

出國報告（出國類別：其他）

2014 年赴德國參加柏林旅展及辦理 臺灣觀光推廣活動報告

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：陳凱妮 主任

潘書涵 約聘人員

派赴國家：德國（柏林）

出國期間：103 年 3 月 2 日至 3 月 11 日

報告日期：103 年 6 月 9 日

列印

提要表

系統識別號：	C10301670					
計畫名稱：	參加柏林國際旅展(ITB)					
報告名稱：	2014年赴德國參加柏林旅展及辦理臺灣觀光推廣活動報告					
計畫主辦機關：	交通部觀光局					
出國人員：	姓名	服務機關	服務單位	職稱	官職等	E-MAIL 信箱
	陳凱旋	交通部觀光局	主計室	主任	簡任(派)	
	潘書涵	交通部觀光局	國際組	約聘人員	聘、雇	聯絡人shuhan.pan@tbroc.gov.tw
前往地區：	德國					
參訪機關：						
出國類別：	其他					
出國期間：	民國103年03月02日 至 民國103年03月11日					
報告日期：	民國103年06月09日					
關鍵字：	柏林旅展，臺灣，觀光推廣					
報告書頁數：	19頁					
報告內容摘要：	<p>去(2013)年，歐洲地區來臺旅客總人次為223,062人，較前(2012)年的總人次成長2.3%，其中德國來臺旅遊旅客計46,533人次，較前年成長3.28%。由此可推論歐債危機對德國的衝擊已趨緩，亦表示交通部觀光局在德國地區持續行銷臺灣觀光的策略奏效。柏林國際旅展(International Tourism Exchange Berlin)為全球規模最大的旅展之一，2014年有來自189個國家，近10,147個單位參與。世界各國觀光局無不卯足全力，於柏林旅展中呈現當地觀光魅力，包含競館設計、現場表演及體驗活動、文宣品發送、美食品嚐等，吸引全球尤其是歐洲地區的買家注意。交通部觀光局為持續宣傳臺灣觀光新品牌六大主題旅展(美食、文化、購物、樂活、生態及浪漫)，2012-2014年「Time for Taiwan旅行台灣 就是現在」，及臺灣觀光年曆等行銷策略，亦持續於柏林旅展行銷臺灣觀光，除辦理Happy Hour及教育訓練外，在展前於柏林市中心知名商場Sony Center辦理觀光推廣會，於街頭以民俗八家將文化及原住民舞蹈吸引民眾目光，加以宣傳臺灣觀光。</p>					
電子全文檔：	C10301670_01.pdf					
出國報告審核表：	C10301670_A.pdf					
附屬廣告：	否					
專責人員姓名：						
專責人員電話：						

列印

目 錄

壹、目的	1
貳、參展概況	1
參、心得與建議	4
肆、相關活動照片	6
伍、附件	20
一、附件一：2014 年柏林旅展參團行程表	20
二、附件二：2014 年柏林旅展大會平面圖	23
三、附件三：臺灣館設計圖	24
四、附件四：本局委託台灣觀光協會行前組團會議紀錄	25
五、附件五：新聞稿	28
六、附件六：參加臺灣館 Happy Hour 德國業者名單	35
七、附件七：柏林旅展臺灣館媒體露出	36
八、附件八：臺灣觀光協會蒐集參團臺灣業者意見報告	37

壹、目的

去（2013）年，歐洲地區來臺旅客總人次為 223,062 人，較前（2012）年的總人次成長 2.3%，其中德國來臺旅遊旅客計 46,533 人次，較前年成長 3.28%。由此，可推論歐債危機對德國的衝擊已趨緩，亦表示交通部觀光局在德國地區持續行銷臺灣觀光的策略奏效。

柏林國際旅展（International Tourism Exchange Berlin）為全球規模最大的旅展之一，2014 年有來自 189 個國家，近 10,147 個單位參展。該旅展早年以專業展為主，即是各個旅遊業者洽談旅遊生意的交流場所，近年於旅展後期，也售票開放一般民眾直接索取旅遊資訊、諮詢旅遊問題，並於會場中體驗旅遊目的地的特殊風情。因此，全世界各國家觀光局無不卯足全力，於柏林旅展中呈現當地觀光魅力，無論是藉由展館設計、現場表演及體驗活動、文宣品發送，美食品嚐等，吸引全球尤其是歐洲地區的買家注意。交通部觀光局為持續宣傳臺灣觀光新品牌六大主題旅遊（美食、文化、購物、樂活、生態及浪漫）、2012~2014 年「Time for Taiwan 旅行台灣 就是現在」，及臺灣觀光年曆等行銷策略，持續拓展及深化歐洲市場，2014 年繼續辦理參加柏林旅展業者，除由本局駐法蘭克福辦事處辦理當地參展相關事務外，亦委託台灣觀光協會臺灣旅遊相關業者，組織臺灣觀光代表團參加 2014 德國柏林旅展，並順道於柏林大型購物商場 Sony Center 內辦理 Road Show 推廣活動，藉此機會全力加強在歐洲及在德國當地進行臺灣觀光宣傳工作。以期吸引更多歐洲及德國消費者來臺旅遊。

貳、參展概況

一、組團業務

（一）2014 年組團參加柏林旅展單位及代表

本次計有 11 個單位、25 人參加本局赴柏林旅展及推廣活動，參展單位包括：宏祥旅行社、金界旅行社、台北福華大飯店、飛亞旅行社、東元租車、中華航空公司及長榮航空公司。臺灣觀光協會負責在

