



盛事及推廣

洪忠興
節目及旅遊產品拓展總經理

香港盛事璀璨依然

「香港作為盛事之都，無論順境逆境，
都會繼續展示活力及正面的城市魅力。」

本港年終無休地舉辦不同類型的大型盛事，成功為香港確立盛事之都的地位。然而，在 2019/20 年度，不少活動因社會事件和 2019 冠狀病毒病疫情，而被迫延期或取消。旅發局節目及旅遊產品拓展總經理洪忠興分享旅發局如何在重重挑戰中，繼續展示香港大型盛事的魅力，並與活動夥伴維持良好關係，冀日後繼續合作，舉辦精采盛事。

維持盛事的魅力及曝光

洪忠興指：「我們在過去一年克服眾多外在挑戰，伺候時機，成功舉辦多項計劃內的大型活動。舉例說，今年的『香港電競音樂節』便首度與『香港動漫電玩節』同期舉行，並破天荒地推出了『兩項活動，一張門票』的套票安排。」

該活動吸引近 8.5 萬人次參與，較 2018 年增長了 1 萬人次；此外，音樂表演的名額，亦在開放登記後 3 天內火速爆滿，而訪客對活動的整體滿意度，在 10 分滿分中，更達 8.5 分，足證全新推廣策略的成效。

洪續說，「除了旅發局主辦的活動外，我們亦大力支持城中不少主要盛事，豐富這些活動的元素。去年初，旅發局便在維港豎立高達 25 米的巨型欖球裝置，宣傳『香港國際七人欖球賽』，進一步為活動提升曝光。活動亦將賽事氣氛伸延至場外，在主會場附近設立了球迷區，讓更多旅客與市民透過大屏幕，欣賞欖球賽事及音樂表演。」



他強調：「雖然城中部份活動受社會事件及疫情影響，而縮減規模、改期或改變活動形式，但無礙旅發局繼續為它們推廣，維持活動的曝光率。」他舉了幾個例子，包括在大坑舞火龍的場地，加設巨型中式花牌，增添氣氛；宣傳「香港高爾夫球公開賽」，協助賽事吸引接近 3.7 萬名觀眾及 126 家來自世界各地的傳媒；設立「香港 • 藝術 靈感交織」宣傳平台，重點介紹多項於 3 月舉行的著名藝術活動的網上體驗。因應越野跑運動日趨普及，旅發局亦大力支持「香港 100」越野賽，賽事共吸引了 1,112 名海外跑手，佔總參賽人數逾四成，當中包括來自法國、英國、美國、加拿大、新加坡、馬來西亞、泰國及日本的跑手。

洪忠興重申：「香港作為盛事之都，無論順境逆境，都會繼續展示活力及正面的城市魅力。」

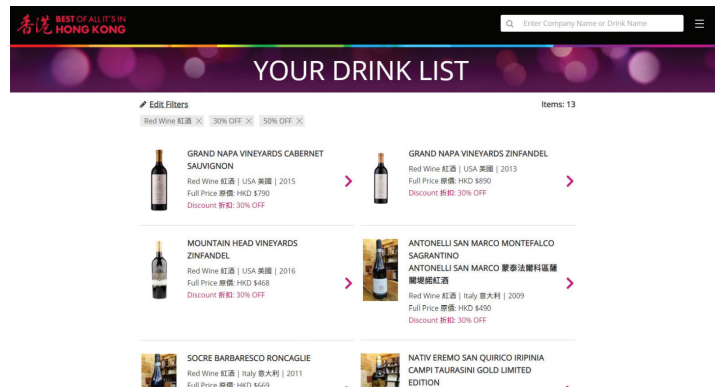


靈活變陣 減低對活動夥伴的影響

至於一些需要取消的活動，其團隊致力減低對參與各方的影響。

他以「香港美酒佳餚巡禮」的後備方案作闡釋：「在當時的社會環境下，取消原定 10 月舉行的『香港美酒佳餚巡禮』是唯一可行的選擇。這項年度美食盛會每年都吸引無數的美食與美酒愛好者，而且一直是商戶進行銷售及推廣品牌的良機。為彌補被取消的活動，我們將『香港盛宴 11 月』的規模擴大了三倍，並首次增設『美酒「醉」優惠』網店，為參展商提供宣傳渠道，推廣其精選酒品。最終，大部份『香港美酒佳餚巡禮』的參展商都有參與，共約 120 家商戶為消費者提供低至 7 折的佳釀精選優惠。」

連同「美酒『醉』優惠」網店商戶，2019 年的「香港盛宴 11 月」網羅了城中 600 家食肆及酒商參與，打破歷年紀錄，更比 2018 年參與商戶數目多出五倍。



無損互信

洪忠興在總結時，以樂觀的態度說：「我們非常感恩的是，旅發局在過去多年，與贊助商、不同的活動主辦單位、夥伴、政府部門及參加者建立了穩固的互信關係。當我們決定取消『香港龍舟嘉年華』後，便立刻為訪港參賽隊伍安排觀光及在城門河練習的體驗，確保他們在港有個豐盛之旅。健兒們都十分體諒，並表示日後會再來港參賽。這種互信，全賴我們團隊長年累月與持份者溝通，及年復年落力籌辦國際盛事，亦讓香港成為獨一無二的『盛事之都』。」

2019/20 年度節目及旅遊產品拓展部工作重點

旅發局主辦活動

香港電競音樂節

- 首度與「香港動漫電玩節」推出「兩項活動，一張門票」安排
- 活動三天內吸引近 8.5 萬名參加者，比 2018 年增加 1 萬人次
- 電競比賽項目透過 9 個社交及串流平台直播，全球共 1,200 萬人次收看
- 全球宣傳效益達 3,800 萬港元
- 項目於 2020 年贏得 4 項「營銷活動大獎」獎項

香港盛宴 11 月

- 擴展活動期限至 3 個月
- 與網上美食及旅遊平台「肥美達人」(FeedMe Guru) 及「客路」(KLOOK) 聯合推出食肆優惠
- 活動獲 600 家商戶響應，比 2018 年參與商戶數目多出五倍
- 約 120 家酒商參與「美酒『醉』優惠」網店推廣

香港除夕倒數

- 加強版「幻彩詠香江」燈光音樂及煙火匯演吸引超過 4.6 萬觀眾於維港兩岸觀賞

獲旅發局支持的盛事

香港國際七人欖球賽

- 活動媒體報導數目逾 600 篇
- 全球宣傳效益達 1,700 萬港元
- 社交媒體曝光達 3,000 萬

大坑舞火龍

- 參與者對活動滿意度達 8.9 分 (10 分為滿分)
- 來年再度參與意欲達 91%

2019/20 越野跑賽事

- 知名跑手社交媒體訪問片段曝光逾 1,200 萬

第 61 屆香港高爾夫球公開賽

- 吸引了 126 家來自世界各地的媒體
- 活動盛況廣播全球率近 2.2 億戶

香港 • 藝術 靈感交織

- 加強支持城中十多項藝術活動及網上體驗，宣傳逾 300 間本地及海外藝術機構及藝廊