



# POWER UP HONG KONG

香港旅遊發展局  
年報 2015/16





# POWER UP HONG KONG

## 邁向旅業新時代 全力推廣體驗式旅遊

香港維多利亞港的迷人景致聞名遐邇。每逢入夜，維港兩旁的大廈亮起燈光，令香港顯得更加璀璨迷人。當香港旅遊業面對挑戰時，政府、旅遊業界以至社會各界均團結一致，齊心為旅遊業注入動力，一起邁步向前。香港旅遊發展局（旅發局）亦於年內加強推廣，向全球旅客展示香港豐富多元的旅遊體驗。





# 目錄

<b>主席及總幹事獻辭</b>	<b>4</b>
主席獻辭	6
總幹事導言	8
<b>香港旅遊發展局成員</b>	<b>10</b>
<b>旅遊業概況</b>	<b>14</b>
訪港旅客人次	16
與入境旅遊相關的總消費	16
過夜旅客人均消費	17
過夜旅客平均留港時間	17
過夜旅客整體滿意度	17
<b>策略重點</b>	<b>18</b>
香港 FUN 享夏日禮	21
海外推廣	26
市場推廣	40
公關宣傳	42
精采盛事	46
業界合作	56
會展旅遊	58
郵輪體驗	62
優質服務	64
一程多站	66
<b>旅遊業及社區關係</b>	<b>68</b>
<b>獎項與殊榮</b>	<b>76</b>
旅遊目的地－香港	78
香港旅遊發展局	79
<b>企業資訊</b>	<b>82</b>
企業管治	84
其他資訊	88
<b>全球辦事處及地區代辦</b>	<b>90</b>
<b>獨立核數師報告</b>	<b>92</b>









# 主席及總幹事獻辭

## 高瞻遠矚 推動旅業發展

旅發局主席及總幹事回顧過去一年的發展，  
並展望未來旅遊業面對的機遇和挑戰。



## 主席獻辭

香港旅遊業在 2015 年經歷了充滿挑戰的一年，多個市場的表現不一。內地市場方面，由於內地政府收緊簽注規定，由「一簽多行」改為「一周一行」，加上一些影響香港好客形象的個別事件，令來自中國內地的旅客數字自 2003 年以來首度下跌。

與此同時，港元匯率持續高企，也對部分國際市場的表現產生影響。但在下半年，部分主要市場，包括美國、日本、

南韓、菲律賓及泰國的旅客數字都有顯著上升，成績令人鼓舞。

正如單車手面對爬山賽道一樣，我們有一段時間會面對很大挑戰，需要旅遊及相關業界團結努力，才可以恢復增長動力。我很高興見到旅發局的同事、業界夥伴及政府各部門，像專業的運動員一樣，同心展現堅毅的意志，並一直緊密合作，迎難而上。



說到運動，我們去年舉辦了第一屆「香港單車節」，除了展現香港其中一項旅遊體驗，亦吸引了來自 17 個國家和地區共 3,600 名參賽者，更成功爭取國際媒體報道，讓全球觀眾都看到香港的活力與動感。

除了單車節，我們創新的意念和努力，亦是令旅遊業重拾上升動力的重要原因。我們首度與台灣合作，攜手在北美市場推廣一程多站行程，吸引了更多旅客到訪亞洲以至香港。而我們在會展獎勵旅遊方面所作出的努力亦沒有白費，吸納了知名度極高的活動來港，更成功吸引他們繼續在港舉行多屆活動。

在「香港 FUN 享夏日禮」推廣活動中，我們很高興得到業界的大力支持，齊心向海外市場展示香港全年多元化的旅遊特色。我十分感激政府繼續在我們的活動中投放資源，並成立配對基金支持景點在海外的推廣工作。

我們的努力已漸見成果，旅遊業的整體氣氛開始有改善。但我們的前路並非一帆風順，仍然需要我們繼續創新，盡每一分努力，才能跨過前面的障礙。一如任何團體運動，要在其他競爭對手中脫穎而出，我們必須團結才能成事。

憑藉與業界夥伴及政府部門通力合作，集合各界的創意和實力，我深信，我們能為旅遊業注入新動力，邁向更廣闊的新境界，令來自不同國家及地區的旅客，不論是首次來港，還是再度到訪，都會對香港這個亞洲國際都會留下深刻印象。

林建岳

香港旅遊發展局  
主席  
林建岳博士



## 總幹事導言

一位古代哲人曾經說過：「變化才是永恆不變的定律」。在過去的 12 個月，我們面對環境的連番變動：旅客的行為模式及旅遊趨勢持續改變，挑戰香港作為區內領先旅遊勝地的地位；港元持續偏強，令訪港成本增加；而本地一些社會內部因素，亦影響了香港的好客形象。對於旅遊業這個極易受外圍因素影響的行業來說，這些變動對我們的衝擊實在不少。

既然變動與挑戰不能避免，我們採取甚麼方式來應對，

則會成為成功與否的關鍵，亦會對旅遊業的將來產生重大影響。

一直以來，香港賴以成功的因素，就是我們能夠以創新思維，靈活變通面對各種情況。所以，在這個時刻，我們更加必須倚助這些元素，採用有效的手法，推動香港旅遊業繼續向前。

為了吸引更多旅客到訪，保持旅遊業的動力，旅發局在大

型活動、市場推廣、公共關係和業界合作方面投放了大量資源，加大力度進行宣傳。

首先我們集中推廣香港獨特的一面，並通過舉辦或支持各項大型活動，顯示香港的多元旅遊特色和活力。透過全方位的市場推廣及公關宣傳，我們向全球消費者展示如何在一次香港旅程中，按照他們的喜好，享受不同的體驗。

我們也與業界夥伴緊密合作，推出更吸引的旅遊套票及優惠。「香港 FUN 享夏日禮」正好體現了旅遊業界如何各在其位出一分力，為旅客締造一個難忘、充滿歡樂的旅程。

我們也著力加強推廣香港的好客形象，例如與內地名人和意見領袖合作，借助他們的平台宣傳香港的旅遊特色和好客形象，另外亦與媒體推出正面的新聞特輯。我們也大力推廣「優質旅遊服務」計劃及「優質誠信香港遊」，確保每名旅客都可得享優質旅遊體驗。

除此之外，我們亦作出多項新嘗試，為業界開拓更多商機。除了現有的「新旅遊產品發展及經費資助計劃」外，我們亦獲得政府的額外撥款，推出「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金資助計劃」，協助業界推出更優惠的旅遊產品，吸引更多旅客到訪。

過去一年，旅遊業的發展的確受到多項挑戰影響。然而，雖然面對很多困難，香港仍然是區內首屈一指的旅遊城市，每年吸引過千萬旅客，到訪旅客的數字在區內排行第二，僅次於中國內地。而過去 10 年旅客數字的增長更是其他城市無法比擬。更令人鼓舞的，是近期各界的努力已見成效，所以，我們絕對有理由對前景保持樂觀。

我希望藉此感謝政府與業界夥伴過去多年來對我們的支持和鼓勵。我們同屬一個團隊，有豐富創新的意念，只要我們在各自的崗位發揮所長，必能令香港的旅遊品牌繼續在世界版圖上佔重要一席位，吸引更多旅客慕名前來，為旅遊業翻開新一頁。



香港旅遊發展局  
總幹事  
劉鎮漢









# 香港旅遊發展局 成員

## 卓越領導 致勝關鍵

來自各界的專才，帶領旅發局邁步向前，合力鞏固香港為亞洲區內世界級旅遊城市的地位。

# 香港旅遊發展局 成員

截至 2016 年 10 月在任的成員



**林建岳博士，GBS**

(主席)

麗新集團

主席



**朱曼鈴，JP**

(副主席)

香港特別行政區政府

商務及經濟發展局

旅遊事務專員



**陳子政，BBS, JP**

(稽核委員會主席)

東亞銀行有限公司

高級顧問



**陳覺威**

香港酒店業協會

主席



**周啟良**

(財務及編制委員會主席)

香港貿易發展局

副總裁



**周允成**

周生生集團國際有限公司

董事兼副總經理



**梁偉賢爵士**

(產品及活動委員會主席)

樂古印務有限公司

常務董事



**麥炳良(又名麥華章)**

香港經濟日報集團有限公司

香港經濟日報、晴報及 U Magazine  
社長



**那巴利**

(市場推廣及業務發展委員會主席)

環美航務

集團營運總監



**龐建貽**

大亞國際集團有限公司

創辦人及董事總經理



**施南生**

電影工作室有限公司

執行董事



### 譚允芝，SC

資深大律師  
香港大律師公會主席



### 唐偉邦

香港太古集團有限公司  
公共事務董事



### 胡兆英，BBS, MH, JP

香港旅遊業議會  
名譽顧問



### 胡文新，JP

合和實業有限公司  
董事總經理



### 楊碧瑤

富豪酒店國際控股有限公司  
執行董事兼首席營運官



### 楊美珍

香港鐵路有限公司  
商務總監  
(註 i)



### 葉詠詩，BBS, JP

香港小交響樂團  
音樂總監  
(註 ii)



### 余葉嘉莉

羅兵咸永道會計師事務所  
零售及消費品行業  
合夥人  
(註 iii)



### 袁麗鳳

新龍旅遊有限公司  
董事總經理

註：

- (i) 任期由 2016 年 3 月 1 日起生效。
- (ii) 圖片提供：Yvonne Chan
- (iii) 任期由 2015 年 8 月 1 日起生效。
- (iv) 截至 2016 年 3 月 31 日止年度內曾經在任的旅發局成員如下：  
陳苑芬女士於 2015 年 7 月 31 日離任；  
伍穎梅女士於 2016 年 2 月 29 日離任。









# 旅遊業概況

## 抗壓求強 跨越挑戰

2015年，香港旅遊業面對種種挑戰，  
各界團結一致，迎難而上。

# 旅遊業概況



訪港旅客人次

**5,931** 萬 | -2.5%

- 過夜旅客人次  
**2,669** 萬 | -3.9%
- 不過夜旅客人次  
**3,262** 萬 | -1.4%



與入境旅遊相關的總消費

**3,322.9** 億港元 | -7.5%







過夜旅客人均消費

**7,234** 港元 | -9.1%



過夜旅客平均留港時間

**3.3** 晚 | 不變



過夜旅客整體滿意度(滿分為10分)

**8.2** 分 | 不變











## 策略重點

### 創新意念 推廣多元旅遊體驗

旅發局在市場推廣及各項宣傳活動上積極創新，吸引更多旅客到訪。



年度最大型推廣：  
「香港 FUN 享夏日禮」

P 21



海外推廣

P 26



市場推廣

P 40



公關宣傳

P 42



精采盛事

P 46



業界合作

P 56



會展旅遊

P 58



郵輪體驗

P 62



優質服務

P 64



一程多站

P 66



# 香港FUN享夏日禮



「香港 FUN 享夏日禮——大買·愛吃·玩不停」大型活動，包羅豐富旅遊體驗和大量優惠，為旅客帶來最意想不到的驚喜。我們聯同業界夥伴，合力推出多款具吸引力的旅遊產品、抽獎和全城優惠，令旅客到訪香港更稱心。此外，我們也大力進行各項公關活動及消費者宣傳推廣，成功把這個夏日大型推廣辦得有聲有色，展示了業界提振香港旅遊業的決心。

## 計劃行程階段

完美的假期需要周全的策劃，我們明白需要為消費者提供一些靈感，讓他們規劃好行程，充分利用假期。因此，我們展開 360 度全方位的宣傳攻勢，早在消費者計劃行程的階段就讓他們知道香港夏日的景點與特色，吸引他們來港。我們把這些豐富的優惠集合起來進行推廣，促使消費者覺得來香港旅行物有所值。

## 大規模消費者宣傳活動

### 全新電視宣傳片「大買·愛吃·玩不停」

這段 30 秒的宣傳片，重點推介「香港 FUN 享夏日禮」期間，旅客在香港可以享受到的最佳購物、餐飲和玩樂體驗。此短片在 Discovery Networks、霍士頻道、衛視國際電影台、美國有線電視新聞網、英國廣播公司新聞頻道、國家地理頻道，以及其他地方頻道播放。

### 數碼推廣

我們也通過主要的數碼平台，例如 YouTube、Google 及我們本身的網站和社交媒體帳戶，向更多消費者推介香港夏日的精采節目。在「香港 FUN 享夏日禮」正式啟動之前，我們在社交媒體平台展開倒數推廣，每天送出免費遊香港的獎品，營造熾熱氣氛。此外，我們在各地市場也展開不同的推廣活動：

台灣：利用蘋果日報網站、知名博客及意見領袖的數碼平台，發放有關夏日遊香港的資訊，引起年輕及中年在職人士到訪香港的興趣。

南韓：邀請 YouTube 紅人 Jeongju 及著名博客 Hyeinny 發表有關「香港 FUN 享夏日禮」的創新內容，利用他們的知名度提高南韓年輕人的訪港意欲。

東南亞：為了接觸不同客群，我們在東南亞跟不同的網絡平台合作推廣香港夏日遊，包括新加坡的旅遊網站 Skyscanner、菲律賓七個親子博客，以及馬來西亞的生活入門網站 Wanista。

澳洲：展開 #MyHiddenHK 用戶原創內容比賽，結果一共獲得 2,766 份參賽作品。另外，時尚達人兼博客 Geneva Vanderzeil 在其網誌「A Pair & A Spare」發表的多媒體內容，有超過 340 萬人瀏覽，更成功吸引讀者到訪 DiscoverHongKong.com 網站。

### 線下推廣活動

台灣：為了提升活動的曝光，我們在台北車站及平面媒體投放海報廣告，包括捷運報《U-paper》及《蘋果日報》。

東南亞：我們在東南亞多國的報章、雜誌和電台推出促銷廣告，包括菲律賓的《Philippines Daily Inquirer》和《Philippine Star》、印尼的女性週刊《Femina》，以及馬來西亞的《星洲日報》及電台「988 FM」與「Suria FM」。

南韓：與樂天集團合作，於一個月內，在該集團全國 214 間戲院播放「大買 · 愛吃 · 玩不停」的宣傳片。

### 公關宣傳

我們主要的宣傳手法，是安排傳媒活動及訪港考察團，推介夏日的精采優惠，同時夥拍區域電視頻道製作旅遊節目，包括 Discovery Networks。此外，我們也邀請海外名人親身體驗「香港 FUN 享夏日禮」的各種禮遇與城中優惠，並借助媒體的報道，創造持續的宣傳效果。

日本：2015 年香港觀光親善大使「GENERATIONS from EXILE TRIBE」訪港行程，總共獲得電視、網絡及平面媒體作出 225 篇報道。

東南亞：我們亦安排泰國 Channel One、馬來西亞 Astro TV 及印尼 Trans TV 等電視台來港拍攝旅遊節目。

除此之外，我們也邀請目標市場的數位名人參與推廣「即到即賞」環節，利用他們的知名度產生更多報道與曝光。這些名人包括：

- 台灣演員鄭元暢，
- 南韓演員池珍熙，以及
- 英國時尚達人兼電視節目主持人溫國興。





## 與業界夥伴合作

### 城中優惠

多家商戶推出優惠或電子優惠券，旅客可以在赴港前，於 DiscoverHongKong.com 網站、「香港·我的智遊行程」應用程式或支付寶下載電子優惠券，盡享各種禮遇。

### 酒店優惠

在「香港 FUN 享夏日禮」推廣期間，香港酒店業主聯會及香港酒店業協會的會員提供非常吸引的住宿優惠，旅客可以通過旅發局的活動專頁直接訂房。

### 旅遊套票優惠

我們的全球辦事處聯同航空公司及相關業界，提供超值的套票優惠。

中國內地：我們跟香港迪士尼樂園、國泰航空公司、港龍航空公司、香港海洋公園、昂坪 360 及天際 100 香港觀景台等業界夥伴合作，通過多個旅遊網站推出夏日主題旅遊產品，包括攜程旅行網、途牛旅遊網、驢媽媽旅遊網及芒果網，務求在「香港 FUN 享夏日禮」期間吸引更多中國內地旅客到港。

台灣：我們聯同五間航空公司和 13 間旅行社，在全台灣推出超值旅遊套票。

日本：我們與香草航空公司及旅遊網站 H.I.S 攜手推出特別優惠，並在不同的平台宣傳香港一系列精采航拍短片，以及藝術家兼攝影師 Yosuke Imai 發表的動人圖文創作，以吸引更多日本旅客。

南韓：我們夥拍國泰航空公司展開一個月的「老闆，我要請假」推廣活動，提供特價機票，並且每天送出免費機票，讓勝出的參賽者免費赴港。

東南亞：我們聯同 Expedia 在泰國、新加坡和馬來西亞推出優惠，同時與航空公司合作，通過網絡媒體平台推出物超所值的優惠，爭取更多旅客在夏日訪港。

澳洲：我們跟 Flight Centre 及澳洲航空公司推出獨家優惠，並且利用他們強勁的市場平台進行更多推廣活動。此外，我們也跟其他旅遊網站合力促銷，包括 Expedia、TripAdvisor 和 Zuji。

搭乘國泰及港龍航空  
FUN享香港精彩夏日禮  
機票加酒店 只需880元起\*

MY TIME FOR 香港·夏日享樂之時  
SUMMER FUN

\*此價格為機票加酒店，未含相關稅項及附加費，備受規則及條款限制。

國泰航空公司 | 港龍航空 | 香港旅遊發展局

MY TIME FOR 香港·賞味盡興之時  
TREATS

華航快閃香港  
三天二夜 自由行 NT\$6,888 元起  
(含酒店)

China Airlines | 香港旅遊發展局

## 到埗香港

所有旅客一抵達香港國際機場，即獲得夏日驚喜禮品。每人均獲贈一份 VIP 歡迎禮包，裡面附有我們與業界合作提供的豐富優惠及活動資料，讓旅客輕鬆享受在港旅遊。

### 「即到即賞」抽獎活動

- 所有旅客到達香港國際機場後，即可參加旅發局主辦的「即到即賞」抽獎活動。
- 我們一共派發了逾 240 萬份獎品，總值超過 5 億港元。
- 豐富的獎品包括免費住宿、餐飲優惠、優惠券，以及合共 30,000 張現金券（每張面值 100 港元），可以供旅客在國泰航空公司及港龍航空公司航班上購物。

### 手機服務優惠

- 手機服務供應商 CSL 為所有經由香港國際機場到達的訪港旅客，免費提供 7 天 Wi-Fi 通行證。





## 城中優惠

每位旅客可以憑著在香港國際機場獲贈的「VIP卡」，享受「優質旅遊服務」計劃認證商戶、旅遊業界、零售商戶及餐廳提供的多項優惠。

- 參與商戶會在店鋪擺放活動標誌，讓旅客容易識別。
- 超過 10,000 間參與店鋪提供各種產品與服務優惠。

我們亦在主要景點及透過多個渠道播放電視廣告宣傳片，同時設置戶外廣告，營造全城「大買·愛吃·玩不停」的氣氛，提升在港旅客對「香港 FUN 享夏日禮」活動的認識。



## 離境

旅客離境前，可以參加壓軸的「百萬富翁遊香港」大抽獎，十位終極幸運兒可以攜同一名親友以「富豪級」的待遇重遊香港。

這趟豪華的四日三夜旅程，包括乘坐由國泰航空公司或港龍航空公司送出的免費往返香港商務客位，然後入住豪華酒店套房，加上私人轎車接送、水療服務和米芝蓮美饌體驗等。另外，旅客還可以獲得 5 萬港元消費額、價值 1 萬港元的禮遇卡，以及最新型號的手機。

