

出國報告（出國類別：其他）

## 參加「2012 新加坡秋季旅展」展覽活動 出國報告

服務機關：經濟部商業司

姓名職稱：謝季芳 科長、賴怡臻 科員

派赴國家：新加坡

出國期間：101 年 08 月 22 日至 08 月 25 日

報告日期：101 年 11 月 12 日



## 摘要

根據交通部觀光局統計資料，100 年來臺旅客動向調查指出，100 年全年來臺旅客累計 608 萬 7,484 人次，創歷年來臺人次新高，客源市場中成長率最高前三名為新加坡、日本及韓國。新加坡來臺旅客成長幅度居冠，係因 100 年新加坡市場於我國籍復興航空首航新加坡，加上過去 NATAS 旅展成功推廣，獲得不少團體旅遊訂單，加上新幣匯率持續強勢之推波助瀾，帶動新加坡來臺旅遊市場，隨著交通部觀光局在新加坡增強推廣力度，在新加坡的大眾運輸系統和計程車上大量露出臺灣旅遊廣告，加強與當地旅行業合作推出具競爭力產品。

為使臺灣商圈增加國際能見度，成功行銷於國際市場，於本（101）年 8 月 22 至 25 日辦理海外參展事宜，協助具特色且富有接待國際旅客能量的商圈業者赴新加坡參加新加坡全國旅行社協會（NATAS）辦理之「2012 新加坡秋季旅展」，同時參與臺灣觀光協會辦理之臺灣觀光推廣會，與當地媒體、旅遊業者交流，藉以增進新加坡當地旅遊業者、民眾對臺灣商圈的認識與瞭解，及商圈所提供的食、宿、行、遊、購、娛、育等旅遊服務，進而增加雙方合作機會，以促進國際市場商機媒合的機會。

透過本次參展推廣活動，以「臺灣商圈主題館」進行行銷，增加對國際對臺灣商圈業者旅遊商品瞭解及強化交流媒合之機會，並瞭解當地遊客的需求，分析行銷臺灣商圈主題特色之困難點，亦可藉以增廣見聞並學習他人成功之處；同時對於未來商圈政策之執行，可朝向與海外相關產業（旅行業者）互相合作，發揮產業群聚效果，共創商機，以提高臺灣商圈能見度，藉以帶來實質經濟效益。

# 目錄

摘要.....	I
壹、計畫緣起及目的.....	1
貳、實際參展暨推廣行程.....	3
參、參展活動過程與紀要.....	6
一、參加「臺灣觀光推廣會」.....	6
二、參加「2012年新加坡秋季旅展(NATAS)」.....	8
三、其他參訪地點考察紀要.....	14
肆、參展心得與建議.....	16
一、參展心得.....	16
二、建議.....	18

## 壹、計畫緣起及目的

為使臺灣商圈增加國際能見度，成功於國際市場行銷廣宣，近年來，經濟部商業司協助具特色且富有接待國際旅客能量的商圈業者到海外參展，以增進海外旅遊業者與消費者對臺灣商圈的瞭解，進而增加雙方合作機會，以促進國際市場商機媒合機會。

根據交通部觀光局統計資料，100年來臺旅客動向調查指出，100年全年來臺旅客累計 608 萬 7,484 人次，創歷年來臺人次新高，客源市場中成長率最高前三名為新加坡、日本及韓國；又依據交通部觀光局統計分析指出 101 年 1 月至 6 月新加坡來台人數 144,696 人次，較 100 年同期的 125,268 人次成長 15.51%，成長幅度為東南亞之最。

新加坡來臺旅客成長幅度居冠，主要係因 100 年新加坡市場於我國籍復興航空首航新加坡，加上過去 NATAS 旅展成功推廣，獲得不少團體旅遊訂單，加上新幣匯率持續強勢之推波助瀾，帶動新加坡來臺旅遊市場，隨著交通部觀光局在新加坡增強推廣力度，在新加坡的大眾運輸系統和計程車上大量露出臺灣旅遊廣告，加強與當地旅行業合作推出具競爭力產品。此外，新加坡距離臺灣航程近，語言無隔閡，近年來自由行旅客成長快速，歷次旅展銷售成績亮眼，而每年 11、12 月是新加坡學生寒假假期，為新加坡民眾出國旅遊之旺季，故秋季旅展推廣活動便成為向新加坡民眾行銷臺灣商圈之最好機會。

