

出國報告(出國類別：其他)

## 參加 2010 亞洲獎勵旅遊暨會議展報告

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：洪維鈞 約僱服務員

派赴國家：泰國曼谷

出國期間：2010.10.04 - 2010.10.08

報告日期：2011.01.07

## 目 錄

壹、參加 2010 亞洲獎勵旅遊暨會議展現況.....	4
貳、展覽目的.....	4
參、台灣館參展概況.....	5
肆、心得與感想.....	6
伍、資料照片.....	8
陸、附件.....	16

## 壹、參加 2010 亞洲獎勵旅遊暨會議展現況

「2010 年亞洲獎勵旅遊暨會議展」(Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia, 簡稱 IT&CMA), 為亞洲地區重要之會議展覽及獎勵旅遊專業展, 本展固定於每年 10 月的第二週舉辦, 其目的在於結合區域內各相關產業共同推廣亞太地區最佳會議、旅遊與展覽之展示平台。

本展打破以往於亞洲各國巡迴展出之原則, 因泰國政府積極爭取本展且投入大量經費補助、場地贊助等, 使 2010 年 IT&CMA 得以第四度於曼谷 Central World 展覽館舉行; 而本展覽始於 1993 年香港首度舉辦, 每一展期皆以三到五年為一單位, 之後分別於馬來西亞、泰國等國家設展, 自 2004 年起與聯合亞太世界企業旅遊展 (Corporate Travel World Asia-Pacific, 簡稱 CTW) 共同舉辦, 簡稱 the Doublebill Event, 作用在於吸引更多參展者及買家共同參與, 並有效率的分享及交流會議會展的新趨勢及新經驗, 本次展覽地點仍以泰國曼谷新會議中心為主辦地點, 同時, 主辦單位已決議將連續 7 年均在此地點舉行。

同時, 本展期間主辦單位與 IAPCO、MPI、ICCA、SACEOS 合作, 每天於不同時段皆有不同主題之研討會, 討論會議、展覽與展後旅遊之最新趨勢及經驗分享。

## 貳、展覽目的

- 一、時間：2010 年 10 月 5 日至 7 日
- 二、地點：泰國曼谷會展中心(Bangkok Convention Centre at Central World)
- 三、主辦單位：新加坡之 TTG Asia Media PTE. Ltd.
- 四、展覽規模：根據主辦單位統計資料, 共有 38 國、參展單位數亦較上屆 328 家略增, 共使用 5,500 平方公尺。參展者為獎勵旅遊業、航空公司、會議局、會議中心、旅館及休閒中心、會議顧問公司、各國觀光旅遊局、交通運輸業等, 共有 20 個國家館。國際買主來自 54 國, 共 483 人, 較去年同期上升 3%, 未登記之訪客買主估計約 389 人, 另有來自 35 個國家的 142 位媒體人與會。

雖然在今年 4、5 月間, 曼谷因紅衫軍事件, 導致市區中心商業區受創, 波及舉辦地點之曼谷 Central World 會議中心之數家百貨公司, 觀光客大幅下滑, 但政府當局為迎接 IT&CMA 重要大展, 特別要求大樓內各大商場於展前重新營業, 使

人潮回籠，吸引大批觀光客前來。主辦單位統計今年登記之與會者(Registered Delegates，含賣家、買家、訪客、媒體等)共來自 58 國，人數為 2,340 人(不含臨時參觀證)，主要仍以亞洲國家之買家居多，歐美及北美買主雖然增加趨勢，但亞洲地區仍為本展之主要市場。

藉由參與本展，除可提升台灣觀光及會展於國際間之知名度外，並使國際會展與會人士了解一個亞洲會議市場的新面孔，台灣業者可藉此展作為行銷台灣之平台，爭取會展來台辦理，會中有許多大陸及歐陸業者對來台舉行獎勵旅遊表達高度興趣，亦詢問本局之各項獎勵旅遊措施，同時，因南港展覽館持續擴建，以及各飯店陸續來台設點，這都表示對於我會議展覽的硬體實力已大有進展，也漸具競爭力。

### 叁、台灣館參展概況

本屆展覽共承租 24 平方公尺，並與國貿局會展躍升計劃合作，由該計劃另增租 18 平方公尺，使展攤面積達 42 平方公尺，使台灣館能在展場能完整性呈現，但與整個展場其他國家館或展攤相較之下，台灣館之規模仍為小型；為彌補攤位較小之缺憾，展攤以挑高設計及 360 度環台之意象概念帶出台灣觀光魅力作為補強，其成效極佳。

