

出國報告（出國類別：考察）

參加 2022 年美洲會議暨獎勵旅遊展
(IMEX America 展)

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：王雯慧技正

派赴國家：美國

出國期間：111 年 10 月 9 日至 10 月 16 日

報告日期：111 年 12 月 13 日

目錄

壹、背景及目的.....	2
貳、辦理過程.....	3
一、IMEX America 展參展情形.....	3
二、「MEET TAIWAN Networking Event」延伸交流會.....	19
參、心得及建議.....	21

壹、背景及目的：

- 一、美洲會議暨獎勵旅遊展（以下簡稱 IMEX America 展）為美洲地區最具代表性之獎勵旅遊及會議專業展，除美洲各主要會展城市參加外，來自全球的國家會展局、旅遊局、飯店場館、顧問公司及旅行社等相關業者亦共襄盛舉，每年吸引全球國家會展局、國際組織、飯店、旅行社等會展相關單位參展。往年皆吸引約 3,000 多名國外業者（Buyers）參觀及洽談，更有來自約 150 國近 3,500 個組織或企業，藉由此平臺拓展美洲地區會議及獎勵旅遊市場。
- 二、IMEX America 展於 109 年因全球 COVID-19 疫情爆發而停辦，去(110)年 IMEX America 展恢復實體舉辦，別具意義，許多國家皆積極參與，除歐美各國，泰國、韓國、日本及新加坡等亞洲重要會展國家皆參展，「推動臺灣會展產業發展計畫」（以下簡稱 MEET TAIWAN 計畫）亦參展並設置 MEET TAIWAN 品牌館實體攤位，透過線上及線下之展覽宣傳推廣臺灣會展環境優勢，並吸引後疫情時代獎勵旅遊商機。
- 三、隨著全球疫情趨緩，我國邊境管制措施於 111 年 10 月 13 日鬆綁，本局推動臺灣會展產業發展計畫亦辦理國際交流暨記者會，正式向全球宣布，臺灣會展產業將重新擁抱世界，歡迎國際商務人士來臺。為於全球解封後加速復甦我國會展產業、宣傳我國優質會展環境優勢，本(111)年 MEET TAIWAN 計畫整合中央與地方資源，與交通部觀光局（以下簡稱觀光局）及臺北市觀光傳播局（以下簡稱北市觀傳局）共同以「臺灣會展形象館」聯合展出，並籌組我國會展相關業者共同參與。本次參團將同步觀察其他國家於後疫情時代推廣 MICE 產業相關作法，蒐集資訊以供 MEET TAIWAN 作為未來行銷宣傳策略之參考。
- 四、另為擴大推廣效益，訪團規劃於 IMEX America 展結束後，前往舊金山辦理「MEET TAIWAN Networking Event」延伸交流會，邀請當地業者參加，與本訪團業者交流洽談，發掘潛在案源，爭取商機。

貳、辦理過程：

一、 IMEX America 展參展情形

(一) IMEX America 展覽情形

IMEX America 展是美洲地區最具代表性的獎勵旅遊及會議專業展，每年吸引各國的會展局、觀光旅遊局、國際性組織、飯店業者等相關業者參展。近年展覽受到疫情影響，109 年停止辦理，110 年為疫後第一次辦理實體展覽，各國皆積極參加，依活動主辦單位統計，共計吸引約 8,605 名與會者，其中包含來自 49 個國家、2,656 名國外業者（Buyers）參觀及洽談，吸引來自 190 個以上的國家、2,200 個以上的參展攤位。

111 年 IMEX America 展於 10 月 11 日至 13 日舉辦，109 年 IMEX America 展因 COVID-19 疫情嚴峻而停止辦理，考量全球疫情尚未停息，展覽辦理地點與 110 年相同，選擇於獲得全球生物風險諮詢委員會之星(GBAC STAR)設施認證的曼德勒海灣度假村(Mandalay Bay)辦理，從場館的標準作業流程、風險評估策略到個人防護設備以及緊急應變措施都符合 GBAC STAR 認證標準，並落實嚴格的場館清潔、消毒及通風等防疫措施。

依活動主辦單位統計，本次展覽共計吸引 12,000 位參觀者，其中超過 4,000 位國外業者（Buyer）、其他目的地組織及媒體等。IMEX 集團董事長 Ray Bloom（Chairman, IMEX Group）表示，本年度參展攤位數達 3,100 個，相較 110 年規模增加逾 40%，主要受到國際間越來越多國家放寬邊境限制，以及約 40%的參展商擴大租用攤位面積等因素，該等擴大攤位的參展商約有 24%來自北美地區、23%屬飯店集團、15%來自歐洲、12%來自亞洲地區，此外，拉美地區及科技應用之參展廠商，在本年展覽也顯著成長，顯見參與展出單位之類型越來越多元，將科技應用於會展活動之趨勢也日趨重要。

