

出國報告(出國類別:推廣)

參加 2014 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：馬祖國家風景區管理處長王忠銘

派赴國家：英國

出國期間：102 年 10 月 31 日—11 月 8 日

報告日期：103 年 11 月 26 日

列印

提要表

系統識別號：	C10304627					
計畫名稱：	參加倫敦旅展(WTM)					
報告名稱：	參加2014年倫敦旅展(WTM)及歐洲城市觀光推廣活動					
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
	王忠銘 交通部觀光局 馬祖管理處處長室 處長 簡任(派) 聯絡人nora@tbroc.gov.tw					
前往地區：	英國					
參訪機關：	無					
出國類別：	其他					
出國期間：	民國103年10月31日 至 民國103年11月08日					
報告日期：						
關鍵詞：	倫敦旅展，WTM					
報告書頁數：	6頁					
報告內容摘要：	<p>根據UNWTO統計今年上半年台灣的國際旅客人數年增率高達26.7%，排名世界第一，其中以亞洲旅客成長最多，但歐洲旅客成長並不明顯。為配合旅行台灣、就是現在(Time for Taiwan)之觀光政策，提升台灣國際觀光知名度，爰期望藉由參加倫敦旅展(World Travel Mart)，邀集台灣旅遊相關業者，共同行銷台灣旅遊，爭取我國在英國觀光舞台的能見度。今年適逢WTM第35周年慶，主辦單位邀請台灣代表團在旅展最後一天演出亞洲祭，透過文化特色表演，除更提升台灣知名度，亦與其他國家展攤交流。此外，觀光局駐歐洲辦事處也配合WTM，租用倫敦市黃金路線的巴士車身廣告，擴大行銷宣傳力道！</p>					
電子全文檔：	C10304627_01.pdf					
出國報告審核表：	C10304627_A.pdf					
限閱與否：	否					
專責人員姓名：						
專責人員電話：						

列印

目 錄

一、 目的.....	1
二、 過程.....	1
三、 心得及建議.....	4
四、 附錄.....	6

一、目的

根據聯合國世界旅遊組織(World Tourism Organization of the United Nations 以下簡稱 UNWTO)資料統計，今年上半年臺灣的國際旅客人數年增率高達 26.7%，排名世界第一。資料中指出，臺灣國際旅客人數成長由前年 39 名躍進到去年 37 名，觀光人數成長迅速，其中以亞洲旅客成長最多，韓國、中國大陸及日本旅客分別成長 72.96%、37.35%、17.95%，但歐洲旅客成長並不明顯，為配合旅行臺灣、就是現在(Time for Taiwan)之觀光政策，提升英國來臺旅遊人數，提升臺灣國際觀光知名度，交通部觀光局(以下簡稱本局)期望藉由參加倫敦旅展(World Travel Mart)，爭取我國在英國觀光舞臺的能見度，同時邀集臺灣旅遊相關業者(旅行社、旅館、交通運輸、精緻飲食及表演團體等)，共同行銷臺灣旅遊(城市旅遊、島嶼生態旅遊、地質公園旅遊、冷戰時期歷史(含軍事據點觀光)文化旅遊等)。

二、過程

本次參展團隊(包含旅行業者、旅館業者、航空業者、糕餅示範人員、資訊人員、廟會文化表演團體)共計 27 人參展、第二天人員各自就位準備 B2B 專業洽談，駐德國法蘭辦事處早上安排以 (Time for Taiwan) 為廣告車廂之觀光公車剪綵活動，由駐英代表劉代表志攻蒞臨主持，緊接下午在臺灣館內舉辦 Happy hour ，藉此機會吸引買家及媒體，先由團長張李正琴致詞並邀請祝英代表介紹臺灣旅遊推動情形，在廟會表演團體配合下熱鬧非凡，吸引很多人氣，增加了臺灣在國際舞臺曝光度。

來英國第一天 11 月 1 日(星期六)一早(09:30)，搭車前往展演地點 Bluewater Shopping Centre，由臺灣表演團體 Zerofour 表演家將及街舞，濃郁的化妝呈現臺灣民俗風，加上洪仁堡老師現場揮毫作畫呈現山水與鳥作品，深獲觀眾所愛，鄧嘉銘先生纏線藝術特有的民俗文化，吸引了眾多觀眾駐足圍觀，藝術表演小巧手藝創造出各種不同圍觀現場觀眾爭相索取，確實有許多旅客停下拍照，增加了臺灣知名度。

在廣大旅展場地細心觀察各攤位佈置及特色，以作為日後佈展參考，旅展期間民俗藝人纏線藝術特有技藝讓現場觀眾瞠目結舌，並由畫家現場揮毫作畫呈現山水與鳥作品及糕餅現場示範製做，吸引各國買家駐足觀看，外加免費贈送，因此人氣超旺，往往都需大排長龍等待紀念品製作，讓臺灣攤位聚集人氣，也為臺灣觀光打響民俗文化名聲。

