

出國報告（出國類別：其他）

2023 年泰國春季旅展及觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：林信任 副局長

潘書涵 聘用管制員

派赴國家：泰國

出國期間：112 年 2 月 17 日-112 年 2 月 21 日

報告日期：112 年 5 月 19 日

摘要

泰國國際旅展(Thai International Travel Fair，簡稱 TITF)為當地規模最大、最重要的展銷合一型出境旅展。本(28)屆旅遊展於 2023 年 2 月 16 日(星期四)至 19 日(星期日)上午 10 時至晚上 8 時假 Queen Sirikit National Convention Center 舉行。本次旅展共計有 77 個單位共 282 個展攤參加，包括臺灣、日本、韓國、菲律賓、馬來西亞與香港等 6 個國家旅遊局參展，4 天展期推估有 20 萬人次參觀。

「臺灣館」是本屆泰國旅展最大的參展單位，臺灣代表團成員由本局林信任副局長與台灣觀光協會葉菊蘭會長共同率領包含臺中市、屏東縣等縣市政府、本局阿里山國家風景區管理處、嘉義縣、南投縣與臺中市等旅遊公(協)會、休閒農場、主題樂園、飯店、旅行社及伴手禮等 33 個單位觀光產業代表組成，共 76 人之觀光推廣代表團。另有，中華航空、長榮航空及星宇航空等由泰國分公司直接於當地參展，共同推動來臺廣告。

除參加泰國旅展並辦理臺灣觀光推廣會及交流晚宴外。此行特別安排拜會泰國觀光協會、泰國出境旅遊協會、泰國臺商會聯合總會、泰國臺灣會館及暹羅代天宮等，期於良好合作交流下增進臺泰雙方互訪人次，並提出未來赴泰國參加旅展、泰國市場行銷及臺灣景點優化。建議如下：

- 一、Location, Location, Location，最佳展館位置應持續維持。
- 二、表演團體配合後方大螢幕宣傳臺灣美景與文化，達雙重效果，應列為未來操作標準。
- 三、名人網紅外加提供購買誘因，有效刺激民眾購買來臺旅遊產品，增加來客數。
- 四、泰國臺商經營事業有成，交流合作鼓勵辦理來臺獎勵旅遊。
- 五、持續提供泰國民眾來臺免簽證，以旅遊便利性吸引來臺觀光。
- 六、他山之石一運用科技及巧思增加景點吸引力。

目次

壹、目的.....	3
貳、過程.....	4
參、心得與建議.....	9
附件、活動照片.....	11

壹、 目的

泰國為東協 10 國中僅次於印尼的第 2 大經濟體，根據國際貨幣組織(IMF)2022 年的資料顯示，泰國人均 GDP 約 7,644 美元，維持穩定的成長，且出境旅遊市場價值超過 3,000 億泰銖。2019 年泰國來臺旅客達 41 萬 3,926 人次，較 2018 年 32 萬 0,008 人次成長 29.35%，為東南亞地區成長率第 1 名之客源國。Covid-19 疫情影響，各國邊境封閉，我國 2022 年 10 月 13 日重啟邊境後，泰國來臺旅客復甦快速，不僅為重啟國門日全球首發團，10 月至 12 月來臺人次達 5 萬 830 人次，較原訂 1.8 萬人次目標高出 271%，2023 日的來臺人數亦朝正向發展。綜上，泰國市場可樂觀期待。

泰國國際旅展(Thai International Travel Fair，簡稱 TITF)為當地規模最大最重要的展銷合一型出境旅展，疫情前該展每年皆吸引超過 300 家以上之旅行相關業者參加，觀展人潮可達約 40 萬人次。本 (28) 屆旅遊展於 2023 年 2 月 16 日 (星期四) 至 19 (星期日) 上午 10 時至晚上 8 時假 Queen Sirikit National Convention Center 舉行。本次旅展共計有 77 個單位共 282 個展攤，包括臺灣、韓國、香港、菲律賓、馬來西亞與日本等 6 個國家旅遊局參展，4 天展期推估有 20 萬人次參觀。

