

出國報告（出國類別：其他）

## 出席 2016 年第 47 屆旅遊暨觀光研究協會(TTRA)年會暨研討會報告

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：張如萍 技士

派赴國家：美國

出國期間：105 年 6 月 12 日至 6 月 18 日

報告日期：105 年 9 月 9 日

## 目次

壹、目的.....	1
貳、第 47 屆 TTRA 年會暨研討會概況.....	2
參、參與經過及會議流程.....	3
肆、研討會內容摘述.....	7
伍、感想與建議.....	14
陸、附件.....	17

## 壹、目的

旅遊暨觀光研究協會（Travel and Tourism Research Association，簡稱 T T R A）成立於 1970 年，係由政府觀光單位、教育學術單位、觀光研究諮詢單位及旅遊相關業者等，共同參與組成之非營利國際性觀光研究組織，其總部設立於美國密西根州，設有 8 個分會，包括 3 個美國境外分會：亞太分會、加拿大分會、歐洲分會，及 5 個美國境內分會：中部各州分會、大美西分會，東南部州分會、德州分會、夏威夷分會。自成立以來，致力於觀光旅遊研究方法之創新及效能之提升並研擬觀光發展及行銷計畫，並設有網站：<http://www.ttra.com>，除提供協會最新訊息，並供會員查詢觀光旅遊研究期刊論文資料庫，亦為會員及各分會成員交流之平台。

TTRA 將會員區分為：白金及金質會員（PLATINUM and GOLD Partners）、組織會員（Organization Membership）、首要會員（Premier Membership）、標準會員（Standard Membership）及學生會員（Student Membership），會員來自世界各國，以美、加拿大為主，其次是歐洲（奧地利、比利時、愛沙尼亞、法國、愛爾蘭、義大利、丹麥、芬蘭、瑞典、西班牙、瑞士和英國）、亞洲（中國、香港、澳門、日本、新加坡、韓國、臺灣和阿聯酋）、非洲（坦桑尼亞、南非）、澳洲及紐西蘭等。

我國以「中華民國交通部觀光局」名義加入該協會「組織會員」，並於今(2016)年由企劃組吳組長潔萍及張如萍技士擔任組織成員。該協會年會擇一城市召開年會，除提出最新的旅遊動態和旅遊研究結果，讓會員瞭解國際間最新的旅遊動態及吸收新知外，亦提供會員發表研究成果之場合；並讓來自世界各地的會員彼此交流、分享經驗。觀光局為瞭解國際間觀光旅遊的脈動，廣泛搜集資料，每年均派員參與，今年為第 47 屆，遴派張如萍技士出席年會暨研討會。

## 貳、第 47 屆 TTRA 年會暨研討會概況

第 47 屆旅遊暨觀光研究協會(TTRA)年會暨研討會於 2016 年 6 月 14 日至 16 日在美國科羅拉多魏爾(Vail,Colorado,USA)舉行，本屆中心議題為「Leading Tourism Research Innovation for Today and Tomorrow」，6 月 14 日為學生論壇，6 月 15 日及 16 日包括 4 場專題演講及 1 場口頭分享外，尚有多場針對不同子議題所辦理的分組討論，針對創新的行銷手法、經濟能力及個人愛好，甚致家庭成員之年齡及組成對旅遊行為之影響，另場地內亦有本屆贊助廠商之攤位，介紹該公司之主要業務及營運概況。

本次參加重點：(1)創新的行銷企劃能深入人心，利用科技、網路、豐富的色彩及生動的圖片、照片等，吸引消費者的目光；(2)影響旅遊行為之分析，包含假期長短、經濟能及個人愛好及成員多寡之影響；(3)如何營造特色活動，推動淡季觀光，增加地方收益；(4)行銷手法經濟成本的考量，網路平台資訊分享及異業結盟的重要性；(5)大數據分析之應用，透過大量數據分析、探討之研究方法，結合創新的行銷手法及意見反饋，提供更貼心的服務，提高費消費者到訪意願，改善地區觀光發展之趨勢。

