

出國報告（出國類別：推廣）

參加 2011 年倫敦旅展(WTM) 及歐洲城市觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：交通部觀光局副局長劉喜臨

國際組約聘管制員洪維鈞

派赴國家：英國、法國

出國期間：100 年 11 月 04 日—11 月 12 日

報告日期：101 年 01 月 31 日

行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數：38 含附件：■是

出國報告名稱：參加 2011 年倫敦旅展(WTM)及歐洲城市觀光推廣活動

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：

劉喜臨/交通部觀光局/副局長/02-2349-1603

洪維鈞/交通部觀光局/國際組/管制員/02-2349-1540

出國類別：☐1.考察☐2.進修☐3.研究☐4.實習☒5.其他：推廣

出國期間：民國 100 年 11 月 4 日至 11 月 12 日

出國地區：英國、法國

報告日期：民國 101 年 02 月 04 日

內容摘要：

英國倫敦旅展為世界上大規模之專業旅遊展覽，每年均吸引來自超過 200 個參展商，逾 28,183 個旅遊同業參展單位，參觀人數達 47,776 人次，為可直接接觸專業旅遊業者之大型展覽，亦是本局打入歐洲旅遊市場之重要媒介。2010 年歐洲來臺人數達 203,301 人次，英國及法國來臺旅客人數為 44,430 人及 26,455 人，英國來臺旅遊人數更是佔全歐洲來臺人數約五分之一，為本局致力海外市場之宣傳與推廣重點國家之一。2010 年來臺國際旅客達 556 萬 7,277 人次，成長 26.67%，成績創新高，其中歐洲市場成長 3.16%，2011 年 1-11 月歐洲來臺旅客人數相較 2010 年同期增加 3.6%。考量英國及法國為本局歐洲主流市場，來臺觀光旅遊人數成長可期。適逢建國百年，本局積極推動「旅行臺灣·感動 100」活動，並正式發布啓用全球觀光新品牌「Taiwan—The Heart of Asia」及全球觀光新影片「Time for Taiwan – My Beautiful Island」，以傳遞不變的感動與堅持，持續提昇臺灣觀光新境界。本次參展與台灣觀光協會、本局駐法蘭克福辦事處及當地公關公司之通力合作下，欲持續加強開拓英法主流市場，透過觀光協會籌組業者及表演團體代表團，一同赴歐推廣，於法國辦理 1 場推廣活動，另於英國倫敦旅展期間辦理 1 場 Happy Hour 及 1 場媒體餐會。

出國報告審核表

出國報告名稱：參加 2011 年倫敦旅展(WTM)及歐洲城市觀光推廣活動出國報告書		
出國人姓名(2 人以上，以 1 人為代表)	職稱	服務單位
劉喜臨	副局長	交通部觀光局
出國類別	☐ 考察 ☐ 進修 ☐ 研究 ☐ 實習 ☒ 其他 推廣 (例如國際會議、國際比賽、業務接洽等)	
出國期間：100 年 11 月 4 日至 100 年 11 月 12 日		報告繳交日期：101 年 02 月 04 日
計畫 畫 主 辦 機 關 審 核 意 見	☒ 1.依限繳交出國報告 ☒ 2.格式完整(本文必須具備「目的」、「過程」、「心得及建議事項」) ☒ 3.無抄襲相關出國報告 ☒ 4.內容充實完備 ☒ 5.建議具參考價值 ☒ 6.送本機關參考或研辦 ☒ 7.送上級機關參考 ☐ 8.退回補正，原因： ☐ 不符原核定出國計畫 ☐ 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容 ☐ 內容空洞簡略或未涵蓋規定要項 ☐ 抄襲相關出國報告之全部或部分內容 ☐ 電子檔案未依格式辦理 ☐ 未於資訊網登錄提要資料及傳送出國報告電子檔 ☐ 9.本報告除上傳至出國報告資訊網外，將採行之公開發表： ☐ 辦理本機關出國報告座談會(說明會)，與同仁進行知識分享。 ☐ 於本機關業務會報提出報告 ☐ 其他 _____ ☐ 10.其他處理意見及方式：	
審 核 人	一級單位主管	機關首長或其授權人員
	組長林坤源	副局長謝謂君

說明：

- 一、各機關可依需要自行增列審核項目內容，出國報告審核完畢本表請自行保存。
- 二、審核作業應儘速完成，以不影響出國人員上傳出國報告至「政府出版資料回應網公務出國報告專區」為原則。

參加 2011 年倫敦旅展(WTM)及歐洲城市觀光推廣活動

目 錄

壹、 前言	4
貳、 組團計畫綱要	5
一、 參展目的	5
二、 背景說明	5
三、 推廣方式	6
四、 活動日期	6
五、 代表團行程規劃	6
參、 推廣活動內容	9
一、 法國巴黎觀光推廣活動	9
二、 2011 年倫敦旅展.....	13
三、 歐洲地區拜會與洽談	29
肆、 心得與建議	30
伍、 附錄	36
一、 新聞稿	36
二、 活動致詞稿	39
(一)法國巴黎推廣會致詞稿.....	39
(二)倫敦旅展臺灣館記者餐會致詞稿.....	41
(三)倫敦旅展臺灣館 Happy Hour 致詞稿.....	44
三、 代表團人員名單	45
四、 媒體相關報導	47

壹、前言

倫敦旅展是世界上大規模的專業旅遊展覽之一，每年11月初由Reed Travel Exhibition在英國倫敦ExCeL展覽中心舉辦，展覽為期4天，期間超過200個參展商，逾28,183個旅遊同業參展單位，參觀人數達47,776人次，藉此參展機會，能將臺灣豐富迷人的旅遊風貌介紹給全球、英國業者及消費者，同時也利用此機會，建構平台讓臺灣業者能與國際大多數主流業者做多元化重要的溝通與交流，國際主流業者得以瞭解更多臺灣新景點及新旅遊產品，例如豐富的生態及登山旅遊資源，近年來非常受歡迎的茶旅遊、樂活旅遊（中區或東區光點）等旅遊行程，亦可瞭解本局對於臺灣觀光宣傳策略。今年適逢建國百年國慶，而且本局也推出新logo、新形象，藉這參加這個旅展，能夠接觸到國際重要旅遊業者，打響臺灣觀光新品牌。

2011 年倫敦旅展及觀光推廣活動係交通部觀光局委託臺灣觀光協會辦理，由臺灣觀光協會歐美市場諮詢委員會召集人張李正琴董事長擔任團長，本次代表團成員包括本局人員及駐德國法蘭克福辦事處主任及行銷公關、金界旅行社、宏祥旅行社、亞都麗緻大飯店歐洲銷售代表、晶華酒店歐洲銷售代表、臺北福華大飯店、臺北美侖大飯店、涵碧樓大飯店、長榮航空、中華航空、經傳創作劇團等共同組成。代表團於 2011 年 11 月 4 日出發前往法國巴黎，11 月 5 日至 6 日於巴黎 Italic3 商場舉辦觀光推廣活動，活動中安排國民大戲班劇團展現臺灣原住民特色舞蹈，與法國民眾現場互動，亦安排臺灣特色美食（珍珠奶茶）及書法使其更瞭解臺灣文化及美食，搭配本局宣傳摺頁，以吸引更多法國民眾瞭解臺灣，並產生旅遊臺灣之興趣；於 11 月 6 日至 11 日參加倫敦（WTM）旅展，參展期間代表團業者與當地業者面對面交流，除與現有客戶維持良好關係外，於現場隨機開發新客戶，尋求合作機會，共同販售臺灣遊程，推銷臺灣。11 月 8 日下午舉辦 Happy Hour，向當地業者、媒體等推廣臺灣之美，介紹臺灣之旅遊產品及資源。

2011 年（1-11 月）歐洲地區來臺旅客 195,925 人，較 2010 年同期成長 3.6%，英國地區來臺旅客則負成長 3.38%，法國地區來臺旅客則正成長 8.2%；在法國巴黎推廣活動，於第 13 區 Italic2 Commercial Centre 購物中心展出，搭配臺灣好禮抽獎活動，促進消費者對於旅遊目的地—臺灣的了解，提高臺灣觀光知名；據英國主流旅遊業者表示，2011 年整體旅遊市場仍是持續成長，惟多數旅客仍針對熟悉度較高之旅遊目的地規劃遊

程，故藉由此旅展及推廣活動，本局及駐法蘭克福辦事處加強佈局業者、媒體、消費者等三方，與當地業者及消費者加強對話，鞏固市場販售通路，加強與中華航空及長榮航空公司合作，向媒體發佈臺灣遊程訊息，強力主打「Time for Taiwan - 旅行臺灣 就是現在」及年度創意活動等多項內容。

貳、組團計畫綱要

一、參展目的

配合本局「Time for Taiwan – 旅行臺灣·就是現在」之觀光行銷政策，宣導「四大主題系列活動」、「Life style 旅遊型態」、「年度創意活動」、「國際光點」、「四季好禮」等各項資訊，結合政府與民間觀光業者共同行銷推廣臺灣，提供多元化旅遊產品，吸引更多英國及法國民眾來臺旅遊，達成觀光客成長目標。

