

## 立法會財經事務委員會

### 針對嚴重急性呼吸系統綜合症的影響推行

### 重建香港經濟活力計劃

### 總結報告

重建經濟活力計劃的各項相關活動已告結束，本文件載列計劃(包括跟進維港巨星匯的相關工作)的總結報告。

#### 背景

2. 由財政司司長出任主席的重建經濟活力工作小組(工作小組)共審議了 95 項重建經濟活力計劃的建議，並批准其中 84 項。計劃獲政府撥款 10 億元，工作小組就核准項目作出的承擔額為 7.1527 億元。

3. 重建經濟活力計劃的上份進展報告在二零零四年十二月提交財經事務委員會。報告概述計劃的最新進展情況，在 84 個核准項目中，有 2 個取消，另有 3 個仍在進行，而有關完成日期則有所修訂。

#### 最新情況

4. 各個餘下項目已於二零零四至零五財政年度完成。全部核准重建經濟活力活動合計的整體開支為 642,331,794 元。按政策範圍開列的

活動分項數字摘要載列於下文。在提交上一份進展報告後完成的 3 個餘下項目的詳情，則載於附件。

<u>類別</u>	<u>核准 項目數目</u>	<u>暫定撥款</u> (百萬元)	<u>核准 財政承擔額</u> (百萬元)	<u>最新 開支預算</u> (百萬元)
商業、貿易及投資	37*	90	49.29	34.57
推廣旅遊業及刺激本地消費	9	417	414.13	410.14
文化、體育及社區活動	26*	125	57.55	47.68
傳媒及宣傳	5	83	66.99	34.32
大型文化和體育盛事及其他活動	3	200	123.81	112.64
其他／應急費用	4	85	3.50	2.98
總計	84	1,000	715.27	642.33

\* “商業、貿易及投資”和“文化、體育及社區活動”類別各有一個項目取消。

5. 過去兩年，香港擺脫“沙士”的影響，經濟得以強勁復蘇，除其他因素外，部分歸因於重建經濟活力計劃的推行。本地經濟活動增加，而各個經濟範疇，例如外來直接投資流入、本地生產總值、零售業銷售額、訪港旅客人數及本地就業等，均有持續增長的跡象。

## 維港巨星匯

6. 政府自二零零四年十月向立法會提交報告(請參閱《回應政府帳目委員會第四十二號報告書的政府覆文》)後，一直與香港美國商會(美商會)保持密切聯絡，跟進尚未完成的巨星匯相關工作。有關情況撮述如下：

### (a) 巨星匯電視特輯的播放

7. 自二零零四年二月以來，巨星匯電視特輯已先後在 MTV 和 MTV2 頻道、衛星電視國際和印度頻道，以及香港無綫電視明珠台播放。二零零五年農曆新年期間(二月九日、十日及十三日)再在鳳凰衛視中文台播放。以地區而言，鳳凰衛視的播放範圍包括中國內地(包括澳門)、新加坡、馬來西亞、印尼、文萊和菲律賓。鳳凰衛視表示，星期日早上(相約於二月十三日的播放時段)的收視率約為 30 萬人次，而週中其他日子的分項數字則沒有記錄。

8. 概括而言，巨星匯電視特輯曾先後在美國、歐洲、中東的不同市場，以及亞洲 30 多個國家和地區(包括中國內地和香港)播放。由於並非所有電視頻道均有計算該特輯的收視率，因此沒有相關的總體數字。

9. 巨星匯電視特輯的播放受演出藝人授予的電視播映權所規限。維港巨星匯獨立調查小組指出，電視特輯的播放期限由 12 個月至 24 個月不等。基於這個背景，加上巨星匯舉行已有一段時間(二零零三年秋季)，並無計劃安排電視特輯在其他電視頻道播放。事實上，如要再安排在電視播放該 45 分鐘特輯，可能需要大幅刪剪節目，此舉並不符合成本效益。

(b) 利用錄像片段作其他宣傳用途

10. 投資推廣署已盡力探討利用巨星匯錄像片段作重建經濟活力計劃以外的宣傳用途的可行性。

11. 巨星匯為期四星期，其間籌辦者以錄像新聞片段的形式，向全球電視網絡分發巨星匯片段，供各電視網絡免費播放，以收宣傳之效。正如上文第 8 段所述，該電視特輯已在海外多個主要市場及本地廣泛播放。此外，香港旅遊發展局(旅發局)亦在一個宣傳片中輯錄了巨星匯部分片段，展示表演場內座無虛席，氣氛熱鬧(片中沒有出現任何個別藝人)。上述這些應足以宣揚香港是巨星匯的主辦城市。目前，政府和旅發局均無進一步計劃，利用任何巨星匯錄像片段作宣傳香港之用。

