

出國報告(類別：其他)

參加2016年亞洲獎勵旅遊暨
會議展(IT&CMA) 出國報告書

服務機關：交通部觀光局日月潭國家風景區管理處

姓名職稱：處長張振乾

派赴國家：泰國曼谷

出國期間：105年9月26日至9月30日

報告日期：105年12月5日

參加 2016 年亞洲獎勵旅遊暨會議展(IT&CMA)

報告書

目 次

壹、展覽簡介	-----1
貳、展覽概況	----- 2
參、參展情形	----- 3
肆、心得與建議	----- 12
伍、附件	----- 14

壹、展覽簡介

亞洲獎勵旅遊暨會議展(Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia) ，簡稱IT&CMA，本年為第23屆，為亞洲地區重要的會議獎勵旅遊展之一。該展覽定期於每年9月至10月間舉辦，主要目的係架構一個展示與交流平台，以展示亞太區域內推廣亞太地區獎勵旅遊、會議、展覽設施及展前展後的旅遊產品；2012年起更結合奢華旅遊(Luxury Travel)，吸引相關業者及買主共同參加。

IT&CMA展覽自1993年於香港首度舉辦，之後分於馬來西亞、泰國等亞太地區設展，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DubleBill。近年來因泰國政府對於該展覽相當重視，並補助相關場地活動經費，已連續10年於泰國展出，本年度則於曼谷Central World 展覽館舉行。

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，頗受國內外業者重視，本局多年來均組團參展。

貳、展覽概況

- 一、 時間：2016年9月27日至9月29日共3日。
- 二、 地點：曼谷Central World 展覽館
- 三、 規模：面積達5,000平方公尺，共有來自49國家的244個參展單位，買主及企業旅遊採購主管464人，媒體100位，與會總人數1,490人。
- 四、 參展商：732 位 (較去年 891 位減少 17.8%)
- 五、 買主與企業旅遊採購主管：464 位 (較去年 513 位減少 9.5%)
- 六、 媒體：100 位 (較去年 116 位減少 16%)
- 七、 參觀者：525 位 (較去年 527 位減少 0.3%)

經了解，無論參展單位、買主、媒體及與會總人數均較去年減少，未來仍應持續關注獎勵旅遊與會議展覽之市場變化。

另就參展單位分析，主要為參展者為獎勵旅遊業、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。參展單位行業類別如下：飯店及度假村佔54%，目的地管理公司佔14%，代表國家觀光或會議局佔11%，其他為旅行、會議管理公司或貿易協會等。



參、參展情形

本屆參展係由交通部觀光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

日期	行程
9月26日	09:00 起飛前往曼谷 11:35 抵達機場 12:20 抵達飯店 15:00 至展場確認展前準備工作

9月27日	<p>09:00 抵達展場</p> <p>16:00 Keynote address @ World Ballroom, Level 23, BCC。</p> <p>17:10 Briefing For All Delegates。</p> <p>17:30 Buyers Meet Sellers Session。</p> <p>19:00 Opening Ceremony & Welcome Reception。</p>
9月28日	<p>09:00 抵達展場</p> <p>10:00 台灣文創體驗：現場彩繪卡通人像畫。</p> <p>12:00 Taiwan Happy Hour- Go Tasting Taiwan。</p> <p>14:15 Association Day Destination Presentation</p> <p>15:00 Media Briefing</p>
9月29日	<p>09:00 抵達展場</p> <p>09:30 台灣文創體驗：現場彩繪卡通人像畫。</p> <p>12:30 15th Sticky Awards Lunch。</p> <p>17:00 撤場。</p>
10月1日	<p>15:00 起飛返回台北。</p> <p>17:50 抵達台北。</p>

