

出國報告（出國類別：考察）

**參加 2018 年全球會議暨獎勵旅遊展（IMEX）  
暨赴比利時布魯塞爾辦理會展推廣說明會**

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：徐麗嵐科長

派赴國家：德國、比利時

出國期間：107 年 5 月 12 日至 20 日

報告日期：107 年 8 月 5 日

# 目錄

壹、 背景及目的 .....	1
貳、 辦理情形 .....	3
一、 參加 ICCA 會員大會及亞太分會會議 .....	3
二、 參加 IMEX 展 .....	6
三、 參加比利時布魯塞爾推廣說明會 .....	16
參、 心得與建議 .....	18
附錄：行程表 .....	22

## 壹、背景及目的

- 一、由英國 Regent 展覽公司在德國法蘭克福主辦的「全球會議暨獎勵旅遊展 (IMEX 展)」，是目前全球最具規模之會議暨獎勵旅遊展，每年吸引全球會展產業專業人士參加，被視為國家與城市行銷及商機媒合之最佳國際平臺。IMEX 展位於歐洲中心，除了歐洲國家積極參展之外，亞洲及美洲地區國家參展的情況也十分熱絡，包括各國會議局、旅遊局、會議中心、會展國際組織、會議顧問公司、獎勵旅遊業、航空公司、旅館及休閒中心等與會展相關機構，均組團參加。
- 二、2018 年 IMEX 於 5 月 15 日至 17 日期間展出，根據 IMEX 主辦單位統計，本屆參展單位高達 150 國、3,500 個單位，其中以歐洲參展國家所佔展出面積最大，達 46.8%，亞太地區展出面積以 9.9%居次，其後為占比 9.2%的中東與非洲地區，及 8.8%的美洲地區。3 天展期吸引近萬名國外業主觀展，並促成 68,500 場次的團體買主簡報及個別買主洽談。
- 三、鑒於歐洲地區之會議產業發展成熟，且有許多國際組織總部進駐，為行銷我國會展及獎勵旅遊環境，吸引更多國際會議及企業會議暨獎勵旅遊活動來臺舉辦，本局「推動臺灣會展產業發展計畫」(MEET TAIWAN) 結合交通部觀光局及高雄市政府資源，於 IMEX 設立臺灣館，邀集專業會議籌辦公司 (PCO)、目的地行銷公司 (DMC)、飯店及航空公司等 16 家業者共同參展，於現場安排 7 場團體簡報、VR 影片體驗及 200 場個別洽談，介紹我國優良會展產業環境，並在現場製作臺灣傳統小吃車輪餅，與全球與會專業人士分享臺灣古早味，藉以拓展我國獎勵旅遊與會議市場。
- 四、此外，國際會議協會 (International Congress and Convention

Association，簡稱 ICCA）為提供會員更多交流平台，每年利用 IMEX 展期間辦理會員大會與地區分會會議，同時舉辦各式教育課程及研討會，提升會員參加 IMEX 展的效益。為掌握最新會議產業資訊並與各國會員代表交流，本局亦此行亦出席 ICCA 會員大會及亞太分會會議。

五、 另為擴大推廣效益，本局於 IMEX 展後率參展業者延伸至國際組織林立的比利時布魯塞爾辦理推廣說明會，邀請當地國際組織（INGO）、企業、PCO、旅行社等潛在國外業者（buyers）參加，透過與臺灣業者面對面交流洽談，促成該等業者來臺辦理會議暨獎勵旅遊活動。

## 貳、辦理情形

### 一、參加 ICCA 會員大會及亞太分會會議

ICCA 成立於 1963 年，總部位於荷蘭阿姆斯特丹，是目前全球規模最大之會議產業組織，會員數達 1,136 名，來自全球 100 個國家/地區。我國包括經濟部國際貿易局在內，共有交通部觀光局、臺北市政府觀傳局、高雄市政府經發局、臺中市政府經發局、中華民國對外貿易發展協會(外貿協會)、高雄展覽館、集思會展事業群、滿力國際股份有限公司、威立顧問股份有限公司、漢肯事業股份有限公司、臺灣經濟研究院、晶華酒店及遠東香格里拉飯店等 14 個單位為 ICCA 會員。

