

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：其他)

北美地區觀光宣傳推廣活動
出國報告書

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：鄭瑛惠 組長

派赴國家：美國

出國期間：107年9月25日至10月4日

報告日期：107年12月5日

北美地區觀光宣傳推廣活動

目 次

壹、目的	1
貳、過程	2
參、心得與建議	3
肆、附錄	5
一、 相關媒體報導	5
二、 活動照片	6

壹、目的

美國一直是臺灣經營長程線旅遊的重點客源市場，2017 年從美國到臺旅遊的人數超過 56 萬人次，較 2016 年成長 7.15%。根據美國國家旅遊辦公室(National Travel & Tourism Office)最新資料顯示，2016-2017 年美國民眾到海外旅遊最受歡迎的國家排名，臺灣、韓國與希臘併列第 26 名，緊迫在香港和泰國之後，差距不到 4 萬人次。

根據洛杉磯時報 2018 年 5 月 4 日最新報導，加州超越英國成為全球第五大經濟體，前 4 名分別為美國、中國、日本及德國。該州總人口數約 3,954 萬人(2017 年統計數字)，為美國人數最多且最富裕的州，南加州的人口數約有 2,380 萬人，占全加州人口總數 60.19%，其中約有 150 萬名菲律賓裔、120 萬名越裔、100 萬名韓裔及 80 萬名華裔等眾多亞裔人口，實具開發價值的重要客源市場。

又依據美國人口調查局最新統計資料顯示洛杉磯郡 2017 年人口已超過 1,016 萬人，自 2010 年起每年平均成長超過 3%，千禧世代占其人口 60%以上，擁有多元族裔特色，非主流人士占總人口近 50%。橘郡日報更指出洛杉磯郡及橘郡生產總額(GDP)已在 2017 年突破 1 兆美元，其市場消費潛力不容小覷。

今(2018)年美國新聞與世界報導(U.S. News & World Report)將聖地牙哥列為美國最宜居的前 30 名地區，除了高品質的生活環境外，其經濟也因坐擁美國西岸最大軍港而蓬勃發展。美國商務部資料顯示聖地牙哥地區 2016 年生產總額達 2,153 億美元，自 2008 年金融海嘯後穩定成長。其人均所得不僅在 2016 年首度超越 7 萬美元(平均所得 7.5 萬美元以上人口比例皆超過美國平均值)，今年失業率也創下 2000 年以來最低的 2.9%，聖地牙哥穩漸成長的消費力，加上中華航空自加州安大略機場直飛臺灣，聖地牙哥成為開拓新客源重要城市。

為了創造 2019 年美國來臺旅遊人次的新里程碑，本局駐美辦事處積極參與美國高品質的旅行社聯盟網絡(如 USTOA 和 Signature Travel Network)，開拓臺灣旅遊產品的銷售通路，運用創新行銷手法強化臺灣旅遊目的地的意象，與航空公司、旅行業者和媒體密切合作，中華航空、長榮航空及聯合航空自加州直飛臺北航班密集(每日 10 班)，以臺灣為亞洲中心點鏈結其他亞洲國家，營造氛圍，提昇臺灣旅遊產品的銷售機會，達到持續穩定增加美國民眾來臺旅遊的人次。

加拿大居民護照持有率高達 63%，出國旅遊相當頻繁而且是日常生活之一環。加拿大自 2009 年起，來台人次呈現穩定成長，2016 年來台人數達 106,197 人次，相較於 2015 年成長 17.13%，2017 年來台人數則達 117,687，成長率高達 10.82%，台灣已經成為加拿大至亞洲旅遊的主要目的地國家之一，也可見加拿大客源具有開發潛力。

貳、過程

本次赴美推廣活動自 9 月 25 日至 10 月 4 日以美國加州第 1 大城洛杉磯、第 2 大城聖地牙哥及加拿大西岸第 1 大城溫哥華為推廣重點，團員有自台灣出發的台灣中國旅行社，宏祥旅行社，金界旅行社，飛亞旅行社及楓樺台一渡假村，還有在地的中華航空，長榮航空及加拿大航空等業者代表參加，活動重點如下：

