

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：其他)

出席二〇〇三年亞洲獎勵旅遊暨會議展
報告書

服務機關：交通部觀光局

出國人：職稱：副組長

姓名：劉文越

出國地區：泰國曼谷

出國期間：92年11月4日至6日

報告日期：93年1月29日

H9/009204659

系統識別號：C 09204659

行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數： 含附件：是否

出國報告名稱：出席二〇〇三年亞洲獎勵旅遊暨會議展報告書

出國計畫主辦機關：交通部觀光局

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

劉文越/交通部觀光局/國際組/副組長/23491611

出國類別：1.考察2.進修3.研究4.實習5.其他：參加會議展

出國期間：民國 92 年 11 月 4 日至民國 92 年 11 月 6 日

出國地區：泰國曼谷

報告日期：民國 93 年 1 月 29 日

分類號/目：

關鍵詞：

內容摘要：IT&CMA 係亞洲地區惟一的旅遊會議專業展覽，積極參展可獲得最新的資訊以供借鏡。從會議產業發展的趨勢來看，因收益高，可創造較多的就業機會（據統計，在歐美每增加 20 位出席會議代表，就可創造一個全職的就業機會），故各國之旅遊會議局紛紛成立，並投入大量經費在軟、硬體設施上，期以改善會議服務品質來創造會議商機。近年來亞洲鄰近國家對投資會議市場方面一直不遺餘力，對正在推廣國際會議來台及獎勵旅遊之我國，除了深自惕勵外，亦不乏學習之處。

出席二〇〇三年亞洲獎勵旅遊暨會議展

報告書目次

- 壹、前言.....
- 貳、展覽概況.....
- 參、參展經過.....
- 肆、觀感與建議事項.....

壹、前言

亞洲獎勵旅遊暨會議展 (Incentive Travel & Conventions Meeting Asia IT&CMA) 是亞洲唯一的會議旅遊專業展，其目的在結合區域內之相關產業共同推廣亞太地之會議、旅遊及展覽產業。該會議展一九九三年於香港首次舉辦，之後每年舉辦一次，1997 基於政策考量移師馬來西亞吉隆坡舉辦，二〇〇二年 (第十屆) 起因泰國政府及該國會議旅遊產業之全力爭取，將連續三年在泰國之不同會展中心舉辦，本年仍假曼谷 IMPACT 會展中心舉辦。鑑於美伊戰事結束不久，時有恐怖爆炸事件，為此泰國政府特別加強安全防護，以期會展順利進行。本展之主辦單位為 Miller Freeman Pte. Ltd.，總部設於新加坡，係一跨國展覽公司，該公司為亞洲知名之展覽公司，舉辦過各項國際大展，並且發行三大觀光產業雜誌，其出版之雜誌與承辦之展覽提供亞太地區觀光產業最佳之交易平台。有關之推廣皆係

透過其旗下媒體，如 Incentive & Meeting Asia (IMA)、Travel Trade Gazette Asia (TTG Asia)、PATA Travel News 及全球 30 餘個媒體運作。此次因 ICCA 年會於十月份在釜山舉行，故本會展移至 11 月份，共有 30 國 271 家參展公司參展。參展者 (exhibitors) 包含各國會議局、觀光局、會議中心、旅遊業者、航空公司、旅館、交通運銷業等，多以國家形象為主題整體展現，在攤位設計及裝潢上突顯文化、旅遊及會議環境之特色，以吸引各界買主。

貳、展覽概況

我國今年展覽攤位仍由本局統籌承租，攤位名稱為：Taiwan Convention Association。今年承租展覽攤位面積 27 平方公尺，委請筆克展覽公司負責攤位裝潢設計，由於外觀出色吸引許多參展者及參訪者紛紛前來本攤位索取旅遊、會議相關資料。

