

# 出國報告（出國類別：其他－業務接洽）

## 參加 2020 泰國春季旅展及觀光推廣活動 出國報告

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會清境農場

姓名職稱：黃嘉興輔導員

派赴國家：泰國

出國期間：109 年 1 月 13 日至 1 月 20 日

報告日期：109 年 5 月 19 日

## 摘要

配合政府積極推展新南向國際觀光，本場配合交通部觀光局委託台灣觀光協會組團參加 2020 泰國春季旅展及觀光推廣活動，隨交通部觀光局代表，偕同南投縣清境觀光協會、旅行社、飯店、休閒農場、主題樂園、航空公司、伴手禮業者、表演團體等單位共同參展。

本次活動交通部觀光局以「宗教、美食、都會風情」為主題推廣佈展，並配合「2020 脊梁山脈旅遊年」推廣臺灣山脈旅遊。本場位處南投縣仁愛鄉台 14 甲線，屬合歡山脈旅遊路線之一環，本次與輔導會福壽山農場共同參與推廣高山農場旅遊。泰國氣候偏高溫炎熱，本場地處高山，氣候涼爽宜人，擁有綠色草場、可愛的綿羊、牛及馬匹等，並生產高山茶葉、杭菊、獼猴桃等作物，非常適合東南亞國家旅客來訪避暑。

本次旅展輔導會清境農場、福壽山農場及南投縣清境觀光協會設在同一展區，展場除了發放泰語農場宣傳摺頁、展示 DIY 手作體驗產品及多媒體撥放農場宣傳短片外，並聘請當地泰語導覽人員，介紹本場各項旅遊資源及遊憩活動，提供現場諮詢服務，豐富的內容及行程，成功吸引泰國當地民眾，同時也促進本場對國外旅客需求的進一步瞭解，對於觀光活動之相互交流有正面之效益。

# 目次

壹、目的.....	3
貳、活動行程.....	4
參、活動紀要.....	5
肆、心得及建議.....	13

## 壹、目的

2020 年泰國春季旅展為泰國當地規模最大的展銷合一型國際旅展，場地規劃 1,000 個以上展攤，吸引約 40 萬民眾參加，本次活動交通部觀光局以「宗教、美食、都會風情」為主題推廣佈展，進行行銷宣傳，並規劃於曼谷舉行臺灣觀光推廣會，邀請在地旅遊公會、旅遊業者、航空公司及媒體參與，提供雙方洽談與合作平臺，使本國業者了解泰國在地民眾旅遊與業者經營需求，並藉由媒體宣傳曝光，加深泰國民眾對臺灣之正面旅遊意象。

泰國為東盟第二大經濟體，人口近 7,000 萬人，面積 513,000 平方公里，該國經濟概況，在旅遊業強勁增長的拉動下，服務業主導泰國經濟，服務業部分主要為旅遊業和批發零售業。2019 年泰國赴臺旅遊市場持續強勁成長，訪台增長近 30%，市場發展潛力大，值得期待。

泰國遊客赴臺旅遊人數屢創新高，為感謝廣大泰國遊客的支持，並持續為泰國赴臺觀光熱潮增加動能，駐泰國代表處特別規劃舉辦「2020 泰國臺灣觀光季」活動，提供泰國旅客專屬優惠，並號召臺灣觀光產業共同參與，泰國籍旅客於 2020 年 2 月至 4 月期間來臺灣旅遊，憑泰國護照可享有食、宿、遊、購等多項優惠，結合泰國旅客免簽證的政策，串連教育、醫療、科技等領域，持續行銷推廣臺灣，讓泰國旅客親身感受臺灣的風光與人情味。輔導會轄下三座高山農場清境農場、福壽山農場及武陵農場亦分別推出住宿及門票優惠，吸引泰國旅客親自造訪，體驗臺灣高山農場之美。

