

出國報告（出國類別：其他）

「2023 年紐澳地區觀光推廣活動」
報告

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：莊慧文 簡任技正

派赴國家：紐西蘭、澳洲

出國期間：112年9月2日至9月9日

報告日期：112年11月30日

摘要

交通部觀光署統計訪臺旅客數據，108 年疫情爆發前紐澳市場訪臺人數約 14 萬人次，其中以觀光為目的約五成左右；109-111 年疫情期間紐澳市場訪臺目的以業務或探親需求為主，但 112 年疫後紐澳市場訪臺目的以觀光為主比例已恢復至 108 年水準。

本次推廣會由交通部觀光署、交通部觀光署駐新加坡辦事處、臺灣觀光協會、中華航空、長榮航空、各旅行社等，選定紐西蘭奧克蘭、澳洲雪梨及布里斯本等城市辦理 3 場旅遊產品交易會，推廣會活動圓滿成功。未來建議可以加強：

- 一、有效媒合旅行業者合作送客計畫。
- 二、強化運用米其林星級及臺灣傳統小吃元素營造臺灣美食新意象。
- 三、促進整合航空公司與臺灣 17 個觀光圈規劃自由行遊程。
- 四、推動旅宿業建構完善的療癒體驗產品與服務。
- 五、113 年第三屆世界原住民族旅遊高峰會，增加臺灣能見度。

目 次

壹、目的.....	1
貳、過程.....	2
參、心得與建議.....	6
附件、活動照片.....	9

壹、目的

全球邁入後疫情時代，觀光旅遊業逐漸復甦，臺灣觀光行銷之新興市場澳洲與紐西蘭亦分別於 111 年 2 月及 7 月底重啟國門，皆鬆綁口罩令及疫苗接種限制，為疫後觀光產業發展準備。依據澳洲貿易委員會與國家統計局數據指出，111 年當地民眾旅行預算提升，遠程旅程為疫後趨勢。交通部觀光署統計訪臺旅客數據，COVID-19 疫情爆發前（即 108 年）澳洲市場訪臺人數近 12 萬人次，紐西蘭訪臺人數近 2 萬人次，其中訪臺以觀光為目的近五成。疫情期間（即 109-111 年）紐澳市場訪臺目的則以業務或探親需求為主，但 112 年疫後紐澳市場訪臺目的以觀光為主比例已逐漸恢復至 108 年 COVID-19 疫情爆發前水準。

此外，依據以往紐澳推廣活動問卷調查顯示，美食、風光景色與歷史文化為吸引當地民眾訪臺主因，臺灣豐富天然環境條件與多元民族文化特色，契合紐澳市場愛好戶外活動與歷史人文之特點。

貳、過程

一、臺灣觀光推廣活動

(一)代表團行程

- 1、啟程：112年9月2日(六)臺北→奧克蘭
- 2、返程：112年9月9日(六)布里斯本→臺北
- 3、行程表

序號	日期	內容
1	9月2日(六)	臺北啟程，前往紐西蘭奧克蘭。
2	9月3日(日)	抵達奧克蘭，會勘及整備場地。
3	9月4日(一)	1、拜會駐奧克蘭臺北經濟文化辦事處(09:00-11:00)。 2、整備推廣會場地。 3、奧克蘭觀光推廣會。
4	9月5日(二)	前往澳洲雪梨，會勘及整備場地
5	9月6日(三)	1、拜會駐雪梨臺北經濟文化辦事處(10:00-12:00)。 2、雪梨觀光推廣會。
6	9月7日(四)	1、前往布里斯本。 2、整備推廣會場地。 3、布里斯本觀光推廣會。
7	9月8日(五)	1、拜會駐布里斯本臺北經濟文化辦事處(10:35-12:00)。 2、考察當地觀光資源。 3、返程：布里斯本-臺北。
8	9月9日(六-)	抵達臺北。