共同前往參展成員有中華國際會議展覽協會秘書長鄒榮光及專員蔡馥名、經濟部國際貿易局林華堂科長、台北市政府觀光傳播局闕玉玲、會展躍升計畫會展推廣與國際行銷計畫陳欣計劃主持人及張志杰專案經理、福華飯店業務副理盧麗惠、礁溪老爺大酒店行銷業務部劉祖寧協理、耐斯王子大飯店行銷業務部林明儀副理、錫安國際會議顧問股份有限公司等。另外，中華國際會議展覽協會特別舉辦 Happy Hour 活動介紹台灣美食、會展會議資源及觀光景點，吸引大量買家、賣家及媒體駐足，並聚集各業者及媒體進入台灣館詢問台灣觀光與會展會議、住宿相關資訊，吸引不少潛在性買家及媒體報導。

## 肆、心得與感想

### 一、會議獎勵旅遊仍是兵家必爭之地，亦為展現文創產業之最佳平台

會議獎勵旅展的無窮經濟力深受各國政府重視，地主國泰國更將獎勵旅遊業務劃分出來獨立自成一局，集中火力推動會議、會展、獎勵旅遊等，使泰國在獎勵旅遊市場的拓展投注了相當大的心力更是不容小覷。

就目前看來，台灣因場地不足使獎勵旅遊無法發揮的淋漓盡至，而在世貿南港館啓用，且仍持續不斷擴建二館及三館，雖容納量瞬間倍增，但鄰近的資源擴充卻未及趕得上腳步，因飯店房間數不夠、鄰近的各等級飯店選擇性少，專業的會議會展公司人員不足，因此與其他條件相似的亞洲國家相較之下，附加價值及專業度不夠便容易失去競爭力。

其實可借重亞洲鄰近國家成功推展旅遊市場的經驗，截長補短，再加上「2010 - 2011 旅行台灣，感動一百」的獎勵旅遊計畫中提高及開放各種可能的獎勵及誘因，鼓勵相關產業爭取國際會議公司或國際組織來台辦理會議或獎勵旅遊。

然而會議展覽暨獎勵旅遊除有商務目的，亦能達成文化交流之目的。本次主辦單位安排之晚宴及活動，在泰國政府協助下，充分展現泰國的文創產業元素及傳統藝品，成功營造活動氛圍。

晚宴會場離展場稍遠，主辦單位細心安排接駁車，將與會者分批送達會場，雖然路程遙遠，過程中卻完全不見一絲紊亂，晚宴則在另一間五星級飯店舉辦，讓賓客備感尊榮。晚宴提供泰式餐飲，配合泰國現代舞蹈表演及泰國北方傳統藝品繪畫（彩繪油紙傘），傳統藝品可作為賓客伴手禮，也讓賓客以活潑生動的方式認識泰國的傳統與現代，大放泰國魅力之光彩，值得我方參考。

### 二、買賣雙方預約制，參展團員陣容堅強，提高展覽效益

主辦單位事先已請報名參展之買賣雙方進行電腦配對，以較有效率的方式呈現，不但於開展第一天開放了 Seller Meet Buyer Session，讓未能於報名時間完成配對之買家，可依主辦單位安排所有 Registered Buyers 依國別一字排開，於現場臨時預約或與先行排定買主進行確認，避免發生 no show 狀況，可大為提昇客戶洽談效率及成功率。因本次團員包了含旅行社、會議顧問公司、觀光飯店及遊樂休憩

中心，使買家到我攤位洽談時，皆能夠取得較完備的資訊，可藉此機會大力推廣台灣 MICE 產業的完整供應鏈。但唯一美中不足，因部分買家身兼賣家身份，常常在其他買家前來洽談之際，皆找不到人，建議未來若有相似情況應要求具雙重身份之團員應加派人手留守，才不會失信於買家，而讓台灣的會議會展產業錯失良機。

### 三、聯合參展，擴大展區，突現獨特設計感

本次仍由交通部觀光局委託之中華國際會議展覽協會、經濟部(商業司)推動會議展覽服務業專案辦公室及台北市政府共同組團成立台灣館，充分且良性互動，讓台灣各個推動獎勵旅遊單位緊密結合成無縫隙支援團隊，各司其職，亦達到資源整合之效果，且位居主入口處第一排，緊鄰澳門及主辦國泰國，吸睛效果頗佳，當買家和業者一旦來到台灣館，除被獨特設計吸引，亦可由無縫隙支援團隊的資訊交流的效率，達到滿足全面性之需求。

本次因台灣館設計頗具特色，也深受參展者及主辦單位的青睞，榮幸獲得最佳國家館銀牌獎（National Pavilion），僅次於金牌得主地主國泰國，而實際名次是全 20 個外國館中的第一名。台灣館展攤準備紀念品為之豐富，今年提供的贈品有經濟部商業司會展推動辦公室吉祥獅偶、原住民磁鐵娃娃，本局提供台灣特色小茶杯、閃亮徽章等皆受大家歡迎及喜愛。