旅展最後一天因為了慶祝 WTM35 周年慶，由臺灣代表團代表亞洲地區演出(亞洲祭)，在表演團體 Zerofour 演出之後，菲律賓團體也跟著演出，雙方有互拼場意味濃厚，讓會場熱鬧非凡，也許是最後一夜大家都懷著一一不捨心理，化下最後句點，各自歸隊，大家期待來年再相見。

行程如下：

日期	時間	行程
10月31日 (星期五) 第一天	06:00	代表團團員欲乘坐專車者請至台灣觀光協會一樓集合
	06:10	專車出發前往桃園國際機場
	07:00	代表團全體(含自行前往者)至桃園國際機場，於第二航廈長榮航空團體 Check-in 櫃檯集合，辦理登機手續
	09:10	
	19:10	
	19:40	辦理入境手續，搭乘專車至住宿旅館
	20:40	抵達住宿旅館-Westbridge London
11月1日 (星期六) 第二天	06:30	晨喚、用早餐
	07:30	搭車前往展演地點 Bluewater Shopping Centre
	08:30	抵達展演地點進行場佈
	10:00	
	20:00	
	22:00	活動結束，返回飯店

日期	時間	行程
11 月 2 日 (星期日) 第三天	08:30 09:30 14:45 15:30 18:00	晨喚、用早餐 代表團自行業務拜訪 前往展館(Custom House for ExCel) 抵達 ExCel 展館佈展 代表團會議
11 月 3 日 (星期一) 第四天	07:45 08:45 10:00 18:00	晨喚、用早餐 前往展館(Custom House for ExCel) 參加倫敦旅展(WTM)
11 月 4 日 (星期二) 第五天	08:00 09:00 10:00 18:00	晨喚、用早餐 前往展館(Custom House for ExCel) 參加倫敦旅展(WTM)
11 月 5 日 (星期三) 第六天	08:00 09:00 10:00 20:00	晨喚、用早餐 前往展館(Custom House for ExCel) 參加倫敦旅展(WTM)
11 月 6 日 (星期四) 第七天	08:00 09:00 10:00 16:00	晨喚、用早餐 前往展館(Custom House for ExCel) 參加倫敦旅展(WTM)
11 月 7 日 (星期五) 第八天	08:30 09:30 19:30 21:35 21:00	晨喚、用早餐 團員完成 Check-out 手續，全體於飯店門口集合出發前往倫敦希斯洛機場 抵達倫敦希斯洛機場(第二航廈)，辦理登機手續 倫敦→臺北 BR-68 航班(21:35/21:00)
11 月 8 日 (星期六) 第九天	21:00 21:45 22:35	抵達臺灣桃園國際機場(第二航廈) 搭乘專車團員集合，自桃園國際機場返回協會 抵達協會

三、心得及建議

心得：

- (一) 俗語說戲法人人會變巧妙各有不同，但是會場對於音量分貝有嚴格控制，所以許多都事以靜態展出或體驗式為主，例如泰國按摩、韓國調酒、印度紋身、日本溫泉、斐濟編織草帽來做為吸睛或讓旅客留下方式。本次臺灣表演團體 Zerofour 表演家將及街舞，濃郁的化妝呈現臺灣民俗風，加上洪仁堡老師現場揮毫作畫呈現山水與鳥作品中國風，鄧嘉銘先生纏線藝術特有的民俗文化吸引了眾多觀眾駐足圍觀，藝術表演小巧手藝創造出各種不同氛圍，現場觀眾爭相索取，擠得水洩不通，適逢假日人潮眾多，已經達到宣傳臺灣觀光目的。
- (二) Happy Hour 活動特別聘請一位旅遊達人介紹臺灣的鳥類，他以 Power Point 方式介紹臺灣各種珍稀鳥種，讓現場來賓為之眼光一亮，透過團長張李正琴致詞、駐英代劉代表志攻對臺灣介紹以及駐德黃蘭萱說明，再加上穿插文化民俗團體演出，外加現場以雞尾酒會增添氣氛讓臺灣曝光度及節目可看性更增加光彩。
- (三) 到英國第三天 11 月 2 日(星期日)，王宗聖主任邀約張李正琴團長共同參觀大英博物館(免門票)，第一眼見到宏偉建築以及百年歷史讓人肅然起敬，當日是假日遊客很多，但卻不見喧嘩之聲，每個人都很守規矩井然有序排隊進入參觀，展現高素質文化，同樣情形讓我想起臺灣故宮，人潮洶湧，人聲鼎沸，猶如菜市場，兩者相較確實有天壤之別，對於遊客秩序改善尚有很大空間。在參觀過程之中所展古物均非英國本身的文化，卻是眾多埃及甚至中國的古文明，不禁讓人產生另一種想法，如果一個國家不能夠保存自及既有文化，必定是積弱不振，才有任他國可趁之機，所以方會寶物流落在外，這是幸還 是不幸，或許沒有經歷過這樣陣痛，從不會珍惜既有歷史可貴，相對也反映出英國早期大國心態，所以被稱為日不落國。

