OUR HONG KONG FOUNDATION
團結香港基金

10TH 週年紀念 Anniversary

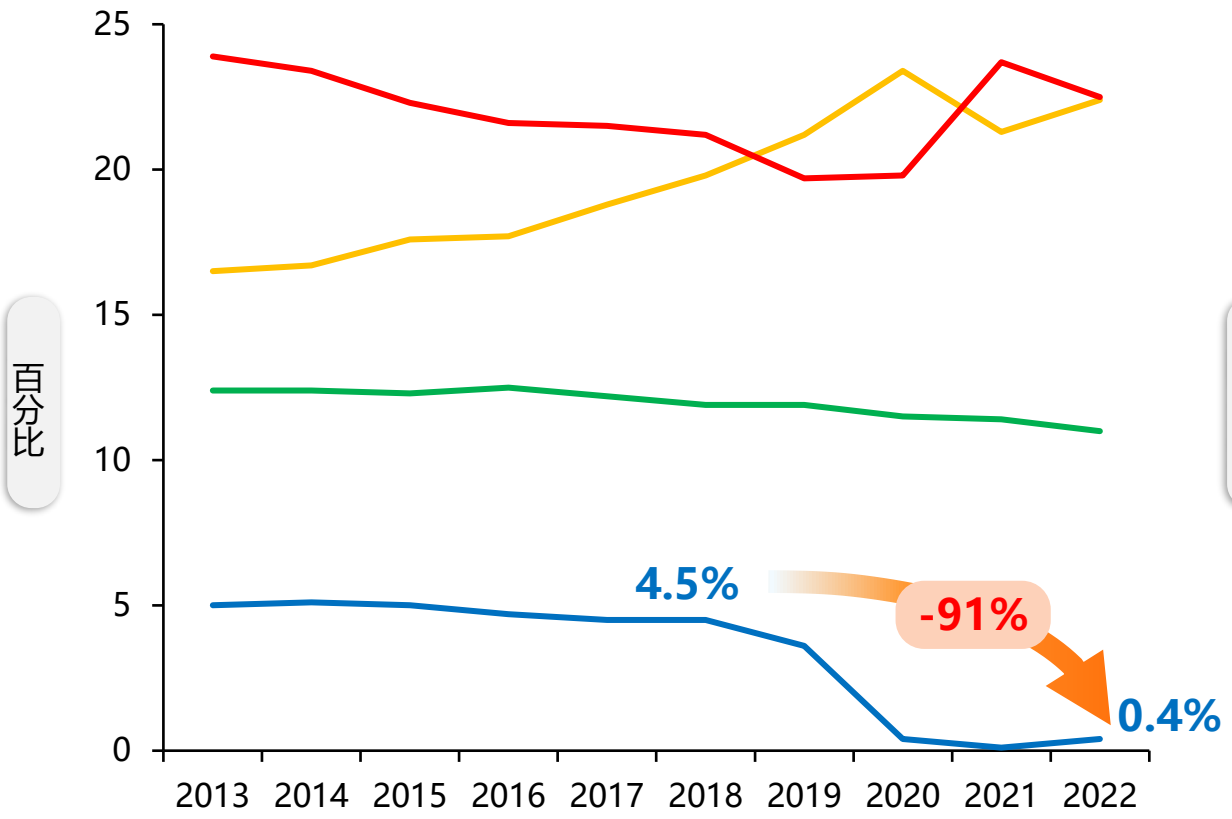
重塑旅遊港魅力
創造零售新機遇

2024年2月

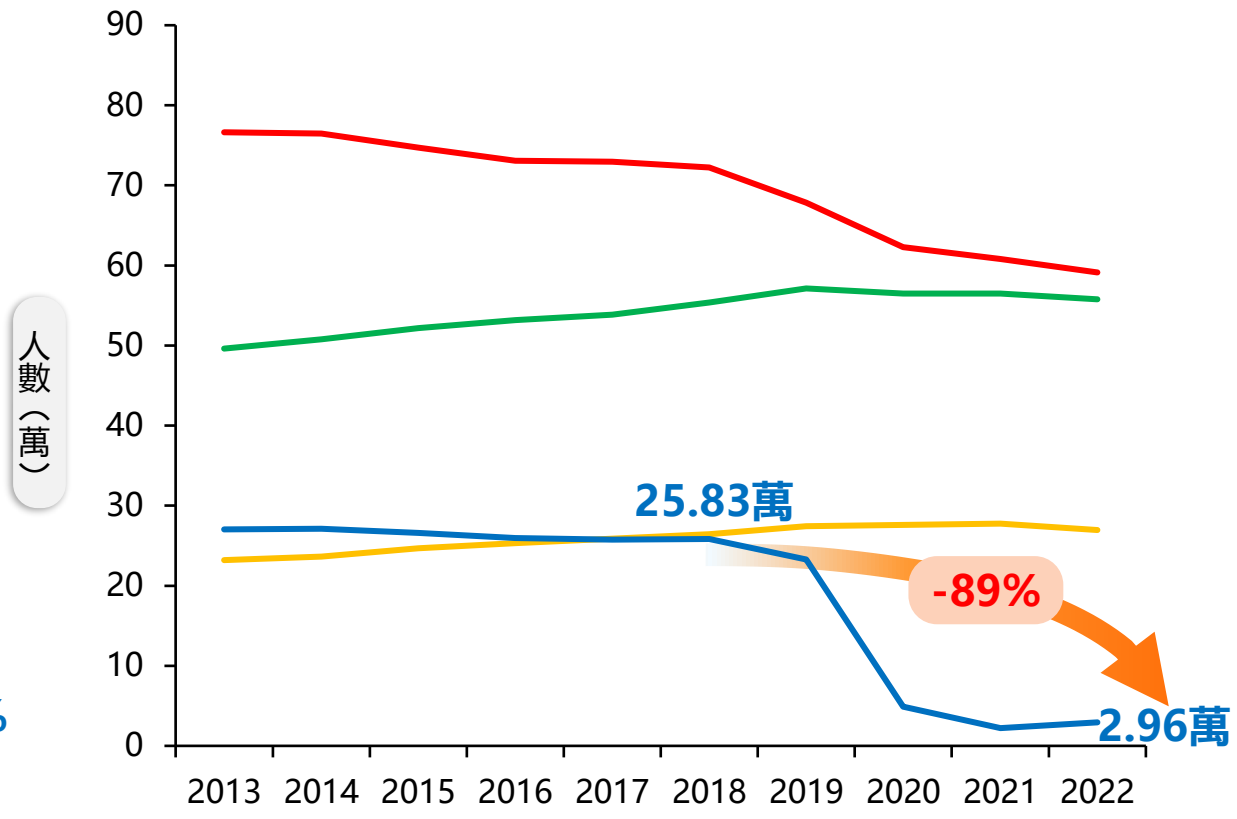
Research • Advocate • Engage
研究 • 倡議 • 推動

