



香港旅遊發展局

SHAPING THE FUTURE

香港旅遊發展局

年報 2013/14



目錄

- 2 主席及總幹事獻辭**
- 4 主席獻辭
- 6 總幹事導言

- 8 香港旅遊發展局成員**

- 12 旅遊業概況**
- 14 訪港旅客人次
- 14 與入境旅遊相關的總消費
- 15 過夜旅客人均消費
- 15 過夜旅客平均逗留時間
- 15 過夜旅客滿意度

- 16 策略重點**
- 18 品牌形象
- 19 海外推廣
- 35 創意推廣
- 39 焦點盛事
- 50 優質服務
- 52 郵輪旅遊
- 54 業界合作
- 55 會展商機
- 57 一程多站

- 58 旅遊業及社區關係**
- 60 「老友記」計劃
- 62 其他社區工作

- 66 獎項與殊榮**
- 68 旅遊目的地 — 香港
- 69 香港旅遊發展局

- 72 企業資訊**
- 74 企業管治
- 78 其他資訊

- 80 全球辦事處及地區代辦**

- 82 獨立核數師報告**

主席及 總幹事獻辭

香港旅遊發展局主席和總幹事回顧
過去一年香港旅遊業的發展，
並講述旅發局未來的策略方針。



主席獻辭



市場環境瞬息萬變，鄰近地區競爭激烈，香港旅遊發展局(旅發局)必須靈活及迅速回應市場挑戰，保持香港旅遊業健康及穩定發展。

旅遊業是本港經濟的重要支柱，為本港提供超過23萬個直接就業機會，在2013年帶來達3,320億港元收益。因此，我們一直為未來發展而努力，確保香港旅遊業邁步向前。

旅發局以維持多元化客源組合為主要策略，同時採取靈活高效的措施，以適時回應市場發展，把握新機遇。在2013-14年度，我們確定了三個具長遠發展潛力的工作範疇，包括郵輪旅遊、「一程多站」旅遊及會展獎勵旅遊。

我們因應各範疇推出多項嶄新計劃。郵輪旅遊方面，隨著啓德郵輪碼頭正式啓用，旅發局聯同台灣觀光局攜手推出「亞洲郵輪專案」，並邀請亞洲區內多個港口加入，加強區域合作，全力推動區內郵輪旅遊的發展。

另外，雖然商務旅遊受全球經濟波動影響，但會展獎勵旅遊一直保持相對穩定的增長。為了進一步加強會展獎勵旅遊的發展，我們積極接觸多個大型活動主辦機構，並提供全方位的支援，以鼓勵他們再度揀選香港作為主辦城市。其中一個成功的例子就是「『鐘錶與奇蹟』首屆亞洲高級鐘錶展」，繼2013年後，該主辦機構再於2014年選香港作為主辦城市。

「一程多站」旅遊也是未來旅遊業的大趨勢，尤其是當「廣深港高速鐵路」及「港珠澳大橋」相繼落成後，發展潛力將會進一步擴大。因此，我們正加緊與鄰近城市合作，設計不同的旅遊行程，方便旅客作「一程多站」旅遊。

旅發局另一項重要目標是致力鞏固香港「亞洲國際都會」的地位，包括打造更多精采吸引的國際級盛事，以及積極提升業界的服務質素。

旅發局的各項工作，一直得到合作夥伴、香港特別行政區政府及旅遊業界支持，是我們成功關鍵，我謹此致以衷心謝意。

我們深知，面對不明朗的環球經濟市場以及激烈的競爭，要充分掌控未來的發展路向，實在殊不容易。不過，我們深信只要繼續加強與業界及社會各界的合作，把握不同機遇，攜手促進旅遊業的發展，定能為業界以至香港整體的經濟，開拓更美好的將來。

林建岳

香港旅遊發展局主席

林建岳博士

總幹事導言



2013年，香港旅遊業有非常卓越的表現，訪港旅客人次突破5,400萬，旅遊收益達3,320億港元。

香港能夠成為全球最受歡迎旅遊目的地之一，是旅遊業界、政府及社會各界共同努力的成果。香港更自2010年起，躋身國際市場研究機構Euromonitor

International「Top 100 City Destination Ranking」排行榜的前列位置。

但是，我們不能因此而自滿。旅發局決心為香港旅遊業長遠發展而努力，我們深信，今天的付出，是為日後發展奠下更穩固的基礎。

為此，旅發局於2013-14年度，推出以下重點項目：

拓展高潛力市場 吸納過夜旅客

我們的主要任務是鞏固香港作為世界級旅遊城市的地位以及擴大旅遊收益。策略是集中吸引高消費過夜旅客，尤其是中年在職人士及成熟客群；並把大部分推廣資源投放在20個高發展潛力的客源市場，當中主要用於中國內地市場以外的國際市場。

提升品牌形象 強化創意推廣

提升香港的知名度，是我們的主要目標。旅發局致力鞏固香港「亞洲國際都會」的形象，並推出一系列具創意的市場推廣及公關活動，以刺激旅客的訪港意欲。

打造精采盛事 提升服務水平

為了給訪港旅客帶來難忘的旅遊體驗，旅發局推出多項焦點盛事，包括備受歡迎的「美國運通香港美酒佳餚巡禮」和聖誕節慶活動「香港繽紛冬日節」。此外，我們亦強化了「優質旅遊服務」計劃，並為業界特設全新禮賓熱線，協助他們為旅客提供專業、優質的服務。

把握市場趨勢 吸引高消費客群

年內，訪港的郵輪旅客及過夜會展旅客都錄得增長。為吸引這兩批高消費客群，旅發局聯同台灣觀光局推出「亞洲郵輪專案」，以加強區內港口合作。同時，

我們亦積極聯繫美國、歐洲及中國內地的會議主辦機構及協會，鼓勵他們來港舉辦會展活動。

加強業界合作 開拓新機遇

旅發局深明，與業界及持份者維持緊密合作是不可缺少的，更是旅遊業成功的基石。因此，除了定期的合作計劃外，我們更透過「新旅遊產品發展及經費資助計劃」，資助業界開發新一輪「香港體驗行」旅遊產品。另外，我們亦加強「香港旅業網」的功能，以促進本地及國際業界的聯繫，開拓更多商機。

過去一年，各項工作能夠順利完成，實在有賴香港特別行政區政府、贊助機構、旅遊及相關界別的合作夥伴、旅發局全體成員，以及所有同事的共同努力。

在此，我衷心感謝各位的支持，並期盼各方繼續努力，令香港旅遊業能夠邁向更美好的未來。



香港旅遊發展局總幹事
劉鎮漢

香港旅遊發展局 成員

旅發局成員來自與旅遊業相關
的不同領域，他們的寶貴意見推動
旅發局不斷進步。





香港旅遊發展局成員

截至2014年10月在任的成員



林建岳博士 (主席)
麗新集團
主席



容偉雄, 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



陳苑芬
安永會計師事務所
合夥人



陳子政, BBS, JP
東亞銀行有限公司
高級顧問



陳覺威
香港酒店業協會
主席
(註i)



周啟良
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
(註ii)



梁偉賢爵士
樂古印務有限公司
常務董事



羅寶文
富豪酒店國際控股有限公司
副主席兼董事總經理



麥華章
香港經濟日報
社長及集團董事總經理



那巴利
環美航務
集團營運總監
(註ii)



伍穎梅
九龍巴士(一九三三)有限公司
董事

**龐建貽**

大亞國際集團有限公司
創辦人及董事總經理
(註ii)

**施南生**

電影工作室有限公司
執行董事

**單仲偕議員, SBS, JP**

立法會議員

**譚允芝**

香港執業資深大律師
(註ii)

**唐偉邦**

國泰航空有限公司
企業事務董事
(註iii)

**胡兆英, MH, JP**

香港旅遊業議會
主席

**葉詠詩, BBS, JP**

香港小交響樂團
音樂總監
(註v)

**袁麗鳳**

新龍旅遊有限公司
董事總經理

註:

- (i) 任期由2014年7月19日起生效。
- (ii) 任期由2013年11月1日起生效。
- (iii) 任期由2014年8月16日起生效。
- (iv) 截至2014年3月31日止年度內曾經在任的旅發局成員如下：
陳裕光博士、陳淑玲女士、許漢忠先生和郭琳廣先生於2013年10月31日離任。
祈偉立先生和張鳳婷女士分別於2014年7月18日及2014年8月15日辭任。
- (v) 圖片提供: Yvonne Chan

