

出國報告（出國類別：其他）

2019 中東地區旅展暨臺灣觀光推廣會

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：黃勢芳 組長

潘書涵 約聘人員

派赴國家：阿拉伯聯合大公國—杜拜

出國期間：108.4.26-108.5.3

報告日期：108.8.1

摘要

每年於杜拜舉行的阿拉伯旅遊展(Arabian Travel Market)係為中東地區最具規模之 B2B 旅展，中東各國旅遊業者皆會參與，為其顧客開發最新旅遊產品，為進入中東市場最佳管道之一。考量中東地區民眾相對屬慢熱及保守型旅行者，需與之長期建立關係，或經由熟識親友推薦才能推動其赴新的旅遊目的地觀光，故本局期望藉由持續組團赴中東參加阿拉伯旅展、舉辦專業交流的臺灣觀光推廣會，加強吸引當地旅行社包裝臺灣旅遊行程，同時鼓勵大型企業辦理來臺獎勵旅遊，以搶攻高端旅遊市場旅客來臺觀光。

本次代表團成員包括交通部觀光局、交通部觀光局駐新加坡辦事處、臺北市政府、台灣觀光協會、Meet Taiwan、宏祥旅行社、金界旅行社、鼎運旅遊集團、中天溫泉渡假飯店、君品酒店及中國回教協會等。本次除參加阿拉伯旅展外，並首度以贊助中東卓越旅遊獎頒獎典禮(VETA Award)方式強力宣傳臺灣旅遊目的地，獲致極佳成果，未來建議可以加強：

- 一、展攤設計應統一調性，呈現一致主題或色調
- 二、增加穆斯林文宣、穆斯林旅遊產品
- 三、增設中東及周邊各國來臺簽證申請辦法說明
- 四、於阿拉伯旅展展場或周圍投放廣告
- 五、傳統文化仍為觀光旅遊一大賣點，建議除賡續安排定時表演外，亦可考慮將靜態展示融入展攤設計
- 六、各國傳統特色服飾為展示文化一亮點，表演團體應重視穿著服飾
- 七、中東簽證代辦中心往來人潮眾多，可納入未來設立旅遊資訊服務處地點考量，積極籌備增設以利臺灣觀光推廣業務
- 八、各風景區標識應可只設立中英雙語標識，以維持畫面整潔。遊客中心水池可考量引進水中自動吸塵器維持清澈水質

目次

壹、目的.....	3
貳、過程.....	4
參、心得與建議.....	6
附件、活動照片.....	9

壹、 目的

阿拉伯聯合大公國位於阿拉伯半島，係由七個包含杜拜及阿布達比的邦國（Emirates）合組的聯邦，總人口數約有 968.2 萬。根據 2018 年 IMF 國際貨幣基金組織統計，阿拉伯聯合大公國 GDP 總計約 7167.7 億美元，世界排名第 32 名。阿聯酋航空自 2014 年 2 月起開通台北-杜拜每日一班的直飛航班，台北-杜拜線的載客量年年成長，5 年來達 130 萬人次，相較於 2014 年首航，2018 年的載客數已成長 65%。此條航線旅客量持續攀升，不僅代表臺灣旅客到杜拜或經杜拜轉機到歐洲旅行，也意謂中東地區有許多旅客到臺灣旅遊。據本局統計，中東地區來臺人數自 2013 年起逐年成長，去年(2018)中東來臺旅客 22,422 人次，較前一年成長 6.17%，旅遊市場極具發展潛力。

每年於杜拜舉行的阿拉伯旅遊展(Arabian Travel Market)係為中東地區最具規模之 B2B 旅展，中東各國旅遊業者皆會參與，為其顧客開發最新旅遊產品，為進入中東市場最佳管道之一。本(108)年於 4 月 28-5 月 1 日假 Dubai International Convention and Exhibition Centre 舉辦。去(107)年觀展人數將近 40,000 人次，3,325 個買家參展，達到商業效益超過 2.5 億美元。參加該旅展得於最短時間內與中東各地區業者接觸洽商，與各旅遊專案交流探討最新旅遊趨勢和動向，有效降低時間成本。

考量中東地區民眾相對屬慢熱及保守型旅行者，需與之長期建立關係，或經由熟識親友推薦才能推動其赴新的旅遊目的地觀光，故交通部觀光局（以下簡稱本局）期望藉由持續組團赴中東參加阿拉伯旅展、舉辦專業交流的臺灣觀光推廣會，加強吸引當地旅行社包裝臺灣旅遊行程，同時鼓勵大型企業辦理來臺獎勵旅遊，以搶攻高端旅遊市場旅客來臺觀光。此外，杜拜對於發展為旅遊或轉機勝地極具企圖心，藉由考察交流、觀摩訪查，可吸取杜拜觀光發展經驗，協助本局各國家風景區管理處提昇遊憩規劃及旅客服務品質。