新加坡旅展每年春、秋兩季定期由新加坡全國旅行社協會(National Association of Travel Agents Singapore, NATAS) 舉辦觀光旅遊展，是當地主要的旅遊交流交易平台。本年度之「2012 新加坡秋季旅展」，展期從 8 月 24 日至 26 日於新加坡 Singapore Expo 舉辦，為增加臺灣商圈國際曝光度及推廣我國商圈特色遊程，規劃於本(101)年 8 月 22 日至 25 日率輔導商圈及團隊赴海外辦理參展及推廣行銷事宜，整合具特色且富有接待國際旅客能量的商圈資源至新加坡展出，同時參與交通部觀光局委託臺灣觀光協會辦理之臺灣觀光推廣會，與當地媒體、旅遊業者交流，將商圈所提供的食、宿、行、遊、購、娛、育等旅遊服務推薦給當地潛在消費者，進而增加雙方合作機會，以促進國際市場商機媒合之機會。

本次出國參展主要期望藉由國際展覽行銷活動，直接針對潛在消費者面對面推廣洽談，協助國內商圈爭取海外拓展商機之機會、推廣特色遊程、型塑臺灣商圈優質形象，同時更期待透過本次展覽為臺灣商圈帶來海外觀光人潮，吸引國際旅客來臺進行商圈旅遊觀光。

## 貳、實際參展暨推廣行程

本次參加「2012 新加坡秋季旅展」活動，係委託展智策略設計有限公司執行辦理策展事項，執行單位於 101 年 8 月 21 日（星期二）至 8 月 27 日（星期一）邀集國內商圈組織及相關業者赴新加坡參加 NATAS（National Association of Travel Agents Singapore）主辦之「2012 新加坡秋季旅展」展覽活動，並於會場設置攤位及舉行推廣行銷活動；另為提高本次活動效益，參與由交通部委託臺灣觀光協會辦理之「臺灣觀光推廣會」，與新加坡業者及媒體進行交流，推廣我國商圈訊息。

為實地瞭解本次參展實際情形，參與臺灣觀光推廣說明會，並督導本計畫實際執行之成效，訂於 101 年 8 月 22 日（星期三）至 25 日（星期六），共計 4 天赴新加坡辦理商圈推廣等參展事宜，實際參與推廣及展覽行程說明如表 1。

表 1 推廣暨展覽行程表

日期	起訖地點	詳細工作行程及內容說明
8 月 22 日 (星期三)	台北—新加坡	上午：由台北啟程飛往新加坡 下午：參加「臺灣觀光推廣會」 <ul style="list-style-type: none"><li>● 地點：Carlton Hotel 2F Empress Ballroom 4</li><li>● 工作內容：<ol style="list-style-type: none"><li>(1)介紹臺灣商圈特色及產業。</li><li>(2)推廣臺灣商圈特色產品及主題遊程。</li><li>(3)與當地媒體、業者進行彼此交流洽談、交換名片。</li><li>(4)會場中之其他推廣攤位交流觀摩。</li></ol></li><li>● 目的： 本推廣會係由交通部觀光局委託臺灣觀光協會辦理，透過參與本次活動，與新加坡業者及媒體進行交流，推廣臺灣商圈訊息。</li></ul>
8 月 23 日 (星期四)	新加坡	上午：參訪新加坡知新館 S'pore Discovery Centre <ul style="list-style-type: none"><li>● 目的： 透過參訪瞭解新加坡過去、現在與未來的環境知識、全民國防、在地文化，並深入體驗與眾不同的新加坡，並透過知新館的展館特色瞭解新加坡的在地環境及相關單位的商業投資及公共設施挹注現況。</li></ul>

<p>8 月 23 日 (星期四)</p>	<p>新加坡</p>	<p>下午：</p> <p><b>1. 參訪烏節路商圈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 目的： 本商圈為新加坡最摩登的購物街，結合美食、購物、文化、娛樂、休閒的概念館，透過各項活動舉辦及街區裝飾，成為城市行銷最佳利器，透過參訪瞭解相關單位適當規劃及店家的配合模式，借鏡學習、體驗新加坡地區商圈發展新型態，策略性政策導入思維與手法。</li> </ul> <p><b>2. 進駐 Singapore Expo Hall 3,4,5 展館整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 工作內容： (1)驗收臺灣商圈主題館展館裝潢。 (2)寄件貨物(推廣文宣品)簽收、文宣品佈置。 (3)展場整備、勘查與熟悉場地。</li> </ul> <p><b>3. 參訪駁船及克拉碼頭環港商圈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 目的： 環港商圈的發展已在臺灣逐漸興起，如台北港、基隆港、南寮漁港等，主要係由商業型態與觀光產業結合而成之新興商圈；而駁船克拉碼頭為 100 多年前對外重要貿易核心地區，經新加坡政府改造舊碼頭後的沿河景觀，吸引眾多特色餐飲店家及工藝店家進駐，形成特色碼頭區，透過觀摩藉以瞭解該碼頭商圈運作之發展情況，以其經驗作為未來臺灣環港商圈輔導之參考借鏡。</li> </ul>
<p>8 月 24 日 (星期五)</p>	<p>新加坡</p>	<p>全日：參加「2012 新加坡秋季旅展」</p> <p><b>1. 參加旅展開幕式：旅展正式開幕</b></p> <p><b>2. 展開推廣宣傳、洽談活動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 工作內容： (1)推廣臺灣商圈特色及產業文化。 (2)展場中參展攤位交流觀摩。 (3)廠商彼此交流洽談、互相交換名片。 (4)商圈文宣品發送、特色介紹。 (5)舉行掃描 QR Code 活動，下載商圈 APP 致贈精美商圈禮品。 (6)商圈特色商品試吃，如：淡水魚酥、鐵蛋、新社香菇餅乾、香菇乾、九份芋圓 Q 餅等。 (7)旅遊決策行為問卷調查。 (8)協助當地民眾進行商圈主題遊程諮詢、規劃。</li> </ul>

