

出國報告（出國類別：其他-業務接洽）

## 參加2015年中國(昆明)國際旅遊交易會 觀光推廣活動報告

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會

姓名職稱：清境農場 場長 王昭舉

福壽山農場 場長 李清彬

武陵農場 組長 高雅琪

事業管理處 技正 何明育

派赴國家：中國大陸雲南省(昆明市)

出國期間：民國 104 年 11 月 11 日至 11 月 16 日

報告日期：民國 105 年 2 月 4 日



系統識別號：

## 行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數： 含附件：是否

出國報告名稱：參加 2015 年中國(昆明)國際旅遊交易會暨觀光推廣活動報告

出國計畫主辦機關：國軍退除役官兵輔導委員會

出國人姓名/職稱/服務單位：

何明育/技 正/國軍退除役官兵輔導委員會

出國類別： 1.考察 2.進修 3.研究 4.實習 5.其他：參加旅展暨觀光推廣活動  
報告

出國地區：中國雲南省昆明市

出國期間：民國 104 年 11 月 11 日－民國 104 年 11 月 16 日

報告日期：民國 105 年 2 月 4 日

分類號/目：

關鍵詞：昆明、CITM、國際旅展、國軍退除役官兵輔導委員會、福壽山農場、武陵農場、清境農場、交易推廣會

內容摘要：

昆明市為雲南省省會，是雲南省政治、經濟、文化、科技、交通中心樞紐，也是西部地區重要的中心城市和旅遊、商貿城市之一，總面積約2萬1473平方公里，全市人口約為640萬，人口以漢族為主。

中國國際旅遊交易會是大陸地區規模最大的專業旅遊展，也是亞洲地區最大的國際專業旅遊交易會，為各國致力推銷觀光行銷的重要場合。自97年7月4日陸客來臺旅遊首發團抵臺以來，大陸來臺旅行人次均呈現穩定成長，根據交通部觀光局統計，104年10月份國際旅客來臺旅客計92 萬6,950 人次，比去年同期成長9.49%，1至10月已經有847萬7,405人次來臺，和去年相比成長4.67%，並於12月突破千萬人次。在陸客來台自由行部分，目前已開放47個城市，交通部觀光局也宣布從104年11月21日起至105年2月19日，大陸旅遊團來臺配額從5,000人增加到8,000人，希望達到104年旅客千萬人次的目標。在政策利多下，顯示陸客來臺市場正蓬勃發展中。為加強行銷大陸旅客來臺觀光，觀光局副局長張錫聰率領臺灣觀光協會等35個旅遊業界代表團約84人前往大陸雲南省昆明市參加「2015中國國際旅遊交易會」，強力推薦臺灣優質行程及自由行，加速開拓優質市場。

配合交通部觀光局所推動的「Taiwan-The Heart of Asia」政策及「觀光拔尖領航方案」計畫，並打造台灣為東亞觀光交流轉運中心及國際觀光重要旅遊目的地，運用大三通及航線延遠權利基，積極爭取華語及東南亞國家新富階級等新興市場

客源，推動 farmstay、「機場-高鐵-農場」行程，藉由參加中國(昆明)國際旅遊交易會，透過台灣海峽旅遊協會北京辦事處與大陸當地的旅行業者接洽和媒體業者的宣傳行銷，藉由台灣觀光推廣會暨業者聯誼餐會辦理，邀請在地旅行相關業者與會，增加媒體的曝光率，提高能見度，促進與大陸觀光交流。

本次旅遊交易會活動由國軍退除役官兵輔導委員會暨所屬清境農場、武陵農場及福壽山農場共同派員參與，以整體行銷方式，共同推廣農場觀光，並透過當地旅行業者彼此交換推廣旅遊心得，瞭解與掌握大陸旅遊市場之變化與需求，作為各農場規劃優質旅遊套裝及自由行程之參考。福壽山農場李場長清彬並於新聞發佈會、產品說明會及台灣之夜上台行銷本會所屬農場觀光資源，讓大陸民眾、媒體及旅遊業者，有更多機會認識農場的地理環境、觀光資源及歷史文化，提高各農場旅遊知名度與曝光率。

# 目 次

壹、2015 中國國際旅遊交易會在昆明概覽暨參展目的.....	6
貳、過程.....	8
一、旅展暨觀光推廣活動行程	
二、旅展暨觀光推廣活動紀要	
參、心得與建議.....	11
肆、參展照片.....	14