預告第 48 屆 TTRA 年會預定於 2017 年 6 月 20-22 日加拿大魁北克市(Quebec City, Quebec, Canada)舉行。



研討會場地：Marriott's Vail Mountain Resort, Vail, Colorado USA (conference hotel)

來源：<http://www.ttra.com/>

## 參、參與經過及會議流程

本次會議的特色之一為 6 月 14 日辦理第 6 屆大學生科研研討會研究生論壇，論文提交的截止日期為 2016 年 1 月 25 日，經過大會審查，在本次會議中共安排有 4 場論壇；另自 6 月 15 日至 6 月 16 日共有 23 場的主題研討，包含有 4 場專題演講及 1 場口頭分享外，尚有 18 場針對不同子議題所辦理的分組討論，與會者可自由參加上述主題研討時段，另有學術論文書面發表時段(Visual Paper Presentations and Reception)，與會者可與論文作者當面交流，謹就研討會主要議程表列如下：

### 2016 TTRA Annual International Conference Program

Tuesday, June 14, 2016

7:30 AM - 8:30 AM	Academic Breakfast & Roundtable Discussion
8:00 AM - 11:00 AM	State/Provincial/Destination Research Directors Breakfast and Roundtable
8:45 AM - 9:30 AM	(第 6 屆大學生科研研討會研究生論壇) 6th Annual Graduate Student Workshop Opening Session
9:30 AM - 11:30 AM	(研究生論壇) Graduate Student Colloquium - Behavior
9:30 AM - 11:30 AM	(研究生論壇) Graduate Student Colloquium - Social Network
9:30 AM - 11:30 AM	(研究生論壇) Graduate Student Colloquium - Media, Image and Experiences
9:30 AM - 11:30 AM	(研究生論壇) Graduate Student Colloquium - Marketing/Advertising
11:30 AM - 12:00 PM	(研究生論壇總結) Graduate Student Workshop Concluding Discussion
11:00 AM - 11:30 AM	International Data and Volumes Discussion
12:00 PM - 3:30 PM	(圓桌會議) Qualitative Research Methods Workshop ( <i>lunch included</i> )
1:00 PM - 3:00 PM	(分組研討) Professional Development: Google Analytics in Action - Intermediate

	'Hands On' Workshop
1:00 PM - 3:00 PM	(分組研討) Professional Development:Can I Trust the Insights From My Survey Study?
1:00 PM - 3:00 PM	(分組研討) Professional Development:Data Visualization Best Practices and Tableau 101
3:30 PM - 4:30 PM	Chapter Meetings(分會交流) APac - Grand Ballroom Salon A Canada - Grand Ballroom Salon B CenStates - Grand Ballroom Salon C Europe - Grand Ballroom Salon D GWTTRA - Grand Ballroom Salon G Hawaii - Grand Ballroom Eagle Bahn SETTRA - Grand Ballroom Salon H Texas - Grand Ballroom Salon I NorthEast - Grand Ballroom Salon J

### Wednesday, June 15, 2016

9:00 AM -10:00 AM	(專題演講) Everything a Travel Researcher Wants to Know from AirBnB
10:30 AM-11:45 AM	(專題演講) Sharing Economy Measurement Panel
1:30 PM - 2:45 PM	(分組研討) Human Capital and the Future of Tourism: Academics in Tourism - Becoming Relevant
1:30 PM - 2:45 PM	(分組研討) Tourism and Tourism Development for Tomorrow: Understanding the Traveler
1:30 PM - 2:45 PM	(分組研討) Innovation in Destination Marketing: Emerging Methods in Tourism Analytics
1:30 PM - 2:45 PM	(分組研討) Digging into Economic Impact Methodologies
1:30 PM - 2:45 PM	(分組研討) Attractions and Special Events Research
3:15 PM - 4:30 PM	(分組研討) Human Capital and the Future of Tourism: Entrepreneurship and Advocacy in Tourism

3:15 PM - 4:30 PM	(分組研討) Tourism and Tourism Development for Tomorrow: Regional Competitiveness and Tourism Development
3:15 PM - 4:30 PM	(分組研討) Human Capital and the Future of Tourism: Channels and Tourism Advertising
3:15 PM - 4:30 PM	H(分組研討) How Small CVBs Have Used Research to Grow - Three Important Stories
3:15 PM - 4:30 PM	(分組研討) Best Practices in International Research Design
5:00 PM - 6:30 PM	(書面論文發表) Visual Paper Presentations and Reception (all welcome) (cash bar)

