

壹、前言

亞洲獎勵旅遊暨會議展(Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia)，簡稱 IT&CMA，是亞洲地區歷史悠久且重要的會議獎勵旅遊展之一，主辦單位為 MICE 產業極具影響力的新加坡 TTG Media 旗下的 TTG Events。主要買主來自亞太地區，近年來歐洲及美洲地區之買主亦大為增加。IT&CMA 定期於每年 10 月上旬舉辦，目的在提供亞太區域內之相關產業一個共同推廣亞太地區獎勵旅遊、會議、展覽設施及展前展後旅遊產品的展示平台；2012 年始結合奢華旅遊(Luxury Travel)，吸引相關業者及買主共同參加，擴大開發新商機之可能性。

IT & CMA 展覽場地多以亞洲地區為安排原則。該展覽自 1993 年於香港首度舉辦，之後分於馬來西亞、泰國等國家地區設展，2004 年起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 Duple Bill。之可能性。由於泰國政府積極爭取本展並給予高額的經費補助及相關活動、場地等贊助，本展已連續於泰國展出十年，今年則是第八度於曼谷 Central World 展覽館舉行。

IT&CMA 展覽期間，主辦單位同時辦理 CTW Asia-Pacific (Corporate Travel World Asia-Pacific)，該活動結合論壇與展覽，主要對象為亞太地區旅遊暨娛樂產業的主管(Corporate Travel Manager，以下簡稱 CTM)。主辦單位 TTG 與 ICCA、IAPCO、IMEX、MPI、SACEOS 等國際會展單位合作，邀請專

家每天於現場辦理不同主題的研討會，研討獎勵旅遊及會議目前的發展趨勢並分享經驗，提供最新業界脈動與新知的交流機會給企業旅遊採購經理（CTM）；同時，CTM也參與IT&CMA期間的採購洽談活動。

有鑑於亞洲獎勵旅遊暨會議展(IT&CMA)是亞州地區重要的MICE展，頗受國內業者重視，本局多年來均招標委辦組團參展。

貳、2014 年 (第 22 屆) 展覽概況

2014 年 IT&CMA 於 9 月 29 日至 10 月 2 日在泰國曼谷會議中心 (Bangkok Convention Centre)舉行。展場地處市中心，臨近三家高檔百貨商場，聯接展覽中心即為五星級飯店 Centara Grand，為本次 IT&CMA 使用之指定飯店(Official Hotel)，共有 505 間商務房，周圍五星級飯店林立，交通及相關日常需求一應俱全。

根據主辦單位發布 2014 年整體參觀者及專業買家資料，本次總展出面積達 5,000 平方公尺，共有來自 55 個國家共 2,524 位與會人士。

與會者背景分析：

- * 參展商：811 位，來自 261 家參展廠商及單位。(較 2013 年減少 8.5%)
- * 買主與企業旅遊採購主管(CTM)：497 位，來自 49 個國家(較 2013 年減少 8.3%)
- * 會議與會人士：153 位(較 2013 年減少 12%)
- * 媒體：195 位(與 2013 年相較成長 37%)

* Trade Visitors, VIPs, Guests and Others : 868 位(較 2013 年減少 4.8%)

參展單位分析：

參展者主要為獎勵旅遊業、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、國際會展組織及交通運輸業等。本屆參展面積最大的參展國依序為地主國泰國（374sqm），澳門（186sqm）、馬來西亞（168sqm）；新參展的國家館則為瑞士及柬埔寨，其中柬埔寨於2011年曾參展，但睽違兩年後再度於今年參加。全體參展單位（包含國家館、城市地區館與企業館）與2013年相比，今年度減少24個參展單位。近年來有少數歐美國家參展，但並非常態性參加，參展單位仍以亞太區國家為主，相較AIME、IMEX、EIBTM，IT&CMA的參展單位變化較大。表一係統計2011到2014年以來，以國家館或是地區館形象之IT&CMA參展單位分析說明，近四年已連續參與之國別/地區共計有11個參展單位，分別為埃及、香港、印尼、澳門、馬來西亞、馬來西亞沙巴、菲律賓、新加坡、南韓、泰國及臺灣。

表一 IT&CMA 2011-2014國家或地區館參展單位一覽表

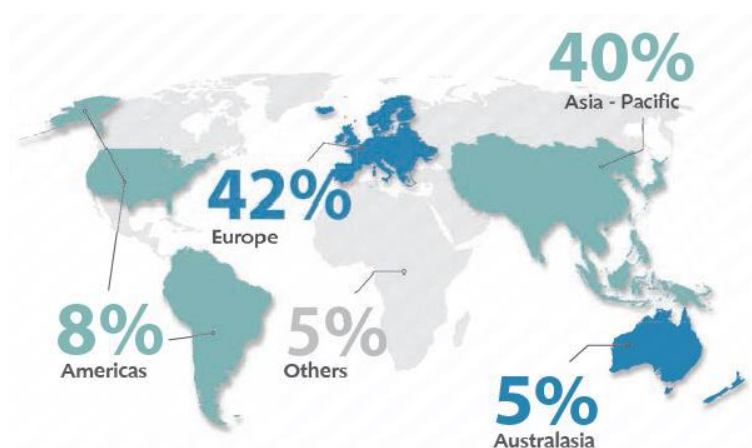
參展國/地區	2011年	2012年	2013年	2014年
汶萊Brunei	O	X	X	X
柬埔寨Cambodia	O	X	X	O
阿拉伯聯合大公國杜拜Dubai	X	O	X	X
埃及Egypt	O	O	O	O
香港Hong Kong	O	O	O	O

