

出國報告（出國類別：其他）

出席「2024 年紐澳地區觀光推廣活動」

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：陳冠竹 科長

派赴國家/地區：澳洲、紐西蘭

出國期間：113 年 9 月 25 日至 10 月 1 日

報告日期：113 年 12 月 30 日

摘要

紐澳市場疫後 Outbound 復甦快速，2024 年截至 10 月底止，澳洲出境旅遊規模約 1,672 萬人次，較 2023 年同期成長 18%、較疫前（2019 年）恢復率為 96%，紐西蘭亦同，出境旅遊規模均幾已達到疫前水準。另依據交通部觀光署統計，澳洲 2024 年 1-10 月來台人數為 86,756 人次，紐西蘭來台人數為 13,304 人次，恢復至疫前同期約 9 成 6，其中觀光目的別占 5 成以上，顯示台灣對紐澳旅客吸引力高，帶動訪台旅遊人數正成長。

為穩健開拓紐澳市場，交通部觀光署每年委託台灣觀光協會組團前往辦理推廣活動，本次活動計有地方政府、航空公司及旅行社等 22 個單位，共 49 人參加，透過 B2B 推廣會協助台紐澳業者建立溝通及資訊交換平台，有效提升台灣觀光知名度與曝光度。

本次推廣活動成效良好，受訪紐澳業者多滿意內容安排，且表示非常喜歡台灣觀光新品牌「TAIWAN-Waves of Wonder」，能感受到台灣四季旅遊魅力與蓬勃活力，並建議未來可加強廣告宣傳力度，讓更多紐澳旅客看見、感受台灣風貌。為強化廣宣量能，交通部觀光署刻規劃於 2025 年設置駐雪梨台灣觀光服務分處，將透過積極參與當地旅展、加強業者聯繫及合作、升級推廣活動內容等方式，持續提升行銷綜效。

產品面部分，紐澳旅客多喜歡自然景觀、戶外活動及獨特文化體驗，未來可優先推薦我國自然美景、多元文化、在地美食及豐富戶外活動體驗等主題，而近年我國推動永續觀光有成，2024 年度共有 7 個目的地與 2 個綠色業者榮獲「全球綠色目的地百大故事獎」，未來更可善加宣傳，以形塑我國觀光優質形象，俾持續落實紐澳市場遊程產品包裝與多管道宣傳，進而擴大送客朝超越疫前規模（約 13 萬人次）之目標邁進。

目次

壹、目的.....	1
貳、行程概要.....	2
參、心得與建議.....	7
肆、附件一媒體報導.....	9

壹、目的

澳洲及紐西蘭為我國重要 Inbound 市場及新南向政策重點國家之一，疫後紐澳 Outbound 市場復甦快速，以澳洲而言，本（2024）年截至 10 月底止，出境旅遊規模約 1,672 萬人次，較去（2023）年同期成長 18%、較疫前（2019 年）恢復率為 96%，紐西蘭亦同，出境旅遊規模幾已達到疫前水準，出遊目的地則以亞洲和太平洋地區等短途旅遊目的地為主。

另據交通部觀光署（以下簡稱觀光署）統計，澳洲 2024 年 1-10 月來台人數為 86,756 人次，紐西蘭 2024 年 1-10 月來台人數為 13,304 人次，均已恢復至疫前同期約 9 成 6，其中觀光目的別占 5 成以上，顯示台灣對紐澳旅客吸引力高，帶動訪台旅遊人數正成長。惟紐澳兩國總人口數超過 3,100 萬人，即使恢復至疫前來台規模約 13 萬人次，仍有相當大之客群開拓及努力行銷空間。觀光署目前於紐澳市場市場之行銷操作係以「公關」與「網路」進行虛（線上）實（實體）整合行銷，並透過公關與當地旅行社建立聯繫及合作關係，除提供台灣觀光資訊及不定期辦理業者教育訓練外，每年亦委託台灣觀光協會辦理紐澳推廣活動及自台灣組團前往，協助台灣業者與紐澳業者建立溝通平台。

本次推廣活動計有地方政府、航空公司及旅行社等 22 個單位，共 49 人參加，分別於澳洲（墨爾本、布里斯本）及紐西蘭（奧克蘭）辦理 3 場 B2B 台灣觀光推廣會，與紐澳當地業者進行業務交流，持續提升台灣於該二市場之知名度與曝光度，期爭取紐澳旅客來台旅遊規模更上一層樓，穩步往超越疫前規模之目標邁進。

表 1：近年紐澳旅客來台規模統計（單位：人次）

年度	紐澳旅客來台規模			備註
	澳洲	紐西蘭	合計	
108	111,788	19,831	131,619	疫前
111	11,509	2,792	14,301	10 月重啟國門
112	87,288	15,040	102,328	紐澳旅客來台恢復率 77.7% （相較疫前）
113 (1-10)	86,756	13,304	100,060	紐澳旅客來台規模 較 108 年同期相比恢復 99.5% 較 112 年同期相比成長 34%