	
<p>IMEX America 展覽主辦地點「曼德勒海灣度假村」</p>	<p>IMEX America 展覽活動入口</p>

(二) 我國參展情形

1. 參展團員

為協助我國會展業者爭取商機，並推廣宣傳我國優質的會展環境，每年透過會會展計畫(MEET TAIWAN)整合中央與地方政府資源，與交通部觀光局、臺北市政府觀光傳播局共同設置「臺灣會展形象館」，邀集我國會展、觀光等相關領域業者共同參與，集結相關領域業者之力量與資源聯合展出，擴大參展聲勢並展現整體形象，並提供參展者一站式服務，有效獲得所需資訊與資源。

本次「臺灣會展形象館」共由 8 家業者與 MEET TAIWAN、交通部觀光局共同籌組，名單如下：

序號	單位名稱	單位類別
1.	滿力國際股份有限公司	專業會議籌組公司(PCM)
2.	兆安國際整合行銷股份有限公司	目的地管理公司(DCM)
3.	大臺南會展股份有限公司	場館營運單位
4.	長榮航空	航空公司
5.	中華航空	航空公司

6.	宏祥旅行社	旅行社
7.	交通部觀光局	政府單位
8.	MEET TAIWAN	政府計畫

2. 攤位設計

本次「臺灣會展形象館」係租用四面開的島型攤位，使用面積總計 1,000 平方英尺，攤位設計以「多元」為發想，透過「元=圓」的理念，於攤位上設置直徑約 5 公尺、360 度開放角度的多功能全景式圓頂球幕，內部空間利用投影技術及燈光設計投影，讓觀展者身臨其境於 360 度環景沉浸式的體驗，而此圓頂球幕的設備造型特殊，可吸引路過攤位的觀展者目光、造訪「臺灣會展形象館」攤位。展攤前方以「服務台」形式，於攤位外圍設置我國參展業者專屬之接待桌，針對國外買主洽詢資訊，即時給予回應，另有進一步洽談需求者，可至攤位內以數張小型圓桌組成的公共洽談區進行商談。

「Re-Fresh Taiwan」是 MEET TAIWAN 計畫向國際業者宣告臺灣已準備好迎接後疫情時代、吸引會展主辦單位來臺的行銷活動主題，本次 MEET TAIWAN 在「臺灣會展形象館」攤位的設計主軸，延續「Re-Fresh Taiwan」主題的視覺設計、延伸利用相關宣傳製作物，加強宣傳臺灣重啟會展活動的積極態度與煥然一新的氣象。

此外，綠色永續議題是全球重要趨勢，本次 IMEX America 活動主辦單位也推廣綠色環保、永續發展理念的實踐，「臺灣會展形象館」的攤位設計與搭建也配合落實相關作法，例如：使用永續發展素材搭建攤位，搭建材料主要使用回收再利用資源；文宣資料主要以數位電子檔提供，並可透過 QR Code 下載瀏覽；攤位上使用素材皆可回收再利用，不使用任何一次性的塑膠製品等，透過各項綠色作法，展現臺灣在會展領域順應世界潮流與趨勢、落實永續會展的目標，而「臺灣會展形象館」的攤位也獲得綠色展攤的頭銜。



「臺灣會展形象館」圓頂球幕，該球體直徑約 5 公尺，特殊球體造型置於攤位上，吸引觀展者目光



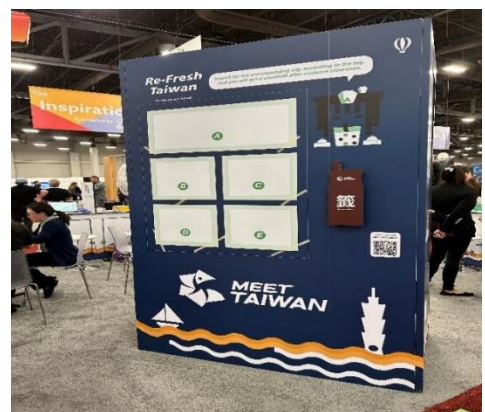
該圓頂球內部為 360 度開放角度的多功能頭螢幕，利用投影技術及燈光設計投影，讓觀展者身臨其境於 360 度環景沉浸式的體驗



「臺灣會展形象館」以「服務台」形式設置於攤位外圍，並於攤位內擺放數張小型圓桌組成的公共洽談區，提供進一步商談。



攤位外圍設置我國參展業者專屬之接待桌，針對國外買主洽詢資訊，即時給予回應。



MEET TAIWAN 在「臺灣會展形象館」攤位的设计主軸延續「Re-Fresh Taiwan」主題的視覺設計，並利用相關製作物加強宣傳。

借鏡其他國家攤位設計之特色，可作為未來行銷設計之參考：



馬來西亞



香港



斐濟



德國



義大利



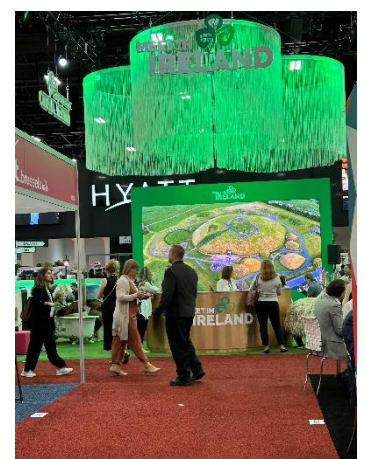
墨西哥



澳洲



英格蘭



愛爾蘭

3. 臺灣會展形象館活動

MEET TAIWAN 計畫在展覽活動開始前 1 個月，即開始透過後臺發送簡訊推播，並與活動主辦單位共同安排團體簡報時段，吸引國際企業前來我國攤位參觀及安排預約洽談。本次展覽活動透過線上預約機制（Pre-Scheduled Appointment，簡稱 PSA）與買主進行 1 對 1 洽談，共計預約 12 場次，另於攤位安排 VIP 買主團體簡報 2 場，共計出席 18 人，現場也與到訪參觀者積極互動，展期間來訪「臺灣會展形象館」之國際買主逾百人。

