

出國報告(出國類別：其他/業務接洽)

參加「2025 年韓國北部地區觀光推廣 活動」出國報告

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會清境農場

姓名職稱：林欣儀佐理員

派赴國家：韓國首爾

出國期間：114年4月18日至4月22日

報告日期：114年6月10日

摘要

為吸引更多韓國旅客來臺，本次推廣活動以「美食」為主軸，結合臺灣熱炒文化，邀請首爾民眾來臺「吃美食、喝一杯」，展現臺灣熱鬧有趣的旅遊風格，激發實地走訪的興趣。此次活動配合觀光協會的推廣策略，除了在首爾舉辦面向消費者的B2C行銷(Roadshow)，也向韓國當地業者進行B2B的交流推廣。透過介紹清境、武陵及福壽山等高山農場，期盼吸引更多韓國旅客來臺造訪，進一步提升三大高山農場在國際市場中的知名度與吸引力。

本次報告聚焦於清境農場，將清境農場結合自然景觀與互動體驗的豐富內涵，具體傳遞臺灣高山旅遊的獨特價值，不僅適合闔家同遊，也能體驗農牧文化與親近自然。期盼吸引更多韓國旅客前來親身體驗這片林木蒼鬱、綠草如茵的「霧上桃源」之美。

目錄

壹、目的	1
貳、活動過程	2
(一)、計畫行程表	2
(二)、活動項目	3
1.臺灣觀光 B2C 行銷(Roadshow)(4 月 19 日至 20 日)	3
2.臺灣觀光 B2B 推廣會(4 月 21 日)	7
參、心得及建議	10
(一)、融合在地民族文化，提升文化深度與市場獨特性	10
(二)、提升手作體驗的精緻度與實用性.....	11
(三)、強化外語服務，拓展國際市場.....	13
(四)、結合假期制度與旅遊需求，布局韓國暑期黃金市場	14
肆、結語	14
伍、附錄：	15
(一)、名片資訊	15
(二)、於本機關 114 年 6 月 9 日業務會報提出報告	16