- (四) 為了宣傳臺灣觀光駐德辦事處特別在英國租了 85 輛公車在車廂噴上 (Time for Taiwan) 廣告，為了驗證效果及驗收使用，王主任黃經理我等三人在 Picca Dilly 倫敦街頭追著公車跑，三分鐘就見到三輛公車在我們眼前一閃而過，那時心情非常興奮趕緊拿起相機留下歷史記憶，在此同時也見到駐外人員辛勞，俗話說『走過必留下痕跡』。
- (五) 旅展最後一天因為了慶祝 WTM35 周年慶，由臺灣代表團代表亞洲地區演出 (亞洲祭)，對於七天相處彼此互動都產生一些感情在內，均有依依不捨之感，在會場唯有今夜可以使用音響，透過表演團體 Zerofour 賣力演出之後，菲律賓團體也跟著放出大喇叭音樂，雙方互有拼場意味濃厚，讓會場熱鬧非凡，也許是最後一夜大家都懷著依依不捨心理，透過音樂喧洩一下近日壓力，化下最後句點，各自歸隊，大家期待來年再相見。

建議：

- (一) WTM 倫敦旅展是世界級 B2B 專業旅展，世界各國或城市都會藉此機會打造大規模展攤或大量廣告來展現該國文化旅遊等觀光資訊，進而吸引買家能夠更深入交談達成生意上目的，因此展攤設計是否能夠吸引買家是非常重要的，然而展攤大小、精美度等與經費有關。在本次見到歐美國家，埃及、帛琉、印度等攤位都展現大手筆，顯現該國推動觀光企圖心，反觀亞洲國家，如日本、韓國、菲律賓、臺灣等走的都是精緻路線，以不同主題呈現旅遊模式，本局在有限經費之下利用 WTM 倫敦旅展人潮機會以小規模方式舉辦數場活動吸引觀光客，例如 (Bluewater Shopping Centre Roadshow、happy hour、Time for Taiwan 車廂廣告公車剪綵等) 呈現多元風貌，在有限資源之下展現了行銷技巧，可以見到辦事同仁用心，未來對於經費編列應該給予支持以利行銷臺灣。

(二) 在駐德辦事處王宗聖主任陪同下我們參觀 Picca Dilly，此處猶如臺灣西門町，整條街巴洛伐古典建物特別耀眼襯托出英國悠久歷史，此處也是中國城所在，在英國見到華人最多之處，身在異鄉倍感親切，駐足圓環中心點，人潮一波波湧入，許多名牌商店在此設點，自然這也是廣告兵家必爭之地，聽說地段貴得嚇人，在廣場正中央設有燈箱看板，見到韓國三星以及麥當勞廣告在此閃閃發光，讓人不得不佩服企業體敢投資，所以一個大企業體他們能夠成功並非無因，未來臺灣觀光能在此登上版面，必定非常露臉，知名度必定暴增，但是預算需要支持，才有希望，但是值得投資，可列入思考一個方向。

四、附錄



Bluewater Shopping Centre(Roadshow)



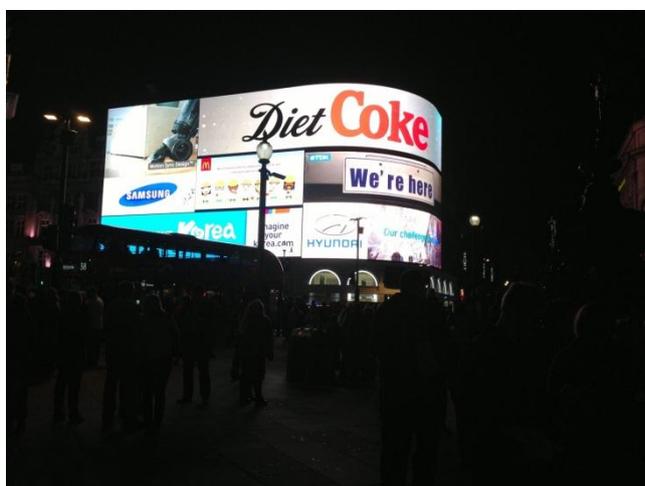
Bluewater Shopping Centre(Roadshow)



Kenyo 展攤



印度展攤



Picca Dilly 街頭廣告燈廂



Time for Taiwan 剪綵



Picca Dilly 街頭



帛琉展攤



台灣展覽攤



happy hour



Bluewater Shopping Centre(Roadshow)