- 夥伴贊助的禮品總值超過 400 萬港元。
- 我們在多個不同的社交媒體平台，分享「百萬富翁遊香港」勝出者重遊香港的豪華之旅，為香港爭取更多的曝光。



# 海外推廣

旅發局的重點工作是投放資源提升香港在國際的知名度。我們致力增加過夜旅客人次，並鼓勵旅客延長留港時間及增加人均消費。本部分載述我們全球各個辦事處如何透過公關宣傳、市場推廣和業界合作，致力鞏固香港的正面形象。

## 中國內地

中國內地是我們最大的客源市場。我們竭力與所有業界夥伴維持緊密聯繫，同時，我們的另一個工作重點，是令訪港的休閒或商務旅客，均對香港留下深刻、正面的印象。

### 透過媒體和重要意見領袖的平台，建立情感聯繫及重建好客形象

為推廣好客形象，吸引內地旅客訪港，我們與旅行者傳媒（旅行者）合作在全國推出一系列觸動情感的影片，市場反應十分正面。我們亦再接再厲，在九份報章及 LY.com 等網上旅行社投放廣告文稿，進一步推進「優質旅遊服務」計劃和「優質誠信香港遊」的消費者教育。年內，我們亦借助發展迅速的數碼渠道，邀請到蔣欣和郭濤等多位內地名人和重要意見領袖，透過他們的社交平台發放信息，協助提升香港的知名度。

#### 成效

- 與旅行者合作帶來的宣傳效益：  
1.43 億港元





## 大規模業界合作項目

我們與多個業界夥伴合作，推出旅遊套票優惠吸引旅客，這些夥伴包括內地受歡迎的旅遊網站阿里旅行、國泰 / 港龍航空及中國東方航空等。此外，我們亦已在新浪、支付寶和大眾點評網這些數碼平台上，推出「香港·優惠」的特設窗口，積極發放最新消息和推廣優惠，刺激旅客消費。



### 成效

- 「香港·優惠」計劃用戶人數增加380%。

## 宣傳香港作為亞洲會展及郵輪旅遊中心

透過針對企業與消費者的推廣，我們有效加強香港作為亞洲會展及郵輪旅遊中心的形象。在 2015/16 年度，為展示香港的會展旅遊特色及建立業務聯繫，我們在北京和上海宴請及聯繫 50 位企業決策人，並安排 18 家來自中國內地協會組織的大型會議主辦機構來港考察。另外，在郵輪旅遊方面，我們邀請流行歌手張敬軒在郵輪上拍攝一系列相片，展示郵輪旅遊的產品和各項特色。之後，我們舉辦一連串宣傳活動，並安排重要意見領袖和傳媒考察，務求增加有關香港郵輪旅遊的報道。



### 成效

- 郵輪旅遊推廣活動產生的宣傳效益：519 萬港元



## 台灣

我們透過宣傳香港精采的大型盛事，推廣香港在不同時節的旅遊特色，加強台灣旅客的訪港意欲。

### 香港單車節

在舉行首屆香港單車節前，我們為台灣業界夥伴組織了多次考察團，協助他們設計更具吸引力的單車旅遊行程。最終，多位台灣旅客報名參與賽事，而台灣市場亦開始推出悠閒單車遊。





## 香港繽紛冬日節

我們邀請歌手盧廣仲及電視旅遊節目主持人瑞瑪席丹來港，體驗香港精采的冬日活動，並拍攝了兩段宣傳影片及推出一個網上互動宣傳活動，成功引起台灣年輕人對香港獨特生活文化的興趣，吸引他們來港感受香港繽紛冬日節的浪漫氣氛。

### 成效

- 影片觀看次數：2,693,671



## 香港 72 小時

除借助香港大型盛事來宣傳外，我們亦在台灣推出消費者推廣活動。該活動包括製作了一段短片，展示在短短三日內可以感受到的香港旅遊體驗。影片深得台灣觀眾歡心，在當地引起了廣泛關注，吸引民眾積極參與相關的攝影比賽，以贏取一次香港旅程。這個宣傳計劃提升了台灣民眾的訪港意欲，更有助推動之後一連串的「香港 FUN 享夏日禮」宣傳活動 (p.21-25)。



## 日本

在日本市場，我們與不同界別合作，透過邀請名人代言、傳媒合作及業界交流，並借助他們的接觸面和力量，加大我們的推廣力度。

### 名人代言

我們在 2015 年委任日本偶像組合 GENERATIONS from EXILE TRIBE 為「香港觀光親善大使」，並透過各種渠道宣傳他們的香港之旅，包括在受歡迎的電視節目「King's Brunch」中亮相 20 分鐘，推介香港。他們亦發佈一系列影片和相片，透過各個數碼平台和日本旅遊博覽會等消費者展覽，成功吸引日本年輕人。

### 傳媒合作

《FRaU》雜誌出版特刊，介紹香港鮮為人知、但值得一試的飲食和文化特色。特刊不但隨附羅列各個時尚景點的地圖，更請到男星瀧澤秀明拍攝封面，並在東京和大阪火車海報上介紹，令此特刊大受歡迎。

### 業界交流

2015 年，我們邀請了 10 位日本旅遊業界貴賓出席一次高層考察團，參與香港美酒佳餚巡禮，並到訪西貢，以進一步了解香港的旅遊特色。我們另外邀請了 43 家日本業界夥伴的產品經理來港進行業務交流，與本地業界會面，成果豐碩。

### 成效

- 相關的數碼比賽於一個月內吸引了 12,000 名參加者。
- 首批刊印 50,000 份地圖，但由於大受歡迎，在業界夥伴要求下額外刊印 25,000 份地圖。





## 南韓

電視文化及其影響力於南韓舉足輕重。因此，我們善用業界夥伴的支持，致力物色電視台來港拍攝，並借助名人的號召力為香港爭取曝光。

### 「拜託了冰箱」

這個在首爾 JTBC 頻道播放的高收視電視節目，特意在香港拍攝，請來兩地名廚比拼廚藝。樂隊 Super Junior M 的 Henry 亦在這一集亮相擔任客席主持，產生數百則傳媒報道，並在社交平台上引起熱烈討論。



#### 成效

• 宣傳效益：5,600 萬港元



### 「一夜玩盡精采香港」

10 月份，我們與真航空合作舉行策略性消費者宣傳計劃，推出特惠機票，讓 20 位旅客贏得來港旅程。當中，他們參加獨特的電車派對，之後更到香港美酒佳餚巡禮體驗香港的美酒美食。KBS 2TV 為這個精采好玩的旅程拍攝影片，並於黃金時段內在全國廣播。



#### 成效

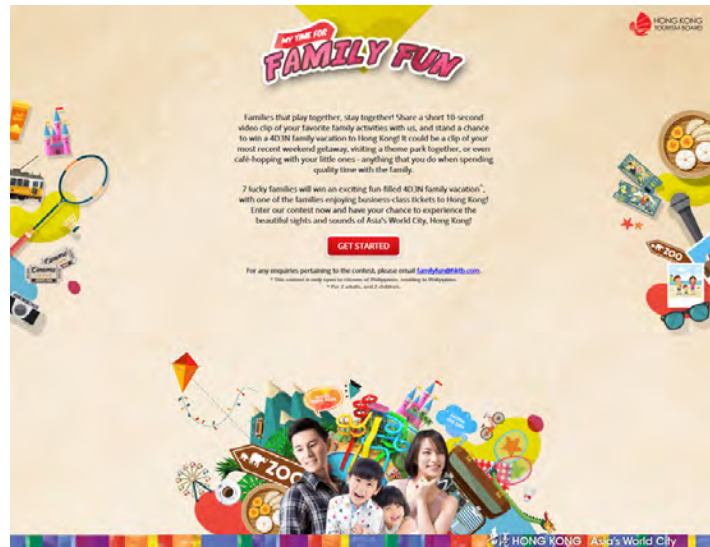
• 宣傳效益：720 萬港元

## 東南亞

對各個客源市場有深切認識，是在東南亞成功規劃並實行各項工作的關鍵。我們憑藉對市場的了解，在創意宣傳計劃和業界活動中，加入豐富的當地色彩，令我們的推廣更有效打動消費者。

### 切合當地的宣傳計劃

菲律賓民眾擅長使用數碼科技，而且家庭觀念很重，我們特別在 Facebook 舉辦為期三星期的影片拍攝比賽，邀請他們提交展示家庭親密關係的 10 秒鐘短片，以贏取七套（菲律賓的幸運號碼）往返香港的雙人機票。



#### 成效

- 收到的影片數目：3,900
- 觀看次數：超過7,000萬

我們知道很多泰國消費者為虔誠教徒，因此特別邀請兩位名人 Yok 和 Gypso 於農曆新年期間訪港，參觀寺廟為新一年祈福，並體驗各種傳統儀式，同時安排了六家傳媒報道他們的旅程。其後，我們在泰國國際旅遊展舉行傳媒午宴，再邀請另外 20 家傳媒機構參與，介紹二人行程。



#### 成效

- 宣傳效益：超過100 萬港元



## 業務交流團及消費者展覽會

除組織業務交流團到訪馬來西亞、菲律賓和泰國，讓超過 500 名當地旅遊業界代表與香港業界洽談商機外，我們亦於 2 月參加菲律賓國際旅展及泰國國際旅展，並推出優惠旅遊產品，以吸引兩地旅客於即將來臨的學校假期到訪香港。

## 業界合作

我們與航空公司和網上旅行社合作，於馬來西亞、新加坡和泰國推出優惠，針對當地年輕及中年在職人士，吸引他們於短假期間到訪香港。於 2016 年首個季度，這些合作成功增加訪港旅客數字，而合作夥伴的香港套票銷量更錄得雙位數字增長。

另外，我們在東南亞各市場進行多項推廣，以提升旅客對香港的認知，並鼓勵他們親身到香港體驗。當中特別為「香港 FUN 享夏日禮」(p.21-25) 而進行的媒體合作、具吸引力的業界優惠以及博客宣傳成效尤其顯著。

supported by  
**HONG KONG TOURISM BOARD**

**hong kong: the perfect getaway**

haggle at the bustling night markets, hike up the dragon's back, or explore the various theme parks for some high-octane entertainment. with a dizzying array of nightlife, shopping and dining options, hong kong truly is the perfect getaway. book now to enjoy this exciting promo.

**hong kong \$79\***  
all-in one-way fares from  
travel dates: 22 jun + 26 jul 2016 and 1 + 30 sep 2016

tigerair.com  
book by 20 feb 2016

tigerair

Fly from Kuala Lumpur

**HONG KONG 179**  
RM

Book from 11 till 17 Jan 2016  
Travel from 10 Apr till 30 Jul 2016

We'll take you there

HONG KONG TOURISM BOARD

#mywithairasia | tambang rendah @ airasia.com | AirAsia



Expedia.com.sg

Home | Health | Flights | Flight + Hotel | Car Rental | Things To Do | Last Minute Deals | Deals | Rewards | Mobile | Travel Blog

Search for a Flight Only

Flying from: Philadelphia, PA, United States (PHL - All Airports) | Flying to: Bangkok (and vicinity), Thailand

Departing: 16/03/2016 | Returning: 26/03/2016 | Rooms: 1 | Adults (14+): 2 | Children (6-12): 0

Direct flights only | I only need a hotel for part of my stay

Advanced search

Search | Save up to 31% | Book Flight + Hotel at the same time\*

BEST PRICE GUARANTEE

Customers rate Expedia ★★★★★ 84% Based on 13,576 reviews. Powered by feefo

- Search over 271,000 hotels and 400 airlines worldwide
- Get the guaranteed best price available for your trip
- No Expedia cancellation fee to change or cancel almost any hotel reservation

Discover Hong Kong like never before! | Find out Now

## 新市場

在印度、俄羅斯和海灣合作地區國家等新市場，我們的策略是邀請重要意見領袖和電視名人體驗香港，利用他們自身的影響力，以及傳媒與社交平台的力量，將我們的推廣訊息傳得更快更廣。



### 與 Fox Life India 和 Star Plus 合作

Fox Life India 真人騷「Once in a Lifetime」和 Star Plus 劇集「YRKKH」均是在印度極受歡迎的電視節目，我們特意邀請兩者來港拍攝當中數集，從而展示香港的景點和精采活動。兩個節目的名人亦在各自的社交媒體帳戶發佈帖文，引起當地消費者關注。

#### 成效

- 「Once in a Lifetime」的宣傳效益：超過5,100 萬港元
- 「YRKKH」的宣傳效益：超過3.6 億港元

### 俄羅斯 Friday Channel 和 NTV 展開美食探索之旅

俄羅斯 Friday Channel 的旅遊節目「Food I Love You」帶觀眾探索香港美食，從而展示我們獨特的中西合璧文化；而由著名電視主播兼廚師 John Warren 主持的 NTV 節目「Let's Go, Let's Eat」，就在兩集節目中以輕鬆手法向觀眾簡介香港的飲食文化、景點，以及各項多元精采活動。



#### 成效

- 「Food I Love You」的宣傳效益：5,700 萬港元
- 「Let's Go, Let's Eat」的宣傳效益：685 萬港元



### 與阿聯酋數碼意見領袖合作推廣夏日特色

我們與兩位具影響力的海灣合作地區旅遊博客 Maitha 和 Hessa Ahrari 合作。透過兩者的社交平台，宣傳香港的迷人天際景致和眾多景點，令二人合共超過 480,000 名粉絲都能看到香港獨特的旅遊體驗，同時引起家庭旅客的訪港興趣。

#### 成效

- 發佈帖文數目：151
- 回應：883,000個讚好及6,000個留言
- 接觸的消費者人數：480,000



## 澳洲

香港國際七人欖球賽是香港作為「亞洲盛事之都」的焦點活動之一。為進一步刺激旅客於這項大型運動盛事舉行期間訪港，我們與澳洲傳媒合作，加強於當地的宣傳工作。

### 透過《The Australian》推出廣告宣傳計劃

《The Australian》是澳洲銷量最高的報章，其讀者群與我們的目標客群接近，因此我們選擇在 12 月至 1 月期間於其印刷和網上報章刊登廣告，宣傳這項欖球界的盛事。我們亦在其社交媒體平台舉辦比賽，勝出者可獲雙人來港旅程，包括國泰航空商務艙機票、香港港麗酒店四晚住宿、香港國際七人欖球賽門票，以及於米芝蓮星級食肆胡同享用晚餐。

#### 成效

• 宣傳效益：180 萬港元



### Fox Sports 電視報道

Fox Sports 攝製並播出十一段 60 秒的短片，介紹香港國際七人欖球賽週末的盛況。短片於有超過 200 萬澳洲和紐西蘭家庭用戶的電視台 Foxtel 上播出，不但讓觀眾感受香港大球場內的狂熱氣氛，更展現香港各個具代表性的地標、眾多餐飲選擇，以及精采的夜生活。

#### 成效

• 宣傳效益：267 萬港元

## 美洲

加拿大和美國以相近的策略，推廣香港的多元旅遊特色，這些策略包括邀請名人、傳媒和業界積極參與宣傳，並加強旅遊目的地之間的合作。

### 口碑宣傳

旅遊達人兼作家 Claire Newell 到訪香港，促成一系列電視、電台和報章雜誌報道，於加拿大廣泛發佈。除了讓觀眾看到她在山頂和天壇大佛等景點的所見所聞外，我們亦與 Travel Best Bets 和 Silk Holidays 等旅遊網站合作，推出具吸引力的旅遊套票，提升加拿大旅客的訪港意欲。

美國方面，主播 Michael Corbett 和演員 Chris Noth 在 NBC 的艾美獎得獎節目「Extra's Mansions & Millionaires」中，宣傳香港的動人魅力。節目於 2015 年最後一季在全美國播出三次，並稱香港為「全球最佳旅遊目的地」之一，所帶來的宣傳效益達 8,600 萬港元。





## 媒體和業界交流

為展示香港的美食佳餚，我們邀請三位米芝蓮星級廚師前赴加拿大多倫多，於「香港活現多倫多」午宴上炮製香港美食，讓超過 30 名媒體和旅遊業界嘉賓品嚐。幾位廚師其後亦在香港貿易發展局「邁向亞洲 首選香港」(Think Asia, Think Hong Kong) 商務會議的午宴中，為超過 1,000 位商界人士獻技。

美國辦事處亦為在香港舉行的 Virtuoso Symposium 2015 提供了支持。這個活動是為旅遊業界而設的年度高層商務會議，有 500 多位高層行政人員參與。我們向與會成員展示香港的旅遊特色和各種產品，提升他們對香港的認識。



## 「一程多站」推廣

我們的美加辦事處均積極鼓勵當地業界推廣包含香港和鄰近城市在內的「一程多站」旅遊。我們與台灣交通部觀光局聯手，於兩地舉辦傳媒聚會和業界交流活動，展示兩地多元化的旅遊產品。我們亦與澳門特別行政區政府旅遊局合作，安排業界交流團到訪洛杉磯和紐約，讓香港和澳門的旅遊產品供應商與當地買家建立業務聯繫。有關「一程多站」推廣的其他詳情，請參閱 p.66-67。



## 歐洲

歐洲方面，各地辦事處根據其市場特質進行不同工作，務求以最吸引和令人難忘的方式，向消費者和旅遊業界夥伴推介香港。

### 各式各樣的合作項目

德國辦事處除了把握機會於世界知名的柏林國際旅遊展宣傳香港外，亦與國泰航空、漢莎航空、旅行社 FTI 及其他主要業界成員緊密合作，提升香港對旅客的吸引力。其中，我們與主打豪華旅遊的旅行社 Dertour 合作，推出香港旅遊介紹冊、出席「DER Touristik Summer Lights」展銷會，並透過他們的網絡派發宣傳單張，促成冬季的旅遊套票銷售上升 23.4%。

德國辦事處亦成功落實多項電視節目和印刷媒體報道香港，包括：

- VOX TV 的「Kitchen Impossible」(一集)(宣傳效益：1,960 萬港元)。
- 「Austria's Next Top Model」四個特輯(宣傳效益：1,050 萬港元)。
- 漢莎航空機上雜誌 11 頁封面故事(宣傳效益：320 萬港元)。
- 當地高端刊物《MADAME》七頁有關香港藝術的文章(宣傳效益：120 萬港元)。





