

出國報告（出國類別：其他）

## 參加 2024 年柏林國際旅展(ITB)及歐洲城市觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：黃易成 組長

派赴國家/地區：德國柏林、荷蘭阿姆斯特丹

出國期間：113 年 2 月 29 日至 3 月 9 日

報告日期：113 年 5 月 1 日

## 摘要

德國 ITB 柏林旅展為歷史最悠久、內容最豐富、最具專業的全球第一大 B2B 旅展，展場整體面積超過 16 萬平方公尺，今年該旅展於 113 年 3 月 5 日至 7 日假柏林展覽中心 Messe Berlin 辦理，總計吸引超過 170 個國家、5,500 個單位參展，並吸引近萬名旅遊相關業者觀展，另有 103 個國家、近 3,200 位國際媒體、300 位網紅到場參觀；本展依旅遊商品屬性(所處地域)及參展需求規劃與設置 Asia-Pacific 亞太館、Africa 非洲館、Araian Countries/Middle East 中東館、Americas,Caribbean 美國/加勒比海館、Germany 德國館、Europe 歐洲館、Tourism Companies 旅遊業者、Segments 主題旅遊館、ITB Berlin Convention 會展館及 Media Center 媒體中心等 10 個展館。

本署委託台灣觀光協會進行組團(台灣觀光推廣團)籌備作業，計 30 位旅行社、航空公司、旅館業者暨表演團體參與，期藉此一參展機會，實地與當地業者及消費者進行交流，尋求合作商機，以吸引更多歐洲遊客前來台灣旅遊，形塑台灣為亞洲地區之重要旅遊目的地。此外，考量歐洲地處長線，我國相關業者來歐推廣不易，故除參加本案旅展外，並於荷蘭阿姆斯特丹辦理 1 場次推廣會，俾於參展日程有限之前提下，創造最大洽商機，以利後續送客所需。

## 目 次

壹、組團目的.....	1
貳、推廣日程.....	2
參、推廣及現地參訪等活動內容.....	2
一、荷蘭阿姆斯特丹推廣活動.....	2
二、德國 ITB 柏林旅展.....	3
肆、心得及建議.....	6
伍、附件	
一、新聞稿及相關媒體報導.....	9
二、代表團組成.....	20
三、相關活動照片.....	22

## 壹、組團目的

成立於西元 1966 年、舉辦超過 50 年的德國 ITB 柏林旅展為歷史最悠久、內容最豐富、最具專業的全球第一大 B2B 旅展，展場整體面積超過 16 萬平方公尺，去(2023)年首度於疫後恢復辦理，總計吸引超過 161 個國家、5,500 個單位參展，並有超過 3,000 家全球媒體與 330 名部落客參與、邀請全球 400 名講者舉辦 200 場次研討會，總計吸引超過 9 萬參觀人次。多元化參展單位及旅遊主題內容，已使該旅展成為旅遊業者最佳的觀摩交流平台。

今年該旅展於 113 年 3 月 5 日至 7 日假柏林展覽中心 Messe Berlin 辦理，並依旅遊商品屬性(所處地域)及參展需求規劃與設置 Asia-Pacific 亞太館、Africa 非洲館、Araian Countries/Middle East 中東館、Americas,Caribbean 美國/加勒比海館、Germany 德國館、Europe 歐洲館、Tourism Companies 旅遊業者、Segments 主題旅遊館、ITB Berlin Convention 會展館及 Media Center 媒體中心等 10 個展館。

同時，柏林為德國首都，亦為文化、政治、媒體與科學中心，是歐洲地區推廣觀光的最佳切入點。參加 ITB 柏林旅展，除讓台灣在國際舞臺提升能見度外，世界各主要旅行社、媒體亦齊聚於此，並於旅展期間洽商今年合作販售/推廣內容，亦有助於台灣觀光產業與世界旅遊趨勢接軌。爰此，該展向為全球旅遊市場的最佳旅遊風向球，參展業者涵蓋旅行社、訂位代理、各旅遊景點、航空公司、飯店及租車服務等。

本署委託台灣觀光協會進行組團(台灣觀光推廣團)籌備作業，計 30 位旅行社、航空公司、旅館業者暨表演團體參與，期藉此一參展機會，實地與當地業者及消費者進行交流，尋求合作商機，以吸引更多歐洲遊客前來台灣旅遊，形塑台灣為亞洲地區之重要旅遊目的地。此外，考量歐洲地處長線，我國相關業者來歐推廣不易，故除參加本案旅展外，並於荷蘭阿姆斯特丹辦理 1 場次推廣會，俾於參展日程有限之前提下，創造最大洽商機，以利後續送客所需。

