

《「十一五」與香港發展》經濟高峰會

旅遊業

前言

本文是從政府及公營機構的角度初步分析「十一五」規劃與香港旅遊業發展的機遇與挑戰，希望藉此引發社會各界的討論，以便高峰會在未來數月制訂一份務實可行的「行動綱領」。

目的

2. 本文旨在探討「十一五」中有關旅遊發展的規劃綱要，研究特區政府和香港旅遊業界如何迎接有關挑戰及抓緊機遇，以進一步加強與內地在旅遊方面的合作，及推動香港的旅遊業持續發展，鞏固香港作為區內首選旅遊目的地的地位，和配合香港在國際金融、貿易、航運等領域的發展。

背景

(I) 國際旅遊概況

3. 雖然國際旅遊業整體在過去幾年面對着種種的打擊和挑戰，但也能隨着全球的經濟增長而持續發展。根據世界旅

遊組織的資料，全球的旅客外遊數字由 2003 年¹的 6.97 億人次增加到 2004 年的 7.66 億人次，增幅達 10%。然而，面對多項環球的不利因素，如油價上升、禽流感可能蔓延的陰影、海嘯及恐怖襲擊等，2005 年世界全球的旅客數字為 8.08 億人次，相對 2004 年增幅放緩至 5.5%。

4. 根據世界旅遊組織的資料，按入境過夜旅客計算，在 2005 年，第一、二、三大的旅遊目的地分別是法國、西班牙及美國，她們分別接待 7,600 萬、5,560 萬及 4,940 萬過夜旅客。中國近年大力發展旅遊業，2005 年旅客到訪數字在全球排列第四，共接待 4,680 萬過夜旅客，是唯一一個排名十大之內的亞洲國家。香港過去數年也經歷重重挑戰，例如受「嚴重急性呼吸系統綜合症」（「沙士」事件）影響，旅客數字曾經在 2003 年下跌 6.2%，但透過香港各界的合作和努力，由 2001 年至 2005 年，訪港旅客數字仍由 1,370 萬升至 2,300 萬人次，相當於平均每年增長 14%。這顯示本港旅遊業在過去數年面對着環球種種的不利因素和挑戰也能一直穩定和持續增長。在 2005 年訪港過夜旅客達 1,480 萬人次，以人數計算在全世界的國家/地區當中排名第十四。以單一城市計算，香港是排名最高的城市²。

5. 全球不少國家及地方均致力發展旅遊業，積極發展旅遊基建設施，並推出大型旅遊推廣活動，相信未來的情況還會持續。香港在國際旅遊市場上面對來自不少旅遊目的地的激烈競爭，例如新加坡及馬來西亞將會在 2006 年開設專為廉價航空公司而設的機場客運大樓。另外，馬來西亞已加強宣傳「2007 馬來西亞旅遊年」全球推廣計劃。泰國亦推出慶祝泰皇登基 60 周年的「泰國尊貴之邀」旅遊推廣計劃。近年冒起的杜拜已推出 Festival City 的第 1 及第 2 期，整個旅遊項目將於 2006 年 12 月完成。

¹ 2003 年國際整體旅遊業受「嚴重急性呼吸系統綜合症」（沙士事件）嚴重影響

² 在 2004 年世界旅遊組織根據香港整體旅客數字(2,181 萬人次)，把香港列入世界第七大旅遊目的地。2005 年世界旅遊組織修訂統計方法，只根據過夜旅客數字計算目的地的排名。

6. 除了有更多國家及地方銳意發展旅遊業外，環球經濟不斷發展，引發不少新興經濟勢力，因而成為提供客源的新市場，例如中國及印度近年經濟急速發展，外遊旅客持續增長，不同國家都希望爭取這一批新市場的客源。要在這些新興市場佔一席位，香港有需要研究這些市場的需要，制訂合適的市場發展及推廣策略。