## 消費者和業界參與

在法國，我們的重點工作包括邀得 France 5 電視台長壽旅遊節目「Échappées Belles」製作一小時有關香港的特輯，該節目共接觸超過 390 萬名觀眾；另外亦安排兩個電視和電台報道。

「在地人帶路」應用程式以本地人述說真實故事體驗，最能滿足法國旅客對探尋文化的熱忱。因此我們在公關宣傳、數碼推廣計劃、消費者宣傳和業界培訓中，均以「在地人帶路」為藍本。另外，超過 150 名法國旅行代理接受了有關香港旅遊的培訓，增加他們向客戶推介香港的機會。而我們亦繼續舉辦年度業務交流團，讓近 50 家香港和法國公司的代表洽談商機。



## 電視為重要宣傳媒介

對英國消費者來說，電視為取得香港最新精采資訊的主要平台。我們邀請英籍華裔主持人黃靜儀來港拍攝其節目「Ching's Amazing Asia」，其首映的全球宣傳效益達到 1.55 億港元，而節目更於 94 個國家重播 19 次，在社交平台上引起廣泛討論，並為業界帶來商機。

BBC2 的攝製隊於農曆新年期間訪港，製作兩集合共 90 分鐘的「中國新年：全球最大慶典」節目。節目主持人 Kate Humble 和 Ant Anstead 接受舞獅訓練、到魚市場購物，並參與新春國際匯演之夜表演。該節目接觸 300 萬觀眾，宣傳效益達 4,800 萬港元。



# 市場推廣

我們不斷推陳出新，展開多項有創意的市場推廣計劃，重點推介香港的多元旅遊體驗。2015/16年，我們通過傳統和數碼渠道，展開連串有效的推廣和宣傳活動，務求接觸更多消費者。

## 影像主導

Instagram 旅遊達人帳號「Beautiful Destinations」張貼全球多個旅遊勝地的照片，以出色的構圖，或者意想不到的大膽角度，呈現各旅遊勝地的獨特魅力，因而吸引了來自全球 180 個國家超過 700 萬名「粉絲」。我們邀請「Beautiful Destinations」拍攝 14 張撼動人心的香港照片及三段長達 15 秒的短片。憑著他們在網絡上的影響力，在 Instagram 用戶之間引起了巨大迴響。



## 成效

- 「Beautiful Destinations」的Instagram帳號：獲得近70萬個讚好、30萬次短片瀏覽量及超過10,000個留言
- 「Beautiful Destinations」創作者的個人Instagram帳號：獲得近23萬個讚好，以及3,500個留言
- 旅發局社交媒體帳號：獲得近90,000個讚好，及1,200個留言



## 口碑效應

在現今的數碼世界，實時資訊及朋友間在網絡上分享的經驗，會大大影響旅客選擇出遊地點及其行程。因此我們跟全球最大的旅遊評論網站「TripAdvisor」合作，在香港專頁提供針對性內容，包括有關深度旅遊的文章、引人入勝的景點名單，以及定期更新活動訊息等，以便在旅客搜集資料的早期階段就吸引他們，驅使他們選擇來港旅遊。

### 成效

- 目前，「TripAdvisor」全新香港專頁已經在全球16個地區推出，涵蓋14種語言。

## 善用社交媒體平台

我們的數碼媒體推廣部一直緊貼社交媒體的新趨勢，適時利用熱門的平台進行推廣。除了利用原創內容增強與「粉絲」的互動之外，我們也積極開發新的手機應用程式和其他功能。例如，我們在 YouTube 和 Facebook 進行實時直播，反應熱烈。此外，我們也利用 Instagram 新增的廣告功能，擴大了「粉絲」群，成為亞洲首個與 Instagram 展開合作的旅遊局。



### 成效

- 「香港除夕倒數」的直播取得顯著的成果——分享次數超過50,000次，互動率增加了67%。
- 所有社交媒體平台的「粉絲」人數：550萬
- 2015年Instagram「粉絲」增長率：842%

## 香港旅遊大全

DiscoverHongKong.com 網站收錄大量有關香港旅遊的資訊，我們亦一直不斷增加和豐富其內容，切合不同類型旅客的要求。隨著手機的使用越來越普遍，我們也加快推出 DiscoverHongKong.com 的流動版本，讓旅客可以隨時隨地輕鬆瀏覽我們的網站。除此之外，我們也跟第三方合作提供有關景點的內容，並自行開發「在地人帶路」程式，為旅客提供地道及具有啟發性的旅遊體驗。

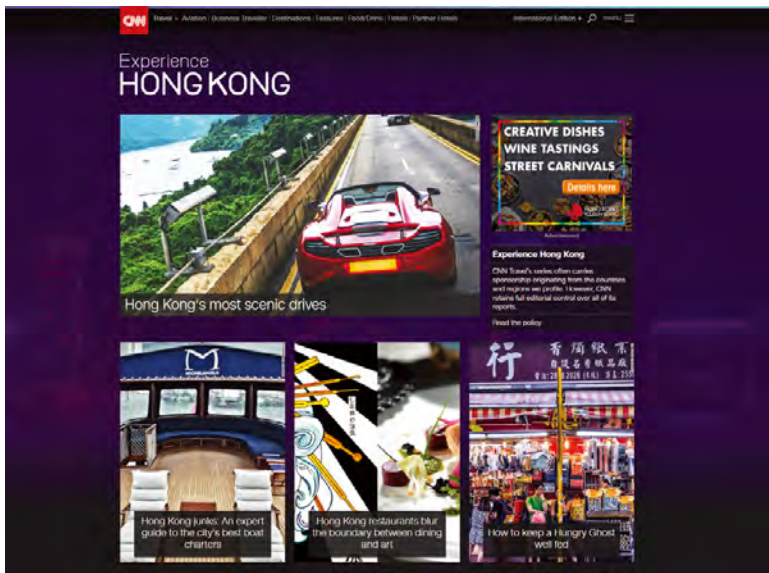
### 成效

- DiscoverHongKong.com網站瀏覽頁次：9,240萬次（與上年同期相比增長了41%）
- 「香港·我的智遊行程」手機應用程式下載量：超過15.5萬次（與上年同期相比增長了85.7%）

另外，我們也為「香港 FUN 享夏日禮」(p.21-25) 及「開心·著數大行動」(p.57) 進行大型市場推廣工作，請參閱相關內容以了解詳情。

# 公關宣傳

要令香港成為全球的焦點，有創意和持久不懈的公關宣傳實屬不可或缺。我們向國際媒體發放生動有趣的內容，為香港爭取龐大宣傳效益，有效地把我們的訊息傳遞給消費者。



## 增強內容

香港是一個具魅力的旅遊勝地，我們積極透過傳媒，述說香港的故事，呈現香港的多元體驗。為了吸引潛在旅客，我們安排眾多媒體來港訪攝，以全新的角度認識香港，並探索一些鮮為人知的獨特社區體驗。

## 與新聞網站合作

我們與美國有線電視新聞網合作，在 CNN.com 設立「Experience Hong Kong」的專頁，每個月刊登特稿，讓讀者一窺香港的真正面貌。專頁提供的原創稿件，以及香港重要活動的最新資料均大受讀者歡迎。自 1 月份啟用以來，這個專頁在短短 3 個月內錄得超過 200 萬次的瀏覽量。



## 邀請國際、區域和地區電視媒體到訪

我們在 2015/16 年接待了超過 420 家媒體訪港，其中約 100 家為電視攝製隊，他們拍攝有關香港旅遊的節目，在 Discovery 頻道、國家地理頻道、英國廣播公司、美國有線電視新聞網、韓國文化廣播公司及多個其他電視台播放。這些節目在主要的電視頻道和網絡平台合共播放數百小時，展示了香港最佳景觀和多元化的旅遊體驗。

下表簡述在全球多個電視台播放介紹香港的節目：

頻道	節目
全國廣播公司（美國）	「 <b>Better Late Than Never</b> 」 荷李活名人主演的真人騷
英國廣播公司 2 （英國）	「 <b>中國新年：全球最大慶典</b> 」 介紹香港豐富新春節慶活動的特輯
VOX 電視台（德國）	「 <b>Kitchen Impossible</b> 」 德國著名的烹飪節目
27 個電視頻道（中國）	「 <b>旅行者</b> 」 介紹香港多元旅遊體驗的系列節目
JTBC（南韓）	「 <b>拜託了冰箱</b> 」 烹飪真人騷
TBS（日本）	「 <b>King's Brunch</b> 」 由 2015 年「香港觀光親善大使」、日本男子偶像組合「 <b>GENERATIONS from EXILE TRIBE</b> 」分享在香港的種種體驗
Star Plus 頻道（印度）	「 <b>YRKKH</b> 」（家庭處境劇） 2016 年最高收視的三套電視劇之一，其中七集在香港拍攝
Discovery 頻道 TLC （亞洲）	「 <b>A Taste of Hong Kong</b> 」（第二季） 共有三集展示香港獨特的旅遊體驗
CNBC（亞洲）	「 <b>Art on Squawk</b> 」 共四集介紹香港的藝術特色



## 擴大覆蓋率

除了與網絡平台及電視台攜手之外，我們也跟國際新聞通訊社合作，讓旅發局可以接觸到全球更多消費者，從而為香港爭取更多曝光機會。

### 善用國際新聞通訊社的龐大網絡

旅發局全年與 Getty Images 及路透社合作，為個別盛事拍攝相片及撰寫報道，藉此推廣香港的文化和大型活動。其中最引人注目的，包括澳洲演員 Hugh Jackman 親身上陣，參與大坑舞火龍的相片系列。此舉爭取到全球數以千計的媒體競相報道，帶來數千萬元的宣傳效益，投資回報率高於平均水平。

### 成效

- 2015/16年的宣傳效益：超過40億港元

有關我們全年最大型推廣活動——「香港 FUN 享夏日禮」的公關宣傳活動，請參閱 p.21-25。







© Anthony Kwan/Getty Images



© Anthony Kwan/Getty Images



© Lam Yik Fei/Getty Images



© Jerome Favre/Getty Images



© Anthony Kwan/Getty Images



© Lam Yik Fei/Getty Images

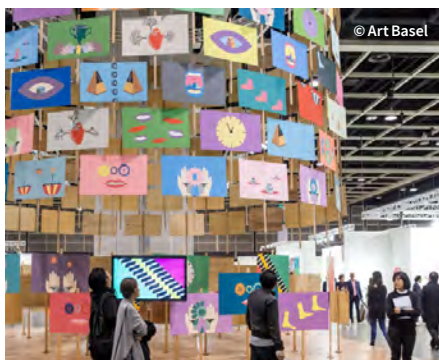


# 精采盛事

香港全年精采盛事不斷，為這個迷人的旅遊勝地更添姿采。不論是美食達人、文藝愛好者、體育與戶外活動發燒友，或者是地道文化探索者，均可以在香港多姿多采的盛事與活動中，找到適合的活動。



香港新春節慶



香港藝術月



香港傳統文化匯



香港龍舟嘉年華



香港單車節



香港美酒佳餚月



香港繽紛冬日節



特別呈獻



支持其他盛事



## 香港新春節慶

農曆新年可說是香港最重要的節慶活動。新春期間，各式各樣的慶祝活動，正是旅客親身體驗香港地道文化的大好時機。香港以璀璨煙火、緊張刺激的賽馬、熱鬧歡騰的舞獅舞龍等活動，迎接猴年的來臨。當中最矚目的，必定是深受大眾歡迎的「新春國際匯演之夜」。

### 國泰航空新春國際匯演之夜

大年初一，來自 10 個國家和地區共 35 組花車和表演隊伍落力演出，令尖沙咀街頭成為充滿歡樂繽紛的新春派對。匯演來到第 21 屆，今年的主題是「環球樂園·新春派對」，吸引了 15 萬人夾道觀賞。

今年，旅發局首次安排英國廣播公司的主持人登上旅發局的花車，親身參與匯演，體驗全球其中一個最熱鬧的新春慶祝活動，並將他的所見所聞與觀眾分享。

「新春國際匯演之夜」  
冠名贊助



## 香港藝術月

每年3月，香港都會舉辦眾多藝術和文化活動，包括形形色色的展覽、表演和工作坊，吸引一眾想要體驗香港這個「亞洲藝術中心」的旅客。2015/16年，除了協助推廣「香港巴塞爾藝術展」、「香港藝術節」、「中心藝術博覽會」、「亞洲當代藝術展」和「HKwalls 街頭藝術節」外，我們也跟旅遊平台「客路」及畫廊合作，推出畫廊導賞遊，讓旅客探索香港鮮為人知的深度藝術遊。



## 香港傳統文化匯

香港5月有一連串盛事，包括四大傳統節慶——長洲太平清醮、天后誕、佛誕和譚公誕，包含了豐富的地方傳統儀式和熱鬧的街頭表演。我們把這四大節慶串連，經由不同渠道和觀光團，更有效地推介給旅客。





## 香港龍舟嘉年華

「香港龍舟嘉年華」為市民和旅客帶來刺激的龍舟賽事及狂熱的啤酒派對。在 2015/16 年，超過 16 萬人在維多利亞港旁，觀賞來自全球 143 個龍舟會約 4,000 名健兒比拼，競逐「建行（亞洲）香港國際龍舟邀請賽」各項錦標。而「生力啤酒節」則送上源源不絕的冰凍啤酒、現場音樂表演及豐富的娛樂節目，為炎炎夏日消暑降溫。



「香港國際龍舟邀請賽」  
冠名贊助



**中国建设银行(亞洲)**  
China Construction Bank (Asia)

「香港龍舟嘉年華」  
大會指定啤酒





## 香港單車節

我們在 2015 年首次舉辦「新鴻基地產香港單車節」，吸引了約 100 名來自世界各地的專業單車手來到香港，進行國際單車聯盟認可的繞圈賽。此外，比賽路線亦覆蓋香港多個著名地標，包括首度開放予單車賽事的青馬大橋。參加「35 公里挑戰組」的 1,700 名選手在享受騎行樂之餘，亦能夠飽覽香港壯麗的美景。

為了鼓勵全城市民多運動、行善助人，活動亦設有多個單車項目，包括「兒童及青少年單車樂」、「家庭單車樂」、「10 公里悠遊組」以及「總裁慈善單車遊」。活動籌得的善款已撥捐予數個慈善團體，供兒童和青少年發展的福利項目之用。



「香港單車節」  
冠名及慈善贊助

 **新鴻基地產**  
Sun Hung Kai Properties



© Lam Yik Fei/Getty Images





## 香港美酒佳餚月

「香港美酒佳餚月」自舉辦以來，令旅客秋季訪港更添滋味。這項推廣不但宣傳香港各式美食，更搜羅了一系列美酒美食活動與優惠。

### 香港美酒佳餚巡禮

一連四天的「建行（亞洲）香港美酒佳餚巡禮」為長達一個月的美味盛事揭開序幕。是次巡禮已踏入第七屆，規模是歷年來最大的一次。位於中環海濱活動空間的會場，悉心佈置成為鬧市中的花園，以營造休閒的氛圍。另外，我們亦首度引入威士忌及手工啤酒，而美食元素也有所增強，並新設數個主題專區，包括「星級薈萃」及「美食探索」專區，送上法國和香港米芝蓮餐廳名廚炮製的創新佳餚。

我們也特別安排「2015 美食之最大賞」的得獎廚師一展精湛的廚藝，在巡禮中呈獻得獎菜式，幫助他們廣為宣傳。「美食之最大賞」廚藝大賽是香港餐飲業界的盛事，自 2001 年首辦以來，表揚了不少香港出色的廚師和餐廳。



#### 成效

- 「香港美酒佳餚巡禮」總入場人次：14.4萬人
- 美酒（來自全球23個國家和地區）及美食攤位總數：349個



## 香港繽紛冬日節

天氣轉涼，聖誕將至，香港多幢建築和商場都紛紛加上耀眼奪目的節日佈置與燈飾，令全城洋溢浪漫的氣氛。2015年，除了主要景點的特備節目、購物優惠及聖誕餐飲優惠，市民和旅客還可以在中環皇后像廣場舉行的「星閃冬日歡度 BVLGARI 羅馬假期」中，一邊享受浪漫夢幻的氛圍，一邊為親人摯友送上許願卡，同時為慈善機構籌款。

## 香港除夕倒數

在「香港繽紛冬日節」壓軸登場的，是「中滔環保香港除夕倒數」活動，吸引了 33.6 萬人在維港兩岸，欣賞歷時八分鐘的煙火音樂匯演。世界各地的觀眾也能透過人造衛星直播，觀賞到香港迎接新年的精采盛況。



「香港除夕倒數」  
冠名贊助





## 特別呈獻

### 「閃躍維港」3D 光雕匯演

「閃躍維港」3D 光雕匯演分別在「香港 FUN 享夏日禮」、「香港繽紛冬日節」和「香港新春節慶」期間接連登場。尖沙咀香港文化中心及前九廣鐵路鐘樓的外牆變成了巨型屏幕，帶來極震撼的立體視覺之旅。三個階段的光雕匯演，總共吸引了超過 77 萬名觀眾，其中 52% 是海外旅客。



### 香港郊野全接觸 2015

我們連續六年主辦「香港郊野全接觸」活動，推廣香港的自然郊野。除了在旅發局網站列出遠足和自行車的推薦路線，我們還出版活動指南，讓旅客能夠更全面掌握這些路線的資訊，策劃行程。



© Hong Kong Discovery

## 支持其他盛事

香港一年舉辦多項精采豐富的活動，在亞洲區內享負盛名。除了旅發局本身主辦的盛事，我們也協助眾多本地與國際活動的主辦機構進行推廣工作，其中包括「大坑舞火龍」、「香港高爾夫球公開賽 2015」、「Clockenflap 音樂及藝術節」、「香港國際賽事」及「香港馬拉松 2016」等等。



### 大坑舞火龍

(2015 年 9 月 26 日至 28 日)

我們跟主辦機構合作，特別安排澳洲演員 Hugh Jackman 參與盛事，舞動龍珠，獲得全球媒體廣泛報道。

### 香港高爾夫球公開賽 2015

(2015 年 10 月 22 日至 25 日)

我們聯同旅遊業界的夥伴在南韓市場推出四日三夜旅行團，安排南韓旅客訪港觀賞賽事。



© Hong Kong Open



## Clockenflap 音樂及藝術節

(2015 年 11 月 27 日至 29 日)

這項本地大型戶外音樂及藝術盛事已踏入第八屆，演出陣容強勁，一連三天為觀眾帶來精采表演。我們借助名人自身的平台，並通過數碼和社交媒體，為活動大力宣傳。



© Clockenflap Hong Kong's Music and Arts Festival



## 香港國際賽事

(2015 年 12 月 13 日)

香港國際賽事是賽馬界中一大盛事，我們透過社交媒體平台宣傳，成功為活動爭取更大國際曝光。

## 香港馬拉松 2016

(2016 年 1 月 17 日)

