

出國報告（出國類別：其他/業務接洽）

參加2017中國國際旅遊交易會（昆明） 出國報告

服務機關：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

姓名職稱：劉美蓉簡任技正
巫嘉昌場長
王仁助組長
陳錦煜技師

派赴國家：大陸昆明

出國期間：106年11月15日至11月20日

報告日期：107年2月7日

目錄

摘要	1
壹、 目的	2
貳、 過程	2
參、 活動紀要	4
一、 2017 中國國際旅遊交易會	4
二、 專業洽談	10
三、 民眾參觀推廣	12
四、 他山之石	16
肆、 心得與建議	18

摘要

配合交通部觀光局推動兩岸觀光交流，輔導會偕同所屬清境、福壽山及武陵等高山農場代表，參加中國雲南省昆明市舉辦之「2017 中國國際旅遊交易會」，今年參展單位包括 70 多個國家和地區，527 家海（境）內外旅行廠商。旅展期間分為專業洽談及公眾參觀日，除了讓業者彼此交流，也提供代表團與當地消費者面對面互動機會，對於行銷臺灣觀光資源及提升國際能見度上具極大助益。陸客來臺觀光旅遊團客數近年有下降趨勢，惟自由行人數逐漸增加，以往團客受旅行社安排不易到達之輔導會所屬農林機構，因具高山美景、農特產及先民(含原住民及開疆闢土老兵)與少數民族文化等特色，對自由行陸客頗具觀光新亮點。另向同展場的其他單位學習，如何整合內部資源、專業地接服務及交通動線規劃，透過眼球及同溫層行銷旅遊產品等，均有助於提升農場旅遊的質與量。

壹、目的

- 一、整合輔導會所屬農林機構(以清境農場、武陵農場及福壽山農場為主)至中國雲南省昆明滇池國際會展中心「2017 中國國際旅遊交易會」布展及行銷。
- 二、觀摩學習於「2017 中國國際旅遊交易會」中其他展攤的展示重點及行銷手法。

貳、過程

由財團法人台灣觀光協會組團參加「2017 中國大陸(昆明)國際旅遊交易會」

展期：2016 年 11 月 17 日（星期五）至 19 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(雲南省昆明市官渡區福保半島)，編號:9C02，
展台號：5

行程表如下表：

日期	時間	行程
		● 住宿飯店：南亞風情園豪生大酒店 (雲南省昆明市呈貢新區春融街 888 號)
11 月 15 日 (星期三) 第一天	16:30 17:10 19:10 22:20 23:00 23:40 	協會集合、搭乘巴士前往機場 桃園機場 1 航廈集合 搭乘四川航空 3U8958 班機前往昆明 抵達昆明機場 搭乘巴士前往住宿酒店 抵達住宿酒店
11 月 16 日 (星期四) 第二天	 13:30 14:00 14:40 16:30 	業務自由拜訪 大廳發放參展證 大廳集合，出發前往旅展會場佈展 抵達旅展會場 佈展完畢，返回住宿酒店

11月17日 (星期五) 第三天	07:30 08:10 09:00 17:00 17:30 	大廳集合，出發前往旅展會場佈展 抵達旅展會場 旅展活動 Day1 開始 旅展活動 Day1 結束 返回住宿酒店
11月18日 (星期六) 第四天	08:00 08:40 09:00 17:00 17:30 	大廳集合，出發前往旅展會場佈展 抵達旅展會場 旅展活動 Day2 開始 旅展活動 Day2 結束 返回住宿酒店
11月19日 (星期日) 第五天	08:00 08:40 09:00 17:00 17:30 	大廳集合，出發前往旅展會場佈展 抵達旅展會場 旅展活動 Day3 開始 旅展活動 Day3 結束 返回住宿酒店
11月20日 (星期一) 第六天	12:00 12:40 14:55 18:10 18:40 	大廳集合，出發前往昆明機場 抵達昆明機場 搭乘四川航空 3U8957 班機返回昆明 抵達桃園機場 Check-In 手續 搭乘巴士返回協會

