

出國報告（出國類別：其他）

出席「2019 MITT 莫斯科旅展」

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：林坤源 主任秘書

派赴國家：俄羅斯

出國期間：108年3月10日至3月15日

報告日期：108年05月28日

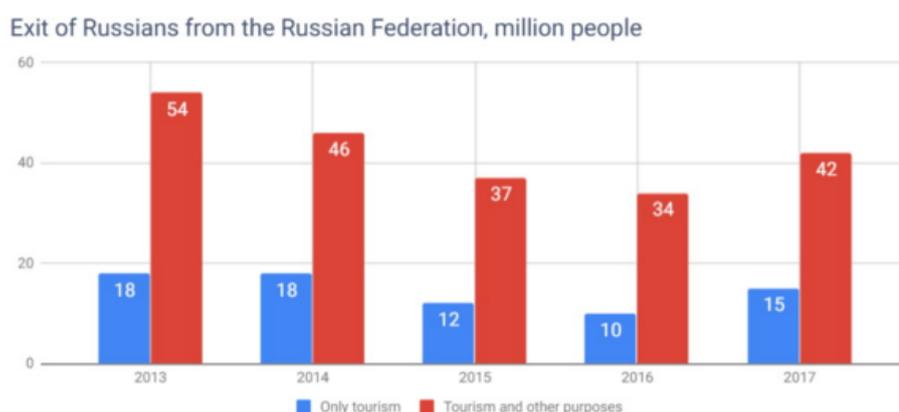
目錄

壹、目的	1
貳、活動流程.....	4
參、心得及建議.....	7
附件、活動照片	i

壹、目的

俄羅斯地區每年出國人數約略近 5,600 萬人次，近期因受西方制裁（烏克蘭入侵等相關事件），故匯率大幅下滑，致使出國旅遊人次亦受影響，目前陸續復甦中。雖相關政經因素影響匯率、旅遊產品價格及出遊意願，但相關資料顯示，俄羅斯民眾出國旅遊總支出初估於 2012-2015 年為各當年度世界前 5 大出國旅遊支出國家（其中，2012 年達 430 億美金），2016 年之後雖名次下滑，但仍維持在全球前 10，顯見，開發俄羅斯市場相當具潛力。

圖 1、俄羅斯民眾出境狀況圖



資料來源：

RUSSIAN OUTBOUND TOURISM MARKET REVIEW，Tourism Review news

<https://www.tourism-review.com/russian-outbound-tourism-industry-news10935>

有鑑於此，為於俄羅斯地區推廣台灣觀光，我國自 107 年 9 月起首度開放俄羅斯地區民眾免簽來台觀光，由本局駐法蘭克福辦事處負責相關行銷宣傳事宜，於開放簽證優惠措施後，並已陸續赴莫斯科、聖彼得堡及海森威地區參加旅展、辦理業者推廣會與多次邀請當地業者及媒體來台參訪以利後續送客及行銷宣導台灣之美。經查，莫斯科、聖彼得堡及海森威為俄羅斯三大城市，相當具送客潛

力，其中，聖彼得堡出國人數約佔總出國人數之 11.6%、莫斯科次之 9.8%、海森威則以 3.6 居三，考量整體行銷效益、航機飛航狀況及送客可能性，目前係以海森威及莫斯科為主要推廣地區，並加緊行銷、業者教育訓練及相關資源投入，期使俄羅斯來台旅遊市場早日成熟。

