

(出國類別：開會)

出席 2023 年  
第 53 屆旅遊暨觀光研究協會 (TTRA)  
年會暨研討會報告

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：陳編審瑛璟

派赴國家：美國

出國期間：112 年 6 月 10 日至 6 月 16 日

報告日期：112 年 8 月 15 日

## 摘要

旅遊暨觀光研究協會（Travel and Tourism Research Association，簡稱 TTRA）成立於 1970 年，由政府觀光單位、教育學術單位、觀光研究諮詢單位及旅遊相關業者等組成之非營利國際性觀光研究組織，致力於觀光旅遊行銷研究發展。我國於 1977 年以「中華民國交通部觀光局」名義加入該協會「組織會員」，並於今（2023）年續由企劃組吳組長潔萍及曹組長逸書擔任組織成員。本局為獲取旅遊新知，搜集國際資訊，每年均爭取與會。

2023 年第 53 屆年會，匯聚行業和學術界的菁英，於 112 年 6 月 13 日至 15 日於美國密蘇里州聖路易斯市(St. Louis, Missouri)舉行，本屆主題聚焦在「邁向未來的道路：研究、數據與科技如何改變旅遊目的地組織制訂戰略決策之方式(Gateway to the Future. How research, data & technology are changing the way strategic decisions are made by destination & tourism organization.)」，為期三天的研討會透過專業演講深入討論旅遊暨觀光研究、數據和技術的最新趨勢和發展，並在會中有機會與其他專業人士交流，向業界頂級專家學習，獲得寶貴的洞察見解，幫助未來在自己的組織中做出更明智的策略及分析。

# 目次

摘要.....	1
圖次.....	III
壹、前言.....	1
一、參與動機.....	1
二、目的.....	3
貳、TTRA 運作.....	4
一、成立宗旨.....	4
二、會員組成.....	4
三、組織特色.....	5
(一)定期舉辦國際與地方會議.....	5
(二)學界論文集錦/知識共享.....	5
(三)贊助商/參展商行銷.....	6
(四)獎勵計畫.....	6
參、TTRA 年會.....	7
一、會議舉辦城市：聖路易斯 (St. Louis).....	7
二、議程.....	9
三、歷年投稿發表.....	13
(一)2020 年年會投稿.....	13
(二)2021 年年會投稿.....	13
(三)2022 年年會投稿.....	13
肆、TTRA 研討會分享概況.....	14
一、共同研討會：如何透過大數據及市場研究合作，共同推動行銷與策略.....	14
二、擁抱差異實現多元共融，促進旅遊業的團結.....	15
三、學術書面研討會(Ideas Fair).....	17
四、對於在地居民的觀光效益—社區、永續性和經濟成長.....	17
五、利用線上平台(OTA)數據衡量永續旅遊.....	18
六、從旅客上傳照片解析目的地意象-Q方法論.....	20
七、疫後豪華旅遊趨勢.....	21
八、開幕晚會—Cardinals Nation 餐廳.....	21
九、晚間派對(Evening Party) - Drinks and TTRA BAND.....	22
十、安海斯-布希啤酒廠(Anheuser-Busch Brewery)之旅.....	23
十一、TTRA 研討會會場.....	24

伍、感想及建議 .....	25
一、產官學共同協力，數據帶動區域旅遊 .....	25
二、健全觀光場域，實現多元共融 .....	26
三、打造旅遊目的地品牌，創造觀光資產和價值 .....	27
四、積極運用文章發聲，國際組織看見臺灣 .....	27

## 圖 次

圖 1	2023 年 Q1 各區域國際旅客人次趨勢（相較 2019 年） .....	3
圖 2	TTRA 2023 International Conference .....	3
圖 3	2023 年國際會議註冊收取費用情形 .....	5
圖 4	2023 年贊助廠商 .....	6
圖 5	觀光接駁巴士 .....	8
圖 6	大拱門（Gateway Arch） .....	8
圖 7	共同研討會 .....	15
圖 8	多元化、公平和共融(DEI)分享簡報 .....	16
圖 9	學術書面研討會 .....	17
圖 10	目的地管理組織(DMO)分享簡報 .....	18
圖 11	學術分組研討—從旅客上傳照片解析目的地意象 .....	20
圖 12	開幕晚會 Cardinals Nation 餐廳 .....	22
圖 13	晚間派對—TTRA BAND .....	23
圖 14	安海斯-布希啤酒廠 .....	23
圖 15	TTRA 研討會會場 .....	24

# 表 次

表 1 2023 年會議程.....	9
--------------------	---

# 壹、前言

## 一、參與動機

依據聯合國世界觀光組織（UNWTO）公布 World Tourism Barometer，基於釋放先前被壓抑的旅遊需求、航空產業復甦以及近期中國和其他主要亞洲市場重新開放，預估北半球觀光產業將於 2023 年夏季強勁復甦，2023 年第 1 季國際入境人次（International tourist arrivals）復甦至疫情前(2019 年)80%，國際觀光產業將在 2023 年全面復甦，而 2022 年全球超過 9.6 億旅客跨境旅遊，復甦至疫情前(2019 年)66% 水準，且為 2021 年的兩倍。2023 年雖因金融產業動盪、通貨膨脹和持續 3 年的 COVID-19 等不利因素，國際觀光產業仍展現韌性，同時隨著越來越多國家無旅遊限制，從 2022 年入境人數可明顯反映復甦的強勁，從 2022 年第一季的-59%（相較 2019 年）復甦至第四季-28%。而 2023 年第 1 季與 2022 年同期相比，顯示 2023 年初的強勁復甦，國際觀光產業成長 86%，共計 2.35 億旅客跨境旅遊，是 2022 年同期的 2 倍以上。

2023 年第 1 季中東地區表現最強勁，超越疫情前水準 15%，為全球第一個完全復甦至疫情前水準。歐洲由於大量的內部需求，2023 年第 1 季復甦至接近疫情前約 9 成水準。非洲和美洲的入境人次分別復甦至 2019 年的 88%和 86%，而亞太地區由於與疫情相關的限制較為嚴格，入境人次則復甦至疫情前的 54%。根據 IATA 的數據，截至 2023 年 2 月，國際座位容量（international seat capacity）和乘客需求量都復甦至 2019 年的 80%水準。

2022 年國際旅遊收入達 1 兆美元，較 2021 年成長 50%，復甦至疫情前的 64%，大多數目的地 2022 年國際旅遊收入大幅增長，甚至部分地區漲幅高於入境人數的增長，原因包括旅客停留時間延長，導致每次旅行的平均支出增加、旅客願意在旅遊目的地花費更多，以及由於通貨膨脹導致的旅行成本增加。歐洲 2022 年旅遊收入達 5,500 億美元，為疫情前的 87%水準。非洲復甦至疫情前的 75%，中東 70%，美洲 68%。由於長期關閉邊境，亞洲 2022 年旅遊收入僅為疫情前的 28%。

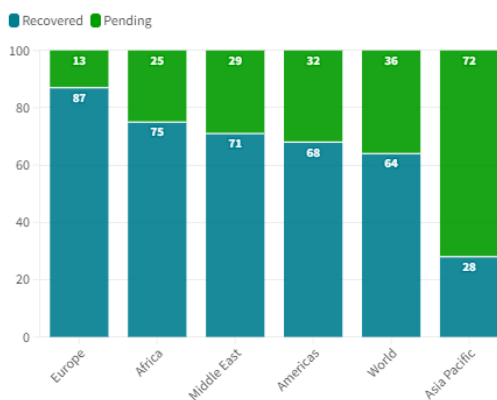
隨著旅遊目的地和市場開放，尤其是亞太地區的需求釋放，國際觀光產業將在 2023 年復甦。UNWTO 調查顯示，70%專家預估 2023 年 5 月至 8 月的表現會更好國際觀光產業會表現得會更好。然而，多數專家(61%)也認為國際觀光產業要到 2024

年或 2025 年之後，才能復甦到 2019 年的水準。儘管 COVID-19 與健康相關的風險依然存在，但世界衛生組織於 2023 年 5 月 5 日宣布，COVID-19 現在是一個持續且既定的問題，不再是構成國際關注的突發公共衛生事件。

UNWTO 在 2023 年 5 月發布的前景預估顯示，2023 年國際旅客人次將達到疫情前的 80%至 95%（較 2019 年-20%至-5%）。歐洲和中東預計會達到或超越疫情前（2019 年）的水準（如圖 1）。然而，影響旅遊復甦的阻礙仍然存在，尤其是經濟環境（包括高通膨、高利率、油價和食品價格飆升，以及全球緊縮的恐懼）和地緣政治因素，以及勞力短缺也存在風險。因為經濟環境影響，旅客將傾向尋求物超所值和離家近的旅遊方案。另外，由於旅客對戶外活動、親近大自然、鄉村旅遊，以及離家較近的旅遊目的地需求增加，國內旅遊持續帶動觀光復甦，尤其是擁有龐大國內市場的旅遊目的地，如中國、日本。亞洲市場的重新開放有助於鞏固觀光產業 2023 年的復甦，尤其中國旅遊的恢復短期內將大幅影響亞洲旅遊市場。