在香港經濟四大支柱產業之中，旅遊業是受新冠疫情打擊最為嚴重的產業

四大支柱行業增加價值佔本地生產總值的百分比



四大支柱行業的就業人數



金融服務　專業服務及其他工商業支援服務　貿易及物流　旅遊

資料來源：政府統計處

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

與旅遊業息息相關的零售業，更是本港重要的經濟行業，也是香港最大規模的服務行業之一

零售業機構單位數目[1]

66,000個

零售業就業人員數目[1]

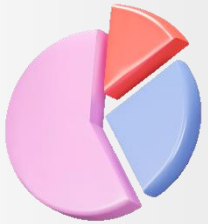
252,000人

零售業行業增加價值[2]

545億元

零售業銷貨價值佔本地生產總值百分比[1]

13.8%

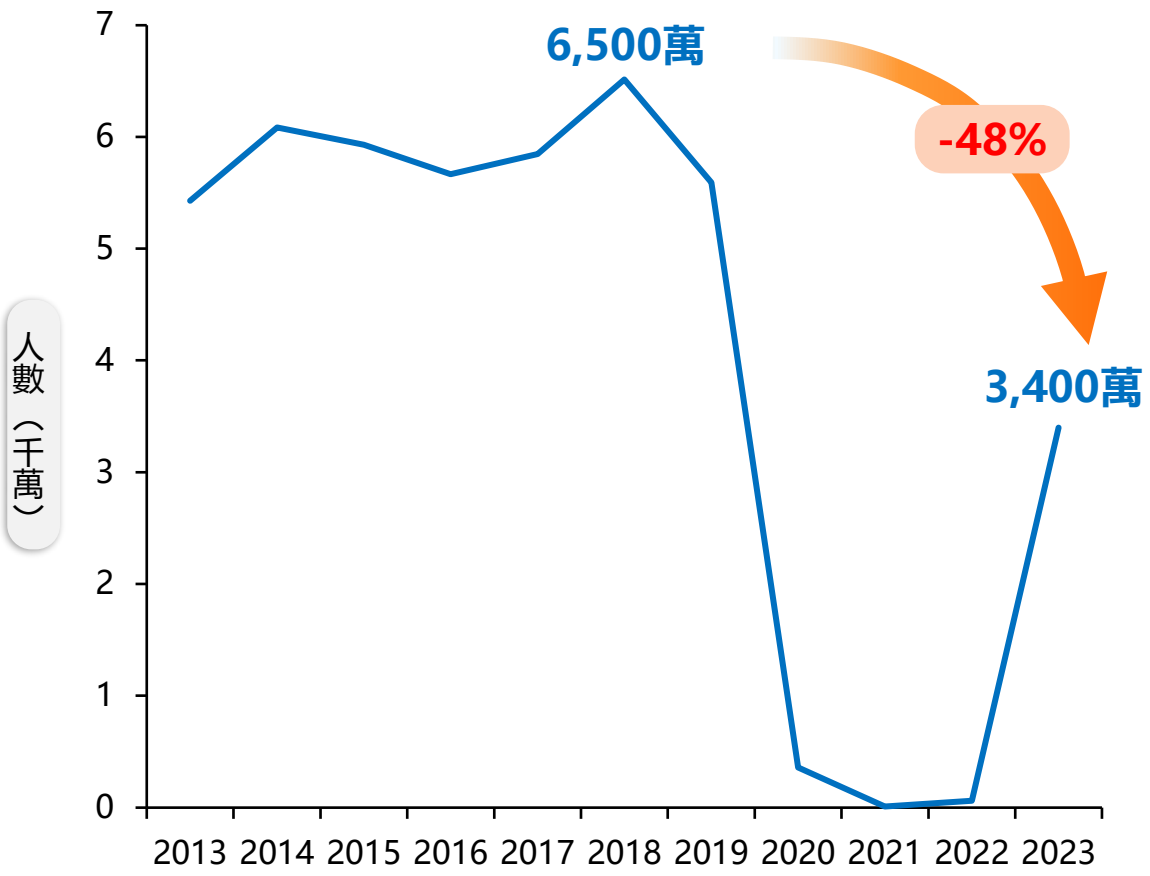


註：[1] 截至2023年第三季的數字
[2] 為2022年的最新統計數字
資料來源：政府統計處

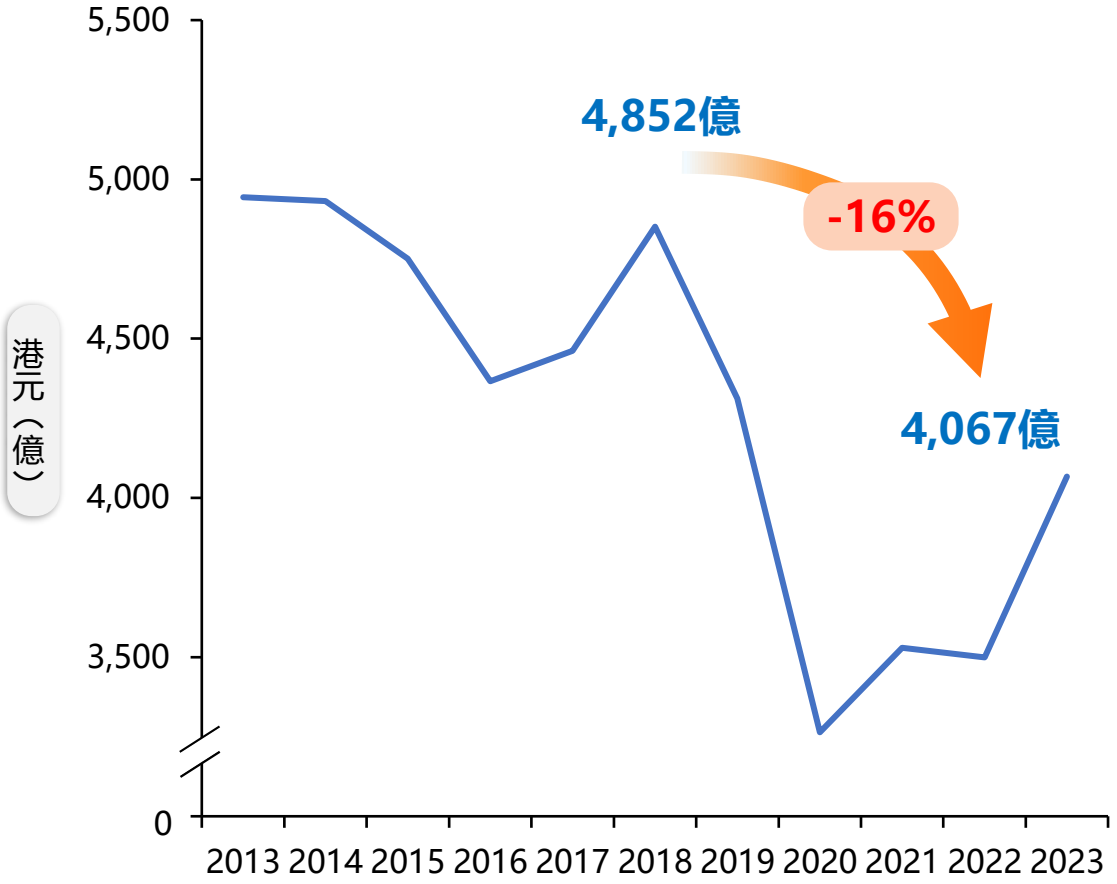
© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

