

首家官方香港銷售代理 攜手全旅達 共赴FIFA世界盃



趙健鷹 (Abel Zhao)
分享2026世界盃觀賽新
體驗。 記者 蔡啓文攝

2026年世界盃將迎來歷史性的一刻——首次由美國、加拿大和墨西哥3個國家聯合主辦，這也是世界盃首次擴軍至48支球隊，賽事規模空前。在這場全球矚目的體育盛會來臨之際，本報訪問了首家獲委任為FIFA世界盃銷售代理的香港旅行社——全旅達 (Connexus Travel)，共同開啟難忘的世界盃之旅。

香港商報記者 黃兆琦

從卡塔爾到北美： 世界盃觀賽的革新體驗

「2022年卡塔爾世界盃時，很多國家還處於疫情後的恢復期，觀眾們難免有所顧慮。」CSTS Enterprises行政總裁及董事趙健鷹 (Abel Zhao) 回應道：「2026年世界盃的賽場分布於北美3個不同國家的城市，為觀眾提供了全新的觀賽體驗。對於喜歡旅遊的球迷來說，將會是獨特的體驗。你支持的球隊可能在洛杉磯比賽，幾天後又轉戰墨西哥城。在觀賽之餘，還能深度體驗不同城市的文化。這樣別具一格的體驗，標誌着世界盃觀賽的重大變革。」

CSTS為香港領先營銷方案供應商，業務涵蓋體育及娛樂門票、企業旅遊、酒店住宿及機票等產品及分銷，並提供區域營銷內容顧問服務。CSTS旗下全旅達為香港第一間旅遊服務供應商，累積豐富企業旅遊、會展、專屬體育旅遊及高端生活時尚策劃經驗。

Abel與世界盃的不解之緣，要從1998年的法國世界盃說起：「那時我還是個學生，因為年齡太小沒能進入賽場，只能在外圍感受氛圍。但那是我第一次體會到足球精神的強大。後來到了2022年卡塔爾世界盃，公司有VIP包廂，邀請了我們中東地區的重要客戶。那是我真正體驗到頂級觀賽服務的感覺，也為我們籌備2026年世界盃項目奠定了堅實基礎。」

正是這些親身經歷，讓全旅達更加理解球迷的需求，也堅定了該旅行社爭取2026年世界盃銷售代理的決心。

不僅票務：全方位個性化行程設計

作為FIFA世界盃官方銷售代理及香港首家獲委任代理，全旅達提供的遠不止是門票。

「我們深知，每位球迷的需求各不相同。有的客戶詢問是否可以乘坐私人飛機前往；有的則關心如何安排家人的行程。畢竟如果只有丈夫去看球，把妻子和孩子留在家裏，回來可能就要『跪洗衣板』了。」Abel幽默地說。

他續說：「因此，我們提供全方位的行程規劃。丈夫觀看比賽的同時，我們可以為家人安排迪士尼樂



世界盃款待計劃套票內其中一項尊貴體驗空間——場邊酒廊 (Pitchside Lounge)。

園、購物或其他本地活動。我們致力於讓整個家庭都能享受這趟旅程。」

語言、簽證一體化服務

根據現實情況，並非每位球迷都能流利地使用英語溝通，全旅達提供高端的華語嚮導服務，確保客戶在旅程中的每個環節都有專人陪同協助。同時，大部分中國地區居民前往美國需要申請簽證，全旅達可以在簽證申請過程中提供必要的支持和前期指導，讓第一次申請簽證前往美國的客人也能順利通關。

嚴防黃牛票 透明票務保障

全旅達的票務系統採用了創新機制，確保票務分配公平透明。「作為FIFA官方認證代理，我們擁有獨家票務分配系統。每位客戶都會收到一個獨立的個性化網站鏈接，直接顯示產品信息、日期和價格，客戶點擊即可付款。這是只有官方認證代理才能提供的服務。」Abel解釋道：「同時，2026年世界盃是有史以來首次全面採用電子票，並且實行實名制。門票上的姓名必須與身份證或護照一致，否則無法入場，這從根本上杜絕了黃牛票。」