印度India	O	X	O	O
印度海得拉巴 Hyderabad, India	O	X	X	X
印尼Indonesia	O	O	O	O
日本 Japan	X	O	O	O
約旦Jordan	X	X	O	X
澳門Macau	O	O	O	O
馬來西亞Malaysia	O	O	O	O
馬來西亞沙巴Sabah, Malaysia	X	O	O	O
紐西蘭New Zealand	X	X	O	O
菲律賓Philippines	O	O	O	O
波蘭Poland	O	X	X	X
新加坡Singapore	O	O	O	O
南韓South Korea	O	O	O	O
南韓首爾Seul, South Korea	O	O	O	X
斯里蘭卡Sri Lanka	O	X	X	X
瑞士 Switzerland	X	X	X	O
臺灣Taiwan	O	O	O	O
泰國Thailand	O	O	O	O
泰國清邁Chiang Mai, Thailand	O	O	X	X
泰國芭達雅Pattaya, Thailand	O	O	O	X
越南Vietnam	O	X	X	O
美國夏威夷 Hawaii, USA	O	X	X	X

買主分析：

本屆買主中，45%為亞太地區買主，55%為歐美及其他地區買主，買主性質包含接待獎勵旅遊旅行社、會議籌辦者、目的地管理公司、負責獎勵旅遊業務之企業代表、國際組織等。從下圖數據中顯示，歐洲買主占42%，今年歐洲買主數量為歷年比例最高的一次，由此可見，歐洲地區

買主對亞太地區作為會議及獎勵旅遊之目的地意願頗高。據主辦單位統計，依國別計，來自印度、波蘭及新加坡買主人數最多；今年亦有58%為新買主，其中阿根廷、澳洲、緬甸及斯里蘭卡首度有買主參加。



買主來自之洲別統計

由於 IT&CMA and CTW Asia-Pacific 是唯一結合 B to B 商務採購展覽與旅遊論壇買主的活動，展覽期間亦有為數不少的企業旅遊採購主管(CTM)參與商務採購洽談，本屆共有來自 12 個國家的 CTM，其中亞太區的 CTM 占 99%，以來自印度及中國為最多，其他地區則僅占 1%。

參、我國參展情形

本屆參展本局委託中華國際會議展覽協會 (Taiwan Convention & Exhibition Association)組團並設計布置臺灣館展出。

一、參展行程

9/29 (一)	06:00	臺灣桃園機場第一航廈華航櫃檯前集合。
	07:20	CI834 起飛前往泰國曼谷國際機場。
	10:00	抵達曼谷國際機場。
	14:00	前往展場攤位(C6)確認攤位布置及參展品

	16:00	拜會駐泰國代表處陳銘政代表
9/30 (二)	09:00	抵達展場
	15:30	Networking Session for Exhibitors
	16:00	Keynote address
	17:10	Briefing For Exhibitors,Buyers And Corporate Travel Managers
	17:30-18:15	Seller Meet Buyer Session。
	19:00-21:30	Opening Ceremony & Welcome Reception。
10/1 (三)	09:00	抵達展場
		Appointment sessions till 18:00。
	09:30	臺灣文化體驗: 剪影表演。
	11:00	臺灣文化體驗: 捏麵人表演。
	12:30	Lunch Break to 13:30。
	14:00	臺灣文化體驗: 剪影表演。
	15:30	臺灣文化體驗: 捏麵人表演。
	15:55-16:15	Association Day Destination Presentation:
		Taiwan
	18:30	團員聚餐
10/2 (四)	09:00	抵達展場
		Appointment Session till 17:00。
	09:30	臺灣文化體驗: 捏麵人表演。
	11:00	臺灣文化體驗: 剪影表演。
	11:30-12:00	Taiwan Media Briefing
	12:30-13:45	13th Sticky Awards Lunch
	14:00	臺灣文化體驗: 捏麵人表演。
	15:00	臺灣文化體驗: 剪影表演。
	17:00	撤場。
10/3 (五)	11:00	返回臺北

二、參展單位

今年臺灣參展單位包括會議顧問公司、旅遊目的地管理公司、集團飯店、場館公司及地方政府。參展業者為晶華國際酒店有限公司郭思佩業務經理、臺北福華大飯店林奇儒業務協理、滿力國際股份有限公司黃

潔儀總經理、張瑛總監及張念慈總監、邁思會展有限公司楊雅如業務總監及譚淑霞專員、匯集國際股份有限公司蔣佩如經理及林秀容專案管理師、禾豐體驗行銷有限公司、蕭雅云專案資深執行及游子毅專案執行，政府單位包括經濟部臺灣會展領航計畫(MEET TAIWAN) 鄭幸宜專案經理、臺北市政府觀光傳播局李份璇股長及袁雅蓮研究員、高雄市政府經濟發展局顏家芸辦事員、高雄市政府會展推動辦公室胡楷翊專案經理、高雄展覽館股份有限公司徐嘉穗經理及本局蔡明玲主任秘書，會展協會則由鄒榮光秘書長及丁於珩專案管理師參加，連同公關活動表演老師共 22 人，參展陣容為歷年之最。

三、臺灣館

臺灣館攤位號碼 C7，為四面開島型攤位。今年度本局延續租用 42 平方公尺，臺北市政府觀光傳播局(租用 6 平方公尺)及高雄市政府經濟發展局(租用 6 平方公尺)則首次獨立租用攤位參展，使台灣館總面積達 54 平方公尺，大為增強臺灣展館之氣勢。

展館委由歐立利國際展覽設計股份有限公司整合設計裝潢，以跨拱造型，醒目的 Taiwan logo，作為臺灣館的主視覺識別標誌。全館以亮眼的白底搭配觀光局心型視覺圖形，並設計醒目的造型燈箱，展現臺灣多元文化主題，同時提升臺灣館整體亮度。攤位設有接待櫃檯，用以放置各類文宣資料，包含 Taiwan Tourist Map、Taiwan Tourist Brochure、Guide

to Meeting、Incentive, Conference & Exhibition 等觀光局相關文宣，以及參展業者業務簡介等資料，依來訪買主需求主動提供或供參觀者自由索取，另提供「活動平台」出版之「2014 臺灣會展名錄」USB 版 25 份。廠商洽談區則採用固定式隔屏洽談座，美觀而節省空間方便參展廠商與買主洽談。隔屏以燈箱方式製作，除展示廠商公司名稱外，呈現臺灣人文風景圖片，展現臺灣之美。臺北市政府及高雄市政府則各設四人座洽談桌及一面展示背牆，分刻展示城市特色。最受參展團員肯定的設計則是每個洽談桌皆附有可上鎖的置物櫃，讓團員可置放私人或較貴重物品。