本次展出期間發掘潛力案源共計 15 案，如：國際單簧管協會（International Clarinet Association）、世界心理社會協會（南非）（World Association for Psychosocial（South Africa））、全國美洲原住民研究協會（National Association of Native Americans Studies）等。

團體洽談名單

	Buyer name	Organization	Job title	Country
1.	Andini Tirtawisata	PT Panorama JTB Tours Indonesia	Head of Leisure	Indonesia
2.	Hannah Pickford	ASN Events	Director of Projects & Business Development	Australia
3.	Latibur Rahaman khan	Hexa Tours & Travels Pvt Ltd	CEO	India
4.	Laxmi Angara	Parry Travels	Business Head	India
5.	Minkyong Kim	Hyundai Dream Tour	Assistant Manager	South Korea

6.	pradeep kumar	globe all india services ltd	head contracting and ops	India
7.	Ruth Hirst	Synergy Effect	Events Producer	Australia
8.	Suparva Uppal	Marriott International		India
9.	Andrew Dolian	MKTG	Senior Director	United States
10.	Ashelyn Roberts Wilson	ConferenceDirect	Global Account Executive	United States
11.	Brett Sterenson	Hotel Lobbyists	President	United States
12.	Casey Parker	Amber Ridge LLC	Chief Operating Officer	United States
13.	Kate Anthony	Preferred Hotels & Resorts	Senior Director of Group Sales	United States
14.	Katia McKennon	Meeting Management Services	Owner	United States
15.	Kelly Gallagher	Canvas Meetings & Incentives	VP, Marketing	United States
16.	Myrna LeVert-Vasquez	Canvas Meetings & Incentives	Account Manager	United States
17.	Noreen Cournoyer	Mechanical Contractors Association of America	Associate Director, Conference Services	United States
18.	Stephanie Krzywanski	JR Global Events	Partner & COO	United States



我國參展業者於圓頂球幕中進行團體簡報，就我國優質會展環境及該等公司之專業服務進行宣傳介紹，上圖左為專業會議籌組公司-滿力國際股份有限公司張副總經理進行簡報，上圖右為大臺南會展股份有限公司/集思國際會議顧問有限公司 Adam 資深經理進行簡報說明。

(三) MEET TAIWAN 參與展覽永續活動

聯合國政府間氣候變化專門委員會（Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC）於去年 8 月發布氣候變遷第 6 次評估報告（IPCC AR6）指出，人為活動所造成之全球暖化現象和氣候變遷衝擊已無法逆轉，也是造成地球出現極端氣候現象的主要因素。去年於英國舉行之聯合國氣候峰會（COP26），也被認為是人類史上最關鍵之氣候峰會，各國政府若不積極作為，勢必將面對更加嚴重的自然災害，而我國也在去年世界地球日時宣示 2050 達成淨零碳排之目標，顯見「永續發展」是各國基本共識與努力目標，並共同為地球善盡公民責任。

IMEX-America 活動主辦單位近年積極推廣永續展覽及相關綠色作法，除了在網站上公告有關於展前、展中及展後之多項永續會展

的建議作法，本年也延續了去年的 Campaign 「People and Planet Pledge」，將推廣對象分為一般展覽參與者及參展廠商，邀請大家在展覽活動中透過簡單的行動發揮影響力，共同響應愛護地球的責任與承諾。而登記參與活動的參展攤位，將獲得活動主辦單位將提供一枚綠色貼紙顯示綠色攤位編號，該綠色貼紙將標示於攤位前方的地板上，並被列進「IMEX-EIC 地球村」(IMEX-EIC People and Planet Village)名單中，以展現對於綠色會展的支持。

「人類與地球的承諾」活動提供的綠色永續建議作法，範圍包括：建議使用永續建材、永續餐飲、減塑、交通減碳、性別平權等，列舉具體項目包含：

- 閱讀並支持 IMEX 行為準則 (IMEX Code of Conduct)
- 鼓勵在展覽活動多參與多元化、公平與包容性或永續議題的教育課程
- 在行程中減少碳排放，盡量使用大眾運輸工具或走路至展覽會場
- 選擇綠色飲食(sustainable food)，例如在飲食菜單挑選區域性、有機、省水、蔬食等餐點
- 在展覽會議中，與各與會者就永續發展的議題進行意見交流
- 參觀 IMEX-EIC 地球村，IMEX-EIC 地球村展示了 IMEX 集團的企業社會責任和永續發展計畫，並分享相關經驗分享，以供其他企業觀摩借鏡，提高企業的社會責任。
- 隨機行善，例如在排隊買咖啡時協助指路，或捐贈予當地的慈善機構
- 將不需要的物品放入捐贈箱，離開時將展證投入大會所提供的回收箱