貳、 過程

本案本局委託台灣觀光協會組團前往杜拜推廣臺灣觀光，本代表團成員包括本局、本局駐新加坡辦事處、臺北市政府、台灣觀光協會、Meet Taiwan、宏祥旅行社、金界旅行社、鼎運旅遊集團、中天溫泉渡假飯店、君品酒店及中國回教協會等。本次除參加阿拉伯旅展外，並首度以贊助中東卓越旅遊獎頒獎典禮(VETA Award)方式強力宣傳臺灣旅遊目的地。本次辦理之主要活動內容摘列如后：

一、 杜拜及阿布達比景點考察

日期：2019年4月26日（五）至4月27日（六）

地點：朱美拉海灘、杜拜舊城區、阿布達比大清真寺及杜拜噴泉

- (一) 杜拜舊城區：水上計程車、香料市集及黃金市集為一般遊客到杜拜必訪景點，在該區設立外觀造型符合周遭景點特色的獨立旅客服務中心，融合該區特色不致突兀但又吸睛。身為企圖心強大致力發展觀光的杜拜，即便世界各國遊客眾多，路標僅以阿拉伯文及英文呈現，簡單明瞭。
- (二) 朱美拉海灘：海濱遊憩注意事項以大洋傘造型告示牌呈現，內文以阿拉伯文及英文，輔以簡單圖示呈現。
- (三) 阿布達比大清真寺：因來訪遊客數量日漸龐大，清真寺動線改由地下進出，寺方設立多段電動平面步道加速疏散遊客。
- (四) 杜拜噴泉：位於世界最高大樓哈里發塔下方的世界最大的杜拜噴泉水池利用水中自動吸塵器維持清澈水質。

二、 阿拉伯旅遊展 (Arabian Travel Market, ATM)

日期：2019年4月28日（日）至5月1日（三）

地點：Dubai International Convention and Exhibition Centre

- (一) 展攤設計：
 - 1. 設計理念：展現臺灣觀光全新氣象，創造視覺饗宴營造浪漫夜生活、壯闊臺灣脊梁山脈，並以小鎮精緻元素點綴其中。以「2019 小鎮漫遊年」

為設計主軸，期以璀璨浪漫、多元活潑的氛圍，加深旅遊臺灣的意象及美好印記深植中東業者腦海。

2. 展區空間規劃：展攤面積 100 平方公尺，以兩層樓設計區隔出開放式和隱密式的洽談區，以營造自然的洽談氛圍，同時也能給預約拜會的業者尊重尊榮之感。一樓區依功能區分為 4 個主要空間，包含持續播放臺灣觀光推廣影片的舞臺空間，同時可作為 DIY 的場地、一般旅遊諮詢服務臺、茶藝展演及各家業者洽談區等。本次臺灣業者總計 8 個單位，包含中國回教協會在內，規劃獨立展桌，方便業者各自洽談。

(二) 文宣品提供：現場備有臺灣觀光地圖、餐廳旅館簡介、臺灣旅遊手冊、登山步道手冊及臺灣觀光全球宣傳影片等供現場業者索取。

(三) 文化體驗：每日展演並提供 DIY 活動，主題包含茶藝、書法、油紙傘彩繪及花磚彩繪等。服務檯提供清真認證的臺灣茶點、日月潭紅茶及印有 Taiwan 字樣的紀念瓷杯供現場來訪者體驗臺灣味。

1. 茶藝：品茗文化展演以特殊造景，搭配臺灣藝術家珍藏茶具與自身茶道技術藉由東方美人茶的獨特，透過嗅覺與味覺驚艷各國觀展者。

2. 書法：書法藝術家結合客家花布花色紙卡，搭配翻譯成中文的名字書寫，充分展現繁體文字的美感和文化。

3. 油紙傘：由繪畫師帶領民眾以毛筆，於迷你油紙傘上繪出獨具臺灣特色的圖案。

4. 花磚彩繪：讓活動參與者以細膩筆觸及專注狀態進行描繪，藉此體會臺灣花磚文化的精神。

(四) 開幕活動亮點：除邀請駐杜拜台北商務辦事處楊司恭處長蒞臨致詞及剪彩，並邀請阿聯酋航空資深副總裁 Badr Abbas 共同在印有臺灣與阿聯酋航空 Logo 的大型登機證上簽名，象徵雙方成為策略夥伴，將臺灣列為阿聯酋航空力推的焦點旅遊目的地 (Focus Destination)，共同推廣臺灣。

三、2019 中東卓越旅遊獎頒獎典禮 (VETA Award)

日期：2019 年 4 月 28 日(日)

