

台灣觀光



更多相關訊息
請上網查詢

www.tva.org.tw | 雙月刊



新北市

特色觀光活動行銷國際



三大主題活動宣傳策略奏效 吸客三千五百萬人次

幅員遼闊的新北市，人文與自然觀光資源豐富，深受國內外遊客喜愛，加上新北市觀光旅遊局籌辦一系列觀光活動，主打「月月有主題」，去年吸引高達三千五百萬人次的觀光客，其活動規劃與宣傳的用心，帶來豐碩的成果效益，值得觀光業界參考。

產業脈動／專訪國賓大飯店總經理李昌霖
他山之石／韓國觀光公社國際行銷經驗分享

人物專訪／
新北市觀光旅遊局長陳國君

2014 FULONG INTERNATIONAL
SAND SCULPTURE ART FESTIVAL



藝術季

2014 福隆國際沙雕

金沙傳奇 不思議

旅程 一沙一世界

Incredible Golden Sand Legends



活動地點 福隆海水浴場
洽詢電話 02-2499-2381
02-2499-1210



5/3 ~ 6/30

活動資訊請上網搜尋

2014福隆沙雕

指導單位 | 交通部觀光局

主辦單位 | 東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處、福容大飯店連鎖集團

協辦單位 | 臺灣鐵路管理局、行政院海岸巡防署岸巡第一三大隊、新北市政府、新北市
貢寮區公所、新北市政府警察局瑞芳分局、新北市政府消防局貢寮分隊、
靈鷲山無生道場、麗禾創意行銷



福容大飯店
Fullon Hotel Fulong
福隆



陸客來臺自由行 五一假期爆量

大陸遊客赴臺自由行成主流 九成旅客想再訪臺

文、圖／編輯部

自 2011 年 6 月首批自由行陸客來臺後，來臺自由行人數即快速成長，根據報導今年五一假期來臺自由行的陸客，較去年同期成長近一倍；另有調查指出超過九成來臺自由行的旅客，都想再訪臺灣。

■ 故宮、臺北 101 與中正紀念堂是陸客最愛的前三大熱門景點。



政府從 2011 年 6 月開放陸客自由行，當時只開放北京、上海、廈門，每天申請人數上限是 500 人，之後陸續開放與調高人數上限，至今已開放城市增至 26 個，並在今年 4 月將上限調高至每日 4,000 人。根據內政部移民署統計，大陸來臺自由行人數，2012 年時為 19.1 萬人，2013 年成長 2.7 倍至 52.2 萬人；另據大陸線上旅遊服務商攜程網的消息，大陸民眾在今年五一假期期間來臺旅遊報名相當熱門，較去年同期成長近一倍，顯示陸客自由行呈穩定成長的發展趨勢，並已漸成陸客來臺主流方式。

二三線城市購物金額高

據攜程網報導，今年以來，由於遇上春節長假，二月份赴臺遊人數最多，透過攜程預訂機票、酒店、自由行產品的赴臺自由行遊客單月達到數萬人，目前赴臺自由行需求仍大於配額，按照往年市場情況，每年三月到五月、「十一」黃金周、春節等旺季，入臺證辦理時間都會出現延長情況；臺灣已成為大

陸遊客最喜愛的目的地之一，最熱門目的地是臺北、日月潭、阿里山、高雄、澎湖等，墾丁則對大陸年輕人更具吸引力。

另外，根據 AC 尼爾森日前公布「中國自由行旅客來臺消費研究」調查結果，超過九成來臺自由行的旅客，都想再訪臺灣，其中有超過五成計畫一年內再到臺灣自由行，平均來臺天數約一周，最大花費是「購物」，最愛買名特產、紀念品或手工藝品，而且二三線城市旅客在台購物金額，較一線城市自由行旅客的人民幣高出 21.7%。

至於陸客最愛的前三大熱門景點，分別是故宮博物院、臺北 101 與中正紀念堂。一線城市第四大景點為西門町，來自二三線城市的旅客特別青睞北投溫泉。

此外，一半以上的旅客，計畫在一年內再到臺灣自由行。原因是臺灣民情風俗、文化、豐富的人文內涵與自然風光、小吃美食眾多；再訪計畫的停留天數也將更長，平均超過七天。TVA

會長 / 賴瑟珍
榮譽會長 / 嚴長壽、張學勞
副會長 / 朱鍾宏、李昌霖、戴啟珩
發行人 / 賴瑟珍
編輯顧問 / 吳朝彥、黃怡平、陳映廷、王青平
發行所 / 財團法人臺灣觀光協會
地址 / 臺北市民權東路二段9號5樓
電話 / 02-2594-3261
傳真 / 02-2594-3265 / 2597-5836
網址 / <http://www.tva.org.tw>
E-Mail / fifi@tva.org.tw

交通部觀光局海外辦事處

日本東京事務所
日本國東京都港區西新橋1丁目5-8川手ビル3F
Tel / 81-3-3501-3591-2 Fax / 81-3-3501-3586
E-mail / tokyo@go-taiwan.net

日本大阪事務所
日本國大阪府大阪市北區西天滿4丁目14番3號6階
Tel / 81-6-6316-7491 Fax / 81-6-6316-7398
E-mail / osa@go-taiwan.net

新加坡辦事處
5, Shenton Way, 14-07, UIC Building, Singapore 0106
Tel / 65-223-6546-7 Fax / 65-225-4616
E-mail / tbrosin@singnet.com.sg

韓國首爾辦事處
大韓民國首爾特別市中區三角洞115 京畿大樓9樓902號
Rm, 902, 9th Floor Kyung-Ki Building 115 Samgak-dong,
Chung-Ku, Seoul, Korea
Tel / 82-2732-2357-8 Fax / 82-2732-2359
E-mail / sarah@tourtaiwan.or.kr

香港辦事處
香港九龍尖沙咀廣東道30號新港中心第二座10樓1010室
Tel / 852-2581-0933 Fax / 852-2581-0262
E-mail / ttbtva@netvigator.com

馬來西亞吉隆坡辦事處
Suite 25-01, Level 25, Wisma Goldhill, 67
Jalan Raja Chulan, 50200 Kuala Lumpur Malaysia
Tel / 60-3-2070-6789 Fax / 60-3-2072-3559
E-mail / tva@streamyx.com

美國紐約辦事處
1 East 42nd St., 9th Fl., New York, NY 10017, USA
Tel / 1-212-867-1632-4 Fax / 1-212-867-1635
E-mail / nyo@tbroc.gov.tw

美國舊金山辦事處
555 Montgomery Street, #505, San Francisco, CA 94111, U.S.A.
Tel / 1-415-989-8677 Fax / 1-415-989-7242
E-mail / info@visittaiwan.org

美國洛杉磯辦事處
3731 Wilshire Boulevard, Suite 780, Los Angeles,
CA 90010, U.S.A.
Tel / 1-213-389-1158 Fax / 1-213-389-1094
E-mail / latva@pacbell.net

德國法蘭克福辦事處
Rheinstrasse 29, 60325 Frankfurt / main Federal
Republic of Germany
Tel / 49-69-610-743 Fax / 49-69-624-518

大陸北京辦事處
北京市建國門外大街乙12號雙子座西塔29層
Tel / 10-6566-4100 Fax / 10-6566-2519

大陸上海分處
上海市黃埔區西藏中路168號都市總部大樓1002室
Tel / 21-6351-0909 FAX / 21-6351-0696
Email / rl@tlhsh.org

承製單位 / 宏碩文化事業股份有限公司
出版總監 / 戴家英
執行主編 / 唐祖湘
資深攝影 / 盧大中
藝術設計 / 林巧雲
廣告業務 / 洪憶喬 0930-147-080、王芝芸 0932-025-557
謝佳怡 0955-213-057、劉建德 0952-901-250

地址 / 231新北市新店區中興路三段3號10樓
廣告專線 / 02-5599-9999

E-mail / magazine@moflife.com.tw
本刊為財團法人臺灣觀光協會會刊
本期發行日期：2014年5月
新聞局登記證局版臺誌第1090號
中華郵政北臺字第976號執照登記為雜誌交寄
郵政劃撥0004968-7號
訂價：每本100元

特別企劃

新北市 特色觀光活動 行銷國際

主題活動宣傳策略奏效 每年吸客三千五百萬人次

幅員遼闊的新北市，人文與自然觀光資源豐富，深受國內外遊客喜愛，加上新北市觀光旅遊局籌辦一系列觀光活動，主打「月月有主題」，去年吸引高達三千五百萬人次的觀光客，其活動規劃與宣傳的用心，帶來豐碩的成果效益，值得觀光業界參考。

14



10

人物專訪

新北市觀光旅遊局長陳國君

用創意思維 為新北市觀光加值

04

觀光亮點

臺灣 · 日本香川縣
美味交流麵對面 友誼再加溫

05

觀光亮點

專訪香川縣知事濱田惠造

24

產業脈動

專訪國賓飯店李昌霖總經理

帶領老字號積極創新 讓國賓變年輕

26

他山之石

專訪韓國觀光公社台北支社長劉鎮鎬

看準趨勢 行銷策略多管齊下

28

會展新知

專訪安益集團涂建國董事長

用創新思維 連結會展產業、觀光與城市行銷

30

特色台灣

國際教育旅行 強化臺日韓觀光交流

32

特別報導

智慧觀光 彈指間輕鬆遊臺灣

34

人才培育

2014 年觀光產業關鍵人才培育計畫課程 提升職能競爭力

38

臺灣好評

臺灣值得一遊 美媒提三大理由

40

推廣活動

臺灣與福建合作 推動兩岸鄉村旅遊

台灣觀光協會赴廣州考察行程實錄

台灣觀光協會與日本香川縣觀光協會簽署友好交流協定 開創臺日觀光新契機

組團參加泰國春季旅展 分享臺灣多元文化

組團參加馬來西亞春季旅展 主推臺灣觀光年曆 成功吸客

組團參加新加坡春季旅展 全方位提升臺灣品牌形象

組團參加2014年印尼旅展 加強臺灣觀光資源宣傳 聚眾效應顯著

組團參加2014柏林(ITB)旅展 吸引歐洲旅客瘋臺灣



36

趨勢分析

春暖花開 臺灣觀光首季表現優

06

名家講堂

劉克襄 達娜伊谷溪的未來

07

名家講堂

陳偉倫 鳥嶼。花香

48

臺日近期重要交流活動

50

會員交流

新進會員單位介紹

52

活動新訊

54

節慶資訊

56

讀者問卷

香川縣與臺灣加強合作 以觀光為主軸全面交流

美味交流麵對面 臺日友誼再加溫

文／編輯部 圖／盧大中

日本香川縣觀光協會會長梅原利之、香川縣知事濱田惠造，以及縣市議會代表等一行 20 多人於 4 月 2 日專程來臺辦理觀光記者發表會，會中再度發表香川縣觀光協會與台灣觀光協會 3 月 21 日在日本香川所簽署的友好交流協定。

華航臺日新航線 拉近臺北香川

台灣觀光協會賴瑟珍會長表示，去年 3 月 21 日臺北直飛高松的航線，有如搭起臺灣到四國的瀨戶大橋，對於雙方民眾互訪發揮極大功效，目前雙方乘客的比率也很平均，臺灣佔 52%，日本佔 48%，未來

為加強臺灣與日本四國間的觀光交流，香川縣觀光協會與台灣觀光協會特別於 4 月 2 日於臺北舉辦記者，會中同時發表香川縣觀光協會與台灣觀光協會 3 月 21 日在日本香川縣所簽署的友好交流協定，期望未來能夠有更深入的交流。



讚岐烏龍麵達人香川政明（左）與臺灣牛肉麵大師洪師傅（右）現場親手烹煮「臺式讚岐牛肉麵」。

在增班的可能性下，雙方觀光旅客人數的成長還有很大的空間。

香川縣觀光協會會長梅原利之指出，香川縣有很多值得造訪的景點，在外國人喜愛的日本景點百選中，香川縣就佔了三個；香川縣知事濱田惠造也呼籲，期待未來有更多臺灣民眾前往香川旅遊。

美味交流 日烏龍麵配臺牛肉湯

當天記者會中並安排了「美味交流·麵對麵」活動，由日本讚岐烏龍麵達人香川政明，以及臺灣牛肉麵大師洪師傅，現場親手獻藝。香川政明從揉麵、桿麵、切麵到煮麵，全程現場親手演出，洪師傅則現場火烤薄片牛肉，調製創新牛肉湯，還帶來香噴噴的炸醬，與熱騰騰的讚岐烏龍麵合而為一，成就另類創意美食，也象徵臺日觀光交流雙贏的局面。TVA



（左起）中華航空董事長孫洪祥、台灣觀光協會會長賴瑟珍、香川縣觀光協會會長梅原利之、香川縣知事濱田惠造共同展示友好交流協定。

專訪香川縣知事濱田惠造

強推品牌與部落客行銷 打造烏龍麵縣獨特魅力

文／唐祖湘 圖／盧大中



位於四國東北部的香川縣有許多豐富觀光資源，香川縣知事濱田惠造本次來臺時特別接受本刊專訪，暢談他運用哪些行銷手法增進香川縣的觀光知名度，並推薦臺灣民眾來到香川縣不可錯過的優質觀光景點。

現年 62 歲的香川縣知事濱田惠造，1975 年從東京大學法學部畢業，曾擔任大藏省主計局、山形縣總務部長、東京關稅長等職，2010 年當選香川縣知事至今，本次已經是第四度訪問臺灣，顯見對臺灣觀光市場的重視。

多元宣傳帶動香川觀光熱潮

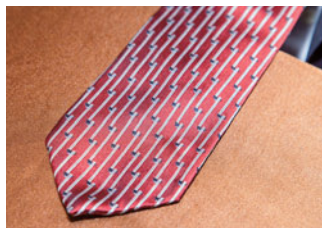
法學背景出身的濱田惠造，當選香川縣知事前從事財政工作，但對於觀光行銷相當有一套，他接受本刊專訪時指出，上任後要求部屬將香川縣觀光宣傳影片控制在三分鐘內，並發想出將香川縣以「烏龍麵縣」為名的提案，展現十足效率與創意；宣傳手法也相當靈活，不僅任命香川縣出身的知名日本藝人要潤與木內晶子擔任烏龍麵縣副知事，帶動香川縣觀光熱潮，並於推廣觀光的記者發表會上，邀請多位年輕女性部落客前往報導，宣傳香川縣的豐富物產，其報導效應一傳十、十傳百，香川縣官網立刻被塞爆，吸引各家媒體前往採訪，沒花大錢就取得了非常好的宣傳效果。

烏龍麵文創品好吸睛

香川縣並善用烏龍麵這個元素，製作各種新奇有趣的文創品，例如烏龍麵領帶，遠看領帶條紋與一般沒

兩樣，近看發現是用筷子從碗內夾起長長的烏龍麵，非常有趣，共有十種顏色選擇，烏龍麵胸針也是盛滿烏龍麵的麵碗為圖案，另推出吃了很多烏龍麵的「烏龍麵腦」為新一代觀光公仔，讓看過的人印象不深刻也難。

濱田惠造表示，今年三月台北—高松開航滿一周年就增加班次，加上與台灣觀光協會締結姊妹協會，他感到非常高興，他知道讚岐烏龍麵在臺灣的知名度很高，其實香川縣還有栗林公園、直島、金刀比羅宮等知名觀光景點，皆入圍日本景點百選，非常值得一遊，他也大力推薦瀨戶大橋、小豆島等名勝，以及香川縣的溫泉與高爾夫球場；美食部份除烏龍麵外，橄欖葉餵食飼養的牛與青甘魚，以及草莓、奇異果等皆不容錯過。濱田惠造說，竭誠歡迎臺灣民眾前來觀光，將體會到香川不是個只有烏龍麵的縣，而是能夠恣意遊玩的好地方。◆



■ 烏龍麵領帶



■ 烏龍麵胸針



達娜伊谷溪的未來



文、圖／劉克襄

「我們的孩子將來不用到山下，跟平地的孩子一起競爭了。」

一位鄒族在介紹自己家園時，驕傲地跟遊客們說。那是 90 年代初，達娜伊谷溪以保育溪魚著名，變成阿里山新興熱門景點之後，有回到那兒走訪，印象最深刻的畫面。

如今整個達娜伊谷生態公園，在山美村族人自治自理下經營得有生有色。多數年輕人在自己家園謀得安穩的工作，更願意思考如何以生態保育的思維，呵護這座公園以及周遭景點。

但前些時走訪這一鄒族部落觀光的遊客，想要探看溪魚大群圍攏岸邊的壯觀場景，卻未見著。原來，八八風災後整個河道改變，昔時森林蓊鬱的蜿蜒溪岸，經過山洪和土石流的沖擊，遽變為寬闊的河道，溪岸的護育設施摧毀殆盡。

達娜伊谷溪的自然美景從此不再，我原本以為此一生態公園大概難以恢復過往營運。怎知三四年過後，來自台灣各地的遊客，還是高興地滿足於到此一遊。例假日時，我搭乘的大型遊覽車駛進，一時間還找不到停車位，只見廣場塞滿十來部。

遊客雖然看不到鮎魚（即苦花）集聚的奇觀，還是可以體驗橫越觀光吊橋的宏偉，觀看傳統歌舞表演的風采，兼而享受在地風味餐，購買一些山地農產。充滿在地特色的小店，一路也還有那麼二三間，吸引遊客駐足。