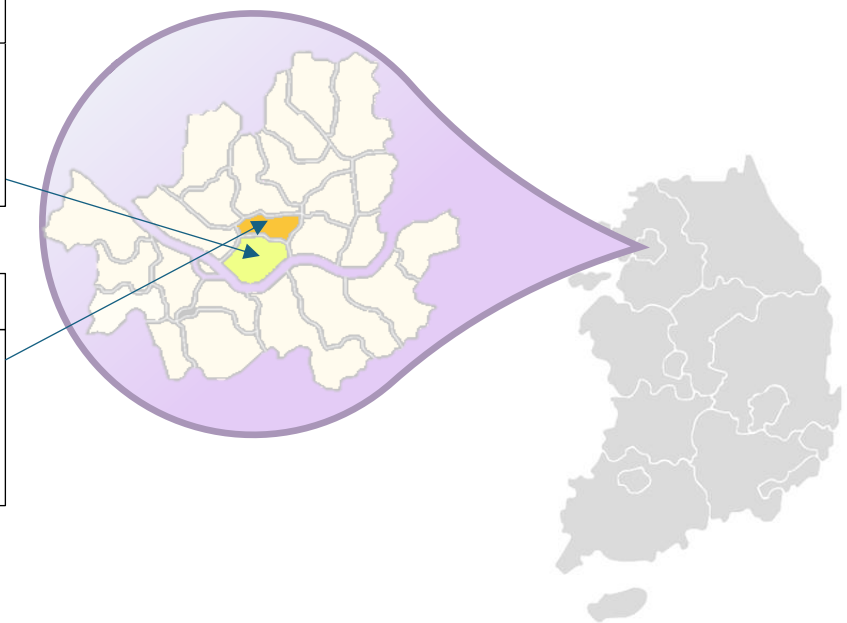
壹、目的

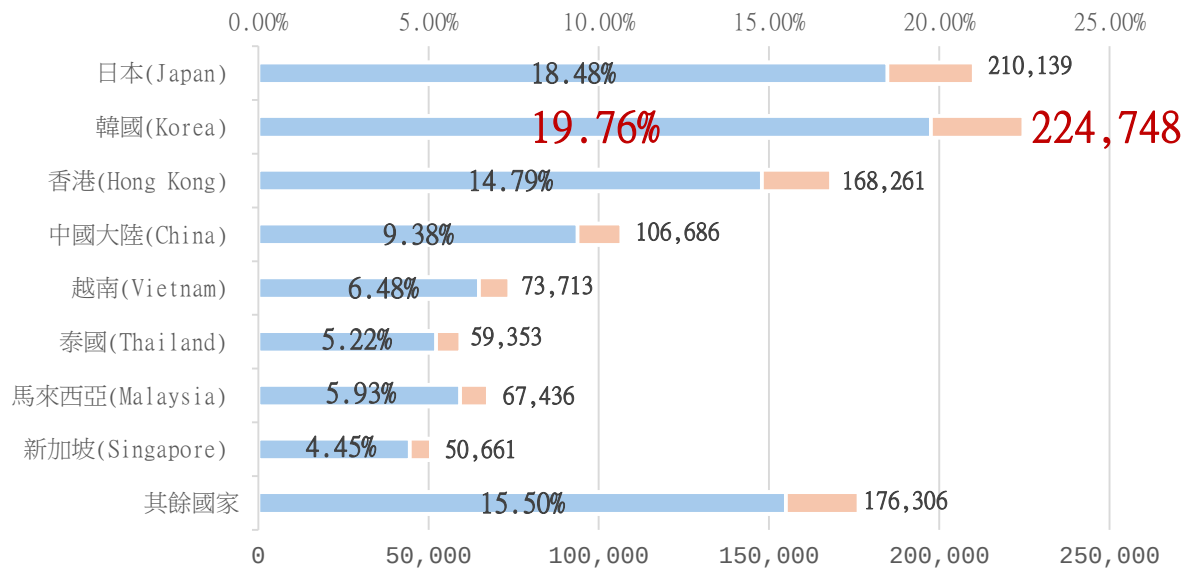
根據交通部觀光署統計資料顯示，114年1至2月期間，來自韓國的來台旅客人數達224,748人，占整體亞洲旅客總數的19.76%，穩居鄰近亞洲國家來臺旅客來源之首，顯示臺灣對韓國旅客具有高度吸引力與穩定市場基礎。此次配合交通部觀光署組團計畫，於4月18日至22日前往韓國首爾參與觀光推廣活動，活動地點選在漢南洞附近的CAVEHOUSE及中區的樂天酒店舉行，兩處皆位於人潮密集、交通便利且具高度聚客效應的地段，有助於提升活動的曝光度與參與度。

活動期間透過 B2C(Roadshow) 與 B2B 的推廣模式，積極向當地一般消費大眾及旅行業者介紹清境農場的觀光特色與亮點，包括自然景觀、體驗活動及地理位置等，期望藉此強化韓國市場對清境旅遊的認識與興趣，進而提升旅遊誘因，吸引更多韓國旅客前來觀光。

臺灣觀光B2C行銷 (Roadshow)
日期：4月19日(六)、20日(日)
時間：13：00至18：00
地點：CAVEHOUSE 漢南

臺灣觀光B2B推廣會
日期：4月21日(一)
時間：10：30至12：00
地點：首爾樂天酒店2樓





資料來源：交通部觀光署觀光統計資料庫

■ 亞洲國家來臺旅客人數

■ 亞洲國家來臺旅客比例

貳、活動過程

(一)、計畫行程表

本次活動時間規劃於2025年4月18日至22日辦理，出國計畫重點行程如下：

日期	重要行程	備註
4月18日(五) 第一天	搭機前往韓國	桃園國際機場→ 仁川國際機場
4月19日(六) 第二天	臺灣觀光B2C行銷 (Roadshow)	時間：13：00至18：00 地點：CAVEHOUSE 漢南 展攤編號：桌號 28 及 29
4月20日(日) 第三天	臺灣觀光B2C行銷 (Roadshow)	
4月21日(一) 第四天	臺灣觀光B2B推廣會	時間：10：30至12：00 地點：首爾樂天酒店2樓 展攤編號：桌號 29 及 30
4月22日(二) 第五天	搭機返國	仁川國際機場→桃園國際機場

(二)、 活動項目

本次韓國首爾旅展行程主要分兩大部分，分別於 CAVEHOUSE 漢南舉辦的B2C行銷(Roadshow)，及在首爾樂天酒店2樓舉辦的B2B推廣會，活動內容及過程如下：