### Thursday, June 16, 2016

8:30 AM - 9:30 AM	(專題演講) How Vienna is Using Big Data to Transform Tourist Development
9:30 AM - 10:00 AM	(專題演講) Research Used to Develop the Denver Airport Master Plan
10:30 AM - 11:45 PM	(分組研討) Human Capital and the Future of Tourism: Tourism, Health and Life Satisfaction
10:30 AM - 11:45 PM	(分組研討) Tourism and Tourism Development for Tomorrow: Residents and Tourism Development
10:30 AM - 11:45 PM	I(分組研討) Innovation in Destination Marketing: Destination Image and Branding
10:30 AM - 11:45 PM	(分組研討) Measuring Digital Success and Impact
10:30 AM - 11:45 PM	(分組研討) The Right Analytics that Maximize Visitor Center Experience and Value
12:45 PM - 1:45 PM	(口頭報告) The Future of Panel Recruitment and Management
1:45 PM - 2:15 PM	(得獎計畫介紹) Awards Presentations - Four awards will be presented
2:45 PM - 4:00 PM	(頒獎) Academic Best Paper, Oral Presentation, Discussion and Award
4:15 PM - 5:30 PM	Extra Talks(會談) <a href="#">A Marketers Challenge for Research</a>

	<a href="#">The Development of Personas and How to Interpret Them</a> <a href="#">The Impact of Marijuana on Colorado Tourism</a> <a href="#">The Impact of Big Data and Analytics on the DMO</a>
5:30 PM - 6:30 PM	<b>JTR Editorial Board Meeting(編審會議)</b>
6:30 PM - 7:00 PM	<b>Closing Reception</b>

## 肆、研討會內容摘述

### 一、 Airbnb 研究人員想從數據中了解的資訊

Airbnb 期能透過身分驗證之程序，讓客戶從搜尋、預訂到付款為全球各地的房東及旅行者提供一個方便、迅速、安全的交易平台，透過搜尋功能，Airbnb 房東在全球 190 多個國家 3 萬 4,000 個城市分享他們的空間，只要在搜索欄輸入目的地和旅行日期，藉由展示房源照片、房東個人資料及評價來協助客戶考慮房源時作出明智的決定，並提供各種搜索篩選條件，通過房源類型、價格、位置等來縮小搜索結果範圍。例如，如果客戶希望和房東交朋友並和房東一起住，請選擇“獨立房間”或“合住房間”。如果客戶希望獨用整個空間，請選擇“整套房子”。

Airbnb 是一種全新的經營模式，預訂住宿的方式有好幾種。有些房東喜歡在確認預訂前先了解一下房客，有些則喜歡採用“即時預訂”的方法來節省管理預訂的時間。為了促進成長中的 Airbnb 社區的安全與信任，要求每一位房客和房東完成已驗證身份程序，這有助於表明他們的在線身份與線下身份均與其 Airbnb 個人資料中的姓名相符。使用“聯繫房東”按鈕可以讓房客通過安全的訊息系統與房東開始對話、商討其房源以及待客風格，甚致可以商討旅程詳情、要求特別價格或者特定的便利設施。無論是使用“申請預訂”按鈕還是“即時預訂”按鈕，系統都會要求房客提供支付資訊，以便保留的預訂。一旦房東接受了房客的預訂申請，系統便會處理付款作業，同時還會發送一封確認郵件，附上收據、旅程詳情並祝房客旅途愉快。

一旦確定好要去哪裡，住在何處，要做的就是出發！抵達之前：給房東發訊息確認入住時間及取鑰匙等抵達詳情。然後下載 Airbnb APP，以便在旅途中隨時隨地掌握最新訊息。系統將會主動發郵件給房客，提供旅程行程單、收據以及房東的聯繫方式。房客可以前往個人帳號頁面中“我的旅