看來山美村以護溪護魚為主題，此一名號已打響。遊客如今到來，想看的是整體部落維護傳統文化的特色，目前又如何打造家園。

有此一例，當地部落應該有信心，無須重覆過去築壩餵養鮎魚的方式。或許，日後可進一步思索，著重在生態保育經驗過程的宣導，以及把這一環保智慧跟傳統文化結合，創造更感人的內涵。

八八風災摧毀諸多部落的觀光建設，此一教訓，更該讓部落有另一面向思考。

南北橫貫的嘉 126 縣道，連接另外兩個美麗的山村，新美和茶山。多數的觀光行程，都安排抵達達娜伊谷後便折返，忘了後面兩個村，還有不同的部落。新美的鄒族農產文物、茶山的涼亭文化，都是相當具有特色的風土。如何把達娜伊谷再呈現，日後以中小巴定期來回，帶動這條高山路線的生態旅遊，都可以好好評估。

90 年代初，山美率先帶動山區的生態保育，此一勇於反省現狀的寶貴經驗，絕對可再複製，延伸其傳統文化和再造的精神，循此線繼續尋找可能。◆

關鍵字：阿里山、生態旅遊

作者簡介

劉克襄，詩人生態旅遊作家。在多年創作過程，不斷嚐試各種自然和城鎮書寫，著有詩、散文和小說多部。新近代表。作為《11 元的鐵道旅行》、《男人的菜市場》、《裡台灣》。

結束冬眠，
前所未見的
雪白春天。

原來是台灣、是桐花，
春天的客庄，
交織著純淨潔白與盎然綠意。

TAIWAN HAKKA TUNG BLOSSOM FESTIVAL

2014 桐花祭 



鳥嶼。 花香

文、圖／陳偉倫

義大利電影《il postino》（郵差）一片中，詩人聶魯達走過海岸邊，湛藍的海水拍打著，湧起的白浪與碧海青天，共築美麗畫面，浪漫的主旋律樂聲響起，心中總是盼望著這般天堂。


其實，不需長途跋涉。在台灣的離島你也能輕易享有這樣的好景色。天人菊遍布的澎湖數十個離島中，我最愛的便是鳥嶼。坐落於澎湖岐頭東北方的鳥嶼，居民不過一千多人，卻是全台灣丁香魚產量第一名的地方，尤其是夏季開放捕丁香魚的季節，家家戶戶門口曬丁香魚的盛大景象，隨處飄來的自然鹹香氣讓人忘不了。

鳥嶼的潮間帶保留了最天然的生態環境，在傍晚退潮時刻，適合進行潮間帶的探索活動。玄武岩的自然節理，映著澄黃的夕陽，甚是美麗，踏浪其中，還可發現許多水中生物，如圓滾滾的河豚、陽隧足、海膽、海參以及快速游走而過的熱帶魚，岩石上還有不少的石蚶，儼然是個大自然水族館。

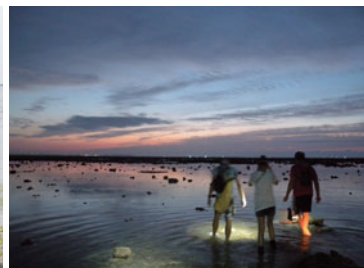
鳥嶼島上的平房整齊排列著，有不少房子的外牆漆上鵝黃、淺綠等色澤，充滿南歐情調，穿梭於街巷中，欣賞島民的日常生活也是一種樂趣，柑仔店販售的懷舊糖果、灰色樸實的傳統咭咕石屋、甚至我們常用的衣夾掛被拿來掛曬章魚，樣樣都有趣，慢慢踱步，爽朗的海風拂面，不遠處的山坡出現小雲雀的身影，斷斷續續發出嘹亮的聲響，一切是如此地不思議。

向晚時分，鳥嶼更是生氣蓬勃，大家把桌椅搬到戶外，各式海鮮料理端上桌，米粉湯裡頭有花枝、章魚、丁香魚、海菜等，鮮美極了，還有清蒸的螃蟹，烤牡蠣等，美味不在話下，即便你是不相識的遊客，居民也會邀你入座，洋溢著濃郁的離島人情。

再晚些，漁船歸來，一箱箱裝滿丁香魚送上岸，便得快速處理，用熱水汆燙後，便可鋪平放置降溫，之後才會曝曬在廣場上，讓金黃陽光散滿其上，增加風味。

安逸、緩調的鳥嶼，散發著特殊的氣質，一款自由自在的風格，值得再三回味。如果你嚮往一趟放逐、流浪的旅途，那麼，來鳥嶼吧！

關鍵字：澎湖、離島、海鮮、玄武岩



作者簡介

陳偉倫，現任行遍天下月刊副總編輯，以飛行累積視野，沉浸旅行與風格生活，曾擔任中華航空、泰國觀光局、澳門旅遊局旅遊講座主講人，著有《去京都，不需要理由》。

TTL 台灣菸酒公司

玉尊

麥芽威士忌

冰石奇機

寄就送 抽再送



威士忌冰酒石



Acer Z150 Liquid Z5

玉尊麥芽威士忌 冰石奇機 寄就送 抽再送

活動時間：即日起至103年6月30日止(以郵戳為憑)。

活動辦法：

凡於活動期間內，寄回「0.7公升玉尊麥芽威士忌」外盒條碼1枚，或寄回購買3瓶「0.2公升玉尊麥芽威士忌」之發票正本(不限單筆消費，需可辨示購買品項及數量)，並註明姓名、電話、地址，寄至「南投市軍功里東山路82號臺灣菸酒公司南投酒廠103年玉尊麥芽威士忌抽獎活動小組」，即可獲得威士忌冰酒石一組(市價199元，限量999組，送完為止)，還有機會抽中Acer Z150 Liquid Z5 宏碁雙核心/5吋雙卡智慧型手機(市價6,990元)及0.7公升玉尊麥芽威士忌(市價500元)。

詳情請洽 0800-231-422、049-2234171 或 www.ttl.com.tw

0.2公升玉尊麥芽威士忌 各大連鎖便利超商新品上市

TTL官網

TTL粉絲團



活動品項：

- 玉尊麥芽 0.7公升威士忌
- 玉尊麥芽 0.2公升威士忌



酒後不開車 · 安全有保障



陳國君用創意思維 為新北市觀光加值

媒體人轉戰觀光界



陳國君小檔案

學歷：東海大學政治系畢業
現職：新北市觀光旅遊局長
經歷：桃園縣政府觀光行銷處處長
行政院約聘專門委員兼副院長辦公室主任
東森新聞總編輯

新北市觀光旅遊局長陳國君，在事業巔峰時，放棄人人羨慕的電子媒體總編職位，轉入觀光領域從頭一點一滴耕耘，以群眾的角度與視野，規劃獨具特色的觀光行程，勾勒新北市獨一無二的觀光願景。

文／唐祖湘 圖／盧大中



談到從媒體界跨入觀光界，新北市觀光旅遊局長陳國君笑稱，這份工作從未出現在生涯規劃之中，不僅自己過去所學與觀光旅遊產業無關，在新聞媒體工作長達 20 年，採訪路線也以政治、生活、兩岸為主，但因為自己向來喜愛旅遊，既然有機會能瞭解觀光領域，並有緣走入公部門，也算是人生難得的機遇，因而欣然決定接下這個挑戰。

一晃眼，陳國君在觀光界服務迄今已

一晃眼，陳國君在觀光界服務迄今已近八年，他指出，從前在媒體任總編輯時，對記者嚴格要求，對時政提出批評，進入公務體系之後，則要不斷地接受大眾、媒體檢視，角色轉換之間頗令人玩味，但無論是公部門與觀光領域，都是寶貴的學習過程，他非常珍惜這個得來不易的經驗。

從零開始 傾聽在地民眾聲音

回憶剛踏入公部門體系期間，陳國君笑說，當時自己對觀光一知半解，不熟悉公務體系業務流程，硬體工程更是沒接觸過，一切的專業領域知識都得從零摸索起，很榮幸受到許多業界前輩指導，讓他得以跳脫既有框架，快速融入狀況，特別是受到國際著名城市規劃專家西村幸夫教授的啟發甚深，舉凡「打造觀光城鄉必須考慮當地居民感受」、「用對方能接受的方式溝通」等觀念，讓他日後在推動在地觀光時受益良多。

陳國君有感而發指出，以往都是從遊客的角度看，換作從推廣者的角度出發，就有不同解讀，好比興建觀光設施，若未經過當地人同意，不僅不被視為美意，還是一種破壞。因此傾聽在地民眾聲音，充分尊重當地人的想法，成為他在推動觀光發展時秉持的一貫

立場。加上以往豐富的採訪經驗，對群眾保有同理心，以及擅長行銷與宣傳，這些特質加乘運用在觀光推廣上，關鍵時刻總能發揮力量。

推展觀光 不影響當地生活方式

陳國君在桃園縣任職時負責推動大溪老街再造工程，因老街巷道狹窄，汽、機車進進出出，每到周末擁擠不堪，遊客逛街時還必須隨時留意閃避車輛，興致大減。為此他與鎮長等意見領袖密切溝通長達半年，達成假日上午九點到至下午五點封街的共識。結果遊客逛得盡興，隨之拉抬店家買氣，皆大歡喜。改造後的老街也成功串聯了兩蔣文化園區、慈湖、角板山形成帶狀景區，儼然成為桃園新興觀光勝地。

來到幅員遼闊，觀光資源豐富的新北市，陳國君除了勤加溝通之外，更以不改變當地生活方式與生活態度為推展觀光的最高準則。以新北市近年推出的烏來福山部落行程為例，這個位於烏來區最深處的泰雅族部落，因路程遙遠，得以保留傳統文化和美麗生態，可是當地居民生活狀況不是很好。因此與當地居民達成共識後，透過觀光引進人潮，但迥異於大興土木的傳統作法，陳國君著重在原

1 因緣際會踏入公部門與觀光領域，陳國君很珍惜這樣寶貴的學習過程。
2 陳國君受到日本東京大學西村幸夫教授的思想啟發甚多，時常翻閱其著作參考。
3 與世隔絕的福山部落，以彩繪雕刻述說在地泰雅族身世。
4 第一座人與貓共同行走的貓橋之設立，為猴硐帶來旅遊新氣象。



住民文化的展現與地方的連結性，如培訓部落居民當導覽人員，舉辦烹飪課程，用當地食材煮出風味餐、整建生態護魚步道設施等。正式推出行程後，外來遊客不但可以在當地部落導覽人員帶領下，親身體驗瞭解原汁原味的部落文化與山林之美，品嚐在地食材、DIY 親手實做原住民傳統飾品，部落居民也因為觀光人潮的到來，增加就業機會，獲得較好的經濟收益而改善了生活。

國際媒體好評 吸引旅客來臺

擔任新北市觀光旅遊局局長三年多來，陳國君締造出不少亮眼成績，像是九份連續三年被國際觀光客評選為心目中滿意度最高的來臺旅遊去處、猴硐被 CNN 列入世界六大賞貓聖地、平溪天燈被美國 CNN 評選為

全球 52 新鮮事之一，也被全球最大英文旅遊書出版公司 FODOR'S 選為全球 14 個死前非去不可的節慶之一……等。陳國君指出，新北市在觀光上創造出許多臺灣第一，這些第一並不是建設了第一高樓，或是蓋了最豪華的渡假村，而是突顯在地人文、自然特色，讓遊客每到一個地方就擁有不同的旅遊體驗。

注入創意 保留在地特色

「我想做的觀光不是要蓋一個博物館，把東西都擺在裏面給大家看，而是貼近真實生活的旅遊風景。」以近年因流浪貓而聲名大噪的猴硐來說，陳國君回憶剛上任那年去猴硐，貓咪瘦得皮包骨的畫面還記憶猶新，之後與當地多次溝通並進行清潔、防疫與照顧等一連串措施，將髒亂環境改頭換面，當地居民才逐漸接受。幾年推動下來，不僅建設人貓共用的貓橋、貓咪公廁、真貓值班的崗哨亭，車站大廳閒置空間也將改成貓咪資訊站，完全以人與貓咪為設計主體，因而更加聲名遠播，受到全球貓迷關注。





7

類似這種將地方特色輔以創意規劃與包裝的理念，在新北市各處可見。於是，在平溪除了放傳統天燈，也有注入文創概念的圓仔、元寶與愛心天燈可選，還可以學習如何做天燈，或到LED燈所構成的天燈派出所為鐵馬打氣、品嚐輕食；而水質乾淨、空氣新鮮的雙溪地區，則被打造成為慢跑者天堂，設計木質拉筋座椅，提供慢跑者熱身、休憩，在車站周邊增建置物櫃、淋浴空間等多項設施，讓遊客感受「換一種速度旅遊」的樂趣。

讓新北市的獨一無二 被世界看見

在陳國君眼中，全臺灣少有城市像新北市這般擁有山、海、河川等豐富多元的自然資源，而在地理位置上，新北市與臺北市儼然形成一個共同生活圈，只要到臺北市遊玩的國際觀光

客，十之八九都會到新北市旅行，因此他認為用創新思維行銷新北市本身獨有的觀光魅力，比一窩蜂辦活動來得重要，所以新北市沒有跨年晚會，而是在耶誕期間獨創全臺唯一的歡樂耶誕城，全台最高耶誕樹、遊樂設施、裝置藝術、耶誕演唱會…等包羅萬象活動輪番登場，不論是大人或是小朋友，都能在歡樂耶誕城找到屬於自己的節慶歡樂。

「臺灣的觀光資源在全世界扮演獨一無二的角色，新北市觀光在台灣的定位也是如此。」陳國君強調，融合在地文化，運用巧思創造出在地獨一無二特色，是他任內的重點任務，他將繼續發揮行銷專長，開發更多魅力景點，也為現有觀光資源加值，向國際觀光客展現新北市的精彩。◆TVA

5 九份保有懷舊氣息，連續三年被國際觀光客評選為來臺最喜愛的景點。
6 新北市觀旅局在雙溪增設拉筋座椅、飲水設施等設備，打造慢跑者的天堂。
7 因應西洋情人節推出的愛心天燈，讓民眾感受濃濃愛意。



新北市 特色觀光活動 行銷國際

幅員遼闊的新北市，人文與自然觀光資源豐富，深受國內外遊客喜愛，加上新北市觀光旅遊局籌辦一系列觀光活動，主打「月月有主題」，去年吸引高達三千五百萬人次的觀光客，其活動規劃與宣傳的用心，帶來豐碩的成果效益，本刊特別報導新北市三大主題活動如何有效運用宣傳策略，供觀光業界參考。

三大主題活動宣傳策略奏效 吸客三千五百萬人次

文／林信宏 圖片提供／新北市政府



平溪天燈節

獲CNN選為年度新鮮事 國際大放異彩

DATA >>>>

時間：每年農曆元宵節前後

地點：平溪、十分、菁桐地區

網址：<http://www.pingxiskylantern.tw/2014/>

新北市平溪天燈節今年已邁入第 17 屆，是臺灣一項歷史悠久的傳統節慶活動，為了讓傳統節慶展現嶄新的面目，帶給民眾不一樣的驚奇，主辦單位每年用心規劃活動，讓新北市平溪天燈節年年都有新亮點。

獲選為「臺灣觀光年曆」代表活動

2011 年新北市甫升格，平溪天燈節邀請到第一屆金漫獎漫畫大獎得主，在天燈上繪製動漫版的新北市願景圖；2012 年首次挑戰「千燈齊飛」，於同一時刻施放千盞天燈，畫面既美麗又壯觀，獲交通部觀光局票選為「臺灣觀光年曆」代表活動；2013 年邀請國寶級天燈師傅打造高達 12 呎的大型蛇型「青小龍」天燈，顛覆傳統天燈的樣貌。

2014 年平溪天燈節更邀請到許多駐臺使節及外國朋友們一起參與這場國際盛會，施放高達 26 呎大型拼貼許願天燈，上頭寫滿世界各地的祝福文字，並推出全國首創的圓仔天燈，高達 15 呎，是目前最大的大貓熊圓仔天燈授權商品。

入選 CNN 新鮮事與 Fodor's 一生必遊節慶

2013 年 CNN 列出世界各地必遊的 52 件新鮮事，值得遊客參與、拍照留念、在臉書分享，新北市平溪天燈節排名第 8；另獲全球最大的英文旅遊書籍出版公司 Fodor's 選為「14 個一生必遊的節慶」，在國際大放異彩。



與日簽署協定 提升國際知名度

平溪天燈節已從深具代表性的臺灣節慶活動，躍升為世界級的節慶盛會。每年平溪天燈節記者會皆用心規劃的各場活動主題，吸引各家媒體與民眾目光，並藉由刊登報章雜誌廣告、捷運燈箱廣告、廣播節目訪談、形象廣告播放等方式，提高活動曝光率。

2013 年新北市更跨國與「忍者的故鄉」日本三重縣簽署「觀光交流合作協定書」，提升平溪天燈文化以及平溪天燈節之國際知名度，雙方亦於 2013 年的臺北國際旅展上相互宣傳彼此之觀光資源，讓更多人感受到平溪天燈節的魅力。

上述行銷方式充分反映出觀光效益，除平溪天燈節每年皆吸引大量遊客前來，平溪地區每年遊客人次也由 2011 年的 137 萬人次，增加到 2012 年的 157 萬人次，再增到 2013 年的 197 萬人次，成功帶動地方觀光商機。





