

台灣觀光

2009 3-4月 | No.510
雙月刊



追星哈台 偶像代言觀光行銷 成功創造旅遊新話題

Tourism Activities

觀光節慶祝大會
張學勞會長獲「台灣觀光特別貢獻獎」

TVA Activities

專訪ITF執行長葉碧華
台北國際旅展線上報名開始

Tour Taiwan

綠色旅遊風 騎著鐵馬旅行去
足健產業再升級 打造平價奢華新感受

還在撒傳單 做無效廣告?

花**12,000**元撒傳單，不但不知道流落到何處，更無法讓客人直接上門。



YAHOO!
奇摩 關鍵字廣告

“預算差不多，效果好很多!”

正航資訊行銷部 趙先生說：

一樣花費**12,000**元，Yahoo!奇摩關鍵字廣告
讓我的來電客戶數成長**10**倍，效果比撒傳單好太多了！



chi
www.chi.com.tw

立刻撥打Yahoo!奇摩關鍵字廣告服務專線

0800-086-958

，或上網搜尋

關鍵字廣告

搜尋

(服務時間：週一~週六 9:00 - 21:00)

YAHOO!
奇摩 關鍵字廣告

最划算的廣告

2008年觀光市場統計出爐

INBOUND市場成長3.47 OUTBOUND市場負成長5.56

對 整個觀光業界來說，去年（2008）是充滿挑戰和變數的一年，前半年的國際油價高騰，讓原本是旺季的暑期業績大受影響，等到好不容易油價回穩，卻面臨了全球性的金融風暴，所有產業無不受到衝擊，由於旅客的消費預算整個緊縮，進而影響到國人出國旅遊的意願。惟台灣入境旅客卻成逆勢成長，殊屬不易。

根據交通部觀光局的統計，2008年台灣的Inbound市場，1月到12月期間共有3,845,187人次，比起2007年同期的3,716,063人次，仍有3.47%的成長。而在Outbound市場部分，1月到12月共有8,465,172人次出國，比起2007年的8,963,712人次，負成長5.56%。

INBOUND市場

從2008年的各月份的成長率資料來看，上半年除了在油價高漲時期，3月和4月份時有呈現負成長外，其餘月份表現都屬不錯，許多客源市場有大幅的成長表現，像是港澳、韓國市場的數據便令人驚豔。不過到了下半年，由於受到全球金融風暴之影響，各國國內經濟皆呈現萎縮狀態，廠商接連倒閉及裁員，各國為活絡國內出口競爭力，相繼競賽貨幣貶值，亞太鄰近國家出國旅遊人數皆明顯下降甚至負成長，例如日本市場97年1-11月出境負成長7.02%，而香港至11月出境已由1月的8%減少只剩1.56%。

因此，這種經濟萎縮的情形，到了年底的11月和12月時便明顯開始發酵，一些整年度表現不俗的來台客源市場出現顯著的衰退，使得自5月份之後都維持在正成長的數字，連續在11和12月兩個月份呈現了2~3%左右的負成長，也使得2008年的成長率下修為3.47%。

不過，由於這一波衝擊是全球性的影響，若是與其它亞洲各主要地區的入境成長率相比，台灣的表現其實並不算差，例如大陸與新加坡自6月起開始便一直呈現負成長；日本及香港由8月起開始負成長，在這種國際旅遊市場艱困時期，台灣在爭取國際觀光客來台方面，仍能保持3.47%成長實屬不易，可見主管機關和相關業者的宣傳策略和方向都

相當正確，也十分努力，才能在國際推廣上確實地收到成效。

另外一個值得注意的是，在2008年全年各主要客源市場中，雖然以「業務」目的來台的幾乎均呈現衰退，但以「觀光」目的來台的旅客有不錯的成長，成長率7.69%，為177萬5,229人次，佔總人次百分比為46.17%，以歐洲成長34.59%最高；「業務」目的旅客為88萬1,431人次，負成長5.30%，佔總人次百分比為22.92%，以中國大陸成長10.57%最高。

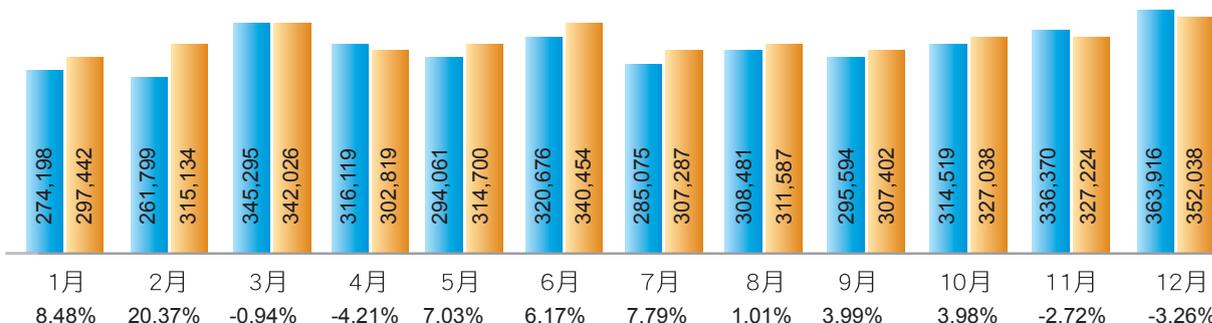
OUTBOUND市場

在Outbound市場部分，大陸由於有週末包機及平日包機直航的優勢，比起2007年僅有假日包機的情景，成長了619.63%；在東南亞國家中，菲律賓則有5.87%的成長；汶萊由於直飛包機增加，因此也有了84.03%的成長；至於馬來西亞則有16.05%的負成長；而東北亞的韓國，也有20.56%的負成長。另外，在長線部分，美加地區也都是呈現負成長狀態；荷蘭因為法國航線暫停，因而有了15.19%的正成長，而首站的法國也因此而衰退98.42%；至於紐澳線今年也呈現衰退的局面，其中澳洲衰退了11.76%、紐西蘭也有38.9%的跌幅。

(資料來源：交通部觀光局)

2008年各主要客源市場資料及分析請至第20-21頁

2007 總計：3,716,063 成長率 3.47%
2008 總計：3,845,187



CONTENTS



06 Topics Online

兩岸故宮院長互訪 開啓交流合作大門 十月「雍正大展」 北京故宮文物來台

二月十四日，台北故宮博物院院長周功鑫率領多位主管訪問大陸，與北京故宮博物院院長鄭欣淼會面，開啓了兩岸故宮相互交流與合作之門。十月份台北故宮將舉辦的雍正大展，台北故宮也已向北京故宮提出借展二十九件文物，兩岸故宮國寶，將一起聯合在台北亮相。



14 Tourism Activities



Tourism Statistics

- 01 2008年觀光市場統計出爐
INBOUND市場成長3.47
OUTBOUND市場負成長5.56

- 20 2008年INBOUND各主要客源市場統計
港澳市場成長25.89%
韓國市場成長11.71%

Tourism Activities

- 10 觀光節慶祝大會
張學勞會長獲「台灣觀光特別貢獻獎」
- 14 2009台灣燈會
光之饗宴照耀蘭陽

04 Tourism Frontier

追星哈台 偶像代言觀光行銷 成功創造旅遊新話題

將近4000名來自日、韓、港澳、東南亞等地的粉絲們，於2月中旬來台參加了台灣觀光代言人－「飛輪海」的國際歌友會，若以每人每天平均花費262美金、每名歌迷停留4天推估，這場國際歌友會可望帶來觀光產值高達新台幣1.5億元，觀光效益驚人。

Tourism Promotion

- 16 TVA組團 參加菲律賓旅展
積極爭取東南亞來台新客源
- 18 TVA組團 參加印度OTM旅展
簽證開放釋利多 赴台旅遊更便利



台灣觀光

雙月刊

2009 3-4 No.510

會長／張學勞
名譽會長／嚴長壽
副會長／謝謂君、李清松、林清波
發行人／張學勞
編輯顧問／汝洪海、葉碧華、陳映廷、莊順全
發行所／財團法人台灣觀光協會

地址／台北市民權東路二段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／tva-fifi@umail.hinet.net

【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／81-3-6316-7491 Fax／81-3-6316-7398
E-mail／tbrocosa@pop02.odn.ne.jp



30 Tour Taiwan



10 Tourism Activities



12 TVA Activities

台北國際旅展
媒合供需效益最佳的平台
專訪 葉碧華執行長

「台北國際旅展要創造的是參展業者、消費者、主辦單位的三贏局面。」葉碧華執行長表示，身為主辦單位，策展的首要目標就是要讓參展的廠商能夠獲得最大效益，也讓前來購買的消費者可以放心消費，買到最好的產品，而從這幾年的成績，可以證明台北國際旅展真的做到了。



32 Tour Taiwan

- 22 TVA組團參加泰國國際旅展TTAA
TVA組團參加新加坡春季旅展NATAS
- 24 2009年3~4月國際推廣活動預告
- 26 TVA舉辦台灣接待穆斯林市場旅客業者說明會

TVA Activities

- 23 本會新任副秘書長王美華 迎接每日新挑戰

Interview

東南旅行社邁入50週年
專訪 許永裕副總經理

Tour Taiwan

- 30 定健產業再升級 打造五感體驗新感受
- 32 綠色旅遊風 騎著鐵馬旅行去

- 34 Blog Travel
1211.1km Eleven Days
單車 旅行 青春日記Vol.2

Tourism News

- 36 斯洛維尼亞國民入台30天免簽
玉山入圍世界七大奇景

Event and Festival

- 40 近期觀光節慶活動

更正啓事

第509期的第8頁的報導中，誤植了觀光局2009年來台旅客預期目標人數，正確應為「400萬人」，本刊特此更正並向受訪單位致歉。

[新加坡辦事處]

Taiwan Visitors Association Singapore Office
5, Shenton Way, 14-07, UIC Building, Singapore 0106
Tel/65-223-6546~7 Fax/65-225-4616
E-mail/tbrocsin@singnet.com.sg

[首爾辦事處]

Taiwan Visitors Association Seoul Office
大韓民國首爾特別市中區三角洞115番地畿B/D 8F 804室
Rm. 804, 8th Floor Kyung-Ki Building 115 Samgak-dong,
Chung-Ku, Seoul, Korea
Tel/82-2732-2357-8 Fax/82-2732-2359
E-mail/tbrocsel@kornet.net

[香港辦事處]

Taiwan Visitors Association Hong Kong Office
香港德輔道中173號南豐大廈904室
Rm, 904, 9F Nan Fung Tower 173 Des Voeux Rd C HK
Tel/852-2581-0933 Fax/852-2581-0262
E-mail/tbtva@netvigator.com

承製單位/安迪強森國際有限公司
出版總監/樂智雄
執行主編/李建樹
採訪編輯/吳燕玲、邱淑玲、施沛琳
張逸帆、江家珊、龐新蘭
攝影/關壯仁、林冠吾

藝術設計/陳洪霖
行銷企劃/王朝明、林淨
業務總監/惠玲
發行業務/張靜方
地址/台北市信義區忠孝東路5段1-1號7F
印刷/中華彩色印刷股份有限公司

本刊為財團法人台灣觀光協會會刊
本期發行日期：2009年3月1日
新聞局登記證局版台誌第1090號
中華郵政北台字第976號執照登記為雜誌交寄
郵政劃撥0004968-7號
訂價：每本100元

成功創造旅遊新話題 追星哈台 偶像代言觀光行銷

Text: Joellee | photo: 交通部觀光局提供



飛輪海首次的國際歌友會，四個大男孩向在場專程來台的國際歌迷熱情推銷台灣觀光。

2月15日，將近4000名來自日、韓、香港、新加坡、馬來西亞、菲律賓、泰國、台灣等地的歌迷們，齊聚在台大體育館，參加台灣觀光代言人—偶像團體「飛輪海」的國際歌友會。不過二個小時的活動，便吸引了這些海外粉絲遠渡重洋，讓人見證到偶像的無窮魅力。觀光局表示，若以每人每天平均花費262美金、每名歌迷停留4天推估，這場國際歌友會可望帶來觀光產值高達新台幣1.5億元，觀光效益驚人。

阿妹打頭陣 開啓旅遊代言人風潮

這些年來，亞洲各國開始流行以電影、偶像劇或明星魅力帶動觀光，台灣也不落人後，注意到以流行文化來做為觀光行銷的優勢，因此首先從2004年開始邀請天后張惠妹為台灣觀光代言，看好張惠妹在東南亞華人圈的天后魅力，主打東南亞市場，結果也證實明星魅力的確能夠帶來觀光客，東南亞來台旅客2003年為63萬人，到了2006年成長為76萬人，三年的年平均成長率約百分之十。當時，觀光局或台灣觀光協會參加國外旅展，只要能夠使用明星肖像，將之用來佈置會場或印上手提袋，整個宣傳效果就會馬上大幅提昇，也更確定了

由明星代言台灣觀光行銷的成效極佳。

由於日本市場向來是來台觀光的最大族群，韓國市場又是快速成長的市場，這兩個市場自然是政府極力拓展旅客來台的一級戰區。自從F4以《流星花園》一劇在日、韓兩地吸引了許多支持者後，觀光局便注意到了F4在海外的知名度，於是便邀請F4代言台灣觀光宣傳，做為東北亞市場的觀光大使，規劃了一系列的行銷活動，例如：偶像劇《這裡發現愛》、海外記者會、歌友會等系列活動。

F4到日本、韓國舉辦的台灣觀光代言

活動記者會，吸引約三百家媒體採訪；由觀光局投資、仔仔主演的偶像劇《這裡發現愛》，劇中場景遍及台北101、故宮、阿里山、日月潭、墾丁、太魯閣、高雄愛河、玉山等台灣八大知名景點，也引起外國觀光客的興趣。尤其是奮起湖吃便當、日月潭騎單車、高雄玫瑰聖母堂等劇中橋段在日、韓播出後，引起粉絲熱烈詢問，甚至要求旅行社組團前來。

F4魅力果然不同凡響，代言的2007年，在日本人出國旅遊人數整體下降的情況，但對台旅遊人次依然成長，並創下116萬6380人的新紀錄，而韓國來台旅遊人次也達到22萬5814人，增加了15.06%，其中當然不乏許多的追星族。以2007年的F4的2場國際歌友會來看，每場都吸引5000名以上日本及韓國粉絲來台，幾乎1場就有1億元的觀光效益。

星星計劃成效佳 創造最大觀光效益

除了東北亞市場，2007年的東南亞市場也起用了新的觀光代言人，就是歌手蔡依林和導演吳念真。和F4主打的熟女市場不同，東南亞市場以雙代言的方式來鎖定不同的客層，兩人分別代表潮流與懷舊，藉此吸引到不同的族群。蔡依林小天后的動感形象吸引了年輕族群，而吳念真以鄉土形象，向東南亞推廣台灣農村、懷舊之旅，也有不錯的效果。兩人代言的東南亞地區，鎖定香港、馬來西亞及新加坡等地，也創下10萬人次的高成長，觀光效益高達30億元，也讓觀光局樂於與兩人續約，繼續邀請兩人擔任代言人。

總的來看，以藝人來推廣觀光策略的確奏效。自從交通部觀光局打出F4、蔡依林及吳念真分別擔任東北亞及東南亞觀光代言人之後，根據統計，日、韓來台旅遊人次在2007年創下最高紀錄，東南亞更大幅成長，總計新增觀光效益達41億元，並造就奮起湖、愛河、休閒農場等景點成為外國遊客必遊之地。而觀光局請偶像代言，整體宣傳費包含活動、拍偶像劇等，東北亞約花費8000萬元、東南亞約5000多萬元台幣，從所締造的經濟效益來看，的確是相當划算。

