

出國報告（出國類別：考察）

至菲律賓馬尼拉地區 考察旅遊市場

服務機關：交通部觀光署阿里山國家風景區管理處

姓名職稱：蔡桂均 技正

派赴國家/地區：菲律賓/馬尼拉

出國期間：113年12月19日至21日

報告日期：114年1月17日

摘要

菲律賓為 113 年東南亞國家到訪臺灣最多人次之國家，一年增加 35%，惟觀察阿里山國家風景區國際遊客數，仍以香港、新加坡、馬來西亞等國家為多，可見阿里山國家風景區對於吸引菲律賓遊客來訪仍有一定之潛力及成長機會，故本次於馬尼拉聖誕假期前夕即 113 年 12 月 19 日至 21 日期間考察菲律賓馬尼拉，安排與對菲律賓市場熟悉之機關及業者進行訪談，並且進行馬尼拉市區實地考察，以了解菲律賓旅遊市場之主要動態，提出相關吸引菲律賓遊客至阿里山國家風景區旅遊之心得與建議，期可作為阿里山國家風景區開發新興旅遊市場之契機。

目次

壹、考察目的.....	5
貳、行程規劃.....	6
參、考察過程.....	7
一、拜訪駐菲律賓臺北經濟文化辦事處.....	7
二、與國籍航空公司會談.....	8
三、與菲律賓觀光業者對談.....	9
四、與菲律賓旅行社協會（PTAA）交流.....	10
五、進行菲律賓觀光旅遊推廣現地調查.....	11
肆、心得.....	14
一、菲律賓旅遊市場之重要性.....	14
二、疫情帶給旅遊市場的改變.....	14
伍、建議事項.....	16
一、多元旅遊市場的開發.....	16
二、行銷推廣計畫宜於第一季前確定.....	16
三、智慧觀光的重要性.....	16

壹、考察目的

菲律賓為東協 10 國主要客源市場之一，截至 113 年 10 月底已有逾 37.8 萬名菲律賓遊客造訪台灣，年增 35%，已經超越新加坡及馬來西亞等國家，稱冠東南亞國家來臺旅客市場，而阿里山國家風景區近年以馬來西亞及新加坡為主要國際客來源，截至 113 年 12 月 25 日，阿里山國家風景區國際遊客分別以香港（135,025 人次）、馬來西亞（113,967 人次）與新加坡（95,185 人次）為前三大國際遊客來源，顯現阿里山國家風景區仍有待開發菲律賓國際遊客，本次計畫期可率先了解菲律賓市場，以協助阿里山國家風景區管理處轄下業者吸引菲律賓遊客至阿里山國家風景區觀光旅遊，增加國際遊客至阿里山國家風景區旅遊之人次，亦符合臺灣國家政策，故辦理本次考察。

貳、行程規劃

本次考察日期為 113 年 12 月 19 日至 12 月 21 日，共計 3 日。

本次考察之地點為菲律賓馬尼拉市，本次考察主要係為認識菲律賓旅遊市場及藉機推廣阿里山國家風景區之觀光旅遊，故安排行程上主要集中於訪談及現地觀察，三日考察行程如下表所示。

表 2-1 參訪行程一覽表

月/日	星期	地點	主要行程概述
12/19	四	臺灣桃園/菲律賓馬尼拉	1.BR-271 2.拜訪駐菲律賓臺北經濟文化辦事處 3.與國籍航空公司駐菲律賓代表對談
12/20	五	馬尼拉	1.拜訪觀光署駐馬尼拉觀光服務分處(TTIC in Manila) 2.與菲律賓觀光業者對談 3.參訪觀光署與長榮航空公司合作菲律賓 LTR 彩繪列車 4.與菲律賓旅行社協會 (PTAA) 交流座談
12/21	六	菲律賓馬尼拉/臺灣桃園	1.參訪馬尼拉 BGC 特區。 2.BR-278 回臺灣

