



自由行主导香港外游市场 香港国际旅游展助力业界把握商机

过去十多年，香港国际旅游展 (ITE) 的年度公众问卷调查持续显示，公众观众对自由行 (FIT) 方式出游有强烈偏好，约有 80% 受访者偏好此方式 (即不参加旅行团，但私人订制团除外)。

ITE 2025 的年中调查(共收集了 4,242 份网上回复) 数据显示，前往不同距离目的地的外游方式也存在差异：长途旅行中，自由行比例为 72%；而在短途旅行中，自由行的比例更高达 87%。[\(按此查看完整报告\)](#)

然而，2025 年底一项针对「自由行旅客的外游消费行为」的补充调查发现，偏好自由行的旅客中，也有一部分人偶尔会考虑参加旅行团。

ITE 问卷调查结果与官方统计数据高度吻合

据日本官方数据显示，2023 年访日的香港旅客逾 200 万人次，当中有 88.6% 采用自由行方式，与本调查结果相符。

在中国内地市场，自由行亦愈趋普及：比较 2019 年及 2024 年中国旅客申请法国签证数据，自由行签证申请比例由 39% 上升至 52%；团体签证申请则由 47% 下降至 22%。

ITE 公众观众：旅游频密、高消费力的高端自由行客群

调查显示，90.8% 表示来年将增加或维持旅游开支，他们外游频繁、高学历 (逾半拥有大学或以上学历，另 23% 具大专程度)、多具英语沟通能力，简而言之，ITE 的公众观众是「高端自由行」客群！

ITE 2025 年中调查：出境过夜休闲旅游次数

过夜休闲旅游次数	2025 (1-6 月)	2025 (7-12 月)
3 次或以上	48.2%	42.8%
0 次	6.2%	2.7%

2026 年的 ITE 将迎来其 40 周年，这也是自新冠疫情以来的第六届实体展。自 2021 年起，包括疫情期间的所有年份，均维持专业日与公众日分开的入场安排及活动策划。

ITE 2025 主要数据

参展商	买家 / 业界观众	公众观众	讲座及听众
502 (87.8%*) 来自 64 个国家及地区 (亚洲以外地区占 1/3)	7626 (53.2%*)	70212 (80% 偏好自由行)	共 135 场， 9,224 名入座听众

*注：来自香港境外/海外百分比

亚洲旅游业界的国际采购平台

ITE 的买家及业界观众中，约 30% 来自中国内地，另有逾 20% 来自亚洲其他地区。参观者包括个别业界人士及来自广东多个城市旅游行业协会组织的代表团。

而 ITE 主要以自由流动形式进行，B2B 活动(部份免费、收费项目)包括商务洽谈会、展商推介会(大会可提供展前免费宣传)、演讲机会以及 KOL 交流等。

ITE 公众日带动直销

公众日的购买意向强烈。调查显示，高达 **43%** 的公众观众有意在展会现场预订或购买旅游产品。此外，在展会现场许多观众可以手机于在线完成支付，参展商不用涉及交易过程，情况像在家中或咖啡馆网购一样。

参展商以旅游签证入境香港参加展会，可推广其产品及服务(例如展示产品、提供咨询，以及派发例如折扣 QR code 等宣传物)。

旅游讲座公众观众反应热烈人山人海，也是另一明显购买讯号。ITE 2025 合共举办了 135 场业界及公众讲座，吸引 9,224 名入座听众 (公众观众占绝大部分)，单场最高逾 400 人。

因此，参展商可藉此机会向高端自由行客群推广，并可申请 25 分钟免费讲座时段辨讲座。

补充调查：自由行旅客的外游消费行为

为进一步了解公众观众自由行的喜好，主办方于 2025 年 11 月进行了一次补充调查，收集了 224 份有效回复，主要结果如下：

a. 过去一年内，94.6% 受访者至少进行了一次自由行假期，进一步印证自由行的主导地位。

ITE 2025 年底调查：过去 12 个月自由行假期次数

过去 12 个月自由行假期次数	百分比
5 次或以上	11.2%
3-5 次	34.8%
1-2 次	48.7%
0 次	5.4%

b. 自由行与跟团并非互斥选项！调查显示，43.3% (即 100% - 56.7%) 受访者在偏好自由行的同时，亦会考虑跟团；只有 5.7% (2.2% + 0.4% + 3.1%) 受访者表示选择跟团的机会达 60% 或以上。

ITE 2025 年底调查：旅游模式偏好

模式	自由行			自由行 跟团	跟团		
	100%	80-90%	60-70%	50-50	60-70%	80-90%	100%
偏好比例	56.7%	17.0%	8.5%	12.1%	2.2%	0.4%	3.1%
结果							

c. 相对而言，选择跟团的旅客所需的准备时间较短。节省行程规划时间是跟团的一大优势。

ITE 2025 年底调查：准备出发所需时间

时间	自由行	跟团
至少 3 个月	32%	25%
1-3 个月	43%	32%
1 个月内	17%	29%
约 1 周	4%	8%
任何时间	4%	5%

d. 在决定目的地前，受访者通常透过以下渠道搜集信息：

ITE 2025 年底调查：搜集旅游信息渠道

渠道	ITE	传统媒体 (电视、旅游书等)	旅游平台 (在线旅行社/航空公司/酒店)	KOLs/网红 推介	口碑	官方渠道 (旅游局等)	社交媒体
%	52%	48%	47%	46%	39%	33%	28%

e. 即使交通较不便（例如没有直航或高铁直达），受访者仍被以下因素吸引前往该目的地：

ITE 2025 年底调查：主要因素

吸引前往该目的地	百分比
壮丽自然与户外探险	63%
历史文化/深度体验	49%
独特美食与烹饪文化	28%
特色节庆与大型活动	43%
当地风土与生活气息	28%
健康养生与放松之旅	22%
特色住宿体验	21%
独特打卡地标与景观	23%
亲子教育与同乐活动教育	11%

f. 多数受访者并非以预算作为唯一或首要考虑因素。

ITE 2025 年底调查：旅游预算

预算对目的地选择的影响	百分比
主要根据预算来选举目的地	36.2%
偶尔会为心仪的目的地而超出预算	42.9%
影响较小，更重视体验	21.0%

g. 日常餐饮预算因目的地不同而有差异，因此不可能说是否足够。

ITE 2025 年底调查：旅游餐饮开支

每日餐饮开支（包括餐点及小食）（港元）	百分比
低于 500 元	26.8%
501-1,000 元	51.8%
1,001-2,000 元	16.1%
高于 2,000 元	5.4%

2026 香港国际旅游展 (ITE)

由汇众展览服务有限公司主办，ITE 2026 综合第四十届 ITE（休闲旅游）与第二十一届 ITE MICE（商务会奖旅游），将于 **2026 年 6 月 11 日至 14 日** 在香港会议展览中心 1 号馆举行，首两天为专业日，后两天为公众日。展会获中华人民共和国文化和旅游部大力支持并组团参展(为场内最大官方展团)，其他支持单位包括香港旅游发展局、香港旅游业议会及澳门特别行政区政府旅游局等。详情或查询，请浏览 www.itehk.com 或联络主办单位汇众：WhatsApp: [+852 94008444](https://wa.me/85294008444) 电邮：travel@tkshk.com | Wechat: [ite_hongkong](https://www.itehk.com) | Facebook: [itehk](https://www.facebook.com/itehk)

下载展会相片：https://drive.google.com/drive/folders/1B7IFBDiLgqyyjgUJu2iHtvrOd3KNe_Yx?usp=sharing