<p>8月24日 (星期五)</p>	<p>新加坡</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 目的： 於本次參展攤位中進行宣傳，推廣臺灣商圈及相關遊程，藉以吸引國際旅客來臺進行商圈旅遊，提升國際能見度及知名度。</li> </ul>
<p>8月25日 (星期六)</p>	<p>新加坡－台北</p>	<p>上午：參加「2012新加坡秋季旅展」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 工作內容： <ul style="list-style-type: none"> <li>(1)推廣臺灣商圈特色及產業文化。</li> <li>(2)展場中參展攤位交流觀摩。</li> <li>(3)廠商彼此交流洽談、互相交換名片。</li> <li>(4)商圈文宣品發送、特色介紹。</li> <li>(5)舉行掃描 QR Code 活動，下載商圈 APP 致贈精美商圈禮品。</li> <li>(6)商圈特色商品試吃，如：淡水魚酥、鐵蛋、新社香菇餅乾、香菇乾、九份芋圓 Q 餅等。</li> <li>(7)旅遊決策行為問卷調查。</li> <li>(8)協助當地民眾進行商圈主題遊程諮詢、規劃。</li> </ul> </li> <li>● 目的： 於本次參展攤位中進行宣傳，推廣臺灣商圈及相關遊程，藉以吸引國際旅客來臺進行商圈旅遊，提升國際能見度及知名度。</li> </ul> <p>下午：由新加坡啟程飛回台北</p>

資料來源：本報告整理

## 參、參展活動過程與紀要

### 一、參加「臺灣觀光推廣會」

(一) 時間：101 年 8 月 22 日 (星期三) 下午 16:00~18:00

(二) 地點：Carlton Hotel 2F Empress Ballroom 4

#### (三) 推廣會準備物品

1. 由推廣會提供會議長桌 1 張，約 180cm (供商圈推廣專用)。
2. 會議展桌佈置：準備具商圈特色之商品進行展桌的佈置，以吸引業者及媒體的目光，相關佈置物清單如下：
  - (1) 新社商圈：菇菇部屋 (香菇娃娃)、薰衣草森林小盆栽、香氛商品、菇神之菇類製品 (餅乾、香菇素肉條)。
  - (2) 九份商圈：九份芋圓 Q 餅。
  - (3) 安平商圈：劍獅公仔、劍獅吊飾。
  - (4) 文宣品：臺灣商圈文宣品，總計 600 份，詳如表 2。
  - (5) 新聞稿：備 100 份，提供給當地媒體，藉以行銷臺灣商圈。

表 2 推廣文宣品明細表

序號	文宣品	數量
01	淡水英文版摺頁	80 份
02	新社中英文版摺頁	80 份
03	安平英文摺頁、明信片	80 份
04	鹿港導覽美食中英文版摺頁	80 份
05	九份暨黃金山城英文版摺頁	80 份
06	西門潮地圖	50 份
07	內灣中英文版摺頁	50 份
08	平溪中文版摺頁	50 份
09	田尾英文版摺頁	50 份
10	環保提袋	100 份

資料來源：本報告整理



圖 3 推廣會現場攤位佈置示意圖

資料來源：本報告拍攝



圖 4 推廣會現場交流實況

資料來源：本報告拍攝

#### (四) 現場推廣情形

本次規劃於旅展展出前參加由交通部觀光局委託臺灣觀光協會於當地舉辦之「臺灣觀光推廣會」，該推廣會邀請約 60 名以上的新加坡當地主流業者、媒體前來參加，以增進雙方業者情誼，並藉由雙方業者溝通創造適合新加坡民眾之臺灣旅遊產品。

透過本次活動，於商圈展攤上擺設臺灣商圈特色產品及推廣文宣資料，藉以吸引新加坡業者與當地新聞媒體至本展攤前，並在會場內主動與當地業者及媒體朋友交流，與會場各單位代表互動氣氛熱絡，更與新加坡業者交換名片並強力介紹臺灣商圈主題旅遊特色，更提供新北市瑞芳區九份商圈九份芋圓 Q 餅、台中市新社區新社商圈菇神業者的香菇製品等產品進行試吃，大獲新加坡業者與當地新聞媒體好評。