旅遊業概況

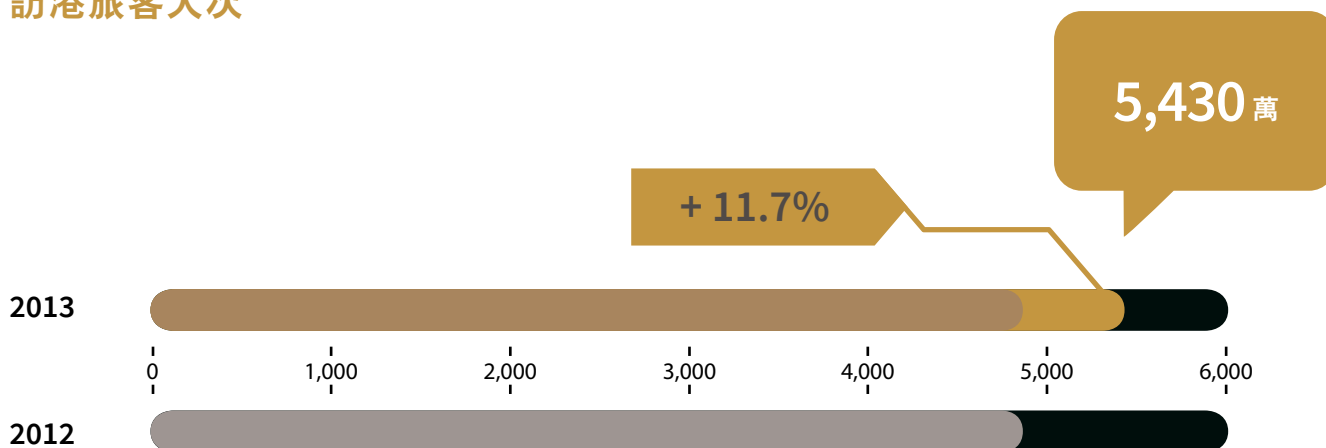
旅遊業是香港的重要經濟支柱。
請到下一頁閱覽2013年
香港旅遊業的表現。



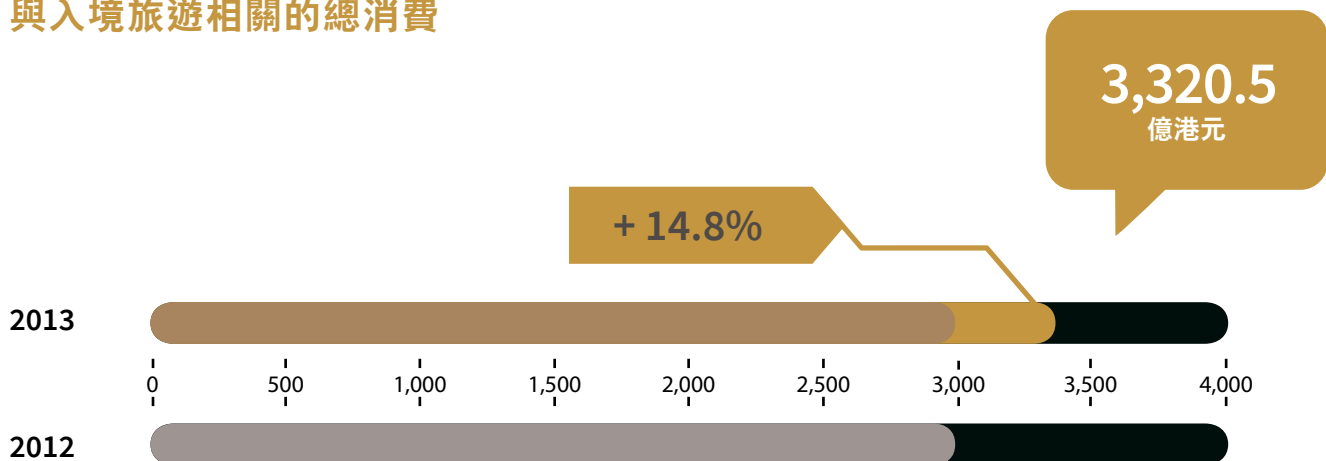


旅遊業概況

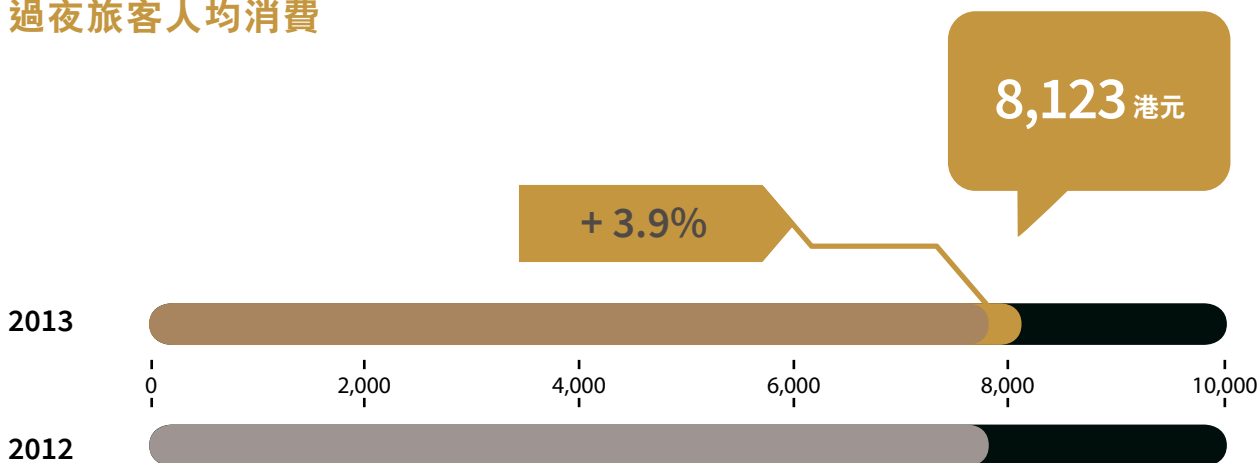
訪港旅客人次



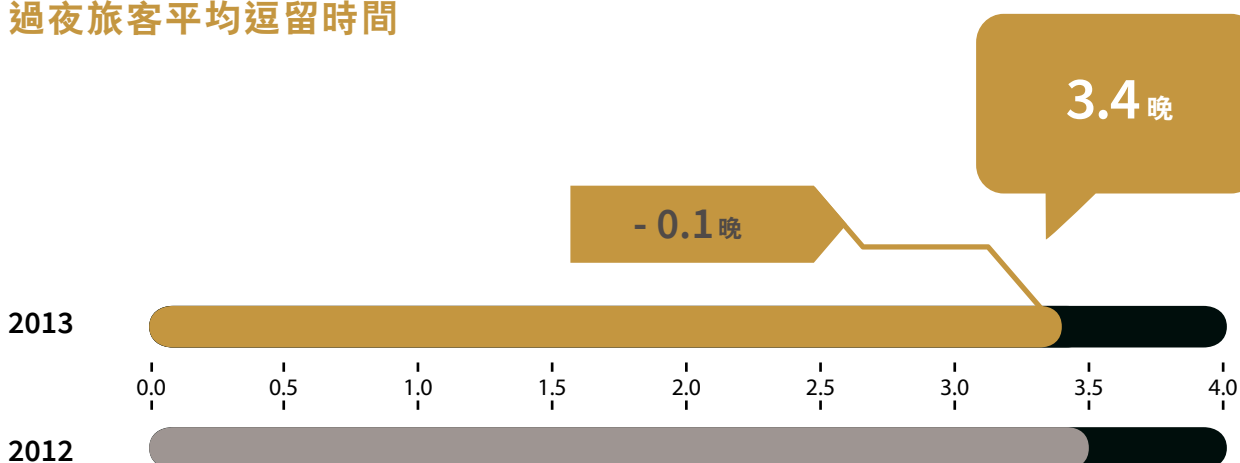
與入境旅遊相關的總消費



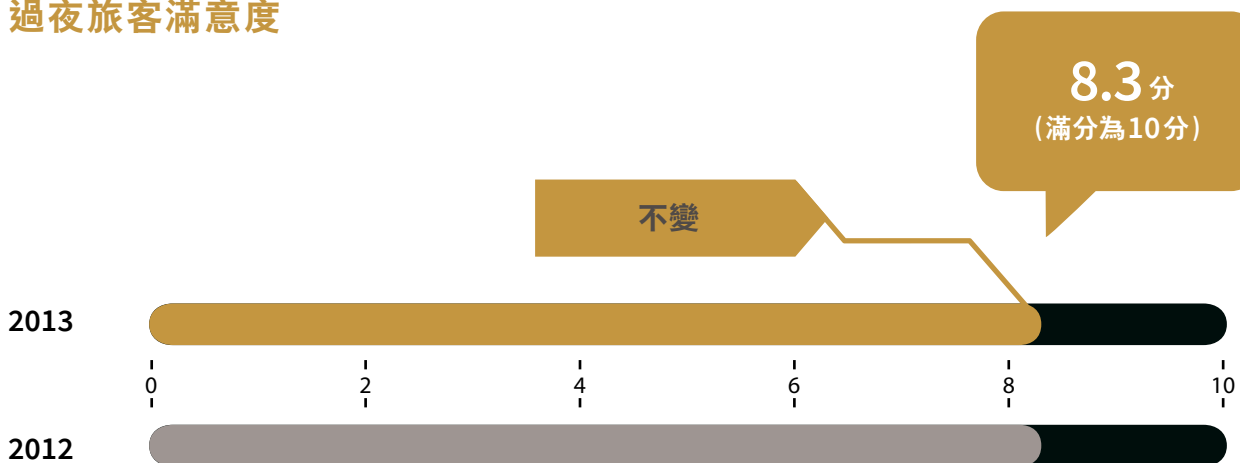
過夜旅客人均消費



過夜旅客平均逗留時間



過夜旅客滿意度

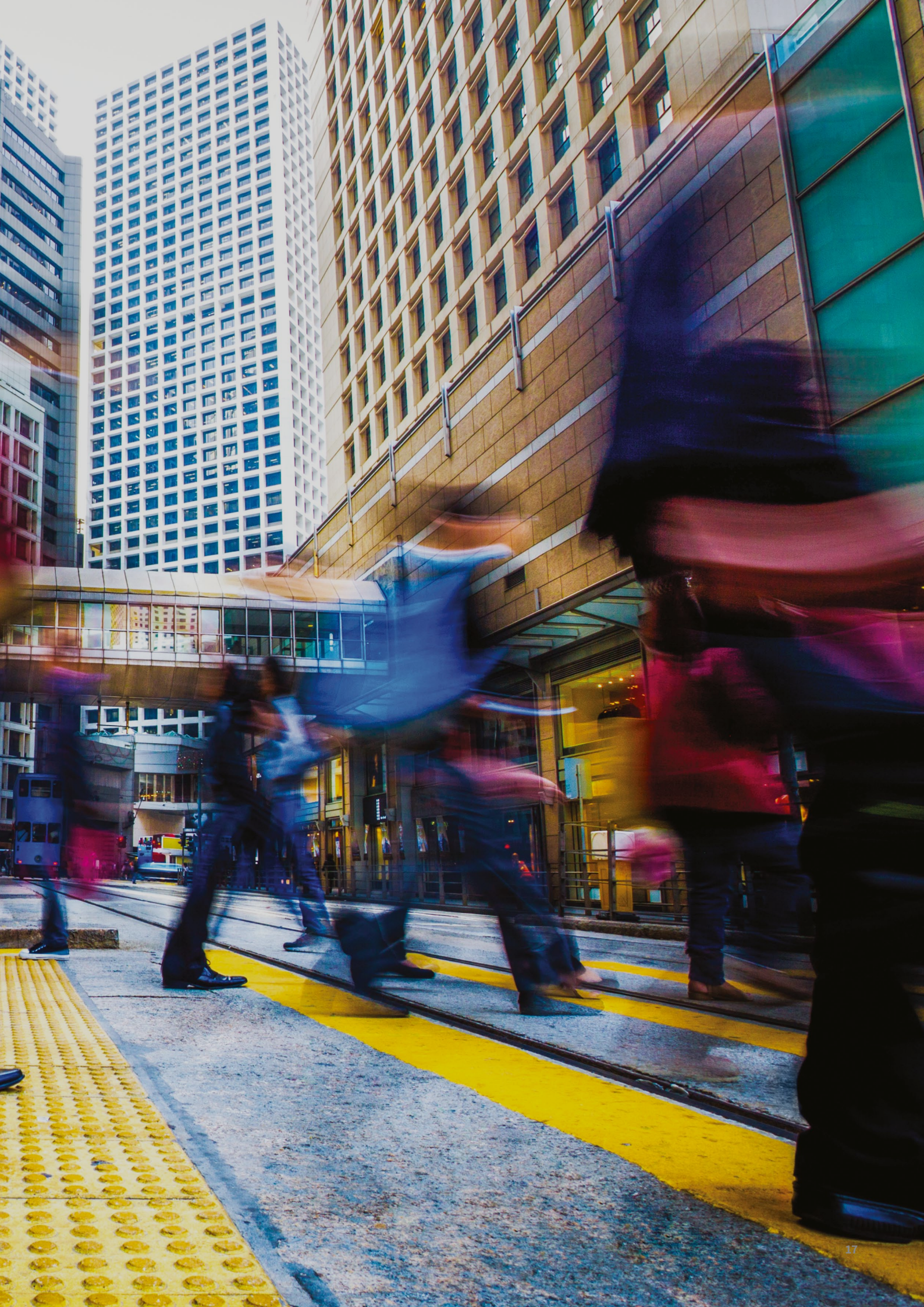


策略重點

旅發局的全球推廣策略及工作，涵蓋不同的持份者，包括旅客、業界夥伴、全球媒體及本地社區。

品牌形象	18
海外推廣	19
創意推廣	35
焦點盛事	39
優質服務	50
郵輪旅遊	52
業界合作	54
會展商機	55
一程多站	57





品牌形象

香港 • 亞洲國際都會

一個品牌不只是一個標誌，它還擁有個性和風格，能帶給人想像和期待。旅發局所採用的品牌—「香港 • 亞洲國際都會」，一方面配合香港政府打造的整體城市形象，另一方面也具體地反映出香港的旅遊特色。

繼2012-13年度推出全新面貌的DiscoverHongKong.com網站及一系列品牌宣傳短片後，旅發局在所有客源市場均全面貫徹「香港 • 亞洲國際都會」的品牌定位。

在品牌的框架下，旅發局透過「亞洲盛事之都」、「國際會展之都」及「亞洲郵輪樞紐」三個主題，突顯香港在

舉辦盛事、會展旅遊及郵輪旅遊方面的領導地位，全面展示香港作為旅遊目的地的吸引力。

笑出 • 快樂香港

旅遊，讓人增廣見聞。在旅程之中，藉著人與人的交流和互動，了解不同地方的風土人情，是十分珍貴的體驗。因此，旅發局在2013年夏天推出名為「笑出 • 快樂香港」的宣傳計劃，透過一系列電視廣告，傳達友善待客的信息，鼓勵本港市民與旅客增進交流。另外，宣傳廣告亦見於巴士及電車車身、主要出入境口岸以及市內多處地標。



「笑出 • 快樂香港」宣傳短片亦有透過YouTube及其他網上平台播放，觀看次數如下：

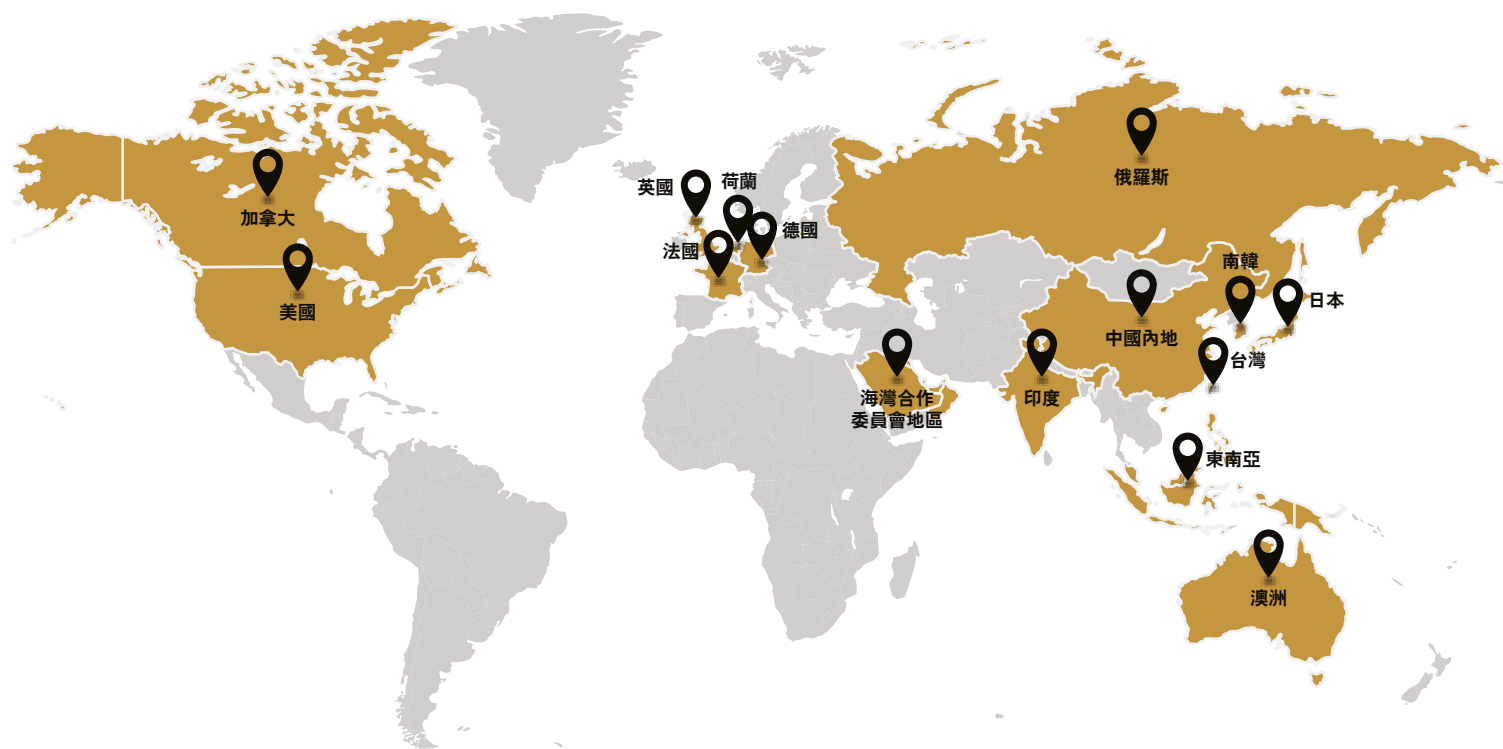
- 中國內地：540萬
- 台灣：250萬
- 東南亞：880萬



海外推廣

旅發局在海外推廣活動中貫徹「think globally, work locally」的理念。本著創意推廣的原則，旅發局因應個別市場的情況及特性，再配合適當的推廣時段及目標客群，制定個別市場的宣傳策略。

2013-14年度，旅發局將其市場推廣預算的四分之三投放於海外市場，推出形形色色的活動。請到下一頁閱覽不同市場的宣傳焦點。



中國內地

《香港·味道》美食藝術展

透過虛擬科技隔空體驗美食的色香味，將會是怎樣的一番滋味？旅發局主辦的《香港·味道》美食藝術展正是以此激發參加者的想像力，吸引他們親身來港品嚐道地美食。

是次藝術展覽以消費者為對象，於2014年初在北京、上海、成都與廈門舉行。展覽採用互動形式，共設四個展區：「美食之最大賞互動投影區」利用虛擬科技把

得獎菜式送到觀眾面前；「經典茶餐廳展區」透過情境模擬帶出香港情懷；台灣陶藝家朱芳毅作品展讓粵式點心與藝術結合；還有「粥粉麵飯影音錄像區」專題介紹四大香港美食。

除了別開生面的虛擬舌尖之旅，旅發局更於現場舉行幸運大抽獎，與眾同樂。任何通過智能手機網絡關注旅發局官方微博及微信的參加者均獲發擦擦咭，有機會贏取大獎。獎品包括郵輪假期、來回香港機票、免費酒店住宿及精美紀念品。



成效：
展覽於四個城市舉行，共吸引263,818人次參觀，總媒體價值超過4,100萬人民幣。



台灣

華山1914文化創意產業園區南瓜慶典

前身為台北酒廠的華山1914文化創意產業園區，今天已變身成為台灣知名的藝術區，經常舉辦主題展覽及戶外演唱會等文化活動。

這個創意社區也是年輕人和一家大小的消閒熱點。所以，旅發局選擇了在這裏舉行萬聖南瓜慶典，宣傳「香港萬聖狂歡月」。於2013年9月底至10月初期間，60顆大大小小的南瓜，散落公園的草坪上，構成趣味

十足的景觀。到了晚上，當所有南瓜在黑暗中透出燈光時，更別具獨特氛圍。南瓜田面世一星期內，便已吸引超過26萬名人士參觀。

除了欣賞靜態的南瓜田，台灣朋友們也可以在南瓜吉祥物的帶領下，參加萬聖節狂歡快閃行動，走訪主要捷運站、商場、誠品書店及市內地標，以吸引觀眾的眼球。推廣活動進行期間，旅發局同步透過Facebook專頁分享「香港萬聖狂歡月」的貼文，以加強宣傳效果。



在台灣，旅發局利用香港的大型活動作為宣傳主題，主力吸引年輕及家庭客群。

日本

「Hong Kong Live at Roppongi Hills」推廣活動

在社交媒體的世代，雖說人人都有機會曝光成為網絡紅人，但是真正的偶像巨星，依然在大眾心目中佔有不可取代的地位，這現象於日本尤其明顯。

日本市場以流行文化為主導，崇尚明星效應。因此，旅發局於2013年11月初在六本木山舉辦的「Hong Kong Live at Roppongi Hills」旅遊推廣活動，也份外星光熠熠。親臨現場主持節目的名人，包括國際級模特兒富永愛、

美容達人IKKO與年輕創作歌手家入里歐。日本頂尖人氣偶像組合EXILE被委任為「2014香港觀光親善大使」，更為整個活動掀起高潮。過去一段時間，由於天災及匯率因素，日本訪港旅客人數較為反覆。舉辦這次活動的目的，就是為了重新引起日本人到香港旅遊的興趣。

為期三日的推廣活動，得到日本星級紅人及香港旅遊業界的全力支持，全面展示香港的道地文化特色與美食體驗，希望藉此吸引更多日本旅客訪港。



日本市場發展成熟，明星效應加上大型宣傳推廣活動，有效維持香港在當地的曝光。



南韓

《Cosmopolitan》雜誌專題及LG環球宣傳片

韓流襲港早已不是新鮮事，同樣地，韓國的年輕女士亦喜歡來港享受美食和購買時裝。

針對這個目標客群，旅發局特別邀請韓國女歌手及演員柳真訪港，參與製作《Cosmopolitan》雜誌的夏季專題「Get it Beauty」。專題出版後，旅發局與業界夥伴聯手推出特色旅遊套票，讓自助旅遊人士體驗SoHo荷南美食

區的西方時尚氣息。同時，旅客更可憑韓國BC卡享有套票折扣優惠，大大增加其吸引力。

年內，旅發局推出另一項公關宣傳活動，為香港爭取最大的國際曝光。我們成功吸引LG集團選擇香港作為全新8K超高清電視宣傳片的取景城市，令香港成為唯一的亞洲城市獲得這個難得的曝光機會。該宣傳片借助LG品牌的知名度及全球銷售網絡，在南韓以至世界各大城市的銷售點播放，並透過LG製作團隊精心編排的燈光效果，把香港著名的夜景展示給世界各地的消費者。