貳、行程概要

本次紐澳市場推廣活動筆者僅參加澳洲布里斯本及紐西蘭奧克蘭 2 場次，茲就該 2 場推廣會辦理情形綜述如次：

一、行程安排

日期	行程內容
9/25（三）	啟程，台北→澳洲（布里斯本）
9/26（四）	整備推廣會場地，辦理 B2B 台灣觀光推廣會
9/27（五）	業者自由拜會洽談
9/28（六）	澳洲（布里斯本）→紐西蘭（奧克蘭）
9/29（日）	會勘及整備場地、召開組團檢討會議
9/30（一）	拜會駐奧克蘭台北經濟文化辦事處 辦理 B2B 台灣觀光推廣會
10/1（二）	返程，紐西蘭（奧克蘭）→台北

二、台灣觀光推廣會概述

（一）推廣會流程安排

時間		活動內容
18:00-19:00	60m	開放當地業者報到、DIY 文化體驗
19:00-19:03	3m	開幕表演
19:03-19:11	7m	貴賓致詞及大合照
19:11-19:30	19m	認識台灣－台灣觀光資源簡報 ● 觀光署 ● 臺北市政府觀光傳播局 ● 2 家國籍航空公司
19:30-19:45	15m	● LAURENCE 表演 ● 旅遊達人Thea分享座談會
19:45-20:55	70m	旅遊交易會
21:55-21:05	10m	抽獎
21:05-21:30		推廣會結束

- (二) 本次台灣觀光推廣團共 22 個單位（含我國籍航空公司駐紐、澳分公司）、49 位團員參加。各場推廣活動均邀請當地主要旅行社及媒體出席，澳洲布里斯本場次業者及媒體出席人數 55 人，紐西蘭奧克蘭場次業者及媒體出席人數 53 人，以 B2B 洽商模式建立台紐、台澳之業務交流平台並同步推廣台灣遊程。
- (三) 推廣會由表演團體－台東縣東河鄉「都蘭國」精彩演出揭開序幕，精緻繽紛的原住民傳統服飾及充滿活力的歌聲與舞蹈，讓所有與會來賓們都立即感受到台灣的熱情與魅力。筆者於代表觀光署致詞時，除歡迎所有紐澳業者的熱情參與及感謝一直以來對台灣之支持，亦傳達本（113）年台灣推出全新觀光品牌 TAIWAN-Waves of Wonder 及多元旅遊主題，如美食、樂活、文化等，而我國駐布里斯本台北經濟文化辦事處吳允仁組長及駐奧克蘭台北經濟文化辦事處陳詠韶處長亦到場為所有團員勉勵打氣，並力邀紐澳業者送客訪台及持續深化台澳、台紐互訪交流力度。



圖 1、2：駐布里斯本經文處吳組長（左）及駐奧克蘭經文處陳處長（右）力邀當地業者訪台及送客

- (四) 活動續由觀光署駐新加坡辦事處委託之澳洲公關代表 Ganessian 簡報介紹台灣最新觀光資源、國際認證景點及特色主題遊程，更詳盡介紹各項獎補助措施，包括遊台灣金福氣、過境半日遊、Taiwan PASS 及團客來台獎勵措施等，亦藉此宣導我國自明（114）年起，飯店旅館業者將不再主動提供備品等措施。推廣會上也播放台灣觀光新品牌 3.0「TAIWAN- Waves of Wonder」宣傳影片，傳達台灣四季旅遊獨特魅力。而後由台北市政府觀光傳播局介紹台北旅遊資源及宣傳「2025 雙北世界壯年運動會」，我國籍航空－中華航空及長榮航空亦應邀出席介紹自家產品資訊（航線、班表、機型、機上設施等）。另為提升當地業者對

台旅遊產品之印象、興趣與販售意願，推廣會更專程邀請紐澳旅遊達人 Thea 和曾旅居台灣的紐西蘭籍歌手羅藝恆（Laurence Larson）擔任活動大使，來場表演及分享旅台見聞，以自身觀點介紹台灣多元豐富的觀光資源與非來不可的理由，獲來場紐澳業者們讚譽有加。



圖 3、4：澳洲公關代表 Ganessian 簡報介紹台灣最新觀光資源及宣導 114 年起飯店旅館不主動提供備品



圖 5、6：紐澳旅遊達人 Thea 和曾旅居台灣的紐西蘭籍歌手羅藝恆擔任活動大使來場分享及表演

（五）旅遊交易會：由觀光署駐新加坡辦事處暨澳洲公關代表邀請當地主力旅行業者參加，與台灣推廣團成員，包含旅行社及航空公司等進行業務洽談交流，俾使當地業者能充分瞭解台灣各家業者之產品特色。活動由主持人以簡報方式介紹推廣團成員，接續採取一對多、輪桌洽談（每 7 分鐘 1 輪）模式進行，確保雙方代表皆有面對面交流之機會，以利後續接洽及合作推進。