多元票務選擇

全旅達提供的世界盃票務分為兩大部分：款待票 (Hospitality) 及普通票，前者即類似VIP的票務套餐，價格根據需求來定，如果客人需要可容納10至40人的高端包廂，價格從100多萬美元到700多萬美元不等。但平均計算，如果是一個200萬美元的包廂，可容納25人，且可觀看該體育場的7至8場比賽，單價其實並不算高。最基礎的普通票起價大約在1500美元至2000美元，適合個人或家庭觀賽。

Abel強調，如果有購票需求，越早買越好，「像開幕式和閉幕式這種熱門賽事，門票非常搶手。在卡塔

Abel早前於記者招待會中向傳媒朋友介紹Connexus Travel於世界盃盛事中提供的尊享體驗。

爾世界盃時，我會出到7倍價格都一票難求。因此，越早購票越有利，因為官方票價會根據市場需求定期上漲。」

大數據、智能科技驅動服務升級

我們常說，科技改變生活，這樣的變化在新冠疫情之後尤為明顯，對旅遊業帶來了新的機遇和挑戰。

全旅達的前身是於1948年成立的太古旅遊，是第一家在香港註冊的旅遊代理（牌照號碼：350001）。這樣紮實的基礎不僅積累了忠實度高的客戶，也與全球各地的不同旅遊服務商保持着緊密的合作。在此前提下，全旅達在服務中，充分利用大數據和AI技術，為客戶提供更加精準的服務。

通過數據結合，全旅達為不同客戶群體，量身定製最合適的世界盃觀賽套餐。Abel解釋道：「我們針對此次世界盃，對大數據進行兩個方面的篩選分析：首先通過分析客戶的出行習慣，比如經常去哪些地方、停留多久、喜歡住什麼酒店等，判斷客戶的消費水平和偏好，從而推薦適合的產品。其次，分析內地球迷的喜好，比如有多少人喜歡美國隊、巴西隊或阿根廷隊等。這些數據幫助我們更準確地鎖定票務資源。」

科技賦能 溫度服務並重

在數字化轉型的大潮中，全旅達堅持「科技為輔，人文為本」的服務理念。Abel自信地笑稱：「就連我們的客服團隊，也是市場上最好之一。」

「旅行最終是關於人的體驗，我們運用AI和大數據更好地為客戶服務，但最終很多高端的定制化服務仍然需要人的介入。我們致力於做一家有溫度的旅行公司，這正是我們體育旅遊和生活化旅遊理念的完美結合。」Abel續說。

成立基金會傳遞愛心

與Abel交談的過程中，發現他辦公室上擺放了兩隻可愛的柴犬，沒想到又發掘出一個有趣的故事。

「這是我的兩個家人——Ella和Toya，牠們是母子關係，但不幸的是Toya天生患有腎衰竭，醫生曾說牠可能只有1個月的壽命。聽到這個消息，我非常傷心，便祈求上天能夠多給牠1年的壽命，並為社會做點貢獻。沒想到，牠多活了兩年，也恰恰是在疫情期間，陪伴我走過人生最低谷的時刻。為了報答上天的眷顧，我以牠們的名字成立了基金會ELYA，幫助社會、回饋社會。」

ELYA基金會是一所非牟利機構，致力支援在生活中承受壓力的工作成年人。未來，ELYA計劃聚焦教育、寵物、家庭、旅遊及體育，為社區創造深遠而有意義的價值。

此次獲委任為FIFA世界盃銷售代理，全旅達希望藉此機會與海外球隊和合作商建立緊密聯繫，將這些資源引入中國，推動體育認知和發展。Abel補充道：「特別是給那些喜歡足球但尚未有機會親臨現場的孩子們，讓他們知道夢想其實並不遙遠。」



全旅達 (Connexus Travel) 成香港首間獲委任為2026 FIFA世界盃中國區銷售代理。 記者 蔡啓文攝



2026年世界盃將在北美3個國家的16個不同城市舉行，為觀眾帶來前所未有的多元觀賽體驗。



柴犬 Ella 與 Toya(左)陪伴 Abel 走過人生最低谷，決定以牠們的名字成立 ELYA 基金會回饋社會。



ELYA基金會計劃聚焦教育、寵物、家庭、旅遊及體育，為社區創造深遠而有意義的價值。