然而，疫情後旅遊業及零售業的復蘇卻未如理想，尚未恢復至疫情前的水平

訪港旅客人次



零售業銷貨價值數字



資料來源：政府統計處、香港旅遊發展局

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

提振旅遊業及零售業可在短時間內刺激香港經濟，也是香港實現國家「八大中心」定位的重要一環

促進更多人流、物流，發揮香港作爲**國際航運中心**及**國際航空樞紐**的地位

展示香港獨特迷人的多元氣質，發揮**中外文化藝術交流中心**的長處

透過舉辦大型國際會議及展覽，提升香港**國際貿易中心**的地位

向世界傳遞香港的新變化、新面貌，短期刺激香港經濟，長期鞏固香港**國際金融中心**的地位

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

現況分析

挑戰一
旅客「不願來」

- 內地旅客簽證手續繁複耗時，「一週一行」政策城市覆蓋率低
- 國際旅客入境內地簽證限制繁多
- 香港「購物天堂」優勢減弱，疫後內地居民消費習慣有所改變
- 航空客運容量尚未恢復，令機票價格攀升，削弱旅客來港意欲

挑戰二
旅客「不過夜」

- 過夜旅客人次大幅減少
- 主要節日期間酒店價格急升，不利打造盛事經濟
- 盛事舉辦過於倉促，欠缺協調，無法發揮協同效應
- 有關部門之間缺乏協調，令盛事效果「事倍功半」

挑戰三
旅客「不回頭」

- 香港旅遊業的相對競爭力正在走下坡
- 香港景點老化，對旅客吸引力有所下降
- 業界人手供應問題持續惡化，消費體驗大不如前
- 旅遊資訊觸達不足且渠道分散，旅客初次來港時難以獲取信息及服務

策略一
提升旅客來港意欲

策略二
增加旅客過夜誘因

策略三
發展獨特旅遊體驗

資料來源：團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰一：旅客「不願來」
內地旅客簽注手續繁複耗時，「一週一行」政策城市覆蓋率低

首次赴港旅遊仍需在人工櫃台辦理簽注，手續耗時

首次赴港旅遊

人工櫃台簽注簽發流程

申請人遞交申請

↓ *1日（不含材料準備）*

窗口受理

↓ *1-2個工作日*

審批簽發

↓ ***7-20個工作日***

製作證件

↓ *1個工作日*

領取證件

再次赴港旅遊

自助續簽

全國大部分城市旅客訪港均無法「拎包即走」

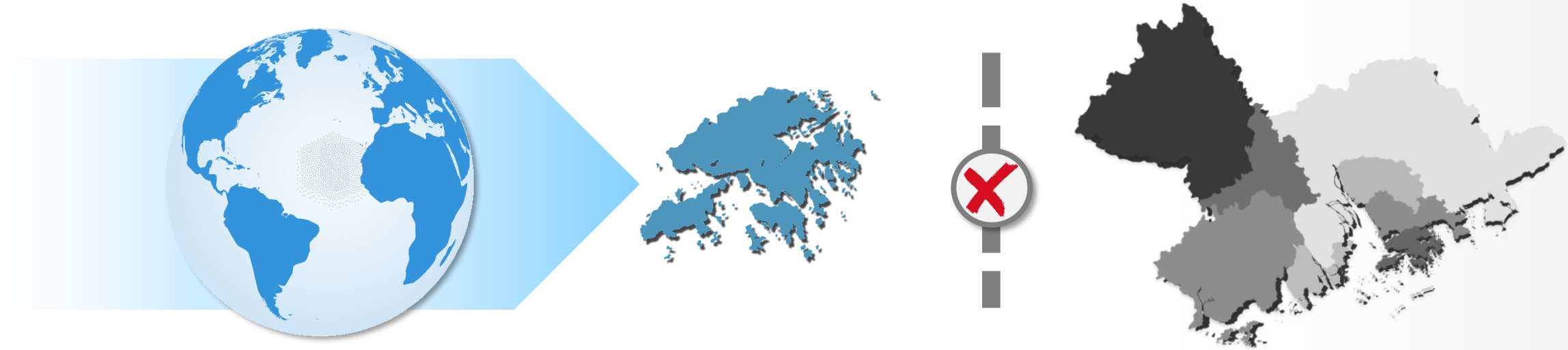
簽證類型及適用城市數量	申請頻率
1 **「一週一行」** 一週訪港一次 每次不超7天	**一年一次**
333 **「一簽一行」** 三個月一次、三個月二次、 一年一次、一年二次	***每次簽注用完均須重簽***

資料來源：國家移民管理局

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰一：旅客「不願來」
國際旅客入境內地簽證限制繁多，不利推廣大灣區「一程多站」旅遊

儘管目前廣東省實施了
「港澳地區外國人組團入境廣東144小時免簽」政策...