## 二、參加「2012 年新加坡秋季旅展 (NATAS)」

(一) 時間：101 年 8 月 24 日 (星期五) 至 26 日 (星期日) 10:00~21:30

(二) 地點：Singapore Expo (新加坡展覽中心) Hall 3,4,5

(三) 攤位號碼：5H17

(四) 展覽會場介紹

### 1. 新加坡展覽中心平面圖

本次 2012 新加坡秋季旅展會展位置於新加坡展覽中心，一般用於舉辦大型會議、獎勵旅遊、公約和展覽，為新加坡最大的會議及展覽場地，整體室內和室外空間超過 12 萬平方米，室內空間擁有 10 個展覽及會議廳、4 個會議廳，3 間會議室和 6 個單位的 V-客房 (移動會議室) 和 MAX 館，新加坡展覽中心每年接待 600 萬遊客和超過 600 個活動。



圖 1 Singapore Expo (新加坡展覽中心) 平面圖

資料來源：本報告整理

## 2. 本次展覽會場平面圖

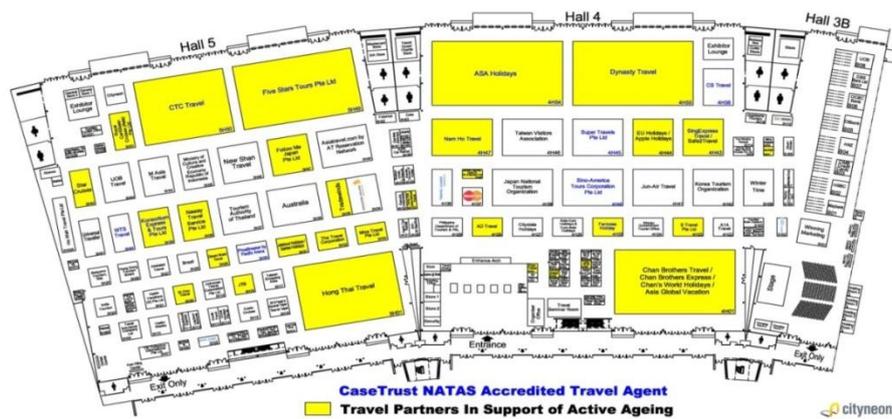


圖 2 本次展覽會場平面圖

資料來源：本報告整理

### (五)「臺灣商圈主題館」展場空間規劃

本年度參與新加坡秋季旅展展覽目的為臺灣商圈主題旅遊形象宣傳，以介紹臺灣商圈和旅遊指南為主軸，為呈現商圈主題意象，採獨立承租展館展位並搭設商圈主題館，共承租四個標準攤位大小，總計 36 平方米，展位區域為島型位置（四面臨走道），設計上以民眾可由攤位四周進入、參觀為原則，同時採用全館形象設計，空間明亮、具穿透性，藉由商圈特色圖像構圖，以特色商圈景點圖襯托出臺灣商圈旅遊環境的感覺。

