客總數約93%）進行市場推廣。

鑑於自2008年第三季全球經濟放緩，旅發局已重新調配資源，集中向短途市場如內地、台灣及東南亞地區加強宣傳，同時加強在印度、中東和俄羅斯等新興市場的推廣。

美食一向是香港旅遊的主要強項，加上政府撤銷葡萄酒稅，《米芝蓮指南》亦推出香港版；旅發局乘勢打造全

新推廣平台「香港美酒佳餚年」，以凸顯香港多元化的美食體驗。由2009年4月至2010年3月，旅發局推出的宣傳推廣均會加入美食美酒元素。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。

在宣傳方面，旅發局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。

Discoverhongkong.com 網站提供12種語言共18個版本，每月瀏覽頁次逾2 400萬。

旅發局一直與旅遊業夥伴緊密合作。於2009年首6個月，旅發局便接待了46個為數共596名參加者的業界代表團來港考察。此外，旅發局也積極與珠江三角洲及區內其他旅遊城市合作，向來自各地的旅客推廣包括香港在內的「一程多站」行程。