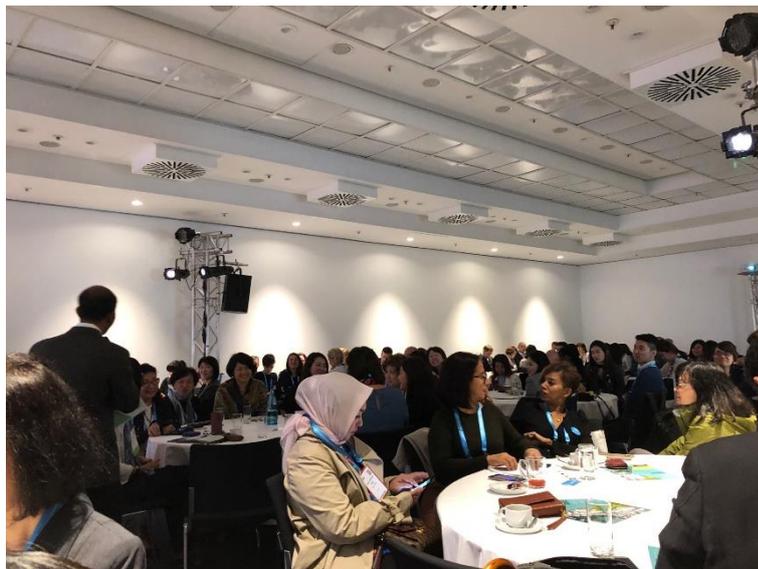
ICCA 為提供會員更多交流平台，每年利用 IMEX 展期間辦理會員大會及地區別分會會議，也舉辦各式教育課程及研討會，提升會員參加 IMEX 展的效益，並藉此與 IMEX 展主辦單位相互拉抬。經濟部國際貿易局為掌握最新會議產業資訊並與各國會員代表交流，此次也參加 107 年 5 月 14 日在 IMEX 的 ICCA 會員大會及亞太分會會議。



▲ ICCA 每年在 IMEX 展期間辦理會員大會及地區分會會議。

ICCA 亞太分會會議由亞太區主席葉泰民主持，會議例行就亞太分會會員數量、財務狀況、即將辦理活動等會務進行介紹，另以「2020年 ICCA 年會在高雄」為主題，邀請會員以分組討論形式，就如何藉由「2020年 ICCA 年會」契機促進亞太地區會員及會務發展助益，進行腦力激盪。與會者主要建議包括：

- (一)藉由此次籌劃及舉辦 ICCA 2020 年年會，扶植亞太地區會議產業專業人才。
- (二)邀請國際組織代表參加年會，可以促進商機交流。
- (三)可在會議議程中結合企業社會責任(CSR)活動，用以協助亞太地區之弱勢族群。



▲於 IMEX 展期中舉辦的 ICCA 亞太分會會議，採分組討論形式，就「2020年 ICCA 年會在高雄」帶來的契機進行腦力激盪。

ICCA 全體會員大會由 ICCA 主席 Nina Freysen-Pretorius 發表演說展開序幕，她表示任期將於今年在杜拜舉行的年會結束，於是提醒大家待完成的工作及面臨的挑戰。Nina 指出不可預測的變化是目前面臨最大挑戰之一，而根據對參與 2017 年世界經濟論壇調查的千禧

