

出國報告（出國類別：其他）

## 赴香港交流 113 年度港澳市場開拓規劃作為

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：陳冠竹/科長

派赴國家/地區：香港

出國期間：112 年 12 月 19 日至 12 月 20 日

報告日期：113 年 3 月 18 日

# 摘要

為持續瞭解疫後港澳市場出境旅遊趨勢、旅客偏好變化等特性，並著手規劃、籌辦 113 年度各項宣傳推廣計畫，本署於 112 年 12 月 19 日至 12 月 20 日派員赴港考察及交流，俾爭取 113 年度更多港澳旅客來臺旅遊，促使港澳市場入境旅遊規模儘早恢復至疫前 175 萬以上水準。

112 年度港澳市場來臺旅客達 119.9 萬人次，規模占全市場第一，然開拓潛力仍大，欲提升 113 年度港澳市場來台旅客規模，可朝兩大面向著手努力，一為提升台港澳間之航班供給量，二為持續加強行銷台灣新旅遊型態及多元觀光資源。提升航班供給量方面，113 年我國星宇航空及台灣虎航均預計投入，有助提升台灣往返香港及澳門間之客運量能；強化宣傳推廣方面，113 年可聚焦於臺灣觀光「新資源」、「新玩法」、「新發現」、「新亮點」等操作，並擴大業者與媒體邀訪力度，爭取同業合作提升宣傳廣度與客源觸及規模。

鑑於疫前香港包機赴花東旅遊表現佳，為強化重遊客來台及導引赴該等地區旅遊，本署計畫 113 年起投入更多資源與人力，提升花東地區觀光之行銷力度，並持續洽我國籍或外籍航空公司重啟包機市場，再結合本署既有包機及擴大送客獎補助機制，俾達引客、導客及協助地方拓展國際旅遊市場之目標。

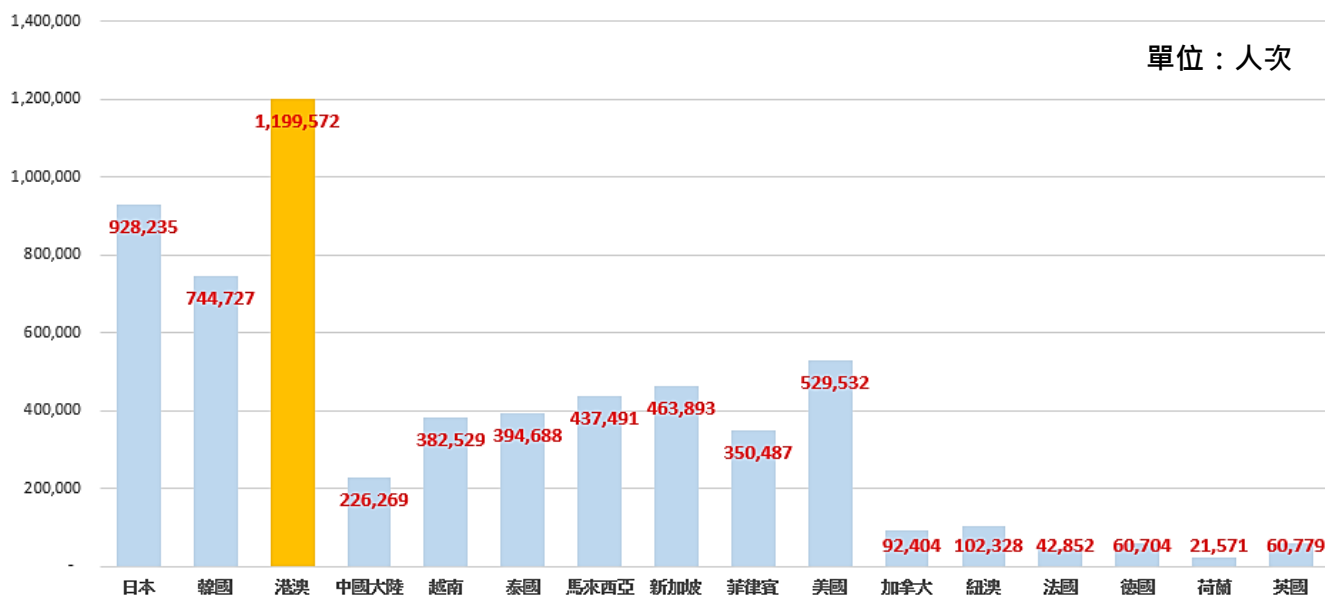
# 目次

壹、目的 .....	1
貳、行程概要.....	1
參、心得及建議.....	4

## 壹、目的

港澳市場疫後出境旅遊復甦力道強勁，係 112 年我國主要入境旅遊市場之一，依據交通部觀光署（下稱本署）公務統計<sup>1</sup>，112 年度港澳市場來臺旅客達 119.9 萬人次，規模占全市場（總計 648.7 萬人次）18.5% 居第一，恢復率約 68%（與疫前 108 年 175.8 萬人次相比）。為瞭解疫後港澳市場出境旅遊趨勢、恢復力度、旅客偏好變化等特性，並著手規劃、籌辦 113 年度各項宣傳推廣計畫，本署於 12 月 19 日至 12 月 20 日派員赴港考察及交流，俾爭取 113 年度更多港澳旅客來臺旅遊，促使港澳市場入境旅遊規模儘早恢復至疫前 175 萬以上水準。