二、 台灣參展單位

本次主要參展者包含交通部觀光局(由本人代表出席)、永業旅行社股份有限公司吳勛豐董事長及邱孟嫻協理、禾豐體驗行銷有限公司葉泰民執行長、晶華酒店郭思佩資深業務經理、台北福華大飯店盧麗惠資深業務經理、台北君悅酒店王膺傑業務經理、MEET TAIWAN 謝凱琳專員、邁思會展有限公司楊雅如業務總監及林杰達專案經理、南港展覽館楊玉雲高級專員、臺北市政府觀光傳播局江春慧專門委員及袁雅蓮研究員。

主辦單位中華國際會議展覽協會則由王振福秘書長及何紀樺專案管理師代表，展中也邀請外交部駐泰國代表處謝武樵大使及經濟組張啓裕組長蒞臨指導。



本團團員合影

三、 台灣館規劃

今年度交通部觀光局佈設台灣館計租用42平方公尺，攤位號碼C03，整體視覺識別系統係採用觀光局鮮橘色之Taiwan Logo及代言吉祥物喔熊，於正面採用臺灣多元景點為主視覺，側面為Taiwan Logo心型燈箱。



空間規劃部份，設置info諮詢台，放置各類台灣觀光摺頁等文宣與小紀念品等，另設置卡通人像畫展演台。

於展期中提供買主臺灣高山烏龍茶、鳳梨酥、喔熊餅乾等茶點品嚐，展期吸引不少買主駐足於此接待台。由於今年廠商報名至為踴躍，攤位空間較小，於是取消電視牆前的沙發區，希望明年攤位能擴大，融入更多台灣館的特色。

四、 特色活動

為增進展覽特色加強行銷，台灣館在展期第二天規劃Taiwan Happy Hour-Go Tasting Taiwan美食活動，並於展覽期間規劃卡通人像畫現場畫作表演。另為達到精確行銷目的，事前製作活動宣傳明信片，透過與主辦單位TTG合作，於展期開始前一週寄送EDM給買主，並將宣傳文宣放置於每位買主資料袋中。

(一) Taiwan Happy Hour-Go Tasting Taiwan

去年台灣館推出鼎泰豐小籠包品嚐活動廣受好評，今年亦持續與鼎泰豐小籠包曼谷分店合作，作為台灣美食代表，展期第二天中午開始發送，吸引許多買主至臺灣館一同品嚐台灣的美食魅力。



(二) 臺灣文創體驗—卡通人像畫藝術：

除了美食之外，為展現台灣文創特色，特與知名卡通人像畫家林柏廷先生合作推出現場卡通人像畫活動，運用簡單的筆觸，童趣的感覺，突顯人物特色，且設計具台灣風景文化特色的模板，兼具藝術人文精神和收藏價值，吸引人潮絡繹不絕，兩天總計繪製一百多個作品。



卡通人像畫活動狀況



活動宣傳卡

(三)Association Day Destination Presentation

本年度亦延續去年，於展覽第二天14:15~15:35主動舉辦 Association Day Destination Presentation。本次簡報由中華民國會議展覽協會王振福秘書長主持，共計有24位買主前來聆聽臺灣介紹。部分買主對臺灣相當陌生，透過此簡報成功達到吸引未來來臺灣辦理會議或獎旅活動的機會。



主 題 簡 報 活 動 狀 況

(四)媒體記者會

為加強國際宣傳效果，訂於9月28日下午15：00舉辦國際媒體記者會(Media Briefing)，並於展前一周即寄送媒體邀請函，當日出席國際媒體記者近30位，成效良好。

該記者會由協會王振福秘書長臺北市政府觀光傳播局江春慧專門委員及臺灣會展領航計畫(MEET TAIWAN)謝凱琳專員共同主持。記者會之資料袋內含觀光局文宣品、台灣竹USB、紀念品及新聞稿等文宣品供媒體參考。



媒體記者會狀況

(五)三太子助陣，增添臺灣館人潮

本次台灣館特於邀請駐泰代表謝武樵大使蒞臨臺灣館時，同時請來兩尊三太子表演，為台灣館增添人潮，也吸引許多買家與參觀者駐足欣賞，並爭相合照，顯示國外買家對於臺灣藝文活動之高度興趣。