二、背景說明

倫敦旅展(World Travel Market)是世界上大規模的專業旅遊展覽之一，每年11月初由 Reed Travel Exhibition 在英國倫敦 ExCeL 展覽中心舉辦，展覽為期4天，藉此參展機會，我們希望能將臺灣豐富迷人的旅遊風貌介紹給英國業者及消費者，同時也利用這麼難得的機會讓臺灣業者能與國際大多數主流業者做多元化重要的溝通與交流，國際主流業者得以藉此機會瞭解更多臺灣新景點及新旅遊產品。

2011 倫敦旅展由本局駐法蘭克福辦事處申請租用攤位與展攤規劃設計，委託財團法人臺灣觀光協會組團參展，提供國內業者推廣宣傳及交易使用。配合本局觀光新品牌「Taiwan – the heart of Asia」及新影片「Time for Taiwan – My Beautiful Island」行銷政策，及英國公關公司宣傳計畫，統合政府及民間力量，共同推廣臺灣觀光，以達成來臺旅客成長之目標，推動臺灣成為歐洲觀光客旅遊首選。

三、推廣方式

組團參加倫敦旅展：藉此參展機會，宣傳臺灣觀光新品牌「Taiwan – the heart of Asia」及新影片「Time for Taiwan – My Beautiful Island」，以展現臺灣觀光多元化及特色，吸引當地業者前來參與，促使業者能與國際大多數主流業者做多元化重要的溝通與交流，國際主流業者得以藉此機會瞭解更多臺灣新景點及新旅遊產品，例如我們有豐富的生態及登山旅遊資源，近年來非常受歡迎的茶旅遊、樂活旅遊（中區或東區光點）等旅遊行程，亦可瞭解本局對於臺灣觀光宣傳策略。

法國巴黎觀光推廣活動：借重巴黎第 13 區 Italie2 Commercial Centre 的優勢，再配合週末人潮最多的時刻，邀請消費端的潛在客源一同參與，透過經傳創作劇團的原住民歌舞表演，以及臺灣傳統民俗舞蹈吸引民眾駐足，並引起民眾對於臺灣文化喜愛，同時備有臺灣庶民甜點－珍珠奶茶，廣受民眾的喜愛，甚至巴黎第 13 區區長 Mr Jérôme Coumet 也十分喜愛，使當地民眾對於臺灣文化及美食有更深的認識，並引起民眾對於臺灣旅遊資源的討論及詢問。

四、活動日期

2011 年 11 月 4 日（五）～11 月 12 日（六）。

五、代表團行程規劃

（一）行程內容

1. 住宿地點（11 月 5 日）

Holiday Inn Bibliotheque

21 Rue De Tolbiac, 75013 Paris, France

2. 住宿地點（11 月 6 日至 11 日）

Britannia International Hotel

163 Marsh Wall, E14 9SJ London, UK

3. 法國巴黎觀光推廣活動地點（11 月 5 日）

法國 Centre Commercial Italie2

30 avenue d'italie 75013 Paris

4. 旅展地點（11 月 7 日至 11 月 10 日）

ExCel London

One Western Gateway, Royal Victoria Dock, London, E16 1XL

攤位號碼：AS 670

參加「2011 倫敦旅展及歐洲城市觀光推廣活動」推廣日程

時間	行程內容
11 月 4 日（星期五）	臺北→法國巴黎
20：30	團員在觀光協會門口集合至機場
21：30	抵達桃園機場，辦理登機手續
23：50	搭乘 BR087 （23：50—06：40）
11 月 5 日（星期六）	法國巴黎
06：40	抵達巴黎戴高樂機場
08：00	住宿旅館 Check-in
10：30	拜會巴黎第 13 區區長 Mr Jérôme Coumet
11：00	前往法國 Centre Commercial Italie2
11：10	推廣活動開始
19：00	推廣活動結束
11 月 6 日（星期日）	法國巴黎→倫敦
09：00	住宿旅館 Check-out
09：30	前往巴黎 Nord Rail 車站
12：13	搭乘歐洲之星前往倫敦
13：29	抵達倫敦
14：00	住宿旅館 Check-in
15：00	英國公關年度工作成果暨計畫簡報
17：00	前往展館

時間	行程內容
17：30	展館展前佈置確認
11 月 7 日（星期一）	倫敦
10：30	拜會長榮集團 林副總裁榮華
15：00	拜會駐英國代表處 張代表小月
19：00	記者餐會
11 月 8 日（星期二）	倫敦
08：20	前往展館
10：00	展覽開始
16：00	Happy Hour
18：00	展覽結束
11 月 9 日（星期三）	倫敦
08：20	前往展館
10：00	展覽開始
18：00	展覽結束
11 月 10 日（星期四）	倫敦
08：20	前往展館
10：00	展覽開始
18：00	展覽結束
11 月 11 日（星期五）	倫敦
9：00	住宿旅館 Check-out
10：00	出發前往倫敦希斯洛機場
～17：30	自由活動
17：40	抵達倫敦希斯洛機場
21：20	搭乘 BR68 （21：20—21：45）

時間	行程內容
11 月 12 日（星期六）	倫敦→臺北
21：50	抵達桃園機場，專車返抵臺北

參、推廣活動內容

一、法國巴黎觀光推廣活動

(一) 時間：2011 年 11 月 5 日（六）11：00~19：00

(二) 地點：法國巴黎 Centre Commercial Italie2

(三) 活動內容：本次法國巴黎推廣會於當地知名購物商場舉行，本活動安排表演團體——經傳創作劇團於購物中心一樓演出，展現臺灣特有原住民文化特色及特技表演，生動活潑，吸引購物民眾駐足觀賞及參與。現場設有簡易攤位，以本局觀光新品牌及心型視覺圖示為佈置重點，擺於臺灣觀光文宣品供索取，對於提高臺灣觀光知名度極具宣傳效益。



推廣活動宣傳展攤



推廣活動-民眾參與抽獎活動



珍珠奶茶受法國巴黎第 13 區區長 Mr Jérôme Coumet 喜愛



經傳創作劇團精彩表演吸引許多群眾觀賞



經傳創作劇團吸引圍觀群眾駐足合影



圍觀群眾索取臺灣文宣摺頁及書法體驗



圍觀群眾索取珍珠奶茶、臺灣文宣摺頁及書法體驗

二、2011 年倫敦旅展

(一) 時間：2011 年 11 月 7 日（星期一）至 10 日（星期四）

(二) 地點：ExCel London, One Western Gateway, Royal Victoria Dock, London,
E16 1XL

(三) 攤位號碼： AS 670

(四) 展攤活動：

英國倫敦旅展為世界上大規模的專業旅遊展覽之一，至今已邁入第 32 屆，劃分有美洲、歐洲、亞洲、中東等區域之場館。每年均吸引來自世界各地旅遊業者參展，係以旅遊業者為主要之專業旅遊展。今年有約 200 個旅遊參展商，28,183 個旅遊同業，較去年增加 1,280 個旅遊同業，參觀人數高達 47,776 人次，可知該旅展為我國深耕歐洲市場之重要平臺。

本局觀光新品牌「Taiwan—The Heart of Asia」於 100 年 2 月間正式啓用，新宣傳影片「Time for Taiwan – My Beautiful Island」於同年 7 月正式發表，為打響新品牌名號，本次參展攤位達 155 平方公尺，攤位號碼 AS 670，以「Taiwan – the heart of Asia」為主視覺，搭配新品牌所推出之主題心型視覺圖示為背板，以鏤空意象呈現臺灣地標—臺北 101、臺灣各大著名特色景點，以及臺灣美食-珍珠奶茶茶攤裝飾臺灣館，展現臺灣觀光的多元特色，並設計以四面全開的方式，呈現更寬闊之視覺。旅展期間，館內共舉辦 1 場 Happy Hour 活動及 1 場記者說明會(Press Lunch)。除宣傳「Taiwan – the heart of Asia」新品牌，亦向當地媒體及業者介紹本局新觀光影片，本局長官劉副局長喜臨也接受當地英國媒體及 EUROSPORT 電視台採訪，表達歡迎歐洲旅客來臺體驗在地生活的旅遊方式、自行車活動、登山等深度慢活之旅，並利用本局提供之過境半日遊、四季好禮等優惠措施，希望吸引更多英國及歐洲民眾將來臺旅遊列為首選。

於 Happy Hour 活動中，邀請英國當地主要觀光產業業者、近 70 位子午線俱樂部(Meridian Club)買家及媒體參加，活動中播放全新臺灣觀光宣傳影片「Time for Taiwan – My Beautiful Island」，以背包客、年輕女子、家族及銀髮族的旅遊方式介紹臺灣豐富而多元的觀光資源，促使旅遊業者更瞭解臺灣的旅遊型態，以打響臺灣觀光新品牌「Taiwan – the heart of Asia」，亦再次宣告「Time for Taiwan - 旅行臺灣，就是現在」，來臺旅遊體驗 Life style 的旅遊方式，並藉由經傳創作劇團精彩表演，吸引業者及媒體目光，增加臺灣知名度。

