

出國報告（出國類別：其他）

出席交通部觀光局組團參加
2019年澳洲及紐西蘭地區觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：陳佩岑科長

派赴國家：紐西蘭-奧克蘭及澳洲-雪梨

出國期間：108年8月31日至9月5日

報告日期：108年12月5日

報告摘要

紐西蘭與澳洲為新南向政策之重點 18 國家之列，交通部觀光局看中紐西蘭及澳洲出境旅遊之潛力，配合紐西蘭航空重返台北奧克蘭航線，以及中華航空與長榮航空增加台澳航點的加溫趨勢，啟動系統性行銷計畫，運用熟稔當地出境旅遊市場公關公司協助開拓臺灣觀光，並於本(108)年 6 月假紐西蘭奧克蘭、澳洲雪梨以委託公關公司營運成立觀光旅遊服務處，行銷效益可從本年紐西蘭來臺旅遊人次平均每月皆有兩位數成長率，截至今年 9 月來臺旅遊人數成長達 16,065 人次；澳洲來臺旅客人次自去年首次突破 11 萬大關，今年至 9 月較去年同期則成長 11.04%，人次達 8 萬 6,325 位。

本年度組團推廣計畫自 8 月 31 日起至 9 月 7 日，首度紐西蘭奧克蘭、澳洲雪梨及布里斯本三大城市進行 B2B 及 B2C 推廣活動，行程包含業者旅遊交易會、當地名人臺灣旅遊經驗分享會、推廣餐會，不僅希望能提供最新台灣觀光資訊，並期盼讓臺灣團員透過輪桌洽談形式獲得最大機會詳細介紹自家臺灣遊程，促成未來實質交易可能性，擴大臺灣與大洋洲之間觀光商機。再者，參訪本局駐奧克蘭及雪梨觀光旅遊服務處，以瞭解服務處運作情形，並拜會駐奧克蘭辦事處劉永健處長請益臺紐觀光意見，提出下列心得與感想，作為日後業務參考。

- 一、由當地名人分享臺灣旅遊心得，共鳴度高
- 二、增加美食元素行銷臺灣
- 三、廣續辦理公關計畫，本局駐紐澳服務處功能可適時增強
- 四、奧克蘭市為紐西蘭市場開拓重點市場，強攻列入出境旅遊亞洲目的地前十大
- 五、澳洲市場以臺灣為中轉站推出一城多站遊程

目 次

壹、目的	1
貳、活動概要	3
參、心得與建議	7
肆、附件 - 活動照片	11

壹、目的

紐西蘭與澳洲為新南向政策之重點 18 國家之列，交通部觀光局(下稱本局) 看中紐西蘭及澳洲出境旅遊之潛力，並配合「新南向政策」與其自民國 106 年起推動 4 年期的「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展方案」，以一年一主題之「2017 生態旅遊年」、「2018 海灣旅遊年」、「2019 小鎮漫遊年」及「2020 脊梁山脈年」，吸引更多紐澳旅客來台。

澳洲人口約 2400 萬人口，出境旅遊約 1050 萬人次，其 GDP 人均 57,923 美元；紐西蘭 480 萬人口，出境旅遊約 200 萬人次，紐西蘭 GDP42,822 美元，為新南向政策之重點 18 國之列，兩地市場為本局駐新加坡辦事處(下稱星處)轄管，過去多以一年一次邀集台灣旅行業者、航空公司組團前往澳洲辦理推廣會，另由星處自行前往紐澳辦理小型說明會或藉當地主要活動設攤推廣。自去(107)年起啟動兩地公關計畫，紐澳來臺旅遊人數逐年攀升，尤以去(107)年 11 月紐西蘭航空復航臺灣，中華航空增加台北澳洲行班次，來臺旅遊人次平均每月皆有兩位數成長率，今年至 9 月來臺旅遊人數成長率便較去年同期成長 20.45%，人次達 16,065 位；澳洲旅客來臺人次於去年首次突破 11 萬大關，今年至 9 月較去年同期則成長 11.04%，人次達 8 萬 6,325 位。看好紐澳兩市場的成長潛力，為貼近市場需求，本局於今年 6 月假紐西蘭奧克蘭、澳洲雪梨以委託公關公司營運的方式，成立觀光旅遊服務中心，以加強推廣力道。

