

出國報告（出國類別：考察）

交通部觀光局陪同
監察院「建構整體交通網絡整合多元
產業提升觀光產值之探析」國外考察
報告

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：陳淑慧副局長

派赴國家：泰國

出國期間：107年9月26日至10月1日

報告日期：107年12月19日

目錄

	摘要	1
壹	目的	2
貳	參訪過程及成效	3
參	行程表	5
肆	心得與建議	9
伍	考察紀錄照片	11

摘要

監察院為「建構整體交通網絡整合多元產業提升觀光產值之探析」通案性案件調查研究需要，分別進行國內及國外實地考察，國內調查以交通部觀光局轄屬國家風景區管理處為主、國外考察則以發展最早的亞洲航運中心－泰國為考察地點，尤其泰國因地理位置，為歐洲、大洋洲前往亞洲各國之要轉機門戶，再加上物價、文化、海灘可及性，而成就它成為國際觀光城市的先驅，因應國際市場經濟需求，國際著名建築師及設計師投入，讓這個城市在新與舊之中激發出吸引國際旅客之觀光能量，雖然曼谷交通條件不佳，卻仍然是非亞洲國際觀光旅客在亞洲的重要旅遊目的地，其觀光競爭力不容小覷。

本次考察以交通網路為考察核心，並安排拜會駐泰代表處，在有限的考察時間安排拜會及參訪泰國內政部社區發展廳、泰國政府 OTOP 專案產品展區、曼谷河城藝術古骨中心、創意設計中心、著名的丹能莎朵水上市場、札都甲周末市集及泰國旅遊局等。在交通上，曼谷市區有著全世界都會城市共同的交通擁塞問題，幾乎無時不塞，間接造就了水上市場交易及河上觀光。也因此造就了如「摩托計程車」的轉乘工具，而它也保存了以景點為主的觀光三輪車；此行印象深刻倒不在於交通網路系統，而是一鄉一特產之 OTOP 由民間自行發展出來的成功模式、善用地理位置而發展出來的創意設計能量，以及佛教國家中之文化保存、轉化成吸引歐美人士造訪的觀光吸引力。

在曼谷，有傳統、有現代，重要的是，融和國際化的元素，持續精進，縱使政治多變，仍得以保有國際觀光吸引力，進而成為設計之都。

觀光產業方面，旅館住宿的選擇多元足於滿足多元旅客的需求；而旅行中的「吃」，泰式美食在世界上的接受度也相當高；服裝織品在國際上的辨識度及接受度也極高，在市集的泰衫也成為歐美人願意購買及穿著的用品；以佛教發展出來的相關文創商品也是國際觀光客購買的商品；維持傳統讓它有極高辨識度及差異性，接受度相當高的亞洲美食，包括：日本料理、泰式美食及韓食。

壹、目的

現階段新南向國家的人口較年輕，社會與經濟發展也已經到了一定的程度，目前在所有條件都配合的情況下正高速發展，是下一個階段的市場趨向，且因近期大陸遊客來台人數銳減，為免單一市場受政治因素影響，我國擴大市場朝東南亞跟南向的國家，開始鎖定下一個世代成長速度最快的地方。

由於近年來泰國人民出國旅遊風氣日盛，經濟成長快速，中產階級迅速崛起，為我國推展觀光新南向業務主力市場之一，交通部觀光局已將泰國列為東南亞最具開發潛力之市場，時代雜誌曾用「風格之境」形容泰國所散發的現代感設計魅力，紐約時報指出曼谷將是東京在流行時尚領域最大的競爭對手，這股「泰流」，逐漸成為我國消費市場一股新勢力，創新、平價、具質感的手工製品、美妝、香氛等，成功與日韓產品區隔，找到市場新需求。不僅如此，泰國還是全球珠寶加工重鎮，綠建築也拔地而起，「Made in Thailand」正向全球展現泰式美學的軟實力。

近年泰國設計在國際創意圈內頗享美譽，繼以品牌迅速崛起的韓國之後，泰國成為第二個以文化創意產業受人注目的國家，從「OTOP」到「時尚曼谷」計畫，泰國正吸引全世界的目光，已經成為很多國家「商品採購」的聖地。

爰此，交通部觀光局陪同監察院前往泰國考察 OTOP 政策與執行、交通網絡與旅遊景點串連性與可及性、觀光推廣與成效，期盼透過實地赴泰國考察參訪泰國政府機關、協會與團體及相關業者等，以瞭解泰國現行作法及相關經驗，以作為後續觀光推動之執行參考。