旅發局透過大受歡迎的韓國潮流文化，特別是電視製作，推廣香港給韓國以至亞洲其他地區的旅客。



東南亞

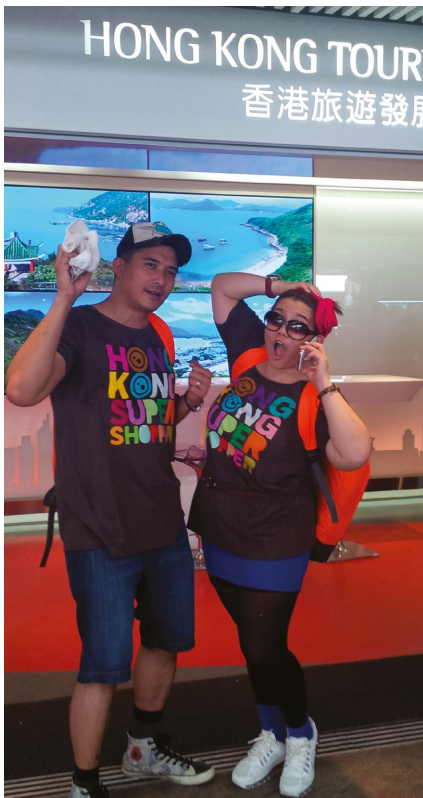
潮人宣傳夏日遊香港

2013年夏季，旅發局邀請多位朝氣十足的年輕博客、演員、電視節目主持及潮人偶像參加「2013 Visa go香港購物王」比賽，以展現香港的時尚生活及潮流特色，從而吸引年輕客群訪港。

這項別開生面的賽事，是「香港夏日盛會」的重點活動。旅發局透過此賽事，在東南亞市場進行連串推廣活動。來自泰國、新加坡、馬來西亞、菲律賓及印尼的年輕名人，各與一位「粉絲」組隊，前來香港參與賽事。同時，為了加大宣傳效果，我們夥拍五大參賽

地區的傳媒進行「粉絲」大招募，務求在比賽前營造宣傳聲勢。

此外，旅發局針對其他目標客群，於區內推出相關的宣傳活動。在馬來西亞，三分之二的人口均信奉伊斯蘭教。有見及此，我們特別邀請馬來西亞明星及伊斯蘭教徒Aaron Aziz先生訪港，編寫四款本港穆斯林行程，以吸引穆斯林客群來港旅遊。在印尼市場，為了吸引當地2,300萬以印尼語為母語的客群，旅發局亦特別出版印尼語版本的香港旅遊指南，經當地著名女性雜誌《Femina》派發。



在東南亞，旅發局以年輕和家庭客群為主要目標，策略性地鎖定夏季及冬季，作為推出宣傳活動的最佳時間。

「香港購物王」比賽
冠名贊助



印度

愛情小說《Hold My Hand》以香港作背景

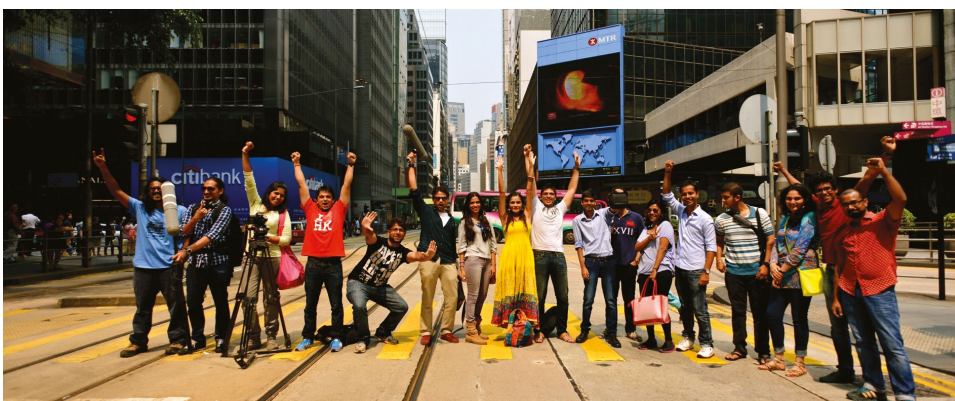
由小說改編成電影的例子，屢見不鮮。不過，利用小說及短片推廣旅遊，則是新穎的宣傳意念。

在印度市場，旅發局成為全球首個旅遊機構，結合小說與短片媒介進行推廣。這項嶄新的宣傳意念源自兩個趨勢：其一，印度閱讀風氣日盛，書籍小說銷售暢旺；其二，寶萊塢的影響力持續強大。

首先，我們夥拍印度年輕暢銷作家Durjoy Datta，邀請他來港取材，創作以香港為背景的爱情小說《Hold

My Hand》。小說面世後大受歡迎，成為多個暢銷書榜榜首，更打入HT Nielsen排名榜十大之列。

隨後，我們將活動延伸至短片媒體，與世界頂尖電影學府Whistling Woods International合作，共同舉辦以《Hold My Hand》小說為題材的短片比賽。為進一步擴大宣傳效果，我們將得獎及入圍短片上載至YouTube，繼而與旅行社Thomas Cook合作，推出「Hold My Hand Romantic Package」旅遊套票。連串的推廣活動，成功引起當地旅客的訪港興趣。2013年的訪港印度旅客人次比2012年同期增長4.9%。



「Hold My Hand in Hong Kong」推廣活動屢獲殊榮：

- 第二屆香港公共關係獎 (2014)：「最高榮譽大獎」
- 第二屆香港公共關係獎 (2014)：「最佳創意獎」
- 第二屆香港公共關係獎 (2014)：「整合營銷傳訊」組別金獎
- PATA Gold Awards 2014：「市場推廣—主要旅遊目的地」組別得獎者
- Astrid Awards 2014：「推廣活動」組別銀獎
- Mercury Awards 2013/2014：「影片：旅遊」組別銅獎
- PRIWeek Awards Asia 2014：「年度南亞地區公關活動」優異獎

旅發局在印度利用綜合宣傳策略作推廣，包括：公關宣傳、業界合作及數碼媒體宣傳。

海灣合作委員會地區

齋戒月前後的家庭旅遊推廣

在海灣合作委員會地區，旅發局針對區內的穆斯林客群，集中在齋戒月(伊斯蘭曆第九個月)之前，推出連串宣傳活動，鼓勵他們選擇香港為齋戒月後假期的首選目的地。2013年8月是區內的旅遊高峰期，為了把握最佳的宣傳時機，旅發局率先於6月推出以家庭客群為目標，隨阿聯酋航空雜誌附送的旅遊指南，務求引起目標客群訪港的興趣。

旅發局在冬季，以家庭客群為目標，在Mirdif City Centre舉行大型的消費者推廣活動。除了文化表演及遊戲節目外，香港的主題公園和旅遊景點都參與這項活動，向目標客群介紹一系列的旅遊產品及旅遊套票。



為了加深海灣合作委員會地區客群對香港的認識，旅發局利用較傳統的推廣手法提高香港的知名度，包括消費者推廣活動、文化表演等。



澳洲

夥拍Flight Centre推夏日綜合宣傳活動

物有所值是澳洲旅客訪港的主要因素之一。有見及此，旅發局積極與當地的旅遊業界合作，聯手推出特價旅遊套票，以吸引當地旅客訪港。

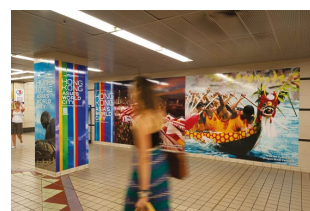
2013年夏天，旅發局夥拍澳洲最大旅行社Flight Centre，推出多款五日四夜的香港旅遊套票，利用優惠價格吸引當地旅客。為進一步增加香港的吸引力及鼓勵當地旅客

選擇夏天訪港，我們更透過傳統和數碼媒體作廣泛宣傳，涵蓋戶外廣告、電視廣告、數碼媒體宣傳、社交媒體，以及搜索引擎推廣。

年輕的專業人士亦是我們的目標客群。為此，旅發局邀請人氣博客Lady Melbourne及An Australian Wintour，在個人部落格中分享訪港體驗，藉此介紹香港的購物樂趣、潮流服飾、餐飲美食與夜生活的特色。



針對這個長途地區市場，旅發局與航空公司及旅行代理商合作推出旅遊套票促銷活動，令香港的吸引力大增。



美國

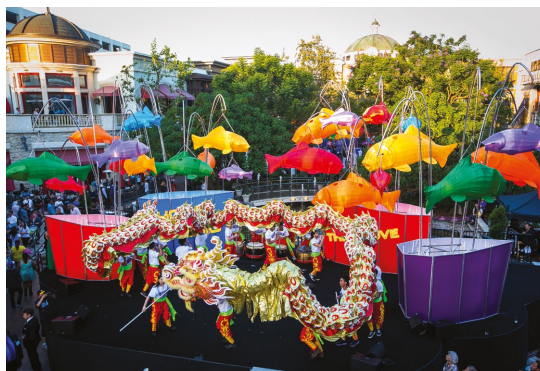
「Hong Kong Live at The Grove」推廣活動

走進洛杉磯著名的購物娛樂中心The Grove，必會留意到連接Farmer's Market的Grove Trolley有軌電車跟香港電車相似。原來這部雙層電動車的設計靈感，是來自The Gove老闆Rick Caruso多年前的香港遊。

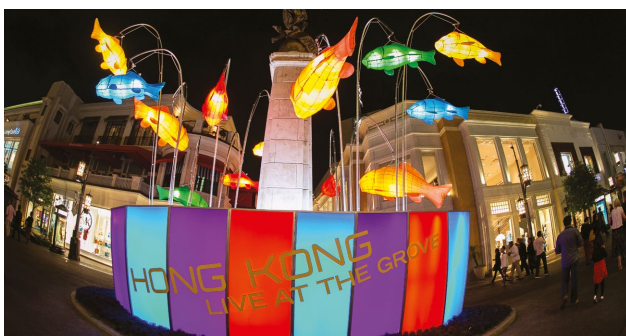
當然，洛杉磯與香港的聯繫不止於此。在旅遊業的層面上，兩地有緊密的關係。美國一直是香港最大的客源市場之一，而大部分美國旅客更是來自洛杉磯。為了加強兩地的連繫，旅發局於2013年初夏在洛杉磯The Grove舉行「Hong Kong Live at The Grove」推廣活動，並邀請Rick Caruso與洛杉磯市議員Tom LaBonge主持揭幕儀式。

一連三日的推廣活動，以香港美食為宣傳重點，邀請三位香港米芝蓮星級廚師參與五場美酒佳餚活動，作即場示範及主持烹飪班。活動不但全部爆滿，更吸引著名美食評論家、普利策新聞獎得主Jonathan Gold，於《洛杉磯時報》上撰文報道。

除了推廣美食外，活動更有精采的變臉及太極表演，向當地市民展現香港的傳統特色。另外，本港著名建築師林偉而先生，更為活動設計了一座以搭棚技術製作而成的魚形裝置，展示香港獨有的本土特色，令整個活動生色不少。



美國是香港最大的長途地區市場之一。旅發局結合市場推廣及公關宣傳策略，於當地推出各種消費者推廣活動、數碼媒體宣傳項目等。另外，由於許多大型國際會議主辦機構及行業協會的總部都設於美國，所以我們亦積極聯繫這些組織，務求為香港爭取主辦大型會議的機會。



加拿大推廣「一程多站」旅遊

在2013年，約87%的加拿大旅客，選擇「一程多站」的旅遊模式。有見及此，旅發局在加拿大的主要推廣策略，是夥拍亞洲國家及地區的旅遊局，推廣「一程多站」的行程。合作夥伴包括：中華人民共和國國家旅遊局駐外辦事處(CNTO)、泰國政府旅遊局(TAT)，以及珠三角地區的深圳市文體旅遊局與廣東省旅遊局。

2013年夏天，旅發局夥拍CNTO及TAT，聯同加拿大最大發行量的《Toronto Star》，推出綜合市場推廣活動，

吸引加拿大旅客一次過同遊香港、中國內地與泰國。此外，旅發局聯同CNTO，於加拿大卡加利推出一系列的戶外廣告，同時邀請加拿大傳媒親臨香港及四川作實地考察。旅發局更與TAT合作，以數碼媒體為推廣平台，將香港與泰國包裝成最佳的行程組合。

為加強香港「亞洲國際都會」的品牌形象，旅發局利用AdoTube和YouTube進行數碼媒體推廣，同時推出「Facebook fans」招募活動。

Embracing Hong Kong's greener side

And city's bright lights and skyscrapers, there's something for nature lovers

HEATHER GREENWOOD DAVIS

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.

It's not just the skyscrapers and modern apartment buildings that define the million of Koreans and Japanese tourists who come each year to Hong Kong. While the food, culture and shopping get a lot of attention, the city's natural beauty is less so.



On the slow, cable car climb up to visit the Big Buddha on Lantau Island, tourists watch the world through the windows of the slightly swaying carriage.



Hong Kong is one of the world's biggest cities, but there is a large number of quiet roads and green spaces where you can get away from it all.



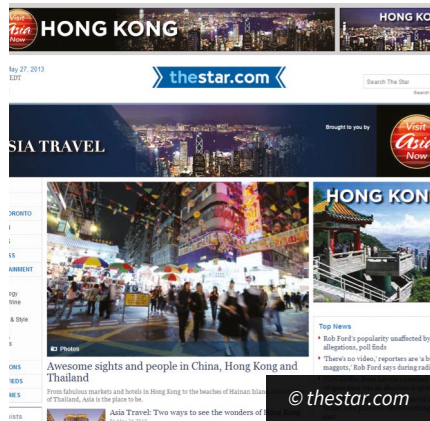
Strolling the narrow streets of Nathan Road, the main north-south artery in Kowloon, is not to be missed on a trip to wonderful Hong Kong.



Ashtapurna is a Buddhist, mystical spot with ancient temples, not far from beautiful Banfong.



When you watch a traditional Chinese performance, you'll find yourself mesmerized by the intricate movements and vibrant costumes.



Awesome sights and people in China, Hong Kong and Thailand



Awesome sights and people in China, Hong Kong and Thailand



Asia Now

旅發局以「一程多站」為加拿大的重點推廣策略。

推廣活動成效：

- 與《Toronto Star》合作的綜合市場推廣計劃，閱覽次數超過260萬。
- AdoTube和YouTube數碼媒體推廣活動中，旅發局品牌宣傳短片的觀看次數超過70萬。
- 「Facebook fans」招募活動為Discover Hong Kong Facebook專頁，吸納超過25,000名加拿大Facebook用戶。

英國

Ching(黃瀨億)推介美味香港

名人效應的成功關鍵，在於名人與產品之間有著密切的連繫。在2013-14年度，旅發局邀請名廚兼美食節目主持Ching(黃瀨億)，在英國宣傳香港的飲食體驗，就是一個成功的例子。Ching曾在英國多個受歡迎的廚藝節目中亮相，包括BBC1台的《Saturday Kitchen》。她出版了五本暢銷的烹飪著作，更創辦自己的廚具品牌，在英國甚至美國都大受歡迎。

2013年9月，Ching應旅發局邀請來港拍攝多個旅遊短片 (mini-travelogues)，介紹她最愛吃點心的地方，以及享受正宗英式美食、品嚐雞尾酒的好去處。

回到英國後，Ching出席英國旅遊界盛事 — 「World Travel Market」，與業界及傳媒見面。其後，Ching又應旅發局邀請出席農曆新年午餐聚會，以宣傳她與英國Wendy Wu Tours精心設計的訪港行程，進一步推廣香港。

香港之行，更為Ching帶來豐富的菜式創作靈感。熱愛廚藝的朋友可瀏覽她的個人網站，看看這些原創食譜，以及她在香港拍攝的旅遊特輯。旅遊特輯同時上載於英國版的DiscoverHongKong.com。



在英國，旅發局透過公關宣傳，特別是利用電視媒體，作為主要推廣策略。



法國

推廣香港藝術文化

法國時尚是全球典範，法國人尤其喜歡藝術文化和時尚產物。為迎合當地人的品味，旅發局廣邀法國大型電視及印刷媒體，採訪香港的精采藝術活動，讓法國觀眾和讀者全年都有機會感受香港濃厚的藝術氣息。

首先，旅發局成功吸引擁有近20萬讀者的法國雜誌《Valeurs Actuelles》，撰寫一篇有關香港作為亞洲藝術之都的跨版專題報道，介紹中環的藝廊與其他藝術設施，

例如香港藝術中心。另外，設計雜誌《IDEAT》亦刊登了一篇名為「Hong Kong plateforme de la creation」(解作：香港的創意平台)的專題故事，透過介紹香港的藝術文化，及展示本地時尚名人及地點的精采圖片，從而突顯這裏的創作動力。TV5則製作有關香港藝術及法國文化影響力的節目，當中更訪問了西九文化區管理局M+行政總監李立偉博士。