(二)推廣會場次

- 1、紐西蘭及澳洲三大城市各別舉辦一場 B2B 臺灣觀光推廣會

城市	奧克蘭	雪梨	布里斯本
日期	9月4日(一)	9月6日(三)	9月7日(四)
地點	The Maritime Room (Princes Wharf, Auckland CBD, Auckland 1010, New Zealand)	Shangri-La Sydney (176 Cumberland St, The Rocks NSW 2000, Australia)	Hyatt Regency Brisbane (33 Burnett Ln, Brisbane City QLD 4000, Australia)

2、推廣會流程

時間		活動
14:30-15:00	30min	業者報到 Registration
15:00-15:05	5min	開場表演 花式調酒 Opening Performance : Flair Bartending
15:05-15:10	5min	貴賓致詞 Speech
15:10-15:45	25min	台灣觀光資源介紹 Presentation of Taiwan Tourism
		台灣貿易中心獎助方案介紹 Presentation of Taiwan Trade Centre
		旅遊達人分享 Kelly Beckwith sharing travel experience in Taiwan
15:45-16:40	55min	交易會 Trade Meeting
16:40-16:50	10min	休息 Tea Break
16:50-17:50	60min	台灣廚藝教室 Taste of Taiwan: Cooking Class
17:50-18:00	10min	抽獎活動 Lucky Draw

二、推廣活動紀要

(一)奧克蘭、雪梨、布里斯本等三大城市推廣會

- 1、本次推廣會由臺灣觀光協會陳婷妤組長率隊，參與業者包括宏祥旅行社謝永蓬副總經理、飛亞旅行社吳昭輝執行長、雄獅旅行社楊謙雄主任、金界旅行社韓書偉經理、怡森國際有限公司郎怡囡創辦人、村却國際溫泉酒店曹芳綺協理等，並邀請吧沐團體表演花式調酒、頭城休閒農場及晨星樂廚(CookInn Taiwan 旅人料理教室)教學製作台灣蔥油餅和冰心月餅，共 8 個單位，28 人組成。
- 2、本次 3 場推廣活動均邀請當地各大旅行社、媒體參與，共吸引 31 家紐西蘭業者、107 家澳洲業者參與，以 B2B 模式建立臺紐、臺澳交流平台並同步推廣臺灣旅遊行程。三場活動平均 50 位業者出席，出席率超過七成。
- 3、推廣會內容如下：
 - (1) 外交部駐地臺北經濟文化辦事處處長（奧克蘭陳詠韶處長、雪梨吳正偉處長、布里斯本范厚祿處長）致詞後，由本署新加坡駐澳洲公關代表 Ganessan Suppiah 介紹臺灣旅遊特色，經濟部代表介台灣貿易中心獎助方案，國籍航空公司中華航空、長榮航空介紹航班資訊及服務，以及具豐富旅台經驗的澳洲旅遊達人 Kelly Beckwith 及其先生 James Beckwith 分享有趣而多樣的臺灣旅遊見聞，透過旅遊達人身分及影響力，讓當地業者認識臺灣多元面向，以及提高當地業者販售臺灣行程產品意願。
 - (2) 旅遊交易會：由代表團業者先進行 1 分鐘自我介紹，再輪桌進行洽談及分享，每一輪 6 分鐘（共 7 輪），透過代表團業者介紹臺

灣旅遊產品，讓當地業者有意願規劃更多旅臺行程。

(3) 開幕表演 & 廚藝教室

①開幕表演由獲得亞洲 50 大酒吧殊榮的「Bar Mood Taipei 吧沐」調酒師以花式調酒表演，以及為推廣會設計臺灣菸酒 Omar 威士忌佐臺灣荔枝及芒果等 2 款調酒，為當地業者呈現視覺與味覺雙重饗宴。

②交易會後邀請現場貴賓共同體驗烹飪台灣特色料理—宜蘭頭城休閒農場製作台灣蔥油餅，驚艷當地業者；CookInn Taiwan 旅人料理教室製作冰心月餅，增加當地業者對臺灣印象和互動。