(c) 巨星匯的知識產權移交予政府

12. 根據贊助協議條款八，美商會擔任託管人，託管政府授予、轉讓或移交予美商會有關巨星匯的所有權利及特權，直至二零零八年十二月三十一日。二零零四年三月，美商會表示有意在二零零八年之前把該等權利及特權交回政府。至今，有關把巨星匯的商標和域名(以紅紙有限公司的名義註冊，該公司為美商會籌辦和推行巨星匯的專門公司)移交予政府的法律手續已告完成。政府並不知悉有其他任何權利。此外，投資推廣署在徵詢律政司及知識產權署的意見後，亦擬備了一份轉讓契據，並經由美商會簽署，以完成贊助協議條款八相關的法律手續。

**未來路向**

13. 重建經濟活力計劃完成後，為數 10 億元的撥款沒有任何現金流量轉撥二零零五至零六年度。工作小組審議在計劃下獲撥款資助的各個項目的評估報告後，認為這項特別推行的計劃已圓滿結束，並達到預期目標。此外，工作小組亦已完成任務，並會解散。政府當局會繼續向立法會匯報其他相關事宜的進一步發展。

**投資推廣署**

**二零零五年九月**

**重建經濟活力計劃  
核准撥款分配摘要**

編號	項目	建議推行日期	負責的 局／部門	核准撥款 (港元)	實際開支 (港元)	進度／備註
<b>推廣旅遊業及刺激本地消費</b>						
22	香港旅遊發展局全球旅遊推廣計劃	2003年6月至 2004年年初 (延至2005年3月)	經濟發展及勞 工局／香港旅 遊發展局			完成
	<b>項目簡介</b>					
	a) 促進旅遊業和推動消費，包括旅遊業展覽、網上推廣、巡迴展覽、宣傳推廣計劃；			27,000,000	38,000,000	
	b) 為業界及傳媒舉辦來港考察團；			33,000,000	19,000,000	
	c) 以主要客源市場為目標的全球廣告宣傳；			157,000,000	177,000,000	
	d) 公關宣傳推介活動，包括在全球28個城市舉辦巡迴展覽；			53,000,000	42,000,000	有待取得經審計的 帳目決算表。
	e) 跟進研究，記錄旅客對香港的觀感；			7,000,000	7,000,000	
	f) 宣傳推廣目的地的娛樂盛事，如購物和美食推廣、歡迎禮包和歡迎卡、盛事和主題活動。			102,000,000	96,000,000	
				<hr/> 379,000,000	<hr/> 379,000,000	
	<b>目標</b>					
	a) 推動經濟活動回復正常；					
	b) 游說國際／中國內地人士來港營商及消閒；					
	c) 吸引旅客來港。					
	<b>對象</b>					
	世界各地的旅遊業界伙伴、消費者、旅客和傳媒。					
	<b>成效／評估</b>					
	計劃分三期實施。第一期包括在2003年6月23日至2003年9月15日期間，即緊接世衛解除香港旅遊警告後展開的各項推廣活動。自“沙士”疫潮過後，旅遊業的復甦速度極快。訪港旅客數目在2003年7月至2003年9月期間持續上升；酒店入住率亦由2003年5月的18%攀升至2003年8月的88%。					

編號	項目	建議推行日期	負責的 局／部門	核准撥款 (港元)	實際開支 (港元)	進度／備註
----	----	--------	-------------	--------------	--------------	-------

**成效／評估(續)**

2003年9月16日，旅發局推出全新的全球宣傳活動“香港·樂在此·愛在此！”，標誌着計劃第二期正式展開。2003年9月中至2004年3月期間舉行了多項大型盛事，包括2003年9月的中秋節綵燈會、2003年10月的香港國際煙花音樂匯演大賽、2003年11月至2004年1月的香港繽紛冬日節、2004年1月的國際匯演賀新禧花車巡遊，以及2004年6月底至8月的香港購物節。

計劃第三期推行至2005年3月，目的是鞏固復甦的勢頭，並針對在2004年年底時表現只回復到“沙士”前水平的長途客源市場，吸引更多旅客來港。除了“香港·樂在此·愛在此！”的推廣計劃外，旅發局繼續全面推行宣傳工作，包括向旅遊業及相關行業、傳媒、主要旅客(尤其是長途客源市場的消費者)推廣。