我國「臺灣會展形象館」攤位亦響應實踐上述活動主辦單位推廣之綠色會展活動，並獲得參與永續活動的攤位獲得綠色地貼標示，

MEET TAIWAN 也登記積極參與該項活動，被活動主辦單位列名於 People & Planet Village 的綠色攤位(Green Booth)感謝區名單，以展現對於綠色會展的支持。本次「臺灣會展形象館」於活動中選擇以下 4 項作法予以實踐：

1. 請裝潢廠商使用永續性的攤位建材，並盡量減少建材的浪費。
2. 與攤位夥伴閱讀並分享 IMEX 行為準則(IMEX Code of Conduct)，主要針對多樣性及包容性 (Diversity and inclusion statement ，不歧視性別及人種、不打斷他人發言、避免不經允許的肢體碰觸等) 提出論述。
3. 鼓勵現場參展工作人員下載 TraffikCam App ，藉由將自己所住的旅館拍照並上傳，協助警察辦案，杜絕並阻止性交易。
4. 選擇對永續盡責的旅遊方式 (Travel responsibly)，選擇低碳排的旅遊方式 (如：腳踏車、步行等) 來參加展覽活動。



People & Planet Village
MEET TAIWAN 被列名 Green Booth
感謝區

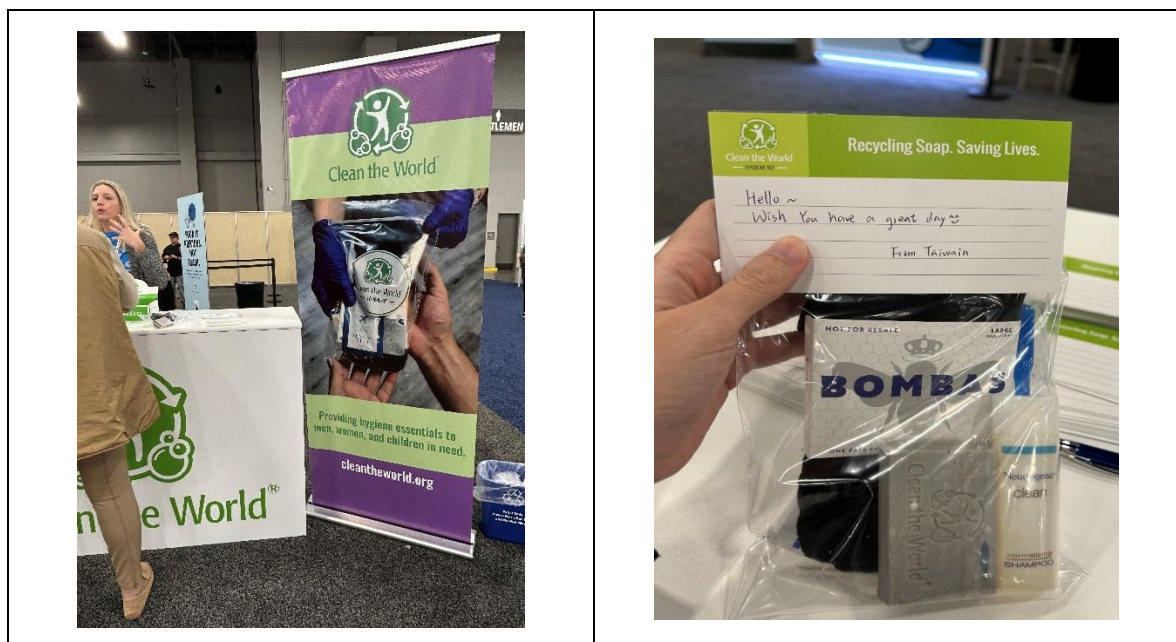
參與永續活動的攤位獲得綠色地貼標示

(四) 提倡展覽對社會的正面影響力

IMEX America 主辦單位強調，展覽對於舉辦當地不僅帶來經濟

效益，而應該對於當地社會也應發揮正向的影響力。本次 IMEX America 主辦單位在 People and Planet Pledge 永續會展專區進行兩個與目的地社群(community)相關之公益活動，分別為童書捐贈、衛生消毒包贈送兩項活動，簡述如下：

1. 童書捐贈：該活動與 Spread the Word Nevada 公益團體合作，該公益團體致力於促進兒童閱讀運動，該團體自 2001 年成立以來，已捐贈超過 620 萬本兒童讀物予內華達州低收入家庭兒童。IMEX America 主辦單位於永續會展專區設置角落，供與會者捐贈童書，並於會後提供給前述團體運用。
2. 衛生消毒包贈送：該活動與 The Shade Tree Shelter 公益團體合作，該團體為拉斯維加斯地區受暴婦女、兒童、寵物提供 24 小時庇護服務之組織團體。本次於展中活動主題為 Clean the World，現場提供環保肥皂、牙刷、牙膏、酒精棉片等個人衛生消毒用品，並邀請與會者「打包成禮品袋」並寫祝福小卡片，贈送給受該組織庇護之婦女及兒童，藉此表達展覽活動與會者對於他們之關懷。MEET TAIWAN 亦於展覽現場響應此活動，並於祝福小卡片上標註 Love from Taiwan，表達來自臺灣的愛與祝福。