臺組團參展相關工作，參展團由台灣觀光協會會長賴瑟珍擔任榮譽團長，由業界經歷資深的金界旅行社董事長張李正琴擔任團長，率團前往德國參展，全團於 2014 年 3 月 2 日啟程赴德國參展，並於 2014 年 3 月 11 日返抵國門。

(二) 2013 年柏林旅展及推廣活動表演團體、民俗藝人

為加深歐洲民眾對臺灣印象，本次活動特別邀請「Zero Four」表演民俗八家將及原住民舞蹈吸引民眾圍觀，與民眾近距離互動；會展期間，由紅豆餅達人當場製作臺灣街頭甜點「車輪餅」，讓與會業者及民眾品嚐熱騰騰的臺灣點心。

二、臺灣觀光推廣會 (Road Show)

時間：2014 年 3 月 4 日(二) 10:00-19:00

地點：Sony Center, Berlin

活動內容：臺灣傳統表演－每個整點，於柏林知名購物商場中庭表演八家將及結合街舞特技的原住民舞蹈表演，吸引民眾駐足，過程中主持人輔以簡單介紹表演內容，讓當地民眾瞭解臺灣廟會及原住民文化，同時由工作人員發送裝有臺灣文宣的紙袋，提供豐富的旅遊資訊。表演換場空檔，由主持人介紹臺灣各地景點，並做簡單的有獎問答贈送臺灣鳳梨酥和小紀念品。此外，現場設有「台北 101」背板，提供民眾與臺灣地標合照，並立即輸出贈送合照照片。

三、柏林旅展

(一) 基本資訊

時間：2012 年 3 月 5 日(三)至 3 月 11 日(日)

地點：Mess Berlin GmbH, ICC Berlin Hall 26a/ No.132

參展國家：189 個

參展單位：約 10,147 個

入場人次：114,000 人次（2013 年 109,616 人次）

（二）臺灣展館

本次柏林旅展「臺灣館」的展館，為有效建立臺灣館主題形象，沿用 2013 年於英國舉辦之倫敦旅展(WTM) 展館設計，以「臺灣觀光年曆」作為發想，持續宣傳臺灣觀光新品牌六大主題旅遊（美食、文化、購物、樂活、生態及浪漫），以多元豐富節慶活動吸引歐洲旅客體驗臺灣旅遊獨特魅力，展現一年四季極具特色的 42 項節慶活動。

為使臺灣觀光業者與德國業者交流順暢，臺灣館內設置多張桌椅，讓參展的各家臺灣業者能以輕鬆愉快方式，使德國旅行社業者及媒體認識交通部觀光局最新觀光行銷策略及旅遊產品，並於旅展的辦理期間，假臺灣館場地辦理 Happy Hour 活動，由台灣觀光協會賴瑟珍會長、交通部觀光局駐法蘭克福辦事處黃藍萱祕書、中華航空、長榮航空、宏祥旅行社、飛亞旅行社及東元汽車等業者輪流向約 80 名與會業者簡報，提供臺灣業者與德國業者直接交流機會。另為直接讓各旅遊業者瞭解臺灣觀光旅遊產品的 Travel Agent Training，以 1 位臺灣業者同時向 5 位當地業者講解臺灣最新旅遊行程，每 5 分鐘轉換業者的方式辦理，讓每位當地業者都能充分瞭解各家業者的特性，當日有 65 位當地業者參與，未來對販售臺灣觀光行程，或包裝臺灣旅遊行程將有大幅幫助。

（三）臺灣館活動

為吸引人潮，由表演團體 Zero Four 進行八家將和原住民舞蹈表演，並於每場表演結束後與民眾合照。館內除提供旅遊諮詢及最新旅遊摺頁，還提供烏龍茶、彩繪刺青、DIY 臺灣景點杯墊、臺灣鳳梨酥及車輪餅等小吃，供所有參展業者及訪客品嚐臺灣的好味道。

（四）2015 年柏林旅展展訊

2015 年柏林旅展預計於 2015 年 3 月 4 日(三)至 7 日(日)假德國 Messe

Berlin 舉行。此外，因看好亞洲旅遊市場，ITB 將於 2014 年 10 月 29 日至 31 日假新加坡辦理 ITB 亞洲旅展。

叁、心得與建議

一、臺灣觀光推廣會

(一) 推廣會舉辦地點應選擇室內廣場或改於假日辦理

2014 年觀光推廣會於 3 月 4 日（二）假柏林著名新興商場 Sony Center 半開放式的廣場辦理，是日為平日，逛街人潮本不多，加上三月的柏林戶外氣溫仍低，路過的民眾也不願意在寒冷的氣溫中停留太久，以致精心規劃的推廣會活動人氣略顯不足，未來應考慮選擇位於室內的廣場或有暖氣的場所辦理。亦或，改於旅展最後一日（一般為星期天），於推廣會舉辦城市之著名景點辦理推廣活動，除能吸引當地民眾外，亦能召喚世界各地赴當地旅遊且本為旅遊愛好者民眾的注意力，惟此舉則將導致柏林旅展現場與推廣會人力使用緊繃，需妥善規劃。