2008年則由於和F4的合約到期，觀光局為進一步吸引不同的年齡客層，便在11月時由飛輪海改為擔任東

北亞市場代言人，飛輪海雖然在日本的知名度不如F4，但吳尊和汪東城主演的《花樣少年少女》在日本播出頗受好評，2007年底在六本木辦見面會，2張中文專輯則更換封面再加1首日文歌在日本推出，去年5月發的日文單曲《Stay with you》首日就登上公信單日榜第14名，在日本已經逐漸受到喜歡「台流」的粉絲們的注意。在今年觀光局的「星星計劃」中，除了2月中旬的飛輪海歌友會外，觀光局還規劃由「飛輪海」擔任一日導遊，吸引更多追星族到台灣。



去年在日本舉辦的記者會，飛輪海接替F4成為台灣觀光的新代言人。

文化力量成觀光行銷新利器

除了利用偶像擔任代言人外，近年不論國內外都開始運用文化，更精確的是說流行文化來做為城市形象、旅遊觀光上的行銷工具。其中各國的流行文化輸出便是一個指標，例如韓國熱銷海外版權的《大長今》，代表的除了韓國戲劇的受到肯定外，也連帶使得亞洲掀起了一股韓國熱，韓國政府和民間業者自然也順勢利用此一風潮，打造了出韓劇旅遊的形象和相關產品；《哈利波特》取景地的英國阿尼克城堡，讓當地旅遊人口成長120%；《達文西密碼》讓倫敦市中心「聖殿教堂」的觀光客暴增了五倍；國內的《海角七號》也同樣為恆春當地帶入了大批人潮和錢潮。

戲劇或電影製造出來的觀光旅遊效應也許是無心，畢竟這有賴於作品本身能否大受觀迎或製造多少話題，不過其效應驚人，所以現在國內的地方政府也開始運用此一模式，用主動出擊的方式，藉由影劇來行銷城市，例如高雄電影節以專案補助的方式，製作場景以高雄為主題的七部影片；今年台北市政府在台北電影節中也開始徵選電影；台中市政府則以優惠辦法，鼓勵國內外的電視電影公司來台中取景。台灣觀光

十月雍正大展 北京故宮文物來台

兩岸故宮院長互訪 開啟交流合作大門

text: 吳燕玲 | photo: 編輯部、故宮博物院提供

06 | Mar-Apr



台北故宮館藏品質與量俱佳，名列世界四大博物館之一。

位於外雙溪的台北故宮博物院，每天總有無數的遊覽車，載著來自世界各地的觀光客前來參觀，近年來，故宮多次策展，總吸引全世界媒體的焦點，新春伊始，台北故宮又引爆了一個十足具有震撼性的話題。



故宮博物院周功鑫院長。

因為今年二月十四日，台北故宮博物院院長周功鑫率領多位主管訪問大陸，與北京故宮博物院院長鄭欣淼會面之後，終於開啓了兩岸故宮相互交流與合作之門。

從學術交流到相互合作

因為國共之間的歷史糾葛，北京故宮與台北故宮分隔兩地，六十年不曾來往，喜愛中華文化的遊客，總是要走訪北京與台北，才能盡看中華文化之美，但隨著二月份周功鑫訪問北京，三月份北京故宮院長鄭欣淼回訪台北，台北故宮計劃在十月份舉辦的「雍正大展」，可望見到兩岸故宮國寶，一起聯合在台北亮相。

周功鑫表示，自從1965年台北故宮博物院成立以來，台北故宮對於如何對抗時間、氣候，在維護文物的保存上，費了很大的心力，才讓隨著國民政府南遷來台的這65萬件珍貴文物，發揮其最大的藝術與歷史的價值，「特別是近年來，台北故宮在數位化的能力上，也下了許多功夫，這些經驗，都值得與北京故宮交流分享。」

因此，周功鑫指出，兩岸故宮在未來合作的重點，將分成四大部份，第一，是兩館間的學術交流；第二，是出版品的交流合作；第三，是展品的交流；第四，是希望建立兩館間相互合作的宣傳機制，目的在於「讓全世界對中華文化有興趣的人，一起來認識故宮！」

然而，在這四大交流合作的議題中，外界最矚目的，則是兩岸故宮之間的展品交流，周功鑫表示，針對今年十月份台北故宮將舉辦的雍正大展，台北故宮已向北京故宮提出借展二十九件文物，「因為台北故宮裡一張雍正的肖像都沒有，而北京故宮這方面的收藏品很多，因此，我們希望商借的二十九件文物，都是以雍正的肖像、生活圖像為主！」。

2009最大特展－雍正大展

事實上，今年的雍正大展，是台北故宮針對前清盛世中，所策劃的一系列展覽其中之一，前清盛世的康雍乾三朝，乾隆時代的藏品最多，也最絢爛豐富，所以2008年元旦的「乾隆御覽之寶」，就曾經展出乾隆的藏書精華；2002年「乾隆的文化大業」也從書畫、器物、善本圖書與檔案等相關文物，述說乾隆皇帝的品味、興趣、信仰、內廷生活、感情世界與對於文化事業的願景。

而今年的「雍正大展」，馮明珠表示，策展重點將分成三部份，一是雍正其人，包括他的家庭、婚姻、宗教信仰、政治理念、生死；二是雍正做為一個君主，他的功績，包括火耗歸公、肅貪等；三是從故宮典藏的「雍正款」的畫作、器物，來看雍正的藝術品味與他那個時代的藝術成就。



上圖/
雍正時期的故宮藏品：
紫雲白龍帶花蓋罈



下圖/
畫珐瑯紅地白梅花碗

馮明珠說：「雍正雖然在位只有十三年，但是他許多東西都是他在皇子時期就收藏的，從他喜歡的東西，可以看出這個皇帝的品味，相較於乾隆的熱鬧、康熙的樸實，雍正可說是三個皇帝中，品味最高的，因為他的東西，都透露出一個『雅』字。」她更透露，台北故宮還收藏了一枚雍正皇帝的小小印章，這枚印章上只刻了三個字，「為君難」，仔細考證雍正其人及他的事蹟，可以發現他對於清朝的政治改革真的下了許多功夫，「所以稗官野史常把雍正描述成一個殘暴的皇帝，其實是不正確。」相信這次的「雍正大展」

現在故宮每年至少吸引
超過二百萬的遊客前來
參觀。





故宮近年積極舉辦各項活動，以拉近和年輕族群的距離。周末夜的「當young people遇上故宮」活動，是在每一個周末夜裡，開放一樓戶外廣場為藝文表演的空間。故宮找來茂伯站台，鼓勵年輕人以及所有需要表演舞台的藝文團體，利用故宮廣場好好地展現自己藝術才華。

近年故宮和年輕設計師合作的創意商品，相當受到外界的好評，也打破了以往作風古板的刻板印象。



將可為世人對雍正的觀感，產生平反的作用。

台北故宮文物暫不登陸

至於策劃中的「康熙大展」，預計將於2011年展出，周功鑫透露，本來二月份他的出訪計劃，不是到大陸，而是到法國的凡爾賽宮，「因為我們想把中國的康熙，與法國的路易十四，這兩位同一時期卻分別居於東西方的兩位君主，聯合起來展覽！」但因為周功鑫與故宮同仁要赴北京展開兩岸故宮的破冰之旅，赴法洽談聯展的計劃，也將往後順延。

事實上，北京故宮文物來台展覽並非始於雍正大展，早在2002年，台灣中華書畫印藝協會會長張建富，就曾商借北京故宮文物到高雄美術館展出，當時拆封時，還發現因為裝箱搬運的不慎，兩件清末古董遭到毀損，張建富還與這家海運公司鬧上了法庭，雖然過程並不愉快，但北京故宮文物來台展覽已早有先例。

但是台北故宮文物要到北京故宮展覽，可就沒那麼容易了！

周功鑫指出，台北故宮曾有四次展出

經驗，包括1992年出展美國，1998年出展法國，2003年出展德國，以及2008年出展奧地利；而這些國家與台灣都有司法免扣押的規定，也就是不得有包括國家單位或個人主張擁有這些文物的所有權，而向當地法院申請扣押。

周功鑫說，包括比利時在內，許多國家過去都曾與故宮接洽故宮國寶出國展覽事宜，但都卡在該國尚未通過司法免扣押的法令，所以許多出展計劃都因而告吹，如今，司法免扣押已是國際間文化藝術交流很重要的法令，如果北京故宮希望商借台北故宮文物赴大陸展出，必須先通過司法免扣押的法令才有可能。

然而大陸目前並沒這樣的法律，這也意味著台北故宮典藏的文物，短期內在對岸完成相關立法前，暫無在北京故宮展出可能。

五月赤壁展將吸引日本觀光客

電影赤壁在票房告捷，掀起了亞洲一片三國熱，今年五月，台北故宮也決定推出赤壁展，預料將對三國迷眾多的日本造成致命的吸引力，將為台灣吸引大批的日本觀光客。

故宮副院長馮明珠表示，故宮策劃赤



探訪故宮，是漫遊「八千年歷史長河」的知性之旅。

壁展已有一段時間，在故宮的藏品中，關於赤壁這個主題最珍貴的文物藏品，就是蘇東坡的「赤壁賦」，她說：「事實上，也正是因為蘇東坡的赤壁賦，才引發了後人歌詠赤壁、三國的浪潮，以致於今天留下許多以赤壁為主題的書法、繪畫。」

三國的故事固然拜羅貫中的三國演義，使得劉關張、諸葛亮、周瑜、曹操…等，眾多歷史人物的事蹟成為家喻戶曉的故事，但追本溯源，三國演義源自於西晉陳壽所著的三國志，三國志全書雖分四部份，共66卷，但因陳壽治學嚴謹，收集來的材料凡是覺得可疑的，寧肯不用。一直到陳壽死後百餘年，三國史料大量出現，宋文帝認為太過簡略，故詔令裴松之作注，彌補《三國志》記載之不足，裴松之作注所根據的史料，可考者多達二百四十餘種，較《三國志》原書多出三倍。

難能可貴的是，台北故宮也保有《三國志》與《三國志注》的刻印本，也將在這次的赤壁展中一併展出。

故宮將蓋育成中心、旅館、餐廳、Tea House

在行政院長劉兆玄的支持下，位於台北故宮周邊，原屬國防部軍備局的衛勤學校，未來可望將成為故宮文化創意產業育成中心的基地。台北故宮院長周功鑫說，由於那塊地面積5.4公頃，非常

大，所以除了蓋育成中心之外，故宮也計劃蓋旅館、餐廳、Tea House等休閒用途，「風格將有別於現在的故宮晶華，帶給大家另一種不同的感受。」

近年來，故宮國寶已與許多民間廠商合作，設計出一系列極富創意的故宮文化商品，深深吸引許多年輕族群，周功鑫指出，未來故宮文化創意產業育成中心將進一步與產業界結合，透過深度的訓練，讓台灣的设计團隊更進一步可以善用故宮的文化資產，讓台灣的文創產業衍生出新的商機。

周功鑫說，這項計劃初期會先讓故宮目前合作的廠商、設計及行銷團隊參加，慢慢地再擴大到其他領域的廠商，希望透過深度的學習與腦力激盪的過程，讓這些廠商在與故宮溝通時，有共通的語言，也進一步提昇其產品的設計、形象與品質。

目前故宮計劃的課程分成三階段，第一階段是感覺的開發，讓這些設計師及廠商看到文物會有感覺，「知道它美在哪裡？」；第二階段是讓他們了解及認識文物的豐富性；第三階段則是文物的轉換；最後透過競賽的方式，讓這些廠商及團隊設計出新的創意商品，優秀的作品也將會在故宮販售。

故宮廣場將增加手扶梯 預定明年六月完工

故宮自四月將進行小規模的整修裝潢，故宮表示，由於目前展覽參觀動線與國際一流博物館相比，只能算中級水準，為使參觀動線更流暢，因此將小規模地整修裝潢，展廳分類不再以年代分類，將以品項搭配年代分類。

另外，故宮進出交通動線也將調整，使人車分流。由於現在遊覽車直接開到故宮正館地下一樓，時有人車爭道的混亂現象，因此推動正館前廣場手扶梯及無障礙步道新建工程。這項工程預定從台北市至善路邊上故宮的樓梯旁邊開始，往上興建長度約200公尺、寬約8公尺的手扶梯與無障礙步道，預定明年6月完工，屆時，遊客在步下遊覽車後，經過落差約9公尺高度的扶梯，即可直接上故宮正館參觀。 台灣觀光

觀光節慶祝大會

張學勞會長獲「台灣觀光特別貢獻獎」

Text: 邱淑玲 | photo: 關壯仁



馬英九總統親臨觀光節大會，為2009旅行台灣年主持啓動儀式。



本會張學勞會長獲台灣觀光特別貢獻獎，由總統馬英九親自頒獎。

台灣觀光業界最大的盛事－觀光節慶祝大會，2月6日於台北圓山飯店舉行，交通部觀光局特邀國內外觀光界相關從業人員參與這場盛會。總統馬英九、交通部長毛治國均到場致意並頒獎，以表達政府對觀光業的重視及支持。

觀光節大會中，除了表揚獎勵2008年表現優異的觀光業者，同時宣告持續推動「2009旅行台灣年」，由馬英九總統、交通部長毛治國、觀光局長賴瑟珍與台灣觀光遊樂區協會理事長朱鍾宏、中華民國旅行商業同業公會聯合會姚大光、中華民國觀光旅館商業同業公會莊秀石共同啓動，並以「再生與成長」為核心基調，與國內外旅遊同業共度全球景氣低迷，期能在逆勢中成長，達成「牛轉乾坤、觀光躍升」目標。

觀光為政府推動的四大產業之一，馬總統表示，今年春節九天連假共有1133萬人次出遊，創造了225億元觀光產值，儘管台灣不算觀光大國，但去年在不景氣中仍然逆勢成長。他並重申將運用300億元觀光產業發展基金，帶動觀

光投資及活絡地方經濟，同時號召業界及全民的參與，在全球觀光洪流中突圍發光。

交通部長毛治國指出，觀光推動仰賴「築底」的第一線人員熱忱的服務、與完善的觀光遊憩建設外，更要有「拔尖」的創新計畫支持，全方位提升台灣觀光產業服務及接待質量。而為落實「鬆綁」與「重建」施政主軸，提升台灣觀光競爭力，透過建立全台便捷交通網，將在北部推動設立「桃園航空城」、東部推動「養生農業與觀光發展方案」，並發展離島觀光建設，建構完備友善的旅遊環境，打造台灣成為亞洲最佳旅遊目的地。

觀光節慶祝大會共頒發台灣觀光特別

貢獻獎、台灣觀光貢獻獎、推動獎勵旅遊及台灣觀光宣傳有功單位、觀光遊樂業督導考核競賽獎、旅館業及民宿管理輔導考核績優縣市、優良觀光產業及團體獎、優良觀光產業從業人員獎、熱心觀光團體及個人獎、服務績優獎等八大類204個獎項。

今年增設的台灣觀光特別貢獻獎，由台灣觀光協會會長張學勞獲獎，總統馬英九親自頒獎，以表彰他對台灣觀光的卓著貢獻。張會長自觀光局長退休後投身台灣觀光推展工作，近年領導台灣觀光協會前往世界各地推廣台灣觀光、積極開發市場，尤以大陸市場著力最深，同時致力於健全會務、培育後進。台灣觀光協會則獲頒熱心觀光團體獎項。

經由台灣觀光協會推薦並獲獎的觀光業者和個人，包括贏得優良觀光事業社團工作人員獎的吳文智，任職知名餐廳行政主廚的他，在台北中華美食展擔任創意菜輔導工作，對廚藝創新、改進，常有新的見解，對餐飲廚藝技術改進貢獻甚大，增添台灣觀光特色。

