

## 盛事活動香港國際旅遊展(ITE 2025) 現場選購熾熱，觀眾質量再創佳績

**摘要：**閉幕新聞稿分兩部分，**第一部分是整體回顧：**涵蓋展商、業界和公眾觀眾人數分析；**第二部分是發展及活動：**涵蓋業界和公眾活動、新主題及香港出境遊市場資訊。

一年一度的香港國際旅遊展創辦於近 40 年前，是亞洲領先的國際旅遊展。2025 年為**第 39 屆香港國際旅遊展**和**第 20 屆商務會獎旅遊展**（下稱“ITE 2025”），更被港府定為「大型盛事」活動。

### 第一部分：整體回顧

ITE 2025 也是自疫情爆發以來第五屆實體展，已於 6 月 15 日在香港會議展覽中心 1A 至 1E 展廳圓滿結束。今屆展會的業界和公眾觀眾人數均錄得增幅，其中海外/境外買家專業觀眾佔比超過一半，公眾日觀眾仍是高質量及經常外遊人士。

今屆出席 ITE 的觀眾數量增加，主要是被其高度國際化的參展商（近 90% 來自境外/海外）及產品，以及內容豐富及緊貼潮流的業界及公眾講座（合共 135 場）所吸引。

**第四十屆 ITE 將於 2026 年 6 月 11 至 14 日**在香港會議展覽中心 1 號館舉行，專業日和公眾日各有兩天。除首 1.5 日必需辦理登記領証出入場館，其餘日子各界人士可以電子付費單次入場。

### ~ 開幕禮 ~

香港特別行政區行政長官李家超先生再次發來賀辭([點擊此處](#))，歡迎所有 ITE 2025 參加者。

今年開幕禮於 6 月 12 日同一展館內的主舞台舉行，由香港特別行政區政府文化及體育旅遊局局長羅淑佩女士，JP 擔任主禮嘉賓。期間，主禮嘉賓及台上嘉賓分別與各國總領事及香港旅遊界代表拍攝大合照。 <瀏覽 [ITE 2025 開幕典禮台上嘉賓名單](#)>

### ~ 國際展商吸引更多優質觀眾 ~

ITE 2025 匯聚 502 家參展商（海外及境外佔 88%）來自 64 個國家和地區（約 35% 來自亞洲以外地區）。

展會專業日共吸引 7,626 買家和專業觀眾入場，較上屆增加 8.6%。按地區分布：46.8% 來自香港、20.2% 來自海外，33% 來自中國內地，而其中來自廣東省大灣區城市的包括個人及相關行會組織的參觀團。按行業分類：45.7% 買家及專業觀眾為旅行社/組團社、15.3% 為會展/企業、6.1% 為媒體（包括 KOL、網絡紅人、博主），其餘 32.9% 為旅遊相關行業。公眾日較上屆升 11.4% 達 70,212 人次。

ITE 2025 的參展商不但高度國際化，他們主要是當地供應商直接參展而非透過中介，這對亞洲旅遊業界買家是很吸引的，因此吸引了更多來自境外/海外買家和專業觀眾到場，佔比從 2024 年的 46.4% 上升至今年的 53.2%。

## ~ 香港和境外的宣傳 ~

為吸引更多亞洲區內買家及業界觀眾，主辦單位匯眾一直積極向海外推廣 ITE。例如今年 4 月一篇題為「亞洲旅遊業的絕佳採購平台」的相關新聞稿，透過一家國際公關傳媒企業發佈給亞洲媒體，一個月內被 475 家媒體轉載，閱讀量和點擊量達 369,166 次。

此外，大會分別於開幕前十天和開幕日前一天舉辦的**展前新聞發佈會**和**媒體優先預覽**，每次均吸引各大電視台、日報、新聞機構、專業雜誌及線上媒體等約 40 位記者。

## ~ 支持單位 ~

由匯眾主辦的 ITE2025 獲得中華人民共和國文化和旅遊部大力支持，其他支持單位並包括香港旅遊發展局、澳門特別行政區政府旅遊局、香港旅遊業議會等。

## 第二部分：發展和活動

### ~ ITE 2025 主題 — 「從復甦到發展」~

今年大會實施了多項提升質量的新舉措，其中包括「**旅遊市集**」和「**旅遊小達人**」**Catwalk 秀**，成功拓展了**青年旅遊/Z 世代**和**親子遊/年輕父母**市場。

「**旅遊市集**」的產品源於檔主在旅程中獲得啟發而發展出來的，以鼓勵年輕一代從不同角度重新想像旅遊的意義與可能性。而「**旅遊小達人**」**Catwalk 秀**獲超過 20 隊參加，展前數週舉辦線上和現場的投票活動，多位小朋友均獲得數以百計點“讚”！

