

出國報告（出國類別：其他-國際展覽）

2018 泰國臺灣形象展 工作報告



服務機關：原住民族委員會

姓名職稱：陳玟霖專門委員

派赴國家：泰國曼谷

出國期間：107年8月29日至9月1日

報告日期：107年12月

目錄

壹、計畫緣起.....	3
貳、計畫目標.....	3
參、會展內容及造勢記者會.....	3
肆、泰國臺灣形象展實施過程.....	6
伍、泰國臺灣形象展成果效益及統計.....	25
陸、泰國臺灣形象展檢討與建議.....	25

壹、計畫緣起

泰國為東協經濟體第二名，泰國人與臺灣飲食習慣相近、再加上 105 年 8 月 1 日我國開辦泰國免簽證以來，泰國人來臺旅遊人數已成長 8 成，是臺灣觀光十分重視的市場。除了旅遊方面，泰國創意產業也十分發達，根據泰國官方資料指出，泰國創意經濟相關市場規模目前估計約達 400 億泰銖，相當於 12 億美元，泰國創業產業之未來發展潛力無窮。

本會為配合政府新南向政策，積極開拓國外市場，爰帶領原住民族文創及旅遊業者，參加中華民國對外貿易發展協會於本(107)年假泰國辦理之「2018 泰國臺灣形象展」，並以歷年扶植的「Ayoï」文創品牌及「Uhtan' eho mimimiyo」旅遊品牌作為本次參展之行銷重點，希冀透過會展之行銷，能進而建立我國原住民族與泰國間長期之新經貿夥伴關係。

貳、計畫目標

- 一、開拓新南向市場，建立臺灣與新南向國家長期的經貿產業網絡。
- 二、推展 B2B、B2C 雙重商業模式，強化原住民族國貿競爭力。
- 三、採取整合行銷策略，行銷原住民族文創及旅遊商品，創造產業經濟效益。

參、會展內容及造勢記者會

一、會展內容

(一)展覽時間:107 年 8 月 30 日、8 月 31 日、9 月 1 日。

(二)展覽地點:泰國曼谷國際貿易展覽中心

曼谷國際貿易展覽中心開幕於 1997 年，是曼谷市區的大型多功能展覽會場，30 多年來舉辦過無數場國際會議、國際貿易博覽會、世界大會等活動，以優質硬體建設與服務團隊成為亞洲知名的會展中心。

(三)臺灣形象展參展優勢

- 1、政府資源投入，展覽兼具 **B2B** 及 **B2C** 雙重效果
- 2、依據我國優勢產業及當地市場需求規劃展區
- 3、展覽週遭活動豐富多元，硬實力與軟實力兼具
- 4、以臺灣整體形象包裝，為當地國旗艦型的臺灣主題展會

二、造勢記者會

為擴大「2018看見·太陽」系列活動宣傳效益，於107年8月13日假高雄新左營車站舉辦「2018看見·太陽」會展暨系列活動造勢記者會，由本會伊萬·納威Iwan Nawi副主任委員、綜藝小天后LULU黃路梓茵(擔任部落小鷹2018年度好朋友)、部落小鷹、原住民族業者、貴賓及媒體記者一同揭開序幕。今(107)年下半年度將率領共20多位優秀的業者們參與8月30日至9月1日於泰國曼谷舉辦泰國台灣形象展，以及9月4日至7日的東京國際禮品展，年底更將參與台灣年度最大的ITF台北國際旅展等，並舉行各式特色行銷活動，於北中南東各地宣傳原鄉部落之美，以擴大「2018看見·太陽」會展系列活動宣傳效益，凸顯系列活動中各大亮點！

圖 1. 「2018 看見·太陽」會展暨系列活動造勢記者會活動照片



照片說明：本會伊萬·納威 Iwan Nawi 副主任委員親臨致詞

圖 2.部落小鷹 2018 年度好朋友—綜藝小天后 LULU 黃路梓茵活動照片



照片說明：綜藝小天后 LULU 黃路梓茵親臨記者會擔任年度好朋友

圖 3. 「2018 看見·太陽」會展暨系列活動造勢記者會活動照片

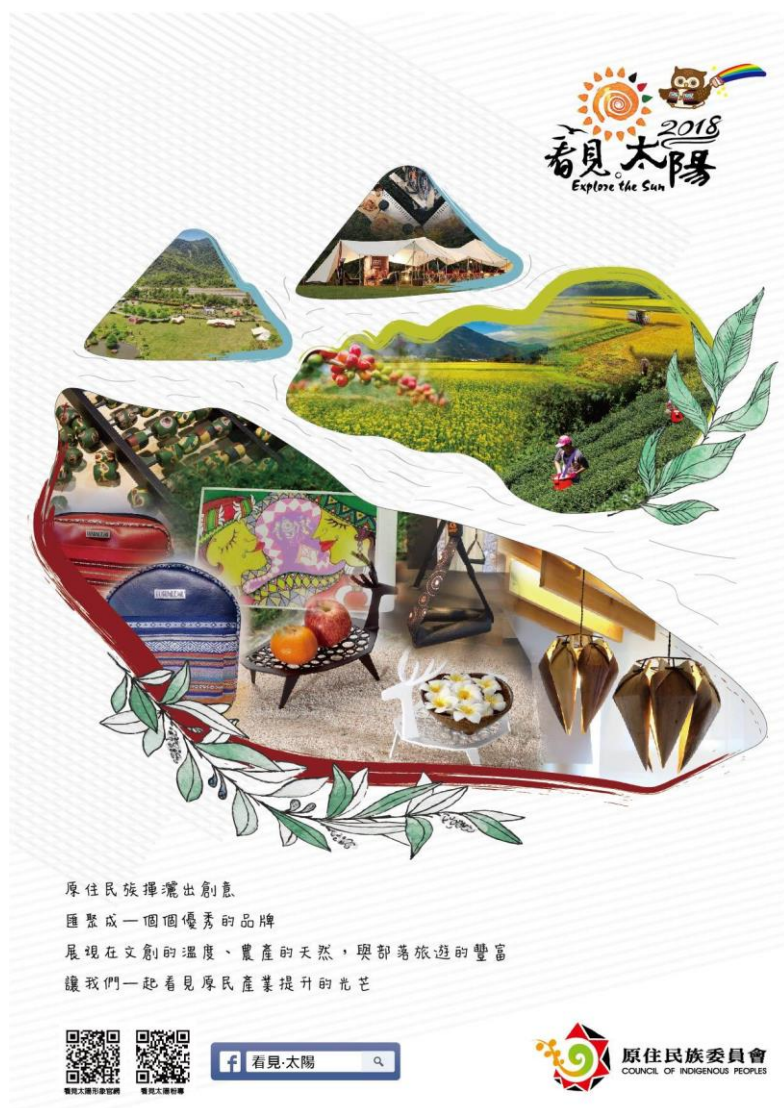


照片說明：本會伊萬·納威 Iwan Nawi 副主任委員(右 6)、綜藝小天后 LULU 黃路梓茵(左 5)、原住民族業者及貴賓，一同啟動 2018 會展暨系列活動。