圖 7、8：台澳、台紐業者交流熱烈，台灣業者們卯足全力宣傳、介紹自家產品

（六）台灣文化手藝 DIY 體驗：本次活動台灣觀光協會特別安排將多款具台灣特色之文化手藝帶到現場與所有紐澳業者們互動，有融合廟會文化與藝術的虎爺吊飾繪製，有承襲國寶級木器大師陳煌輝師傅技藝的花窗杯墊拼裝體驗，有製作蘊含台灣傳統老屋美好祝福的花磚胸章等，亦有阿美族表演團隊帶來原住民毛線球教學等，讓紐澳業者近距離感受台灣慶典之熱鬧氛圍、傳統老屋建築之美及原住民文化魅力等，參與者反應相當熱絡。



圖 9、10：各式 DIY 體驗讓紐澳業者近距離感受台灣多元魅力，備受好評及肯定

三、拜會駐奧克蘭台北經濟文化辦事處

本次行程拜會駐奧克蘭臺北經濟文化辦事處，陳處長詠韶除對所有團員表達熱烈歡迎之意，亦分享紐西蘭於疫後恢復之情形，並感謝及肯定每年觀光署均籌組觀光推廣團前往當地宣傳台灣旅遊特色，陳處長亦分享紐西蘭旅客崇尚且習慣自然、戶

外、運動主題之旅遊模式，疫後出境旅客規模亦呈正成長，而台灣觀光資源豐富且有台紐兩地有直飛航班（每星期 3 班），係未來可把握行銷及引客之優勢。筆者回應說明觀光署相當看重紐澳市場之開拓潛力，規劃明（114）年於澳洲開設駐雪梨台灣觀光資訊服務分處（Taiwan Tourism Information Center；TTIC），以強化行銷量能，屆時可更近距離提供台灣觀光資訊服務，而未來倘紐西蘭市場有任何觀光相關活動或合作機會，觀光署駐新加坡辦事處亦樂意提供相關資源與協助，而每年 9 月辦理之推廣活動亦將持續辦理且視市場反應滾動檢討組團規模，期有效開拓市場及提高送客成效。



圖 11：駐奧克蘭臺北經濟文化辦事處陳處長詠韶接見及勉勵台灣觀光推廣團成員

參、心得及建議

一、台灣觀光吸引力提升，紐澳市場復甦力道佳，持續以新品牌引領開拓道路。

本次紐澳地區台灣觀光推廣活動擇定於往來台灣航班最多之澳洲墨爾本、布里斯本及紐西蘭奧克蘭辦理，共促成近 300 場洽談，成功向 200 家紐澳業者展示台灣豐富觀光資源與文化魅力，進一步提升台灣於紐澳市場之知名度。

根據台灣觀光協會所做業者問卷調查顯示，受訪紐澳業者均滿意推廣會活動安排，且表示非常喜歡台灣觀光新品牌「TAIWAN-Waves of Wonder」，能明顯感受到台灣四季旅遊魅力與蓬勃活力，也會想瞭解更多、想盡快造訪這個安全、多元的旅遊目的地，但也有不少業者表示台灣在紐澳主流媒體能見度尚不足，建議可加強廣告宣傳曝光力度，讓更多紐澳旅客看見、感受台灣風貌，激發前往旅遊的好奇心與渴望；而於產品的部分也建議我方可更專注呈現與亞洲其他旅遊目的地之差異化及獨特性，使台灣成為唯一、無可替代之亞洲重要旅遊目的地。



圖 12：紐澳當地旅行業者熱烈參與推廣會，滿意活動安排且有興趣瞭解台灣觀光資源

二、114 年將設置雪梨 TTIC，可更靈活操作廣宣行銷，促使來台旅客規模更上一層樓。

紐澳市場係中長線客源市場中開發含金量極高之目標對象，本（113）年應可順利恢復至疫前水準。為持續深耕該二市場，觀光署已預訂於明（114）年設置駐雪梨台灣觀光資訊服務分處，強化行銷量能，透過積極參與當地旅展、加強業者聯繫及合作，

提升台灣觀光品牌知名度，例如：把握 2025 年世界博覽會在日本大阪舉行契機，爭取紐澳旅客過境順遊台灣，擴大轉機市場及帶動入境旅遊商機。而透過 TTIC 亦可提供澳洲及紐西蘭旅客更完整之台灣觀光資訊，以及強化與當地航空公司、旅行社及媒體之夥伴關係，尚可再聚焦增量投放多媒體廣告（電子、網路、及平面等），多管齊下行銷台灣觀光品牌與多樣化資源，定有助帶動來台旅客再創新高。

三、推廣會內容宜持續創新，廣納多元文化體驗及邀請旅遊達人分享提升行銷綜效。

本次推廣會安排了融合廟會文化（獅公館工坊－獅頭工藝）、傳統建築（花磚博物館－花磚）與原住民技藝的手作體驗和文化表演，讓紐澳業者近距離體驗台灣多元豐富的文化底蘊，多數前來參加之當地業者對這些體驗活動均給予正面評價，顯示「獨特性」與「差異化」確對旅客有其吸引力及號召力。此外，該活動安排也別具巧思，首次邀請紐西蘭歌手及紐澳旅遊達人分享旅台見聞，以第一人稱視角生動介紹台灣觀光資源，更容易引起當地業者和潛在旅客共鳴。明年待雪梨 TTIC 成立後，行銷能量將更為豐厚，可規劃邀請更多不同旅遊主題之 KOL 來台取材拍攝，返回後規劃安排於各大城市辦理中小型觀光分享會，搭配相關促銷活動，以大活動（從台灣組團前往推廣）帶小活動（由在地公關公司操作辦理）之模式逐步建立台灣觀光品牌及口碑。