謝大使蒞臨指導



三太子廣受買家歡迎

五、買主洽談情形

本次台灣館參展廠商於展前配對成功率高達90%，業者與買主接洽、預約及Walk-in買主共約有225位。

分析買主國別發現，42%買主來自亞太地區，以菲律賓、印度及中國居多，其次為新加坡、南韓及泰國等，澳洲與去年持平。歐洲地區則占 26%，以波蘭佔多數，其次為荷蘭、義大利、德國等，另荷蘭買家相較去年明顯成長。美洲地區占 3%，今年仍以美國為主。另配合新南向政策，分析今年東南亞地區買主佔 25%，以印度、新加坡為主，其次為泰國、印尼、馬來西亞以及柬埔寨等，故主要市場仍以亞

太地區為主，而東南亞地區正在成長中，南亞以印度買主為大宗可能與印度近年積極拓展 MICE 市場及主辦單位的大力邀請有關，亦值得深續耕耘印度市場。

肆、心得與建議

一、積極參與亞洲獎勵旅遊市場有助落實新南向政策及穆斯林觀光政策

台灣為亞太地區觀光發展較為成熟地區，東南亞國家對台灣相當熟悉，本次特針對泰國、菲律賓、印度、馬來西亞等東南亞買主加強推廣新南向政策，皆引起買主高度興趣。

另在推展穆斯林觀光方面，因台灣在穆斯林觀光市場以深耕許久，軟硬體完善，也獲得穆斯林買家之肯定。未來台灣可持續發展新南向政策與穆斯林觀光友善環境，以擴增觀光市場。

二、台灣廠商對本次參展持高度肯定

由於IT&CMA展在泰國曼谷辦理，業者的參展費用不但較少，又能同時接觸亞太區以外的買主，因此廠商對於本展的興趣相當高。根據本次參展廠商問卷分析，25%業者肯定一年內絕對有來自本展買主訂單，62%業者認為或許有來自本展之訂單商機，13%業者認為或許沒有訂單，由此可顯示業者對於本展仍具

信心。此外，今年在預估收益方面，預估潛在訂單金額在新台幣150萬至750萬間的比例為86%，較去年大幅成長61%，顯示參展廠商對於本展所帶來的獲利預估逐漸成長。本展雖規模較小，對於業者而言，仍具有相當效益。未來建議仍應積極參與類似展覽，主動帶領國內業者出擊，爭取國外買家青睞。

三、 感謝駐泰謝大使蒞臨指導

本次會展期間承蒙我國駐泰謝大使親臨會展鼓勵參加者，甚感榮幸。今年泰國來台遊客大幅成長，即受惠於我國開放對泰免簽政策，亦代表觀光局轉達致謝之意，也再請大使協助加強協助觀光工作之推廣，以增加來台旅遊人數。

伍、附件

一、2016IT&CMA展前中文新聞稿

力挺新南向－觀光局攜業者赴泰，力拼會展獎旅新商機

為推廣臺灣優質獎勵旅遊及會展環境，交通部觀光局今（105）年將再度率領臺灣業者參加9月27日在泰國曼谷舉辦的亞洲獎勵旅遊暨會議展（Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia, IT&CMA）。配合新政府南向政策的推動，今年報名廠商大幅增加。

據觀光局表示本展將於9月27日至9月29日在泰國曼谷會議中心（Bangkok Convention Center）舉行的獎勵旅遊展是亞洲最大的商務會議旅遊展覽，參加者主要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，每年吸引來自世界各地數百買主前來尋找最新的會議及獎勵旅遊目的地，為亞洲最具代表性的會議展覽及獎勵旅遊專業展。