肆、泰國臺灣形象展實施過程

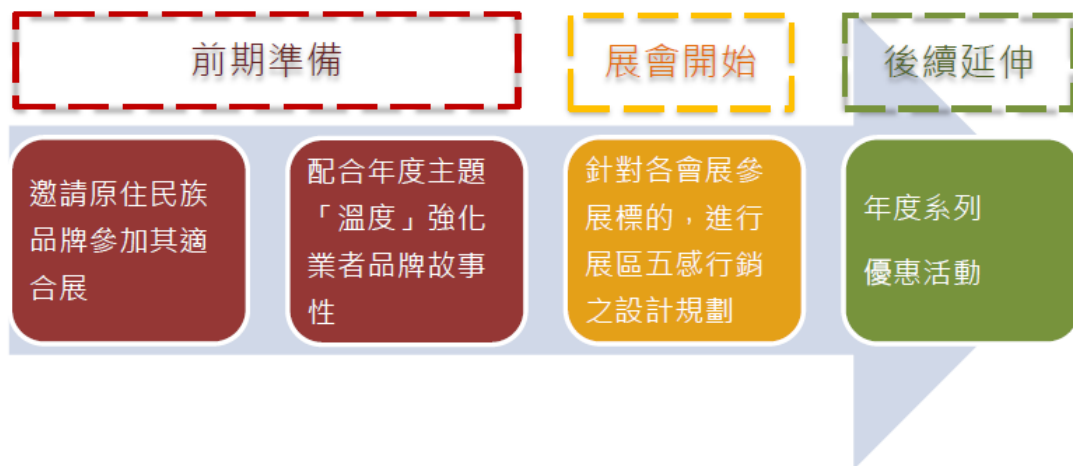
一、形象主視覺設計

形象視覺設計結合了文創、農特、旅遊等業者圖像，以部落形象組成整體意象，融合各式原民產業特點，搭配高掛天空的太陽，如同產業發展在國內外舞台上閃閃發光一般，揮灑出彩虹般的色彩。

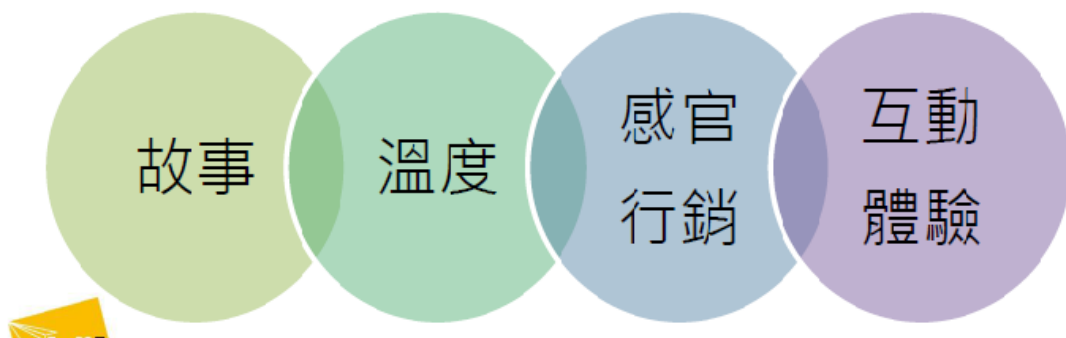


二、會展設計規劃

本計畫透過整合行銷，串聯臺灣原住民族品牌，挹注文化創意產業，不僅加強推廣業者及品牌背後的故事，更依照各個國家的風俗民情，設計不同的展場風格並且加入感官行銷之概念，建立一個兼顧部落經濟與產業展銷的媒合平臺，同時也達成在地品牌推廣效益。



融合年度會展主題「溫度」，並結合「感官行銷」、「互動體驗」進行展場設計，作為展區呈現之主軸，且搭配舞台宣傳時段加強吸引觀展人流，透過原住民族獨特的傳統文化活動、商品背後的故事及互動體驗、感官行銷等方式，傳達原住民族獨一無二的文化。



三、年度策展主題

延續去年建立的三大原住民族品牌館主題中之文化創意產業「Ayoï」、生態旅遊產業「uhtan' eho mimimiyo」，並依照展會特性搭配合適的品牌主題館，加深品牌形象。

- Ayoï 原住民族文創館設計概念：創意是生活的調味劑，將原住民族美麗傳統文化透過巧思重新演繹，以「手作的溫度」為主題，展現原住民族文創與創意設計點亮你我的生活。
- uhtan' eho mimimiyo 旅遊品牌館設計概念：以「尋訪部落淨土」為主題，將部

落旅遊的特色-自然生態 x 精緻工藝 x 歷史文化分區呈現，吸引不同旅遊愛好的客群，傳遞原住民族原鄉的美麗。



手作的溫度

用心靈剪影每一個原始意象，一道道原住民族的美麗色彩，將點亮你我的生活

居家生活x飾品配件x部落好禮

尋訪部落淨土

奔向土地的懷抱，是原鄉自在迷人的風景，讓我們拾起背包來趟

生態旅遊x美麗工藝x文化知性

四、展館設計概念

整體共有「舞台形象區」、「音樂聆聽區」、「品牌洽談區」、「大會服務台」、「多功能儲藏室」六大區域。期望透過原住民族獨特的傳統活動、商品背後的故事，傳達原住民族獨一無二的文化。

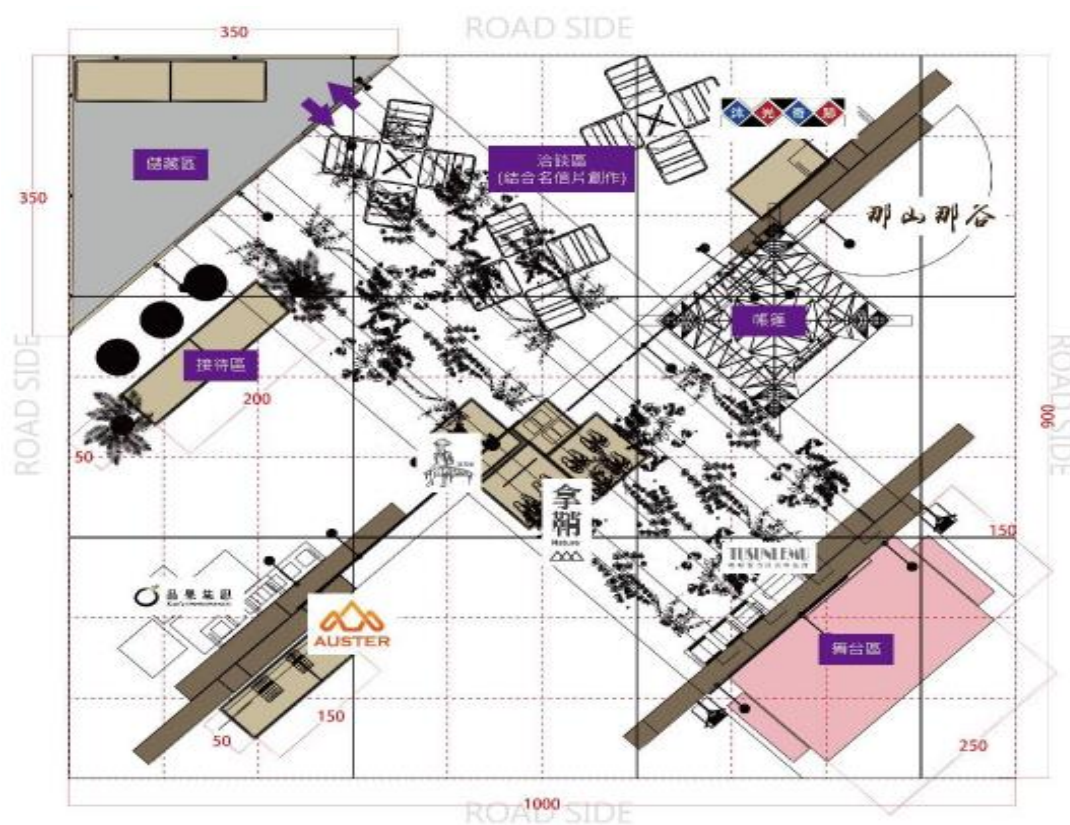


五、展區設計概念

為了強化此展會為形象展覽，因此以「臺灣原住民族館」設計整體展館，並強化情境氛圍營造，將整體展區化身為小型部落的體驗館。此外，本次參與「2018 泰國臺灣形象展」，考量到泰國人來臺旅遊人數漸增，以及文創產業蓬勃發展之原因，本次參展業者以旅遊及文創產業業者為主，並以形象為單位呈現整體展館意象。