## 貳、推廣日程

本次組團推廣作業係結合政府與民間旅遊業者的力量共同推廣臺灣觀光，吸引歐洲觀光客持續增長來臺旅遊，代表團於 2 月 29 日啟程前往荷蘭阿姆斯特丹，3 月 8 日自柏林經阿姆斯特丹返程。推廣日程如下表所示：

日期	行程
2/29(四)	搭機前往荷蘭阿姆斯特丹
3/1(五)	<b>荷蘭</b> 阿姆斯特丹業者推廣會及業務洽談
3/2(六)	
3/3(日)	自阿姆斯特丹前往柏林
3/4(一)	柏林 ITB 旅展場佈
3/5(二)	柏林 ITB 旅展
3/6(三)	
3/7(四)	
3/8(五)	返台
3/9(六)	抵台

## 參、推廣及現地參訪等活動內容

### 一、荷蘭阿姆斯特丹推廣活動

(一) 推廣會舉辦日期：113 年 3 月 1 日（星期五）12:20

(二) 地點：NH Collection Amsterdam Barbizon Palace

荷蘭向居歐陸地區來台客源第三位，僅次於德國及法國，疫情前每年送客約 27,000 人次，考量持續於當地推廣台灣觀光，並與當地業者洽商後續合作推廣，故配合 ITB 柏林旅展時程，亦於荷蘭阿姆斯特丹辦理一場業者推廣會。

荷蘭阿姆斯特丹業者推廣會總計吸引超過當地 30 家旅行相關業者參與，除由各單位進行觀光資源簡報外，並辦理業者輪桌交易會。

## 荷蘭阿姆斯特丹業者推廣會時程

Time	Schedule
11:45 - 12:20	當地業者報到及文化展演
12:21 - 12:25	開場表演/主持人陳思宏
12:26 - 12:33	長官致詞 本署國際組黃易成 駐荷蘭台北代表處陳欣新大使
12:34 - 12:41	台灣觀光簡報/陳思宏
12:42 - 12:46	原民會簡報
12:47 - 12:51	台北市觀傳局簡報
12:52 - 12:56	台貿中心(荷蘭)簡報
12:57 - 13:02	華航及長榮簡報
13:03 - 13:05	旅行社/團員唱名介紹
13:06 - 14:09	業者輪桌交易會(原則每場 7 分鐘)
14:10 - 14:39	午餐
14:40 - 14:49	抽獎
14:50 -	業者自由洽談

## 二、德國 ITB 柏林旅展

### (一) 參展概況

為加深歐洲業者對臺灣的印象，本次臺灣館設計延續茶文化主題，提升人文茶室的沉浸式體驗、營造溫馨好客的茶館氛圍；今年臺灣館擴大展館面積與規模，除茶館既有佈置與陳列外，亦打造擬真手搖飲店，提供臺灣好茶試飲，營造宜人舒適的洽談空間及獨特迷人之臺灣香氣，吸引各國業者駐足；茶罐陳列櫃上 LED 螢幕輪播的古地圖及風景照展現多元臺灣面貌，突顯兼容文化與科技的國家形象；另為呈現臺灣豐富文化底蘊，旅展期間規劃如茶藝展演、油紙傘彩繪、手作排灣族琉璃串珠等體驗活動，亦邀請臺灣旅外人士開設之排隊名店表演手搖特調臺灣茶，引領歐洲業者接觸道地臺灣文化

，提高來臺旅遊動機與意願。本次表演團體之集客能力相當良好，包含油紙傘彩繪、台灣茶藝表演、台灣椰果奶茶試飲(含台式麵包試吃)及原住民文化/歌唱展演等，與其他展館相較，台灣館除設計風格清新並具獨特文青風外，館內展演攤位聚集文化體驗之人數眾多，有效帶動觀展業者對台灣整體觀光資源之好奇心與整體詢問度。