地點：杜拜 V Hotel

2019 Versatile Excellent Travel Awards (VETA)由中東知名旅遊雜誌 Travel Scapes 主辦，頒發旅遊相關獎項給旅遊目的地、旅宿業、運輸交通工具、主題樂園等單位，臺灣在今年的典禮中榮獲「中東地區最佳新興旅遊目的地」殊榮。本局今年獲選成為典禮的旅遊目的地合作夥伴，晚會中除主持人數度提及臺灣旅遊目的地，並由本局中東代表上臺介紹臺灣景點、播放 2 支 3 分鐘臺灣觀光宣傳影片、安排了沙畫藝術家，以「難忘的臺灣旅途」為主題，運用沙畫呈現臺灣必訪 10 大景點，包含台北 101、貓空、愛河、佛陀紀念館等經典的臺灣風景，及邀請本局代表上臺擔任頒獎人，向現場與會所有貴賓、媒體以及旅行相關產業業者宣傳臺灣觀光，並宣揚臺灣觀光局近年來極力營造友善穆斯林旅遊環境，在主要交通樞紐如車站、機場、國家風景區、國道服務區都設有穆斯林祈禱室，規劃穆斯林友善的旅遊行程，在餐飲方面迄今已有逾 200 家餐廳與旅館獲得清真認證，加上清真臺灣 APP 及清真販賣機等設施。萬事達卡公布的 2019 全球穆斯林旅遊指數排名 (GMTI)，在全球 130 個旅遊目的地中，台灣首度躋身前 3 名，與英國、日本並列第 3 名

四、拜會本局中東公關公司 VFS Global

日期：2019 年 5 月 2 日(四)

地點：杜拜 Wafi Mall

本局現任中東公關公司主業為代辦各國簽證的全球性公司，其位於杜拜的分公司代理 34 個國家的簽證申請，甚至代理杜拜法院。該公司所在位置為開設 350 店舖的 Wafi Mall，在購物中心一處租用 3 層樓的空間，分區接受民眾申請簽證。目前法國及英國於該公司內設立旅遊諮詢服務及旅遊產品販售。

參、心得與建議

一、展攤設計應統一調性，呈現一致主題或色調

參考各國展攤設計，可發現設計原則會以單一主色調或主題呈現，例如：埃及、希臘及義大利皆以藍色及白色為設計主軸，泰國則以金色搭配白色

為主色調；馬爾地夫以海洋元素包含鯨魚、船及茅草屋頂為主，著重單一主題。其他，則有部分國家以巨型銀幕播放宣傳影片方式呈現多元特色。相較之下，臺灣館雖亮眼，但主題不一致，雖可呈現多元觀光元素，但在美感上略遜一籌。未來若因臺灣太多元素可推廣，或可考慮參考中東國家以巨型銀幕方式輪播宣傳影片，不失為一種方法。

二、增加穆斯林文宣、穆斯林旅遊產品

阿拉伯旅展是穆斯林旅遊市場的集散地，惟臺灣館所提供穆斯林資訊文宣仍稍不足，建議未來可增印穆斯林文宣，提供穆斯林族群友善旅遊資訊，並鼓勵業者準備英文或阿拉伯文版的穆斯林旅遊簡介及遊程產品，以提升雙方實質交流及交易機會。

三、增設中東及周邊各國來臺簽證申請辦法說明

建議可彙整中東及周邊各國來臺簽證的申辦方式予臺灣館服務檯及代表團各業者參考，以便協助各國業者瞭解來臺資訊，增加各國業者規劃臺灣旅遊行程意願。

四、於阿拉伯旅展展場或周圍投放廣告

因臺灣在中東地區仍屬相對弱勢的旅遊目的地，建議可於 ATM 展場或周邊區域投放大型廣告，或是於阿拉伯旅展的會場雜誌，加強臺灣形象曝光，以利吸引當地及各國業者注目。

五、傳統文化仍為觀光旅遊一大賣點，建議除廣續安排定時表演外，亦可考慮將靜態展示融入展攤設計。

文化活動展演及體驗是各國於旅展中吸客以宣傳觀光一大賣點，本次臺灣館所安排之各項活動皆成功吸引各國業者駐足，且囿於主辦單位設定之下午 5 時之後始可辦理動態表演，故未來若持續參加 ATM 旅展，建議仍安排 3 至 4 組靜態文化表演團體，輪流展演並提供 DIY 活動延長其停留臺灣館時間，增加其認識臺灣觀光機會。

六、各國傳統特色服飾為展示文化一亮點，表演團體應重視穿著服飾

雖然臺灣沒有國服或傳統服飾，但旅展期間參觀各國展攤時可發現著傳統服飾之服務人員實為一大亮點，許多業者爭相與之合照並上傳至社群網站

分享，可間接宣傳該國觀光。建議未來邀請之表演團體（含靜態文化體驗如書法、茶道、彩繪等）應要求服裝與該表演相襯。

七、中東簽證代辦中心往來人潮眾多，可納入未來設立旅遊資訊服務處地點考量，積極籌備增設以利臺灣觀光推廣業務。

本局現任中東公關公司 VFS Global 主業為代辦各國簽證，其位於杜拜的簽證中心設立於超過 350 間店舖的 Wafi Mall 裡，除商場人潮外，該公司代理 34 個國家的簽證，因此往來人潮眾多，且屬於高經濟收入喜好出國旅遊的族群，目前法國和英國皆在該公司內（需通過 X 光安檢區域）設立旅遊諮詢及販售旅遊產品櫃位。雖目前考量中東地區來臺旅客人數尚無設立服務處需求，但未來需設立時可考慮設立於該購物中心內。