1. 臺灣觀光B2C行銷(Roadshow)(4月19日至20日)

本次推廣會為期兩天，地點選在梨泰院站2號出口步行約4分鐘的CAVEHOUSE 漢南舉辦。活動空間以臺式熱炒店為主題佈置，一走進場，牆面上貼滿經典熱炒菜名，如三杯雞、炒海瓜子、鳳梨蝦球等，瞬間喚起人們對臺灣熱炒文化的熟悉記憶。表演區則擺放藍色塑膠椅與小圓桌，重現街頭熱炒店的親切氛圍。除了視覺上的場景還原，現場更邀請了融合臺灣文化與民族樂器創作的樂團—A_Root 同根生，運用笙、月琴與貝斯等元素，以臺式歌詞結合現代節奏，帶來一場炒熱氣氛的現場演出，展現出全新的臺味音樂風貌，為觀眾帶來耳目一新的體驗。為提升活動的參與度，現場也設計了互動任務制度，來賓可在各攤位完成指定挑戰，集點獲得象徵性貨幣「喔熊MONEY」，再至兌換區兌換限量美食及鑰匙圈和收納包等小禮物，每張任務卡皆仿照熱炒店常見的勾選式點菜單設計，不僅增加趣味性，也巧妙呼應臺式熱炒文化的獨特風格。除此之外，現場也可以親手體驗製作臺灣料理與羊毛氈工藝，讓當地民眾透過實際操作，更深入感受臺灣文化的魅力。

透過旅遊地圖與DM，現場向韓國民眾介紹與本場相關的旅遊資訊，內容涵蓋如何抵達農場、行程規劃、手作體驗及特色活動等，讓民眾對到高山農場旅遊有更深入的了解與興趣。為了此次推廣會特別設計了一顆骰子，上面貼有清境農場的社群帳號與 QR Code，來到攤位的民眾只需追蹤任一帳號，搭配現場的「集鈔活動」，完成解說並成功追蹤社群後，民眾除了能獲得象徵性貨幣「喔熊MONEY」，並隨機發放由本場帶

來的精美農場特色小禮物，例如清境吉祥物綿羊與牧羊犬造型的角色扇、羊毛氈手作小物或綿羊玩偶，不僅作為熱情參與的回饋，也能提升活動的趣味性與參與感。



Roadshow 活動入口



擺放藍色塑膠椅與小圓桌重現熱炒店的氛圍



入口處牆面上經典熱炒菜名



A_Root 同根生樂團現場表演



A_Root 同根生樂團與現場民眾互動



B2C 臺灣觀光Roadshow場展攤佈置



武陵、清境及福壽山農場參加B2C進行推廣



透過旅遊地圖向當地民眾推廣本場觀光



透過翻譯向當地民眾推廣本場觀光旅遊



透過翻譯向當地民眾推廣本場觀光旅遊



當地民眾掃描本場社群帳號與 QR Code



當地民眾掃描本場社群帳號與 QR Code



當地民眾完成任務後兌換「喔熊MONEY」



當地民眾完成任務後兌換「喔熊MONEY」



現場與民眾互動-臺灣OX知識問答



現場介紹如何製作臺灣料理



現場親手體驗製作臺灣料理



現場親手體驗製作羊毛氈工藝

社群媒體粉絲
追蹤數增加



2. 臺灣觀光B2B推廣會(4月21日)

韓國推廣活動進入第三天（4月21日），於首爾樂天酒店二樓舉辦B2B商業推廣會，目的是希望促進臺韓觀光產業間的深入交流。本次商業推廣會臺灣觀光代表團共43個單位、69位業者參加，採用自由洽談的「跑桌」形式進行一對一洽談，臺灣觀光代表團設置固定展桌，韓方業者則可依照自身業務需求主動與各臺灣單位洽談，提升交流效率與精準度。透過這種方式，不僅能讓韓國業者深入了解臺灣的旅遊資源、產品

特色與市場潛力，也讓臺灣業者能針對韓國市場提出更符合當地需求的行銷策略。

會談期間，部分韓方業者表示，過去曾以自由行方式親自造訪清境農場，對當地優美的自然景觀、悠閒宜人的氛圍，以及整體良好的旅遊體驗留下深刻印象，此次因業務需求，特別藉由推廣會的機會，進一步瞭解清境農場在交通接駁及行程建議等方面的資訊，進一步了解清境農場與中臺灣其他觀光據點的串聯模式；另有部分韓方業者對清境農場的地理位置較為不熟悉，透過現場交流，獲得更清晰的區域定位，此次交流不僅有助於提升韓方業者對清境旅遊資源的整體認識，也為日後規劃符合韓國旅客需求的專屬行程奠定良好基礎。