(二) 舞台架設位置宜妥為規劃或增設電視播放宣傳影片

本年觀光推廣會於 Sony Center 半開放式的廣場辦理，現場除了發送文宣摺頁、街頭展演與民眾近距離互動、提供與地標台北 101 合照的照片之外，於廣場建築物牆面的大型顯示器，播放臺灣觀光宣傳影片；惟播放宣傳影片之顯示器，位於民眾的背後上方，而且影片的播放音量太低，民眾洽取旅遊資料或看舞蹈表演時，幾乎都沒有注意到背後上方的宣傳影片。建議未來舞台區搭建位置應考量現場環境設備妥為規劃，亦或於舞台區旁設立電視或顯示器，並應注意影片的音量，在現場沒有舞蹈展演活動時宜適度提高音量，藉以吸引路過民眾聚集，使宣傳臺灣旅遊獨特魅力的影片，發揮更高的推廣效益。

二、柏林旅展

(一) 明信片自拍機吸引買家或媒體駐足

本次旅展於 Sony Center 舉辦 Road Show，現場租用拍照機供民眾於臺灣地標「台北 101」大型背景圖片合照，建議未來於旅展期間，可考量租用明信片自拍機置放於臺灣館展攤。透過機器展示臺灣的自然生態、人文史蹟、旅遊景點等主題，供參觀旅展者與各類型主題圖片合照，只要選好後站在定位按上拍照鍵，機器自動合成明信片，除了當下可列印出來之外，還可以郵寄到 email 信箱，藉此吸引買家駐足，刺激旅展現場之臺灣行程買氣。

(二) 展攤背板建議採用仿手機滑動切換圖片

智慧型手機普及率躍升，透過手指頭來左右滑動螢幕，切換照片或文章，是目前大家習慣的操控模式。未來臺灣館展攤背板的設計，可融入流行科技趨勢，將使用手機或平板電腦瀏覽圖片的概念，以左右滑動圖片的手法，由小變大呈現及切換大型照片，除了看起來有氣勢，讓人容易瞭解旅遊特色或主題之外，亦能吸引媒體目光，增強臺灣觀光於媒體的曝光度。

(三) 展攤規模宜再擴大

本年度臺灣館展攤面積為 90 平方公尺，相較於亞洲其他國家展攤規模，如：香港、泰國、韓國、印尼等顯得非常狹小，尤其辦理 Happy Hour 時顯得擁擠不堪，連站立的空間都顯得不足。雖然歐洲市場非臺灣主要客源國，但長線市場本需要較多時間與預算投入等待其發酵，且若臺灣沒能展現發展成觀光大國之企圖心，更難吸引歐洲旅客目光，難在歐洲發展臺灣觀光旅遊目的地之知名度。

肆、相關活動照片

一、柏林 Sony Center 推廣活動

(一) 運用大型輸出吸民眾目光



(二) 多樣具臺灣特色集客手法吸引消費者駐足

1. 八家將及創新原住民舞蹈表演



2. 與臺灣地標「台灣 101」合照，並可現場輸出



二、德國柏林旅展

(一) 臺灣館設計



(二) 臺灣館 Happy Hour 活動



(三) 臺灣館 彩繪刺青 活動



(四) 現場製作與發送車輪餅



(五) 八家將表演吸引民眾駐足及合影



(六) 柏林旅展會場臺灣觀光形象廣告



(七) 澎湖加入最美麗海灣組織授證



(八) 亞洲鄰近觀光競爭國之展攤設計與規模

1. 印尼－以船及航海做為設計概念



2.馬來西亞－以傳統建築做為設計概念



3.香港－運用豐富色彩展現香港生動都市樣貌



4.日本－以傳統文化作為設計元素。參展業者識別清楚。



5.韓國－提供韓服體驗、手作明信片等活動



(九) 柏林旅展其他特色展館及設置

1. 展場周圍各國廣告



2. 中東各國—展示手工藝品並販售



3.將沙灘、椰子樹及啤酒屋等特色設計為展館



4.斯里蘭卡—以文化遺址及叢林生態做為設計亮點



5.馬爾地夫—清澈海水及傳統船隻為行銷及設計亮點



6.以燈光變化營造中東國家的神秘奢華氛圍



7.阿聯酋航空－巨型橢圓球體展館



8.運用大型輸出或巨型銀幕呈現觀光意象



9. 運用色彩展現國家特色



10. 運用傳統建築吸引目光



11.土耳其－以 Home 的概念敘述其文化底蘊及多元遊程



12.製作著名地標模型



伍、附件

附件一：2014 年柏林旅展參團行程表

交通部觀光局委託台灣觀光協會組團 組團參加 2014 柏林旅展及歐洲城市觀光推廣活動 行程表

日期	時間	行程
3 月 2 日 (星期日) 第一天	15:10	搭乘專車(本會備車)團員請於本會一樓大門口集合，準時開車前往桃園國際機場
	16:10	代表團(含自行前往者)全體集合於桃園國際機場(第二航廈)長榮團體櫃台 Check-in，辦理登機手續
	18:10	搭乘長榮航空 BR-857 班機(18:10 起飛/20:00 抵達香港)，轉搭土耳其航空 TK-071 班機(23:15 起飛/+1 05:25 抵達伊斯坦堡)
3 月 3 日 (星期一) 第二天	08:30	轉搭 TK-1721 班機(08:30 起飛/10:25 抵達)
	10:25	抵達德國柏林泰格爾國際機場
	11:30	辦理入境手續，請互相協助領取行李，搭乘專車前往住宿旅館
	15:00	抵達住宿旅館，辦理 Check-In
	16:40	表演團體及工作人員前往推廣會勘查場地
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178	
3 月 4 日 (星期二) 第三天	07:00	晨喚
	08:15	表演團體搭車前往柏林 Sony Center 舉辦街頭展演
	09:00	彩排
	11:00 18:00	街頭展演(Road Show)
	16:00	團員搭車前往展場，整理資料及佈置會場
	◎2014 ITB 柏林旅展	