建議可參考他國之展攤設計，以較具國家特色且能夠一目了然的看出，這即是台灣館，即使使用風景照，建議以燈箱方式來呈現，較能夠使風景布幕較能明顯呈現，而國家之整體建築特色係展攤之主結構體，本次以簡約方式，但因為位置較偏展區之左側，燈光的部分於設計之被未能被考量到，使部分桌檯稍暗；本展期間部份具野心且有心改革之國家館，可察覺出已逐漸拋棄傳統、製式化和中規中矩的設計，甚至一入展場就可吸引其目光，展現時尚與傳統兼容並蓄之特色，本次具特色之展攤如泰國、韓國、印度、澳門等，都是箇中翹楚，值得我方未來設計展攤時參考。

伍、資料照片

台灣攤位



Happy Hour



## 參展買家洽談



# 台灣 Media Briefing



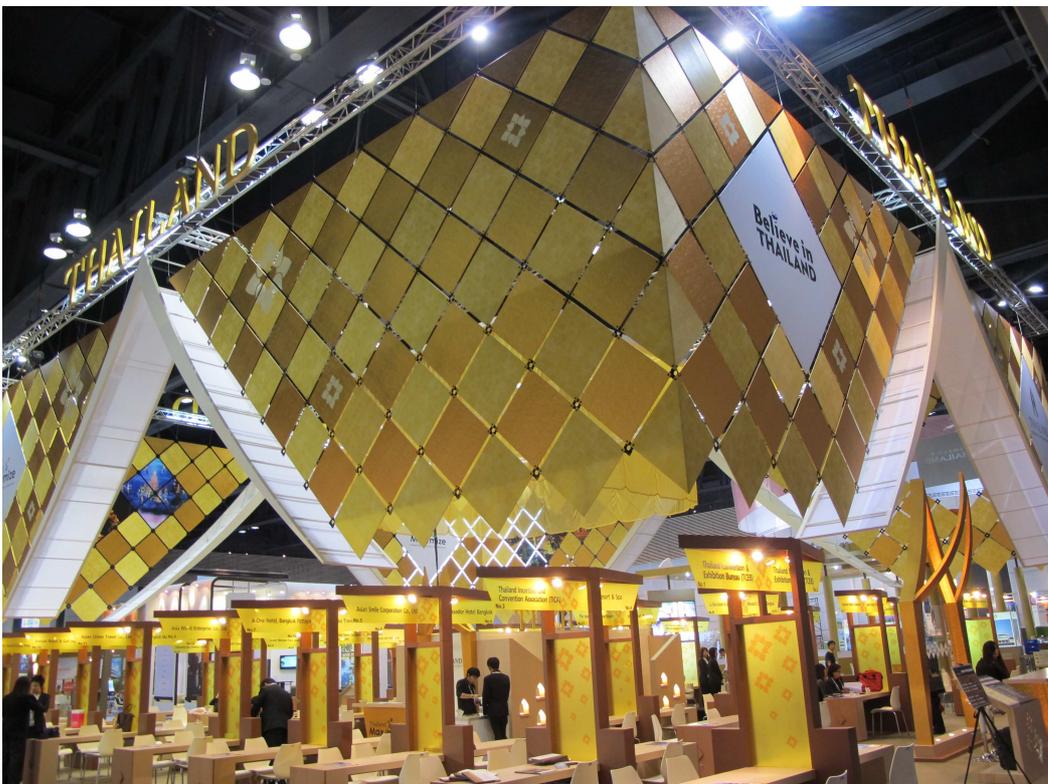
韓國- 首爾



印度



泰國



## 澳門



## 歡迎晚會—迎賓拍照區



(團員合照)



歡迎晚會－現場



## 提供泰式料理



## 提供泰國傳統藝品- 油紙傘





## 陸、附件

### 行程

10/4	07:10	起飛前往泰國曼谷國際機場。
	10:30	接機，抵達飯店 check-in。
	15:00	稍做休息後，自行前往展場攤位(F01)。進入展場前請領取 <b>Badge</b> 。
	<b>15:30</b>	拆箱、佈置展攤、確認 happy hour 流程
10/5	09:00	抵達展場，準備第一天的展覽開始。
	<b>14:00</b>	<b>Opening Remarks:</b> Cinema 15, Level 9, SF World。
	16:00	<b>Coffee Break for Exhibitors:</b> Cinema 15 Foyer, Level 9, SF World。
	16:30	Sellers- Meet-Buyers Appointment Scheduling Session。World Ballroom, Level 23, BCC。
	16:30	CTW Table top Networking Session
	17:30	Buyers- Meet- Sellers Appointment Scheduling Session。Exhibition Hall, Level 22, BCC。
	<b>19:00</b>	<b>Opening Ceremony &amp; Welcome Cocktail</b>
10/6	09:00	抵達展場，準備第二天的展覽開始。
	12:00	Lunch Break to 13:00。
	<b>14:00</b>	<b>Taiwan Media Briefing:</b> 觀光局及會展躍升計劃共同列席。
	<b>15:30</b>	<b>TAIWAN Happy hour &amp; Group Presentation。</b>
	18:00	協會宴請團員。