藉英國公關公司之力，邀請國外業者於臺灣展館與國內業者進行定時或不定時洽談，並讓國外業者在親臨臺灣展館之際，加強對臺灣之印象，結合政府與民間資源，創造優勢，激發消費者來臺觀光的興致，促使消費者將臺灣規劃在旅遊行程中。為加乘參展效益，增加展攤歡愉熱鬧氣氛，每日安排隨團表演團體－經傳創作劇團演出臺灣文化特色之原住民舞蹈，並融合特技雜耍，吸引許多買家駐足觀賞，並與表演團體互動。書法及橡皮手刻師林孜育，推出少見之姓名或圖示橡皮雕刻，紛紛吸引買家爭相體驗，吸睛效果頗佳。

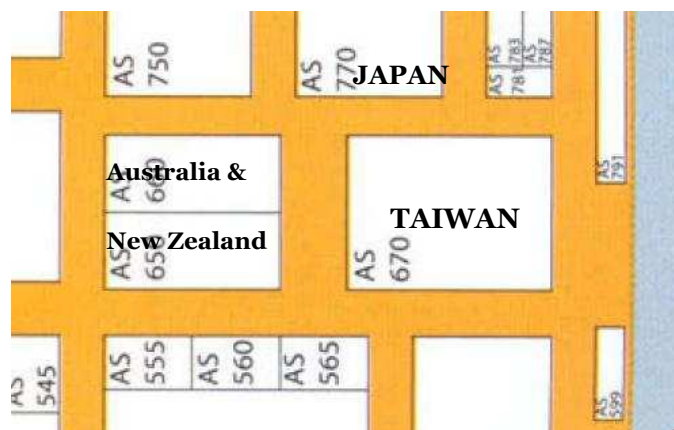
1. 歡樂時光（Happy Hour）

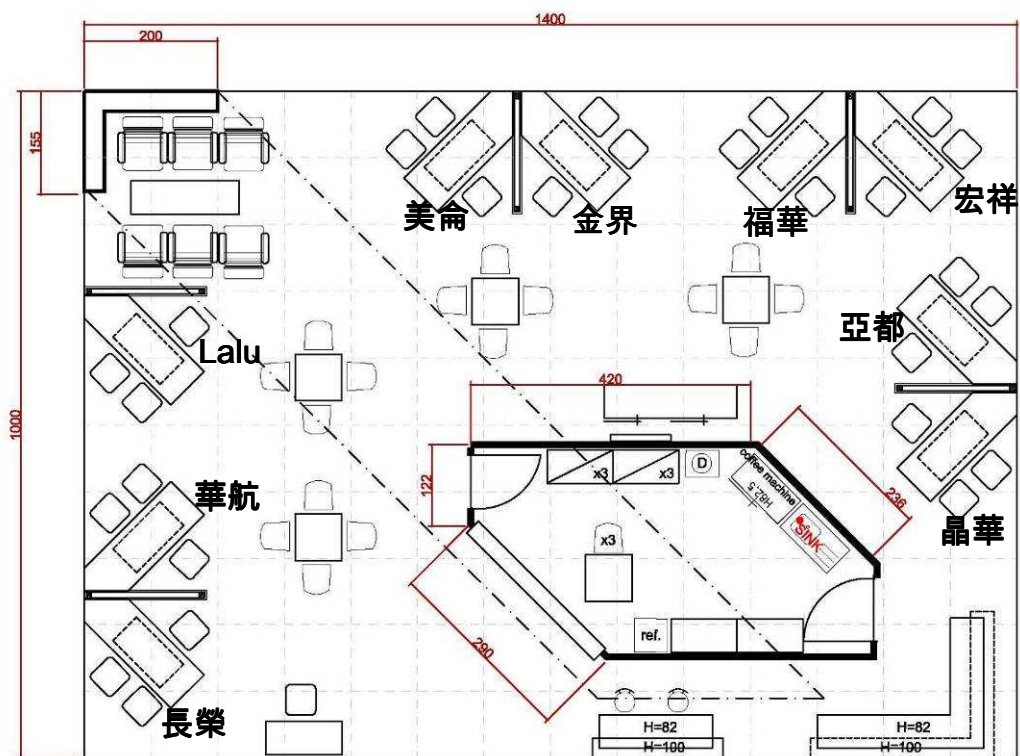
- (1) 日期：2011 年 11 月 8 日（星期二）16:00~18:00
- (2) 地點：倫敦旅展臺灣館內（Booth No. AS 670）
- (3) 對象：當地業者及媒體
- (4) 內容：劉副局長致詞、代表團介紹與抽獎活動。

2. 媒體說明會（Press Lunch）

- (1) 日期：2011 年 11 月 8 日（星期二）13:00~14:00
- (2) 地點：倫敦旅展臺灣館內（Booth No. AS 670）
- (3) 對象：當地旅遊媒體
- (4) 內容：劉副局長致詞、觀光資源簡報及交流、本局觀光新品牌發表與介紹。