一代的調查結果，這些年輕人認為氣候變化及自然的破壞是影響當今世界的最嚴重問題，占比 48.8%，其他受關注的前十大問題分別是：缺乏經濟機會和就業（12.1%）、安全/保障/福利（14.1%），缺乏教育（15.9%）、食品和水安全（18.2%）、政府問責制和透明度/腐敗（22.7%）、宗教衝突（23.9%）、貧困（29.2%）、收入或歧視造成的不平等（30.8%）、大規模衝突/戰爭（38.9%）。然而世界上 50%的人口年齡在 30 歲以下，他們的聲音很強，但決策者卻沒有聽取他們的意見，因此 Nina 鼓勵會員應積極地成為推動者和關鍵角色，在很小的方面做出改變並改善世界，此外 ICCA 除了進行更大的宣傳，也必須和政府之間建立一座橋樑。



▲ ICCA 主席 Nina Freysen-Pretorius 於 ICCA 全體會議上發表演說。

ICCA 執行長 Martin Sirk 則表示，ICCA 將廣邀國際組織代表加入，透過 ICCA 會員各項交流平台，強化國際組織等會議活動主辦單位與 PCO、場館、運輸業等目的地及供應鏈之關係，為全球會議產業建構更完整的生態系，帶動全球會議產業發展升級。



▲ICCA 執行長 Martin Sirk 歡迎國際組織成為 ICCA 會員。

## 二、參加 IMEX 展

### (一) 展覽規模

IMEX 是目前全球最具規模之會議暨獎勵旅遊展，由英國 Regent 展覽公司所主辦。第 16 屆 IMEX 於 2018 年 5 月 15 日至 17 日在德國法蘭克福展覽中心（Messe Frankfurt）第 8 展館舉辦，計有超過 160 個國家、逾 3,500 家廠商參展，三天展期總計吸引來自 88 個國家共 3,886 名買主觀展，及來自 98 個國家共 4,942 參觀者到場，連同參展商合併，超過 14,500 位全球人士參與此盛會，促成 68,500 場次的團體買主簡報及個別買主洽談。

依據主辦單位展後分析報告，本次展覽依參展國家或參展類型的攤位面積進行比較，前五大分別為歐洲地區 46.8%、飯店 12.5%、亞太地區 9.9%、中東及非洲地區 9.2%及拉丁美洲 5.6%。與我國同樣組團參展的國家，包括日本、韓國、香港、澳門、菲律賓、新加坡、馬來西亞、泰國及印尼等。

## (二) 我國參展情形

經濟部國際貿易局為協助我國會展業者爭取更多商機，並推昇臺灣會展環境的知名度，自 2015 年起，每年透過會展計畫(MEET TAIWAN)，整合中央與地方政府資源，共同徵集會展相關業者赴德國法蘭克福參加 IMEX 展覽，集結會展、觀光、住宿、交通及服務等相關領域之力量及資源，以「臺灣館」聯合展出，除了擴大參展聲勢，展現臺灣團隊整體形象，並提供國外買主及參觀者一站式的服務（One Stop Solution），有利於其快速獲得來臺辦理會議與獎勵旅遊所需之資訊與資源。

### 1. 參加業者及政府單位：

共徵集國內 16 家專業會議籌辦公司、展覽籌辦公司、活動籌辦公司、科技服務公司、會展場館、飯店及航空公司參展，包括嘉登會展管理顧問有限公司、集思國際會議顧問有限公司、展盟國際股份有限公司、滿力國際股份有限公司、台灣中國旅行社、佳安旅行社、禾豐體驗行銷有限公司、威立會議顧問公司、兆安國際會議顧問公司、臺灣藝術股份有限公司、大倉久和飯店、福華飯店集團、臺北南港展覽館 2 館、智崴資訊科技股份有限公司、長榮航空公司及中華航空公司。



▲參加 IMEX 展臺灣館團員大合照。

## 2. 臺灣館攤位設計：

臺灣館位於展場 A180 攤位，在展場中靠邊牆位置，因此裝潢上採用三面對外之橫向設計，展出面積為 100 平方公尺，展攤設計以海洋意象元素為主題，攤位主背板以澎湖雙心石滬搭配高雄市政府推廣舉辦「ICCA 2020 年年會」之高雄港灣城市實景照片大幅呈現，並以貼有臺灣各地文化景色的照片牆，隔出團體簡報區。展攤前方以「服務台」形式，於攤位正面設置台灣參展業者的接待桌，即時回應國外業者洽詢，並針對需進一步詳細洽談之業者，提供以數張小型圓桌構成的公共洽談區進行商談。