## 貳、活動行程

### 一、活動行程概況

本次活動時間為 2020 年 1 月 13 日至 1 月 20 日，主要分 3 部分執行：

(一)舉辦臺灣觀光推廣會

日期：2020年1月14日

時間：14:00~17:00

地點：IntercontinentalBangkok

(二)參訪交通部觀光局駐曼谷辦事處

日期：2020年1月15日

時間：10:00~12:00

地點：交通部觀光局駐曼谷辦事處

(三)組團參加2020年泰國春季旅展

日期：2020年1月16日至19日

時間：10:00~21:00

地點：Impact Arena, Exhibition and Convention Center

### 二、活動行程內容

本次行程詳細活動內容，如下表所示。

日期	時間	行程
1月13日 (星期一) 第1天	10:30	代表團團員至臺灣觀光協會報到，搭乘專車前往桃園國際機場
	11:30	代表團團員於桃園國際機場第一航廈集合
	13:55   16:45	搭乘中華航空 CI-835 班機前往曼谷蘇凡納布國際機場
	17:30	辦理入境手續，前往住宿旅館
	19:00	抵達住宿旅館 ibis Bangkok Impact
1月14日 (星期二) 第2天	10:00	於住宿旅館大廳集合，搭車前往推廣會飯店
	11:30	工作人員及表演團體先行前往推廣會場地布置及彩排
	12:45	全體代表團團員抵達推廣會場地準備
	14:00   17:00	舉辦臺灣觀光推廣會 地點：InterContinental Bangkok 推廣會：Grand Ballroom 1, 4th Floor
	17:45	搭乘專車返回住宿旅館
1月15日 (星期三) 第3天	09:00	於住宿旅館大廳集合搭車前往交通部觀光局駐曼谷辦事處
	11:00	拜會交通部觀光局駐曼谷辦事處
	16:00	於住宿旅館大廳集搭車前往旅展展館進行整備

	16:15   18:00	旅展臺灣館整備(表演團體於大、小舞臺彩排) 展館：Impact Arena, Exhibition and Convention Center 攤位編號：Impact Challenger Hall 2, BC45-NC64
1月16~19日 (星期四~日) 第4~7天	07:30	晨喚、早餐
	09:30	代表團團員自行抵達旅展臺灣館
	10:00   21:00	參加泰國春季旅展
	21:00	代表團團員返回飯店
1月20日 (星期一) 第8天	07:30	晨喚、早餐
	09:30	代表團團員完成 check out 手續，搭車前往機場
	12:00	抵達曼谷蘇凡納布國際機場
	14:20   18:50	搭乘中華航空 CI-832 班機抵達桃園國際機場
	19:30	搭乘專車之代表團團員至行李轉盤前集合，搭車返回協會
	20:30	抵達協會，全體代表團團員解散

## 參、活動紀要

### 一、舉辦臺灣觀光推廣會

為強化與泰國觀光旅遊相關行業長期合作，交通部觀光局特別舉辦臺灣觀光推廣會，建立雙方互動平臺，邀請旅遊業者進行行銷推廣，提供最新訊息與新興景點予媒體報導，增加臺灣曝光率，有效提升臺灣觀光市場能見度。

推廣會於曼谷市區之 InterContinental Bangkok 五星級飯店舉行，內容以形象推廣及展演活動為主，開幕式首先由「凡徒表演藝術」團體開場，以具臺灣代表性之音樂，透過傳統舞蹈結合流行元素，設計宗教、客家、美食三段具傳統文化特色之內容，創造新型態的藝術形式，加深在地業者對臺灣之意象。

駐泰國代表處童振源代表親臨會場致詞表示，2019 年泰國遊客赴臺旅遊人數創新高，相信未來會有更多的商機，更多的觀光客雙向往來。交通部觀光局為行銷臺灣，持續推出經典小鎮，從臺灣北到南，有各種活動與風情，泰國朋友到臺灣玩，不是只有大城市，週邊許多典雅的小鎮，都能夠進行精彩的深度旅遊。此外，為回

饋泰國觀光客，促進臺灣與泰國間更多交流，駐泰國代表處結合全臺各縣市、旅宿業者及交通業者，從 2020 年 2 月到 4 月舉辦「泰國臺灣觀光季」優惠活動，計有 14 個縣市參加，另包括旅宿業者、伴手禮業者、中華航空、長榮航空、臺灣高鐵、悠遊卡及中華電信等商家，希望提供更多的優惠、更多的紀念品及更多的折扣給泰國的朋友，一起到臺灣體會臺灣的春天，特別是當泰國當地氣溫高達 30 多度的時候，臺灣的春天氣候溫和、風景美麗，有很好的環境可接待泰國朋友，詳情可上「2020 春天」網站(<http://2020Spring.Taiwan-Thailand.Net>)查詢。