貢寮國際海洋音樂祭

全臺夏季音樂盛事 吸引國外旅客前來朝聖

DATA >>>>

時間：每年七月

地點：貢寮海灘

網址：<http://www.2014hohaiyan.tw/>



新北市貢寮國際海洋音樂祭從 2000 年起已辦理 14 屆，是全臺知名的免費大型戶外搖滾音樂會，邀請臺灣本地及來自世界各地的搖滾樂團，展現風格多元的音樂演出，每年夏天都吸引大批遊客前往福隆海水浴場玩沙、玩水、享受碧海藍天美景，欣賞令人熱血沸騰的搖滾音樂，享受聽覺與視覺的雙重震撼。

海內外旅展宣傳迴響熱烈

身為歷史最悠久的海洋音樂祭活動，除了活動前召開記者會宣布表演樂團卡司、刊登行銷廣告外，在宣傳方式也有新穎的一面，以 2013 年為例，貢寮國際海洋音樂祭推出首支微電影「隨性之後」，娓娓道出獨立樂團為了創作與實現音樂夢想，如何面對現實中的挫折與挑戰，引起許多人的共鳴。

參加海內外國際旅展也是主要宣傳管道之一，在 2013 年香港國際旅展中，新北市政府觀光旅遊局即大力宣傳推廣貢寮國際海洋音樂祭，邀請香港民眾前來參與這場夏季搖滾音樂盛會，受到熱烈迴響；2011 年新北市政府觀光旅遊局參加國內旅展也以「好吃好玩好新北—狂 Fun 海祭、樂活遊蹤」推薦給民眾。

孕育華人獨立音樂創作的搖籃

藉由多元宣傳管道，每年吸引大批遊客前來貢寮區參加新北市貢寮國際海洋音樂祭，成功帶動週邊觀光經濟效益；另一方面，貢寮國際海洋音樂祭也是孕育國內獨立樂團的搖籃，提供獨立樂團發表原創音樂的舞台，讓才華洋溢的音樂創作者有互相觀摩、交流的機會，原創作品能夠與更廣大的群眾分享。至今已培育許多團體與歌手，如蘇打綠、陳綺貞、盧廣仲、旺福、Matzka 等，貢寮海洋音樂祭促進華人音樂的發展，使得這個活動兼具觀光休閒與音樂文化傳承等多項功能。

新北市歡樂耶誕城

場面盛大壯觀 媲美國外嘉年華現場

DATA >>>>

時間：每年十二月

地點：新板特區

網址：<http://tour.ntpc.gov.tw/page.aspx?wtp=1&wnd=28>



獲選為「全臺十大浪漫聖誕景點冠軍」

新北市歡樂耶誕城於 2011 年首次舉辦，為期 45 天的活動中，除了在新板特區布置絢麗的耶誕燈海與耶誕裝置，並打造一棵全臺最高 LED 耶誕樹，每晚整點都可以欣賞到溫馨又浪漫的耶誕燈光秀，打造國外耶誕節浪漫繽紛的氛圍，吸引各地民眾前來觀賞。

活動內容年年創新

活動期間推出一系列耶誕饗宴，包括點燈開城儀式、適合親子參與的耶誕親子園遊會、兒童戲劇表演或漫步賞燈飾活動、繽紛奪目的耶誕踩街嘉年華，以及精采的大型耶誕演唱會，而且每年都有創新之舉，例如 2011 年 LED 耶誕樹上裝置會爬樹的耶誕老公公，2012 年耶誕老公公不僅會爬樹，還會旋轉與民眾打招呼，2013 年耶誕老公公更多了飛天耶誕小熊來作伴，耶誕燈飾布置範圍也年年擴大，讓新板特區沉浸在浪漫耶誕氛圍中。

宣傳策略上，除了召開記者會、刊登行銷廣告散播耶誕城歡樂氣氛外，2011 年新北市政府觀光旅遊局以「歡慶新北市、耶誕嘉年華」為主題參加 ITF 臺北國際旅展，構築新北市耶誕節慶與樂活城市之活力形象，也推出限量耶誕小熊，鼓勵民眾參與各種網路與實體活動兌換限量小熊，造成兌換風潮。

經過數年耕耘，新北市歡樂耶誕城吸引越來越多遊客參與，2011 年至 2013 年活動參與人次分別為 25 萬、91 萬、250 萬人次，分別創造 2 億、7.28 億、20 億元經濟效益，與活動創辦年遊客人次相比，2013 年遊客及產值成長近 10 倍，並於 2013 年獲入口網站 yam 蕃薯藤評選為「全臺十大浪漫聖誕景點冠軍」，成為全臺耶誕節期間最閃亮的焦點，亦成功建立了新北市特有觀光品牌。



慢遊新北市

四條經典旅遊路線玩透透

文／編輯部
資料提供／新北市政府

新北市擁有山、海、河、礦區、山城、湖、溫泉、歷史老街等多樣性的旅遊資源，再加上位居人文薈萃的大台北區域，抵達各個景點相當方便，在此推薦四條一日遊路線，歡迎以悠閒慢活的心情，暢遊這些美麗的景點。

淡水·八里

探巷弄、追風行 漫步金色水岸

淡水八里有許多知名的景點，巷弄內藏了可愛的小店及咖啡館，河岸提供便利的腳踏車租借服務以及完整的水岸車道，放慢腳步，帶著感性的的心情，會在這個方便到達的小區找到不一樣的假日風情。

1 穀牌倉庫

市定古蹟「原英商嘉士洋行倉庫」，又稱淡水穀牌倉庫。園區綠葉茂密，宛若一處自然公園；「淡水穀牌故事館」內以文字影像、修復文物等，帶出淡水貿易發達的大時代背景；倉庫內的「霞客」咖啡，緊鄰著淡水河，點一杯咖啡坐在河畔邊，令人流連忘返，館內偶爾會舉辦藝文展覽與拍賣活動，值得瞧瞧。

DATA 穀牌倉庫
新北市淡水區鼻頭街22號
(02)2622-1928 / <http://www.tamsui.org.tw>



5 金色水岸

沿著有「金色水岸」之稱的河岸漫步，街邊二樓的「有河book」，在文青界具有相當的知名度，販售新書與二手書、茶點等，更推出淡水有貓桌曆，為淡水街貓籌款請命，個性書店的人文氛圍，增添淡水旅行不少氣質。

DATA 有河book
新北市淡水區中正路5巷26號2樓
(02)2625-2459 / <http://blog.roodo.com/book686>



7 漁人碼頭

來到碼頭園區，大大的「LOVE」字母雕塑佇立在情人橋前，是許多情侶來到這裡必拍的景點。通往商店街的木棧道，收攬遼闊河海美景，西沉夕陽的前方有海濤陪襯，層次分明的橘紅天光更令人沉醉。

DATA 漁人碼頭
 新北市淡水區觀海路135號
 (02)2805-8476
www.fisherman.ntpc.gov.tw



3 馬偕街

洋溢濃重的西方情懷與建築藝術風，為淡水最受歡迎的散步路線之一。滬尾偕醫館是馬偕牧師最初行醫的地方，除了歷史介紹及陳列展覽外，還開設咖啡館供休息用餐；鄰近的淡水禮拜堂是拍攝婚紗的熱門景點，紅色教堂和小型廣場，充滿了西洋風情。

DATA 滬尾偕醫院
 新北市淡水區馬偕街6號／(02) 2629-2515



2 重建街

寧靜又純樸的重建街曾是淡水第一街，目前香草街屋為重建街上唯一的店家，除了文創商品，也經常舉辦許多藝文活動。旁邊紅磚窄巷的「戀愛巷」，是文學家王昶雄年輕時談戀愛的地方，無數情侶到此感受甜蜜浪漫滋味。

DATA 香草街屋
 新北市淡水區重建街14號／0922-295-355



6 八里左岸

從淡水搭乘渡輪前往八里，下船就是八里老街，往海口方向可找到腳踏車租借站。在單車道上可以一覽八里左岸的紅樹林水筆仔生態、到十三行博物館，最遠則是騎到台北港及八仙水上樂園。

十三行博物館保留八里地區出土的古物，讓參觀者能見識到考古發掘的各種成果，博物館建築本身如「一線天」觀景步道，有「鯨背沙丘」別名的斜緩屋頂，皆值得造訪。

DATA 十三行博物館
 新北市八里區博物館路200號／(02) 2619-1313
<http://www.sshm.ntpc.gov.tw/>

4 真理街

真理街的頭尾分別有小白宮（前清淡水關稅務司官邸）及紅毛城鎮守，不遠處的真理大學，紅磚白牆、西式拱圈，加上綠樹與草坪，像是歐洲某個學堂大殿。真理街上還開設了許多文創咖啡及甜點餐廳，是另一種優雅的選擇。

DATA 小白宮
 新北市淡水區真理街15號／(02) 2628-2865
 紅毛城
 新北市淡水區中正路28巷1號／(02) 2623-1001
 真理大學教師會館
 新北市淡水區真理街32號／(02) 2621-2121 #5310



三峽·鶯歌

逛老街 賞陶藝 感受舊物溫情

遊訪三峽、鶯歌老街坊，感受溫暖而古樸的人文氛圍，且讓目光與腳步暫停在這戀舊的時空裡，用五感細細品味三鶯魅力。



7 鶯歌老街

老街商圈內有數百家販賣各式陶藝品的店家，包括經營數十年的陶瓷老店與新興的陶藝家工作室、藝術中心、餐具專賣店等，從生活用品到藝術精品都應有盡有。

DATA 鶯歌老街
新北市鶯歌區尖山埔路一帶



6 三鶯陶花源

在陶博館前方至大漢溪、鶯歌溪匯流的新生地，就是 2012 年落成，佔地共 32 頃的「三鶯陶花源」遊憩區，包括有景觀綠地、自行車道、陶瓷公共藝術、三鶯藝術村與水上舞臺等，還有許多駐內藝術工坊可供人參觀體驗。

DATA 三鶯陶花源
新北市鶯歌區館前路300號



1 三峽老街

分布於清水街、民權街、民生街等，其中位於民生街與清水街之間的平行小弄是秀川街，大致上仍保持古早街道形式，頗具老街原味風情，也有新創意店家，充分呈現古今融合的多元性。

DATA 三峽老街
新北市三峽區清水街、民權街、民生街



4 藍染展示中心

「藍染展示中心」位於歷史文物館側巷內，詳細介紹當地藍染發展歷史及藍染的製作過程與其特性等，除了可欣賞藍染手工藝品外，也能現場體驗藍染DIY的樂趣。

DATA 藍染展示中心
新北市三峽區中山路20巷3號
(02) 2671-2608
<http://tw.myblog.yahoo.com/indigosanhsia>



2 清水祖師廟

建於1769年，建築大量運用木雕、石雕、銅雕及剪黏等工藝技術，尤以木作、石作為最具代表性的藝術成就，手工打造的建築風格細膩精巧，因而贏得「東方的藝術殿堂」之美譽。

DATA 清水祖師廟
新北市三峽區長福街1號
(02)2671-1031



3 三峽歷史文物館

建於1929年的「三峽歷史文物館」為日治時期的舊鎮公所，在老建築活化後成為歷史文物館；一樓定期展出各類藝術作品，二樓展示三峽當地人文史蹟文物，如果想要了解三峽的歷史，來這裡走一遭就對了。

DATA 三峽歷史文物館
新北市三峽區中山路18號
(02) 8674-3994 / 週二至週日9:00-17:00



5 鶯歌陶瓷博物館

以清水模為建築主體打造的「鶯歌陶瓷博物館」，從建築外可見博物館內陳列的陶瓷作品，極富傳統與現代交錯的興味；館內介紹鶯歌製陶歷史，館外的陶瓷藝術園區則有大型雕塑與親水設施，是個寓教於樂的好地方。

DATA 鶯歌陶瓷博物館
新北市鶯歌區文化路200號
(02) 8677-2727 / <http://www.ceramics.ntpc.gov.tw/Index.ycm>



木柵 · 平溪

遊懷舊老街 嚐豆腐料理

近期新北市最夯的旅遊路線莫過於木柵平溪，可先到木柵動物園看圓仔，再到木柵捷運站轉搭台灣好行木柵平溪線，前往深坑平溪，品味豆腐、放天燈祈福，享受一日悠閒小旅行。

1 深坑老街

經整建後的深坑老街建築洋溢古風，別有一番風情，當然不能錯過這兒林林總總的豆腐料理，紅燒豆腐、豆腐羹、糖醋魚是深坑的小吃三寶，值得品嚐。

DATA 新北市深坑區深坑街

一日遊路線建議



5 十分老街

十分老街和火車鐵軌並存相連，「火車門前過」成為這裡獨特風情。老街多為飲食店、天燈工藝品店，客家花布衣、影像明信片等具有創意的商品，也讓老街依舊生意盎然。

DATA 新北市平溪區十分老街



3 菁桐老街

菁桐車站是少數的典型日式木造車站之一，現已被列入國家三級古蹟。緊鄰車站的菁桐老街，短短百公尺挨著鐵道而行，街上有懷舊礦工食堂、鐵道紀念品商店、楊家雞捲等熱門店家，是遊客熱門地段。

DATA 新北市平溪區菁桐老街

2 天燈派出所

天燈派出所全名為「新北市政府警察局瑞芳分局平溪分駐所」，由9公尺高的天燈造型玻璃帷幕及近20萬顆LED燈所構成，結合旅遊諮詢服務與維護治安功能，平時靜靜的點燈，晚上配合當地的天際線，如同一盞祈福的天燈，微微的在平溪發光祈福！



DATA 新北市平溪區靜安路2段141號／(02)2495-2358

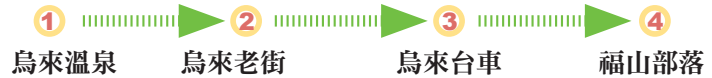
4 平溪老街

平溪老街沿著斜斜山坡以及鐵道商家大都是傳統柑仔店、五金行、小吃店等。「火車天上飛」通過老街時就會傳來轟隆隆的聲響，知名廣告「張君雅小妹妹」及電影「那些年我們一起追的女孩」均曾在此取景拍攝。

DATA 新北市平溪區平溪老街



一日遊路線建議



2 烏來老街

老街商店呈現原住民特色，遊客可以品嚐到原住民風味的山產美食，像是碳烤山豬肉、溫泉蛋、月桃飯、竹筒飯、馬告料理、山蘇、珠蔥等，還有小米酒、小米麻糬等特產，也可以觀賞到山地歌舞表演，感受原住民的熱情活力。

DATA 新北市烏來區烏來街、瀑布路與環山道路一帶

3 烏來台車

早期是山林中砍伐木材的運送車，伐木業消失後就拿來作為運輸遊客的工具。行駛時可以透過開放式的車窗飽覽綠林風光，建議可上山搭乘台車，下山走情人步道回到覽勝橋，藉此呼吸新鮮空氣及負離子，是非常放鬆的玩法。

DATA 新北市烏來區覽勝大橋與溫泉路口交會處
8:00-17:00 / 全票50元

1 烏來溫泉

泉質乃為碳酸氫鈉泉，泡完後更能讓肌膚達到柔嫩白皙，素有「美人湯」之譽。泡完溫泉，沿著烏來老街信步慢行，品嚐傳統的泰雅美食，結合溫泉、老街與泰雅文化的烏來，就是最吸引遊客的地方。

DATA 新北市烏來區烏來街



4 福山部落

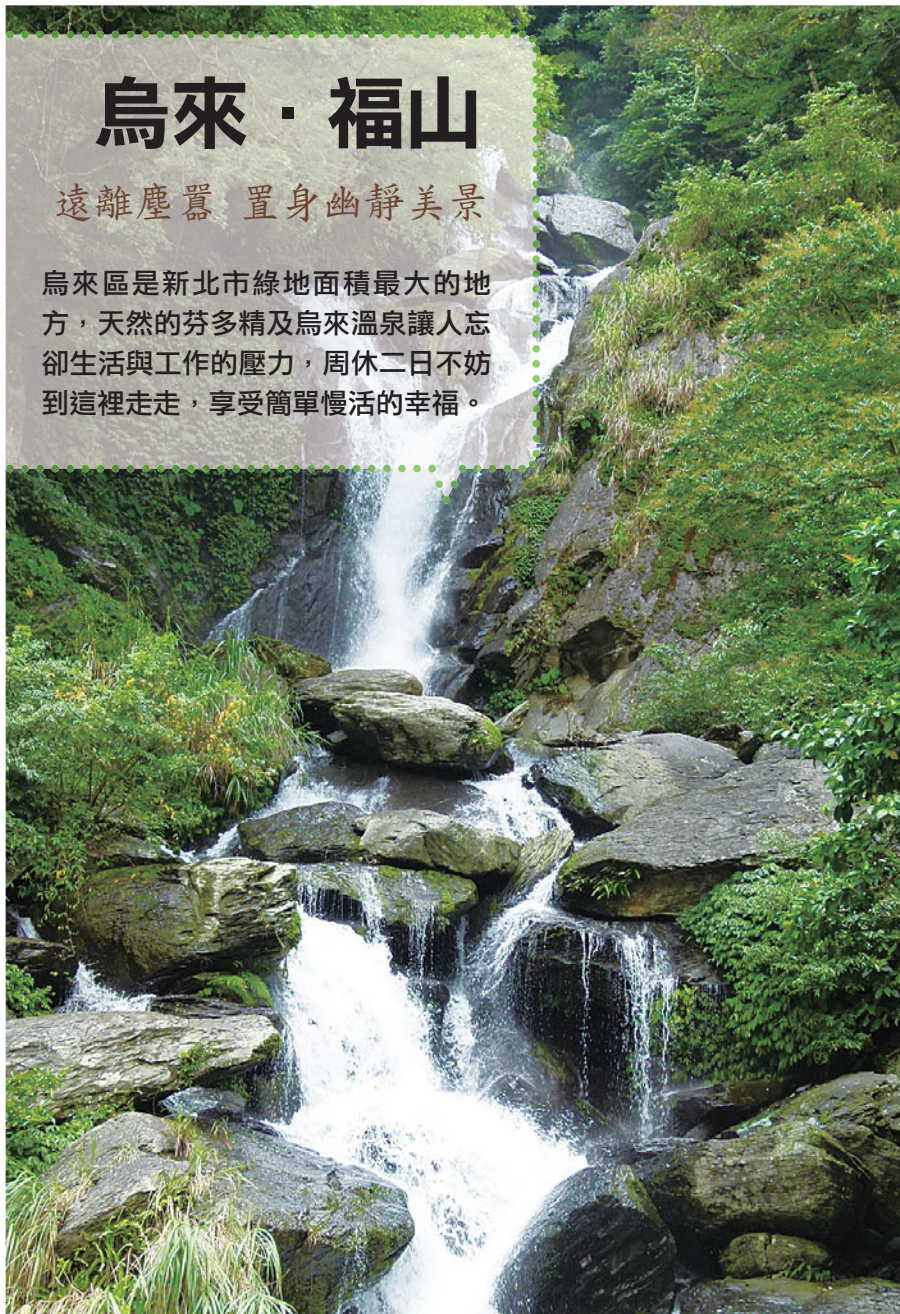
福山是烏來區美麗的後山，保持猶如世外桃源般的自然生態，部落內處處可見壁畫與雕刻，展示著泰雅族生活、信仰與文化等內容的主題，村內石砌的天主教堂，相當具有特色。「烏來福山部落行～幸福德拉楠·泰雅部落豐」兩日遊行程，讓更多民眾親近烏來區最美的祕境，感受當地豐富的人文與生態。