▲ 臺灣館展攤以海洋意象呈現



▲ 展攤前方以服務台形式提供諮詢



▲ 以小圓桌提供彈性個別洽談區



▲ 團體簡報區

協助我國各城市發展會展產業是本局會展計畫 MEET TAIWAN 工作重點之一，因此 MEET TAIWAN 在 IMEX 服務台前設立「城市行銷專區」，協助基隆市、新北市、桃園市、新竹市、新竹縣、苗栗縣、臺中市、南投縣、嘉義縣、雲林縣、臺南市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣等 16 個無法參展之縣市，透過文宣品的展示進行會展環境及地方特色活動的宣傳，且本局 MEET TAIWAN 的服務台與交通部觀光局的服務台比鄰相連，具互相推介案源及進一步解說之加成效果。



▲ MEET TAIWAN 協助我國地方政府進行城市行銷

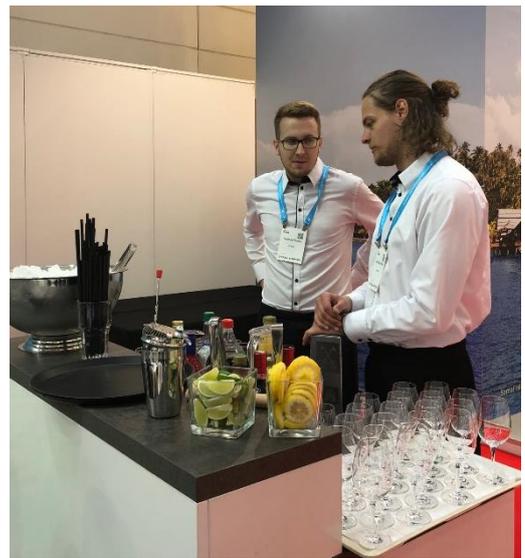
### 3. 公關及表演活動：

本局 MEET TAIWAN 及交通部觀光局於展期間輪流辦理公關表演活動，透過視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺的五感體驗行銷方式，積極吸引國外業者駐足體驗，有助於我方藉由掃描參觀證上的條碼，蒐集潛在買主資料。

#### (1) 國外業者及媒體招待會（Taiwan Happy Hour）

本次以「Taiwan Happy Hour」為主題，在展期地 2 天(5 月 17 日)中午舉辦招待會，提供國外業者及媒體餐飲美食，並現場製作含有果乾、巧克力餅乾的創意臺灣特色點心「車輪

餅」，讓國外業者及媒體體驗臺灣在地文化，總計吸引 30 餘位國際知名會展媒體、國際組織、PCO 及旅行業者參加，也成功吸引大會媒體前來拍攝採訪。臺灣館業者把握高人氣機會，利用簡報讓參與的國外業者及媒體瞭解臺灣會展設施與環境，也宣傳我國會議及獎勵旅遊服務與補助方案。



▲ 國外業者及媒體招待會備有美味餐飲，招待前來與會的買主



▲ 國外業者及媒體招待會匯聚高人氣

## (2) 虛擬實境（Virtual Reality, VR）體驗

當前許多會展引入科技元素，本次本局 MEET TAIWAN 也推出 VR 體驗活動，製作結合臺灣美景、美食、多元文化與人情味的影片，以原住民、單車騎士、廚師及臺灣黑熊等具臺灣代表性的角色為主角，熱情的帶領觀看者透過影片認識臺灣主要會展設施及獎勵旅遊特色景點，並擺出「High Five」的擊掌動作。由於該影片應用 VR 技術，讓觀看者彷彿身歷其境，受到國外業者一致好評。為了將「High Five Taiwan」概念由虛擬延伸至實體，VR 影片的兩位解說員分別在國外業者取下 VR 裝置時與其熱情擊掌喊出 High Five，加深其對臺灣會展環境、科技優勢及熱情好客之印象，並邀請國外業者手持拍照框與展場擺設之主題易拉展合影，上傳至個人 Facebook 或 Instagram 等社群網路進行分享，達到行銷活動宣傳擴散的效應，加強「High Five Taiwan」活動社群網路曝光度。