圓山飯店副理瞿忠崇獲頒觀光旅館業從業人員中層幹部獎，在圓山飯店服務11年，持續參加觀光局日本推廣活動，熱心協助推廣團務，並配合旅行業者開發日人來台旅遊觀光業務，接待國際觀光旅客更是熱誠，提供旅遊諮詢，協助旅程規劃，使旅客賓至如歸深獲好評，提升國際旅客重遊台灣意願。

陽達旅行社董事長楊重義和貴賓旅行社總經理王

全玉分別獲頒旅行業從業人員獎。楊董事長配合觀光局參加日本推廣訪問團及世界旅展代表團，並推廣日本觀光客訪台，振興台灣觀光事業，陽達旅行社還致力於日本高等學校來台修學旅行及觀光，吸引日本高校生來台修學旅行及觀光，並與日本旅行社合作包裝特殊行程；王全玉擔任台灣觀光協會韓國觀光市場行銷諮詢委員會副召集人，積極參與韓國市場觀光推廣活動，對促進台韓觀光產業交流，多所貢獻。

開陽國際旅行社與金界旅行社獲得優良觀光產業旅行社獎。開陽旅行社積極促銷台灣觀光，配合觀光局參加東南亞市場各項旅展和推廣活動，努力拓展海外市場，並與航空業者推出散客配套方案，在曼谷市場創下高度成長；金界旅行社配合觀光局參加歐美紐澳、全球地區觀光推廣活動，克服郵輪停靠基隆港碼頭困難，引進公主郵輪、加勒比海郵輪，並與導遊協會合作舉辦教育訓練座談，協助安排國際名人或機關團體來台參訪。

福華大飯店則贏得優良觀光產業觀光旅館業及旅館業獎，1984年創立的福華飯店，現有4家商務飯店、3家渡假飯店、長期商務住宅、獨立餐廳等據點，為台灣自創飯店連鎖品牌，也是全台最大的飯店連鎖集團，曾協辦僑務委員會議，接待西藏精神領袖達賴喇嘛、海協會副會長唐樹備等中外貴賓，並積極參與台北國際旅展、台灣美食展等國內大型展覽和國外旅展，積極推廣台灣觀光。 台灣觀光



賴瑟珍局長頒發優良觀光產業從業人員獎（受獎人：圓山飯店副理瞿忠崇）。



金界旅行社董事長張李正琴(受獎代表人)和開陽國際旅行社總經理鄧禹興(左)獲頒優良觀光產業獎。



獲頒熱心觀光個人獎的吳文智(台灣美食展籌備委員會)

台北國際旅展 專訪葉碧華執行長 媒合供需效益最佳的平台

| text: Joe Lee | photo: TVA |



2008年的台北國際旅展，入場人數突破21萬人，不僅打破了歷年紀錄，也締造了輝煌商機，證明了即使在大環境不景氣的衝擊下，台北國際旅展所擁有的優質展銷平台，依然能夠協助所有參展的旅遊業者創造更多商機，這份成果不僅展現了ITF金字招牌的實力，也證明了其穩坐亞洲重要專業旅遊展的地位。



創造參展業者、消費者、主辦單位的三贏

葉碧華執行長表示，雖然去年（2008）有所謂景氣不佳的問題，也讓部分業者憂慮此時參加旅展會不會有銷售成績不佳的情況，但去年才開幕第一天的下午，人潮的湧入和現場產品銷售的力道，就讓業者們疑慮全消。四天展期下來，有廠商平均一天業績超過一億，四天進帳四億元的好成績。由此可見，「越是不景氣，反而越是要做行銷」，只要有強力的平台和優質的旅遊

產品，廠商依然可以在逆勢中成長，打敗不景氣。

也正由於台北國際旅展的效益驚人，主辦單位在策展作業上更為謹慎，因為消費者之所以會選擇ITF，是因為他們對這個品牌的信賴，所以相對地，首先在參展單位的審核上，主辦單位便經過層層的把關和審核，讓優質的業者進駐，這樣消費者才有信心，對廠商來說，也是企業形象提升和產品銷售力道

的一大保證。經過主辦單位的把關下，擁有合法執照、旅遊產品要有定型化契約、商品券符合消基會的規範，以及完善的售後服務的業者得以參展，這讓業者推出的產品能夠確保一定的品質，也使得消費者對旅展的產品有了信心。

「台北國際旅展要創造的是參展業者、消費者、主辦單位三贏的局面。」葉執行長指出，身為主辦單位，策展的首要目標就是要讓參展的廠商能夠獲得最大效益，也讓前來購買的消費者可以放心消費，買到最好的產品，而從這幾年的成績，可以證明台北國際旅展真的做到了。

線上報名起跑 鼓勵業界新血加入

2009台北國際旅展於今年的3月1日開始受理線上報名作業，葉執行長表示，依照往年的經驗，每年的旅展報名從3月開始後，在3月底就約有65%的額滿，大多數是屬於國內業者及長期參展的國際單位；而剩下的35%則大多是已預約但尚未完成報名的外國業者，這是因為國外參展業者需要較長時間作業，所以其實在3月底攤位都已經被預訂一空，主辦單位建議想要參展的業者一定要及早報名，以免向隅。

此外，ITF雖然以老面孔居多，但主辦單位十分歡迎有心要和台北國際旅展一同努力的新血同業加入。為了能讓旅展更多元、每年都會有不同的新面孔加入，主辦單位往年也對一些大型的國內外業者進行協調，請他們能夠讓出一些攤位或是不受擴張，一方面是鼓勵新的優質旅遊業者能夠共同來參與，另一方面也是讓ITF年年都有新血注入，對消費者會更有吸引力。

對於今年有意參展的廠商，葉執行長也提出幾點建議，例如近來經濟前景不明，消費者勢必更精打細算，所以業者在旅展產品的內容和報價上，應該要更合理和符合市場期待，對成本和需求做完整考量，因為「旅遊市場並不會消失，只是需求會有所改變」；另外，除了質上的提升外，業者也要注意

到產品的數量能否滿足ITF龐大消費者的需求，才不致於讓本來促銷優惠的美意打了折扣。

專業與商機並重

台北國際旅展一向以國際性的專業旅展自居，藉由歷年的策展經驗與觀摩國外展覽，主辦單位不斷地在思索如何能讓ITF更上一層樓，以服務參展業者和滿足消費者的期待。例如以往旅遊交易會和旅展展期重疊，國內業者往往受限於展場人力的不足，使得交易會和展場兩頭無法兼顧，於是自前年開始，旅遊交易會便提早一天在旅展開前舉行，業者不必分心展攤事務，更能專注於推廣和交易，受到業者的普遍好評。

不同於國內的其它消費性旅展，或是國際上以B2B為主的旅展，台北國際旅展已經在消費和專業展中間取得一種極佳的平衡，其策展的模式和參展的效應也廣受國內外業者的肯定，甚至是仿效的對象。葉執行長表示，亞洲的旅遊消費人口提高，消費者的自主性也提高，因此消費性取向的旅展將是市場的趨勢。

除了提醒業者提早報名外，葉執行長也呼籲報名的業者及早開始準備，在產品規劃、會場設計、摺頁文宣、人員訓練上都應以國際專業展會的水平做準備，在愈是不景氣的年代，愈要強力自我行銷，做最好呈現。此外，ITF的線上旅展更是業者可以好好利用的平台，今年的線上旅展將從9月中旬開始上線營運，一直延續到旅展結束後，效期長達3個月，對業者在行銷宣傳上有很大的幫助，由此可見台北國際旅展不僅僅是4天的展期，而是一項永續性的、兼具娛樂與效益的國際專業展。 台灣觀光

2009台北國際旅展

展期：10/30-11/2

地點：台北世貿一館

報名：3月1日開始網路線上報名

詳洽<http://www.taipeiitf.org.tw>

電話：02-2597-9691

二〇〇九台灣燈會

光之饗宴 照耀蘭陽

text: 邱淑玲 | photo: 關壯仁



國內民眾引頸期盼的「2009台灣燈會」，2月9日到2月22日在宜蘭縣宜蘭運動公園展開為期14天的花燈展演。在2月9日元宵節開燈當天，並有日本北海道和關西地區的街舞表演團，與台灣的表演團體踩街遊行演出，不僅吸引大批民眾扶老攜幼賞燈，也吸引大陸河南旅遊協會團員感受光之饗宴。



馬英九總統親臨燈會主持開燈儀式並致詞。

被國際媒體譽為世界最佳節慶活動之一的台灣燈會，今年欣逢20週年，又是首次移師在東部地區舉辦，在交通部觀光局、台灣觀光協會、宜蘭縣政府的精心規劃下，除了維持獨具特色的主燈開燈秀，並納入許多蘭陽地方采風，也為今年台灣各項節慶活動打響開春第一砲。

總統馬英九在元宵夜燈會開燈典禮中表示，台灣燈會舉辦20年，首屆就是交通部部長所創辦，堪稱是台灣燈會之父，觀光局長賴瑟珍則是當時的組長。台灣燈會今年在宜蘭舉辦，今年正好是牛年，水牛主燈代表的正是宜蘭特色，他期勉民眾能學習水牛精神，一步一步地耕耘，打好基礎，等待景氣好轉再趁勢而起。

今年台灣燈會主燈命名為「同心耕富強」，仍然由中華電信公司贊助。這座以『台灣水牛』為主體的主燈，高度達18.3公尺，重達26公噸，主燈高14公尺，八卦基座高4.3公尺，造型以傳統「生肖」為設計主軸，藉著牛腳踏實地結合特色造型，展現風生水起、經濟起飛、扭轉乾坤、開創新局之意，並透過電腦連線控制的光效設計，展現千變萬化的內外發光律動，讓主燈夜間光效比往年更具科技與亮麗美感，並搭配鐳射和煙火秀，燈會期間主燈每半小時展演一場燈光秀。

「同心耕富強」主燈的設計、製作和展出，由伯亞益企業團隊承攬設計與製造。牛本體以傳統工藝結合現代藝術，代表著台灣啟動，同時意涵光輝20意象，而牛腳踏梯田意味腳踏實地，象徵台灣人樸實勤奮，梯田上的稻穗則象徵五穀豐收、百業興旺。主燈展演配樂委由台灣藝術大學製作，配合「蘭雨飄香、潤滋四方、燈月輝光、騰歡未央、並耕富強、同上康莊」等開燈六步驟，融合傳統國樂、管弦樂、台灣小調，表現歡樂吉祥、熱鬧豐腴及在地特色等年節景象。

除了宜蘭運動公園中心耀眼光華的牛年主題燈，周邊四座副燈也較往年更巨大，更能襯托主燈氣勢。4座副燈由圓山大飯店贊助，由燈藝師以傳統製燈方式

製作，展現出「龍鳳呈祥」、「龜鶴同壽」、「駿馬騰飛」、「蘭陽飛躍」等吉祥主題。

觀光局從民國79年元宵首次舉辦台北燈會，到今年已邁入第20個年頭，向來以「民俗文化根、傳統國際化」為目標，將元宵提燈的傳統民俗，透過花燈的靜態展示和民俗技藝的動態表演，包裝成台灣的大型觀光盛會，並已成為全國性的節慶活動，並被Discovery國際專業旅遊頻道譽為世界最佳節慶活動之一。

今年台灣燈會燈區主題，納入蘭陽地區特色，像是龜山島、溫泉、鯨豚、河洛傳統文化及農特產品（金棗、青蔥）等，巧妙融入現代與傳統燈藝。宜蘭運動公園周邊分別規劃為傳統燈區、歡樂燈區、祈福燈區、競賽燈區、主燈區光環境、迎賓燈區、兒童燈區、台灣燈會20周年回顧展區、蘭陽宗教燈區、蘭陽觀光燈區、生態燈區、蘭陽觀光燈區、田徑場主題光雕、環境與光雕等共12個主題區。

元宵節是中國傳統的賞燈節，小朋友最愛提著花燈去賞燈。每年設計別出心裁的小提燈，今年命名為「星光牛」，造型為頭頂金角、腳踏金蹄，牛身則以靜謐藍色的星空來表現，象徵行星運行的立體結構，藉由燈光變化展現多彩燦爛光芒，引領兒童對宇宙天文的好奇及幻想，並於2月9日元宵節開燈當天發送給民眾。

儘管台灣燈會以燈展為節慶主軸，卻也少不了表演節目來幫襯，並以開燈當天的踩街遊行和定點表演最精彩。今年燈會特邀日本北海道及關西地區4支的街舞表演團隊，加上宜蘭在地的蘭陽舞蹈團、高雄市中華藝術學校、傳練堂綜藝團、十鼓擊樂團及朱宗慶打擊樂團，融合現代及傳統的表演呈現多元文化內涵。

台灣燈會不僅吸引台灣民眾，外國遊客也常出現在賞燈行列，今年大陸河南省旅遊協會一行共127名團員，元宵節專程到宜蘭考察，親身體驗台灣燈會開燈式的磅礴氣勢和台灣元宵闔家團圓的熱鬧氣氛。台灣觀光

TVX組團參加菲律賓旅展

積極爭取東南亞來台新客源
台灣觀光業界首度組團參加

| text&photo : TVA |



我駐菲律賓代表處新聞組組長魏蔭駒(後排左四)與台灣觀光代表團團員於台灣展攤前合影。

為積極爭取菲律賓高消費能力客源來台觀光旅遊，台灣觀光協會承交通部觀光局委託，首度組織國內主要觀光旅遊業者及民俗表演團體成立台灣觀光代表團，正式前往馬尼拉出席當地已屆十六年的最大型國際旅遊盛會－菲律賓旅展(16th Travel Tour Expo 2009)，展現新年度積極爭取東南亞來台新客源的務實作為。

參加旅展並舉辦觀光推廣會

此次台灣觀光推廣團是由台灣觀光協會負責組團，交通部觀光局駐馬來西亞辦事處張主任富南擔任團長，代表團成員包括交通部觀光局、中華航空、長榮航空、宏祥旅行社、洋洋旅行社、元帥旅行社、古晉旅行社、菲美運通旅行社、若茵農場等單位共同組成。由於以往前往菲律賓推廣都是以舉辦旅遊交易會的形式，所以此次是首度組團參加當地最大國際旅展，更顯得意義重大。

台灣館攤位上特別安排代表傳統文化

的剪紙表演及代表台北時尚的指甲彩繪兩項展演活動，突顯台灣不同面向的萬種風情，讓菲國民眾品味台灣多元文化特色、感受台灣魅力。會場並以牛年小提燈等贈品進行促銷，不僅每日吸引當地媒體廣泛報導，參觀民眾更大排長龍列隊索取台灣觀光資料，所有文宣贈品均被索取一空，當地僑界領袖及僑胞更紛紛肯定參展效益，希望來年持續參展推廣。最後，台灣觀光代表團由25國222個參展單位中脫穎而出，獲頒Best In Marketing Effort Award殊榮，成效斐



大會主席菲律賓觀光旅遊部部長Mr. ACE DURANO(右四)與PTAA會長Ms. MA.PAZ R.ALBERTO(右五)至台灣展館，讚許首次參展的台灣展館充滿喜氣洋洋新春氣息，並與台灣觀光代表團合影。交通部觀光局吉隆坡辦事處張富南主任(左四)、台灣觀光代表團顧問施春庭(右一)、台灣觀光協會副秘書長葉碧華(右二)。