在法國，旅發局主要透過大眾傳媒宣傳香港。同時，也透過參與每兩年一度、全球知名的「法國波爾多葡萄酒節」，向法國介紹香港的美食與生活文化。



Finl l'époque héroïque où les pilotes de Jumbo se fau-
laient entre les buildings pour trouver la piste de l'aéroport
Kai Tak, ornée au fond de la baie de Hong Kong. Les at-
terrissages restent des moments inoubliables pour ceux qui les ont
connus. Aujourd'hui, l'arrivée est moins périlleuse, tout en gardant
un certain caractère de surprise, avec cette sensation de se poser
en pleine mer sur une île artificielle, ouverte au trafic depuis
1998. En taxi ou, mieux, avec l'Airport Express, la ville n'est qu'à
une demi-heure. Mais attention ! Hong Kong désigne l'île sur la-
quelle la cité s'est construite mais aussi l'ensemble d'îles péri-
phériques et la péninsule de Kowloon, sur le continent, autrement
nommés les Nouveaux Territoires et qui s'étendent sur un millier

21 On trouve tout à Causeway Bay / Quartier du shopping par excellence, tous les produits et toutes les qualités s'y obtiennent. 22 La galerie-boutique Deem, sur Hollywood
Road, ravit les amoureux de belles pièces. 23 Dans le même quartier, cette boutique vient bien évidemment au secours des chats. Elle prend la pose sur l'escalier de Li Lam
Terrace. 24 Toujours dans le quartier d'Hollywood Road, le bar à cocktails Henri Henri tire son style d'éléments de décoration évocateurs de la royauté. 25 Ou bien Cha est
le chef renommé du restaurant galerie Duddell, fondé par trois amateurs d'art.

d'occurrence. Il faudra ainsi attendre quelques décennies pour voir
arriver le premier Mandarin Oriental. Aujourd'hui, on ne compte
plus les Hyatt, Ritz Carlton, Four Seasons et W mais aussi tout un
bataillon de boutique-hôtels indépendants qui proposent une offre
moins conventionnelle. « La clientèle à Hong Kong a évolué et elle
est maintenant demandeur de nouveaux produits, plus person-
nalisés et surtout qui insufflent une autre approche du luxe », assure
le Français Henry Maillot, à la tête du récent Mira Moon mis en œu-
vre par le designer néerlandais Marcel Wanders. Il en va de même
pour le secteur de la restauration qui a bien saisi les enjeux gas-
tronomiques à relever ici, partant du principe – merci, monsieur
Tallegrand ! – qu'on ne fait pas de bonnes affaires sans un bon

visé de shopping n'échappe pas. On assiste notamment à l'écllosion
de boutiques originales et plus intimistes qui proposent une véri-
table alternative à la masse d'enseignes de luxe, positionnées tout
au long de Queen's Road et de Nathan Road à Kowloon.

La culture, enjeu d'attraction touristique

Pour autant, il manquait une donnée primordiale à ce fameux li-
festyie pour sortir du strict phénomène de la consommation pure
et dure, et pour faire en sorte que Hong Kong ne soit pas qu'une
cité marchande mais bel et bien une destination attrac-
tive et éduquée. Autrement dit, il fallait qu'elle soit dotée
d'un ancrage culturel et artistique. Or on ne peut pas

© IDEAT

德國

香港參與「柏林國際旅遊展」

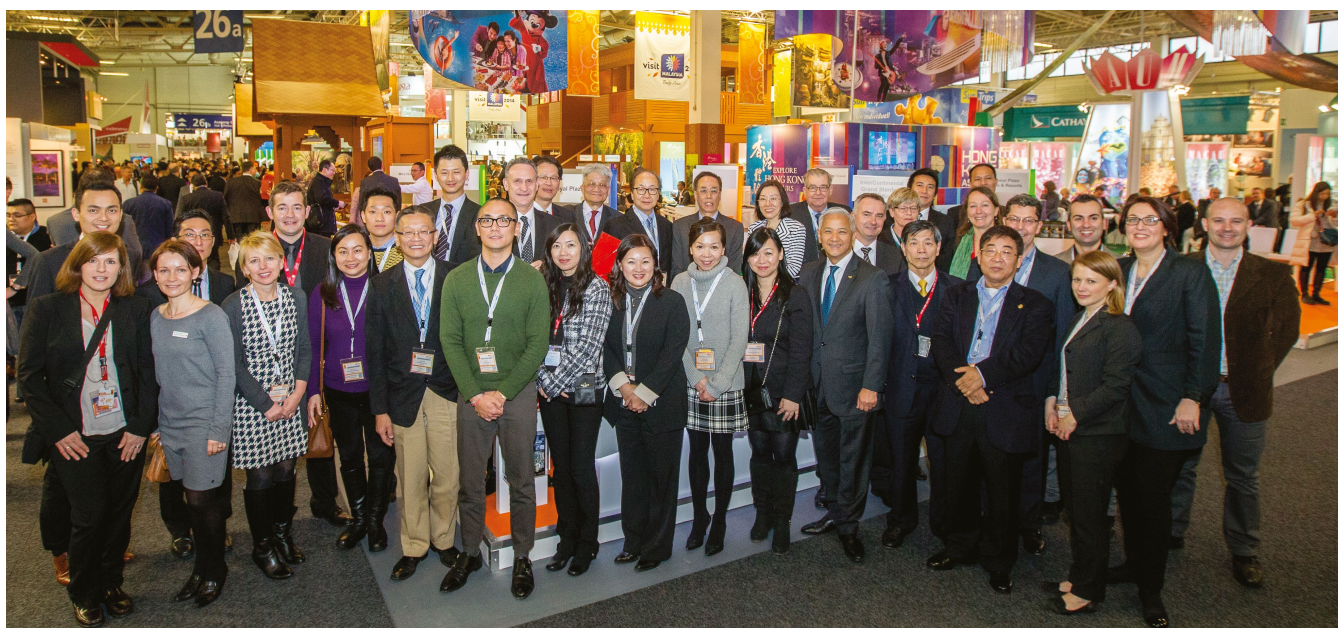
「柏林國際旅遊展」(ITB Berlin)是全球最大型的旅遊展之一，這個平台可有效地接觸全球的業界夥伴。2013年的「柏林國際旅遊展」吸引逾10,000個參展商及11萬位業界人士參加。旅發局聯同眾多香港業界夥伴參展，攜手展示香港最新的旅遊產品。同時，旅發局向當地業界介紹多個旅遊相關項目，包括由「新旅遊產品發展

及經費資助計劃」資助的「香港體驗行」，以及「香港旅業網」的網上培訓課程「香港通」。兩者同樣有助海外旅行社向客戶推介香港的旅遊特色。

此外，旅發局積極邀請當地傳媒來港採訪及拍攝，以爭取更多曝光機會。在2013-14年度，共有超過20間德國傳媒來港，包括德國NDR電視台的Mare TV、《GQ》男士雜誌及《ELLE》時尚雜誌等。



旅發局透過「柏林國際旅遊展」，向德國及歐洲中部的旅遊業界推廣香港。同時，亦邀請德國傳媒來港考察，以提升香港的知名度。



荷蘭

「The Mole」遊戲節目在香港取景

互聯網、智能手機與平板電腦已成為不可缺少的消閒娛樂工具，但電視媒體的滲透力及覆蓋面，仍然不容忽視；而「真人秀」的電視節目，尤其大受歡迎。

在荷蘭，收視僅次於全國新聞的遊戲節目《Wie is de Mol》（解作：誰是內鬼），每集平均有超過200萬名觀眾收看。每一季，參賽者會前往一個或多個城市接受挑戰，而拍攝地點的道地生活文化與城市景色，更會在節目中曝光。

第14季的《Wie is de Mol》特別安排其中五集在香港取景。10位荷蘭名人參加這次節目，他們來到香港並

接受多個緊張刺激的挑戰，例如懸掛在薄扶林水塘堤壩上。此外，挑戰內容亦加入香港道地文化元素，例如要認出化上大戲妝的參賽者、用廣東話問路等。而在另一項挑戰中，香港的維港美景及高樓景色更成為節目焦點。參賽隊伍在「幻彩詠香江」多媒體燈光音樂匯演進行期間，以鐳射燈光與電筒向對岸的另一隊伍發送訊息，賽事緊張刺激之餘，更充分展現了香港的吸引力。

節目成功地向荷蘭觀眾展示香港這個國際大都會的活力動感，同時更錄得270萬名觀眾收看的佳績；數字還未計算YouTube的瀏覽次數。



© Hans Duran and IDTV

荷蘭是本港的新市場之一。旅發局透過公關宣傳，以及與當地旅遊業界合作，增加荷蘭市民對香港這個旅遊目的地的認識。



© Hans Duran and IDTV

俄羅斯

西伯利亞及遠東地區考察團

旅發局除了將市場推廣的資源集中投放於俄羅斯人均收入最高、城市發展成熟的莫斯科與聖彼德堡之外，也密切注視著這個新市場境內的其他城市發展潛力，以開拓更多機遇。

在2013年，西伯利亞航空公司(S7航空)於西伯利亞及遠東地區，推出全新直飛航線往來香港。旅發局隨即把握機會，聯同S7航空舉辦大型業界考察團，於9月邀請這兩個區域的33間旅行社代表訪港。為了增加當地業界對本港旅遊產品的認識，旅發局安排考察團成員實地參觀旅遊景點、舉辦同業交流聚會，讓考察團成員與香港業界見面，為雙方未來合作鋪路。



從俄羅斯到香港的旅客流量，很大程度取決於航班客量，所以旅發局積極與當地航空公司合作，推廣香港。



創意推廣

創意是市場推廣的靈魂。請到下一頁，了解過去一年，旅發局在公關宣傳及數碼媒體方面的創新推廣手法。

數碼媒體推廣



公關宣傳



數碼媒體推廣

Be My Guest

社交媒體已成為重要的推廣平台。在2013年，Facebook的每月活躍用戶達到12.3億；Twitter用戶及微博用戶分別是2億5,500萬及1億2,910萬；至於YouTube，每月的獨立用戶更已突破10億。這些數據顯示了互聯網的強大力量。社交網絡把全球各地的人連繫起來，其中主要是年輕人，亦即是最熱衷消費的一群。

互聯網每天都有多不勝數的資訊，加上現今的消費者愈來愈精明，網上推廣活動若要贏得消費者的垂青，就必須具備宣傳策略。

旅發局的「Be My Guest」推廣活動採用輕鬆的手法，與消費者建立聯繫，推動他們透過互聯網介紹香港的旅遊

特色，以鞏固香港的品牌形象。活動在幾個短途市場推出，Facebook用戶可以透過比賽，贏取來回香港的免費機票以及焦點盛事的貴賓入場證；這些盛事包括「香港美酒佳餚巡禮」等大型活動。

豐富的獎品成功吸引Facebook用戶廣泛分享活動的信息，大大增加宣傳效力。各得獎者在Facebook上分享在港的旅遊體驗，再進一步吸引旅發局Facebook專頁的用戶關注。

一連串的宣傳效果，令旅發局的Facebook專頁在2013-14年度新增了47萬名「粉絲」。更最重要的是，28位得獎者都享受了一趟多姿多采的旅程。

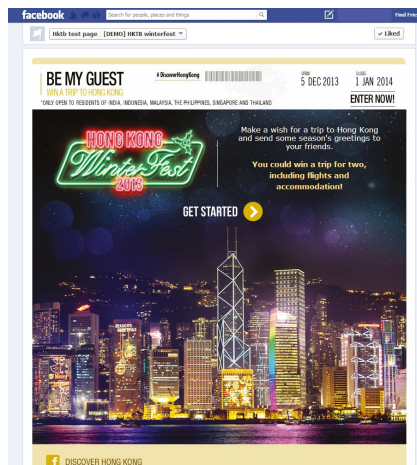
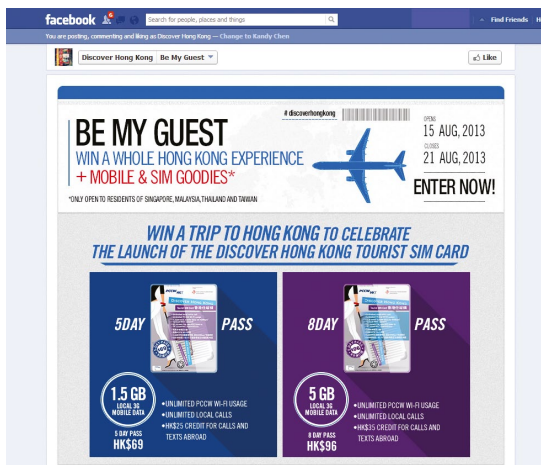


獎項：

- *Internet Advertising Competition Awards 2014*：「最佳旅遊社交媒體推廣活動」
- *Astrid Awards 2014*：「推廣：Viral Campaign」組別銅獎（此乃「香港繽紛冬日節」推廣活動的一部分）

旅發局的數碼足跡：

- 社交媒體：「粉絲」及追蹤者人數超過200萬（截至2014年3月）
- *DHK.com*網站：每年瀏覽頁次超過6,980萬（2013年4月至2014年3月）
- 流動應用程式：累積下載量超過200萬次（2013年4月至2014年3月）



公關宣傳

「2013 Visa go香港購物王」比賽

創意推廣是公關宣傳的一大挑戰。事實上，要平衡開支與媒體曝光機會並不容易。「2013 Visa go香港購物王」比賽是一個好例子，活動成功吸引了九個市場的媒體到港追訪整個過程。

通過九個短途市場的傳媒選拔而出線的九位參賽者，每人夥拍來自同一地區的一位名人，組成參賽隊伍。比賽在香港進行，參賽者需要完成一系列指定任務，

包括：在著名地標或鮮為人知的旅遊景點前自拍、品嚐道地小吃及購買服裝等，以突顯香港的旅遊特色。

名人效應發揮了巨大的影響力。參賽的知名人士之中，有時裝博客，也有電視節目主持人，他們年輕、有生活品味，正好展示了香港既時尚又充滿活力的一面。借助這些名人在互聯網上的號召力，以及傳媒的相關報道，此活動成功爭取廣泛宣傳，並獲得最大成本效益。



獎項：

- PATA Gold Awards 2014：「市場推廣媒體—公關活動」組別得獎者
- Mercury Awards 2013/2014：「特別項目」組別銀獎
- PRWeek Awards Asia 2014：「年度亞太地區公關活動」優異獎

傳媒關係：

在2013-14年度，旅發局共邀請了超過400組海外媒體（當中包括80個電視節目）來港作報道。



「香港購物王」比賽
冠名贊助

VISA



焦點盛事

香港被譽為「亞洲盛事之都」，精采活動全年不絕。請到下一頁，了解過去一年，旅發局主辦或支持的矚目盛事。



傳統文化匯

傳統節慶匯聚香港

香港是一個國際大都會，隨處可見現代高樓和城市建設。不過，這裏亦是一個新舊交融的地方，仍然保存著一些歷史悠久的傳統節慶。其中一個例子，就是「長洲太平清醮」。起源自18世紀，這項獨特的民間節慶，每年都會吸引無數旅客到訪長洲，欣賞精采的飄色會景巡遊，以及緊張刺激的搶包山比賽。

被列入第三批國家級非物質文化遺產名錄的「長洲太平清醮」，已成為中外聞名的傳統節慶。此外，香港還有多個富有地道色彩的節日風俗，包括「佛誕」、「天后誕」及「譚公誕」。由於這四項節慶皆於春季舉行，所以旅發局在2013年以「香港傳統文化匯」主題，涵蓋這四項富特色的民間節慶，加深旅客的認識，並鼓勵旅客參與其中。



旅發局提供交通安排，方便旅客參與節慶活動。包括：

- 免費電車接載前往筲箕灣參觀天后廟與譚公誕巡遊
- 免費渡輪接載前往長洲參觀太平清醮節慶



龍舟嘉年華

龍舟競渡歡樂派對

包糉子和賽龍舟不僅是華人社會慶祝端午節的風俗，而龍舟競賽更發展成廣受世界各地歡迎的體育運動。在香港，早於1976年，龍舟競賽已被認為國際級的體育項目。

賽事的規模更逐年壯大。在1976年，當時的龍舟競賽只有10支參賽隊伍；而在2013年，「香港龍舟嘉年華」

重點項目「建行(亞洲)香港國際龍舟邀請賽」，便吸引了200支隊伍共5,000多位健兒參與。除了龍舟競賽外，「香港龍舟嘉年華」更加入嶄新、好玩的元素，例如「名人扒浴缸大賽」與「生力啤酒節」等精采節目，把這項傳統節慶變成歡樂的夏日派對。整個活動帶來緊張刺激的國際龍舟賽事、冰凍啤酒和強勁音樂，將尖東和維港一帶的狂熱氣氛推至沸點。