(二)拜會外交部駐奧克蘭、雪梨、布里斯本臺北經濟文化辦事處

本次拜會外交部駐奧克蘭、雪梨、布里斯本臺北經濟文化辦事處，就疫後解封如何推廣臺灣觀光進行交流，以及 113 年第三屆原住民族旅遊高峰會在臺灣舉辦，有助於臺灣目的地宣傳推廣活動。此外，紐澳地區原住民—毛利人和臺灣原住民都是屬於南島語系，可以透過外交部門以南島語系原住民為主題，辦理交流活動增加臺灣在紐澳地區觀光能見度。

參、心得與建議

一、有效媒合旅行業者合作送客計畫，推廣會活動圓滿成功

透過本次推廣會進行奧克蘭、雪梨、布里斯本辦理三場次旅遊交易會，有效促進旅遊產品的媒合，讓當地旅行業者與臺灣旅行業者合作規劃銷售旅臺行程，並透過交通部觀光署訂定「加速擴大吸引國際觀光客方案獎助旅行業招攬境外旅遊團體實施要點」的獎助措施，以及臺灣自 112 年 9 月 1 日起恢復旅居及留學第三地陸籍人士得申請許可來臺等觀光政策推動，有望達成年度國際旅客來臺目標人次。從紐西蘭、澳洲 108-112 年 1-9 月來台人數統計可知，紐澳地區來臺旅客觀光比例已逐漸恢復至 108 年度疫情前水準（近半數的旅客來台是以觀光為目的），詳如下表所示。

地區	108	109	110	111	112
澳洲(1-9 月來臺旅客)	75812	18706	374	2059	54702
澳洲(1-9 月觀光目的來臺)	38552	9401	0	41	29078
比例	50.85%	50.26%	0.00%	1.99%	53.16%
紐西蘭(1-9 月來臺旅客)	6110	1322	1	2	4752
紐西蘭(1-9 月觀光目的來臺)	13240	3042	110	434	9766
比例	46.15%	43.46%	0.91%	0.46%	48.66%

資料來源為交通部觀光署觀光統計資料庫。

二、強化運用米其林星級及臺灣傳統小吃元素營造臺灣美食新意象，吸引觀光客目光

依據「臺灣米其林指南 2023」指出臺灣目前有 44 家餐廳摘星，讓臺灣菜閃爍出最亮眼的光芒，而臺灣傳統小吃種類多元各異其趣，也是吸

引觀光客規劃行程重要旅遊元件。因此，本署除了邀請旅遊 Video blog（影像部落客，簡稱 vlog）宣傳，也可邀請美食 vlog，進行臺灣美食小吃巡禮報導、並安排參加 CookInn Taiwan 旅人料理教室課程，可以營造臺灣為亞洲美食小吃聖地之新意象。

三、促進整合航空公司與臺灣 17 個觀光圈規劃自由行遊程，俾利提供自由由遊客多元選擇

透過中華、長榮、紐西蘭及澳洲等航空公司在紐澳市場的航空載客能力，建議整合航空公司及所附屬的旅行社與臺灣 17 個觀光圈跨域旅遊帶的優質遊程，包裝自由行主題遊程，以利拓展臺灣深度體驗多樣遊程，並行銷吸引自由由遊客規劃遊程訪臺旅遊。

四、推動旅宿業建構完善的療癒體驗產品與服務，以利迎合觀光客身心健康的療癒需要

在 COVID-19 後疫情時代，療癒可能是觀光客旅遊的核心需求，特別是旅宿業恢復戰略必須服務於人們尋求身心健康的療癒需要。在臺灣目前僅有涵碧樓、雲品、虹夕諾雅、丘丘森旅等四家提供療癒療法和療癒方案，仍有待強化旅宿業多營造自然療癒景觀空間，促進顧客對自然和大地的親密接觸以達到療癒效果，或是健康促進活動(如：水療、針灸、瑜伽、冥想和療癒諮詢、健身、芳香療法和美容治療)及探索當地的文化體驗 (如：園藝、編織、烹飪、音樂、舞蹈、藝術等)，提供差異化服務，以滿足觀光客期望。