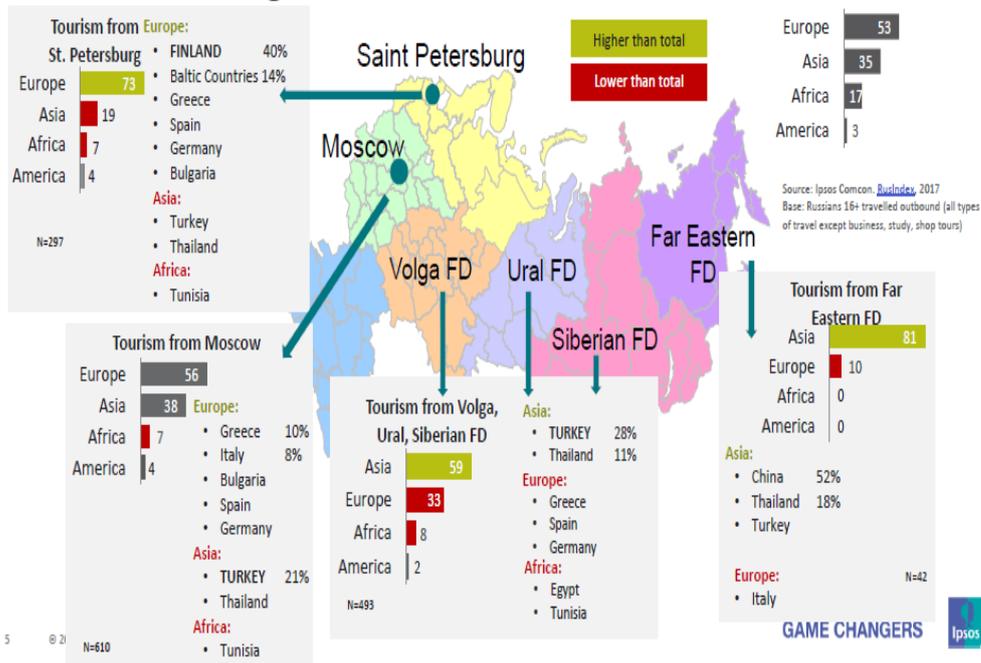
圖 2、2017 年俄羅斯主要城市出遊比例狀況



經查相關資料顯示，整體而言，俄羅斯民眾出遊時約計 53%前往歐洲、35%前往亞洲、17%前往非洲、3%前往美洲，惟因俄羅斯地區土地面積廣闊，橫跨歐、中亞、亞洲等地，故俄羅斯地區民眾出遊時，亦依所居城市位置決定出遊地點，其中，莫斯科及聖彼得堡地區、Volga 地區因地近歐洲地區，故前往歐洲旅遊比例相當高；西伯利亞地區及遠東地區（含海斯威）則前往亞洲地區比例較高。

圖 3、俄羅斯出國目的地狀況

Different Regions – Different Directions



由上圖亦可得知，聖彼得堡、莫斯科及西伯利亞 3 個地區雖赴歐洲地區多，但亞洲係佔第 2 位，並多已前往地緣關係較近之土耳其及泰國，而海森威則因地近東亞，故前往中國、泰國較多，應因旅費相對便宜且有優質海濱度假地點可供選擇所致。

爰本局目前即戮力爭取俄羅斯市場，並希望藉由參展、活動舉辦及業者與記者邀訪等提升台灣觀光知名度，並有效吸引俄羅斯民眾來台旅遊。

貳、活動流程

本次係主要以參加俄羅斯莫斯科地區最大旅展 MITT 旅展為目標，並搭配辦理莫斯科業者推廣會及辦理本局駐莫斯科聯絡處揭牌儀式（含記者說明會）等，相關行程如下：

日期	內容	備考
3/10	1.出發前往莫斯科/台北經仁川飛莫斯科 2.落地後，前往飯店 check in	
3/11	1.前往我國駐俄羅斯代表處，拜會耿中庸大使 2.視察揭牌儀式場地/視察展攤整備狀況 3.揭牌儀式及小型說明會	
3/12	1.參加展場整備/11:00-12:00 旅展開幕典禮 2.展場內，記者及業者來訪及洽談 3.團員經驗分享會	
3/13	1.台灣觀光業者推廣會 2.展場內，記者及業者來訪及洽談	
3/14	1.展場視導 2.前往機場返台（莫斯科起飛 KE5924E 2045）	
3/15	經仁川返回台北	

參展團員名單如下

單位	姓名	職稱	備考			
			3/11 openi ng	3/12 dinne r	3/13 Workshop	
交通部觀光局 Taiwan Tourism Bureau	林坤源 Eric Lin	主任秘書 Chief Secretary	●	●	●	
	謝長明 Arthur Xie	駐法蘭克福辦事處 主任 Director	●	●	●	
台北金融大樓 股份有限公司 Taipei 101	張學舜 Hsueh-Shun Chang	董事長 Chairman	●	●	●	Table #1
	范之維 Jr-Wei Fang	董事長室秘書 Secretary	●	●	●	
	林家誼 Chia-Yi Lin	觀旅行銷部 經理 Manager	●	●	●	
	許雅鈞 Ya-Chun Hsu	觀旅行銷部 行銷專員 Specialist	●	●	●	
	黃瓊萱 Chiung-Hsuan Huang	consultant	●	●	●	
台灣菸酒股份有限公司 Taiwan Tobacco&Liquor Corporation	蕭曉涵 Stephy Hsiao	經理 Manager	●	●	●	
圓山飯店 The Grande Hotel	楊守毅 Shou-I Yang	總經理 General Manager	●	●	●	Table #2
	陳穎漢 Ryan Chen	專案副理 Manager	●	●	●	
宏祥旅行社 Edison Travel	謝永蓬 Paul Hsieh	副總經理 Vice GM		●	●	Table #3
	Mr. Ruslan Maslov	助理 Asistant				
金界旅行社 Golden Foundation Tours	張李正琴 Jean Chang	董事長 Chairman	●	●	●	Table #4
	Diana Mushref	Travel Consultant	●	●	●	
大地假期 旅行社 Earth Holiday Travel	曾材樺 Tsai-Hua Tseng	董事長 CEO	●	●	●	Table #5
	娜塔莎 Natalie	開發總監 Develop Director	●	●	●	
五大旅行社 Big 5 Tours	楊嵐喆 Tom Yang	董事長 Chairman		●	●	Table #6