《臺灣館位置平面圖》





展攤分配圖



英國公關簡報年度公關工作進度及成果



前往旅展入口及臺灣館廣告刊物



臺灣館



臺灣館



臺灣館



臺灣館業者洽談情況



業者洽談情況



業者洽談情況



參觀群眾索取橡皮刻章



參觀群眾排隊體驗臺灣珍珠奶茶、



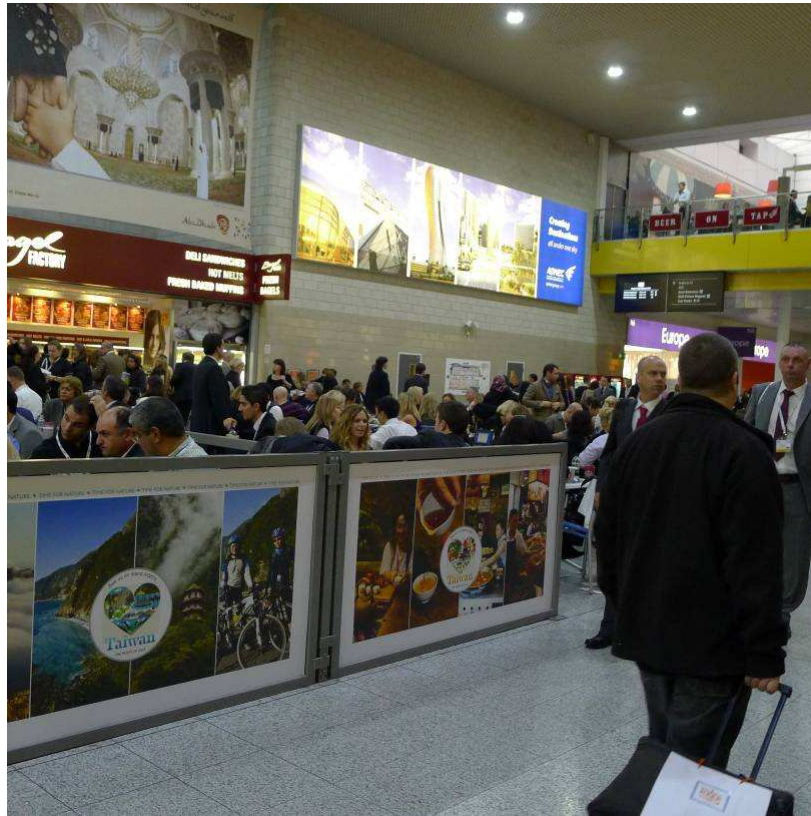
參觀群眾開心品味珍珠奶茶



臺灣觀光推廣團表演活動登上主辦單位雜誌



於展場餐廳區一臺灣心型視覺圖示廣告之一



於展場餐廳區－臺灣心型視覺圖示廣告之二



於展場餐廳區－臺灣心型視覺圖示廣告之三



於展場餐廳區一臺灣心型視覺圖示廣告之四



於展場餐廳區一臺灣心型視覺圖示廣告之五



於展場餐廳區一臺灣心型視覺圖示廣告之六



多位買家至臺灣館參加 Happy Hour



多位買家至臺灣館熱烈交流



多位買家至臺灣館熱烈交流



Happy Hour 抽獎－買家獲得長榮航空機票



Happy Hour 抽獎－買家獲得中華航空機票



經傳創作劇團與業者開心互動



經傳創作劇團與業者開心合影

(六) Happy Hour 貴賓名單

Happy Hour Attendee List 2011

Happy Hour Drinks		
First Name	Last Name	Organisation
TRADE		
Alison	White	Regent Holidays
Amanda	Style	Black Tomato
Andrea	Godfrey	Regent Holidays
Andrea	Lovering	Kenwood Travel
John	Nimmons	Black Tomato
Lam	Sim	Reliance Travel
Malcom	Davies	The Mark Travel Corporation
Marianne	Grimshaw	Trans Indus
Mark	Stacey	Cox & Kings
Nandita	Patel	Funway Travel
Peter	Foster	Those Travel Guys
Raymond	Lin	Eva Air
Rick	Hsieh	Eva Air
Robin	Russell-Pavier	Freedom Destinations
Satyan	Bhalla	Trans Indus
Shivjit	Bagga	Trans Indus
Tim	Milner	Bamboo Travel
Tim	Yang	Eva Air
Toby	Langley	Cox & Kings
Tony	Wu	The Culture Tours
Yaow	Butwisate	Cox & Kings
Hua	Jiang	China Holidays
MEDIA		
Adrian	Lawes	Freelance
Alex	Messenger	Summit Magazine
Anna	Hyman	Freelance
Anna Maria	Epsater	Freelance
Carlie	Trotter	TTG
Katie	Panagou	Daily Mail
		Birmingham Mail; Birmingham Post; Sunday Mercury; Features; Travel; Motoring; Features; Travel; Features; Travel; Motoring; Motoring; Birmingham Post Lite
Edward	Stephens	
Emma	Nevill	National Geographical Traveller
Eileen	Pesah	Pilot Productions
Jane	Anderson	Freelance
Jane	Egginton	Freelance
Jane	Haywood	Freelance
Jean	Elgie	Weight Watchers Magazine
Jeannine	Williamson	Freelance
Jill	Sayles	Selling Long Haul
John	Roberts	Freelance
Judith	Baker	Real Travel
Judy	Basyra	Freelance
Karl	Cushing	Travel Weekly; Editorial
Katherine	Lawrey	Travel Trade Gazette; ttglive.com

Laura	Gelder	Selling Long Haul
Mark	Stratton	Freelance
Mel	Moore	Pilot Productions
Neil	Baker	Freelance
Paul	Harris	Jewish Telegraph
Rupert	Parker	Freelance
Alex	James	Freelance
Helen	Warwick	National Geographical Traveller
Roger	Norum	Real Travel
Solange	Hando	Freelance

三、歐洲地區拜會與洽談

（一）法國巴黎第 13 區區長 Mr. Jérôme Coumet

- 1.時間：2011 年 11 月 5 日（星期六）10：00～11：00
- 2.地點：法國巴黎第 13 區區辦公室

（二）長榮集團林副總裁榮華

- 1.時間：2011 年 11 月 7 日（星期一）10：30～12：00
- 2.地點：長榮集團歐洲總分公司

（三）駐英國代表處張代表小月

- 1.時間：2011 年 11 月 7 日（星期一）15：00～16：30
- 2.地點：我駐英代表處

（四）業者洽談與媒體專訪

- 1.時間：2011 年 11 月 7 日至 10 日
- 2.地點：倫敦旅展臺灣館
- 3.對象：歐洲地區業者、旅遊媒體專訪、本局歐洲地區公關公司、EUROSPORT 亞太有限公司、各國代表團拜會等。

肆、心得與建議

一、**運用臺灣觀光全球新品牌，行銷臺灣：**本局全球新品牌「Taiwan—The Heart of Asia」於 100 年 2 月間正式啓用，延續舊品牌「Taiwan, Touch Your Heart」之「心」概念，象徵臺灣觀光「感動人心」、「從心出發」的堅持。因此本局參展世界最大規模專業旅展之一—倫敦旅展，以新品牌 Logo 與心型視覺圖示相互搭配，除於地鐵通往展館通道上方設置臺灣新品牌與心型視覺圖示之 Banner，亦於展館美食用餐區規劃以本局 Logo、心型視覺及臺灣各地特色景點照片設計而成的用餐區，在展館部分，亦推出本局 Logo 之磁鐵書籤、貼紙、原子筆、茶杯等周邊紀念品，加強新品牌及心型視覺曝光度及聯想性。本局駐法蘭克福辦事處於活動簡報中，宣傳「Time for Taiwan 旅行臺灣，就是現在」、「臺灣好行」及「觀光巴士」等各項優惠措施的同時，並介紹新品牌推動至今，受各界業者及媒體普遍反映尚佳。新品牌及心型視覺圖示仍需藉由不斷創新及全面性的宣傳推廣以及時間的累積，才能逐漸展現成效。在本局與駐法蘭克福辦事處的努力下，新品牌的行銷工作仍持續於歐美主流市場推廣，預計將為臺灣觀光新形象於歐美市場帶來新氣象。

二、**結合各方資源及力量，佈局歐洲市場：**為深入及開發歐洲市場，本局於歐陸最重要轉運中心之德國法蘭克福，成立辦事處迄今已 41 年，於該轄下聘請德英法等公關公司協助行銷推廣業務，近來，國內外旅遊觀光產業深受重視，配合觀光拔尖計畫，將臺灣觀光推向新的境界，同時獲得各部會如外交部、新聞局等駐外單位諸多支持與協助，得用結合各方資源及力量，全面性的開拓我國於歐洲市場的能見度。本次旅展及推廣活動，獲得我駐法代表呂慶龍及駐英代表張小月兩位代表大力支持，除接見本代表團之拜會外，呂代表更於巴黎推廣活動中，親筆揮毫贈予法國民眾，深受喜愛，並提供駐地國情趨勢與相關觀光推廣之建議供參考。於拜會張代表期間，表達臺灣觀光軟實力予旅客的印象，如 100 年 9 月曾邀請英國鐵道迷來臺體驗 CK124 集集支線活動，對於臺灣人的親和力及友善態度留下良好印象，並讚許有佳，未來亦將持續給予支持與協助，且組織該鐵道迷來臺體驗之臺英國會聯誼會主席表示，預計將於 2012 年再來訪，我方樂觀其成。

三、**臺灣魅力國際化，發揮最佳軟實力：**本局持續推動「觀光拔尖領航方案」之觀光品質提升計畫，推出魅力計畫及國際光點，提升觀光新品牌及心型視覺印象同時，將

臺灣特色及在地文化經過詳盡規劃及包裝，與當地旅遊景點結合，推出「國際光點」、「Life style 旅遊型態」、百大旅遊路線等特色旅遊形態，結合臺灣豐富多元的觀光資源及獨特文化，希望切中歐洲旅客普遍喜好深度漫遊的旅遊習性，深刻體驗臺灣在地的生活形態及人民友善好客的心。本次委託台灣觀光協會組團參展共有 2 家旅行社、5 家旅館業及 2 家國際航空公司，業者陣容完整，於當地業者與代表團業者面對面溝通之餘，除原固有之旅遊行程介紹外，加強介紹特色旅遊形式，作為新遊程產品的規劃內容，因此建議應抓緊遊客偏好旅遊新體驗的心理，加強與歐洲業者合作開發包裝新行程(例如中區遊與學行程)，同時重新檢視主題行程(例如登山、賞鳥、自行車)販售成效，提供業者更多元誘因與商機，尋求可強力送客之旅行社的合作，以突破歐洲旅客來臺人數。

四、展前充分溝通協調，發揮最佳效益：於國際間推展觀光，首要係以最快方式吸引當地民眾目光並引發興趣，因此透過精彩的歌舞表演，拉近與潛在觀光客之距離，法國巴黎 Roadshow 地點為巴黎市第 13 區 Italie2 commercial centre 購物中心，地點佳，適逢週六，逛街購物人潮眾，搭配經傳創作劇團歌舞表演，賓主盡歡，惟場地空間侷限，致音樂表演聲音回聲過大，建議未來於先行堪察推廣場地之同時，預先設想表演團體所需表演及聲音迴盪空間需求，使活動發揮最大效益，盡善盡美。

在倫敦旅展臺灣館，安排表演團體及書法暨印章雕刻師為表演人員，同時設置當前英國最流行之臺灣美食－珍珠奶茶茶攤，紛紛吸引參展人員駐足圍觀，及體驗臺灣美食，將歡愉氣氛傳遞，無形中於買家心中注入臺灣友善文化的良好形象，效果頗佳，建議未來表演團體在 Happy Hour 活動期間，可以主動與買家們互動，例如拍照或是簡單的原民舞蹈交流，以帶動現在歡愉與互動氣氛；考量表演曲目較為一成不變，建議多挖掘不同的曲目及表演內容，以呈現臺灣多元文化融合的旅遊特色形態。本次旅展因宣傳新品牌 Logo 及新的宣傳標語「Time for Taiwan」，特設計 3 面展開及 1 面珍珠奶茶茶攤，搭配英國當時最受歡迎之臺灣飲品，吸引買家前來索取，並把握機會介紹臺灣觀光環境，使買家有機會品嚐臺灣美食及旅遊環境，可謂是一舉二得。旅展活動舉辦成功之主因來自於展前各單位更緊密且充分溝通協調，發揮最佳參展效益。