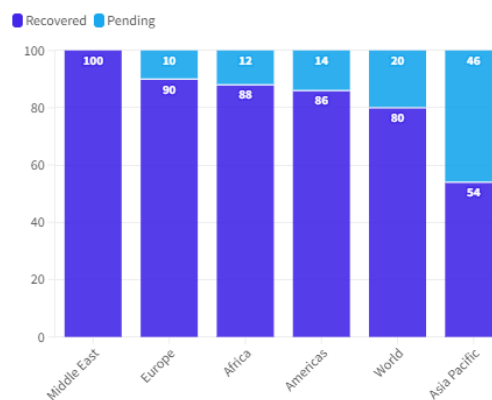
世界觀光組織（UNWTO）報告揭示：國際觀光業在 2019 年疫情後，2023 年國際觀光產業持續復甦，國際觀光在 2023 年第 1 季國際入境人次恢復至疫情前的八成，我國於 2022 年 10 月 13 日邊境放寬，2023 年第 1 季共計 110.9 萬入境人次，恢復至疫情前的 38%。2022 年國際入境人次 9.6 億人次，復甦至疫情前 66%，國際旅遊收入約 1 兆美元，已復甦至疫情前 2019 年的 64%。我國 2022 年來台旅客 89.6 萬人次，復甦至疫情前 2019 年 1,186.4 萬人次僅 7.5%，至於國際旅遊收入部分我國為 17.8 億美元，為疫情前的 12.4%。為期洞察先機，以供我國觀光發展之精進作法，爰定期參與國際觀光旅遊相關協會所舉辦國際年會，以掌握全球觀光市場脈動。

**International tourism receipts:  
Percentage of 2019 levels recovered  
in 2022(%)\***



Source: UNWTO, \* Percentage of 2019 receipts recovered in 2022, calculated in US dollars (preliminary data).

**International tourist arrivals:  
Percentage of 2019 levels recovered  
in Q1 2023 (%)\***



Source: UNWTO, \* Percentage of Q1 2019 arrivals recovered in Q1 2023 (provisional data).



## International Tourist Arrivals, World and Regions

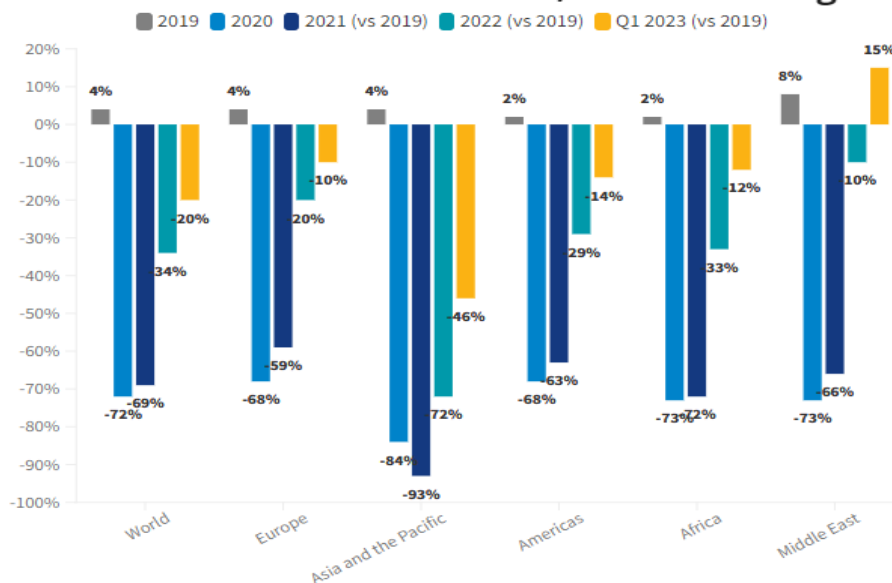


圖 1 2023 年 Q1 各區域國際旅客人次趨勢（相較 2019 年）

## 二、目的

TTRA 致力於研究觀光旅遊行銷計畫及發展，並以提高旅遊研究及效能為宗旨，每年 6 月舉辦的年會，是全球觀光學術、產業及政府研究成果發表與經驗交流之主要會議之一，年會暨研討會並提出最新的旅遊動態和旅遊研究結果。今(2023)年為第 53 屆，並鼓勵從旅遊研究廣度的創新、智慧、永續的旅遊目的地，以及顛覆性科技、先進創新及消費者行為的新視角等主題去探討（如圖 2）。



圖 2 TTRA 2023 International Conference

交通部觀光局藉由年會與來自世界各國的會員互相交流、分享經驗，俾助瞭解最新觀光趨勢及發展方向，並與各國學者、業者及觀光管理機構意見交換、汲取新知。本局亦藉由參與國際會議，更廣泛搜集全球觀光相關發展及營運資料，以及更瞭解到各國實務作業等，將觀光運作之創新思維，做為我國觀光產業發展之借鏡。

## 貳、TTRA 運作

### 一、成立宗旨

該會成立於 1970 年，係由政府觀光單位、教育學術單位、觀光研究諮詢單位及旅遊相關從業者、供應商（如航空公司、住宿、景點、度假村、運輸公司、公關公司、廣告公司、媒體、旅遊研究顧問、政府旅遊、會議機構、大學和其他對旅遊研究感興趣之組織及專業人士、營銷公司等）等，計 700 多個會員，共同參與組成之非營利國際性觀光研究組織。該協會致力於觀光旅遊相關研究、行銷計畫及旅遊數據分析之發展，並以提高旅遊研究及決策效能為宗旨。TTRA 總部設於美國密西根州，是美國觀光領域最大的研究協會，共有 8 個分會，包括亞太分會、加拿大分會、歐洲分會，及在美國境內的中部各州分會、大西部各州分會、東北部各州分會、東南部各州分會、夏威夷分會等，提供本地化的資訊和交流機會，並設有網站 <http://www.ttra.com>，定期揭露該協會重要訊息。

### 二、會員組成

該協會於 2023 年更新其會員架構模式，將其原本較為複雜之分類進行簡化，僅區分為組織會員（Organization Membership）、首要個人會員（Premier Individual Membership）、學術標準個人會員（Academic Standard Individual Membership）、學生會員（Student Membership）（如圖 3）。尤其對於組織會員而言，新的會員定價模型消除了複雜的計算，且於同一組織下一年最多可登入 25 個帳號的統一費率，促使各組織內部更多人能夠參與到 TTRA 資源與服務。

會員來自世界各國，以美國、加拿大為主，其次是歐洲（奧地利、比利時、愛沙尼亞、法國、愛爾蘭、義大利、荷蘭、羅馬尼亞、瑞士和英國）、亞洲（中國、香港、日本、新加坡、韓國、臺灣和阿聯酋）、非洲（埃及、尼日利亞、南非和蘇丹）、澳洲和紐西蘭等。

## JOIN TTRA

TTRA is the leading advocate for higher standards in travel and tourism-related research, analysis, and marketing. For over 50 years, TTRA has been the industry's leader for go-to, evidence-based, global travel and tourism data and analysis. **TTRA unites the best and brightest from the travel and tourism research community.** University academics, professional practitioners, and research experts become members of TTRA to network, collaborate, learn, and ideate with colleagues from across the globe.

Travel and tourism professionals need world-class research to make informed decisions. TTRA is where they find it.

TTRA's updated membership structure offers better value and more inclusive opportunities for members to access our resources and community. For organizations, the new pricing model eliminates complex calculations and offers a flat rate of \$999 for up to 25 individuals, making it easier to budget and plan for membership. By investing in our resources and community, TTRA is positioning itself to continue to be a leader in the travel and tourism industry. We are committed to providing the highest quality resources and services to our members. With the updated membership structure, TTRA is dedicated to providing valuable opportunities for our members to grow and succeed. Join us and become a part of a community that is shaping the future of the travel and tourism industry!

