品牌形象

香港 • 亞洲國際都會

一個品牌不只是一個標誌,它還擁有個性和風格,能帶給人想像和期待。旅發局所採用的品牌—「香港●亞洲國際都會」,一方面配合香港政府打造的整體城市形象,另一方面也具體地反映出香港的旅遊特色。

繼2012-13年度推出全新面貌的DiscoverHongKong.com網站及一系列品牌宣傳短片後,旅發局在所有客源市場均全面貫徹「香港●亞洲國際都會」的品牌定位。

在品牌的框架下,旅發局透過「亞洲盛事之都」、「國際會展之都」及「亞洲郵輪樞紐」三個主題,突顯香港在

舉辦盛事、會展旅遊及郵輪旅遊方面的領導地位,全面展示香港作為旅遊目的地的吸引力。

笑出•快樂香港

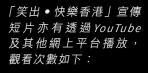
旅遊,讓人增廣見聞。在旅程之中,藉著人與人的交流和 互動,了解不同地方的風土人情,是十分珍貴的體驗。 因此,旅發局在2013年夏天推出名為「笑出◆快樂 香港」的宣傳計劃,透過一系列電視廣告,傳達友善 待客的信息,鼓勵本港市民與旅客增進交流。另外, 宣傳廣告亦見於巴士及電車車身、主要出入境口岸以及 市內多處地標。











• 中國內地: 540萬

• 台灣: 250萬

• 東南亞: 880萬