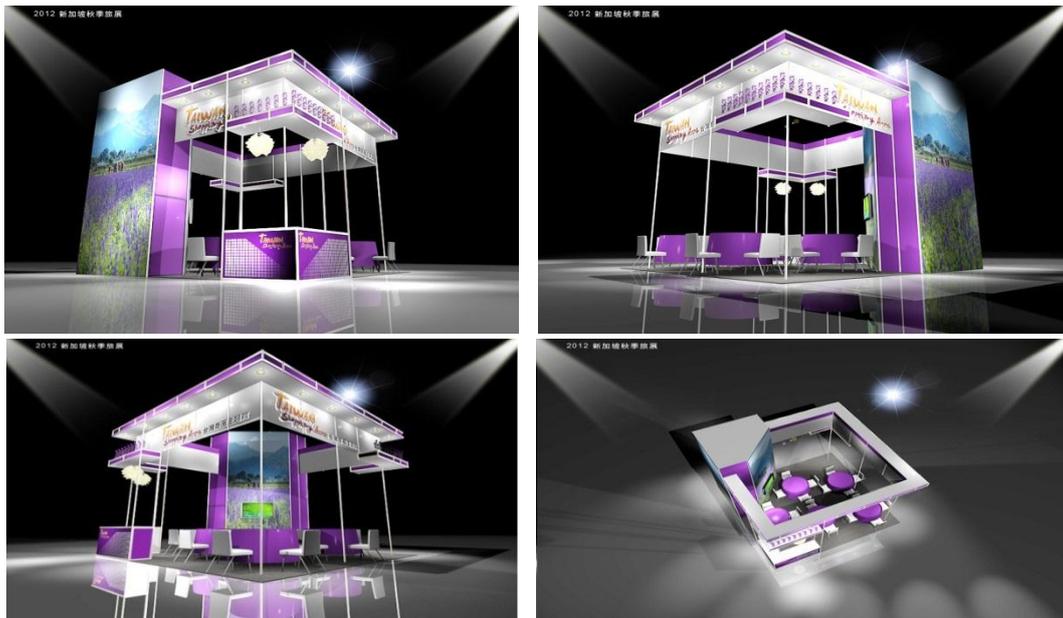


圖 5 展館空間 3D 圖

資料來源：本報告整理

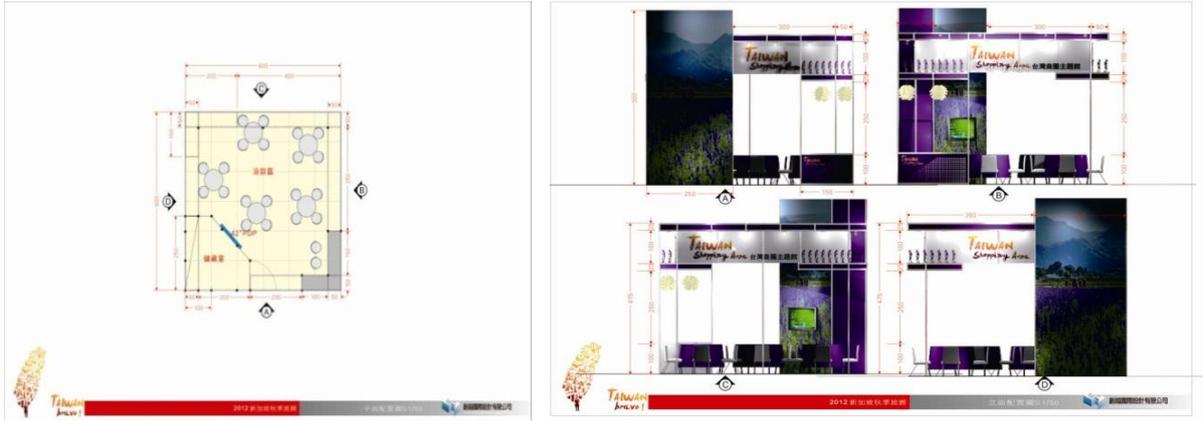


圖 6 展館空間平面圖

資料來源：本報告整理



圖 7 展館施工及牆面美工圖

資料來源：本報告拍攝



圖 8 展館施工完成圖

資料來源：本報告拍攝

## (六) 展覽準備物品

### 3. 文宣品佈置

- (1) 九份暨黃金山城英文版摺頁 (700 份)
- (2) 安平英文摺頁、明信片 (450 份)
- (3) 新社中英文版摺頁 (470 份)
- (4) 台南市觀光導覽圖 (30 份)
- (5) 安平魅力商圈導覽簡介 (1,000 份)
- (6) 鹿港導覽、美食導覽、寺廟導覽中英文版摺頁 (650 份)
- (7) 淡水英文版摺頁 (400 份)
- (8) 西門潮地圖 (250 份)
- (9) 亞太飯店中、英文版摺頁 (350 份)
- (10) 南庄中文版摺頁 (450 份)
- (11) 平溪中文版摺頁 (450 份)
- (12) 內灣中英文版摺頁 (450 份)
- (13) 環保提袋 (1,500 份)：於臺灣商圈主題館進行活動推廣贈品。
- (14) 文宣品：臺灣商圈文宣品，總計 600 份。詳如表 1。
- (15) 新聞稿：備 100 份，提供給當地媒體，藉以行銷臺灣商圈。

#### 4. 電視牆：42 吋

(1) 播放工具：以 DVD 為主，筆記型電腦備用

(2) 播放短片：內灣商圈短片、平溪商圈短片、南庄商圈短片、新社商圈短片、南橫三星商圈短片、鹿谷凍頂之美短片、淡水商圈短片。

#### 5. 展館設備

(1) 諮詢服務台 L 型：1 組

A. 陳設聯合文宣

B. 佈置：

- 商圈特色商品：菇菇部屋－香菇娃娃、薰衣草森林鋪子商品、緩慢熊
- 3C 設備展示：筆記型電腦、智慧型手機、iPad（播放商圈影片）
- 特色商品試吃：菇神香菇加工食品、九份芋圓 Q 餅、淡水老街商圈魚酥、鐵蛋