### ANNUAL MEMBERSHIP DUES:

TTRA offers multiple membership categories to fit the needs of our members:

1. **Organizational Membership: \$999** [JOIN/RENEW NOW](#)
2. **Premier Individual Membership: \$499** [JOIN/RENEW NOW](#)
3. **Academic Standard Individual Membership: \$319** [JOIN/RENEW NOW](#)
4. **Student Membership: \$50** [JOIN/RENEW NOW](#)

*Organizational membership includes up to 25 members.*

## MEMBERSHIP

[Why Join Us?](#)

[Join TTRA](#)

[Volunteer](#)

[Testimonials](#)

圖 3 2023 年國際會議註冊收取費用情形

## 三、組織特色

### (一)定期舉辦國際與地方會議

TTRA 除每年舉辦 2 次會議，每年 6 月在不同國家舉辦的年度國際會議 (International Conference)，以及 2 月在美國舉辦的行銷展望論壇 (Marketing Outlook Forum)。此外，TTRA 分會每年都舉行一次當地語系化會議，共有 10 場會議，均為旅遊、觀光研究和行銷的獨特話題和觀點。透過該等會議，除可提供參與者發表學習的主題、研究及資源，並有參展商和贊助商於該會議出席，互相交流，協助大家找出一解決方案。

### (二)學界論文集錦/知識共享

可透過年會出版之「旅行研究雜誌」提供最新的觀光旅遊產業研究和趨勢見解，並在 TTRA 會議上提供學界於旅行研究雜誌中發表論文，亦可透過 TTRA 進行募款或提供獎學金進行會議註冊和會員資格，促進該領域的進步，並為學生和研究

者提供專業發展機會。亦提供通過會議、論文、論文集、報告、演講、白皮書、網絡研討會、直播、YouTube 線上會議和專業發展經驗，TTRA 成員可瞭解最新的旅遊業研究和方法論、熱門話題、產業問題及趨勢等。

此次會議的議題是「邁向未來的道路：研究、數據與科技如何改變旅遊目的地組織制訂戰略決策之方式(Gateway to the Future. How research, data & technology are changing the way strategic decisions are made by destination & tourism organization.)」，鼓勵關於廣泛定義的「數據營銷分析」、「旅遊大數據方法」、「包容性旅遊」、「主題式旅遊體驗」，以及「關注數據資料以制定振興觀光決策」等主題的概念性和實證性論文。

### (三)贊助商/參展商行銷

年會提供目標市場營銷人員和專業研究人士購買旅遊相關研究的專業資訊，且透過參加會議來提升相關旅遊產業行銷客戶之目標市場能力；產業界也以贊助獎學金或藉由贊助舉辦相關活動、網路研討會來行銷其產品，並提高大家對旅遊界專業知識、產品和服務的認識，2023 年贊助廠商一覽（如圖 4）。

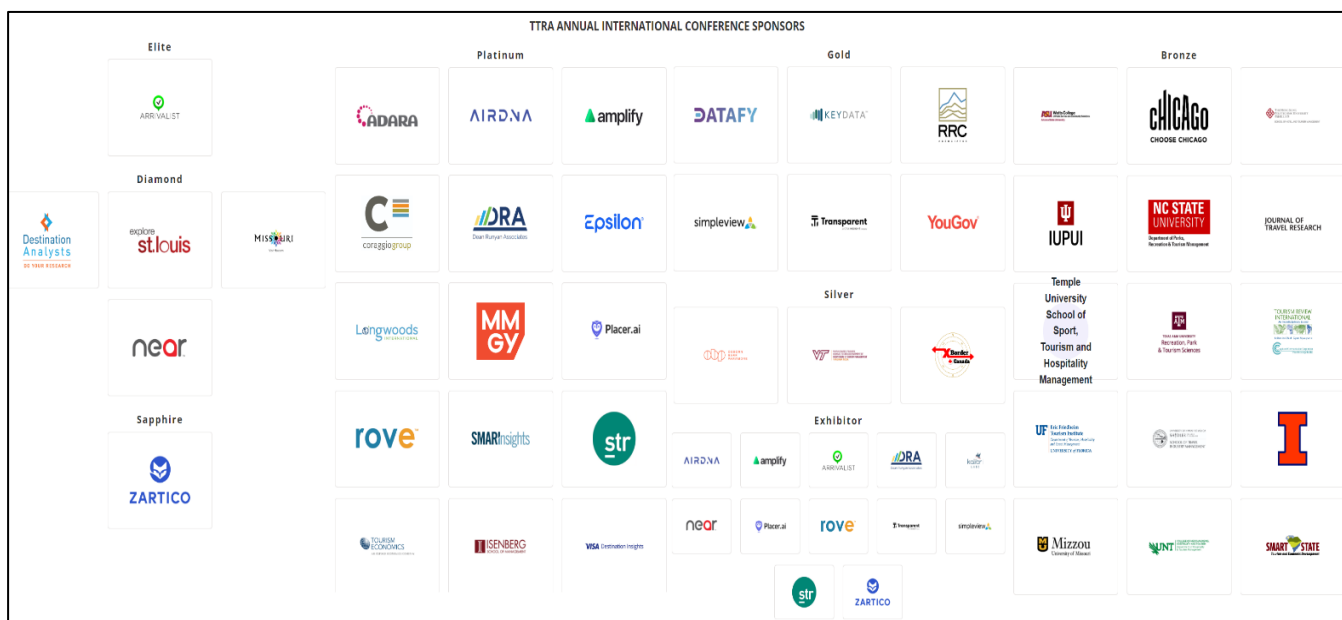


圖 4 2023 年贊助廠商

### (四)獎勵計畫

旨在鼓勵和表彰肯定旅遊和觀光研究，以及行銷領域的卓越成就，提供獎勵計畫旅遊研究行業個人和組織表彰其傑出工作和貢獻的機會，評審標準係以研究

質量、原創性、創造力、實用性、效益性，以及對旅遊業的貢獻。TTRA 鼓勵所有成員針對這些獎項進行提名，報名截止日期為 2023 年 3 月 26 日星期日，獲獎者將在 2023 年 5 月 5 日之前收到通知，並於 6 月 15 日在會議上頒發。獎項分為下列 5 種類型：

1. **J. Desmond Slattery 獎**（學術獎）— 授予碩士或博士生以幫助完成他們的論文或學位論文。
2. **Boeing Travel Research Grant**（學術獎）— 授予初級研究員（獲得終端學位不到 5 年的教師），用於創造性地開發研究項目、技術或方法。
3. **傑出研究員獎**— 授予被同行認可為旅遊研究界寶貴資源並為該領域提供傑出服務的個人。
4. **分會成就獎**（Chapter Achievement Award）— 頒發給透過精神、創新性、效益性和創造力使命，使 TTRA 分會達到最佳發展之個人或組織。
5. **終身成就獎**（Lifetime Achievement Award）— 旅遊暨觀光研究協會授予的最高榮譽。該獎項頒發給對 TTRA 以及旅遊業做出重大貢獻的個人或組織。

## 參、TTRA 年會

### 一、會議舉辦城市：聖路易斯（St. Louis）

聖路易斯市始建於 1764 年，由法國探險家兼皮草商人皮埃爾·拉克利德（Pierre Laclède）和奧古斯特·舒托（Auguste Chouteau）建立，並以中世紀法國十字軍國王路易九世的封號聖路易命名。早年居民為法國殖民者，18 世紀中葉七年戰爭後西班牙人開始增多。

美國密蘇里州唯一的獨立市，也是該州第二大城市（第一大城市為堪薩斯城）。市內人口為 308,626 人，為美國按人口排名第 58 大城市。聖路易斯位於密蘇里河和密西西比河匯合處，是美國中西部交通樞紐。曾於 1904 年舉辦過第三屆夏季奧林匹克運動會。

聖路易斯的象徵是舉世聞名的宏偉的大拱門（Gateway Arch），位於密西西比河河畔，被譽為通往美國西部的大門，是世界上最高的拱形建築，聳立於聖路易斯的天空線。大拱門於 1965 年完工，高 630 英尺是一座不銹鋼建築物，底部有電梯

可以直達頂層，在兩米多寬的拱門頂部內，每側各有 16 個小窗戶可供遊客居高臨下觀賞四周景緻。用以紀念湯瑪斯·傑弗遜總統之路易斯安那購地（從法國手中購買美國西半部的大部分地區），以及傑弗遜建立橫跨美國大陸的願景。大拱門底層是拱門博物館（Museum of Westword Expansion），陳列十九世紀的文物歷史，追溯美洲原住民、探險家、拓荒者和叛逆者的故事，這座創新的互動博物館設有六個主題展區，頌揚美國的開拓精神。塔克劇院（Tucker Theater）撥放的紀錄片《夢想紀念碑 Monument to the Dream》分享《西方之門》製作過程中的勝利和奮鬥。