左上圖/
台灣觀光代表團首次參加菲律賓旅展，成效斐然，獲頒 Best in Marketing Effort 獎項，實為殊榮。

左下圖/
民俗藝人唯妙唯肖的圓扇人物彩繪工藝吸引菲國民眾圍觀並排隊索取。

然，為台灣觀光在菲律賓打響閃亮名號。

此次行程除了參加旅展之外，為了加強台菲觀光市場的交流和互動，並在旅展前舉辦了台灣觀光推廣會，廣邀菲國旅遊同業及媒體與代表團團員進行旅遊業務交流與洽談，透過會中台灣觀光資源簡報及教育研習，讓當地業者充分掌握最新的台灣觀光旅遊資訊，獲得菲方Outbound業者回應，已確定立即安排於3月初組團來台進行熟悉之旅。

積極開發菲國社經高層及華人市場來台

此次台灣代表團前往菲律賓，藉由當地媒體及旅遊業界大力的宣導，吸引具有一定消費能力的高層社經族群來台旅遊，將為台灣觀光市場注入另一股全新動能。

近年來，交通部觀光局全面推動擴大拓展國際觀光客源，成效斐然。其中菲律賓因鄰近台灣，航程

簡便且當地華裔人口眾多，台灣業者均認為深具開發潛力。2007年菲律賓來台旅客總計85,030人次，較2006年成長6.3%，其中華僑占4,913人次，2008年來台旅客計87,936人次，較2007年仍成長約3.42%。近期雖受全球金融風暴影響，影響台灣及世界各地觀光旅遊市場，但業者認為應屬短暫現象，值此時期更應當逆勢操作，積極推廣以開拓新客源。 台灣觀光

BOX 菲律賓市場 & Travel Tour Expo

菲律賓為最接近台灣的東南亞國協成員國，其首都馬尼拉人口已突破1,110萬人，隨著經濟的發展，人民所得也逐漸提昇，被認為是未來深具潛力的旅遊市場，來台人數自2006年開始都有穩定的成長；每年華僑入境則約有五千人次，變動不大。Travel Tour Expo是PTAA(Philippine Travel Agencies Association)自1994年開始舉辦，2008年時，計有176個參展單位、345個攤位，參觀人次約有5萬5千多人，而今年則共計有222個參展單位。

此外，菲律賓2008年國際觀光客達3百14萬人次，較2007年高出1.5%，其中台灣遊客有118,782人次，佔總人次3.78%，排名第6位。

參加印度OTM旅展
TVA組團

簽證開放釋利多赴台旅遊更便利
首度參加當地最大Outbound專業展

| text&photo: TVA |



駐德里台北經濟文化辦事處翁文祺大使（前排右三）率代表處人員與台灣代表團合影。

為增加台灣觀光資訊在印度的曝光度不足，為加強雙方觀光旅遊與商務交流，在交通部觀光局委辦指導下，台灣觀光協會協同觀光局駐新加坡辦事處，辦理首次組團赴印度參展事宜，藉參展機會深入瞭解與掌握當地整體旅遊市場之現況，而台灣觀光團首次參展即獲得「最佳攤位設計」之殊榮，受到大會肯定。

增進印度對我瞭解
提高台灣旅遊曝光度

本次台灣觀光推廣活動，在交通部觀光局指導委辦下，由台灣觀光協會負責組團，代表團成員包括花蓮縣政府、金界旅行社、元帥旅行社、涵碧樓飯店、若茵休閒農場等個5單位共計11人組成。代表團於2月11日出發前往印度新德里，參加了2月12日至14日的印度海外旅遊交易會（ Outbound Travel Mart ），並於2月13日辦理台灣觀光推廣會。

首次參加印度新德里OTM旅展，台灣館豐富的觀光資訊及參展代表充滿活力

的表現，贏得印度業者一致讚賞，首次參展即獲得「最佳攤位設計」之殊榮，受到大會肯定。台灣館配合觀光局文宣品、手提紙袋及宣傳筆發送，並播放台灣觀光資源影片，宣傳效果極佳，台灣館前等待洽談的業者及媒體絡繹不絕，讓印度業者及媒體對台灣留下深刻印象，成功踏出開發印度市場的第一步。

代表團並於參展期間假Le Meridien Hotel舉辦台灣觀光推廣會，會中邀請印度當地重要Outbound業者、電子及平面媒體參加，除觀光局駐新加坡辦事處主任鄭智鴻致歡迎詞外，我國駐印度代表處翁文祺大使亦親臨現場，表達代表



台灣館吸引眾人潮前來索取資料。



印度業者於展場與台灣業者洽談。

處高度重視印度旅客赴台旅遊的開發工作，翁大使更邀請其印度友人於推廣會中進行台灣旅遊經驗分享，讓與會業者對台灣旅遊環境有更進一步之認識。代表團各業者於會中向印度業者進行簡報，並於餐敘時間與當地業者進行商務洽談與交流，推廣會氣氛融洽且愉悅，雙方業者均留下良好印象。

由於印度市場對於台灣旅遊的印象較為不足，因此提高印度旅行業者和民眾對於台灣觀光品牌的瞭解是最主要的宣傳方向，希望藉由參展提高台灣曝光度，提供當地民眾獲取台灣觀光資訊的管道，另外，配合廣為宣傳來台簽證辦理程序簡化，印度民眾赴台旅遊將更為便利，促使印度來台觀光旅遊市場逐步成長。

印度市場深具潛力 簽證開放有利市場宣傳

OTM旅展是印度當地最大的Outbound專業展，這是國內觀光業者首次組團參加當地的專業旅展。印度近年來GDP持續以8%以上成長，且出國旅遊人數自2004年起，每年以15%的幅度增加，2006年已達830萬人次，被世界各國評鑑為最具有旅遊市場開發潛力的Outbound國家之一。因此，自2006年開始，台灣觀光協會便在交通部觀光局的委辦指導下，開始組團前往印度辦理台灣觀光推廣會，2007年時還觀摩了印度之巡迴旅展「旅遊及觀光旅展」(Travel & Tourism Fair)，2008年時除舉辦推廣會外，也參加了當時在印度海德拉巴市舉辦的亞太旅展(PATA Travel Mart)。

為爭取更多印度客源，由交通部觀光局提案，並由「政觀推」第22次委員會決議通過簡化印度國民來台旅客簽證手續及流程，第一階段於2008年12月1日起實施，外交部針對擁有美國綠卡、加拿大楓葉卡等先進國家永久居留權及專屬證件之印度國人民開放來台免簽證服務，第二階段自2009年1月20日起擴大適用範圍，對已持有前往美、加、日、歐盟、澳、紐等先進國家簽證、機票之印度旅客開放免簽證服務，盼藉由簡化相關手續提高印度旅客來台觀光意願，藉此提升競爭優勢。

BOX

印度市場概況

印度居民出境旅遊由2000年440萬人次成長至2006年830萬人次，根據PATA的報告顯示，2008年印度居民出境旅遊粗估為1000萬人次，雖然在金融風暴的影響下，印度GDP成長率下修，但印度經濟發展潛力仍十分被看好，使得印度出境旅遊市場的前景深受矚目。印度目前有70%出境旅客是居住於孟買及德里地區，其中47%的印度旅客到訪亞洲地區，新加坡及馬來西亞為最主要是旅遊目的地。



推廣會前台灣業者與當地業者互相交流。

2008年INBOUND各主要客源市場統計

港澳市場成長25.89% 韓國市場成長11.71%

綜觀2008年的Inbound市場來看，受到國內外的政治、經濟情勢的影響實在不小，談起去年一整年的旅遊市場，旅遊業者均認為，雖然從數字上看起來成績比起2007來的略為下滑，但這個情形是「非戰之罪」，畢竟此次的衝擊來自於國際金融和經濟的情勢劇變，在牽一髮而動全身的世界地球村的現在，台灣想要能夠獨善其身實在是不太可能，加上陸客來台仍屬於剛開放的加溫期，雖然已經有明顯的成長，但目前占來台旅客市場的比例並不算高，有待市場機制的更加成熟，未來性和成長幅度深受期待。

以各個區域來看，東南亞區如印尼、馬來西亞來台旅客分別成長了15.54%及10.24%；而在亞洲其他區域，兩岸直航的開放，讓陸客來台成長了7.31%、香港澳門來台旅客也成長了25.89%；東北亞的韓國成長11.71%；至於一向是最大市場來源的日本則衰退了6.83%。在長途線的部份，歐洲如西班牙、英國、荷蘭等地，也都有兩位數的成長；至於紐西蘭與澳洲來台旅客，也分別有3.99%及12.44%。

日本市場

日本市場2008年來台共計108萬6,691人次，負成長6.83%，「觀光」目的為67萬4,506人次，負成長8.56%，是主要客源市

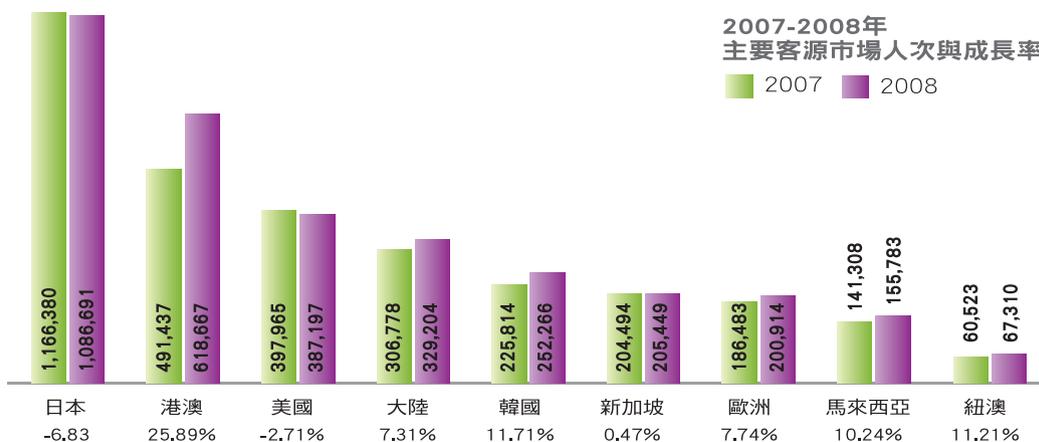
場中，唯一「觀光」目的呈現負成長的。日本市場由於仍受國內經濟不景氣及世界金融危機之影響，不僅股市下跌，又因日幣相對升值導致出口營運績效不佳，進而日本國內中小企業倒閉陸續增加，許多大企業也大幅裁員，大環境的氣氛不佳讓民眾出國旅遊意願降低，使得2008年日人海外旅遊人次全年皆呈現負成長，來台旅客人次也深受影響。

港澳市場

港澳市場2008年來台61萬8,667人次，成長25.89%，「觀光」目的為42萬6,890人次，成長32.82%，由於全球經濟緊縮，港人出境數字亦由2008年8月起開始出現負成長，顯示出境旅遊意願降低，但台灣由於路程近、團費也相對便宜，反而成為港人短程出國的最佳選擇；另外，泰國由於政治的不穩定，港人對泰國遊程仍未回復信心，也讓許多旅客轉向前來台灣。而觀光局的季季享優惠活動持續性促銷，更結合旅行社旅遊商品搭配海角七號電影票折扣卷，一系列大型活動及媒體報導下，讓港澳市場持續成長，表現亮眼。

韓國市場

韓國市場2008年來台25萬2,266人次，成長11.71%，「觀光」目的為12萬4,216人次，成長21.50%。南韓由於近月出境數字亦深受國際金融局勢影響，赴亞洲



各主要市場均大幅呈現負成長，韓幣在嚴重貶值下，與先前同期相比，旅遊成本增加已超過50%，嚴重衝擊海外旅遊意願，2008年12月出國成長率大幅下降38.1%，2008年出境成長率自5月起便連續遞減8個月，韓國大型旅行社HANATOUR、MODETOUR 12月旅遊商品銷售皆減少一半，顯現韓國旅行業界整體面臨困境，來台市場深受影響，年度結算下來也使得原本高度成長的旅遊人次和成長率向下修正。

大陸市場

大陸市場2008年來台32萬9,204人次，成長7.31%，「觀光」目的為9萬4,765人次，成長12.34%，由於2008年7月18日起開放大陸旅客來台觀光，9月底開放大陸地區居民透過離島（金門、馬祖）來台觀光，配合直飛包機，縮短不少時間，方便大陸旅客來台觀光。2008年上半年來台總人次131,217人次，負成長11.86%，觀光目的30,975人次，負成長18.97%，業務目的13,849人次，負成長13.56%；但自7月開放後，無論總人次、業務或觀光目的旅客均有2位數的大幅成長，7月到12月間，來台總人次為19萬7,987人次，成長25.39%；觀光目的6萬3,790人次，成長38.28%；業務目的2萬2,772人次，成長33.17%。

美國市場

美國市場2008年來台38萬7,197人次，負成長2.71%，「觀光」目的為9萬7,854人次，成長5.53%，美國市場自2008年6月起爆發金融危機，由於此風暴造成經濟環境惡化，國內大企業皆大幅減薪裁員，大型銀行更面臨申請破產保護，由於人民財產減少造成經濟需求面急速縮減，美國人大幅刪減旅遊預算，使來台觀光旅客成長率難有起色。

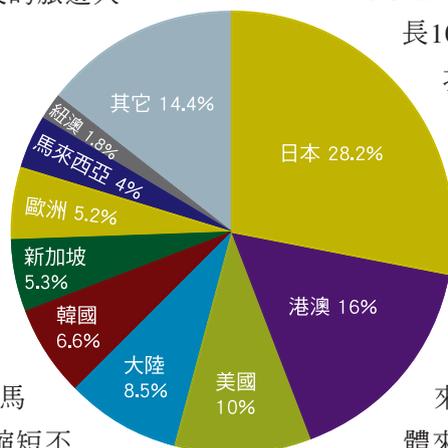
新加坡市場

新加坡市場2008年來台20萬5,449人次，成長0.47%，「觀光」目的為12萬1,286人次，成長5.17%。從上半年的高油價開始，到下半年的全球

經濟環境情況欠佳，新加坡政府不斷提醒民眾未來情況可能會更惡化，讓新加坡民眾消費轉趨保守，出國旅遊已傾向選擇中短期遊程，由於台灣旅遊商品配套價格，與中國及東南亞競爭仍略居弱勢，因此新加坡市場全年度成長有限，呈現持平的狀態。

馬來西亞市場

馬來西亞市場2008年來台15萬5,783人次，成長10.24%，「觀光」目的為9萬5,538人次，成長16.49%，馬國年終旅遊旺季雖因經濟衰退而成長趨緩，但12月馬國由於連假甚多，包括回教哈芝節、耶誕節及回曆新年等，加上觀光局持續與媒體及旅行業者共同合作，推銷旅行台灣年第四季溫泉泡湯旅遊商品，使2008年年底的來台人次仍有10%左右的成長率，整體來看，馬來西亞市場在去年一整年的表現不錯，有著穩定的成長。



主要客源市場結構

(資料來源：交通部觀光局)

歐洲市場

歐洲市場2008年來台20萬914人次，成長7.74%，「觀光」目的為4萬8,098人次，成長34.59%，歐洲在金融風暴肆虐下，12月法國及德國來台市場均呈現負成長，僅英國成長2.14%，在觀光局持續英、德等來台主要市場國家旅遊業者共同加強宣傳台灣觀光之下，全年英國來台成長21.07%最高，其次為義大利11.47%，德國來台則小幅成長1.97%，全年以「觀光」目的旅客成長最為顯著，可見整體來看，歐洲旅客的結構已從以往的商務導向轉變為觀光客為主，顯見台灣的「觀光品牌」上的宣傳已經收到了成效。

各市場觀光及業務目的來台成長率表

市場	觀光目的	業務目的
日本	-8.56%	-4.17%
港澳	32.82%	-11.67%
美國	5.53%	-8.08%
大陸	12.34%	10.57%
韓國	21.50%	-1.51%
新加坡	5.17%	-9.63%
歐洲	34.59%	-1.88%
馬來西亞	16.49%	-0.95%
紐澳	26.03%	1.93%

