

【新聞稿】

最新 MasterCard 「MasterIndex 旅遊指數」預期 2007 上半年亞太區外遊旅客數字增長將放緩

(香港, 2007 年 2 月 2 日) MasterCard Worldwide 今天公佈之最新「MasterIndex™ 旅遊指數」(MasterIndex™ of Travel)報告顯示, 2007 年上半年度, 亞太區外遊旅客數目將逐步放緩。十三個市場中以中國的外遊旅客數目仍維持增長, 預期在未來 6 個月中國的外遊旅客人數將達 1,720 萬, 持續帶動香港經濟。

報告結果指出, 外遊旅客數目每年遞升的中國、馬來西亞和泰國的旅遊指數分別達到 12%、7.8%、7.2%的最高年增長率。相反地, 其他大部份亞太區市場的增長速度則比六個月前為低。

香港之「MasterIndex™ 旅遊指數」

香港 2007 上半年的外遊趨勢預測：

- 按年增長率為 4.5%
- 預測未來六個月外遊旅客人數將達 290 萬

個人旅遊趨勢調查

- 旅行社代理(57.4%)、互聯網(42.3%)及報章雜誌(18.8%)為香港旅客主要旅遊資訊來源。
- 香港個人旅客在旅遊時最關注的問題為安全(77.2%)，其次是語言障礙(13.6%)與遺失護照(12.1%)。
- 景點觀光(51.5%)、購物(33.1%)及休閒娛樂(30.1%)是香港旅客最主要的旅遊活動。
- 當地紀念品／古董／工藝品(51.5%)、服飾及個人用品(34.9%)與食品(25%)為最受港人歡迎的購物項目。
- 最受港人歡迎的個人旅遊地點是日本(40%)。

商務旅遊趨勢調查

- 32.7%商務旅客表示在過去十二個月, 有需要比以往進行更多商務旅遊。
- 中國(50%)為商務旅客最常到的地方, 其次為日本及泰國(各 14%)及台灣(12%)。
- 大部分商務旅客(74%)均由其公司代為安排商務旅程。
- 國泰航空(64%)為最受商務旅客歡迎的航空公司, 其次為中國國際航空(8%)及中國東方航空(6%)。
- 香港商務旅客最常選擇五星級或較豪華的酒店(44%)，其次是四星級酒店(25%)，以及五星級 Spa 及度假村酒店(19%)。

MasterCard Worldwide 亞太區首席經濟顧問王月魂指出：「這份針對境外旅遊的短期展望報告正正反映我們預期未來十年亞太區海外旅遊的強勁發展。某些地區的旅遊市場存在輕微下滑是可以預計的, 最重要是能保持增長的動力。」

報告指出 2007 上半年度，海外旅遊增長速度大幅度減慢的地區分別是香港、韓國和馬來西亞。香港從 2006 下半年度的 15% 降到只有 4.5%。至於每年均有顯著增長的韓國和馬來西亞則分別從 9.0% 及 12.5% 下降至 2007 上半年預測的 3.6% 及 7.8%。

承接 2006 下半年度的 MasterIndex 旅遊指數預期，馬來西亞將持續帶動外遊旅客人數的增長(當中包括到新加坡旅遊的旅客)。估計從 2007 年 1 月至 6 月，不論商務或休閒旅遊，馬來西亞旅客數目預計將超過 2,150 萬人次，主要受惠地點包括新加坡、中國、印尼及香港。

「MasterIndex™ 旅遊指數」報告每年發布兩次，針對澳洲、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣、泰國及越南 13 個市場內居住於城市的中產階級進行外遊趨勢預測，訪問包括商務及個人旅遊趨勢調查。亞太地區區內休閒旅遊人數持續增長，有 39% 更表示在過去 12 個月內到過海外旅遊；商務旅遊則維持在 19%。

在個人旅遊方面，82% 受訪者繼續表示亞太地區為個人旅遊的首選地點（六個月前為 83%）。而選擇到北美地區(27%)旅遊的受訪者則比六個月前的 18% 明顯增加。同樣地，87% 受訪者表示亞太地區是商務旅遊最常造訪的地方（六個月前為 88%），遠超過北美(13%)和歐洲(12%)等地區。

在商務旅遊方面，35% 商務旅客表示他們比 6 個月前進行商務旅遊（31%）的次數較多。在受訪的 13 個市場中，來自越南(73%)、日本(50%)、澳洲(47%)和紐西蘭(43%)的商務旅客均認為有增加外遊次數的必要。

王月魂博士補充：「據我們的觀察所得，高科技所帶來的連繫不但沒有減低人與人之間面對面接觸的需要，相反，隨著科技發展的一日千里，商務旅遊亦隨之增長。」

「MasterIndex™ 旅遊指數」共訪問了 13 個市場共 5,405 名消費者(越南乃調查範圍之附加目的地)。調查在 2006 年 10 月 11 日至 10 月 30 日進行，各市場皆有 400 名或以上消費者受訪。