四、可於紐澳市場善加宣傳我國 7 處綠色旅遊目的地及 2 處綠色景點。

參考紐澳業者及我國駐地官員回饋之意見，紐澳旅客喜歡自然景觀、戶外活動及獨特文化體驗。我國各區及離島各有不同在地特色與人文風情，再加上疫情期間積極投入新景點開發、環境整備，目前許多景點已有全新風貌，舉如疫後所推台灣觀光 100 亮點、全台 17 處觀光圈、6 大國際魅力景區、鐵道/步道/鐵馬道旅遊等，未來於該二市場行銷，可優先推薦自然美景（如阿里山、日月潭、花東縱谷等）、多元文化（如傳統廟宇、節慶活動、南島文化等）及美食（如夜市小吃、米其林 fine dining、必比登推薦和養生蔬食等），以及豐富之戶外活動體驗（如登山健行、自行車旅遊、水上活動等）。此外，近年我國推動永續觀光有成，日前 2024 全球綠色目的地年會揭曉「2024 全球綠色目的地百大故事獎」（2024 Green Destinations Top 100 Stories）得獎名單，我國共有 7 個目的地與 2 個綠色業者得獎。未來亦可善用該 9 項資源，大力於紐澳市場宣傳，形塑我國觀光優質形象，俾持續落實紐澳市場遊程產品包裝與多管道宣傳，進而擴大送客朝超越疫前之目標邁進。

附件一 媒體報導

本次推廣活動國內外媒體包含網路新聞、新聞台、KOL 分享、Facebook、YouTube 等社群媒體露出逾 45 篇，以下謹摘部分呈現。

項次	日期	媒體	新聞標題
1	9/30	中央社	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
2	9/30	經濟日報	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
3	9/30	富泰新聞網	全新品牌力拓源 歌手助陣秀臺灣 觀光署攜業界登陸大洋洲 激發紐澳旅客訪臺熱潮
4	9/30	華視	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
5	9/30	PChome 新聞	全新品牌力拓源 歌手助陣秀臺灣 觀光署攜業界登陸大洋洲 激發紐澳旅客訪臺熱潮
6	9/30	聯合新聞網	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
7	10/1	TNT 新聞網	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
8	10/1	背包客棧旅遊新聞	全新品牌力拓源歌手助陣秀台灣觀光署攜業界登陸大洋洲激發紐澳旅客訪台熱潮
9	10/1	臺北旅遊網－台北	「Taipei! Your Next Adventure 北市觀傳局前進紐澳力推臺北大縱走、2025 世壯運
10	10/1	工商時報	《產業》觀光署率團赴大洋洲攻紐澳客來台旅遊商機
11	10/1	Yahoo!新聞	北市府紐澳宣傳世壯運大自然
12	9/30	PChome 新聞	全新品牌力拓源歌手助陣秀臺灣觀光署攜業界登陸大洋洲激發紐澳旅客訪臺熱潮
13	9/30	聯合新聞網	觀光署新品牌拓源刺激紐澳旅客訪台
14	10/1	TNT 新聞網	觀光署新品牌拓源刺激紐澳旅客訪台
15	10/1	背包客棧旅遊新聞	全新品牌力拓源歌手助陣秀台灣觀光署攜業界登陸大洋洲激發紐澳旅客訪台熱潮
16	10/1	臺北旅遊網－台北	「Taipei! Your Next Adventure 北市觀傳局前進紐澳力推臺北大縱走、2025 世壯運
17	10/1	工商時報	《產業》觀光署率團赴大洋洲攻紐澳客來台旅遊商機
18	9/25	Instagram @YourBrainBFF	Some very wholesome crafts to start the evening
19	9/25	Instagram @YourBrainBFF	Learning crafting techniques used to create some of the beautiful indigenous clothing you see worn by this group from Taitung, Taiwan
20	9/25	Instagram @YourBrainBFF	Can you guess what we're making here?
21	9/25	Instagram @YourBrainBFF	A cute keyring!