貳、參訪過程及成效：

本次考察計畫係交通部觀光局配合監察院為「建構整體交通網路提升觀光產值」通案性案件調查研究需要，於 107 年 9 月 26 日至 10 月 1 日前往泰國曼谷考察。

本次考察雖以交通網路為考察核心，在我國駐泰代表處行程安排下，拜會我國駐泰代表處、參訪泰國內政部社區發展廳、泰國政府 OTOP 專案產品展區、曼谷河城藝術古骨中心、創意設計中心、著名的丹能莎朵水上市場、札都甲周末市集、泰國旅遊局及具指標性的觀光景點等。在交通上，曼谷市區有著全世界都會城市共同的交通擁塞問題，幾乎無時不塞；也因此造就了如「摩托計程車」的轉乘工具，而它也保存了以景點為主的觀光三輪車；此行印象深刻倒不在於交通網路系統，而是一鄉一特產之 OTOP 由民間自行發展出來的成功模式、善用泰國亞洲航運中心地理位置吸引國際設計師在泰國發展出來的創意設計能量，以及佛教國家中之文化保存轉化成吸引歐美人士造訪的觀光吸引力。茲將 9 月 26 日至 10 月 1 日參訪情形及成效說明如下：

一、拜會我國駐泰國代表處：

- 1、童大使接見及業務報告：泰國代表處員額 70 多位、代表處業務重點包括：因應泰國工業 4.0 與教育結合、並利用數位傳播特性，各組開放同步直播平台，增加代表處對外的溝通及行銷管道、以加強泰國對臺灣的熟悉度、並參考泰國教育輸出之做法、也同步建立 line 平台…，展現出代表處積極的行動力。
- 2、泰國交通初體驗：雖然全世界的國際大都市都會面臨交通負載問題，初到泰國對於曼谷的印象幾乎無刻不塞，因應交通現況，除了湄南河的水路交通、捷運、公車、計程車、摩托車（穿背心才是合法），以及觀光用途的三輪車、便宜無冷氣公車及工程車…等多元交通工具，而地鐵等大眾運系統的建設雖在規劃建設中，似乎仍是緩不濟急；也許塞車已是常態，不耐的

喇叭聲倒是不常聽見。

二、參觀社區展覽廳及 O T O P :

- 1、社區發展廳主責環境、經濟、社會，改善人民生活社區發展，社區發展領導，提高就業機會；OTOP 被視為個人、族群、社區層次創造就業機會的成功模式：源起於日本 2001 One village one product，在泰國則轉化為 One Tambon (Sub district))one product..。發展至今，創造的就業機會及所得十分亮眼、利用地方智慧創造地方特色、並增加社區共識下穩定發展，依據統計：目前發展出 34,464 項產品、創造 26,202 就業機會、並設定今年的產值為 68 億美元。
- 2、OTOP 採委員會制，從選擇產品及升級、發展新的 OTOP Group、供應鏈之建立及供應市場（區）、市場行銷（一年 3 次行銷展）…；委員會組成來自內政部、文化部、農業部、衛福部、勞動部、旅遊交通部、工業局 Minister of Industry. 經濟部 Commerce 財政部、科技部、Public Enterprises 等單位進行跨部會合作，並設定每年重要工作指標；工作內容包括：登記、訓練、升級、競賽、產業鏈、年輕設計師、OTOP Tourism Village1（110 TOP 旅遊村）、精品 Top10、展覽。目前；由外銷提升至地產地銷、創造更多經濟來源、目前銷售量已提高到 24%，確實達到改善生活水平的經濟目標。

三、水上市場及札都甲周末市集：

- 1、城市文明幾乎都與河結合在一起，泰國湄南河除了成為水陸交通要道外，沿河兩岸也發展出非常有特色的水上市場，解決了生活必需品出外購物的不便，進而發展出當地特殊的觀光特色，每年吸引數百萬觀光客前來體驗此一庶民生活。而札都甲周末市集，由常民生活之食、衣需求開始，又吸引了文創進駐，成為常民及觀光客必訪的觀光據點，也讓泰國的市集充滿文化特色。
- 2、非去不可的景點:泰國為佛教國家，寺廟成為泰國重要的建築物，更是國際旅客造訪的重要景點，此行因時間之故，參訪地點均在曼谷，對於泰國另一

個觀光吸引力－渡假型海灘則無緣親訪。

四、泰國設計中心：

這幾年曼谷的設計能量爆發，吸引世界各地設計師進駐，位於曼谷的設計中心扮演了重要角色，與台北文化基金會及台灣創意設計結盟，為教育、研修、材料、展覽…集大成中心，中心的工作重點在於啟發民間的能量。