程”一欄查看您的預訂詳情、調整旅行計畫或者取消預訂。

旅程中如果發生問題，務必聯繫房東，因為在大多數情況下，他們是最能提供幫助的人。如果解決不了問題，可以在入住後的 24 小時內與系統服務人員聯繫。

旅程結束後，請房客撰寫評價，以便其他旅行者透過其體驗了解更多。房東也可以撰寫評價，分享經歷，對於構建一個值得信賴的社區是不可或缺的一環。由於 Airbnb 社群依賴於真誠透明的評價，如果發現有評價違反了評價準則，系統將會刪除或更改該評價。

透過前述房東及房客輸入的相關的基本資料，如年齡層、旅遊型態、共同旅行的人數、旅行者的愛好、季節的更迭、價格波動影響，以及房東或房客的評價等因素，均可成為 Airbnb 擬定行銷策略之重要參考數據，並藉以改善 Airbnb 社群之內容，提供更便利、有效的服務，也讓 Airbnb 社群達到更大的效益。



參考資料來源：<https://www.airbnb.com.tw/>

## 二、資訊共享經濟及其定義

本場的主講人 Lizzette Casarin，目前是 HVS 的行銷總監，HVS 是一家總部位於米尼奧拉，紐約一家諮詢公司，專門從事於酒店業提供服務。在美國 50 個州數以千計的客戶，60 多個國外的酒店，共享所有權和休閒提供資產諮詢服務和解決方案。HVS 是業界酒店銷售數據，研究，市場研究，以及與酒店業教育信息的主要來源。其客戶包括著名的酒店業主，貸款機構，國際酒店管理公司，政府機構，法律和會計公司。

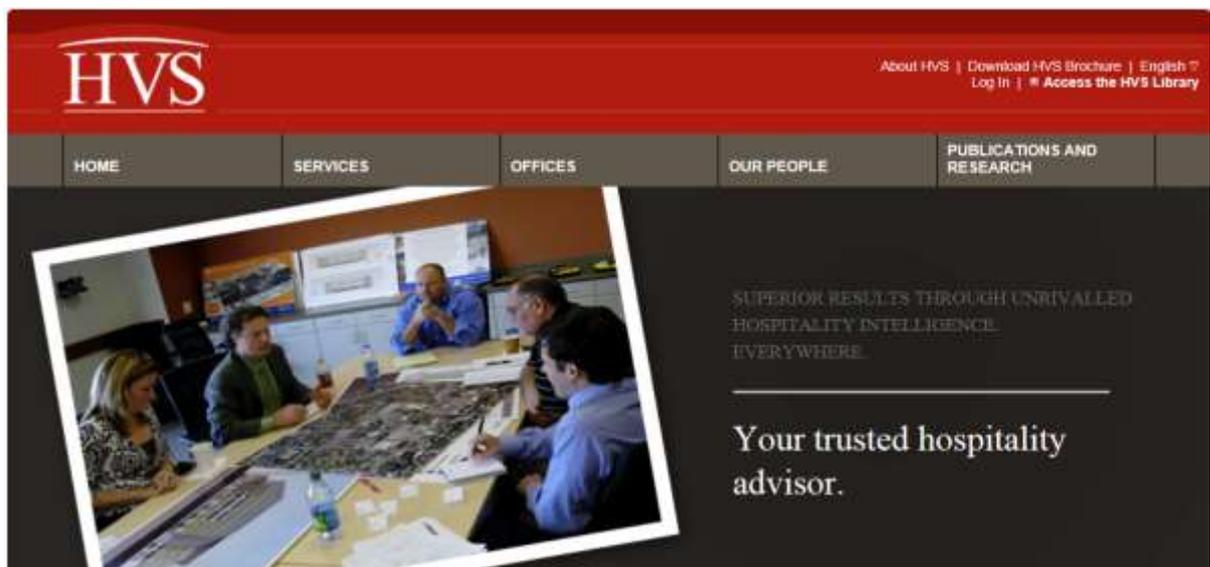
繼前述 Airbnb 的主題演講中，該專家小組提出共享類資訊定義和研究方法，但如何運用？使用時哪些數據要特別注意的？HVS 的諮詢服務都是為了幫助客戶確定預想發展的產品或方法，並協助分析交易的市場和財務可行性方面的問題，使資產價值被增強或優化與共享所有權的項目。