旅展期間，台灣團團員於展場與來自世界各國之業者、媒體、飯店、公關等單位洽談，以利今年度旅遊相關商品包裝販售等合作。據悉，本年第一季歐洲各旅行社合作送客狀況良好，故部分於疫情期間暫停販售我國旅遊商品之旅行社，洽商再度上架等相關事宜，亦有共同包裝台灣+韓國、台灣+印尼峇厘島等相關一程多站之產品洽商合作推廣。期間，綠色旅遊目的地 Green Destination 協會創辦人 Albert 並親臨台灣館，並期待我國加入並成為綠色旅遊倡議的同盟國。

## (二) Happy Hour 活動

活動舉辦日期：113 年 3 月 5 日（星期二）16:30 起

地點：德國 ITB 柏林旅展台灣館/Hall 26, 展攤號碼 No.122

Happy Hour 活動於 3 月 5 日下午 16:30 舉辦，原住民祖韻樂舞團開幕表演，由本署黃易成組長及駐德國代表處謝志偉大使開場致詞、本署駐法蘭克福辦事處進行台灣觀光簡介，並邀請議員歐瑪爾先生致詞與表達堅決支持台灣的心意，前德國聯邦觀光局長克勞斯布拉米格亦應邀前來支持。本次 Happy Hour 活動估計參加人數超過 120 位，現場提供椰果奶茶、台式麵包等相關特色小吃供來賓享用，整體活動相當順利成功。

## (三) 駐德國代表處晚宴

駐德國代表處謝大使於 3 月 5 日 19:30 假代表處一樓(台灣演藝廳)宴請台灣代表團，並期勉與感謝團員為我國觀光努力。

#### (四) 參加 LGBTQ+展區座談活動-以台北多元文化觀光推廣為例

歐洲於 LGBTQ+等多元族群之觀光推展相當成熟，並於 ITB 柏林旅展設置展區以供推廣。本活動係由華航奧地利客運經理 Joachim 擔任分享人，並針對台灣 LGBTQ+相關活動、社會安全、亞洲第一個同婚國家等相關面向進行分享。會中並推薦多元族群人士可來台觀光旅遊，並實際體驗台灣好客的整體觀光旅遊氛圍。

#### (五) 相關獎項受獎及拜會活動

##### 1. 受獎活動

旅展期間並由本署黃易成組長代表領取本年度金城門觀光影片獎、綠色旅遊目的地評獎及德國 Spartacus 同志旅遊雜誌相關獎項，略敘如下。

- (1) 金城門觀光影片展，計有本署阿里山國家風景區管理處” Listen to Your Heart/阿里山意象，聆聽自己的心” 獲得金獎、東北角國家風景區管理處” 鐵路慢旅遊” 獲得銀獎。
- (2) 由 ITB 柏林旅展與荷蘭綠色旅遊目的地基金會 (Green Destinations Foundation) 合作頒發 ITB 柏林旅展綠色目的地百大故事獎，本署雲嘉南濱海國家風景區管理處獲得【自然與景觀】類第一名、宜蘭頭城休閒農場則獲得【商業行銷】類第二名。此外，會中亦辦理綠色目的地認證授證，本署東北角管理處(認證通過金獎)、雲嘉南國家風景區管理處(認證通過銅獎)。
- (3) 台灣經德國 Spartacus 同志旅遊雜誌評選為年度旅遊趨勢目的地/trend destination 並獲頒獎座。該獎項係由德國大型旅行社 TUI 贊助辦理，本署駐法蘭克福辦事處將與其洽商共同推動德語區同志來台相關事宜。

##### 2. 相關拜會活動

旅展期間並由黃易成組長率本署駐法蘭克福辦事處同仁前往香港旅遊局、馬來西亞旅遊局及日本旅遊局等展攤進行拜會，除針對各國於歐

洲推廣狀況進行經驗與資訊交流外，並研商後續合作以一程多站等方式送客之可能性。

(六) 當地觀光資源參訪：

為了解各國觀光資源整備狀況，並於展期空檔時段參訪相關當地觀光及交通資源，如荷蘭海尼根博物館、荷蘭免費渡輪、荷蘭超大型全自動化免費自行車停車場、德國柏林免費 walking tour 等。