	21:30	Late-Night Function hosted by TTG Asia Media。
10/7	09:00	抵達展場，準備第三天的展覽開始。
	09:30	Appointment Session。
	12:30	9 <sup>th</sup> Sticky Awards Lunch。
	17:00	撤場。
	18:30	TTG Asia Travel Award (by invitation)。

## 團員名單

公 司	姓 名	職 稱
中華國際會議展覽協會	鄒榮光	秘書長
中華國際會議展覽協會	蔡馥名	專員
台北市政府觀光傳播局	闕玉玲	股長
錫安國際會議顧問股份有限公司	吳西謙	董事長
威立顧問股份有限公司	唐嘉蔚	總監
福華大飯店股份有限公司	盧麗惠	業務部副理
礁溪老爺大酒店	劉祖寧	行銷業務部協理
劍湖山世界休閒產業集團	林明儀	業務部副理
MEETTAIWAN 會展推廣於國際行銷計畫	陳欣	計劃主持人
MEETTAIWAN 會展推廣於國際行銷計畫	張志杰	專案經理
MEETTAIWAN 爭取國際會議在台舉辦計畫	王怡潔	專案經理
外貿協會服務業推廣中心	賴秀華	高級專員
外貿協會南港展覽中心	陳彥琪	助理專員
經濟部貿易局	林華堂	科長

## 新聞稿

### 台灣榮獲國家館銀牌獎—曼谷亞洲獎勵旅遊暨會議展台灣館大放異彩

在泰國曼谷舉辦的第5屆亞洲獎勵旅遊暨會議展(IT&CMA)甫於10月7日落幕，由觀光局及國際貿易局合組之參展團參展成果豐碩，台灣館以其精緻脫俗的設計，榮獲國家館(National Pavilion)銀牌獎，僅次於金牌得主地主國泰國，實際名次是20個外國館中的第一名。



曼谷雖然在今年4、5月間，因紅衫軍事件，導致市區中心商業區受創，波及本展舉辦地點之曼谷 Central World 會議中心同棟之數家百貨公司，觀光客大幅下滑，但政府當局為迎接 IT&CMA 大展，特別要求大樓內各大商場於展前重新營業，因此人潮回籠，街頭又見大批觀光客。

台灣館由觀光局委託中華國際會議展覽協會徵展，結合貿易局會展躍升計畫共同參展並規畫攤位設計。本屆台灣參展之會展業者數破歷年紀錄，除行銷台北花博會的台北市觀光傳播局、外貿協會服務業推廣中心及南港展覽中心外，尚有錫安國際會議顧問公司、威立顧問公司、福華大飯店、礁溪老爺大酒店、劍湖山世界等業者，團員人數達十五位之多。在10月5至7日三天展期中，台灣館以超凡脫俗的精緻造形，配合引人入勝、言簡意賅、圖文並茂的看板及文宣，及參展團員的熱情接待業務洽談參觀人潮不斷，成功地推銷了台灣的觀光會展資源。



商業及休閒

### 亞洲獎勵旅遊暨會議展台灣館大放異彩 榮獲國家館銀牌獎

2010/10/15

【台北訊】甫於日前落幕第五屆亞洲獎勵旅遊暨會議展（IT&CMA），由觀光局及國際貿易局合組的參展團參展成果豐碩，台灣館以精緻脫俗的設計，榮獲國家館（National Pavilion）銀牌獎，僅次於金牌得主地主國泰國，實際名次在 20 個外國館中排名第一。

台灣館由觀光局委託中華國際會議展覽協會徵展，結合貿易局會展躍升計畫共同參展並規畫攤位設計。本屆台灣參展的會展業者數破歷年紀錄，除行銷台北花博會的台北市觀光傳播局、外貿協會服務業推廣中心及南港展覽中心外，尚有錫安國際會議顧問公司、威立顧問公司、福華大飯店、礁溪老爺大酒店、劍湖山世界等業者，團員人數達 15 位。在三天展期中，台灣館以超凡脫俗的精緻造形，配合引人入勝、言簡意賅、圖文並茂的看板及文宣，加上參展團員的熱情接待，業務洽談及參觀人潮不斷，成功推銷台灣的觀光會展資源。



台灣館以精緻脫俗的設計，榮獲第五屆亞洲獎勵旅遊暨會議展國家館銀牌獎。中華會展協會  
／提供

中華國際會議展覽協會網址：[www.taiwanconvention.org.tw](http://www.taiwanconvention.org.tw)。（吳涎祿）

 TOP