為有效推廣原住民族豐富的產業，本次展覽攤位色系搭配，除了年度色系「綻放紅」、「萃鮮綠」、「舒活藍」以外，更搭配主視覺設計，以簡約的空間營造作為此次展會規劃。同時，展攤設計也結合溫度、感官行銷及體驗，透過業者及品牌背後的故事，使專業買主對於商品產生興趣，更利用大自然的香氛、原民的音樂，讓觀展者走進展攤猶如走進部落，最後更以體驗原民族文化之方式，使觀展者們能在展攤內體驗原住民族獨特的文化，與觀展者互動，增加其停留時間。

■展區平面配置圖

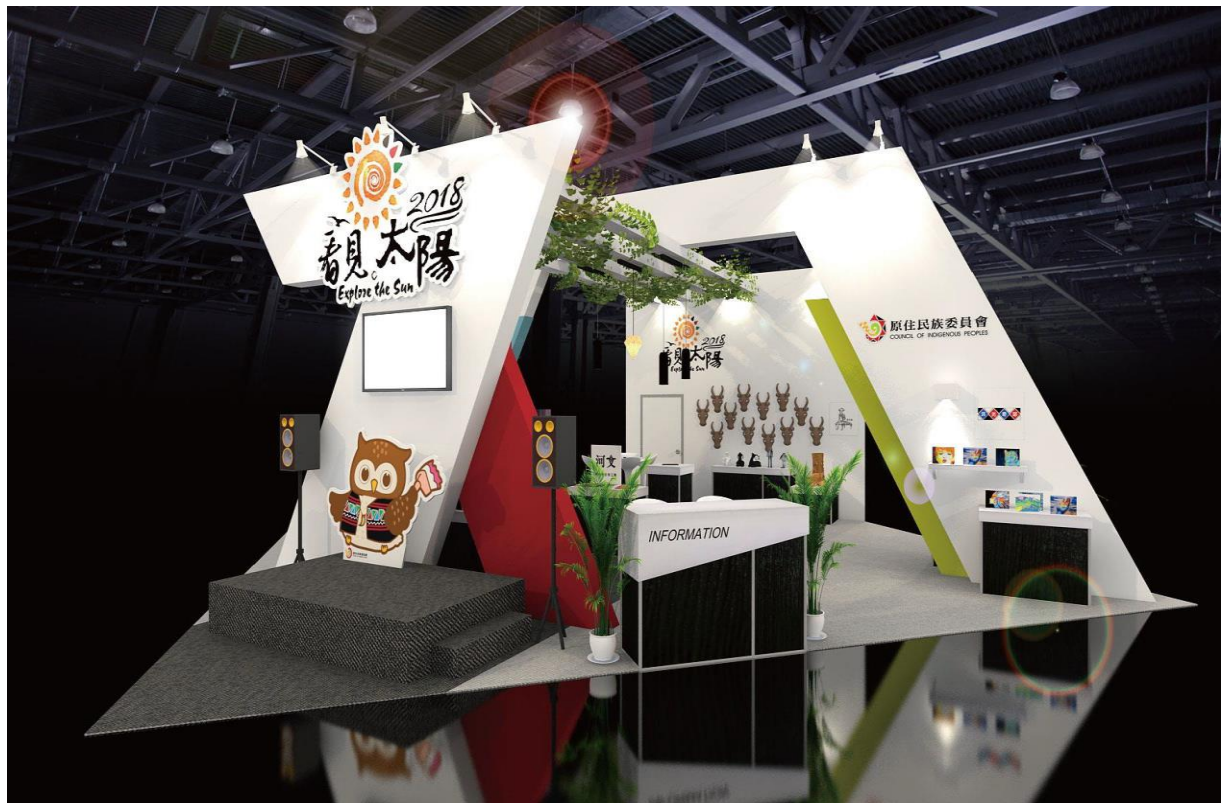


■展區立面圖

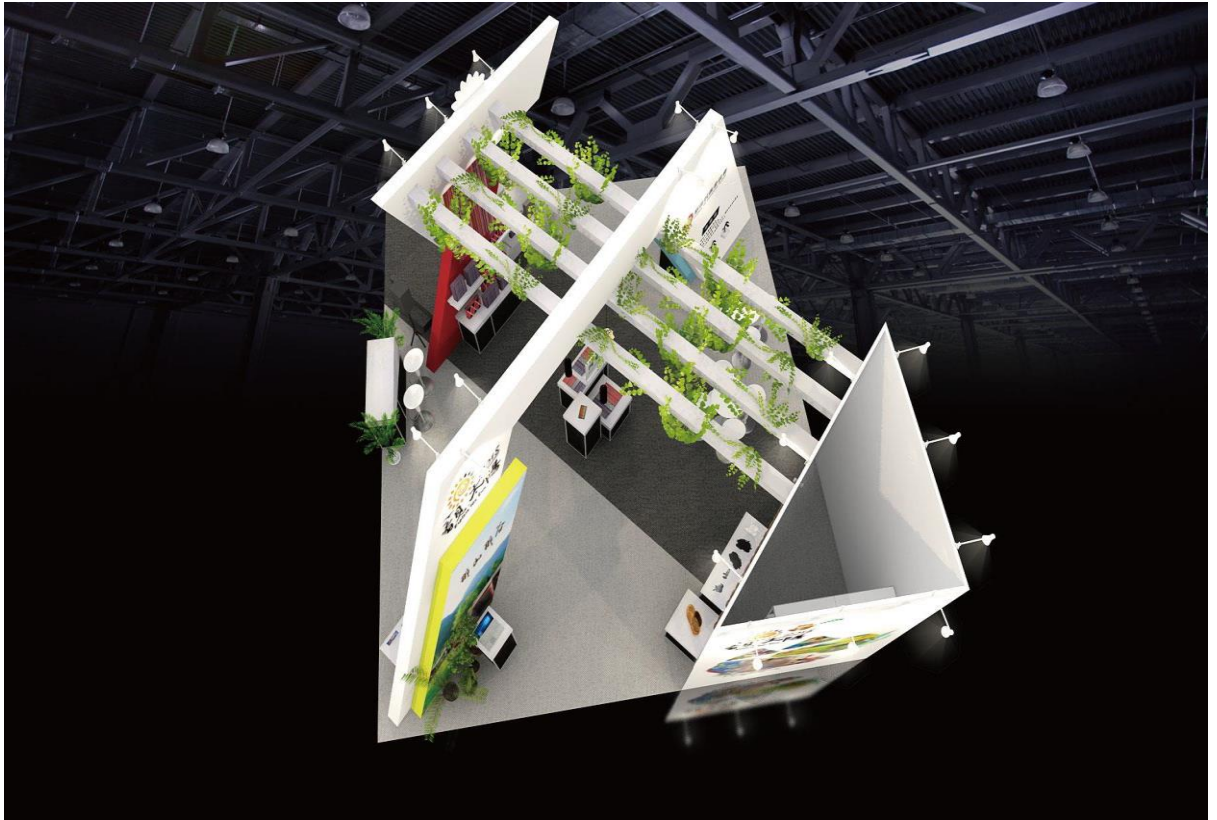


■展區設計圖

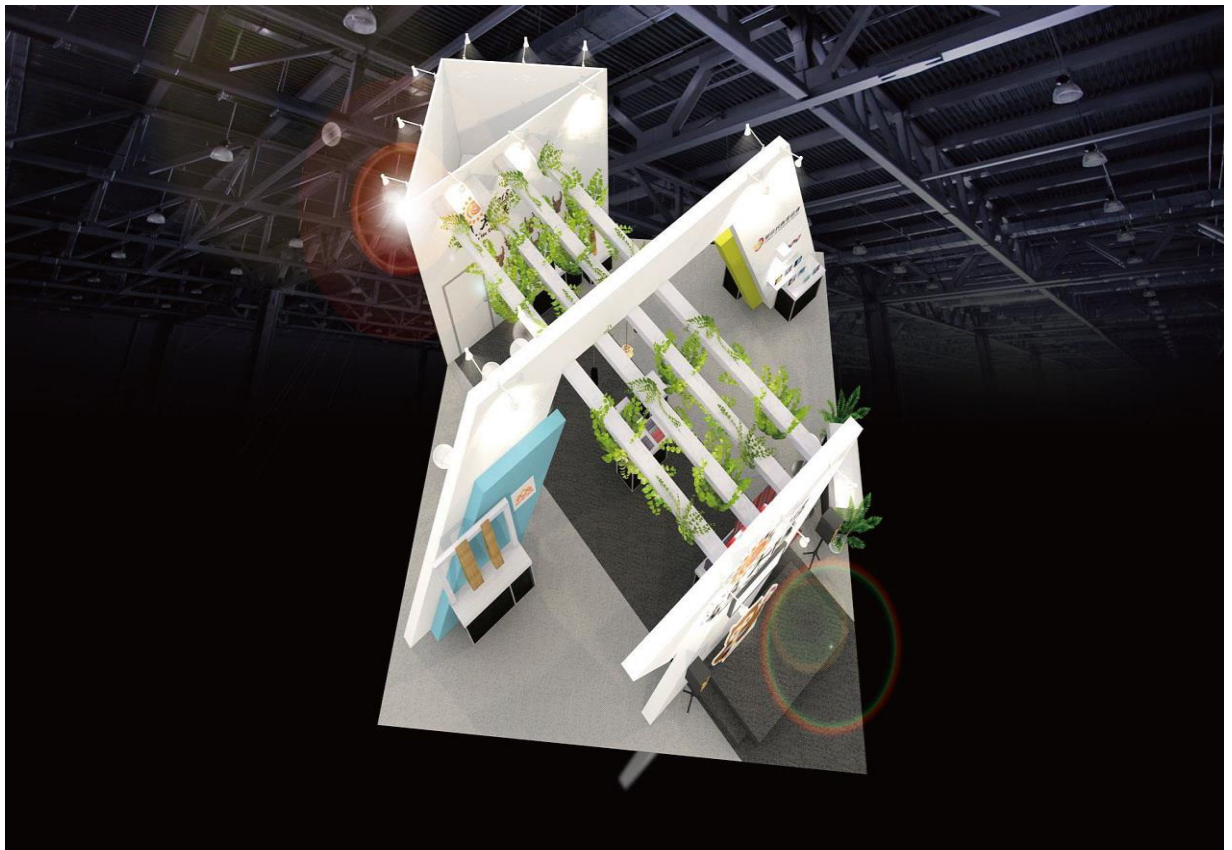
整體展場以大方、簡單的木工設計，搭配年度色彩計畫三原色規劃泰國形象展。



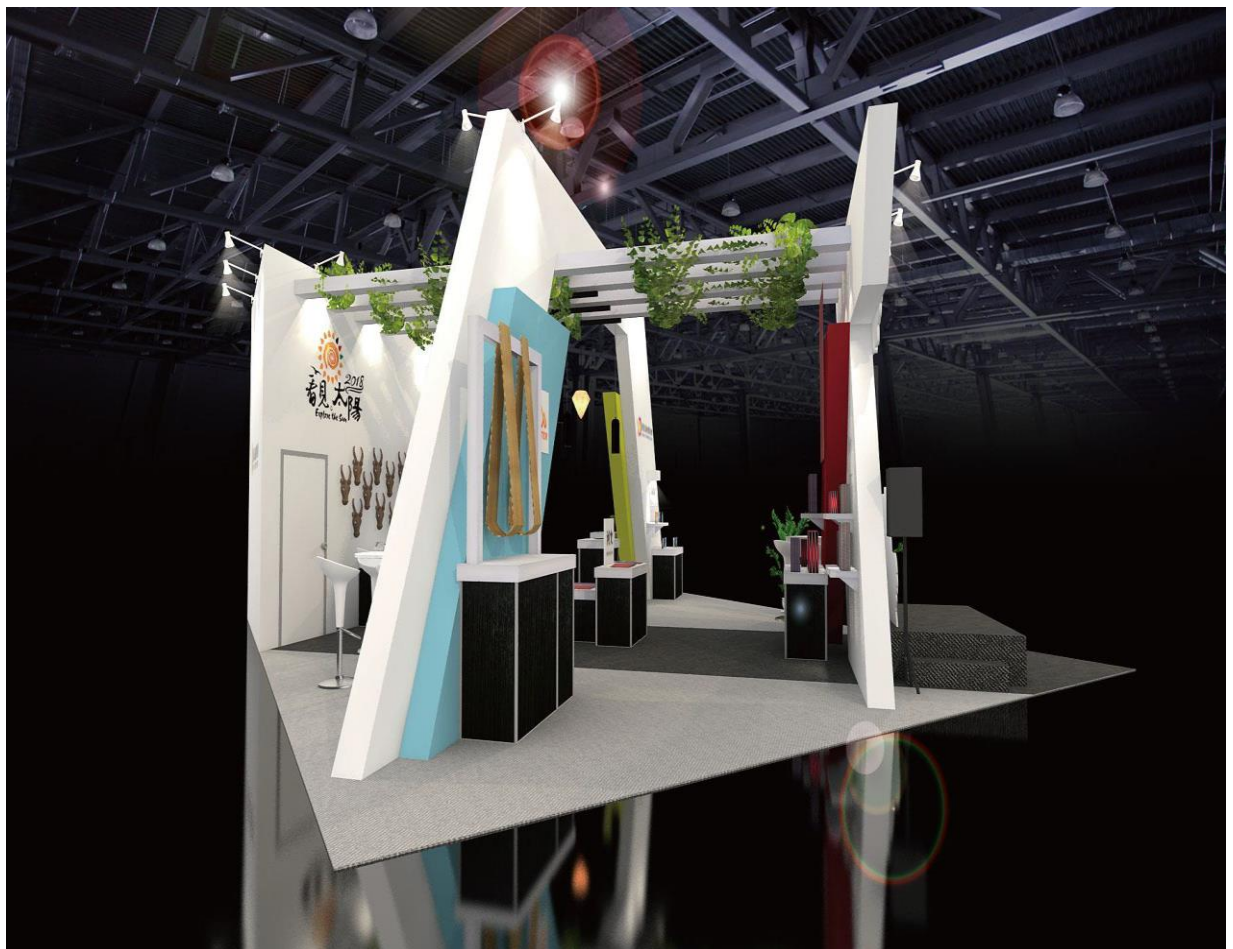
■展區俯視圖



■展區俯視圖



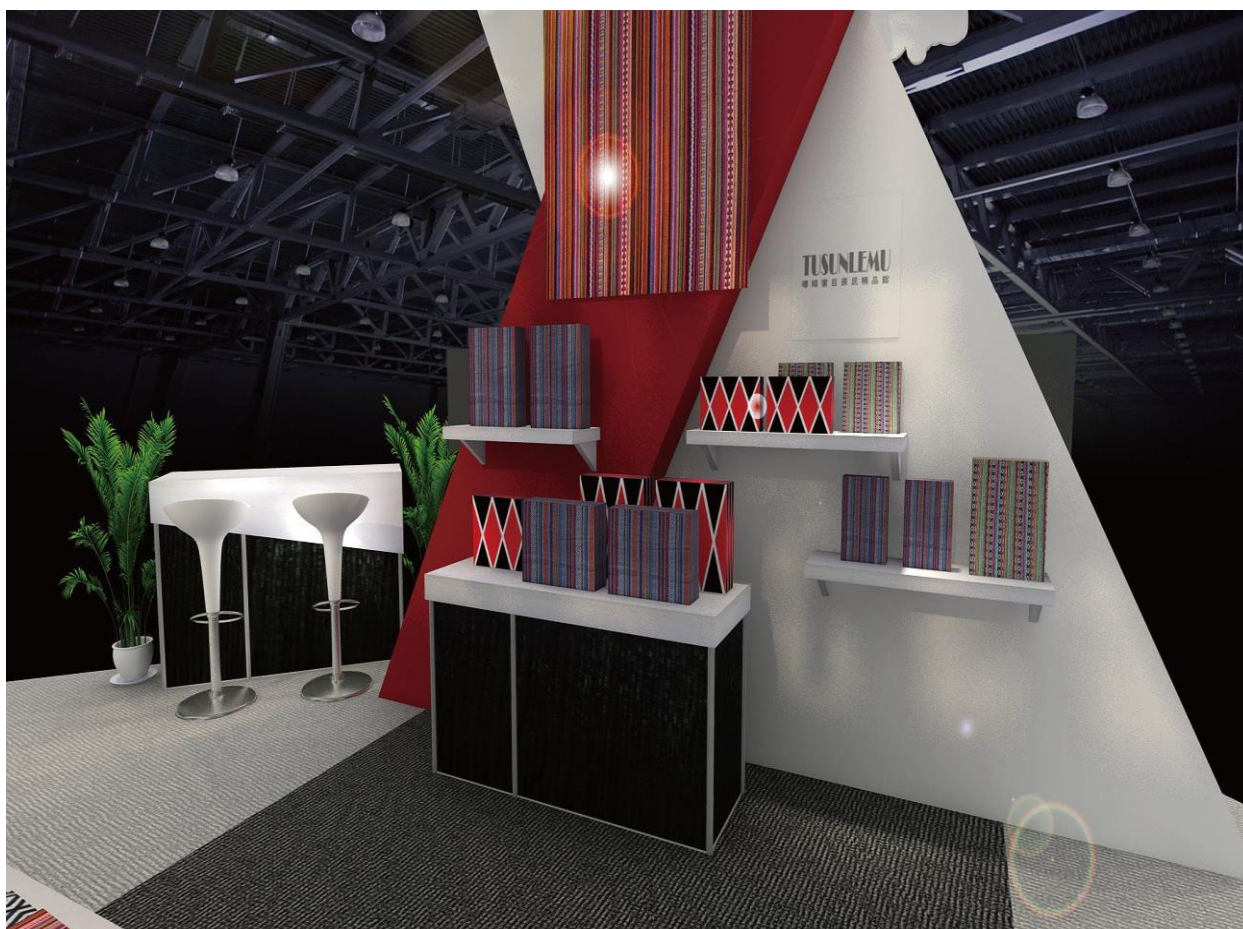
■ 展區側視圖



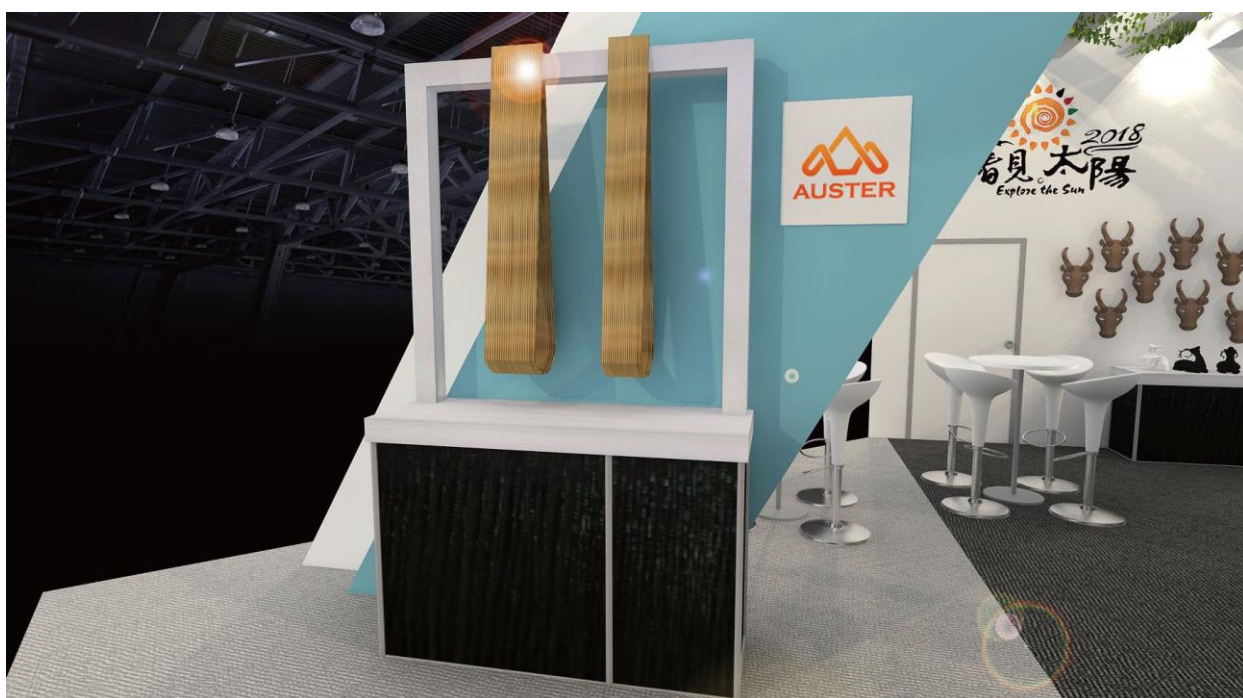
■ 舞台區



■業者形象區



■業者形象區