八、各風景區標識應可只設立中英雙語標識，以維持畫面整潔。遊客中心水池可考量引進水中自動吸塵器維持清澈水質。

身為企圖心強大致力發展觀光的杜拜，即便世界各國遊客眾多，路標僅以阿拉伯文及英文呈現，簡單明瞭。位於世界最高大樓哈里發塔下方的世界最大的杜拜噴泉水池利用水中自動吸塵器維持清澈水質，可考慮運用於本局所屬各遊客中心水池（如日月潭向山遊客中心）。

附件、活動照片



圖 1、臺灣館為圓柱形 2 層樓設計，並以鐵窗花元素做為亮點。正面含主舞臺以精彩夜生活做為主視覺。



圖 2、臺灣館背面以脊梁山脈大型輸出做為主視覺，並規劃參展業者洽談區。



圖 3、茶藝老師自行設計茶席佈置，並由臺灣帶至會場擺設，增添文化氛圍。

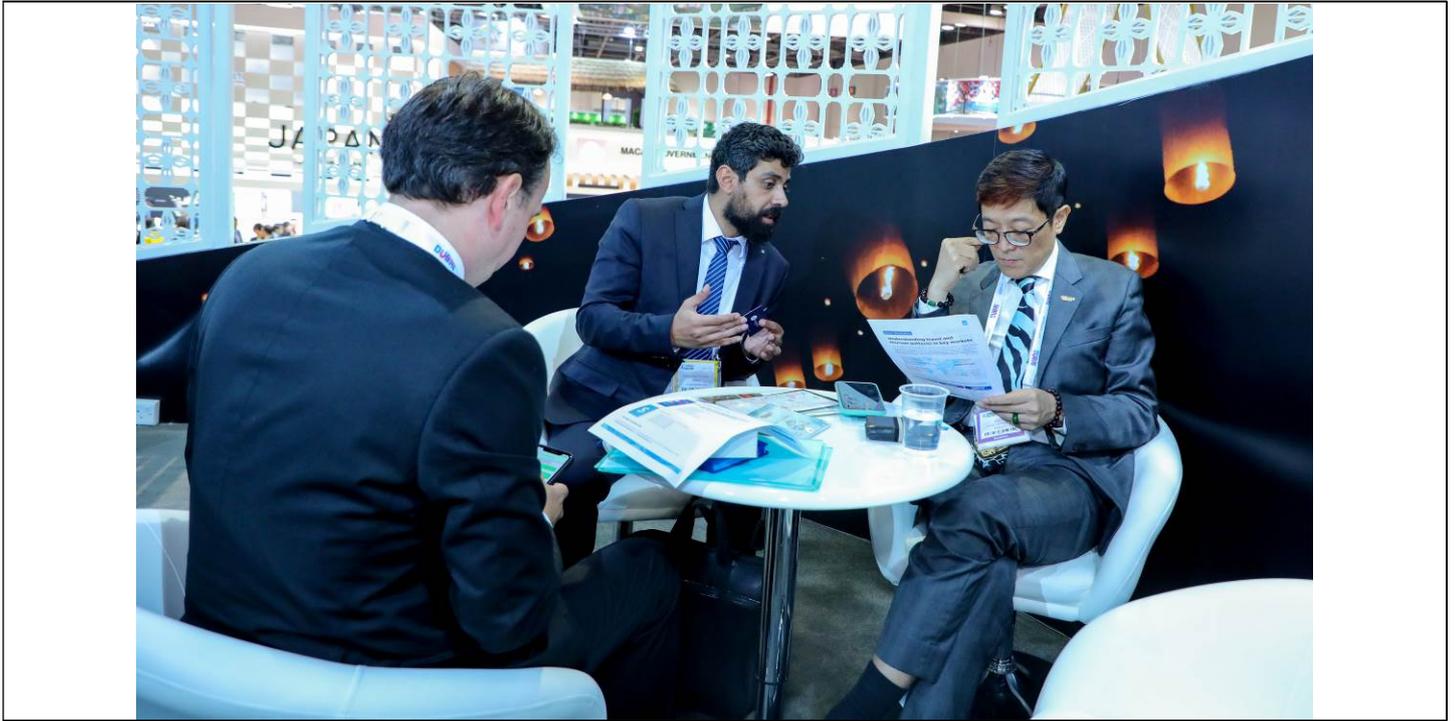


圖 4、臺灣館 2 樓 VIP 洽談區



圖 5、邀請駐杜拜台北商務辦事處楊司恭處長及阿聯酋航空資深副總裁 Badr Abbas 蒞臨剪彩



圖 6、交通部觀光局駐新加坡辦事處林主任信任及阿聯酋航空資深副總裁 Badr Abbas 共同發佈合作夥伴關係，將臺灣定為焦點旅遊目的地 (Focus Destination)。

