

2026香港国际旅游展深受信赖的采购平台，更多来自亚洲旅业及高端自由行旅客的观众

ITE 2025-07-22 12:05:43

ITE 2025参展商高度国际化

2026香港国际旅游展 (ITE 2026) 综合第40届ITE (休闲) 和第20届MICE (商务会奖)，将于2026年6月11至14日在香港会议展览中心 1 号馆举行，首两天只招待业界、后两天面向公众。疫情期间的实体展均维持相同的安排。



香港国际旅游展(ITE)是亚洲领先的国际旅游展。为有效地于同一展览及场馆内涵盖旅业界(长久的渠道)和高端旅客(快速发展的全球趋势)，专业日(B2B)和公众日(B2C)配以分开的活动日程及宣传策略。

ITE 2025参展商高度国际化

创办于40年前，每年一次的香港国际旅游展(ITE)亦最早复苏，事实上ITE 2025是疫情以来自2021年开始复办的第五届实体展。

香港特别行政区行政长官李家超先生再次发来贺辞欢迎所有ITE 2025参加者。而香港特别行政区政府文化及体育旅游局局长罗淑佩女士，JP为今年的开幕礼担任主礼嘉宾。

~

ITE 2025 展会主要数据

参展商	买家及专业观众	公众观众	参展国家/地区
502 (87.8%*)	7626 (53.2%*)	70212	64 (1/3 来自亚洲以外)

*来自香港境外/海外

ITE 2025圆满结束，并与2019年一样使用5个展厅，专业观众较上届增加8.6%；公众观众则增加11.4%。其中33%买家和专业观众来自中国内地，20.2%来自亚洲各地。按行业分类：45.7%买家和专业观众为旅行社/组团社、15.3%为会展/企业。今年共举办了135场业界研讨会和公众旅游讲座，吸引9228名观众出席。

ITE 亦有效涵盖粤港澳大湾区(大湾区)，超过七成的买家和专业观众来自该区。大湾区包括香港、广州、深圳、澳门及其他广东城市，2024年大湾区的GDP总量将达2,0774亿美元，比肩世界第十二大经济体，总人口达8,740万。

香港：庞大及优质的客源市场

2024年香港出境游市场已全面恢复：国际旅游总支出为289亿美元 (107%恢复)，位居全球第十四；出境人次达1.047亿 (111%)，2025年首4个月的出境人次增长17%！ 疫情前，香港位居亚洲第三或第四大消费客源市场 (见表一)。

香港于2023年2月全面通关，全年出境旅游消费已恢复至疫前的84.4%，高于出境人数的77%，可见复苏快速质高。

表一：2024年香港出境市场已完全恢复

年份	总出境人次 (百万计) ^	国际旅游总支出^ (亿美元计)
2024	104.7 (110.6%*)	\$289 (107.4%*)
2023	72.2 (76.2%*)	\$227 (84.4%*)
2019	94.7	\$269

备注：(*) 相对2019年之复苏率 ^ 资料来源：联合国世界旅游组织《2025年5月世界旅游晴雨表》

反映香港旅客优质：据Trip.com于2024年12月发表的数据，愈来愈多港人喜爱探索小众目的地；愿意支付更高价格以获得例如取消选项的灵活性，追求优质住宿体验等。7月发表的数据显示，2024年暑假正值巴黎举办奥运会，香港游客赴巴黎预订数量较2023年同期增幅逾一倍。

根据瑞银2025年报告，香港成年人平均财富达601,295美元，位居全球第三，仅次于瑞士的687,166美元美国的620,654美元！ 2024年，香港有64.7万个百万富翁，平均每10个成年人中就有一个。

由复苏到发展

ITE 2025超越了复苏，并呈现更多方面发展。今年的新增主题包括「青年旅游」和「亲子游」 旨吸引更多Gen Z及年轻父母观众；约50位KOL/博主参加了于专业日举办的「KOL交流会」及「KOL导览团」及公众日作为旅游讲座的讲者等，均创下历史纪录；为更方便来自大湾区广东城市的买家和业界观众，今年举办一系列的「新兴/小众目的地」专业研讨会，首次配备了 AI 即时传译 (中文字幕)。

B2B及B2C服务

ITE主要采用自由流动模式，但亦为展商提供免费的B2B服务, 例如「商务洽谈会(BM)」，多项KOL交流活动、演讲机会以及展前宣传等。

在ITE的BM，买家按兴趣市场入座，流动的展商自行选择买家，参加者逗留时间远超大会所规定，反映BM(洽谈)的有效性！疫情后大会停止特邀买家计划，作为替代只补贴本已计划到ITE选购的买家。

开幕前数月已向亚洲旅游业界推广ITE是合适的国际采购平台，并积极与各地区旅游协会就组织专业的 参观团和邀请买家观众进行协商。事实上，ITE2025再次接待了多个来自广东各城市的业界代表团, 最终吸引了更多境外地区买家和专业观众。

B2C服务方面，展前宣传是免费的，展商还可免费申请25分钟讲座时段，今年最受欢迎的讲座听众多达400多人。

公众观众高学历及旅游爱好者

调查发现ITE的公众观众大多选择自由行(FIT)，並通常会与朋友或家人结伴旅行。如短途旅行(5天以下)，87%的公众观众选择FIT，如长途旅游(6天或以上)，则有72%选择FIT；有48.2%已于2025年上半年外游三次或以上 (见表二)；超过90%将维持去年水平或增加 (39.3%) 旅游预算；教育程度较高，50%为大学毕业生，23%为大专学历。

对尚未准备好直接处理FIT订单的参展商来说，ITE公众日是针对优质旅客推广的良机。

表二：ITE 2025 公众观众外游次数调查*

外游次数 (2025)	1至6月	7至12月
3次或以上	48.2%	40.5%
1 – 2次	45.7%	54.5%
零次	6.2%	2.7%

备注: * 根据ITE年度公众观众问卷调查的4242份回复统计

香港作为国际大都会，中文和英文都是官方语言，英文在商界和大学都被广泛使用。事实上，许多ITE公众观众能操英语、网上预订及付款。因此，为了推动现场销售，展商应在展会也同时推广其网上平台及提供便利的网上预订和支付服务。

即使2019年至2025年期间通胀持续，ITE展位租金仍保持不变。但2026年ITE所有类型的展位租金会略为增加2%。

2026香港国际旅游展由汇众展览服务有限公司主办，并获中华人民共和国文化和旅游部大力支持，其他支持单位并包括香港旅游发展局、澳门特别行政区政府旅游局、香港旅游业议会等。

環球旅訊: <https://www.traveldaily.cn/article/187709>