▲「High Five Taiwan」虛擬實境影片，讓體驗的國外買主讚不絕口



▲國外買主熱情響應拍照上傳社群網路的活動，達到行銷宣傳效果

### (3) 創意車輪餅

車輪餅是臺灣的特色小吃，此次邀請國內知名創意車輪餅業者，自臺灣運來烤餅機，並考量國外人士容易接受的內餡口感及口味，選用 OREO 巧克力餅乾及果乾等製作內餡，每日上午及下午各進行一場次現場表演製作創意車輪餅，並於車輪餅表面烙印臺灣代表圖樣，讓買主聞香而至，絡繹不絕駐足臺灣館品嚐，也好奇地拍下製作過程，對臺灣美食文化留下深刻印象，而 MEET TAIWAN 也藉由掃描參觀證的條碼，蒐集前來體驗的買主資訊。





▲以創意車輪並將味覺、嗅覺及視覺連結，加深國外業者對臺灣的印象

#### (4) 團體簡報 (Group Appointment)

參與團體簡報之國外業者是由相同性質或同一國家業者所組成，由 IMEX 主辦單位媒合該團體有興趣之目的地並安排時間段聽取簡報。本次「臺灣館」共辦理 7 場次團體簡報，共計接待來自俄羅斯、土耳其、義大利、美國 與德國等共約 90 位國外業者，由我方向國外業者介紹臺灣整體觀光及會展環境，也介紹每家臺灣參展廠商服務重點與精華。團體簡報後發送臺灣會展文宣禮贈品、中央與地方補助資料等，並於簡報後邀請與會國外業者與我國參展業者交流洽談。團體洽談簡報時程如下表。

團體洽談簡報列表

日期	時間	團體/國家別	買主數
2018 年 5 月 15 日	11:30-12:00	HelmsBriscoe International/ 英國	12
	14:30-15:00	Accor Hospitality Germany GmbH/ 德國	18
2018 年 5 月 16 日	11:30-12:00	Liberty International - South America/美國	12
	14:30-15:00	Hilton Turkey/ 土耳其	13
2018 年 5 月 17 日	12:00-12:30	Marriott Russia ( St Petersburg ) /俄羅斯	11
	12:30-13:00	ROOTS Mice Platform, S.L./西班牙	6
	13:00-13:30	The Collection/巴西	11

(5) 個別預約洽談

IMEX 展主辦單位為了協助參展者及買主更精確掌握商機，設立了線上預約機制（Pre-Scheduled Appointment，簡稱 PSA），提供參展業者及主辦單位付費邀請之國外業者（Hosted Buyers）先於系統填列基本資料，並於展前開放雙向邀請洽談及媒合。本次與臺灣館團員預約洽談之國外業者計 285 位，MEET TAIWAN 人員會向洽談之國外業者及國際組織代表詳細介紹臺灣會展環境軟硬體及可提供之協助，如洽談者有具體需求，會即時轉介予臺灣業者，並持續連繫追蹤潛力案源，爭取來臺辦理。