(II) 香港旅遊發展

7. 香港歷年發展旅遊業，無論在硬件設施(包括航空網絡、城市基建、旅遊景點等)和軟件配套(包括服務和管理質素、酒店住宿、飲食和購物等方面)都已達國際級水平，是一個相當成熟的旅遊目的地。香港的國際大都會形象，自由開放的氣氛和中西文化薈萃的特質，是在芸芸中國城市中獨一無二的。香港在很多方面，例如時裝、餐飲、電器、科技產品等更是潮流領導者，能吸引不同類型的旅客來港消費購物及遊覽觀光。香港地理位置優越，並擁有國際級的海陸空交通運輸網絡，使世界不同地區的旅客都能便捷地到達香港。同時，香港致力確保訪港旅客出入境方便快捷。現時約 170 個國家的國民可無須簽證來港旅遊七日至 180 天不等。這些都是有利推廣旅遊的社會優勢。

8. 正如上文第 4 段所說，全球不同地區的旅遊活動，均受到經濟或政治的變化、恐怖活動或傳染病等等各種不穩定因素影響。這些因素無可避免也為香港的旅遊業帶來正面或負面的影響。然而，透過特區政府及旅遊業界過去多年努力的發展和推廣，訪港旅客人次屢創新高，整體旅客消費總額也令人鼓舞。2005 年，訪港旅客人次持續增長，升至 2,300 萬人次，較 2004 年增加 7%。訪港旅客人次的增長主要是由海外市場的佳績帶動。長途市場包括歐洲、美洲、澳洲及新西蘭，全部都錄得雙位數字的增幅。例如，與 2004 年相比，來自歐洲、非洲及中東的旅客人次便上升 25%；澳洲及新西蘭更增長 28%。南韓、菲律賓及泰國這些高潛力的短途市場，

表現也相當強勁，旅客人次分別上升 19%、16%及 20%，而新加坡則增長 24%(詳細數字列於附件 I)。

9. 內地的外遊市場增長，由 2004 年的 42%放緩至 2005 年的 7%。雖然如此，2005 年來自內地的訪港旅客仍比 2004 年增長 2.4%，而其他旅遊目的地如馬來西亞、新加坡及泰國則分別錄得 36%、2.5 %及 2.3%的跌幅。2005 年內地旅客到香港人次超過 1,250 萬，佔整體旅客 54%，是香港最大客源市場。2006 年上半年，內地旅客強勁增長 14%，達 670 萬人次。

10. 在《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)下，內地居民訪港的「個人遊」計劃在 2003 年 7 月推出，最初涵蓋廣東省四個城市。至今，「個人遊」覆蓋的城市已增至 44 個，超過 2 億 2 千萬內地居民可透過計劃到香港旅遊(詳細數字列於附件 II)。「個人遊」愈來愈受歡迎，在 2006 年上半年，透過「個人遊」計劃來港的旅客約 316 萬人次，佔內地旅客總數約 48%，其中超過八成來自廣東省。據統計，其他內地旅客以團體旅遊簽注來港的約 11%，探親簽注約 13%，商務簽注約 14%。

(III) 內地旅遊發展

11. 「十一五」第十七章第三節中提及要全面發展國內旅遊、推進紅色旅遊、積極發展入境旅遊，包括合理開發和保護旅遊資源、改善基礎設施、推進重點旅遊區、旅遊路線建設、繼續發展觀光旅遊、開發休閒度假以及專題旅遊和鼓勵開發特色旅遊商品。此外，「十一五」亦提到有關規範發展出境旅遊、規範旅遊市場秩序、加快旅遊企業整合重組的工作。

12. 內地旅遊業發展雖然起步不久，但發展速度舉世矚目。經過 20 年來的發展，內地旅遊產業規模不斷壯大，成為國民經濟中發展速度最快的行業之一，同時也是具有明顯國

際競爭優勢的產業之一。改革開放以來，特別是「十五」期間，內地旅遊產業實施「大力發展入境旅遊、積極發展國內旅遊、適度發展出境旅遊」的市場戰略，旅遊業得到了快速發展，已形成了入境旅遊、國內旅遊、出境旅遊三大市場齊頭並進的發展格局。相對香港而言，內地地大物博，在旅遊資源方面，無論在天然景觀或歷史文化景點更為豐富。個別富特色的城市亦越來越受海外市場垂青。不過，內地二線城市的配套設施很多仍在發展階段。在入境旅遊方面，中國成為了世界上發展速度最快、最具生機活力的旅遊目的地國家。