會後午宴同樣邀請融合臺灣文化元素與民族樂器創作的知名樂團—A_Root 同根生到場演出，以獨特的音樂風格及現場魅力，將臺灣多元文化之美透過旋律傳遞給在場嘉賓，成功炒熱現場氣氛，過程中最受矚目的莫過於壓軸登場的抽獎環節，由臺灣代表團提供多項精心準備的禮品吸引與會來賓熱情參與，現場歡呼聲此起彼落，將整場活動氣氛推向最高潮，也為本次推廣會畫下圓滿又熱鬧的句點。



B2B 活動入口



臺灣觀光代表團設置固定展桌



B2B 臺灣觀光Roadshow場展攤佈置



與當地業者交換名片



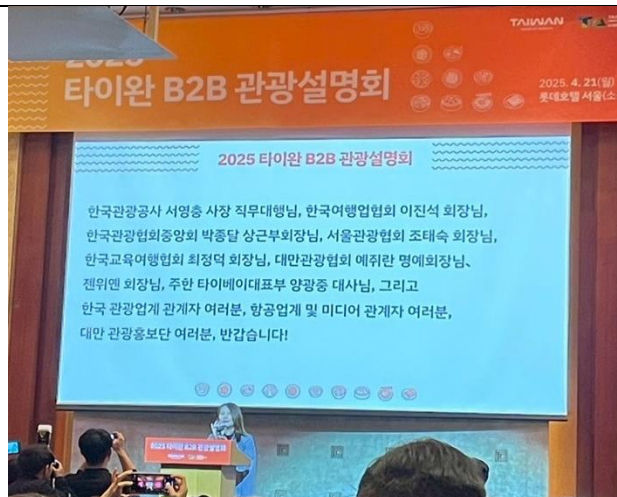
當地業者解說本場旅遊資訊



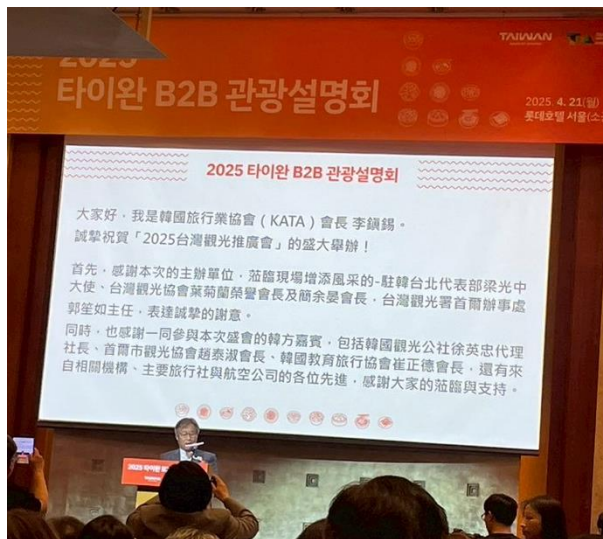
當地業者解說本場旅遊資訊



B2B推廣會餐會現場



交通部觀光署 首爾辦事處郭笙如主任致詞



韓國旅行業協會(KATA)李鎮錫會長致詞



推廣會餐會模彩活動



清境、福壽山及武陵農場參加 B2B 進行推廣



臺灣觀光代表團與韓方代表大合影

參、心得及建議

(一)、 融合在地民族文化，提升文化深度與市場獨特性

清境農場以飼養綿羊聞名，長年吸引國內外旅客前來參觀。然而，在參與 B2B 推廣會期間，與當地翻譯交流的過程中，進而了解韓國也擁有一座與清境農場性質相近的牧場，位於韓國東北部的江原道，稱「大關嶺羊群牧場(대관령 양떼목장)¹」。進一步了解後發現，兩地皆主打高山放牧、自然風光與療癒系羊群體驗，整體觀光定位極為相似。

