

郵輪宣傳

業界合作對郵輪旅遊的推廣至關重要。在 2018/19 年度，旅發局與郵輪公司、旅行社代理及鄰近港口等業界夥伴緊密合作，推動亞洲郵輪旅遊業發展，同時發揮香港的固有優勢和多元化的旅遊體驗，使香港成為區內郵輪旅遊的門戶。

拓展客源市場

- 台灣民視綜藝節目的宣傳效益：2,500 萬港元
- 印度專題特輯的曝光率：547 萬次



在 2018/19 年度，我們在 11 個客源市場推出了 37 項「飛航郵輪」合作推廣活動，推廣極具吸引力的「飛航郵輪」套票，以吸引消費者來港參加郵輪假期。

在內地，隨著廣深港高速鐵路香港段啟用，我們推出了一系列「高鐵郵輪」旅遊的推廣活動，包括與星夢郵輪的「高鐵郵輪」旅遊推廣計劃，帶動消費者需求。

至於在其他市場，我們則集中於具有高增長潛力的市場，包括台灣、印度和南韓。在台灣，我們與民視電視台合作製作兩集 70 分鐘的綜藝節目，展示了乘坐豪華郵輪及遊覽香港的豐富體驗，還配合了新聞發佈會和網上及社交媒體加強宣傳。

與此同時，我們在印度和南韓出版了專題特輯，宣傳郵輪旅遊和香港的陸上旅遊體驗。我們在南韓更為獎勵旅遊市場推介「會展獎勵旅遊及郵輪」的行程組合。

吸引國際郵輪來港

在 2018 年，以香港作為母港期間：

- 「世界夢號」訪港總船次：103 船次
- 「海洋航行者號」和「海洋贊禮號」訪港總船次：18 船次

透過和郵輪公司持續合作，我們成功爭取更多世界級郵輪以香港作為母港或主要港口。星夢郵輪旗下的「世界夢號」在 2018/19 年度均以香港作為母港，而皇家加勒比國際遊輪旗下的「海洋航行者號」和「海洋贊禮號」，則在 2018 年 5 月至 8 月以香港作其母港。



加強區域合作

- 電視節目「環遊海上新視界」的宣傳效益：3,400 萬港元

我們加強和「亞洲郵輪聯盟」各會員的合作。其中，我們與聯盟夥伴海南、菲律賓及台灣合作，在 Discovery TLC 頻道上推出區域性電視節目「環遊海上新視界」，推廣郵輪的精采體驗。節目於 2019 年 1 月至 3 月期間，在東南亞、台灣和印度的 TLC 頻道播出。