五、展中觀摩各行銷手法，作為借鏡參考：參與年度重要旅展，各國家展館無不爭奇鬥艷，展現出最美好的及最有價值的一面吸引目光及駐足，並於展館辦理 Happy Hour

等各項宣傳活動。展期間，為吸引各國買家及專業旅遊業者，紛紛運用不同的吸睛的行銷手法，除傳統方式於展場內外或展館附近車站刊登大幅形象廣告、發送文宣資料，較新鮮有趣的方式如阿拉伯聯合大公國將人民的日常生活方式及裝飾藝術帶進展館，吸引買家們的駐足及體驗，使業者們因此獲得更多洽談的機會；百慕達三角洲則是最簡單的方式，將粉紅色短褲高掛空中，週圍以陽光沙灘的圖片包圍，企圖呈現當地給人的感覺「陽光、沙灘、海」的真實體驗。各國運用創新有趣之行銷手法，值得作為本局未來參展或辦理推廣活動時思考創新行銷之參考依據。



阿拉伯聯合大公國館



百慕達館－沙灘、陽光、海



香港館－淺顯易懂的主題



比利時館一點明尿尿小童之都



埃及館—古代文明大國



盧安達館－與真實旅遊環境相同



展場餐廳－巨型橫幅埃及廣告

伍、附錄

一、新聞稿

Time For Taiwan~暢遊臺灣，就是現在

觀光局組團赴英法 推廣臺灣觀光

去(2010)年來臺旅客總人數達 556 萬人次創歷史新記錄，較前(2009)年成長近 27%；2010 年歐洲來臺人數為 203,301 人次，其中英國來臺旅客達 44,430 人次，法國達 26,455 人次，是觀光局在歐洲重要客源市場之一。交通部觀光局為向英國及法國旅客宣傳臺灣觀光新品牌「Taiwan – The Heart of Asia」，讓更多旅客感受東方魅力的福爾摩沙-臺灣，今年將由交通部觀光局劉副局長喜臨率領臺灣觀光代表團前往英國倫敦參加 2011 年 WTM (World Travel Market)旅展，並於展前順道在法國巴黎辦理臺灣觀光推廣活動，期能持續吸引歐洲遊客來臺旅遊。

臺灣觀光代表團預定於 11 月 5 日在法國 italie2 Shopping Mall 舉辦臺灣觀光推廣活動，以傳統雜技(Road Show)表演方式跟民眾近距離接觸，吸引當地參觀者目光，期提高臺灣觀光的知名度與能見度；隨後代表團將前往英國倫敦參加 11 月 7 至 10 日的 WTM 旅展。倫敦旅展是全球規模最大的專業旅展，也是僅次於柏林旅展的第二大展。今年觀光局為慶祝建國百年及宣傳觀光新品牌，將倫敦旅展展攤由原來的 105 平方公尺擴大至 140 平方公尺；在旅展期間，除邀請當地業者與臺灣代表團進行業務洽談，以協助我業者在歐洲打開更多元的通路外，也將於 11 月 8 日在臺灣館舉辦 Happy Hour、進行臺灣觀光資源簡報，以吸引更多參展者前來，讓他們更瞭解臺灣觀光資源及「百年好合·滿百送百」、「四季好禮」等優惠措施，希望藉此讓更多英國及歐洲當地主力旅行社銷售臺灣套裝及主題旅遊產品。

本次代表團邀請文化藝術團體「經傳創作劇團」隨團，以臺灣傳統廟會民俗文化—婆姐陣和雜技在巴黎推廣會及倫敦展館中演出。倫敦旅展期間，臺灣館亦安排書法及茶道表演，並提供具臺灣特色的美食「珍珠奶茶」供參觀者品嚐，希望從文化及飲食方面加深歐洲民眾對臺灣的印象，讓其體會與瞭解臺灣不但是一個融合傳統文化與現代創意、自然美景與人文感動的地方，且更兼具各式美食、多樣生態、交通便利的旅遊目的地，並向英、法兩國消費者大聲宣示“**It’s Time for Taiwan—旅行臺灣就是現在**”。

Time for Taiwan

The number of international visitors arriving in Taiwan hit a record high of 5.56 million people in 2010, which was increased by 27% compared to year 2009. The total number of visitors from Europe to Taiwan in 2010 was 203,001, and among those, 44,430 visitors came from U.K. This figure tops U.K. among other European countries in terms of growth rate in visiting Taiwan. It is clear that the long-term cooperation with the local mainstream tourism companies has finally been paid off and brought dazzling results.

This exhibition aims to promote the new tourism slogan of Taiwan, “Taiwan, the heart of Asia,” to the world and to help more European visitors travelling to Taiwan perceive the strong friendship and taste authentic traditional delicacies through media reports in a number of countries. The European visitors may fully perceive Formosa Taiwan with full oriental charms, turning Taiwan into one of the popular tourism destinations in Asia.

World Travel Market in London is the world’s largest professional travel market and second to the World Travel Market in Berlin. This event is led by the Taiwan Tourism Bureau Deputy Chief Liu Xi-Ling at Ministry of Transportation and Communications to visit the fair with the Taiwan Tourism Delegation. The delegation is scheduled to organize Taiwan Tourism Promotional Activities at the italie2 Shopping Mall in France on November 5th, followed by proceeding to England for visiting the World Travel Market in London from November 7th to 10th. In celebration of the Centennial Founding, the Taiwan Tourism Bureau is expanding the booth to 140 square meters at the World Travel Market in London for the first time. To attract more international visitors to Taiwan, a Happy Hour is scheduled to be held on November 8th, where a briefing on Taiwan's tourism

resources will be given and the local agencies are invited to negotiate business with Taiwan delegation. The agencies will be assisted with more diverse market access in Europe and be offered with a series of rich promotions, including “buy 100 get 100 for Centennial Founding” and “seasoning gifts,” in order to attract an increasing number of major European travel agents into marketing Taiwan tour packages.

The Delegation also invites the arts and cultural group, Jingzhuang Creation Troupe, to perform traditional temple folk culture of Taiwan – Grannies Formation and stunts. The Taiwan Hall also arranges calligraphy and tea culture in addition to offering Taiwan featured delicacies – Pearl (Tapioca) Milk Tea, in attempt to deepen the impression from European public for Taiwan. The public will be able to experience and know Taiwan as a place that integrates traditional culture and modern technology, natural sceneries, and humanity touch; as well as a city that offers cuisines, ecology and convenient commute.

The activity information on the delegation visiting World Travel Market in London and organizing European tourism promotion is described below:

1. Organizing Taiwan Tourism Promotion Activity in italie2, France.

Date: 11/5/2011 (Sat.)

Venue: To be determined

2. Participating in 2011 World Travel Market in London (WTM)

Exhibition Date: 11/7/2011 (Mon.) to 11/10/2011 (Thu.)

Venue: ExCel London

Booth No.: AS670

二、活動致詞稿

(一)法國巴黎推廣會致詞稿

Speech at Paris Roadshow

Nov. 5, 2011

Representative Lu, Mr. Jerome Coumet, Director Wang, Distinguished Guests, Friends in the Media, Ladies and Gentlemen, Good afternoon!

First of all, I would like to thank all of you on behalf of the Taiwan Tourism Bureau for attending today's roadshow. It's been two years since the last time we came to France to promote Taiwan's tourism. France has become Taiwan's third biggest market and one of its most important markets in Europe, under the efforts of our Europe office, the French public relations companies Aviareps and Interface Tourism, which we have worked with, as well as Taiwan's representative office in France. From 2009 to now, this market has shown continuous and steady growth.

France is a country rich in culture, and it leads the world, especially in the trendy, artistic and culinary fields. Taiwan has also recently received international recognition in these areas. Let me name a few examples: Taiwanese fashion designers Shiatzy and Jason Wu; Taiwan's traditional arts and festivals such as the Ming Hwa Yuan Arts & Cultural Group, the Li Tien-Lu Glove Puppet Museum, indigenous tribes' dance performances, the Yanshui Beehive Rocket Festival, and the Dajia Mazu Pilgrimage. These aspects of Taiwan's culture are popular with French tourists and the French media who visit Taiwan. In addition, Taiwanese food – from dishes loved by common people to more upscale and innovative cuisine – have also been praised by the internationally famous French chef Allen Cirelli. Indeed, these are the top 10

elements (see Note 2) in our promotion campaign “Tour Taiwan and Experience the Centennial (旅行台灣・感動 100)”.

This year is the 100th anniversary of the founding of the Republic of China. To celebrate the anniversary, we’ve planned 100 travel itineraries that promise to touch travelers’ hearts. We welcome French people to visit Taiwan for a truly in-depth experience. At the same time, to provide travelers with a convenient and bargain travel experience that gives them more value for their money, Taiwan’s Tourism Bureau has guided 10 county and city governments (Yilan County, Taoyuan County, Hsinchu County, Miaoli County, Nantou County, Chiayi City, Tainan City, Pingtung County, Hualien County and Taitung County) to plan the “Taiwan Tourist Shuttle” travel service, which transports tourists from high speed rail, train and bus stations to the major scenic spots in Taiwan that are popular with international tourists. On weekdays, the shuttles leave every hour; on weekends, every half hour. This service creates a friendly, inexpensive and high quality transportation experience for travelers.