圖 5 觀光接駁巴士



圖 6 大拱門（Gateway Arch）

## 二、議程

TTRA 第 52 屆年會暨研討會於 2023 年 6 月 13 日至 15 日在美國密蘇里州聖路易市四季酒店(Four Seasons Hotel)舉行，本屆中心議題為「邁向未來的道路：研究、數據與科技如何改變旅遊目的地組織制訂戰略決策之方式(Gateway to the Future. How research, data & technology are changing the way strategic decisions are made by destination & tourism organization.)」，本屆年會期間為利更多人參與，同樣採實體與線上併行，現場設有贊助商展出與觀光旅遊相關之書籍、教材、研究等資料，正式會議於 6 月 13 日上午 7 時 30 分開始，包含共同研討會 (General Session)、從業者分組( Practitioner Breakout)、學術分組( Academic Breakout)以及圓桌會議( Roundtable)。特別研討時段有：分會會議 (Chapter Meeting)、書面研討會 (Ideas Fair)、JTR 編輯委員會會議 (JTR Editorial Board Meeting) 及董事會 (Board of Directors Meeting)。議程如下：

表 1 2023 年會議程

6 月 13 日 (星期二)	
07:30	學術圓桌會議和早餐 Academic Roundtable & Breakfast
08:45	質性研究方法 Qualitative Research Methods 目的地營銷管理組織、供應商和合作夥伴圓桌早餐 DMO, Vendors, and Partners Breakfast
10:45	促進旅遊業的團結擁抱差異 Real Talk: Embracing Differences & Fostering Unity Across Travel & Tourism 整體經濟的見解：探訪親友族群是否為過夜旅客中無聲的多數者 Insights From The Total Economy - Is VFR The Silent Majority Of Your Overnight Stays
12:00	午餐 Light Lunch
13:00	開幕 Welcome

13:15	宣傳分析 Analytics for Advocacy
	學術分組與編輯有約 Meet the Editors
14:15	DMO 分組圓桌會議 DMO Breakout Roundtables
	供應商分組圓桌會議 Vendor Breakout Roundtables
16:00	供應商：如何透過大數據及市場研究合作，共同推動行銷與策略 Straight from the Vendors – How Big Data & Market Research Work Together & Fuel Marketing & Strategy
	學術分組書面研討會 Ideas Fair(Academic Breakout)
18:00	歡迎酒會-紅雀名人堂博物館俱樂部 Welcome Reception - Cardinal Nation and Hall of Fame and Museum Club
<b>6 月 14 日 (星期三)</b>	
07:00	分會主席早餐 Chapter Leaders Breakfast- INVITATION ONLY
07:30	交流早餐 Networking Breakfast
08:30	利用智能科技提升旅遊業的環境永續性 Leveraging Smart Technology
09:15	參展商茶會 Coffee Break with Exhibitors
	學術分組會議 1：更強的目的地 Stronger Destinations
09:45	學術分組會議 2：旅遊數據 Tourists' Data
	學術分組會議 3：新冠肺炎與旅客行為的影響 COVID-19 and Tourist Behavior



09:45	<p>從業者分組會議 1：旅遊業對居民的好處—社區、永續性和經濟成長 Tourism's Benefits to Residents - Community, Sustainability, and Economic Growth</p> <p>從業者分組會議 2：透過數據及研究驅動行銷策略 Data-Driven Marketing</p>
10:45	<p>從業者分組會議 1：透過洞察、數據和技術等推動成果，打造智慧旅遊目的地 Using Insights, Data and Technology to Drive Outcomes to Create a Smart Destination</p> <p>從業者分組會議 2：數據為行銷決策的證據 Data is the Name of the Game When it Comes to Evidence-Based Decision Making in Marketing</p>
12:00	<p>學術展出活動暨午餐 "Academic Showcase" Lunch for all</p>
13:10	<p>使用數據創造具影響力的對話和決策方法 Telling the Story</p>
13:30	<p>學術分組會議 1：包容性旅遊 Inclusive Tourism</p> <p>學術分組會議 2：大數據方法 Big Data Methods</p> <p>學術分組會議 3：透過產學研合作推動創新研究 Building Bridges: Using Academic-Industry Partnerships to Drive Innovation in Research</p>
14:10	<p>將洞察力轉化為戰略：從最高管理層的角度分析 Turning Insights into Strategy: Research from a C-Suite Perspective</p>
15:00	<p>參展商茶會 Coffee Break with Exhibitors</p>
15:30	<p>利用研究日益增長的相關性-領導力之路 Leveraging Research's Growing Relevance - a Path to Leadership</p>
16:30	<p>各分會會議 Chapter Meeting - Each chapter will have a space to meet</p>
20:00	<p>晚間派對-提供樂團演出及酒水 Evening Party- Drinks and TTRA BAND</p>

6月15日(星期四)

07:30	分會前主席早餐 - 僅限受邀者 Past Presidents Breakfast - INVITATION ONLY 交流早餐 Networking Breakfast
08:45	超越人口統計：2023 旅遊研究關注多元文化和多元化旅行者的需求 Beyond Demographics.What the Future of Travel 2023 study reveals about multicultural and diverse travelers
09:30	參展商茶會 Coffee Break with Exhibitors
10:00	從業者分組會議 1：追蹤地理位置的變化 Changes in Tracking and Geolocation 從業者分組會議 2：研討會/會議/團體旅遊 Conference/Convention/Group Travel
10:30	學術分組會議 1：旅遊體驗 Tourist Experiences 學術分組會議 2：主題式旅遊 Special Interest Tourism 學術分組會議 3：用於目的地管理之資料密集型方法 Data-Intensive Methods for Destination Management
11:00	從業者分組會議 3：吃、祈禱、愛—揭開數據和技術的神秘面紗 Eat, Pray, Love...Data 從業者分組會議 4：人工智慧需要社交互聯數據：一起探討“新人工智慧”的未來 Solid AI Needs Solid Data: Let's Discuss the Future of "New AI"
12:15	午餐—年度商務會議和頒獎 Lunch - Annual Business Meeting, and Awards
13:30	創新閉幕式—經濟學者對話 The Economists
14:30	JTR 編輯委員會會議 JTR Editorial Board Meeting
15:00	董事會會議 Board of Directors Meeting

### 三、歷年投稿發表

TTRA 每年為辦理年會及研討會，對外徵集符合當年主題之研究論文。未來在每年年會前，可將前一年度本局相關專案成果撰寫專文進行投稿，以積極行動將本局推動智慧觀光或配合當年度研討會主題，向國際發表，增加我國在國際觀光組織中的能見度。以下簡要說明本局近幾年投稿之情形：

#### (一)2020 年年會投稿

本局前於 2020 年年會時，曾以「遊憩區管理遊客結構數據分析—以 WiFi 探針器為例 (Location-based Data Analysis of Visitor Structure for Recreational Area Management)」一文投稿，該文係由本局與 Vpon 公司合作共同發表，經大會承認錄取並於年會網站上公布，展現我國在投入智慧觀光的努力，獲 109 次下載，下載來源有各五大洲之各國學者等，效益相當良好。該文指出，在遊憩區管理方面，了解遊客的結構很重要。本文提出了用於分析在特定遊憩地點之遊客結構的數據分析工具。傳統上，以自動計數設備的遊客監控器，具有遊客計數不準確的缺點。在本文中，與自動計數設備相比，我們使用 Wi-Fi 追蹤進行遊客計數的主要方法，從而可以對遊客的結構進行相當精確的描述。此外，我們在此框架中提供了豐富的分析功能，並以觀音山遊客中心收集的遊客數據展示遊客結構分析為例。該框架不僅可以標準化遊客計數過程，還可以對遊客結構進行深入的分析，俾利提升決策質量。

#### (二)2021 年年會投稿

本局復於 2021 年年會中亦以「穆斯林來臺旅客人次推估模式建置之實證研究 (A Study on the Establishment of an Estimate Model for Muslim tourists visiting Taiwan)」一文投稿，該文係由本局與禾騰技術公司合作共同發展，惜未獲大會錄取，該文已另再修正擇其他期刊發表。

#### (三)2022 年年會投稿

本局亦於 2022 年年會，投稿「運用電信大數據進行區域旅遊熱點分析(Using Telecom Big Data to Analyze Regional Tourism Hotspots)」一文投稿，該文係由本局與中華電信股份有限公司合作共同發表，惜未獲大會錄取，該文已另擇其他期刊進行發表。本次「運用電信大數據進行區域旅遊熱點分析(Using Telecom Big Data to Analyze Regional Tourism Hotspots)」一文提出以統計分析電信數據可全面探索人流

分布洞察旅遊熱點，對秘境、爆紅據點提早掌握，俾供政府或服務部門及早因應服務、設施、遊程規劃及人潮分流等配套作法，提供旅客更舒適的旅遊體驗。

過往旅遊熱點多匡列特定據點後個別進行調查，對人潮成長中的新興據點發掘時間較落後，本文透過電信數據以經典分解法輔以相關係數找出近三年遊客人潮持續成長的區域，比對該區域旅遊熱點統計遊客人次，並對該時序資料進行平穩性檢定及簡單線性回歸建模，正成長趨勢明顯則視為新興熱點，最終得到南投縣木屐寮生態園區周邊等多個新興熱點。