- 一、 辦理觀光推廣會：邀請媒體及業者聯合推廣「2019 小鎮漫遊年」，結合現代與傳統的文化表演，強化臺灣小鎮的獨特賣點。9 月 26 日聖地牙哥台灣觀光推廣活動及 9 月 28 日洛杉磯台灣觀光推廣活動，代表團及當地業者交流熱絡，聖地牙哥場合計 47 名業者，洛杉磯場合計 66 名業者及 11 名媒體記者參與，業者反應良好，成功促成臺美雙邊業者建置合作橋梁。10 月 2 日溫哥華台灣觀光推廣會，計有 74 名業者及數家當地媒體記者參與，並邀得駐溫哥華台北經濟文化辦事處陳剛毅處長蒞臨致詞歡迎加拿大民眾到台灣旅遊。
- 二、 拜會洛杉磯時報總部：洛杉磯時報為美國西岸第 1 大報業，本局駐洛杉磯辦事處過去屢次與該報合作共同推廣台灣觀光，皆見成效，此次利用北美推廣會機會，拜會該報社總部，討論運用該媒體平台整合行銷臺灣之可行性，並謀求更多的支持與協助。該媒體集團跨越平面媒體範疇的運作，已朝向串流媒體(Stream Media)發展，創造自有品牌的指標活動(如 The Taste、Food Bowl、Festival of Books 等)，由業務總監 Mr. Eric Ma 親自接待導覽參觀其攝影棚、播錄音室，介紹洛杉磯時報的歷史、優勢、讀者特性及如何運用該集團的媒體資源整合行銷臺灣。
- 三、 拜會駐溫哥華台北經濟文化辦事處陳處長，暢談台灣觀光行銷。處長學的是設計廣告與行銷，對於如何在加拿大推動台灣觀光旅遊，很有見地，建議本局可以採取名

人代言達人帶路的行銷方式，也主張應該以迎王船，大甲媽祖繞境等具傳統文化特色活動，在當地行銷，才能與其他國家的觀光特色區隔化，也更具自己的魅力。處長也將運用辦事處在地資源與地緣優勢，協助本局駐舊金山辦事處推動加拿大企業來台獎勵旅遊。

- 四、 與加拿大當地業者 Silk Holiday、Signet Tours、雄獅 旅行社及 Royal Scenic 等分別洽談，了解各家業者的客群屬性，產品包裝的特色，天數及種類，對台灣旅遊產品的期待與建議，並代表本局感謝業者過去及未來對台灣觀光之支持。加拿大業者普遍對台灣具有高度親善友好度，對於推動台灣旅遊產品也具有熱誠，讓我們對開拓加拿大市場更具信心。

參、心得與建議

- 一、 由於推廣團成員數目不多，而參加推廣會之駐地業者人數多達 40-60 人不等，造成台灣業者必須分配多次輪桌介紹自己產品，有的業者體力較吃力，也容易講到最後聲音沙啞，致有業者建議如果場地許可，可以採取其他彈性做法，減少推廣團員的負荷。然而業者輪桌自我介紹，可以加深國外買家的印象，引發包裝產品的興趣與意願，未來組團出發之前，宜事先與參團業者溝通預為心理建設，協助業者爭取商機，建立雙贏。
- 二、 與加拿大多家旅行業者分別洽談，發現當地業者非常用心經營固有客戶群，除了透過產品固定的高品質，維繫顧客的信心，提升持續回購率，同時不斷提供新產品的資訊，增加架上旅遊產品的新鮮度，維持競爭力，擴大商機。因為追求新鮮度，相對的也會不斷徵詢台灣有何新景點，新話題，新活動，新趣味。相對於未必年年都有的硬體新建設，新亮點的產生往往可以透過社群媒體的燃燒話題，或是創意加值來創造產生。這是我們未來應該努力的方向，也應該把每年挖掘或是創造新亮點，作為努力的方向。
- 三、 由於推廣團行程跨越周末，而美國業者周末不出席商務活動，既無法辦理推廣會，也無法拜訪業者，全團爰利用行程空檔，前往考察美國國家公園 Joshua Tree National