Moreover, last year we held a contest to select the top 10 night markets in Taiwan. This successfully promoted Taiwan’s folk cuisine, which are not only delicious but inexpensive, to overseas tourists. This year, we are following up with the campaign by distributing coupons for tourists to spend at the night markets. They are the latest gifts that will be included in our Four Seasons souvenir giveaway program.

We welcome French tourists who love food to visit Taipei, as well as Taiwan’s various cities and counties, to spend those coupons at the night markets there. We also welcome everyone to come and experience Taiwan’s diverse tourism offerings. It’s Time for Taiwan! Thank you.

(二)倫敦旅展臺灣館記者餐會致詞稿

Speech at the Taiwan Pavilion's Press Lunch at the London WTM

Nov. 8, 2011

Friends from the media, ladies and gentlemen, good afternoon!

Thank you for coming to the Taiwan Tourism Bureau's press lunch. I'm very happy to be in London with all of you. Thank you for being here.

First of all, thank you for your support of Taiwan tourism. Last year was a record-setting year for our tourism sector. The number of visitors to Taiwan surpassed 5.56 million, growing by 27 percent. This is the result of hard work by everyone in the industry.

This is my first time attending the WTM. As the world's biggest professional travel fair, the scale of the exhibition grounds and halls, and the interest from the buyers, are reflections of the fact that the UK is one of the most important outbound travel markets in the world. We consider the WTM to be the most important travel fair in Europe. Taiwan's tourism products have shown great results through the sales of the products by industry players, such as Travelmood, Cox & Kings, Black Tomato, CTS Horizons, and Ours Travel. We hope the sales that will follow from WTM will set a new record.

To help more tourists understand Taiwan, in February we launched our new logo "Taiwan – The Heart of Asia." Through this new logo and the spirit of our previous logo "Taiwan – Touch Your Heart", we will help build Taiwan into the heart of Asia and let tourists feel the warmth of the island. The Taiwan Tourism Bureau premiered a new promotional film on July 28. The film mainly targets four groups of travelers: young people, senior couples, young women, and families. This is the first time that we have used movie production techniques in

shooting a new international promotional video. Among other things, the film shows the warm hospitality of Taiwanese people. Foreigners travelling in Taiwan are most impressed by “the people.” It is the island’s people who give each trip more value, and international travellers have always acclaimed the humanity that they find in Taiwan. The film also includes natural beauty and culture, and uses both sight and sound to present the island’s beauty and humanity—factors that touch the heart of every tourist—to attract more tourists to visit, stay longer, and enjoy a more in-depth experience in Taiwan.

This year is the 100th anniversary of the founding of the Republic of China. To celebrate the anniversary, we’ve planned 100 travel itineraries that promise to touch travelers’ hearts. We welcome people from all over the world to visit Taiwan for a truly in-depth experience. At the same time, to provide travelers with a convenient and bargain travel experience that gives them more value for their money, Taiwan’s Tourism Bureau has worked with 10 county and city governments (Yilan County, Taoyuan County, Hsinchu County, Miaoli County, Nantou County, Chiayi City, Tainan City, Pingtung County, Hualien County and Taitung County) to provide the “Taiwan Tourist Shuttle” travel service, which transports tourists from high speed rail, train and bus stations to the major scenic spots in Taiwan that are popular with international tourists. On weekdays, the shuttles leave every hour; on weekends, every half hour. This service creates a friendly, inexpensive and high quality transportation experience for travelers.

In addition, we are stepping up cooperation with industry professionals to develop a variety of different tourism products, such as around-the-island bicycle tours and mountain climbing tours. Our goal is to enable European travelers to come to Taiwan to experience various types of travel. We hope European tourists will stay a few extra days in Taiwan so that their journey to

such a faraway place will be more worthwhile. Taiwan is definitely a place worth taking the time to see the different sights and to discover its many pleasant surprises in a leisurely and relaxed way. It's time for Taiwan! We welcome everyone to visit Taiwan to experience its many tourism offerings.

I hope all of you will continue to support Taiwan tourism and work with us to promote travel to Taiwan under our new brand. And finally I would like to wish everyone good health and success. Thank you!

(三)倫敦旅展臺灣館 Happy Hour 致詞稿

Speech at the Taiwan Pavilion's Happy Hour at the London WTM

Nov. 8, 2011

Representative Chang, Director Wang, Distinguished Guests, Friends in the Media, Ladies and Gentlemen, Good afternoon!

Thank you for coming to the Taiwan Tourism Bureau's Happy Hour. I'm very happy to be in London with all of you. Thank you for being here.

First of all, thank you for your support of Taiwan Tourism. This year is the 100th anniversary of the founding of the Republic of China. To celebrate the anniversary, we've planned 100 travel itineraries that promise to touch travelers' hearts. We welcome British people and friends from all over the world to visit Taiwan for a truly in-depth experience. Taiwan possesses a rich and diverse culture, friendly people, unique natural scenery, exquisite cuisine and local products, as well as a safe travel environment. These are all conditions that have made our island one of the top travel destinations in Asia. We believe Taiwan is definitely worth British visitors staying a few more days, to more deeply explore our beautiful island.

To help more tourists get to know Taiwan, in February we launched our new logo "Taiwan – The Heart of Asia." Through this new logo and the spirit of our previous logo "Taiwan – Touch Your Heart", we will help build Taiwan into the heart of Asia and let tourists feel the warmth of the island. Don't wait any longer. It's time for Taiwan. Let's take a trip to Taiwan!

Lastly, I would like to wish everyone good health and success at this travel fair and in your work. Thank you!

三、代表團人員名單

No.	單位	職稱	姓名	備註
政府部門、協會				
1	交通部觀光局	副局長	劉喜臨	
2	交通部觀光局	國際組約聘管制員	洪維鈞	
3	交通部觀光局	駐德國法蘭克福觀光辦事處主任	王宗聖	
4	交通部觀光局	駐德國法蘭克福辦事處行銷公關	黃藍萱	
5	台灣觀光協會	秘書	張家瑜	
6	台灣觀光協會	秘書	丁語純	
旅行業者				
1	金界旅行社	董事長	張李正琴	
2	金界旅行社	總監	蕭逸琦	
3	宏祥旅行社	副總經理	謝永蓬	
4	亞都麗緻大飯店	歐洲銷售代表	段麗莉	
5	臺北福華大飯店	業務副理	謝宜玲	
6	台北美侖大飯店	副總經理	王敏儒	
7	台北美侖大飯店	行銷經理	張雅惠	
8	台北美侖大飯店	行銷業務經理	周湘玫	
9	Regent Hotels & Resorts	Regional Director of Sales, Taipei Regent	Joanna Clark	
10	涵碧樓大飯店	業務總監	黃偉莉	
航空公司				
1	中華航空公司英國分公司	總經理	邱彰信	

2	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	副總裁	林榮華	
3	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	協理	楊永恆	
4	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	經理	謝世傑	
5	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	課長	程振良	
6	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	代表	Mohini Patel	
7	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	代表	林慧玲	
8	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	代表	Deepa Vekaria	
9	長榮航空公司歐洲總分公司 英國分公司	代表	Juliane Sip	
表演團體				
1	經傳創作劇團	表演人員	李仕洋	
2	經傳創作劇團	表演人員	簡志佑	
3	經傳創作劇團	表演人員	高琴雅	
4	經傳創作劇團	表演人員	邱讌涵	
5	經傳創作劇團	表演人員	劉映怡	
6		書法/橡皮手刻師	林孜育	

四、媒體相關報導

(一) 中央社 2010/11/05

促台觀光 巴黎人感受亞洲之心

【國外交通】2011-11-05 22:00:20 舒適閱覽：  

(中央社記者羅苑韶巴黎 5 日專電) 中華民國交通部觀光局今天在巴黎市，針對消費大眾，行銷台灣旅遊，鼓吹「旅行台灣就是現在」！

活動地點在巴黎市 13 區位處交通樞紐的義大利廣場 (Place d'Italie) 購物中心，巴黎市 13 區首長庫梅 (Jerome Coumet) 也到場致詞。

觀光局選擇週末時間，利用購物中心人潮，向法國消費大眾大力行銷觀光局「亞洲之心」(Heart of Asia) 以及「旅行台灣就是現在」(Time for Taiwan) 等觀光形象。

觀光局副局長劉喜臨在現場表示，觀光局這幾年在歐洲的行銷主題著重台灣美食、生活文化等庶民經濟，另外是賞鳥、登山、自行車、中華文化等特殊主題旅遊

他說，調查顯示，觀光台灣的外籍人士對台灣留下第一深刻印象是「人民很友善」。因此海外推廣台灣旅遊，在亮點景點臺北 101、故宮等主軸之外，希望再延伸至休閒、文化等生活面向。