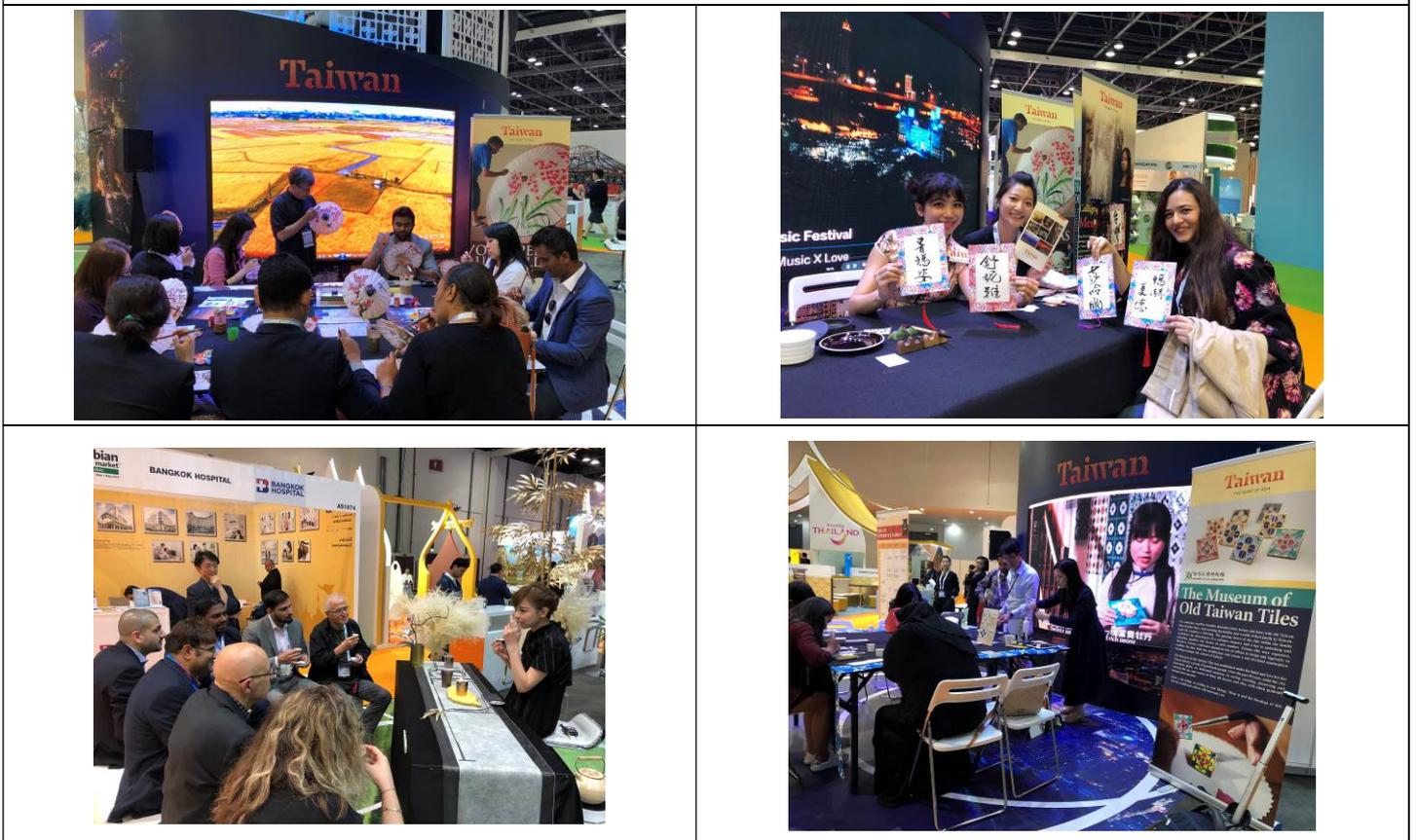


圖 7、臺灣文化展演。紙傘彩繪、中文名字書法、茶藝及花磚文化。



圖 8、VETA 會場強力置入行銷臺灣觀光。發表 5 月號以臺灣作為雜誌封面的消息。



圖 9、沙畫藝術展演臺灣地理位置及必訪景點



