新闻稿
2025 年 6 月 18 日

盛事活动香港国际旅游展(ITE 2025)
现场选购炽热，观众质量再创佳绩

摘要: 闭幕新闻稿分两部分，**第一部分**是**整体回顾:** 涵盖展商、业界和公众观众人数分析; **第二部**是**发展及活动:** 涵盖业界和公众活动、新主题及香港出境游市场资讯。

一年一度的香港国际旅游展创办于近 40 年前，是亚洲领先的国际旅游展。 2025 年为**第 39 届香港国际旅游展**和**第 20 届商务会奖旅游展** (下称 “ITE 2025”)，更被港府定为「大型盛事」活动。

第一部分: 整体回顾

ITE 2025 也是自疫情爆发以来第五届实体展，已于 6 月 15 日在香港会议展览中心 1A 至 1E 展厅圆满结束。今届展会的业界和公众观众人数均录得增幅，其中海外/境外买家专业观众占比超过一半，公众日观众仍是高质量及经常外游人士。

今届出席 ITE 的观众数量增加，主要是被其高度国际化的参展商(近 90%来自境外/海外)及产品，以及内容丰富及紧贴潮流的业界及公众讲座(合共 135 场)所吸引。

第四十届 ITE 将于 2026 年 6 月 11 至 14 日在香港会议展览中心 1 号馆举行，专业日和公众日各有两天。除首 1.5 日必需办理登记领证出入场馆，其余日子各界人士可以电子付费单次入场。

~ 开幕礼 ~

香港特别行政区行政长官李家超先生再次发来贺辞(点击此处)，欢迎所有 ITE 2025 参加者。

今年开幕礼于 6 月 12 日同一展馆内的主舞台举行，由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 担任主礼嘉宾**。 期间，主礼嘉宾及台上嘉宾分别与各国总领事及香港旅游界代表拍摄大合照。 <浏览 ITE 2025 开幕典礼台上嘉宾名单>

~ 国际展商吸引更多优质观众 ~

ITE 2025 汇聚 502 家参展商 (海外及境外占 88%) 来自 64 个国家和地区(约 35%来自亚洲以外地区)。

展会**专业日**共吸引 7,626 买家和专业观众入场，较上届增加 8.6%。 **按地区分布**: 46.8%来自香港、20.2%来自海外，33%来自中国内地，而其中来自广东省大湾区城市的包括个人及相关行会组织的参观团。 **按行业分类**: 45.7%买家及专业观众为旅行社/组团社、15.3%为会展/企业、6.1%为媒体(包括 KOL、网络红人、博主)，其余 32.9%为旅游相关行业。**公众日**较上届升 11.4%达 70,212 人次。

ITE 2025 的参展商不但高度国际化，他们主要是当地供应商直接参展而非透过中介，这对亚洲旅游业界买家是很吸引的，因此吸引了更多来自境外/海外买家和专业观众到场，占比从 2024 年的 46.4%上升至今年的 53.2%。

~ 香港和境外的宣传 ~

为吸引更多亚洲区内买家及业界观众，主办单位汇众一直积极向海外推广 ITE。 例如今年 4 月一篇题为「亚洲旅游业的绝佳采购平台」的相关新闻稿，透过一家国际公关传媒企业发布给亚洲媒体，一个月内被 475 家媒体转载，阅读量和点击量达 369,166 次。

此外，大会分别于开幕前十天和开幕日前一天举办的**展前新闻发布会**和**媒体优先预览**，每次均吸引各大电视台、日报、新闻机构、专业杂志及线上媒体等约 40 位记者。

~ 支持单位 ~

由汇众主办的 ITE2025 获得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。

第二部分：发展和活动

~ ITE 2025 主题 —「从复苏到发展」~

今年大会实施了多项提升质量的新举措，其中包括**「旅游市集」**和**「旅游小达人」Catwalk 秀**，成功拓展了**青年旅游/Z 世代**和**亲子游/年轻父母**市场。

「旅游市集」的产品源于档主在旅程中获得启发而发展出来的，以鼓励年轻一代从不同角度重新想象旅游的意义与可能性。 而**「旅游小达人」Catwalk 秀**获超过 20 队参加，展前数周举办线上和现场的投票活动，多位小朋友均获得数以百计点“赞”!