傳統的旅行業者及飯店業者，通常要預先支付許多行銷成本，例如參加旅展或刊登廣告，而單打獨鬥式的行銷方式，在現在似乎落伍了，在網路科技發達的現代社會，幾乎人人都有手機、平板，如何利用現代科技達到創新行銷，吸引遊客的目光，已是時下相關旅遊產業關注的課題。

遊客的基本資料，透露了許多特別的需求，業者如何依據遊客的需求，調整產品的種類及數量，以達到供需平衡及節省成本的目的，例如：家庭式旅遊，可能有幼兒或有老人，需要嬰兒床或輪椅等特殊設備，亦會對其選擇旅遊目的地造成影響，另外駕車旅遊的會注意路況、行車時間、路線導覽、休憩地點的安排等問題，至於搭乘大眾工具的旅遊者或背包客，會想事先知道景點資訊，景點間是否有交通接駁，長程交通工具的銜接及是否有機場接送服務等，因此異業結盟也是很重要的。

利用網路科技，各種旅遊平台結合許多旅遊業者共同提供旅遊景點資訊及住宿、交通等資訊，提供客戶查詢及預訂的服務，除可節省人力成本，透過色彩、圖形及照片等吸引旅行者目光，多元的資訊，提供快速，便捷

的預訂服務，達到行銷目的，並結合 google 等網路搜尋引擎，針對使用過查詢功能的人主動提供進一步的旅遊資訊，提高其旅行的意願；另開發各種 APP 軟體，讓旅行者在途中亦能輕鬆取得想要的資訊，或取得適時的協助，提高客戶滿意度，亦能提高網路平台的效益及增加相關旅遊業者的收益，有效降低成本。



參考資料來源：<http://www.hvs.com/>

### 三、景點特別活動的研究，以 VAIL 為例

關於景點的研究需求，如動物園，文化中心及特別活動等，以韋爾為例，VAIL 是滑雪勝地，長年以來，成功的行銷，在每年冬天均會有大量的人口來到此地從事滑雪活動，造成旺季供給吃緊，但在夏天時，大量剩餘的空房及滑雪場多餘的設備及人力等，要如何增加業者的效益？因此，研究項目的重點是發展訪問者的個人資料、參加特別活動及其對經濟的影響。

VAIL 為配合各式節慶，舉辦不同的活動吸引觀光客，例如，每星期六在公園的瑜伽課程(7 月 2 日至 9 月 3 日) 在美麗公園享受一個令人振奮的瑜伽課程，由明特恩公益基金主辦，連 TTRA 年會也忍不住在年會期間 6 月 15 日早上搶先邀請會員體驗一下。本次 TTRA 年會選擇在 VAIL 舉行為例，亦是淡季行銷成功的例子，讓大家知道，夏天的 VAIL 也有漂亮的風景，高山殘雪和蔥鬱的林相，形成美麗的景緻，雖然不能滑雪，纜車仍在營運，到了山頂除可飽覽群山景緻，日落的美景亦不容錯過。另外騎腳踏車、飯店游泳池游泳、做日光浴，群山環繞、河水淙淙，也是另一種享受，只是等著遊客去發掘。



參考資料來源：<https://www.visitvailvalley.com/>

## 四、大數據的應用

大數據由巨型資料集組成，這些資料大小常超出人類在可接受時間下的收集、應用、管理和處理能力，一般來說，大數據資料處理有 4 個特點：資料大小(Volume)、傳輸速度(Velocity)、多變性(Variety)及真實性(Veracity)，合稱為 4V。

本次會議邀請到克萊門斯來談論，維也納如何利用大數據改變旅遊發展，有效性塑造維也納旅遊攻略 2020，推動新的技術挑戰傳統作為的戰略制定過程，並透過戰略發展的理論，賦予大數據生命。該項目在 2015 年得到聯合國世界旅遊組織尤利西斯獎。