- 然而，由於政策要求外國人參與特定旅行團， 按「團進團出」方法進行出入境管理，並要求提前向有關部門報備，令國際旅客難以感受到政策的便利

- 自政策落地以來，只有少數外國旅客參與了政策下的旅行團，不利於在外推廣大灣區「一程多站」旅遊

資料來源：廣東省人民政府、香港旅遊發展局

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰一：旅客「不願來」
香港「購物天堂」優勢減弱，疫情後內地居民消費習慣有所改變

市場端

雙打擊：價格 +產品

1. 美國加息週期影響下，在港消費失去匯率優勢

- 2022年3月至2023年10月港幣兌人民幣價格

+16%

- **內地旅客來港旅遊成本由「八折」變「九折」**

2. 內地商品市場發展，對香港市場產品依賴降低

- **國際品牌佈局內地市場，消費者不再需要來港「人肉海淘」**

4.6萬+

截止2024年1月，天貓國際海外品牌數量

需求端

消極收入預期下縮減開支

1. 內地消費者信心下跌，存錢以備不時之需

- 2023年對比2019年，中國消費者信心指數大幅下跌

-29%

- 截至2023年12月，**「悲觀」態度已持續21個月**

2. 理性及務實成為大眾消費主流情緒，重視性價比

- 調查顯示，**消費者尋求更加低價的購買渠道**

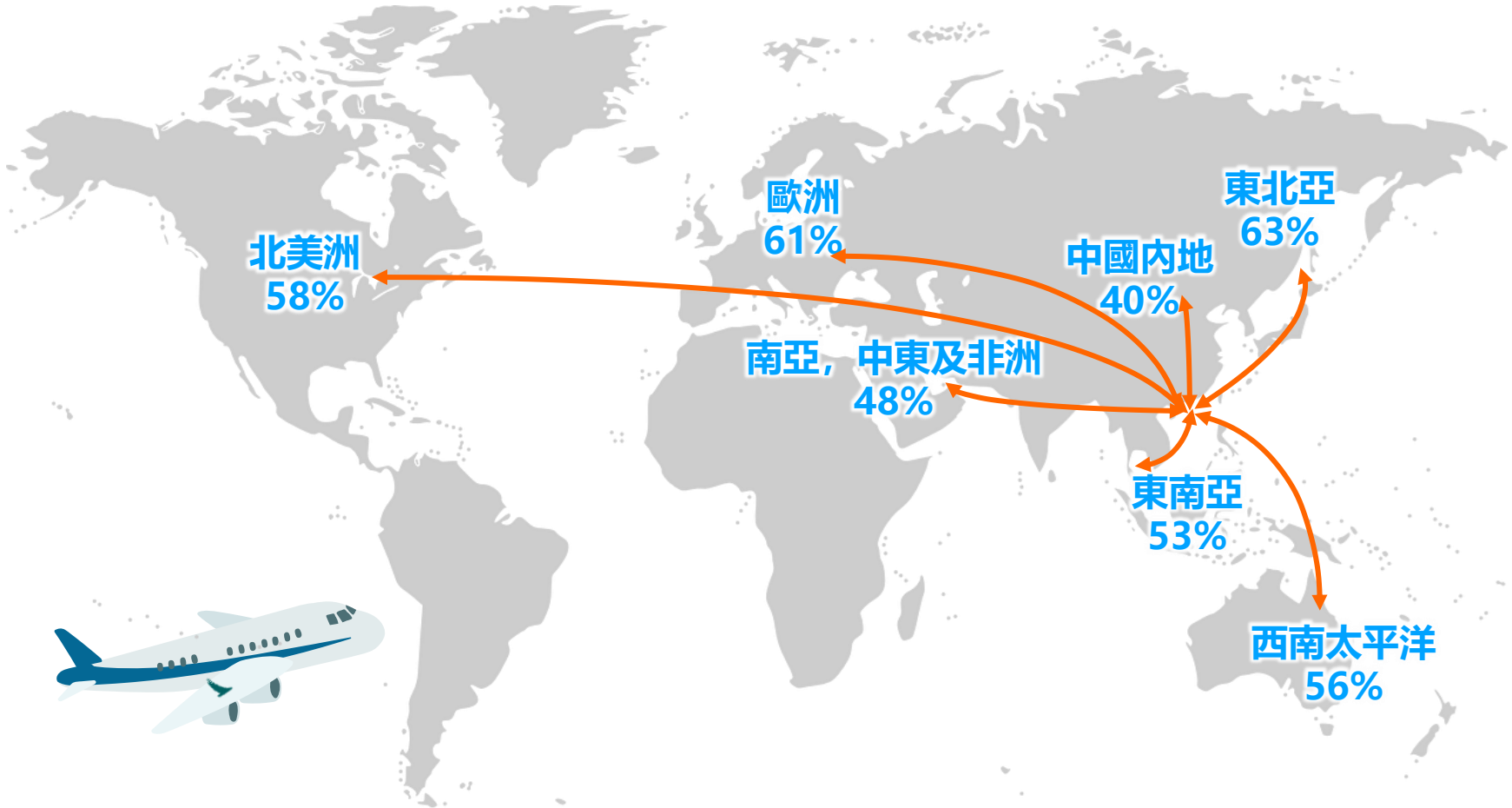
47%

資料來源：國家統計局、麥肯錫，以及天貓國際官網招商頻道

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰一：旅客「不願來」
航空客運容量尚未恢復，導致機票價格攀升，削弱旅客來港意欲

國泰航空2023年對比2018年的客運容量



每張機票平均售價（港元）

2023年：$3,608

2018年：$2,679

來港機票價格大幅上升
令旅客卻步...

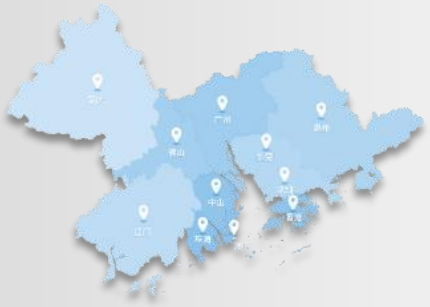
資料來源：國泰航空、國際航空運輸協會，以及香港旅遊業議會

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略一：提升旅客來港意欲
放寬旅遊簽注限制，發展「一程多站」旅遊