(2) 洽談區桌椅：5 組

A. 紫色桌巾：5 條

B. 洽談桌設置花瓶及乾燥薰衣草、10 大商圈文宣品各一份

C. 薰衣草森林贊助產品試用

#### (七) 展覽現場推廣情形

有關新加坡秋季旅展展館攤位展示部分，於展館內建置臺灣商圈主題館，攤位規模為 36 平方米，整體行銷臺灣商圈形象，並遴選十大亮點商圈，含台北市西門町商圈、新北市平溪商圈、新北市九份商圈、新北市淡水老街商圈、新竹縣內灣商圈、苗栗縣南庄商圈、台中市新社商圈、彰化縣鹿港商圈、台南市安平商圈及屏東縣恆春商圈等，進行聯合行銷，以發揮綜效。

展位中之工作同仁主要扮演諮詢角色，為新加坡民眾解答問題，同時為有效運用摺頁，提高發放效益，針對前往臺灣商圈主題旅遊感興趣的民眾，如：台北市西門町商圈、新北市九份商圈、平溪商圈、淡水商圈、新竹縣內灣商圈、苗栗縣南庄商圈、台中市新社商圈、彰化縣鹿港商圈、台南市安平商

圈、屏東縣恆春商圈等，為其詳細解說交通、住宿及行程規劃等資訊，輔以贈送印製臺灣商圈主題特色 LOGO 之環保提袋、商圈特色商品小贈品、提供商圈特色產品試吃，並發放人員的名片供未來遊客聯絡需要，吸引不少自由行旅客的目光，當地民眾反應甚佳。



圖 9 展覽期間推廣行銷實況

資料來源：本報告拍攝



圖 10 展覽期間商圈特色產品展示圖

資料來源：本報告拍攝



圖 11 洽談區協助進行商圈旅遊規劃

資料來源：本報告拍攝

#### 四、其他參訪地點考察紀要

##### (一) 新加坡知新館

新加坡知新館 (S'pore Discovery Centre)，為新加坡的國民教育館，但其非盲目灌輸服從、愛國之類的精神，而是透過展示包括教育國民要有國家安全和危機意識，應付未來的機遇、挑戰、危機應變等等。知新館旁邊則連結著新加坡陸軍博物館 (Army Museum of Singapore)，介紹新加坡過往參與過的戰爭和一些軍事知識，戶內及戶外均擺設部分武器展品供參觀。

透過本次參訪，瞭解新加坡過去、現在與未來的環境知識、全民國防、在地文化，並深入體驗與眾不同的新加坡，此外透過知新館的展館特色，瞭解新加坡的在地環境及相關單位的商業投資及公共設施挹注現況。

## (二) 參訪烏節路 (Orchard Road) 商圈

烏節路為新加坡的有名的購物區及商業大街，位於新加坡中區內，馬路兩旁各式商場與百貨公司林立，其中義安城是東南亞最大的百貨公司之一，可說是新加坡最摩登的購物街，同時當地亦為新加坡地鐵南北線途經的車站，是當地重要的交通樞紐。

透過參訪本商圈，可發現其結合了美食、購物、文化、娛樂、休閒的概念，也會透過各項活動舉辦及街區裝飾，成為城市行銷最佳利器，也藉著參訪瞭解其規劃方式及店家的配合模式，借鏡學習、體驗新加坡地區商圈發展型態、思維與手法。

## (三) 參訪駁船碼頭 (Boat Quay) 及克拉碼頭 (Clarke Quay) 環港商圈

駁船碼頭位於卡文那 (Cavenagh) 和埃爾金橋 (Elgin Bridge) 間，為新加坡最古老的碼頭，為 100 多年前對外重要貿易核心地區；而克拉碼頭原本是貨物集散地，則與駁船碼頭隔著一條哥里門橋 (Coleman Bridge)，連接駁船北碼頭處。該區域經新加坡政府整治新加坡河、改造舊碼頭後的沿河景觀，吸引眾多特色餐飲店家及工藝店家進駐，形成目前的特色碼頭區。

參訪時可發現商圈內多設立海鮮餐廳、酒吧及啤酒屋等，夜間便是新加坡的宵夜及夜生活重鎮，吸引相當多的人潮及國際觀光遊客前往，商機盎然，成為商業型態與觀光產業結合而成之新興商圈；而環港商圈的發展在臺灣也逐漸興起，如台北港、基隆港、南寮漁港等，透過本次觀摩，藉以瞭解新加坡環港商圈運作之發展情況，可將其發展經驗作為未來臺灣環港商圈輔導之參考借鏡。

## 肆、參展心得與建議

### 一、參展心得

在新加坡籌備「2012 新加坡秋季旅展」期間，在公共場所隨處可見近幾年交通部觀光局積極推廣臺灣觀光旅遊的成果，如：在新加坡大眾運輸系統，如捷運站等地可看到臺灣觀光知名景點的大量廣告非常醒目。

為期三天的 2012 年新加坡秋季旅展總共有 1,147 個展位，前往參觀的民眾及同業共約 65,822 人次，總銷售量達 1.08 億新幣 (S\$108 million)，相較預估 11 萬人次的落差，新加坡主辦單位指出原因之一肇因許多旅行社在旅展前即開始宣傳推廣，許多新加坡民眾早已提前訂購及安排相關旅遊行程，故影響觀展人次，但總銷售量比 2011 年成長 8%。