本年度組團推廣計畫自 8 月 31 日起至 9 月 7 日，為趁勢拉抬近來紐西蘭市場的快速成長，本年度首度以紐西蘭跨澳洲 2 國 3 城市接力式--紐西蘭奧克蘭、澳洲雪梨及布里斯本三大城市進行 B2B 及 B2C 推廣活動，本次希望藉由「互動性」與「參與度」論壇方式深入對話，使當地業者及媒體透過實際體驗認識台灣。行程含括業者旅遊交易會，臺灣代表團將最新旅遊情報透過輪桌洽談形式傳遞給當地業者並鼓勵其將臺灣包裝進行程，以促成未來實質交易可能性，擴大臺灣與大洋洲之間觀光商機。

貳、活動概要

本人奉派赴紐澳 6 天 5 夜之出國推廣計畫主要工作項目包括參加紐西蘭奧克蘭及澳洲雪梨場之推廣活動，活動內容含括當地電視臺主持人介紹臺灣觀光文化、在地名人分享來臺旅遊及美食體驗、旅遊產品交易會及臺灣觀光推廣餐會等；出國期間拜會我駐奧克蘭辦事處劉永健處長，針對台紐文化觀光交流請益；再者，因應本年 6 月中旬本局於紐澳兩地增設服務據點，是次行程併同安排，星處林信任主任帶領團員考察本局駐奧克蘭旅遊服務資訊處、駐雪梨旅遊服務資訊處。本次活動內容摘述如下：

一、考察本局駐奧克蘭觀光旅遊服務處(Taiwan Tourism Information Center in Auckland)

日期：9 月 2 日（星期一）上午 10 點

地址：Level 4, 154 Queen Street, Auckland CBD 1010 New Zealand

星處林信任主任率領全團團員考察本局駐奧克蘭旅遊資訊服務處，面積約 120 平方公尺，位處於奧克蘭市中心商圈的 4 樓，與我駐奧克蘭辦事處相差一條街之近。樓下為知名鐘錶店，訪客進出須按門鈴。該服務處由本局委託紐西蘭當地公關公司—Switch Co.營運，當地公關負責人為我們簡報上半年工作概況，如參加當地 Food Show、市場分析，林主任也代表本局向團員報告市場展望，以利團員進一步掌握市場趨勢，鼓勵團員投注資源，共同開發紐西蘭市場。現場除了臺灣觀光展架，服務台上擺放摺頁與地圖，牆上數幅臺灣人文攝影作品，令人印象深刻。

二、拜會駐奧克蘭辦事處劉永健處長

日期：9 月 2 日（星期一）上午 11 點

地點：駐奧克蘭辦事處

紐西蘭市場在去年紐西蘭航空重啟奧克蘭—台北直航航線激勵下，該航線為紐西蘭來臺唯一且最便捷的航程，以奧克蘭為核心向其他一線城市發展，爰奧克蘭的重要性不可而喻，此亦是促使本局於奧克蘭設立服務處的重要關鍵因素，因此在星辦的協

助下，本次出國特地拜會駐奧克蘭辦事處劉永健處長，請益奧克蘭地區與我交流概況，以做為觀光推廣的重要參考。劉處長對於本局參加當地重要盛會 Food Show 肯定表示，由於臺灣美食極具宣傳話題，該項參與大幅提升臺灣在奧克蘭的觀光形象能見度，期盼本局能持續、擴大參與層面，並透過公關公司的網絡擴大參與奧克蘭市場活動。

三、紐澳觀光推廣會

(一)紐西蘭奧克蘭推廣會

日期：9月2日（星期一）下午4點至9點

地點：Cordis Auckland Hotel

當地業者及媒體出席人數：78人

(二)澳洲雪梨推廣會

日期：9月4日（星期三）下午4點

地點：InterContinental Sydney

當地業者及媒體出席人數：83人

9月2日紐西蘭奧克蘭推廣會及9月4日澳洲雪梨推廣會，兩場推廣會為同一辦理模式，推廣會安排3階段進行，第一階段旅遊交易會，第二階段為名人分享；第三階段為推廣餐會與臺灣文化展演。