## 肆、TTRA 研討會分享概況

本屆年會主題為「邁向未來的道路：研究、數據與科技如何改變旅遊目的地組織制訂戰略決策之方式 (Gateway to the Future. How research, data & technology are changing the way strategic decisions are made by destination & tourism organization.)」，分別針對目的地數據驅動行銷、疫後旅遊趨勢變化、目的地品牌價值、多元共融旅遊、環境永續旅遊、社區居民影響和經濟成長等議題進行探討，重點議題摘述如下：

### 一、共同研討會：如何透過大數據及市場研究合作，共同推動行銷與策略

隨著目的地行銷組織越來越多地透過數據來找尋策略，因此，需深入了解多元的資訊來源，如何找出團隊所需的見解，並確認可向前推進至關重要。市場研究和數據確定了消費者的興趣和行為，但如何將這些洞悉內容有效的應用才是關鍵問題。

在本次會議中，透過一些旅行業者的領先數據，以及其市場調查研究合作夥伴，共同分享他們對當前疫後旅遊行為和經濟趨勢的分析，並就如何透過這些大數據來支援行銷目標 KPI 和提供產業或政府訂定政策建議。因應疫後數位化時代，透過將市場行銷數據結合不同行動裝置之地理資訊大數據進行分析，透過這些大數據了解旅遊預訂行為，藉此推動行銷工作。

會中提到透過大數據協助觀光產業提升決策的質量，以及行銷策略的可靠性，亦可降低許多業主及管理階層主觀意識的影響，行銷決策方法係由分析數據後產生的。同時，也能夠提高經營者風險控管的能力，數據使得產業及政府單位的成本、花費、效益等都能更明確，願意承擔風險的能力也變高了，因此，在數據決策輔助

下，對於跨團隊，跨部門來說，無論這些目標是行銷、銷售、客服還是營運目標，皆能在一致性的數據溝通基礎下，朝共同目標邁進。

若以臺灣來說，電信公司即掌握了全台灣相當大量的用戶資料，因此可以針對客戶的行為輪廓、潛在的需求及問題進行預測，藉此能夠「預先」推出適合目標市場的解決方案，進而提升市占率與競爭力。

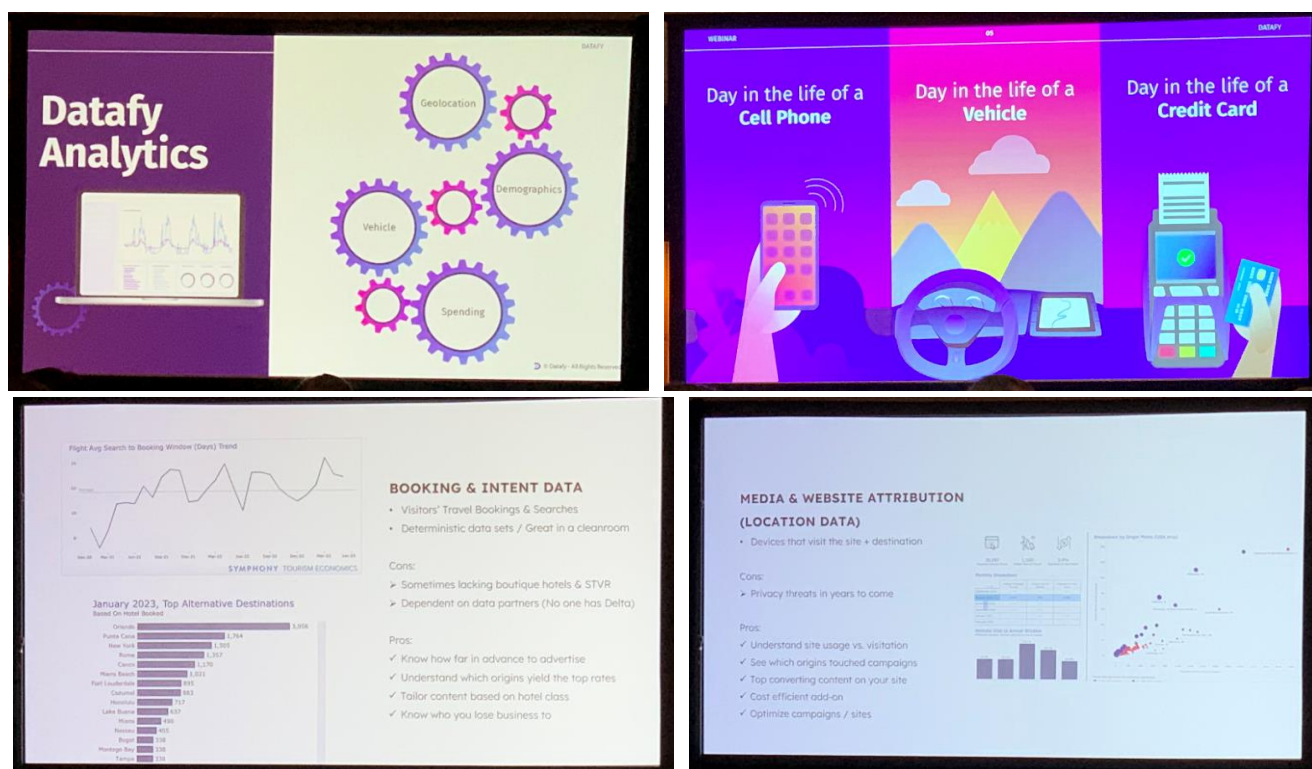


圖 7 共同研討會

## 二、擁抱差異實現多元共融，促進旅遊業的團結

近年來美國地區涉及種族仇恨的暴力事件仍層出不窮，觀光產業針對旅宿業者和旅遊相關組織提出“多元化、公平和共融(DEI)”聲明和倡議的趨勢也就日益明顯。本次會議上深入探討在旅遊產業的環境下，涉及 DEI 的工作中可能發生的情況進行研究，而在現行社會氛圍下，由旅宿業者和旅遊業領導人組成焦點小組，共同討論及評估當前產業的 DEI 狀況，並製定社會變革框架。

首先提到何謂 DEI(Diversity, Equity, Inclusion)? 多元(Diversity)即為透過看見人的多元性(包括性別、性傾向、種族、宗教等)，進一步去接納及重視這些多元與差異。而公平(Equity)，則是透過創造每個人可盡情發揮、被公平對待的場域，依據人

的差異給予機會和資源，達到公平。最後的共融(Inclusion)則是多元個體皆能在組織的設定中感受到自己的價值，能在這裡貢獻的歸屬感。而所謂的實踐多元共融，就是尊重並保有每個人的差異性，打造多元共融環境，使每個人皆可無所畏懼作自己。

會中提到，推動“多元化、公平和共融(DEI)”的概念，成為全球都在提倡的新職場文化，現今已在各行各業皆受到了廣泛關注，同時也代表著新世代的企業韌性DNA。然而，迄今關鍵問題仍未獲得解答：旅遊業是否能真正致力於這項工作，抑或為了順應情勢現狀淪為口號。

會中亦提及如果在現階段無法解決這個問題，DEI 很容易成為另一個流行詞，一旦出現更新和更具吸引力的趨勢字詞，即就會失去相關性。而多元公平共融，是一個循序向上的階梯，當觀光產業願意打開第一步的共融，就能深入思考如何使觀光資源更公平地分配，以及如何讓產業內夥伴及旅客真正感受到融入並形成文化認同，這是 DEI 政策落地的關鍵。把多元的維度(D)的維度打開，才能真正做到公平E與共融(I)。於觀光產業打造友善旅遊環境及工作環境，使 LBGTQ+、新住民、原住民族及身心障礙等多元族群，從差異裡找到共融的可能性，是產業未來的挑戰！

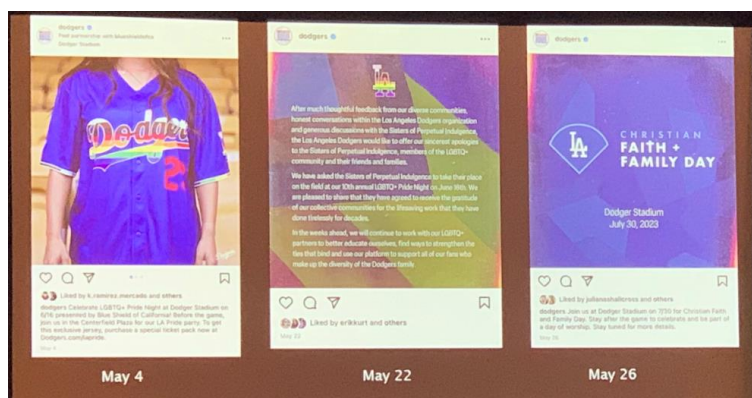
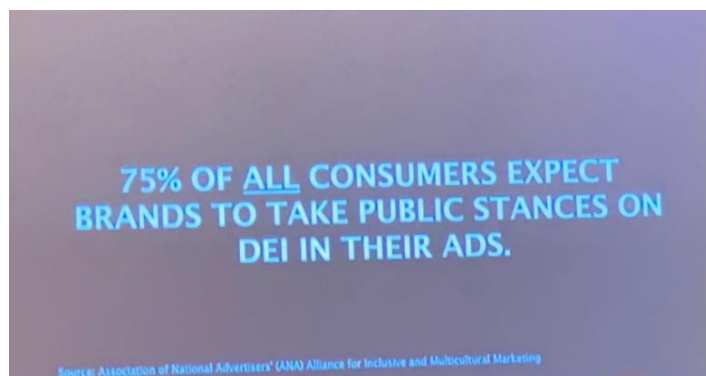