參、考察過程

一、拜訪駐菲律賓臺北經濟文化辦事處

目前駐菲律賓臺北經濟文化辦事處為周大使民淦，其簡介可詳如下表所示。

表 3-1 駐菲律賓臺北經濟文化辦事處大使簡介

現任	駐菲律賓臺北經濟文化辦事處大使 (112年6月就任)
曾任	駐菲律賓臺北經濟文化辦事處大使(2023-) 外交部亞東太平洋司長(2021-2023) 駐帛琉大使(2018-2021) 駐檀香山臺北經濟文化辦事處總領事銜處長(2015-2018) 外交部國際傳播司副司長(2014-2015) 國家安全會議專門委員(2012-2013) 駐吉里巴斯大使館簡任一等秘書(2008-2011) 外交部非洲司科長(2002-2003) 駐紐約臺北經濟文化辦事處二等秘書(1995-2001)
學歷	國立臺灣大學政治學系國際關係組學士 國立臺灣大學政治學研究所國際關係組碩士

周大使因外交經驗豐富，於臺灣推廣菲律賓觀光旅遊上不遺餘力，雖就任期間未超過兩年，但觀察菲律賓旅遊型態及旅遊習性相當入微，就觀光署今年與菲律賓當地網紅合作推廣一案，表示相當認同，認為菲律賓遊客生性樂觀，喜歡美食、拍照打卡及氣候涼爽的地區等旅遊嗜好，目前因菲律賓入境臺灣免簽證，且有菲律賓與高雄直飛之班機，對於推廣阿里山國家風景區之觀光旅遊具有一定之利基點，建議觀光署及本處可朝該等方向進行旅遊推廣，同時也建議後續可再邀請幾位菲律賓籍影視名人進行行銷推廣，對於在菲律賓推廣阿里山國家風景區觀光旅遊具有一定之效果。



圖 3-1-1 與周大使對談



圖 3-1-2 拜訪駐菲律賓臺北經濟文化辦事處

二、與國籍航空公司會談

馬尼拉目前飛往台北共有 6 家航空公司，每週共有 84 班往來馬尼拉及台北，包括中華航空、長榮航空、菲律賓航空、菲律賓亞洲航空、宿霧太平洋航空、荷蘭皇家航空，另有 2 家航空公司由克拉克國際機場飛往台北，每週約 14 班，包括長榮航空與星宇航空，至於知名旅遊景點宿霧國際機場則是有 3 家航空公司，每週約 19 班飛往台北，包括中華航空、長榮航空及星宇航空等，另長灘島（卡提客蘭）則是有中華航空公司每週 3 班飛往台北，而由馬尼拉飛往高雄則是有 3 家航空公司每週共 10 班，包括中華航空、菲律賓亞洲航空及宿霧太平洋航空等，故與國籍航空公司會談，可有效了解菲律賓旅客之旅遊型態，包括旅遊旺季及旅遊型態等。本次特地與長榮航空菲律賓分公司王福勝總經理；長榮航空菲律賓分公司謝世杰總主任與銷售經理 Nancie Ng-Passenger；星宇航空菲律賓分公司黃群瑞課長與謝知融課長等人進行會談，藉此推廣阿里山國家風景區之觀光旅遊。



圖 3-2-1 與三大國籍航空公司會談（右二：長榮航空代表、左三：中華航空公司代表、左一：星宇航空代表）

根據三大國籍航空公司代表表示，菲律賓為天主教國家，於聖誕節期間有較長之假期，且非常重視聖誕節之假期，故本次參訪期間適逢聖誕假期前幾天，為旅客出國旅遊之旺季，建議可於聖誕假期期間針對菲律賓旅客旅遊習慣進行行銷推廣，如喜歡喝臺灣的手搖飲、拍照打卡以及阿里山國家風景區冷冽的氣候等，可更有效吸引菲律賓旅客。