13. 2005年，內地入境過夜旅遊人數4,680萬人次、創匯293億美元，分別居世界第4位和第6位。在國內旅遊方面，內地已擁有世界上規模最大的國內旅遊市場。2005年，中國國內旅遊人數超過12億人次，國內旅遊收入5,286億元人民幣，佔內地旅遊總收入的69%。國內旅遊業的興旺發達，有力地拉動了內需，促進了消費，帶動了相關產業發展。在出境旅遊方面，內地已成為世界上迅速崛起的新興客源國。中國出境旅遊增長速度已大大高於世界平均水平，成為亞洲第一大客源市場。根據世界旅遊組織的數據顯示，2005年全球旅客超過8億人次，與2000年比較增幅達18%。而根據國家旅遊局的數據顯示，2005年內地居民外遊人數超過3,100萬，較2000年上升超過196%。

(IV) 廣東省旅遊發展

14. 廣東省「十一五」規劃提出以泛珠三角區域合作為契機，推動旅遊業的區域合作；完善旅遊功能配套和基礎設施，推進旅遊業向連鎖經營、規模經營、品牌經營方向發展；積極推進粵港澳在物流、旅遊、金融、仲介諮詢、科技、教育、文化、衛生、資訊、環保和口岸通關等各領域的合作；壯大旅遊業、資訊服務業、房地產業、批發和零售業等有優勢的服務業。其中重點建設的旅遊項目包括廣州國際會展中心二期等會展項目和韶關丹霞山風景區等。

15. 粵港澳三地早於 1993 年成立了「粵港澳旅遊推廣機構」，有系統地向海外市場推廣珠江三角洲的旅遊特色，及發展適合不同市場和不同客群的「一程多站」主題式旅遊路線，如餐飲美食、高爾夫球及消閒娛樂等。廣東省擁有豐富的天然資源及旅遊景點，而且地理位置與香港靠近，在客觀條件上有利與香港進一步發展針對不同客群的「一程多站」主題式路線。

16. 廣東省「十一五」規劃提出積極推進粵港在多方面的合作，包括旅遊等方面。這正好配合 CEPA 的最新措施，即准許香港旅行社以試點形式在廣東省營運「港澳遊」。根據香港旅遊發展局(旅發局)的調查，在 2005 年估計有 915 萬廣東省旅客來港，佔內地旅客總數約七成。當中約 34 萬(3.8%)是以團隊方式來港，其餘大部分是以「個人遊」方式來港。「個人遊」計劃令內地旅客更方便和更有彈性地計劃來港旅遊，特別是鄰近的廣東省居民，他們來港旅遊逗留時間相對較短，但傾向更頻密來港。根據旅發局的研究所得，在「個人遊」實施前，從廣州和深圳來的旅客平均每年來港 1.3 次及 3.3 次；而在「個人遊」實施後，這數字分別顯著上升至 2.7 次及 5.6 次。這些旅客主要來港的目的是購物及娛樂。

挑戰和機遇

17. 由於內地客源對本港的旅遊發展有著舉足輕重的影響，隨著內地加強發展旅遊，香港面對多方面的挑戰。首先，作為本港的最大客源市場，內地的本土旅遊迅速發展，香港須與內地不同省市競爭內地客源，因為本土旅遊對初次旅遊的內地居民而言可能仍是首選。2005 年，內地的本土旅客共 12.1 億人次，比 2004 年增長約一成。預期 2006 年內地的本土旅遊市場將進一步增長。此外，國內逐步開放更多的海外核准旅遊目的地，令內地居民有更多選擇。截至 2006 年 3 月，內地當局批准居民前往外遊的國家數目，已達 81 個，遠比 2000 年的 14 個多。很多其他旅遊目的地都希望在內地這個

龐大的客源市場分一杯羹。隨著多個海外目的地推出前往內地城市的直航航班，競爭會更趨激烈。再者，隨著內地不斷發展旅遊業，內地某些地方或城市，例如上海、深圳等城市可能會成為香港爭取海外客源的競爭對手。