根據此次負責帶團的觀光局日月潭管理處張振乾處長表示，新政府為推動新南向政策刺激觀光，除簡化柬埔寨等東協七國及南亞印度來台旅客簽證外，更針對經常來台、沒有不良紀錄的東南亞旅客考慮發給二到五年多次簽證，提供來台談生意和國際會議的商務旅客便利。因此，觀光局亦將於參展時力拼亞太會展獎旅市場，積極爭取中國、泰

國、菲律賓、新加坡、越南等亞太及東南亞地區國家來臺舉辦獎勵旅遊及大型會議之商機。本次規劃的活動，包括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，藉此提升來臺灣能見度。同時，臺灣館現場安排米其林美食饗宴，將鼎泰豐小籠包原汁原味帶到展會現場，除此之外，現場邀請卡通人像畫老師，繪畫出結合台灣文化特色之卡通人像畫，美食加上文創體驗及三太子的表演，必能吸引許多買主至臺灣館共襄盛舉。

本次臺灣館參展團員除觀光局外，還包括中華國際會議展覽協會、臺北市政府觀光傳播局、MEET TAIWAN、台北福華大飯店、台北君悅酒店、晶華酒店、南港展覽館、邁思會展有限公司、禾豐體驗行銷有限公司、永業旅行社股份有限公司等，重點在結合地方政府、飯店、目的地行銷公司、會展場地營運公司以及旅行社等，有效整合會展產業鏈的各個業者，提供一站式服務，同心協力推廣臺灣，使買主獲得完整的臺灣會展資訊，期打造臺灣為亞洲會議及獎勵旅遊首選之地。

二、2016IT&CMA展前英文新聞稿

Taiwan, The Heart of Aisa – Your Next Destination

Taiwan Tourism Bureau is leading a 19 persons delegation attending an incentive travel and meeting exhibition IT&CMA to be held at Bangkok from 27-29 Sep, 2016.

With beautiful landscapes, diversified culture, appetizing cuisine, hospitable climate and people, Taiwan is an amazing destination for incentive travel groups and meeting planners. Taiwan's MICE industry has shown dramatic growth in both service qualities and hardware build-up including convention centres and Exhibition facilities. Last year in 2015, Taiwan ranked 33th in global MICE rankings by ICCA, and propelled to No. 8 in Asia.

Taiwan is the hottest destination for tourism, incentive travel as well as meeting and events in Asia recent years. The number of inbound visitors to Taiwan broke 10 million in 2015 and is expected to keep growing this year. Taiwan was reported as one of the "10 best value destinations for 2015" by Lonely Planet and "Top 10 Emerging travel destinations in 2016" by Business Insider.

There are multiple attractions for visitors to discover in Taiwan. Visitors are able to arrange tours to discover magnificent landscape and beautiful coastlines, experience Taiwan's historic heritage and traditional culture of Taiwan, or taste the unique Chinese cuisine and Taiwanese snacks.

Moreover, 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. Moreover, there are more and more investments from international hotel chains in Taiwan in recent years including globally well-known Regent, W Hotel, Mandarin Oriental, Le Méridien and Humble House, and the brand new Marriott Taipei due opening this year. To further encourage overseas business groups to travel to Taiwan, the government continues to offer various support including subsidies.

Taiwan Tourism Bureau also provides administrative support and subsidies to encourage incoming meeting and incentive travel groups, which includes tour planning assistance, cultural performances and special souvenirs etc.. Financial grants range from USD 1,000 to 60,000 depending on the size of group. For further detailed information on Taiwan, you are most welcome to visit **Taiwan Booth at C03** during **IT&CMA 2016** in Bangkok, and **Taiwan Tourism Bureau** will be at your service.