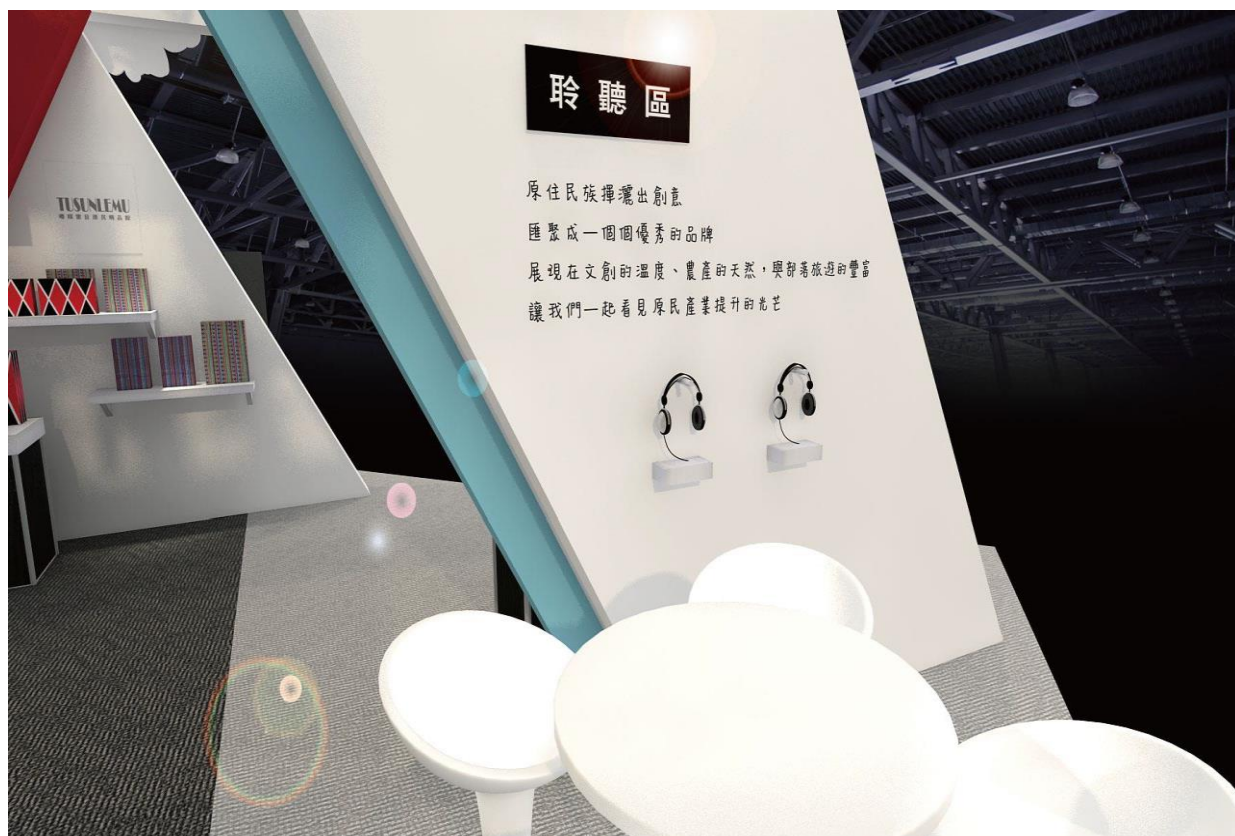
■業者形象區



■業者形象區



■ 音樂聆聽區



■ 儲藏區



六、會展活動流程及人力

(一)會展活動流程

為吸引民眾前往展區，規劃以下活動，增加展區的有趣性，提升民眾的滯留時間。



泰國臺灣形象展舞台活動流程表：(依活動現場及大會舞台調整演出時段)

展期舞台活動			
舞台活動	8/30 (四)	8/31 (五)	9/1 (六)
10:20-10:35	主持人集客， 主題說明小鷹魅力秀	主持人集客， 主題說明小鷹魅力秀	主持人集客， 主題說明小鷹魅力秀
11:00-11:15	展館首日開幕活動 部落小鷹魅力秀	部落小鷹魅力秀	部落小鷹魅力秀
12:00-12:15	原力舞動_表演舞團	原力舞動_表演團體	原力舞動_表演團體
13:00-13:15	原鄉產業推廣	原鄉產業推廣	原鄉產業推廣
14:00-14:15	原力舞動_表演舞團 ft.臺中 世界花博宣傳	原力舞動_表演團體	原力舞動_表演團體
15:00-15:15	原鄉產業推廣	原鄉產業推廣	原鄉產業推廣
16:00-16:15	原力舞動_表演舞團 ft.臺中 世界花博宣傳	原力舞動_表演團體	原力舞動_表演團體
17:00-17:15	部落小鷹魅力秀	部落小鷹魅力秀	部落小鷹魅力秀

(二)會展人員規劃

項目/日期	8/30-9/1 & 9/1-9/4