DATA 新北市烏來區福山村 / 活動網址：<http://www.tranantour.com/>

烏來·福山

遠離塵囂 置身幽靜美景

烏來區是新北市綠地面積最大的地方，天然的芬多精及烏來溫泉讓人忘卻生活與工作的壓力，周休二日不妨到這裡走走，享受簡單慢活的幸福。





專訪國賓大飯店李昌霖總經理

帶領老字號積極創新

讓國賓變年輕

文／唐祖湘 圖／顏涵正 部分圖片／國賓飯店提供

兩年前，老字號五星級國賓大飯店選在觀光客自由行最愛的西門町推出全新品牌飯店 amba，匯集了傳統與現代、古蹟與潮流的氛圍，堪稱是最能向外國旅客展現臺灣年輕文化的旅館，並入選英國 Wallpaper 雜誌「2012 年度最佳商務飯店」，其幕後推手正是國賓大飯店總經理李昌霖。

李昌霖總經理接受專訪時表示，傳承與創新，是他與擔任國賓大飯店董事長的兄長許育瑞接班後積極發展的重點，「這兩者都很重要，尤其國賓大飯店是國內第一家自創品牌的五星級飯店，橫跨老中青三代，如何滿足不同消費群的喜好，讓國賓的貼心服務代代相傳，又能夠年輕化，是值得努力的方向。」

品牌三核心：環保、科技、創意

他認為要打造臺灣品牌氛圍，必須符合時代精神與大眾心理需求，因此 amba 品牌三大核心被定調為「環保、科技、創意」，規劃期間，多位藝文工作者都成為他的重要顧問，「在業界工作的人想法往往是一樣的，應該要參考不同的角度。」例如，李昌霖曾諮詢作家舒國治，何謂「理想中的好旅館」，舒國治洋洋灑灑寫了十頁建議書，李昌霖認真列為參考，其中 amba 住房提供牙醫使用的牙刷即採用舒國治的建議，「我們給客人用最好的牙刷，就是一種環保考量，牙刷好，客人自然願意帶回家用，而不像一般旅館用過一次就丟，造成環境負擔。」

■ 傳承與創新並陳，是李昌霖經營國賓積極發展的方向。

李昌霖小檔案

學歷 ◎美國波士頓大學經濟系畢

現任 ◎國賓大飯店董事／總經理

◎台灣觀光協會副會長

◎士林開發股份有限公司董事長



■ 擁有舒適沙發的聽吧，開創音樂展演新天地。



■ 花蓮文創園區慢活餐酒館 Andante Bistro。

■ 位於西門町的 amba 以科技、環保、文創為定位。

打造音樂表演空間 Legacy mini

李昌霖並力邀兩岸知名設計大師組成創意團隊，將空間融入懷舊玩具、年輕人喜愛的公仔、最潮的裝置藝術，讓amba比其他旅店多了一股人文味，也復甦了老台北人對西門町的青春記憶。並與知名音樂展演空間Legacy攜手，將「聽吧」改造成LIVE音樂秘密基地Legacy mini，將現場表演、藝術文化與生活態度緊密結合，「創作音樂是臺灣的強項，這裡每位歌手都以不插電表演直接面對歌迷，讓各國遊客可以透過音樂窗口來了解臺灣。」

由於amba西門町備受好評，李昌霖透露，2014至2016年將陸續於中山北路、松山車站、墾丁再開創三家amba，各家的設計會因地點不同而調整「環保、科技、創意」的比重，但基本品牌精神一直存在，尤其堅持「環保」，如amba中山以綠色環保的簡約設計為主軸，松山amba則位於大眾交通樞紐，墾丁amba也導入綠色節能元素規劃設計，結合南島生態環境與人文資源，要帶給消費者耳目一新的感覺。

一餐廳一品牌 滿足各客群

由於amba西門町備受好評，李昌霖透露，2014至2016年將陸續於中山北路、松山車站、墾丁再開創三家amba，各家的設計會因地點不同而調整「環保、科技、創意」的比重，但基本品牌精神一直存在，尤其堅持「環保」，如amba中山以綠色環保的簡約設計為主軸，松山amba則位於大眾交通樞紐，墾丁amba也導入綠色節能元素規劃設計，結合南島生態環境與人文資源，要帶給消費者耳目一新的感覺。

餐飲是國賓飯店另一強項，走過半世紀的國賓川菜廳、粵菜廳向來受到老顧客喜愛，觀察到市場尚缺少的餐飲型態，近年國賓創造許多新的餐飲品牌，李昌霖指出，國賓的餐飲將走向「一餐廳一品牌」的經營模式，每個餐廳品牌皆鎖定消費族群，例如ACUT是給愛吃牛排的人、le bouquet適合嗜甜點麵包者，重視健康可選擇Aqua Lounge蔬食餐廳與採「分區計價」的環保飲食Market Café、年輕人喜愛的有美式餐廳1Bite2Go與餐車等。

去年國賓更將餐飲品牌擴展到花蓮文創園區，打造慢活餐酒館Andante Bistro。李昌霖自信地介紹：「到花蓮就是要放慢腳步，享受廚藝團隊採用有生產履歷與在地食材入饌做出的菜餚，自在悠閒的細嚼慢嚥，吃得美味又健康。」符合時代潮流且結合在地特色的餐飲品牌，消費者享有品嚐新穎美食的樂趣，國賓的品牌形象也變得更年輕。

發掘自有特色 開拓觀光深度

對於臺灣觀光市場的未來發展，身為國內五星級飯店業龍頭，且兼任台灣觀光協會副會長的李昌霖提出觀察，他認為近年來臺旅遊人數持續成長，呈現前所未有的榮景，是機會，也是挑戰。「各國觀光客來臺時間都很短，如何經過商業化的整合作業，讓首次前來的立即感受到臺灣在地特色，針對回頭客與自由行的客人，又應該帶給他們不同的樂趣，這是業者應該思考的。」他期許自己與觀光產業界一起努力發掘自有特色，開拓臺灣觀光層次的深度，讓觀光客愛上臺灣，樂意一來再來。TVA

看準趨勢 行銷策略多管齊下

專訪韓國觀光公社台北支社長劉鎮鎬

文／唐祖湘 圖／吳昌儒 部分圖片／韓國觀光公社提供



劉鎮鎬 小檔案

現任：2011.6 月起 韓國觀光公社台北支社長

經歷 ◎韓國觀光公社總社人事部部长

◎韓國觀光公社總社廣告部

◎韓國觀光公社香港支社

◎韓國觀光公社總社海外宣傳部

◎韓國觀光公社總社中國部韓國觀光公社台北支社課長

近年韓國成為國人最喜愛的旅遊地之一，除了韓劇與偶像文化盛行外，負責推廣的韓國觀光公社也功不可沒，本刊專訪韓國觀光公社臺北支社長劉鎮鎬，介紹其運用多元靈活的行銷手法，使宣傳成效斐然，以供觀光業界借鏡。

根據統計，去年全球訪韓的旅客中，臺灣僅次於大陸、日本、美國，名列第四名。韓國觀光公社臺北支社長劉鎮鎬表示，從各式宣傳主題中，可以看出臺灣遊客對韓國文化的景點與遊程特別有興趣，例如，2012年8月起，韓國觀光公社海外各支社同步推廣韓國有上百年歷史的傳統市場，2013全年共有6萬5千名遊客參觀，其中臺灣就佔了5萬名；在推廣韓國各地分布的10個世界文化遺產時，臺灣旅客亦佔了總參觀人數的七成。

KOREA PLAZA 放送韓國文化魅力

「推廣上述兩項活動時，各支社皆贈送遊客優惠券，以及到世界遺產遊歷的證明書，但臺灣人就是特別捧場。」劉鎮鎬謙稱這並非韓國觀光公社的功勞，應該是臺灣人喜愛了解韓國文化，加上臺灣旅行業者很團結，願意全力幫忙協助推廣韓國旅遊，才有這樣的好成績。





看準臺人哈韓文化的趨勢，四月初韓國觀光公社在臺北市成立韓國文化體驗館KOREA PLAZA，不僅提供豐富的旅遊資料，現場還可以體驗穿韓服、打韓鼓、踢毬子，並陳列經典美食以及精美傳統工藝與日常用品，也將推出一系列免費韓文、傳統文化、韓食、K-POP、美容、旅遊、電影等等的主題課程，讓臺灣民眾還沒搭上飛機，就彷彿親臨韓國，感受品嚐原汁原味的韓國文化。

辦說明會、部落客行銷 成果顯著

1998年劉鎮鎬曾經派駐韓國觀光公社臺北支社，2011年再度來臺時，因應市場變化，行銷推廣的手法也做了調整，他表示從前常用廣告宣傳、媒體考察等傳統方式，現在則注重面對面的直接接觸，尤其是針對一般民眾，舉例來說，近三年來韓國觀光公社幾乎每季或每月都會舉辦自由行講座，每次皆設定不同主題，由於分享實用的旅遊資訊，場場吸引大批民眾參加，原本僅在臺北、臺中、高雄等都會區，也因反應熱烈擴大到二線城市舉辦。

韓國觀光公社並經常針對不同對象舉辦說明會，如不定期向旅行業者公布新景點、文化活動、獎勵旅遊等促銷宣傳計畫，前陣子韓劇「來自星星的你」引發熱潮，即多次安排業者參與劇中拍攝場景的考察行程，包裝出各具特色的商品與媒體報導；為了開發下一代年輕人的

KOREA PLAZA 小檔案

地址：台北市敦化南路一段 245 號 4 樓
(與敦南誠品同棟)

電話：(02) 2772-1330

開放時間：週一至週五 9:00-18:00

網址：<http://www.freeatkorea.com/koreaplaza/>

- 1 劉鎮鎬推動徵選部落客的「驥尾計畫」，成功帶動赴韓旅遊熱潮。
- 2 每季或每月舉辦的自由行講座，場場迴響熱烈。
- 3 KOREA PLAZA宛如台北市區裡的「小韓國」。
- 4 各式文化體驗活動常吸引眾多年輕族群。

市場，也針對高中校長舉辦觀光修學旅行說明會，積極推廣臺灣學子赴韓國的國際教育旅行。

鑑於臺灣前往韓國自由行人數增加，韓國觀光公社於2013年起實施「驥尾計畫」，每年皆徵選部落客幫忙韓國觀光做宣傳，中文流利的劉鎮鎬笑說，「我花很多時間在古書找到驥尾這兩個字，表示馬的尾巴平常看不出重要性，奔跑時才發現，沒有尾巴身體會不平衡。」意指這些部落客平時看起來跟一般人沒兩樣，但透過他們生動的宣傳報導與對粉絲的影響力，吸引更多民眾認識韓國，前往韓國旅遊，效果非常可觀。

最愛臺灣人情味 流露不捨心情

今年8月劉鎮鎬即將離臺榮返韓國總社，在擔任社長的三年時間，臺韓雙方互訪從50萬人，大幅躍進至110萬人。劉鎮鎬說，這都要感謝所有旅遊同業的協助，如果說有什麼遺憾，大概就是上任後原本連續23個月臺灣赴韓人數呈正成長，去年因為受到北韓核武影響有幾個月略呈下滑，之後才又恢復成長。

「我很喜歡臺灣的濃厚人情味，也希望大家不要忘記我。」劉鎮鎬感性地說，臺灣對他來說具有特殊意義，他第一次來臺時，與妻子仍在交往中，臺灣是兩人戀愛結婚的地方，妻子還特別喜歡吃台灣牛肉麵，而當年結識許多業者，到現在仍有聯絡，盼望這次也能與認識的業界朋友們保持不變情誼，大家後會有期！



用創新思維 連結會展產業、觀光與城市行銷

專訪安益集團涂建國董事長

文／唐祖湘 圖／安益集團提供



2

涂建國 小檔案

學歷 北京大學經營方略 (EMBA) 總裁高級研修班畢
文化大學觀光系畢

現任 安益國際展覽股份有限公司董事長
高雄展覽館股份有限公司董事長
茵康國際會議顧問股份有限公司董事長
台灣活動發展協會 (TEA) 理事長
行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組委員

全球化浪潮下，會展產業與觀光旅遊及城市文化的連結，越來越受到各國的重視，本刊專訪籌辦國際會展經驗豐富的安益集團涂建國董事長，針對臺灣會展產業發展現況、如何與城市觀光結合、參加海外旅展應精進之處等重要議題發表精闢見解。

會展產業指的是一般會議、獎勵旅遊、大型會議與展覽業 (Meetings、Incentives、Conventions & Exhibitions, 簡稱 MICE)，安益集團涂建國董事長接受專訪時直言，觀察這十年來會議產業的發展，臺灣很可惜並沒有明顯地進步。

剖析臺灣 MICE 現狀

「臺灣的一般會議市場並不興盛，因為吸引力不足，少有跨國企業來臺舉辦。」涂建國指出，舉辦會議必須要在場地、食物與服務上提供豪華尊榮感，雖然臺灣有五星級飯店評鑑，但偏重硬體面，軟體面較弱，而美食宣傳也以平價小吃為主，無法構成吸引國外企業前來舉辦會議的條件。獎勵旅遊方面，臺灣是在開放大陸觀光客政策之後開始盛行，但有些團來過一兩次就不再來，原因在行程缺

乏內涵，因為獎勵旅遊一來就是上千人，不僅吃、住與交通要有完整方案，更要設計出符合該企業精神的激勵節目才有競爭力，他建議旅行社業者應該提升創意，或者以異業合作來彌補不足之處。

在舉辦大型會議上，涂建國認為臺灣主要集中舉辦醫學與學術會議，但一旦高階醫學會議就不會入選，而且臺灣會議中心設備不夠新，缺乏周遭資源整合，不利於國際會展市場競標，尤其現行國際會議的主流是到某個城市開會，而不是國家，但臺灣現階段在觀光推廣與城市行銷仍是兩條平行線，他建議相關單位在擬定觀光政策時，應將未來十年臺灣想吸引甚麼樣觀光客的角度來思考，如果一個城市建設會展中心，最終目的是要增加文化、觀光等交流人口來到城市消費，中央與地方就不能各做各的，應該思考如何整合在一起。展覽方面，臺灣會展一直都是以出口產業為主，工業展已經展到極致，民間展覽則幾乎都是B2C，當產業變革如 iPhone 新科技出現，連原本臺灣最引以為傲的電腦展 COMPUTEX 也對一般民眾開放後，如何創造新展，成為現階段展覽的首要挑戰。

主張會展與觀光跨界整合

會展與觀光產業息息相關，但在臺灣是各自經營，涂建國呼籲「一定要跨界合作」，他說，其實外國買家來臺停留時間有限，如何在幾天時間讓他對這個城市產生好奇心，下次想專程前來一遊就是關鍵，他建議相關單位應明確設定目標，例如以外國觀光客直接來臺停留七天為目標，針對此去行銷 (Marketing)，並強調「Promotion(宣傳)只能短期的吸客，有策略的行銷 (Marketing) 才能產生效果」。

他也對政府參加國外旅展發表看法，認為如果要將臺灣打造成觀光旅遊大國，海外參展上該再增加預算，擴大攤位規模，創造出優質有主題的意象，成功吸引當地參觀者目光，才能有效把臺灣觀光推銷出去。