1 逐步拓展「一週一行」覆蓋範圍

✓ 先拓展「一週一行」至大灣區其他城市，然後至其他已開放個人遊城市；之後可進一步考慮其他沿海城市及各省省會等較發達地區



大灣區

49個已開放個人遊城市

2 放寬國際旅客經香港北上限制

✓ 取消「港澳地區外國人組團入境廣東144小時免簽」政策下「團進團出」要求，讓國際旅客得以個人遊方式短暫入境

資料來源：國家統計局、團結香港基金

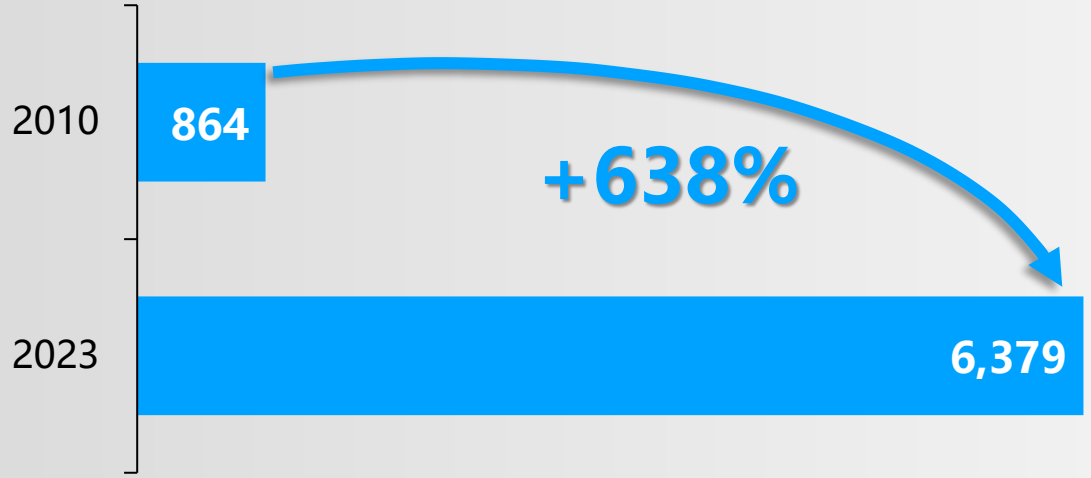
© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略一：提升旅客來港意欲
提高免稅限值上限，鼓勵旅客在港消費

3 提高進境個人物品免稅限值上限

✓ 放寬內地居民進境個人物品的5,000元
免稅限值上限至最少35,000元

中國內地消費者奢侈品消費額（億人民幣）



4 多方式激勵旅客在港消費

✓ 行前：社媒**「包吃包住純玩」旅行禮包抽獎**

- 如：半島酒店入住一晚權益 + 香港米芝蓮餐廳套餐 + 海洋公園 / 迪士尼入園門票 2 張

✓ 抵港：關口、機場、高鐵站等交通樞紐設置**僅限在港使用現金券**抽獎

✓ 消費滿5,000元，即可獲得**回贈在港**住宿、交通、消費**現金券**500元

遊台灣・金福氣活動

- **過夜三天或以上的自由行旅客可參與抽獎5,000元，僅用於台灣消費**

資料來源：國家統計局、貝恩，以及團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略一：提升旅客來港意欲
提供機場費用優惠，刺激航空運力恢復

5 降低機場收取航空公司的費用 提升來港機票的價格競爭力

現時航空公司主要費用

停泊費

著陸費

客運大樓費

✓ 參考「着陸費回扣早鳥優惠計劃」，提供費用優惠（例如減低停泊費和客運大樓費）

- 2022/23 機管局推出「着陸費回扣早鳥優惠計劃」，可讓提早恢復航班的航空公司，最多可以有**五成的著陸費回扣**
- 考慮**延續疫情期間部分的紓緩措施**，例如機橋費、客運大樓營辦商費用等

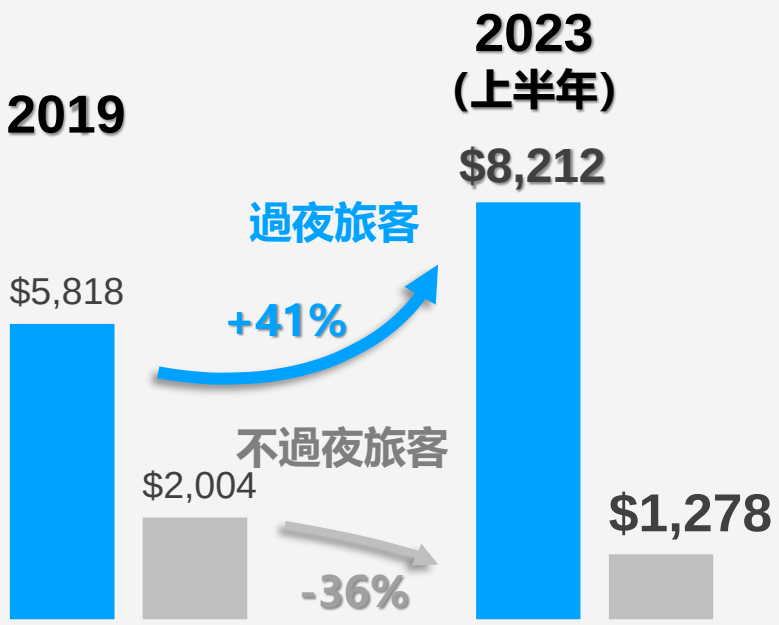
✓ 擴展市場推廣基金至大灣區外城市，鼓勵開發新航點

資料來源：香港機場管理局、香港特區政府新聞公報、無綫新聞，以及團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

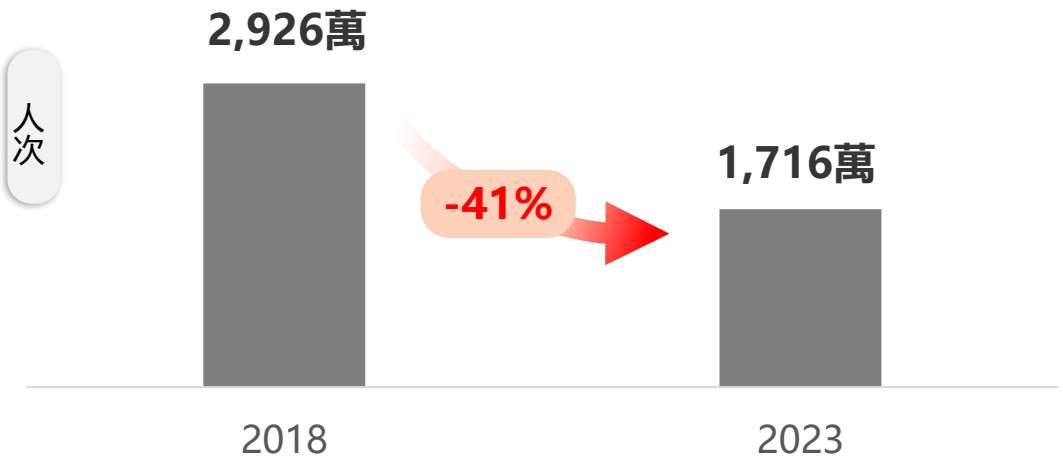
挑戰二：旅客「不過夜」
過夜與即日來回旅客消費差距擴大，凸顯過夜旅客減少所帶來的負面影響

過夜與不過夜旅客人均消費



- 過夜旅客人均消費有所提升，而不過夜旅客消費則顯著下滑

過夜旅客人次未能恢復疫情前的境況...