除前述 4 項特點(4V)外，克萊門斯還重視開放性的改革戰略，即與遊客間的互動，而戰略發展除重視方法之獨特性和機密性外，還重視自身能力、專業知識及執行力之不足，因此需要招募許多專業人士共同努力。在團隊內部，講究群體合作，例如：客房供給量、交通運輸承載量、消費者偏好等資料的分析及研擬創新的研究方法等都是團隊的進步的課題；對外部而言，爭取合作對象，進行付費廣告行銷，廣泛地數集資料，並衡量資料來源，進而加以分析，降低行銷的機會成本，例如：與網路搜尋引擎合作及與交易平台做整合，結合新穎的科技及創新的行銷策略，吸引消費者的目光，增加遊客到訪數。

大數據應用在觀光統計分析上，各項資料的收集，例如：人口統計、消費行為、消費能力等歷史資料透過分析均可以做為旅遊目的經營行銷組織(DMO)之參考，藉以改善地區觀光發展的趨勢，另外要確保資料的代表性及受訪者的供應要充足，隨時觀察數據變化，做交叉分析，加求讓服務達到讓消費者滿意的目的，成為促進地區觀光的利器。

在本場演講中，還提到了維也納結合了官方與民間的力量，架設網站廣泛收集旅遊資訊，將維也納的旅遊景點、歷史文化之美及現今在歐洲甚

致是全球的社經地位等資料加以整理做有系統的介紹，另加強媒體行銷，希望廣為世人周知，並結合交通接駁、飲食及住宿等資訊，方便訪客瀏覽，激發旅遊意願，讓維也納在 2020 年以前成為歐洲最具吸引力之都市。



參考資料來源：<https://b2b.wien.info/en/travelindustry/destination-guide>

## 伍、感想與建議

### 一、從傳統廣告行銷到網路行銷，利用最新科技吸引消費者的目光

第 47 屆旅遊暨觀光研究協會(TTRA)年會暨研討會從數據的收集、分析，到資訊分享的經濟成本概念，甚至大數據分析的研究方法，都與網路科技脫不了關係，在過去，傳統平面、電視媒體的廣告及參加旅展的行銷方式，雖能達到某種程度的效果，但相關資訊並非消費者隨手可得，往往要透過旅行業者或媒體的露出，才能到消費者手上，很難收到即時的效果。

當科技開始發展後，透過網路進行付費廣告的行銷方式，可藉由豐富的色彩，快捷的速度及生動的文字、圖片、照片等吸引消費者的目光，旅遊資訊成為隨手可得的資訊。另結合網路搜尋引擎，針對有瀏覽過網站的族群，主動提供廣告，能有效提升消費者旅行的意願。但對現代的消費者而言，智慧型手機、平版的出現，讓消費者更是在動心起念時立即可得到相關資訊，進一步在旅途中可以得到好的照顧，用最好的方法解決問題，減少很多不必要的麻煩，甚致可以在旅行後分享自身的經驗，讓其他消費者可以從中得到建議，也是讓自己下一次的旅途可以更方便，更輕易上手。

### 二、大數據研究方法的出現，為統計分析帶來創新的契機

當網路科技發展到 21 世紀，因數據量的激增，網路資訊流量已大到無法以人工或計算機在合理時間擷取或處理，讓傳統的資料收集及分析方式顯得捉襟見肘，隨著大數研究方法的出現，為觀光統計分析帶來創新的契機，除了著重數據的大小、速度、多變性及真實性等所謂的”4V”之外，更注重與消費者之互動，以得到資訊的回饋，並適時地修正研究方法，進而

影響觀光發展的趨勢，連 TTRA 網站亦提供相關訊息供參。

為促進地方產業品質的提升，提高產品能見度，也讓消費者能得到更貼心的服務，提高消費意願，同時增加業者的收益。以丹佛機場為例，設計時即廣泛收集消費者對各地機場的需求及意見回饋，加以分析後，傾力改善軟硬設施內容，提高服務品質，例如：明確的指標系統、航站間便捷的地鐵輸運及電腦自動掃描的自動票務系統等，均能提供消費者快速、便捷的服務，也節省人力及時間的成本。另陸運交通方面，租賃業者透過預訂系統，即配合班機及消費者欲前往之目的地等資訊，提供有效的分流、共乘服務，讓消費者有舒適、便利的轉運機制，也替業者節省車輛及人力的成本。