參、活動紀要

一、2017 中國國際旅遊交易會

兩岸觀光旅遊的起伏變化頗大，陸客來臺是減少了很多，兩岸的旅遊大環境需要看雙方政府要如何處理，但民間的交流、推介會、考察參觀等都在照常進行，「2017 中國國際旅遊交易會/2017CITM」(以下簡稱「旅交會」)由國家旅遊局、中國民用航空局、雲南省人民政府共同主辦，11 月 17 日在雲南昆明滇池國際會展中心拉開序幕，17 至 18 日上午為專業洽談日，18 日下午至 19 日為公眾參觀日，展覽面積近 70,000 平方米，約 3,700 個標準展位，計有俄羅斯、美國、德國、法國、丹麥、日本、韓國、美國、印尼、緬甸、泰國、貝南、甘比亞等 70 多個國家和地區參展，527 家海外境外旅行商參會，參展範圍從旅遊產業擴展到農業、教育、文化創意、互聯網、健康等領域，非官方的兩岸觀光旅遊業交流是現在進行式，除開幕式外，現場幾乎看不到中國官方代表。

本屆大會的東道主-雲南省，在本屆旅交會以「雲南只有一個景區，這個景區就叫雲南」為主要內容，重點展示「雲南旅遊新產品新業態」、「旅遊市場秩序整治」、「旅遊產業轉型升級」、「一部手機游雲南」等。雲南省長阮成發在開幕式致辭中表示：雲南正在圍繞國際化、高端化、特色化、智慧化的目標全面推進旅遊業的轉型升級，今(2017)年以來大力整治旅遊市場秩序，取締不合理低價團，嚴禁強迫購物，取消了一批不合格的旅行社，希望給大家展示一個鳳凰涅槃的雲南旅遊新形象、新業態。

據報導雲南省組織了規模龐大的參展團，共設置 351 個展位，是

本屆旅交會展出規模最大、設置展攤最多的省份。雲南展團共設 4 個展館，即雲南旅遊綜合館、健康旅遊館、體育旅遊館、旅遊商品館。有特裝展位 117 個，標準展位 234 個，展覽總面積達 17,200 平方米。其中，「雲南旅遊綜合館」除雲南旅遊產業的新成就外，還展示雲南旅遊整體形象和旅遊市場整治、轉型升級、旅遊扶貧、前景展望及「一部手機遊雲南」等內容，重點突出「人臉識別、智慧導覽、VR 互動」等功能和展示，如昆明西山國家級風景名勝區由於區域範圍廣大，就導入智慧導覽系統透過電子語音導覽，遊客走到哪裡，自動解說就到哪裡，讓遊客充分感受到「遊客旅遊體驗自由自在、政府管理服務無處不在」的建設目標。健康旅遊館則體現旅遊與康復、健身、養生等項目的有機結合，由高端醫療服務區、中醫藥健康旅遊區、民族醫藥旅遊區、養生養老展示區、溫泉養生旅遊區、健康產品設備展示區、康體保健展示區、旅遊小鎮展示區組成。體育旅遊館是雲南首次在旅交會上設置，體現了體育旅遊這一新時代旅遊發展的新方向和新亮點。體育旅遊館由會議論壇中心、山地運動區、水上運動區、航空運動區、冰雪運動區、森林運動區、洞穴運動區、雲南體育旅遊風彩區、自駕露營休閒區洽談休息區等區域組成。旅遊商品館則將展示國內各省市區尤其是富有雲南地域特色的旅遊商品，由國際展區、國內省市展區、省內州市展區、非物質文化遺產展區、民族刺繡展區、文創商品展區、高原特色商品展區、旅遊裝備展區、酒店用品展區組成。

另旅遊聯盟聯合行銷也是本屆旅遊交易會的新亮點。例如香格里拉旅遊推廣聯盟、冰雪旅遊推廣聯盟、四季長江文化旅遊聯盟等皆以聯盟形式共同行銷參加旅交會，開啟旅遊聯合推廣新時代。

