

出國報告（出國類別：考察）

赴香港交流114年度港澳市場開拓計畫作為

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：陳冠竹/科長

洪維鈞/約聘人員

派赴國家/地區：香港

出國期間：113年12月9日至12月11日

報告日期：114年3月11日

摘要

113年度港澳市場來臺旅客達131萬人次，較112年119.9萬成長9.26%，為我國第二大客源市場。本署於113年12月9日至12月11日派員訪港，與臺灣觀光協會駐香港辦事處及3家國籍航空、OTA 等業務交流外，另亦藉香港快運航空復航香港-花蓮航空之契機，參與花蓮縣政府在港辦理推廣活動及餐會，與港臺業者交流後續推動赴花蓮旅遊可行作法，後續結合臺灣觀光新品牌3.0強化臺灣觀光資源多樣性，加強宣傳，提升臺灣觀光旅遊在香港市場曝光度，使來臺旅客人數儘早恢復疫前175萬以上水準。

目次

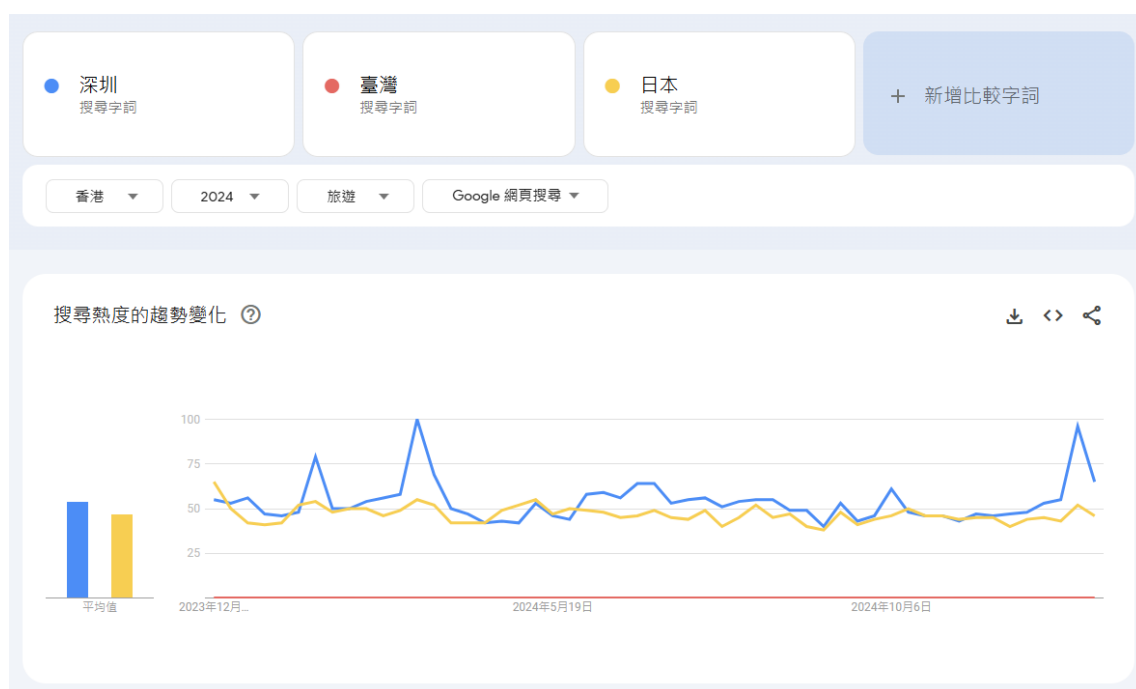
壹、	目的	4
貳、	行程概要	5
參、	心得及建議	7
肆、	行程照片	8

壹、目的

港澳市場為我國主要入境旅遊客源市場之一，疫後112年度該市場來臺旅客達119.9萬人次，規模為全市場第一，占比為18.5%（來臺總人數648.7萬人次），113年全年港澳市場來臺旅客數正成長達131萬人次，雖然疫後港澳市場來臺旅客穩定成長，然該市場整體出境旅遊情況亦持續受到北上陸路旅遊及赴日旅遊，對後續來臺規模恐造成一定程度之影響。

本計畫於113年12月9日至12月11日，由本署派員訪港，除協助及參加花蓮縣政府在港舉辦之推廣會外，並與我3家國籍航空公司、OTA 業者業務交流，感謝113年大力送客及協助，亦藉交流機會瞭解港澳民眾出國旅遊動態、偏好等特性及未來合作規劃，以納入114年各項宣傳推廣計畫參考，俾持續吸引港澳旅客來臺旅遊人數穩定成長，儘早恢復疫前水準。

【2024年 Google Trends 變化：搜尋字詞-深圳、臺灣及日本】



貳、行程概要

一、行程安排

日期	時段	行程內容
12/09	上午	啟程，臺北→香港
	下午	出席花蓮縣政府推廣會 參加花蓮縣政府交流晚宴
12/10	上午	前往臺灣觀光協會香港辦事處 與星宇航空香港分公司交流
	下午	臺灣觀光協會香港辦事處業務推廣研討 與中華航空、長榮航空及星宇航空等業務交流
12/11	上午	與 OTA 業者交流
	下午	返程，香港→臺北