结果显示，今年 ITE 的观众群组多了 Z 世代和年轻父母参加。 在疫情期间，年轻旅客外游次数相比年长一群的下降幅度更大。或许也反映出，疫情期间 ITE 的观众群年 40 岁以上占总数近 60%。

在两天的公众日中，大会共邀请了创记录的 **56 位 KOL/博主**参与及旅游讲座中分享在。 此外，在专业日期间还举办了 **KOL 导览团**及**交流会**等活动，以便他们与多个旅游局和参展商交流及互动。

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，并首次配备了 AI 即时传译（中文字幕）。

~ 免费及可自选的企业对企业(B2B)项目 ~

ITE 全场以自由流动模式进行，但亦举办**商务洽谈会(BM)**在预先安排好的场地会面，以便展商更快捷与买家建立联系，而这项服务是免费的。 今年有 35 位买家和 33 位参展商参加了这次活动，他们的逗留远超过规定时间。

疫情后，大会已停止特邀买家计划，只补贴原已计划到访 ITE 选购的合资格买家，并只要求他们分配合适的时间出席大会活动。 2025 年获补贴和注册买家共 165 位。

KOL 在旅游业中扮演的角色日益重要！ 近年来大会积极招揽更多 KOL，今年再次举办了 KOL 交流会，让旅游局/机构及参展商聚首一堂增加彼此互动; 又推出了全新的 KOL 导览服务，方便 KOL 参观参展商的展馆/展位。

ITE 的 B2B 计画还包括可持续发展产业论坛、颁奖礼、国家和地区官方旅游机构的研讨会其中一些有洽谈，还有民俗表演，以及参展商产品推介会等。

除展商自办活动需要支付演讲厅场地租金，上述大部分服务(包括 BM) 已包含在展位租金内。

~ 公众日(B2C)项目 ~

香港国际旅游展另一重头戏莫过于旅游讲座，涵盖世界多个热门、小众、潮流及实用资讯、深受旅游人士欢迎。今年四天举办了超过 100 场共吸引 9,224 名观众(按年增 6.4%)，其中 56 位的主讲嘉宾是 KOL/博客。

今年最受欢迎的讲座听众多达 400 多人。 有些网红及博客是主办单位邀请的， 有些是展览商邀请的。 事实上展览商可申请免费的 25 分钟讲座时段。 此外，参展商还可以在自己的展位上举办各种活动，例如工作坊、表演、游戏、拍照、发放纪念品、吉祥物和表演等。

~ 公众观众直销 ~

疫情後，ITE 公眾觀眾已习惯在展場內使用自己的手機預訂旅游产品及付款，無需現金，更加便捷。 為了推動現場銷售，建議本地及境外展商提供便利的線上預訂和支付服務。

我們的年度調查結果顯示，ITE 的公眾觀眾年齡結構較為成熟(近 60%為 40 歲或以上)、教育程度較高(50%為大學畢業生，超過 20%為大專上學歷)，並且經常出行。 簡而言之，他們是高端旅客，超過 90%傾向選擇自由行方式外游。

ITE 2025 公众观众外游次数调查

外游次数	1 至 6 月	7 至 12 月
3 次或以上	48.1%	42.8%
1 – 2 次	45.7%	54.5%
零 次	6.2%	2.7%

简单来说，ITE 为亚洲旅游业界、高端自由行旅客及报团客等提供一个最佳的交流及选购全球不同类别的旅游产品、供应商、了解最新旅游趋势及理念的平台。

~ 香港出境游已全面复苏 ~

2024 年香港居民出境总人数突破 1.047 亿人次，已超过 2019 年的总数，实现全面恢复。值得注意的是，2023 年香港出境游支出恢复至 84%的水平，出境人数则恢复至 77%的水平，从支出的恢复程度高于出境人数来看，反映复苏是有质量的！ 疫情前，香港于亚洲多位居第三或第四大消费客源市场。

每年 ITE 主办方汇众都会进行公众观众外游问卷调查并收到约 3500 多份回复。 调查涵盖观众的外游偏好和展望。今年的调查报告将于今年 7 月/8 月发布。

详情请浏览： www.itehk.com 参展 / 传媒查询，欢迎联络主办单位—汇众展览服务有限公司：电邮 travel@tkshk.com | WhatsApp +852 69361271 | 微信 itehongkong | Facebook itehk

ITE 2025 展会相片

通过 Google 云端下载:
https://drive.google.com/drive/folders/1g0_pcfiOeYEtoum3Lw0QOZvW1UWBtfr2?usp=sharing