## 壹、2015 年中國(昆明)國際旅遊交易會暨參展目的

政府自民國 97 年 7 月開放大陸人民直接來臺觀光以來，大陸遊客來臺觀光人次逐年增加，104 年 1 月至 9 月底止，根據交通部觀光局的統計，大陸旅客來臺觀光人數團客已達 265 萬餘人次，自由行散客更高達 61 萬人次。而雲南省昆明市係為第三批開放大陸自由行試點城市之一，業已於本年 8 月 28 日起開始實施，預計將掀起另波自由行旅遊高潮，本會為積極開發大陸地區來臺觀光市場，加強與大陸地區城市之資訊交流及提高本會國際曝光度，規劃參與此「2015 中國（昆明）國際旅遊交易會(CITM)」。

中國國際旅遊交易會(CITM)為亞洲地區最大的旅遊交易會，自 1998 年首次創辦至今，已經成功的舉辦了 16 屆，其中上海 9 屆，雲南 7 屆，今年由中國國家旅遊局、中國民用航空局、雲南省人民政府共同主辦，於 11 月 13 日至 11 月 15 日在昆明國際會議中心展出，展期分為專業洽談日及公眾參觀日，本屆交易會展覽面積近 5 萬平方公尺，旅交會期間共有 102 個國家和地區參展，約 1100 名各類海外買家到會洽談，入場人數累計達到 10 萬餘人次，臺灣館組成包含各級政府、公協會、旅行社、飯店、度假村、主題樂園、伴手禮、表演團體等共同參展。

今年代表團宣傳主題“Time for Taiwan”——「旅行臺灣，就是現在」，及主打一年四季都精彩的「台灣觀光年曆」，今年預計約可吸引達 300 萬人次來臺旅遊。

交通部觀光局統計資料顯示，103 年外國觀光客來台觀光有 990 多萬人次，103 年大陸來臺旅客總計達到 398 萬 7,152 人次，相較前(102)年成長 39.69%，為來臺旅客人次成長幅度最大之客源市場。

國軍退除役官兵輔導委員會以榮民之安置、就業、就養、及照顧為主要宗旨，附屬八大農林機構中，尤以武陵農場、福壽山農場及清境農場等三個高山農場，其轉型後所提供之觀光旅遊、服務設施最符合位處大陸昆明地區民眾，於休閒旅遊期望氣候涼爽宜人之需求，本會今年仍以海拔 1,750 公尺以上之高山農場即符合前述陸客消費者市場需求，同時亦為本次 2015 中國國際旅遊交易會在昆明行銷、推廣重點。一方面配合觀光局開放大陸自由行政策，開發大陸旅遊市場，吸引來台觀光客至退輔會所屬五大農場旅遊，以活絡休閒旅遊商機。

2015 中國國際旅遊交易會在昆明於 104 年 11 月 13 日至 15 日，假雲南省昆明國際展中心舉行，每日上午 9 時至下午 5 時開放購票入場（每張售價約合台幣約 50 元），首日參觀人士包括：旅遊業及旅遊周邊產業商務客（B to B），11 月 14 日至 15 日開放一般大眾（B to C）。展場共分為 6 大區塊，臺灣形象館搶得先機，搭配有現場表演及獎徵答等造勢宣傳活動，成功吸引流動人潮。本會由福壽山農場

李清彬場長、清境農場王昭舉場長、武陵農場高雅琪組長及本會事業管理處何明育技正共同代表出席，隨交通部觀光局代表及其委託財團法人台灣觀光協會，偕同其他政府機關（觀光局、高雄市政府及桃園市政府等）與觀光相關公協會、民間觀光及旅遊業者等，計 31 個單位團體、84 人參展。本會 3 天展期計發出武陵及清境農場 DM 中文版折頁 1500 份，福壽山農場 DM 中文版 1000 份、英文版 500 份，於台灣表演台上推廣送出清境農場吊飾 50 份及各農場茶包交流活動。另外藉由旅展主要開發陸客至本會各農場旅遊、收集當地旅行業者資訊並提供所屬遊憩區旅遊現況與資訊，以利於旅展中引薦旅遊業進行推動自由行或團客赴台至所屬農場觀光旅遊。

## 貳、過程

### 一、2015 年中國(昆明)國際旅遊交易會暨觀光推廣活動行程

本次台灣觀光推廣活動主要：

#### (一) 財團法人台灣觀光協會組團參加「2015中國國際旅遊交易會(CITM)」

展期：2015年11月13日(星期五)至15日(星期日)

時間：09:00~17:00 (8:30赴會場準備)