臺灣文化體驗表演

本次於展期次日(10/1)及第三日(10/2)規劃臺灣文化體驗表演，包含人像剪影及捏麵人表演。人像剪影邀請經驗豐富且參與多年國外推廣的陳茂泉老師，藉由老師的快手捕捉買主的神韻，讓買主體驗臺灣傳統的文化藝術，亦有獨一無二的作品可以留作紀念。捏麵人表演則邀請深耕臺灣民俗技藝多年的羅紫正先生，現場進行捏麵人表演，吸引買主駐足與買主互動，提高臺灣館訪客人氣並順道分送文宣品。

Association Day Destination Presentation

今年主辦單位首次規劃 Association Day Destination Presentation，邀請協會型買主至現場聆聽會展獎勵旅遊目的地之介紹。首次僅安排四個時段，經過爭取，**臺灣說明會**由大會安排於10月1 日

下午15:55至16:15在展館內進行。由於協會型買主人數較少，主辦單位採用較為輕鬆的談話方式進行，因此未設有任何視聽投影設備。此次簡報由會展協會鄒榮光秘書長主持，並介紹交通部觀光局蔡明玲主任秘書、臺北市政府觀光傳播局和高雄市政府會展推動辦公室代表與買主見面。共計有六位買主前來聆聽臺灣介紹，據了解六位買主都未曾來過臺灣，對臺灣相當陌生，除口頭說明臺灣經常辦理許多協會型國際會議如各類醫學會議外，亦提供臺灣會展環境概況說明及書面資料，讓買主對臺灣有初步認識，也希望未來有機會至臺灣辦理會議或獎勵旅遊活動。

國際媒體記者會

經過積極爭取，主辦單位於10月2日上午11：30安排臺灣媒體記者會(Media Briefing)，並於展前一周透過主辦單位TTG寄送媒體邀請函。記者會先由本局出席代表蔡明玲主任秘書開場致歡迎詞，駐泰國臺北經濟文化辦事處梁洪昇副代表以貴賓身分與會致詞後，由鄒榮光秘書長進行臺灣觀光概況及會展環境優勢介紹，以臺灣觀光成果及會展在國際獲得之殊榮起頭，並特別宣傳觀光局旅行臺灣APP、星級旅館評鑑及最新開幕的高雄展覽館，更強調中央與地方政府的會展獎勵旅遊補助政策；再由臺北市政府觀光傳播局李份璇股長及高雄市政府會展推動辦公室胡楷翊專案經理分別進行城市宣傳，將臺灣會展獎旅優勢一併介紹給與會之媒體。

當天亦提供資料袋，內含觀光局文宣品、Guide to MICE光碟、紀念品及新聞稿，供媒體參考。展後並再次寄發致謝函及新聞稿給所有與會媒體，以爭取臺灣於國際曝光之機會。記者會計有40位國際媒體到場，約有6成未來過臺灣，但都對臺灣及政府提供之獎勵補助辦法表示高度興趣，展後亦有媒體積極陸續聯繫，希望協助臺灣於國際舞台曝光。因此，未來參展仍建議持續與主辦單位爭取辦理媒體記者會之機會。

來臺灣館買主洽談情形

臺灣參展業者於展前先藉由主辦單位Pre-Scheduled Appointments(PSA)及Online Diary系統與買主進行洽談預約。此系統係根據攤位之大小配置帳號，臺灣館為54平方公尺，共配置9個帳號，每一帳號登記為一家參展業者。洽談共計有32個時段可進行預約，預約未滿者，可運用9月30日現場Buyer-Meet-Sellers時段與其他買主安排洽談時間。

此次我國參展業者積極與買主接洽，亦有接受到臺灣館EDM的買主利用展期主動前來詢問，因此共有近250位買主前來臺灣館進行洽談。業者除提供臺灣會展基本訊息外，亦針對買主需求提供相關資料，並彼此交換聯絡方式，以利後續接洽。本次來臺灣館買主經統計後發現，超過半數買主來自亞太地區，占53%，主要為中國及新加坡，其次為馬來西亞、印度、菲律賓；歐洲地區則占29%，其中以波蘭買主占多數，其他為德國、

英國、法國等；美洲地區占7%，主要為美國買主；澳洲則占6%；其他國家如阿拉伯聯合大公國、俄羅斯、巴基斯坦、南非等約占5%。可見，因地緣及長期合作關係的往來，主要市場仍是亞太地區，買主普遍對臺灣的會展環境較為熟悉；而印度、波蘭、俄羅斯等過去較少接觸的國家，今年有不少買主前來攤位，並表示對臺灣感到高度興趣，展後業者將持續追蹤，以了解實際之商機成果及參展效益。

肆、展前展後宣傳

展前製作臺灣館及臺灣文化體驗活動的宣傳EDM，透過與主辦單位TTG合作，於展期開始前一週寄送給買主及參展商，由於臺灣參加IT&CMA多年，主辦單位特別來臺訪問本會鄒榮光秘書長，並於大會七月份電子報頭版報導，發送對象為所有訂閱者、IT&CMA與會者及潛在買主，亦有其他媒體將相關內容引用至其報導中。透過該電子報，於展前即大為提昇了臺灣的參展訊息、臺灣的知名度及曝光度。另展前展後各發一次中英文新聞稿。

展前新聞稿



Taiwan, Your Next Destination

Taiwan is the hottest destination for tourism, incentive travel as well as meeting and events in Asia. The number of inbound visitors to Taiwan broke 8 million in 2013 and is expected to grow to 9 million this year. Taiwan was reported as one of the “52 places to go in 2014” by the New York Times and “Holiday hotspots: where to go in 2014” by The Guardian.