- 過夜旅客減少，對本地零售，酒店，餐飲市道打擊尤其顯著
- 香港必須提高旅遊的吸引力，以挽留過夜旅客

資料來源：政府統計處、香港旅業網

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

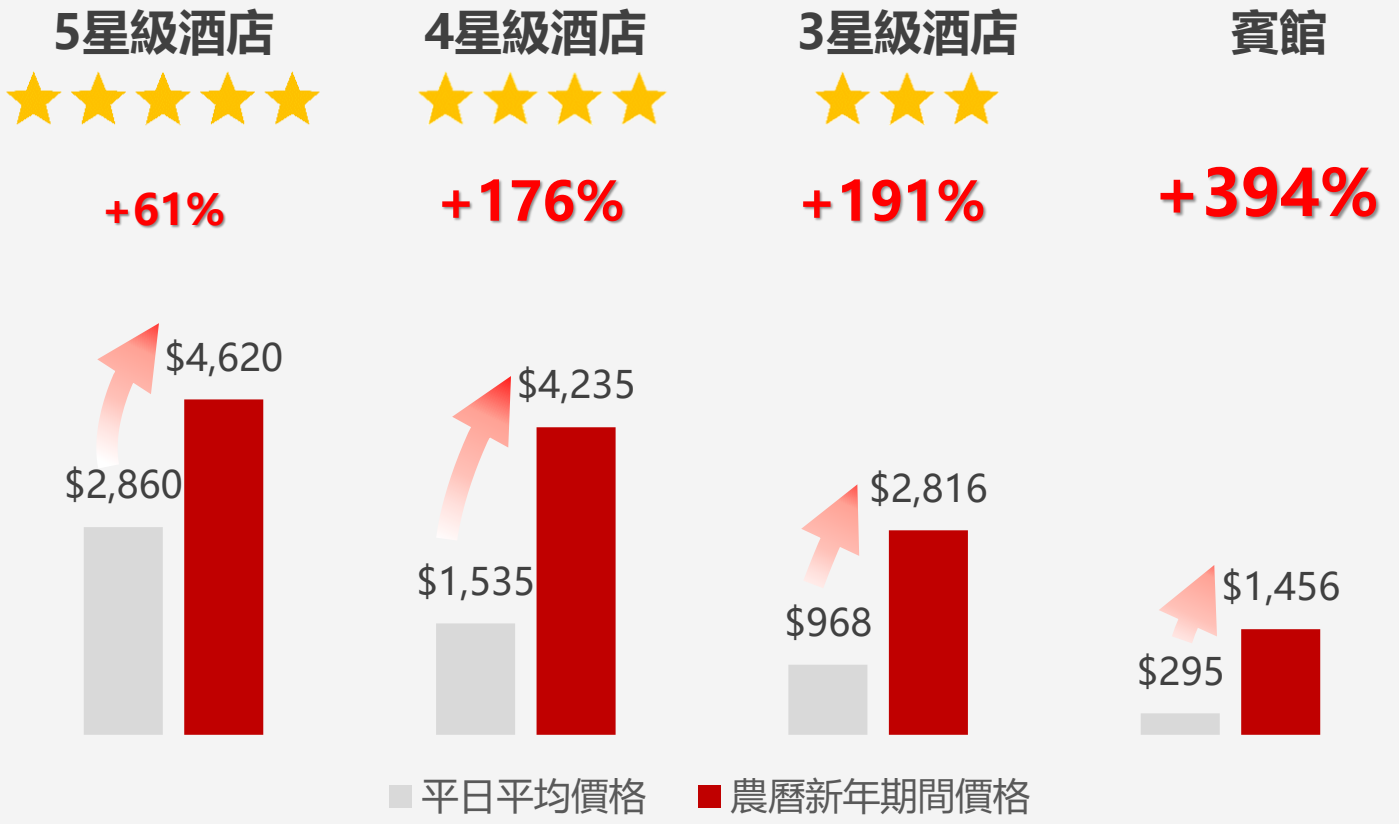
挑戰二：旅客「不過夜」
主要節日期間酒店價格急升，不利打造盛事經濟

Trivago 酒店價格指數*

杜拜 $2,000	新加坡 $1,661	香港 $1,297
東京 $1,271	北京 $1,119	台北 $1,042

- 鑑於人力及土地成本等客觀因素，香港酒店價格難免較高，但若與同樣級別的亞洲熱門旅遊城市比較，則價格實爲相約
- 但節日期間部分酒店房間價格急升，超出很多對價格較爲敏感的旅客的承受範圍，令旅客可能寧願花時間及交通費，返回深圳住酒店，或選擇即日來回

酒店於主要節日大幅加價，當中以中低檔次房源加幅最爲顯著



註：數據取自2024年2月亞洲熱門旅遊城市的雙人酒店房間每晚平均價格，所有價格均以港元計算
資料來源：Trivago、團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰二：旅客「不過夜」
盛事舉辦過於倉促，欠缺協調，無法發揮協同效應

以下盛事剛好均在去年11月12日舉行，令參與活動的觀眾分身不暇...

維港渡海泳2023

FIA世界場地越野車錦標賽中國香港站

香港高爾夫球公開賽2023

澳門格蘭披治大賽車2023

- 安排上缺乏協調，令參與活動的觀眾分身不暇，限制了留港日數及在港消費力度
- 此外，活動舉辦時間不足，會對籌備造成負面影響，或會出現「甩轆」情況，不利推廣香港的旅遊形象
- 以FIA香港站爲例，主辦方只有**兩星期時間**搭建賽道和場地，政府亦只批准在開賽前一日封路，活動最終因安全問題而需要臨時更改賽道

資料來源：團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰二：旅客「不過夜」
有關部門之間缺乏協調，令盛事效果「事倍功半」

不少活動主辦方爲了籌備活動，而需要在不同部門之間周旋

舉辦常見的公眾大型活動所需申請的牌照包括：

	牌照	主要用途	所需申請時間及特殊要求
食物環境衛生署 Food and Environmental Hygiene Department	臨時公眾娛樂場所牌照	舉辦表演性質的活動，如電影及燈光放映、運動比賽等	7-42天；視乎是否須豎設臨時建築物
食物環境衛生署 Food and Environmental Hygiene Department	臨時食品製造廠牌照	以臨時攤位形式，售賣翻熱預先煮熟的食物	12個工作天；只准翻熱熟食，不准現場製作；另須遵照消防處訂立的條件
	臨時酒牌	在公眾娛樂場所出售酒精飲品	14個工作天
民政事務總署 Home Affairs Department	推廣生意的競賽牌照	抽獎活動	最少兩個星期（若計劃在媒體宣傳競賽活動，則需更早申請）

- 盛事相關的事務「政出多門」，屬多個部門管轄；部門之間缺乏溝通和協調
- 主辦方為滿足不同部門要求而疲於奔命，影響了盛事的效果
- 期望新成立的「跨部門盛事統籌協調組」能有效解決「政出多門」的問題