五、透過全球性活動，增加臺灣能見度—113 年第三屆世界原住民族旅遊高峰會在臺灣

(一)「世界原住民族旅遊高峰會 (World Indigenous Tourism Summit)」，簡

稱 WITS」係由世界原住民族旅遊聯盟（WINTA）發起，屬國際原住民族及觀光產業之重要盛事；第一屆 WITS 於 107 年由紐西蘭主辦，第二屆 WITS 受疫情影響延後至 112 年由澳洲接辦，臺灣經紐西蘭推薦取得第三屆 WITS 主辦權。前兩屆 WITS 均有來自 20 多個國家、數百名代表出席，包含官方代表、專家學者以及旅遊業者等，透過跨領域交流互相學習。

(二)第 3 屆「世界原住民族旅遊高峰會」(WITS)訂於 113 年 4 月 16 日至 20 日辦理，為彰顯臺灣豐富的原住民族文化，視覺表現上採用臺灣原住民族共通的色系及多元意象的圖紋，象徵原住民族文化深遠的影響力。同時更將臺灣的地形嵌入 2024 之中，寄託邀請全世界認識臺灣原住民族共生共榮時刻的美好寓意，藉此機會行銷臺灣豐富多元之觀光產業及原住民族文化，增加臺灣觀光旅遊在國際市場能見度，並吸引國際旅客來臺，讓世界看見臺灣。

註：101 年由 6 國原住民族旅遊組織在澳洲共同創立的「世界原住民族旅遊聯盟 WINTA」所發起，WINTA 是由原住民族主導之全球網絡組織，透過旅遊落實聯合國原住民族權利宣言。

(三)透過「世界原住民族旅遊高峰會」(WITS)預計 113 年將吸引更多紐澳地區旅客至臺灣旅遊，因為臺灣除了有 16 族原住民族及亞洲旅遊重要的目的地特質外，也是南島語族的起源地，與紐澳地區原住民族屬同語系，有助增加臺灣在國際能見度，預期成為紐澳地區必訪的旅遊景點之一。