在產品說明部分，除交通部觀光局駐曼谷辦事處巫主任說明臺灣觀光資源外，大會另安排泰國旅遊網紅 ibreak2travel 對臺灣特色景點進行分享，（「ibreak2travel」部落格於 2017 年獲訂房及訂票網站 Traveloka 頒發「最佳資訊性部落格獎」，且於泰語版 Google 搜尋排行榜上名列前三），藉由特色旅遊的介紹，讓當地旅遊業了解更加臺灣的文化特色及旅遊重點。

本場與南投縣清境觀光協會同時於推廣會上進行簡報，綿羊秀影片搭配泰語介紹本場美麗風光、四季景色、節慶與體驗活動及到場交通運輸方式等，吸引與會者目光的關注，並經由與當地旅遊業者認識及媒體的報導，有效的行銷本場。此外，本場於會中提供平日住宿券作為抽獎活動獎項，大幅增加曝光度。在旅遊交易、業務洽談會中，20 餘組當地業者熱情與本場互動瞭解旅遊資源概況，相互交換聯繫方式，參與熱絡，於 5 點多結束行程。



臺灣觀光推廣會現場入口處



駐泰臺北經濟文化辦事處童代表振源致詞



交通部觀光局駐曼谷辦事處巫主任宗霖致詞



本場以泰語進行簡報分享



向當地旅遊業者推廣本場觀光旅遊



泰國網紅簡報分享臺灣旅遊資源



本場代表與抽獎獲獎者合影



臺灣代表團共同合影

## 二、參訪交通部觀光局駐曼谷辦事處

1月15日推動活動行程之第3日，安排參訪交通部觀光局駐曼谷辦事處，進入辦事處，首先映入眼簾的是臺北101模型及展示櫃上各式臺灣文宣品、特產伴手禮，精巧之設計及佈置，讓來訪旅客目不暇給，並藉此認識臺灣各地在地特色之美。

辦事處巫主任對代表團進行簡報分享，內容包含辦事處環境、人員介紹、業務推廣工作、行銷策略與手段等，其中令人印象深刻為行銷6項關鍵要素，分別為以消費者為中心（CONSUMER AT THE CENTER）、消費者體驗是關鍵（CONSUMER EXPERIENCE IS KEY）、你的消費者想要什麼（WHAT DOES YOUR CONSUMER WANT）、像消費者一樣思考（THINK LIKE A CONSUMER）、吸引消費者（ENGAGE THE CONSUMER）及瞭解你的消費者（KNOW YOUR CONSUMER）等，值得從事觀光旅遊相關從業人員好好思考，以精進本質學能；另外，也透過小國旗大作用的故事，建議代表團成員，可於服務的觀光休閒營業處所，置放招待旅客所屬國家的小國旗，藉此拉近與顧客的關係與距離。

會後，本場代表請駐曼谷辦事處協助共同推廣自產之霧宿茶，辦事處對本場茶葉禮盒設計之風格及質感，讚賞有加，代表團成員並於辦事處馬來獏手繪牆前（由臺灣的網路圖文創作家，以簡單的黑白線條與簡潔有力的手寫標題來繪製全臺各縣代表地景）合影留念。