圖 10、索契館以環繞的巨型銀幕持續播放觀光宣傳影片

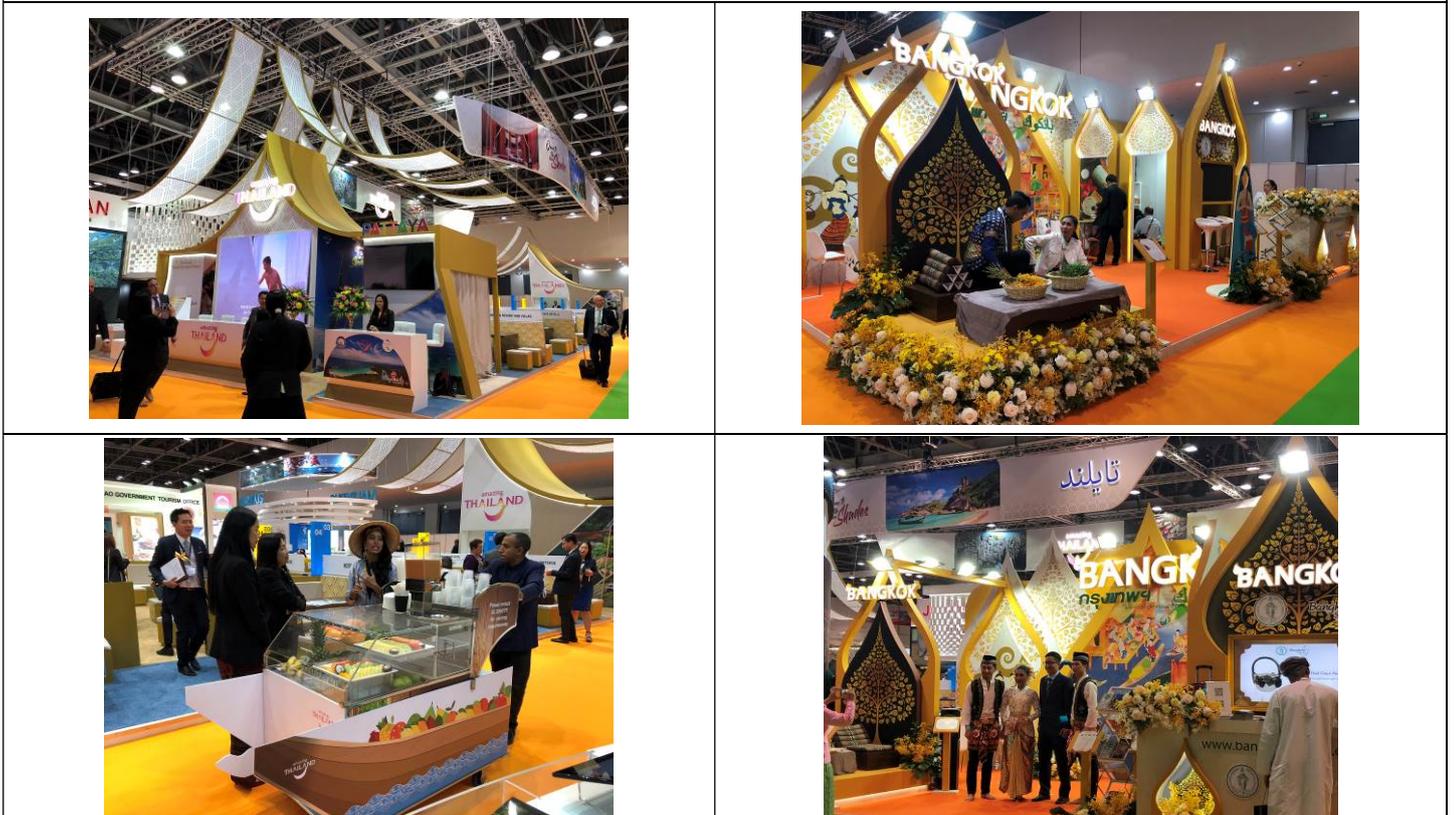


圖 11、泰國與曼谷皆以金色及白色做為主設計色，並由身著傳統服飾人員以行動推車方式提供泰國水果及泰式奶茶



圖 12、埃及、希臘及義大利不約同而以藍色及白色做為設計主色。希望以地板銀幕呈現海水律動非常吸睛。