今年度經濟部商業司首次於新加坡獨立展位參展，成功聚集參觀人潮，期望後續能持續著力於海外市場推廣宣傳，並在管道和方法上推陳出新，可望有效維持市場活力。

#### (一)「臺灣商圈主題館」所處位置優越，能見度高

本次旅展臺灣商圈主題館位處於 Hall 5 展位屬於島型結構，周圍均坐落知名旅行社，取得有利之推廣位置，加上展館搭建 5 米高，發揮吸睛效力，成功聚集參觀人潮。

在三天的展期間，多數新加坡民眾皆慕名臺灣旅遊景點，而前來臺灣商圈主題館展區索取相關摺頁，可見臺灣地區具備國際知名度的魅力，但民眾對於「臺灣商圈」此名詞概念較為模糊，故展館工作同仁細心對商圈旅遊具高度興趣的民眾作深入解說，並提供相關交通、住宿、行程規劃之建議與資訊。

#### (二)「臺灣商圈主題館」具有主題性，與臺灣館有所區隔

經濟部商業司輔導商圈迄今逾 16 年，在推廣上，今年度事前遴選出十大特色且具備國際接待能量之地區商圈，分別有台北市西門町商圈、新北市平溪商圈、新北市九份商圈、新北市淡水老街商圈、新竹縣內灣商圈、苗栗

縣南庄商圈、台中市新社商圈、彰化縣鹿港商圈、台南市安平商圈及屏東縣恆春商圈，進行整體的推廣，展期間除各商圈推廣文宣外，亦統一印製整體的聯合文宣，以有效的連結全台商圈，並於文宣中置入推薦的旅遊行程供自由行民眾參考。

由於鎖定推廣主題，向當地民眾介紹時能更為深入，且可協助以規劃「任你遊 (Mini Tour)」之概念，以「想怎麼玩就怎麼玩的旅遊概念」，推薦多條的臺灣自由行體驗行程，滿足現代人 Long Stay、慢活、深度旅遊的需求，讓遊客自在地感受臺灣特色商圈的旅遊魅力。

### **(三) 增加對國際對臺灣商圈業者旅遊商品瞭解及強化交流媒合之機會**

經過數月的籌備與三天的展期，對於海外參展經驗的累積，瞭解到一個成功的展覽活動，商圈資源的整合與周邊產業的投入是成功關鍵因素之一，本次的參展獲得商圈組織業者的大力協助與資源的提供，如：新社商圈的業者提供特色商品「薰衣草森林鋪子商品、菇神的香菇加工製品」，安平商圈的業者提供特色商品「劍獅公仔、劍獅吊飾、劍獅服裝、劍獅造型手工皂等」，九份商圈的業者提供特色商品「九份芋圓 Q 餅」等，皆是豐富展覽活動的重要元素，由於商圈業者願積極配合與投入，除為展覽活動增色之外，更可為商圈贊助業者帶來潛在商機。

此外，透過本次旅展瞭解新加坡旅遊市場目前係以幾家大型旅行社居主流，集客能力強，被引為重要合作夥伴，本年度參加旅展及臺灣觀光推廣會目的均為媒合與交易，對旅遊通路與產業合作模式的發展空間，可再注入新思考，市場新面向，或許在未來，可多方媒合各地區業者，促成各地的合作機會。

### **(四) 國際展覽活動為重要的宣傳場所，藉以增廣見聞並學習他人成功之處**

參與國際展覽活動是強化國際人士對臺灣商圈旅遊環境的認知，透過此重要宣傳場所，展館內匯集全球產業重要人士及當地的潛在消費民眾（即目標客群）是以交流學習、增廣見聞的良機，透過人與人面對面的交談雖是較為耗時的行銷手法，且尚無法立即促成實質交易，但所建構的人脈關係，實

有助於未來的行銷活動拓展，若能透過多次參與的機會，搭配其他行銷工具，則可建立臺灣商圈旅遊環境之國際形象，進而達到行銷臺灣之目的。

#### **(五) 透過瞭解當地遊客需求，分析行銷臺灣商圈主題特色之困難點**

對於國際旅客來說，「臺灣商圈」此名詞，或許是文化上、政策上的推動差異，因而瞭解該名詞是當地民眾不熟悉的，因此在推廣上，當地民眾對於本次推廣的「臺灣商圈」印象是停留在熱門景點的名詞上的，像是九份老街、平溪老街、淡水老街、鹿港老街、安平老街（古堡）、南庄老街、內灣老街、西門町等的說法，因此，在後續的推動上建議可考量參考區域消費、文化等取向，以提供迎合當地消費喜好旅遊商品。