## 肆、心得與建議

- 一、旅展相關活動係以最軟性的方式向世界各國業者介紹台灣，並期望藉由相互合作送客及宣傳拓展台灣於當地知名度，俾促進台灣觀光及國際人士對台灣的了解與支持。尤以本次隨團協助推廣的我國特色文化展演團隊，包含油紙傘彩繪體驗、原住民文化、傳統茶藝及椰果奶茶試飲等，藉由吸引觀展人士參與體驗相關文化，更能有效推廣台灣整體觀光知名度。
- 二、本次旅展期間歐陸業者業務商談人數激增，部分業者本年第一季相關送客額度額滿並臨時加團，且旅展期間初步達成相關合作送客案亦多，成效相當良好。且業者多對本署規劃「合作送客廣告分攤、轉機客免費半日遊、來台旅遊抽獎 5,000 元(Taiwan the Lucky Land)」等相關優惠措施印象深刻。此外，亦多提出索取行銷所需相關照片、影片等需求，以及希望得配合參加本署駐德辦事處舉辦之相關熟悉旅遊，俾對台灣有更深刻的了解，併利送客所需。
- 三、歐洲市場屬長線因飛航距離長，相關旅遊商品包裝與行銷成本均高，且因航權之故，與日韓相較每週直航班次少(每週航次約僅日本 1/6、來客量則約為日本之 1/3)，係屬經營難度相對較高之市場，需持續深耕與投入相關行銷資源。後續可與周邊國家如日、韓、菲、越等國共

同包裝一程多站商品(如本署駐法蘭克福辦事處目前已協調當地旅行社規劃辦理台灣+韓國之商品)，或與相關航空公司包裝提供免費過境半日遊等相關商品，俾利吸引旅客體驗觀光。

四、本次旅展台灣館係以茶酒館為主題設計，文化感十足，且深受好評。據悉，柏林CBS International Business School /CBS 國際商學院與 ITB 主辦單位合作辦理「Best Exhibitor Award (BEA)/最佳參展單位獎」，並設有相關評分基準，未來展攤於設計時或可參採相關評分基準，以利與國際接軌。此外，經實地踏勘各國展攤設計，歐洲地區民眾似偏好「單一畫面且高清之觀光特色照片輸出之超大型廣告看板」，並運用環保或可回收再利用之材質與設計作為展攤設計與布置之方式，或可於後續相關旅展之展攤設計納入規劃參考。

五、多元族群因屬頂客族(Dink)，對於美感有獨到見解且願意花費較高團費體驗旅遊，故應可納入未來開發重點客層之一。目前本署駐德辦事處已與華航共同著手開發，並將透過多元彩虹旅行社、雜誌媒體(如同志旅遊雜誌別冊等)等協助集客，未來並可針對每年 10 月我國台北 pride 大遊行包裝集客。此外，本年我國獲德國 spartacus 同志旅遊雜誌評選獲得旅遊趨勢獎，更顯出我國於開發該類客層之優勢。

六、德國柏林地區國際觀光客眾多，相關旅行社已衍生聘請當地民眾介紹自己家鄉之免費徒步導覽方式(當地並無導遊證照之規定)，並提供多條路線選擇。該類導覽方式係於網路報名，並標榜免費遊程，惟於遊程結束後遊客自行支付小費。因遊客隨時可脫團且不付小費，故導遊多導覽相當精彩，故遊客不致臨時脫團，該類做法或亦可納入參採。

七、本次旅展期間適逢德國地區漢莎航空/德航、德鐵(含柏林捷運 S Bahn)

大規模罷工，並造成德國法蘭克福機場及漢堡機場關閉，幸因本次台灣代表團相關空運交通未受影響，且自住宿點前往展場仍有 U Bahn/德國地鐵可供搭乘，影響不大。以目前德國勞工權益抬頭，並多選於第一季重要展會時進行大規模抗議或罷工，後續規劃本案交通工具時應具彈性，以利隨時應變。

八、參展業者反映，本次以柏林旅展及展前至荷蘭阿姆斯特丹辦理推廣會之日程安排運用尚稱妥適，時間運用上也較有餘裕，類此安排或可考量結合柏林旅展搭配赴週邊國家辦理業者推廣會，以利整體業務推廣與業者洽談。

## 伍、附件

### 一、新聞稿及相關媒體報導

#### 【新聞稿 1】

#### 觀光署組團前進德國柏林旅展，行銷臺灣展現軟實力

為加速開拓歐洲來臺客源，交通部觀光署於 2024 年 3 月 5 日至 7 日參加德國柏林旅展(Internationale Tourismus Börse, ITB)，今年主題為「DEFINE THE WORLD OF TRAVEL. TOGETHER.」；由國際組黃易成組長領團，攜手臺灣旅遊業界參展，將寶島行銷於世界舞臺，力邀全球旅人來臺觀光！