展場：昆明滇池國際會展中心

昆明滇池國際會展中心 E9 號展館

#### (二) 舉辦台灣觀光推廣會 (B to B, 含交流餐會)

日期：2015年11月13日(星期五)

時間：17:30~20:00

昆明洲際酒店大宴會廳雲南省昆明市西山區怡景路 5 號

### 二、2015 年中國國際旅遊交易會在昆明 (CITM)暨觀光推廣活動紀要

如前所述，觀光局今年再度委託財團法人台灣觀光協會組團參加「2015中國國際旅遊交易會(CITM)」暨相關台灣觀光推廣活動，活動內容按日紀要如次：

#### ◇ 2015 年 11 月 11 日：路程

北區代表團成員於清晨 05:00 整至台灣觀光協會一樓集合，隨即搭乘專車前往桃園國際機場，搭乘上午 08:25 國泰航空臺北-香港 (CX403)/0825-1020，在香港與高雄小港機場出發南區代表團成員會合，搭乘香港-昆明(KA760)/1155-1430 班機。代表團隊共計 31 個單位、84 人參展，登機與通關由台灣中國旅行社協助。本會由武陵農場高雅琪組長及何明育技正於 104 年 11 月 11 日與代表團共同前往昆明，福壽山農場李清彬場長與清境農場王昭舉場長因另有要公，另於 11 月 12 日自行搭機前往昆明與其他代表團成員會合。

班機約於下午 14:30 抵達昆明國際機場，隨即分乘 2 部遊覽車前往下榻飯店：鼎易大飯店，飯店距旅展展場，開車約需 30-40 分鐘，住宿旅客多為本次參展國家、大陸地區參展業者居多。



◇ 2015 年 11 月 12 日：業務交流、布展、出席中國旅遊專業推介會（中國之夜）

上午先行領取工作證提供旅展期間通行使用，下午代表團全體團員赴昆明國際會展中心清點運送 DM、確認展攤分配。本會展攤位置仍鄰近出入通道，與觀光局主要諮詢攤位，舞台、活動區位於後方通道。臺灣形象館主要構造呈現心型，呼應觀光局主打台灣觀光品牌：Taiwan-The Heart of Asia（亞洲之心—台灣），並行銷有台灣觀光年曆及台灣好行等資料。

◇ 2015 年 11 月 13 日：第一天 2015 國際旅遊交易會(CITM)開幕、觀光推廣

展場開放沒多久，臺灣館前即聚集大量人潮，應可歸功於台灣觀光推廣會的媒體效益，另一方面因為展攤位於第 5 館出入要口，要前往 4、6 館都會經過，再者台灣業者主動行銷熱忱，凝聚人力同時也是提升買氣。

開展首日觀察，大陸地區的旅行業者較多，且以旅行社對旅行社的業者居多，但仍有不少自由行包套業者前來詢問本場三高農場。本會福壽山、武陵及清境農場各準備 200 份農場推廣茶包（上載各農場全球資訊網網址），但因人潮陸續聚集，擇主動詢問顧客致贈茶包，其餘則發送中或英文版 DM。針對旅遊同業、媒體記者或展現較大興趣赴臺旅遊，詳細詢問前往高山農場方式的訪客，以加強行銷宣傳本會所屬遊憩區。

各式出版文宣品索取踴躍，下午 1 時許展場人潮陸續湧進，閉館時間為下午 5 時，於收拾完畢後即返回住宿飯店。

因為兩岸觀光近 7 年交流頻繁日漸緊密截至 10 月份為止已超過 350 萬遊客人次，包括觀光局、退輔會、高雄市政府、金門縣政府等政府單位及民間觀光組織、旅行社、飯店業、休閒農場與渡假村等單位，包括臺灣海峽兩岸觀光旅遊協會賴會長、高雄市旅遊局副局長親臨會場。國際旅遊展臺灣館提供參觀民眾各式旅遊文宣資料和諮詢服務，以臺灣觀光年曆為特色主題，介紹台灣一年四季都精彩的相關旅遊配套行程。緊接著由大陸旅遊局邵琪偉局長致詞，期許透過與大陸經驗交流，持續推廣臺灣觀光旅遊。

◇ 2015 年 11 月 14 日：旅展第二天、觀光推廣

本日本為旅展第二天，開放一般民眾進場第一天，人潮在上午 10 達到最高潮，下午 14 時由本會各農場代表上臺灣館的表演舞台發送三高山農場茶包及清境農場心靈吊飾與 DM 等宣傳紀念品，廣獲參觀大陸民眾喜愛，並在推廣表演活動造成吸引遊客效果，部分民眾詢問赴台自由行遊程。