### 三、結合官方與產業界的力量，達到資訊共享，降低行銷成本之目的

行銷廣告是需要成本的，於是有了成本經濟的概念，透過網路交易平台及異業結盟的方式，結合官方與產業界的旅遊資訊，並提供住宿、交通運輸的相關資訊及預定，例如飯店訂房系統或大眾運輸時刻表、費用及租車的功能等，並透過交易平台的管理機制，要求消費者與業者均提供相當的基本資料，提供消費者更安全的網路交易服務。在此同時，網路交易平台藉由收集到的基本資料及意見回饋等資料，更能了解消費者的偏好及市場供需是否均衡，並進一步做分析，進而提供更有效的行銷計畫，讓內容更貼近消費者的需求，也讓廠商了解產品供給的方向及數量，提供經營策略的修正方向，以平衡市場供需，有效降低成本，增加收益。

由於臺灣的旅遊相關業者，通常屬於中小企業，因此長久以來均由官方主導觀光行銷計畫的研提及執行，在過去，由官方挹注資金提供文宣品、參加旅展等傳統的行銷手法，雖收到一定之效果，但在現在資訊爆炸的環

境中，網路行銷已不僅是資訊的提供，同時亦應包含行程規劃、景點接駁及交通、食宿的預訂，才能在第一時間讓消費者在心動之餘立刻行動，因此又產生異業結盟的需求，除前述旅遊相關業者資訊的提供，另涉及與金融業者的合作，政府固然可以擔任政策研擬及協調的角色，但在執行方面，尤其商業行為的部分建議應由民間主導，例如，可由業者組成產業聯盟或由非營利組織出面進行整合，建立品牌，先求提高曝光度，才能吸引全球消費者的目光。因臺灣觀光業正在蓬勃發展，要在網路行銷上急起直追，需要官方與民間的合作，以達到共存共榮的目的。

#### 四、善用網路科技，提供消費者貼心的服務，是未來觀光發展研究計畫的方向

網路的應用為觀光統計分析提供許多資料的來源，利用最新的科技，透過網路交易平台的整合，除豐富的旅遊資訊隨手可得外，可以一次解決交通、食宿的問題，提供消費者貼心的服務，絕對可以提高消費者的旅遊意願，另外進一步就消費者所反饋意見做調整，更可吸引消費重覆利用，畢竟讓消費者滿意才是最好行銷手法，也是未來觀光發展研究計畫的方向。

臺灣觀光現在正在大力推動網路行銷，在政府機關，從中央到地方均積極利用網路將臺灣行銷到全世界，在民間的交易平台亦後筍般的林立，只是比起國外類似網站，我們的起步晚了，因此，如果不能有創新的手法，要做出品牌相對困難。以筆者參加此次會議的經驗，因路途遙遠，事先的計畫尤其重要，筆者從報名參加會議開始，訂房、航班及陸運交通工具的銜接等均仰賴網路，也從中了解美國航務系統大眾運輸系統的作業方式及風土民情，在旅途中面對突發狀況時更能冷靜以對，也因以消費者的立場實際體驗旅途中會面對的困難，亦能做為未來研提觀光發展計畫之參考，爰參加此類際會議更是吾輩吸收新知與世界接軌的良機，值得繼續推動。

## 陸、附件

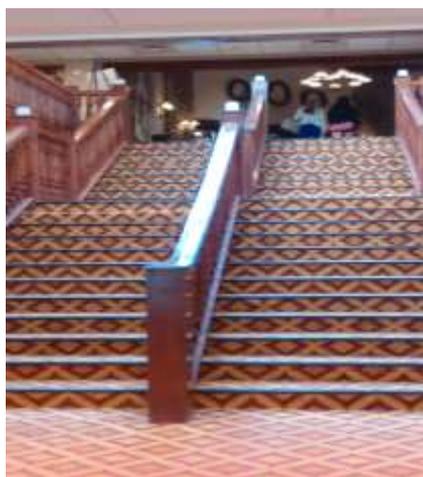
### 一、附件

- (一) 第 47 屆旅遊暨觀光研究協會(TTRA)年會暨研討會大會手冊
- (二) 第 47 屆旅遊暨觀光研究協會(TTRA)年會暨研討會簡報內容(摘要)