我們與海外旅行社合作，向海外參賽者推出具吸引力的套票及優惠，結果共招募 1,200 名海外選手到港參賽。



# 業界合作

旅發局其中一項重要工作，是協助旅遊業界取得資助、建立網絡和互相提供支援，讓各夥伴在其專業的領域中發揮所長，進而使整個業界受惠。

## 「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金資助計劃」

2015年，旅遊業面對不少挑戰，香港特區政府特別額外撥款予旅發局，設立「旅遊景點海外推廣宣傳配對基金資助計劃」。基金將承擔每一個獲批項目的市場推廣或宣傳開支的50%，以鼓勵本地景點在海外進行更大規模的推廣，吸引更多高消費的過夜旅客訪港。這項計劃亦有助促成各景點建立合作夥伴關係。

### 成效

- 2015年11月至2016年3月期間，共有62個推廣項目獲得基金資助。
- 12個項目屬聯合推廣，其中部分由多達七個景點攜手合作推出。

## 積極與業界夥伴聯繫、拓展網絡

### 大型訪港考察團

我們深信，若要海外業界夥伴更熱切推廣香港，就必須讓他們親身體驗香港的精采之處。因此，我們在夏季一共舉辦了四次以家庭遊為主題的訪港考察團，邀請九個市場的業界代表及其家人到訪香港，親身體驗各種適合家庭的旅遊產品及活動。10月，我們也安排了來自日本、新加坡和泰國等市場的70位主要業界夥伴前來香港，參加「香港美酒佳餚巡禮」四天考察團，讓他們體驗香港多元化的旅遊特色。

### 旅遊展覽和活動

我們全年舉辦各類業界活動，包括安排海外業界訪港交流及在特定市場舉行業務洽談會，讓本地業界與美國、澳洲、新西蘭、南韓、日本、馬來西亞、菲律賓及泰國等至少八個國家的海外買家交流聯繫，同時也讓海外買家更能了解香港作為旅遊勝地的特色。此外，我們也參加了「香港國際旅遊展2015」，接觸了近90,000名業界夥伴及公眾人士，更推出獨家優惠和精選旅遊套票。

### 成效

- 我們的業界活動，成功協助本地業界夥伴與近1,000名海外買家會面洽談。
- 促成了大約4,000個商務會議。





## 創意旅遊產品資助計劃

要想提升香港的旅遊吸引力，其中一個最好的方法就是不斷推出新的旅遊產品及行程。在「新旅遊產品發展及經費資助計劃」之下，多個本地業界夥伴開發了不同主題的新產品，為旅客提供更獨特多元的香港旅遊體驗。而我們亦會透過「香港體驗行」平台，宣傳和推廣其他由業界開發的新旅遊產品。

### 成效

- 自「新旅遊產品發展及經費資助計劃」推出以來，迄今已經審核處理了五輪申請。
- 總共推出26項全新旅遊產品。
- 「新旅遊產品發展及經費資助計劃」下推出的嶄新旅遊產品，吸引了約40,000名旅客訪港。



## 帶動全城消費

為了刺激本港市民及旅客消費，我們全力支持由優質旅遊服務協會舉辦的「開心·著數大行動」推廣。這項推廣為期五週，由全城 16,500 間零售商舖和餐廳提供一系列購物及餐飲優惠。參與的商舖會在店面當眼處張貼活動標誌，讓消費者可以輕易識別。此外，我們也邀請樂壇知名組合「草蜢」拍攝電視宣傳短片，大力推廣是次活動。



### 成效

- 電視宣傳短片播出超過2,500次，增加公眾對活動的認識。
- 網頁瀏覽量達110萬頁次，曝光次數為5,300萬次。



# 會展旅遊

會議、展覽及獎勵旅遊（以下簡稱會展獎勵旅遊）是香港旅遊業重要的一環。年內，過夜會展獎勵旅遊旅客達到 172 萬人次，人均消費超過 8,400 港元，比一般訪港旅客高出 16%。我們的「香港會議及展覽拓展部」已制訂全面的策略，繼續推動會展獎勵旅遊的發展。

## 建立夥伴關係

### 拓展全球網絡

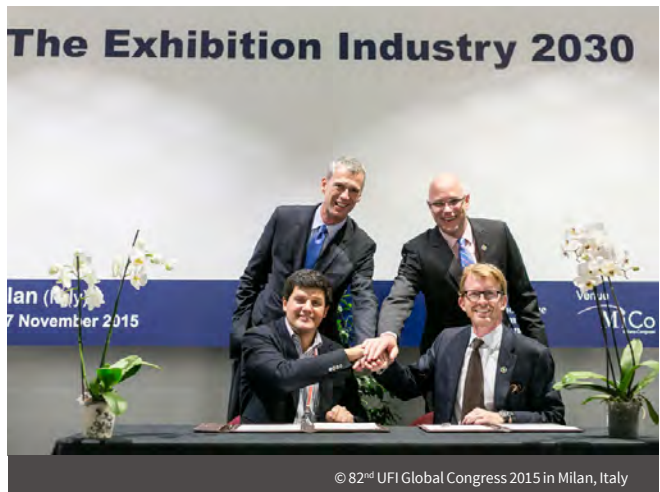
我們繼續與「American Society of Association Executives」、「Global Conference Network」、「HelmsBriscoe」、「全球會議業領袖國際會議籌組人協會」及其他夥伴緊密合作，並善用它們的電子通訊、年度盛會和業界會議等平台，與這些組織的會員建立關係，並進一步提升香港的形象。

### 與中國內地的聯繫

在中國內地市場，我們積極聯繫在北京和上海設有辦事處的專業組織，並為屬科學與科技領域的組織舉辦訪港考察團，讓他們多了解香港作為會展旅遊目的地的特色，為將來在香港舉行大型會議鋪路。

### 加強與展覽業界夥伴的合作

我們也跟主要展覽業界夥伴合作推廣，包括聯同亞洲國際博覽館、香港會議展覽中心、香港展覽會議業協會及香港貿易發展局攜手，出席海外展覽業的活動，譬如「UFI Congress」和「Global CEO Summit」等，藉此增強香港「亞洲展覽之都」的形象。







## 積極向外推介

除了在海外籌辦業務洽談會、巡迴推介、企業講座及「企業對企業」市場促銷活動，「香港會議及展覽拓展部」也通過積極參加國際旅遊展銷會與盛事，向買家、企業與會展獎勵旅遊代理推廣香港。其中包括參加中國內地的「國際獎勵旅遊及大會博覽會」、分別在德國與美國舉行的「IMEX」展覽會，以及印度的「SATTE」。



## 展示優勢

我們已跟眾多專業組織建立了策略夥伴關係，為他們舉辦多個工作坊、考察團及訪港交流活動，向海外業界夥伴展示香港會展獎勵旅遊產品、地點和最新發展。

為了持續鼓勵海外旅遊業界向他們的客戶推廣香港，我們提升了「香港會議及獎勵旅遊挑戰賽」活動。2016年，來自中國內地、印度和印尼合共 50 名最佳旅遊代理出席了頒獎典禮，並從中了解香港會展獎勵旅遊的最新發展。



## 爭取新機會

在 2014/15 財政年度，香港特區政府宣佈，連續三年額外撥款予旅發局。我們利用這筆款項，積極爭取大型或具高策略價值的國際會展獎勵旅遊活動來港舉行，同時藉此提升香港品牌。

2015/16 年，我們爭取到超過 50 項重要活動在香港舉辦，包括多項重要的醫學大會及企業會議，帶來 10 萬名過夜會展獎勵旅遊旅客。這些活動包括：

- 「如新集團大中華地區大會 2016」(20,000 人)
- 「Asia Pacific Digestive Week 2017」(3,000 人)
- 「International Conference on Oral and Maxillofacial Surgery 2017」(2,000 人)
- 「46<sup>th</sup> International Congress on Noise Control Engineering (Inter-Noise) 2017」(1,200 人)
- 「World Recycling Convention & Exhibition 2017」(1,200 人)
- 「World Psychiatric Association World Congress of Psychiatry 2020」(5,000 人)



我們也將部分額外撥款，投放於吸納中小型會展獎勵旅遊活動，為香港帶來更多會展獎勵旅客。「Worlddidac Asia, Hong Kong」是成功案例之一，主辦單位已落實在香港舉行三屆會議。

此外，香港還迎來首屆「RISE Hong Kong 2015」；而第一次在香港舉辦的活動還包括「6th World Glaucoma Congress」、「iFX Expo Asia」、「Hexagon LIVE Hong Kong 2015」。我們也為一些新展覽提供協助，包括「International Design Furniture Fair Hong Kong」及「Mineral & Gem Asia」。







## 區域協同發展，吸引國際郵輪

我們在 2014 年聯同夥伴共同成立的「亞洲郵輪專案」十分成功，而廈門亦在 2016 年 1 月正式加盟，因此，我們進一步將這項區域合作關係升級為「亞洲郵輪聯盟」，提供一站式平台支援郵輪公司在亞洲發展，同時也展示我們推動區內郵輪旅遊業增長的決心。

2016 年，我們在佛羅里達州舉行的「Seatrade Cruise Global」上，宣佈成立「亞洲郵輪聯盟」的好消息。這項年度盛會一共吸引了超過 11,000 名來自世界各地的代表、參展商、主要郵輪業界代表及媒體參加，多年來一直是我們向全球推廣香港郵輪旅遊業的最佳場合。此外，我們也參與其他國際和區域的郵輪業界活動，為香港爭取曝光。

### 成效

- 停靠香港的郵輪總數：142 船次
- 乘客總流量（只計算旅客）：74.6 萬人次



## 建立美好的未來

近年，有愈來愈多世界級郵輪停泊在香港，充分顯示郵輪公司肯定香港在亞洲快速成長的郵輪旅遊市場中佔有重要一席，成為他們物色主要港口時的選擇。

這些到訪香港的世界級郵輪包括「海洋量子號」，是史上停靠香港的最大郵輪。該郵輪在 2015 年 6 月首次抵港，並在半年後重臨，有一段時間以香港為母港。

此外，2015 年 7 月，「海洋航行者號」更首次有長達 3 個月的時間以香港作為母港，接載逾 50,000 名乘客，開辦超過 17 班航次。



© Royal Caribbean Cruises Hong Kong Ltd.

# 優質服務

卓越的服務能讓旅客感覺賓至如歸，帶來不一樣的旅遊體驗。正因如此，我們一直致力提升服務水平，鼓勵旅遊、零售業界和整個社會追求同一目標，塑造香港好客的形象，令旅客對香港留下深刻印象。

## 傑出優質商戶及員工服務獎

為了表揚傑出商戶及其前線員工提供卓越的服務，我們舉辦這個獎項，希望鼓勵他們繼續提供優質服務，推動全城好客文化。現時，全港有超過 1,000 間「優質旅遊服務」計劃認可商戶，涵蓋市內共 8,183 間店鋪，旅客可以憑店鋪外的「優質旅遊服務」計劃標誌，識別優質商戶。





## 覆蓋更廣，承諾更多

我們不斷擴大旅發局禮賓熱線的覆蓋，為更多業界夥伴提供服務，協助他們處理旅客查詢。截至 2016 年 3 月，禮賓熱線共有 96 個登記用戶，當中包括 84 家酒店、八個商場，以及最近加入的四間獲「優質旅遊服務」計劃認可的旅客住宿服務。跟去年 80 個登記用戶相比，數目有所增加。

## 更貼心及個人化的服務

### 為公益慈善的香港紀念品

旅遊業的發展需要全城參與，我們更邀得復康社群合作，共同為旅遊業出一分力。由 2015 年 7 月起，我們在旅客諮詢中心出售由香港心理衛生會及新生精神康復會轄下復康中心的殘疾人士手工繪製的紀念品。這些紀念品既有香港獨特的色彩，亦為這些殘疾人士創造了就業機會，廣受旅客歡迎，也讓他們對香港留下美好的回憶。

### 熱情好客之道

我們的「老友記」計劃招募熱情的義工，以「旅遊大使」的身份向旅客提供地道旅遊建議，讓旅客可享受到深度、純正又難忘可貴的地道旅程。詳情請參閱 p.71。



### 成效

- 旅客諮詢中心：總共接待200萬名旅客
- 聯絡中心：處理了16,000個電話或電郵查詢
- 回應時間：20秒內接聽97%的來電查詢

# 一程多站

為鼓勵更多旅客到亞洲旅遊，我們必須跟鄰近城市建立策略夥伴關係，攜手推廣「一程多站」行程。旅發局的合作夥伴包括台灣、珠海和澳門，帶來良好協同效應，我們計劃未來與更多旅遊勝地合作。

## 與台灣交通部觀光局（觀光局）首次合作

旅發局第一次聯同觀光局推廣「一程多站」旅遊，希望吸引更多北美旅客到港台兩地度假，為兩地創造商機。2016年3月，旅發局和觀光局在多倫多與紐約舉行「一程多站」推廣活動，向近200名航空公司、旅遊業與傳媒代表，推介港台兩地的旅遊體驗。





## 加強港珠澳合作

我們預計即將完工的港珠澳大橋，將有助促成香港、珠海和澳門三地更緊密的聯繫，所以我們早前跟珠海市文化體育旅遊局及澳門旅遊局簽署了旅遊合作框架協議。2015年6月，我們舉辦了一個大型考察團，邀請印度旅遊業夥伴及其家屬親臨香港和珠海兩地，體驗豐富的「一程多站」行程。



## Ching's Amazing Asia

今年，粵港澳三地協助英國名廚黃靜億拍攝全新節目「Ching's Amazing Asia」，藉此推廣「一程多站」旅遊。節目中，黃靜億走訪廣東、香港和澳門，發掘地道美食。三地旅遊局均為攝製隊介紹當地最佳的美食，有關片段收錄在黃靜億廣受歡迎的電視飲食節目中，並於2016年1月在英國和其他長途市場播出。詳情請參閱 p.39。











# 旅遊業及社區關係

## 社區攜手 共建好客形象

旅遊業是香港的重要經濟支柱，我們與各界緊密合作，為旅客提供優質的旅遊體驗。

## 旅遊業及社區關係

旅遊業可說是一項全民事業。香港每一個角落，都有值得推廣給旅客之處；社會上每一位市民，都可以成為我們的旅遊大使。只有全城都發揮好客之道，提供優質服務，才能促成旅遊業的長遠發展。

在 2015/16 年度，我們舉辦及支持一連串活動，鼓勵公眾繼續為旅遊業出一分力。

### 發揮香港好客精神

2016 年初，我們邀請了財政司司長曾俊華先生粉墨登場，親身拍攝一段兩分鐘宣傳短片。片中，曾司長以連串幽默對答，呼籲香港市民一同發揮好客精神，歡迎全世界旅客。短片在電視及旅發局的 YouTube 頻道播出後，即大獲好評。連同由著名歌手林子祥先生唱出的主題曲，令短片更有感染力，讓不少觀眾產生共鳴，提醒全港市民繼續發揮好客精神。





## 成為旅客的「老友記」

每年，有不少熱心市民會參與我們的「老友記」計劃。這些「老友記」在旅客諮詢中心為旅客提供貼心地道的旅遊資料。他們的服務除大獲旅客好評外，各位「老友記」們亦樂在其中，部分義工更是自計劃成立以來一直支持，足證「老友記」計劃的成功之處。

我們每年均會招募新義工參與，而我們的「老友記」團隊可說是涵蓋多方面的專才。「老友記」除了日常為旅客提供旅遊建議外，在節日亦為旅客送上特別驚喜體驗。在農曆新年，「老友記」們即席為旅客示範書法；同時又以利是封製成金魚掛飾，為旅客送上祝福。

我們較早前亦提升了「Meet the Pals」活動，讓「老友記」在其專長的範疇內，與旅客分享更深入、地道的香港旅遊資訊。

不少旅客在旅遊網站「TripAdvisor」上留言，對「老友記」計劃大加讚賞：



「我們在香港過農曆新年，旅客諮詢中心的員工提供了非常有用的資料。那兒還有一位書法家為我和父母設計揮春，我們一定把揮春帶回家裝裱起來。」



「我和太太與旅發局一位義工見面，展開『深水埗尋寶之旅』。義工 Ernest 在這方面的知識非常豐富，又耐心回答問題，並為我們提供地道的飲食、交通資料，這絕對是一次很好的體驗。」



「這次去香港我與旅發局的義工會面，有一次『不一樣的香港 @ 鏡頭下』旅程。我非常感謝 Michael 與山頂的職員為我介紹香港最佳的攝影地點。雖然這次未能全部到訪，但我下次將會再去尋訪拍攝。」



## 培育後進

我們相信，年輕人是旅遊業日後的支柱。因此，旅發局積極為大專院校的學生安排講座，介紹旅遊業的現況與發展，以及我們在市場推廣和公關宣傳方面的計劃，鼓勵他們加入旅業大軍之餘，亦希望他們在日後的崗位上，協助提供優質服務，提升旅遊業的形象。

在 2015/16 年度，我們曾到訪的學院包括香港理工大學酒店及旅遊管理系，以及浸會大學持續教育學院旅遊及節目統籌系。除了大專院校外，我們亦協助由香港青年協會及旅遊事務署舉辦的香港青年大使計劃，為一眾青年大使舉辦工作坊，指導他們待客的技巧，以及旅遊業的最新發展，讓他們裝備好自己，迎接任期中的旅客服務工作。





## 提倡優質旅遊服務

優質服務可提升旅客在港的體驗，對旅遊業的形象可說至關重要。我們亦一直鼓勵前線服務人員及業界夥伴提供卓越服務，推動優質服務文化。



入境事務處「最有禮貌入境管制人員」選舉的總冠軍，獲我們委任為「香港禮貌大使」。



旅發局積極支持由《壹週刊》舉辦的「服務第壹大獎 2015」，擔任活動的評審，並出席頒獎典禮，表揚在顧客服務方面表現卓越的機構和員工。

旅發局主席林建岳博士出席由香港機場管理局舉辦的「優質顧客服務計劃」頒獎典禮，嘉許為顧客提供卓越服務的機場員工。



旅發局多年來一直支持香港優質顧客服務協會主辦的「優質顧客服務大獎 2015」，表揚各機構的優質服務。

為表揚及鼓勵本地傑出商場，旅發局主席林建岳博士出席由《香港經濟日報》舉辦的「我最喜愛商場選舉 2015/16」頒獎典禮，並頒發獎項予得獎者。





## 構建跨界別合作

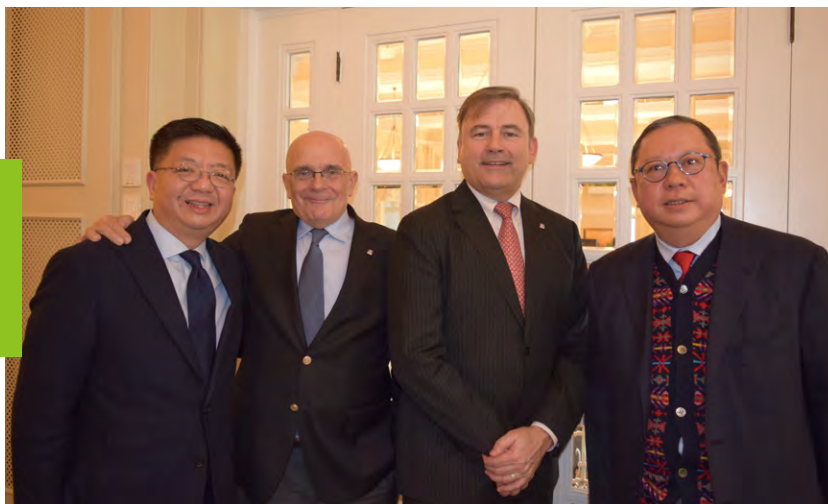
旅發局多年來一直致力連繫不同界別，務求集各家之大成，令我們的推廣精益求精。於2015/16年，我們進行了多項工作，繼續與夥伴保持緊密聯繫。