項次	日期	媒體	新聞標題
22	9/25	Instagram @YourBrainBFF	The most beautiful voices
23	9/25	Instagram @YourBrainBFF	Immensely grateful for moments like this. Dreams into reality.
24	9/27	Travel Weekly	Taiwan Tourism finishes Australian roadshow as visitor numbers surge
25	9/27	Instagram @YourBrainBFF	Arts and crafts well underway at the Taiwan Tourism Roadshow
26	9/27	Instagram @YourBrainBFF	Huye Charm Painting
27	9/27	Instagram @YourBrainBFF	It's been so much fun touring around Australia together
28	9/27	Instagram @YourBrainBFF	@taiwan_tourism_aunz @taiwan_tourism_sg
29	9/27	Instagram @YourBrainBFF	Y'all! Did you know Taiwan is hosting the 2025 World Masters Games?
30	9/27	Instagram @YourBrainBFF	@lllarsonmusic captivating the audience
31	9/27	Instagram @YourBrainBFF	Key Opinion Leader Panel with @lllarsonmusic, hosting by @tamradow_7
32	10/1	Travel Weekly	Taiwan Tourism grows Kiwi market as China Airlines launches winter NZ route
33	10/1	Instagram @YourBrainBFF	Final 2024 @taiwan tourism aunz Roadshow event- everyone is SO friendly
34	10/1	Instagram @YourBrainBFF	@lllarsonmusic and @chialikechiaseed painting their Old Taiwan Tile pins
35	10/1	Instagram @YourBrainBFF	So wholesome. Pick whatever colors you fancy, and make it your own
36	10/1	Instagram @YourBrainBFF	My beautiful creation. A reminder of Taiwan wherever I go
37	10/1	Instagram @YourBrainBFF	I've been excited to try this activity the whole time
38	10/1	Instagram @YourBrainBFF	I was looking at this lady's creation for Inspiration!
39	10/1	Instagram @YourBrainBFF	Slowly getting there
40	10/1	Instagram @YourBrainBFF	2024 Roadshow
41	10/1	Instagram @YourBrainBFF	Absolute pleasure speaking alongside @lllarsonmusic this week
42	10/1	Instagram @YourBrainBFF	Huge acknowledgement to all the beautiful humans behind the 2024 Roadshow!
43	10/1	New Zealand Travel Trade	What a night at the Taiwan Tourism AUNZ at JW Marriott Auckland!
44	10/2	Instagram @lllarsonmusic	Taiwan Tourism road show 2024 was so much fun
45	10/2	New Zealand Travel	Taiwan Tourism Administration returns to Auckland with

項次	日期	媒體	新聞標題
		Trade bulletin	2024 Roadshow to spark travel interest in Taiwan
46	10/4	TRAVEEL inc Memo	More air capacity, steady rise in visitor numbers as Taiwan has eyes on NZ trade
47	10/4	Wendy Petrie	Talking tourism at the Travel Taiwan Roadshow .. the last stop, Auckland following Australia
48	10/4	New Zealand Travel Trade	A memorable at the Taiwan Tourism AUNZ roadshow.

3	9/30	中央社	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
---	------	-----	-------------------

觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台

2024/9/30 20:24 (9/30 22:19 更新)



在澳洲及紐西蘭舉辦觀光推廣會之外，交通部觀光署駐新加坡辦事處還日前舉辦獎賽教育訓練說明會，（交通部觀光署提供）中央社記者楊淳卉雪梨傳真 113年9月30日

（中央社記者楊淳卉雪梨30日專電）為刺激紐澳遊客來台旅遊，交通部觀光署24、26及30日在澳洲墨爾本、布里斯本與紐西蘭奧克蘭舉辦3場台灣觀光推廣會，邀集地方政府、旅行社、航空公司等單位參與，展示全新台灣觀光品牌3.0，吸引近300家紐澳業者與會。

觀光署指出，2024年前7個月紐澳來台旅客數呈現逐月成長，來台旅客數達6萬9598人次，恢復至疫前2019年同期的95.36%，顯示紐澳旅客來台意願日益濃厚。

澳洲旅遊研究機構「Tourism Research Australia」2024年5月報告顯示，2024年澳洲出境旅遊支出可望破60億澳元（約新台幣1315億元），超越疫情前水準，尤其亞洲和太平洋地區專短途旅遊目的地，更是澳洲民眾疫後出國旅遊首選。

觀光署指出，台灣以豐富的自然景觀、多元人文風情、便利交通及友善民眾深受紐澳旅客喜愛，推廣會上展示全新台灣觀光品牌3.0「TAIWAN-Waves of Wonder」，傳達台灣四季旅遊魅力與蓬勃活力。

推廣會還以多元行銷活動，向當地展現台灣豐富觀光資源、旅遊便捷與各項優惠獎勵措施，包括安排一系列手作體驗和文化表演，融合廟會文化與藝術的虎爺吊飾繪製，展演台灣慶典熱鬧氛圍，現場更有承襲國寶級木器大師陳煌輝師傅技藝的花窗杯墊拼裝體驗，感受台灣傳統老屋建築之美。

推廣會並有製作蘊含台灣傳統老屋美好祝福的花磚胸章，以及有阿美族精彩的原民毛線球教學與歌舞表演，讓紐澳業者近距離感受南島文化魅力，加深台灣與紐澳的連結與文化旅遊共鳴，參與者反應熱烈，現場氣氛熱絡。

活動還特別邀請紐澳旅遊達人Théa和曾旅居台灣的紐西蘭籍歌手羅藝恆（Laurence Larson）分享旅台見聞和經歷，以自身觀點深入淺出介紹台灣多元豐富的觀光資源及非來不可的理由，增進當地業者對台灣旅遊產品興趣與販售意願。