此外於旅展期間，當地民眾最常詢問的便是大眾交通工具的提供，由於臺灣商圈坐落區域，部分屬於無專車駛抵，因此對於自由行旅客來說，交通將為其一大阻力，對於相關交通配套措施的詢問亦更為仔細，因此，若能結合相關部會營運之交通工具，諸如：臺灣好行觀光巴士，對於當地發展將為一大助力。

## **二、建議**

### **(一) 與海外相關產業（旅行業者）互相合作，發揮產業群聚效果，共創商機**

舉凡參與國外大小展覽，參展國家之相關團體均無法於國外進行直接的主題遊程銷售，必須與海外的相觀產業合作，方能帶來實質效益，否則僅能站在推廣的角度，進行解說、介紹、發放文宣品。由於展場中大多數由當地旅行社販售各國旅遊套裝行程，本次亦透過臺灣旅行社與新加坡當地配合業者為 Wts Travel & Tours Pte Ltd、Konsortium Express & Tours Pte Ltd、Asia-Euro Holidays Pte Ltd、Global Holidays Pte Ltd、Farmose Holidays Tour(s) Pte Ltd、SEIKI TRAVEL 等多家旅行社，共同推廣商圈，惟後續應持續深耕市場，保持合作關係夥伴，將具有主題性及潛力之旅遊訊息給旅行業者，以有效推廣臺灣商圈主題旅遊環境。

### **(二) 攜帶介紹臺灣各地商圈之簡介 DM，以最快速、有效的方式讓海外民眾對臺灣商圈印象提昇**

為推廣臺灣各地區的商圈的特色讓海外消費者認識，在展館設計規劃上，以臺灣地圖的模式展現全臺商圈特色的設計，透過視覺效果，帶給海外民眾對臺灣景點的印象，不再只停留在臺灣的 101、日月潭、阿里山等著名景點，藉由全臺地理位置圖的呈現，讓海外消費者瞭解著名景點鄰近處還有很多具有魅力、特色的商圈旅遊環境，例如：懷舊山城的九份之美、平溪天燈的故鄉、內灣、南庄客家山城、紫色幸福小鎮新社、懷舊老街的鹿港、歷史古都的安平等。

此次展期吸引許多新加坡民眾對於臺灣商圈的詢問與興趣，像是台中新社、台南安平、新北九份、平溪天燈故鄉等詢問度均非常高，代表本館主題特色確實呈現臺灣商圈特色給新加坡民眾，因此建議未來參加國際旅展時，可以提供整合臺灣商圈旅遊商品的詳細摺頁或旅遊手冊，透過全台商圈的旅遊地圖等特色簡介，進行有效的宣傳，藉此吸引遊客前來索取，勢必更能達到行銷臺灣整體商圈，強化商圈旅遊產業帶動整體觀光旅遊之目的，另一方面，未來摺頁的製作內容上建議採取中英對照版本，以供不同國籍民眾使用，讓民眾能更深入瞭解，效果應會更加顯著。

### **(三) 持續參與海外展覽，提高臺灣商圈能見度，藉以帶來實質經濟效益**

本年度為推動商圈核心競爭力，投入計畫資源，率領臺灣商圈各地特色與主題遊程至新加坡參加 2012 年新加坡秋季旅展，首次跳脫交通部觀光局委託臺灣觀光協會組團參加各國旅展推廣活動之實施方案，而採行由經濟部商業司獨立承租展位、溝通聯繫、策劃參展事宜，位處於帶領臺灣商圈業參展的角色，而非單純參展商之角色，因所處立場不同，所能看到、學習及交流的成果均與以往不同。

相較之下，獨立策劃展館展示主題，並闢置臺灣商圈主題館之獨立展位，主推經濟部所帶領的眾商圈主題特色，除有效的擴展商圈的能見度外，更能進一步的與消費者進行深入的解說，促使當地民眾對於商圈旅遊環境的認識，有其實質效益，未來政策上確實可以朝向各國旅展之參展為目標，持續向海外消費者直接推廣臺灣商圈遊程，直接為地方商圈實質的經濟效益。

#### (四) 未來參與海外推廣，宜事前輔導商圈業者共同提出旅遊、購物優惠措施

未來在推廣上若要吸引團體或自由行旅客來臺，宜事前規劃邀集有意拓展海外行銷之商圈業者，共同為旅遊展活動針對 FIT 旅客製作臺灣商圈優惠手冊，民眾可免費至展攤索取或購買旅遊套裝商品致贈使用，手冊中則包含輔導之業者提供的優惠；此外，為鼓勵旅客在旅展中下單購買臺灣商圈旅遊產品，可規劃凡在旅展中直接購買臺灣旅遊產品者，可至展攤換取精美贈品之類的推廣優惠活動，以增加吸引及宣傳力。