本屆旅交會中，臺灣主題館設有「臺灣旅遊電子資訊互動區」，提供有獎徵答。館內佈置融入「2018 海灣旅遊年」、臺灣燈會、澎湖風

光、自行車騎行、浪漫臺三線等旅遊元素。承辦的臺灣海峽兩岸觀光旅遊協會(以下簡稱臺旅會)將「喔熊組長」空運到展場，並設置拍照專區，供民眾與「喔熊組長」合影後當場列印照片留念。本次率團參展的觀光局蔡明玲執行秘書(臺旅會顧問)表示略以，臺灣觀光代表團有長榮航空、臺灣觀巴協會、武陵農場、清境農場、福壽山農場、昇恆昌免稅店等業界代表參展，除推出優惠方案吸引陸客赴臺旅遊，也提供各項最新臺灣旅遊資訊，目前時序已進入冬季，中國大陸多地天候寒冷。此刻的臺灣仍秋高氣爽，正是赴臺旅行的最佳季節。遊客可到臺灣南部入海戲水，體驗潛水或浮潛。耶誕假期可到臺灣來趟溫泉與美食養生之旅，體驗非常特殊的「睡不飽的跨年活動」；在元宵節參加「大不同的元宵慶典」，現場感受震撼的過節氣氛。

開館儀式是本次推廣活動的重頭戲，觀光局蔡明玲執行秘書及「喔熊組長」均到場助陣(圖 1)，後由福壽山農場巫嘉昌場長代表輔導會向與會貴賓推介所屬各具特色的農場，參展人員於規劃展攤前向旅遊業者、記者等旅遊同業推廣介紹(圖 2~圖 7)。



圖 1、布展人員於開館儀式與「喔熊組長」合影



圖 2、由福壽山農場巫嘉昌場長代表輔導會介紹八大農場觀光資源



圖 5、輔導會劉美蓉簡任技正及所屬三高山農場同仁攝於展攤前



圖 6、輔導會劉美蓉簡任技正及所屬三高山農場同仁於海報前留影



圖 7、臺灣最美麗的輔導會所屬三高山農場海報

二、專業洽談

最近，中國到臺灣旅遊人數逐漸降低，在 103 年和 104 年分別達到 332.8 萬人次和 333.5 萬人次，105 年則降為 273.6 萬人次。今(106)年前 10 個月，觀光目的陸客入境數為 162.4 萬人次、專業交流 9.4 萬人次、商務交流 6.6 萬人次、醫美健檢 1.5 萬人次，小三通則有 20.7 萬人次。依據 106 年 7 月 24 日自由時報報導：陸客市場結構正逐漸改變中，觀光局統計，102 年有 63.4% 是跟團來臺，約 182 萬人次，自由行 36.6%、約 105 萬人次。104 年團客比例降至 54%，自由行增至逾 45%。105 年受中國限制來臺旅遊的政策影響，陸客減少，團客比例則更是下滑至 47.89%，自由行比例則衝破 5 成，自由行人數首度超越團客。

國際普遍認為團客與自由行比例各占一半算正常，臺灣是個友善旅遊的目的地，在旅遊結構上趨向自由行是必然的趨勢，過去每人每日在臺消費 198.4 美元，因為團客須透過旅行社，消費範圍及對臺灣的認識都限縮在一定範圍，自由行旅客則可到處走訪自己喜歡的特色景點及消費，消費力可望提升。在本屆旅交會中，到我們展攤洽談的多數是中國各地辦理自由行的旅行社，希望可以透過在臺灣專業地接旅行社（如在我們展攤旁的保保旅行社、趣吧旅行社等）提供客製化的地接服務。甲種旅行社聯誼會紀正德會長還兼程到會場來探班（圖 8）。陸方專業參展商希望尋求能夠協助發邀請函俾利取得來臺簽證、聯絡在臺食宿交通等合作機會。