台灣觀光發展協會 TTDA 昇漢旅遊集團 Sunrise Travel	柯牧洲 Mu-Chou Ko	董事長 Chairman		●	●	Table #7
	李儀鳳 Yi-Fong Li	緬甸銷售代表 Sales Rep		●	●	
台灣觀光發展協會 TTDA 旅創聯盟 Travel Plus	鄒苑宜 Yuan-Yi Chu	董事長 Chairman		●	●	Table #8
台灣觀光發展協會 TTDA 九龍茶源 Jiu-Long	張永川 Yung-Chuan Chang	董事長 Chairman		●	●	
惠康旅行社 Welcome Holiday	張惠雁 Sonia Chang	總經理 General Manager	●	●	●	Table #9
	李嘉杰 Jie Li	行銷經理 Marketing Manager	●	●	●	
	曹曉龍 Xulong Cao	Rassian sales Rep	●	●	●	
(茶藝師) Tea Expert 風和廣告行銷有限公司	張潔 Wendy Chang	經理	●	●		
	朱宸儀 Chen-Yi Chu	茶藝師	●	●		
俄羅斯皇家航空 Royal Flight	Marina Alekseenko	Supervisor of Tourism Department			●	Table #10
工讀生 Local Hire	劉柏賢 Bo-Hsiang Liu		●	●		
	王淳瑩 Chuen-Ying Wang		●	●		
大使館 Taiwan Embassy in Moscow	4 位		●	●	●	

叁、心得及建議

- 一、俄羅斯民眾對台灣觀光相當好奇，業者對台灣推廣亦具高度興趣，本次參展團之國內多家業者據悉已收到俄方報價或行程規劃之需求，回應相當正面。惟因封閉環境因素等影響，當地民眾對台灣觀光資源之整體認知度尚須提升，應加強宣傳以利吸引客源。
- 二、俄羅斯民眾對出遊目的地之選擇具 3 大要項，「直飛航線、價格合理、提供簽證便利」。目前我國已提供免簽優惠措施，且目前亦有俄羅斯皇家航空（莫斯科-台北）、西伯利亞航空 S7（海森威-台北）規劃於今年五月下旬包機直飛航線，後續應可配合各家航空飛航時程，搭配辦理相關行銷推廣事宜。另鑒於因我國目前所提供免簽證相關措施僅到七月份，很多俄方業者盼我方及早宣佈延長免簽優惠措施，以利觀光交流推動。
- 三、為鼓勵俄籍航空飛航台北，建議針對既有之「包機補助要點」進行增修，以利鼓勵長程線之包機能持續運作，俾利促進旅客來台。此外，需加強聯繫當地業者，實施教育訓練、辦理業者熟悉旅遊並爭取販售台灣商品。
- 四、為鼓勵業者販售台灣商品，多考量與當地大型躉售業者合作以擴大其所屬或所加盟之旅行社販售台灣旅遊行程，亦可針對各單一大型躉售業者辦理所屬人員熟悉旅遊。
- 五、為應前開航線直飛台北，應可針對莫斯科及海森威市場優先拓展，並針對市場需求，規劃辦理相關行銷措施。其中，莫斯科市場地處內陸且航程長，當地民眾對於海灘度假景點較喜好；海森威市場則位於遠東濱海、據台灣近，向為俄羅斯主要遠東海洋基地，當地海濱亦多，

故當地民眾多偏好親子旅遊，對自由行、自駕遊等亦具相當之吸引力。

六、目前本局已設立「駐莫斯科台灣觀光旅遊服務處」，未來將以「媒體行銷」及「業者拓展」為雙重點進行展銷，建議市場擴展初期可規劃參加每年三月、九月莫斯科旅展，以及五月、九月海森威旅展，未來再視整體成效狀況再行調整，除可直接針對民眾進行宣傳，並可對業者進行觀光資源推廣教育訓練等。

七、俄羅斯地區幅員廣大，為加強宣傳效果，可多利用臉書 facebook、Instagram 及 VK 較受當地民眾青睞的網路媒體進行宣傳推廣，俾利當地民眾了解台灣。此外，為利網路宣傳運作，俄文版台灣觀光網站亦應儘速構建，以利民眾查詢台灣觀光資訊所需。

八、本次旅展除由旅行業者參展外，亦邀請台酒公司及台灣茶達人於現場展演與提供試飲，經觀察，俄羅斯民眾對台灣威士忌酒相當喜好，另俄羅斯民眾亦對茶文化青睞，未來均可納入規劃體驗行程推廣。