三、展後中文新聞稿

力推新南向－觀光局攜業者赴泰爭取會展新商機

為推廣臺灣優質的獎勵旅遊及會展環境，交通部觀光局今（105）年9月27日與中華國際會議展覽協會及台灣遊輪協會合作，帶領13家臺灣業者，參加9月27日至29日在泰國曼谷舉辦的亞洲獎勵旅遊暨會議展（Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia, IT&CMA）。配合新政府南向政策的推動，今年報名廠商人數有顯著增加。

據主辦單位觀光局表示，在泰國曼谷會議中心(Bangkok Convention Center)舉行的獎勵旅遊展是亞洲最大的商務會議旅遊展覽，參加者主要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，每年吸引來自世界各地數百買主前來尋找最新的會議及獎勵旅遊目的地，為亞洲最具代表性的會議展覽及獎勵旅遊專業展。新政府為推動新南向政策，鼓勵東協十國及南亞國家組團來台觀光，除簡化柬埔寨等東協七國及南亞印度來台旅客簽證外，更針對經常來台、沒有不良紀錄的東南亞旅客考慮發給二到五年多次簽證，提供來台談生意和國際會議的商務旅客便利。因此，觀光局於參展時積極爭取亞太地區國家籌組務團來台，重點包括泰國、菲律賓、印尼、印度、新加坡、越南等亞太及東南亞地區國家，爭取來臺舉辦獎勵旅遊及大型會議。

中華國際會議展覽協會理事長葉泰民指出，當前的會展市場面臨新的變局，由於歐洲正逢中東難民問題以及受到恐怖攻擊的困擾，以致衝擊歐洲地區會展市場的信心危機；相對的，亞洲國家則因商務旅遊的品質明顯的提升以及旅遊報價的相對合理，增加了亞洲國家會展市場的機會。據瞭解，泰國、新加坡、馬來西亞、韓國、印尼、印度等國家均積極推動各國企業組織組團到亞洲旅遊。就台灣來說，我們具備有優質的競爭條件，需要的是增加組團到海外進行行銷。這次觀光局組團參加泰國獎勵旅遊展，據知成效甚佳，每家參展廠商現場均接獲甚多的買主到台灣館攤位來，洽詢舉辦旅遊的設施、報價及政府部門的補助情況，但是是否能夠爭取成功，後續的進展追蹤至為重要。

本次參展團的行銷活動，除參加大會舉辦之開幕式及說明會外，並於開展第二天由觀光局協同台北市政府觀光傳播局以及MEET TAIWAN，辦理一場買主說明會以及一場國際記者會，分別約有20餘家買主與媒體記者出席，預期可以帶動許多新商機，且可藉以提升臺灣的能見度。同時，在臺灣館現場舉辦台灣米其林美食饗宴，將鼎泰豐小籠包原汁原味帶到展會現場，廣受與會人士歡迎。除此之外，現場也邀請兩尊三太子的表演；也邀請台灣卡通人像畫老師，繪畫出結合台灣文化特色之卡通人像畫。美食加上文創體驗及三太子的表演，吸引許多買主至臺灣館駐足觀賞，達成行銷台灣的目標。

本次臺灣館參展團員除觀光局外，還包括中華國際會議展覽協會、臺北市政府觀光傳播局、MEET TAIWAN、台北福華大飯店、台北君悅酒店、晶華酒店、南港展覽館、邁思會展有限公司、禾豐體驗行銷有限公司、永業旅行社股份有限公司等，重點在結合地方政府、飯店、目的地行銷公司、會展場地營運公司以及旅行社的力量，有效整合會展產業鏈的各個業者，提供一站式服務，同心協力推廣臺灣，使國外買主獲得完整的臺灣會展資訊，期合作打造臺灣為亞洲會議及獎勵旅遊首選之地，並為爭取東南亞及南亞商務觀光市場，創造新一波的商機。

四、展後英文新聞稿

Go South Policy – Taiwan Seize New Business Opportunities of MICE Industry at IT&CMA2016

To promote Taiwan as an ideal destination for meeting and incentive travel, Taiwan Tourism Bureau once again spearheaded a strong MICE team to participate in IT&CMA in Bangkok, Thailand, from 27 September to 29 September, 2016, with 13 exhibitors including Taiwan Convention & Exhibition Association, Apple Tour, Grand Hyatt, MEET TAIWAN, Regent Taipei, Taiwanlook DMC, TW MICE Event & Destination Management, Taipei City Government, Taipei Nangang Exhibition Center, and The Howard Plaza Hotels. In addition, copying with government's new policy "Go South", the co-exhibitors participated more than last year.