¹ 大關嶺羊群牧場(대관령 양떼목장)官方網站：<https://yangtte.co.kr/>

若能將「在地擺夷民族文化」與「羊群元素」結合，以擺夷族群傳統圖騰紋樣為靈感，設計出具有文化象徵意義的「擺夷羊」角色，每一隻「擺夷羊」設置於農場內的重要地標與觀景節點，如觀山平台、綿羊秀場、馬術表演區等，搭配專屬 QR Code，供遊客掃描後聆聽該圖騰所承載的擺夷文化故事，語音內容將提供中文與英文等多語版本，不僅提升國際旅客的理解與沉浸感，也讓臺灣本地遊客能透過趣味互動，深入認識清境地區擺夷族群的歷史背景，藉此提升文化深度與體驗差異化，強化清境農場的市場獨特性。透過此一文化與觀光體驗的融合創新，清境農場將不僅是一處看羊的休閒景點，更轉化為富含故事性與文化厚度的山地旅遊場域，有效強化其於國際市場的品牌識別度與文化價值。

(二)、 提升手作體驗的精緻度與實用性

本場不僅擁有優美的高山自然景致，也提供遊客近距離接觸動物與體驗手作活動，其中「羊毛氈DIY」體驗深受親子客群與自由行旅客喜愛。然而，在此次參與 B2C 推廣會期間，趁著人潮較少的時段，前往其他攤位交流觀摩，發現一個以羊毛氈為主題的手作品牌攤位「包·手作羊毛氈」，作品風格非常具有吸引力。

該品牌運用獨特的羊毛氈創意擬真工藝技法，將材料塑造成令人驚艷的造型，例如看起來如真實麵包般的吊飾與零錢包，質感與創意兼具，顛覆了羊毛氈僅能製作成可愛造型或簡單鑰匙圈的既定印象。這種創新不僅強化了產品的視覺吸引力，更增加了實用性與收藏價值。

基於此觀察，建議可針對現有的羊毛氈體驗進行升級，嘗試導入更精緻的製作工法與多元應用形式。例如：從單純的動物鑰匙圈延伸至零錢包、小型擬真吊飾、別針、飾品收納袋等，並可結合清境特色元素（如雲霧、高山景色、擺夷圖騰）融入設計中，讓產品更具文化感與地方辨識度。透過提升手作體驗的藝術性與功能性，不僅能強化遊客參與的滿意度與回憶感，也有

助於帶動文創商品銷售與社群話題性，進一步拓展本場的品牌價值與手作體驗活動的延伸。



包·手作羊毛氈B2C現場布置



包·手作羊毛氈B2C現場布置

包·手作羊毛氈

摺頁



包・手作羊毛氈 摺頁



(三)、 強化外語服務，拓展國際市場

在本次 B2B 推廣會期間，與韓國旅遊業者洽談時，發現不少業者主動詢問清境農場是否設有專責的韓國市場對接窗口，以利未來在套裝行程設計、接待安排與語言協調等方面能有明確的溝通管道。

為因應此需求，建議可招募具備韓語或英語能力的專責人員，負責與韓國業者進行業務聯繫，或委託專業翻譯協助，定期整理並更新韓語版網頁面、導覽手冊與行程資訊。此外，也可主動蒐集國外旅客常見問題，製作外語版的圖文說明搭配數位翻譯工具，提供現場使用，作為第一線員工與外籍遊客之間的溝通輔助。

透過圖文設計與科技輔助完成接待，不僅能有效提升語言友善度，降低

語言隔閡帶來的不便，也能進一步塑造清境農場專業且親切的國際形象。此舉將有助於在競爭激烈的觀光市場中脫穎而出，吸引更多海外旅客，並穩固清境農場在臺灣觀光的定位。

(四)、 結合假期制度與旅遊需求，布局韓國暑期黃金市場

韓國與臺灣一樣，都有寒暑假。不過，韓國的假期制度相對獨特，特別是在夏季，韓國的上班族通常會在7月到8月之間享有一段為期約一週的暑休。多數人會將這段暑休與年假(特休)合併使用，藉此安排長天數的海外旅行，因此暑假成為韓國家庭、情侶或朋友團體出國旅遊的熱門時機。如果能夠設計一個專屬這段暑期黃金檔期的限定套裝行程，搭配在地特色活動及限定體驗活動，將更具吸引力，這樣的行程不僅能夠迎合他們長假期的需求，無論是旅行、住宿還是體驗活動，都可能吸引到大量有意出國的韓國上班族，進而帶來市場商機。