Park，現地觀察美國民眾參與戶外旅遊的習慣，以及美國國家公園的經營管理，反思應用到臺灣觀光推廣之可能性。美國國家公園係採收費制，年票 80 美元(可由 2 名成人分享，需搭配駕照作驗證)，就 Joshua Tree National Park 為例，每台自有小客車門票是 30 美元(1 週內可多次進出該國家公園)，每輛機車門票為 25 美元，若以徒步或騎單車入園者為每人門票 15 美元，大型遊覽車採以「車」計費每輛為 150 美元，門票收入用於保護生態及道路指標設施等修繕，進到國家公園內明顯感受到道路的平穩，指標明確，步道則現地取材，以自然工法維護，有助生態永續經營。

在每個國家公園都可以買到國家公園集章手冊，讓喜歡生態自然旅遊的旅客收集各個國家公園的章戳。這個集章手冊可以運用到本局國際風景區，利用集章贈獎或是抽獎的方式，刺激民眾走訪各個國家風景區，深入了解台灣各地的美與特殊地形地貌，引導民眾除了追隨一次型的網紅景點，更可走入各地深入了解台灣生態，體驗台灣生態之美好與獨特之處。

- 四、三場推廣會的業者屬性及素質略有不同，以聖地牙哥場來說，台灣對當地是新鮮產品，業者很感興趣，因此在推廣會上非常專注聆聽台灣觀光簡報，也很認真與台灣業者互動；在洛杉磯場則可見到經驗豐富的業者，專注度就不若聖地牙哥場，但是對於台灣的熟悉度與了解度相對高很多，在操作產品面，也因為熟悉而更具信心。
- 五、溫哥華場的推廣會，則可以看到加拿大業者的多元性，有香港裔，台裔，陸裔，及主流業者等，但都能掌握亞洲裔加拿大族群也能同時掌握加國主流客群。業者追求新產品，與台灣業者深入交談互動後，立即決定推出台灣業者的產品，是行動力相當強烈的市場，未來北美推廣會如果無法年年前往溫哥華，本局駐舊金山辦事處應該維持一定頻率前往辦理說明會或拜會業者，以維持加國業者對台灣產品的熱度。

肆、附錄

一、相關媒體報導

1. 東森美洲台，台灣代表團到訪北美 推「2019 小鎮漫遊年」，報導日期：2018 年 10 月 1 日，網址：<https://www.youtube.com/watch?v=ecWAvJMUgkA>
2. 鳳凰美洲台，台灣觀光代表團推廣 2019 小鎮漫遊年，報導日期：2018 年 10 月 2 日，網址：<https://www.youtube.com/watch?v=aHkTHDA6Fc8>
3. 天下衛視，台灣明年推動的觀光主題是「2019 小鎮漫遊年」，報導日期：2018 年 10 月 2 日，網址：<https://www.youtube.com/watch?v=tZ7TNsAVhG0>
4. 中央社，觀光局組團赴北美試水溫 行銷台灣小鎮風情，報導日期：2018 年 9 月 29 日，網址：<http://www.cna.com.tw/news/aopl/201809290029.aspx>
5. 台灣日報，台灣觀光代表團推廣 2019 小鎮漫遊年，報導日期：2018 年 9 月 29 日，網址：<http://www.taiwandaily.net/台灣觀光代表團推廣 2019 小鎮漫遊年/>
6. 星島日報，小鎮漫遊 用不一樣的視角認識台灣，報導日期：2018 年 9 月 29 日，網址：<https://www.singtaousa.com/la/453-南加新聞/1410144-小鎮漫遊+用不一樣的視角認識台灣/>
7. 大紀元，台灣小鎮故事多 風光明媚宜旅遊，報導日期：2018 年 9 月 29 日，網址：<http://www.epochtimes.com/gb/18/9/29/n10749877.htm>
8. 華人今日網/台灣時報，台灣旅行業者洛杉磯推廣「2019 小鎮漫遊年」，報導日期：2018 年 10 月 2 日，網址：<http://mobile.chinesedaily.com/plus/view.php?aid=317751>

二、活動照片



聖地牙哥場推廣會



聖地牙哥場結束後全體團員合影



洛杉磯機場接受媒體採訪



洛杉磯機場推廣會主持人進行台灣簡介



洛杉磯機場表演團隊演出博得掌聲



洛杉磯機場全體合影



溫哥華場推廣活動交易會台灣業者與加拿大業者洽談情形



溫哥華推廣洽談會後的表演及抽獎現場