一連三日的「香港龍舟嘉年華」吸引約23萬人次參與。

「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

San Miguel



中秋節

傳統意念新演繹

傳統與創新是否對立？四位年輕設計師便透過旅發局於2013年舉辦的「綵燈大觀園」公開設計比賽，向大眾展示如何以創意演繹傳統。為了讓市民在歡度中秋節的同時增加對環保的關注，這隊設計四人組特別以7,000個廢棄塑膠樽，建成三層高的大型綵燈，於維多利亞公園舉辦的「one2free綵燈大觀園」活動中展出。半月形的綵燈聳立

於水池上，配合LED燈光變幻效果，就如月亮慢慢從水平線上升，因而被取名為「悅滿中秋」，令人嘆為觀止。

活動結束後，綵燈上的廢棄塑膠樽由社福機構仁愛堂環保園塑膠資源再生中心回收，循環再造。「悅滿中秋」不但帶來美好的回憶，更從中帶出環保訊息，希望加強大眾對環保的關注及重視。



「綵燈大觀園」：八天內錄得56萬人次參觀。



萬聖狂歡月

全城嘩鬼齊出動

跟不少西方城市相比，香港慶祝萬聖節的歷史較短，但熱鬧狂歡的派對氣氛，足以跟西方看齊。

本港的萬聖節慶祝活動，最初是由兩個主題公園舉辦。隨後，其他景點及商場亦紛紛推出萬聖節佈置及鬼屋以吸引人流。發展至今，每逢在10月31日前的一、兩個星期，香港各區都推出各式各樣的萬聖節慶祝活動。

不少餐廳酒吧借助熱鬧的節日氣氛，推出一系列萬聖節特飲和菜式。其中最大型的，便是蘭桂坊的萬聖節街頭派對。派對不但吸引市民及旅客參與，而且各人更會盡花心思，裝扮成女巫、殭屍，甚至其他意想不到的角色。

旅發局為吸引旅客來港歡度萬聖節，去年推出連串的宣传攻勢，涵蓋社交媒體推廣、與傳媒機構及業界合作，以至消費者推廣活動，當中在台灣舉行的南瓜田大型活動尤其矚目。



© Hong Kong Disneyland



© Ocean Park Hong Kong



此相片為杜莎夫人集團所創作及全權擁有

美酒佳餚巡禮 舌尖上的盛宴

中式點心和美酒是絕佳的配搭，但這種味覺享受，直至旅發局於2009年首次舉辦「香港美酒佳餚巡禮」才廣為人知。

隨著葡萄酒稅項豁免，香港躍升為全球最大的紅酒拍賣中心。承著這個優勢，「香港美酒佳餚巡禮」自2009年推出後，很快便成為亞洲的焦點盛事。在2013年，「美國運通香港美酒佳餚巡禮」移師到中環新海濱舉行，


場內設有六大主題區，合共約300個參展攤位，呈獻多元化的美酒和美食配對。活動新增「品味館」專區，舉行多個品酒會及專題講座，同時更邀請香港廚師隊炮製多道出戰「Salon Culinaire Mondial 2013」的菜式。其後，在該項國際殿堂級廚藝賽事中，香港廚師隊奪得全場總冠軍。

旅發局未來將繼續為美酒佳餚巡禮注入新元素，以滿足區內喜歡美酒美食的旅客。



- 四天內錄得14萬入場人次。
- 售出31,100個品酒證。
- 為11月舉行的「香港美酒佳餚月」揭開序幕。

「香港美酒佳餚巡禮」及「香港美酒佳餚月」冠名贊助




郊野全接觸

逍遙走進大自然

居港外籍人士說起在香港遠足，總是讚不絕口。旅發局自2009年透過「香港郊野全接觸」，每年成功吸引不少長途地區及日本旅客專程來到香港遠足，親身體驗香港的明媚風光和自然景色。

活動為旅客舉辦「遠足導賞團」，安排行山專家帶領他們暢遊熱門遠足路線。直至2013年，我們特別增設「單車導賞團」，以鼓勵旅客利用全新方式體驗香港的自然景致。

香港人口稠密、高廈林立，但本港約四分之三的面積都是綠色郊野，更吸引的是，從市中心出發到達優美的郊野公園及海灘，只需短短數十分鐘。



- 2013年11月至2014年2月期間，舉辦了10場「遠足導賞團」及四場「單車導賞團」。
- 全新的《香港郊野全接觸》活動指南專為自助遊旅客而設，推介本地多條遠足路線、單車徑、離島及地質公園。



繽紛冬日節 巨型蒲公英送上祝福

以現代藝術裝置代替聖誕樹，冬日佳節氣氛一樣濃厚。2013年「香港繽紛冬日節」的重點項目「聖誕夢飛翔」，以巨型蒲公英藝術裝置「WISH」代替傳統的聖誕樹，豎立在中環皇后像廣場中，為市民和旅客帶來與別不同的聖誕佈置。活動由美國運通國際股份有限公司及

DFS集團旗下T廣場贊助，展示由美國年輕藝術家Robert James Buchholz創作，以三棵巨型蒲公英及大型種子組成的藝術裝置，寓意為旅客及市民散播滿載希望及幸福的種子，送上佳節的祝福。「WISH」曾於美國加州Coachella音樂節中亮相，首度來港展出即大受歡迎。約五層樓高的巨型蒲公英，隨著活動主題音樂《All I Want for Christmas is You》的節奏幻變色彩，令節日期間的中環更添璀璨熱鬧。



「聖誕夢飛翔」呈獻機構

AMERICAN EXPRESS
GALLERIA HONG KONG



除夕倒數

煙花匯演國際矚目

每年大除夕，全球各地都會舉辦不同的倒數活動。電視新聞監製會按活動的規模及代表性，選擇播放多個焦點城市的現場片段。有見及此，各地政府部門與旅遊機構都會利用各種公關策略，積極爭取曝光。

2013年，由旅發局主辦的「新年・新世界・香港除夕倒數」活動，成功吸引各大國際媒體，包括英國廣播公司(BBC)、美國有線電視新聞網(CNN)及中央電視台(CCTV)等超過650個電視頻道，播放除夕煙花匯演的現場片段，與著名的悉尼除夕倒數及紐約時代廣場水晶球倒數，並列齊名。這項除夕倒數的規模是歷年最大，更首度引入煙花，並配合煙火及音樂同步發放，再加上維港兩岸的歡呼聲，令舉世聞名的維港夜景更添璀璨。



現場觀眾超過38萬人次。

「香港除夕倒數」冠名贊助

新世界發展有限公司
New World Development Company Limited



新春節慶

頂尖盛事歷年之最

全球各地都會舉辦新春活動，但只有香港的新春節慶獲《福布斯》於2011年選為世界十大盛事之一，跟德國慕尼黑十月啤酒節及巴西里約熱內盧嘉年華，同樣矚目。

「香港新春節慶」規模之大，節目種類之豐富，堪稱全球數一數二。每年臨近新春，本港各區的年宵花市

都會吸引大量市民及旅客。春節開始後，多項大型活動亦相繼登場，包括大型煙花匯演、農曆新年賽馬日，而其中由旅發局主辦的「國泰航空新春國際匯演之夜」，更把尖沙咀變成歡樂熱鬧的大型春節派對。

一連數天的歡樂慶典過後，香港還提供更多的旅遊活動，例如品嚐世界級美食及享受購物樂趣，讓旅客有更豐富的體驗。



- 2014年新春匯演共有13輛花車、21支表演隊伍與3,000位表演者。
- 15萬觀眾中，超過半數為訪港旅客。

「新春國際匯演之夜」
冠名贊助



CATHAY PACIFIC
國泰航空公司



其他盛事

國際競賽全城同樂

每年，「香港國際七人欖球賽」都吸引不少球迷親身到現場觀賽。在2014年，香港欖球總會與旅發局特別在中環新海濱舉行「HK Fan Zone」，設置大屏幕轉播七人欖球賽賽事，為球迷增添一個觀賽的地點。相比起氣氛緊張刺激的香港大球場，「HK Fan Zone」則以家庭客群為目標，設置攤位遊戲，以及專為小朋友而設的星級欖球教室及音樂會，讓一家大小共享歡樂時刻。

除了3月舉行的「香港國際七人欖球賽」，旅發局積極推廣不同類型的大型活動，透過各項宣傳方法，包括旅發局的官方網站、社交媒體及其他宣傳渠道等。這些盛事包括「香港馬拉松」、「香港國際賽事」、「香港藝術節」、「香港巴塞爾藝術展」以及「香港國際電影節」。



「HK Fan Zone」：六天內錄得50,000人次入場。

「HK Fan Zone」主辦機構



優質服務

口碑載道

世界各地的旅遊機構都在積極提升服務水平。不過，要取得最大成效，真正令旅客感到賓至如歸，實有賴整個旅遊業包括酒店、餐館、零售商、本地旅遊公司、運輸供應商各成員的共同努力。

為了協助旅遊業界提高服務質素，旅發局推行「優質旅遊服務」計劃，邀請業內優質商戶參與，範圍涵蓋零售商、餐館及旅客住宿服務供應商等。在2011年，

旅發局更設立優質商戶獎項，以表揚傑出的「優質旅遊服務」計劃認證商戶，並提升其知名度。去年，此計劃增設前線員工的獎項。

在2013年11月，旅發局推出專為酒店及商場而設的禮賓熱線，協助服務人員解答旅客的查詢。這條熱線的成本效益非常高，把我們的接觸點由旅客諮詢中心、旅遊熱線及電郵查詢推展至城中各大酒店及商場。



2013-14年度：

- 「優質旅遊服務」計劃：共8,377間零售商舖及餐館、775間旅客住宿房間
- 旅客諮詢中心：服務160萬名旅客
- 旅遊熱線：處理16,000項查詢

自2013年11月推出以，禮賓熱線在九個月內已為70多間酒店及商場提供服務。



旅發局向朗豪坊員工介紹禮賓熱線



郵輪旅遊

商機無限

郵輪旅遊的目標客群不再限於退休人士或家庭旅客。愈來愈多的郵輪公司為客輪翻新，增添新穎有趣的消閒娛樂設施，以繽紛好玩的海上旅程來吸引年輕客群。另外，航程的日數亦趨多元化，新增的短線行程適合只有短短數天假期的旅客參加。此外，郵輪旅遊的客源市場也在變化。國際郵輪協會的統計數字顯示，亞洲郵輪旅遊業每年增長率高達8-9%，因此，亞洲旅客已成為郵輪公司的新目標。

啓德郵輪碼頭的落成，無論對旅客，還是本港旅遊業來說，都是一個新亮點。建於前啓德機場跑道上的郵輪碼頭，首個泊位已於2013年6月正式投入服務，可供總噸位達22萬噸的郵輪停泊。世界級的設施，令啓德郵輪碼頭成為亞洲郵輪市場的矚目地標。

為配合新郵輪碼頭的啓用，旅發局積極與亞洲區內多個主要港口洽談合作方案。在2013年，旅發局與台灣觀光

局簽訂合作協議，促成皇家加勒比國際遊輪增設兩個以香港為母港的航程。其後，於2014年3月的「邁阿密郵輪博覽」上，旅發局與台灣觀光局宣布成立「亞洲郵輪專案」，資助郵輪公司進行市場推廣及發展郵輪旅遊產品，以鼓勵開發更多包括香港及台灣的亞洲航線。另外，亦邀請了多個港口包括海南、沖繩、鹿兒島，以及菲律賓加入「亞洲郵輪專案」，以增強郵輪公司發展東亞郵輪市場的信心。

在消費者市場，旅發局透過不同渠道，加強宣傳香港為郵輪假期目的地。有關活動包括協辦「郵輪假期博覽」、推出針對消費者的區域性市場推廣計劃，以及在每年一度的「香港國際旅遊展」和多個海外展覽會上，重點宣傳郵輪旅遊。

在市場上，包括香港在內的郵輪產品正在不斷推出。旅客選擇以郵輪方式來港旅遊，既可以盡情暢遊香港，更可以在郵輪上欣賞維多利亞港兩岸的繁華景色。





業界合作

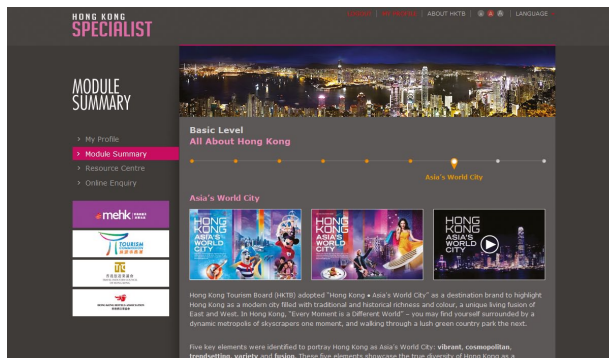
開發旅遊行程創新體驗

太平山頂、赤柱及其他著名旅遊景點，固然值得旅客多次重遊；除此之外，香港還有一些較少人熟悉的旅遊資源，包括歷史古蹟和文化體驗，也很值得旅客親身探索。

為鼓勵更多業界開拓嶄新旅遊產品，旅發局於2012年底，推出「新旅遊產品發展及經費資助計劃」，資助業界開發及宣傳不同主題及吸引旅客的全新旅遊產品，從而帶給旅客與別不同的深度旅遊體驗。

在2013-14年度，共有12項旅遊產品獲得資助，涵蓋多個主題，包括美酒佳餚、藝術文化、古蹟文物及一程多站旅遊，當中以品嚐道地美食的「深水埗風味行」及教授中國傳統武術的「詠春拳體驗」最受歡迎。

請到DiscoverHongKong.com瀏覽「香港體驗行」的最新旅遊產品。



旅發局於2013-14年度提供的業界支援如下：

- 舉辦41個業界考察團、四個大型業務洽談會，並安排本地業界參與九個國際旅遊展。
- 全面提升「香港旅遊業網」，提供八種語言、共13個市場的版本，以助本地與海外旅遊業界建立業務合作。同時，亦推出一個名為「香港通」的網上培訓平台，協助本地及海外業界前線員工掌握推廣香港旅遊的專業知識。

會展商機

強化夥伴合作共創雙贏

旅發局深明長遠的規劃，是發展會展獎勵旅遊的成功關鍵。因此，在2013-14年度，我們的「香港會議及展覽拓展部」積極聯繫全球知名及具規模的專業團體和國際組織，透過這些組織的龐大會員網絡，推廣香港為首選的會展獎勵旅遊城市。我們特別舉辦考察團，與會展獎勵旅遊的三大客源市場，即美國、歐洲及中國內地的多個組織建立策略夥伴關係：

- 「The American Society of Association Executive」
 - 代表來自10,000個機構的21,000位行政人員及業界夥伴。
 - 促成24個合作項目，當中的六項已於2014年3月底前實現。
 - 代表團高度讚揚香港，並選擇香港作為2015年「ASAE Asia Pacific Great Ideas Conference」的主辦城市。
- 「The International Association of Professional Congress Organizers」
 - 擁有來自40個國家，共114位會員。
 - 「香港會議及展覽拓展部」於該協會在瑞士、里斯本及其他歐洲城市舉辦的活動中推廣香港。
- 「中華醫學會」
 - 擁有83個附屬協會，個人會員超過50萬。
 - 截至2014年3月，成功為香港促成三項會展活動。

推廣大嶼山

為配合政府發展大嶼山為交通及旅遊樞紐的計劃，並憑藉港珠澳大橋和屯門至赤鱗角連接路等大型基建項目的優勢，「香港會議及展覽拓展部」繼續推廣大嶼山作為會展獎勵旅遊的匯點。而2013年舉行的獎勵活動「BlackBerry Jam Asia 2013」，更成功展示大嶼山的全方位優勢，包括：配備無線寬頻網絡的世界級會議場地、優質酒店設施、獨特文化體驗、多元化娛樂設施，以及優美的自然景色。

2013年會展獎勵旅遊訪港旅客人數：

- 超過160萬，比2012年增長1.8%

2013-14年度重點活動：

- 「鐘錶與奇蹟」首屆亞洲高級鐘錶展：首辦此活動即取得空前成功，促使駐瑞士的主辦機構再次選擇香港作為2014年活動的主辦城市。
- 「World Congress of Nephrology 2013」
- 「SIGGRAPH亞洲電腦圖像和互動技術會議及展覽2013」