◇ 2015 年 11 月 15 日：旅展第三天、觀光推廣、撤展

本日為旅展第三天，開放一般民眾進場第二天，因前一日當地電視台派員至會場採訪，並於昆明電視台(新聞台)播放，人潮在下午 1 時達到最高潮，本會各農場代表持續發送三高農場茶葉及清境農場心靈吊飾，與三高山農場 DM、茶包等宣傳紀念品，廣獲參觀民眾的喜愛，並配合觀光局推廣表演活動造成吸引遊客效果。

本日為旅展最後一日，旅展在下午 3 時結束，本會製作武陵、福壽山及清境農場運抵的文宣品 (DM、摺頁等) 及隨身攜帶的茶包、紀念品已被熱情索取完畢。

◇ 2015 年 11 月 16 日：路程、返抵國門

12 點前完成飯店 Check-Out 手續，所有團員分乘專車前往昆明國際機場，15:30 搭乘昆明-香港(KA761)/-17:40，18:35 搭乘香港-台北(KA 482)/20:30 返抵臺灣桃園機場，搭乘專車返回台灣觀光協會後各自返家，結束 6 日旅展行程。

## 參、心得與建議事項：

本會 104 年度由三高農場代表出席展會，大陸方面積極推來臺自由行旅遊，並多次透過臺灣農林單位至臺灣觀摩學習經營休閒農場，且於大陸地區亦吹起一股生態旅遊風潮，臺灣的軟實力經營確有過人之處，惟對大陸至臺灣進行農場旅遊宣傳稍嫌不足，此正為本會當前努力方向，結合觀光局政策與本會五大農場資源，開拓陸方旅遊客源。

鑑於觀光局協助製作國外宣傳海報及觀光巴士等配套行程，很多大陸朋友都知道三高山農場，對於前往農場詢問度也相對高，本次參展觀察，有以下幾點建議：

### 一、參與國際旅展，提高產業形象與知名度：

本會各所屬農場除清境農場在東南亞、港、澳及大陸地區因作行銷較早，已有一定之知名度外，其餘各場，國際客知悉者較少，有待積極推廣，加強行銷以提升知名度。

### 二、展銷合一方式行銷農場特產：

本次旅展攤位以農場茶葉罐佈置及贈送茶包吸引民眾駐足，很多民眾詢問是否可以試喝或購買，因此建議下次參展推廣時，可與大陸業者共同合作包裝展覽及促銷，以**展銷合一方式行銷會屬農場農特產品**，提升展場經濟效益。

### 三、藉由旅展及觀光推廣說明會與各國業者交流：

因國度不同、宗教、人民、生活、飲食習慣各異，外出旅遊各有不同之需求及特殊之要求等，在軟、硬體設施之設置時必須符合其需求，否則無法滿足到遊旅客之需要，藉由旅遊展或推廣說明會之交流與互動，作為未來軟體建設、接待之參考，可達事半功倍之效。

### 四、多元經營與異業結盟合作模式：

清境農場於當地具有一定知名度，未來武陵與福壽山農場亦可參考清境農場經驗，並結合當地旅行業者或婚紗業者等一併開發大陸結婚婚紗攝影拍照市場，及所衍生相關住宿及餐飲市場。

### 五、加強網路及 e 化應用，有利推廣、行銷：

目前網路及 e 化之應用非常普遍，幾乎成為日常生活的一部分，各國計畫旅遊者，甚至旅行業者所需資訊，從網路上找尋通常是第一選擇，然網頁之成功首在如何誘導網友能進入點閱，故網頁之設計是成敗之關鍵，應用成功有利行

銷；另在訂房及金流之設計應達到簡化作業，才能簡化訂房手續，吸引遊客上網訂房。

#### **六、設計小禮物於展場推廣，吸引遊客：**

各農場宜設計具代表性之吉祥物或小禮物，旅展時隨同文宣品發放，更能加深遊客之興趣與印象。

#### **七、建立聯合行銷或套裝行程之服務：**

本會所屬農場分佈全省各地，國外遊客一般希望能走透透，而非定點旅遊，如設置專案窗口，當遊客到達機場後即開始接待，並串連行程，將會提高遊客到遊之興趣，以背包客而言，目前最缺乏的乃是交通之問題，即使有意願到三高農場，但因位處偏遠交通不便，而作罷，故未來如能設置類似旅行社之單位來服務，相信可提升服務品質及業績。