Clean the World 主題活動於現場提供環保肥皂、牙刷、牙膏、酒精棉片等個人衛生消毒用品，並邀請與會者「打包成禮品袋」並寫祝福小卡片，贈送給受該組織庇護之婦女及兒童。



IMEX America 主辦單位於永續會展專區設置角落，供與會者捐贈童書，並於會後提供給前述團體運用。

(五) 2023 年會議及活動趨勢

IMEX America 展覽活動週邊辦理非常豐富多元的論壇及教育課程，其中包含報告「2023 年會議及活動趨勢」(2023 Meetings and Events Trends)議題，吸引眾多人潮前往瞭解最新會議及活動報趨勢。

該報告指出，2023 年對所有會議及活動業者來說，是非常期待的一年，因為許多面對面的實體會議，正將蓄勢待發的重新舉辦，而多數受訪者對於未來的發展感到樂觀，也預計實體活動的數量將在 1-2 年間恢復到全盛時期的水準。經過過去幾年的經驗，技術的顯著進步、永續發展及多元包容議題，逐漸成為會議及活動產業的重要趨勢，並提出重點歸納如下：

1. 重返實體活動：

自 2020 年 COVID-19 疫情爆發後，會議及活動主要改採虛擬線上

方式進行，歷經 2 年時間，2022 年實體活動的數量已逐漸增加，並預計 2023 年辦理實體活動的比例會再持續遞增。檢視 71% 活動報告提及，辦理線上會議及活動的主辦單位已盡最大努力，但虛擬線上活動很難完全複製面對面活動的真實體驗，甚至有 95% 的參展商表示，他們更喜歡的是面對面的實體交流，而非虛擬活動。

依據上述調查預測，2023 年的會議及活動雖然仍會透過線上方式舉辦，但面對面的實體交流活動，將會是許多企業的辦理首選。

2. 創造參與者的真實體驗

由於會議及展覽活動已受限使用線上虛擬型態舉辦，參與者相當渴望真實而難忘的體驗。2023 年的活動主辦單位於現場活動充分利用各項技術與工具，例如打造「元宇宙」沉浸式的環境，為出席者創造最佳體驗，進而發掘潛在商機與獲得實際的投資回饋，另將活動內容「遊戲化」將是推動出席者參與度的有效作法。

3. 永續環保活動

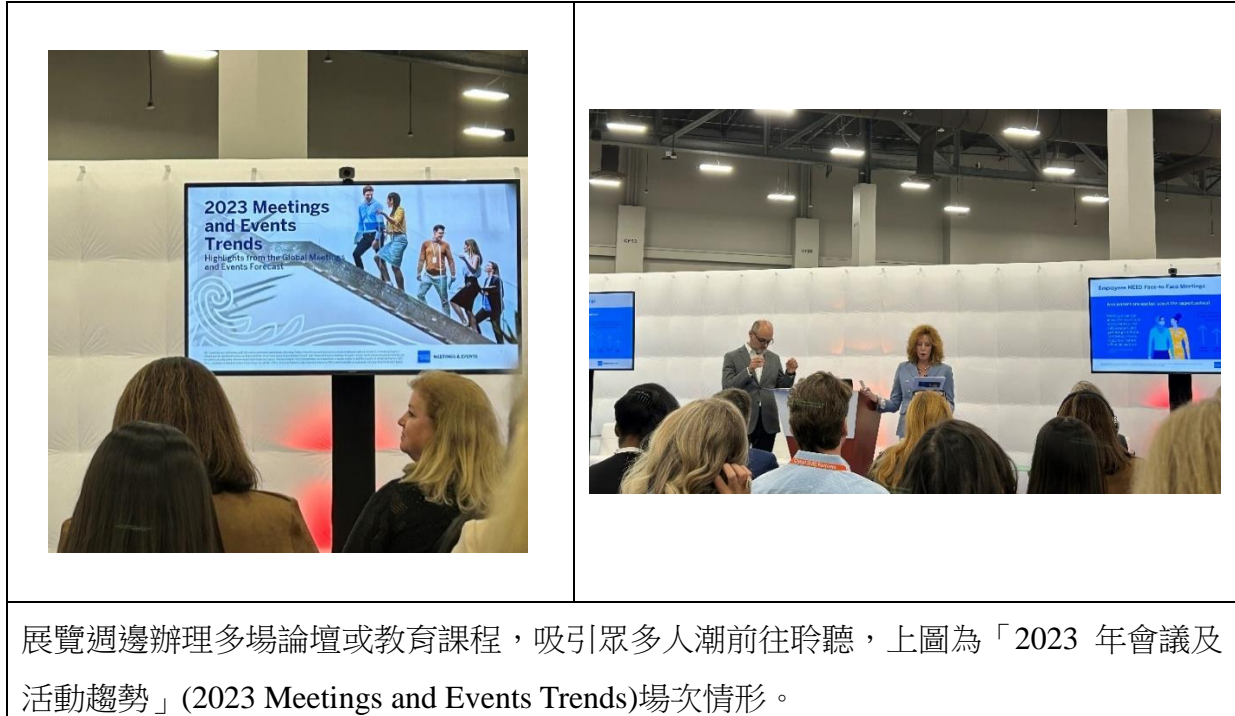
在 2022 年的各項會議及活動中，我們可以看見氣候危機和永續發展已成為核心的討論議題，並且在各項活動中具體落實。因此，在 2023 年，環保意識已不再是「可有可無」的，而是每個人必須盡一份心力的責任。