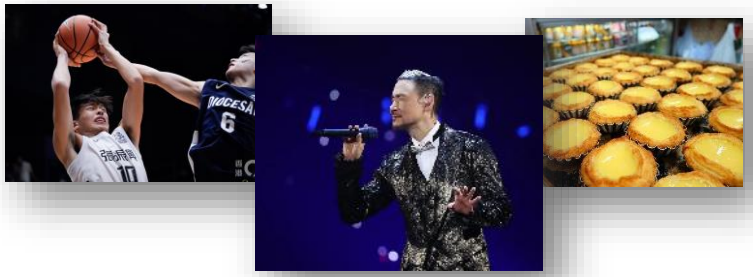
資料來源：食物環境衛生署、香港警務處、地政總署，以及民政事務總署

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略二：增加旅客過夜誘因
策略部署盛事日曆，創造品牌經濟效應

6 策略部署盛事日曆 打造盛事經濟

建立獨一無二的本地特色盛事



- 從本地文化，時尚，美食等特色元素發掘具有潛力的本地潮流
- 協助商界及文化社群舉辦更多盛事，給旅客具有新鮮感的體驗之餘，也激發香港居民與遊客消費力

將不同的文化、體育、娛樂、商業盛事結合， 從而產生協同效應

一	二	三	四	五	六	日

- 把一系列的大型活動以捆綁式的方法作出大型宣傳，以達到聯動宣傳和經濟效益
- 針對不同市場，按目標客源擬定門票分配方案，精準推動目標客源市場發展

理順盛事檔期，最大程度創造經濟價值及品牌效應

- 協調本地盛事日程，確保活動之間產生相互加乘效應
- 策略性分配盛事檔期，配合目標旅客客群的主要節日假期及周邊地區的盛事日程
- 為重大盛事預留充足的籌備時間（3個月或更長）
- 提早公佈盛事日程，方便餐飲及零售業舉辦活動配合，刺激消費

資料來源：團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略二：增加旅客過夜誘因
跨地域全方位宣傳，營造盛事熱烈氣氛

7 提升盛事宣傳及管理

善用每個宣傳機會
全方位做好本地推廣

參考區議會選舉的宣傳策略，利用政府多方面的宣傳渠道，全力協助推高活動的本地人氣，在社會營造好客的氛圍，及為零售市場帶來正面效益

升級目標市場的旅發局地區代辦為全球辦事處
發展多元化客源

在不少香港旅遊的目標客源市場之中，旅發局僅設有地區代辦，只為旅遊業界、傳媒，以及消費者提供查詢服務...

總辦事處 (1個)	全球辦事處 (15個)	地區代辦 (6個)
香港	北京、上海、廣州、成都、東京、首爾、台北、新加坡、悉尼、倫敦、巴黎、法蘭克福、紐約、洛杉磯、多倫多	杜拜、曼谷、雅加達、馬尼拉、吉隆坡、新德里

建議將5個位於中東及東南亞的地區代辦，升格為具有正式編制，包含市場推廣職能的全球辦事處，並增設更多全球辦事處

資料來源：香港旅遊發展局、團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略二：增加旅客過夜誘因
瞄準中途市場旅客，鼓勵延長留港消費

8 打造「酒店+盛事」節日套票 強化盛事經濟效應

酒店住宿

+

- 盛事活動門票
- 主要景點門票
- 餐飲套票

…

- 政府牽頭統籌業界將酒店住宿及多項旅遊體驗捆綁出售，並提供具吸引力的價格折扣，鼓勵旅客趁著盛事及節日檔期在港過夜及消費

9 向中途市場旅客派發非即日車船票 鼓勵延長留港消費

- 參考澳門的「免費直達巴士車票及船票」優惠，發放免費隔日車船票，吸引旅客延長留港日數，從而發掘更多香港的獨特體驗及留港消費
- 每種交通工具（高鐵、跨境巴士，及跨境渡輪）優惠限額為一年一次，並需在網上購票時以實名認證

資料來源：澳門特別行政區政府、團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰三：旅客「不回頭」
區內競爭日趨激烈，香港旅遊業的相對競爭力正在走下坡

旅行及觀光競爭力指數

	2008	2021
香港	第14位	第19位
新加坡	第16位	第9位
日本	第23位	第1位
南韓	第31位	第15位
泰國	第39位	第36位

資料來源：全球經濟論壇

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰三：旅客「不回頭」
香港景點老化，對旅客吸引力有所下降

2024年 十大旅遊體驗

在十大旅遊體驗之中，只有戲曲中心是於近年新落成的景點...