活動中另提供抽獎品如中華航空、長榮航空贊助多張紐澳至台灣來回機票，以激發來台意願，促進紐澳與台灣的觀光交流與合作。（編輯：韋樞）1130930

訂閱《早安世界》電子報 每天3分鐘掌握10件天下事

請輸入電子郵件

訂閱



交通部觀光署於澳洲及紐西蘭舉辦推廣會，安排一系列手作體驗和文化表演。（交通部觀光署提供）中央社記者楊淳卉雪梨傳真 113年9月30日



交通部觀光署於9月24、26及30日分別在墨爾本、布里斯本與紐西蘭奧克蘭舉辦3場台灣觀光推廣會。（交通部觀光署提供）中央社記者楊淳卉雪梨傳真 113年9月30日

經濟日報 > 國際 > 國際焦點

觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台

本文共808字



2024/09/30 20:36:30

中央社 記者楊淳卉雪梨30日專電  讚 0

為刺激紐澳遊客來台旅遊，交通部觀光署24、26及30日在澳洲墨爾本、布里斯本與紐西蘭奧克蘭舉辦3場台灣觀光推廣會，邀集地方政府、旅行社、航空公司等單位參與，展示全新台灣觀光品牌3.0，吸引近300家紐澳業者與會。

觀光署指出，2024年前7個月紐澳來台旅客數呈現逐月成長，來台旅客數達6萬9598人次，恢復至疫前2019年同期的95.36%，顯示紐澳旅客來台意願日益濃厚。

澳洲旅遊研究機構「Tourism ResearchAustralia」2024年5月報告顯示，2024年澳洲出境旅遊支出可望破60億澳元（約新台幣1315億元），超越疫情前水準，尤其亞洲和太平洋地區等短途旅遊目的地，更是澳洲民眾疫後出國旅遊首選。

觀光署指出，台灣以豐富的自然景觀、多元人文風情、便利交通及友善民眾深受紐澳旅客喜愛。推廣會上展示全新台灣觀光品牌3.0「TAIWAN-Waves of Wonder」，傳達台灣四季旅遊魅力與蓬勃活力。

推廣會還以多元行銷活動，向當地展現台灣豐富觀光資源、旅遊便捷與各項優惠獎助措施，包括安排一系列手作體驗和文化表演，融合廟會文化與藝術的虎爺吊飾繪製，展演台灣慶典熱鬧氛圍，現場並有承襲國寶級木器大師陳煌輝師傅技藝的花窗杯墊拼裝體驗，感受台灣傳統老屋建築之美。

推廣會並有製作蘊含台灣傳統老屋美好祝福的花磚胸章，以及有阿美族精彩的原民毛線球教學與歌舞表演，讓紐澳業者近距離感受南島文化魅力，加深台灣與紐澳的連結與文化旅遊共鳴。參與者反應熱烈，現場氣氛熱絡。

活動還特別邀請紐澳旅遊達人Théa和曾旅居台灣的紐西蘭籍歌手羅藝恆（Laurence Larson）分享旅台見聞和經歷，以自身觀點深入淺出介紹台灣多元豐富的觀光資源及非來不可的理由，增進當地業者對台灣旅遊產品興趣與販售意願。

活動中另提供抽獎品如中華航空、長榮航空贊助多張紐澳至台灣來回機票，以激發來台意願，促進紐澳與台灣的觀光交流與合作。

6	9/30	華視	觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台
---	------	----	-------------------


快訊 TPBL林書豪因傷臨時缺陣 國王人手不足1分輸特攻

[首頁](#)
[新聞](#)
[節目](#)
[影 Bar](#)
[活動](#)
[空院](#)
[國會頻道](#)
[徵件/招標](#)
[公評人](#)
[TIPH](#)

[即時](#)
[氣象](#)
[政治](#)
[打假特攻隊](#)
[2024 MLB](#)
[國際](#)
[社會](#)
[運動](#)
[生活](#)
[財經](#)
[台語](#)
[地方](#)
[產業](#)
[綜合](#)










2024/09/30 20:24

觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台

中央社

[分享](#)
[Facebook](#)
[Messenger](#)
[LINE](#)
[Link](#)

（中央社記者楊淳卉雪梨30日電）為刺激紐澳遊客來台旅遊，交通部觀光署24、26及30日在澳洲墨爾本、布里斯班與紐西蘭奧克蘭舉辦3場台灣觀光推廣會，邀集地方政府、旅行社、航空公司等單位參與，展示全新台灣觀光品牌3.0，吸引近300家紐澳業者與會。

觀光署指出，2024年前7個月紐澳來台旅客數呈現逐月成長，來台旅客數達6萬9598人次，恢復至疫前2019年同期的95.36%，顯示紐澳旅客來台意願日益濃厚。

澳洲旅遊研究機構「Tourism Research Australia」2024年5月報告顯示，2024年澳洲出境旅遊支出可突破60億澳元（約新台幣1315億元），超越疫情前水準，尤其亞洲和太平洋地區等短途旅遊目的地，更是澳洲民眾疫後出國旅遊首選。



日本熱銷疲勞眼藥水

即將播放：10分鐘奪3命！ 15歲少年「偷開外...