Taiwan has multiple attractions for visitors to discover. Visitors are able to arrange tours to discover magnificent mountains with beautiful coastlines, experience Taiwan’s historic heritage and traditional culture of Taiwan, or taste the unique Chinese cuisine and Taiwanese snacks such as pearl milk tea and pineapple cakes, all included in your must-to-do package.

In order to provide more useful information to visitors, the Taiwan Tourism Bureau designs and provides two convenient Apps, “Tour Taiwan App” which finds the must-go spots and all related travelling information; “Tourism Events App” provides information on the year-round events covering all Taiwan.

In addition to the tourism service, both the central and local governments of Taiwan are providing sufficient facilities and support to inbound meeting and incentive travel groups. Early this year a new MICE venue was open for use: the Kaohsiung Exhibition Center located in southern Taiwan which is the best exhibition center with modern meeting and exhibition facilities in the southern port city for events. To further encourage overseas business groups to travel to Taiwan, the government continues to offer various support including subsidies.

Taiwan Tourism Bureau will be at IT&CMA 2014 with co-exhibitors covering a full spectrum of MICE services including local governments, venues, PCOs, DMC and hotel. We are happy to provide complete information about Taiwan and help you find out why Taiwan will be your next destination.



展後新聞稿



Taiwan Tourism Bureau successfully promotes Taiwan at IT&CMA 2014

To promote Taiwan as the best destination for meeting and incentive travel, Taiwan Tourism Bureau once again organised a strong MICE team to participate in the most important MICE event in Asia — The Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia (IT&CMA) in Bangkok, Thailand, Oct. 1-3, 2014

This year Taiwan Tourism Bureau, in consolidated efforts, enriched the Taiwan pavilion with the participation of both Taipei and Kaohsiung City Governments, with a total booth area of 54 square meters. The design of booth showcased the beauty of whole Taiwan from north to south. In addition to both the central and local government representatives, exhibitors from the Taiwan incentive and meeting industry were strong enough, comprising MICE operators namely: Asia Concentrate Corporation, Howard Hotels & Resorts, K & A International Co., Ltd., Kaohsiung Exhibition Centre, Regent Taipei, Taiwanlook Co., Ltd, Taiwan MICE Industry Pilot Program (MEET TAIWAN), TW MICE Event & Destination Management Company and Taiwan Convention & Exhibition Association (TCEA). It was the largest and strongest MICE team to the IT&CMA event ever. Meanwhile, in order to share the unique culture of Taiwan, two traditional art performances, the silhouette portrait and dough figures were brought to the event at Taiwan pavilion, winning applauses from all buyers and visitors during the show.

In the 3-day show, Taiwan pavilion attracted more than a hundred of hosted buyers, travel managers, meeting planners and MICE media to meet with Taiwan delegates. In the course of business talks and networking, numerous buyers indicated that they intended to bring more groups for incentive travel to or meeting in Taiwan, particularly from new markets like Russia, India, and Poland, etc. In the morning on Oct. 2nd, Taiwan delegation successfully held an international media briefing which drew nearly 40 international media representatives who showed high interests in Taiwan market and particularly in government support programmes for international incentive travel groups and meeting events in Taiwan.

Situated in the heart of Asia with natural beauty, cultural diversity and unique historical heritages, Taiwan plays a key role in MICE in the Asia-Pacific region. With well-established MICE environment, Taiwan would be the best and your next ideal MICE destination in Asia.

伍、臺灣參展業者效益調查

依據參展業者所填意見調查表，業者回覆未來一年內會有訂單的佔一半以上，對於潛在銷售金額普遍表示在5萬美元上下，亦也有少數業者預估可達25至50萬美元。因此，大部分業者皆表示此次參展符合其參展之動機，並有再次參與之意願。對於整體臺灣行銷部分，業者則反映臺灣作為會展及獎勵旅遊之目的地需再加強行銷，並積極開發可能之新客源，可藉由參與國際性展覽或辦理採線團等方式來加強。另外，業者對於本次參展規劃及展攤設計、施工品質等皆表示肯定，並建議可繼續維持每一業者皆保有其獨立洽談座位的方式，以利與買主洽談。

陸、心得與建議

一、IT&CMA大會相關措施值得借鏡之處

(一)大會對買家極優惠而權利義務亦明確，使買家逐年增加。

IT&CMA大會對全球有潛力買家提供機票住宿遊程的招待，買家則相對在 兩天交易會期間須與攤位賣家至少24個進行面談，門檻(獲得24個賣家貼紙)，始可獲大會機票之免費(買家先自付機票款，俟通過門檻再至秘書處換取機票款)，同時對各攤位做問卷評價，提供大會評選獎項依據。本展攤位租金較其他展為貴，大會將所收費用轉邀具知名度買家，並約束以權利義務，使提高參展效益，可為臺北國際旅展交易會邀請買家條件之參考。

(二)展場入口設兒童照顧區，鼓勵買家偕家人來訪，與商家預約面談時可放心安置小孩，貼心服務及希藉參展增加家庭旅遊機會來提高買家參加意願之企圖相當明顯。

(三)攤位賣家及買家之入場名牌每次進入展場必須掃描條碼過卡，以防不合理使用，亦可做動向分析。

二、來訪買家較去年熱絡，建議參展業者自行建立買家資料庫

據我國攤位各參展業者表示，今年買家詢問度高，且多事前主動於大會電腦系統預約，而非被動受邀，一天約有20家面談(相當緊湊)，如能各自將來訪買家資料鍵入資料庫（考量個資問題，不建議由協會統一建檔）並適時將我國及該業者最新動態資料傳送，可讓買家時常想起臺灣，有需求時當會考慮臺灣做為選項。