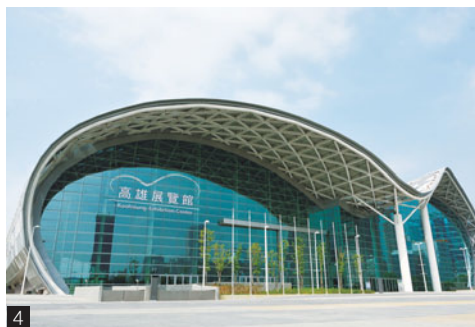
打造高雄展覽館為多功能平台

在國內會展產業成長有限下，安益集團近年業務始終蒸蒸日上，前後成為花博未來館、高雄世運會開幕式，以及許多國內外商業性質的大型活動的幕後操刀者，究竟是如何辦到的？涂建國說，安益是德國會展公司 Uniplan 在臺灣轉投資的子公司，跟其他業者不一樣地方在於同時是 Event、Exhibition 與 Convention 的 Organizer，在策展與活動規劃上具備專業能力，擅長管理與預算控制，並有強大國際網絡可結合跨國專業團隊，每年都有代表作，像是今年四月剛開幕的高雄展覽館，安益即大手筆投資近 2.5 億元充實營運相關軟硬體設施，取得 12.5 年之營運權，還計畫明年自行舉辦展覽。

但涂建國強調，安益在高雄展覽館不想辦跟國內重複的展覽，而是鎖定國外的未來性產業為目標，開啟下一個世代的會展行銷模式，而且不只是展覽，連結獨有水岸景觀的高雄展覽館更被視為城市觀光的一環，館內集結 9 家餐飲業者進駐，館外可直通遊艇碼頭，為頂級客層規畫藍色海上公路等精緻旅遊路線，戶外草坪則提供年輕族群舉行婚禮或戀愛派對，形成一個經貿、科技、文創與時尚潮流交會的多功能之會展商業服務平台，希望帶領臺灣會展產業開創不一樣的新局。◆TVA



3



4

- 1 台灣會展產業應朝精緻化與國際化，以構成吸引國外企業前來舉辦的條件。
- 2 涂建國主張會展與觀光產業要跨界合作，才能相輔相成。
- 3 花博未來館是安益集團代表作之一。
- 4 全新的高雄展覽館是多功能之會展商業服務平台。



國際教育旅行 強化臺日韓觀光交流

專訪臺灣國際教育旅行聯盟總會長薛光豐

文／方曉婷 圖／臺灣國際教育旅行聯盟提供

「讀萬卷書，行萬里路」，在多元旅遊型態下，結合教育與觀光、專門為高中職生設計的國際教育旅行，近年在臺灣國際教育旅行聯盟推動下，有越來越夯的趨勢，每年也成功帶動上百所日韓學校來臺參訪。

教育旅行在日本稱為修學旅行，至今已有百餘年的發展歷史，是第一個實施高中生修學旅行的亞洲國家，2002年教育部赴日考察後，偕同交通部觀光局及台灣觀光協會積極著手規劃推動臺灣學生的國際教育旅行，正式成立了「臺灣國際教育旅行聯盟」，在臺灣各地共設立了6個策略聯盟分會，目前總會設在文華高中文華高中校長暨臺灣國際教育旅行聯盟總會長薛光豐表示，該聯盟初期扮演推動平台的角色，透過各分會的邀請推動，鼓勵各高中職向總會提出活動申請及經費補助，近幾年更從事開發國際教育旅行主題，並成為接待來訪外國學校師生的對口單位。

增廣學生國際見聞

薛光豐說明，國際教育旅行與一般旅行最大的不同，在於行程中會安排本國學校與國外學校交流互訪，透過體驗學習，協助高中職學生與不同文化成長背景但年齡相仿的朋友交流，提升國際視野且擴展國際友誼。目前交流學校以日本、韓國為主，主要是考量這兩個地區與本國文化淵源較深，治安較好，團費不會太高，方便安排六天五夜的行程，行程中至少會安排一天參訪一至兩所學校。

在學校參訪行程中，除了有歡迎式，雙方學生的表演活動外，並安排英語、數學或家政課程、小團體交流與社團活動等，認識異國學校生活與學習的實際情形，拿日本社團活動來說，茶道、花道、劍道等活動，常令臺灣學生大開眼界，薛光豐說，學生回國後都表示行程中與當地學校的交流最令人難忘，也是收穫最多的部分，甚者啟發了他們日後學習語文，以及對異國文化想進一步瞭解的興趣。

臺日韓學校相互參訪


為讓學生擁有更深層的文化體驗，聯盟還會安排學生在鄉村地區的接待家庭 (Homestay) 住一晚，由當地農村老夫婦擔任孩子們的 Home 爸和 Home 媽，帶學生嘗試稻田農事、摘水果、製作地方飲食、手工 DIY、溫泉體驗等；在都會區則參觀博物館，或者讓學生分組自行前往都會各地探險，早上出發，晚上在飯店集合，以自助行方式培養高中學生在外自主獨立生活與團隊合作的能力。

薛光豐指出，日本的海外修學旅行原本並沒有安排至他國學校交流，看到臺灣規劃的國際教育旅行內容充實，也開始效法，每年都有日本學校透過該聯盟安排來臺參訪，從 2003 年的 577 人，到 2013 年已有 14,000 位學生來臺。受 2011 年日本 311 震災臺灣踴躍捐款之故，2012 年更曾突破 16,800 人之多；韓國每年

亦有近千名學生造訪臺灣學校。

至於外國學校組團來臺的教育旅行，通常會預留半日或一日時間參訪學校，除了歡迎儀式與相互表演外，也會讓雙方學生分成小組用英語對話交流，並安排文化與體育活動，如書法、國術、球類聯誼等，以及參觀校園教學設備，並會視國外學校的需要，在其餘行程中安排參訪當地景點與文化體驗學習，增進外國學子對臺灣的認識。

未來規畫參訪東南亞學校

目前臺灣國際教育旅行聯盟的推廣對象是國立高中職學校，薛光豐表示，未來會嘗試擴大學校類型範圍，讓縣立與私立高中職與學校可以參與，在交流國家方面，將從日韓開發到鄰近東南亞國家，設計出更多元主題行程，藉由不同於傳統的另類學習模式，讓青少年間的交流將成為難以忘懷的回憶、也建立起臺灣國際教育旅行的特色。 

臺灣國際教育旅行聯盟總會

地址：臺中市西屯區寧夏路 240 號
電話：04-2312-4000#115
E-mail：traveledu@whsh.tc.edu.tw

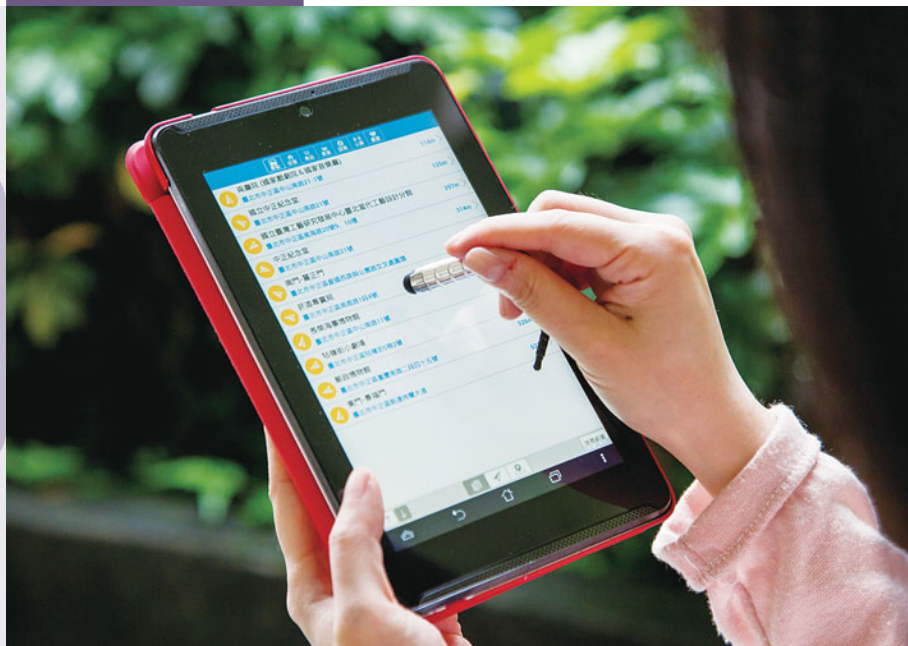


- 1 臺灣學生體驗傳統韓國服飾。
- 2 新北市樹林高中與來訪的東京都立小岩高校進行小組交流茶會。
- 3 日本學校おめんの家體驗。
- 4 學習製作韓式泡菜。
- 5 日本寄宿家庭訪問。

去年來臺觀光客達八百萬人次歷史新高，除了拚質量並進外，交通部觀光局更極力打造智慧觀光環境，不僅讓外國觀光客免費在臺灣使用WiFi，還可透過正夯的智慧型行動裝置下載 App 取得觀光資訊、安排行程，讓國內外自由行旅客輕鬆暢遊臺灣。

文／林秀雲 圖／交通部觀光局提供

行動科技的數位時代，地圖與旅遊書已漸漸被平板電腦或智慧型手機取代。



智慧觀光 彈指間輕鬆遊臺灣

國際旅客享免費 WiFi 全臺超過 5100 個熱點

喜歡旅行的您都如何規劃行程呢？是捧著厚重的旅遊書？還是從網站下載列印一疊疊資料閱讀？這些方式都落伍了，在臺灣只要使用智慧型手機或平板電腦下載 App，就像帶了個隨身導遊一樣。以今年春天來臺自助旅行的日本旅客田中小姐為例，她在抵達臺灣前，先上網至「境外旅客線上登記系統」網站登記申請，入境後，到交通部觀光局服務櫃檯或各地旅服中心服務台，憑護照開通 iTaiwan 免費行動上網帳號，然後用智慧手機在手機應用程式搜尋

「旅行臺灣 Tour Taiwan」與「臺灣觀光年曆 Taiwan Tourism Events」，即可免費下載該應用程式。兩款 App 以國內外自由行旅客為目標族群，中、英文版本兼具，只要具備 iOS 或 Android 系統的智慧型手機，均可下載安裝。

iTaiwan 貼心服務 獲全球觀光創新首獎

由於全面整合資訊科技與多元化旅遊功能，今年二月交通部觀光局因而榮獲 IFITT 聯盟頒發 2014 年智慧



旅行臺灣 App 設有「附近導覽」項目，景點資料、地圖一目了然，並有方向導引功能協助遊客快速找到目的地。

行銷旅遊創新首獎。

旅行臺灣 App 行程規劃好幫手

其中「旅行臺灣」App 提供全臺灣豐富旅遊資訊，包含觀光景點、住宿、商店、美食、公共設施等多達 6 萬多筆資訊，也可藉由搜尋熱門景點做旅遊行程的規劃，並提供 5 條無障礙行程，讓娃娃車及身障族群可以安心出遊；另一特色為結合活動行事曆，無論事前有無做功課，都可藉由行事曆得知目前各縣市的旅遊活動，無須花費時間找尋景點，只要輕輕點選，便能走到哪玩到哪！


對於背包客來說，掌握正確交通資訊將讓旅程安排更有效率，「旅行臺灣」App 可查詢即時交通資訊，像是查詢火車、高鐵乘車資訊，或是高速快速公路的平均車速、即時路況圖、即時影像等，亦利用擴增實境技術結合 Google Maps 即時定位，提供方向導引和路徑規劃等便利功能，相當實用方便。

另一款「臺灣觀光年曆」App 涵蓋臺灣一整年各個節慶的文化、風俗活動，並把附近美食、景點、住宿結合成一套旅遊方案。例如，當您想參觀陽明山蝴蝶季，點擊進入後看到這個旅遊活動的詳細資料，不僅有時間地點與緣由的介紹，還結合了天氣、地圖查詢與社群的分享，更可以查詢這個旅遊活動附近有沒有其他可以一起去玩的景點、順便去吃的美食的配套旅

行推薦，玩得更深入、更盡興，如果一天玩不完，該 App 也有內建旅館、民宿的推薦資料，讓遊客可以直接查詢並訂房，外出旅遊免煩惱。

國際旅客享免費 WiFi 分享臺灣精彩

為方便國外來臺旅客入境後無線上網，去年底交通部觀光局宣布，開放「iTaiwan」（愛臺灣）約 5000 多個 WiFi 熱點，外國遊客事先在網站申請，入境後憑護照開通 iTaiwan 帳號，即可無限使用 iTaiwan WiFi 無線上網，有效使用時間為 30 天，必要時可延長為 60 天或 90 天；「iTaiwan」也與臺北市「TPE-Free」、新北市「New Taipei」、臺中「iTaichung」及臺南市「Tainan-WiFi」等訊號區域內進行無線漫遊，前陣子 CNN 列舉「臺灣十大美好」，遍布全臺各地的 WiFi 即被列為前三大項目之一。

智慧觀光正夯，透過實用 App 與遍布全臺的 WiFi 熱點，國際觀光客彈指之間查詢各種旅遊資訊，並將臺灣的美食、美景隨拍隨傳，向全世界分享在臺旅遊精彩時刻。 




境外旅客線上登記系統：<http://itaiwan.taiwan.net.tw>。
旅行臺灣、臺灣觀光年曆 App：
App Store 下載連結 <http://goo.gl/71tc8>
Google Play 下載連結 <http://goo.gl/jWfSD>

2014 年觀光產業關鍵人才培育計畫課程 提升職能競爭力

基層與中階班陸續開課 下半年辦理高階班課程

整理／編輯部

觀光服務業是具高附加價值的產業，人才培育尤其是觀光服務業發展的關鍵；針對業界需求，交通部觀光局每年特別規劃「觀光產業關鍵人才培育計畫」，透過專業教師的培育，將產業關鍵的知識以系統化方式傳承下去，讓相關觀光從業人員能普遍運用於業務或教學上，開辦以來，深獲業界肯定，今年基層班與中階班已陸續開課與報名，高階班課程預計於下半年辦理，歡迎踴躍參加。

交通部觀光局為培育觀光服務從業人員之專業素質，規劃不同管理層級及主題之實務課程。包括基層班「觀光產業服務能力培育班」；中階班「創新旅遊產品設計與企劃班」、「個案講師教學技巧培育班」、「國內觀光產業觀摩暨菁英教案研習班」、「互動式個案暨菁英教案研習班」、「服務專業能力精修班」，詳細課程詳如下。 

類型	日期	預計開放報名日期	地點	業別	課程名稱	授課教師
基層班	4/11(五) *	3/11(二)	臺東美術館	旅宿業優先	觀光產業服務能力培育班：感動服務	知本老爺酒店總經理林偉德
	4/11(五) *	3/11(二)	臺東美術館	旅宿業優先	觀光產業服務能力培育班：優質服務禮儀與應對技巧	智盛管顧顧問文筱蓮
中階班 1	5/5-6/16 * 每週一 (6/2 休講)	3/31(二)	臺北商業發展研究院	旅宿業 旅行業 觀光遊樂業	個案講師教學技巧培育班	銘傳大學 助理教授萬同軒
中階班 2	4/30-6/11 * 每週三(5/28 休講)	3/20(四)	臺北商業發展研究院	旅行業優先	創新旅遊產品設計與企劃初階班	銘傳大學 助理教授萬同軒 & 商業發展研究院 企業教師陳瑞倫
	9/3-10/8 每週三(9/24 休講)	8/1(五)	臺北商業發展研究院	旅行業優先	創新旅遊產品設計與企劃進階班	

類型	日期	預計開放報名日期	地點	業別	課程名稱	授課教師
中階班 3	6/6(五)	5/6(二)	臺北雄獅集團總部	旅行業	國內觀光產業觀摩暨菁英教案研習班—旅行業	雄獅集團副理李冠輝 & 副總林東封
	9/5(五)	8/5(二)	臺北商業發展研究院 & W 飯店	旅宿業	國內觀光產業觀摩暨菁英教案研習班—旅宿業	宜泰大飯店總經理黃俊奇 & W 飯店總監林桂玉
	3/28(五)*	2/27(四)	雲林劍湖山世界	觀光遊樂業	國內觀光產業觀摩暨菁英教案研習班—觀光遊樂業	劍湖山世界協理施樂萍 & 協理劉淑禎
中階班 4	4/25(五)*	3/20(四)	中華民國旅行業品質保障協會	旅行業	互動式個案暨菁英教案研習班—旅行業	中欣旅行社顧問黃信凱 & 太魯閣旅行社經理許峻瑋
	8/29(五)	7/28(一)	高雄中國文化大學推廣部	旅行業	互動式個案暨菁英教案研習班—旅行業	雄獅集團副理李冠輝 & 怡容國際旅行社總經理呂威德
	5/16(五)*	4/14(一)	臺北商業發展研究院	旅宿業	互動式個案暨菁英教案研習班—旅宿業	北投老爺酒店副總楊凱智 & 台北寒舍艾美酒店經理王文彬
	8/1(五)	6/30(一)	花蓮翰品酒店	旅宿業	互動式個案暨菁英教案研習班—旅宿業	礁溪老爺酒店副理楊詩琳 & 遠雄悅來大飯店副理劉惠美
	7/4(五)	5/30(五)	臺中中國文化大學推廣部	觀光遊樂業	互動式個案暨菁英教案研習班—觀光遊樂業	8 大森林樂園副總陳功錚 & 杉林溪森林生態渡假園區館長江華章
中階班 5	7/18(五)	6/16(一)	臺北商業發展研究院	旅宿業 旅行業 觀光遊樂業	服務專業能力精修班	銘傳大學副教授楊俊明 & 紐約國際管顧總經理陳文敏