18. 「個人遊」計劃為香港的旅遊業帶來無限機遇，我們應好好把握並研究如何利用「個人遊」提供的便利吸引內地旅客來港。此外，不少內地旅客已到過香港遊覽，我們需進一步提升香港的吸引力(包括景點建設及服務質素等)，吸引內地旅客一來再來。內地旅客雖然不斷上升，但作為一個國際化的旅遊目的地，過份依賴單一市場或會為旅遊業的發展帶來隱憂。所以，我們在努力增加內地旅客市場佔有率的同時，亦要維持多元化的市場組合。

19. 香港特區與內地都是彼此的第一客源市場。香港特區作為內地重要的門戶城市，去年有接近 400 萬海外旅客（包括商務和休閒旅客）經香港進入內地。因此，香港特區與內地旅遊的一個重要合作目標就是促進兩地客源互動。在二零零六年，《內地和香港特別行政區間航空運輸安排》（《安排》）的檢討在多方面都取得重大突破。在《安排》下，香港特區連接內地不同城市的航線會由 11 條增至 56 條，覆蓋絕大部分內地主要城市及旅遊熱點如西雙版納等，使更多旅客可以直航來回香港。《安排》將加強香港特區作為航空樞紐的地位，吸引更多外地旅客經香港特區來往內地，有助兩地旅遊業開拓新行程，加強兩地發展「一程多站」旅遊路線的優勢。然而，隨著內地經濟活動不斷擴張，內地與海外的直航航線增加，長遠而言令香港作為進入內地的航空中轉站的角色逐漸淡化。香港如何可以爭取成為海外旅客遊覽中國必到的旅遊地點，也是我們的一大挑戰。

20. 香港擁有一套制度監管本地的旅遊服務，包括法定的發牌制度及守則。然而本港的內地旅客市場出現了一些不良的商業行為：零團費或負團費、旅遊購物回扣，及旅行社不

發工資予導遊等。在這些情況下，兩地的旅行社為了增加利潤，強迫內地旅客在出遊時購物，引起投訴，致令旅客對兩地旅遊業界失去信任，更影響他們隨團訪港的信心。為了加強旅行社和從業人員的規範管理，國家旅遊局在多方研究後作出了應變措施，第一是按現有法規來整頓內地旅遊市場；第二是在全國開展「誠信旅遊」，要求旅行社、旅遊商店及相關行業誠信經營；最後是引導旅客理智消費。在國家旅遊局大力推行「誠信旅遊」及要求保障旅客的權益下，我們認為香港需研究如何配合國家旅遊局的政策(參閱以下第 38 段)。

21. 在 CEPA 最新階段的放寬措施中，允許在廣東省的香港獨資或合資旅行社，申請試點經營廣東省居民前往香港、澳門的團隊旅遊業務。這項措施可讓本港業界開拓新的業務領域，同時把他們較成熟的企業管理及人才培訓模式，引入內地，逐步提升整體的旅遊服務素質。

政府及其他界別的回應/行動

(I) 投資旅遊基建

22. 香港擁有先進的國際機場、連接全球的航空及航運網絡、四通八達的道路及軌道網絡、和非常便捷的公共交通服務。這些作為國際都市必須具備的基建，不僅成為香港保持發展經濟的優勢，亦提供了我們不斷發展及推廣旅遊的基本條件。香港多年來致力開拓國際客源市場，以保持多元化的市場組合，吸引世界各地的旅客來港。為了維持香港對內地及其他旅客的吸引力，特區政府近年加大力度，投資了多項旅遊新項目和改善現有的熱門旅遊點，務求令旅客耳目一新。香港迪士尼樂園已在 2005 年 9 月開幕，並於今年暑假再增設三個新項目包括「馳車天地」、「幸會史迪仔」和「UFO 地帶」。香港濕地公園亦已在 2006 年 5 月開幕，這是一個老少咸宜，寓教育於娛樂的綠色旅遊設施。而昂坪 360(即昂坪纜車及昂坪市集)亦會於稍後開幕。此外，「幻彩詠香江」第