因網路資訊發達，每位旅客都是觀光大使，但臺灣常用的 LINE、Facebook 等網路行銷工具，在中國幾乎完全無法進入(看不到)，在中國最常被使用的是微信(WeChat)及推特(Twitter)，因此，在許多展攤或專業參展商都提供官方微信的 QR-code(圖 9，供掃描)、要求「關注一下我的微信」及彼此掃一下微信。另外，就是透過口碑行銷，如螞蜂窩(<http://www.mafengwo.cn/>)等旅遊網站或 APP 等，透過網路、網紅的宣傳，就是中國年輕世代在自由行市場中，探索或尋找遊憩地點重要的參考依據。

專業洽談日中臺灣展區吸引許多參展商前來洽商(圖 10)，洽談中了解過去陸客來臺人數最集中的兩個重要節慶－農曆年假和十一長假，據臺灣觀光局資料顯示亦是如此，該假期期間平均來客數一天都破萬人。

另一個專業洽談重點則是整廠整線輸出，中國式的「農家樂」為自 1990 年代以來，廣泛分布於城市近郊以農業和鄉村消費為特點的

旅遊、娛樂、休閒度假的場所總稱。中國在 19 大之後，「旅遊扶貧」成為重點發展項目，部分擁有廣大土地之農家已積極發展包括四季瓜果蔬菜採摘、登山踏青、山野垂釣、體驗農活、品嚐農家飯等休閒農業，甚至興建賓館和會議接待等提供住宿服務。三高山農場由原先退除役官兵所經營的農場，逐漸轉型為各具特色休閒觀光農場的美景及經驗，是非常吸引人的，由於許多農村紛紛想吸收農場發展的經驗，提出將人、經驗及規劃原原本本的複製或擴大輸出到中國，發展類似的旅遊商品。

三、民眾觀光推廣

開幕當天(11 月 17 日) 福壽山農場巫場長代表輔導會於中國昆明滇池國際會展中心之交易會大舞臺對旅行業者及媒體記者進行輔導會八大農場觀光旅遊專題報告。

11 月 18 日至 19 日台灣觀光協會亦於於臺灣館展區舞臺前舉辦小型的推介會，分別由福壽山農場與清境農場與旅行業者及遊客推介所屬農場觀光資源(圖 11)，面對面進行推廣活動。

目前臺灣方面同意包含北京、上海、廈門等 47 個城市開放來臺自由行。本屆旅交會舉辦城市昆明雖也在列，但因滇池會展中心距離市中心約有 1 個小時以上的車程，公眾參觀日入場參觀的民眾相對較少。

在輔導會三高山農場中清境農場因其安置的榮民與雲南少數民族有非常強烈的文化鏈結，雲南民眾對蔣介石先生在臺灣的許多文物或行館亦頗感興趣。蔣氏父子在臺灣的故事及文物可作為在雲南推介三高山農場重要的賣點(圖 12)。另外，民眾對手作體驗如製茶、品茶等課程也相當感興趣。

經與到展攤之中國民眾交談瞭解，到過台灣旅遊者不在少數，惟大部分是跟團前往，一般為 8 天 7 夜日月潭及阿里山等環島跑透透的走馬看花行程。大部分人表示希望以後有機會再度以自由行的方式來台灣深度旅遊。