ITB 柏林旅展為全球最大 B2B 旅展，每年匯集世界各地旅遊專業人士聚首，2023 年為疫情後首度實體展，約有逾 180 國、5,500 個參展單位，吸引超過 9 萬名專業買家參與，為臺灣進軍德國及歐洲市場的重要平臺；臺灣組團參加亦傳達 ITB 將世界觀光業界齊聚一堂之意象，全新視覺設計也表達旅行及觀光產業的連結；交通部觀光署耕耘歐洲市場多年，今年共邀集 13 個參展單位，含原住民族委員會及台北市觀傳局、旅行社、飯店業者、會展業者、航空公司、觀光景點、文化展演團體及台灣觀光協會等共同參展，除提高臺灣國際曝光度外，更促成兩地業者合作契機、爭取更多國際旅人來臺觀光，讓世界感受寶島魅力。

根據交通部觀光署最新統計數據顯示，歐洲來臺旅客前 4 大市場為英國、德國、法國及荷蘭，2023 年歐洲來台旅客近 30 萬人次，約恢復至疫情前 77%，其中德國來臺旅客以「觀光」為目的已回升至疫情前之 92%，荷蘭則恢復至疫情前之 73%，顯示寶島魅力持續受到歐洲旅客的青睞，訪臺人次復甦情況樂觀，展現臺灣於國際旅遊市場上的競爭力。

為加深歐洲業者對臺灣的印象，本次臺灣館設計延續茶文化主題，提升人文茶室的沉浸式體驗、營造溫馨好客的茶館氛圍；今年臺灣館擴大展館面積與規模，除茶館既有佈置與陳列外，亦打造擬真手搖飲店，提供臺灣好茶試飲，

營造宜人舒適的洽談空間及獨特迷人之臺灣香氣，吸引各國業者駐足；茶罐陳列櫃上 LED 螢幕輪播的古地圖及風景照展現多元臺灣面貌，突顯兼容文化與科技的國家形象；另為呈現臺灣豐富文化底蘊，展期間規劃如茶藝展演、油紙傘彩繪、手作排灣族琉璃串珠等體驗活動，亦邀請臺灣旅外人士開設之排隊名店表演手搖特調臺灣茶，引領歐洲業者接觸道地臺灣文化，提高來臺旅遊動機與意願；另於 3 月 5 日開展首日辦理 Happy Hour 交流活動，邀請近百位業者及媒體共襄盛舉，探索臺灣觀光新亮點。

參與旅展之前，臺灣代表團於 3 月 1 日先赴荷蘭阿姆斯特丹舉辦臺灣觀光推廣會，原住民祖韻文化樂舞團〈迎賓之舞〉揭開序幕、黃易成組長及我國駐荷蘭代表處陳欣新大使致詞，及由原民會、台北市觀傳局、貿協及華航簡報，深度分享我國旅遊資源，以利促成合作推廣機會。本次推廣會計荷蘭當地業者超過 30 家參與，業者洽談狀況熱絡，也對台灣觀光資源的豐富多樣留下深刻印象，多家旅行社亦於會後針對後續產品包裝，廣告分攤及相關行銷資源（照片，影片等）多所洽詢。

為於德國 ITB 旅展暨荷蘭推廣會加強宣傳力道，本次相關推廣活動亦針對如「Taiwan Pass」、轉機半日遊、商務客順道觀光補助及台灣 wanderland 抽獎等優惠方案行銷，藉此吸引更多國際旅客到訪臺灣。

#### 臺灣觀光推廣活動資訊：

- 阿姆斯特丹臺灣觀光推廣會  
日期：2024 年 3 月 1 日(五)  
時間：11:45-15:00  
地點：Olof's Chapel NH Collection Amsterdam Barbizon Palace  
(Prins Hendrikkade 59 - 72 | 1012 AD Amsterdam)
- ITB 柏林旅展  
日期：2024 年 3 月 5 日(二)至 7 日(四)  
地點：Messe Berlin (臺灣館位於 Hall26 Stand.122)
- ITB 柏林旅展- 臺灣館 Happy Hour  
日期：2024 年 3 月 5 日(二)  
時間：17:00-18:00  
地點：Messe Berlin (臺灣館位於 Hall26 Stand.122)