二、花蓮縣政府推廣會及交流晚宴

因113年度香港快運航空公司12月12日復航香港-花蓮航線，花蓮縣長徐榛蔚率花蓮業者（含民宿、飯店及伴手禮等）赴港推廣，本次以「療癒山海·花蓮好近」為主題，現場更與8家香港旅遊業者簽署 MOU(星晨旅遊、一心旅遊、百勝旅遊、美麗華旅遊、萬通集團、泛亞旅遊、美味假期、東瀛遊)，期許透過與業者合作加強花蓮旅遊行銷推廣、協助花蓮振興，包裝特色行程、推動深度旅遊合作，結合花蓮山海美景及部落文化與在地美食的推廣。本署前業邀請媒體、KOL 赴花蓮取材，並與香港快運合作首航式活動，藉本次香港快運航空公司復飛香港-花蓮航線契機，振興香港旅客赴花蓮旅遊，吸引香港旅客走訪花蓮，體驗花蓮的美好山水及部落文化。

三、與國籍航空交流

在113年7月16日以前，僅有中華航空及長榮航空執飛臺港航線，後於星宇航空的加入，使得臺港座位數提供增加，同時快提供香港旅客更多元的選擇往

返臺港兩地。為感謝3家國籍航空在113年的合作送客及宣傳推廣協助，本署於訪港期間辦理交流餐會表達感謝之意。航空公司表示座位數供給數的增加，對於臺灣旅遊市場來客數是有助益。Covid-19後，旅客對於旅遊資訊取得的渠道也多元，不再只是過往的傳統媒體，對於自媒體（含 KOL）及社群媒體的資訊、旅遊體驗後的資訊口耳相傳依賴度也提升，可納入往後臺灣旅遊資訊宣傳推廣的渠道。

另外也分享香港民眾北上旅遊的觀察，在香港經濟恢復未及疫前，又多依賴連續假期規劃出境旅遊的情況下，北上深圳此類極短線旅遊，因陸路交通便捷和消費支付的通用化，已漸成港澳民眾的日常生活化，飲食及購物也多會北上採買；再者，陸路高鐵也新增許多路線，可由香港直達，增加更多北上旅遊的便利度，與過往香港民眾規劃來臺過週末的短程旅遊，恐受影響，宜研擬相應引客措施。本次交流亦洽談114年度合作計畫，如114年2月份長榮航空彩繪機合作推廣活動、114年3月與星宇航空香港分公司合作邀請香港業來臺參訪等。

四、與臺灣觀光協會香港辦事處交流

為持續拓展港澳地區客源市場，臺灣觀光協會香港辦事處持續自辦宣傳推廣工作，定期於社群媒體（Facebook/Instagram）更新及宣傳臺灣觀光旅遊新資訊、各項旅客來臺優惠方案、旅宿資訊分享等，亦不定期在港澳市場與航空公司/旅遊業者/媒體等合作辦理各式宣傳推廣活動，及線上問答遊戲。更運用星宇航空開航澳門-臺中航線之際，邀請香港及澳門市場業者和 KOL 來臺參訪中進中出之便捷性，考察中部地區新景點等。

除前項內容，由本署委託公關公司在香港及澳門市場進行平面及戶外廣告宣傳，辦理多元主題廣宣活動（如咖啡主題遊推廣、運動觀光、Pinkoi 設計展推廣活動等），增加臺灣旅遊產曝光度及旅客觸及率，透過互動掌握市場動態及旅客偏好。114年則將續由自辦工作，搭配公關公司之助力，幫助臺灣旅遊產品在港澳市場持續曝光，創造新話題。

參、心得及建議

一、客源市場行銷人力增補及留才

臺灣觀光協會香港辦事處當地僱員僅2位，行銷推廣業務執行量能較有限，未來可持續透過本署於港澳市場提高公關案委辦規模，在行銷推廣活動規劃及廣告曝光投放增加量能，借公關公司之力，強化因行銷人力不足而未及之處。

二、臺灣觀光品牌3.0強化我觀光資源多樣性

鑑於當前旅遊行為模式由過去尋找「旅遊目的地」，到現在推動「有目的的旅遊」，本署將持續以新品牌波浪條設計，延續「親山、親海、樂環島」主軸，傳遞給港澳市場旅客臺灣旅遊資訊的豐富多樣性，例如潛行臺灣，了解臺灣水下旅遊的特殊性、阿里山森林鐵路主題遊、離島特色行程（馬祖藍眼淚、澎湖馬拉松等）、觀光工廠等，四季皆可來臺體驗，也適合推薦給港澳市場旅客。未來建議可依主題別邀請媒體或自媒體報導，擴大旅遊業者來臺參訪，以傳遞臺灣觀光旅遊新資訊，供業者包裝販售。

肆、行程照片



協助及參加12月9日花蓮縣政府假香港千禧新世界酒店舉辦之推廣會



花蓮縣政府與與會台港業者合照¹

¹ 與花蓮縣政府簽署 MOU 之香港業者:星晨旅遊、一心旅遊、百勝旅遊、美麗華旅遊、萬通集團、泛亞旅遊、美味假期、東瀛遊等8家



參加花蓮縣政府推廣會之交流晚宴



拜會星宇航空香港分公司及洽談合作計畫



與長榮航空(左三、四)、中華航空(右四、右一)、星宇航空(右三、右二)餐敘交流