

## 主席獻辭及總幹事導言

### 主席獻辭

持久的新冠肺炎疫情，繼續為旅遊業帶來重大挑戰。作為對外宣傳及推廣旅遊的機構，香港旅遊發展局（旅發局）在疫情下的困難時期，靈活地調整策略和工作。隨着全球的旅遊業循序漸進地從疫情中恢復過來，香港的大門亦逐步打開，如何因應疫後旅遊業的轉變，在與其他地區激烈的競爭中突圍而出，將成為最大的挑戰。然而，我深信只要把握國家政策所帶來的無限機遇，加上運用自身的既有優勢，香港的旅遊競爭力仍然堅實。

#### 掌握定位 把握機遇

首先，我們必須充分掌握香港的定位。國家《十四五規劃綱要》和《「十四五」旅遊業發展規劃》明確提出，支持香港發展成為中外文化藝術交流中心，以及提升香港作為國際航空樞紐的地位；而《粵港澳大灣區發展規劃綱要》和《粵港澳大灣區文化和旅遊發展規劃》亦支持香港成為國際城市旅遊樞紐和發展「一程多站」旅遊，並實踐「以文塑旅、以旅彰文」。

這些政策猶如醍醐灌頂，不僅從國家的層面賦予香港的定位和角色，亦為我們未來的旅遊業發展定下指導性方向—朝着文化、體育、旅遊融合發展，以文化藝術及體育盛事豐富旅遊體驗，以旅遊說好香港故事；並繼續運用香港作為國際城市旅遊樞紐及發展「一程多站」旅遊的優勢，加強與大灣區內的夥伴合作，共建面向國際的旅遊品牌。

#### 邁向文體旅遊融合

除了多姿多彩的環球美饌和購物體驗外，香港匯聚中外的文化藝術和各項國際大型盛事，同樣是旅遊業的重要資產。加上近年啟用的世界級文化藝術設施，如西九文化區的戲曲中心、M+、香港故宮文化博物館，及稍後落成的東九文化中心，以及在港舉行的世界級藝術盛事如Art Basel、Art Central等，香港在硬件和軟件上，都有條件發展成為藝術和文化之都。

因應旅客對文化旅遊和沉浸式旅遊體驗的殷切需求，文化、體育和旅遊的融合發展勢必成為全球旅遊業的重要趨勢。旅發局一直擔當「先行者」角色，透過推廣城中大小的藝術文化活動、推出「大城小區」及舉辦和宣傳城中的大型體育盛事，將香港的國際級活動、設施以及地道文化體驗，呈現旅客眼前。

旅發局將繼續循着這個方向，進一步提升藝術文化的「軟實力」，豐富旅遊資源和體驗；同時運用旅遊正面宣傳香港的魅力，向旅客說好香港故事。

#### 共建灣區旅遊品牌

另一方面，儘管疫情延宕了旅客的往來，但無阻各項嶄新旅遊設施的落成，例如全新的海洋公園水上樂園、迪士尼樂園奇妙夢想城堡、第六代山頂纜車，及經已投入運作的機場第三跑道和興建中SKYCITY航天城等等，將大大豐富了香港的旅遊產品，更有助提升整個大灣區的旅遊競爭力。

正因為香港擁有「背靠祖國、聯通國際」的獨特地位，是連繫內地與國際城市的大門。旅發局將把握我們得天獨厚的優越地位，善用香港在旅遊業方面的產品和經驗，與大灣區城市合作，攜手打造面向區域及國際市場的大灣區旅遊品牌，向客源市場宣傳「一程多站」旅遊，並強化行程和旅遊產品。我深信，香港旅遊業能夠為提升大灣區的整體旅遊競爭力，做大做強，出一分力。



彭耀佳博士，GBS, JP  
香港旅遊發展局主席

#### 攜手步向復甦之路

執筆之際，香港正朝着全面恢復跨境往來的目標進發。旅發局將繼續與各持份者包括政府、旅遊及相關業界等緊密合作，以旅遊業的堅固根基，以及各項軟硬件和政策的相互配合，一同將香港的故事說得更好，傳得更遠，保持香港作為國際級旅遊城市的地位。



程鼎一  
香港旅遊發展局總幹事

## 總幹事導言

旅遊業雖然持續受到新冠肺炎疫情影響，但正如年報主題「攜手邁步未來」（Navigating the Future Together），旅發局過去一年繼續迎難而上，與旅遊業界攜手推出了不同創新項目，帶動本地正面氛圍，為旅遊及相關行業締造商機，同時以新角度、新手法成功復辦多個大型盛事活動，向外展示香港熱鬧與動感一面。