二期已於去年聖誕期間推出，範圍涵蓋維港兩岸 33 幢建築物，廣受旅客及市民歡迎。

23. 在改善現有景點方面，已完成的計劃包括西貢海濱美化工程、鯉魚門的改善項目、中西區改善計劃以及政府與私營機構合作的星光大道。尖沙咀海濱長廊及赤柱海濱的美化工程正在進行中，將分別於 2006 及 2007 年完成。此外，山頂改善計劃及尖沙咀東部的交通接駁系統的工程已經展開，預計在 2007 年完成。至於籌劃中的項目，則包括配合海洋公園重新發展計劃的香港仔旅遊發展項目。該重新發展計劃將於今年展開，主要是把具有 29 年歷史的海洋公園重新發展為全球首屈一指的海洋主題公園。政府亦正從法律、財務、運作模式及制度各方面，考慮海洋公園有關發展酒店的建議。該項發展將有助進一步提升海洋公園的吸引力和吸引旅客延長逗留時間。此外，我們亦計劃進一步改善鯉魚門的海旁設施以及在尖沙咀興建露天廣場。

(II) 旅遊推廣

24. 旅發局有豐富的經驗和完善的國際網絡去推廣旅遊。為確保香港的旅遊業保持優勢及客源多元化，旅發局根據其市場調查，制訂以推廣多元化客源組合為目標的市務推廣計劃，重點針對 16 個主要市場，包括內地、日本及其他不同地區的國家及地方，它們合共佔整體訪港旅客人次約 93%。根據過去的調查及研究，我們鎖定了家庭及商務客群為高潛力的客群。商務旅客當中有很多更是高效益的會議、展覽及獎勵旅遊客群(行內稱 MICE)。旅發局希望能把握本港作為內地門戶城市的優勢，鞏固香港作為首選會議及展覽地點的地位，同時亦為成功落實在港舉行的活動及盛事進行廣泛宣傳，以提升香港的形象。為增加商務客群對本港旅遊業的貢獻，旅發局以「精采香港旅遊年」全球推廣計劃及多項大型活動作為平台，鼓勵商務旅客延長留港、與伴侶同行、重臨本港觀光及增加在港消費。旅發局亦與航空公司合作，並借

助針對商務界別的傳媒機構和企業資料庫，特別向有意訪港的商務旅客推廣。旅發局更針對這客群對方便快捷的資訊的需要，特別開發以隨身電子手帳下載香港旅遊資訊的服務。在 2006 年首半年，各個主要客群的增長均令人滿意，與去年同期相比，過夜商務旅客人次增加 9.9%。

25. 此外，旅發局不斷加強在內地及其他海外地方的宣傳，並與旅遊業界合作，進一步拓展內地「個人遊」及高潛力的二線城市，來自內地的自助旅遊人士中，部分是持簽注來港進行商務活動或探親的旅客，而大部份則屬於「個人遊」類別。旅發局一直致力鼓勵各類自助旅遊人士來港觀光。旅發局於 2006 年 4 至 5 月在新開放「個人遊」的城市舉行業界和媒體說明會，宣傳有關以「個人遊」形式赴港旅遊的資訊。旅發局致力為實施「個人遊」的城市的居民提供旅遊資訊，包括本港的口岸資訊、交通安排和消費購物須知等，以供他們計劃行程時參考，選擇最適合來港的日期及安排。旅發局印製的「中國公民以個人身份赴港出發前須知」和「香港購物及餐飲消費錦囊」小冊子已在有關公安部辦證廳發放，供前往辦證的旅客取閱。為加強向當地居民宣傳「個人遊」，旅發局於當地主要報紙刊登廣告，宣傳「個人遊」的政策和便利性，更與航空公司和當地旅行社合作推出一系列適合個人遊的旅遊行程。為推廣自助旅遊，旅發局亦多次舉辦業界考察團，以及傳媒和旅遊業簡介活動。

(III) 兩地合作發展

26. 發展及推廣「一程多站」旅遊路線是香港特區與內地旅遊合作的重點項目之一。粵港澳三地早於 1993 年成立了「粵港澳旅遊推廣機構」，有系統地向海外市場推廣珠江三角洲的旅遊特色，及發展適合不同市場和不同客群的「一程多站」主題式旅遊路線，如餐飲美食、高爾夫球及消閒娛樂等。由於泛珠三角區域內的旅遊資源十分豐富，各省有不同的旅遊特色和優勢，香港特區希望能與泛珠區域內不同省市