	日期：2014年3月5日(三)至9日(日) 時間：10:00~18:00 地點：德國柏林 展場：Mess Berlin GmbH, ICC Berlin 攤位編號：Hall 26a/ No.132
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178

3月5日 (星期三) 第四天	07:30	晨喚
	08:00	於旅館享用早餐
	09:00	自行搭車前往展場
	10:00 18:00	參加柏林旅展(ITB) *Happy Hour (16:00-18:00)
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178	
3月6日 (星期四) 第五天	06:30	晨喚
	07:00	於旅館享用早餐
	08:00	代表團集合搭車前往展場
	10:00 18:00	參加柏林旅展(ITB)
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178	
3月7日 (星期五) 第六天	07:30	晨喚
	08:00	於旅館享用早餐
	09:00	自行搭車前往展場
	10:00 18:00	參加柏林旅展(ITB) *Agent Training (09:00-10:45) *媒體宣傳推廣活動 (11:00-12:00)
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178	
3月8日 (星期六) 第七天	07:30	晨喚
	08:00	於旅館享用早餐
	09:00	自行搭車前往展場

	10:00 18:00	參加柏林旅展(ITB)
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178	

3月9日 (星期日) 第八天	07:30	晨喚
	08:00	於旅館享用早餐
	09:00	自行搭車前往展場
	10:00 18:00	參加柏林旅展(ITB)
	◎ 住宿旅館：Park Inn Berlin Alexanderplatz 地址：Alexanderplatz Berlin 10178	
3月10日 (星期一) 第九天	08:00	晨喚
	09:30	團員完成 Check-out 手續，全體於飯店門口集合 出發前往德國柏林泰格爾國際機場
	16:30	抵達德國柏林泰格爾國際機場
	19:00	搭乘土耳其航空 TK-1724 班機(19:00 起飛 /22:50 抵達伊斯坦堡)，轉搭 TK-070 班機 (01:00 起飛/+1 16:40 抵達香港)
3月11日 (星期二) 第十天	19:30	搭乘長榮航空 BR-872 班機(19:30 起飛/21:10 抵達台北)
	21:10	抵達桃園國際機場(第一航廈)
	21:40	搭乘專車(本會備車)團員集合，自桃園國際機場 (第二航廈)出發返回至協會
	22:40	抵達協會

附件二：2014 年柏林推廣會位置圖



附件三：臺灣館設計圖



附件四：本局委託台灣觀光協會行前組團會議紀錄

交通部觀光局委託台灣觀光協會組團參加 2014年柏林旅展觀光推廣活動組團會議紀錄

會議時間：103年2月26日（星期三）上午10時30分

會議地點：台灣觀光協會九樓會議室

主席：吳秘書長朝彥

指導單位：交通部觀光局會計室主任陳凱妮

記錄：蔡欣恬

出席單位及人員：詳如說明

壹、主席致詞：

◎吳秘書長致詞：

本次柏林旅展及歐洲城市推廣活動由台灣觀光協會賴瑟珍會長親自帶領台灣觀光代表團，代表團成員為金界、宏祥、飛亞、福華及東元租車，並由觀光局裡兩位長官隨行指導，相信這個團隊將對整體行銷層面相當有幫助。

貳、指導單位致詞：

◎交通部觀光局會計室主任陳凱妮小姐致詞：

很高興參加2014柏林旅展，與各位一同將臺灣行銷至國際市場。歐洲國家相當多，除了透過德國辦事處一整年進行國際宣傳外，也希望透這次旅展宣傳臺灣最美的一面。

參、工作報告：

秘書處工作報告：

一、時間：

A. 代表團欲乘坐專車人員請於3月2日下午15點10分至台灣觀光協會一樓大門口集合，將於16點10分抵達桃園國際機場(第二航廈)長榮櫃檯辦理登機手續，搭乘長榮BR-857班機(18:10起飛→20:00於

香港轉機)，再搭乘土耳其航空 TK-071(23:15 起飛→05:25 於伊斯坦堡轉機)，再搭乘土耳其航空 TK-1721(08:30 起飛→10:25 抵達德國柏林泰格爾國際機場)

B. 3 月 4 日 8:15 表演團體前往柏林 Sony Center 辦理 Road Show(11:00-18:00)，下午 16:00 團員至展場整備(臺灣館位置 Hall 26a/No.132)，並於旅展現場抽籤決定各單位位置。

C. 柏林旅展(ITB)為 3 月 5 日(三)至 3 月 9 日(日)，共五天，10:00-18:00，前三天為專業日，後兩天為民眾參觀日。

D. 3 月 5 日 16:00-18:00 於臺灣館辦理 Happy Hour

E. 3 月 7 日 9:00-10:45 於臺灣館辦理 Agent Training

F. 3 月 10 日搭乘土耳其航空 TK-1724(19:00 起飛→22:50 於伊斯坦堡轉機)→再搭乘土耳其航空 TK070(01:00 起飛→16:40 於香港轉機)→再搭乘長榮航空 BR-872(19:30 起飛→21:10 抵達桃園國際機場)