交通部觀光局駐曼谷辦事處入口



交通部觀光局駐曼谷辦事處旅遊文宣品展示



交通部觀光局駐曼谷辦事處巫主任分享  
行銷 6 項關鍵要素



交通部觀光局駐曼谷辦事處巫主任分享  
小國旗大作用故事



與駐曼谷辦事處共同推廣本場宿霧茶



臺灣代表團參展業者合影

### 三、組團參加 2020 年泰國春季旅展

泰國春季旅展是泰國極具代表性的旅展，為曼谷首屈一指的旅遊盛會，1 月 16 至 19 日於 IMPACT 展覽館舉行，臺灣館的佈置風格融入剪紙、刻版畫、天燈及燈籠等元素，藉以展現臺灣熱情的生命力，並讓民眾搶先感受道地過年的氛圍。為吸引民眾參觀，臺灣館特別舉辦油紙傘彩繪、祈福天燈與燈籠 DIY、自製葉拓環保袋等活動，體驗臺灣傳統文化工藝，另為推廣臺灣美食，駐曼谷辦事處特別準備美味的冬瓜珍珠供民眾試吃；此外，於旅展大會舞臺及臺灣館小舞臺上，邀請凡徒表演藝術團體，利用藝術展演方式，呈現臺灣傳統及現代文化之美，吸引在地民眾目光，具高度的集客效果；為增加與民眾之互動，駐曼谷辦事處也安排趣味拍照及電子競賽遊戲活動，現場贈送相片、具臺灣年節特色相框及印有代表臺灣觀光形象 logo 之旅遊相關文宣品(包含追劇筆、行李束帶、帆布護照套及運動藍芽耳機等)，藉由與當地民眾互動，炒熱現場氣氛，對臺灣形象有正面加分的效果。

本場代表於旅展現場熱情向參觀之泰國民眾推廣本場旅遊資源，並提供現場諮詢服務，預估直接觸及服務民眾數百餘人，發放泰文宣傳摺頁 4 箱，現場互動熱絡，部分民眾表示已來過本場旅遊，看到本場至旅展現場行銷，倍感親切與回味；由於本次參展，臺灣館整體係以形象、展演活動及文宣推廣為主，不得進行銷售行為，爰本場推廣內容除集中介紹本場旅遊特色及產品服務外，同時亦以大清境地區及合歡山脈遊憩廊帶之旅遊資源為主，期望以區域共同行銷之概念，擴大山脈脊梁旅遊帶給泰國民眾之整體正面意象，如此將有利於吸引泰國民眾至臺灣中部地區旅遊及安排行程。

推廣期間駐泰臺北經濟文化辦事處代表及與交通部觀光局駐曼谷辦事處主任親臨會場為臺灣代表團業者加油打氣，本場亦向代表及主任介紹本場旅遊資源，同時邀請共同為本場行銷宣傳；此外，為加強向泰國朋友介紹清境之美及推廣本場目前重點推動之特色手作 DIY 活動，亦邀請泰國友人與綿羊娃娃及草原聯盟羊毛氈吊飾合影留念，並向其朋友宣傳本場特色活動，泰國友人十分開心且樂於社群分享。

此外，為加強行銷本場特色商品，承蒙同團表演藝術者-廣德興紙傘，熱情協助於紙傘上繪製本場代表人偶-柯瑞，置放於展攤上，併同本場綿羊娃娃玩偶，引發不少民眾觀賞觸摸，愛不釋手，有效提升人氣；另臺灣館手作活動現場，以本場青青草原綿羊為展示背版佈置，各媒體拍攝泰國民眾參與中國傳統工藝手作 DIY 活動的同時，亦將本場主要代表景觀一併入鏡，亦帶來不少宣傳加乘效果。



臺灣館佈展情形



臺灣館參觀人潮



推廣本場旅遊及提供現場諮詢服務



輔導會所屬農場攤位互動人潮



向駐泰代表介紹本場旅遊資源



與駐曼谷辦事處共同行銷清境旅遊



泰國友人協助行銷分享本場 DIY 商品-  
綿羊娃娃及草原聯盟羊毛氈吊飾



廣德興紙傘繪製本場代表人偶-柯瑞，  
協助商品行銷



以本場青青草原綿羊為展區背版，  
結合現場手作 DIY。



以泰文 google 搜尋本場資訊

## 肆、心得及建議

本場積極參與國內、外旅展，並配合政府新南向政策，持續開拓新客源，配合輔導會政策，派遣同仁至泰國、印尼、日本、越南、新加坡、馬來西亞及港澳等地行銷，除推廣本場旅遊外，亦有效提升三高山農場之觀光市場能見度，透過由本次參展觀察之心得及建議如下：