合作，利用區域內豐富的資源和景點，策劃及推廣不同的主題行程，將粵港澳的合作概念擴展至泛珠三角區域，為海外旅客提供更多選擇，迎合他們不同的需要和興趣。今年六月，乘著第三屆泛珠論壇在雲南舉行，特區政府與雲南省達成了共識，合作設計及發展主題式「一程多站」旅遊路線，以吸引更多長途市場特別是歐美的旅客取道香港，再赴雲南旅遊。同時，研究開通香港至麗江的直達航線讓香港航空公司經營，以促進客源互動。

(IV) 提高服務水平

27. 在監管旅遊服務質素方面，我們依賴一個法定的發牌制度規管經營到港及外遊服務的旅行代理商，並輔以由香港旅遊業議會(議會)執行的日常自律規管工作。為確保接待到港旅行團的導遊達到一定的資格及服務水平，議會於2004年7月全面推行「導遊核證計劃」，要求導遊完成培訓，考核合格才可獲發「導遊證」，而議會亦同時要求旅行社必須聘用持證導遊。

28. 為保障旅客的消費權益，旅發局於2001年推行了「優質旅遊服務計劃」，可協助零售及飲食業界提升整體服務水平。這計劃透過對每年參與商戶的評審，確保他們達到優質服務的標準。旅發局打算擴展此計劃以涵蓋更多旅遊相關行業。另外，為保障對團體旅客在本港旅行代理商安排下購物的消費權益，議會於2002年2月開始實施「十四天百分百退款保障」計劃。根據議會的指引，旅行代理商必須先向議會登記安排旅客前往購物的店鋪成為「登記店鋪」，才可安排旅客前往購物。同時，這些「登記店鋪」亦須承諾提供「十四天百分百退款保障」。團體旅客在旅行代理商安排下購物，如有任何不滿而需要退貨，只要符合有關條件，有關店鋪必須作出百分百退款。議會更於2005年4月推出「登記店鋪記分制度」，對違反承諾的店鋪作出記分。當有關店鋪被記分累積至指定數額，議會將暫停或取消其登記。針對近來旅客的投

訴，我們相信這些保障措施有檢討和加強的必要，以促進內地旅客在港「精明消費」。

(V) CEPA 提供新機遇

29. 香港業界已可把握 CEPA 的優惠，在較低的門檻下打入內地市場，營辦境內遊服務。政府不時與業界溝通，了解他們對打入內地市場的看法和意見。此外，政府亦正向國家旅遊局了解 CEPA 最新階段措施(參閱 21 段)的准入細節，包括審批的機制和營運的要求，希望令香港業界更有把握，達到國家旅遊局的法規和其他有關的要求，爭取於 2007 年 1 月打入廣東外訪旅遊市場。

建議

30. 請各專家成員就以下的建議提供意見及其他值得考慮研究的課題。

(I) 保持客源多元化

31. 要使香港的旅遊業持續發展，及減低依賴單一客源而帶來的風險，我們需要確保客源多元化。為此，旅發局根據其市場調查，制訂有效的市務推廣計劃，在針對主要市場的同時，亦隨著外圍環境的發展趨勢而拓展新市場。在致力保持國際金融、貿易和航運中心的地位及發展與內地合作的同時，香港可創造更有利的環境及條件發展旅遊，吸引更多旅客，鞏固我們作為區內首選旅遊目的地的地位。憑我們豐富的國際經驗，我們希望不但可以把外國旅客帶進內地，也希望有機會把內地旅客帶到海外，以充份發揮香港獨有的優勢和擔當我們作為內地與國際旅遊市場的橋樑的角色。

(II) 兩地合作

32. 香港與內地在地理上互相緊接，但兩地在社會環境、文化活動等等都有着許多不同之處，可以互補不足，令兩地不同的優勢得以更全面的發揮。因此，我們認為增強與內地的「競合」(競爭合作)關係，抓緊雙方的合作空間，擴大兩地優勢互補、互惠共贏的效益是很重要的。