駐法代表呂慶龍到場參與活動，邀庫梅一起品嚐現場提供介紹給民眾的珍珠奶茶。

觀光局現場安排經傳創作劇團 5 名舞者表演山地舞、廟會慶典的婆姊陣。年輕舞者舞衣顏色鮮麗，吸引民眾爭先拍照。他們活力十足的表演，帶動全場熱力並邀請呂慶龍、庫梅和劉喜臨一起跳舞，逗得現場民眾十分開心。

駐德國臺北觀光辦事處主任王宗聖在現場表示，寂寞星球出版社近來推薦台灣為全球必遊點，對推廣台灣觀光來說是件令人振奮的消息。台灣一向很自豪適合自行車騎遊以及嚐美食，這些都很適合歐洲為數甚多的背包客。

他說，打著「亞洲之心」的品牌，台灣觀光要更走向國際化。

觀光局今天在巴黎整體行銷台灣觀光形象，民眾在現場可品嚐珍珠奶茶、欣賞書畫表演和民俗表演。現場備有多項台灣旅遊資料，還有抽獎活動，獎品包括台灣兩人行和臺北的旅館住宿券。

觀光局一行人明天啓程前往英國，預計參加7日開幕的倫敦旅展。（附照片）1001105

（二）中央社 2011/11/05

書畫表演引巴黎人認識台灣



中央社 — 2011年11月5日 下午10:56

相關內容



[放大照片](#)

書畫表演引巴黎人認識台灣

交通部觀光局5日在巴黎行銷台灣觀光形象，現場可品嚐珍珠奶茶、欣賞書畫和民俗表演。駐法代表呂慶龍也現場揮毫。中央社記者羅苑韶巴黎傳真 100年11月5日

（三）中央社 2011/11/05

觀光局巴黎推亞洲之心



中央社 — 2011年11月5日 下午10:46

相關內容



[放大照片](#)

觀光局巴黎推亞洲之心

交通部觀光局5日在週末巴黎市推廣台灣觀光品牌，向法國消費大眾大力行銷觀光局「亞洲之心」形象。中央社記者羅苑韶巴黎傳真 100年11月5日

(四) 中央社 2011/11/05

推台觀光 巴黎人感受亞洲心



中央社 — 2011年11月5日 下午10:36

相關內容



推台觀光 巴黎人感受亞洲心

交通部觀光局副局長劉喜臨（右1）5日到巴黎，行銷台灣旅遊。駐法代表呂慶龍（右2）、巴黎市13區區長庫梅出席活動，觀賞原住民舞表演。中央社記者羅苑韶巴黎傳真 100年11月5日

(五) 中央廣播電台 2011/11/07

【僑社新聞】推台灣觀光 巴黎人感受「亞洲之心」



作者：劉品希 | 中央廣播電台 — 2011 年 11 月 7 日 下午 9:44

交通部觀光局 5 日在法國巴黎市，針對消費大眾，行銷台灣旅遊，鼓吹「旅行台灣就是現在」。

觀光局選擇週末時間，在巴黎市 13 區位處交通樞紐的義大利廣場購物中心舉辦促銷台灣觀光活動，利用購物中心人潮，向法國消費大眾大力行銷觀光局「亞洲之心」及「旅行台灣就是現在」等觀光形象。

觀光局副局長劉喜臨表示，觀光局這幾年在歐洲的行銷主題著重台灣美食、生活文化等庶民經濟，另外，賞鳥、登山、自行車、中華文化等特殊主題旅遊也是行銷重點項目。

他說，調查顯示，觀光台灣的外籍人士對台灣留下的第一深刻印象是「人民很友善」，因此海外推廣台灣旅遊，在亮點景點臺北 101、故宮等主軸之外，希望再延伸至休閒、文化等生活面向。

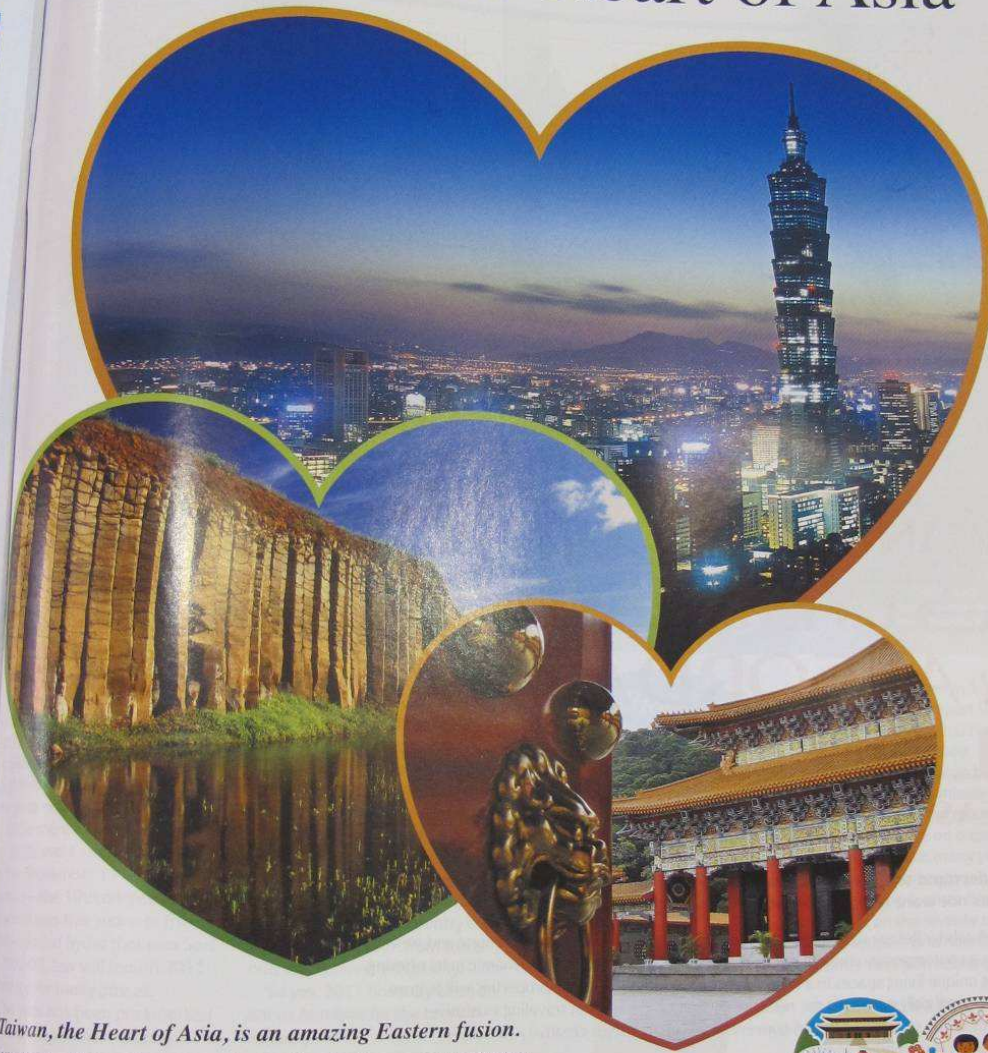
駐德國臺北觀光辦事處主任王宗聖表示，旅遊網站寂寞星球出版社近來推薦台灣為全球必遊國家，對推廣台灣觀光來說是件令人振奮的消息，而台灣非常適合自行車騎遊及品嚐美食，這些都很適合歐洲為數甚多的背包客。

(六) Travel Weekly 2011/11/08

<內頁-臺灣館報導>



Discover the Heart of Asia



Taiwan, the Heart of Asia, is an amazing Eastern fusion.

Where should travellers start – in the vibrant cities, experiencing the unique culture, mouthwatering cuisine and dazzling shopping? Or head to the countryside to enjoy our amazing scenery, the natural face of the island and all the activities we can offer?

Become a 'Taiwan Insider' with the Taiwan Tourism Bureau and take part in our online training at www.taiwaninsider.co.uk. There are great prizes to be won!

Visit our facebook homepage www.facebook.com/TaiwanUK or check out www.taiwan.net.tw to discover this truly wonderful land.