三、建議多鼓勵地方政府獨立參展、共同設計，以增加臺灣館展攤面積及設計空間

本局租用之臺灣館展攤面積約為其他競爭國租用面積的3分之1，相對較難向主辦單位爭取較佳位置。今臺北市與高雄市政府首度獨立參展，各租用6平方公尺攤位與本局42平方公尺合併，整體規劃為臺灣館，使臺灣館面積較過去明顯增加，設計及運用上相對亦有較大的發揮空間。參展業者普遍認為展攤設計較過去有突破，每個參展單位有一不受干擾的洽談桌面及上鎖桌邊櫃，最受好評。

四、建議本展參展資料應有友善穆斯林設施及全臺旅館會議設施資訊

會議獎勵旅遊展應有針對其特性及目標對象之參展文宣品，例如我國能提供會展場地不僅北中高大型會議中心，尚有可供中小型會議之觀光旅館會議設施，應有全國會議場所簡介手冊或CD連結臺灣旅宿網。另東南亞展可提供臺灣穆斯林友善設施手冊，以因應地區需要。

五、本局每年委託辦理參加之4處世界知名會議獎勵旅遊展，考量實際效益，建議可洽詢業者參展意願酌做調整。

今年(103)委託辦理組團參加之會議獎勵旅遊展計有澳洲、IT&CMA(泰國曼谷)、IMEX(德國法蘭克福)、EIBTM(西班牙巴塞隆納)，以IT&CMA國內參展單位最多，歐洲展因路程較遠來台會議及獎勵旅遊機會相對較少，致業者參與情形多年來並不熱烈，尤其以南歐、中南美洲為主的EIBTM(西班牙巴塞隆納)展，有業者建議可考慮替換美國區域展如IMEX America。

經洽詢國際會展協會(ICCA)了解，EIBTM雖以南歐為主惟買家仍來自全球各地，且該展有教育訓練課程可以參與，特為青年才俊所設的免費論壇--Forum For Young Professionals，專為三十歲以下的年輕業界人士主辦，以增加參展效益。而本次主辦單位於Show Daily Issue1頭版提及美國買主對於亞洲市場興趣提升，其對亞洲感到新鮮

及好奇。報導中提及中國、南韓為目前熱門首選，其主要原因是直飛航班方便。目前臺灣有多個直飛美國大城市之班機，應亦有相同之競爭力，成為美國市場選擇之目的地。

建議本局業務單位可就參展的投資回報率（ROI）和目標回報率（ROO）多面向考量是否需調整參展項目。

六、資本雄厚的外籍航空直飛臺灣，對臺灣知名度及爭取國際旅客來臺效益大，建議開拓MICE新興市場

阿聯酋航空開航臺北後，俄羅斯、波蘭、義大利等歐洲國家的買家詢問度較過去為高。部分業者要求協助辦理熟悉旅遊，由於阿聯酋航空為飛中東、歐洲之重要航空，未來商機可以預期。泰國為泰航大本營，歐亞美飛航點四通八達，為歐美旅客前往亞洲之重要航空，據悉因飛美國洛杉磯航線，明年將無法中停首爾，已洽桃園機場公司表示將改降桃園之意願。由於旅客多半喜歡搭國籍航空，加上航空公司對會員多有里程優惠及會員忠誠度理由，為吸引國際旅客建議未來與航空公司合作夥伴關係可擴大至外籍航空，並開拓MICE新興市場，以創造雙贏。

七、泰國黃衫軍事件重創觀光業之後，泰國政府的相關作為值得參考

泰國政府為力挽狂瀾，振興觀光，「針對潛力國家給予3個月免費簽證」效果良好，來自受惠國家旅客多有2位數成長，可能檢討是

否再延長實施3個月；推出「赴泰觀光兼學泰國菜」行程，吸引家庭主婦參團，旅客成長約2成；「民眾旅遊支出可抵稅」提高民眾出外旅遊意願。

柒、附件

出席臺灣國際媒體記者會致歡迎詞稿

Ladies and gentlemen:

Good afternoon, on behalf of the Taiwan Tourism Bureau, I'm delighted to welcome you to the Taiwan Media Briefing. Thank you for your interest Taiwan's tourism and MICE.

Taiwan has become a hot destination for tourism, incentive travel as well as meeting and events in Asia. The number of inbound visitors to Taiwan are booming, surpassing 8 million in last year and is expected to reach over 10 million next year. Earlier this year, the *New York Times* and *The Guardian* of the U.K. both chose Taiwan as one of their "must visit" destinations for 2014. At the same time the Buzz Feed website listed Taiwan's capital, Taipei, among its "Best cities for traveling alone." CNN Go also listed 10 things that Taiwan does better than anywhere else in the world: like free Wi Fi, Chinese artifacts, night markets, themed restaurants, national health coverage, animated news, vegetarian "meat", Little League baseball, Hello Kitty obsession, and little dumplings. These reports in such prominent media confirm our belief that Taiwan has become a major tourist destination in Asia.

As you know, Taiwan is a high tech island, we provide free Wi Fi access at over 12,000 hotspots. In order to give more useful information to visitors, the Taiwan Tourism Bureau has also designed and provided

two convenient Apps: the “Tour Taiwan App” which finds the must-go spots and all related travelling information; and the ” Tourism Events App” which provides information on the year-round events happening in Taiwan.

Meanwhile, Taiwan is providing sufficient facilities and support to inbound meeting and incentive travel groups. For example, it gives incentives for groups of 150 persons or above which visit Taiwan for the first time; they will be eligible for a Welcome Dinner function and ceremony.

So we welcome domestic and overseas industry officials and international buyers to visit Taiwan. We believe we can help you find much more opportunities to cooperate. Be it conference and exhibition organizing, or tourism and incentive travel planning, we can create a win-win situation.

Taiwan welcomes you! It's time to experience amazing Taiwan.
Thank you.