33. 不少省市的旅遊資源十分豐富，但在硬件和軟件兩方面的發展步伐不一，個別省區希望引入香港的資金和管理經驗，促進有關方面的發展，從而進一步推動整體的旅遊發展。香港可以利用本身的經驗和優勢及結合內地不同地區、不同省市的豐富資源和景點，與內地合作策劃及向海外推廣「一程多站」主題式行程，為海外旅客甚至區內的內地旅客提供更多行程的選擇，迎合他們不同的需要和興趣。

34. 這個合作概念可以進一步加強區域合作。除了珠三角地區外，泛珠三角區域更具發展潛力。泛珠三角區域的旅遊發展步伐拉近，將更有利發展和推廣「一程多站」旅遊產品。我們可參考於本年六月與雲南達成的合作協議，並依循這方向，視乎個別省區的發展情況，與各省區適當地研究可合作的範疇，並展開有關討論。香港亦可安排泛珠區域內業界互訪，包括旅行社及酒店等，以增進彼此對經濟情況及發展潛力方面的了解，讓業界考慮投資和開拓商機。在人才交流方面，內地的服務質素和旅遊設施管理仍有改善空間。香港業界及大專院校可與內地分享旅遊業管理經驗，進行人才交流及培訓。我們會繼續鼓勵香港旅遊業議會、香港酒店業界及兩所專門提供旅遊培訓的大學，研究和發掘相關的培訓交流機會。相信有關工作會有助提升內地的服務水平和質量，及相關行業的長遠競爭力。此外，我們認為政府可發揮橋樑角色，促進香港業界與內地有關單位溝通，加強了解。

35. 在聯合海外推廣方面，旅發局在短期內主要會沿用粵港澳的推廣平台，選擇合適的海外推廣活動，邀請泛珠三角區域省份參與。長遠而言，旅發局希望能與個別省份商討，以完善合作機制，務求更有效地協調多邊的聯合推廣工作。同時，旅發局會繼續與各省旅遊局保持緊密聯繫，互相交換旅遊資訊。現時，旅發局已透過其網站發放很多旅遊資訊，及透過專為旅遊業界而設的網頁，發放相關的資料及統計數據，以協助他們安排及推廣其訪港的旅遊產品。旅發局可繼續透過這些渠道向兩地的旅遊業界廣泛發放有關香港的旅遊資訊。

36. 此外，旅發局打算不時檢討其在內地的宣傳推廣策略，及設計旅遊產品以迎合不同區域的旅客的需要及口味。旅發局過去幾年曾因此強化了其在內地的宣傳推廣策略，並計劃把已鎖定的 30 個重點城市安排優次，進行更針對性的推廣。例如在廣東省及珠三角區域，宣傳重點則著重最新的購物餐飲資訊，鼓勵週末期間悠閒消費；在華東及中地區的宣傳則較為著重宣傳多元化及大都會體驗、優質的旅遊消費行程及家庭遊；而在較北及較遠的城市則著重香港的歷史文化、消費保障及與航空公司合作推廣的行程套餐等。

(III) 充份利用 CEPA 機遇

37. CEPA 為香港開拓不少商機及發展機會。我們的目標是加強推廣 CEPA，鼓勵業界把握 CEPA 新措施帶來的機遇，包括進入內地市場以試點形式在廣東省營運「港澳遊」，向內地業界和旅客展示香港的專業品牌，加強交流，為內地旅客提供更多元化和富特色的旅遊產品，讓消費者有更多選擇，從而引入良性競爭，有助內地旅遊市場的運作。

(IV) 誠信旅遊

38. 我們認為特區政府及香港旅遊業界應積極配合國家旅遊局推行的「誠信旅遊」，提升整體的旅遊質素，促進香港旅遊業的持續發展。我們可考慮從多方面着手，包括：

- (a) 增加內地訪港旅客對消費權益的認識，提昇保障措施的透明度，加強在境內外的宣傳。
- (b) 配合國家旅遊局就合同規範化方面的工作，讓旅客清楚了解旅遊行程、住宿及各項收費項目，鼓勵旅客理智消費。
- (c) 敦促香港旅遊業議會積極宣傳和執行「十四天百分百退款保障」，並加快檢討如何改善「登記店舖記分制度」，以進一步保障旅客消費權益。
- (d) 要求香港旅遊業議會積極跟進旅客投訴，嚴懲違規旅行社。議會已與國家旅遊局加強聯繫，通報有關投訴。
- (e) 旅發局積極宣傳和推行「優質旅遊服務計劃」，以助旅客識別可信賴的零售商及餐館；並擴展計劃以涵蓋更多旅遊相關行業。
- (f) 促進旅行社及酒店業界的溝通，提升酒店房間供應和房價的透明度，務求令市場運作更順暢。