旅發局總幹事劉鎮漢先生出席了智經研究中心舉辦的「2015港珠合作發展研討會」，分享如何聯同珠三角地區城市，加強旅遊合作。



旅發局主席林建岳博士出席香港總商會及中國旅遊研究院聯合主辦的旅遊業研討會，介紹旅發局的投資及推廣策略。

旅發局亦與主要投資者及持份者定期會面，例如摩根士丹利、香港美國商會和香港法國商會等，為他們提供旅遊業的現況，並聽取他們對旅業發展的意見。











# 獎項與殊榮

## 屢獲殊榮 譽滿全球

旅發局致力成為優秀、創新的旅遊機構。  
本節列載旅發局於2015/16年度所獲得的  
國際獎項。

## 旅遊目的地 - 香港

- 《CEI Asia》雜誌 — 讀者之選 2016: 「亞洲最佳商務活動城市」
- 《Smart Travel Asia》雜誌 — 讀者評選大獎 2015: 「亞洲最佳商務城市」
- 《商旅》雜誌 (亞太版) — 讀者評選大獎 2015: 「東北亞最佳商務城市」及「全球最佳商務城市」
- 《Travel + Leisure》雜誌 — India's Best Awards 2015: 「最佳美食目的地」
- 《商旅》雜誌 (中國版) — 讀者評選大獎 2015: 「全球最愛商務城市」
- World Travel Awards 2015: 「全球領先旅遊城市」、「亞洲領先旅遊城市」及「亞洲領先會議展覽城市」



# 香港旅遊發展局

## 1. 機構

### 旅發局

- 《CEI Asia》雜誌 — 讀者之選 2016:「亞洲最佳會議局」

## 2. 市場推廣活動

### 「2015 香港旅業展望」影片

- Galaxy Awards 2015:「影片及數碼影像光碟:持份者關係」組別銅獎

### DiscoverHongKong.com 網站

- PATA Grand and Gold Awards 2015:「市場推廣媒體 — 網頁」組別金獎
- 無障礙網頁嘉許計劃 2015:銀獎
- iNOVA Awards 2015:「改版/重建:非營利機構」組別銀獎
- Astrid Awards 2015:「網頁:改版/重建」組別銅獎
- Mercury Awards 2015/16:「網站/新興媒體:改版/重建/媒體」組別銅獎
- Questar Awards 2015:「流動媒體:流動網站」組別銅獎

### Discover Hong Kong 臉書專頁

- Astrid Awards 2015:「臉書專頁」組別金獎
- Mercury Awards 2015/16:「社群媒體:臉書」組別銀獎
- iNOVA Awards 2015:「市場推廣:臉書」組別銀獎

### 「Facebook on Steroids!」推廣活動(美國辦事處)

- 2015 Travel Weekly Magellan Awards:「旅遊目的地推廣 — 網上推廣/廣告」組別銀獎

### 「在地人帶路」指南

- Mercury Awards 2015/16:「網站/新興媒體:旅遊/目的地」組別銅獎
- Astrid Awards 2015:「非營利機構」組別優異獎
- Galaxy Awards 2015:「流動媒體:平板電腦應用程式」組別優異獎

### 「香港•我的智遊行程」流動應用程式

- PATA Grand and Gold Awards 2015:「市場推廣媒體 — 流動旅遊應用程式」組別金獎
- 阿拉伯聯合酋長國政府:「海外國家 — 旅遊」組別最佳政府流動服務獎
- Galaxy Awards 2015:「宣傳:新產品發佈」組別銀獎
- Astrid Awards 2015:「非營利機構」組別銅獎
- MARKies Awards 2015:「最佳應用程式運用」組別銅獎
- Astrid Awards 2015:「宣傳:產品發佈」組別優異獎

### 「我在香港之時」品牌推廣活動

- PATA Grand and Gold Awards 2015 : 「市場推廣 — 主要目的地」組別金獎
- Astrid Awards 2015 : 「推廣活動」組別銀獎

### 「香港除夕倒數」宣傳

- Galaxy Awards 2015 : 「宣傳 : 特別企劃」組別優異獎

### 「下一站·香港」高雄捷運快閃推廣活動 (台灣辦事處)

- 2015 國際企業大獎 : 「年度行銷活動 — 旅行 / 旅遊 / 目的地」組別金獎

### 旅發局社群媒體平台

- Mercury Awards 2015/16 : 「社群媒體 : 社群媒體平台」組別銅獎

### 「Turbocharging Travelzoo!」推廣活動 (美國辦事處)

- 2015 Travel Weekly Magellan Awards : 「旅遊目的地推廣 — 網上推廣 / 廣告」組別金獎
- 2015 HSMIAI (Hospitality, Sales and Marketing Association International) Adrian Awards : 「綜合市場推廣活動」組別銀獎

### 「Virtuoso 2014 Marketing Blitz」推廣活動 (美國辦事處)

- 2015 HSMIAI (Hospitality, Sales and Marketing Association International) Adrian Awards : 「綜合推廣活動 — 消費者 / 旅行團 / 旅遊業界」組別銀獎

### 微博社群媒體賬戶

- 新浪微博 : 「年度出境遊目的地社交資產 Top 10」第一名及「境外旅遊官方微博影響力 Top10」第四名

## 3. 公關推廣活動

### 「A Taste of Hong Kong」第一及第二季地區推廣活動

- Marketing Excellence Awards 2015 : 「卓越公關推廣」組別金獎

### Esquire presents 「Eat Like A Man」影片系列 (美國辦事處)

- 2015 HSMIAI (Hospitality, Sales and Marketing Association International) Adrian Awards : 「多媒體 (影片 / Flash / 動畫) 系列」組別銅獎



## 「Follow Me to Discover Hong Kong」推廣活動

- PATA Grand and Gold Awards 2015: 「市場推廣」組別年度大獎
- Astrid Awards 2015: 「推廣活動」組別金獎

## 旅發局年報 2013/14

- International ARC Awards 2015: 「互動年報 — 旅遊」組別金獎
- Mercury Awards 2015/16: 「年報 — 整體表達: 旅遊」組別金獎
- 2015 香港管理專業協會最佳年報獎: 優秀設計獎

## 危機處理案例:

### 「香港美酒佳餚巡禮場地搬遷 — 旅發局如何應對危機以保持企業形象」

- PRWeek Awards Asia 2015: 「年度危機處理案例」組別銅獎
- 《Marketing》雜誌 — PR Awards 2015: 「最佳公眾傳訊項目」組別銅獎

## 4. 業界項目

### 旅發局攤位

- Korea World Travel Fair: 最佳攤位設計大獎

### 「Hong Kong Specialist」改版計劃

- Galaxy Awards 2015: 「網站: 培訓計劃」組別金獎

## 5. 旅客服務

### 機場管理局 — 機場服務齊擊掌活動: 「政府及相關機構」組別

- 最熱心服務公司
- 最熱心機場員工: 陳頌怡、鍾萬程、何港生、李海淇

### 亞太顧客服務協會 — 2014 國際傑出顧客關係服務獎

- 傑出顧客服務組長 (顧客服務中心 — 旅遊業): 文秋玲

### 香港國際機場 — 優質顧客服務計劃 2014/15

- 個人獎: 王婉慧、覃伯蓮
- 團隊獎: 趙淑儀、陳頌怡









# 企業資訊

## 有效管治 提升營運透明度

我們致力保持高度透明，達至最高企業管治標準。

# 企業管治

旅發局是政府資助機構，致力奉行高水平的企業管治常規，提高營運和財務範疇的透明度。旅發局年內嚴格遵行所有適用規例及程序，在日常運作中均保持最高誠信標準。

## 架構及管理

### 旅發局的組織及成員

旅發局共有 20 位成員，均由香港特別行政區行政長官委任，並廣泛代表旅遊及其他不同的界別，包括客運商、旅館營運人、持牌旅行代理商、旅遊經營商、零售商及食肆營運人等。

全體成員組成一個監管旅發局的組織，有權行使《香港旅遊發展局條例》賦予的一般權力，並獲授權委任不同的委員會，監督旅發局不同範疇的工作，及就與委員會職責相關的企業管治事宜向旅發局提供建議。各委員會的資料詳載如下。

### 市場推廣及業務發展委員會

委員會就旅發局的市場推廣方向及業務發展提供策略和意見，檢討全年業務計劃草擬本，就新的市場推廣方向和契機、國際市場發展的趨勢對香港旅遊業的影響，及改善旅發局對外溝通及與業界關係上的策略提供建議。委員會每年開會四次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和七位旅發局成員組成，並由策略籌劃及研究總監擔任秘書。

### 產品及活動委員會

委員會就產品及活動的發展策略提供意見，評估個別項目是否能協助達至由市場推廣及業務發展委員會為旅發局制定的整體市場推廣方向。委員會就新旅遊產品和基建設施的發展，提供策略意見和建議，並據此審議和批核產品及活動策略綱領。此外，委員會又審批大型活動的概念和推行方案。委員會每年開會四次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和八位旅發局成員組成，並由節目及旅遊產品拓展總經理擔任秘書。



## 財務及編制委員會

委員會負責檢討和確認有關財務的事項，包括財務政策、管理監控、經審核年度賬目及關乎旅發局長期財務承擔的事項，如辦公室租約等。委員會又負責檢討和確認員工規劃、人力資源政策、聘用條款及條件、高級管理職位的增刪，以及高級行政人員的晉升。委員會每年開會四次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和四位旅發局成員組成，並由人力資源及行政總經理擔任秘書。

## 稽核委員會

委員會就旅發局運作的成效和效率，以及內部監控是否充足，向旅發局成員提供建議。委員會獲授權調查屬其職權範圍內的任何事宜，並負責檢閱及確認周年審核計劃以確保其涵蓋重要的業務運作、檢討內部及其他相關機構審查所得的結果和建議及其執行情況。同時，委員會亦會預先審閱經審核的周年財務報表，以供各成員審批。委員會每年開會三次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席和五位旅發局成員組成，並由稽核總監擔任秘書。

## 優質旅遊服務委員會

委員會負責監管「優質旅遊服務」計劃，並就「優質旅遊服務」計劃的發展，向旅發局成員提供意見。委員會亦負責審批「優質旅遊服務」計劃的評審準則、規則、投訴處理機制和收費政策。委員會每年開會兩次，如有需要亦會召開特別會議。委員會由一位主席、六位旅發局成員及四位業界成員組成，並由業務拓展總經理擔任秘書。

## 旅發局成員會議出席率

截至 2016 年 3 月 31 日止年度

旅發局成員	旅發局會議	市場推廣及業務發展委員會	產品及活動委員會	財務及編制委員會	稽核委員會	優質旅遊服務委員會
林建岳博士 (主席)	6/6					2/2*
朱曼鈴女士 (副主席)	6/6	4/4	5/5	4/4	3/3	2/2
陳苑芬女士 (i)	0/1				1/1	
伍穎梅女士 (ii)	5/5	4/4			1/2	
周啟良先生	4/6	4/4		4/4*		
胡兆英先生	5/6	4/4				2/2
袁麗鳳女士	5/6	3/4	5/5			
梁偉賢爵士	6/6		5/5*			
麥華章先生	6/6	4/4		4/4		
葉詠詩女士	3/6		4/5			
陳子政先生	6/6				3/3*	
施南生女士	3/6		3/5			
周允成先生	4/6		2/5			1/2
那巴利先生	6/6	4/4*			3/3	
龐建貽先生	5/6		5/5			1/2
譚允芝女士	3/6			1/4		1/2
陳覺威先生	5/6			4/4		
唐偉邦先生	5/6	3/4				
楊碧瑤女士	5/6		2/5			0/2
胡文新先生	4/6		2/5		2/3	
余葉嘉莉女士 (iii)	4/5				2/2	
楊美珍女士 (iv)	1/1	不適用~			不適用~	

(i) 任期於 2015 年 7 月 31 日後屆滿，此前同時出任稽核委員會主席一職。

(ii) 任期於 2016 年 2 月 29 日後屆滿，此前同時出任市場推廣及業務發展委員會主席一職。

(iii) 任期由 2015 年 8 月 1 日起生效。

(iv) 任期由 2016 年 3 月 1 日起生效。

\* 委員會主席 (截至 2016 年 3 月 31 日)。

~ 於 2016 年 3 月 22 日獲委任為市場推廣及業務發展委員會和稽核委員會成員，該兩個委員會於 2016 年 3 月 22 日至 31 日期間並沒有召開會議。



## 內部監控及遵規

旅發局成員的職責之一是確保內部監控系統和程序合乎滿意水平而且行之有效。這些程序是為合理保證管理層推行的政策得以遵循、資產得以保障、日常運作暢順而有效率、防止及偵察不當行為和謬誤、編製準確完備的會計賬目，以及確保財務資料能適時備妥。旅發局設有匯報機制，可向旅發局成員或有關委員會報告重大違規情況及相應的跟進行動。內部法律顧問亦會定期檢討旅發局遵守與其相關法例的情況。

稽核部屬獨立部門，負責評估內部監控是否足夠及有效。部門每年制訂審核計劃，審閱各部門和全球辦事處的財務、運作及遵規監控。稽核部在根據稽核規章履行其職責時，有權在不受任何限制的情況下取得所需資料及聯絡有關人員。稽核總監除向總幹事匯報外，並可直接與稽核委員會及其主席接觸，以確保其工作的獨立性。

除內部稽核外，旅發局亦聘用獨立核數師進行法定審核。稽核委員會最少每年一次在旅發局管理層避席的情況下與獨立核數師會面，及在展開法定審核前與獨立核數師討論審核的性質與範圍。

## 管理層

在現行架構下，旅發局透過以下部門推行各項業務和活動：

- 業務拓展部
- 企業事務部
- 企業服務部
- 節目及旅遊產品拓展部
- 人力資源及行政部
- 市場推廣部
- 會議展覽及郵輪業務部
- 策略籌劃及研究部
- 全球辦事處

# 其他資訊

## 香港旅遊發展局

香港旅遊協會（旅協）於 1957 年成立，是政府資助的法定機構，並於 2001 年 4 月 1 日改組為香港旅遊發展局（旅發局）。旅發局是根據香港法例第 302 章《香港旅遊發展局條例》成立的法定機構，其與前旅協不同，不再沿用會員制度，與業內任何界別或組織亦無從屬關係，能更有效地為本港整體旅遊業提供支援和服務。

## 主要職能及使命

旅發局的主要職能是在世界各地宣傳和推廣香港為旅遊勝地，以及提升旅客在香港的旅遊體驗，更就本港旅遊設施的範疇和質素，向政府和有關機構提供建議。

旅發局的使命是要盡量提升旅遊業對香港社會及經濟的貢獻，並致力鞏固香港作為別具特色和令人嚮往的世界級旅遊點的地位。

## 工作目標

《香港旅遊發展局條例》為旅發局訂定六項工作目標：

- 致力擴大旅遊業對香港的貢獻；
- 在全世界推廣香港為亞洲區內一個具領導地位的國際城市和位列世界級的旅遊目的地；
- 提倡對旅客設施加以改善；
- 在政府向公眾推廣旅遊業的重要性的過程中給予支持；
- 在適當的情況下支持為到訪香港旅客提供服務的人士的活動；
- 就促進以上事宜所採取的措施向行政長官作出建議及提供意見。

## 人力資源

於 2016 年 3 月 31 日，旅發局員工編制共 377 人，其中派駐香港以外共 133 人。旅發局期望僱員擁有高度誠信，因此透過舉辦培訓課程及簡報會，讓僱員熟悉行為守則的指引和程序。僱員手冊亦就員工操守訂定詳盡和特定的指引。



## 諮詢角色及業界功能

旅發局透過參與以下策略工作小組及會議，與旅遊業相關界別及政府有關部門緊密聯繫：

- 元創方諮詢委員會
- 郵輪業諮詢委員會
- 旅行代理商諮詢委員會
- 亞洲會議暨旅遊局協會
- 亞洲展覽會議協會聯盟
- 航空發展與機場三跑道系統諮詢委員會
- 職業訓練局中華廚藝學院訓練委員會
- 香港旅遊業議會購物事宜委員會
- 香港藝術節協會執行委員會
- 香港旅行社協會執行委員會
- 香港展覽會議業協會執行委員會
- 香港品牌發展局
- 港台經濟文化合作協進會
- 香港貿易發展局
- 職業訓練局酒店業、飲食業及旅遊業訓練委員會
- 香港旅遊業議會來港旅遊委員會
- 啟德郵輪碼頭管理委員會
- 大嶼山發展諮詢委員會
- 香港旅遊業議會內地來港旅行團事務委員會
- 運輸署優質的士服務督導委員會
- 香港總商會零售及旅遊委員會
- 戶外燈光專責小組
- 香港註冊導遊協會
- 會議展覽及獎勵旅遊業跨界別督導委員會
- 旅遊業策略小組
- 經濟發展委員會轄下會展及旅遊業工作小組

此外，旅發局又與以下機構合作，為旅遊業和相關行業作出貢獻：

- 粵港澳旅遊推廣機構
- 亞太旅遊協會
- 世界旅遊組織









# 全球辦事處 及地區代辦

## 全球網絡 績效斐然

旅發局於世界各地設有辦事處及地區代辦，  
以便更有效進行市場推廣。

### 總辦事處

香港

### 全球辦事處

北京、上海、廣州、成都、東京、首爾、新加坡、台北、悉尼、  
倫敦、巴黎、法蘭克福、洛杉磯、紐約、多倫多

### 海外地區代辦

( 只為旅遊業界／傳媒／消費者提供查詢服務 )

新德里、曼谷、雅加達、馬尼拉、莫斯科、杜拜

有關各全球辦事處及海外地區代辦的地址及聯絡方法，  
請瀏覽 [www.discoverhongkong.com/tc](http://www.discoverhongkong.com/tc)。









# 獨立核數師報告

## 嚴謹財務監控 反映營運實況

本節詳列旅發局的賬目。

# 獨立核數師報告

## 致香港旅遊發展局的獨立核數師報告

(最初根據《香港旅遊協會條例》成立，其後根據《2001年香港旅遊協會(修訂)條例》及《香港旅遊發展局條例》改組成立)