## 【新聞/僑務電子報】

### 德國柏林旅展臺灣茶館 結合珍奶與原住民文化超吸睛

全球最大規模的柏林 ITB 旅展從 3 月 5~7 日一連三天展開，在每年 180 多國家，超過 5000 家參展單位中，為了脫穎而出，今年臺灣館亦採用「臺灣茶館」的形象向全球推廣臺灣的旅遊魅力。今年，臺灣館推出原住民文化與排灣族琉璃串珠工作坊、彩繪油紙傘工作坊，讓活動更加繽紛多彩。除了品茗泡茶的茶藝展演之外，還有德國杜賽道夫 Teamate 珍奶老闆楊昇民情義相挺，從杜賽道夫特地前來柏林現場製作奶茶，與臺式麵包 Teamate Pang 的熱情贊助，讓臺灣茶館一連三天都是熱鬧滾滾，展現臺灣迷人魅力的人文風情。

今年的臺灣茶館以「親山、親海、樂環島」的主題，在臺灣館上方大螢幕上播放臺灣亮麗耀眼的山海風光。首日的開幕活動，駐德國代表處大使謝志偉與德國議員綠黨歐瑪（Jian Omar）皆應邀致詞，邀請大家前往臺灣旅遊，感受臺灣的迷人魅力。由觀光署國際組組長黃易成領軍的臺灣館團隊更是首次受邀的祖韻文化樂舞團的成員，一同前來柏林旅展，除了展現美好的歌舞展演，也帶來細緻繽紛的琉璃串珠工藝，讓參展民眾感受與享受手作編織的樂趣。另彩繪油紙傘工作坊也讓大家自己動手製作彩繪油紙傘面，都是德國民眾詢問度最高最想參與的活動項目之一。

今年臺灣茶館首次在旅展現場製作奶茶，以讓民眾們先填問卷再領取奶茶的方式，為臺灣館募集到最大量的問卷，是現場最受歡迎的飲品，知名度及詢問度很高。而在開幕首日的 Happy Hour 歡迎會上，紅豆麵包、蔥花麵包，克林姆麵包、芋泥麵包等四種經典臺式麵包蓬鬆美麗的造型與外觀，充盈與豐富了整個館場的臺灣氛圍，讓大家視覺、嗅覺與味覺上充滿了芳香可愛的臺灣元素，展現最佳的旅遊魅力，為臺灣茶館大大的加分，誠為臺灣館臺灣團隊與在地臺商店家結合行銷臺灣的最佳合作方式，大家都盡心盡力，完滿呈現臺灣最美的人情味。



駐德辦事處大使謝志偉致詞時現場盈滿人潮



手作排灣族琉璃串珠工作坊



彩繪油紙傘工作坊



非常受歡迎的 Teamate 現場手作奶茶



Teamate Pang 提供的臺式麵包

【新聞/中央社】

台灣同志友善獲肯定 德雜誌評選為 LGBTQ 旅遊趨勢目的地

2024/3/8 08:11 (3/8 08:53 更新)



台

灣獲頒德國 Spartacus Traveler「2024 年趨勢旅行目的地」獎盃。除台灣獲獎，布魯賽爾獲選「最佳 LGBTQ 活動目的地」、德國神鷹航空（Condor Airline）獲「最佳 LGBTQ 友好航空公司」，美國璽寶郵輪（Seabourn）獲得「最佳 LGBTQ 友好郵輪」。中央社記者林尚縈柏林攝 113 年 3 月 8 日

（中央社記者林尚縈柏林 8 日專電）台灣在全球 LGBTQ 社群獲得國際認可，被德國著名同志旅遊雜誌「斯巴達克斯旅遊者」（Spartacus Traveler）評選為 2024 年趨勢旅行目的地，是該評比最重要獎項。

「斯巴達克斯」（Spartacus）是德國最古老且受認可的 LGBTQ 旅遊指南品牌，自 1970 年出版以來，為 LGBTQ 社群提供全球對同性戀者友好的飯店、餐廳、景點指南與生活資訊。

2012 年開始，該雜誌每年發佈「斯巴達克斯同志旅遊指數」（Spartacus Gay Travel Index），一方面透過分析世界各國政治決策、法律變革、暴力行為及禁令等對

LGBTQ 族群的影響，為酷兒社群提供旅行建議；另一方面希望藉報告結果促進性少數者的權益。

今年斯巴達克斯將「LGBTQ 趨勢目的地」（LGBTQ-Trend Destination）獎項授予台灣，於柏林會場宣布得獎者時，說明在最新「斯巴達克斯同志旅遊指數」中，台灣是亞洲的領先者，不僅是第一個同性婚姻合法化的亞洲國家，自 2023 年起，同性伴侶還能共同收養子女。