二、此次臺灣觀光推廣的主軸為 Taiwan-The Heart of Asia、Time for Taiwan 及臺灣觀光年曆整年的活動，將邀請臺灣舞力全開冠軍 Zero Four 及紅豆餅現場展演，吸引德國人來臺灣館。

三、台灣館展攤有 WIFI

四、秘書長補充，參展單位須遵守參展權利義務規範，維持良好形象，近期參展權利義務規範有修正，請各位再詳閱。主要部份是違規記點的部分，個人若有違規行為，個人及公司都會記點。另外，請各位再次確認機票英文姓名，避免延誤登機。

五、海運貨物已抵達柏林，目前正在清關。

六、團長致詞：天氣寒冷，可能會下雪，室內有暖氣，請各

位採洋蔥式穿著。歡迎新成員的加入，共同創造歐美市場，期望持續成長。歐美市場客人並無購物行程，請各位維持市場品質及價格。今年歐洲來台的航班增加，期望帶來更多客人。

散會：(11 時 10 分)

交通部觀光局組團參加 2014 柏林 ITB 旅展 吸引歐洲旅客瘋臺灣

為持續拓展及深耕歐洲市場，特別是歐洲來臺主力之一的德國市場，交通部觀光局率領國內航空公司、旅行社及飯店業者（華航及長榮航空、金界、宏祥及飛亞旅行社、福華飯店、東元租車、臺灣觀光協會等），組團參加在德國首都柏林 Messe Berlin 舉辦之全球規模最大的 ITB 柏林旅展(3 月 5 日至 9 日)。

臺灣館今(2014)年持續以「Time for Taiwan」傳達「旅行臺灣就是現在」的臺灣旅遊形象，強化宣傳臺灣觀光品牌「Taiwan-The heart of Asia」，並持續以「Time for Celebration 臺灣觀光年曆」(<http://www.eventaiwan.tw>)多元豐富節慶活動，利用「處處有活動天天都感動」吸引歐洲旅客來臺體驗臺灣旅遊獨特魅力。

「Time for Celebration 臺灣觀光年曆」，係依春夏秋冬，整合貫穿合全年全臺灣極具特色之 42 項節慶活動，希望歐洲地區旅客遊臺灣，透過品文化、享樂活、瘋購物、嚐美食、擁生態、醉浪漫之 6 大心型產品主題，向柏林 ITB 旅展旅遊媒體及業界發出強力訊息，強調臺灣旅遊產品多樣性，希望號召更多歐洲地區喜愛長程旅遊，並期望體驗亞洲文化、美食精華的客群，能來到臺灣實際感受 Taiwan-The heart of Asia 的精神，塑造臺灣為亞洲主流旅遊目的地觀光形象。

另外，為拓展消費者市場，並直接向消費者宣傳，特別於展前(3 月 4 日)假柏林知名購物中心 Sony Center 舉辦臺灣觀光推廣活動，以街頭展演的形式與民眾近距離互動，邀請台灣 Zero Four 舞團表演傳統原住民舞蹈和陣頭，加上現代創意舞蹈，展現臺灣多樣風貌，讓更多一般民眾體會瞭解臺灣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。

考量為歐洲市場旅遊業者搭起與國內 Inbound 業者的對話交流平台，並積極安排業務洽談是加強臺灣旅遊產品上架販售的重要關鍵，觀光局特別在柏林旅展期間在臺灣館舉辦 Happy Hour(3 月 5 日)及 Agent Training(3 月 7 日)，為歐洲地區業者帶來更多的「臺灣必遊魅力」新資訊。

本次於柏林旅展期間，特別安排世界最美麗海灣協會於台灣館頒發入會獎牌予澎湖縣（3月7日上午11時），同時向歐洲市場宣告澎湖已被列為「世界最美麗海灣」之一，並同美麗海灣融入臺灣館設計內，適時播放介紹澎湖海灘及臺灣各項豐富美景美食，對於台灣打響旅遊目的地形象，推動成為亞洲旅遊第一首選更往前邁進一步。

本次組團赴德國柏林觀光推廣活動，行程簡述如下：

一、2014 臺灣觀光推廣活動

時間：2014年3月4日(二)

地點：Sony Center

二、2014 柏林旅展(ITB)

展期：2014年3月5日(三)至3月9日(日)

地點：Mess Berlin GmbH, ICC Berlin

攤位編號：Hall 26a / No. 132

Press Release

The Taiwan Tourism Bureau, MOTC to lead a group to ITB 2014 with the aim of attracting more European visitors to have a fun time in Taiwan

To continue efforts to expand the European market, especially Germany, the main source of European visitors to Taiwan, the Tourism Bureau will lead a group made up of domestic airline, travel agency and hotel representatives (China Airlines, EVA Air, GF Tours, Edison Tours, Feiya Tours, The Howard Plaza Hotel, Taiwan Visitors Association etc) to Berlin, Germany to take part in the biggest travel fair in the world, ITB, at Messe Berlin (March 5-9).

The Taiwan Pavilion (2014) will this year continue to convey the “Now is the time to visit Taiwan” travel image with the slogan Time for Taiwan, further strengthening the Taiwan tourism brand Taiwan-The heart of Asia, and will also, with Time for Celebration Taiwan Tourism Events(<http://www.eventtaiwan.tw>) and the slogan “events every day, moving you every day”, aim to attract visitors from Europe to experience Taiwan’s unique charm.