三、與菲律賓觀光業者對談

本次考察藉由參訪觀光署經營之駐馬尼拉觀光服務分處，與菲律賓各旅行業者代表及菲律賓台商總會簡良達監事長等進行交流，其中菲律賓旅行業者代表，包括菲律賓當地旅行業及臺灣在菲律賓長期經營入境的眾多旅行社。



圖 3-3-1 與菲律賓觀光業者對談與互動

根據旅行社長期經營菲律賓市場所反應，菲律賓往臺灣的航程約 2 小時，航點與航班綿密，雙邊往來潛力無窮，菲律賓總人口超過 1.1 億，今年（2024）年經濟快速成長 6%，帶動旅遊消費支出，又菲律賓遊客生性樂觀，沒有儲蓄的觀念，其消費市場具有一定之潛力，而菲律賓遊客喜歡美食、拍照打卡及賞花等旅遊景點，如果能針對菲律賓旅遊市場進行適度行銷計畫，搭配上阿里山國家風景區擁有櫻花季、紫籐花季、繡球花等豐富自然遊憩資源，以及位處高山之微涼氣候正是吸引菲律賓遊客之一

大特點，可對此進行行銷推廣，吸引菲律賓遊客前往阿里山國家風景區觀光旅遊。

另依據菲律賓台商總會簡良達監事長所回饋，在菲律賓台商返台大多希望拜訪私房旅遊景點，阿里山國家風景區近年來推動小眾、精緻、深度旅遊，並有茶席、鄒族文化、不插電咖啡等深度人文遊憩體驗，以及日出、雲海、森林、晚霞等自然遊憩資源，若可適度透過台商總會進行行銷推廣，預計可提升台商返台期間拜訪之意願。

四、與菲律賓旅行社協會（PTAA）交流

菲律賓旅行社協會（The Philippine Travel Agencies Association, PTAA）是一個由菲律賓全國出境旅行社和入境旅行社協會於 1979 年聯合成立的組織，在菲律賓國內和國際舞台上都發揮著至關重要的作用，PTAA 擁有超過 500 名會員，是菲律賓最負盛名的協會，得到國際航空公司、酒店、渡假村、保險和郵輪公司的廣泛認可，與政府機構緊密合作，包括旅遊部、外交部、旅遊促進局密切合作委員會、移民局、尼諾阿基諾國際機場、國家人口普查和統計辦公室以及各使領館。該協會每年都會舉辦國際旅遊展（PTAA Travel Tour Expo），並匯集世界各地的旅遊業者參加，為一年一度的大型活動。



圖 3-4-1 與菲律賓旅行社協會會長（圖右一）

本次有幸與 PTAA 會長 Evangeline Tankiang Manotok，及副會長 Evelyn Dy Bondagi 共同交流，會長與副會長對於與臺灣共同推廣觀光旅遊皆釋出非常大的善意，也期許本處可推出適合菲律賓遊客之遊程，俟觀光署至菲律賓參加旅展時，得於

旅展中展示，以刺激菲律賓遊客至臺灣及阿里山國家風景區觀光旅遊。另會長與副會長也表示，菲律賓國人貧富差距嚴重，多數菲律賓遊客在亞洲出國首選仍為日本及韓國等國家，臺灣與菲律賓距離相近，可藉由不同遊程，吸引第二次出國之菲律賓遊客，或吸引首度前往日本或韓國之遊客，可於啟程或返程時至臺灣進行觀光旅遊，另菲律賓大多數長假期間為年底聖誕假期期間，建議本處可於第一季時進行相關旅遊包裝及行銷推廣，俾利菲律賓遊客進行旅遊規劃。同時，會長於訪談中也提出，旅行社可能有被人工智慧取代之危機，更期許得與相關觀光推廣機關共同合作，以永續經營旅行業務。

五、進行菲律賓觀光旅遊推廣現地調查

本次考察因時間緊湊，除參訪觀光署駐馬尼拉觀光服務分處外，亦參訪觀光署與長榮航空合作，於馬尼拉首都圈(Metro Manila)的輕軌系統（Manila Light Rail Transit System, LRT），以及馬尼拉 BGC 特區等地點。