圖 13、日本不以大圖輸出吸引目光，但現場以真櫻花點綴，並安排傳統文化展演。

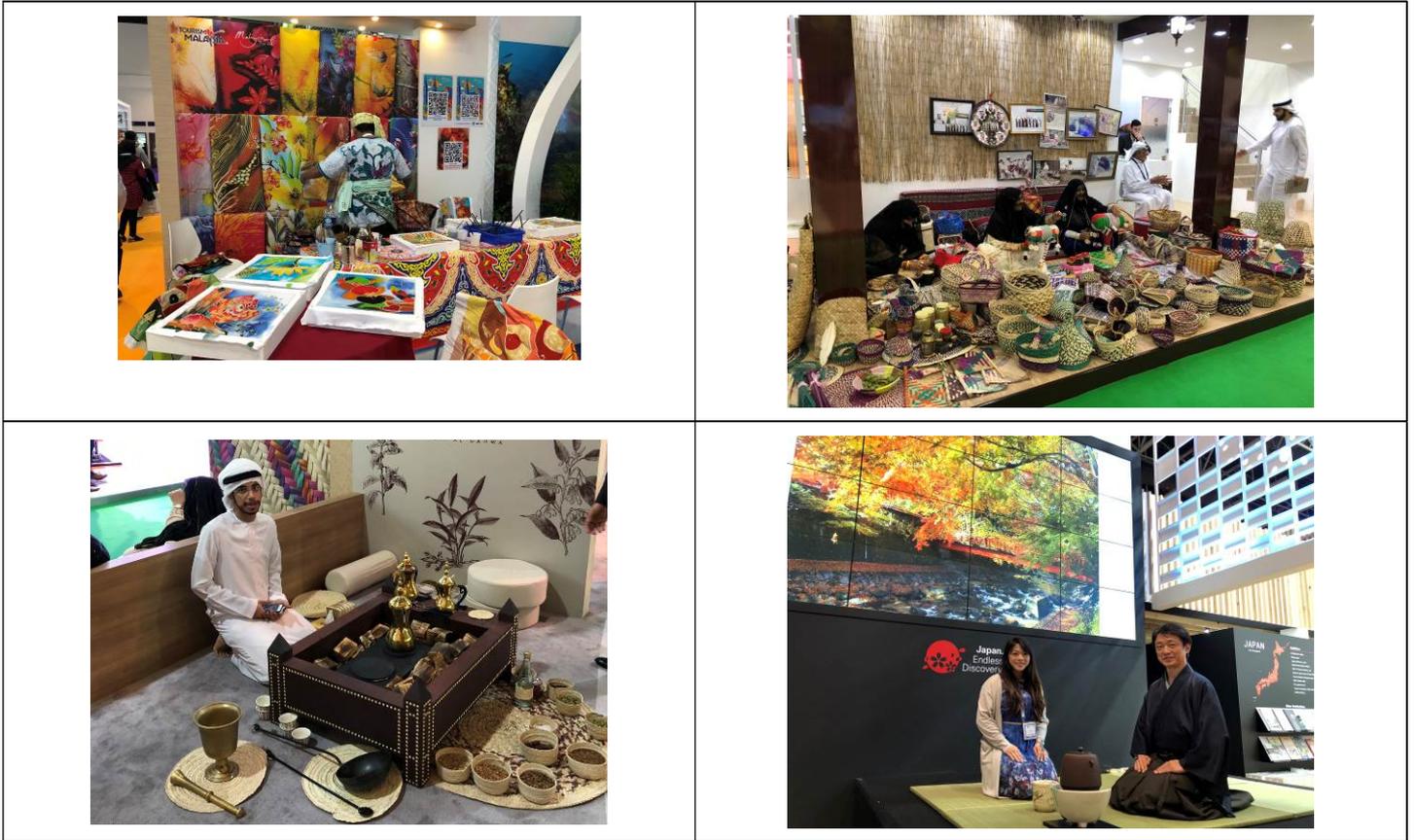


圖 14、各國傳統文化仍為大賣點



圖 15、摩洛哥館獲得最佳展館設計(Best Stand Award)