本局為爭取更多泰國旅客來臺觀光，「臺灣館」本次擴大規模展出，是本屆泰國旅展最大的參展單位。藉由參加旅展讓臺泰業者交流專業意見及經驗、與消費者直接面對面推廣臺灣觀光，持續深化「Time for Taiwan 旅行台灣 就是現在」之觀光政策，搭配「樂活」、「都會」及「美食」等泰國市場偏好的主題行程共同宣傳，以體驗行銷強化推廣效果，期讓泰國民眾重溫旅遊臺灣的幸福感，並提供泰國民眾直接向各景點管理單位或經營者洽詢旅遊資訊的機會。另辦理臺灣觀光推廣會，擴大臺灣與泰國間的觀光商機，提供臺灣最新旅遊情報給業者並鼓勵包裝臺灣套裝行程，促成實質交易，期望有效重攬泰國來臺旅遊市場。

貳、 過程

一、 參加泰國春季旅展 (Thai International Travel Fair, TITF#28)

日期：2023 年 2 月 16 日（四）至 2 月 19 日（日）

地點：Queen Sirikit National Convention Center

本案本局委託台灣觀光協會組團前往泰國推廣臺灣觀光，本代表團成員由本局林信任副局長與台灣觀光協會葉菊蘭會長共同率領包含臺中市、屏東縣等縣市政府、本局阿里山國家風景區管理處、嘉義縣、南投縣與臺中市等旅遊公（協）會、休閒農場、主題樂園、飯店、旅行社及伴手禮等 33 個單位觀光產業代表組成，共 76 人之觀光推廣代表團。其中臺中市、屏東縣及阿管處均由高階長官親自帶領團隊赴泰推廣；南投、臺中、嘉義及屏東等公協會亦為總幹事等級親自帶領團隊參加。此外，中華航空、長榮航空及星宇航空等三國籍航空亦於現場設攤共同推廣，顯示我國對於泰國觀光市場的重視。此次旅展推廣模式，延續東南亞旅展現場銷售特色，針對購買臺灣旅遊產品之旅客贈送行程贈品，與泰國 Outbound 旅行社業者聯合推薦及販售臺灣優質行程。

旅展第 2 天下午，泰國代表處莊碩漢大使、本局林信任副局長、台灣觀光協會葉菊蘭會長與旅展主辦單位 TTAA 會長 Mr. Charoen，共同赴臺灣館視察及勉勵代表團成員。本局駐曼谷辦事處安排 3 人接受包括中央社、泰國中文及泰文共 15 家媒體聯合訪問，透過媒體向泰國民眾介紹本次旅展臺灣館豐富資訊、觀光局本年度推廣主軸等，擴大旅展宣傳效益，計有近 30 篇臺灣與泰國本地新聞露出。

為吸引人潮參觀，臺灣館亦安排一系列精彩活動與表演，包括臺灣自行車道虛擬騎乘體驗裝置、Oh Bear 彩繪造型指甲、客家花布小燈籠 DIY、兔年小提燈 DIY、兩組部落客分享會、阿里山鄒族歌舞表演、凡徒舞蹈表演，呈現臺灣節慶、高山、米其林美食等熱鬧與豐富的文化氛圍。

(一) 表演團體：

藉由邀請表演藝人隨團演出，利用藝術展演吸引當地民眾目光及聚眾效果，以呈現臺灣傳統及現代文化之美，本次凡徒表演藝術以臺灣音樂結合

傳統舞、街舞及爵士舞呈現臺灣都會、高山、海洋、美食、客庄文化等豐富面向，以臺灣高山、燈會節慶及生態等不同主題於旅展大會舞台及臺灣館小舞台宣傳造勢，加強泰國當地民眾深刻印象。

(二) DIY 活動及科技新體驗：

邀請「ODN Nail」、「麗揚工作室-鍾麗鶯」於展場內辦理指甲彩繪及祈福天燈 DIY 體驗活動，展現台灣年輕活力的都會形象，同時宣揚傳統客家文化，營造台灣豐富的文化意象；另規劃 VR 體驗台灣單車的魅力，藉由與當地民眾互動，使泰國民眾留下深刻印象。

