

策略重點

盡享•最香港
p 18

海外推廣
p 20

市場推廣
p 38

公關宣傳
p 40

精采盛事
p 42

業界合作
p 56

會展旅遊
p 58

郵輪體驗
p 62

優質服務
p 64

一程多站
p 66

盡享•最香港

旅發局在2016年10月推出名為「Best of all, it's in Hong Kong」(盡享•最香港)的全新品牌推廣計劃，展現香港「精采不息」、「多元緊湊」、「迷人對比」及「潮流尖端」的獨特面貌，宣傳地道文化、藝術及娛樂、體育及戶外活動、景點、夜遊香港、美食、購物七大旅遊體驗。

配合新品牌推廣計劃，我們利用2016/17年度財政預算案所給予的額外撥款，推出四條全新宣傳短片，分別以「美食及夜生活」、「時尚、娛樂及藝術」、「家庭旅遊」和「自然美景及地道文化」為主題，突顯香港與別不同的吸引力。

新品牌推廣計劃先後於中國內地、台灣、南韓、日本、東南亞等地啟動。有關宣傳短片亦於近70個區域性電視頻道、客源市場的電視台及主要的數碼和社交媒體播放。

此外，我們透過數碼和社交媒體、公關宣傳及業界活動等，向旅客、國際傳媒及海外業界推介本地豐富的旅遊體驗，鼓勵旅客跟隨本地人的腳步，探索獨特多元的旅遊特色。

我們亦為新品牌計劃設立專題網站，涵蓋六種語言。網站除了介紹香港精采多元的旅遊體驗及精選活動外，還提供建議行程、業界優惠等實用資料。

2016年10月至2017年3月期間：

- 宣傳片瀏覽量：逾5億9,300萬次
- 專題網站瀏覽頁次：接近4,000萬
- 旅發局所有社交媒體的「粉絲」總數增加了50萬人