觀光署指出，台灣以豐富的自然景觀、多元人文風情、便利交通及友善民眾深受紐澳旅客喜愛，推廣會上展示全新台灣觀光品牌3.0「TAIWAN-Waves of Wonder」，傳達台灣四季旅遊魅力與蓬勃活力。

推廣會還以多元行銷活動，向當地展現台灣豐富觀光資源、旅遊便捷與各項優惠獎勵措施，包括安排一系列手作體驗和文化表演，融合廟會文化與藝術的虎爺吊飾繪製，展演台灣慶典熱鬧氛圍，現場並有承襲國寶級木器大師陳煌輝師傅技藝的花窗杯墊拼裝體驗，感受台灣傳統老屋建築之美。

推廣會並有製作蘊含台灣傳統老屋美好祝福的花磚胸章，以及有阿美族精彩的原民毛線球教學與歌舞表演，讓紐澳業者近距離感受南島文化魅力，加深台灣與紐澳的連結與文化旅遊共鳴。參與者反應熱烈，現場氣氛熱絡。

活動還特別邀請紐澳旅遊達人Théa和曾旅居台灣的紐西蘭籍歌手羅藝恆（Laurence Larson）分享旅台見聞和經歷，以自身觀點深入淺出介紹台灣多元豐富的觀光資源及非來不可的理由，增進當地業者對台灣旅遊產品興趣與販售意願。

活動中另提供抽獎品如中華航空、長榮航空贊助多張紐澳至台灣來回機票，以激發來台意願，促進紐澳與台灣的觀光交流與合作。（編輯：韋樞）1130930

新聞來源：中央社

udn / 全球 / 國際焦點

觀光署新品牌拓源 刺激紐澳旅客訪台

2024-09-30 20:50 中央社／雪梨30日專電

+ 澳洲

分享 0 分享



為刺激紐澳遊客來台旅遊，交通部觀光署24、26及30日在澳洲墨爾本、布里斯本與紐西蘭奧克蘭舉辦3場台灣觀光推廣會，邀集地方政府、旅行社、航空公司等單位參與，展示全新台灣觀光品牌3.0，吸引近300家紐澳業者與會。

觀光署指出，2024年前7個月紐澳來台旅客數呈現逐月成長，來台旅客數達6萬9598人次，恢復至疫前2019年同期的95.36%，顯示紐澳旅客來台意願日益濃厚。

澳洲旅遊研究機構「Tourism ResearchAustralia」2024年5月報告顯示，2024年澳洲出境旅遊支出可望破60億澳元（約新台幣1315億元），超越疫情前水準，尤其亞洲和太平洋地區等短途旅遊目的地，更是澳洲民眾疫後出國旅遊首選。

觀光署指出，台灣以豐富的自然景觀、多元人文風情、便利交通及友善民眾深受紐澳旅客喜愛。推廣會上展示全新台灣觀光品牌3.0「TAIWAN-Waves of Wonder」，傳達台灣四季旅遊魅力與蓬勃活力。

推廣會還以多元行銷活動，向當地展現台灣豐富觀光資源、旅遊便捷與各項優惠獎助措施，包括安排一系列手作體驗和文化表演，融合廟會文化與藝術的虎爺吊飾繪製，展演台灣慶典熱鬧氛圍，現場並有承襲國寶級木器大師陳煌輝師傅技藝的花窗杯墊拼裝體驗，感受台灣傳統老屋建築之美。

推廣會並有製作蘊含台灣傳統老屋美好祝福的花磚胸章，以及有阿美族精彩的原民毛線球教學與歌舞表演，讓紐澳業者近距離感受南島文化魅力，加深台灣與紐澳的連結與文化旅遊共鳴。參與者反應熱烈，現場氣氛熱絡。

活動還特別邀請紐澳旅遊達人Théa和曾旅居台灣的紐西蘭籍歌手羅藝恆（Laurence Larson）分享旅台見聞和經歷，以自身觀點深入淺出介紹台灣多元豐富的觀光資源及非來不可的理由，增進當地業者對台灣旅遊產品興趣與販售意願。

活動中另提供抽獎品如中華航空、長榮航空贊助多張紐澳至台灣來回機票，以激發來台意願，促進紐澳與台灣的觀光交流與合作。

46	10/1	New Zealand Travel Trade	What a night at the Taiwan Tourism AUNZ at JW Marriott Auckland!
----	------	--------------------------	--



48	10/2	New Zealand Travel Trade bulletin	Taiwan Tourism Administration returns to Auckland with 2024 Roadshow to spark travel interest in Taiwan
----	------	-----------------------------------	---



Taiwan Tourism Administration returns to Auckland with 2024 Roadshow to spark travel interest in Taiwan