(資料來源：交通部觀光局)

TVA組團

參加泰國國際旅展TTAA

鑒於觀光局擴大全球觀光推廣活動，連續優先開發星、馬周邊華裔人口眾多包括泰國、印尼及經濟發展快速的印度等市場觀光客源。去年泰國以觀光為目的之訪台旅客逐漸成長，因此今年也積極組團參與泰國旅展，直接推廣行銷，有效地向泰國廣大民衆宣傳推廣台灣觀光。

第六屆泰國國際旅展(Thai International Travel Fair, TTAA)於今年2月26日至3月1日於曼谷皇后會議中心舉行。TTAA旅展是泰國極具代表性的旅展，以2008年為例，參展單位及機構約650餘個，四天展期間，共吸引三十多萬名民眾參觀與旅遊媒體記者報導曝光。泰國旅展除傳統形象展示，以現場直接促銷販賣行程是吸引民眾選購及參與最大誘因。業者依個別性質結合同業或異業，開發新產品及包裝，透過INBOUND旅行社配合及推動，在展期中同步展售，同時更得以在當地旅行社持續對消費大眾直接促銷推廣，增進招徠旅客來台觀光。

為使參展單位有足夠的展台利用，此次旅展擴大租用了8個展攤，計48平方公尺的攤位，

規劃為台灣展館供參展單位推廣宣傳及洽談、交易使用。並邀請了台灣具特色表演活動團隊等組合，展現台灣文化，結合觀光多樣化和具吸引力的一面。表演結束後，至台灣館發送文宣品，宣傳增加台灣在當地曝光率。

為達最佳推廣成效，旅展前並先行邀請泰國旅行業者及媒體舉辦泰國地區業者座談會，配合交通部觀光局吉隆坡辦事處於當地舉行台灣觀光推廣會，邀請泰國Outbound旅行社、航空公司等業界代表以及媒體記者與會，進行雙方業務交流、提供台灣旅遊資訊、最新景點及相關推廣促銷說明，提供最新旅遊資訊，加強雙方交流，謀合合作契機並加深推廣印象及媒體曝光率。台灣觀光

展期：2月26日至3月1日

TVA組團

參加新加坡春季旅展NATAS

配合政府2008-2009旅行台灣年政策，台灣觀光協會結合政府與民間觀光業者，前往新加坡參加春季新加坡NATAS國際旅展，並舉辦台灣觀光推廣會，藉此增進國際觀光交流，掌握觀光旅遊趨勢與脈動，創造商機。

亞洲四小龍新加坡經濟力強，人均所得GDP於2007年達到3萬5千美元，超過日本，居亞洲之冠；旅遊實力更是不容小覷，去年出境旅遊人次超過400萬人，以新加坡人口448萬人來看，等於每人每年平均出國一次。為了爭取新加坡民眾來台觀光旅遊，觀光局和業者近幾年來積極參加當地旅展、並透過媒體邀訪，極力推廣宣傳。去年雖受金融風暴影響，新加坡來台旅客依然呈現小幅成長，有超過20萬人來台旅遊。

新加坡(NATAS)旅展為每年春、秋兩季定期舉辦之觀光旅遊展，是屬典型展售合一的旅展，此次台灣觀光代表團結合了國內旅行社、飯店、主題遊樂園、休閒農場、溫泉旅館、婚紗業、航空公司、台北縣市政府等68個單位，

組成117人的完整團隊，於2月24日浩蕩赴星，25日於新加坡文華酒店舉辦台灣觀光推廣說明會，擴大邀請星國旅遊業者和媒體與會，我國駐新加坡大使史亞萍也將到現場共同宣傳台灣之美。

2月27日至3月1日代表團參加新加坡春季NATAS國際旅展，交通部觀光局今年租下20個攤位，搭建台灣館，以年輕流行偶像蔡依林和資深藝文人吳念真擔任觀光形象代言人，現場並邀請海外演出經驗豐富的十鼓擊樂團以及紙雕老師、魔術師，要以精采的表演、多元的台灣旅遊文宣資訊和精美旅遊贈品吸引新加坡民眾和媒體的到訪。台灣觀光

展期：2月27日至3月1日

本會新任副秘書長王美華 迎接每日新挑戰

Text: 黃秀雄 | photo: 編輯部

推廣台灣觀光的先鋒—財團法人台灣觀光協會，最近新人新事，由王美華升任副秘書長一職。她說，希望自己儘快適應新的角色，迎接每日新的挑戰。



王美華是台灣觀光協會資深同仁，進入協會服務，歷任業務、總務、行政及東南亞組的推廣工作，會內各項推廣案幾乎無役不與，因此相當嫻熟會內業務。

以誠惶誠恐的心情接任新職。她坦承，心情真是戰戰兢兢，期待自己能夠快速適應新的角色，扮演好職務本分，在長官的督導下，做好分內的事情。對於新的歷練，她自我期許，每日有新的挑戰，就有新的成就。

對於推廣台灣好山好水，擁有強烈使命感的她說，推廣觀光最快最好的策略，就

是推行「免簽證」政策，縮減文件作業時間、提升行政效率、減少旅客等待時間與金錢的消耗。如果短期無法成行，最少也要做到簽證程序簡化的地步，以利台灣觀光推展。

至於海外新市場的開發，王美華特別關注大陸。她認為，大陸是新開發的市場，雖然協會已經組團參加4次中國國際旅遊交易會，為業者提供很好的平台，但由於當地來台觀光潛在能量可觀，市場空間還很大。期待未來兩岸旅遊往來可以更便捷，建構健全的兩岸旅遊機制，開啓兩岸旅遊廣大商機。

在最近一波人事異動中，台灣觀光協會除了王美華新任副秘書長之外，還有原副秘書長林健達榮退；戚秘書國福則升任日本組組長。台灣觀光協會期待透過人事的更新，帶動新氣象，為今年台灣觀光打出一張漂亮的成績單。 台灣觀光

會員服務

本會捐贈單位變更公告

原「中信觀光開發股份有限公司」名稱變更為：雲朗觀光股份有限公司。代表人：楊啓東總經理；業務主管：林昀震（業務中心處長）。

台灣休閒農業發展協會理監事改選

新任理監事名單為：理事長-鄧雅元（龍雲農場）、常務理事-張清來（香格里拉休閒農場）、常務理事-吳明哲（飛牛牧場）、常務理事-卓陳明（頭城農場）、常務理事-張國禎（台一生態休閒農場）、理事-彭勝瑜（隱花園）、理事-李冠興（北關農場）、理事-林典（千戶休閒生態農場）、理事-林佳民（戀戀小棧）、理事-卓志宏（藏酒農場）、理事-徐文良（三富花園農場）、理事-黃盛欽（兆豐農場）、理事-吳森富（仙湖休閒農場）、理事-范啓敏（雪霸農場）、理事-連婀娜（連記茶莊）。
常務監事-吳明一（庄腳所在休閒農場）、監事-吳乾正（雲山水小築）、監事-鄭春喜（初鹿椰子林）、監事-張國興（恆春生態休閒農場）、監事-吳家錦（巨埔農場）。

台灣省旅行商業同業公會聯合會會址變更

自即日起，會址變更為嘉義市山仔頂269-1號。聯絡電話：05-277-2715 傳真：05-277-9705
聯絡人：孫淑蘋 E-Mail：twata.po@xuite.net

二〇〇九年三月、四月國際推廣活動預告

組團參加2009日本大阪旅展(TOUR EXPO) 暨辦理觀光推廣活動

此次推廣將於廣島及京都舉辦街頭展演，並於廣島、大阪舉辦觀光推廣會；參加為期兩天之2009年日本大阪旅展。大阪旅展於2009年3月7日至8日假大阪國際會展中心舉行，預期將有日本國內外60多個機構參與，吸引超過數萬人次參觀，有助於招徠日本旅客訪台。

廣島與台北有定期航班，而且為每天一班的重要航點，藉由邀請富台灣本土特色之表演團體前往演出，舉行街頭展演，並且提供最新觀光資訊，加強宣傳「2008-2009旅行台灣年」的相關優惠措施及最新台灣觀光代言人「飛輪海」，加深當地民眾對台灣之觀光印象。

推廣期間並配合觀光局駐大阪辦事處邀請相關業者座談，為台日業者雙邊交流創造對話平台，同時也可以與關西地區業者交換意見，關於台灣觀光的行銷，新產品的包裝等重要議題，可藉此次交流促進我國觀光事業之發展。

大阪國際旅展

展期：2009年3月7日至8日

地點：大阪國際會展中心(INTEX-OSAKA)

預定規劃行程：

3月2日(一) 自台北出發前往廣島

3月3日(二) 於廣島舉辦街頭展演，晚間舉辦觀光推廣會

3月4日(三) 自廣島前往京都

3月5日(四) 於京都舉辦街頭展演

3月6日(五) 由京都前往大阪，晚間舉辦觀光推廣會

3月7日(六)~8日(日) 參加大阪國際旅展(TOUR EXPO)

3月9日(一) 自大阪返回台北

組團參加2009柏林旅展(ITB Berlin) 暨辦理觀光推廣活動

柏林旅展已舉辦40餘屆，佔地15萬平方公尺，實為目前世界首屈一指的旅遊業年度盛會。藉此機會業者能與多數主流業者交流專業意見及經驗的機會。除為與其他旅遊同業交流，也能與消費者直接面對面，實際推廣台灣觀光。展後將於柏林市區舉辦一場推廣活動，除了與主要業者洽談交誼外，更針對廣泛的旅遊業者層級舉辦training program。活動內容包含旅遊交易會及推廣會，提供參加業者展示攤位，供業者相互交流、諮詢及業務推廣，製造商機，以廣招徠。並針對當地旅遊業之旅遊諮詢顧問，辦理台灣觀光文化簡報，展現台灣多元文化特色及豐富的觀光資源，以利其多元推薦台灣的文化、生態等旅遊。

柏林旅展

展期：2009年3月11至15日

展場：德國柏林Messe Berlin GmbH, ICC Berlin

預定規劃行程：

3月08日(日) 台北啟程，前往巴黎

3月09日(一) 舉辦巴黎推廣會暨台灣美食節開幕

3月10日(二) 前往柏林，抵達後前往旅展會場布置

3月11日(三) 參加柏林旅展，舉辦柏林推廣會

3月12日(四) 參加柏林旅展

3月13日(五) 參加柏林旅展

3月14日(六) 參加柏林旅展

3月15日(日) 參加柏林旅展

3月16日(一) 返程，柏林→台北

3月17日(二) 抵達台北

組團參加2009馬來西亞春季國際旅展(MATTA) 暨辦理觀光推廣活動

馬來西亞國際旅展(MATTA)為每年春、秋兩季定期舉辦之觀光旅遊展。鑒於我政府近來積極對馬來西亞地區開拓觀光客來台，為因應加強相互間觀光旅遊與商務等交流，藉參展機會深入瞭解與掌握整體旅遊市場之現況與變化，其間無論對我國觀光形象與實質的推廣宣傳及業者商機助益頗鉅。此次參展並預定邀請表演及展演團體，隨團於旅展現場展現觀光結合藝文強化旅遊深度，有助於吸引消費大眾前來之意願與造勢，展現台灣特色，促進推廣宣傳招徠效果。此外，展前並與觀光局駐吉隆坡辦事處共同舉辦台灣觀光推廣會，藉由業界交流，增進雙方業者合作機會，並促進馬來西亞旅客來台旅遊。

馬來西亞春季旅展

展期：98年3月13日至3月15日

展場：Putra World Trade Center,

預定規劃行程：

3月10日(二) 台北→吉隆坡

3月11日(三) 舉辦台灣觀光推廣會暨聯誼餐會

3月12日(四) 全員至會場佈置展攤及整理展出資料事宜

3月13日(五) 參加馬來西亞國際旅展(MATTA)

3月14日(六) 參加馬來西亞國際旅展(MATTA)

3月15日(日) 參加馬來西亞國際旅展(MATTA)

3月16日(一) 吉隆坡→台北

2009台日觀光高峰論壇in靜岡

本會與日本觀光協會及日本旅行業協會(JATA)，針對台灣所推動之「2008-2009旅行台灣年」以及日本所推動之「Visit Japan Campaign」及「Visit World Campaign」活動，基於合作之必要，雙方於去年3月10日在台北市舉辦「第一屆台日觀光高峰論壇」，會中決議除雙方以友好互惠之交流體制籌組「台日觀光推進協議會」，做為彼此溝通平台外，並透過定期互訪及輪流召開會議等方式，以加速交流觀光互訪業務之推動。第二屆台日觀光高峰論壇輪由日方舉辦，本會擬於今年3月15~17日組團前往日本靜岡市，參加由日方所主辦之「2009台日觀光高峰論壇in靜岡」，藉由會議方式增進台日雙方業者高層交流，深入探討雙方旅遊課題，達到擴大交流範疇之目的。

2009台日觀光高峰論壇in靜岡
日期：3月15日至3月17日

赴澳門辦理2009台灣觀光推廣活動

政府近來對港澳地區居民開辦便利簽證及逐步開放大陸人民來台觀光措施，為加強相互間觀光旅遊與商務等交流，此之推廣活動與觀光局駐香港辦事處共同舉辦澳門地區台灣旅遊發布會、台灣澳門業者媒體交流酒會，邀請當地重要旅遊業者、媒體記者，並擴及廣東珠海及中山辦理台灣遊接待社參加，進行雙方業務交流、提供台灣旅遊資訊、最新景點及相關推廣促銷說明。另於澳門友誼廣場人潮聚集地舉辦Road Show活動，使台灣業者直接與民眾進行旅遊洽談交易、促進商機，並透過台灣特色表演團體、民俗藝人表演，聚集吸引人潮前來參觀，增加台灣觀光曝光度。

預定規劃行程：

3月19日(四) 台北→澳門：台灣旅遊發布暨台澳觀光交流會
3月20日(五) 台灣旅遊商品Road show展售會

3月21日(六) 台灣旅遊商品Road show展售會
3月22日(日) 台灣旅遊商品Road show展售會
3月23日(一) 澳門→台北

捐贈單位名稱	負責人	成立日期／資本額 主管機關證照號碼	業務性質	地址及電話、傳真、電子郵箱及網址
友愛旅行社股份有限公司 You & I Travel Service Co., Ltd.	總經理 李東榮 經理 蘇孟正	62年11月14日 壹仟萬元整 交通部旅行業執照號碼 A02287 北市商一字第95249-1號	甲種 旅行業	台北市民權西路27號2樓之1 Tel: 02-2593-3177 Fax: 02-2599-1902 E-Mail: youitour@ms38.hinet.net http://you-i-tour.com.tw
冠翔四季溫泉會館 (冠翔大飯店股份有限公司) Guanxiang Four Seasons Spring Hotel	董事長 曾炳森 總經理 方翠華	96年1月25日 壹億參仟柒佰伍拾萬元整 商宜公字第09600249號 旅館業登記證 編號171號	住宿 餐飲 泡湯及 會議	宜蘭縣礁溪鄉仁愛路66巷6號 Tel: 03-987-5599 Fax: 03-987-5800 E-Mail: service@hotspring-hotel.com.tw http://www.hotspring-hotel.com.tw
冠翔國際旅行社有限公司 Kuan Hsiang International Travel Service Ltd.	負責人 張冠玲 副總經理 史淑藝	93年4月5日 捌佰萬元整 北市建商公司(093)字第 47633號 交通部旅行業執照號 碼:13262	甲種 旅行業	台北市忠孝西路一段41號5樓之3 Tel: 02-2312-0328 Fax: 02-2312-0395 E-Mail: guanlin.Chang@msa.hinet.net