(三) 網紅旅遊講座：

邀請泰國網紅：Sapai Taiwan 泰難伺候 (Facebook 粉絲人數：51 萬) Uncle Deng & Auntie Kai (Facebook 粉絲人數：21 萬)，分別展期間週末下午出席台灣館，辦理「旅遊講座-網紅宣傳推廣活動」及參與台灣館 DIY 體驗，並將活動資訊和現場畫面分享至 Instagram 及 Facebook，盼在社群媒體擴大宣傳，吸引粉絲觀展及提升對台興趣。

二、拜會泰國重要旅遊協會，雙邊簽署合作意向書

(一) 拜會泰國觀光協會(Association of Tai Travel Agents, ATTA)

日期：2023 年 2 月 17 日（五）

內容：台灣觀光協會(TVA)與泰國觀光協會簽署 MOU。

(二) 拜會泰國出境旅遊協會(Tai Travel Agents Association, TTAA)

日期：2023 年 2 月 17 日（五）

內容：TVA 與泰國出境旅遊協會簽署 MOU。

為深化臺灣中央、地方政府、公協會與泰國民間旅遊協會之合作，本次順道拜會泰國兩大旅遊協會：泰國旅遊觀光協會(Association of Tai Travel Agents, ATTA)及泰國旅行社協會(Tai Travel Agents Association, TTAA)。

ATTA 屬於非營利組織，為泰國最大之觀光業者協會。該協會旨在促進和支援泰國旅遊業發展，1968 年成立，目前已有超過 1,500 個會員，涵蓋旅行業、旅館業等觀光相關行業。TTAA 成立於 1984 年，主要以操作出境旅遊商品之旅行

業者為會員，為泰國最具知名度 TITF 旅展之籌辦組織，與本局交流頻繁且關係友好。

台灣觀光協會(TVA) 葉會長期許臺泰雙方互訪人次達成平衡，並邀請泰方協會成員組織來臺參加臺灣美食展及台北國際旅展。林副局長致詞時表示泰國出境市場疫後復甦表現亮眼，樂見臺泰雙方展開全面性合作。莊大使表示臺灣已經做好準備迎接泰國旅客，並希望透過民間旅遊協會的力量，向泰國政府溝通臺泰雙邊交流互訪互惠之重要性。

在莊大使及林副局長見證下，台灣觀光協會與兩大旅遊協會簽署合作備忘錄，期藉由 1. 鼓勵國籍航空公司及旅行業者辦理促進觀光交流活動、2. 維持友好關係，積極促進雙方會員間的聯繫及旅遊專業人才交流，共同提升觀光及服務品質、3. 就觀光景點、旅遊配套、投資機會等相關的政策訊息進行交流、4. 盡可能相互參與由雙方國家舉辦的觀光及旅遊相關展覽等事宜，致力推動彼此觀光資訊之傳播等執行，促進雙邊觀光交流、提升觀光服務品質、亦將積極參與雙邊觀光旅遊相關展覽，達成實質送客目的。

三、拜會泰國台灣商會聯合總會 (Thai-Taiwan Business Association, TTBA) 及僑界代表

日期：2023 年 2 月 18 日（六）

內容：與臺商郭修敏總會長等商會重要幹部進行交流。臺商分享泰國民眾旅遊偏好，如：熱衷宗教旅遊寺廟參拜、喜愛高彩度景點（如彩虹眷村）及各種賞花活動，除提出各式建議外，也允諾將配合啟動獎勵旅遊，鼓勵泰籍員工組團來臺旅遊，亦有臺商當場允諾其公司將於今年籌組至少 2 團獎勵旅遊來臺，送客至少 200 人。

四、拜會泰國台灣會館 (The Taiwan Association of Thailand) 及考察暹羅代天宮

日期：2023 年 2 月 18 日（六）

內容：臺灣會館由林何佩娟主席率副主席等重要幹部親自接待，主席表示臺灣會館是臺灣人在泰國的家，會館跟泰國各僑社均維持良好互動與關係，不管是華僑、臺僑及臺商均係促進來臺的生力軍。暹羅代天宮每年舉

辦的元宵花燈展，被正式列為泰國國家旅遊局北欖府年度重要觀光活動之一，本局與之合作設置花燈及攤位，吸引喜歡燈會文化及廟宇文化之泰國民眾來臺灣參加燈會節慶活動及廟宇文化之旅。林副局長表示，臺灣南鯤鯓代天府一年吸引 700 萬旅客到訪，帶動臺南周邊觀光景點發展，歡迎喜愛暹邏代天宮的泰國民眾也能到臺灣南鯤鯓代天府參拜。