2013-14年度成功申辦活動：

- 「The 25th International Nursing Research Congress」(900人)
- 「6th World Glaucoma Congress」(4,000人)
- 「TESOL 2015 International Convention & English Language Expo」(750人)
- 2015-2017年度「世界商業論壇•香港」(每年3,000人)
- 「22nd International Symposium on Electronic Art」(800人)
- 「The 2016 Million Dollar Round Table Experience」(6,000人)



一程多站

一趟旅程，多重體驗

香港位處亞洲心臟，交通便利，是旅客前往中國內地及亞洲其他地區旅遊的理想中轉站。隨著「廣深港高速鐵路香港段」及「港珠澳大橋」於未來數年內相繼落成，屆時香港往來內地的交通網絡將會更加完善。

優越的地理位置，以及完善的基建設施，不僅推動了香港的旅遊發展，同時亦為香港和鄰近地區帶來更多合作機會。通過多方的共同努力，區內的旅遊事業可更蓬勃發展，從而達至互惠互贏。旅發局在2013-14年度參與的「一程多站」旅遊合作項目包括：

- 邀請東南亞傳媒及印度旅遊界夥伴參加由廣東、澳門及香港三地聯合舉辦的考察團。

- 與澳門特別行政區政府旅遊局攜手，在成熟市場及新市場如俄羅斯和印度，舉行業界及消費者推廣活動。
- 夥拍深圳市文體旅遊局，在泰國及印尼舉辦路演。
- 聯同雲南及一間大型旅遊公司在英國合辦路演，並安排英國旅遊界夥伴前往香港及雲南考察。這是港滇兩地在2012年訂立的三年合作計劃的一部分。
- 夥拍成都文化旅遊發展集團及澳門特別行政區政府旅遊局在美國推出網路搜尋引擎營銷活動，以刺激香港、澳門及成都旅遊套票的銷售。



在推廣「一程多站」旅遊時，旅發局以廣東省「144小時便利簽證」措施為主要賣點。



旅遊業 及社區關係

旅遊業是社區發展的一部分，旅發局除了積極支持與旅遊業相關的各項活動外，也邀請本地市民一同參與，發揮香港的好客精神。





「老友記」計劃



人生總充斥著大大小小的旅程。旅客來到香港，無論短暫停留抑或多次到訪，旅客諮詢中心的「老友記」義工都會熱誠款待，令他們對香港留下難忘回憶。

以下三段由「老友記」分享的故事。他們與旅客或許是萍水相逢，但這些相遇卻令人回味。

在2013-14年度，旅發局的58位「老友記」合共提供了近5,000小時的義工服務，接待了超過55,000名訪港旅客。

故事一：意義重大的過境之旅

大部分過境香港的旅客，都想把握機會遊覽景點或爭取時間購物。不過，機場旅客諮詢中心的「老友記」KT，卻遇到一個非一般的印度家庭。他們向KT查詢的事，是如何在短短數小時內遊覽本港的兩所大學。細問之下，原來這家的女兒分別獲得香港和美國的大學取錄，一家人正前往美國的大學考察，途中短暫停留香港，順道看看香港兩所大學的環境。

KT為他們提供了交通及相關資訊後，不忘囑咐那個女孩，要好好記住爸爸的一片苦心。女孩微笑著回答：「我會的，我一定銘記於心！」



故事二：說好了，要再見

一段有趣的對話，仿似清晨的佳茗，令人心曠神怡。一對英國夫婦，在旅客諮詢中心遇上了「老友記」Agnes，大家談得興起，竟忘卻了時間。原本只預計三分鐘的對話，最後變成了30分鐘的長談。這對夫婦離開時已是下午四時，還沒有吃午餐，他們匆匆吃了點東西後，再回頭向Agnes道謝。原來經過Agnes的一番介紹，他們才發覺香港是如此多姿多采、應有盡有，但由於要趕赴峇里島參加婚禮，所以未能停留香港遊玩；不過，他們表示已開始計劃下次來港的行程了。Agnes深信，他們很快便會重臨香港。

故事三：有緣千里能相會

俗語說：「有緣千里能相會」。以下這段故事完全印證了這句老話。

某日，一位名叫Eric的法國背包客來到旅客諮詢中心，詢問哪兒可以欣賞到免費的中國戲曲表演。「老友記」Angel建議他到坪洲去。兩日後，Angel與另外五位「老友記」相約前往坪洲，探望住在島上的另一位「老友記」Patrick。令人喜出望外的是，他們竟然在坪洲碰見Eric。原來Eric乘住宿之便，臨時決定留下，待處理完一批照片才離開坪洲。當晚，他們一行八人到附近的餐廳吃海鮮；席上，Eric用自製的樂器演奏音樂，還向幾位「老友記」學會了幾句廣東話呢！

其他社區工作

在2013-14年度，旅發局大力支持與旅遊業相關的活動。



2013年4月26日

入境管制人員獲嘉許為「香港禮貌大使」

旅發局大力支持入境事務處舉辦的「最有禮貌入境管制人員」選舉，以表揚為旅客提供優質服務的入境管制人員；比賽的總冠軍更獲旅發局委任為「香港禮貌大使」。

2013年5月2日

旅發局支持「OpenRice 開飯熱店大賞2013」

旅發局副總幹事雷詠閒女士出席「OpenRice 開飯熱店大賞2013」頒獎典禮，頒發「最優秀服務開飯熱店」大獎予獲獎餐廳。該活動由網上餐廳指南OpenRice舉辦，旨在表揚提供優質美食及卓越顧客服務的本港餐廳。



2013年6月19日

旅發局副總幹事出席《壹週刊》「服務第壹大獎2013」頒獎典禮

旅發局副總幹事雷詠閒女士為《壹週刊》「服務第壹大獎2013」頒獎典禮擔任頒獎嘉賓，以示對推廣優質服務文化的支持。



2013年8月19日

旅發局主席主持 「香港青年大使」委任儀式

旅發局鼎力支持旅遊事務署及香港青年協會聯合主辦的「香港青年大使計劃」，培育青少年成為推廣本港旅遊業的生力軍。旅發局主席林建岳博士主持「2013/14香港青年大使計劃」委任儀式，見證200多名青少年獲委任為「香港青年大使」。

2013年9月27日

旅發局支持本地商場

旅發局企業事務總經理梁美寶小姐以榮譽嘉賓身分，出席新城財經台主辦的「香港商場體驗行銷大獎2013」頒獎典禮，並頒發紀念狀予入圍決賽者。



2013年11月4日

與專業教育學院學生分享 旅發局會展獎勵旅遊工作

旅發局會議展覽及郵輪業務總經理黃卓雄先生，與香港專業教育學院(青衣分校)商業推廣及項目管理課程的學生，分享旅發局在推廣香港會展獎勵旅遊方面的工作。



2013年11月22日

慶祝香港國際機場躋身「旅遊名人堂」

香港國際機場連續十次於TTG旅遊大獎選舉中獲選為「最佳機場」，並成功晉身「旅遊名人堂」。旅發局主席林建岳博士聯同其他嘉賓出席典禮，以慶祝香港國際機場15周年及榮獲殊榮。

2013年11月24日

旅發局支持全港首個「港式奶茶日」

港式奶茶深受香港大眾歡迎。旅發局總幹事劉鎮漢先生出席首屆「港式奶茶日」，以慶祝港式奶茶製作技藝獲列入香港非物質文化遺產候選名單；活動當日更有大師即場比試沖製港式奶茶。



2014年1月13日

旅發局支持「最佳旅行社選舉」

旅發局財務總經理李志文先生出席《新假期》週刊舉辦的「最佳旅行社選舉」頒獎典禮，並頒發獎項予得獎機構。



2014年1月21日

旅發局支持「我最喜愛商場選舉」

旅發局主席林建岳博士以主禮嘉賓的身分，出席《香港經濟日報》舉辦的「我最喜愛商場選舉2013/14」頒獎典禮。

2014年3月19日

旅遊界的未來領袖獲邀出席「香港旅業展望」簡報會

修讀旅遊相關學科的大專生獲邀出席2014年3月19日舉行的「香港旅業展望」簡報會，聽取香港旅遊業的最新資訊，以及旅發局在2014-2015年度的主要推廣策略。



2014年3月20日

旅發局支持「星鑽服務大獎」

旅發局副總幹事雷詠閒女士出席「星鑽服務大獎2013」頒獎典禮，並於活動上致辭及頒發獎項，以示對傑出品牌商戶的支持。

獎項與殊榮

旅發局致力成為全球最創新、最優秀的旅遊機構。下列的國際獎項充分肯定了旅發局在2013-14年度的工作表現。





旅遊目的地 — 香港

- 《商旅》雜誌(亞太版) — Business Traveller Asia-Pacific Awards 2013：「東北亞區最佳商務城市」
- 《商旅》雜誌(亞太版) — Business Traveller Asia-Pacific Awards 2013：「全球最佳商務城市」
- 《CEI Asia》雜誌 — 讀者之選2014：「最佳商務活動城市」
- 《MICE商務獎勵旅遊》雜誌 — 2013年中國MICE產業金椅子獎：「年度最佳會獎旅遊城市」
- 《新聞晨報》旅遊行業大賞2013：「最佳推廣目的地」
- 《商旅》雜誌(中國版) — Business Traveller China Awards 2013：「世界最喜愛的商務城市」
- 攜程年度最佳旅遊目的地頒獎典禮2013：「最佳美食目的地Top 2」/「最佳海外旅遊城市Top 3」/「最佳親子遊目的地Top 3」/「最佳情侶遊目的地Top 6」/「80後最愛目的地Top 8」/「大學生最愛目的地Top 10」
- Amadeus & WTM Travel Experience Awards 2013：「商務旅程中最難忘的兩小時旅遊體驗城市」

香港旅遊發展局

(1) 機構

旅發局

- 《CEI Asia》雜誌 — 讀者之選2014：「最佳會議局」
- 新浪微博之星2013：「新浪微博十大最具影響力企業(香港)」

法蘭克福辦事處

- Go Asia Awards 2014：「亞洲最佳海外旅遊局」銅獎

首爾辦事處

- 《Korea Travel News》：「最佳海外旅遊局」

(2) 市場推廣及公關活動

「Be My Guest」推廣活動

- Internet Advertising Competition Awards 2014：「最佳旅遊社交媒體推廣活動」

DiscoverHongKong.com 網站

- Interactive Media Awards 2013：「最佳網站獎」
- WebAward 2013：「一般網站組別 — 旅遊」金獎
- W³ Awards：「一般網站組別 — 旅遊」金獎
- 無障礙網頁嘉許計劃2012-13：銀獎
- WebAward 2013：「網站特色 — 架構及導覽」組別銀獎
- W³ Awards：「網站特色 — 架構及導覽」組別銀獎
- Galaxy Awards 2013：「重新推出網站」組別銅獎
- WebAward 2013：「傑出網站獎」

Discover Hong Kong 臉書專頁

- PATA Gold Awards 2013：「市場推廣媒體 — 社交媒體」組別得獎者
- Astrid Awards 2014：「自我推廣」組別金獎

「香港 • 漫步遊」系列流動應用程式

- Marketing Excellence Awards 2013：「卓越行動行銷」組別銀獎
- 香港資訊及通訊科技獎2013：「最佳生活時尚(綠色 • 健康 • 創意)獎」— 銅獎

「香港・離島漫步遊」流動應用程式

- Mob-Ex Awards 2013：「最佳流動應用程式—社區／政府」組別金獎
- Astrid Awards 2013：「特別項目—iPhone應用程式」組別優異獎

「香港・旅遊指南大全」流動應用程式

- Mob-Ex Awards 2013：「最佳平板電腦項目」組別金獎
- Mob-Ex Awards 2013：「最佳流動應用程式—社區／政府機構」組別銀獎
- Galaxy Awards 2013：「新興媒體／iPad 流動應用程式」組別銅獎

旅發局年報2012/13

- PRWeek Awards Asia 2014：「企業刊物」優異獎
- International ARC Awards 2014：「互動年報—政府資助旅遊機構」組別榮譽獎

旅發局微博專頁

- 新浪微博金足跡2013：「十大最具影響力境外旅遊局官方微博」

旅發局2013年蛇年月曆

- Galaxy Awards 2013：「推廣：月曆」組別銀獎
- Astrid Awards 2013：「月曆：旅遊」組別銅獎

「Hold My Hand in Hong Kong」推廣活動

- 第二屆香港公共關係獎(2014)：「最高榮譽大獎」
- 第二屆香港公共關係獎(2014)：「最佳創意獎」
- 第二屆香港公共關係獎(2014)：「整合營銷傳訊」組別金獎
- PATA Gold Awards 2014：「市場推廣—主要旅遊目的地」組別得獎者
- Astrid Awards 2014：「推廣活動」組別銀獎
- Mercury Awards 2013/2014：「影片：旅遊」組別銅獎
- PRWeek Awards Asia 2014：「年度南亞地區公關活動」優異獎

「2014香港新春節慶」花車

- Astrid Awards 2014：「特別項目：花車」組別銅獎

2013香港萬聖狂歡月數碼媒體推廣活動

- 2014年度金鼠標・網路營銷大賽：「移動營銷類」銅獎

「香港夏日映畫」推廣活動

- Astrid Awards 2013：「推廣」組別銀獎

「2013香港繽紛冬日節」推廣活動

- Astrid Awards 2014：「推廣：Viral Campaign」組別銅獎

香港旅業網

- Astrid Awards 2013：「網頁：重新設計/重新推出」組別銀獎
- Galaxy Awards 2013：「網頁：重新推出」組別優異獎

「Purchase Process Intercept」推廣活動

- Travel Weekly Magellan Awards 2013：「旅遊目的地推廣—網絡市場推廣/廣告」組別銀獎
- HSMAI (Hospitality Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2013：銅獎

「香港•味道」推廣活動

- 國際企業大獎2014：「年度行銷活動：旅行/旅遊/目的地」組別金獎
- 國際企業大獎2014：「年度品牌體驗：消費者」組別銅獎

「Travel/Travel 2」推廣活動

- Travel Weekly Magellan Awards 2013：「旅遊目的地推廣—廣告/市場推廣活動」組別銀獎

Visa go 香港購物王2013

- PATA Gold Awards 2014：「市場推廣媒體—公關活動」組別得獎者
- Mercury Awards 2013/2014：「特別項目」組別銀獎
- PRWeek Awards Asia 2014：「年度亞太地區公關活動」優異獎

「World Class Experiential Marketing/Hong Kong Live at The Grove」推廣活動

- Travel Weekly Magellan Awards 2013：「旅遊目的地推廣—廣告/市場推廣活動」組別金獎
- HSMAI (Hospitality Sales & Marketing Association International) Adrian Awards 2013：銀獎

(3) 會展獎勵旅遊推廣

- 中國(廣東)國際旅遊產業博覽會2013：「最佳組織獎」
- 中國(廣東)國際旅遊產業博覽會2013：「最佳展位獎」
- 北京國際旅遊博覽會2013：「最佳展位設計獎」

(4) 旅客服務

香港國際機場「優質顧客服務計劃」2013/14

- 個人獎：林麗芬、蘇冰
- 團隊獎：陸可韻、林曉毅

亞太顧客服務協會「2013年亞太傑出顧客關係服務獎」

- 2013年傑出顧客服務專業人員(顧客服務中心—旅客服務中心)：蘇冰

香港國際機場「最友善顧客服務」選舉

- 得獎者：何港生

企業資訊





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成員提供建議。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。委員會每季開會一次，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。委員會每季開會一次，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。委員會每四個月開會一次，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2014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 [^]
容偉雄先生(副主席)	6/6	6/6	6/6	3/3	3/3	2/2
陳淑玲女士(i)	1/3		3/4			1/1
陳裕光博士(i)	3/3	1/3				1/1
郭琳廣先生(i)	3/3			1/1 [^]		1/1
許漢忠先生(i)	2/3			1/1		
羅寶文女士	2/6		2/6			1/2
單仲偕議員	5/6			3/3	3/3	
陳苑芬女士	5/6				3/3 [^]	
張鳳婷女士	5/6	5/6 [^]				
伍穎梅女士	6/6	5/6			2/3	
周啟良先生	6/6	3/6		1/2		
胡兆英先生	5/6	6/6				2/2
袁麗鳳女士	5/6	3/6	2/6			
祈偉立先生	4/6			3/3 ^{#^}		
梁偉賢爵士	6/6		6/6 [^]			
麥華章先生	6/6	6/6		3/3		
葉詠詩女士	3/6		6/6			
陳子政先生	6/6				2/3	
施南生女士	3/6		6/6			
周允成先生(ii)	2/3		2/2			1/1
那巴利先生(ii)	2/3	2/3			1/2	
龐建貽先生(ii)	3/3		2/2			1/1
譚允芝女士(ii)	2/3			2/2		1/1