39. 以上的工作需要特區旅遊業和相關業界的大力支持，才可收最大的協同效應。香港社會不同的行業息息相關、相互影響。「十一五」支持香港保持國際金融、貿易、航運等中心的地位，有助帶動其他行業包括旅遊業，產生循環不息的正面效應。特區政府會作出協調和多方配合，為業界提供更有利的營商環境和條件，同時配合國家整體的經濟發展和規劃，使兩地的旅遊業可持續穩健地發展，互惠共贏，聯手在全球的旅遊發展佔領先的地位。

邀請專家成員意見

- (a) 上文就旅遊業的國際競爭力的分析是否充分全面及深入?有哪些須補充的地方?
- (b) 上文就旅遊業在國家「十一五」規劃中的機遇與挑戰的分析是否充分全面及深入?有哪些須補充的地方?
- (c) 上文就旅遊業在廣東省「十一五」規劃或區域發展中的機遇和挑戰的分析是否充分全面及深入?有哪些須補充的地方?
- (d) 上文就政府及公營機構為進一步鞏固及發展旅遊業所提出的一系列回應措施是否對題?有哪些策略方向須加以調整?
- (e) 上文就進一步鞏固及發展旅遊業所提出須進一步研究及考慮的課題是否恰當?

經濟發展及勞工局
旅遊事務署
2006年9月

主要客源市場訪港旅客數字

市場 / 年份	2004 年	2005 年	2006 年 1-6 月	2006 年 1-6 月客源市場佔整體旅
內地 與上年同期比較	12,245,862 (+44.6%)	12,541,400 (+2.4%)	6,706,392 (+14.0%)	55.0%
台灣 與上年同期比較	2,074,795 (+12.0%)	2,130,565 (+2.7%)	1,039,810 (+2.4%)	8.5%
北亞 與上年同期比較	1,665,440 (+34.8%)	1,853,328 (+11.3%)	959,447 (+8.6%)	7.9%
南亞及東南亞 與上年同期比較	2,077,684 (+52.8%)	2,412,974 (+16.1%)	1,239,319 (+11.0%)	10.2%
美洲 與上年同期比較	1,399,572 (+51.2%)	1,565,350 (+11.8%)	786,723 (+4.6%)	6.5%
歐洲、非洲及中東 與上年同期比較	1,379,992 (+45.8%)	1,725,552 (+25.0%)	888,619 (+9.7%)	7.3%
澳洲、新西蘭及南太平 與上年同期比較	483,247 (+57.8%)	620,217 (+28.3%)	318,115 (+9.5%)	2.6%
訪港旅客總數 與上年同期比較	21,810,630 (+40.4%)	23,359,417 (+7.1%)	12,197,245 (+11.1%)	100%

註：在（）內數字代表與上年同期比較之增長

資料來源：香港旅遊發展局

「個人遊」覆蓋城市人口

時間	「個人遊」覆蓋城市	人口 (億)
至 2005 年 10 月底	34 個 (至 2005 年 10 月底, 「個人遊」覆蓋 34 個城市, 包括廣東省(所有 21 個城市)、北京、上海、天津、重慶、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、台州、福州(市直轄區)、廈門及泉州)	1.7
自 2005 年 11 月	38 個 (自 2005 年 11 月 1 日開始, 「個人遊」進一步擴展到大連、瀋陽、成都及濟南共四個城市)	2
自 2006 年 5 月	44 個 (自 2006 年 5 月 1 日開始, 「個人遊」進一步擴展到泛珠省會城市包括江西省南昌、湖南省長沙、廣西省南寧、海南省海口、貴州省貴陽及雲南省昆明)	2.2