



公關宣傳及旅客服務

梁美寶

企業事務總經理及美洲區域幹事

維持國際形象 提供即時服務

「當旅遊業正在探索新常態之際，
旅發局將繼續致力為旅客提供一流的
服務，提升香港的國際曝光。」

在社會事件及 2019 冠狀病毒病疫情下，帶領團隊負責公關宣傳及旅客服務工作的企業事務總經理梁美寶直言：「2019 至 2020 年間，香港成為國際矚目的城市，因此確保客源市場及旅客獲得正確資訊及正面訊息，是我們公關宣傳和旅客服務的首要工作。」

「在公關宣傳方面，我們挑選幾項在港舉辦多年的大型活動，增加宣傳曝光，並積極游說國際和地區媒體來港拍攝，維持香港在國際上的正面形象。與此同時，我們亦加強了旅客服務，利用數碼平台和技術，希望不論是在旅客抵港前，和在港期間，都能為他們提供充足資訊，盡量減低不便，帶給他們滿意的香港旅程。」

向世界發放香港的魅力

團隊其中一項策略是，集中利用國際主要媒體的影響力，縱使記者未必能親身來港體驗，仍能將香港的訊息發放，維持香港的國際曝光。

以旅發局兩項大型活動為例，其中除夕夜舉行的加強版「幻彩詠香江」燈光音樂匯演，旅發局事前主動邀請不同的國際及國家級媒體採用旅發局提供的直播訊號，最終全球有逾 60 個媒體直播，錄得超過 1,500 篇報道，為香港帶來逾 8,200 萬港元的宣傳效益。至於「香港電競音樂節」，旅發局今年繼續與美國的 CNBC 合作，以現場報道形式直擊活動情況，希望借助 CNBC 的龐大觀眾網絡，介紹這項年度盛事，節目覆蓋逾 1 億戶觀眾。



另一方面，在 2019 冠狀病毒病疫情爆發前，旅發局亦積極游說國際和地區媒體來港拍攝。梁美寶指，公關團隊協助了 Discovery Channel、Nat Geo People、台灣東森電視、澳洲 Network Ten 等電視頻道的製作組在港拍攝，希望透過節目介紹香港的美食、地道文化及戶外景色等，節目已陸續在東南亞、台灣、內地、美國、歐洲及澳洲等地播放，希望令各地旅客會記住香港的多元旅遊體驗，提升他們日後訪港的興趣。

她特別提到，旅發局總辦事處去年與加拿大辦事處一同與國際串流平台 Netflix 洽談來港拍攝的機會，最終成功鎖定對方來港，並全程協助拍攝自家原創節目《海景餐廳急救隊》。

梁美寶雀躍地說：「雖然每集節目僅長 47 分鐘，但香港不單是首兩季節目中，唯一介紹的亞洲城市，更重要是有機會向全球逾 1.6 億用戶介紹香港。」

「我們也很高興邀請到電影製作人 Stephen Friedman 來香港拍攝其旅遊特輯《Chasing the Sun》，介紹本地獨有的文化、美食及大自然美景，而該特輯其後已在享譽國際的 Nat Geo People 頻道上播放。」



由在地人製造口碑

另一個向海外宣傳香港的渠道，便是透過旅居香港的人士建立口碑。梁美寶透露，「『就在 • 香港』宣傳計劃的目的之一是做好本地氣氛，傳達正面訊息予客源市場，因此，旅發局加強了針對居港的外籍及內地人士為讀者的傳媒報道，希望可以吸納他們成為香港的旅遊大使，向內地或海外的親友，推介香港。」

HONG KONG
living

WEEK END ER

Experience Hong Kong with far less crowds and lots of hot deals

Hong Kong Tourism Board has launched **Hong Kong is ON** this December, featuring a range of unbeatable deals on everything from flights to hotels, attractions to dining.

More than 160 restaurants have signed up with HK IS ON to offer discounts including 30% off and buy-one-get-one-free from December 18 and well into 2020. If that isn't exciting enough for you, surprise offers (with up to 70% off) at selected restaurants will be announced every week.

SCOP
Experience The Very Best Of Hong Kong For Less!