4. 採用先進的活動科技或技術

現實(AR)和虛擬實境(VR)已成為目前活動中越來越流行的科技技術，虛擬實境的技術在教育領域也有所應用，相信活動中應用的趨勢會越來越有創意。

而線上虛擬會議及活動的辦理，能參與的人員來自世界各地、越來越廣泛，這現象也迫使主辦單位必須克服來自各地出席者語言的障礙，現場提供即時翻譯也是 2023 年活動必須重視的問題。

此外，一站式的活動平台可以讓參與者有更便利的體驗，一站式的平台建議應涵蓋：活動註冊流程、電郵通知、活動票務及展證、數據蒐集等功能。



(六) 科技廠商攤位導覽

本項活動為 IMEX America 主辦單位所設計，於展覽期間每日上、下午各安排 1 場科技廠商導覽(Tech Tour)，由主辦單位安排路線及拜訪廠商，帶領與會者拜訪科技廠商攤位聆聽解說或實際體驗。MEET TAIWAN 計畫參與展覽第二天下午場的導覽，主要參觀 3 家廠商，分別為 GetRegistered, Zenus AI 及 Encore，參訪情形簡述如下：

1. GetRegistered 為一活動登錄系統，提供會展活動主辦單位模組化的登錄網站功能。該公司創辦人強調本身即曾經為會展活動主辦單位，能完全掌握、了解主辦單位的需求 (Built by event planners, for event planners)，因此研發出主辦單位易上手、直覺化的操作系統，可在最短时间内快速建立活動網站的登錄系統。
2. Zenus AI 為一人工智慧人臉辨識公司，該公司提供人臉辨識軟硬體

設備，主要可分析會議活動與會者之年齡、性別、情緒等 3 大要素，並且透過公司自行研發之軟體，將與會者之情緒表現，與會議主講者之演講進行連結。透過 Zenus AI 人臉辨識系統分析表情情緒，歸納出與會者對於演講內容的反應(高興、認同、憤怒、困惑、困擾等情緒)，讓主辦單位掌握會議內容的妥適性並給予演講者有科學根據之回饋。該公司亦強調人臉辨識技術皆去識別化，對於個資保護是完善的。

3. **Encore Global** 為一家大型活動公司，提供活動策略、設計、規劃、執行等服務，亦提供數位、線上、混合活動籌辦之服務。該公司於展中租用超大面積(約 45 個攤位，4,300 平方英尺)，並透過實際體驗活動來展現公司服務。該公司展示區分為 3 個部分：平板問題互動區、曲面 LED 螢幕展示區、交流香檳區。體驗者活動一開始時皆配置 1 臺平板，進入「平板問題互動區」時掃描牆面上 QR Code 答覆問題(如:「組織改革時最大阻力為何?」、「數位轉型在活動中扮演的角色比重為何?」等問題)，體驗者答覆的關鍵字同步出現在牆面上投影的文字雲。接著體驗者進入第 2 個區域「曲面 LED 螢幕展示區」，現場噴灑乾冰並出現叢林的畫面，體驗者彷彿置身野外，現場音樂燈光增添神秘感，藉此展現 **Encore Global** 製造沉浸式體驗之專業服務。最後「交流香檳區」則為整體活動最後一個階段，該公司人員與體驗者互動、說明公司服務，並提供香檳氣泡酒營造輕鬆互動氛圍。



本次展覽有設置「Tech Hub」由科技廠商提供相關技術服務介紹，顯見科技應用於會展活動已為不可或缺的一環。



與我國參展業者前往科技廠商導覽(Tech Tour)，聽取科技廠商介紹其產品資訊。



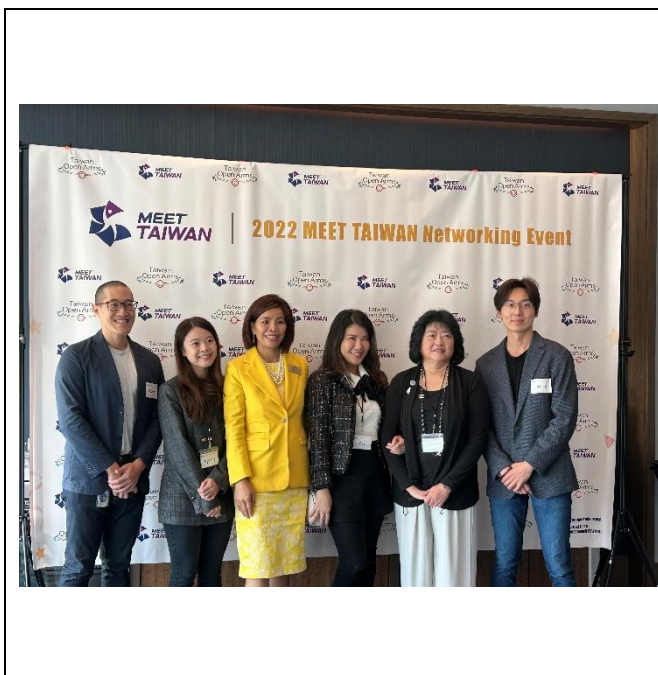
體驗 Encore Global 活動公司沉浸式體驗之專業服務，圖為曲面 LED 螢幕展示區並透過噴灑乾冰、叢林的畫面、現場音樂燈光等效果增添神秘感，讓體驗者彷彿置身野外的沉浸式體驗。