五、臺灣觀光推廣會 & 餐會

日期：2023 年 2 月 20 日（一）

地點：曼谷 Pullman Bangkok Grande Sukhumvit 飯店

臺灣觀光推廣會辦理目的為重溫及強化與泰國主流業者合作，建立臺泰雙方洽談平臺以促成實質交易，增加泰國旅客來臺人次。活動計有泰國旅行社協會（Thai Travel Agents Association, TTAA）、泰國旅遊觀光協會（Association of Thai Travel Agents, ATTA）、航空公司、當地旅行社業者及我方代表團成員約 152 人參加。

推廣會先由臺灣業者及當地業者就臺灣旅遊產品進行交流，後由本局駐曼谷辦事處報告臺灣觀光資源及業者合作補助方案，最後由縣市政府及中華民國對外貿易發展協會進行業務簡介。搭配台灣中央/縣市政府進行介紹台灣旅遊新亮點，以利泰國業者了解台灣旅遊情報。同時邀請泰國當地業者、媒體參加交流餐會，以利臺泰雙方代表更進一步洽談，藉推廣交流餐會增加合作之契機。餐會由駐曼谷代表處莊大使出席致詞為臺灣代表團加油打氣，泰國 ATTA 副會長 Mr. Pirach Hansrisuk 及 TTAA 副會長 Ms. Wachira Wichaiwatana 也到場，期許疫後臺泰交流互動更加緊密。相關航空公司及旅行社業者也展現高度合作推廣意願。

六、拜會駐泰國台北經濟文化辦事處

日期：2023 年 2 月 20 日（一）

內容：臺灣觀光代表團赴駐泰代表處拜會莊碩漢大使、薛秀媚公使與徐蔚民副代表，雙方就推廣觀光事宜交換意見。莊大使肯定本次代表團推廣辛苦，泰媒大幅報導成果豐碩；林副局長感謝莊大使及駐處全力支持觀光推動，盼泰國市場成為東南亞的領頭羊。

七、視察本局駐曼谷辦事處

日期：2023 年 2 月 21 日（二）

內容：曼谷辦事處陳主任憶婷針對 2022 年於泰國曼谷召開之亞太經濟合作（APEC）年度部長會議後，辦理之行銷推廣專案及成果，及 2023 年預定規劃辦理之專案內容進行業務簡報，林副局長對陳主任及當地雇員努力予以肯定，並針對部份專案提出建議，盼做出更亮眼成果，並達實際成送客目標。

八、景點參訪

日期：2023 年 2 月 19 日(日)

地點：佛統紅蓮花水上市場

內容：考察近年曼谷近郊新興熱門景點。實際探訪後，該景點與其稱為水上市場，更像是種植紅蓮花(亦稱睡蓮)的大水塘。但業者提供人力划船服務，帶領遊客近距離親近紅蓮花，並出動空拍機為每組客人拍攝近百張照片及數段影片，遊客在船夫指導之下，拍照肢體動作生動有趣，成果媲美網紅照片，商家亦於遊程結束後立即提供全部電子檔，無需另外加價。此外，旁邊設有泰式傳統服裝及拍攝用小圓傘可供遊客租用，增加景點體驗豐富度，另有當地農特產品攤位，及荷花主題點心套餐—荷花瓣包傳統泰式點心 Miang Kham 及睡蓮茶等可供遊客選擇。平心而論現場環境十分簡陋，但因拍攝結果很好，該景點非常受遊客歡迎。

參、心得與建議

一、Location, Location, Location, 最佳展館位置應持續維持。

臺灣館以臺灣觀光品牌 Logo- Taiwan the Heart of Asia 橘色做為主色調，並設於展場入口最佳位置，加上視覺整體呈現一致性，具有美感又吸睛吸引大量旅客駐足，建議明年可繼續維持。讓參觀民眾習慣旅展入口即臺灣，亦有助臺灣觀光品牌建構。