112年度來台主要市場入境旅遊規模



## 貳、行程概要

### 一、行程安排

日期	時段	行程內容
12/19(二)	下午	啟程，臺北→香港
12/20(三)	上午	前往台灣觀光協會香港辦事處
	下午	返程，香港→臺北

<sup>1</sup> 來臺旅客居住地分析統計 <https://admin.taiwan.net.tw/businessinfo/IssuePage?a=12124>

## 二、與台灣觀光協會香港辦事處交流

本次交流，瞭解香港旅遊業議會（Antor HK）與香港國際旅遊展（ITE）主辦機構匯眾展覽服務有限公司（TKS）112 年進行之調查，結果顯示疫後香港民眾願意增加旅遊支出及每年出境旅遊次數，且更重視旅遊品質及體驗，許多喜愛旅遊之香港民眾，112 年出國次數更達 5-6 次以上，說是「報復性旅遊」也不為過，而出國旅遊目的地以日本、台灣及泰國為主（如下表），尤其赴日本旅遊規模幾乎係來台 2 倍。另知名線上旅遊平台 Trip.com 前亦進行線上調查，結果顯示短途旅行仍然是香港民眾首選、最熱衷出國旅遊之年齡層為 Z 世代（1997-2012）和千禧世代（1981-1996）、最受歡迎之海外旅遊目的地城市包括台北、曼谷、東京、首爾和大阪。

### <2023 年 1~10 月香港出境統計>

香港出境到當地	2023 年 1 月至 10 月	2019 年 1 月至 10 月	回復至 2019 年
日本	1,662,800	1,841,448	90.3%
澳門	5,951,111	6,127,894	97.1%
台灣	869,951	1,292,292	67.3%
泰國	673,895	874,214	77.1%
新加坡	267,960	403,210	66.5%
菲律賓	66,544	73,219	90.9%
香港出境到當地	2023 年 1 月至 9 月	2019 年 1 月至 9 月	回復至 2019 年
澳洲	128,740	232,450	55.4%

資料來源：香港國際旅遊展 [www.itehk.com/travelexpo/](http://www.itehk.com/travelexpo/)問卷/市場報告

112 年港澳市場來台旅客雖達近 120 萬人次，然恢復率僅有疫前之 6 成 8，顯示尚有相當大之開拓空間，欲提升 113 年度港澳市場來台旅客規模，可朝兩大面向著手努力，一為提升台港澳間之航班供給量，二為持續加強行銷台灣新旅遊型態及多元資源（尚有簽證簡化面向，惟因涉及兩岸政策，暫不列入評估）。

#### （一）提升航班供給量

就 112 年度各航空公司冬季班表，每週平均往返台灣及香港、澳門間約 389 個航班<sup>2</sup>。而 113 年度我國星宇航空預定於 3 月份新開澳門-台中航線，並有投入香港-台北航線之意願（日期未定），另台灣虎航亦有新開香港-台北及高雄航線之意願與規劃，均可提升台灣往返香港及澳門間之客運量能，有助促進港澳市場來台人次規模，茲整理香港、澳門來台航班現況列表如次。

<sup>2</sup> <https://udn.com/news/story/7266/7568776>

### 1. 香港往返台灣航線

航空公司	台北	台中	高雄
國泰航空	每週 72 班 每天 10 班，逢一六多 1 班		每週 28 班 每天 4 班
中華航空	每週 49 班 每天 7 班	暫無復飛計劃	每週 14 班 每天 2 班
長榮航空	每週 54 班 每天 7 班，逢一二四五多 1 班 (不含聯營)	-	開航日期未定
香港航空	每週 28 班 每天 4 班 (不含聯營)	-	-
香港快運	每週 28 班 每天 4 班	每週 17 班 每天 2 班，逢一三五多 1 班	每週 19 班 每天 2 班，逢一四五六日多 1 班
大灣區航空	每週 16 班 每天 2 班，逢五日多 1 班	-	-
星宇航空	開航日期未定		
台灣虎航	預計 113 年開航		預計 113 年開航

### 2. 澳門往返台灣航線

航空公司	台北	台中	高雄
長榮航空	每週 14 班 每天 2 班	-	每週 4-5 班 (往高雄逢一二三六) (往澳門逢一二三五六)
澳門航空	每週 14 班 每天 2 班	-	每週 9 班 每天 1 班
台灣虎航	每週 7 班 每天 1 班	每週 4 班 (一三五)	每週 7 班 每天 1 班
星宇航空	每週 14 班 每天 2 班	113 年 3 月 31 日首航 每週 8 班 每天 1 班，逢一多 1 班	-