結果顯示，今年 ITE 的觀眾群組多了 Z 世代和年輕父母參加。在疫情期間，年輕旅客外遊次數相比年長一群的下降幅度更大。或許也反映出，疫情期間 ITE 的觀眾群年 40 歲以上佔總數近 60%。

在兩天的公眾日中，大會共邀請了創記錄的 **56 位 KOL/博主**參與及旅遊講座中分享在。此外，在專業日期間還舉辦了 **KOL 導覽團**及**交流會**等活動，以便他們與多個旅遊局和參展商交流及互動。

為更方便來自大灣區廣東城市的買家和業界觀眾，今年舉辦一系列的「**新興/小眾目的地**」專業研討會，並首次配備了 AI 即時傳譯（中文字幕）。

## ~ 免費及可自選的企業對企業(B2B)項目 ~

ITE 全場以自由流動模式進行，但亦舉辦**商務洽談會(BM)**在預先安排好的場地會面，以便展商更快捷與買家建立聯繫，而這項服務是免費的。 今年有 35 位買家和 33 位參展商參加了這次活動，他們的逗留遠超過規定時間。

疫情後，大會已停止特邀買家計劃，只補貼原已計劃到訪 ITE 選購的合資格買家，並只要求他們分配合適的時間出席大會活動。 2025 年獲補貼和註冊買家共 165 位。

KOL 在旅遊業中扮演的角色日益重要！ 近年來大會積極招攬更多 KOL，今年再次舉辦了 KOL 交流會，讓旅遊局/機構及參展商聚首一堂增加彼此互動；又推出了全新的 KOL 導覽服務，方便 KOL 參觀參展商的展館/展位。

ITE 的 B2B 計畫還包括可持續發展產業論壇、頒獎禮、國家和地區官方旅遊機構的研討會其中一些有洽談，還有民俗表演，以及參展商產品推介會等。

除展商自辦活動需要支付演講廳場地租金，上述大部分服務(包括 BM) 已包含在展位租金內。

### ~ 公眾日(B2C)項目 ~

香港國際旅遊展另一重頭戲莫過於旅遊講座，涵蓋世界多個熱門、小眾、潮流及實用資訊、深受旅遊人士歡迎。今年四天舉辦了超過 100 場共吸引 9,224 名觀眾(按年增 6.4%)，其中 56 位的主講嘉賓是 KOL/博客。

今年最受歡迎的講座聽眾多達 400 多人。 有些網紅及博客是主辦單位邀請的， 有些是展覽商邀請的。 事實上展覽商可申請免費的 25 分鐘講座時段。 此外，參展商還可以在自己的展位上舉辦各種活動，例如工作坊、表演、遊戲、拍照、發放紀念品、吉祥物和表演等。

### ~ 公眾觀眾直銷 ~

疫情後，ITE 公眾觀眾已習慣在展場內使用自己的手機預訂旅遊產品及付款，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遊。

ITE 2025 公眾觀眾外遊次數調查

外遊次數	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%

簡單來說，ITE 為亞洲旅遊業界、高端自由行旅客及報團客等提供一個最佳的交流及選購全球不同類別的旅遊產品、供應商、了解最新旅遊趨勢及理念的平台。

### ~ 香港出境遊已全面復甦 ~

2024 年香港居民出境總人數突破 1.047 億人次，已超過 2019 年的總數，實現全面恢復。值得注意的是，2023 年香港出境遊支出恢復至 84% 的水平，出境人數則恢復至 77% 的水平，從支出的恢復程度高於出境人數來看，反映復甦是有質量的！疫情前，香港於亞洲多位居第三或第四大消費客源市場。

每年 ITE 主辦方匯眾都會進行公眾觀眾外遊問卷調查並收到約 3500 多份回覆。調查涵蓋觀眾的外遊偏好和展望。今年的調查報告將於今年 7 月/8 月發佈。

詳情請瀏覽：[www.itehk.com](http://www.itehk.com) 參展 / 傳媒查詢，歡迎聯絡主辦單位—匯眾展覽服務有限公司：  
電郵 [travel@tkshk.com](mailto:travel@tkshk.com) | WhatsApp [+852 69361271](tel:+85269361271) | 微信 [itehongkong](#) | Facebook [itehk](#)

### ITE 2025 展會相片

通過 Google 雲端下載:

[https://drive.google.com/drive/folders/1g0\\_pcfiOeYEtoum3Lw0QOZvW1UWBtfr2?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1g0_pcfiOeYEtoum3Lw0QOZvW1UWBtfr2?usp=sharing)