*表示已開班

課程報名資訊小檔案

課程報名及詳細說明請至「觀光訓練網 (<http://training.tbroc.gov.tw>) →國內訓練報名」。
如有相關疑問，請電洽財團法人商業發展研究院 (02)7713-1010分機 311 (王先生)、317 (柳小姐)。

春暖花開 臺灣觀光首季表現優

2014年1至3月來臺旅客為230萬0,365人次 成長23.78%

撰文／編輯部 資料提供／交通部觀光局

繼元月份國外來臺旅遊人次即達 66 萬人次後，交通部觀光局近期公布今年首季國外來臺人數為 2,300,365 人次，較去年同期增幅達 23.78%，且各海外市場均有明顯成長，顯示交通部觀光局「多元行銷・全球佈局」策略明顯奏效，在靈活的觀光行銷手法下，今年臺灣觀光可望締造新的佳績。

根據交通部觀光局統計，今年 1 至 3 月份來臺旅客累計人次達 2,300,365 人次，成長率達 23.78%，來臺旅客人次以中國大陸 931,069 人次居首，第二為日本 412,828 人次，第三為港澳 268,742 人次；深入分析發現，主要客源市場人次與去年同期比較成長率排名依序為：韓國 15 萬 2,199 人次 (91.42%)、英國 13,961 人次 (37.36%)、中國大陸 93 萬 1,069 人次 (36.75%)、越南 3 萬 2,957 人次 (33.12%)、馬來西亞 10 萬 4,047 人次 (30.32%)，其他如加拿大 2 萬 0,750 人次 (20.10%)、荷蘭 4,758 人次 (19.10%)、菲律賓 2 萬 9,575 人次 (15.09%)、日本 41 萬 2,828 人次 (13.95%)、泰

國 2 萬 3,028 人次 (12.15%) 等各國來臺人次都有顯著成長。

海外市場宣傳策略奏效

1 至 3 月中國大陸市場來臺旅客達近百萬人次，成長率 36.75%，自大陸新旅遊法去年 10 月上路，12 月底將赴臺自由行人數配額調整為每日 3000 人後，陸客來臺旅遊情勢發生變化，經歷了最初震盪，來臺團體旅遊逐漸提升品質，進入盤整期，而自由行陸客則大幅成長，顯見高品質旅遊讓陸客更願意到臺灣旅行。

日本市場方面，交通部觀光局為提高日人來臺觀光旅遊意願，除持續與航空公司及旅行社合作募集廣告及促銷來臺觀光，並積極協助

各旅遊業辦理來臺團體旅遊與推動企業員工來臺旅遊，加上日人來臺受雙方對飛航班增加，來臺旅客成長為 13.95%。

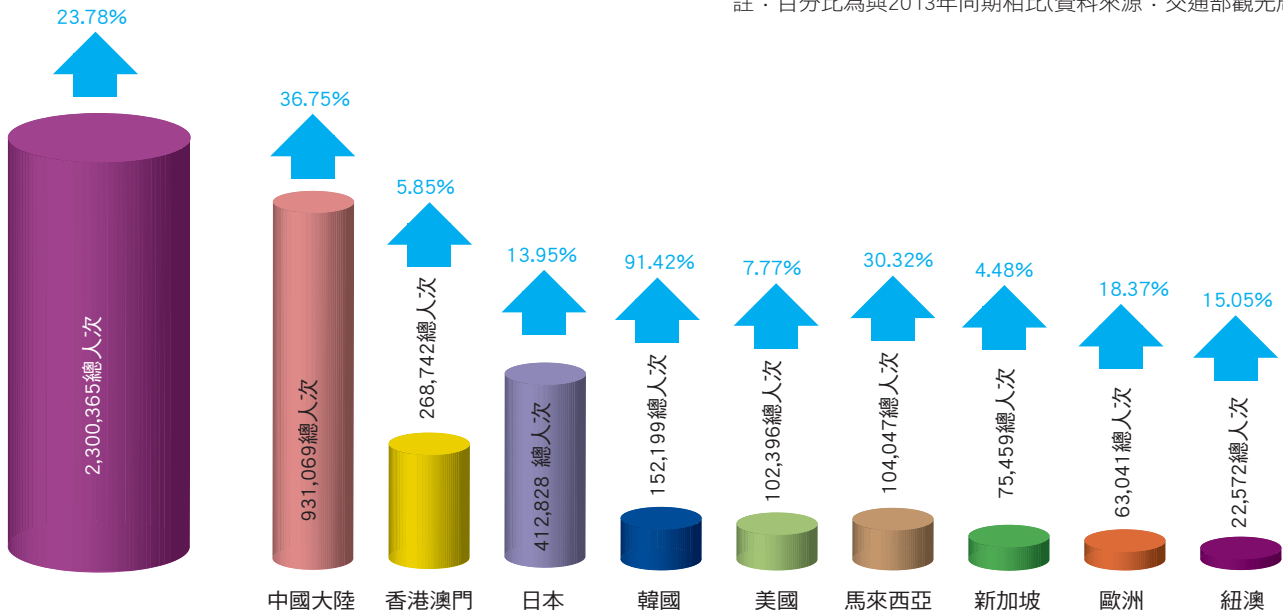
韓國首季成長 91.42%

近期韓幣升值有利韓人出境旅遊，且交通部觀光局持續與旅遊業者及媒體合作宣傳來臺旅遊優惠，積極推廣好禮相送旅遊促銷活動，韓國已有旅行新聞等 4 家媒體將臺灣列入最熱門旅遊地，第一季來臺觀光旅客持續大幅成長 91.42%。

來臺旅客目的以觀光居首

今年 3 月來臺旅客仍以「觀光」為主要目的，共 65 萬 5,375 人次，佔 74.39%，「業務」目的居次 7

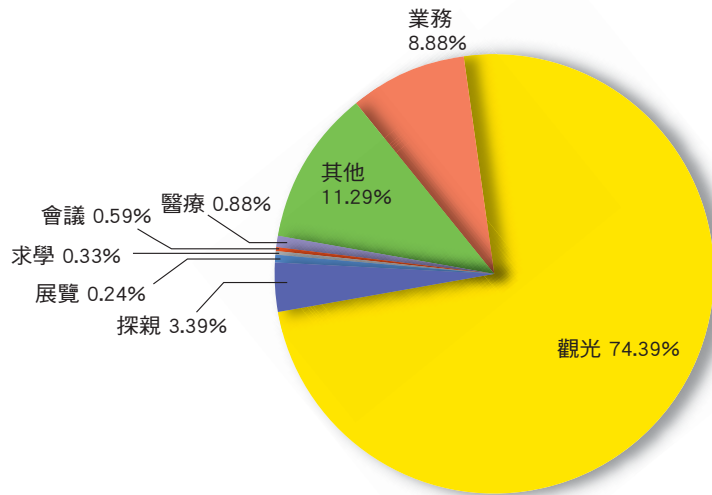
2014年1至3月主要客源旅客來臺成長率
 註：百分比為與2013年同期相比(資料來源：交通部觀光局)



萬 8,258 人次，占 8.88%，其他為探親 3.39%、醫療 0.88%、會議 0.59%、求學 0.33%、展覽 0.24%。來臺停留夜數則以 5 至 7 夜最多 (41.83%)，其次是 3 夜 (18.10%)、2 夜 (11.91%)、4 夜 (10.81%)。

另根據交通部觀光局統計，今年 1 至 3 月國人赴海外旅遊共計 2,689,709 人次，成長達 6.12%，以赴法國最為明顯，跟去年同期相較成長為 44.85%，另外像是澳洲 (31.32%)、美國 (9.92%)、德國 (8.52%) 也都有明顯成長，推測國人利用春節長假赴海外旅遊，考量免簽證辦理手續，將歐美國家列為首選，在鄰近亞洲國家方面，以日本 (39.40%) 最高，其他

2014年3月旅客來臺目的
 資料來源：交通部觀光局



如印尼 (7.18%)、韓國 (4.02%)、越南 (6.90%)、柬埔寨 (3.15%) 亦呈正成長，香港 (-2.57%)、新加坡 (-10.75%) 等則略呈下滑，泰國則因近期政局不穩，下跌情形較明顯 (-27.47%)。TWA

臺灣觀光實力 躍上全球媒體

抓住國際注目的眼光

近年臺灣在提升旅遊品質與周邊服務卓然有成，促使國外來臺灣旅遊人數持續增加，吸引國際媒體的注目與推崇，代表臺灣觀光已進入新時代，本單元特別將近期國際媒體對臺灣觀光之好評予以系統性整理報導，以做為業界市場推廣產品之話題亮點。

完美三日遊 臺北小確幸揚名國際

臺北之美再次獲得國際媒體專文推薦！堪稱航空界雜誌龍頭的《半球》雜誌（Hemispheres），每月發行量達 700 萬本，3 月號雜誌以臺北作為封面，選為「完美三日遊」（Three Perfect Days）城市專文介紹，讓臺北小確幸揚名國際。

文章作者 Ray-Jones 推薦的臺北三日遊行程中，除了國際旅客必到的臺北 101、故宮博物院和中正紀念堂等經典景點外，還介紹許多平常較少出現在外國媒體版面的驚喜景點。例如松山文創園區，作者提到，邁向 2016 設計之都的臺北是當代藝術和設計的熱點，也特別介紹永康街、建國玉市和花市。在美食方面，除國際旅客必朝聖的鼎泰豐、士林夜市之外，《半球》雜誌也推薦華山市場的阜杭豆漿、東區冰店「Ice Monster」和上引水產等。

* 相關報導請見：

<http://www.cna.com.tw/news/firstnews/201403080016-1.aspx>



聯合國報告 來臺旅客將增百萬

聯合國世界觀光組織預估，今年來臺旅客數可望再度成長 100 萬人次，達到年度 900 萬人次大關。根據聯合國世界觀光組織（UNWTO）1 月出刊的「世界觀光調查報告」（The UNWTO World Tourism Barometer）指出，隨著兩岸簽署相關新協議，預期臺灣在 2014 年將再增加 100 萬來臺旅客，報告顯示，2013 年國際有 15 個地點觀光收入出現兩位數成長，臺灣是其中之一，收入較前一年增加約 12%。國際觀光消費方面，報告指出，金磚四國中除了印度，國際觀光消費都出現兩位數成長，而臺灣旅客出國消費也在 UNWTO 報告中列入「健全成長的先進經濟體」名單中。

* 相關報導請見：<http://www.cna.com.tw/news/ahel/201402110182-1.aspx>

臺灣值得一遊 美媒提三大理由

美國熱門旅遊媒體《短程旅遊》（The Jaunted）提出三大理由，指出臺灣是 2014 年值得前往觀光的地點，首先是臺灣進出不需要繁複的簽證手續，澳洲、美國、加拿大以及英國等國家的旅客，都不需要簽證就可以入境臺灣。同時美國主要城市都有直飛臺灣的班機，包括紐約、洛杉磯等，連夏威夷的檀香山都有直飛臺灣的班機。其次，臺灣面積不大，因此非常容易旅遊，不需要花費太多的時間，即可體驗不同主題行程；而臺灣的鐵路系統良好，簡單明瞭，即使不會說中文，廣播有英文服務；臺灣由於地理位置優越，也可以做為連接其他亞洲國家旅遊的地點。第三，臺灣是全亞洲生育率最低的地方，因此對於小孩以及家長服務特別周到，第一次造訪臺灣的旅客，會對於主要建築物內都設有哺乳室感到驚喜，如果在餐廳需要嬰兒座椅，在提出要求前，餐廳就已經把嬰兒座椅準備好了。

* 相關報導請見：<http://www.ntdtv.com/xtr/b5/2014/02/26/a1069783.html>



一個人旅行最佳地 外媒評選臺北第一

目前美國正當紅的網路媒體《BuzzFeed》日前做了一個名為「一個人的旅行」最佳地的排名，並挑出 26 個卓越精彩地點，其中臺灣臺北榮登第一名！文中建議旅行者來到臺北後，務必拜訪各個令人驚奇的夜市，除此之外還能嚐到美味又平價的寶島美食，並提醒到訪臺北的旅客務必好好感受臺北時尚、文化及濃濃人情，網站更放上臺灣地標 101 大樓以及知名的九份圖片指出，來到臺北不僅能享受都市熱鬧，若想稍稍遠離塵囂，只要搭上捷運或公車，隨意都能找到停下腳步的好去處。

而臺北的消費與交通也深受稱讚，包含合理的消費以及四通八達的捷運、公車甚至是城市腳踏車，至於安全，《BuzzFeed》也註記比起其他城市，臺北犯罪率相對來的低，甚至以「臺北是對外來旅客相當友善的代表城市」稱許。

* 相關報導請見：

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20140227002040-260408>



臺自行車登山王挑戰 登法國雜誌

法國最大自行車雜誌《Le Cycle》第 443 期日前出刊，將臺灣自行車登山王挑戰（Taiwan KOM Challenge）列為世界 10 場最艱難的自行車賽事之一，與歐洲阿爾卑斯山等經典路線並列。這是繼去年底德國《Die Zeit》（時代週報）深度報導臺灣自行車登山王 KOM 挑戰賽的特殊難度後，法國最大自行車雜誌又報導臺灣 KOM 賽事。歐洲不管是自行車賽事或自行車旅遊，都是愛好人士想要親身體驗的最高殿堂。臺灣自行車國際登山王 KOM 挑戰被 Le Cycle 列為唯一的亞洲自行車賽事，也是唯一不是在歐洲地區舉辦的全球 10 場最艱難挑戰路線之一。Le Cycle 描述這條路線，從海拔 0 公尺的花蓮七星潭一路盤旋攀升 87 公里長的山路，到海拔高 3275 公尺處的終點站，即中橫公路最高點合歡山武嶺，整個 KOM 挑戰賽路線總長 105 公里。雜誌封面同時也將「臺灣」露出，強調臺灣是亞洲唯一，且足以與阿爾卑斯山、庇里牛斯山等經典路線媲美的自行車挑戰路線。

* 相關報導請見：

<http://www.cna.com.tw/news/aspt/201401170036-1.asp>

《寂寞星球》旅遊指南：臺灣美食仙境

「臺灣美食大爆發，現在品嚐正是時候！」這是知名旅遊指南《寂寞星球》編輯 Megan Eaves，最近撰寫有關臺灣美食的文章開頭。這篇報導大讚臺灣飲食融合各國文化，不僅全省都充滿夜市小吃，臺北市美食的搶手度更不輸東京、香港及新加坡。文章中指出，受到葡萄牙、西班牙、荷蘭及日本等殖民影響，再加上來自中國各省分的飲食文化，臺灣就是一個美食大熔爐，美食列成幾大類：一、不可錯過的料理：小籠包、牛肉麵、擔仔麵、蔥抓餅、割包；二、膽大者可試：臭豆腐、炭烤魷魚、炒沙蟲、豬腸、皮蛋、蚵仔煎；三、必喝飲料：珍珠奶茶、烏龍茶、咖啡、臺灣啤酒。

* 相關報導請見：<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20140318/362046/>



臺灣與福建合作 推動兩岸鄉村旅遊

簽訂兩岸鄉村旅遊新業態合作協定書 擴大市場規模

文／編輯部 圖／苗栗縣政府提供




由臺灣休閒農業發展協會與福建省旅遊協會等單位舉辦，匯聚兩岸多個農業產業資訊與商業交流的「兩岸鄉村休閒旅遊嘉年華」，4月1日在苗栗縣飛牛牧場熱鬧登場。當天苗栗縣副縣長林久翔、台灣觀光協會會長賴瑟珍、中華民國旅行業品質保障協會理事長許晉睿、福建省旅遊協會會長朱華等人都蒞臨參加，而臺灣業者與大陸的民宿、觀光農場等產業業者，也於嘉年華會上共同簽訂合作契約，讓雙方的交流合作更進一步，期許藉由兩地的交流，能夠創造更大的觀光人潮與效益。

為兩岸業者搭建合作平臺

「兩岸鄉村休閒旅遊嘉年華會」除安排雙方知名鄉村旅遊景點、路線介紹和旅遊商品商交易會，也舉辦兩岸鄉村旅遊新業態「1+1」洽談簽約、兩岸休閒農業與鄉村旅遊專家顧問首聘儀式、千人旅遊培訓開訓儀式、兩岸鄉村民俗旅遊文化匯等活動，共同以鄉鄉有情、村村有趣的旅遊，號召更多的遊客，擴大市

場規模。

嘉年華會現場也為鄉村休閒旅遊做了最好示範，透過6大深度交流平臺與6大亮點，不僅深化了兩岸鄉村旅遊合作模式，也讓現場上千名旅客享受到鄉村遊的樂趣，大幅提升兩岸業者與旅客對於鄉村旅遊的認識。

來臺參與嘉年華的福建鄉村旅遊業者達300多位，透過與臺灣鄉村遊業者面對面交流，親身感受臺灣鄉村遊的諮詢服務、民俗展示、產品營銷與展示等。福建省組織「百鎮千村」鄉村旅遊業者，透過8天實地考察、2天案例分析與創意輔導，接受臺灣的培訓，並借鏡臺灣發展鄉村遊的經驗。其中，連城縣培田古民居、晉江市圍頭村、飛牛牧場、卓也小屋等11家兩岸鄉村旅遊業者相互交流，加速兩岸鄉村旅遊的轉型與升級，大力促進鄉村遊業態升級。 

- 1 與會業者簽訂「兩岸鄉村旅遊新業態1+1合作協定書」，號召更多的遊客，擴大市場規模。
- 2 苗栗縣副縣長林久翔、臺灣觀光協會會長賴瑟珍、福建省旅遊協會會長朱華等人主持開幕儀式，以澆灌花苗象徵兩岸鄉村休閒旅遊的合作欣欣向榮。