For further information or assistance contact 020 7928 1600 or e-mail taiwan@saltmarshpr.co.uk

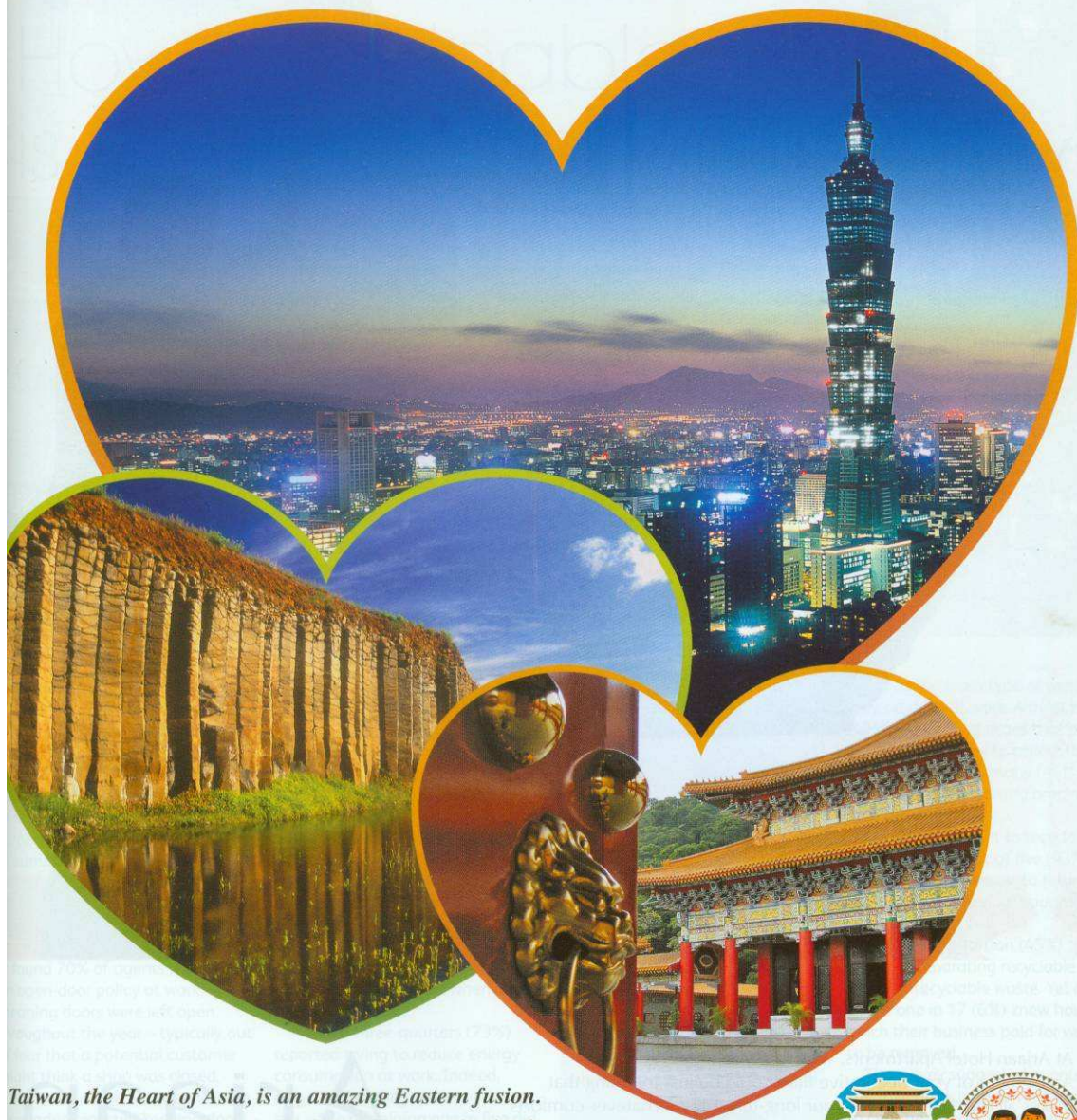
Come to Stand AS 670



Taiwan

THE HEART OF ASIA

Discover the Heart of Asia



Taiwan, the Heart of Asia, is an amazing Eastern fusion.

Where should travellers start – in the vibrant cities, experiencing the unique culture, mouthwatering cuisine and dazzling shopping? Or head to the countryside to enjoy our amazing scenery, the natural face of the island and all the activities we can offer?

Become a 'Taiwan Insider' with the Taiwan Tourism Bureau and take part in our online training at www.taiwaninsider.co.uk. There are great prizes to be won !

Visit our facebook homepage www.facebook.com/TaiwanUK or check out www.taiwan.net.tw to discover this truly wonderful land.

For further information or assistance contact 020 7928 1600 or e-mail taiwan@saltmarshpr.co.uk

Come to Stand AS 670



Taiwan

THE HEART OF ASIA

(八) 中央社 2010/11/14

迎倫敦奧運 台灣強力推觀光



中央社 - 2011年11月15日 上午10:08

相關內容



2012倫敦奧運吸引全球目光，台灣也將強力促銷觀光，計畫從計程車、地鐵、觀光巴士、歐洲之星火車、及人潮眾多的觀光景點加強曝光，讓台灣成為歐洲人士的旅遊選擇。

觀光局副局長劉喜臨告訴中央社記者，今年1至9月份，共有15萬3365名歐洲訪客到台灣，較去年同期增加2.79%；其中荷蘭成長最多，達8.39%，其次是法國增加6.47%。

英國受到經濟不景氣影響，今年前9月共有3萬1982人前往台灣訪問，較去年同期減少4.25%。

劉喜臨說，儘管經濟不景氣，但歐洲民眾出國旅遊的計畫未受影響，因為旅遊是他們生活的重要部分，旅遊的需求仍在，只是預算較少，出發時間延後，因此仍有市場開發的潛力。

經由多年努力，目前在英國地區販售台灣遊程的旅行社達52家，較2010年新增5家，成長10%。

知名旅遊指南「寂寞星球」(Lonely Planet)將台灣列為2012年十大最佳旅遊國中排第9的國家，台英打工度假計畫明年也將啟動，應能為台灣帶來客源成長。

劉喜臨指出，台灣保存中華文化的工作做得最好，不僅有傳統還有創新，從法藍瓷、琉園、雲門舞集等都可以看出台灣堅實的文化底蘊，在歐美市場推廣觀光，形象是行銷要訣，很多歐美人士去過台灣後，感受到台灣的美好，口耳相傳。

對明年夏天登場的倫敦奧運，劉喜臨樂觀認為，這是行銷台灣觀光的大好機會，從英國主要機場、戶外通路、計程車、雙層巴士、火車、專業雜誌等管道，將加強曝光，讓台灣成為歐洲民眾下一次旅行的目的地。

觀光局在最近倫敦舉行的專業旅展，以新口號「旅行台灣，就是現在」(TAIWAN—Time for Taiwan)，向旅遊業及媒體界人士介紹台灣觀光魅力，同時安排「經傳創作劇團」表演台灣特有的原住民歌舞及「書法刻字文創」等，並提供具台灣特色的美食「珍珠奶茶」供參觀者品嚐，從文化及飲食方面加深歐洲民眾對台灣的印象，反應熱烈。

今年以來，觀光局已陸續在希斯羅機場進入倫敦市中心的快速火車、地鐵及巴士安排設計獨特的廣告，並在經濟學人雜誌旗下Intelligent Life雜誌11/12月號封面與封底刊登文宣，強化宣傳效果。(本文附照片) 1001114

(觀光局提供) 中央社記者黃貞貞倫敦傳真 100年11月14日

(九) 中央社 2011/11/14 (Yahoo 新聞)

台廣告登上經濟學人專刊

 中央通訊社 中央社 – 2011年11月14日 下午10:32

相關內容



放大照片
台廣告登上經濟學人專刊

「旅行台灣，就是現在」，台灣觀光局在英國知名經濟學人雜誌專刊Intelligent Life 11/12月號封面與封底，大幅刊登台灣的觀光廣告，設計吸睛。(觀光局提供)中央社記者黃貞貞倫敦傳真 100年11月14日

(十) 中央社 2011/11/14 (Yahoo 新聞)

台廣告登上經濟學人專刊

中央通訊社 THE CENTRAL NEWS AGENCY 中央社 – 2011年11月14日 下午10:32

相關內容



[放大照片](#)

台廣告登上經濟學人專刊

「旅行台灣，就是現在」，台灣觀光局在英國知名經濟學人雜誌專刊Intelligent Life 11/12月號封面與封底，大幅刊登台灣的觀光廣告，設計吸睛。(觀光局提供)中央社記者黃貞貞倫敦傳真 100年11月14日

(十一) 中央社 2011/11/14

台觀光廣告 倫敦機場看得見

中央通訊社 THE CENTRAL NEWS AGENCY 中央社 – 2011年11月14日 下午10:16

相關內容



[放大照片](#)

台觀光廣告 倫敦機場看得見

台灣觀光局積極在英國推動觀光，旅客人數眾多的希斯羅機場前往倫敦市中心的快速火車車站走廊，安排以太魯閣國家公園為主題的廣告，受到過往旅客注意。(觀光局提供)中央社記者黃貞貞倫敦傳真 100年11月14日

(十二) 中央社 2011/11/14

台觀光廣告 倫敦巴士看得到

中央通訊社 THE CENTRAL NEWS AGENCY 中央社 – 2011年11月14日 下午10:16

相關內容



[放大照片](#)

台觀光廣告 倫敦巴士看得到

觀光局積極在英國推動觀光，以我愛台灣為字樣的廣告登在倫敦雙層巴士，十分醒目。中央社記者黃貞貞倫敦傳真 100年11月14日