With delicate decoration and Taiwan attractiveness, Taiwan pavilion attracted hundreds of buyers, trade visitors, corporate buyers and media to conduct business talks with exhibitors. In the course of networking, buyers showed their strong interests in the Asian Pacific market particularly in Taiwan as a shining new destination for them to discover.

On the second day of IT&CMA, Taiwan Tourism Bureau attended the association day and hosted a media briefing to promote Taiwan. Moreover, Taiwan pavilion held a successful and unique happy hour to welcome buyers and visitors to experience Taiwan Michelin-starred Din Tai Fung "xiaolong bao.", which named as one of the best Taiwan snacks you cannot missed by CNN and the most popular brand of xiao-long-bao in the world, it attracted scores of buyers waiting in line at Taiwan booth for the happy hour. Taiwan's high-profile soft power is also worldwide famous. Cartoon portrait paintings is the theme this year. Buyers and visitors can paint their own unique Taiwanese style cartoon portrait and the paintings can be customized. It appealed bunch of visitors came to Taiwan booth to experience. And Taiwan Tourism Bureau also invited the "third princes" dancing and promote Taiwan's tradition culture. With professional MICE team, impressed media briefing, excellent public relations, and warm hospitality of delegates, Taiwan had successfully impressed lots of buyers and achieved the goal of promoting Taiwan as an ideal MICE destination.

Situated in the heart of Asia, Taiwan plays a key role and provides a platform to link Asia with the world's MICE market. Taiwan Tourism Bureau also provides administrative support and subsidies to encourage incoming meeting and incentive travel groups, which includes tour planning assistance, cultural performances and special souvenirs etc.. Financial grants range from USD 1,000 to 60,000 depending on the size of group. Furthermore, in order to promote government's new "Go South" policy, not only

2. 聯合新聞網

搶泰旅客 北市強力宣傳推介

f 分享

G+ 分享

留言

列印

存

A- A+

2016-09-29 10:55 經濟日報 記者楊文琪/即時報導

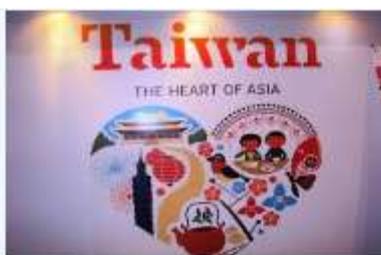
為積極拓展東協十國旅遊市場，台北市觀光傳播局今年繼參加馬來西亞、印尼、越南、新加坡等地觀光旅遊展會外，並於9月27日至29日赴泰國曼谷參加「亞洲獎勵旅遊暨會議展」(IT&CMA)向國際買主行銷台北市優質的會展環境，近兩年歐美國際局勢較為紛亂，讓MICE亞洲市場在國際間受到矚目，因此透過這次在曼谷參展，與東南亞買主及專業旅遊業者交流，促進台北市獎勵旅遊市場，同時也帶動新南向觀光發展。

台北市觀光傳播局表示，這次參展，持續以「Taipei Makes Perfection」為MICE推介主題，除了再次強調台北市在會展硬體設備的質與量，為全台之最領先地位外，觀光旅遊的配套項目，也是多元且精彩。為了發展新南向政策，擴大東南亞旅遊市場，自今年8月開始，泰國和汶萊到台灣實施免簽證，為表示歡迎之意，觀光傳播局規劃推廣活動，8月1日後憑泰國護照及來台登機證，即可兌換觀光傳播局提供的悠遊卡，此活動獲得熱烈回響，一推出後限量500張已於近日兌換完畢。