二、表演團體配合後方大螢幕宣傳臺灣美景與文化，達雙重效果，應列為未來操作標準。

表演團體表演總是最具吸客效果，本次於評選隨團表演團體時即要求演出時需製作符合展演內容意象之影片於舞臺後方螢幕播放，民眾可於觀賞演出同時欣賞臺灣各種動人景色或年度節慶活動等。例如：本次凡徒藝術於表演文化舞碼時，運用天燈及燈籠道具，搭配臺灣燈會及平溪天燈節影片，獲得現場民眾熱烈迴響，效果卓著，應列為未來操作標準。

三、名人網紅外加提供購買誘因，有效刺激民眾購買來臺旅遊產品，增加來客數。

泰國旅展主入口前方由各國家及旅遊目的地設立形象館及提供諮詢服務，後方則由主辦單位 TTAA 會員業者銷售各種旅遊套裝產品。臺灣館網紅名人提高人氣，輔以運用 5 日 4G 上網兌換券等小禮品，供於旅展現場購買臺灣觀光套裝產品民眾憑購買證明兌換，刺激消費，旅展 4 日臺灣館兌換服務櫃檯人龍不絕，有助增加來臺人次，後續可加碼辦理。

四、泰國臺商經營事業有成，交流合作鼓勵辦理來臺獎勵旅遊。

此次拜會臺商總會與臺灣會館得知，臺商在泰經營產業多元，且公司規模龐大事業有成，泰國企業亦有辦理獎勵旅遊福利。未來可加強臺商人脈，宣傳本局「交通部觀光局推動國外獎勵旅遊來臺獎助要點」，帶動來臺獎勵旅遊風向，爭取來臺人次成長。此次林信任副局長、葉菊蘭會長及莊碩漢大使聯手出擊，拜會臺灣商會聯合總會、臺灣會館、代天宮，積極宣傳本局獎勵旅遊措施，預估至少將吸引千人獎勵旅遊及宗教進香團來訪。

五、持續提供泰國民眾來臺免簽證，以旅遊便利性吸引來臺觀光。

我國於 2016 年 8 月 1 日起試辦泰國民眾來臺免簽證，從該年度起泰國來臺旅客人次逐年穩定成長，疫前 2019 年達到超過 41 萬人次高鋒，疫後復甦情況顯著成長，賡續提供泰國民眾來臺免簽證，可爭取更多來臺客源。

六、他山之石—運用科技及巧思增加景點吸引力。

泰國推廣國際觀光經老道，許多景點經過巧思包裝後呈現國際引客魅力，而反觀臺灣有許多中小型但具文化深度及精緻度的景點，因缺乏包裝行銷致國際知名度較低。此次，經考察紅蓮花水上市場，在平淡的蓮花池中運用拍照技巧及空拍機，可滿足遊客熱愛於社群軟體分享海外旅遊體驗的需求，亦可大幅增加遊客吸引力及滿意度，此案例已請業者與本局國家風景區管理處及觀光圈業者分享，作為輔導在地業者提升遊憩體驗參考。