Spartacus Traveler 總編輯鮑姆加特爾（Dirk Baumgartl）表示，推薦台灣的原因除了法律上的平等，更關鍵的是台灣在反歧視、支持同志驕傲（gay pride）的進步態度。（Spartacus 提供）中央社記者林尚縈柏林傳真 113 年 3 月 8 日

雜誌總編輯鮑姆加特爾（Dirk Baumgartl）接受中央社採訪時表示，推薦台灣的原因除了法律上的平等，更關鍵的是台灣在反歧視、支持同志驕傲（gay pride）的進步態度。

他說，「這種積極展示 LGBTQ 驕傲的意願，是使台灣成為一個有趣的旅行目的地的原因。」

他並舉例，從一般德國人的角度來看，泰國無庸置疑是最受歡迎的旅遊目的地，但以同志友善與安全的環境來說，台灣是最適合 LGBTQ 族群前往的亞洲國家。

他提醒，有些國家視性少數為犯罪，甚至在某些實行伊斯蘭教法的地區，同性性行為會被判處死刑，例如沙烏地阿拉伯，LGBTQ 族群到這些國家旅遊時必須格外謹慎，保護自己的生命安全。

不過隨著其他國家相關法律的進步，及世界對同志社群更加開放的態度，鮑姆加特爾認為 LGBTQ 旅遊在過去 20 年間迅速成長，已從深具潛力變成旅遊業不可忽視的一部份。

他看好「彩虹經濟」的未來發展，強調 LGBTQ 旅遊產業發展的驅動力其實是旅行者本身，因為他們通常且願意為那些提供包容、安全和歡迎環境的體驗支付溢價。



。「對旅遊業而言，吸引性少數旅行者不僅是一個道德選擇，也是一個經濟上明智的決策。」

斯巴達克斯（Spartacus）透過發佈同性戀旅遊指數（Gay Travel Index）、頒發同志友善相關獎項等活動，除深化自身品牌影響力，也鼓勵 LGBTQ 旅遊者到同志友善國家旅遊，

讓一般民眾對 LGBTQ 有更全面且深刻的認識，對擴大全球彩虹經濟市場、促進包容與多元發揮一定程度助益。（編輯：陳慧萍）1130308

全球 LGBTQ 族群信賴的旅遊指南品牌「斯巴達克斯」（Spartacus）將台灣選為 2024 年最佳旅遊目的地，典禮於柏林時間 3 月 6 日晚間舉行，由德國著名變裝皇后 Nikita（中）頒獎，觀光署國際行銷組組長黃易成（右）、駐法蘭克福辦事處主任謝長明（左）代表台灣領獎。（Spartacus 提供）中央社記者林尚縈柏林傳真 113 年 3 月 8 日

【新聞/中央社】

## 柏林綠色目的地故事競賽 台灣獲 2 獎項 (圖)

The Central News Agency 中央通訊社

2024 年 3 月 7 日

2024 ITB 柏林綠色目的地故事競賽於台灣時間 7 日凌晨頒獎，觀光署雲嘉南濱海國家風景區，與東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處輔導業者頭城休閒農場雙雙得獎，台灣代表與綠色目的地基金會創辦人艾柏特·沙爾曼(Albert Salman)(中)合影。(觀光署提供)

中央社記者汪淑芬傳真 113 年 3 月 7 日



柏林綠色目的地故事競賽 台灣獲 2 獎項 2024 ITB 柏林綠色目的地故事競賽於台灣時間 7 日凌晨頒獎，觀光署雲嘉南濱海國家風景區，與東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處輔導業者頭城休閒農場雙雙得獎，台灣代表與綠色目的地基金會創辦人艾柏特·沙爾曼(Albert Salman)(中)合影。(觀光署提供) 中央社記者汪淑芬傳真 113 年 3 月 7 日

## 【新聞/聯合新聞】

### 綠色旅遊競賽 觀光署雲嘉南及東北角管理處雙獲獎

2024-03-07 14:58中央社／ 台北 7 日電國家風景區

柏林國際旅展（ITB）於台灣時間今天凌晨舉行綠色目的地故事競賽頒獎典禮，觀光署雲嘉南濱海風景區管理處的溼地品牌，與東北角及宜蘭海岸風景區管理處輔導的頭城休閒農場都分別獲獎。