五、泰國旅遊局參訪：

泰國旅遊局有 45 個國內據點及 29 個海外據點，依據泰旅局統計，台灣到泰國旅遊為 572,964 人次，2018 初估有 3.5%成長，約吸引世界各地設計師。

參、行程表：

107 年 9 月 26 日(星期三)			
時間	活動內容	地點	備註
11:35	搭乘航 BR67 號班機 抵達曼谷	蘇汪那普機場	
13:30	午餐	Savoey Restaurant	
15:00- 16:30	視察駐泰代表處	代表處	
107 年 9 月 27 日(星期四)			
8:30	自飯店出發		
9:30	內政部社區發展廳	內政部社區發展 廳	泰方接待人員：社區發 展廳副廳長 Tavep Bootpho 聯絡人:Khun Nun
12.30	午餐		北標府一鄉一產展區附 近 OTOP 鄰近泰式料理 餐廳(從曼谷車程 2 小 時)

14:00	參訪泰國政府 OTOP 專案產品展區	北標府普可市一鄉一產 OTOP 展區	泰國規模最大並最成功的一鄉一產 OTOP 展區，可欣賞本地村民的特色產品生產線及銷售方式。此展區目前已成為緬甸、越南、柬埔寨的學習對象。 展區執行長 K.Nong 接待
16:00	市政參訪	參訪北標府廟宇 Wat Phra Puttabat	
107 年 9 月 28 日(星期五)			
10:00	自飯店出發		
10:30	泰國創意設計中心	TCDC	
12:00	午餐		
14:00	文化旅遊參訪	大皇宮 臥佛寺	
17:00	曼谷河城藝術古董中心	River City Bangkok	River City Mall 總經理 Linda Cheng 接待 總經理秘書 Fah Ticha
19:00	渡輪參訪體驗	Wonderful Pearl 號	River City Mall 總經理 Linda Cheng 協助安排
107 年 9 月 29 日(星期六)			

10:00	參訪皇家夏宮	邦芭茵夏宮 Bang Pa In Royal Palace	
12:00	午餐		
14:00	參訪世界文化遺產 泰國歷史名勝古蹟	大城府暹羅古都	
107年9月30日(星期日)			
10:00	水上市場	丹能莎朵水上市場	
12:00	午餐		
14:00	文化旅遊參訪	札都甲周末市集	
18:00	市政參訪	暹羅廣場	
107年10月1日(星期一)			
10:00	訪問泰旅局	泰旅局	泰旅局亞洲區行銷處處長 Mr.Santi Sawaengcharoen 接待。 聯絡人:Ging
12:00	午餐		
13:45	出發到機場		
16:25	搭乘航 BR68 號班機 返台		

訪團名單

編號	姓名	職稱
1	蔡培村	監察委員/召集人
2	江明蒼	監察委員
3	李月德	監察委員
4	陳慶財 (9月28日提前回台)	監察委員
5	林盛豐	監察委員
6	方萬富	監察委員
7	劉宜華	隨團秘書
8	高惠君	隨團秘書

訪團陪同人員

編號	姓名	職稱
1	陳淑慧	觀光局副局長
2	黃維潔	駐泰代表處研究專員

肆、心得與建議

(一) 心得:

除了參觀體驗曼谷市中心的多元交通工具外，此行印象深刻不在於交通網路系統，而是一鄉一特產之 OTOP 由民間自行發展出來的成功模式、善用地理位置而發展出來的創意設計能量，以及佛教國家中之文化保存、轉化成吸引歐美人士造訪的觀光吸引力。

在曼谷，有傳統、有現代，重要的是，融和國際化的元素，持續精進，縱使政治多變，仍得以保有國際觀光吸引力，進而成為設計之都。

觀光產業方面，旅館住宿的選擇多元足於滿足多元旅客的需求；而旅行中的「吃」，泰式美食在世界上的接受度也相當高；服裝織品在國際上的辨識度及接受度也極高，在市集的泰衫也成為歐美人願意購買及穿著的用品；以佛教發展出來的相關文創商品也是國際觀光客購買的商品；維持傳統讓它有極高辨識度及差異性，接受度相當高的亞洲美食，包括：日本料理、泰式美食及韓食..。Tai Food 在國際上也有一席之地；當然，泰國並非處處完美，台灣並非不可取，以連續住 5 晚的旅館，餐廳帶位、用餐 & 返餐之標示、餐廳服務人員及房務人員的專業能力也有所不足，不過，面對競爭日益遽烈的觀光產業，以他人為師，多看、多自省、精進視野及接地氣則是不變的真理之一。

(二) 建議事項:

1. 監委對觀光局的期待：監委肯定大多數觀光國家風景區的工程美感，期待以國家風景區的工程經驗協助轄區周邊道路、景點的工程美感的改造，必要時應該有專業顧問團審核設計，讓台灣的觀光競爭力不是只有點，而是線與面，從體質改變著手。
2. 參觀了泰國設計中心，監委們認為台灣的硬體及軟實力（宣傳）的設計應適當引入國際知名設計家的參與；或比照世大運設置設計小組模式，要有專業審查（委員成員要穩定且堅強）。

3. 泰國的市區交通塞車嚴重，但泰國有許多的旅館及建築皆有國際大師參與的影子，面對不同需求也有多元的選擇，讓不同旅遊預算的旅客各有選擇；台灣目前旅館業務多元性及尖端渡假旅館確有精進空間，另隨著醫療進步及少子化等因素，高齡化的友善旅館、特殊高端旅客住宿需求（穆斯林、印度、猶太）、具競爭力的景點&環境的建置、國際通用的硬體（標示&網路資訊）與軟實力（服務品質與英語能力），都需要我國多予著墨及推展，以增加國際觀光競爭力。

伍、考察紀錄及照片：



團隊成員拜會照片，以及隨時可見尊皇的擺置



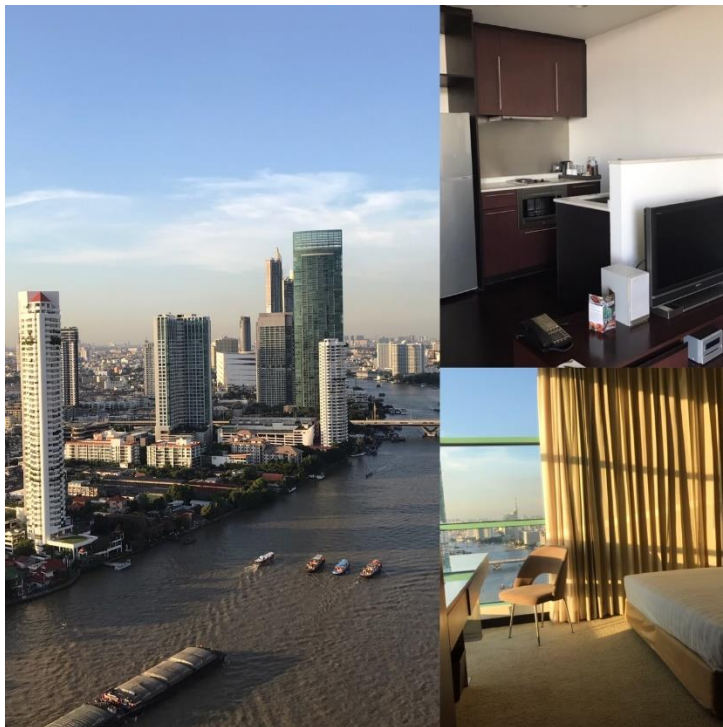
泰式美食在國際上的接受度相當高，且在亞洲美食佔有一席之地



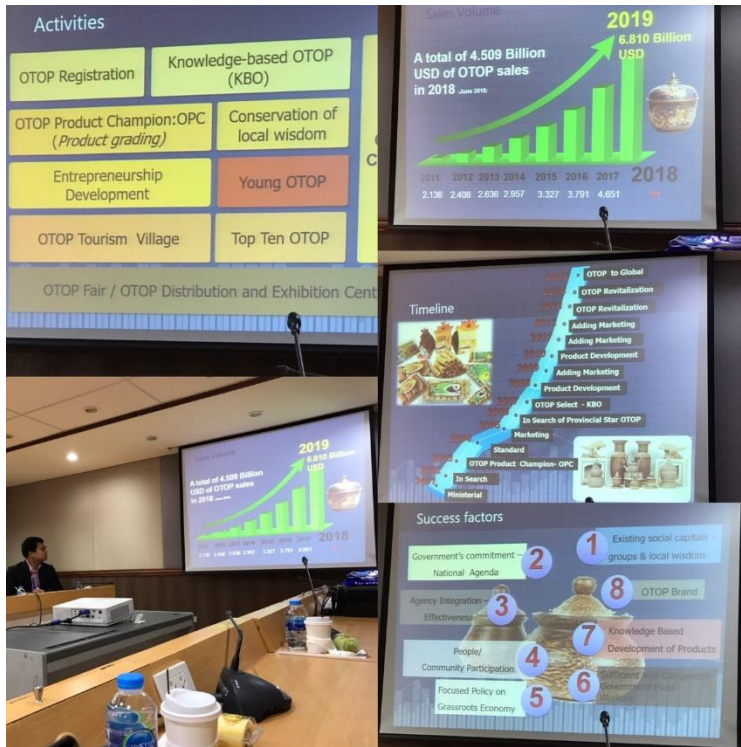
因地制宜之各種交通運具



泰國為佛教國家，有許多妥善保存的文化景點，吸引國際旅客造訪，由文化財轉化為重要的觀光財



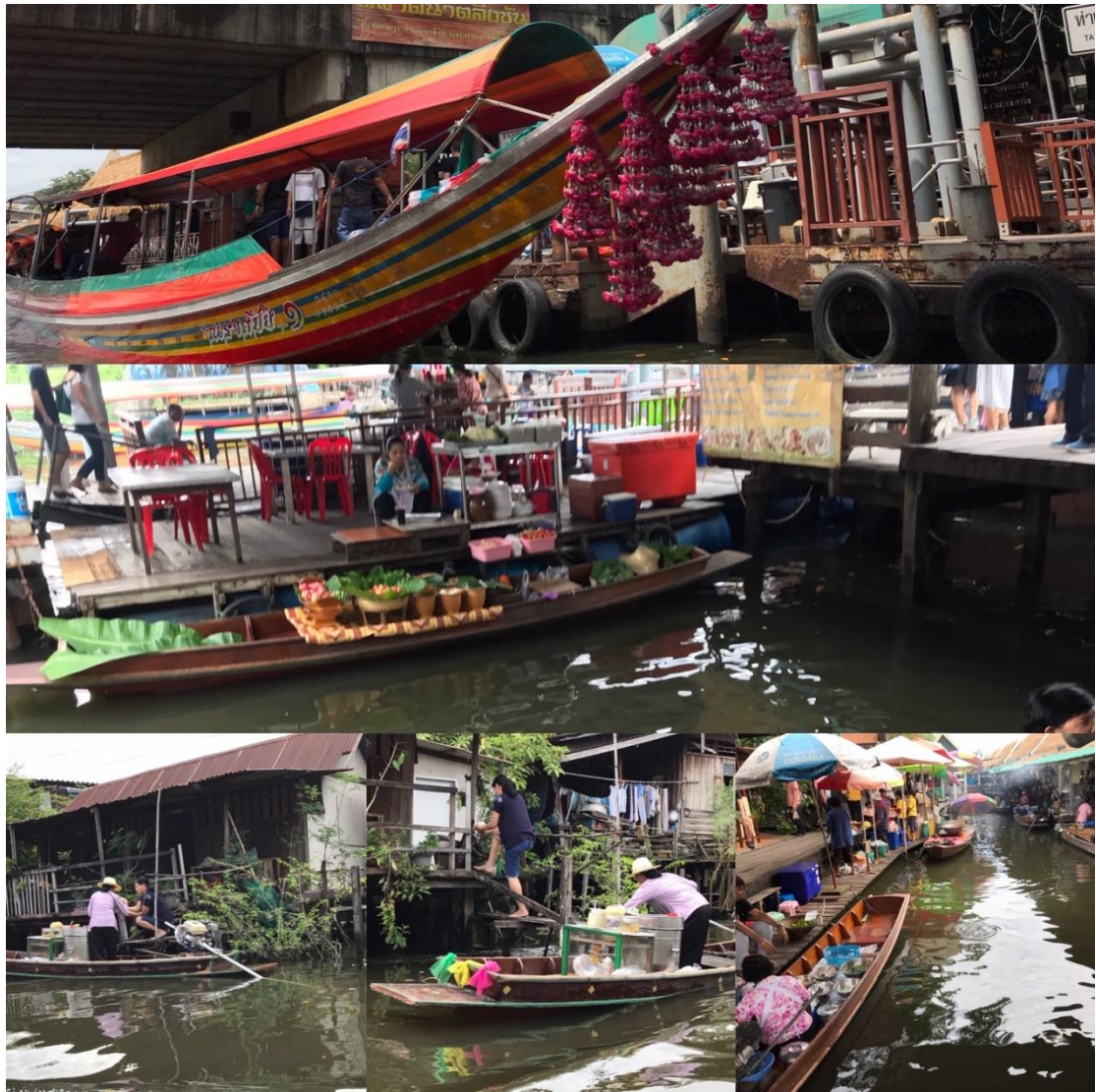
雖然在曼谷，湄南河兩岸的旅館也有陽台眺景及簡易廚房供旅客使用，而其房價的確十分親民



參訪過程，可以感受到管理機關篤定的節奏



札都甲市集或藝術古董中心，看到時時創新、調整的積極態度，因此，也為該地方及業者創造很不錯的觀光財



水上市場是泰國的常民文化與觀光相容的最佳寫照