(一)旅遊交易會

由星處邀請當地主力旅行業者及媒體與會與臺灣代表團成員、航空公司商務會談，本次組團委由台灣觀光協會辦理安排交易會採取每輪6分鐘的輪桌洽談形式，輪桌前安排台方業者先進行1分鐘的自我介紹，以利當地業者可立即認識台方業者服務類別，雙方業者把握時間進行洽談，互動熱絡。本次三場交易會皆以上述方式進行，使當地旅遊業者能在短時間內快速了解臺灣代表團各家業者自家旅遊產品之特色，並且直接親自交流。每場交易會後則由吧沐 Bar Mood Taipei 2位專業調酒師表演花式調酒做為本階段的結尾，以導引至第二階段的名人分享會。

調酒師以台灣自製並獲得國際獎項的臺灣菸酒公司出品的 OMAR 威士忌為基酒，佐臺灣特有色飲品，如四季春茶、楊桃汁、烏龍茶等，帶給與會者不同的調酒味蕾體

驗，獲得廣大迴響，也讓與會者流連與舞台前遲遲未散。

(二)名人分享

有鑑於紐澳對台灣觀光形象的認識度低，為儘速拉高國際知名度的認識度，以名人代言或分享旅遊經驗行銷手法的利器。星辦首先邀請電視臺主持人 Kelly McFarlane 以簡報介紹臺灣人文與交通建設，使當地業者對臺灣觀光資源初步認識。再者，由紐澳在地名人分享來臺旅遊及美食體驗，奧克蘭場由電視名廚 Mark Southon 力薦臺灣美食、旅遊作家 Duncan Wilson 分享自行車體驗及冰上曲棍球國手 Anjali Mulari 分享戶外冒險遊記，雪梨場邀請威樂比市臺裔市議員 Christine Tuon 分享旅臺美好回憶、美食及個人推薦景點，來自臺灣的 Tuon 議員不僅可喚醒僑胞返鄉探親，再者，因議員身分活躍於雪梨地區主流圈，信賴度佳，對我們打入主流族群頗為助益，對當地業者來說更具說服力。

(三)推廣餐會

兩場餐會在交易會和名人分享會後安排推廣餐會。餐會由十鼓擊樂團揭開序幕，十鼓擊樂團鼓藝精湛，團體默契佳，完美展現台灣民俗鼓陣文化。表演完畢後由星處林主任信任致歡迎詞，臺灣推廣會的舉辦向來為當地代表處支持，當天駐奧克蘭辦事處的駐外接著由駐奧克蘭及駐雪梨經濟文化辦事處之 2 位處長分別於推廣會上大力宣傳臺灣之美。推廣會結束前由航空公司提供優惠機票及代表團提供住宿券供業者抽獎，為來臺旅遊提出豐富誘因。

四、考察本局駐雪梨觀光旅遊服務處(Taiwan Tourism Information Center in Sydney)

日期：9 月 3 日（星期三）下午 3 點

地址：Suite 6, Level 2, 13-15 Wentworth Avenue, Sydney, NSW 2010

本局原於 2007 年 10 月前於澳洲雪梨設置駐雪梨辦事處(本局派駐人員)，轄管澳洲及紐西蘭市場，因東南亞區域(星馬泰)經濟崛起，出境市場蓬勃發展，又受限駐外人力編制不足，將雪梨辦事處調整至馬來西亞吉隆坡，留置 1 名通訊員(由原雪梨辦事處雇員續任)協助本局與當地旅行業互動，並改由新加坡辦事處兼管紐澳市場。近年來，在

蔡總統的新南向政策支持下，中華航空持續擴大臺北澳洲運能(臺北布里斯本奧克蘭、臺北雪梨奧克蘭、臺北墨爾本)，本局評估澳洲市場成長潛力後，本年 6 月 19 日再次返回雪梨設置服務處，以委託當地公關公司(Switch Co.)就近提供業者與民眾旅遊資訊，並且協助本局蒐集市場趨勢。

本局駐奧克蘭旅遊資訊服務處與公關公司辦公室共用，辦公室內以 OA 隔板設置臺灣觀光展示區(面積約 50 平方公尺)，入口處擺放摺頁與文宣架，訪客可一目瞭然臺灣觀光資訊。該服務處位處 2 樓，緊鄰於澳洲最古老、知名的海德公園附近，較偏離商業區，樓下街道多屬辦公室，人潮稀少，訪客須按門鈴。當地公關負責人與星處林主任為團員簡報本局上半年參加知名潛水展，以及結合駐處其他單位辦理影展概況，同時市場展望分析，提供團員詳細商業資訊。