Time for Celebration- Taiwan Tourism Events (Taiwan Tourism Calendar) brings together 42 highly distinctive festivals held in Taiwan throughout the year, separated by season, with the aim of attracting European visitors to Taiwan. With Taiwan travel products divided into six themes: Taste culture, Enjoy Lohas Life, Shop 'til You Drop, Enjoy Fine Food, Embrace Ecology and Intoxicating Romance; the aim is to give a powerful message to the media and travel industry operators at ITB that stresses the diversity of Taiwan travel products; the objective is attracting more European travelers who like long-distance travel and want to experience Asian culture and fine food to Taiwan to feel the “Taiwan-The heart of Asia” spirit for themselves, and also mold an image for Taiwan as one of the main travel destinations in Asia.

Also, to expand the consumer market and promote Taiwan tourism directly to consumers, before ITB (on March 4), a Taiwan tourism promotion event will be held at the city’s renowned Sony Center shopping center; a street performance method will be used to interact closely with visitors and Zero Four, a dance troupe from Taiwan, will perform traditional aborigine dances and formations, and also creative modern dance, displaying the diverse faces of Taiwan and showing the average member of the public that Taiwan is a place that merges traditional culture, modern creativity, beautiful scenery and will move them.

Taking into account that building a platform for dialogue and exchange between European travel operators and Inbound operators and actively arranging business meetings are key to getting Taiwan travel products onto shelves and successfully

selling them, the Tourism Bureau will hold Happy Hour (March 5) and Agent Training (March 7) activities in which European travel operators will be given new information about the charms of Taiwan's must-see scenic spots.

During ITB, the presentation of a membership plaque to Penghu County by the Most Beautiful Bays in the World has been arranged (11am, March 7), at the same time announcing to the European market that Penghu Bay has been officially recognized as being one of the most beautiful bays in the world. The beautiful bay has also been incorporated into the design of the Taiwan Pavilion and a film showing Penghu's beaches, Taiwan's beautiful scenery and various fine dishes will be shown at suitable intervals, molding a travel destination image for Taiwan and promoting it, taking it one step further to becoming the first-choice travel destination in Asia.

This group's tourism promotion activity schedule in Berlin is as follows:

1.2014Taiwan tourism promotion activity

Time:March 4,2014 (Tuesday)

Place:Sony Center

2.2014 ITB

Exhibition period: March 5 (Wednesday)-9 (Sunday)2014

Place:Messe Berlin GmbH, ICC Berlin

Booth number:Hall 26a / No. 132

Pressemitteilung

Taiwan Tourismusbüro (Ministerium für Transport und Kommunikation) sendet Delegation zur ITB 2014, mit dem Ziel, mehr Touristen aus Europa für einen Besuch in Taiwan zu interessieren

Das Taiwan Tourismusbüro setzt seine Anstrengungen fort, den europäischen Markt, insbesondere Deutschland, dem Land in Europa mit den meisten Taiwanbesuchern, auszuweiten. Die nach Berlin entsandte Delegation setzt sich aus Vertretern taiwanischer Fluglinien, Reisebüros und Hotels, einschließlich China Airlines, EVA Air, GF Tours, Edison Tours, Feiya Tours, The Howard Plaza Hotel und der Taiwan Visitors Association, zusammen und nimmt an der ITB Berlin, der weltweit größten Tourismusbörse, die auf dem Messegelände Berlin vom 5. bis zum 9. März stattfindet, teil.

Am Taiwan Pavilion wird dieses Jahr mit dem Slogan „Time for Taiwan“ erneut betont, dass “es jetzt an der Zeit ist, Taiwan zu besuchen” und dass Taiwan das wahre Herz Asiens ist. Mit einem prall gefüllten Veranstaltungskalender für Touristen (www.eventtaiwan.tw) wird veranschaulicht, dass Touristen während ihres Besuchs jederzeit interessante Veranstaltungen und Feste erleben können, die ihnen vermitteln werden, wie unverwechselbar Taiwan ist. Der Veranstaltungskalender umfasst 42 einzigartige Veranstaltungen und Feste, die zu unterschiedlichen Jahreszeiten und an unterschiedlichen Orten Taiwans stattfinden und für Besucher aus Europa interessant sind.

Taiwans Reiseprodukte werden in folgende Themenbereiche gruppiert: Kultur, Lohas-Lebensstil, Shopping, Kulinarisches, Ökologie und Romantik. Medienvertretern und Vertretern der Tourismusindustrie auf der ITB wird die Vielfalt der Reiseproduktpalette Taiwans gezeigt. Ziel ist es, noch mehr Reisende aus Europa, die an Fernreisen interessiert sind und die asiatische Kultur und Küche erleben möchten, für Taiwan zu interessieren. Dabei wird hervorgehoben, dass Taiwan das wahre Herz Asiens ist und sich zu einem bedeutenden Reiseziel in der Region entwickelt hat.

Vor dem Beginn der ITB findet am 4. März im Sony Center eine Werbeveranstaltung für Taiwan statt, um das Land auf direkte Weise potentiellen Reisenden näher zu bringen und so den Kundenmarkt auszuweiten. Das Tanzensemble Zero Four wird dabei traditionelle Tänze der Ureinwohner Taiwans,

Kampfkunstszenen und modernen Tanz vorführen, um so die reiche Kultur Taiwans zu veranschaulichen. Taiwan ist für seine kulturelle Vielfalt bekannt und traditionelle Kunstformen werden häufig mit moderner Kreativität verknüpft.