肆、 結語

這次參與「2025年韓國北部地區觀光推廣活動」，不僅成功向韓國民眾與業者介紹清境農場的觀光特色，更透過創意展攤設計與互動體驗，展現出本場旅遊結合自然景觀、農牧文化的多元魅力。在B2C行銷活動中激發韓國民眾對臺灣高山旅遊的好奇與興趣，而在B2B推廣會中也與當地業者交流，為未來拓展韓國市場奠定良好基礎。

透過此次活動，更深刻體認到「體驗創新」與「語言友善」是邁向國際化的關鍵要素，期盼未來能持續精進行銷策略與服務內容，完善多語導覽資源、結合在地文化，並精進手作體驗設計，期盼能吸引更多來自韓國及其他國家的旅客，讓清境農場成為他們心中值得再訪與推薦的首選旅遊目的地，進一步拓展清境農場於國際觀光市場中的品牌影響力與競爭力。

伍、附錄：

(一)、名片資訊

Park Jung Eun
F.I.T
Customized G.I.T
Group Tour
Hotel

JTOUR
박정은/朴禎垠
Branch Manager in Korea
分公司經理

Address: 38-1, Jong-ro 5-gil, Jongno-gu,
Seoul, Republic of Korea
Korea Office: 070-5111-7745
Taiwan Office: 02-2978-3333
Mobile: +886-0966-323-325
Email: service@gojitour.com

이다은
LEE DAEUN
Product Manager

여행 & 호텔 검색

010-2775-6841
031-784-1000 (fax)
daeunlee.519@navercorp.com
경기도 성남시 분당구 정자동로 95, NAVER 1784

NAVER

TAIWAN
VISITORS ASSOCIATION
台灣觀光協會

會長
簡余晏 博士

電話：02-2752-2898
E-mail：ok@yuyen.tw
地址：106663台北市忠孝東路四段285號8樓之1 統編：03791409

ALEX CHENG
정준경

TAIWANMONSTERZ@GMAIL.COM
5F, NO27, LN.383, XINGSHAN RD,
NEIHU DIST, TAIPEI, TAIWAN
+886-979-800-476 / +82-10-9098-5241

中冠礁溪大飯店
ART SPA HOTEL

總經理 **林繼尊**

262 宜蘭礁溪德陽路6號
電話：03-9882011~5 傳真：03-9873552
行動：0972-212-203
雲頂國際開發股份有限公司 80462545
vp@art-spa-hotel.com.tw
www.art-spa-hotel.com.tw

SET 東南旅遊

www.settour.com.tw

北區國旅本部入境部
韓國課 經理
于公花
Flora Yu

● 台北市中山區中山北路2段71號9樓
● (02) 2567-8111 ext.2929 ● (02) 2523-7456
● 0919-500-294 ● 79228705
● flora.yu@settour.com.tw

提供企業 金門皇家渡假村股份有限公司

관광 科長
강 경 민 姜京珉
KANG GYEONG MIN

TOURWORLD
투어월드

Tel 02-738-6789 Direct 02-738-6789
Mobile 010-5335-0504 Fax 02-738-0250
E-mail & Nate On tourworld02@nate.com

서울본사 / 首爾總公司, 서울시 중구 중로 19 르메이에르호텔타운 B동 1417호
대만지사 / 台灣分公司, 韓金旅行社有限公司
10491台北市中山區南京東路二段54號4樓 Tel 02-2507-0081

차장 次長
방 서 희 方舒熙
WENDY

TOURWORLD
투어월드
韓金旅行社有限公司

Tel 02-738-6789 Direct 02-732-0040
Mobile 010-8808-3775 Fax 02-738-0250
E-mail & Nate On tourworld05@nate.com

서울본사 / 首爾總公司, 서울시 중구 중로 19 르메이에르호텔타운 B동 1417호
대만지사 / 台灣分公司, 韓金旅行社有限公司
10491台北市中山區南京東路二段54號4樓 Tel 02-2507-0081

모두투어

함보연 BOYOUN HAM / 咸甫妍

남아시아팀장 / 팀장
South East Asia Business Dept. / Team Manager

모두투어에이전시
T +82 032. 728. 8296
M +82 010. 4196. 8966 Eham_boyoun@modetour.com

(二)、於本機關114年6月9日業務會報提出報告