It's no secret that we're home to some magical sights. From its high buildings and stunning views, to its lush greenery, hiking trails and bustling neighborhoods, there's a whole lot to love about Hong Kong. And that's before we even get to the amazing variety of food on offer and things to do and see. For the year we've set to represent the New Year, we're getting set to make 2020 the best year yet and truly make the most of our city. To do this, we're launching the new **Hong Kong is ON** to bring you unbeatable discounts and deals across attractions, shops, hotels, restaurants and more. Head over to discover all the details!

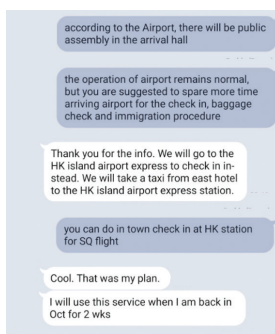
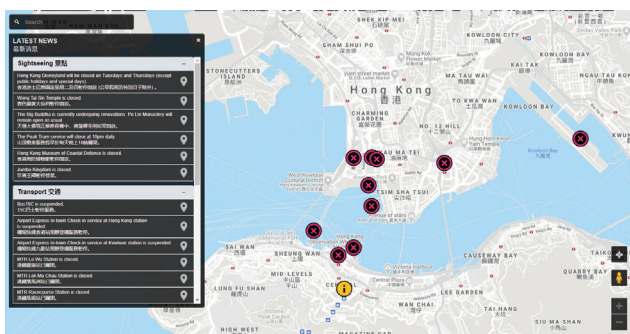
READ MORE

借助科技 為旅客提供實時服務

在協助旅客方面，梁美寶指出，過去一年，遊客查詢內容和性質都出現了變化。她解釋，「訪港旅客雖然有所減少，但主動聯絡旅發局的旅客當中，所需的協助比以往急切，不少更是利用即時通訊軟件如 LINE 與我們聯絡。有見及此，旅發局便調配更多前線同事往後勤支持網上的服務，協助解答旅客提問。旅發局同事亦多行一步，只要旅客來港前曾與我們聯絡查詢，我們都會記下他們來港的行程，當他們在港期間，便透過即時通訊軟件，通知及提醒他們最新情況。」

她續說，「不少旅客向我們反映，實時資訊對他們幫助很大，因此旅發局推出『Live Map』實時地圖，旅客只要瀏覽網站，所有即時資訊都會圖象化地呈現，哪條道路暫時封閉、交通工具受阻等，都一目了然。」她續說，「我們亦主動與酒店、商場分享『Live Map』，方便他們即時為旅客提供資訊。事實證明，旅客對實時資訊的需求殷切，高峰期『Live Map』單日瀏覽量近 1 萬。」

梁美寶總結時直言，「當旅遊業正在探索新常態之際，旅發局將繼續致力為旅客提供一流的服務，提升香港的國際曝光。無論前面有多巨大的挑戰，我們的使命是盡一切所能，使香港成為旅客首選的旅遊目的地。」



Reviewed by edwinc211
10 Aug 2019

helpful staff. HK buddy LINE app is useful



Awesome staff and provided HK buddy LINE with QR code which is most useful to ask questions on the your visit. HK buddy LINE provided other alternative shopping on the disruption protest day and updated on status on the airport situation before I made the trip back home! Appreciate the HK buddy LINE app as a companion during my stay!

2019/20 年度企業事務部工作重點

公關宣傳

香港電競音樂節

- CNBC 直播覆蓋亞太地區接近 1.1 億戶觀眾

香港除夕倒數

- 逾 60 家環球媒體（電視、網上及社交媒體）直播匯演，包括 CNN、BBC、CBSN 等
- 本地及國際媒體的活動報導超過 1,500 篇
- 全球宣傳效益達 8,200 萬港元

媒體合作節目：Netflix《海景餐廳急救隊》

- 全球觀眾達 1.6 億
- 宣傳效益逾 2.6 億港元

旅客服務

- 旅客諮詢中心接待的旅客人數：逾 120 萬人
- 網上平台解答查詢：24 萬宗
- 支援服務獲逾 530 旅客讚賞