附件、活動照片



圖 1 -2、圖 1-2、臺灣館以臺灣觀光 Logo 橘色為主色調進行設計。

運用臺灣珍珠奶茶及喔熊大型製作物，吸引往來民眾目光。



圖 2、臺灣館運用大型 LED 銀幕配合館內活動進行各式影片播放

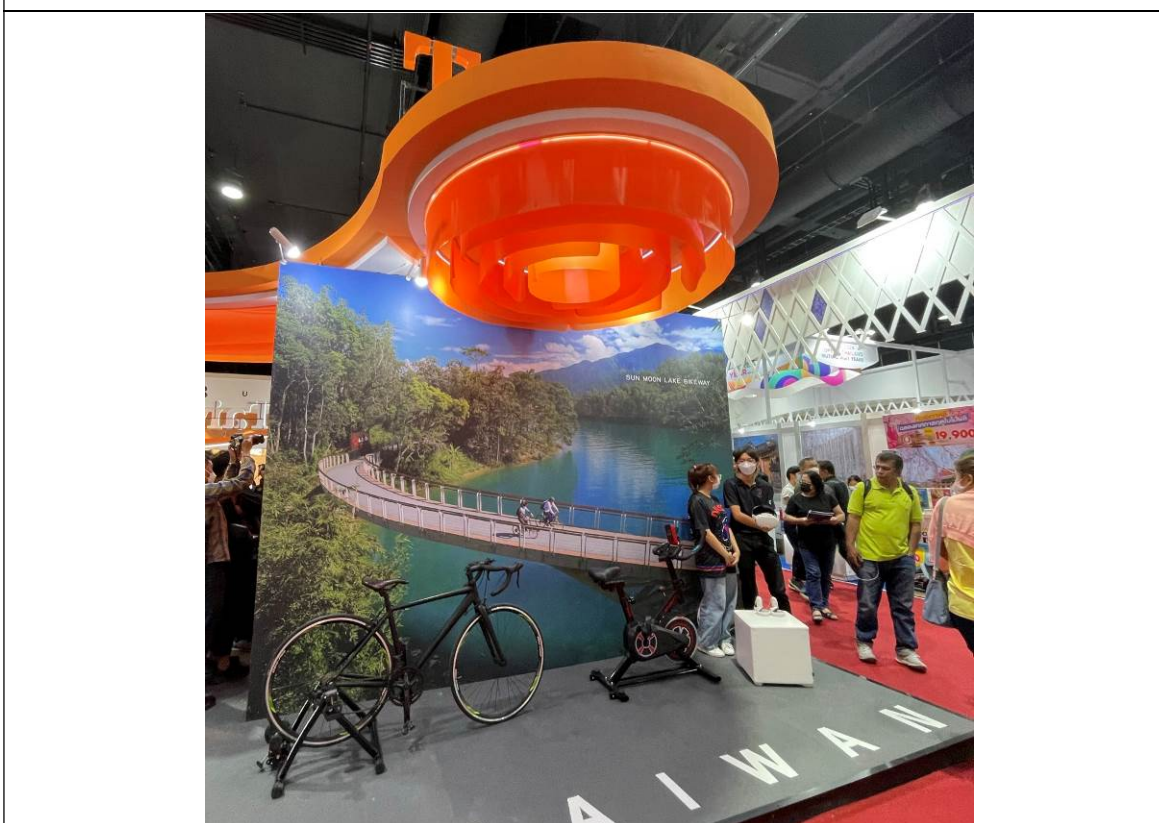


圖 3、設立自行車騎乘虛擬實境體驗區，讓泰國民眾觀受臺灣規劃良好且風景優美，並獲國際媒體禮讚之自行車道，期吸引實際來臺感受。



圖 4、臺灣館角落以巨圖輸出及火車模型巧思，展現臺灣多元主題遊程。



圖 5、臺灣代表團全體成員與駐泰國代表處莊碩漢大使合影