(i) 任期於2013年10月31日後屆滿。

(ii) 任期由2013年11月1日起生效。

於2013年11月11日獲委任為財務及編制委員會主席。

[^] 委員會主席(截至2014年3月31日)。

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2014年3月31日，旅發局員工編制共362人，其中派駐香港以外共128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：

- 郵輪業諮詢委員會
- 香港中文大學酒店及旅遊管理學諮詢委員會
- 香港理工大學酒店及旅遊業管理學院顧問委員會
- 旅行代理商諮詢委員會
- 亞洲會議暨旅遊局協會
- 航空發展諮詢委員會
- 香港總商會專責委員會
- 香港旅遊業議會購物事宜委員會
- 香港與內地經貿合作諮詢委員會
- 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
- 香港註冊導遊協會
- 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
- 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
- 戶外燈光專責小組
- 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





總辦事處

香港

全球辦事處

北京、上海、廣州、成都、東京、大阪、
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。

獨立核數師
報告





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85至119頁香港旅遊發展局(「旅發局」)及其附屬公司(合稱「集團」)綜合財務報表。此等綜合財務報表包括於2014年3月31日之綜合及旅發局的財務狀況表、截至該日止年度之綜合收益表、綜合全面收益表、綜合儲備變動表及綜合現金流量表，以及有關主要會計政策概要和其他附註解釋資料。

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》編製綜合財務報表，以令綜合財務報表作出真實而公平的反映及落實其認為編製綜合財務報表所必要的內部監控，以使綜合財務報表不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述。

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作出意見，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，以合理確定綜合財務報表是否不存在任何重大錯誤陳述。

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有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編製綜合財務報表以作出真實而公平的反映相關的內部監控，以設計適當的審計程序，但目的並非為對旅發局內部監控的有效性發表意見。審計亦包括評價旅發局成員所採用會計政策的合適性及所作出的會計估計的合理性，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》真實而公平地反映旅發局及集團於2014年3月31日的事務狀況和集團截至該日止年度的虧損及現金流量。

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
2014年7月29日

綜合收益表

截至2014年3月31日止年度(以港幣列示)

	附註	2014	2013 (重列)
一般基金			
主要收入來源	3		
本年度政府資助		609,901,289	605,483,420
其他收入			
利息收入		1,025,795	1,295,477
遞延收入的確認 — 辦公室	12	10,000,000	10,000,000
贊助		23,165,119	22,794,344
宣傳及廣告收入		16,442,763	15,890,126
雜項收入		19,420,878	22,356,222
		70,054,555	72,336,169
其他收益淨額			
出售固定資產收益		121,180	54,701
總收入		680,077,024	677,874,290
總支出			
宣傳、廣告及刊物支出		296,324,623	311,576,864
研究及產品拓展		14,660,347	14,603,002
本地服務及大型活動		101,218,461	92,959,795
員工成本	5	221,473,054	198,472,120
租金、差餉及管理費		16,677,981	15,413,726
折舊	7(a)	12,886,009	14,184,478
核數師酬金		526,700	523,446
其他經營費用		23,250,292	26,725,869
總支出		687,017,467	674,459,300
本年度稅前(虧損)/盈餘		(6,940,443)	3,414,990
稅項	4(a)	(55,677)	(218,111)
本年度稅後(虧損)/盈餘		(6,996,120)	3,196,879

第91至第119頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合全面收益表

截至2014年3月31日止年度(以港幣列示)

	2014	2013 (重列)
本年度(虧損)/盈餘	(6,996,120)	3,196,879
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	12,333,000	4,009,000
本年度全面收益總額	5,336,880	7,205,879

第91至第119頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合財務狀況表

於2014年3月31日(以港幣列示)

	附註	2014年3月31日	2013年3月31日 (重列)	2012年4月1日 (重列)
非流動資產				
固定資產	7(a)	53,201,282	63,606,316	73,643,208
界定福利退休計劃資產	14(a)(i)	49,088,000	38,504,000	36,226,000
		102,289,282	102,110,316	109,869,208
流動資產				
應收賬款、按金及預付款項	9	19,059,082	19,695,398	19,450,471
可收回稅項	13	52,281	-	-
銀行及財務機構存款	10	145,738,790	154,700,000	74,500,000
銀行存款及現金	10	7,644,339	8,154,178	75,779,119
		172,494,492	182,549,576	169,729,590
流動負債				
預收款項		9,484,963	8,947,261	18,127,722
應付賬款及應計費用	11	103,271,929	108,826,341	91,943,093
遞延收入	12	10,000,000	10,000,000	10,000,000
本期稅項	13	-	196,288	43,860
		122,756,892	127,969,890	120,114,675
流動資產淨值		49,737,600	54,579,686	49,614,915
非流動負債				
遞延收入	12	41,666,667	51,666,667	61,666,667
資產淨值		110,360,215	105,023,335	97,817,456
代表：				
儲備				
一般基金	15	110,360,215	105,023,335	97,817,456

香港旅遊發展局總幹事及主席於2014年7月29日批准，並許可刊發。

劉鎮漢

總幹事

林建岳博士

主席

第91至第119頁的附註屬本財務報表的一部分。

財務狀況表

於2014年3月31日(以港幣列示)

	附註	2014年3月31日	2013年3月31日 (重列)	2012年4月1日 (重列)
非流動資產				
固定資產	7(b)	53,201,282	63,606,316	73,643,208
界定福利退休計劃資產	14(a)(i)	49,088,000	38,504,000	36,226,000
於一家附屬公司的權益	8	551,876	1	1
		102,841,158	102,110,317	109,869,209
流動資產				
應收賬款、按金及預付款項	9	18,613,384	18,864,309	18,549,254
銀行及財務機構存款	10	145,738,790	154,700,000	74,500,000
銀行存款及現金	10	7,483,900	7,977,860	74,121,810
		171,836,074	181,542,169	167,171,064
流動負債				
應付一家附屬公司的款項	8	2,061,584	-	-
預收款項		9,484,963	8,947,261	18,127,722
應付賬款及應計費用	11	101,103,803	106,318,197	91,563,903
遞延收入	12	10,000,000	10,000,000	10,000,000
		122,650,350	125,265,458	119,691,625
流動資產淨值		49,185,724	56,276,711	47,479,439
非流動負債				
遞延收入	12	41,666,667	51,666,667	61,666,667
資產淨值		110,360,215	106,720,361	95,681,981
代表：				
儲備				
一般基金	15	110,360,215	106,720,361	95,681,981

香港旅遊發展局總幹事及主席於2014年7月29日批准，並許可刊發。

劉鎮漢

總幹事

林建岳博士

主席

第91至第119頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合儲備變動表

截至2014年3月31日止年度(以港幣列示)

	2014	2013 (重列)
於年初之一般基金，如前匯報	97,542,335	90,633,456
採納經修訂香港會計準則第19號的影響	7,481,000	7,184,000
於年初之一般基金，重列	105,023,335	97,817,456
本年度(虧損)/盈餘	(6,996,120)	3,196,879
本年度其他全面收益	12,333,000	4,009,000
本年度全面收益總額	5,336,880	7,205,879
於年末之一般基金	110,360,215	105,023,335

第91至第119頁的附註屬本財務報表的一部分。

綜合現金流量表

截至2014年3月31日止年度(以港幣列示)

	附註	2014	2013 (重列)
經營活動			
本年度稅前(虧損)/盈餘		(6,940,443)	3,414,990
調整：			
利息收入		(1,025,795)	(1,295,477)
折舊		12,886,009	14,184,478
出售固定資產之收益		(121,180)	(54,701)
遞延收入的確認 — 辦公室		(10,000,000)	(10,000,000)
營運資金變動前之經營(虧損)/盈餘		(5,201,409)	6,249,290
界定福利退休計劃資產之減少	14(a)(v)	1,749,000	1,731,000
應收賬款、按金及預付款項之減少/(增加)		647,815	(376,752)
預收款項、應付賬款及應計費用之(減少)/增加		(5,016,710)	7,702,787
經營(所用)/產生之現金		(7,821,304)	15,306,325
已繳付之海外稅項		(304,246)	(65,683)
經營活動(所用)/產生之現金淨額		(8,125,550)	15,240,642
投資活動			
已收利息		1,014,296	1,427,302
購入固定資產支付的現金		(2,480,975)	(4,147,586)
出售固定資產所收到的現金款項		121,180	54,701
投資活動所用之現金淨額		(1,345,499)	(2,665,583)
現金及現金等價物(減少)/增加淨額		(9,471,049)	12,575,059
於年初之現金及現金等價物	10	162,854,178	150,279,119
於年末之現金及現金等價物	10	153,383,129	162,854,178

第91至第119頁的附註屬本財務報表的一部分。

財務報表附註

(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》(「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2014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，其結果成為對並非與其他來源顯然相異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新訂香港財務報告準則及香港財務報告準則的修訂。當中，以下變動與集團的財務報表相關：

- 香港會計準則第1號的修訂，財務報表的呈列 — 其他全面收益項目的呈列
- 香港財務報告準則第10號，綜合財務報表
- 經修訂香港會計準則第19號，僱員福利

香港會計準則第1號的修訂，財務報表的呈列 — 其他全面收益項目的呈列

香港會計準則第1號的修訂要求實體在滿足若干條件的情況下，對未來或會重新分類至收益表的其他全面收益項目，與永遠不會重新分類至收益表的項目分開呈列。於本財務報表的綜合全面收益表中其他全面收益的呈列方式已經作出相應修改。

香港財務報告準則第10號，綜合財務報表

香港財務報告準則第10號取代與編製綜合財務報表有關的香港會計準則第27號「綜合及獨立財務報表」以及香港(詮釋常務委員會)詮釋第12號「綜合賬目 — 特殊目的實體」的規定。該準則引入一套單一控制模式，以透過集中考慮該實體是否有權控制投資對象、是否會從參與投資對象業務所承受或享有可變回報的風險或權利，以及是否有能力利用其權力影響該等回報金額，以釐定應否將投資對象綜合入賬。

由於採納香港財務報告準則第10號，旅發局已更改有關釐定其是否有權控制投資對象的會計政策。於2013年4月1日，採納是項準則並無改變集團就其參與其他實體運作所達致任何有關控制權的結論。

經修訂香港會計準則第19號，僱員福利

經修訂香港會計準則第19號引進了多項界定福利計劃的會計修訂。其中，經修訂香港會計準則第19號取消了「緩衝區法」的應用，即按照參與計劃僱員的預期平均尚餘工作年期遞延確認並在收益表中攤銷界定福利計劃所產生的精算損益。根據此修訂，所有精算損益必須立即確認為其他全面收益。經修訂香港會計準則第19號亦更改了釐定計劃資產收益的基準，由預期回報更改為以負債貼現率計算的利息收入，並要求即時確認無論是否已歸屬的過往服務成本。

2 主要會計政策 (續)

(c) 會計政策變動 (續)

因採納經修訂香港會計準則第19號，集團已更改其有關界定福利計劃於之前所採用「緩衝區法」的會計政策。該項會計政策變動已透過重列於2012年4月1日及2013年3月31日的結餘而獲追溯採用，因此調整截至2013年3月31日止年度的比較數字如下：

	如前匯報	採納經修訂 香港會計準則 第19號的影響	重列
截至2013年3月31日止年度之綜合收益表			
員工成本	(194,760,120)	(3,712,000)	(198,472,120)
稅後盈餘	6,908,879	(3,712,000)	3,196,879
截至2013年3月31日止年度之綜合全面收益表			
界定福利計劃的淨資產重新計量	-	4,009,000	4,009,000
本年度全面收益總額	6,908,879	297,000	7,205,879
於2013年3月31日之綜合財務狀況表			
界定福利退休計劃資產	31,023,000	7,481,000	38,504,000
一般基金	97,542,335	7,481,000	105,023,335
於2012年4月1日之綜合財務狀況表			
界定福利退休計劃資產	29,042,000	7,184,000	36,226,000
一般基金	90,633,456	7,184,000	97,817,456
於2013年3月31日之財務狀況表			
界定福利退休計劃資產	31,023,000	7,481,000	38,504,000
一般基金	99,239,361	7,481,000	106,720,361
於2012年4月1日之財務狀況表			
界定福利退休計劃資產	29,042,000	7,184,000	36,226,000
一般基金	88,497,981	7,184,000	95,681,981

集團在本會計期間並沒有採納任何尚未生效的新的或經修訂的準則或詮釋(附註19)。

2 主要會計政策(續)

(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，及於財務狀況表日的存貨餘額不會在財務狀況表內反映。

(e) 於附屬公司的投資

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，以及其產生的未變現溢利，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。

(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	10年
- 汽車	4年
- 傢具、固定裝置及設備	所增置的固定資產均於購買之年度全額提取折舊

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)。

2 主要會計政策(續)

(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。

(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該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以減少賬面值，然後會按比例分配以減少該單位(或一組單位)內其他資產的賬面值，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。

2 主要會計政策(續)

(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。

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。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帳面值之預期收回及結算的方式，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。
- (iii) 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。
- (iv) 會員費是以時間比例為基準確認。
- (v) 利息收入於產生時採用實際利率法確認。
- (vi) 活動的贊助收入於有關活動完結日在收益表內確認。
- (vii) 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財務狀況表日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，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。

2 主要會計政策(續)

(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。退休計劃的資產，均與集團之資產賬目分開持有。
- (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。

2 主要會計政策 (續)

(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。

(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(或另一實體為成員公司之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) 於附註(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。

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：

	2014	2013
經常性		
- 本年度資助	570,157,000	555,200,000
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/華南地區郵輪旅遊推廣/印尼推廣項目/郵輪假期博覽/旅業網革新/離島區議會宣傳活動/《香港・時刻》台灣誠品月活動/《香港・味道》美食藝術展/《笑出・快樂香港》宣傳活動	39,744,289	50,283,420
	609,901,289	605,483,420

4 所得稅

(a) 於收益表內之所得稅代表：

	2014	2013
本期稅項 — 海外		
本年度撥備	55,677	218,111

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在台灣的业务之稅項，即旅發局的附屬公司，乃按估計應評稅溢利以17厘(2013年：17厘)稅率計算。

(b) 稅項支出與按適用稅率計算的會計(虧損)/溢利兩者之對帳：

	2014	2013 (重列)
稅前(虧損)/盈餘	(6,940,443)	3,414,990
稅前(虧損)/溢利的名義稅項(按有關國家的溢利的適用稅率計算)	15,838	(3,878,366)
不可扣稅開支的稅項影響	67,664	3,978,742
未確認之暫記差額的稅項影響	(27,825)	117,735
實際稅項支出	55,677	218,111

5 員工成本

集團

	2014	2013 (重列)
界定供款退休計劃供款	8,269,248	6,912,719
就界定福利退休計劃確認的金額(附註14(a)(v))	1,749,000	1,731,000
退休成本	10,018,248	8,643,719
薪金及其他福利	211,454,806	189,828,401
	221,473,054	198,472,120

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：

2014			
	總幹事	其他高級 行政人員	總數
基本薪金	3,679,000	21,064,000	24,743,000
酌情按表現發放的薪酬	613,000	1,890,000	2,503,000
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	569,000	7,497,000	8,066,000
	4,861,000	30,451,000	35,312,000

2013			
	總幹事	其他高級 行政人員	總數
基本薪金	3,399,000	16,831,000	20,230,000
酌情按表現發放的薪酬	600,000	1,564,000	2,164,000
退休福利開支、約滿酬金及其他津貼	526,000	5,392,000	5,918,000
	4,525,000	23,787,000	28,312,000

6 高級行政人員薪酬及津貼(續)

集團(續)

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	2014 高級行政 人員總數	2013 高級行政 人員總數
1 - \$500,001至\$1,000,000(附註(a))	1	-
2 - \$1,000,001至\$1,500,000(附註(b))	3	3
3 - \$1,500,001至\$2,000,000(附註(c))	2	5
4 - \$2,000,001至\$2,500,000(附註(d))	4	1
5 - \$2,500,001至\$3,000,000(附註(e))	2	1
6 - \$3,000,001至\$3,500,000	-	-
7 - \$3,500,001至\$4,000,000(附註(f))	-	1
8 - \$4,000,001至\$4,500,000(附註(f))	1	-
	13	11