本次開發的潛在案源計 11 案，已分別洽國內相應 NGO 競標意願並提供後續協助，或已轉介臺灣會產業者進一步接洽：

- i. 國際腎臟醫學會目前擬於亞洲區辦理「2022 年世界腎臟

- 醫學大會」(約 3,000 人)進行選址。
- ii. 國際防止兒童受虐組織目前就 2020 年於亞洲區辦理年會(約 1,500 人)進行選址。
  - iii. 國際報業協會目前就於 2021 年或 2022 年辦理世界報業大會(約 500 人)進行選址。
  - iv. 國際家族治療協會目前就 2020 年辦理年會(約 400 人)進行選址。
  - v. 國際神經行為科學學會目前就於亞洲區辦理 2020 年年會(約 300 人)進行選址。
  - vi. 國際電纜製造聯盟目前就於亞洲區辦理 2020 年年會(約 150 人)進行選址。
  - vii. 美國默沙東藥廠目前就 2018 或 2019 年赴亞洲國家辦理約 400 人之企業會議暨獎勵旅遊進行選址。
  - viii. 荷蘭 FCI 公司(Facilitating Open Account - Trade Finance)目前就 2019 年赴亞洲國家辦理約 100 人之企業會議獎勵旅遊進行選址。
  - ix. 瑞典 Oriflame 目前就 2020 年赴亞洲國家辦理約 800 人之企業會議獎勵旅遊進行選址。
  - x. 美國 Printronix 公司目前就 2020 年赴亞洲國家辦理約 200 人之企業會議獎勵旅遊進行選址。
  - xi. 中國平安保險公司目前就 2020 年赴亞洲國家辦理約 150 位高階管理人員之企業會議獎勵旅遊進行選址。

### 三、參加比利時布魯塞爾推廣說明會

為擴大海外參展推廣效益，本局會展計畫 MEET TAIWAN 團隊規劃帶領參加本次 IMEX 之業者至鄰近歐洲地點辦理我國會展及獎勵旅遊活動之推廣說明會。考量比利時布魯塞爾匯聚許多國際組織，因此選定布魯塞爾作為此行在歐洲的延伸推廣地點，且為了更精確邀請目標對象出席，MEET TAIWAN 團隊事先運用 ICCA 資料庫篩選出具潛力的國際組織及企業代表，再進一步邀請出席。

本次活動參與業者包括集思國際會議顧問公司、禾豐體驗行銷有限公司、滿力國際股份有限公司、福華大飯店、南港展覽館 2 館、中華航空公司比利時分公司，另亦成功邀請近 30 位國際組織、企業、旅行社及 PCO 代表，包含國際學術聯盟（International Academic Union）、國際教育協會（Education International）、歐洲自行車聯盟（European Cyclists' Federation）、生物多樣性標準協會（Biodiversity Information Standards）、Credit Insurance Group 金融保險公司、全球最大的會議選址公司 HelmsBriscoe 及比利時最主要的電信公司 Telenet 等潛在國外業者（buyers）代表出席，藉由我方業者事先掌握 MEET TAIWAN 團隊提供之潛在買主名單，再透過現場雙方面對面交流洽談，促成來臺辦理會議暨獎勵旅遊活動。

活動的進行由駐歐盟及比利時辦事處經濟組陳組長永章開場致詞，他提及比利時是臺灣在歐洲最大的貿易國之一，臺比之間有許多產業合作及科技研究合作，也都有包括公共自行車在內的便捷大眾運輸，而根據世界非政府組織協會統計，在比利時布魯塞爾超過 1000 個非政府組織據點，非常有活力的運作並與社會文化連結。陳組長強調在亞洲的臺灣擁有優美的自然環境、多元文化、完善的硬體設施及服務，是非常理想舉辦協會會議及活動的地點，邀請在座與會代表探索臺灣，將會感受臺灣人民的專業及熱情。