這次針對MICE市場，為了創造更多實際效益，觀光傳播局表示即日起至2016年年底，針對「獎勵旅遊團」來台，依觀光傳播局MICE贊助作業要點申請，除了原申請的贊助方案外，每位來台團員皆可額外獲得台北觀光護照Taipei Pass(one day)一張，不分國籍不限制人數，讓來台參加獎旅的外國朋友一天之內可以無限制搭乘台北捷運及台北新北公車，體驗台北便利的交通及在地的生活，此次加碼贈送歡迎禮，讓與會業者直呼來台北太關心太方便了。

在28日台灣國際媒體記者會中，觀光傳播局專委江春慈也透過文創及美食的影片，闡述Taipei Mice軟性實力，並力邀大家明年來台參加2017世界大學運動會，至台北欣賞賽事同時旅遊觀光。此次一同參展的台北市旅遊業者佳琪旅行社林董事長也表示，自從開放免簽證政策後，泰國來台辦理獎勵旅遊的人次確實明顯增加，再加上台北市近幾年各項有關穆斯林友好旅遊環境的設施，亦是促成吸引旅客來台的誘因。

3. M.I.C.E. Middle East.



Go South Policy – Taiwan Seize New Business Opportunities of MICE Industry at IT&CMA2016

To promote Taiwan as an ideal destination for meeting and incentive travel, Taiwan Tourism Bureau once again spearheaded a strong MICE team to participate in IT&CMA in Bangkok, Thailand, from 27 September to 29 September, 2016, with 13 exhibitors including Taiwan Convention & Exhibition Association, Apple Tour, Grand Hyatt, MEET TAIWAN, Regent Taipei, Taiwanlook DMC, TW MICE Event & Destination Management, Taipei City Government, Taipei Nangang Exhibition Center, and The Howard Plaza Hotels. In addition, copying with government's new policy "Go South", the co-exhibitors participated more than last year.

With delicate decoration and Taiwan attractiveness, Taiwan pavilion attracted hundreds of buyers, trade visitors, corporate buyers and media to conduct business talks with exhibitors. In the course of networking, buyers showed their strong interests in the Asian Pacific market particularly in Taiwan as a shining new destination for them to discover.

On the second day of IT&CMA, Taiwan Tourism Bureau attended the association day and hosted a media briefing to promote Taiwan. Moreover, Taiwan pavilion held a successful and unique happy hour to welcome buyers and visitors to experience Taiwan Michelin-starred Din Tai Fung "xiao long bao.", which named as one of the best Taiwan snacks you cannot missed by CNN and the most popular brand of xiao-long-bao in the world, it attracted scores of buyers waiting in line at Taiwan booth for the happy hour. Taiwan's high-profile soft power is also worldwide famous. Cartoon portrait paintings is the theme this year. Buyers and visitors can paint their own unique Taiwanese style cartoon portrait and the paintings can be customized. It appealed bunch of visitors came to Taiwan booth to experience. And Taiwan Tourism Bureau also invited the "third princes" dancing and promote Taiwan's tradition culture. With professional MICE team, impressed media briefing, excellent public relations, and warm hospitality of delegates, Taiwan had successfully impressed lots of buyers and achieved the goal of promoting Taiwan as an ideal MICE destination.

Situated in the heart of Asia, Taiwan plays a key role and provides a platform to link Asia with the world's MICE market. Taiwan Tourism Bureau also provides administrative support and subsidies to encourage incoming meeting and incentive travel groups, which includes tour planning assistance, cultural performances and special souvenirs etc.. Financial grants range from USD 1,000 to 60,000 depending on the size of group. Furthermore, in order to promote government's new "Go South" policy, not only encouraging Ten ASEAN and South Asian countries to visit Taiwan but also consider to give the good record tourists from Southeast Asia a two to five-year multiple entry visa for the bushiness convenience. Above all, Taiwan now is no doubt the first choice for incentive travel destination.

[Back to Home Page](#)