悅暉行銷公司(泰國展會增加外語主持人)	3位
翻譯人員	4位
親善大使(協助銷售)	2位
拍照攝影人員	1位
博塔納公司 展館駐點維護人員(含音控人員)	1位
東森媒體	3位
表演團體	4位
共計18位	

(三)會展參與人員展前教育訓練

- 展銷售人員：會展銷售人員教育訓練，針對品牌商品特色進行介紹



展會分區銷售

集結品牌商品特色與品牌故事，將訓練展會銷售人員針對各展區內商品介紹與銷售，透過分區管理結合引導銷售流程，將有助於館內消費品質。

- 翻譯人員：展會前針對翻譯人員教育訓練，提前熟悉各原住民族業者產品，以利於展會當下，針對國外專業人員進行翻譯介紹。

服務國外專業買家

需了解業者性質與品牌，以及商洽媒合之流程，分區協助業者與國外買家溝通，通過事前的訓練及溝通，熟悉業者及產品，服務外來買家。



■參展單位：透過簡報、電話聯繫參展單位，說明展會共同的目標與相關重要事項，並將分享商品空間之陳列技巧。



參展行前重要事項
於展前提供參展單位相關行前提醒事項，並提供相關人員之聯絡方式，與參展單位保持緊密的聯繫。

商品空間陳列術
邀影顧問將分享，如何運用展位空間，有效陳列品牌商品，提升品牌風格之氛圍營造。



七、年度會展特刊及創意贈禮設計

跳脫以往制式版面，以雜誌排版增加適讀性，並以原住民族吉祥物「部落小鷹」擔任說書人腳色，介紹業者產品為文宣增加溫度；並藉由品牌故事導引出品牌溫度及故事，並以中英文雙語介紹。

■ 封面封底設計：



目錄頁設計：

	
	<p>About "Taiwan Indigenous Craftworks Industry and Life Hall" 關於「原住民族產業生活館」 04</p> <p>Goosbe-El Ambassador-Brief Introduction to Little Owl from Tribes 關於大眼一窩窩小貓簡介 06</p> <p>Cultural and Creative Brand Ayoi 文創品牌·阿燻作Ayoi 08</p> <p>Ashan Studio 阿燻作 10</p> <p>Kao Wu Hsi-Ghin Original Art Design 凱威惠赫爾藝術設計 12</p> <p>Mu Geang Miracle Limited 沐光原奇蹟有限公司 14</p> <p>Original Good Things 原道良品 16</p> <p>Tribal Traveling Brand Uhtane Ho 部落旅行品牌Uhtane Ho 22</p> <p>Ahng Tongn Ecological Education Park 藍溪部落 生態教育園 24</p> <p>Ahshan Travel 臺灣阿里山 26</p>