Am 5. März wird das Taiwan Tourismusbüro auch eine Happy Hour und am 6. März ein Agent Training für europäische Reiseveranstalter organisieren, um diesen zusätzliche Informationen zu den besten Touristenattraktionen anzubieten. Diese Veranstaltungen dienen als weitere Plattformen für Dialog und Austausch zwischen europäischen und taiwanesischen Reiseveranstaltern und sollen Geschäftstreffen anregen, die zu noch mehr Präsenz taiwanischer Reiseprodukte im Produktsortiment von Reiseveranstaltern führen können.

Während der ITB, am 7. März um 11 Uhr, wird dem Penghu County auch offiziell die Medaille für die Mitgliedschaft im „Club der schönsten Buchten der Welt“ verliehen. So werden Europäer erfahren, dass Penghu als eine der weltweit schönsten Inselgegenden anerkannt wurde. Penghus wunderschöne Buchten finden sich im Design des Taiwan Pavilions wieder. Im Pavillon können sich Besucher auch Filme anschauen, in denen Penghus Strände, die wunderschöne Landschaft Taiwans und die kulinarische Vielfalt der Insel zu sehen sind. Mit Hilfe dieser Bilder wird veranschaulicht, dass sich Taiwan zu einem erstklassigen Touristenziel in Asien entwickelt hat.

Zeitplan:

1.

Taiwan Tourismuswerbeveranstaltung

Datum: 4 März 2014 (Dienstag)

Ort: Sony Center

2.

2014 ITB

Datum: 5. März (Mittwoch) - 9. März (Sonntag) 2014

Ort: Messe Berlin GmbH, ICC Berlin

Stand-Nr.: Halle 26a/Nr. 132

附件六：參加臺灣館 Happy Hour 德國業者名單

	Company	First Name	Last Name
1	Astiva Travel	Astrid	Horstmann
2	abenteuer & reisen	Markus	Stein
3	Akshar	Suhag	Modi
4	Amecon group	Andreas	Eisele
5	ASEAN Today	Henri	Zix
6	Asia Sky Tours GmbH	Thomas	Grätsch
7	Blogger	Inna	Hemme
8	Blogger	Adeline	Gressin
9	Bloom Consulting	Joao Vasco	Neves
10	Brand Media	Jutta	Huhn
11	BUSINESS & DIPLOMACY	Rainer	Schubert
12	Danilo	Danilo	Opitz
13	Deutscher Heilbäderverband	Markus	Schneid
14	Deutscher Heilbäderverband	Ernst	Hinsken
15	EU-ASIEN.DE	Mark	Lich
16	EU-ASIEN.DE	Gennady	Lich
17	Expenova	Cornelia	Knietzsch
18	Exterion Media	Michel	Helmes
19	fajn-net.cz	Marian S.	Sucha
20	Freelancer	Wolfgang	Fischer
21	Freelancer	Markku Rainer	Peltonen
22	Freelancer	Dr. Cornelia	Höhling
23	Freelancer	Corinne	Stoppelli
24	Freelancer	Cécile	Martin
25	German Travel Network	Udo	Reingruber
26	Global Voyager	Maria-Christina	Degen
27	Hilton Worldwide Sales	Sarah	Hettich
28	Ilusamedia	Pablo Rodriguez	Santiago
29	Internetdienste Berlin	Dietrich	Koch
30	in-vitro-tec	Frank	Lewitz
31	Journalist	Michel	Samaan
32	Journalist	Anna	Sokhira
33	Journalist / Photographer	Peter	Rondholz
34	Kur- & Reisebüro	Ute	Stechert
35	Max macht Urlaub	Andreas	Haaß

36	Medienbüro Keller	Thorsten	Keller
37	Medienhaus Bauer	Randolf	Leyk
38	Meier's Weltreisen	Katrin	Kranz
39	Oswald PR	Ansgar	Oswald
40	Politican CSU	Ernst	Hinsken
41	Profireisen (tip)	Maria	Ramsauer
42	Quo Vadis Reisen GmbH Dortmund	Thomas	Engelberts
43	Radio LORA München	Thilo	Ruf
44	Radio LORA München	Franz	Attenberger
45	Reisebüro Kalr-Marx-Straße	Ingrid	Drasdo
46	Reiselotsen GmbH	Olaf	Diroll
47	Reisen leicht gemacht	Manuela	Jahnke
48	Reisen leicht gemacht	Sven-Andreas	Jahnke
49	Reisen und Touren Dortmund	Catrin	Engelberts
50	Reiseservice Rademacher	Erika	Rademacher
51	Reiseservice Sabine Stammer	Sabine	Stammer
52	Saarländischer Rundfunk	Harald	Schmid
53	Swiss China Tours & Aviations	Devid D.	Vaid
54	TAF Thai-Asien-Flugreisen UG	Bernd	Kamjunke
55	Taipeh Vertretung in der BRD	Ping-lu	Liao
56	Tauchen & Reisen Kriz	Folker	Ihde
57	Tauchen & Reisen Kriz	Reinhard	Kriz
58	Tourist Tube	Hugo	Taraoré
59	Travel blogger	Oliver	Zwahlen
60	travel inside	Urs	Hirt
61	Travel Marketing International	Karla	Svobodova
62	Travel Marketing International	Ernest	Flamini
63	travel trend	Daphne	Duindam
64	Traveljournalist	Holger	Matuschek
65	TSM Reisen	Michael	Soppa
66	TSM Reisen	Aen	Meelarp
67	Tsolmon Travel Co., Ltd	B.	Tsolmon
68	Vietnam Airlines	Svenja	Grunow
69	Vietnam Airlines	Patrick	Weith
70	Vietnam Airlines	Stephan	Döpke