圖 16、各國傳統服飾吸引民眾合影打卡，亦為文化觀光重要宣傳管道



圖 17、沙烏地航空展攤充滿現代科技感



圖 18、沙迦一呈現大自然環繞又充滿設計感的迎賓廊道



圖 19、強調綠環境的 Bursa（土耳其第 4 大城）館



圖 20、杜拜館以多切割銀幕運用生動影片呈現杜拜觀光特色。3 層樓展館霸氣展示地主圖氣勢。

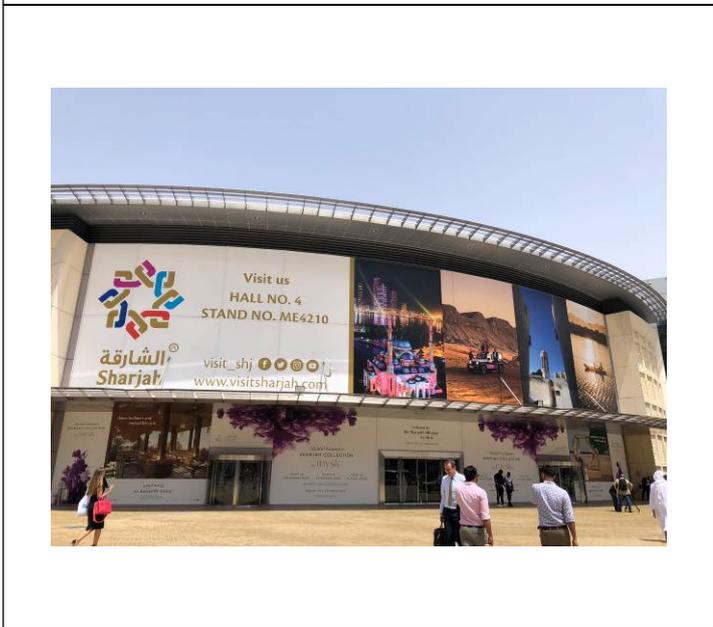


圖 21、展館周環各國廣告投放情形

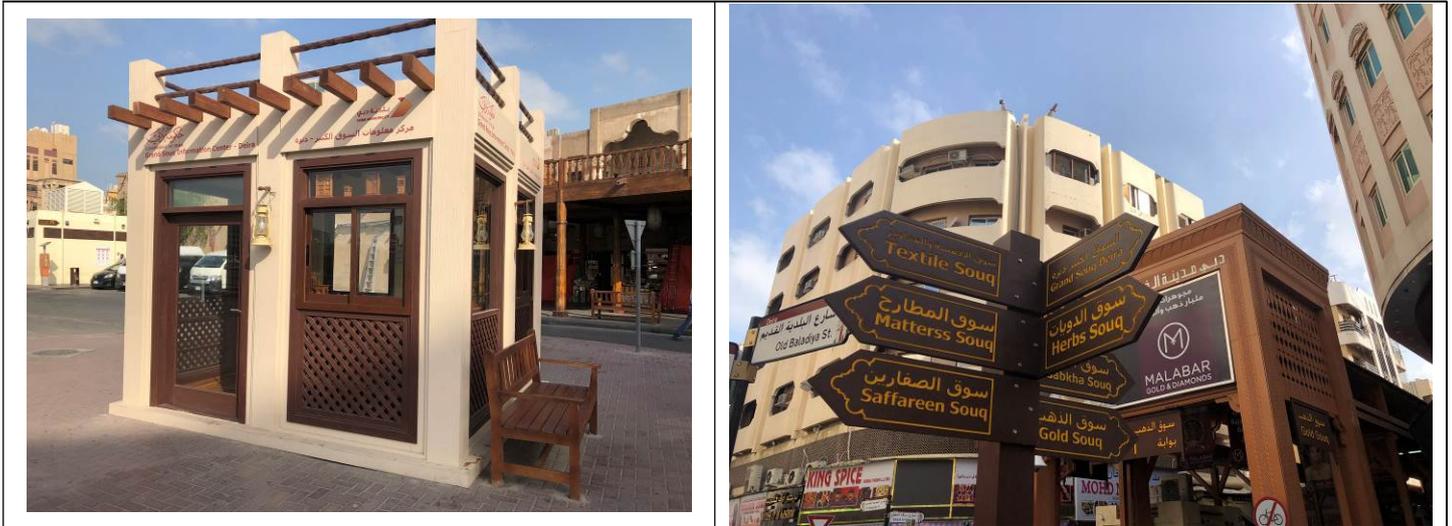


圖 22、香料及黃金市集所設立的旅遊資訊站及英阿文路標



圖 23、朱美拉海灘以雨傘造型設計告示牌，並以英文和阿拉伯立輔以簡單圖示提醒遊客注意事項



圖 24、阿布達比大清真寺為疏散大量遊客並維持清真寺莊嚴形象，遊客改由地下入寺，並設立多段電動行人步道加速疏散。

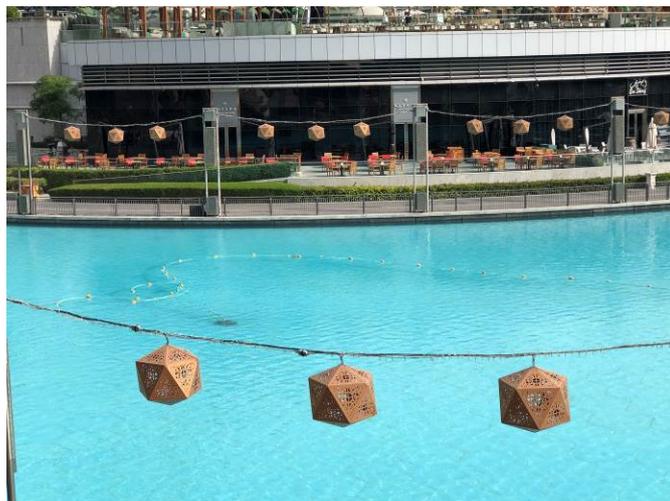


圖 25、世界最大的杜拜噴泉水池利用水中自動吸塵器維持清澈水質



圖 25、阿拉伯旅展雜誌報內頁廣告（本頁為印尼廣告）



圖 26、拜會本局中東公關公司，其本業為各國簽證代辦中心，法國及英國在其公司內設有旅遊服及旅遊產品販售中心。