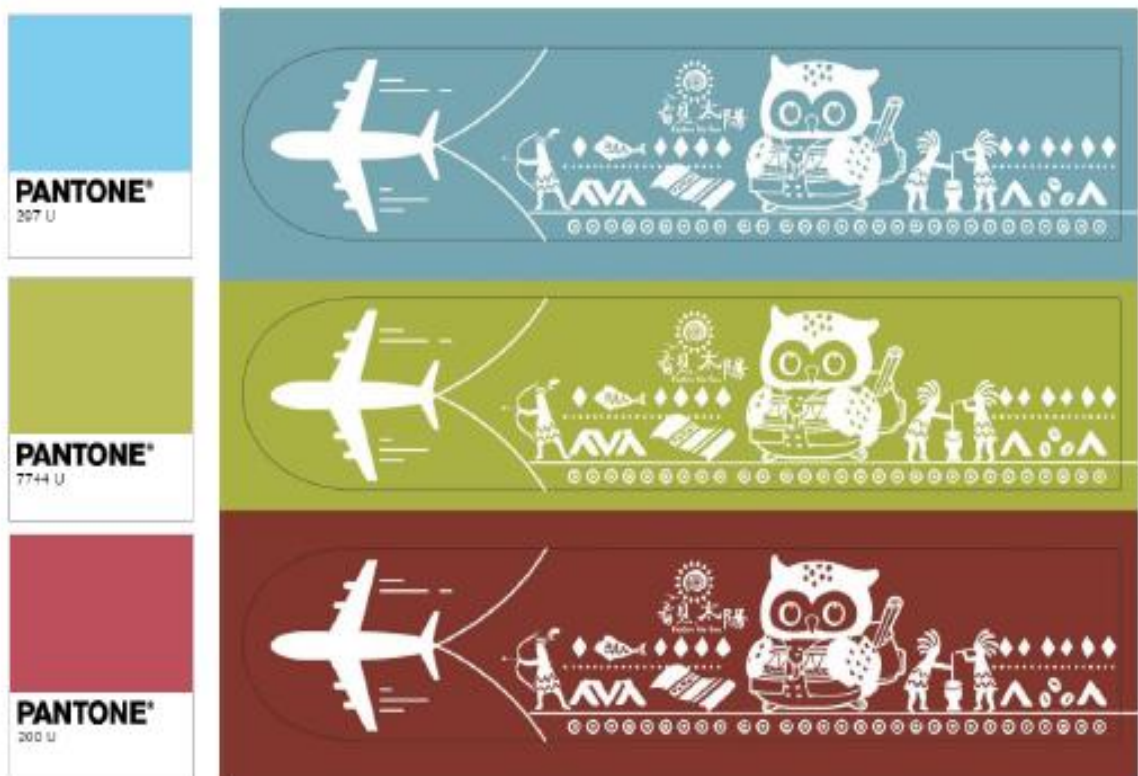
品牌介紹設計：

	 <p>Cultural and Creative Brand Ayoi</p> <p>From the ever-growing diverse ethnic groups, "Ayoi" and "Ayoi Studio" is the brand language. It's a language that bridges different cultures, and it's an interactive platform to introduce the culture, arts, and creativity of Taiwan to the global market. Just enjoying your daily life, we offer you "Ayoi Studio" to let you see the original crafts, see your life and create more, and explore more life.</p> <p>文創品牌·阿燻作Ayoi</p> <p>「Ayoi」與「Ayoi Studio」是品牌語言。它是不同文化間架橋的語言，也是互動的平台，讓您可以將台灣的文化、藝術、創意介紹給全球市場。除了享受您的日常生活，我們提供您「Ayoi Studio」讓您看見原來的工藝，看見您的生活，創造更多生活。</p> 
	 <p>Tribal Traveling Brand Uhtane Ho</p> <p>Uhtane Ho Mimi Moyo is a brand language that bridges different cultures and introduces the culture, arts, and creativity of Taiwan to the global market. Just enjoying your daily life, we offer you "Uhtane Ho Mimi Moyo" to let you see the original crafts, see your life and create more, and explore more life.</p> <p>部落旅行品牌Uhtane Ho</p> <p>Uhtane Ho Mimi Moyo 是品牌語言。它是不同文化間架橋的語言，也是互動的平台，讓您可以將台灣的文化、藝術、創意介紹給全球市場。除了享受您的日常生活，我們提供您「Uhtane Ho Mimi Moyo」讓您看見原來的工藝，看見您的生活，創造更多生活。</p> 

■ 內頁設計：



■ 部落小鷹創意禮品設計：行李束帶 製作10000份 共3色



八、媒體露出：實際露出共計 319 次

項目	媒體	刊登時間	主題
網路	中央社	8/10	「Ka^so'ay」呷所愛原住民族美食參展2018台灣美食展
網路	中央社	8/11	「跟著部落小鷹趣旅行」原民傳統舞蹈驚喜快閃台鐵新左營吹起原民風
網路	中央社	8/13	部落小鷹攜手年度好朋友綜藝小天后黃路梓茵 LULU 勇闖海內外市場推廣原住民族產業
網路	中央社	8/29	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊部落小鷹領隊至泰國參展再次踏足東南亞市場
網路	中央社	8/31	8/31 泰國台灣形象展開幕臺灣原住民族館展現原住民族文化底蘊
網路	中央社	9/4	Ayoi阿優依原住民族文創館進軍東京國際禮品展原鄉美學行銷國際
網路	中央社	9/5	8/31 泰國台灣形象展開幕臺灣原住民族館展現原住民族文化底蘊
網路	中央社	9/7	來去日月潭當「部落客」體驗原住民族文化魅力
網路	中央社	9/15	「跟著部落小鷹趣旅行」推廣原鄉部落之美臺中高鐵響起原民歌聲
電視	東森新聞	8/11 2400	部落貓頭鷹現身高鐵展宣傳原民部落美警
電視	東森新聞SNG	8/13 1500	原民會推動看見太陽系列活動高雄熱情登場
電視	東森新聞	8/13 2000	原民會舉辦「看見・太陽」行銷活動拓展海外市場
電視	民視	8/13 1900	原民會助各族群創業文創商品令人驚艷
電視	民視新聞	8/14 0800	原民會助各族群創業文創商品令人驚艷
電視	民視新聞	8/14 1100	原民會助各族群創業文創商品令人驚艷
電視	民視新聞	8/14 1600	原民會助各族群創業文創商品令人驚艷
電視	三立新聞	8/14 1300	“小茵遇小鷹” 泰雅族LULU推廣原民產業
電視	三立新聞	8/14 1900	“小茵遇小鷹” 泰雅族LULU推廣原民產業
電視	三立新聞	8/15 0900	“小茵遇小鷹” 泰雅族LULU推廣原民產業
電視	東森新聞	8/30 1900	原民會傳遞文創魅力台灣形象展曼谷登場
電視	東森新聞	8/31 0800	原民會傳遞文創魅力台灣形象展曼谷登場
電視	東森新聞	8/31 1300	原民會傳遞文創魅力台灣形象展曼谷登場
電視	東森財經新聞	8/31 1800	原民會傳遞文創魅力台灣形象展曼谷登場
電視	民視	9/3 1900	赴泰參加形象展原住民工藝站上國際舞台
電視	民視新聞	9/4 0800	赴泰參加形象展原住民工藝站上國際舞台
電視	民視新聞	9/4 1100	赴泰參加形象展原住民工藝站上國際舞台