本核數師(以下簡稱「我們»)已審計列載於第95至132頁香港旅遊發展局(以下簡稱「旅發局»)及其附屬公司(統稱「集團»)的綜合財務報表，此綜合財務報表包括於2016年3月31日的綜合財務狀況表，截至該日止年度的綜合收益表、綜合全面收益表、綜合儲備變動表和綜合現金流量表以及主要會計政策概要及其他附註解釋資料。

## 旅發局成員就綜合財務報表須承擔的責任

旅發局成員須負責根據香港會計師公會頒佈的《香港財務報告準則》擬備真實而中肯的綜合財務報表，並對其認為為使綜合財務報表的擬備不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

## 核數師的責任

我們的責任是根據我們的審計對該等綜合財務報表發表意見，並僅向旅發局整體成員報告。除此以外，我們的報告不可用作其他用途。我們概不就本報告的內容，對任何其他人士負責或承擔法律責任。

我們已根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》進行審計。該等準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行審計，以對綜合財務報表是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

審計涉及執程序以獲取有關綜合財務報表所載金額及披露資料的審計憑證。所選定的程序取決於核數師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致綜合財務報表存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，核數師考慮與旅發局擬備真實而中肯的綜合財務報表相關的內部控制，以設計適當的審計程序，但目的並非對旅發局內部控制的有效性發表意見。審計亦包括評價旅發局成員所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價綜合財務報表的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的審計憑證能充足和適當地為我們的審計意見提供基礎。

## 意見

我們認為，該等綜合財務報表已根據《香港財務報告準則》真實而中肯地反映旅發局及集團於2016年3月31日的財務狀況及集團截至該日止年度的財務表現及現金流量。

### 畢馬威會計師事務所

#### 執業會計師

香港中環  
遮打道10號  
太子大廈8樓

2016年7月28日



# 綜合收益表

截至2016年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2016	2015
<b>一般基金</b>			
<b>主要收入來源</b>	3		
本年度政府資助		<b>779,363,649</b>	692,245,218
<b>其他收入</b>			
利息收入		<b>1,447,458</b>	1,550,481
遞延收入的確認 — 辦公室	12	<b>10,000,000</b>	10,000,000
贊助		<b>28,503,043</b>	24,188,517
宣傳及廣告收入		<b>12,457,542</b>	10,070,477
雜項收入		<b>26,315,132</b>	19,064,789
		<b>78,723,175</b>	64,874,264
<b>其他(虧損)/收益淨額</b>			
出售固定資產(虧損)/收益		<b>(268,936)</b>	2,118
<b>總收入</b>		<b>857,817,888</b>	757,121,600
宣傳、廣告及刊物支出		<b>370,396,388</b>	284,681,987
研究及產品拓展		<b>14,545,828</b>	14,755,462
本地服務及大型活動		<b>155,451,680</b>	136,369,024
員工成本	5(a)	<b>237,711,095</b>	235,335,773
租金、差餉及管理費		<b>16,334,583</b>	16,713,269
折舊	7(a)	<b>13,553,419</b>	10,999,072
核數師酬金		<b>475,268</b>	566,800
其他經營費用		<b>12,466,624</b>	25,798,856
<b>總支出</b>		<b>820,934,885</b>	725,220,243
<b>本年度稅前盈餘</b>	5	<b>36,883,003</b>	31,901,357
所得稅	4	<b>(28,781)</b>	(83,196)
<b>本年度稅後盈餘</b>		<b>36,854,222</b>	31,818,161

第 101 至第 132 頁的附註屬本財務報表的一部分。

# 綜合全面收益表

截至2016年3月31日止年度（以港幣列示）

	2016	2015
本年度盈餘	<b>36,854,222</b>	31,818,161
本年度其他全面收益：		
不可重新分類至收益表內的項目：		
- 界定福利計劃的淨資產重新計量	<b>(3,202,000)</b>	3,465,000
本年度全面收益總額	<b>33,652,222</b>	35,283,161

第 101 至第 132 頁的附註屬本財務報表的一部分。



# 綜合財務狀況表

截至2016年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2016	2015
<b>非流動資產</b>			
固定資產	7(a)	<b>44,119,057</b>	50,733,703
界定福利退休計劃資產	13(a)(i)	<b>47,575,000</b>	51,872,000
		<b>91,694,057</b>	102,605,703
<b>流動資產</b>			
應收賬款、按金及預付款項	9	<b>22,006,223</b>	23,748,587
可收回稅項		<b>11,866</b>	-
銀行及財務機構存款	10	<b>281,763,109</b>	224,123,173
銀行存款及現金	10	<b>5,749,056</b>	6,609,837
		<b>309,530,254</b>	254,481,597
<b>流動負債</b>			
預收款項		<b>35,165,382</b>	31,058,682
應付賬款及應計費用	11	<b>155,096,664</b>	138,716,758
遞延收入	12	<b>10,000,000</b>	10,000,000
本期稅項		-	1,817
		<b>200,262,046</b>	179,777,257
<b>流動資產淨值</b>		<b>109,268,208</b>	74,704,340
<b>非流動負債</b>			
遞延收入	12	<b>21,666,667</b>	31,666,667
<b>資產淨值</b>		<b>179,295,598</b>	145,643,376
代表：			
<b>儲備</b>			
<b>一般基金</b>	14	<b>179,295,598</b>	145,643,376

香港旅遊發展局總幹事及主席於 2016 年 7 月 28 日批准，並許可刊發。

劉鎮漢  
總幹事

林建岳博士，GBS  
主席

第 101 至第 132 頁的附註屬本財務報表的一部分。

# 財務狀況表

截至2016年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2016	2015
<b>非流動資產</b>			
固定資產	7(b)	<b>44,097,193</b>	50,723,509
界定福利退休計劃資產	13(a)(i)	<b>47,575,000</b>	51,872,000
於一家附屬公司的權益	8	<b>551,876</b>	551,876
		<b>92,224,069</b>	103,147,385
<b>流動資產</b>			
應收賬款、按金及預付款項	9	<b>21,148,860</b>	23,156,118
銀行及財務機構存款	10	<b>281,763,109</b>	224,123,173
銀行存款及現金	10	<b>5,230,679</b>	6,322,734
		<b>308,142,648</b>	253,602,025
<b>流動負債</b>			
應付一家附屬公司的款項	8	<b>229,340</b>	1,733,711
預收款項		<b>35,165,382</b>	31,058,682
應付賬款及應計費用	11	<b>154,016,270</b>	136,650,409
遞延收入	12	<b>10,000,000</b>	10,000,000
		<b>199,410,992</b>	179,442,802
<b>流動資產淨值</b>		<b>108,731,656</b>	74,159,223
<b>非流動負債</b>			
遞延收入	12	<b>21,666,667</b>	31,666,667
<b>資產淨值</b>		<b>179,289,058</b>	145,639,941
代表：			
<b>儲備</b>			
一般基金	14	<b>179,289,058</b>	145,639,941

香港旅遊發展局總幹事及主席於 2016 年 7 月 28 日批准，並許可刊發。

劉鎮漢  
總幹事

林建岳博士，GBS  
主席

第 101 至第 132 頁的附註屬本財務報表的一部分。



# 綜合儲備變動表

截至2016年3月31日止年度（以港幣列示）

	2016	2015
於年初之一般基金	<b>145,643,376</b>	110,360,215
本年度盈餘	<b>36,854,222</b>	31,818,161
本年度其他全面收益	<b>(3,202,000)</b>	3,465,000
本年度全面收益總額	<b>33,652,222</b>	35,283,161
於年末之一般基金	<b>179,295,598</b>	145,643,376

第 101 至第 132 頁的附註屬本財務報表的一部分。

# 綜合現金流量表

截至2016年3月31日止年度（以港幣列示）

	附註	2016	2015
<b>經營活動</b>			
本年度稅前盈餘		<b>36,883,003</b>	31,901,357
調整：			
利息收入		<b>(1,447,458)</b>	(1,550,481)
折舊		<b>13,553,419</b>	10,999,072
出售固定資產之虧損／(收益)		<b>268,936</b>	(2,118)
遞延收入的確認 — 辦公室		<b>(10,000,000)</b>	(10,000,000)
<b>營運資金變動前之經營盈餘</b>		<b>39,257,900</b>	31,347,830
於綜合收益表確定之界定福利退休計劃資產	13(a)(v)	<b>1,095,000</b>	681,000
應收賬款、按金及預付款項之減少／(增加)		<b>1,791,352</b>	(4,631,539)
預收款項、應付賬款及應計費用之增加		<b>20,486,606</b>	57,018,548
<b>經營產生之現金</b>		<b>62,630,858</b>	84,415,839
已繳付之海外稅項		<b>(42,464)</b>	(29,098)
<b>經營活動產生之現金淨額</b>		<b>62,588,394</b>	84,386,741
<b>投資活動</b>			
已收利息		<b>1,398,470</b>	1,492,515
購入固定資產支付的現金		<b>(7,488,912)</b>	(8,531,493)
出售固定資產所收到的現金款項		<b>281,203</b>	2,118
到期日超過三個月的銀行存款之增加		<b>(70,577,804)</b>	-
<b>投資活動所用之現金淨額</b>		<b>(76,387,043)</b>	(7,036,860)
<b>現金及現金等價物(減少)／增加淨額</b>		<b>(13,798,649)</b>	77,349,881
於年初之現金及現金等價物	10	<b>230,733,010</b>	153,383,129
於年末之現金及現金等價物	10	<b>216,934,361</b>	230,733,010

第 101 至第 132 頁的附註屬本財務報表的一部分。



# 財務報表附註

(除另有指明外，均以港幣列示)

## 1 香港旅遊發展局的狀況

香港旅遊發展局(「旅發局」)的前身為香港旅遊協會，是在 1957 年根據《香港旅遊協會條例》成立的政府補助機構，其後，根據《2001 年香港旅遊協會(修訂)條例》及《香港旅遊發展局條例》改組成為香港旅遊發展局。旅發局之註冊辦事處及主要經營地點為香港北角威非路道 18 號萬國寶通中心 11 樓。

旅發局的主要業務是推廣及促進本地的旅遊業，使香港成為世界級的旅遊勝地。

## 2 主要會計政策

### (a) 遵例聲明

此等財務報表乃根據香港會計師公會頒佈適用的《香港財務報告準則》(此統稱包括適用的個別《香港財務報告準則》、《香港會計準則》及詮釋)，及香港公認會計原則而編製。集團採納的主要會計政策概要如下。

香港會計師公會已頒佈若干於集團及旅發局本會計期間首次生效或可供提早採納之新訂及經修訂的《香港財務報告準則》。因首次應用該等新訂及經修訂準則，導致集團及旅發局於本會計期間及過往會計期間的會計政策出現的任何變動，已於本財務報表中反映，有關資料載於附註 2(c)。

### (b) 財務報表的編製基準

截至 2016 年 3 月 31 日止年度之綜合財務報表已包含旅發局及其附屬公司(合稱為「集團」)。

編製本財務報表時是以歷史成本作為計量基準。

在編製符合《香港財務報告準則》的財務報表時，管理層需要作出影響會計政策的應用及資產、負債、收入和支出的呈報數額的判斷、估計和假設。估計及有關假設乃根據過往經驗及多個相信在有關情況下屬合理之其他因素而作出，其結果成為對未能從其他來源得知之資產負債賬面值作出判斷之基礎。實際結果可能有異於該等估計。

管理層會不斷審閱各項估計及相關假設。如果會計估計的修訂僅影響某一期間，則該修訂會在該期間內確認，或如果會計估計的修訂同時影響當前及未來期間，則該修訂會在修訂期間及未來期間內確認。

## 2 主要會計政策 (續)

### (c) 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈多項於旅發局本會計期間首次生效的《香港財務報告準則》的修訂。不過，沒有一項有關變動對集團現時或先前會計期間的業績及財務狀況之編製及呈報方式有重大影響。

### (d) 影片、宣傳及廣告物料

所有影片、宣傳及廣告物料，均於購入時記入收益表內，及於報告期末的存貨餘額不會在財務狀況表內反映。

### (e) 於一家附屬公司的投資

附屬公司是指受旅發局控制的實體。當旅發局面對或有權取得來自參與該實體之可變回報，並能夠透過行使其對實體的權力影響該等回報，即控制該實體。在評估旅發局是否有權力時，只考慮實質權利。

於一家附屬公司的投資是由持有其控制權之日開始併入綜合財務報表內，直至控制權終止之日為止。集團內部往來的餘額、交易和現金，以及集團內部交易所產生的未變現溢利，均在編製綜合財務報表時全數抵銷。集團內部交易所產生的未變現虧損的抵銷方法與未變現收益相同，但抵銷額只限於沒有證據顯示資產已出現減值情況。

除非於附屬公司的投資被分類為持作出售(或包含於被分類為持作出售的出售組合)外，在旅發局的財務狀況表之中，於附屬公司的投資是按成本減去減值虧損(參閱附註 2(l))後入賬。

### (f) 固定資產

固定資產是以成本減累計折舊及減值虧損(參閱附註 2(l))後記入財務狀況表內。

報廢或出售一項固定資產所產生的損益以出售所得淨額與資產的賬面價值之間的差額釐定，並於報廢或出售日在收益表內予以確認。



## 2 主要會計政策 (續)

### (g) 折舊

折舊是按下述固定資產的預計可用年限，採用直線法攤銷其成本，計算方法如下：

— 租賃物業	25 年
— 裝修	以固定租賃期和 5 年兩者中的較短者計算
— 汽車	4 年
— 傢具、固定裝置及其他設備	3-5 年
— 電腦硬件、軟件及系統開發	3 年

資產的可使用年限會每年檢討。

### (h) 應收賬款

應收賬款按公允價值初始確認，其後採用實際利率法按攤銷成本減呆壞賬減值虧損列賬。如貼現的影響並不重大，則會按成本減呆壞賬減值虧損列賬。

呆壞賬減值虧損是以財務資產的賬面值與預計未來現金流量現值之間的差額計量，按財務資產的原先實際利率予以貼現（如貼現的影響重大則以最初確認有關資產時的實際利率計算）。

### (i) 應付賬款及應計費用

應付賬款及應計費用按公允價值初始確認，其後按攤銷成本列賬。如貼現影響並不重大，則會按成本列賬。

### (j) 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括銀行結存及流動現金、在銀行及其他財務機構的活期存款及其他流動性極高的短期投資。這些投資可以隨時換算為已知數額的現金，而在價值變動方面沒有重大風險，並在購入後三個月內到期。就編製綜合現金流量表而言，須應要求償還並構成集團現金管理一部分的銀行透支，亦列入現金及現金等價物的組成部分。

### (k) 撥備及或然負債

若集團須就已發生的事件承擔法律或推定責任，而履行該責任預期會導致經濟資源外流，並可作出可靠的估計，便會就該時間或數額不定的其他負債計提撥備。如果貨幣時間價值重大，則按預計履行責任所需資源的現值計列撥備。

倘若經濟資源外流的可能性較低，或是無法對有關數額作出可靠的估計，便會將該責任披露為或然負債；但假如這類經濟資源外流的可能性極低則除外。須視乎某宗或多宗未來事件是否發生才能確定存在與否的潛在責任，亦會披露為或然負債；但假如這類經濟資源外流的可能性極低則除外。

## 2 主要會計政策 (續)

### (l) 資產減值

旅發局於各報告期完結後對內部及外界資料進行評估，以識別有否跡象顯示固定資產及於附屬公司的投資出現減值，或先前已確認的減值虧損已不存在或可能已減少。若有任何此等跡象，旅發局將估計資產的可收回金額。

資產的可收回金額為其公允價值減處置成本與使用價值兩者的較高者。評估使用價值時，採用反映當時市場對貨幣時間價值及對有關資產特有風險評估的稅前貼現率，貼現估計未來現金流量至其現值。倘資產產生的現金流入大致上不能獨立於其他資產，可收回金額則按可獨立產生現金流入的最小資產組別（即現金產生單位）釐定。

倘某項資產或其所屬現金產生單位的賬面值超過其可收回金額，則於收益表內確認減值虧損。就現金產生單位確認的減值虧損會按比例分配以減少該單位（或一組單位）內資產的賬面值，惟資產賬面值不會減至低於其本身的公允價值減去處置成本（如能計量）或使用價值（如能釐定）。

倘用作釐定可收回金額的估計出現有利改變，則撥回減值虧損。減值虧損的撥回，以假設過往年度未確認減值虧損的資產賬面值為限。減值虧損的撥回在確認撥回的年度計入損益。

### (m) 所得稅

本年度所得稅包含本期稅項及遞延稅項資產和負債的變動。本期稅項及遞延稅項資產和負債的變動在收益表內確認，但關乎在其他全面收益賬之中確認的項目或關乎直接在權益賬中確認的項目，則有關稅項款額分別於其他全面收益賬之中確認或直接在權益賬中確認。

本期稅項為本年度按報告期結束日已經生效或實際有效的稅率，對應課稅收入計算的預計應付稅款，並包括以往年度應付稅款的任何調整。

遞延稅項資產及負債分別由可扣減稅項及應課稅暫記差額產生而成，暫記差額指資產及負債於財務報表上之賬面價值與其稅基之間的差額。遞延稅項資產也可由未使用稅項虧損和未使用稅項抵免而產生。



## 2 主要會計政策 (續)

### (m) 所得稅 (續)

除若干有限的例外情況外，所有遞延稅項負債及未來可能有應課稅溢利予以抵銷的遞延稅項資產，均予以確認。可支持確認由可扣減暫記差額所產生的遞延稅項資產之未來應課稅溢利，包括因撥回現有應課稅暫記差額而產生的數額，惟該等差額須與同一稅務機關及同一應課稅實體有關，且預期在預計撥回可扣減暫記差額的同一期間，或遞延稅項資產所產生的稅項虧損可向後期或前期結轉的期間內撥回。在釐定現有應課稅暫記差額是否足以支持確認由未使用稅項虧損和未使用稅項抵免而產生的遞延稅項資產時，亦採用同一準則，即考慮該等差額是否與同一稅務機關及同一應課稅實體有關，並是否預期在能夠動用稅項虧損或稅項抵免的一個或多個期間內撥回。

遞延稅項的確認額是根據該資產及負債的賬面值之預期收回或結算的方式，按報告期結束日已生效或實際有效的稅率計算。遞延稅項資產及負債不需貼現。

### (n) 收入確認

收入按已收或應收代價的公允價值計量。倘若經濟資源可能流入集團，而收入和成本(如適用)能夠作出可靠的計量時，有關收入將按以下方式在收益表內確認：

- (i) 用於集團一般經常性活動之政府資助，於可收取該數額時在該年度的收益表內確認為收入。
- (ii) 用於集團競逐會議展覽活動之政府資助，於年內相關支出產生時確認為收入，未動用結餘撥入預收款項項目。
- (iii) 用於集團非經常活動之政府資助，於年內相關支出產生時確認為收入，未動用結餘撥入預收款項項目。
- (iv) 用於購置集團辦公室之政府資助撥入財務狀況表之遞延收入項目，並根據有關資產的預計可用年限，以符合折舊政策的基準(附註 2(g))，按期攤分記入收益表內。
- (v) 會員費是以時間比例為基準確認。
- (vi) 利息收入於產生時採用實際利率法確認。
- (vii) 活動的贊助收入於有關活動完結日在收益表內確認。
- (viii) 宣傳及廣告收入均按權責發生制入賬。