1

山頂

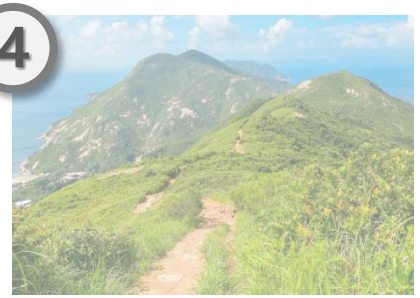
2

飲茶

3

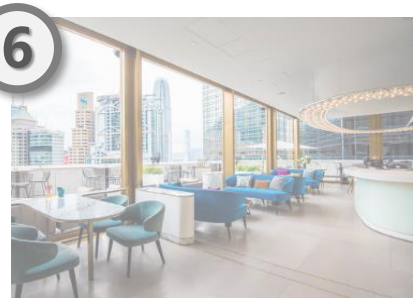
大館、香港藝術館、戲曲中心

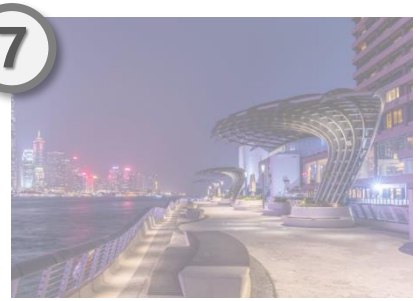
於2019年1月20日正式開幕

4

龍脊、麥理浩徑

5

天壇大佛

6

酒吧

7

夜景

8

迪士尼樂園、海洋公園

9

賽馬

10

西九龍、中環、深水埗

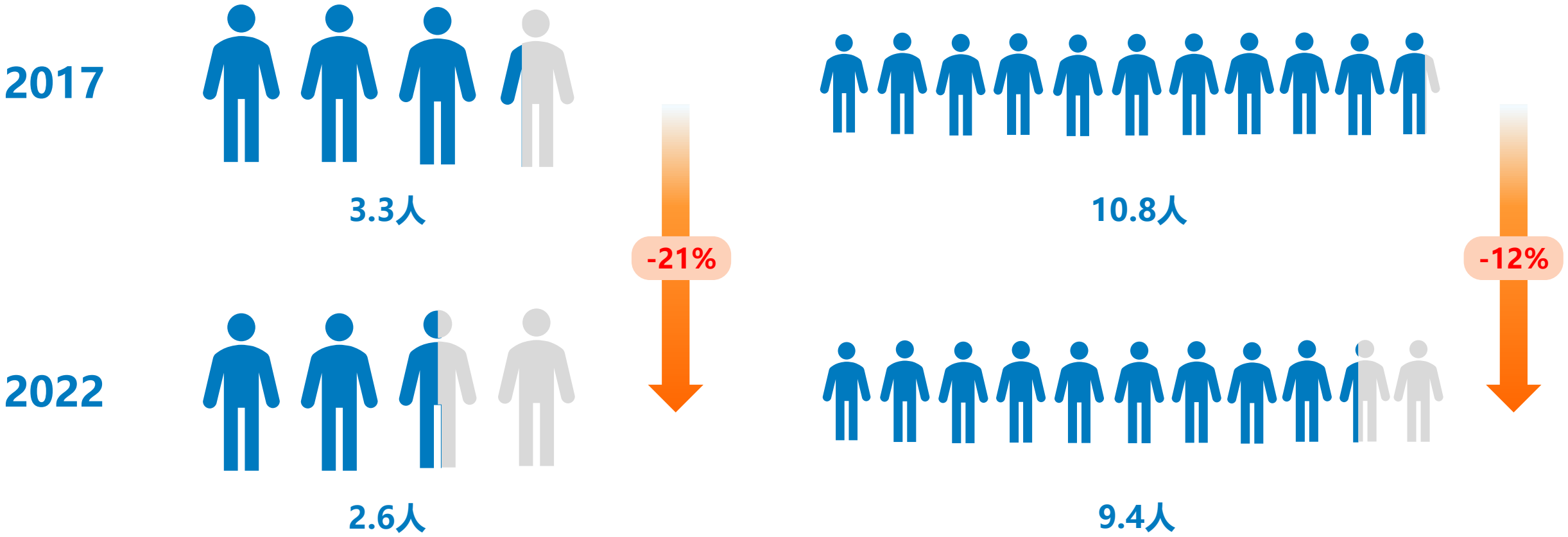
資料來源：香港旅遊發展局、Timeout，以及團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰三：旅客「不回頭」
業界人手供應問題持續惡化，消費體驗大不如前

零售店鋪的平均服務人員數目

酒店及餐廳的平均服務人員數目



資料來源：政府統計處

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

挑戰三：旅客「不回頭」
旅遊資訊觸達不足且渠道分散，旅客初次來港時難以獲取信息及服務

旅發局向旅客推薦的手機應用程式的下載次數*

部分政府旅遊應用程式普及率低的原因

- 現有的多個應用程式**功能分散**，遊客需分別下載多個軟件以滿足通訊、出行、資訊搜索等多樣化的需求
- 未有與常用通訊社交軟件連接，令用戶需跳轉至應用程式商店進行下載，手續**繁瑣**
- 政府對旅遊資訊及服務應用程式**宣傳力度不足**，旅客甚少得知獲取資訊的渠道

註：截至2023年1月30日
資料來源：香港旅遊發展局、政府資料一線通

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略三：發展獨特旅遊體驗
打造「港味」旅遊產品，發掘獨一無二「港魅」

10 打造影視旅遊產品

- 協調業界利用社交媒體打造更多「港味」、「港風」旅遊產品及路綫，如影視劇場景打卡
- 與各地影視串流平台合作，於香港拍攝真人秀、劇集及其他綜藝節目，推廣香港的景點、美食、深度旅遊及購物體驗

11 發掘歷史名人名址

- 開發具歷史文化元素的名人名址及史蹟徑，如蔡元培、魯迅、張愛玲等文人在港的足跡
- 在景點加設實體標示、二維碼及語音導賞，立體地呈現該名人在歷史的定位和事跡，並利用社交媒體於網上推廣

12 善用海濱配套資源

- 以維港美景打造世界級活動場地，如藝術展覽、無人機表演、國際時裝及文化盛事
- 為海濱休憩區和沙灘增添商業、餐飲及旅遊元素，除休閒散步之餘，也可打造成娛樂好去處

資料來源：小紅書、Fijivillage 、置地廣場，以及團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略三：發展獨特旅遊體驗，加強業界數碼轉型，重塑「消費體驗天堂」

13 提升接待能力 改善消費體驗

舒緩業界人手短缺 提升香港服務質素

通過「補充勞工優化計劃」**輸入大灣區勞工**，
以及放寬對勞工固定工作地點的限制，
增加零售服務及銷售人員流動性

資助中小企及的士業界進行數碼轉型

數碼轉型：

便利旅客以及
減少人手需求

電子化服務模式

網上訂位預約平台

電子錢包付款模式

資料來源：團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

策略三：發展獨特旅遊體驗
整合分散資訊平台，促進暢順旅遊體驗

14 建立一站式旅行指南及服務應用程式

盛事日曆

- 全年盛事安排一覽
- 當月及當週盛事日程表

整合功能

- 消費推薦：餐廳、酒店、商店...
- 遊玩推薦：藝術、演出、運動...
- 生活支持：網約出租車、醫療服務...

升級服務

以的士服務為例

- 可供預約的士，並設置服務評級功能
- 支持電子支付工具（八達通、微信支付等）

資料來源：團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

建議總結

挑戰一
旅客「不願來」

挑戰二
旅客「不過夜」

挑戰三
旅客「不回頭」

策略一
提升旅客來港意欲

1. 逐步拓展「一週一行」覆蓋范圍
2. 放寬國際旅客經香港北上限制
3. 提高進境個人物品免稅限值上限
4. 多方式激勵旅客在港消費
5. 降低機場收取航空公司的費用
   提升來港機票的價格競爭力

策略二
增加旅客過夜誘因

6. 策略部署盛事日曆
7. 提升盛事宣傳及管理
8. 打造「酒店+盛事」節日套票
9. 向中途市場旅客派發非即日車船票
   鼓勵延長留港消費

策略三
發展獨特旅遊體驗

10. 打造影視旅遊產品
11. 發掘歷史名人名址
12. 善用海濱配套資源
13. 提升接待能力 改善消費體驗
14. 建立一站式旅行指南及
    服務應用程式

資料來源：團結香港基金

© Our Hong Kong Foundation Limited. All Right Reserved.

OUR HONG KONG FOUNDATION
團結香港基金

10TH 週年紀念 Anniversary

謝謝