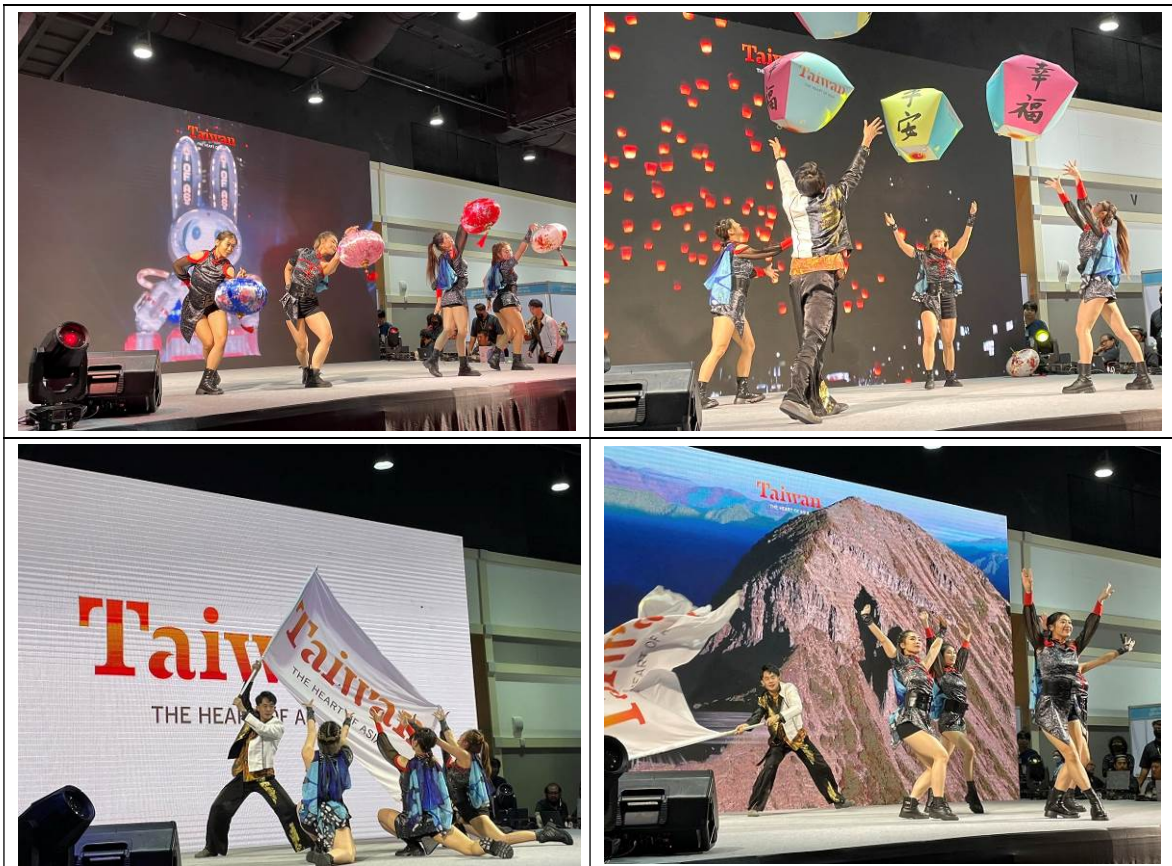


圖 7、凡徒表演藝術於旅展大會舞台宣傳造勢，配合臺灣節慶活動及風景影像，加強泰國當地民眾對臺印象。



圖 8、臺灣館內規劃網紅分享、燈籠DIY、指甲彩繪、小提燈DIY等活動



圖 9、拜會泰國觀光協會（ATTA），並擔任簽署合作備忘錄見證人。



圖 10、拜會泰國出境旅遊協會（TTAA），並擔任簽署合作備忘錄見證人。



圖 11、拜會泰國台灣商會聯合總會，鼓勵台商企業組織獎勵旅遊來臺觀光



圖 12、拜會泰國臺灣會館



圖 13、參觀暹羅代天宮及本局設立之臺灣意象花燈及旅遊諮詢處。