## 2 主要會計政策 (續)

### (o) 外幣換算

年內的外幣交易按交易日的適用匯率換算為港元。以外幣為單位的貨幣性資產和負債按報告期末的適用匯率換算為港元。匯兌收益和虧損均在收益表內確認。

以外幣為單位並按歷史成本計量的非貨幣性資產和負債按交易日的適用匯率換算。

以外幣為單位並按公允價值列賬的非貨幣性資產和負債按計量公允價值日期的適用匯率換算。

### (p) 租賃資產

倘集團釐定一項安排，構成在支付一筆或一系列款項後，可於協定期間內使用一項特定資產或多項資產的權利，則該項安排（由一項交易或一系列交易構成）屬於或包含租賃。有關釐定乃根據對該安排之內容的評估而作出，而不論該項安排是否採用租賃的法定形式。

#### (i) 租賃予集團資產的分類

除根據經營租賃持作自用的土地外，並未將物業所有權的大部分風險及報酬轉讓予集團的租賃，乃分類為經營租賃。以經營租賃持作自用的土地，如無法於租賃開始時將其公允價值與土地上樓宇之公允價值分開計算，在此情況下，則以融資租賃下持有之方式列賬，但假如該樓宇亦明確地以經營租賃之方式持有則除外。就此而言，租賃的開始時間是指集團首次訂立租約時，或自前承租人接收，或有關樓宇的建造日時，取其較後者。

#### (ii) 經營租賃費用

倘若集團乃以經營租賃使用資產，則根據租賃支付之款項會於租賃期所涵蓋之會計期間內，以等額在收益表扣除；但如有其他基準能更清楚地反映租賃資產所產生的收益模式則除外。所收取的租賃優惠在收益表內確認為所付累計租賃款項淨額的組成部分。

### (q) 僱員福利

(i) 薪金、年假及非貨幣性福利之成本均在集團僱員提供相關服務的年度內累計。

(ii) 集團在香港辦事處實行一項界定福利及一項界定供款員工退休計劃；某些海外辦事處則實行界定供款員工退休計劃。每年向有關計劃作出的供款於有關年度內在收益表列支。界定福利計劃供款額方面，香港辦事處乃按照精算師所作建議計算。退休計劃的資產，均與集團之資產賬目分開持有。



## 2 主要會計政策 (續)

### (q) 僱員福利 (續)

- (iii) 根據香港《強制性公積金計劃條例》的規定向強制性公積金作出的供款，均於產生時在收益表列支。
- (iv) 集團就界定福利退休計劃承擔的責任淨額是按估計僱員在當期和以往期間提供服務所賺取未來福利的數額計算，並將預期累積福利數額貼現以釐定現值；及扣除任何計劃資產的公允價值。計算工作由合資格精算師運用預期單位福利法進行。如計算結果對集團而言有利，則所確認的資產僅限於以日後從計劃所得的任何退款或供款減免所得的經濟效益之現值。

有關界定福利負債(資產)淨值的服務成本及淨利息開支(收入)於收益表內確認為「員工成本」的一部分。當前服務成本按僱員服務於本期間產生的界定福利責任現值之增幅計算。當計劃的福利出現變動或計劃遭縮減時，有關僱員過往服務的福利變動部分，或因縮減計劃帶來的損益，會在計劃作出修訂或遭到縮減時以及在相關重組成本或合約終止補償獲確認時(以較早者為準)於收益表確認。期內淨利息開支(收入)乃透過應用在計算界定福利負債(資產)淨值的報告期初之界定福利責任所用的貼現率釐定。貼現率為優質公司債券於報告期末的收益率，而該等公司債券的到期日與集團的責任期限相若。

界定福利退休計劃引致的重新計量於其他全面收益中確認，並即時在一般基金中反映。重新計量包括精算損益、計劃資產的回報(不包括計入界定福利負債(資產)淨值的淨利息金額)及資產上限影響的任何變動(不包括計入界定福利負債(資產)淨值的淨利息金額)。

- (v) 僅在集團有詳盡及正式的計劃(該計劃沒有任何實際撤銷的可能)，並且明確表示會終止合約或由於自願遣散而提供福利時，合約終止補償方會在集團不能撤回授予該等補償時及在其確認涉及合約終止補償付款的重組成本時(以較早者為準)予以確認。

### (r) 關連人士

- (a) 倘凡有人士具有以下情況，則該人士或該人士的近親即為集團的關連人士：

- (i) 對集團有控制權或共同控制權；
- (ii) 對集團有重大影響力；或
- (iii) 為集團的主要管理層成員。

## 2 主要會計政策 (續)

### (r) 關連人士 (續)

(b) 倘符合以下任何條件，則實體與集團有關連：

- (i) 該實體與集團屬同一集團之成員公司(即各母公司、附屬公司及同系附屬公司彼此間有關連)。
- (ii) 一間實體為另一實體的聯營公司或合營企業(或另一實體所屬集團旗下成員公司之聯營公司或合營企業)。
- (iii) 兩間實體均為同一第三方的合營企業。
- (iv) 一間實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司。
- (v) 實體為集團或與集團有關連之實體就僱員利益設立的離職福利計劃。
- (vi) 實體受 (a) 所識別人士控制或受共同控制。
- (vii) 於 (a)(i) 所識別人士對實體有重大影響力或屬該實體(或該實體的母公司)主要管理層成員。
- (viii) 該實體或其所屬集團旗下任何成員為集團或集團母公司提供主要管理人員服務。

一名人士的近親是指預期他們在與實體的交易中，對該名人士有影響或者受到該名人士影響之家屬。



### 3 主要收入來源

#### 集團

主要收入來源為香港特別行政區政府（「政府」）於本年度給予的資助額，按旅發局的年度財政預算及建議活動計劃書所列載的需要而釐定。本年度確認為收入之資助額分析如下：

	2016	2015
經常性		
– 本年度資助	<b>706,143,517</b>	612,367,033
非經常性		
– 會議、展覽及獎勵旅遊業務推廣／香港美酒佳餚巡禮推廣／香港形象推廣活動／3D 光雕匯演／改進數碼旅遊工具項目／香港新春節慶節目推廣／新年除夕倒數／華南地區、台灣及印度郵輪旅遊推廣／優質誠信遊推廣／騰訊策略合作項目／海外推廣宣傳配對基金／旅客支援計劃／在短途市場進行香港形象推廣活動／郵輪旅遊推廣	<b>73,220,132</b>	79,878,185
	<b>779,363,649</b>	692,245,218

### 4 所得稅

於綜合收益表內之所得稅代表：

	2016	2015
本期稅項 — 海外		
本年度撥備	<b>28,781</b>	83,196

根據《稅務條例》第 87 條，旅發局已獲稅務局豁免繳交所有香港稅項，故財務報表上並無就任何香港利得稅計提撥備。香港旅發局有限公司（即旅發局的附屬公司）在台灣的業務之稅項乃按估計應評稅溢利以 17%（2015 年：17%）稅率計算。

## 5 本年度稅前盈餘

### 集團

#### (a) 員工成本

	2016	2015
界定供款退休計劃供款	7,945,852	8,539,038
就界定福利退休計劃確認的金額(附註 13(a)(v))	1,095,000	681,000
退休成本	9,040,852	9,220,038
薪金及其他福利	228,670,243	226,115,735
	<b>237,711,095</b>	235,335,773

#### (b) 其他項目

	2016	2015
外匯收益淨額	<b>(3,211,981)</b>	(699,421)

## 6 高級行政人員薪酬及津貼

### 集團

集團的高級行政人員包括總幹事、副總幹事、總經理及區域幹事，他們在本年度內獲發放之薪酬及津貼總額如下：

	2016		總數
	總幹事	其他高級 行政人員	
基本薪金	4,157,000	21,865,000	26,022,000
酌情按表現發放的薪酬	587,000	1,740,000	2,327,000
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	640,000	4,272,000	4,912,000
	<b>5,384,000</b>	<b>27,877,000</b>	<b>33,261,000</b>



## 6 高級行政人員薪酬及津貼 (續)

### 集團 (續)

	2015		總數
	總幹事	其他高級行政人員	
基本薪金	3,903,000	19,691,000	23,594,000
酌情按表現發放的薪酬	516,000	1,546,000	2,062,000
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	603,000	4,967,000	5,570,000
	5,022,000	26,204,000	31,226,000

支付予集團全部高級行政人員的薪金及酌情按表現發放的薪酬 (不包括退休福利開支、約滿酬金及其他津貼) 介乎下列薪酬範圍：

薪酬範圍	2016 高級行政 人員總數	2015 高級行政 人員總數
1 - \$500,001 至 \$1,000,000	1	1
2 - \$1,000,001 至 \$1,500,000 (附註 (a))	3	2
3 - \$1,500,001 至 \$2,000,000	1	1
4 - \$2,000,001 至 \$2,500,000 (附註 (b))	5	6
5 - \$2,500,001 至 \$3,000,000 (附註 (b))	1	-
6 - \$3,000,001 至 \$3,500,000	1	1
7 - \$3,500,001 至 \$4,000,000	-	-
8 - \$4,000,001 至 \$4,500,000 (附註 (c))	-	1
9 - \$4,500,001 至 \$5,000,000 (附註 (c))	1	-
	13	12

附註：於 2015/16 年度，其中一個高級行政人員職位懸空。

## 6 高級行政人員薪酬及津貼 (續)

### 集團 (續)

高級行政人員的薪酬必須按年進行檢討。加薪必須獲得薪酬檢討委員會批准。

- (a) 薪酬範圍 2 的高級行政人員職位數目增加一名，原因是 2015/16 年度增設一個高級行政人員職位。
- (b) 由於年度薪酬增長，一個高級行政人員職位由薪酬範圍 4 變為 5。
- (c) 由於年度薪酬增長，一個高級行政人員職位由薪酬範圍 8 變為 9。

於年度內，旅發局主席及各成員並沒有因向旅發局提供服務而收取任何酬金。

高級行政人員之酬金及聘用條款和條件由財務及編制委員會審議及認可，委員會包括旅發局非執行成員及旅遊事務署一位官員；並經旅發局成員審批。根據《香港旅遊發展局條例》，總幹事及副總幹事之委任及聘用條款和條件須獲香港特別行政區行政長官批准。

高級行政人員支取基本薪金及與表現掛鉤的浮動薪酬。由 2007/08 年度開始，高級行政人員的工作表現由一套表現管理系統所評定，評核準則包括主要表現指標、目標及能力。他們的表現是參照年度業務計劃所臚列的一系列目標。總幹事的工作表現由旅發局主席進行評核，而副總幹事、總經理及區域幹事的工作表現則由總幹事予以評核。所有高級行政人員與表現掛鉤的浮動薪酬由薪酬檢討委員會審批，委員會由旅發局主席及財務及編制委員會成員組成。

上文所披露支付予總幹事的酌情按表現發放的薪酬數額，代表截至 2016 年 3 月 31 日止年度內支付的浮動薪酬 587,000 元 (2015 年：516,000 元)。

截至 2016 年 3 月 31 日止年度的其他高級行政人員職位的酬金代表副總幹事、六名總經理 (2015 年：五名總經理) 及五名區域幹事 (2015 年：五名區域幹事) 職位之酬金。



## 7 固定資產

### (a) 集團

	租賃物業	裝修	汽車	傢具、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
<b>成本：</b>							
於 2015 年 4 月 1 日	252,855,009	8,298,254	1,187,199	11,482,501	20,771,366	2,376,680	296,971,009
增置	-	2,459,298	-	742,756	3,869,298	417,560	7,488,912
自開發中的系統轉入	-	-	-	-	1,886,080	(1,886,080)	-
出售／清理	-	(959,817)	(853,788)	(692,200)	(2,768,892)	-	(5,274,697)
於 2016 年 3 月 31 日	252,855,009	9,797,735	333,411	11,533,057	23,757,852	908,160	299,185,224
<b>累計折舊：</b>							
於 2015 年 4 月 1 日	210,712,503	7,550,453	1,013,366	10,486,825	16,474,159	-	246,237,306
本年度折舊	10,114,200	419,949	120,519	456,490	2,442,261	-	13,553,419
出售／清理	-	(479,909)	(835,205)	(692,200)	(2,717,244)	-	(4,724,558)
於 2016 年 3 月 31 日	220,826,703	7,490,493	298,680	10,251,115	16,199,176	-	255,066,167
<b>賬面淨值：</b>							
於 2016 年 3 月 31 日	32,028,306	2,307,242	34,731	1,281,942	7,558,676	908,160	44,119,057

## 7 固定資產 (續)

## (a) 集團 (續)

	租賃物業	裝修	汽車	傢俱、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
<b>成本：</b>							
於 2014 年 4 月 1 日	252,855,009	8,006,639	1,187,199	11,952,052	17,530,142	-	291,531,041
增置	-	291,615	-	1,193,035	4,670,163	2,376,680	8,531,493
出售／清理	-	-	-	(1,662,586)	(1,428,939)	-	(3,091,525)
於 2015 年 3 月 31 日	252,855,009	8,298,254	1,187,199	11,482,501	20,771,366	2,376,680	296,971,009
<b>累計折舊：</b>							
於 2014 年 4 月 1 日	200,598,303	7,430,749	818,513	11,952,052	17,530,142	-	238,329,759
本年度折舊	10,114,200	119,704	194,853	197,359	372,956	-	10,999,072
出售／清理	-	-	-	(1,662,586)	(1,428,939)	-	(3,091,525)
於 2015 年 3 月 31 日	210,712,503	7,550,453	1,013,366	10,486,825	16,474,159	-	246,237,306
<b>賬面淨值：</b>							
於 2015 年 3 月 31 日	42,142,506	747,801	173,833	995,676	4,297,207	2,376,680	50,733,703

所有本港之租賃物業均屬長期租約。



## 7 固定資產 (續)

## (b) 旅發局

	租賃物業	裝修	汽車	傢具、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
<b>成本：</b>							
於 2015 年 4 月 1 日	252,855,009	8,298,254	1,187,199	11,455,836	20,760,599	2,376,680	296,933,577
增置	-	2,459,298	-	727,156	3,869,298	417,560	7,473,312
自開發中的系統轉入	-	-	-	-	1,886,080	(1,886,080)	-
出售／清理	-	(959,817)	(853,788)	(692,200)	(2,768,892)	-	(5,274,697)
於 2016 年 3 月 31 日	252,855,009	9,797,735	333,411	11,490,792	23,747,085	908,160	299,132,192
<b>累計折舊：</b>							
於 2015 年 4 月 1 日	210,712,503	7,550,453	1,013,366	10,463,288	16,470,458	-	246,210,068
本年度折舊	10,114,200	419,949	120,519	454,983	2,439,838	-	13,549,489
出售／清理	-	(479,909)	(835,205)	(692,200)	(2,717,244)	-	(4,724,558)
於 2016 年 3 月 31 日	220,826,703	7,490,493	298,680	10,226,071	16,193,052	-	255,034,999
<b>賬面淨值：</b>							
於 2016 年 3 月 31 日	32,028,306	2,307,242	34,731	1,264,721	7,554,033	908,160	44,097,193

## 7 固定資產 (續)

## (b) 旅發局 (續)

	租賃物業	裝修	汽車	傢俱、 固定裝置及 其他設備	電腦硬件、 軟件及 系統開發	開發中 的系統	總數
<b>成本：</b>							
於 2014 年 4 月 1 日	252,855,009	8,006,639	1,187,199	11,928,606	17,526,643	-	291,504,096
增置	-	291,615	-	1,189,816	4,662,895	2,376,680	8,521,006
出售／清理	-	-	-	(1,662,586)	(1,428,939)	-	(3,091,525)
於 2015 年 3 月 31 日	252,855,009	8,298,254	1,187,199	11,455,836	20,760,599	2,376,680	296,933,577
<b>累計折舊：</b>							
於 2014 年 4 月 1 日	200,598,303	7,430,749	818,513	11,928,606	17,526,643	-	238,302,814
本年度折舊	10,114,200	119,704	194,853	197,268	372,754	-	10,998,779
出售／清理	-	-	-	(1,662,586)	(1,428,939)	-	(3,091,525)
於 2015 年 3 月 31 日	210,712,503	7,550,453	1,013,366	10,463,288	16,470,458	-	246,210,068
<b>賬面淨值：</b>							
於 2015 年 3 月 31 日	42,142,506	747,801	173,833	992,548	4,290,141	2,376,680	50,723,509

所有本港之租賃物業均屬長期租約。



## 8 於一家附屬公司的權益以及應付一家附屬公司的款項

### 旅發局

	2016	2015
於一家附屬公司的權益		
非上市股份，按成本列值	1	1
資本投入	<b>31,527,724</b>	31,527,724
減：減值虧損	<b>(30,975,849)</b>	(30,975,849)
	<b>551,876</b>	551,876
應付一家附屬公司的款項	<b>229,340</b>	1,733,711

於 2016 年 3 月 31 日，旅發局評估於該附屬公司的權益，並確認截至 2015 年 3 月 31 日及 2016 年 3 月 31 日止年度沒有額外減值虧損。

應付一家附屬公司的款項為無抵押，免息及無固定還款期。

旅發局全資擁有的附屬公司詳情如下：

公司名稱	主要業務	註冊成立地
香港旅發局有限公司	宣傳及推廣香港	香港

該附屬公司在截至 2016 年 3 月 31 日止年度的核數師酬金及其他經營開支 51,155 元（2015 年：58,955 元）由旅發局承擔。旅發局已放棄對該款的追討權利。

## 9 應收賬款、按金及預付款項

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
應收賬款	<b>3,985,691</b>	5,870,653	<b>3,985,691</b>	5,870,653
減：應收賬款減值虧損撥備	<b>(19,117)</b>	(19,117)	<b>(19,117)</b>	(19,117)
	<b>3,966,574</b>	5,851,536	<b>3,966,574</b>	5,851,536
按金及預付款項	<b>18,039,649</b>	17,897,051	<b>17,182,286</b>	17,304,582
	<b>22,006,223</b>	23,748,587	<b>21,148,860</b>	23,156,118

應收賬款、按金及預付款項中包括下列以集團及旅發局之功能貨幣外的其他貨幣為單位之數額：

	外幣風險（以港元計算）			
	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
澳元	<b>355,752</b>	351,202	<b>355,752</b>	351,202
人民幣	<b>957,312</b>	995,367	<b>957,312</b>	995,367
歐元	<b>536,215</b>	626,473	<b>536,215</b>	626,473
英鎊	<b>1,351,860</b>	1,770,805	<b>1,351,860</b>	1,770,805
日圓	<b>3,012,279</b>	4,300,030	<b>3,012,279</b>	4,300,030
南韓圓	<b>202,701</b>	202,511	<b>202,701</b>	202,511
新台幣	<b>895,393</b>	592,470	-	-
美元	<b>533,357</b>	903,075	<b>533,357</b>	903,075

