

# 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，龍舟競賽已被認可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。

「綵燈大觀園」冠名贊助



## 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。



© Hong Kong Discovery



- 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。



© Hong Kong Discovery



## 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