圖 8 多元化、公平和共融(DEI)分享簡報

### 三、學術書面研討會(Ideas Fair)

書面研討會為以海報展示方式為主呈現，讓學術人員可展示其與旅遊相關研究之議題成果，與會者於會場上進行交流及意見回饋，達到研究成果分享及學術交流。今年共有 30 篇報告進行書面分享，像是生態旅遊、農村旅遊、美食旅遊、旅遊直播主的影響，以及透過在地限定精釀啤酒振興鄉村經濟等議題，會場展示內容豐富且議題多元。



圖 9 學術書面研討會

### 四、對於在地居民的觀光效益—社區、永續性和經濟成長

隨著近年目的地管理組織(destination management organization,DMO)承擔越來越多地目的地經營，以及管理工作範圍越來越廣泛，其中包括溝通協調管理目的地的所有要素，整合各政府行政機關、利害關係人和專業人士，以及當地社區與居民，期能提高消費者旅遊價值和質量感知，促進當地經濟成長和增進居民利益，促進旅客與在地居民保持正向互動，維持目的地競爭力和永續性。

本場會議由 Destination Analysts 的 David Reichbach 主持，首先介紹美國地區的

旅行消費者如何看待其家鄉社區的旅遊業，隨後由 Visit Fort Worth 的 Lauren Phillips 和 Hawai'i Tourism Authority 的 Daniel Nahoopii 各別進行分享及討論。

會議中講者展示旅遊業對於當地居民及其當地社區帶來的觀光效益，分享從多元性、公平性和包容性到永續性發展所作的努力，可知在地社區居民期待藉由觀光效益促進社區永續發展，且居民對於社區觀光的參與及態度，更是推動社區觀光永續的核心，這也顯示出觀光效益與社區民眾參與兩者關係的重要性，推動穩定的社區發展，雙方間的「信任」被視為穩定社群關係重要關鍵，顯示信任在利益與參與行為之間所扮演角色。同時須關注獲益分配問題，每個目的地皆有其特色和資產(自然、文化等)，以及所面臨的挑戰和社區發展進程所優先推動事項。DMO 需確立目的地管理策略，評估推動之計畫對目的地的影響，促進旅遊目的地永續合作發展。



圖 10 目的地管理組織(DMO)分享簡報

## 五、利用線上平台(OTA)數據衡量永續旅遊

觀光產業的永續性是一個具有全球意義的話題，在聯合國永續發展目標中多次被提及。如何平衡觀光產業的經濟、環境，以及對於社會影響的複雜任務，則需透



過詳細和最新的數據支持，所以本次會議上針對線上平台數據是否可以用作永續旅遊統計的替代數據源等議題進行探討。使用來自大型線上旅遊平台的數據集，以機器學習方式用來預測永續住宿標籤，也就是透過線上數據對永續住宿進行演算，預測可以提供一種具有成本效益且準確的衡量標準，進而能夠以空間、時間維度追蹤全球觀光產業永續性的發展。

觀光產業對全球經濟具有巨大的存在意義，在 Covid-19 大流行之前的幾年中，觀光產業估計約佔全球 GDP 的 10%。因此，儘管過去幾年疫情期間受到國際旅行限制和其他不確定性的嚴重影響，但觀光產業預計將在未來 1-2 年恢復成長並全面復甦。而觀光產業對於經濟發展具有高度重要性，這一點在其被納入聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）中即可獲得驗證，在 17 個永續發展目標中包含 3 個，目標 8（合適的工作及經濟成長）、目標 12（責任消費及生產）和目標 14（保育海洋生態）直接提及觀光產業。在疫情發生前 10 年間，許多國家的觀光產業對其國內生產總值的相對重要性逐年增加。但也因此同時，觀光產業也被批評對環境和社會產生不利影響，研究顯示國內及國際旅遊業的溫室氣體排放量，造成全球碳排放總量的 8%，且全球碳排放量也以每年 3.3% 的增幅成長。然而，全球暖化造成的負面影響，如海平面上升、冰川融化、破壞生物多樣性等，同時重創部分國家的觀光收益。因此，建立永續發展的觀光產業相當重要。

為了平衡旅遊業的經濟、環境和社會影響，永續旅遊的相關性變得顯而易見。為了從永續角度監控和管理觀光產業，則需要精細且準確的時間及空間大數據。然而，也有越來越多的指標框架用來衡量觀光產業的永續性，但其中大多數成功實施的項目皆集中在歐洲市場，以當前的數據收集方法通常成本昂貴，而且往往僅能得到分散且非全面的結果。過去，數據收集通常可以透過利用替代數據源來分析校正，例如，包括透過社交網絡平台數據或使用行動裝置紀錄來評估。

使用線上旅遊平台數據進行行為識別，並將獎勵永續住宿和非獎勵永續住宿之間的差異進行分析。其次，利用機器學習方法，可以在未實施綠色旅遊目的地獎勵區域的線上平台，亦可以合理的準確度識別永續住宿。透過數位技術，顯示可以透過線上旅遊平台數據隨時大規模的監測永續旅遊業，推廣至全球範圍追蹤永續旅遊。

## 六、從旅客上傳照片解析目的地意象-Q方法論

本文發表探討由國立暨南國際大學研究生針對旅客對於日月潭(Sun Moon Lake, SML)之旅遊目的地知覺意象，透過其上傳的照片用以建立日月潭觀光圈(SML Tourism Circle, SMLTC)之旅遊目的地品牌形象。

分享中提及臺灣透過旅遊目的地行銷組織或觀光圈，協助推廣旅遊目的地，並向政府提供政策建議，組織以旅遊業者、協會等共同組成，而日月潭國家風景區管理處於 2020 年疫情期間成立日月潭觀光圈後，則思考如何建立一個能代表該組織之品牌形象。於是，本研究藉由旅客於遊覽日月潭後所產生之圖像(Traveler-Generated Image, TGI)，透過 Q 方法論(Q methodology)，將量化方法與質性研究之解釋相互結合。本次透過日月潭觀光圈 20 位權益關係人，協助將所蒐集圖像照片由+4(最具吸引)到-4(最不具吸引)進行排序，並詢問其喜好原因，再以 PQ Method 統計軟體進行分析，研究結果歸納出日月潭觀光圈的三種旅遊型態，分別為(1)登山健行親近大自然的戶外體驗、(2)在地人文景觀特色體驗、(3)參與活動賽事，以及享受高端住宿、在地美食的遊程，本文即透過這樣的概念發展其品牌圖像。



圖 11 學術分組研討—從旅客上傳照片解析目的地意象

## 七、疫後豪華旅遊趨勢

儘管 2023 年全球經濟環境不佳且通貨膨脹嚴重，但全球旅遊市場仍然相當熱絡，主要因過去幾年疫情的壓抑，激發了人們對再次開啟全球旅行的興趣，疫情過後旅遊權力變得更加重要。由於 2023 年旅遊需求升高、長程旅遊意願提高，以及高收入者計畫在 2023 年旅遊支出更多，導致豪華旅遊市場有望成為今年旅遊產業中成長最快的一部分。

許多業者看準商機因應推出豪華旅遊產品，例如航空公司擴大和升級他們的特選經濟艙（premium economy）、商務艙和頭等艙服務；機場將貴賓室進行升級，同時引進精品品牌和高檔餐飲；極致奢華旅遊業先驅的 Belmond 則新增鐵道路線。另外四季飯店（Four Seasons）提供私人飛機豪華之旅，消費者可獲得獨一無二的全球冒險體驗，其中包含預訂遊艇和經典車、跑車等選項。

富裕旅客在尋求有意義的旅遊體驗中，相當重視永續豪華住宿，四分之一（23%）的富裕旅客表示他們願意支付更多費用入住環保、永續發展的飯店或度假村，且富裕旅客願意為了親近大自然或遊覽偏遠旅遊目的地的獨特體驗和優質服務花費更多，像是提供輕鬆、舒適、彈性及安全的服務，他們偏好能夠親近在地文化及環境的客製化旅遊體驗行程，期望透過旅程放鬆和完全遠離人群和日常生活。富裕旅客的共通點是大多數人皆追求獨特而難忘的旅遊體驗，期望可貼近在地文化、自然美景，以及充實個人專屬體驗滿足慾望。