觀光署發布新聞稿，台灣綠色目的地與綠色業者，於 2024 ITB 柏林綠色目的地故事競賽（2024 GreenDestinations Story Awards）中，雙雙得獎，雲嘉南濱海國家風景區管理處獲得「自然與景觀」類別第 1 名，東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處輔導業者頭城休閒農場獲得「商業行銷」類別第 2 名。

觀光署說，這個獎項由柏林國際旅展主辦單位與荷蘭綠色旅遊目的地基金會（Green DestinationsFoundation）合作頒發，針對每年全球百大目的地故事競賽與 GTS 綠色故事比賽優選業者進行評選，獎項共分為 6 大類別，每個類別頒發前 3 名獎項。

為鼓勵全球私人企業與目的地管理單位一起響應永續實踐，綠色目的地基金會於 2024 年將綠色企業納入國際競賽，台灣東北角及宜蘭國家風景區管理處為全球綠色目的地辦理永續實踐故事比賽的先驅，主辦單位特別邀請第 1 屆大東北角永續實踐故事比賽「綠色企業組」第 1 名業者納入參賽；2024 全球共有 3 個綠色企業故事入圍，僅台灣企業「頭城休閒農場-綠色廚房故事」獲獎。

觀光署說，雲嘉南濱海國家風景區管理處以「與水共舞-颱風過後重現的濕地與治水」故事獲獎，分享轄區內雲林口湖鄉東南方甘蔗農田的故事，這個地區因 1986 年颱風韋恩引發大量海水倒灌嚴重積水、地層下陷，農田土地因長時淹水，鹽化嚴重而無法耕種，如今變成湖泊與濕地，也間接導致居民喪失工作機會，為解決長期水患問題，地方政府合力透過友善工程把積水湖泊改造成生態滯洪池，保留原有大面積生態棲地。

雲嘉南管理處在興建觀光設施時，迴避高度敏感區環境，適度於周邊增設遊客中心、親水平台、賞鳥亭、導覽解說牌誌、環湖步道、自行車道及無障礙坡道等基礎設施，進行環境教育工作，因應夜間活動需求，只設置景觀矮燈不設高燈，降低對生物棲息的影響。並將口湖遊客中心，委託當地組織「金湖休閒農業發展協

會」經營，提供導覽解說、主題遊程、體驗撈蝦摸蛤、在地風味餐及販售在地農漁產伴手禮，讓在地居民有更多的工作機會。

觀光署說，東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處輔導的頭城休閒農場的「綠色廚房」，將美學及永續理念結合，設計永續餐食服務，利用在地與友善食材為媒介，融入農場內生態、循環農業、漁業的友善理念的主題元素，並於餐前設計沉浸式的遊程體驗，讓參與者在步行到用餐空間的經歷，了解鄉村文化、生態、海洋等議題，讓綠色廚房的概念延伸至環境教育，2021 至 2023 年，綠色廚房吸引至少 50 個國內外社區團體到訪，除了農場本身受惠，也間接增加周邊在地業者來客量與收益。

## 二、代表團組成

編號	類別	單位
1	政府單位	交通部觀光署
2		交通部觀光署駐法蘭克福辦事處
3		交通部觀光署駐倫敦辦事處
4		鹿特丹台貿中心
5		原住民族委員會
6		臺北市政府觀光傳播局
7	航空公司	中華航空德國分公司
8		中華航空奧地利分公司
9		中華航空荷蘭分公司
10		長榮航空德國分公司
11		長榮航空荷蘭分公司
12	旅行社	宏祥旅行社
13		金界旅行社
14		雄獅旅行社
15		飛亞旅行社
16		歐洲皇室旅行社
17	飯店	秧悅美地度假酒店
18	其他觀光相關單位	滿力國際股份有限公司
19		台北 101
20	公協會/執行單位	台灣觀光協會
21	表演團體	油紙傘彩繪
22		歐洲台灣精品茶學會

23		祖韻文化樂舞團
24		Teamate

### 三、相關活動照片

#### 【阿姆斯特丹推廣會】



【ITB 柏林旅展】



【ITB 柏林旅展】



【謝大使代表處晚宴】



【相關獎項受獎】

1. 金城門觀光旅展



## 2. Green Destination 百大故事獎



### 3. Spartacus 雜誌/旅遊趨勢獎

