

# 市場推廣

我們重整了市場推廣策略，重點落在開發互動內容，並且有效傳達給消費者。在新策略之下，我們在全球推出了新的品牌推廣活動「我在香港之時」，製作以香港旅遊體驗為主的精采內容，然後通過各種有效的宣傳途徑進行推廣。

## 內容

香港是一個精采的城市，能夠為旅客帶來豐富多元的體驗。在2014/15年度，我們把香港的特色重新包裝，通過以下方式推廣，以吸引更多旅客：



### 品牌短片

我們找來了多位地道玩家，製作了九段短片。他們多半以香港為家，旅客可以從他們的角度，體會不一樣的香港。



### 在地人帶路

與18區達人合作，提供當區隱藏的瑰寶和地道的社區文化，帶旅客深入探索香港各區。



### 香港•我的智遊行程

有著三合一功能的「香港•我的智遊行程」，能夠讓旅客制訂個人化的行程，並將其下載至手機方便使用，更可在旅途中隨時通過社群媒體分享，令旅客可自行締造獨特的香港旅遊體驗。用戶可以在旅發局的網站使用「香港•我的智遊行程」，或下載手機應用程式。

## 宣傳媒介

我們通過YouTube頻道和區域電視網絡播放品牌短片。而DiscoverHongKong.com亦是主要的宣傳媒介，傳達自行開發的內容給消費者。另一方面，我們也通過社群媒體加強與旅客的互動聯繫。我們的Facebook專頁和官方微博，是全球最受歡迎的旅遊局官方社群媒體平台之一，單單這兩個平台合計，就有超過290萬名「粉絲」。我們還不時在Facebook進行推廣活動，包括「創意玩樂工程師」和「老闆，我要請假」，讓旅客贏取免費遊香港的旅程。此外，亦利用Twitter、Instagram和Pinterest等社群媒體進行宣傳，增強宣傳效益。

### 重點成效：

- 「我在香港之時」品牌推廣活動，總共獲得了1,504篇媒體報導，宣傳效益達1,200萬港元，並錄得**7.44億**曝光次數，以及**1,700萬**次的短片瀏覽量。
- 「香港•我的智遊行程」的下載量達到**85,000**次，當中84%用戶表示容易使用，82%表示會推薦給朋友。
- 同年，DiscoverHongKong.com網站瀏覽頁次達到**6,550萬**次。
- 所有社群媒體平台的「粉絲」計有**370萬**人。
- 我們特別為韓國、俄羅斯、越南和中東等市場設立了Facebook專頁。