圖 14、臺灣代表團拜會泰國代表處，與莊大使、薛公使及徐副代表合影。



圖 15、葉會長、林副局長、莊大使接受世界日報聯訪。



圖 16、臺灣觀光推廣會業務簡報及雙方業者交流情形



圖 17、臺灣觀光交流餐會及檢查會議

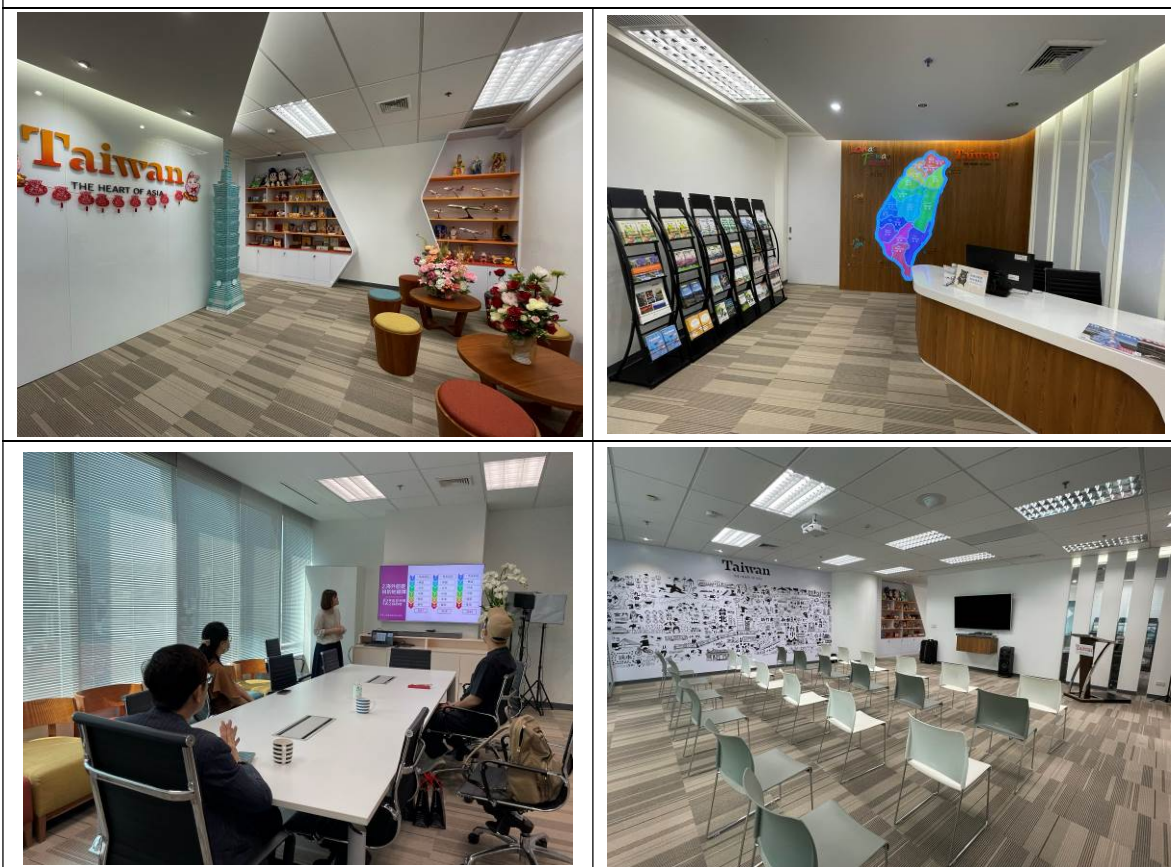


圖 18、督導本局駐曼谷辦事處並聽取業務簡報

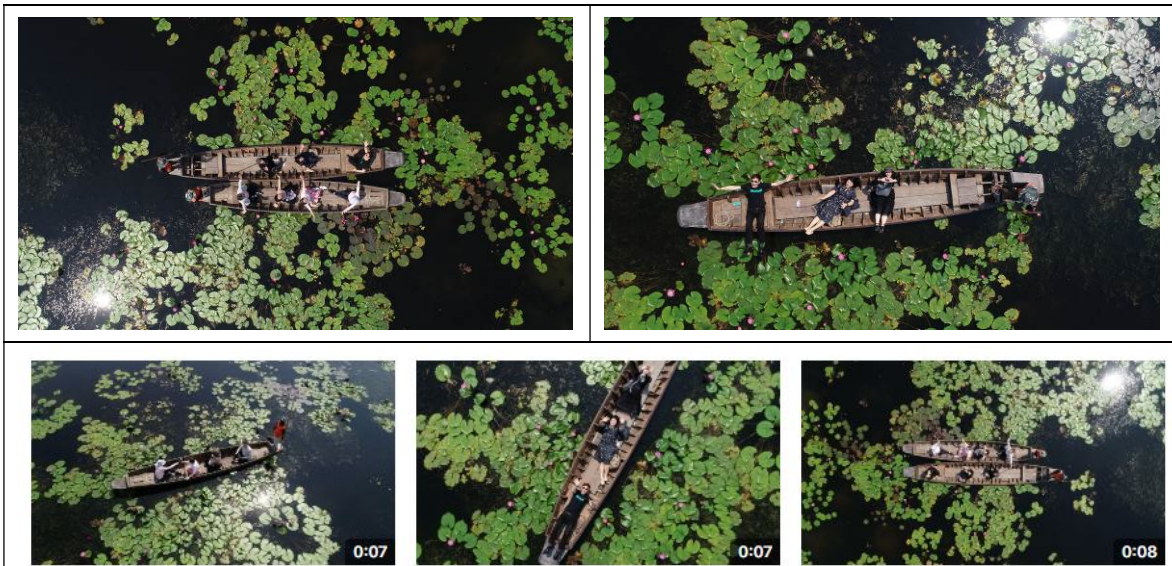


圖 19、紅蓮花水上市場運用空拍機拍攝之照片及短片（示意）



圖 20、紅蓮花水上市場實景



圖 21、紅蓮花水上市場搭配之荷花瓣泰國傳統點心