項目	媒體	刊登時間	主題
電視	民視新聞	9/4 1600	赴泰參加形象展原住民工藝站上國際舞台
電視	東森新聞跑馬 (共18節36次)	9/1 1800-2500	泰國台灣形象展展現原民會精緻文化
電視	東森亞洲 新聞跑馬 0000-2459 (共24節216次)	8/30-9/1	8/30-9/1原民會參加泰國曼谷台灣形象展展現原 住民族精緻文化
網路新聞	民視新聞TY	8/14	原住民族青創者走入國際勇闖海內外市場
網路新聞	民視新聞粉絲團	8/14	原住民族青創者走入國際勇闖海內外市場
網路新聞	民視新聞YT	9/3	赴泰參加形象展原住民工藝站上國際舞台
網路新聞	東森新聞YT	8/30	圓民管傳遞文創魅力台灣形象展曼谷登場
網路新聞	聯合新聞網	8/11	近3米高部落小鷹現蹤高鐵站宣傳部落美景
網路新聞	Yamnews	8/11	「跟著部落小鷹趣旅行」原民傳統舞蹈驚喜快閃 台鐵新左營吹起原民風
網路新聞	蘋果即時	8/13	Lulu化身太陽的女兒推廣原住民文化
網路新聞	中時電子報	8/13	Lulu化身太陽的女兒和部落小鷹推原民產業
網路新聞	Yamnews	8/13	部落小鷹攜手年度好朋友綜藝小天后黃路梓茵 LULU 勇闖海內外市場推廣原住民族產業
網路新聞	Udn噓!新聞	8/13	Lulu推廣原民文化化身太陽之女
網路新聞	大紀元	8/14	藝人LULU攜手部落小鷹勇闖海內外行銷原民 產業
網路新聞	民視新聞官網	8/14	原住民族青創者走入國際勇闖海內外市場
網路新聞	Sina新浪網	8/14	部落小鷹攜手年度好朋友啟動2018看見·太陽
網路新聞	原民台	8/26	"看見.太陽"系列活動邀民赴高雄旅遊體驗
網路新聞	中央社	8/29	傳藝原民文化底蘊原民會率6業者赴泰參展
網路新聞	經濟日報	8/29	傳藝原民文化底蘊原民會率6業者赴泰參展
網路新聞	Yahoo奇摩	8/31	傳藝原民文化底蘊原民會率6業者赴泰參展
網路新聞	三立新聞網	8/30	臺灣原住民族館泰國參展傳遞原住民族文化底 蘊
網路新聞	蘋果即時	8/30	部落小鷹飛泰國台灣原住民族館登國際舞台
網路新聞	中央社	8/30	泰國台灣形象展臺灣原住民族館開幕
網路新聞	Hinet生活誌	8/30	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊部落小 鷹領隊至泰國參展再次踏足東南亞市場
網路新聞	Pchome	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊-部落小 鷹領隊前往泰國參展再次踏足東南亞市場

項目	媒體	刊登時間	主題
網路新聞	勁報	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊-部落小鷹領隊前往泰國參展再次踏足東南亞市場
網路新聞	Hinet生活誌	8/31	8/31泰國台灣形象展開幕臺灣原住民族館展現原住民族文化底蘊
網路新聞	Sina新浪網	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊-部落小鷹領隊前往泰國參展再次踏足東南亞市場
網路新聞	Yamnews	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊-部落小鷹領隊前往泰國參展再次踏足東南亞市場
網路新聞	大成報	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊-部落小鷹領隊前往泰國參展再次踏足東南亞市場
網路新聞	東森新聞雲	8/31	檳榔葉鞘吊燈、圖紋背包台灣原住民族文創小物進軍曼谷，泰國人也超愛
網路新聞	風傳媒	8/31	傳遞原民文化底蘊部落小鷹領隊前往泰國參展
網路新聞	鏡周刊	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊
網路新聞	鏡周刊	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊
網路新聞	中時電子報	8/31	部落小鷹領隊前往泰國參展再次踏足東南亞市場
網路新聞	東森姊妹雲	8/31	在阿美族隨處可見的檳榔葉鞘，可以用來入菜食用外，乾燥的葉鞘更能打造各種食器與工藝品，自然的色澤很美麗。
網路新聞	ETFASHION	8/31	檳榔葉鞘可以用來入菜食用外，乾燥的葉鞘更能打造各種食器，用它盛飯用餐，能吃到自然的香味也吃得飽足
網路新聞	台灣新聞報	8/31	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊
網路新聞	台灣英文新聞 TAIWANNEWS	8/31	泰國台灣形象展原住民攜手小鷹推廣台灣之美
網路新聞	NOWNEWS	9/3	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊
網路新聞	壹周刊	9/3	臺灣原住民族館傳遞原住民族文化底蘊
網路新聞	YAHOO奇摩	9/4	赴泰參加形象展原住民工藝站上國際舞台
網路新聞	YAHOO奇摩	9/4	原住民工藝站上國際舞台！原民會赴泰參加形象展

伍、泰國臺灣形象展成果效益及統計

一、參展單位展銷成果

本次會展總計有6家原住民族業者參展，三天之銷售額總計新臺幣159萬8,010元(現場銷售額新臺幣4萬8,010元、預計訂購單銷售額新臺幣155萬元以上)；本會展係為企業對消費者(B2C)與企業對企業(B2B)的商業模式，且我國首次於泰國展覽，故仍將持續關注泰國廠商與我國原住民族業者後續洽購及商業合作之情形。

二、會展問券分析

(一)樣本結構:

- 1、參加本次活動受訪者之公司產業類別以貿易商(23.9%) 居多，其次為製造商(22.1%)。
- 2、公司所在地區以曼谷(73.6%)居多，其餘地區占比皆低於 5%，另有 9.5% 公司所在地區為在「其他地區」。

(二)問券分析結果:

- 1、40.1%曾購買過臺灣原住民族文創商品，38.1%曾至臺灣原住民族部落進行旅遊。
- 2、94.4%喜歡「整體設計規劃」，89.5%對館內原住民族的「文創商品」有興趣，90.0%對「部落旅遊」有興趣。
- 3、本館內展售人員對於商品的解說，90.0%認為對「認識原住民族商品」有幫助，86.7%認為對「瞭解原住民族產業」有幫助。
- 4、未來有 63.9%的受訪者表示有意願購買原住民族商品，「產品品質」是吸引購買最主要關鍵。

陸、日本東京國際禮品展之檢討與建議

一、優點

- (一) 品牌傳遞: 「看見・太陽」品牌國際化，藉由海外會展將原住民族文創及旅遊產業品牌及形象，傳遞與泰國當地。

(二) 行銷串流: 透過線上與線下整合，加強產業連結，並藉由原住民族舞蹈及親善大使部落小鷹魅力秀，進而吸引眾人目光移至展區內欣賞業者商品。

(三) 文化傳達:

1、透過此次展會，強化各業者展出內容，讓泰國當地民眾深入了解不同類型之文創工藝與原住民族部落旅遊體驗內容。

2、展區規劃音樂聆聽區，透過音樂欣賞，強化大家對於原住民族的五感想像。

(四) 數位經營: 資訊同步 fb 及官方網站，供海外對商品及遊程有興趣者資訊查詢之平台。

二、建議

(一)參展前辦理原住民族業者國貿專業知能之教育訓練課程，並強化原住民族業者外語能力。

(二)原住民族業者之展示攤位應儘量規劃設計於人潮易於看見之地方，避免少數業者曝光度偏低，影響商業媒合之機會。

(三)先行盤點泰國發展文化创意產業及旅遊產業之發展現況，以利我國提供之原住民族文創及旅遊商品符合泰國業者之需求，擴展後續密切之經貿往來。

(四)持續配合新南向政策，擴展經營泰國市場，以建立我國原住民族與泰國間長期之新經貿夥伴關係。