二、「MEET TAIWAN Networking Event」延伸交流會

本次活動出席共 41 名與會者，其中包含舊金山灣區著名企業代表如：Meta Platform、Amazon 及 Lyft 等，另亦有多名當地貴賓參與共襄盛舉，如：駐舊金山台北經濟文化辦事處朱副處長永昌、中華民國僑務委員會吳委員怡明、世界華商經貿聯合總會杜總會長兆明等。另為增加活動豐富性，本次特別邀請台北晶華酒店提供 3 份住宿卷於活動尾聲抽獎，並由朱副處長、吳委員等貴賓代表頒獎。

會後 Meta 代表 Robert Chen 表示公司通常有小型 offshore meeting 實體會議，與會人員國際化程度高，透過本次交流會瞭解本局 MEET TAIWAN 計畫服務相當受用；舊金山台商會張家豪會長表示，明年預計帶領台商團體回台參訪，並安排相關研討會議，將洽本局 MEET TAIWAN 計畫瞭解更多。

我國推廣團團員亦紛紛給予本次活動正面肯定，由於本次洽邀的企業產業多元，團員均表示可以從不同的面相更進一步蒐集到北美地區針對會議獎旅活動之需求及期待，進而協助渠等精進推廣業務。



當地業者出席時，於入口處與 MEET TAIWAN 背景布幕合照。



我國推廣團團員向當地業者介紹臺灣優質會展環境，包含硬體設施與精緻服務。



本次活動貴賓合影留念



所有業者共同合照



交流會簡報環節

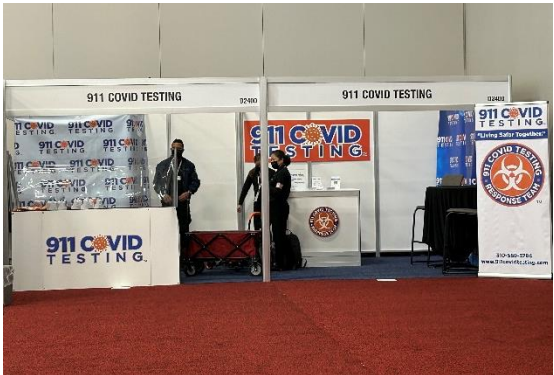



我國業者與國外與會者於現場交流

參、心得及建議

一、 疫後活動逐漸復甦，防疫規範逐步鬆綁

目前我國為防疫安全，仍有佩帶口罩之要求規定(註：中央流行疫情指揮中心已放寬自 111 年 12 月 1 日起戶外免強制佩戴口罩之規定)，根據觀察 IMEX America 展防疫情形，多數參與者已無佩戴口罩，僅零星於亞洲國家(我國、日本)攤位有佩戴口罩，顯見國際間防疫限制已逐漸鬆綁。惟 COVID-19 疫情仍未完全平息，展覽活動現場仍有設置 COVID-19 檢測攤位，以及各出入口設置酒精或乾洗手等設備，供參與者手部清潔消毒使用。

	
展覽活動現場仍有設置 COVID-19 檢測攤位	各出入口設置酒精或乾洗手等設備，供參與者手部清潔消毒使用

另依據 IMEX America 活動新聞稿，本年度展覽參展情形踴躍，與 COVID-19 疫情發生前之 108 年度相比，展覽整體規模約縮減 6%，顯示國際間之會展活動已逐漸邁入正常化，各國已開始積極爭取疫後的會展商機。

在各國疫苗覆蓋率逐漸提升後，由於我國在防疫上的良好表現，國際買主對「臺灣」做為優質會展目的地有相當高的評價，不論是參展或辦理活動時，都能感受到全球買主來臺的渴望。後疫情時代之獎勵旅遊發展，將由大型化及制式化行程走向小型化、精緻化及主題化的體驗，為呼應

永續會展的主軸，本計畫將與地方政府合作，設計融合地方創生元素及聯合國永續指標概念之「永續獎勵旅遊示範行程」，帶動地方會展發展，並打造我國成為海外獎勵旅遊首選目的地的。

二、 展覽週邊活動及論壇場次眾多，結合鄰近場域吸引大型活動來臺舉辦

IMEX America 展覽週邊辦理許多的教育課程及論壇，並利用「曼德勒海灣度假村」廣闊的場地辦理豐富的周邊活動，帶給參與者難忘的互動體驗，充分展現一項大型展覽活動的舉辦，需有大量的附屬空間或分場會議室辦理周邊活動及論壇、課程之需求，並需可容納大量的參與者。