附註：2013至14年度增加了兩個高級行政人員職位。

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) 一個高級行政人員職位屬於薪酬範圍1，因為該職位於2013至14年度上半年懸空。

(b) 薪酬範圍2的高級行政人員職位是基於以下變動：

- (i) 因為2013至14年度的全年影響，一個高級行政人員職位由薪酬範圍2變為3；及
- (ii) 一個高級行政人員職位由薪酬範圍3變為2，原因是該職位於2013至14年度下半年懸空。

(c) 薪酬範圍3之高級行政人員職位的轉變是基於以下變動：

- (i) 如上面(b)(i)項所解釋，一個高級行政人員職位由薪酬範圍2變為3；
- (ii) 由於年度薪酬增長，兩個高級行政人員職位由薪酬範圍3變為4；
- (iii) 如上面(b)(ii)項所解釋，一個高級行政人員職位變為薪酬範圍2；及
- (iv) 一個高級行政人員職位由薪酬範圍3變為5，原因是該新任高級行政人員的過渡期較長；
實際影響是該薪酬範圍的高級行政人員數目由五個減至兩個。

6 高級行政人員薪酬及津貼(續)

集團(續)

附註(續)

(d) 薪酬範圍4的高級行政人員職位由一增加至四，原因包括上面(c)(ii)項所解釋以及2013至14年度增加了一個高級行政人員職位。

(e) 如上面(c)(iv)項所解釋，薪酬範圍5的高級行政人員職位由一增加至二。

(f) 因為年度薪酬增長，一個高級行政人員職位由薪酬範圍7變為8。

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鈎的浮動薪酬。由2007至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、主要策略重點及能力。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鈎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2014年3月31日止年度內支付的浮動薪酬613,000元(2013年度為\$600,000)。

截至2014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(2013年：五名總經理)及五名區域幹事(2013年：四名區域幹事)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 及設備	總數
成本：					
於2013年4月1日	252,855,009	8,006,639	1,534,354	29,527,379	291,923,381
增置	-	-	-	2,480,975	2,480,975
出售/清理	-	-	(347,155)	(2,526,160)	(2,873,315)
於2014年3月31日	252,855,009	8,006,639	1,187,199	29,482,194	291,531,041
累計折舊：					
於2013年4月1日	190,484,103	7,334,767	970,816	29,527,379	228,317,065
本年度折舊	10,114,200	95,982	194,852	2,480,975	12,886,009
出售/清理	-	-	(347,155)	(2,526,160)	(2,873,315)
於2014年3月31日	200,598,303	7,430,749	818,513	29,482,194	238,329,759
賬面淨值：					
於2014年3月31日	52,256,706	575,890	368,686	-	53,201,282
成本：					
於2012年4月1日	252,855,009	8,006,639	1,943,642	31,271,573	294,076,863
增置	-	-	333,411	3,814,175	4,147,586
出售/清理	-	-	(742,699)	(5,558,369)	(6,301,068)
於2013年3月31日	252,855,009	8,006,639	1,534,354	29,527,379	291,923,381
累計折舊：					
於2012年4月1日	180,369,903	7,238,786	1,553,393	31,271,573	220,433,655
本年度折舊	10,114,200	95,981	160,122	3,814,175	14,184,478
出售/清理	-	-	(742,699)	(5,558,369)	(6,301,068)
於2013年3月31日	190,484,103	7,334,767	970,816	29,527,379	228,317,065
賬面淨值：					
於2013年3月31日	62,370,906	671,872	563,538	-	63,606,316

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 及設備	總數
成本：					
於2013年4月1日	252,855,009	8,006,639	1,534,354	29,504,851	291,900,853
增置	-	-	-	2,476,558	2,476,558
出售/清理	-	-	(347,155)	(2,526,160)	(2,873,315)
於2014年3月31日	252,855,009	8,006,639	1,187,199	29,455,249	291,504,096
累計折舊：					
於2013年4月1日	190,484,103	7,334,767	970,816	29,504,851	228,294,537
本年度折舊	10,114,200	95,982	194,852	2,476,558	12,881,592
出售/清理	-	-	(347,155)	(2,526,160)	(2,873,315)
於2014年3月31日	200,598,303	7,430,749	818,513	29,455,249	238,302,814
賬面淨值：					
於2014年3月31日	52,256,706	575,890	368,686	-	53,201,282
成本：					
於2012年4月1日	252,855,009	8,006,639	1,943,642	31,254,573	294,059,863
增置	-	-	333,411	3,808,647	4,142,058
出售/清理	-	-	(742,699)	(5,558,369)	(6,301,068)
於2013年3月31日	252,855,009	8,006,639	1,534,354	29,504,851	291,900,853
累計折舊：					
於2012年4月1日	180,369,903	7,238,786	1,553,393	31,254,573	220,416,655
本年度折舊	10,114,200	95,981	160,122	3,808,647	14,178,950
出售/清理	-	-	(742,699)	(5,558,369)	(6,301,068)
於2013年3月31日	190,484,103	7,334,767	970,816	29,504,851	228,294,537
賬面淨值：					
於2013年3月31日	62,370,906	671,872	563,538	-	63,606,316

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

	2014	2013
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	31,527,724	-
應收一家附屬公司的款項	-	29,283,153
減：減值虧損	(30,975,849)	(29,283,153)
	551,876	1
應付一家附屬公司的款項	2,061,584	-

截至2014年3月31日止年度，旅發局免除總額為31,527,724元的應收一家附屬公司的款項，並確認此款項為給予該附屬公司的資本投入。於2014年3月31日，旅發局評估該附屬公司的權益，並確認2014年3月31日止年度的額外減值虧損為1,692,696元。

應(付)/收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2014年3月31日止年度的總開支54,955元(2013年：52,805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	
	2014	2013	2014	2013
應收賬款	2,281,996	2,672,700	2,281,996	2,672,700
減：應收賬款減值虧損撥備	(19,117)	-	(19,117)	-
	2,262,879	2,672,700	2,262,879	2,672,700
按金及預付款項	16,796,203	17,022,698	16,350,505	16,191,609
	19,059,082	19,695,398	18,613,384	18,864,309

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

	外幣風險 (以港元計算)			
	集團		旅發局	
	2014	2013	2014	2013
澳元	266,167	376,326	266,167	376,326
人民幣	962,146	974,155	962,146	974,155
歐元	724,746	638,312	724,746	638,312
英鎊	523,002	424,647	523,002	424,647
日圓	5,114,370	4,706,980	5,114,370	4,706,980
新加坡元	222,743	72,151	222,743	72,151
新台幣	445,698	831,090	-	-
美元	673,196	670,481	673,196	670,481

於2014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1,848,364元及1,644,633元（2013年：集團及旅發局分別為1,612,558元及1,404,421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帳戶，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	
	2014	2013	2014	2013
於4月1日	-	-	-	-
確認減值虧損	19,117	-	19,117	-
於3月31日	19,117	-	19,117	-

於2014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 (2013年：無)。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 (2013年：無) 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	
	2014	2013	2014	2013
無逾期或減值	616,697	913,605	616,697	913,605
逾期少於一個月	828,098	668,620	828,098	668,620
逾期一至三個月	333,550	757,696	333,550	757,696
逾期超過三個月但少於十二個月	395,651	332,779	395,651	332,779
	1,557,299	1,759,095	1,557,299	1,759,095
	2,173,996	2,672,700	2,173,996	2,672,700

10 現金及現金等價物

	集團		旅發局	
	2014	2013	2014	2013
銀行及財務機構存款	145,738,790	154,700,000	145,738,790	154,700,000
銀行存款及現金	7,644,339	8,154,178	7,483,900	7,977,860
現金流量表中之現金及現金等價物	153,383,129	162,854,178	153,222,690	162,677,860

現金及現金等價物中包括下列集團及旅發局之功能貨幣外以其他貨幣為單位之數額：

	外幣風險 (以港元計算)			
	集團		旅發局	
	2014	2013	2014	2013
澳元	1,364,275	2,020,053	1,364,275	2,020,053
加元	163,040	685,947	163,040	685,947
人民幣	1,075,763	309,621	1,075,763	309,621
歐元	493,290	184,161	493,290	184,161
英鎊	167,882	1,105,325	167,882	1,105,325
新台幣	129,252	141,252	-	-
新西蘭元	135,006	66,568	135,006	66,568
美元	161,108	1,147,453	161,108	1,147,453

於集團及旅發局財務狀況表日，銀行及財務機構存款按固定利率計算，實際年利率介乎0.005厘至1.35厘（2013年：集團及旅發局0.01厘至2.10厘）。

11 應付賬款及應計費用

	集團		旅發局	
	2014	2013	2014	2013
應付賬款	68,493,734	75,456,173	67,112,619	73,435,239
其他應付款項及應付雜項	34,778,195	33,370,168	33,991,184	32,882,958
	103,271,929	108,826,341	101,103,803	106,318,197

應付賬款及應計費用中包括下列集團及旅發局之功能貨幣外以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	
	2014	2013	2014	2013
澳元	2,004,396	2,517,663	2,004,396	2,517,663
人民幣	3,350,373	2,892,850	3,350,373	2,892,850
歐元	2,367,753	1,402,412	2,367,753	1,402,412
英鎊	1,457,068	991,645	1,457,068	991,645
日元	5,736,883	6,247,818	5,736,883	6,247,818
新台幣	1,813,145	2,145,085	-	-
新加坡元	2,942,059	1,317,134	2,942,059	1,317,134
美元	5,275,428	5,655,609	5,275,428	5,655,609

於2014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8,464,008元及8,147,994元(2013年：集團及旅發局分別為6,236,383元及6,158,443元)。

12 遞延收入

	集團及旅發局	
	2014	2013
政府資助		
- 1994/95	250,000,000	250,000,000
累積已確認數額：		
於4月1日	188,333,333	178,333,333
本年度確認	10,000,000	10,000,000
於3月31日	198,333,333	188,333,333
於3月31日之結餘	51,666,667	61,666,667
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	41,666,667	51,666,667

13 綜合財務狀況表內的(可以收回稅項)/所得稅

	集團	
	2014	2013
於綜合財務狀況表內的(可以收回稅項)/所得稅代表：		
本年度海外稅項撥備	54,456	217,943
已付的海外暫繳稅	(106,737)	(21,655)
	(52,281)	196,288

14 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12% (2013年：14%)。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) 於財務狀況表確認的數額如下：

	2014	2013 (重列)
全部或部分注入資金的界定福利責任的現值	(32,483,000)	(40,045,000)
計劃資產的公允價值	81,571,000	78,549,000
界定福利退休計劃資產	49,088,000	38,504,000

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2015年3月31日止年度前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：

	2014	2013
證券		
- 太平洋地區	16,897,000	17,589,000
- 歐洲	12,099,000	9,973,000
- 美洲	14,627,000	14,642,000
	43,623,000	42,204,000
債券		
- 環球債券	36,884,000	35,212,000
	36,884,000	35,212,000
銀行存款	1,064,000	1,133,000
	81,571,000	78,549,000

14 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：

	2014	2013
於4月1日	40,045,000	41,415,000
重新計量：		
- 因負債經驗改變所致的精算收益	(3,417,000)	(355,000)
- 因人口統計假設改變所致的精算虧損	-	4,000
- 因財務假設改變所致的精算(收益)/虧損	(2,158,000)	2,152,000
	(5,575,000)	1,801,000
計劃支付之福利	(4,439,000)	(5,736,000)
當期服務成本	2,096,000	2,130,000
利息費用	356,000	435,000
於3月31日	32,483,000	40,045,000

界定福利責任之加權平均年期為6.5年(2013：7.8年)。

(iv) 計劃資產的公允價值之變動：

	2014	2013
於4月1日	78,549,000	77,641,000
計劃支付之福利	(4,439,000)	(5,736,000)
利息收入	703,000	834,000
計劃資產回報(不包括利息收入)	6,758,000	5,810,000
於3月31日	81,571,000	78,549,000

14 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：

	2014	2013 (重列)
當期服務成本	2,096,000	2,130,000
淨界定福利資產的淨利息	(347,000)	(399,000)
於綜合收益表內確認的總額	1,749,000	1,731,000
精算(收益)/虧損	(5,575,000)	1,801,000
計劃資產回報(不包括利息收入)	(6,758,000)	(5,810,000)
於其他全面收益中確認的總額	(12,333,000)	(4,009,000)
界定福利成本總額	(10,584,000)	(2,278,000)

退休支出在綜合收益表中的員工成本內確認。

(vi) 於2014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：

	2014	2013
貼現率	1.90%	0.90%
未來薪金升幅	4.50%	4.50%

預期長期投資回報總額乃基於界定福利退休計劃之投資組合內每項資產級別之預期長期投資回報之加權平均數，採用韜睿惠悅之經濟模式計算所得。

如上述的重要精算假設改變0.25%，截至2014年3月31日的界定福利責任的增加/(減少)分析如下：

	增加 0.25% \$'000	減少 0.25% \$'000
貼現率	(510)	521
未來薪金升幅	518	(509)

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。

14 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%(2013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二萬元或二萬五千元(自2012年6月1日起生效)。計劃的供款即時全數屬於僱員。

15 儲備

	集團		旅發局	
	2014	2013 (重列)	2014	2013 (重列)
於年初之一般基金，如前匯報	97,542,335	90,633,456	99,239,361	88,497,981
採納經修訂香港會計準則第19號的影響	7,481,000	7,184,000	7,481,000	7,184,000
於年初之一般基金，重列	105,023,335	97,817,456	106,720,361	95,681,981
本年度(虧損)/盈餘	(6,996,120)	3,196,879	(8,693,146)	7,029,380
本年度其他全面收益	12,333,000	4,009,000	12,333,000	4,009,000
本年度全面收益總額	5,336,880	7,205,879	3,639,854	11,038,380
於年末之一般基金	110,360,215	105,023,335	110,360,215	106,720,361

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。

16 承擔

於2014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	
	2014	2013	2014	2013
一年內期滿	13,096,856	12,377,762	12,316,120	11,685,267
一年後至五年內期滿	19,143,324	20,831,657	16,797,993	17,637,861
五年後期滿	2,151,306	4,278,530	2,151,306	4,278,530
	34,391,486	37,487,949	31,265,419	33,601,658

集團及旅發局以經營租賃租用多項物業及辦公事設備。此等租賃一般為期分別是一至十年及五年，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。

17 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。

17 金融工具(續)

(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。

下表詳列財務狀況表日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

2014

	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	9,484,963	9,484,963	-	-	-
應付賬款及應計費用	103,271,929	94,807,921	2,392,488	3,238,234	2,833,286
	112,756,892	104,292,884	2,392,488	3,238,234	2,833,286

2013

	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	8,947,261	8,947,261	-	-	-
應付賬款及應計費用	108,826,341	102,589,958	2,627,293	758,489	2,850,601
	117,773,602	111,537,219	2,627,293	758,489	2,850,601

17 金融工具 (續)

(b) 流動資金風險 (續)

旅發局

2014

	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	9,484,963	9,484,963	-	-	-
應付賬款及應計費用	101,103,803	92,955,810	2,278,009	3,036,698	2,833,286
	110,588,766	102,440,773	2,278,009	3,036,698	2,833,286

2013

	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	8,947,261	8,947,261	-	-	-
應付賬款及應計費用	106,318,197	100,159,754	2,627,293	680,549	2,850,601
	115,265,458	109,107,015	2,627,293	680,549	2,850,601

(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財務狀況表日的實際利率的資料。

17 金融工具(續)

(d) 外幣風險

面對貨幣風險

集團為採購港元(集團功能貨幣)以外的其他貨幣產生支出，作為海外辦事處營運之用。產生風險的貨幣主要包括美元、日圓、澳元、加元、歐元、英鎊、新西蘭元、人民幣、新加坡元及新台幣。

由於港元與美元掛鉤，因此集團預期港元兌美元的匯率不會有任何重大變動。

至於以日圓、澳元、加元、歐元、英鎊、新西蘭元、人民幣、新加坡元及新台幣進行的交易，集團在有需要時按現貨價購入或出售外幣，解決短期失衡問題，藉此將風險淨額維持於可接受水平。

(e) 公允價值

所有金融工具之賬面值與其於2014年3月31日及2013年3月31日之公允價值均無重大差異。

18 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方交易。

19 已頒佈截至2014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，及一項新準則，惟於截至2014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。

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。