### 一、掌握國外旅客市場需求

- (一)據泰國當地旅遊業者表示，泰國民眾國外旅遊，偏好以購物、美食、打卡景點及觀賞自然風景為主，較不偏好長距離登山、健行活動，目前第 1 次到訪臺灣之首選景點，仍以大臺北地區、臺中市區(逢甲夜市)、日月潭為主，行程多為 3 至 5 天，團費在各國削價競爭壓力下，以 2 萬元以內較具競爭力，將本場納入行程者以第 2 次以後造訪臺灣之旅客為主，上開內容可供本場後續推廣及行銷方向之參考。
- (二)泰國旅客出國之組成約 3 成為團客、7 成為自由行旅客，經多年各方努力耕耘，本場於泰國旅客中具一定之知名度，經現場觀察以泰文於當地 google 搜尋本場資訊，資料量不少，有利於泰國旅客對本場之瞭解；另觀察交通部觀光局對外文宣資訊，本場旅遊介紹於各類主要文宣均有露出，為本場持續開拓客源奠定良好基礎。
- (三)於泰國春季旅展現場，來本場櫃臺詢問是否可賞櫻之旅客占比不少，經瞭解泰國旅客對賞櫻行程極具興趣，由於至日本賞櫻團費偏高，空間距離較遠，臺灣團費相對適中，且距離較近，旅客對於臺灣景區是否有種植櫻花，顯得關心。本場於青青草原，觀山牧區與國民賓館周邊栽植櫻花，每年 2-3 月時正值櫻花陸續盛開，搭配山林美景，絕對是東南亞國家旅客出遊的好去處。因應市場需求，本場將持續加強賞櫻行程之宣傳行銷。

### 二、策略聯盟行銷

- (一)本次泰國春季旅展，南投清境觀光發展協會亦同時派員參展，對於本場行銷提供擴大加乘效果，為避免單打獨鬥，效果有限，區域共同行銷，結合在地同、異業合作，形成良好之解決對策。
- (二)本次推廣過程中，承蒙同團異業業者(如傳統手工藝紙傘、中國結、捏麵藝術及客家花布表演老師)支持，協助本場於臉書行銷，並提供行銷構想建議，相互分享學習，擴大同仁之視野與能見度。

(三)配合交通部觀光局推動「2020 脊梁山脈旅遊年」，本次旅展輔導會清境農場、福壽山農場及南投縣清境觀光協會等 3 個單位之櫃位設在同一展區，對於想體驗臺灣山脈旅遊之旅客而言，集中於一處地點進行資訊蒐集及詢問，擴大吸睛效果，亦增加不少集客力，顯見攤位有系統之規劃設計，影響行銷效益。

### 三、提升接待及行銷能量

- (一)為增加接待外賓能量，除加強第一線人員外語培訓外，各景點可評估與在地新住民合作，增加接待能量。
- (二)為加強與當地業者及民眾之溝通能力，本次旅展聘請當地導覽人員，於推廣會及旅展行程中，均以在地語言介紹說明，大大拉近彼此距離，亦有效吸引泰國旅遊業者及不少遊客目光；另旅展前之預備工作格外重要，應與導覽人員充分溝通，包含泰語旅遊摺頁、簡報之事前提供及所有旅遊資源之說明等，以便現地得以有效行銷與發揮。
- (三)旅遊商品之購買，諸如：住宿、門票、交通接駁等，已由實體通路，逐漸轉變採網路交易成為大宗，包含行銷宣傳通路亦是如此，本場商品除持續透過官網線上訂房、OTA 網路旅行社及官網商城販售外，亦規劃與交通部觀光局推動之「台灣好玩卡」電子旅遊套票商品合作，擴大國外鋪貨及行銷通路，提升國外旅客購買本場產品之便利性。

### 四、完善交通運輸整備

- (一)除團客外，隨全球旅遊趨勢之變遷，自由行旅客成為旅遊客群之大宗，交通運輸之便捷性愈顯重要，因此，在公共運輸之配合上，成為旅程規劃之重點。經觀察，旅展現場多組民眾問及到臺灣後，如何搭乘公共運輸到本場旅遊，本場目前販售有南投客運之交通旅遊套票，並提供優惠價格，滿足旅客需求快速便捷需求；此外，本場亦積極向交通部觀光局申請導入「台灣好行」景點接駁公車，規劃販售套票票卷，以臺鐵臺中車站及高鐵臺中站為轉運站，透過軌道運輸及客運運輸快速將本場與臺北、高雄都會區及國際機場串連，增加國外旅客來本場旅遊之便利性。
- (二)臺灣交通運輸堪稱便利，外國旅客自行駕車旅遊，是體驗臺灣的另一種便利運輸方式，目前清境地區，受地形及山坡腹地影響，停車空間有限，影響來訪旅客意願，本場近期持續與南投縣政府協調，評估改善停車空間，以期提供更便捷交通運輸服務。