臺灣地狹人稠、土地資源有限，興建之展覽館無法與國外展覽館動輒數十萬平方公尺之規模相比，建議可聯合展覽館附近的飯店或會議設施，共同合作爭取國際大型會議或展覽活動來臺舉辦。

例如，南港展覽館 1 館目前為國內最大展覽館，1、4 樓展場共計 2,467 攤，4 樓展場又稱「雲端展場」，為無柱挑高空間並分為 3 大區，每區約可容納 6,000 人；南港展覽館 2 館為 3 層展覽館，1 樓、4 樓及 7 樓共計 2,360 攤，其中 7 樓為星光會議中心，為挑高無柱空間，可容納 3,240 人。目前國內大型展覽或國際年會等活動，係透過聯合使用南港展覽館 1 館及 2 館之空間使用，得足以滿足大型活動之空間需求。

未來鄰近南港展覽館 1、2 館將有漢來大飯店及三井集團 LaLaport 等大型設施之開發開幕營運，建議該等大型設施營運單位，應可共同合作提供充足的活動辦理空間，俾有機會爭取更大型的國際活動在臺舉辦，帶動更蓬勃熱絡的商機與產業發展。

三、科技應用為會展重要趨勢，我國應持續強化會展產業數位實力

根據美國運通《American Express 2021 Global Meetings and Events Forecast (2021 全球會議及活動調查報告)》顯示，全球多數會展業者認為，將科技融入會議及活動中，更能提升與會者體驗。當預算增加時，提升活動現場體驗持續被列為最優先投入預算的項目，其次則是提升科技應用。根據調查中的各項數據顯示，「新科技」為會展活動不可或缺的一環。本次 IMEX America 展覽亦展現科技應用於會展活動的重要性，展中有設置「科技專區」，由多家科技服務的廠商展出相關會展科技服務技術，讓會展業者可應用於會展活動、增加活動的豐富性。

另「2023 年會議及活動趨勢」報告亦有提及，線上展覽活動的舉辦擴大了世界各地的參與者加入，會展活動主辦單位需克服讓參與者都能即使理解的「多元語言」問題。而本次 IMEX America 展覽即展現主辦單位應用科技技術克服多元語言的需求，在周邊論壇及教育課程都提供多元語言即時翻譯服務，在入口處提供一個 QR Code 讓參與者掃描，並有多達 36 種語言可選擇，現場演講者的內容將即時翻譯成所選語言，在手機或使用裝置上以文字呈現讓參與者即時瞭解。經實際使用英文翻譯成

繁體中文之情形，該翻譯軟體的精準度較不足，許多產業的專有詞彙並無法精準呈現，使用者並無法完全依賴此即時翻譯技術瞭解現場演講內容。

本局為協助我國會展產業數位轉型，自 111 年起執行 4 年期的「EXPO-TECH 數位展覽領航計畫」，其中受輔導業者自提的科技服務方案中，亦包含即時語言翻譯器技術，可提供中、英、日、韓等 4 種語言的翻譯功能。參考國際間的會展技術發展，我國所使用之技術未來可再持續強化，發展更多元的語言供各地參與者使用，並可強化翻譯技術的精準性，發揮更有效的服務成效。

	
<p>各論壇及教育課程入口設置多元語言的即時翻譯服務 QR Code</p>	<p>可選擇多達 36 種國家/區域之語言</p>
	
<p>惟經實際使用，其翻譯精準度有待提升，使用者並無法完全從翻譯文字中理解演講者講述內容。</p>	

四、 爭取較接近出入口與主走道攤位，吸引較多業者參觀

IMEX America 展場出入口最中間的攤位皆為飯店業者，亦為展覽期間人潮聚集最多、最熱絡之區域。其餘國家的會展局單位，則依洲別分配，亞洲區為離出入口最遠的區域，而臺灣的攤位又為亞洲區的角落位置。我國雖以特殊的圓球幕造型設計攤位，惟因攤位位置較偏遠，導致路過攤位順道瞭解臺灣的機會較少，前來攤位者多為事前預約商洽之業者。倘未來仍有國際參展機會，建議留意攤位位置之安排，以達到更好的參展效果。

	
<p>飯店區為人潮最多的區域，各飯店業者之攤位洽詢桌幾乎客滿</p>	<p>非位於主走道之攤位人潮則明顯較少</p>

五、 鼓勵地方政府聯合參展，擴大宣傳氣勢並凸顯地方特色

觀察本次 IMEX America 展攤位，部分攤位係以「城市」名義自行租用攤位展出，例如：日本包含 Japan 及該國城市「東京」Tokyo 兩攤位、韓國包含 Korea 及該國城市「首爾」(Seoul)，以城市名義自行租用攤位參展，除可擴大國家館參展聲勢，並可展現城市特色。

我國未來除以國家名義參展，亦可鼓勵地方政府自行租用攤位，與中央聯合展出，根據各地特色以多元形式推出不同的臺灣地方會展意象，結合產業發展、歷史人文、在地印記等元素，加強宣傳地方城市會展、獎

旅資源，發掘在地專屬魅力。



除國家攤位外，首爾、東京、倫敦等攤位皆以城市名義參展，更能展現城市獨特魅力。