展前宣傳



The World's Only Doublebill Event
 I.T.C.M. | Corporate Travel
www.itcma.com | www.corporatetravelworld.com



30 September - 2 October 2014
 Bangkok Convention Centre at CentralWorld Bangkok, Thailand



MEET TAIWAN AT STAND NO. C7

Time for Taiwan



Meet Taiwan at IT&CMA & CTW 2014
 Stand No.C7

Main Exhibitors:
 Taiwan Tourism Bureau
 Department of Information and Tourism, Taipei City Government
 Kaohsiung City Government Economic Development Bureau

Co-exhibitors:
 Asia Concentrate Corporation
 Howard Hotels, Resorts, Suites
 K & A International Co., Ltd.
 Kaohsiung Exhibition Center
 Regent Taipei
 Taiwanlook Co., Ltd
 Taiwan's MICE Industry Pilot Program (MEET TAIWAN)
 TW MICE Event & Destination Management Company
 Taiwan Convention & Exhibition Association (TCEA)



Experience Taiwan's Traditional art at IT&CMA & CTW 2014

Stand No.C7



Taiwan, is a beautiful island country with rich natural environment and cultural variety. This time with us are two traditional art shows at IT&CMA & CTW 2014—silhouette portrait and dough figures. The silhouette portrait artist with highly-skilled paper cutting technique will capture the most notable characteristics of your outline, and the dough figures used steamed sticky rice and flour dough to make characters from legendary or cartoon stories, both within seconds or minutes. Want to know more about Taiwan's traditional arts? Come to Taiwan Pavilion (C7) at IT&CMA & CTW 2014.



Sponsor by Taiwan Tourism Bureau and MEET TAIWAN



<http://taiwan.net.tw>

For further details, contact:

Ms. Ting

Taiwan Convention & Exhibition Association

Room 7E02, 7F, No.5, Sec.5, Xinyi Rd., Xinyi District, Taipei 11011, Taiwan

Tel: +886-2-8789-0220 ext.22 | Fax: +886-2-2722-1049

E-mail: ting@taiwanconvention.org.tw | Website: www.taiwanconvention.org.tw

[Please click here if you are unable to view the image](#)

[To unsubscribe, click here](#)



Newsletter 02 // JULY 2014

Taiwan Back For More



Taiwan Convention & Exhibition Association, Taiwan
Thomas Tsou, Secretary General

Q In your opinion, what defines a successful trade show?

A successful show should possess three elements: quality buyers, a large numbers of exhibitors, and diverse functions and networking arrangements.

Q What are Taiwan's objectives in participating at trade shows?

As TCEA assists Taiwan Tourism Bureau in promoting Taiwan as one of the best travel destinations, we expect business opportunities that will lead to a rise in awareness of our country. Meanwhile, we wish to expand our market to countries such as Eastern Europe and the Middle East, thus we are hoping to meet potential clients from these places.



Q How has IT&CMA and CTW Asia-Pacific helped Taiwan achieve its objectives?

Having won the Stickiest Marketing Award and Stickiest National Booth Award (Bronze) effectively enhanced Taiwan's international exposure, and we owe this to the show. Most of our co-exhibitors who were able to meet their targeted potential clients also gave positive feedback. We've had several buyers that quickly decided to work with us. 50% of them were from Asia-Pacific.

Q What can our delegates expect from TCEA at this year's event?

We will be reinforcing Taiwan as one of the top travel destinations - an attractive island with diversified natural landscapes and endless attractions. We also provide two convenient mobile applications for visitors - "Tour Taiwan App" which suggests the must-go spots and travel information, and "Tourism Events App" which provides information on major events all year round. Moreover, Taiwan has multi-functional venues for business purposes. Early this year, Kaohsiung Exhibition Center was opened in Southern Taiwan, which has the most modern meeting facilities thus far. The government also offers several subsidies as a form of incentive to further attract overseas business groups to Taiwan. This year, our co-exhibitors include PCOs, hotels, travel agents and local governments. This once again makes the Taiwan Pavilion a one-stop booth for all buyers at the show.

“ IT&CMA and CTW Asia-Pacific... effectively enhanced Taiwan's international exposure... ”

Q IT&CMA and CTW Asia-Pacific's top 3 strengths are...

Firstly, the show offers a diversity of functions and networking sessions which enhance the value of IT&CMA and CTW Asia-Pacific. Next, the show focuses on Asian destinations, ideal for companies who are looking for business opportunities in this region. Last but not least, the show's pre-scheduled appointment system has consistently resulted in matching us with buyers from Asia-Pacific who are steadfast in decision-making. These buyers will usually place orders within a year after the show, proving that IT&CMA and CTW Asia-Pacific delivers high business generation success indeed!

See page 6 for more exhibitor highlights.

訪)

聯合財經網 money.udn.com

聯合新聞網 | RSS | Apps | Udn Family | 粉絲團 | 登入 | 註冊

Home 熱點 國際 兩岸 證券 產業 理財 房產 行情 觀點 管理 商情

2014第5屆 權民搶百萬 投資理財還能抽獎? 權民搶百萬! 活動開跑! 報名就送 投資再抽! 獎項總價超過600萬! 了解活動

聯合財經網 / 商情 / 熱門亮點 / 推廣臺灣獎旅暨會展環境 觀光局組團赴泰宣傳

分享至 Facebook

推廣臺灣獎旅暨會展環境 觀光局組團赴泰宣傳

2014-09-12 經濟日報 藍信珊

為推廣臺灣優質獎勵旅遊及會展環境，交通部觀光局今(103)年將再度率領臺灣業者參加亞洲獎勵旅遊暨會議展(Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia,IT&CMA)。此次展覽將於9月30日至10月2日在泰國曼谷會議中心(Bangkok Convention Center)舉行，參展者為各國會議局及旅遊局、會議中心、會展國際組織、會議顧問公司、獎勵旅遊業、航空公司、旅館及休閒中心等，每年更吸引來自世界各地上百位買主前來尋找最新的會議及獎勵旅遊目的地，係亞洲最具代表性的會議展覽及獎勵旅遊專業展。