圖 8、紀正德會長(中)兼程到會場探班



圖 9、透過掃描 QR code 即可獲得最即時的旅遊資訊



圖 10、臺灣展區

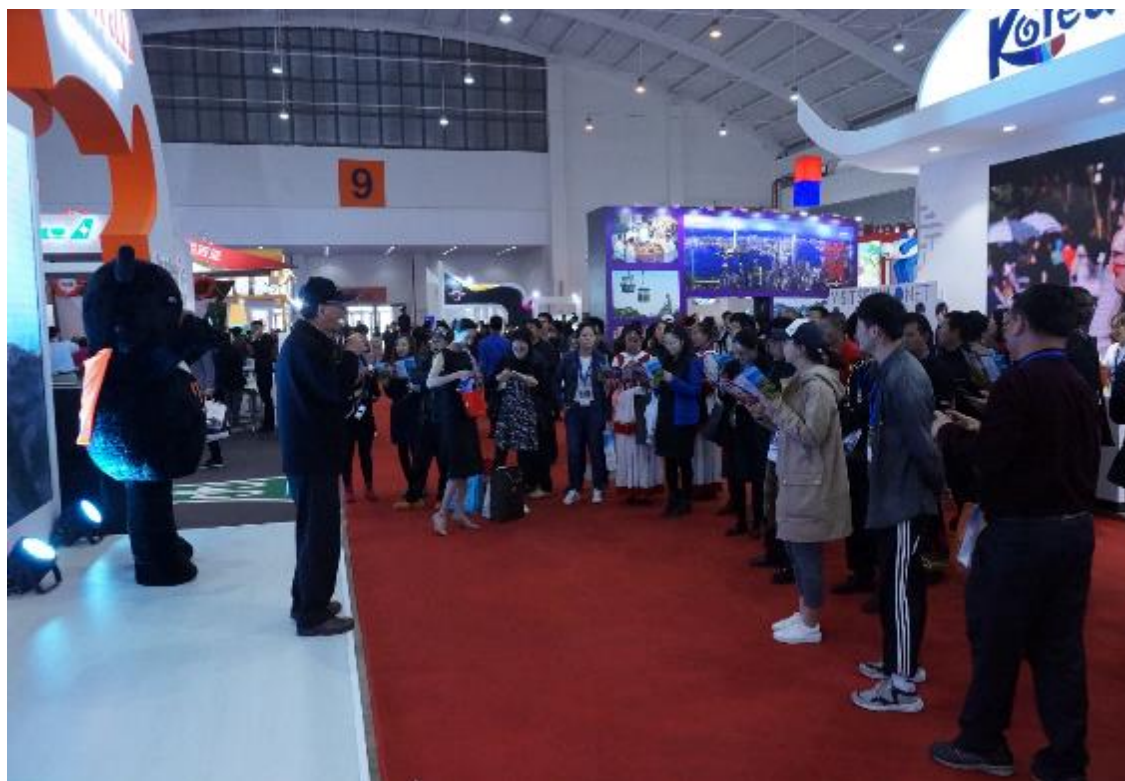


圖 11、福壽山農場巫嘉昌場長代表輔導會向旅遊同業推介所屬農場觀光資源



圖 12、清境農場陳錦焜技師代表輔導會向一般民眾推介所屬農場觀光資源

四、他山之石

(一)國外旅展宜妥適提供所需的資訊

輔導會所帶去的簡介資料，主要提供給入園國內民眾使用，旅行社人員評論及建議：除繁體字造成陸客閱讀障礙外，大小及明亮度都不夠吸引人。除清境農場外，武陵及福壽山農場交通相對不便利，無論是國內外客群，如以散客或自由行角度思考，想獲取的主要資訊應該包括公共交通方式、出發和到達時間、所需時間、經費、如何預約等，如韓國京畿道旅遊路線圖(圖 13)就非常簡單明瞭。應該把農場亮點或賣點重新歸納及整理，字體加大，照片量不需要很多，因為透過掃描 QR-code 及鏈接網路，遊客可看到最新、最美的照片。



圖 13、簡單明瞭的韓國京畿道旅遊路線圖

(二)建立並強化自我特色

輔導會所屬三高山農場與雲南省昆明市無論在海拔高度、植物特性及觀光亮點等性質都非常相近，都是強調自然、生活、心靈及夢想(圖 14)，如何在同中求異找到自我的特色是需要再三省思的問題，榮民驛路藍縷將荒地變美景的歷史、泰雅原民文化及餐飲等都是值得我們持續努力強化的特點，風景、植被、建物都可以被模仿，但這塊土地上的歷史及文化永遠是最具特色、不可取代的。

隨著眼球經濟及網路的發展，傳統的宣傳短片已經逐漸被微電影或旅遊達人遊記分享所取代，未來可以規劃不同情境主題徵求類似「武陵 1 分鐘」的宣傳短片，即在 60 秒影片中將農場產品最好玩、最具特色的部分作最精華的呈現。在旅遊大環境受到政策或政治因素造成遊客數降低之情況下，如何尋找新亮點、新客群，透過新行銷手法來化危機為轉機，方為觀光行銷的正道。