台灣觀光協會赴廣州考察行程

台灣觀光協會應廣東省旅遊協會楊榮森會長邀請，由賴瑟珍會長於4月7日至11日率領11位董事前往，考察廣東省境內重要觀光景點與飯店設施，並拜會業界重要代表進行座談。

文、圖／台灣觀光協會提供



台灣觀光協會賴瑟珍會長率團拜會廣東省政府劉曉捷副祕書長，雙方互贈紀念品。



台灣觀光協會董事前往考察廣州沙面島。



台灣觀光協會董事與長隆旅遊度假區王哲副總裁及吳宣林總經理進行座談會。



台灣觀光協會賴瑟珍會長率團拜會廣州楊榮森會長，雙方互贈紀念品。



參觀自力村雕樓群。

台灣觀光協會與日本香川縣觀光協會簽署友好交流協定

雙方共同開創臺日觀光新契機

文、圖／台灣觀光協會提供



為增進與四國地區觀光交流，本會賴瑟珍會長受香川縣觀光協會邀請，率領該會日本觀光市場謝憲治主任委員、張政美及梁榮堯副主任委員組團前往日本香川縣，於3月21日與該縣觀光協會簽署「友好交流協定」，同時為慶祝桃園／高松開航滿周年及4月起增班至每周4班，希冀今後以觀光產業為主軸、帶動文化、經濟、人員互訪等多面向交流，共同開創觀光新契機。

以食會友促進臺日觀光交流

簽約儀式於香川縣高松市克雷緬特飯店舉行，臺日雙方代表為台灣觀光協會賴瑟珍會長及香川縣觀光協會梅原利之會長；見證人為香川縣濱田惠造知事及中華航空公司孫洪祥董事長。

此外，本活動以「以食會友」為副主題，邀請來自

臺灣宜蘭的美食達人—陳兆麟及邱清澤兩位師傅，以香川縣的特產讚岐烏龍麵為主食材，運用巧思現場烹煮具有宜蘭風味「西魯肉麵」，另準備「肉燥湯麵」、「龍鳳腿」、「芋頭米糕」等臺灣小吃，現場香氣四溢，活動效果十足，為當日的簽約儀式揭開序幕，除了帶給現場來賓不同的味覺體驗外，並成功地為臺灣和香川兩地創造出一加一大於二的媒體宣傳效果。◆

- 1 台灣觀光協會賴瑟珍會長於簽約儀式現場，與香川縣觀光協會簽下「友好交流協定」。
- 2 簽約儀式於香川縣高松市飯店舉行。
- 3 全新臺灣西魯肉烏龍麵誕生，讚岐麵師傅品嚐後表示讚不絕口。
- 4 本會特邀請宜蘭渡小月陳兆麟及邱清澤師傅前往大展廚藝。



組團參加泰國春季旅展

分享臺灣多元文化

文、圖／台灣觀光協會提供

去年泰國旅客來臺累計 104,138 人次，較前年同期成長 6.58%，今年 1 至 3 月泰國旅客來臺人次亦較去年同期成長 12.36%，雖然皆呈現成長趨勢，但根據調查 53% 的泰國人會選擇短程的亞洲旅遊，將旅遊經費放在選擇三星或四星以上的住宿，然而目前礙於臺灣尚未對泰國開放免簽，已於去年 7 月開放免簽的日本，成了最大的受益國家；為持續拓展泰國市場，交通部觀光局委託台灣觀光協會辦理，於 2 月 17 日至 24 日組團參加泰國旅展 (TITF) 暨辦理觀光推廣活動。

臺灣館受旅展民眾歡迎

臺灣觀光代表團成員包括公協會、旅行社、飯店、旅遊業者和表演團體等 19 個單位 33 人，於旅展前先在 Swissotel Le Concorde, Bangkok 舉行臺灣觀光推

廣會，邀請約 120 位泰國旅行社業者與會進行旅遊交易會洽談及安排媒體採訪，透過臺灣景點觀光資源簡報、阿里山 YUYUPAS 舞者帶領現場業者一同跳高山青、臺灣 Q&A，及華航、長榮、復興航空共贊助 4 張機票搭配住宿券等大獎現場抽贈，氣氛熱絡。

旅展期間，臺灣館規劃歡樂氣球人造型氣球大放送、臺灣文創造型毛巾、景點杯墊製作、綠豆糕、馬年燈籠現場 DIY、阿里山 YUYUPAS 帶來鄒族歌舞、鳳梨酥品嚐暨宣傳臺灣互動遊戲，將臺灣的多元文化與民眾做近距離的分享；旅展期間，透過 40 個當地旅行社販售點，共銷售 1,400 套臺灣行程，成果豐碩。



- 1 臺灣文創造型毛巾在旅展現場大受歡迎。
- 2 阿里山原住民於旅展現場表演勇士舞。
- 3 臺灣觀光代表團大合照。



組團參加馬來西亞春季旅展

主推臺灣觀光年曆 成功吸客

文、圖／台灣觀光協會提供



200 多位當地業者出席，面對面的洽談所需，共同創造商機；推廣晚會邀請到駐馬來西亞台北經濟文化辦事處高泉金公使，就臺馬雙邊關係及觀光發展致詞，並由推廣團團長亦為吉隆坡辦事處曹逸書主任上台介紹代表團成員並報告台灣最新觀光訊息，讓當地業者對臺灣美景、美食皆留下深刻印象，晚會最高潮為華航及長榮航空提供之機票等好禮抽獎活動，現場氣氛熱鬧，活動圓滿落幕，成功行銷臺灣觀光。TVA

去年馬來西亞來臺旅客共計 39 萬 4,326 人次，較前年大幅成長 15.63%，為東南亞地區成長最快也是來臺最大客源國。為爭取東南亞市場客源，交通部觀光局帶領臺灣旅遊業者近 120 人，大陣仗赴馬來西亞參展，主推跟著 2014 臺灣觀光年曆玩，並準備數千份好禮，與當地旅行社共同行銷更多樣化的臺灣套裝及地接行程。

美食與多元文化獲民心

以美食和多元文化攻占大馬民眾的心本次旅展結合公協會、飯店、休閒農場、主題樂園／渡假村、交通運輸等共 70 個單位 120 人之資源，共同行銷臺灣之美。旅展期間邀請泰雅渡假村展演原住民歌舞、廣興紙寮展示造紙過程，開放民眾 DIY 體驗手工造紙及古老印刷術的趣味藝術，並準備了傳統臺灣美食手工蛋捲、鳳梨酥品嚐活動，以美食和多元文化攻占大馬民眾的心。根據臺灣館統計，三天展期共賣出 4,500 套臺灣旅遊行程，較去年增加 300 套，推廣成效良好。

旅展結束後舉行臺灣觀光推廣會，其中旅遊交易會有



- 1 馬國民眾詢問臺灣旅遊資訊，臺灣業者熱心解答說明。
- 2 臺灣與馬來西亞業者洽談旅遊商機。
- 3 臺灣館安排蛋捲達人於現場製作手工蛋捲，吸引民眾排隊試吃。
- 4 泰雅渡假村舞者於晚宴演出臺灣特色原住民舞蹈。

組團參加新加坡春季旅展

全方位提升臺灣品牌形象

文、圖／台灣觀光協會提供

去年新加坡來臺旅客達 364,733 人次，較前年成長 11.45%，整體而言，新加坡市場呈現穩定成長趨勢，其中旅遊模式已由團體逐漸轉為自由行，加上臺星廉價航空航班成長，提供多樣化的旅遊方式，有助自由行旅客重遊市場發展。為爭取市場客源，交通部觀光局率團赴新加坡參加春季旅展，全方位提升臺灣品牌形象。

臺灣館迴響熱烈

本次旅展結合政府及公協會、飯店、休閒農場、主題樂園 / 渡假村、交通運輸等共 90 個單位之資源；旅展期間並邀請表演團體從美食、流行文化等不同面向讓民眾體驗臺灣，現場聚眾效應顯著，民眾反應熱烈，但據臺灣館統計，今年三天展期售出 2,605 套臺灣旅遊行程，較去年春季 3,200 套減少，然而近年新加坡

來臺人數卻呈穩定成長狀態，研判主要因為自由行旅遊方式倍增，造成購買旅行社所規劃之臺灣旅遊行程人數下降，影響臺灣旅遊行程銷售。

旅展結束後配合當地業者舉行臺灣觀光推廣會，共有 42 家當地廠商，80 位當地業者出席旅遊交易會，提供雙方業務交流平台，面對面的洽談所需，共同創造商機；會後舉辦推廣晚會，延續雙方洽談與互動機會，晚會上亦有國際知名魔術師陳日昇的精采表演以及華航、長榮機票等好禮抽獎活動，現場氣氛活絡，座無虛席，除了提高新加坡業者對臺灣之好感，亦增進雙方協作可能性。TVA

- 1 魔術師陳日昇以華麗的魔術吸引大批民眾圍觀。
- 2 臺灣與新加坡業者雙方積極尋找合作可能。
- 3 新加坡民眾積極詢問代表團員臺灣旅遊。



組團參加2014年印尼旅展

加強臺灣觀光資源宣傳 聚眾效應顯著

文、圖／台灣觀光協會提供

自交通部觀光局將穆斯林區域視為重點開發市場，並積極輔導臺灣穆斯林餐旅認證以來，印尼來臺人數穩定成長，去年來臺旅客達 171,299 人次，較 101 年成長 4.71%，今年 1 至 2 月來臺旅客達 26,213 人次，較去年成長 6.13%，但整體而言，印尼民眾近年以日本、韓國為主要之旅遊目的地，對臺灣旅遊景點較不熟悉，因此藉由參加印尼旅展，加強臺灣觀光資源宣傳，以利開發更多印尼民眾來臺。

結合各界資源推廣臺灣之美

本次印尼旅展結合公協會、飯店、休閒農場、主題樂園／渡假村、交通運輸等共 29 個單位之資源，共同行銷臺灣之美，全方位提升臺灣品牌形象。旅展期間並邀請表演團體從傳統及流行文化等不同面向讓民

眾體驗臺灣，現場聚眾效應顯著，民眾反應熱烈，據臺灣館統計，三天展期 1,985 套臺灣旅遊行程，較去年 1,957 套微幅增加，推廣成效良好。

旅展結束後配合印尼當地業者舉行臺灣觀光推廣會，包括旅遊交易會及推廣晚會，共有多達 107 家當地廠商，226 位當地業者出席，其中包含 14 家媒體共同與會，提供雙方業務交流平台，面對面的洽談所需，共同創造商機；會後舉辦推廣晚會，延續雙方洽談與互動機會，晚會上並由缺席舞團演出，以及華航、長榮、印尼航空提供之機票等好禮抽獎活動，現場氣氛活絡，座無虛席，除了提高印尼媒體、業者對臺灣之好感，亦增進雙方合作可能性。TVA

- 1 臺灣館人潮匯集，熱鬧非凡。
- 2 臺灣業者把握旅遊交易會黃金時刻進行業務洽談。
- 3 缺席舞團受邀參加Astindo旅展開幕。



組團參加2014柏林(ITB)旅展

吸引歐洲旅客瘋臺灣

文、圖／台灣觀光協會提供



- 1 於臺灣館向當地業者解說最新臺灣旅遊行程。
- 2 臺灣館杯墊DIY活動吸引歐洲民眾體驗。
- 3 本會賴瑟珍會長與德國國會議員及大使合照。

去年歐洲來臺旅客超過 22.3 萬人次，增加 2.3%，為持續拓展深耕歐洲市場，交通部觀光局組團參加 3 月 5 日至 9 日在德國首都柏林舉辦的全球規模最大的 ITB 柏林旅展。今年臺灣館持續以「Time for Taiwan」傳達「旅行臺灣就是現在」的國際宣傳主軸，推動臺灣觀光品牌「Taiwan-The Heart of Asia」，並推出整合臺灣各地旅遊資源的「臺灣觀光年曆」，期望吸引更多歐洲旅客來臺，體驗臺灣獨特的旅遊魅力。

展現臺灣多樣魅力風貌



旅展前於柏林購物中心 Sony Center 舉辦臺灣觀光推廣活動，以街頭展演的形式拉近與民眾之

間的距離，邀請臺灣 Zero Four 舞團表演傳統原住民舞蹈和家將藝陣，加上現代創意舞蹈，展現臺灣多樣風貌，讓歐洲民眾體會臺灣是一個融合傳統文化與現代創意、自然美景與人文感動的地方。

交通部觀光局藉參加柏林旅展為歐洲市場旅遊業者搭起與國內 Inbound 業者的對話交流平台，積極安排業務洽談，於旅展期間在臺灣館舉辦 Happy Hour 及 Agent Training，讓歐洲地區業者瞭解更多的「臺灣必遊魅力」新資訊。臺灣館每年均為亞洲展區中最亮眼的展館，除了以融合原住民及八家將表演，現場製作熱騰騰的臺灣傳統點心車輪餅，展現濃濃文化及美食特色，吸引媒體、業者及民眾品嚐。

臺灣的美景、美食與美德多次獲國際媒體肯定，「世界最美麗海灣協會」也特別運用柏林旅展之機會，於臺灣館頒發入會獎牌予澎湖縣政府，同時向歐洲市場宣告澎湖為「世界最美麗海灣」之一，有助推動臺灣成為亞洲旅遊第一首選。TVA

第 7 屆臺日觀光高峰論壇 5 月 23 日屏東墾丁舉行

臺灣、日本觀光年度重要會議「2014 年第 7 屆臺日觀光高峰論壇」即將於 5 月 23 日在屏東墾丁福華飯店舉行，由交通部觀光局主辦、屏東縣政府及臺灣觀光協會協辦，將邀集約 150 名日本及臺灣 in/outbound 旅遊業界代表，其中包含交通部觀光局謝謂君局長、屏東縣曹啟鴻縣長、台灣觀光協會賴瑟珍會長、日本觀光振興協會山口範雄會長、日本旅行業協會菊間潤吾會長及臺日重要旅行社社長或總經理級代表均受邀出席。會議中將進行觀光議題討論與意見交流，並推動觀光旅遊行銷策略，加速觀光互訪業務的推動，盼達成 2016 年臺日旅客互訪 400 萬人次的觀光目標。



親善大使福山雅治 臺灣觀光宣傳活動在日開跑

日本知名藝人福山雅治日前應交通部觀光局邀請，擔任臺灣觀光親善大使，日前並於百忙之中特別安排來臺拍攝 15 秒觀光宣傳影片，該影片由日本當紅廣告與音樂錄影帶導演小松真弓以及國際知名攝影師李屏賓親自操刀，內容描述福山雅治在旅途中走入忽古忽今、穿越過去未來、帶神秘的街道，直到老人一句「遠在天邊，近在眼前」，恍然大悟道出臺日歷史文化的親密關係與距離的相近，最後以「Time for Taiwan」結尾，邀請觀眾一起來臺旅遊。

福山雅治從四月五日起在日本五大巨蛋舉行 14 場巡迴演唱會，演唱會開場前也將播放這則 15 秒臺灣觀光宣傳影片，對 50 萬名粉絲強力放送。參加演唱會的觀眾，都將拿到臺灣觀光旅遊資訊及一張由福山雅治親自參與企劃製作的日本演唱會專屬限量版臺灣明信片，明信片正面以影片拍攝地大稻埕為背景，背面嵌入 QR code，觀眾只要掃描該 QR code，就能透過 APP 播放程式共同感受似相同、似差異，熟悉又陌生的臺灣。藉由巨星高人氣與影響力，預計將引發一波日客來臺熱潮。

宣傳影片

- ◎交通部觀光局日語版官網
<http://jp.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0003169>
- ◎交通部觀光局駐東京辦事處網站
<http://www.go-taiwan.net/>

臺日同名車站觀光宣傳活動啟動

臺日之間往來去年達 376 萬人次，創新高紀錄。交通部觀光局為了促進更多臺日旅客往來觀光，對彼此的文化風俗習慣產生興趣、增廣見聞，與臺灣鐵路管理局、台灣觀光協會、公益社團法人日本觀光振興協會、一般社團法人日本旅行業協會日方聯手出奇招，推出臺日 32 個同名車站活動，同時也任命日本傳統音樂家東儀秀樹為臺日觀光親善大使，要讓日本哈臺族和臺灣哈日族的旅客玩出新花樣。

臺灣鐵路和日本鐵路共有 32 個同名車站，如松山站、板橋站、桃園站和岡山站等，交通部觀光局與臺鐵合作，將邀請與這 32 個車站同名（漢字的姓或名）的 32 名日本旅客擔任一日站長，以及參與 4 天 3 夜的臺灣旅遊行程，另外也會抽選出 320 位參加者贈送臺灣名產。

臺日已有多項觀光友好合作活動，包括玉山與富士山、臺鐵的



松山站與 JR 四國的松山站、臺北 101 與東京晴空塔結為觀光地標友好關係、臺鐵平溪線與日本江之島電鐵「江之電」有 1 日乘車券觀光合作、阿里山森林鐵路與日本黑部峽谷鐵道結為姊妹鐵路合作。