今年度參展由交通部觀光局與臺北市觀光傳播局、高雄市政府經濟發展局共同組成臺灣整體形象館，有效整合資源，同心協力推廣臺灣，打造臺灣為亞洲會議及獎勵旅遊首選之地。本次規劃參加大會舉辦之目的地說明會並於開展第二天辦理國際記者會，藉此提升臺灣能見度。同時，臺灣館現場安排傳統技藝活動的人像剪影及捏麵人表演，吸引買主目光，宣傳臺灣豐富之文化藝術，藉機行銷臺灣多元的旅遊特色及會展環境。

本次臺灣館參展團員為臺北市觀光傳播局、高雄市政府經濟發展局、高雄市政府會展推動辦公室、MEET TAIWAN、台北晶華酒店、台北福華大飯店、滿力國際股份有限公司、邁思會展有限公司、禾豐體驗行銷有限公司、匯集國際股份有限公司、及高雄展覽館，廣泛集結地方政府、飯店、會議籌辦公司、目的地行銷公司、會展場地營運公司等會展、獎旅及觀光軟硬體單位，提供一站式服務，使買主獲得完整的臺灣會展資訊，可望成功開拓更多來臺辦理會展、獎勵旅遊活動和觀光旅遊之高機。

1+1=\$50 鋼板鬆點 法式芥末香雞堡新上市! 期間限定 馬上來品嚐

詳情請見臺灣館官網

Google Cloud Platform 雲端運算, 已採用Google 現在就來試試

要聞發燒

參展團員於IT&CMA Show Daily露出





K&A International Taiwan's Tina Chang, Kitty Wong and Rene Chang



Asia Concentrate Corporation Taiwan's Julie Lin and Pairy Chiang, and Best Travel Deals Singapore's Lai Wah Chow



Department of Information and Tourism, Taipei City Government's Ya Lien Yuan and James Chang

參展團員於攤位前合影



臺灣館兩側外觀



人像剪影



捏麵人



業者與買主洽談情形



開幕儀式



歡迎酒會



Association Day Destination Presentation : TAIWAN



會場



向買主介紹臺灣

臺灣國際媒體記者會



交通部觀光局蔡明玲主任秘書
致歡迎詞



駐泰國臺北經濟文化辦事處
梁洪昇副代表致詞



國際媒體參與踴躍



媒體資料袋



首頁 > 日報 > 工商時報 > 投資理財

一貽跌？
掌握不敗行情指標

好康活動
送您去看電影《美味不設限》

G+粉絲限定
讓你從生活解讀世界的軟

觀光局推廣獎旅、會展

2014年10月10日 04:10
陳宗慶

A A A

178 點閱 | 6/10 | 我要評比 | 0 | 0



交通部觀光局主任秘書蔡明玲（前排左四）、中華國際會議展覽協會秘書長鄒榮光（前排左五），與參展團代表在臺灣館合影。圖／會展協會提供

交通部觀光局為推廣臺灣獎勵旅遊及會議展覽環境，於日前率領國內業者赴泰國曼谷參加「2014亞洲獎勵旅遊暨會議展（IT&CMA）」，行銷臺灣成果輝煌。

此次觀光局結合臺北市政府觀光傳播局及高雄市政府經濟發展局，組成臺灣館參展，攤位面積54平方公尺，整體設計明亮搶眼。參展單位除地方政府機構外，亦包含經濟部國際貿易局「MEET TAIWAN會展領航計畫」、台北晶華酒店、台北福華大飯店、滿力國際公司、邁思會展公司、禾豐體驗行銷公司、匯集國際公司及高雄展覽館等。臺灣館特別安排臺灣民俗技藝之人像剪影及捏麵人表演，藉文化交流與買主互動，吸引眾多買主駐足觀賞。

臺灣館並於10月2日舉辦國際媒體記者會，由交通部觀光局與臺北市政府觀光傳播局、高雄市政府經濟發展局代表共同參與，向媒體說明臺灣獎勵旅遊及會議環境優勢與相關補助措施。

中華國際會議展覽協會表示，此次參展行銷臺灣，許多從未接觸過臺灣的買主，特別是來自俄羅斯、印度、波蘭地區之買主，對臺灣表示高度興趣，未來可加強此地區之宣傳，以開拓更多來臺辦理會展獎旅及觀光旅遊商機。

泰國曼谷IT&CMA

觀光局推廣獎旅、會展

■陳宗慶

交通部觀光局為推廣臺灣獎勵旅遊及會議展覽環境，於日前率領國內業者赴泰國曼谷參加「2014亞洲獎勵旅遊暨會議展覽(IT&CMA)」，行銷臺灣成果輝煌。

此次觀光局結合臺北市政府觀光傳播局及高雄市政府經濟發展局，組成臺灣館參展，攤位面積54平方公尺，整體設計明亮搶眼。參展單位除地方政府機構外，亦包含經濟部國際貿易局「MEET TAIWAN會展领航計畫」、台北晶華酒店、台北福華大飯店、滿力國際公司、邁思會展公司、禾豐體驗行銷公司、匯集國際公司及高雄展覽館等。臺灣館特別安排臺灣民俗技藝之人像剪影及捏麵

人表演，藉文化交流與買主互動，吸引眾多買主駐足觀賞。

臺灣館並於10月2日舉辦國際媒體記者會，由交通部觀光局與臺北市政府觀光傳播局、高雄市政府經濟發展局代表共同參與，向媒體說明臺灣獎勵

旅遊及會議環境優勢與相關補助措施。

中華國際會議展覽協會表示，此次參展行銷臺灣，許多從未接觸過臺灣的買主，特別是來自俄羅斯、印度、波蘭地區之買主，對臺灣表示高度興趣，未來可加強此地區之宣傳，以開拓更多來臺辦理會展獎旅及觀光旅遊商機。