六、其他見聞心得

(一)景區 6S 運用：在澳洲雪梨的日韓街道可見「整理+整頓」標語，顯

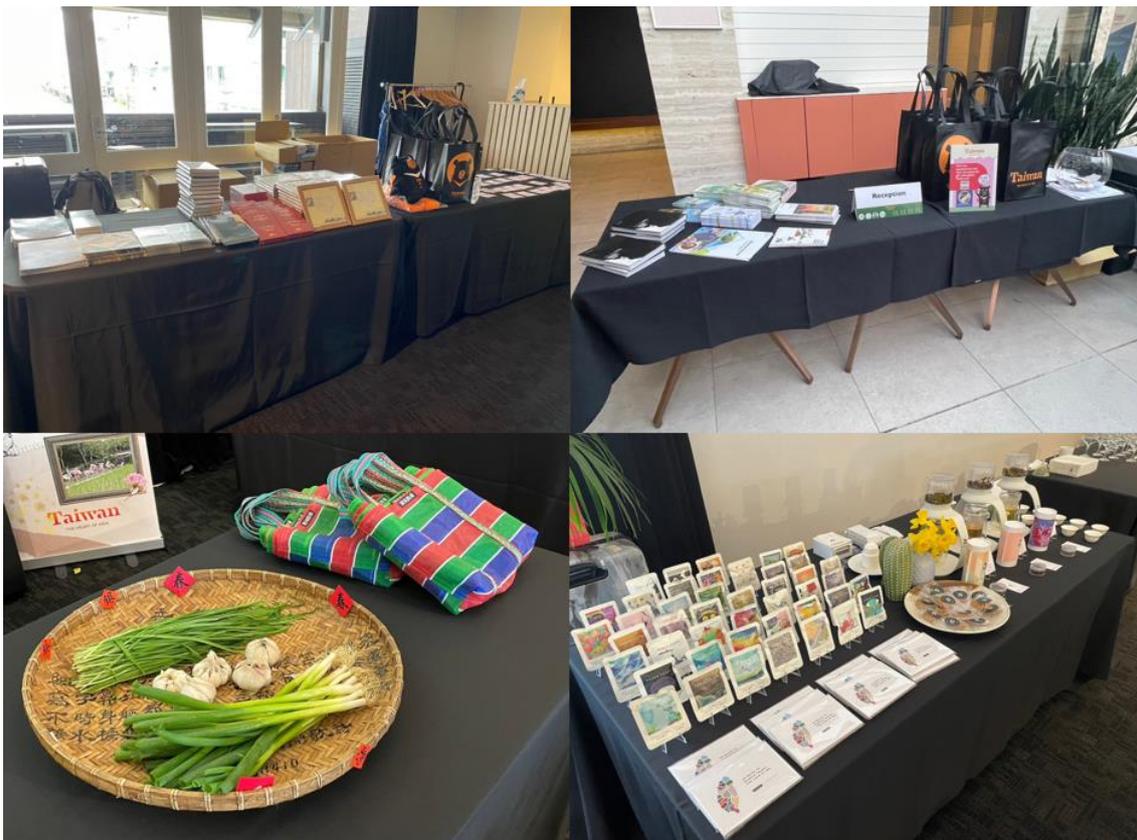
見國際對於 6S 應用管理的重視。本署以「永續經營」及「安全管理」作為景區發展的兩大引擎，對於景區安全、服務品質、清潔維護、人員訓練、植栽管理、設施維護等業務，全面持續導入及深化 6S (整理、整頓、清掃、清潔、素養、安全)科學化管理作為，接軌國際安全管理作法。

(二)喔熊熱氣球運用：藝術家 KAWS 與墨爾本熱氣球公司合作在全球巡迴飛行 KAWS 造型的熱氣球，有助行銷 KAWS 意象。經查交通部觀光署亦有製造喔熊熱氣球，如果能和澳洲熱氣球公司合作巡迴飛行喔熊造型熱氣球，或是透過澳洲熱氣球公司每天常規圓型熱氣球將臺灣意象置於球體宣傳，在每天日出時間飛行 1 小時，因時值上班時間，將有效讓澳洲地區民眾看到臺灣意象，增加臺灣觀光旅遊在國際市場能見度，並吸引國際旅客來臺，讓澳洲地區看見臺灣。

附件、活動照片



圖一、本次推廣會代表團全員大合照—資料來源臺灣觀光協會



圖二、推廣會現場佈置情形



圖三、推廣會主持人及花式調酒表演(布里斯本推廣會現場)——資料來源臺灣觀光協會



圖四、旅遊交易會代表團業者介紹臺灣旅遊產品(左為澳克蘭推廣會、右為布里斯本推廣會)



圖五、澳洲旅遊達人 Kelly Beckwith 及其先生 James Beckwith 分享臺灣旅遊見聞



圖六、交通部觀光署新加坡駐澳洲公關代表 Ganessan Suppiah 介紹臺灣旅遊特色—
資料來源臺灣觀光協會



圖七、廚藝教室體驗冰心月餅及澳洲網紅表示 113 年 1 月赴臺旅遊參加課程(代
表團成員提供截圖)