本局會展計畫 MEET TAIWAN 團隊藍主任淑琪則以 MEET TAIWAN 團隊提供的會展服務強化與會者對臺灣會展的印象，也生動的引述比利時尿尿小童在 2018 年 3 月換上了臺灣客家服裝，加強臺比之間的連結，並以臺灣及比利時皆熱愛美食，而臺灣的台北就擁有 20 家米其林星級餐廳做為結尾，鼓勵與會者未來能在台灣相遇。其後，即是由 MEET TAIWAN 團隊簡報臺灣會議及獎勵旅遊概況與特色，再由參團業者各進行 5 分鐘簡介後，經由簡報讓與會業者對於臺灣特色人文、休閒活動及會展環境有初步了解，再由業者及與會買主面對面洽談，有助對來臺辦理會議活動進一步交流討論，提升未來來臺辦理會議活動之意願。



▲臺灣會展參團業者與比利時潛力買主進行交流洽談

## 參、心得與建議

### 一、善用科技，將大幅提升展覽品質並推升會展產業發展

資訊科技的進步為人類的生活創造更多可能性，因此會展活動的科技化也成為會展產業發展的趨勢。IMEX 主辦單位透過資訊科技的運用與網際網路便利性，推展 IMEX 展覽智慧化，例如在展前採用線上報到系統，並在現場報到處設有多達 30 個現場報到櫃台，不但使報到快速便利，同時在入場時利用掃描報到證收集入場者資訊，可做為大數據使用，而參展廠商也可透過掃描到攤諮詢的買主或參觀者報到證，獲取潛在買主資訊，有利進一步聯絡洽商獲取更多商機。此外，展前的線上預約洽談，更加速會場上直接洽商與訂約，促進交易達成的便利性，而 IMEX 主辦單位也善用網際網路，在 IMEX 網站上詳盡介紹展場活動介紹、展場周邊資訊，方便來自世界各地的參展商與參觀者都循相關資訊。我國向以科技之島美稱為傲，然目前國內許多展覽仍出現買主及參觀者均須大排長龍等待報到的情形，應參考國際大型展覽運用智慧科技之作法，讓我國展覽跟上會展科技化的潮流。

### 二、展攤設計，應呈現國家整體形象及文化特色，並注重質感

IMEX 是全球最具指標性之會議暨獎勵旅遊展，也是各國爭取國際會展商機的重要平台，由於此展的主題重心是屬於服務業的會議暨獎勵旅遊，有別其他如機械、電子等製造業類別的專業展覽，各國或各城市莫不極力於展攤呈現文化特色或旅遊環境，透過整體形象的宣傳，吸引參觀者靠攤。本次亞洲地區包括韓國、日本、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、印度、香港、澳門等均組團參展，展攤設計個個別出心裁，甚至利用大型醒目吊點，展現氣勢並吸引目光，其中泰國展攤的吊點以懸吊泰

國傳統服布匹的方式呈現，優雅且醒目，搭配展場人員身著泰國傳統服飾，令人印象深刻。韓國館的吊點同樣以細緻的粉彩布料呈現，令人容易聯想到韓國傳統女仕服飾，搭配據韓國文化的展攤設計，強烈展現韓國文化特色，而韓國首都首爾也在韓國館旁單獨成立城市館，除了雙館互相拉抬氣勢，也顯現韓國在推廣 MICE 目的地之強大企圖心。



▲泰國館的布幔吊點美感極特色兼具。



▼韓國館以布幔吊點及古城剪影呈現文化特色



▲首爾館與相鄰的韓國館相互拉抬聲勢。



▼韓國館的團體簡報區開闊且具文化特色。

此外，香港的紅黑背板設計搭配 LCD 牆，呈現該城市的繁華多元；而墨西哥館則呈現了繽紛的墨西哥地方色調，讓人一看就想起近期熱門且以墨西哥文化為主的《可可夜總會》電影；荷蘭館的亮眼橘色及米飛兔，以及愛爾蘭館的草綠色及綿羊，遠遠就能讓人一眼認出這獨特的國家代表色及象徵物，這都是別出心裁的展攤設計，值得我國學習。