參、心得與建議

一、由當地名人分享臺灣旅遊心得，共鳴度高

紐澳推廣會開場由當地知名主持人流暢的簡報臺灣觀光資源、人文風情、交通、經典景點，加上符合當地出境旅遊市場風格的 PPT，已為推廣會奠定成功的基礎，會後許多業者索取之；中段以座談會形式，由當地名人或重要關鍵人士分享臺灣美食、自行車體驗心得，成功傳達臺灣美食與觀光資源的豐富多元性，深具說服力，此方式建議持續，並可作為其他市場辦理參考。

二、增加美食元素行銷臺灣

奧克蘭推廣會由當地電視名廚 Mark Southon 分享臺灣美食，雪梨推廣會上威樂比市臺裔市議員 Christine Tuon 娓娓道來臺灣美食的舌尖美味，都獲得在場紐澳業者的極佳迴響；同時與我駐奧克蘭辦事處劉永健處長訪談時，處長表示本局參加當地 Food Show 極為吸睛，有效打入當地主流市場；綜之，臺灣美食可為紐澳市場行銷的重要元素。臺北自 2018 年起為米其林第 30 本紅色指南(Michelin' s 30th Guide)，臺中亦於本年 11 月 17 日獲米其林宣布將於 2020 年與臺北併列出版，更增添宣傳話題。明年度的組團內容規劃，建議可納入臺灣美食試吃、或製作示範或與當地中式餐廳或飯店合作，推出限時臺灣美食秀，將增加更多互動、體驗，更具觀光推廣效果。

三、賡續辦理公關計畫，本局駐紐澳服務處功能可適時增強

紐澳市場自 2018 年起啟動公關計畫，透過廣告採購、參加當地活動、結合當地知名企業共同行銷或是運用名人口碑宣傳，協助邀訪主力業者與媒體來臺參訪，已漸於市場發酵，例如電車或公車廣告，Food Show 等，已在當地打開知名度，因此可繼續辦理。紐西蘭航空復航後，載客率佳，不僅已從每周 3 班增為每周 4 班，並以每天 1 班 (Daily) 為明年度目標；在澳洲市場方面，長榮航空將改以 B787 飛行氣提升台澳航線品質，中華航空同樣有增加航班的計畫；由此可知，兩地市場規模將擴大。現階段本局紐澳兩處觀光旅遊服務處由公關公司現有的人力配置(各 1 人)，但該人力又需執行本局委託之工作項目，服務處功能以業者教育訓練、商務聯繫為主，因此在市場擴大規模

可期下，公關人力的配置、服務處的可近性等可適時調整，增加處所觀光意象宣傳或提供服務諮詢等功能。如與雪梨主要旅行社~~Flight Center1 樓營業門市合作，展示文宣品、提供諮詢。

四、奧克蘭市為紐西蘭市場開拓重點市場，強攻列入出境旅遊亞洲目的地前十大

從紐西蘭出境旅遊除因地緣因素以澳洲為重要且排名第一之旅遊目的地外，其餘無論前往歐美、東北亞甚或俄羅斯均屬長程航線(航程需 6 小時以上)，因此，臺灣對於紐西蘭而言，具有競爭優勢，尤其在亞洲地區方面，相對的，奧克蘭是目前臺紐往來的唯一直航航點，個人以為應善用直航優勢，紐西蘭的行銷資源分配應以奧克蘭為最重，強調紐航直航便利性，將美食、文化多元性等元素納入，在奧克蘭市打響 Taiwan-the Heart of Asia~Time for Taiwan 之觀光形象後，再逐步擴散資源至基督城或威靈頓等，如此才能提升來臺人數，將臺灣躍升為紐西蘭出境旅遊亞洲目的地前十大。