2003年的全年訪港旅客人數為1 550萬，雖較一年前略為下降6%，但是歷來第二高。2004年的全年訪港旅客人數達2 180萬，刷下新的紀錄，較2003年增加逾40%，而較2002年則增加32%。除了內地旅客人數大幅增加約45%外，主要長途客源市場的訪港旅客人數也錄得正增長，較2002年“沙士”前的記錄超出8%。這個增長速度在2005年首季仍然持續：整體訪港旅客人數增加11%，長線旅客人數的增幅更高達20%。

編號	項目	建議推行日期	負責的局／部門	核准撥款	實際開支	進度／備註
				(港元)	(港元)	
<b>文化、體育及社區活動</b>						
43	<b>香港文化產業博覽</b>	2003年8月1日至 2004年6月 (延至2004年12月)	民政事務局	3,500,000	3,500,000	完成  最終開支為3,500,487元，487元的差額由籌辦單位承擔。
	<b>項目簡介</b>	活動為期10個月，分四期進行，目的是展示香港三個文化工業(出版、印刷和設計)的成就，並增加營商機會。博覽會包括推廣活動、國際會議、產品展覽(香港、英國、美國、東京、北京、台灣)、優秀專業人士及學生獎勵計劃、職業博覽(包括即場招聘)等。估計約有30名國際／本地著名的商界領袖、學者及相關行業的知名人士參加博覽會項目。				
	<b>目標</b>	a) 令本地及海外對香港對抗“沙士”的能力建立長遠信心； b) 推動經濟活動回復正常； c) 游說國際／中國內地人士來港營商及消閒； d) 繼續加強本港市民士氣及信心。				
	<b>對象</b>	海外及本地企業家、商人、專業人士，以及設計、出版和印刷行業的學者、旅客、本地學生、社會大眾，共50萬名參與者。				
	<b>成效／評估</b>	計劃分四期進行，由提升公眾對文化的認知，以至通過一連串本地活動和大型座談會，加強和建立香港作為亞洲文化工業中心的地位，並且製作香港文化工業視像光碟，以及參與海外宣傳的展覽會。2003年8月至2004年11月期間舉辦了一系列的宣傳活動，包括研討會及論壇、學生刊物設計比賽、產品匯展、閱讀嘉年華、國際會議、職業博覽、製作視像光碟，以及在台灣、倫敦及中國內地舉辦展覽。				
	傳媒廣泛報道各項活動，公眾反應十分熱烈。國際會議及交流論壇提供絕佳機會，讓本地和來自世界各地的業內人士分享經驗，加強合作。年輕的優秀人才透過參加職業博覽，獲招攬投身文化行業。計劃達到所定的各項目標，即提高香港社會的文化素質、推動香港的文化發展，以及建立深厚的文化認知。					



編號	項目	建議推行日期	負責的局／部門	核准撥款 (港元)	實際開支 (港元)	進度／備註
89	在香港和內地宣傳推動本土經濟項目及地區特色	2003年11月至 2004年6月 (延至2004年12月)	民政事務總署	2,000,000	1,929,301	完成
	<b>項目簡介</b>	利用電子傳媒(例如各電視頻道)及印刷媒介(包括報章、海報及其他宣傳平台)，在本港及中國內地宣傳香港各項推動本土經濟計劃，目的是促進跨區消費並吸引更多內地旅客來港。				
	<b>目標</b>	a) 刺激本地消費及旅遊，藉此恢復本地經濟增長； b) 游說國際／中國內地人士來港營商及消閒； c) 繼續加強本港市民士氣及信心。				
	<b>對象</b>	香港市民及內地旅客。				
	<b>成效／評估</b>	整個推廣項目包括五個宣傳計劃，而每個計劃涉及製作一系列推廣材料，包括製作電視特輯、海報、巨型橫額、遊客小冊子及在報章宣傳香港各區特色。				
		各項宣傳計劃有助向本港市民／內地旅客推廣地區特色，吸引更多旅客前往18區遊覽。推動本土經濟項目普遍深受歡迎，有助刺激本地消費和旅遊業，同時為參與的商業機構及鄰近的商舖帶來更多商機／就業機會。其中，香港電腦節2004－聖誕資訊科技大匯展錄得1.6億元的銷售額，而荃灣珠寶金飾坊的營業額亦上升30%。				