▲香港館以紅黑主色調搭配 LED 牆。



▲墨西哥館呈現強烈地方色調。



▲荷蘭館的亮橘色及米飛兔。



▲愛爾蘭館的草綠色及綿羊。

而我國本次展館的特色是以海洋文化為主，受限於攤位處於邊角且面積較小，使用空間較為受限，建議可增加吊點展示我國文化特色，且可改採開放式的接待檯設計，同時融入我國文化及旅遊環境特色，提升展攤布置品質，強化參觀者對臺灣館的

第一印象。

### 三、整合中央及地方資源，擴大臺灣館規模及參展效益

本屆 IMEX 展由本局、交通部觀光局及高雄市政府整合資源，共同籌設臺灣館，並徵集業者共同參展，惟因台北市政府本次未循例參展，本次展出規模較上屆減少 20 平方公尺、與日、韓、泰、馬來西亞、新加坡等其他亞洲國家館規模相比，臺灣館仍有成長空間。由於較大的展攤規模有助增加國外業者對於臺灣的認識，提升來臺辦理會議及獎勵旅遊的意願，為持續深耕歐洲會議暨獎勵旅遊市場，建議未來應持續整合我國中央及地方資源，擴大臺灣館規模，增加臺灣的國際能見度，甚至可學習韓國利用韓國館與首爾館相鄰互相拉抬聲勢之模式，於臺灣館旁另設置其他城市館，以展現我國中央及地方政府積極推動會展產業及爭取國際會議的強烈企圖心。

### 四、利用體驗互動式活動及臺灣美食，展現臺灣多元文化及創意

參加 IMEX 展的各個參展單位為吸引買主，均極力運用巧思及創意舉辦各式公關活動，期望加深參觀者之印象。例如，韓國館為參觀者客製化傳統韓國服飾造型的明信片，並提供韓式炸雞；泰國館提供 VR 體驗裝置；新加坡館則推出香氣逼人的泡麵及美食攻勢。本局會展計畫本次則利用 VR 體驗，讓國外業者透過影片，以視覺及聽覺感受臺灣之美，並以客製化車輪餅的，成功吸引國外業者駐足品嚐臺灣美味小吃，極受外國業者好評及推崇。有鑑於體驗式及資訊科技化的活動，已成為目前會展活動必備之元素，建議可持續蒐集新穎體驗活動作法，搭配臺灣進步的科技技術，以多元且具創意的方式呈現我國會展創意。

附錄：行程表

2018 年 IMEX 暨赴比利時布魯塞爾辦理會展推廣說明會行程表

日期	行程
5 月 12 日	華航 CI 061 班次前往德國法蘭克福
5 月 13 日	抵達德國法蘭克福
5 月 14 日	11：00 參加 ICCA 亞太分會會議
	13：00 參加 ICCA 會員大會
	14：00 攤位籌備
5 月 15 日	9：00 抵達展場，準備第 1 天展覽
	10：00 買主洽談及公關活動開始
	11：30 團體簡報洽談
	14：00 團體簡報洽談
	18：00 第 1 天展覽結束
5 月 16 日	9：00 抵達展場，準備第 2 天展覽
	10：00 買主洽談及公關活動開始
	11：30 團體簡報洽談
	12：00 國外業者及媒體招待會
	14：30 團體簡報洽談
	18：00 第 2 天展覽結束
5 月 17 日	9：00 抵達展場，準備第 3 天展覽
	10：00 買主洽談及公關活動開始
	12：00 團體簡報洽談
	12：30 團體簡報洽談
	13：00 團體簡報洽談
	15：30 第 3 天展覽結束，撤場
	17：00 搭乘巴士前往比利時布魯塞爾
	22：45 抵達比利時布魯塞爾
5 月 18 日	9：00 說明會準備作業
	10：30 團員說明會
	12：00 說明會開始
	15：00 搭乘巴士前往荷蘭阿姆斯特丹
	19：00 抵達阿姆斯特丹
5 月 19 日	8：20 前往阿姆斯特丹機場
5 月 20 日	6：00 抵達台北