五、澳洲市場以臺灣為中轉站推出一城多站遊程

澳洲與歐美的連結極深，再加上日、韓兩國於 20 世紀計畫性移民，僑民數眾多，澳洲 2,444 萬人中 83%歐裔，12%亞裔；再者，澳洲直飛台北班機計有中華航空每週班（14 班雪梨、7 班布里斯本、3 班墨爾本）及長榮航空每週 5 班（布里斯本旺季 5 班；淡季 4 班），且兩家航空公司以爭取轉機客為臺澳航線營運策略，爰臺灣在澳洲市場之推廣，可運用現有的免費半日遊優惠措施，或新增買一送一(住宿)等促銷手法，鼓勵旅行社將臺灣為前往歐美或東北亞的中轉站，推出一城多站遊程，吸引澳洲旅客返僑鄉尋親之回程停留臺灣 2~3 天觀光，以增加臺灣在澳洲之競爭力，豐富遊程產品之多元性。

紐澳市場為由本局駐新加坡辦事處轄區，因應觀光新南向政策，自 2018 年擴大紐澳市場推廣力道，以系統性、接地氣方式啟動公關計畫，確實對於台灣觀光深入紐澳主流市場有所助益，如精準抓住目標族群，積極參與當地國際旅展、各式推廣活動、業者說明會及邀請當地名人或業者來臺熟悉旅遊等宣傳管道，另於網路及電子媒體施行廣告露出，皆已提升臺灣觀光品牌能見度，因此，公關計畫可賡續辦理。本局近年

來與米其林合作下，臺灣美食已獲得肯定，更從近期於紐澳市場以美食推廣留下深刻印象，足以顯見美食的效益，紐澳市場以美食元素作為行銷元素大有可為。從地理位置優勢以及航線開拓的助長下，臺灣觀光在紐澳市場上實具有競爭力，建議將臺灣作為澳洲出境歐美或東北亞的中轉站，推出一程多站旅遊產品，在紐西蘭市場以奧克蘭為強攻基地，立足深耕後始向基督城或威靈頓發散，以爭取列入亞洲旅遊目的地之前十大。未來，因應市場開拓力道，紐澳兩處觀光旅遊服務處在現階段以業者教育訓練、聯繫主力業者為主要功能，更可適時調整功能，拓展至形象與服務民眾的 B2C 功能，解決原本新加坡辦事處欲推廣紐澳觀光之地域限制。

肆、附件一活動照片



紐西蘭冰上曲棍球國手 Anjali Mulari(左二)分享戶外冒險遊記、旅遊作家 Duncan Wilson(左三)分享自行車體驗臺灣觀光協會提供)



紐西蘭電視名廚 Mark Southon 力薦臺灣美食



臺灣雄獅旅行社代表 6 分鐘介紹旅遊產品



交易會結束後推廣餐會前的自由交流時段，雙方洽談熱絡(台灣觀光協會提供)



十鼓擊樂團帶來精采演出(台灣觀光協會提供)



駐奧克蘭辦事處劉永健處長蒞臨致詞勉勵臺紐業者促進觀光交流努力(台灣觀光協會提供)



本人(左)與電視名廚 Mark Southon 合照

澳洲雪梨推廣會



紐西蘭主持人 Kelly McFarlane 介紹臺灣觀光資源(台灣觀光協會提供)



雪梨威樂比市臺裔市議員 Christine Tuon 分享在臺美好回憶(台灣觀光協會提供)



臺灣惠康旅行社代表介紹自家產品，促成更多合作機會(台灣觀光協會提供)



「Bar Mood Taipei 吧沐」調酒師帶來精采花式調酒表演(台灣觀光協會提供)



本局駐新加坡辦事處林信任主任致詞(台灣觀光協會提供)



駐雪梨辦事處王雪虹處長與貴賓們進行祝酒儀式(台灣觀光協會提供)

參訪行程



全團團員參訪本局駐奧克蘭觀光旅遊服務處處(前排左五一新加坡辦事處林信任主任)



本局駐奧克蘭台灣觀光旅遊服務處負責人與新加坡主任為團員簡報



本局駐新加坡辦事處林主任信任與陳科長佩岑於駐雪梨台灣觀光旅遊服務處合照



全體團員於駐雪梨辦事處聆聽新加坡辦事處林信任主任分析澳洲出境旅遊市場趨勢
(由台灣觀光協會提供)



本局駐雪梨觀光旅遊服務處現場布置



拜會駐奧克蘭辦事處劉永健處長