●交通部觀光局主任秘書蔡明玲(前排左四)、中華國際會議展覽協會秘書長鄭榮光(前排左五)，與參展團代表在臺灣館合影。圖/會展協會提供

駐泰國臺北經濟文化辦事處網站

TAIWAN 駐泰國台北經濟文化辦事處 Taipei Economic and Cultural Office in Thailand

· 回首頁 · 網站導覽 · RSS訂閱說明 · 聯絡我們 · English

站內查詢 請輸入關鍵字 查詢 進階查詢

關於臺灣
本館簡介
最新消息
政務
商務
文教
新聞
僑務
領務
移民
照片集錦
活動剪影
問答集
相關連結

活動剪影

瀏覽路徑: 首頁 > 照片集錦 > 活動剪影

分享轉貼 友善列印 回上一頁

本處梁公使洪昇出席「2014亞洲獎勵旅遊暨會議展覽(IT&CMA)」，參觀台灣館並與工作人員合影留念

張貼日期: 2014/10/3



calendar week 42 / 14

NEWS | MICE / LUXURY TRAVEL | PICTURE GALLERY | COMMENTS

TOURISM BUREAU SUCCESSFULLY PROMOTES TAIWAN AT IT&CMA 2014

von Editor's Office

19. Oct 2014

Taiwan

THE HEART OF ASIA

To promote Taiwan as the best destination for meeting and incentive travel, Taiwan Tourism Bureau once again organised a strong MICE team to participate in the most important MICE event in Asia. The Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia (IT&CMA) in Bangkok. This year Taiwan Tourism Bureau, in consolidated efforts, enriched the Taiwan pavilion with the participation of both Taipei and Kaohsiung City Governments, with a total booth area of 54 square meters. The design of booth showcased the beauty of whole Taiwan from north to south.



Taiwan delegates at Taiwan Booth

In addition to both the central and local government representatives, exhibitors from the Taiwan Incentive and Meeting Industry were strong enough, comprising MICE operators namely: Asia Concentrate Corporation, Howard Hotels & Resorts, K & A International Co., Ltd., Kaohsiung Exhibition Centre, Regent Taipei, Taiwanlook Co., Ltd., Taiwan MICE Industry Pilot Program (MEET TAIWAN), TW MICE Event & Destination Management Company and Taiwan Convention & Exhibition Association (TCEA). It was the largest and strongest MICE team to the IT&CMA event ever. Meanwhile, in order to share the unique culture of Taiwan, two traditional art performances, the silhouette portrait and dough figures were brought to the event at Taiwan pavilion, winning applauses from all buyers and visitors during the show.

In the 3-day show, Taiwan pavilion attracted more than a hundred of hosted buyers, travel managers, meeting planners and MICE media to meet with Taiwan delegates. In the course of business talks and networking, numerous buyers indicated that they intended to bring more groups for incentive travel to or meeting in Taiwan, particularly from new markets like Russia, India, and Poland, etc. In the morning on Oct. 2nd, Taiwan delegation successfully held an international media briefing which drew nearly 40 international media representatives who showed high interests in Taiwan market and particularly in government support programmes for international incentive travel groups and meeting events in Taiwan.



Taiwan media briefing

Situated in the heart of Asia with natural beauty, cultural diversity and unique historical heritages, Taiwan plays a key role in MICE in the Asia-Pacific region. With well-established MICE environment, Taiwan would be the best and your next ideal MICE destination in Asia.



Kaohsiung

RECENT ARTICLES

1. Kerstin Poetzsch the first HSMAI Europe National Advisory Board Germany member
2. (Deutsch) Der TourismusMulti Media Award „ Das Goldene Stadtor 2013„ Ist wieder gestartet.
3. The Golden City Gate 2015 TourismMultiMediaAward at ITB is started
4. European national convention bureaux form strategic alliance
5. Meliá inaugurates the Gran Meliá Xian
6. Carlson Rezidor opens another flagship in South Africa
7. (Deutsch) Was unterscheidet VUSA und Brand USA
8. (Deutsch) asr Fachtagung in Barcelona
9. Tourism Bureau successfully promotes Taiwan at IT&CMA 2014
10. (Deutsch) (中文) 北京國際管理培訓學院2015年首屆年會暨國際商旅大會與旅行社業相關性

KEEP INFORMED

→ Subscribe to Newsletter

SCHEDULE OF TRADE FAIRS

03. Dec	05. Dec
MITM Americas	
Puebla, Mexico	
10. Jan	13. Jan
ITT EGYPT	
Calro, Egypt	
21. Jan	22. Jan
7th. Conventa	
Ljubljana, Slovenia	

→ show whole schedule

SEARCH

MONTHLY ARCHIVES

- October 2014 (69)
- September 2014 (90)
- August 2014 (136)
- July 2014 (167)
- June 2014 (111)
- May 2014 (154)
- April 2014 (133)
- March 2014 (186)
- February 2014 (218)
- January 2014 (219)
- December 2013 (155)
- November 2013 (155)
- October 2013 (160)
- September 2013 (94)
- August 2013 (129)
- July 2013 (124)
- June 2013 (111)
- May 2013 (112)
- April 2013 (119)
- March 2013 (148)
- February 2013 (165)
- January 2013 (120)
- December 2012 (96)
- November 2012 (132)
- October 2012 (113)
- September 2012 (72)
- August 2012 (95)
- July 2012 (144)
- June 2012 (125)
- May 2012 (163)
- April 2012 (79)
- March 2012 (128)
- February 2012 (141)
- January 2012 (128)
- December 2011 (89)
- November 2011 (135)
- October 2011 (145)
- September 2011 (132)
- August 2011 (121)
- July 2011 (85)
- June 2011 (71)
- May 2011 (97)
- April 2011 (115)
- March 2011 (117)
- February 2011 (113)
- January 2011 (105)
- December 2010 (71)
- November 2010 (103)
- October 2010 (90)
- September 2010 (65)
- August 2010 (109)
- July 2010 (90)
- June 2010 (104)
- May 2010 (94)
- April 2010 (77)
- March 2010 (74)
- February 2010 (72)
- January 2010 (62)
- December 2009 (37)
- November 2009 (53)
- October 2009 (59)
- September 2009 (56)
- August 2009 (64)
- July 2009 (53)
- June 2009 (48)
- May 2009 (36)