五分之一（18%）的全球富裕消費者表示，自疫情以來他們與家人和朋友一起旅遊的次數增加。飯店也為此提供度假屋、私人住宅和度假別墅給常客會員和其他消費者，這種類型的住宿能夠滿足尋求隱私、團體客或多代同堂旅遊（multi-generational travel）的需求。

## 八、開幕晚會—Cardinals Nation 餐廳

本次 TTRA 租下聖路易斯 Cardinals Nation 餐廳的二樓舉辦開幕晚會。Cardinals Nation 餐廳包含紅雀隊周邊商品商店、紅雀名人堂和博物館等，陳列著充滿紅雀隊過去的經典歷史和回憶。餐廳二樓設有可欣賞 Busch 體育場的陽台座位，本次開幕

晚會期間適逢 MLB 球賽期間，當日我們餐與者直接從餐廳陽台上即可觀看紅雀隊與巨人隊的比賽，度過一個特別且難忘的社交之夜和歡樂時光。



圖 12 開幕晚會 Cardinals Nation 餐廳

## 九、晚間派對(Evening Party) - Drinks and TTRA BAND

本次的夜間派對透過 TTRA BAND 的搖滾音樂，讓與會人員共同度過一個開心的夜晚。本年度 TTRA BAND 由 SMARInsights 的 David Seiferth、南卡羅來納州公園休閒與旅遊局的 Dudley Jackson、聖地亞哥旅遊局的 Nate Kelley 和 Pat Remming 共同組成，透過搖滾音樂探索聖路易斯。

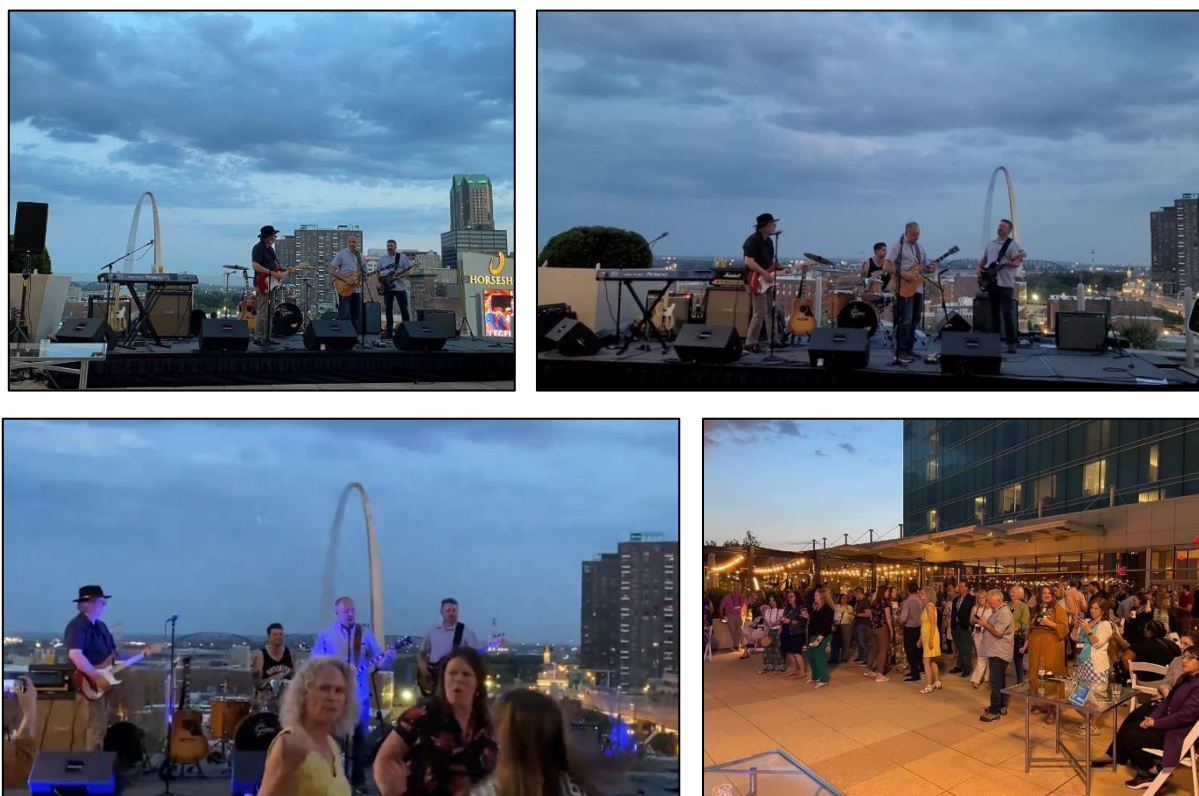


圖 13 晚間派對—TTRA BAND

## 十、安海斯-布希啤酒廠(Anheuser-Busch Brewery)之旅

美國最大的啤酒釀造安海斯-布希公司於 1852 年創立，總部就在密西西比河畔的聖路易斯(St Louis)，旗下啤酒品牌包括百威(Budweiser)、Busch(布士)、Michelob(米獅龍)等，產品享譽世界。本次年會舉辦單位特於最後一日(6/15)下午安排與會人員可自費參加 Day Fresh 之旅。啤酒廠導覽之旅除可參觀充滿了歷史和令人驚嘆的 Anheuser-Busch 莊園景觀，和近距離了解啤酒釀造方法！遊覽路線繼續穿過 Beechwood 陳釀發酵地窖、歷史悠久的釀酒屋和包裝廠等。



圖 14 安海斯-布希啤酒廠

## 十一、TTRA 研討會會場

本次研討會會場設在聖路易斯的四季酒店(Four Seasons Saint Louis)會議廳，而四季度假酒店位於充滿傳奇色彩的密西西比河畔，其坐落位置尚屬於市中心娛樂區的中心地帶，旁邊連通博奕賭場，幾步之外就是光芒耀眼的標誌性聖路易斯拱門。

