

ITE 2025調查：港人出境遊消費續增但動能放緩 非亞洲目的地需求上升



(ITE 2025提供)

香港國際旅遊展 (ITE) 2025最新調查顯示，香港市民出境旅遊需求依然強勁，但增長動能已有放緩跡象。調查發現，ITE公眾日優質自由行客群在2025年上半年及下半年均計劃多次外遊，九成受訪者更表示未來一年將增加或維持旅行預算。不過，值得注意的是，32%的受訪者計劃於2025年下半年前往亞洲以外地區，較上半年激增129%，反映港人旅遊版圖正加快擴展。

是次調查由ITE主辦單位匯眾於今年5至6月以網上問卷形式進行，共收到破紀錄的4,242份回覆。調查內容涵蓋受訪者的背景特徵、旅行頻率、消費水平、偏好以及參觀ITE的原因。



(ITE 2025提供)

結果顯示，ITE公眾觀眾以在職人士及高學歷群體為主，76%年齡介乎25至59歲，73%具大專或以上學歷，女性比例（62%）高於男性。大部份受訪者在2025年上半年已頻繁外遊，並計劃於下半年保持相同節奏。僅約一成表示將縮減旅遊預算，其餘則維持或增加消費。不過，與去年相比，計劃增加開支的比例下降，顯示消費動力有所放緩。

數據進一步指出，2024年香港出境人次大增45%至1.047億，但旅遊消費僅升27%至289億美元。2025年首五個月出境人次增速更放緩至17.2%。然而，自2023年2月全面通關以來，香港在不足兩年間已迅速恢復至全面復甦水平。

2025年上半年，有48.2%受訪者出境過夜三次或以上，比例高於2024年同期的44.1%，下半年亦預計維持活躍。雖然90.8%受訪者計劃在未來一年維持或增加旅遊預算，但僅39.3%打算增加開支，較2024年的59.4%大幅下跌；縮減預算者則由5.1%升至9.2%，反映旅遊消費趨勢趨於理性。

調查亦揭示港人在旅行決策過程中的行為特徵。當尚未鎖定目的地時，「口碑」影響力最強，其中親友推薦（48%）居首，其次為旅遊展講座（36%）、KOL / 網紅推薦（34%）及社交平台群組（20%）。

在旅行方式上，短途行程以自由行和定制遊為主（87%），長途旅遊則有72%選擇自由行，其餘28%依賴旅行團；另有21%受訪者認為旅行社是重要的資訊與預訂渠道，顯示參展旅行社仍具潛力。

ITE展會本身亦對港人旅遊需求發揮推動作用。2025年展會共舉辦135場講座，吸引逾9,200人參與，其中43%公眾訪客更計劃即場預訂產品，帶動現場消費。

參觀目的以瀏覽世界各地展台及搜集資訊（76%）、發掘新興目的地（53%）為主，其次是現場選購產品（43%）及聽講座（31%）。新設的「青年及親子遊」專區亦反應熱烈，分別有9%及5%的觀眾專程前來體驗，成功拓展客群層面。

在目的地選擇方面，鄰近地區依然受歡迎，大陸、澳門及台灣合計佔比雖由70%降至57%，但東北亞與東南亞則維持穩定或略有上升。更值得關注的是，2025年下半年有32%受訪者計劃前往北美、歐洲及中東等長途市場，較上半年急升逾兩倍，印證非亞洲目的地需求正明顯回升。@

大紀元時報香港: <https://hk.epochtimes.com/news/2025-09-01/75278377>