一、本展特色：此展僅邀請業者而不對一般大眾開

放；除相關業者外，主辦單位另邀請會議旅遊界潛在買主，以全程招待方式，參加 IT&CMA。

二、展覽經費：本展為本局編列之年度國外參展計畫之一，委由中華國際會議展覽協會鼓勵其會員參加並負責辦理國內業者之統合徵展等行政作業。

三、展覽時間：二〇〇三年十一月四日至六日為期三天。

四、展覽地點：IMPACT Convention Center, Bangkok, Thailand。IMPACT 會議中心座落於 Pakkret 市中心，此會議中心結合展覽及國際會議之功能，六千平方公尺寬廣可容納一萬兩千人，距離曼谷機場以及市內飯店都相當近。

五、展覽規模：共有來自三十個國家約二百七十一個參展代表參與展出，參展者為獎勵旅遊業 (Adventure/Incentive travel

suppliers)、會展中心 Convention and exhibition venues)、旅館及休閒中心 (Hotels and resorts)、觀光旅遊局 (National/State tourism organizations)

等。另有來自四十個國家三百三十八位買家參展，至應邀參展業者則有五百八十位，另有超過二十個國家之七十六家媒體與會。

六、我國代表：我國以「中華國際會議展覽協會」名義參加，由張秘書長瑛領隊，除觀光局國際組劉副組長文越及會議中心馮德芬外，另邀請君悅飯店趙經理瑞蓮、曼谷長榮航空公司 Ms. Jariya 及 Ms. Micky 等六位參團。展攤承租及攤位佈置費用由本局負擔。

展覽期間為促使參展廠商瞭解產業動態、汲取新知，主辦單位每日上午邀請著名會議旅遊相關產業舉辦多場專題演講，供參展者自由參加。另為使參

展代表們獲取更多產業動向及未來趨勢，主辦單位於展覽期間亦籌辦多場國際研討會，對參展者助益良多。

參、參展經過

八月~九月：招募會員參展

十月三日：攤位裝潢設計及施工上網招標

十月二十四日：開標，由筆克公司得標。

十月十六日：召開參展團員行前會議。

十一月一日~二日

(1) 展品運送。

(2) 選購贈品。

(3) 安排參展團員之機票及住宿。

(4) 與主辦單位 TTG 聯繫，安排專訪時間。

十一月二日-三日：進場佈置，至會場報到，將宣

傳摺頁及小禮品陳列於櫃檯。

十一月三日：18:30-22:30 至新成立的觀光夜市

Suanlun Night Bazzar 參加大會之歡

迎酒會。由曼谷市政府及文化旅遊局主辦，席開 120 桌，全程有泰國傳統表演。

十一月四日：08:00-12:00 進場佈置

13:30-14:30 Buyers-Meet-Sellers

14:30-15:30 劉副組長接受 TTG 展覽日報採訪。

十一月五日：09:00-10:00 研討會

10:00-12:30 與買主洽談

12:00-13:30 參加 IMA 十一週年午宴。

13:30-17:10 與買主洽談。

十一月六日：09:00-10:00 研討會

10:00-12:30 參加印尼市場說明餐會

13:30-17:10 與買主洽談

17:30 展覽結束，整理資料。

十一月七日：撤場，將部份佈置物打包運回，印刷

品裝箱送至曼谷長榮航空公司陳列。

十一月八日：飯店辦理 Check Out 隨即前往機搭機

返台。

肆、展覽背景資料：

參展國家館

國別	參展家數
Australia	17
France	1
H.K.	32
India	4
Indonesia	22
Japan	4
Korea	8
Macao	6
Malaysia	38
Singapore	33
Taiwan (R.O.C.)	5
Thailand	42
U.S.A	1
Total Amount	213

分析：

亞太地區	37%	中東地區	1%
歐洲	55%	其他	2%
北美洲	5%		

我國被邀請的買主有五家，分別為全球人壽、永業旅行社、華郁旅行社、錫安旅行社、及大盟旅行社。整體而言自 SARS 後，東南亞國家不論官方機構或民間企業均巧思經營此一市場，專業能力受到歐美