### 二、參考資料

- (三) <http://www.ttra.com/>
- (四) <https://www.airbnb.com.tw/>
- (五) <http://www.hvs.com/>
- (六) <https://www.visitvailvalley.com/>
- (七) <https://b2b.wien.info/en/travelindustry/destination-guide>

### 三、現場實況



會議現場及報到處



會議贊助廠商



第 47 屆會議舉辦地點



贊助廠商小物



相見歡—新生歡迎酒會



歡迎晚宴地點：滑雪場餐交誼廳



纜車站



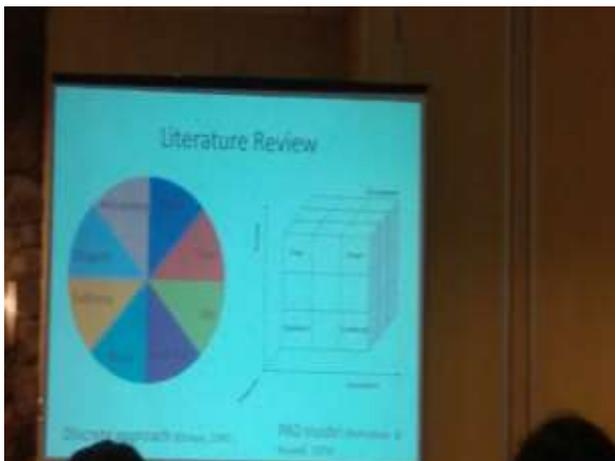
乘纜車上山頂滑雪場（鷹巢）



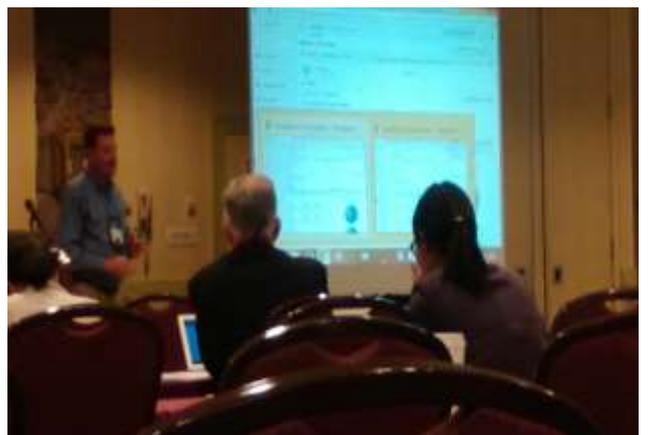
丹佛機場一景



研究生論壇開幕



研究生論壇：行為



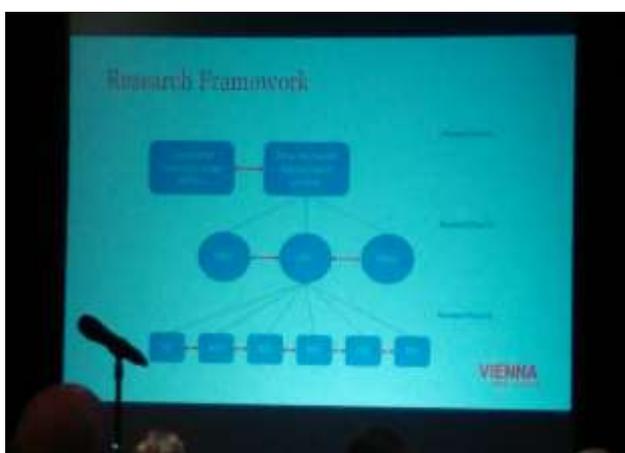
分組討論：研究中可信任的見解



專題演講：Airb&b 研究人員想從數據中了解的資訊



專題演講：共享經濟測量平台



專題演講：維也納如何利用大數據轉換旅遊發展策略



口頭報告：平台招聘與管理的未來



分組報告：景點和特別活動的研究



分組報告：觀光旅遊的發展和未來