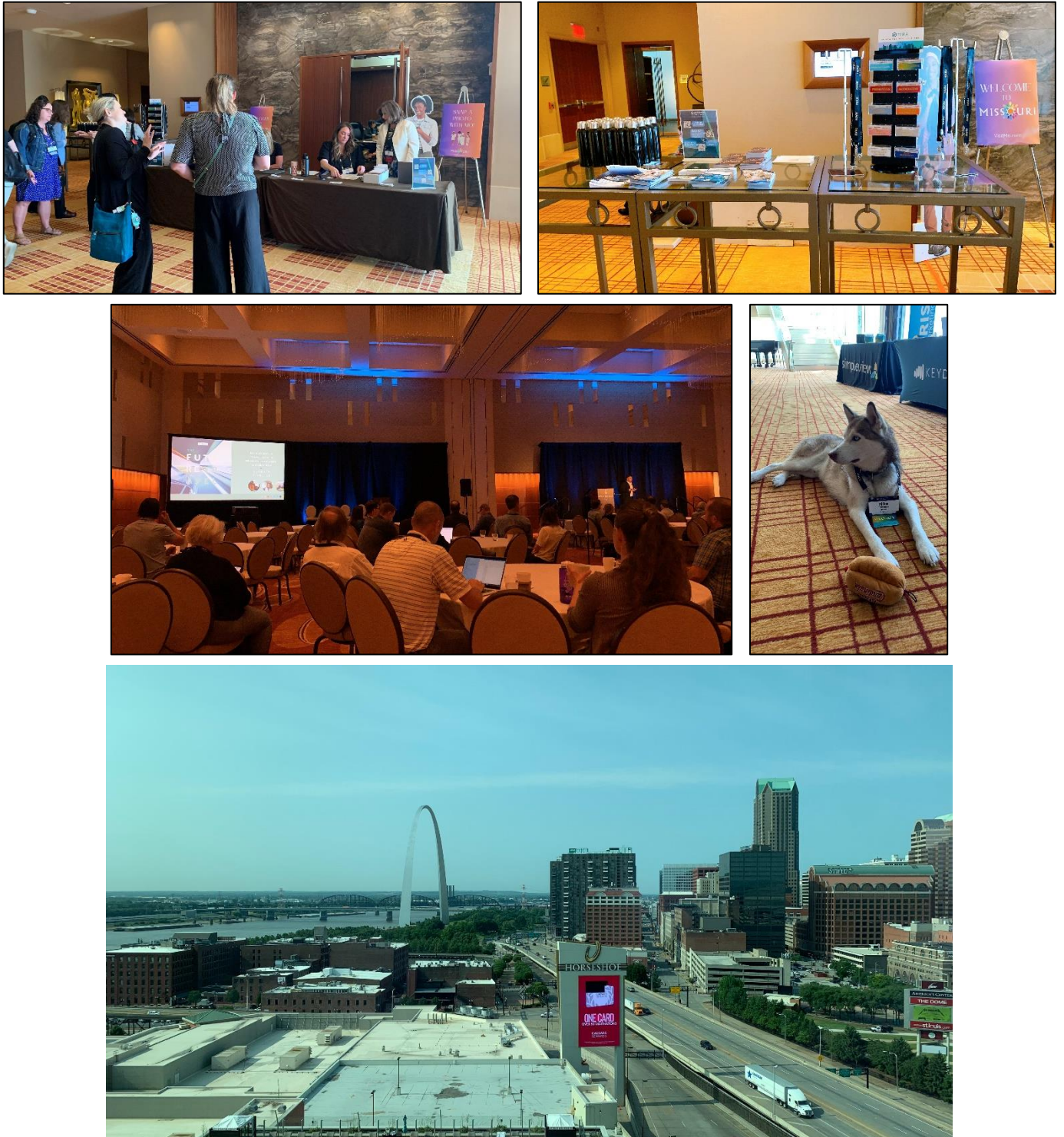


圖 15 TTRA 研討會會場

## 伍、感想及建議

### 一、產官學共同協力，數據帶動區域旅遊

今年的會議主題是「邁向未來的道路：研究、數據與科技如何改變旅遊目的地組織制訂戰略決策之方式（Gateway to the Future. How research, data & technology are changing the way strategic decisions are made by destination & tourism organization.）」。會議中將重點關注於透過 DMO 與學界、政府單位共同協力洞察後疫情時代趨勢，期能改善在地社區、改善旅客體驗，以及推動觀光產業數位轉型，期能增強對於環境危機的策略應對能力，以維持在地區域資源間平衡，避免過度使用，且能更均衡觀光效益。

本局於 2020 年起推動觀光圈，起先透過國家風景區管理處輔導在地業者成立觀光圈，期望透過觀光圈扮演著目的地領導角色，邀請在地利害關係人共同參與，整合在地社區、經濟活動、產業的資源。而下一階段將走向觀光圈 2.0，轉導自主治理不依靠政府財政支助，以可靠的資源和開發能力營造永續的目的地品牌。透過觀光圈整合目的地跨域資源，推動生態、文化、美食、樂活等多元主題旅遊，及郵輪、跳島旅遊等海洋觀光活動，以活動帶動觀光，結合地方加強城市行銷，塑造特色集客，並增加重遊旅客率增加遊客停留天數，帶動周邊經濟效益的動能。

打造六大國際級魅力景區，深化臺灣觀光景點特色及體驗品質。如：大野柳皇冠海岸、東北角沙丘藝域、日月潭山中明珠、星動阿里山、東海岸天堂島嶼、澎湖黃金海岸等，讓國際旅客體驗台灣新風貌。同時持續朝永續發展目標前行，提升景點公共運輸便利性，串連新興觀光亮點，透過前瞻建設於景區導入人車流管理系統，避免旅客集中熱門景點，分流景區人潮，提升旅遊品質及體驗。透過台灣好行票價優惠、加密班次、新增運輸場站至景點及景點串遊路線、招呼站牌融入景點特色等措施，以完善整體旅遊環境，解決景區道路壅塞問題、降低景點停車場之負荷，積極朝永續發展及淨零排放目標邁進。

因應疫後旅遊趨勢及環境改變，本局透過政策及計畫提升朝創新服務、智慧觀光、安心旅遊、全齡友善及綠色永續方向發展，並鼓勵觀光產業建置數位科技創新服務。透過收集在地的、區域的或國內的旅遊訊息，從經濟、社會、環境分析目的

地管理上的危機、競爭，讓利害關係人瞭解當前發展趨勢和內外競爭情形，以尋求支持。透過官網提供遊客旅遊資訊、活動訊息及周邊服務建議，亦運用旅客的位置數據或信用卡消費數據、搜尋關鍵字數據等進行大數據分析，以適時滾動調整觀光政策。

## 二、健全觀光場域，實現多元共融

DEI (Diversity, Equity, Inclusion) 多元、平等、共融，為近幾年國內外企業及學術研究上，一直被提倡的新職場文化！強調在職場上，廣納不同背景的族群，尊重且保有每個人的差異性，提升個人獨特性所能帶來的價值，進而達到職場平權。其中 Diversity 「多樣性」表示個人的豐富性，包括多元性別與種族、教育、文化、宗教、年齡、政治傾向背景，也包含身心障礙弱勢族群等。而 Inclusion 「包容性」則反映出職場環境與消費服務多元共融的等級，例如，少數族裔員工是否能在以中文為主的臺灣社會中，說客語、原住民族語或新南向多國語不用害怕遭排擠。甚至涵蓋到硬體與制度面向，如性別友善通用廁所、廁所提供衛生棉、無障礙設施的環境、更完備的福利政策等。

臺灣一直都是多元族群共處的社會，我們擁有不同的語言、族群，但在臺灣有著共同的未來，政府及企業更應該努力促成具有多元性、公平性的社會。觀光局也應思考如何打造多元化和包容性的觀光場域，從旅遊環境、服務設施、餐飲及藝文活動等皆應思考融入多元文化元素，提供全方位旅遊環境，同時也能吸引不同族群和留住旅客。

本局近年來亦致力於推動通用化旅遊環境，邀請產官學研代表和所有民眾，不分身心障礙、不分性別、年齡、族群等，透過交流、分享、展示，一起關心通用化旅遊環境發展，帶動大眾與觀光產業共創臺灣美好環境與生活品質。透過推動國家風景區旅遊環境營造，不僅考量無障礙環境建設，更強調要兼顧自然景觀融入，還有生態環境保育的均衡思考。同時為不同需求之遊客，創造國家風景區旅遊豐富五感體驗，讓高齡、親子、婦嬰、身心障礙、LGBTQ+旅人朋友皆能獲得身心靈、休閒、娛樂等不同層次的旅遊、家庭和人生樂趣。針對不同族群、不同主題、不同情境的遊憩需求，提出結合國家風景區特殊人、文、地、產、景特色的創新設計遊程，



提升旅遊人數和黏著度，帶動觀光產業發展，同時也鼓勵不同族群皆可多外出活動旅遊參與社會。

另外，鑒於疫情後各國旅遊產業復甦，無障礙旅遊、樂齡旅遊及通用化旅遊尤其是國內外旅客關注的焦點。觀光局亦將持續深化瞭解不同族群消費者、使用者的需求，並持續強化國家風景區設施、景點環境、交通接駁的通用化服務，期讓臺灣成為高齡平權世界趨勢下國際間友善無障礙旅遊的最佳目的地，更推動我國成為符合國際人權兩公約期許之旅遊平權國家。

### 三、打造旅遊目的地品牌，創造觀光資產和價值

品牌為旅遊目的地提供的附加價值，建立成功的目的地品牌，代表了一個旅遊目的地競爭上的識別。因此，在品牌塑造過程中，採用包容性和參與性的方法，可以增加和維持利益關係人分享品牌使命的意願，品牌包括四個維度：品牌知名度、形象、承諾、和滿意度/忠誠度。透過故事性的事蹟、故事性的產品、故事性的體驗遊程來創造品牌以人為本的體驗、見解和想法，通過反映消費者和在地居民心態的真正包容和公平視角，將臺灣觀光品牌的戰略定位、行銷策略等重新建構，疫後國際旅遊的趨勢是先有「旅遊目的」，如生態、樂活、文化之旅，再決定旅遊目的地，也就是說「旅遊目的」的重視甚至較「旅遊目的地」為高，觀光局現今最重要的是型塑臺灣的內涵，將臺灣的特色以「找到唯一就是第一」主題行銷，創造觀光價值。

### 四、積極運用文章發聲，國際組織看見臺灣

我國參加 TTRA 年會已有多年基礎，每年除派員參加與會，獲取最新國際觀光發展之重要資訊，也透過研討會中發表文章，探析國際對觀光領域研究的重要趨勢，近三年受新冠疫情影響，全球旅遊模式及觀光市場樣貌發生重大改變，因此，近期觀光相關研究主題趨勢著重於永續觀光發展、數位科技發展觀光領域之應用、觀光行銷品牌，以及觀光大數據等，甚有參考價值。建議未來能多運用參與年會機會，適時將本局重要觀光發展作為向國際觀光組織發聲，建立起我國在觀光研究與發展上的重要地位，透過研究發表的方式提升臺灣的能見度，並向國際觀光專業人士進行另類的觀光行銷，不失為疫後觀光行銷轉型且不需大筆預算，即能將臺灣觀光相關成果做最佳展示的做法之一。

(附件 1 聖路易斯街景照片集)



(附件 1 聖路易斯街景照片集)