#### (二) 強化宣傳推廣

台灣觀光協會香港辦事處因應香港、澳門民眾疫後旅遊趨勢（運動、紓壓放鬆、戶外等），112 年於港澳市場廣宣行銷方向主打「療癒台灣 Soul Taiwan, So Taiwan」主題，再擴充為「山林療癒」、「大海療癒」及「味覺療癒」，並製作多樣宣傳影

片、文宣摺頁；與知名網紅 YouTube 平台《Mill Milk》合作拍攝影片；與潛水單位進行異業合作，辦理舉行潛行台灣 x Olympus 淨灘永續旅遊推廣活動，同時與線上旅行社合作送客活動，加計全年度辦理各項廣宣工作等作為，取得相當佳之宣傳成效與送客成績，113 年將持續委託專業公關團隊策劃一系列之新主題與宣傳操作。茲歸納所交流之 113 年度港澳市場廣宣行銷方向及操作如下表。

### 港澳市場未來廣宣行銷方向及操作

1. 持續透過同異業合作，發揮借力使力能量，擴大觸及面向與客源，包括與新設航線之航空公司合作，於首航提供行銷上之協助（如專屬紀念品、本署現行獎勵措施等），亦可與其共同邀請旅行業者來台熟悉旅遊，加強新遊程之包裝等。
2. 恢復辦理旅行社廣告分攤業務，凝聚各主力旅行社宣傳及送客能量，穩固基本盤且維持臺灣觀光一定程度之曝光量。
3. 多元媒體邀訪及取材不可斷，為符合出遊意願及規模最大之 Z 世代和千禧世代媒體使用習慣，須持續強化社群媒體行銷力度。
4. 把握機會創造話題行銷，例如爭取香港民眾均耳熟能詳之大型在地品牌（例如大型量販業者或大型電信商業者等）共同合作宣傳。
5. 盤點臺灣新觀光資源與主題，並優化相關宣傳素材，反覆強力放送，並進行口碑行銷（可透過公關宣傳計畫邀請名人帶路）。
6. 借重 2025 日本大阪舉辦萬國博覽會契機及香港機場為亞洲金融、旅遊及物流樞紐之一，結合香港、臺灣、日本等旅遊目的地操作一程多站遊程（可結合本署轉機半日遊或一日遊機制）。

## 參、心得及建議

一、港澳市場開拓潛力仍大，持續強化多元遊程產品及新觀光資源宣傳力道。

112 年香港居民總出境量達 7,220 萬人次，較 111 年成長 3312%，為疫前（108 年）之 7 成 7。雖來台旅客幾達 120 萬人次，然恢復率僅有疫前之 6 成 8，顯示尚有相當大之成長空間。有鑑於港澳市場旅客特性喜愛嘗試新鮮事物，112 年主打之「療癒 • 台灣」主題，隨著疫情印象逐漸淡化，回歸正常生活及旅遊模式，爰 113 年之行銷主軸或主題，或可多聚焦於臺灣觀光「新資源」、「新玩法」、「新發現」、「新亮點」等面向，尤其近 2 年我國推廣綠色旅遊目的地有成，112 年底亦辦理「臺灣觀光亮點

獎」，刻亦推動「鐵道、步道、鐵馬道」、「微笑南台灣之旅」等主題，均係相當適合推薦給港澳市場民眾之優質觀光資源，未來建議擴大業者與媒體邀訪力度，傳遞最新臺灣旅遊景點、活動及酒店設施等資訊，並透過同業合作提升宣傳廣度與客源觸及規模。

## 二、持續運用本署既有獎勵及補助機制，爭取恢復過往香港包機赴花東旅遊之操作。

疫情前，香港包機赴花東旅遊之表現佳，以 106-108 年而言，每年可達 20~30 個架次，惟自 109 年受 COVID-19 疫情影響後，迄今香港-花東包機市場仍未重啟。據與兩家國籍航空公司交流表示，現階段航空公司以優先恢復既有定期航班之承載量為主，俟一線人力及飛機數量逐步恢復，將視市場需求及反應評估投入。有鑑於包機係國際旅客前往花東旅遊之主要方式之一，本署為提升海外包機量能，疫後持續辦理「推動花東永續旅遊境外包機計畫（112 年 - 114 年）」及於 112 年 1 月 3 日公告實施修正「推動花東永續旅遊境外包機來臺獎助要點」，且自 112 年 5 月至 114 年 6 月積極辦理「加速擴大吸引國際觀光客方案」，爰建議 113 年起可投入更多資源與人力，提升花東地區觀光之行銷量能，並持續洽我國籍或外籍航空公司重啟香港赴花東包機旅遊市場，再結合前述獎勵及補助機制，俾達引客、導客及協助花東地方政府拓展國際旅遊市場之目標。