新進會員單位介紹

財團法人台灣觀光協會再添生力軍！近期有五位新加入的會員捐贈單位，各單位互具特色，分別來自旅行社與飯店業，歡迎加入協會這個大家庭，為臺灣觀光產業發展一同努力打拼。

文、圖／葛瑪蘭旅行社、凱旋旅行社、水雲端旗艦概念旅館、世邦旅行社股份有限公司、台北慕軒、和逸民生館提供



葛瑪蘭旅行社

葛瑪蘭旅行社股份有限公司的設立宗旨是秉持著「深耕宜蘭、服務鄉親」的精神，並貫徹本公司母企業葛瑪蘭汽車客運(股)公司「運輸、觀光、文化」的經營理念，而成立「葛瑪蘭旅行社」—以完善的服務及卓越的品質經營國內、外旅遊服務。更希望結合本集團旗下的國道客運、市區公車及通運的完整串連分佈，提供旅客更便利、更暢通無阻的旅程，期待帶動宜蘭的觀光旅遊，將宜蘭在地文化觀光產業向外發揚推廣，並成為宜蘭鄉親外出旅遊的橋樑，實踐本企業集團「飲水思源、吃果子拜樹頭」的感懷真諦。

DATA

地址：宜蘭縣羅東鎮光榮路 342-2 號 2 樓

電話：(03)960-5088

網址：www.kamalan.com.tw



凱旋旅行社



凱旋旅行社於民國 86 年 4 月 9 日成立至今，秉持以提供優質旅遊產品服務國人並以「巨匠旅遊」為本公司旅遊產品名稱，民國 90 年因業務擴展之由，另成立巨匠旅行社股份有限公司以提供國人更完善的旅遊服務，民國 102 年因公司為旅遊線路擴展因而另成立一家子公司 -- 巨大旅行社股份有限公司擴大提供客戶選擇。誠如我們的產品名稱「巨匠旅遊」的由來：巨細靡遺，匠心獨運，凱旋旅行社以開創顧客需要的優質旅遊產品為主要目標，以旅客的角度來規劃旅遊，提供最佳服務品質與旅遊產品給顧客們。

DATA

地址：台北市中山區松江路 220 號 10 樓

電話：(02)25426099

網址：www.artisan.com.tw

www.icloudhotel.com.tw





水雲端旗艦概念旅館

水雲端精雕細琢規劃百間以上風格獨特的房型，樹立全台最頂極旅館全新典範。擁有旅館業界最多的戶外景觀造型恆溫浴池、更以全新的美學觀點，重新演繹館內每處空間，在衛浴設備上，烤箱、蒸氣室、氣泡幻彩按摩浴缸（臭氣殺菌）、維淇浴、黃金雨淋應有盡有，並不惜成本採購日本全新 TOTO 遙控式免治馬桶，添加全台旅館唯一的互動投影娛樂系統、KTV 視聽影音設備全部升級為原聲原影觸控式系統，且於建築施工時引用豪宅級中空樓板隔音工法，以確保顧客的住宿品質，服務上更力求精緻細膩，用心提供旅客最高品質的住宿感受。

DATA

地址：台中市西屯區青海南街 159 號

電話：(04)2452-5678

網址：www.icloudhotel.com.tw

世邦旅行社股份有限公司

世邦旅行社成立於 1989 年，今年盛大歡慶 25 週年，秉持著以窩心服務，開創精彩深刻的旅遊體驗。傳承「實踐旅遊『心』夢想」並承諾以「熱忱、窩心、前瞻、誠信樸實」的精神以及專業團隊的豐富經驗，讓每次的旅程，都會是獨一無二的美麗回憶，創造每個獨特又深刻旅遊體驗。世邦旅遊提供出入境旅遊、客制化獎勵旅遊、商務考察等旅遊服務；另有飯店訂房，專車接送服務，獨家景點推薦等多元化項目，享受賓至如歸的服務。

DATA

地址：台北市松江路 82 號 5 樓

電話：(02)2537-3088

網址：www.4p.com.tw



台北慕軒 MADISON TAIPEI

台北慕軒倚著台灣最美的樂樹林蔭大道，坐擁於敦化南路優越的黃金區位，綠葉成蔭、蟲鳴鳥語、鬧中取靜，而有著「台北上東城」的雅名，結合經典的設計美學、講究細節的 124 間客房及雋永空間與內斂的細膩服務處處散發著卓爾不凡的韻味，提供懂得生活的品味人士，在旅途中的品味居所、靜心之處。由建築大師 李瑋岷 先生悉心打造的台北慕軒，甫一進門，視線隨即便被一座高度透亮、螺旋型的圓弧樓梯所吸引，有如 Frank Lloyd Wright 為紐約古根漢美術館打造的螺旋走道。



DATA

地址：台北市大安區敦化南路一段 331 號

電話：(02)2730-2099

網址：www.cathayhotel.com.tw/brand/madison



和逸 · 台北民生館 HOTEL COZZI

座落於民生東路上、臨近捷運行天宮 1 號出口的和逸 · 民生館，採用大量的原木、石材與玻璃等天然素材，大面開窗引入的自然光線搭配室內溫和的燈光，令人自然地親近與放鬆。全館共 135 間客房，房內配置精選舒眠睡床、全館免費高速網路及 3C 無線多媒體整合環境與 Tizzy Bar 免費飲料點心。此外位於一樓的 Cozzi KITCHEN，提供現做美味的三明治搭配極品咖啡和各式飲品，以各國特色風味重現經典美味，讓您重新定義手作麵包與各國食材之間的美味關係。

DATA

地址：台北市中山區民生東路二段 178 號

電話：(02) 7706-3399

網址：www.hotelcozzi.com



2014 部落觀光元年 從東海岸出發

交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處長期以來推展部落慢走漫遊、慢騎漫遊套裝遊程，深受外界喜愛，101 年度與經濟部中小企業處合作，運用地方產業發展基金經費，辦理「東海岸部落特色觀光產業塑造行銷計畫」，以更深度廣泛的方式協助部落推廣觀光產業，日前舉辦「2014 部落觀光元年－從東部海岸出發」發表會，公布八條部落特色遊程，包括：瑪洛阿瀧（東河）部落竹筏之旅、都歷部落工藝之旅、比西里岸（白守蓮）部落尋羊之旅、南竹湖部落童趣之旅、奇美部落文化泛舟之旅、靜浦部落出海口生態之旅、新社部落稻田之旅及水璉部落獵人之旅等客製化行程，歡迎 10 至 20 人左右揪團一起玩部落。交通部觀光局局長謝謂君於發表會致詞中表示，經過兩年的努力，部落已經發展出各自的特色，將把 2014 年訂為部落觀光元年，為部落觀光串起一條完整的發展鏈，並表示推廣部落觀光的目標之一，便是吸引年輕人回流原鄉，未來除了持續深化部落在地產業發展、增加居民就業，也會將推廣主力放在青年回流的議題上。

活動
新訊



臺灣遊購讚PK 北市、屏東、花蓮奪大獎

交通部觀光局結合各縣市舉辦「臺灣遊購讚觀光我最行」活動，分三階段辦理，第三階段總成績近日揭曉，直轄市組由台北市獲獎，非直轄市組由屏東縣、花蓮縣政府得獎，將頒給 1000 萬元獎金，還可以參與 1 項東南亞旅展及行銷推廣會，最佳觀光整合行銷獎由臺南市、臺東縣及雲林縣獲得。

交通部長葉匡時表示，交通部觀光局辦理本次縣市政府競爭活動，成功透過觀光平台吸引國內外遊客到訪，其中《英國衛報》選出 2014 年全球 40 個最佳旅遊去處，臺灣躋身其中；《紐約時報》推薦臺灣是 51 個值得前往觀光的地點之一，這都是非常不容易的。另外為協助各縣市政府持續行銷觀光，讓世界看到，交通部觀光局也安排於臺北 101 大樓第 89 樓設置攤位，提供各縣市政府布展行銷縣市特色，延續整體效益。

2014 秀姑巒溪國際泛舟鐵人三項競賽 即日起開放報名

由交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處主辦，全國唯一結合泛舟、路跑、單車三項極致運動的鐵人三項運動「2014 秀姑巒溪國際泛舟鐵人三項競賽」，將於 6 月 22 日於花蓮秀姑巒溪遊客中心拉開序幕，並於即日起正式開放報名。

秀姑巒溪國際泛舟鐵人三項競賽至今已邁向第五屆，每年均不斷創下參與人數新高，今年除一般的三鐵組外，再度推出結合泛舟與路跑的二鐵組，以及團隊合作的鐵三角組，邀請全國喜愛運動觀光的民眾一同共襄盛舉。並特別設立「創意裝扮獎」，歡迎參賽者以特殊造型參賽。此外，今年度為推廣「運動旅遊」精神，東管處首度整合全年度各項東海岸運動賽事，推出商家優惠及部落超值體驗，藉以推廣低碳運動旅遊風潮。同時本次活動持續結合觀光局主推的「臺灣夏至 235」活動，推出東海岸超值清涼加價旅遊行程，讓選手與遊客們也能體驗東海岸的特色文化。詳情請參閱活動官網 <http://eastcoast-nsa.com.tw/boat.html>。



2014 福隆國際沙雕藝術季盛大開幕

由交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處與麗寶機構福容大飯店共同主辦的「2014 福隆國際沙雕藝術季」，將於 5 月 3 日至 6 月 30 日盛大展開。

今年活動特別邀請來自美國、加拿大、法國、愛爾蘭、澳洲、義大利、西班牙、荷蘭、俄國、捷克、印度、西非、葡萄牙、保加利亞、拉脫維亞、新加坡與臺灣，共 17 國 30 位沙雕師來台進行國際邀請賽，目前正在福隆沙灘進行創作。本次作品將呈現「不思議的驚奇旅程」，讓遊客在福隆沙灘就能穿梭時空古今，主辦單位建議遊客多多搭乘台鐵各級列車至福隆火車站，步行約 5 分鐘即可抵達活動現場；自行開車前往的遊客，主辦單位亦規劃多處停車空間，如：福隆遊客中心前、福隆國小旁等約 8 百餘停車位，詳細資訊請上 2014 福隆沙雕季官網：<http://sandcarving.mmhot.tw/> 查詢。



圖／長榮航空提供

赴日旅遊夯 長榮航空新闢沖繩航線

去年台灣赴日旅遊人數超過 234 萬人次，創歷年新高，預期今年仍會持續成長，長榮航空宣布，將於 6 月 17 日起開闢「桃園—沖繩」航線，即日起開始接受訂位，提供赴沖繩的旅客更多的選擇。該航線將以 A321-200 機型飛航，提供 8 個商務艙，176 個經濟艙，共 184 個座位數。為慶祝該航線開航，長榮航空將結合旅行社包裝各式旅遊產品，4 天 3 夜的團體行程只需 22,000 元起。在自由行方面，長榮假期沖繩 2 天 1 夜的行程，亦只要 11,300 元起。另贈送免費暢遊沖繩十大觀光樂園的悠遊 PASS，或是單軌電車 2 日乘車券，前 200 位完成開票的旅客，還可獲得 ANA FESTA 免稅店 1,000 日圓抵用金。

News

華信航空台中 - 琉球 6 月起每周增為 6 班

即日起華信航空台中 - 琉球航線，原本每週 2 班（週三、六），即日起新增每週二、五 2 班，此外，為迎接暑假旅遊旺季來臨，華信航空自 6 月 1 日起，又增加每週四、日出發的台中 - 琉球航班，每周增為 6 班，讓大台中地區的旅客，前往沖繩將有更多的航班選擇。

2014

5
6 月

臺灣觀光節慶 賽會活動表



臺灣觀光年曆
Time for Celebration
TAIWAN TOURISM EVENTS

更多觀光活動，請上「交通部觀光局」：<http://www.tboc.gov.tw/>、
「臺灣觀光年曆」官方網站：[http://timefortaiwan.tw/events/查詢](http://timefortaiwan.tw/events/)

圖／交通部觀光局提供

休閒旅遊

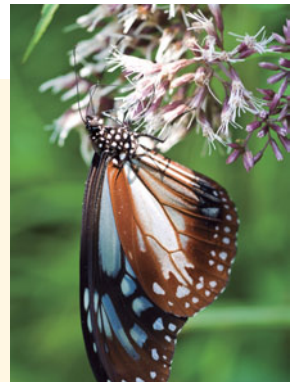


2014 臺灣夏至 235

活動時間：6/1-9/30
活動地點：嘉義縣、花蓮縣等地之北迴歸線標誌
主辦單位：交通部觀光局
洽詢電話：02-2349-1500
<http://taiwan.net.tw/welcome.aspx>

陽明山蝴蝶季

活動時間：5-7月
活動地點：陽明山國家公園
主辦單位：陽明山國家公園管理處
洽詢電話：02-28613601*800
<http://www.ymsnp.gov.tw/>



澎湖海上花火節

活動時間：即日起-6/19
活動地點：澎湖縣馬公市介壽路7號
主辦單位：澎湖縣政府
洽詢電話：06-9268545
<http://tour.penghu.gov.tw/>

藝文活動



2014 福隆國際沙雕藝術季

活動時間：5/3-6/30
活動地點：新北市福隆海灘
主辦單位：交通部觀光局東北角暨
宜蘭海岸國家風景區管理處
洽詢電話：02-24991210
<http://www.necoast-nsa.gov.tw>

2014 一見雙雕（沙雕 & 鹽雕）藝術季

活動時間：6/7-8/31
活動地點：臺南市七股鹽山、臺灣鹽博物館及馬沙溝濱海遊憩區
主辦單位：交通部觀光局雲嘉南濱海國家風景區管理處
洽詢電話：06-7861017
<http://www.swcoast-nsa.gov.tw/>



休閒活動

2014 臺灣國際熱氣球
嘉年華活動

活動時間：5/30-8/10
活動地點：臺東縣鹿野鄉鹿野高台
主辦單位：臺東縣政府
洽詢電話：089-324902
<http://balloontaiwan.taitung.gov.tw/>



北海岸婚紗留倩影

活動時間：即日起至8月
活動地點：新北市石門區
主辦單位：交通部觀光局北海岸及
觀音山國家風景區管理處
洽詢電話：02-86355100
<http://www.northguan-nsa.gov.tw/>



2014 秀姑巒溪國際泛舟
鐵人三項競賽

活動時間：6/22
活動地點：花蓮縣瑞穗鄉秀姑巒溪
泛舟中心
主辦單位：交通部觀光局東部海岸
國家風景區管理處
洽詢電話：089-841520#1608
<http://eastcoast-nsa.com.tw/boat.html#>



民俗節慶

鹿港慶端陽系列活動

活動時間：即日起-6/2
活動地點：彰化縣鹿港鎮
及彰濱地區
主辦單位：彰化縣政府、
鹿港鎮公所
洽詢電話：04-7287488
<http://tourism.chcg.gov.tw/tc/index.aspx>



2014 屏東黑鮪魚文化觀光季

活動時間：5/3-6/30
活動地點：屏東縣東港鎮
主辦單位：屏東縣政府觀光傳播處
洽詢電話：08-7330036
<http://www.pthg.gov.tw/plantou/index.aspx>



臺南市國際龍舟錦標賽

活動時間：5/29-6/2
活動地點：臺南市安平運河
主辦單位：臺南市政府
洽詢電話：06-2157691
<http://sportmap.tn.edu.tw/>

《臺灣觀光》中文雙月刊讀者意見調查

親愛的讀者 您好：

感謝您在百忙之中閱讀《台灣觀光》中文雙月刊，為深入瞭解您的需求，以及傳遞更多觀光產業訊息，請您協助回答下列問題，除了冀望日後報導可以精準幫助您掌握時勢脈動外，更希望協助您規劃出更具市場性產品。請您完整填妥下列問題，傳真回函至台灣觀光協會公關編輯組 (02)2594-3265，謝謝您。

1. 請問您最喜歡哪個單元？

- 特別企劃 焦點話題 觀光亮點 名家講堂 人物專訪 產業脈動 他山之石
會展新知 特色台灣 特別報導 人才培育 趨勢分析 臺灣好評 推廣活動
臺日交流 會員交流 活動新訊 節慶資訊

為什麼？

2. 請問您認為哪個單元，對您最具參考價值？為什麼？

3. 請問您希望本刊物多增加哪些內容的報導？

4. 請問您是在哪裡取得本刊物？

5. 請問您知道本刊有部落格及官網電子版可閱讀全文嗎？

6. 請問您閱讀本刊物的主要原因是什麼？(可複選)

- 封面主題 想了解觀光產業動態 內容和貴公司業務有關
想參考旅遊資訊 可提升專業知識

7. 請問本刊物是否對您有幫助？

- 非常有幫助 有幫助 尚可 沒有幫助

基本資料 (本刊對於個人資料將予以保密絕不外洩)

1. 性別：男 女

2. e-mail：

3. 年齡：20歲以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51-60歲 60歲以上

4. 職業別：飯店業 航空交通業 公教人員 旅行業 藝品業 醫療
旅遊相關 其他

5. 地區別：臺灣北部_____ (城市名稱) 中部 南部 東部
其他



23.5°N

臺灣夏至235

Taiwan Fun on the Tropic of Cancer



2014.6.21起
夏日節

6月~9月系列活動熱情登場
Exciting Activities Planned for JUNE-SEPTEMBER

臺灣夏至235

搜尋

台北 2014 國際旅展

Taipei International Travel Fair

NOV.7-10

6月1日開放買家線上報名



www.taipeiitf.org.tw

主辦單位 / 財團法人台灣觀光協會 Organizer / Taiwan Visitors Association

台北世貿中心展覽一、三館 TWTC Exhibition Hall I & III

Tel / +886 2 2597-9691 Fax / +886 2 2597-5836

E-mail / contact@www.taipeiitf.org.tw