TVA舉辦 台灣接待穆斯林市場旅客業者說明會

| text & photo: 羅麗娟 |



左起：本會葉碧華副秘書長、香格里拉農場簡佩平經理、開陽旅行社鄧禹興總經理、中國回教協會朱雲清理事長、交通部觀光局國際組劉喜臨組長、台北清真寺馬超彥董事長、六福村主題遊樂園范振嵩經理。

為積極開拓穆斯林旅遊市場，交通部觀光局委託台灣觀光協會，舉辦「台灣接待穆斯林市場旅客說明會」會中邀請醒吾技術學院陳漱石教授、中國回教協會朱雲清理事長，以及台北清真大寺馬超彥董事長，說明穆斯林的信仰、禁忌與餐飲習慣，並請到有實際接待經驗的旅行業者做經驗分享。由開陽旅行社、香格里拉休閒農場，以及六福村三家業者，向前來與會的同業說明接待穆斯林團體的注意事項，以及自身接待環境改善的經驗。

馬來西亞是首選客源市場

交通部觀光局國際組劉喜臨組長在說明會中致詞表示，由於全球穆斯林人口高達14億，不少人更屬於金字塔頂層的高消費族群，為了開發穆斯林新興市場，近年來觀光局委託台灣觀光協會加強推廣馬來西亞、印度、印尼、菲律賓、泰國、越南等旅遊市場，就是希望能吸引穆斯林民眾來台觀光。由於穆斯林旅客對於旅遊接待環境有專門或特殊的需求，如住宿、用餐、購物、行程及宗教祈禱場所等方面，「因此我們一直非常謹慎小心的處理這塊市場。」

在進行國際宣傳及行銷推廣前，先邀集回教協會與相關業者，共同推動友善的穆斯林旅遊接待環境，在各方面接待環境改善後，才透過相關媒體與業者邀訪，將最友善的環境展現出來，並逐步開拓各回教地區穆斯林旅客來台旅遊。

就觀光客源市場開發而言，應優先開發所得較高且距離較近的國家市場，因此位於東南亞的馬來西亞，形成為台灣值得優先推廣的首選地區，另一方面，在近幾年觀光局與業者合作共同大力推廣下，馬來西亞來台旅客成長相當迅

速，目前馬來西亞來台觀光旅客仍以華人為主，因此該國穆斯林旅遊市場潛力可期，未來透過改善清真食品、餐廳、旅館等接待環境，希望第一年能達到2000人的目標。

如何接待穆斯林旅客－旅館住宿

穆斯林平常每天進行五次禮拜，出門旅遊時因場所較不方便，因此不會強求進行五次，但至少在天亮之前與睡前兩個時段，會在旅館房間內進行禮拜。為方便穆斯林旅客禮拜，接待旅館可以製作指引標誌，貼於天花板角落或設於書桌內抽屜等方式，清楚指引回教聖地麥加方向，提供貼心的穆斯林接待服務。

馬來西亞穆斯林家庭喜歡進行家庭旅遊，通常會有2位父母與3位小孩(12歲以下)，需要安排於同一間客房中，因此接待旅館需要調整房型以滿足其需求。另外，穆斯林便後有用水「淨下」的習慣，建議旅館也可以裝設專用噴頭或免治馬桶座，方便穆斯林旅客使用。

接待穆斯林會議獎勵團體時，因會議時間大部分會在飯店內進行活動，最好安排2間小會議室空間作為接待期間的專用男女祈禱室，祈禱室內鋪設地毯為佳，並可指示朝拜麥加方向，及放置建議禮拜時間表等設施，若祈禱室內有洗淨區域(洗手間)供穆斯林進行淨身儀式更佳，若無附設洗手間最好挑選鄰近洗手間的空間作為祈禱室。

如何接待穆斯林旅客－餐飲與行程

餐飲是接待穆斯林中最重要的一環。穆斯林不食

豬肉及酒類，其餘牛羊雞肉等亦需符合清真宰殺認證標準，也就是所謂的HALAL認證。故接待穆斯林團體旅客時，飯店早餐請儘量將肉品類分開放置，避免夾子互相沾染，若能替穆斯林團體保留角落一區的座位更佳，可避免旁邊有其他旅客食用豬肉製品，造成影響。而接待穆斯林旅遊團體或會議獎勵團體時，接待飯店需視團體需求，提供餐飲服務，餐食準備過程需於廚房隔離出「穆斯林餐飲專區」，所使用食材需符合清真食品規範，並避免與其他非清真食品接觸，故冰箱與廚具皆須有專供清真食品使用的一整套，食材方面除禁用豬肉與酒類外，肉品則需要向經過清真認證的肉商訂購。若有業者需要申請清真認證及輔導，可洽中國回教協會及各地清真寺。

在旅遊行程的安排重點上，要必須避免走馬看花，要安排有深度主題的行程，如休閒農場花卉、採果或DIY活動等，以四天三夜或五天四夜的行程為佳，此外穆斯林旅客重視細節和精確度，所以要避免臨時更改行程或飯店。

避免低價打壞市場

穆斯林旅遊市場的潛力無窮，但也由於其門檻較高，需要更專業和舒適的旅遊環境，因此在爭取穆斯林旅遊市場時，絕對要避免以低價策略打壞市場，應將穆斯林市場定位在有主題有深度的高品質產品。並在馬來西亞穆斯林市場逐步穩定成長後，接續開發如印尼、泰國等東南亞國家，接待能力漸趨成熟後，再前往開發中東地區客源，逐步擴展台灣觀光於全球穆斯林旅遊市場的推廣佈局。台灣觀光



左圖/醒吾技術學院全球運籌管理研究所陳漱石教授由市場和文化面概述穆斯林市場的開發，讓與會業者進一步了解伊斯蘭教和穆斯林旅客需求。

右圖/說明會當天吸引北中南東各地飯店、旅行社、休閒農場、導遊、清真餐館及清真寺等超過150位代表參與。

專訪 許永裕副總經理 東南旅行社邁入50週年

逆勢中化危機為轉機 一步一腳印用心經營

Text: 吳淑玲 | photo: 編輯部



2008年全球受到金融海嘯重擊，旅行業界叫苦連天，但是今年邁入**50**週年的東南旅行社，卻能夠在如此不利的大環境下屹立不搖，且在今年的年假檔期，業績還能比去年同期逆勢成長**20%**！究竟東南旅行社是怎麼做到的？

買氣湧現締造新春好業績

針對去年旅遊業界面對大環境不景氣的情形，東南旅行社副總經理許永裕分析說：「2008年的確是慘澹的一年！特別是從第二、三季開始，休閒娛樂產業因為金融風暴的影響就一直被壓抑著，就以旺季的暑假檔期來說，銷售狀況也不如預期。」但他認為，台灣人的儲蓄率如此之高，「大家並不是真的沒錢，而是對未來經濟情況的不確定，所以不敢消費。」

當今年一月十八日政府發放消費券，加上九天的年假，許永裕說：「這兩項因素配合起來，加上所有的商家湧現無數的創意，把消費券創造出比原來多十

倍的附加價值，於是先前延遲的買氣全都激發了出來。」

政策效應的成功，固然功不可沒，但東南旅行社近幾年來，營運策略的成功，才是能夠逆勢成長的真正關鍵。

全方位商品與穩建經營是東南一貫理念

許永裕指出，相較於台灣其他旅行社往往偏重某一產品線，但東南旅行社在總經理李清松的睿智領導下，採取「全方位旅遊服務」，「不管是國內、國外、票券、票務，東南不偏廢哪一類，這在不景氣某一類產品特別弱時，就可以靠其他受影響較小的產品來支撐，無形中起了平衡的作用！」比方說，2008

年出國的人次降低了5%，「國外出團減少了，但FIT的旅客並沒有減少，所以國際票券的部份影響就沒有那麼大！」因此，東南四大產品線鼎足而立的策略，也有相當程度的避險功能。

更重要的是，許永裕說：「東南一步一腳印，只專注於本業，不把資金拿去炒短線的金融炒作，是東南能夠維持穩健的財務最重要的關鍵。」

旅行業界有一個公開的秘密，就是許多旅行社在收了客人的團費後，因為距離付款給航空公司、國外業者的結帳日還有一段時間，因此就把現金拿去炒股票、期貨，萬一虧了，現金周轉就產生問題。

但東南則是業界的模範生，除了本業之外，其他的行業東南一概不碰，賺到錢就拿來買辦公室，所以目前東南在全省三十個營業據點，其辦公室多是自有資產，許永裕說：「光是每年的房租，不知就省下多少錢！」

客製化與靈活的旅遊商品深受佳評

這些省下來的營運成本，當然讓東南有更優厚的資本，來提供更完善的旅遊服務給顧客。

就以國外線來說，許永裕指出，他們從很早之前就看出未來旅遊市場也將呈M型化的發展，因此東南出團也因應這種趨勢發展出兩類產品，一是走平價消費的「真情旅遊系列」，另一個則是走奢華享受的「晶鑽旅遊系列」，甚至再進一步在淡季時，搭配特定日期、航班，採限時限量的作法推出超低價格的產品，「過去你能想像只要3999就可以遊泰國五天四夜，或是3600就可以遊韓

國四天三夜嗎？」

在國內線的產品策略上，東南近年也有許多獨特的創意。許永裕說，以「free & easy自主遊」來說，就是東南以十三條不同的巴士路線做為地區性半日遊或一日遊的延伸行程，再結合舒適快捷的高鐵與住宿，讓客人既可享受到自由行的輕鬆自在，又有團體行的交通服務，且兩人即可成行，如此一來，不但歐美客、本地客、或是星、馬、港僑團，都很喜歡這種旅遊型態，因此這項產品線的業績蒸蒸日上，已成為東南國內線的主力產品。

肯定政府觀光行銷的努力

對於近年來，政府愈來愈重視觀光產業，紛紛整建觀光設備以及發展各地特色，許永裕說：「政府這幾年在行銷台灣觀光，不管是在觀念、作法上，都有相當大的改變！」他以觀光局請F4、飛輪海代言為例指出，「政府單位能做的，就是把話題創造出來，但真正要如何賺到這些錢，就要靠業者自己來努力！」

依據他的觀察，台灣要吸引觀光客，有三個階段，過去是「認識台灣」，於是發展出走馬看花的環島行，現在是「體驗台灣」當道，各種讓你看到、摸得到、感受得到的行程是主流，但未來則要發展「深度台灣」，以各種有趣又吸引人的主題旅遊為焦點，讓觀光客深入地了解台灣。

以此觀之，目前觀光局與各縣市政府已深諳此道，透過各種創意活動與議題，來引爆話題，對此，許永裕坦言道：「確實該對這些官員的用心，給予一些掌聲，不是嗎？」



足健產業再升級 打造五感體驗新感受

| Text: Joe Lee | photo: 編輯部 |

交通部觀光局為推廣台灣的保健旅遊資源，去年舉辦了「千人足健體驗活動」，來自全台各地的足健師傅齊聚台北小巨蛋，為來自日、韓、東南亞等地的千名旅客，同時進行足健按摩，這項活動受到眾多國際媒體的連日報導，也獲得了金氏記錄的認證，是一次十分成功的創意行銷。



足健產業走向現代化

台灣擁有豐富的保健旅遊資源，如溫泉、按摩、洗頭、SPA、挽臉、健康養生餐與醫療，都是屬於保健旅遊的範圍。其中具有台灣特色、產業發展成熟，也最具國際知名度的，應該就是台灣的足部保健了。

足部保健也就是俗稱的腳底按摩，從早期的「吳神父」開始，這項產業從傳統的個人服務，走向了店面經營，在注重養生保健的社會氣氛下，有一段時間裡，腳底按摩店到處林立，開店的速度之快令人驚訝。不過，在市場機制的自然淘汰下，一些店家紛紛退出市場，而台灣的足健產業也在不同的市場定位下，走出了新的天地。

從傳統走向現代化是足健產業的最大改變。國內知名足健連鎖店，同時也是此一產業中，首家獲得GSP優良商店服務認證的6星集足體養生會館，提供了自身經驗供業界參考。

6星集的總經理江慶鐘表示，台灣的腳底按摩是非常傳統的行業，「但也因為它的傳統，所以可塑性非常高。」就像從雜貨店到7-11，兩者之間的本質是一樣的，但是加入了經營管理的理念，再把它現代化，古老而傳統的行業便可以搖身一變為新興又時髦的產業。

企業化經營和管理

傳統的按摩店由於形象不佳、不夠專業、技術參差不齊、價格不透明、店面陰暗等因素，因此一直無法提升產業形象。江慶鐘表示，東南亞的按摩SPA業的成功是世界知名的，其成功的主因就是企業化的經營和管理，然後將服務品質提升，建立SOP，再加以包裝、行銷，就成為我們現在所看到的東南亞SPA產業，更建立了其休閒旅遊的國際形象，當然，台灣的足健產業當然也可以做到這樣。

「在很多人的印象，仍然把足健當成是一種民俗療法，為什麼台灣的腳底按摩不能像東南亞的SPA業一樣，打造出一種休閒、流行、時髦的形象呢？」如果能改變這些傳統的印象，藉由軟硬體設備現代化，價格合理化，流程標準化，促使按摩業走向現代化，不僅把整體的形象給提昇，也能夠擴大產業的產值與價值。

提升自我品質就是競爭力

由於台灣的足健按摩已經是外國人士造訪台灣的固定行程，因此國內一些較具規模的業者早就有了有所因應，不論是店內的文宣或是接待人員，都有日、英、韓的語言對應。對於台灣的足健按摩產業如何能更上層樓，江慶鐘認為，目前政府單位在行銷上的靈活，對業者當然是很大的助力。但他也指出，其實業者自身在經營管理上的提昇才是真正能讓台灣的按摩產業不輸東南亞，打造出台灣足健品牌形象的關鍵。

江慶鐘認為，單論足健的技術而言，台灣的業者之間的差距不大，和東南亞的SPA業相比，甚至還優於當地業者，因為東南亞當地的腳底按摩只是整體SPA服務產品中的一小部分，比重不大，而且其技術根源是來自於台灣，也就是說，台灣的腳底按摩才是正宗。「唯一差別在於消費過程的體驗，精確的來說，就是五感上的體驗。」從消費者一進入店裡，體驗就已經開始了，店內外的特色裝潢是視覺、奉上的花草茶是味覺、按摩過程的薰香是嗅覺、店內播放的音樂是聽覺，還有按摩時的觸覺，五感的體驗是東南亞



SPA成功和魅力的所在，也是台灣足健休閒業學習和效法的對象。

因此，足健產業本來就是服務業，所以最終還是要回歸到服務業的原點—良好的服務品質和五感的滿足體驗，「好東西不怕沒有顧客來，有著相同的價格，卻更好的服務，產業整體的品質與體質自然會跟著改變，台灣在國際間的競爭力和能見度自然就更強。」

台灣觀光

BOX

6星集的「升級」計劃

為了讓足健產業和旅遊休閒概念結合的更緊密，6星集斥資了1億多元，在竹科旁打造了占地5,000坪的Villa SPA新竹旗艦店。裝潢和布置走南洋風Villa的整體意象，本身就有著花藝專長的江慶鐘更是親自設計了會館內外的植栽與花藝擺設，「這裡不僅僅是間SPA會館，我們希望把這裡當成是景點一樣的來經營。」

目前共有12棟Villa，走複合式經營路線，分別可提供美容、SPA、推拿、腳底按摩、美髮、瑜珈教學及養生餐飲等服務，現在開放的第一期有7棟Villa，約有100個床位。