九、俄羅斯民眾對於免費試喝之推廣活動接受度高，對俄文宣傳摺頁亦具需求，後續應可依行銷活動需求製作台灣代表性小贈品，並印製不同主題的台灣觀光俄文版摺頁，以利宣傳所需。

十、俄羅斯幅員廣大橫跨歐亞兩大洲，各地需求亦可能不同，請辦事處加強與在地委辦公關公司溝通，並了解當地業者及民眾需求，彈性調整宣傳推廣行銷方向，以符市場實際需求。

十一、我國週邊國家如中國、日本、韓國、香港、菲律賓、泰國等目前業均將俄羅斯列為重要行銷國家，建議可與日本、韓國及香港合作共同辦理一程多站推廣，以達相互拉抬之目標。

十二、 本次參展係開拓俄羅斯市場之一環，後續仍有相當多事項須陸續完成，惟俄羅斯市場相當重要且台灣業者較為不熟悉，需多觀察、多溝通並與國內業者多協調，以利整體推廣。

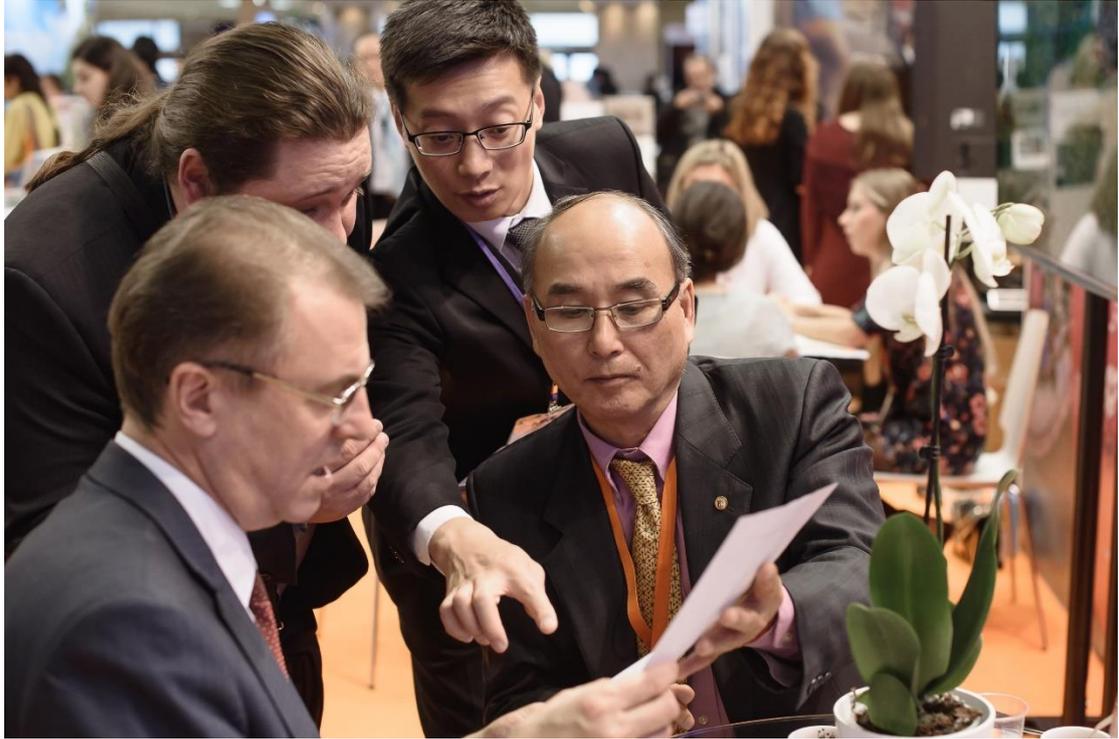
附件、活動照片



■ 台灣館業者洽談狀況 1



■ 台灣館業者洽談狀況 2



■ 與當地大型業者洽商合作



■ 本局莫斯科聯絡處揭幕暨記者說明會 1



■ 本局莫斯科聯絡處揭幕暨記者說明會 2



■ 本局莫斯科聯絡處揭幕暨記者說明會 3



■ 本局莫斯科聯絡處揭幕暨記者說明會 4



■ 本局莫斯科聯絡處揭幕暨記者說明會 5



■ 國家地理雜誌記者來台經驗分享



■ 本局莫斯科聯絡處揭牌儀式



■ 業者推廣會及台灣觀光資源簡報 1



■ 業者推廣會及台灣觀光資源簡報 2



■ 業者交易會，雙方業者洽談狀況 1



■ 業者交易會，雙方業者洽談狀況 2



■ 業者交易會，雙方業者洽談狀況 3



■ 推廣會抽獎狀況 1



■ 推廣會抽獎狀況 2