Taiwan Tourism Authority's Auckland Roadshow on Monday saw 60 enthusiastic travel agents join local government representatives, airlines, and other stakeholders to experience and share Taiwan's diverse tourism resources and cultural performances. Mr. Chen Kuan-chu, Chief of the International Affairs Division of the Taiwan Tourism Administration, noted the Administration had launched a new 3.0 version of its tourism brand in May, under the slogan "TAIWAN – Waves of Wonder." With the tagline "Surprise After Surprise," it emphasizes the unique charm of Taiwan's year-round tourism from outdoor adventures, cultural experiences, or shopping and culinary delights. To give participants a deeper understanding of Taiwan, the delegation brought a rich variety of traditional cultural experiences, captivating indigenous performances, and introductions to the latest tourism products, aiming to inspire industry partners to fall in love with Taiwan. Ms. Kendra Chen, Director General of the Taipei Economic and Cultural Office in Auckland highlighted that from January to July 2024, 9,433 New Zealanders visited Taiwan, representing a recovery to 89.1% of the visitor numbers in the same period in 2019. This demonstrates the growing interest of New Zealand travellers in Taiwan. Additionally, the increasing frequency of cultural exchanges between Taiwan and New Zealand, particularly through shared Austronesian cultural ties, underscores the deep historical connections between the two regions. These exchanges not only promote cooperation in culture, tourism, and economic affairs but also serve as a vital bridge for strengthening bilateral relations. The promotional event yielded outstanding results, with a series of hands-on cultural experiences and performances receiving rave reviews. Participants enjoyed creating Tiger Lord ornaments, inspired by Taiwan's temple culture and festive atmosphere. They also had the chance to assemble window coasters based on the craftsmanship of national treasure master woodworker Chen Huang-hui, showcasing the beauty of Taiwan's traditional architecture. Attendees crafted floral tile brooches symbolizing blessings from Taiwan's old houses,



bringing home a piece of Taiwan's cultural heritage. Additionally, the Amis people offered a delightful demonstration of traditional yarn ball crafting and captivating performances, allowing New Zealand attendees to experience the vibrant indigenous culture of Taiwan up close. The enthusiastic response and lively atmosphere made the event a resounding success. To meet the demand of the Southern Hemisphere's travel peak starting in December, China Airlines is scheduled to offer additional limited-time flights between New Zealand and Taiwan from December 3, 2024, to February 16, 2025. This move is expected to boost the number of New Zealand visitors to Taiwan.

49	10/4	TRAVEEL inc Memo	More air capacity, steady rise in visitor numbers as Taiwan has eyes on NZ trade
----	------	---------------------	--

Friday, 04 October 2024 21:58

More air capacity, steady rise in visitor numbers as Taiwan has eyes on NZ trade



At the Taiwan Tourism trade function in JW Marriott Auckland this week... Stan Zhang, PRO Travel; Mesay, Etalan performance group, Amis Indigenous People; Tapash Saha, Sky Travel; Koro, Etalan

The New Zealand travel trade can expect to see and hear more from Taiwan over coming months as the country's tourism leaders see more interest (and plenty of potential) coming out of this market.

The comments come as Taiwan Tourism and a number of partners complete their 2024 Australasia tour, which included an evening of crafts, presentations and dinner at Auckland's JW Marriott this week. The event highlighted Taiwan's current Riding the Waves of Wonder campaign.

The enthusiasm is driven by increased air options between Auckland and Taipei, with China Airlines doubling their services via Australia later this year, Air New Zealand increasing its capacity, and EVA Air continuing to offer services from Brisbane.

New Zealanders are also taking the opportunity to combine Taiwan with other Asian destinations, such as Singapore and Hong Kong, opening up more choice of carrier.

Cindy Chen, Taiwan Tourism's director based in Singapore and responsible for New Zealand and Australia, says 9,000 Kiwis visited Taiwan in the months January to July 2024 – a jump of 26% over the previous year.

'We are now back to 89% of New Zealand arrivals compared with 2019 and we certainly see room to grow from here. We need to increase brand awareness in the market and we have plans to get more information to the trade here.'

She says the educational activity will include a dedicated New Zealand agent fam to the destination next year as well as a boosted information centre in Sydney to assist with this market.

Paul Dymond, managing director of Wendy Wu Tours says the tourism office's optimism is justified.

'We're doubling our Treasures of Taiwan departures to eight in 2025 and also adding a Taiwan by Rail itinerary.'

'We've also got three and five-day stop over packages using Air New Zealand with connections onto Europe with EVA Air.'

'I love Taiwan. It feels like the South Island but with culture that combines China, Japan and Korea, and a coastline on the east that's like Hawaii. There is also some interesting World War II history and even the Kavalan distillery that won the title of best single malt in the world at the recent San Francisco whiskey awards.'

Prize winner

Safvan Mansuri of The Travel Depot won a return trip from Auckland to Taipei on China Airlines during the Tourism Taiwan event at JW Marriott. The prize includes an accommodation voucher, Taipei metro pass, Classic Taipei Landmarks tour, Jiufen and Shifen day tour, and Taipei double decker sightseeing bus ticket.



Taiwan Tourism delegation in Auckland this week... Stacy Ong, Kuanchu Chen, Cindy Chen and Ganesson Supphiah



Look what we've just done... Joanne Sanderson, NZ Travel Brokers; David Simms, House of Travel Devonport with their Huye Charm paintings



Leo Li, China Airlines; Rahul Sharma, Exotic Holidays



Hermal Jani, Beyond Holidays; Julie Rice, EVA Air