(一) 駐馬尼拉觀光服務分處 (TTIC in Manila)：位於大馬尼拉的馬卡蒂，周邊交通便利，不定期辦理旅行業者 (B2B) 及旅客 (B2C) 推廣活動，拜訪時當期之推廣主題為臺灣「皇冠海岸觀光圈」之相關旅遊商品，由於位置優良，可協助向菲律賓遊客直接傳達相關觀光資訊。



圖 3-5-1 馬尼拉 TTIC 照片(1)



圖 3-5-2 馬尼拉 TTIC 照片(2)



圖 3-5-3 馬尼拉 TTIC 櫥窗展示皇冠海岸觀光圈相關商品

(二) 參訪馬尼拉 LRT 臺灣觀光推廣彩繪列車：菲律賓的 LRT 雖然是輕軌系統，但卻具有高客流量、專有路權等特點，輕軌網路全長 36.4 公里，大部分路段都在高架橋上，由兩條路線組成，共設有 33 座車站，又輕軌服務快捷、便宜，每天載客量達 130 萬人次。本次觀光署與航空公司合作之臺灣推廣彩繪列車，包括阿里山國家風景區之特色美景，可藉機向菲律賓遊客推廣阿里山之觀光旅遊。



圖 3-5-4 參訪彩繪列車



圖 3-5-5 彩繪列車塗裝車體

(三) 參訪馬尼拉 BGC (Bonifacio Global City) 特區：菲律賓貧富差距嚴重，而 BGC 特區是菲律賓的金融特區，許多國際金融機構和跨國企業的總部或分公司都設立於此，參訪當下有看到許多國際品牌，顯現 BGC 特區為菲律賓重要之國際接口，有更好的現代化安全措施，並且吸引來自世界各地的遊客，於此進行相關行銷推廣，亦可具有向國際觀光客行銷宣傳之用意。而 BGC 特區開放空間、綠地及廣場眾多，也可辦理大型戶外行銷推廣活動，吸引更多國際觀光客至阿里山國家風景區進行觀光遊覽。



圖 3-5-6 馬尼拉 BGC 特區街景



圖 3-5-7 馬尼拉 BGC 特區廣場

肆、心得

一、菲律賓旅遊市場之重要性

阿里山國家風景區長年來為新加坡、馬來西亞、香港等國際觀光客愛好之旅遊景點，菲律賓作為東南亞國家協會主要成員國，也是亞洲太平洋經濟合作組織 21 個成員國之一，自從新冠肺炎疫情後，國際上經濟及整體環境之改變，菲律賓之經濟大幅成長，加上作為亞洲僅有的兩個天主教國家之一，對於聖誕假期的重視及安排，比起亞洲其他國家更為重視，可見得菲律賓旅遊市場具有一定之潛力。

且阿里山國家風景區主要行銷活動，如神木下婚禮（婚禮舉辦及婚紗拍攝）、日出印象（跨年活動）以及原民活動（鄒族特色活動）等行銷活動，多集中於第四季，可搭配上菲律賓旅遊市場的旺季，更適合開發菲律賓旅遊市場，加強阿里山國家風景區對菲律賓的吸引力。

此外，本次考察藉由訪談旅行業業者、航空公司代表、菲律賓旅行社協會會長及副會長等菲律賓關鍵觀光旅遊重要人物，更可顯現出菲律賓旅遊市場之重要性，臺灣與菲律賓航程僅 2 小時，阿里山國家風景區位處臺灣中南部地區，具有豐富之遊憩資源及怡人之氣候，更具備有吸引菲律賓遊客觀光旅遊之潛力，未來倘若可跟隨觀光署之指導，針對菲律賓觀光旅遊市場加以專案包裝進行行銷推廣，可為阿里山國家風景區之觀光旅遊帶來更多菲律賓遊客。