#### **八、加強服務人員專業訓練，以應接待國際觀光客之需求：**

旅遊業之服務包括：接待、住宿、餐飲、解說、行銷..... 等，均有其獨特之專業領域，本會各遊憩區之從業人員，雖每年均有辦理專業訓練，但要達到接待國際觀光客之水準，尚須再努力，尤以專業及外國語言能力之訓練尤為重要。

#### **九、藉由臺灣表演團到場行銷：**

觀光局於臺灣之夜安排臺灣原住民表演團體進行開場演出，成功吸引與會各國參展旅行業者，原住民文化本來就是多采多姿的特色文化，本次國際展出攤位上，泰國、韓國等許多國家皆利用具該國文化特色的舞蹈吸引參觀民眾，臺灣展館各代表團皆攜帶優美的紀念品，尤其是本會三高農場所帶去之宣傳品亦倍受青睞(如農場茶包及綿羊吊飾小紀念品)，雖然詢問民眾絡繹不絕，惟礙於攜帶數量有限，讓許多民眾無法領到，如能利用具臺灣特色表演團體到場行銷，應可驚艷於展場中，增加大陸地區旅行業者印象，吸引大陸地區民眾來臺觀光旅遊。

#### **十、藉由大陸媒體整體行銷：**

旅交會展中觀察到大陸媒體的行銷力量，惟一般民眾對一些特定知名旅遊景點如阿里山、日月潭較為熟悉，臺北地區及宜蘭亦不陌生，反觀臺灣其他地

區景點不熟悉，故於未來推廣活動中可強加與大陸媒體接觸，增加本會所屬高山農場曝光率。本次交易會雲南衛視採訪清境農場王場長後，亦接受邀請將於105年2月中旬至清境農場採訪報導，同時將安排至其他高山農場採訪，以達到連合宣傳之效果。

## 結論

此次會展中發現大陸民眾對前往臺灣深度旅遊很有興趣，主要詢問臺灣獨特建築、人文史蹟、民俗、美食(含小吃)與藝術文化等，當地雜誌「新周刊」封面曾刊登「台灣，最美的風景是人」，報導中國大陸在文革與改革開放消磨了原本的內涵；反觀臺灣的名山大水遠不及中國壯觀，豐富的人文內涵卻深深吸引大陸駐足。是故，本會所屬三高山農場的觀光宣傳應多著墨於榮民及原住民深邃的文化涵養，好好包裝與積極行銷，將吸引更多大陸友人到臺灣旅遊。

未來三高山農場可推出相關套裝行程及自由行散客交通工具接駁方式，或者可研議與旅行業者、交通業者（如航空、客運、高鐵、租車）合作至桃園機場接送國外旅客，加強公共交通運輸之可及性，吸引高價位的大陸地區自由行旅客到農場旅遊。另因中國人向來注重美食，我們可從歷年來出土的古物看出端倪，食器多為古物的主角之一，歷代無論君王名將亦或是文人雅士，無不追求美食。當前的大陸在經濟逐漸富裕之後，開始追求精緻的飲食，近來美食節目蔚為風潮，足可說明一切，因此農場應研發幾道獨特的及具吸引力的佳餚，吸引陸客到訪。

交易會的展場就像是一場萬國博覽會，臺灣館整體的外觀設計相較於其他國家美輪美奐的攤位，略遜一籌，尤其是大陸地區各省具文化特色的展場及展台設計，讓人見識到主辦單位策劃的氣魄與獨特，加上身穿少數民族傳統服飾的行銷人員，讓人驚豔，進而想對該民族有更深入的認識，這種大手筆的特色行銷手法，更加覺得大陸有其發展觀光產業的優勢。同時，更加深我們的世界觀，自知自己不足的地方，還好由於臺灣代表團每個團員隨時展現的熱誠，讓臺灣館的人氣還是不遑多讓。

參加「2015 中國國際旅遊交易會」，除了農場自我行銷外，同業觀摩亦是重點，各國同業為了行銷無不使出渾身解數，吸引遊客的青睞。「知己知彼，百戰百勝」，參加此次旅展獲得了寶貴的經驗，在未來的行銷策略時，將加入考量，以爭取更大的商機。

## 肆、參展照片



圖一：臺灣展館佈置



圖二：旅行臺灣就是在現在及臺灣好行



圖三：王場長與雄獅旅行社副總交流



圖四：強力推銷會屬各農場



圖五：王場長接受雲南電視台採訪



圖六：交流會節目表演活動



圖七：臺灣之夜代表團合照



圖八：展場廠商詢問與交流情形



圖九：民眾詢問農場旅遊資訊



圖十：臺灣參展廠商聯合推銷情形