疫情下跨境旅遊受到限制，因此，旅發局首先將焦點轉移至推動本地氛圍，鼓勵市民做自己的旅客，發掘更多、認識更深。

旅發局延續「旅遊•就在香港」推廣，並加碼推出「賞你遊香港」、「賞你住」，更推出「賞你遊大抽獎」，鼓勵及回饋市民接種新冠疫苗，為抗疫出一分力。活動廣受市民和業界歡迎，每次名額均迅速爆滿，而業界亦不斷開發本地遊新路線和新體驗，為未來迎接旅客重臨，做好熱身。

同時，旅發局亦乘着西九文化區多個世界級藝術設施落成，推出「大城小區—西九龍」，鼓勵市民遊走藝術文化設施，同時走進大街小巷，深度探索有趣的景點與地道體驗，再透過市民與旅發局共同推介給內地與海外旅客。

而在保障公共衛生及安全的大前提下，旅發局亦逐步恢復以實體形式舉辦多項「皇牌」盛事，例如「香港美酒佳餚巡禮」、「香港繽紛冬日巡禮」和「香港跨年倒數」等，並以新角度、新手法，吸引全球的眼球，維持香港在內地及客源市場的曝光。

當中，「香港跨年倒數」活動首度移師西九文化區藝術公園，舉行戶外倒數演唱會，配合倒數一刻在維港呈獻的加強版「幻彩詠香江」及M+屏幕上的倒數時鐘，成功吸引了內地中央電視台、美國CNN、英國BBC等逾百間本地、內地及海外媒體直播或轉播，覆蓋全球24億人次，將香港熱鬧節日氣氛及充滿動感的一面，傳送至世界各地。

一連串推廣和盛事不僅成功吸引全世界的眼球，更獲得廣泛的認可，其中「旅遊•就在香港」推廣就勇奪4個獎項，包括2021年香港管理專業協會「傑出市場策劃獎」奪得銅獎及傑出危機應變及管理獎；「大城小區—西九龍」更在不同單位主辦的比賽中，橫掃14個國際獎項，包括2022年亞太旅行協會金獎競賽大獎（市場營銷），成績斐然。

除了大型盛事，旅發局亦運用多元化的宣傳渠道，讓旅客時刻惦記着香港。例如旅發局去年與亞洲頂尖娛樂媒體公司CJ ENM簽署3年備忘錄，安排韓國戲劇及綜藝節目在跨境旅遊恢復後來港取景，藉此吸引韓流粉絲訪港；延續「再遇•就在香港」（360 Hong Kong Moments）系列推廣，在「郊野全接觸」下製作360及ASMR影片，帶旅客感受香港自然之美；更與多間國際知名網絡媒體合作，製作及播放與香港旅遊有關的節目。上述的工作目標一致，就是要令旅客對香港這個充滿活力的旅遊城市，念念不忘。

與此同時，疫情下旅發局繼續與環球業界保持緊密的聯繫，透過線上及線下形式，舉辦和參與了多場本地、內地及海外的業界論壇及會議，向業界提供支援及合作機會。

抗疫工作也沒有停步，旅發局繼續資助業界參與「衛生防疫措施認證計劃」，至今已有約3,000間商舖取得認證。郵輪方面，我們亦加強宣傳郵輪安全及衛生防疫標準，建立市民和旅客的信心。

展望未來，因應疫情帶來的新常態，旅發局正審視最新情況，重塑香港旅遊品牌和定位。旅發局已進行了一系列研究工作，將會按跨境旅遊恢復的實際進度，適時推出嶄新的旅遊品牌，說好香港故事，推動旅遊業全面復甦。

在疫情的新常態下，旅發局將繼續透過不同宣傳推廣項目，維持香港的國際曝光。我在此感激特區政府、旅遊業界、合作夥伴、贊助機構及市民對旅發局工作的信任和鼎力支持，以及旅發局各成員的指導提點。我亦衷心感謝香港和全球22個辦事處及地區代辦的同事，在疫情的挑戰下，努力做好各項活動和宣傳推廣。

隨着香港聯通國際的大門逐步打開，旅發局已準備就緒，會密切留意各客源市場對入境措施的反應，以及航班恢復的進度，以適時推出計劃重振旅遊業。我深信香港的旅遊業充滿機遇，今後我們更需要攜手共進、推陳出新，邁步旅遊新未來。