附件七：柏林旅展臺灣館媒體露出，共計 26 篇

編號	日期	資料來源	標題
1	2月19日	柏林旅展台灣館 展節慶活動魅力	大紀元
2	2月19日	柏林旅展台灣館 展節慶活動魅力	原新新聞網
3	2月19日	柏林旅展台灣館 展節慶活動魅力	聯合新聞網
4	2月19日	柏林旅展台灣館 展節慶活動魅力	中時電子報
5	2月19日	柏林旅展台灣館 展節慶活動魅力	中央社商情網
6	3月3日	觀光局組團 柏林旅展行銷台灣	大紀元
7	3月3日	觀光局組團 柏林旅展行銷台灣	yam 蕃薯藤新聞
8	3月3日	觀光局組團 柏林旅展行銷台灣	中央社商情網
9	3月3日	觀光局組團 柏林旅展行銷台灣	Match 生活網
10	3月3日	觀光局組團 柏林旅展行銷台灣	中央廣播電台
11	3月5日	Taiwan to promote tourism at Berlin travel fair	WantChinaTimes.com
12	3月6日	世界最美麗海灣 澎湖入會	中時電子報
13	3月6日	柏林旅遊展 ITB 2014，澎湖成為最美麗海灣會員	YouTube
14	3月7日	Asian Flavour in Full Force	TTG Show Daily
15	3月7日	柏林旅遊展 台灣展館人氣夯	大紀元
16	3月7日	柏林旅遊展 台灣展館人氣夯	中央社
17	3月7日	柏林旅遊展 台灣展館人氣夯	中央廣播電台
18	3月7日	柏林旅遊展 台灣展館吸睛	優仕網
19	3月7日	柏林旅遊展 台灣展館吸睛	Yahoo 奇摩新聞
20	3月7日	柏林旅遊展 台灣展館吸睛	新浪新聞中心
21	3月7日	國際旅遊展露臉 台灣特色發光	101 創業大小事
22	3月7日	德國會議員參觀柏林旅展台灣館 德國國會議員布拉赫米格 (Klaus Brahmig, 右 2) 與嘉德順 (Ingo Gadechen, 左 3) 在柏林旅展台灣展館與觀光協會會長賴瑟珍 (左 4) 及駐德代表陳華玉合影	Now News
23	3月7日	德國議員參觀柏林旅展台灣館	新浪新聞中心
24	3月12日	柏林旅展 ITB 澎湖正式成為美麗海灣成員	僑社新聞網
25	3月13日	柏林旅展台灣館人氣夯	宏觀即時新聞網
26	4月5日	柏林旅展 ITB 熱鬧登場 異國也可體驗寶島風光	一次旅行

參展單位意見調查報告

為進一步提昇本會籌組國際觀光宣傳推廣活動實質效益，本次於推廣活動結束後，請各參展單位團員填寫「2014年柏林旅展及歐洲城市觀光推廣活動意見調查表」，作為日後推動國際觀光業務之參考，謹綜合團員意見，列述檢討建議如下：

一、參展團員代表意見調查結果

項目	第1次	第2~3次	第4~5次	第6~9次	10次以上
參加國際推廣次數	0%	0%	0%	0%	100%
項目	很滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
整體行程規劃	80%	20%	0%	0%	0%
住宿地點及環境	80%	20%	0%	0%	0%
推廣會之活動安排	0%	100%	0%	0%	0%
台灣展攤設計	50%	50%	0%	0%	0%
民俗藝人表現	80%	20%	0%	0%	0%
台灣團隊形象展現	80%	20%	0%	0%	0%
項目	很適合	適合	普通	不適合	非常不適合
受邀參加推廣會之當地業者名單	50%	50%	0%	0%	0%
項目	非常有效益	有效益	普通	無效益	非常無效益
達成預期推廣目標	0%	80%	20%	0%	0%
項目	願意		不願意		
參加下次推廣意願	100%		0%		

二、意見與建議

(一) 依據參展團員意見調查分析顯示，本次有100%參展業者超過10次以上參加國際推廣活動之經驗，對於活動流程已相當熟悉，本次除參加柏林旅展外，於柏林 Sony Center 舉辦 Road Show，針對當地民眾進行旅遊資訊推廣，持續深耕臺灣觀光旅遊市場。另80%的參展業者認為參與本次推廣活動對於達成未來預期目標是「有效益」的，且所有參展業者表示將持續參加本會所籌組之國際推廣案。

(二) 參展團員期望柏林旅展能夠擴大臺灣館展攤面積，讓更多的歐洲業者及民眾能夠看到具傳統文化特色及現代化的表

演；另外，Travel Agent Training 效益大，建議續辦該活動。
（三）參展業者建議 Agent Training 達到實質效果，且有助參展單位瞭解當地業者的需求，建議可多舉辦。