於 2016 年 3 月 31 日，集團及旅發局預計在超過一年後可收回的應收賬款、按金及預付款項總額分別為 4,417,274 元及 4,212,991 元（2015 年：集團及旅發局分別為 5,785,703 元及 5,576,506 元）。



## 9 應收賬款、按金及預付款項 (續)

### (a) 應收賬款減值

有關應收賬款的減值虧損是採用準備賬戶記賬，除非旅發局信納收回金額之可能性甚微，則在此情況下減值虧損於應收賬款直接撇銷 (參閱附註 2(h))。

年內，應收賬款減值虧損的撥備變動如下：

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
於 4 月 1 日	<b>19,117</b>	19,117	<b>19,117</b>	19,117
確認減值虧損	-	-	-	-
於 3 月 31 日	<b>19,117</b>	19,117	<b>19,117</b>	19,117

於 2015 年 3 月 31 日及 2016 年 3 月 31 日，集團及旅發局釐定為減值的應收賬款為 108,000 元。與一名客戶有關且帶有爭議的減值虧損已被應付予該名客戶的款項 88,883 元作部分抵銷。因此，已就減值虧損淨額 19,117 元確認撥備。

### (b) 無減值之應收賬款

無被視為個別或共同減值之應收賬款之賬齡分析如下：

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
無逾期或減值	<b>250,423</b>	802,143	<b>250,423</b>	802,143
逾期少於一個月	<b>1,586,910</b>	4,429,861	<b>1,586,910</b>	4,429,861
逾期一至三個月	<b>938,673</b>	108,874	<b>938,673</b>	108,874
逾期超過三個月但少於十二個月	<b>1,101,685</b>	414,215	<b>1,101,685</b>	414,215
逾期一年或以上	-	7,560	-	7,560
	<b>3,627,268</b>	4,960,510	<b>3,627,268</b>	4,960,510
	<b>3,877,691</b>	5,762,653	<b>3,877,691</b>	5,762,653

## 10 現金及現金等價物

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
銀行及財務機構存款	<b>281,763,109</b>	224,123,173	<b>281,763,109</b>	224,123,173
銀行存款及現金	<b>5,749,056</b>	6,609,837	<b>5,230,679</b>	6,322,734
財務狀況表中之現金及現金等價物	<b>287,512,165</b>	230,733,010	<b>286,993,788</b>	230,445,907
減去：購入時距期滿日超過三個月之銀行及財務機構存款	<b>(70,577,804)</b>	-	<b>(70,577,804)</b>	-
現金流量表中之現金及現金等價物	<b>216,934,361</b>	230,733,010	<b>216,415,984</b>	230,445,907

現金及現金等價物中包括下列以集團及旅發局之功能貨幣外的其他貨幣為單位之數額：

	外幣風險（以港元計算）			
	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
澳元	<b>342,549</b>	445,354	<b>342,549</b>	445,354
人民幣	<b>405,592</b>	283,921	<b>405,592</b>	283,921
歐元	<b>340,938</b>	372,597	<b>340,938</b>	372,597
英鎊	<b>400,978</b>	217,064	<b>400,978</b>	217,064
新加坡元	<b>111,027</b>	1,024	<b>111,027</b>	1,024
新台幣	<b>394,248</b>	230,315	-	-
美元	<b>199,930</b>	141,248	<b>199,930</b>	141,248

於集團及旅發局報告期末，銀行及財務機構存款按固定利率計算，實際年利率介乎 0.013 厘至 1.1 厘（2015 年：集團及旅發局 0.013 厘至 1.43 厘）。



## 11 應付賬款及應計費用

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
應付賬款	<b>108,196,215</b>	99,801,488	<b>107,904,327</b>	98,526,156
其他應付款項及應付雜項	<b>46,900,449</b>	38,915,270	<b>46,111,943</b>	38,124,253
	<b>155,096,664</b>	138,716,758	<b>154,016,270</b>	136,650,409

應付賬款及應計費用中包括下列以集團及旅發局之功能貨幣外的其他主要貨幣為單位之數額：

	外幣風險（以港元計算）			
	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
澳元	<b>2,127,950</b>	1,928,103	<b>2,127,950</b>	1,928,103
人民幣	<b>6,068,386</b>	3,289,149	<b>6,068,386</b>	3,289,149
歐元	<b>2,659,166</b>	755,210	<b>2,659,166</b>	755,210
英鎊	<b>1,951,938</b>	2,094,346	<b>1,951,938</b>	2,094,346
日圓	<b>5,345,439</b>	4,493,969	<b>5,345,439</b>	4,493,969
南韓圓	<b>3,530,478</b>	193,285	<b>3,530,478</b>	193,285
新加坡元	<b>3,816,452</b>	1,212,644	<b>3,816,452</b>	1,212,644
美元	<b>1,811,901</b>	1,698,192	<b>1,811,901</b>	1,698,192

於 2016 年 3 月 31 日，集團及旅發局預計在超過一年後結清的應付賬款及應計費用總額分別為 6,927,927 元及 6,798,205 元（2015 年：集團及旅發局分別為 8,353,937 元及 8,157,395 元）。

## 12 遞延收入

	集團及旅發局	
	2016	2015
政府資助		
– 1994/95	250,000,000	250,000,000
累積已確認數額：		
於 4 月 1 日	208,333,333	198,333,333
本年度確認	10,000,000	10,000,000
於 3 月 31 日	218,333,333	208,333,333
於 3 月 31 日之結餘	31,666,667	41,666,667
減：列入「流動負債」的金額	10,000,000	10,000,000
列入「非流動負債」的金額	21,666,667	31,666,667



## 13 僱員退休福利

### 集團及旅發局

#### (a) 界定福利退休計劃

旅發局向一項根據《職業退休計劃條例》登記的界定福利退休計劃作出供款，參與這項計劃的僱員約佔旅發局香港僱員人數的 11% (2015 年：12%)。這項計劃由獨立受託人管理，其資產存放於一個信託基金，與旅發局的資產分開持有。

(i) 於綜合及旅發局的財務狀況表確認的數額如下：

	2016	2015
全部或部分注入資金的界定福利責任的現值	<b>(37,141,000)</b>	(36,153,000)
計劃資產的公允價值	<b>84,716,000</b>	88,025,000
界定福利退休計劃資產	<b>47,575,000</b>	51,872,000

上述部分資產預期於超過一年後收回。然而，由於未來供款亦與日後提供的服務和日後精算假設與市況的變動有關，故將有關數額從未來十二個月的可收回數額中分開並不可行。由於旅發局接納了獨立精算師韜睿惠悅香港有限公司(「韜睿惠悅」)所建議之免供款期，旅發局預計於截至 2017 年 3 月 31 日止年度毋需向界定福利退休計劃作出供款。

(ii) 計劃資產包括以下項目：

	2016	2015
證券		
– 太平洋地區	<b>12,708,000</b>	18,401,000
– 歐洲	<b>11,078,000</b>	10,523,000
– 美洲	<b>18,005,000</b>	17,182,000
	<b>41,791,000</b>	46,106,000
債券		
– 環球債券	<b>42,168,000</b>	41,127,000
銀行存款	<b>757,000</b>	792,000
	<b>84,716,000</b>	88,025,000

### 13 僱員退休福利 (續)

#### 集團及旅發局 (續)

#### (a) 界定福利退休計劃 (續)

#### (iii) 界定福利責任現值之變動：

	2016	2015
於 4 月 1 日	<b>36,153,000</b>	32,483,000
重新計量：		
– 因負債經驗改變所致的精算虧損	<b>712,000</b>	396,000
– 因財務假設改變所致的精算虧損	<b>364,000</b>	1,372,000
	<b>1,076,000</b>	1,768,000
計劃支付之福利	<b>(2,239,000)</b>	(325,000)
當期服務成本	<b>1,718,000</b>	1,614,000
利息費用	<b>433,000</b>	613,000
	<b>(88,000)</b>	1,902,000
於 3 月 31 日	<b>37,141,000</b>	36,153,000

界定福利責任之加權平均年期為 5 年 (2015 年：5.6 年)。

#### (iv) 計劃資產的公允價值之變動：

	2016	2015
於 4 月 1 日	<b>88,025,000</b>	81,571,000
計劃支付之福利	<b>(2,239,000)</b>	(325,000)
利息收入	<b>1,056,000</b>	1,546,000
計劃資產回報 (不包括利息收入)	<b>(2,126,000)</b>	5,233,000
於 3 月 31 日	<b>84,716,000</b>	88,025,000



### 13 僱員退休福利 (續)

#### 集團及旅發局 (續)

##### (a) 界定福利退休計劃 (續)

(v) 於綜合收益表及其他全面收益中確認的金額如下：

	2016	2015
當期服務成本	1,718,000	1,614,000
淨界定福利資產的淨利息	(623,000)	(933,000)
於綜合收益表內確認的總額	1,095,000	681,000
精算虧損	1,076,000	1,768,000
計劃資產回報 (不包括利息收入)	2,126,000	(5,233,000)
於其他全面收益中確認的總額	3,202,000	(3,465,000)
界定福利成本總額	4,297,000	(2,784,000)

退休支出在綜合收益表中的員工成本內確認。

(vi) 於 2016 年 3 月 31 日使用的主要精算假設 (以加權平均數表示) 及敏感度分析如下：

	2016	2015
貼現率	1.00%	1.20%
未來薪金升幅	4.50%	4.50%

如上述的重要精算假設改變 0.25 個百分點，於 2016 年 3 月 31 日的界定福利責任的增加 / (減少) 分析如下：

	2016		2015	
	增加 0.25 個 百分點 \$'000	減少 0.25 個 百分點 \$'000	增加 0.25 個 百分點 \$'000	減少 0.25 個 百分點 \$'000
貼現率	(455)	464	(499)	510
未來薪金升幅	456	(450)	504	(496)

上述的敏感度分析假定精算假設的變動無掛鉤關係，所以不考慮精算假設的掛鉤關係。

## 13 僱員退休福利 (續)

### 集團及旅發局 (續)

#### (b) 界定供款退休計劃

旅發局按照信託契約的條款，為一項界定供款計劃(「成員選擇計劃」)供款。僱主須按照僱員相關入息的 8% 至 15%(2015 年：8% 至 15%)作出供款，而僱員則無須作出有關供款。

旅發局亦按照香港《強制性公積金計劃條例》的規定，為根據香港《僱傭條例》聘用，而且不受成員選擇計劃保障的僱員，設立一項強制性公積金計劃(「強積金計劃」)。強積金計劃是界定供款退休計劃，由獨立的受託人管理。根據強積金計劃，僱主及僱員須各自按照僱員相關入息的 5% 作出供款；每月的相關入息上限為 25,000 元或 30,000 元(自 2014 年 6 月 1 日起生效)。計劃的供款即時全數屬於僱員。

## 14 儲備

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
於年初之一般基金	<b>145,643,376</b>	110,360,215	<b>145,639,941</b>	110,360,215
本年度盈餘	<b>36,854,222</b>	31,818,161	<b>36,851,117</b>	31,814,726
本年度其他全面收益	<b>(3,202,000)</b>	3,465,000	<b>(3,202,000)</b>	3,465,000
本年度全面收益總額	<b>33,652,222</b>	35,283,161	<b>33,649,117</b>	35,279,726
於年末之一般基金	<b>179,295,598</b>	145,643,376	<b>179,289,058</b>	145,639,941

### 一般基金

一般基金代表集團及旅發局未分配之餘額及盈餘。使用未分配之餘額及盈餘須經旅發局及政府事先批准。

基於旅發局與政府之間的理解，集團所保留之儲備水平可以增加至相等於四個月開支總額之水平。

## 15 承擔

於 2016 年 3 月 31 日，集團及旅發局之承擔如下：

根據不可解除的經營租賃在日後應付的最低租賃付款總額如下：

	集團		旅發局	
	2016	2015	2016	2015
一年內期滿	<b>11,542,812</b>	9,970,717	<b>11,328,855</b>	9,751,945
一年後至五年內期滿	<b>11,539,423</b>	15,878,046	<b>11,500,429</b>	15,876,372
五年後期滿	-	256,618	-	256,618
	<b>23,082,235</b>	26,105,381	<b>22,829,284</b>	25,884,935

集團及旅發局以經營租賃租用多項物業及辦公室設備。此等租賃一般為期一至十年，並且有權選擇續約，屆時所有有關物業租賃的條款均可重新商議。各項經營租賃均不包括或然租金。



## 16 金融工具

集團在正常經營過程中會出現信貸、流動資金、利率和外幣風險。集團透過下文所述的財務風險管理政策和慣常做法，對這些風險予以限制。

### (a) 信貸風險

集團的信貸風險主要來自銀行及財務機構存款、銀行結存及應收賬款、按金及預付款項。管理層備有信貸政策，並且不斷監察所承受信貸風險的程度。

集團的銀行及財務機構存款是存放於位處香港及海外獲得良好信貸評級的財務機構。

### (b) 流動資金風險

集團的政策是定期監察當期和預計流動資金需求，確保集團維持充足現金儲備，應付短期和長期的流動資金需求。

下表詳列報告期末集團及旅發局財務負債的餘下合約到期狀況，乃以合約未貼現現金流量與集團及旅發局最早需要還款的日期為基準計算：

#### 集團

	2016				
	賬面值／合約 未貼現現金 流量總數	一年內期滿或 應要求償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後 期滿
預收款項	35,165,382	35,165,382	-	-	-
應付賬款及應計費用	155,096,664	148,168,737	3,052,103	1,592,626	2,283,198
	190,262,046	183,334,119	3,052,103	1,592,626	2,283,198

	2015				
	賬面值／合約 未貼現現金 流量總數	一年內期滿或 應要求償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後 期滿
預收款項	31,058,682	31,058,682	-	-	-
應付賬款及應計費用	138,716,758	130,362,821	3,893,336	2,152,564	2,308,037
	169,775,440	161,421,503	3,893,336	2,152,564	2,308,037

## 16 金融工具(續)

## (b) 流動資金風險(續)

## 旅發局

	2016				
	賬面值／合約 未貼現現金 流量總數	一年內期滿或 應要求償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後 期滿
預收款項	35,165,382	35,165,382	-	-	-
應付賬款及應計費用	154,016,270	147,218,065	2,922,381	1,592,626	2,283,198
	<b>189,181,652</b>	<b>182,383,447</b>	<b>2,922,381</b>	<b>1,592,626</b>	<b>2,283,198</b>

	2015				
	賬面值／合約 未貼現現金 流量總數	一年內期滿或 應要求償還	一年後至 兩年內期滿	兩年後至 五年內期滿	五年後 期滿
預收款項	31,058,682	31,058,682	-	-	-
應付賬款及應計費用	136,650,409	128,493,014	3,828,194	2,021,164	2,308,037
	167,709,091	159,551,696	3,828,194	2,021,164	2,308,037

## 16 金融工具 (續)

### (c) 利率風險

除政府資助外，集團沒有向外間機構融資，集團並無因融資而承擔利率風險。

附註 10 載列有關集團賺取收入的金融工具於報告期末的實際利率的資料。

### (d) 外幣風險

#### 面對貨幣風險

集團因海外辦事處的營運而產生以港元(集團功能貨幣)以外的其他貨幣計算的支出。產生風險的貨幣主要包括美元、日圓、澳元、加元、歐元、英鎊、人民幣、新加坡元、新台幣及南韓圓。

#### 敏感度分析

下表列示如集團承受重大風險的匯率於報告期末有所轉變(假設所有其他風險變數維持不變)，對於集團的稅後盈餘及一般基金會即時出現的變動。就此而言，假定美元兌其他貨幣的匯率變動，不會對港元與美元之聯繫匯率產生重大影響。



## 16 金融工具 (續)

## (d) 外幣風險 (續)

## 敏感度分析 (續)

	2016		2015	
	匯率上升/ (下跌)	對稅後盈餘及 一般基金的 影響	匯率上升/ (下跌)	對稅後盈餘及 一般基金的 影響
日圓	5% (5)%	(113,753) 113,753	5% (5)%	(3,086) 3,086
澳元	5% (5)%	(71,482) 71,482	5% (5)%	(56,577) 56,577
加元	5% (5)%	(19,269) 19,269	5% (5)%	(6,656) 6,656
歐元	5% (5)%	(89,101) 89,101	5% (5)%	12,193 (12,193)
英鎊	5% (5)%	(9,955) 9,955	5% (5)%	(5,324) 5,324
人民幣	5% (5)%	(235,274) 235,274	5% (5)%	(100,493) 100,493
新加坡元	5% (5)%	(176,413) 176,413	5% (5)%	(56,562) 56,562
新台幣	5% (5)%	42,124 (42,124)	5% (5)%	(61,408) 61,408
南韓圓	5% (5)%	(166,345) 166,345	5% (5)%	5,779 (5,779)

上表所列分析，代表對集團各實體以其功能貨幣計算的稅後盈餘及一般基金的即時影響的總和，並按報告期末適用的匯率換算為港元列示。

敏感度分析乃假設在報告期末因應匯率的變動而重新計算令集團承受外幣風險的財務工具。敏感度分析並不包括將海外業務的財務報表換算為集團呈列貨幣而產生的差別。於 2015 年，有關分析亦按照相同基準進行。

## 16 金融工具 (續)

### (e) 公允價值

所有金融工具之賬面值與其於 2016 年 3 月 31 日及 2015 年 3 月 31 日之公允價值均無重大差異。

## 17 重大關連人士交易

除本財務報表其他章節所披露者外，於本年度／上一個財政年度，集團在其正常業務過程中並無進行其他重大關連人士交易。

## 18 已頒佈截至 2016 年 3 月 31 日止會計年度尚未生效的修訂、新準則及詮釋可能帶來的影響

截至此等財務報表刊發日，香港會計師公會已頒佈幾項新修訂及新準則，惟於截至 2016 年 3 月 31 日止會計年度尚未生效，此等財務報表亦沒有採納該等新準則。當中可能與公司有關的修定如下：

	在以下日期或之後 開始的會計期間生效
《香港財務報告準則》2012 至 2014 年周期之年度改進	2016 年 1 月 1 日
《香港會計準則》第 1 號之修訂本，披露主動性	2016 年 1 月 1 日
《香港財務報告準則》第 15 號，客戶合約的收入	2018 年 1 月 1 日
《香港財務報告準則》第 9 號，金融工具	2018 年 1 月 1 日
《香港財務報告準則》第 16 號，租賃	2019 年 1 月 1 日

集團正在評估此等修訂及新準則對首次實施期間將會產生何種影響。迄今可以預期採納此等修訂及新準則不會對綜合財務報表造成重大影響。