綠色旅遊風

騎著鐵馬旅行去

| Text: Joe Lee | Photo: 編輯部 |



交通部觀光局所印製的台灣觀光摺頁和單車旅遊手冊，藉此吸引愛好單車及旅遊的國際旅客來台。

新春初始，無論是媒體同業間的聚會，或是和旅行業界的採訪當中，發現有個話題是大家或多或少都會提到，沒錯，就是自行車。自行車是這一兩年來的熱門話題，自從節能減碳風大行其道，綠色概念便一枝獨秀，其中自行車產業更是夯到不行，尤其在這一波不景氣中，似乎沒受到太多影響，反而有越來越旺的趨勢，後勢看好，而單車風潮在民間盛行，擁有一台自行車成了全民運動，也連帶讓休閒和旅遊的潮流有了改變。

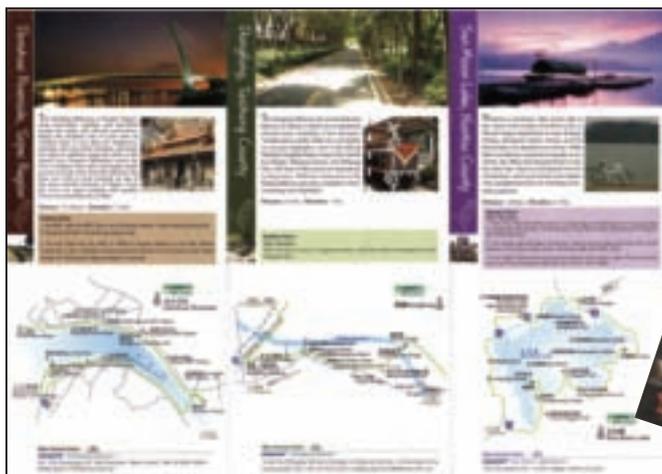
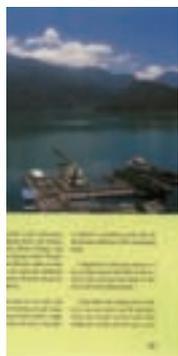
官民合作 推銷台灣觀光資源

近年行銷手法愈趨靈活的交通部觀光局自然也注意到了這股全球性的趨勢，因此觀光局在去年，首次和國內最大的自行車產業龍頭：巨大集團進行了合作，宣布異業結盟－「聯手邁台灣」。這項計劃的重點在於運用巨大在歐洲的英國、德國、法國及荷蘭這四個國家，約二千多個GIANT自行車的經銷據點，來提供台灣的旅遊資訊，藉由巨大的通路，來推廣台灣的觀光形象。

觀光局在巨大的歐洲通路中，所推出的第一份摺頁，是以台灣的新地標：台北101做封面，主題以「認識台灣」做為主軸，讓外國人士從以前的高科技矽島的印象，轉為對台灣的自然風光、原民文化、人文藝術等不同面向有所了解；摺頁的另一面則是用「WHY NOT CYCLING?」做為主標題，GIANT向外

國人推銷何不來台灣進行單車之旅。

繼第一份摺頁後，觀光局在2008下半年又推出了第二份摺頁和台灣單車旅遊手冊。在第二份摺頁中，便進一步推薦了五條單車路線，分別是台北縣的淡水、台中縣的東豐、南投的日月潭、花蓮的太魯閣，以及台東的關山。這幾個路線的出線，主要是因為對外國單車客來說，雙語的接待和服務有其必要，而這幾個地方都有GIANT的據點在，可以對來台進行單車旅遊的外國觀光客提供一些必要的服務和協助，遊客也可以在據點直接租車；至於旅遊手冊則是給國外GIANT據點的負責人做為參考，內容有台灣全島一共20個經典自行車路線，並詳載其周邊的觀光資訊，可以對有心想要來台灣進行自行車旅遊的國際人士做進一步介紹，十分方便。



除了和巨大合作外，交通部觀光局在國外的辦事處，也積極地促成外國自行車愛好者能夠組團來台進行旅遊，預計在今年上半年應該就會有好消息。

旅行社力推單車行程

因應這股鐵馬風潮，一向腦筋動的快的旅行社業者自然不會錯過，以往單車旅遊多半都是遊程中的選項，較少有以單車旅行為主軸的企劃商品。不過隨著話題越來越熱，現在針對自行車旅遊而量身訂做的商品就應運而生了。

像是雄獅旅行社，就在自家網站規劃了BIKE專區，提供國外和台灣的單車旅遊商品。國外部分有歐洲的德國、法國、瑞士、日本的京都，以及紐西蘭；國內行程則是與巨大合作，在行程中使用GIANT自行車，並利用巨大的各個據點來提供遊程中的必需服務，行程有花東3日、環島的9日、11日，其中有以女性環島為訴求的旅遊商品，都受到國內車友的不錯迴響。

由於現在地方政府對於自行車環境大力整頓，幾乎各縣市都有規劃好的自行車道，這對於國內發展單車旅遊來說是一大助力。本身就愛好單車旅行的東南旅行社許永裕副總表示，他自己就曾騎單車環島一圈，根據親身經驗，他覺得花東的自行車旅遊環境最為成熟，不僅有規劃出自行車專用的車道，而且台九線上的一些警察分駐所，都可以提供給車

友加水、打氣、簡易維修的服務，十分便利而且貼心。

至於未來的單車旅遊趨勢，許永裕認為，由於環島的時間拉的太長，所以分段式的操作模式也許會是未來的一種方向，他稱之為「郵輪式單車旅遊」，在騎到目的地後，將單車寄放在飯店，等到下回再來；或是利用台鐵等交通工具做部分區間的移動，再用單車做深度旅遊，而隨著單車旅遊的成熟，也會有更多的相關旅遊服務和相關產業投入這個領域之中。

「環台認證」與自行車日

由巨大集團所成立的自行車新文化基金會，從去年開始和中華電信合作，推出了「Tracing自行車環台認證系統」。環台認證是一種自行車環台軌跡記錄服務，讓想要環台的車友在出發向基金會申請手機與專屬SIM卡，就可通過授權，在環台期間進行即時追蹤、記錄騎車動態軌跡點位資料。在完成環台之後，便會根據軌跡記錄，來核發環台完成的自行車環台認證書和紀念品。

目前自行車文化基金會也和行政院體委會、各縣市政府合作，推動每年的五月為台灣自行車月，五月五日為台灣自行車日，透過官民合作的方式來推廣台灣成為自行車島。 台灣觀光

Blog
Travel
部落客

單車旅行青春日記Vol.2

1211.1km Eleven Days

| text & photo : 逸風 |



環島，是台灣人的成年禮，也許是走馬看花，也許是驚鴻一瞥，不經過這個階段，好像青春日記上就少了值得永久珍藏的一頁。單車或機車，大車或小車，公路或鐵路，選擇不同的方式，體會一生至少要有一次的環島之旅。

抵達台灣最南端

從玉里到台東到處都是綠油油的農田，中午當然是吃池上的老店便當。下午到達台東知本入住富野酒店，並且還有泡溫泉的行程，哇！真是太享受了！台東知本的溫泉泉質屬於鹼性碳酸氫鈉泉，又稱為「美人湯」，具有滋潤皮膚、軟化角質層的功效，更可消除疲勞。

跟阿昌討論過後，今天我們要落腳墾丁，但阿昌不走台26線轉一圈，因為好像路並不好走，但我堅持要走一圈轉到墾丁去，我們就在此暫時分別。在台26線上，幾乎都是山

路，難怪阿昌兄不願意走這一條路，這條線讓我回想到蘇花公路所帶來的辛苦回憶。

騎到天色已暗，看來今天無法在墾丁會合，問一下路人我身處何處？屏東縣滿洲，再問下一個鄉鎮離這裡多遠？20公里，但都是山路，路人對我說著。看來今天我只能落腳此地。

清晨五點多出發，早晨的台26線騎起來相當的舒服，20公里後到風吹沙風景區，風吹沙位置界於龍磐公園與佳樂水之間，風景區內砂河、砂瀑、砂丘是風吹砂最特殊的自然景觀。最後一路來到台灣的最南端，巴士海峽就在咫尺，這已經是單車旅行的第八天。藍天白雲的



好天氣像是慶祝我光臨於此，深藍的巴士海峽，捕魚的船隻在海面行走，我興奮的在此玩耍拍照。

九點多趕到墾丁跟阿昌兄會合，今晚我們計劃到高雄市區落腳，說畢我們即分散各自騎乘，直到晚間再聯絡住宿點，之後一路上逆風讓我騎到想哭，原來不是騎上坡才會累，逆風也有相當折騰人的效果存在。

台南的七股鹽山

翌日順著台17線往台南方向騎行，到了小吃重鎮台南一定要去吃蝦捲跟安平豆花，然後到億載金城去轉了一圈，再沿著台17線走到七股，看著地圖發現七股鹽場就在這裡，問了路人得知開車前去鹽博物館約15分鐘，我想騎自行車去可能要40分鐘吧，往鹽場的方向騎去。鹽田真的好美麗，這是我第一次看到鹽田和鹽山，鹽場園區內有鹽山二座，因長年置放而自然結塊，非常的堅硬，爬登其鹽山上，可眺望七股景色，雪白的鹽讓人感覺身處雪國，只是天氣真的很熱！

傍晚五點半順著台61線來到一個小鄉鎮，這裡沒有7-11，只有傳統雜貨店的鄉下地方，是個今晚落腳的好地方，但這裡沒有民宿，問了當地人答案都是一樣，這也是我這趟旅行唯一騎到當地找不到住宿，但這只是小問題，問了路人這附近最熱鬧的鄉鎮，就是雲林的北港朝天宮，從這個地方到那裡約20幾公里，路人看到我要騎單車去那裡都覺得我到朝天宮可能都三更半夜了，但才20多公里，頂多騎一個鐘頭就可以到達，他們真是太小看單車了，畢竟我不是搭11號雙腿巴士。

本來今天只打算住嘉義的，沒有想到騎的很順就到雲林。住宿旅舍在朝天宮後面，老闆阿姨人很

BOX 行前須知

單騎環島要一路輕鬆愉快，事前準備工作不可少，包括要有一台變速自行車、適合長途跋涉的裝備和適當的行前訓練。如果沒有適當的裝備和太多的經驗，目前國內也有許多單車團體或是旅行社有包裝相關行程或是提供諮詢上的服務。可以選擇適合自己時間和體力的方案。

好，把三人房給我住，算單人房的錢，因為她看我的單車要放在房間，所以幫我找了一間大的房。

歸途

清晨六點的大甲鎮瀾宮是我結束單車環島的最後一日，下著雨的天際讓我提起精神騎著車，沒有太多的驚喜，只是很平淡騎完這最後一段，當我傍晚終於回到家中時，並沒有鞭炮舞獅的歡迎，就像平常下班回家一樣，而這經歷讓我在環島的旅程中第一次發現自己的汗因為大量蒸發而在皮膚上留下白白的一層鹽，轉了台灣外圍一圈發現台灣濃厚的人情味，還有許多未曾到過的美景，田野、山景、海岸線多變的台灣，讓我處處是驚喜，去過再多國家，最終還是台灣最美!! 這11天的千里走單騎帶給我滿滿的感動與回憶。 台灣觀光





交通部觀光局、日本旅行 「2009台灣送客擴大計畫」締結式

交通部觀光局為推動「2009旅行台灣年」，2月11日與「日本旅行」簽訂「2009台灣送客擴大計畫」，該旅行社為展現對台灣市場的重視，日本全國各支店長、營業幹部等200餘名隨同來台見證並舉辦「台灣觀光研習會暨懇親會」。

依據交通部觀光局統計資料顯示，去年因受到燃油附加稅增加及金融海嘯影響，日本出國總人數15,987,240人，負成長7.6%；來台旅客數為108萬6,691人，負成長6.8%，相較其他國家，負成長數較小。為突破全球不景氣的影響，觀光局於2009年除持續推動旅行台灣年各項活動外，並積極進行與日本旅遊業者合作進行「台灣送客擴大計畫」，繼年初與近畿日本旅行社及Tabix Japan旅行社簽署送客協定，2月11日再與日本旅行簽訂締結合約。

締造式在日本旅行200餘位全國支店長及營業幹部共同見證下，由交通部觀光局賴瑟珍局長及日本旅行丸尾社長簽署對台擴大送客協定，宣示該公司販售台灣旅遊商品的決心，期於2009年締造日本旅客來台佳績，擴大台日間交流。

春節全台近半民衆出外旅遊 消費券奏效 觀光產值逾225億元

今年春節期間觀光遊樂地區，由於連續假期氣候溫暖，加上政府發放消費券奏效，春節期間前往各觀光遊樂地區遊客人數大幅增加。經交通部觀光局推估98年春節7天假期(初一至初七)全國觀光遊樂地區旅遊總人次約高達1,133萬2,753人次，較去年遊客人數成長約92%；比前年為期8天假期之遊客(1,019萬

5,790)人次成長11.2%，創造觀光產值達225億4千餘萬元。

交通部觀光局表示，今年春節國人出遊日程多集中於年初三至年初五，並以年初四推估226萬8,951人次最高，創歷年來之最。民衆旅遊地點仍偏好休閒賞花(櫻花、波斯菊)；景點(如陽明山、清境、日月潭九族、阿里山、美濃地區等)；觀光遊樂園(前5名依序為六福村主題樂園、小人國主題樂園、劍湖山世界、九族文化村、頑皮世界)；宗教勝地(如大里天公廟、法鼓山、大甲鎮瀾宮、南鯤鯓代天府、九華山、名間受天宮)及都會周邊旅遊景點(如淡水老街八里地區、旗津、西子灣、金九地區)，並以免收費或低價位性質之公營觀光地區最受青睞(旅遊人次達977萬9,135人次)。

全台23家觀光遊樂園春節期間遊客人次總計約為85萬人次，約較去年同期成長54%，總營業額約為5億1千萬，約較去年同期成長38%；此外受到消費券刺激效應，民衆使用消費券佔園區平均營業額約27%，單一園區最高甚至達75%以上。

春節假期北部、東北部的新北投、金山萬里、陽明山、烏來、礁溪等溫泉區住房率均為85%以上；尖石溫泉區、泰安溫泉區及四重溪溫泉區住房率更達9成以上，整體而言今年春節假期台灣各地溫泉觀光產業產值約為新台幣12.5億元，整體業績較去年約成長7%左右，其中使用消費券比例約為2成。

此外，根據交通部觀光局統計，今年春節假期間(農曆初一至初七)，大陸觀光客共計約509團人數約1萬3,400人來台，其中以8天7夜之環島行程最多，約佔60%，市場開放初期仍以日月潭及阿里山為陸客造訪最多之景點，前往日月潭國家風景區遊覽的有1萬2,647人，到達阿里山國家風景區的有1萬690人；以每位陸客平均每天消費新台幣9,000元計算，為國內觀光產業帶來新台幣8億5千萬元之收益。

來台免簽國家新再增加 斯洛維尼亞國民入台30天免簽

外交部宣布自今年2月15日起，斯洛維尼亞國民享有來台免簽證30天的待遇。上述措施實施後，27個歐盟成員國，僅剩保加利亞、羅馬尼亞及賽普勒斯3國未享入台免簽待遇。斯洛維尼亞是繼去年10月1日給予波蘭與斯洛伐克、11月1日匈牙利、11月21日立陶宛、12月1日愛沙尼亞，以及今年1月7日給予拉脫維亞相同待遇以來，第7個獲得台灣提供短期免簽證待遇的中東歐國家。外交部表示，斯洛維尼亞國民來台免簽證待遇實施後，僅剩3個歐盟國家尚未給予免簽來台待遇，目前已在洽商中，外交部願在互惠基礎上給予這3個國家免簽證來台待遇，一旦完成磋商，就會陸續開放。