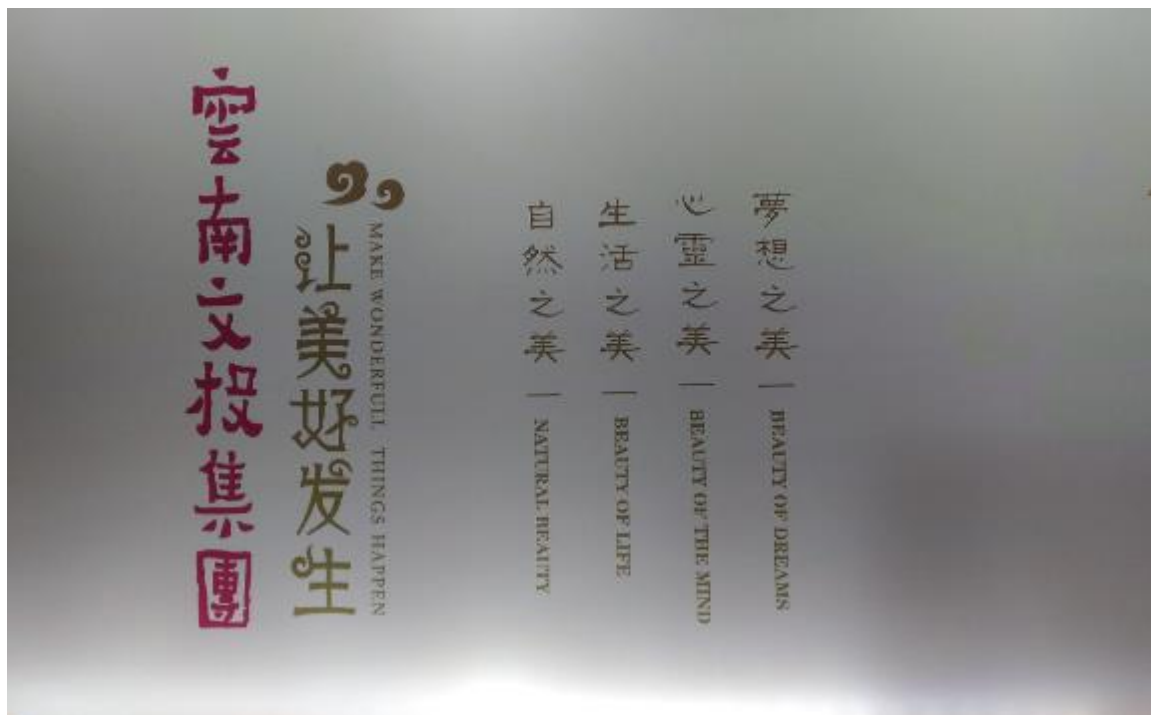


圖 14、與輔導會所屬三高山農場性質相近的雲南省旅遊商廣告

肆、心得與建議

- 一、國外旅展除推廣及行銷本身產品外，亦兼負向他單位學習如行銷手法，本屆旅交會中智慧旅遊(結合智慧導覽、智慧支付…)、健康旅遊(結合醫療及美容)及文化旅遊，甚至全力打造「七彩雲南、旅遊天堂」品牌形象等都是未來值得學習的重點。
- 二、雖然旅遊大環境不佳，若能掌握眼球經濟、同溫層行銷及市場脈動，透過觀光行銷新渠道、新手法及新包裝，針對不同客層，作出具有滲透力及吸引力的產品。
- 三、觀光行銷需要不斷盤點自身既有亮點如文化或景觀特色，重新整合既有資源，開發加值文創產品，以小投資讓亮點極大化，以提升園區之吸引力。
- 四、善加利用網路優勢，於不同季節導入不同主題或特色景點，採主動式行銷手段，如透過與當地網路平台、旅遊網站或網路紅人的合作，爭取年輕世代自由行市場客源，使農場觀光資源在旅遊市場能快速地被宣傳，開拓更廣闊的市場，吸引旅客前來之意願。