各國買主肯定。我方則以 NARUWAN-Welcome to Taiwan 為主題，向來訪者強調 2004 為台灣觀光年，歡迎造訪。

五、觀感與建議事項

(一) 資源整合與商機運用

舉凡辦理大型國際會議展，各主辦國莫不動員大量人力、物力，務期順利圓滿，表面上的風光其實都是私底下各單位協調配合無間始換來之不易成果。活動期間，上至機票優惠提供，旅館的折扣，pre-tour/post-tour 安排，及交通運輸、各項展示空間、時間等之安排，環環相扣在在需要高度智慧，中間不可有誤，不僅考驗主辦單位之決心與能力，其間更能測出主辦單位能否有效運用資源高度整合，以呈現最佳狀態，贏得口碑，俾為日後類似活動之爭取奠定良好契機。事實上爭取到活動之舉辦本身就是商機，不僅帶動周邊相關產業連動，增加就業人口，更因吸引國外參展者製造創匯條件。

(二) 形象塑造，展現經貿實力

以地主國泰國為例，自二〇〇〇年以來，即舉辦了三千二百多場次國際活動，累積豐富的國際會展經驗及成果；根據國際會議協會（ICCA）調查顯示，泰國為亞太地區 MICE 排名第五位，全球第二十三位，其國際設施及規劃水準已受國際肯定，也使其成為亞太地區重要商展旅遊據點，對提昇國家形象及經貿實力具有正面效益。事實上根據 2002 年 ICCA 統計，全球國際會議次數計 2,974 次，以國別言，我國以 23 次列第 33 名，以城市言，台北則以 18 次列第 40 名。而在全球 25 個大會議城市中，台北名列第 20 名，已成為亞洲第三大會議城市。現舉凡大型國際會議展覽，在亞洲地區舉辦時，莫不讓人先想到泰國，此種「先入為主」觀念，對泰國而言已佔到極大便宜。此點我大可「見賢思齊」，努力奮進，絕不輸給泰國。

（三）突破現狀、展現自我

此次劉副組長接受媒體採訪時，除強調台灣舉辦國際會議之優勢——如交通便利、人民友善等外，另特別向渠等介紹 2004 年台灣觀光年，舉凡大型賽會、

活動等皆詳細說明，大體而言，國外人士已往對台灣了解不深，惟興趣頗濃，如我能以“New Destination”（新的旅遊景點）推介，對絕大多數多次參與國際會議之人士而言，頗具新鮮感，當有正面效果。另我方在會場分送之紀念品，頗具創意，大受歡迎，而播放之宣傳影帶，亦吸引不少外人駐足觀賞。

（四）站起來、走出去

此次劉副組長於安排之買家會談時，數次被誤認為大陸代表，經解釋並詳於說明後，渠等對大陸與我之關係有更進一步之認識，其中有多位買家表示有意前來台灣熟悉旅遊，屆時如進展良好，願與我方相關單位洽商在台舉辦會展之可能。鑒此，如何將我與大陸作明顯區隔，免遭致矮化，亦為今後努力之目標。另會談中，劉副組長發現泰國經濟已邁向復甦，中產階級日增，渠等對來台旅遊頗感興趣，惟囿於簽證等繁複手續，而裹足不前，此節我外交當局應有所因應，畢竟吸引外人來台，其目的除創匯外，亦可以我友善之民情增進對我之了解，廣結奧援，打破孤立。

(五) 打造台灣為本區重要會展中心

此次劉副組長參加香港、印度說明會，對該二國家會展當局展現之旺盛企圖心印象深刻。事實上，為配合觀光客倍增計劃，發展會議產業已列為本局重要目標。惟面對十倍速率的今日，不能固步自封，實亟需有突破之觀念及作法，始能面對變局，此方面，除有賴大家攜手合作外，另如何加強與國際會展組織之聯絡，如 ICCA，請其繼續派員來台指導，與國際同軌，實為當務之急。