最新一期報告其他重點包括：

個人旅遊

- 泰國(71%)、新加坡(69%)與香港(68%)之個人旅客人數比例持續在過去十二個月中高居前三名，比各地區平均指數 39% 為高。
- 旅行社代理(47%)、互聯網(41%)與口頭宣傳(34%)，為主要旅遊資訊來源。
- 個人旅客在旅遊時所關注的問題仍是以安全(57%)為主要項目，其次是遺失護照(37%)。
- 景點觀光(60%)仍是亞太區旅客最重要的活動，其次是購物(51%)與休閒娛樂(46%)。
- 服飾及個人用品(58%)與當地紀念品(55%)為最受歡迎的購物項目，其次則為食品(32%)與奢侈品／首飾／品牌用品(31%)

商務旅遊

- 新加坡(40%)受訪者進行商務旅遊之比率在今次調查位列榜首，泰國(32%)居次。有 19% 亞太區商務旅客表示在過去 12 個月內曾經到訪亞太區以外地點。
- 越南(73%)、日本(50%)、澳洲(47%)及紐西蘭(43%)商務旅客出差的次數比上一次調查為多。
- 中國(33%)成為亞太區商務旅客最常到訪的地點，遠遠拋離其他地方如香港(17%)、新加坡(16%)、馬來西亞(14%)、日本(13%)、泰國(12%)、澳洲及美國(各 10%)。
- 新加坡航空(20%)繼續成為商務旅客的首選航空公司，其次是中國國際航空(11%)、國泰航空(10%)與泰國航空(9%)。
- 亞太區商務旅客最常選擇四星級酒店(33%)，其次是五星級的酒店(23%)以及較經濟的三星級酒店(19%)。

致編輯：本新聞稿與隨附的列表一起發布。該列表顯示各市場的「MasterIndex™ 旅遊指數」預測。

**有關「MasterIndex™ 旅遊指數」研究報告全文及個別市場的預測，請瀏覽網站：
www.masterintelligence.com。**

「MasterIndex™ 旅遊指數」2007 年上半年外遊預測資料列表：

	2007 上半年外遊旅客 數目預測	年增長率
中國	1,724 萬	12.00% (1)
馬來西亞	2,167 萬	7.80% (2)
泰國	183 萬	7.20% (3)
新加坡	279 萬	5.20% (4)
印尼	209 萬	5.00% (5)
菲律賓	126 萬	5.00% (5)
日本	881 萬	4.80% (6)
澳洲	241 萬	4.50% (7)
香港	290 萬	4.50% (7)
台灣	438 萬	3.80% (8)
韓國	563 萬	3.60% (9)
紐西蘭	95 萬	1.00% (10)

關於 MasterCard MasterIndex™ 報告

「MasterIndex™ 旅遊指數」為 MasterCard 於亞太區進行之 MasterIndex 研究之其中一項，其他主要 MasterIndex 研究包括：

- 最具權威性的「MasterIndex™ 消費者信心指數」－ 亞太區最廣泛、歷史最悠久之消費者觀點調查。十三年來，萬事達卡消費者信心指數展現了其精確的預測並且被認為亞太區最能掌握消費者心態的調查。今日，「MasterIndex™ 消費者信心指數」已是金融機構、政府機關、跨國公司內的分析師、學者及決策者參考的要項。
- 「MasterIndex™ 零售指數」－ 是就與「MasterIndex™ 旅遊指數」十二個亞太區主要市場的零售額作出六個月的預測。該預測提供權威性的市場預測資訊，對批發零售業、娛樂業、餐飲業、旅遊業具有重大意義。
- 「MasterIndex™ 亞太區女性成就指數」－ 調查就亞太區十三個市場女性與男性的社會及經濟地位，以四項參考指標進行比較及組合而成，包括：勞動市場參與度、高等教育水平、出任管理層職位，以及高於中位數水平收入。

MasterIndex 資料只作分析旅遊及消費者經濟趨勢之用，並不構成 MasterCard Incorporated 或其附屬機構的商業或財政表現之預測。

###

關於 MasterCard Worldwide

MasterCard Worldwide 為全球的金融機構、商業機構、持卡人及商戶提供一個重要的經濟網絡，促進全球商業發展。MasterCard 作為一個特許經營商、交易處理商及顧問，致力發展及推廣付款解決方案，每年處理超過 140 億項交易，為其金融機構客戶及商戶提供領先業界的分析及顧問服務。透過旗下品牌的信用卡，包括 MasterCard®、Maestro® 及 Cirrus®，MasterCard Worldwide 服務超過 210 個國家及地區的消費者與商業機構。有關 MasterCard 的更多資料，請查閱網站：www.mastercardworldwide.com。

###

傳媒聯絡：

萬博宣偉國際公關顧問有限公司

盧愷欣 (Helen Lo), 852-2533 9955, helo@webershandwick.com

任浩明 (Terence Yam), 852-2533 9900, tyam@webershandwick.com