



自由行主導香港外遊市場 香港國際旅遊展助力業界把握商機

過去十多年，香港國際旅遊展 (ITE) 的年度公眾問卷調查持續顯示，公眾觀眾對自由行 (FIT) 方式出遊有強烈偏好，約有 80%受訪者偏好此方式 (即不參加旅行團，但私人訂制團除外)。

ITE 2025 的年中調查(共收集了 4,242 份網上回覆) 數據顯示，前往不同距離目的地的外遊方式也存在差異：長途旅行中，自由行比例為 72%；而在短途旅行中，自由行的比例更高達 87%。 ([按此查看完整報告](#))

然而，2025 年底一項針對「自由行旅客的外遊消費行為」的補充調查發現，偏好自由行的旅客中，也有一部分人偶爾會考慮參加旅行團。

ITE 問卷調查結果與官方統計數據高度吻合

據日本官方數據顯示，2023 年訪日的香港旅客逾 200 萬人次，當中有 88.6% 採用自由行方式，與本調查結果相符。

在中國內地市場，自由行亦愈趨普及：比較 2019 年及 2024 年中國旅客申請法國簽證數據，自由行簽證申請比例由 39%上升至 52%；團體簽證申請則由 47%下降至 22%。

ITE 公眾觀眾：旅遊頻密、高消費力的高端自由行客群

調查顯示，90.8%表示來年將增加或維持旅遊開支，他們外遊頻繁、高學歷 (逾半擁有大學或以上學歷，另 23%具大專程度)、多具英語溝通能力，簡而言之，ITE 的公眾觀眾是「高端自由行」客群！

ITE 2025 年中調查：出境過夜休閒旅遊次數

過夜休閒旅遊次數	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 將迎來其 40 週年，這也是自新冠疫情以來的第六屆實體展。自 2021 年起，包括疫情期間的所有年份，均維持專業日與公眾日分開的入場安排及活動策劃。

ITE 2025 主要數據

參展商	買家 / 業界觀眾	公眾觀眾	講座及聽眾
502 (87.8%*) 來自 64 個國家及地區 (亞洲以外地區佔 1/3)	7626 (53.2%*)	70212 (80%偏好自由行)	共 135 場，9,224 名入座聽眾

*注：來自香港境外/海外百分比

亞洲旅遊業界的國際採購平台

ITE 的買家及業界觀眾中，約 30% 來自中國內地，另有逾 20% 來自亞洲其他地區。參觀者包括個別業界人士及來自廣東多個城市旅遊行業協會組織的代表團。

而 ITE 主要以自由流動形式進行，B2B 活動(部份免費、收費項目)包括商務洽談會、展商推介會(大會可提供展前免費宣傳)、演講機會以及 KOL 交流等。

ITE 公眾日帶動直銷

公眾日的購買意向強烈。調查顯示，高達 **43%** 的公眾觀眾有意在展會現場預訂或購買旅遊產品。此外，在展會現場許多觀眾可以手機於線上完成支付，參展商不用涉及交易過程，情況像在家中或咖啡館網購一樣。

參展商以旅遊簽證入境香港參加展會，可推廣其產品及服務（例如展示產品、提供諮詢，以及派發例如折扣 QR code 等宣傳物）。

旅遊講座公眾觀眾反應熱烈人頭湧湧，也是另一明顯購買訊號。ITE 2025 合共舉辦了 135 場業界及公眾講座，吸引 9,224 名入座聽眾（公眾觀眾佔絕大部分），單場最高逾 400 人。

因此，參展商可藉此機會向高端自由行客群推廣，並可申請 25 分鐘免費講座時段辦講座。

補充調查：自由行旅客的外遊消費行為

為進一步了解公眾觀眾自由行的喜好，主辦方於 2025 年 11 月進行了一次補充調查，收集了 224 份有效回覆，主要結果如下：

a. 過去一年內，94.6% 受訪者至少進行了一次自由行假期，進一步印證自由行的主導地位。

ITE 2025 年底調查：過去 12 個月自由行假期次數

過去 12 個月自由行假期次數	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. 自由行與跟團並非互斥選項！調查顯示，43.3%（即 100% – 56.7%）受訪者在偏好自由行的同時，亦會考慮跟團；只有 5.7%（2.2% + 0.4% + 3.1%）受訪者表示選擇跟團的機會達 60% 或以上。

ITE 2025 年底調查：旅遊模式偏好

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

c. 相對而言，選擇跟團的旅客所需的準備時間較短。節省行程規劃時間是跟團的一大優勢。

ITE 2025 年底調查：準備出發所需時間

時間	自由行	跟團
至少 3 個月	32%	25%
1–3 個月	43%	32%
1 個月內	17%	29%
約 1 週	4%	8%
任何時間	4%	5%

d. 在決定目的地前，受訪者通常透過以下渠道搜集資訊：

ITE 2025 年底調查：搜集旅遊資訊渠道

渠道	ITE	傳統媒體 (電視、旅遊書等)	旅遊平台 (線上旅行社/航空公司/酒店)	KOLs/網紅 推介	口碑	官方渠道 (旅遊局等)	社交媒體
%	52%	48%	47%	46%	39%	33%	28%

e. 即使交通較不便（例如沒有直航或高鐵直達）：受訪者仍被以下因素吸引前往該目的地：

ITE 2025 年底調查：主要因素

吸引前往該目的地	百分比
壯麗自然與戶外探險	63%
歷史文化/深度體驗	49%
獨特美食與烹飪文化	28%
特色節慶與大型活動	43%
當地風土與生活氣息	28%
健康養生與放鬆之旅	22%
特色住宿體驗	21%
獨特打卡地標與景觀	23%
親子教育與同樂活動教育	11%

f. 多數受訪者並非以預算作為唯一或首要考慮因素。

ITE 2025 年底調查：旅遊預算

預算對目的地選擇的影響	百分比
主要根據預算來選舉目的地	36.2%
偶爾會為心儀的目的地而超出預算	42.9%
影響較小，更重視體驗	21.0%

g. 日常餐飲預算因目的地不同而有差異，因此不可能說是否足夠。

ITE 2025 年底調查：旅遊餐飲開支

每日餐飲開支 (包括餐點及小食) (港元)	百分比
低於 500 元	26.8%
501–1,000 元	51.8%
1,001–2,000 元	16.1%
高於 2,000 元	5.4%

2026 香港國際旅遊展 (ITE)

由匯眾展覽服務有限公司主辦，ITE 2026 綜合第四十屆 ITE (休閒旅遊) 與第二十一屆 ITE MICE (商務會獎旅遊)，將於 **2026年6月11日至14日** 在香港會議展覽中心 1 號館舉行，首兩天為專業日，後兩天為公眾日。展會獲中華人民共和國文化和旅遊部大力支持並組團參展(為場內最大官方展團)，其他支持單位包括香港旅遊發展局、香港旅遊業議會及澳門特別行政區政府旅遊局等。詳情或查詢，請瀏覽 www.itehk.com/ 或聯絡主辦單位匯眾：WhatsApp: [+852 94008444](https://wa.me/85294008444) 電郵：travel@tkshk.com | Wechat: [ite_hongkong](https://weixin.qq.com/r/ite_hongkong) | Facebook: [itehk](https://www.facebook.com/itehk)

下截展會相片: https://drive.google.com/drive/folders/1B71FBDBiLqayyiqUJu2iHzvrOd3KNe_Yx?usp=sharing