圖八、紐西蘭奧克蘭推廣會—資料來源臺灣觀光協會



圖九、澳洲布里斯本推廣會—資料來源臺灣觀光協會



圖十、澳洲雪梨推廣會—資料來源臺灣觀光協會



圖十一、拜會外交部駐奧克蘭臺北經濟文化辦事處(圖中為駐奧克蘭臺北經濟文化辦事處陳詠韶處長)——資料來源交通部觀光署駐新加坡辦事處



圖十二、拜會外交部駐布里斯本臺北經濟文化辦事處(圖中為駐布里斯本臺北經濟文化辦事處范厚祿處長)——資料來源交通部觀光署駐新加坡辦事處



圖十三、拜會外交部駐雪梨臺北經濟文化辦事處(圖中為駐雪梨臺北經濟文化辦事處吳正偉處長)—資料來源交通部觀光署駐新加坡辦事處



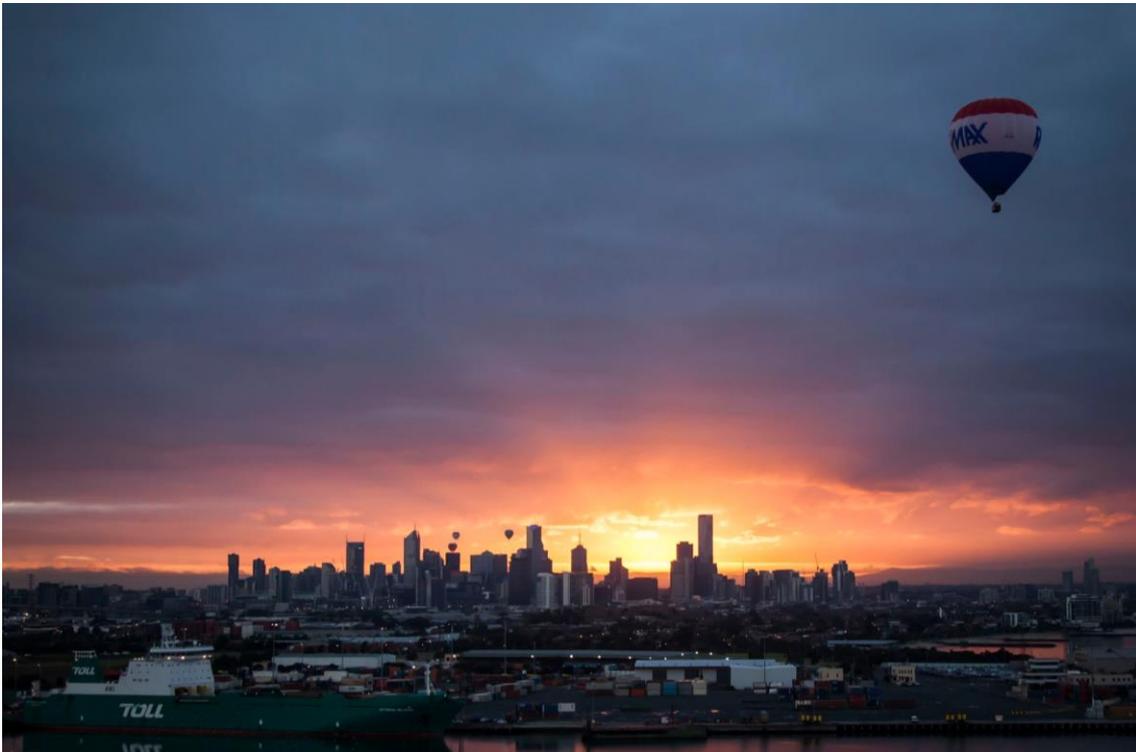
圖十四、澳洲雪梨街頭可見到 6S (整理、整頓、清掃、清潔、素養、安全)標語



置換成
喔熊熱氣球



圖十五、藝術家 KAWS 和澳洲熱氣球公司合作飛行造型熱氣球，行銷 KAWS 意象（資料來源 KAWS 的 IG 載圖），如喔熊熱氣球能在澳洲飛行，有助增加臺灣能見度。



圖十六、澳洲熱氣球公司每天常規圓型熱氣球宣傳圖片，如將臺灣意象置於球體宣傳，能增加臺灣在澳洲地區能見度—資料來源澳洲公司網站 (<https://www.picturethisballooning.com.au/>)截圖