二、疫情帶給旅遊市場的改變

由於新冠肺炎疫情的影響，造成全球持續通膨、高利率、波動的油價和貿易中斷等等國際市場改變，加上科技進步，AI 的急速發展，導致觀光旅遊市場遊客端整體的變化，旅遊市場的整體走向，已經與過去思維有所不同，阿里山國家風景區長期為新加坡、馬來西亞及香港等地區所重視，雖然今年整體觀光旅遊上來說，仍以新加坡及馬來西亞為主要拜訪國家來源，然以臺灣整體而言，菲律賓已經成為東南亞國家主要國際觀光客之來源，阿里山國家風景區倘若能持續進行環境整備，提供星馬地區遊客優良觀光旅遊意象之同時，對菲律賓遊客進行相關行銷包裝，應可促進阿里山國家風景區之永續觀光發展。

此外，科技的進步，善用 AI 進行風景區內觀光環境的建置、經營管理及行銷宣傳，

可為阿里山國家風景區帶來事倍功半之效果，再者，依據此次與眾多旅行業者的訪談結果，旅行社業者其實也有因為科技進步導致生命週期變短之風險，業者已提前發現此一問題，阿里山國家風景區應持續與不同觀光業者、入境旅行社等交流與合作，才能站在第一線為轄區內觀光從業人員反應國際潮流與問題，讓阿里山觀光旅遊永續發展。

伍、建議事項

對於本次考察，如何提升阿里山國家風景區菲律賓遊客旅遊人次，提出以下幾點建議。

一、多元旅遊市場的開發

阿里山國家風景區 113 年以香港、馬來西亞與新加坡等三處為最多的國際遊客，然而 113 年整體而言，卻是菲律賓為東南亞國家來台旅客最多的國家，可見在觀光旅遊環境變動快速的現下，如何保持彈性以配合整體大環境變動，為未來推動觀光發展重要的考量之一。

而本處作為推動阿里山國家風景區觀光發展之第一線工作團隊，在旅遊市場的經營開發上，建議可更加落實分工作業，雙語環境的建置、基礎觀光遊憩設施的整備、觀光環境的整理與清掃以及行銷宣傳資料庫的充沛等基礎工作外，更應積極透過觀光區的整合，有效推動區域型觀光旅遊，讓旅遊市場的開發更加多元。此外，也可與包括航空業、旅行業、旅宿業及伴手禮業等觀光產業業者溝通與訪談，除可了解市場動向外，也可藉由觀光產業業者之力量，帶進更多國際遊客，促進整體觀光永續發展。

二、行銷推廣計畫宜於第一季前確定

考量菲律賓遊客年度的假期多數集中於一年的第四季，且菲律賓遊客習慣於一年中的第二季前決定年度旅遊計畫，所以想要吸引菲律賓遊客至阿里山國家風景區進行觀光旅遊，行銷推廣計畫宜於當年度的第一季確定，以便交由當地旅行業者進行宣傳，另為確定旅遊行銷推廣計畫的可行性，則建議宜於行銷推廣計畫確定前與包括航空業、旅行業、旅宿業等業者進行充分溝通討論，以確保相關行銷計畫具有其效果，並達到一定之績效。

三、智慧觀光的重要性

受到疫情的影響，以及數位科技的蓬勃發展，現在對於人工智慧的運用以相當普及，建議還是需要系統性的發展智慧觀光，從大數據分析開始，並於上級機關觀光署之政策指導下，有效就欲開發之旅遊市場進行分析及行銷。

例如依據本次訪談結果，菲律賓遊客在亞洲國家的選擇上，仍偏好日本及韓國，建

議可藉由大數據分析，探討菲律賓遊客之旅遊偏好，以透過更加科學與邏輯的方式，交叉分析菲律賓的遊客行為，並可供作後續開發其他旅遊市場之參考。

此外，建議後續也可參考臺灣其他縣市政府或機關，如何透過數位科技進行問題的發現、解決，行銷推動以及經營管理等策略之政策，以見賢思齊，拓展數位科技對推動觀光發展之觸角。