英國宣佈給予台灣6個月免簽待遇 外交部考慮予英同等待遇

英國政府宣佈，從3月起給予台灣民眾6個月非工作性質的免簽證待遇。對於英國政府這項決定，外交部表示歡迎，並預期赴英人數將大幅增加。

台灣爭取歐洲國家給予免簽證待遇，最近有了重大突破。英國宣佈給予台灣民眾免簽證待遇，而且條件相當優惠。英國是西方第一個提供台灣免簽證待遇的國家，預期在這項新措施實施後，台灣民眾到英國觀光、商務和短期留學的人數，將大幅增加。

外交部表示，台灣從1993年起，提供英國民眾赴台30天免簽證待遇，在英國宣佈給予台灣民眾6個月免簽證待遇後，外交部考慮給予英國相同的待遇。根據外交部的統計，去年台灣民眾到英國的人數達到4萬人，目前在英國留學的台灣學生大約1萬5千人，僅次於美國。包括英國在內，目前一共有31個國家給予台灣免簽證待遇，外交部未來將繼續爭取美國、加拿大和歐盟等國家，給予台灣免簽證措施。

空運行李新規範 3C產品備用鋰電池禁止托運

為因應國際航空運輸協會(IATA)的最新規範，民航局表示，在有關禁止托運的物品，將增訂民眾電子產品所使用的「備用鋰電池」，凡是容量在100瓦小時以上的鋰電池，不得單獨托運，以免因為接觸到其他金屬，引發起火意外。惡意違規遭到取締者，將遭新台幣兩萬到十萬元的罰鍰。至於已經裝在手機裡或相機內的電池，連同手機或相機一起托運，則不受限制。

民眾所使用的手機，筆記型電腦或者數位相機，出國旅行時，通常都會攜帶備用電池，為了減輕重量，多半會隨放在托運行李內，不過，根據國際航空運輸協會的最新規範，規格在一百瓦小時以上的鋰電池，不得托運，因此民航局修正相關規定，將其納入「空運危險物品」。民航局表示，鋰電池如果沒有經過妥善包裝絕緣，可能因為充電的金屬接觸點與其他金屬摩擦，導致起火等意外，過去曾經發生類似事件，因此決定禁止。民眾托運行李前，必須取出，放在隨身行李內。不過民航局也表示，一些包括數位相機、跟手機的電池，因為功率在100瓦以下，幾乎不受限制，民眾不必太擔心，民航局也在機場準備有功率換算的須知，讓民眾可以了解自己攜帶的鋰電池是否在禁托運範圍。

野生動植物豐富多樣 玉山入圍世界七大奇景

瑞士新七大奇景基金會在2007年發起「新世界七大自然景觀」活動，經過全球800多個知名景點激烈角逐後，台灣玉山以豐富的植物相、多樣的野生動物、四季分明的美麗景緻等優點，通過全球1億多人票選，在眾多世界著名景點中脫穎而出，入圍世界261個自然景點之一，目前將爭取進入第二階段的前77名候選名單，然後再由前聯合國教科文組織率領學者專家選出

前21強，最後再開放由民衆票選出「新世界七大自然奇景」。玉管處鼓勵民衆參與「新七大奇景基金會」網站投票，把台灣玉山的美，讓全世界知曉。

網址：http://www.new7wonders.com/nature/en/vote_on_nominees/?firstselect=6:394

高雄國賓大飯店

獲頒「衛生自主管理績優商家」



高雄市衛生局為了提昇各旅館業經營者及從業人員衛生自主管理能力與競爭力，於日前籌辦「旅館業衛生自主管理標章」評選活動，歷經衛生局與多位專家學者綜合評鑑，高雄國賓大飯店榮獲97年衛生自主管理績優商家，並經行政院與高雄市政府評定榮獲英語服務標章五星級；此外，高雄國賓大飯店去年度有三位客務部菁英獲頒金鑰匙協會觀察會員，為高雄市五星級飯店中唯一獲此殊榮的飯店。

宜蘭再添國際級觀光飯店 蘭城晶英酒店 (Silks Place Yilan) 誕生

環華豐股份有限公司投資新台幣2.2億元，在宜蘭籌建的國際觀光旅館「蘭城晶英酒店」經交通部觀光局於今年1月20日發給營業執照，該飯店業與晶華酒店股份有限公司簽訂經營管理合約，營運後，將帶動宜蘭地區的觀光發展及促進就業。

蘭城晶英酒店位於宜蘭市中心的新興休閒娛樂重鎮、也是東部最大購物商城—「蘭城新月廣場」的6至11樓，擁有城鎮的交通便利性，以及緊鄰舊城古蹟和知識園區的人文藝術氣息，同時兼具商務與休閒多種機能。「晶英酒店Silks Place」於「silks」品牌系列中

的定位即是：區域五星級旅館、尊重在地文化，並且於建築規劃與室內設計中融入當地元素。

蘭城晶英酒店擁有193間寬敞舒適的客房，室內空間自12坪至33坪不等，每間客房皆可俯瞰宜蘭城區景緻，頂級套房更附有大坪數的私人露台與水療池；並設有可容納350人的歐亞自助餐廳—蘭城百匯、紅樓粵菜餐廳以及大廳酒吧；且因應宴會以及會展暨獎勵旅遊(MICE)產業市場的需求，蘭城晶英更規劃出四間多功能視聽會議室以及可席開百桌、宜蘭地區最大的宴會空間—國際宴會廳；豐華會健康俱樂部的休閒空間裡則規劃有近一千八百坪的南洋空中花園、室內外自在水域、健身房、三溫暖等，同時也引進晶華酒店自創品牌—沐蘭SPA的軟硬體服務。

宜蘭地區計有3家觀光旅館（分別為礁溪老爺大酒店、山泉大飯店及幼獅大飯店），「蘭城晶英酒店」為宜蘭地區繼「礁溪老爺大酒店」後第2家國際觀光旅館。

地址：宜蘭縣宜蘭市民權路二段36號

電話：03-933-0022

海霸王餐聽、城市商旅 推出食宿優惠三重奏

為響應政府發放消費券刺激經濟政策，海霸王餐廳及海霸王旗下飯店「城市商旅」，共同推出食宿優惠三重奏活動。

第一重：海霸王餐廳「桌菜免收一成服務」費優惠
不論是享用每桌2500元或3500元、古早味十足的「懷念料理」、壽宴或一般桌席，凡使用全額消費券者，即可享有免一成服務費之優惠。

第二重：海霸王餐廳3600元「可大可小超值餐」
自2009年2月1日起，不論是小家庭(5人份)或大家庭(10人份)，只要花費3600元消費券額度，即可創造全家人的幸福滋味。

第三重：3600元食宿雙享住房優惠
城市商旅(台北館)推出一泊二食「3600台北雙人pa-

pa-go』住房優惠案，內容包括精緻客房一夜住宿、兩客自助式早餐、兩客海霸王金牌火鍋自助系列，並加贈歐舒丹馬鞭草泡泡精一瓶，只要3600元。

城市商旅(航空館)推出一泊二食『3600四人行優惠專案』，內容包括：四人房住宿一晚、4客早餐及4客自助百匯(午/晚餐皆可)，全部只要3600元！

客服專線: 0800-777-555

<http://www.hpw.com.tw>

國賓飯店集團延伸餐飲版圖

『YU SUSHI』天母開幕



由台北國賓飯店經營的天母國際聯誼會，近來經過一連串的改裝，不僅有分區計價自助餐的「味·集廚房」，此次更於SOGO天母店旁

再推出天母地區首家現代日本料理店『YU SUSHI』，以精緻日本料理的精神結合美式餐飲風格。並邀請本土知名魚拓藝術家周國龍老師量身打造魚拓藝術，呈現一新風格的現代日本料理，口感層次豐富 保有單純食材的原味。YU SUSHI提供了融合創意、美式風格的加州卷，以及可挑選食材的各式炸天婦羅，由於價格不貴，展現了拉攏家庭、年輕客的企圖心。

地址：台北市中山北路六段88號B1

Tel：02-2835-5969

文創咖啡館 營造新舊藝文交融空間

位於台北市麗水街商圈的久翼文創咖啡會館，店裡不只銷售文創商品，亦可做為藝文活動舉辦場所及展場，剛成立不久已引起文創界人士的矚目。楊惇傑甫從紐約Parsons設計學校畢業，因為對文創事業的喜愛，與友人集資，開設久翼文創咖啡會館。室內配置除了Lounge Bar風格的咖啡館空間外，另隔出文創展區，以及多位藝術名家的作品展示櫃。雖受西方教育，但來自東方文藝家庭的楊惇傑選擇在館內展示的，多是台灣母體文化滋養的藝術家，如旅美珠寶陶藝家蔡爾平、中國結編織藝術家黎少明和尹愚夫婦、玉飾設計師張正芬的作品等，營造出一個新舊交融充滿藝文氣息的空間。

地址：台北市大安區麗水街7巷7號

TEL：02-2351-2888

花蓮海悅酒店
HOTEL OCEAN

97008 花蓮市民權路9號(舊精肉正對面)
TEL: (086)3-8338138 FAX: (086)3-8338156
<http://www.hotel-ocean.com.tw>
E-mail: hotel_ocean@pchome.com.tw

房間數：40
備有及定價：

精緻山景雙人套房 NT\$1000
精緻山景雙人套房 NT\$1000
豪華海景雙人套房 NT\$1500
精緻山景家庭套房 NT\$1500
豪華海景家庭套房 NT\$2000

語言：中國話、英語、日本語
服務設施：餐廳、咖啡廳、空中露天游泳池、商務中心、會議室、停車場、免費接機及自行車出租、火車站、機場及代辦定時接送服務。

休閒活動：全館皆開通有線電視系統，另備有光纖寬頻上網、無線網路、24小時健身房、DVD播放器等設備，備有系列國際日本品牌HOTO和聲分機座機、高數量及高工本浴袍等。並備有康樂設施，提供外賓優雅康樂服務，訂位及去平洋東區第一覽無遺。

台北圓山大飯店
THE GRAND HOTEL

10461台北市中山北路四段1號
1, Chung Shan N. Rd., Sec.4, Taipei, Taiwan, 10461 R.O.C.
Tel: (02)2866-8888 Fax: (02)2865-2885
<http://www.grand-hotel.org>
E-mail: grand@grand-hotel.org

房間數：467
房價：標準套房：NT\$1,200

高級套房：NT\$1,300	精美商務套房：NT\$1,600
商務套房：NT\$1,800	貴賓商務套房：NT\$2,000
高級套房：NT\$2,000	貴賓豪華套房：NT\$2,800

語言：英語、日語、法語、國語、台語、中國話
餐飲：和食廳(西式自助餐、午、晚餐)、康樂(自助餐下午茶、飲料、咖啡)、貴賓餐廳(豪華料理、中西式自助餐)、園林(北方小吃、點心)、康樂廳
娛樂：西式康樂廳、飲料、咖啡、貴賓樓咖啡廳、健身房、商務中心、多用途會議室、多功能宴會廳、健身中心、三溫暖、網球場、室外游泳池、圓山大樓樓下接駁車服務

Events and Festival

2009
台灣各地觀光
節慶活動

Mar.

2009北海岸婚紗留倩影

活動時間：2009.02~2009.11
活動地點：台北縣（三芝鄉、石門鄉、金山鄉、萬里鄉）
主辦單位：北海岸及觀音山國家風景區管理處
洽詢電話：02-2636-4503轉181

2009宜蘭綠色博覽會



活動時間：2009.03.21~2009.05.11
活動地點：宜蘭縣蘇澳鎮武荖坑風景區
主辦單位：蘭陽農業發展基金會、宜蘭縣政府農業處
洽詢電話：03-925-1000轉151

2009與螢共舞

活動時間：2009.03.28
活動地點：嘉義縣竹崎鄉仁壽村園潭自然生態園區
主辦單位：阿里山風景區管理處
洽詢電話：05-259-3900轉406

臺北小巨蛋花卉展

活動時間：2009.03.11~2009.03.15

活動地點：台北小巨蛋
主辦單位：行政院農業委員會
洽詢電話：02-2312-4053

台灣國際蘭展

活動時間：2009.03
活動地點：台南縣烏樹林蘭花生技園區
主辦單位：台南縣政府觀光旅遊處
洽詢電話：06-635-3226

2009高雄內門宋江陣

活動時間：2009.03.14~2009.03.22
活動地點：高雄縣內門鄉
主辦單位：高雄縣政府觀光交通處
洽詢電話：07-747-7611轉2937

Apr.

2009客家桐花祭



活動時間：2009.04~2009.06
活動地點：全國各縣市
主辦單位：行政院客家委員會
洽詢電話：02-8789-4567轉725

2009年大鵬灣風帆橫渡小琉球
全國挑戰賽



活動時間：2009.04
活動地點：屏東縣東港鎮、琉球鄉
主辦單位：大鵬灣國家風景區管理處
洽詢電話：08-833-8100轉165

2009日月潭美利達單車逍遙遊
暨星光螢火季



活動時間：2009.04.25~.05.17
活動地點：南投縣魚池鄉日月潭
主辦單位：日月潭國家風景區管理處
洽詢電話：049-285-5668
轉360、361

2009台北國際旅展

活動時間：2009.10.30~2009.11.02
活動地點：台北世貿一館
主辦單位：台灣觀光協會
洽詢電話：02-2597-2691
報名：3月1日起開放網路線上報名
<http://www.taipeiitf.org.tw>

台灣美食展

活動時間：2009.08.20~2009.08.23
活動地點：台北世貿一館
主辦單位：台灣觀光協會
洽詢電話：02-2568-4726

ITF
TAIPEI 2009

台北 2009

Oct. 30~Nov. 2

Taipei International Travel Fair

國際旅展

www.taipeiitf.org.tw


Fly with hope...



主辦單位/ 財團法人台灣觀光協會
Organizer/ Taiwan Visitors Association
台北世貿中心展覽館 TWTC Exhibition Hall
TEL : +886 2 2597-9691 FAX : +886 2 2597-5836
E-mail : contact@www.taipeiitf.org.tw

誠摯貼心 自在福容
Sincere and thoughtful, enjoy your stay at Fullon.



福容大飯店 連鎖 FULLON HOTELS & RESORTS
網址 www.fullon-hotels.com.tw 客服專線 0800-455-588

台北TAIPEI

台北市建國南路一段266號 (886)2-2701-9266
No.266,Sec.1,Jianguo S. Rd.,Taipei City 106,Taiwan

淡水DANSHUEI

台北縣淡水鎮淡金路6號 (886)86-2-8626-3939
No.6,Danjin Rd.,Danshuei Township,Taipei County 251,Taiwan

三鶯SANYIN

台北縣三峽鎮大學路63號 (886)2-8672-1234
No.63,Dasyue Rd,Sansia Township,Taipei County 237,Taiwan

桃園TAOYUAN

桃園市大興西路一段200號 (886)3-326-5800
No.200,Sec.1,Dasing W Rd.,Taoyuan City,Taoyuan County 330,Taiwan

中壢JHONGLI

桃園縣中壢市中正路89號 (886)3-427-0900
No.89,Jhongjheng Rd.,Jhongli City,Taoyuan County 320,Taiwan

籌備中：2009年開幕-墾丁·林口

籌建中：花蓮·高雄·深坑·新板·彰化·月眉·埔里·淡水漁人碼頭

UNDER CONSTRUCTION：2009-KENDING·LINKOU

HUALIEN·KAOHSIUNG·SHENKENG·HSINBAN·CHANGHUA·YAMAY·PULI·DANSHUEI FISHERMEN'S WHARF



福容大飯店
Fullon Hotels & Resorts