

出國報告（出國類別：其他）

出席 2025 年第 55 屆旅遊暨觀光研究 協會（TTRA）年會暨研討會報告

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：歐陽忻憶 副組長

派赴國家：愛爾蘭

出國期間：114 年 6 月 23 日至 6 月 26 日

報告日期：114 年 10 月 31 日

摘要

第 55 屆旅遊暨觀光研究協會（TTRA）年會暨研討會於 2025 年 6 月 23 日至 26 日於愛爾蘭共和國高威市之 The Galmont Hotel & Spa 舉行。本屆年會主題為「探索、創新、轉型：影響全球旅遊與觀光研究的未來」（EXPLORE, INNOVATE, TRANSFORM: Influencing the Future of Global Travel and Tourism Research）。會議議程涵蓋多元主題，包含人工智慧與數位化、永續與再生觀光、旅遊目的地管理與品牌策略、觀光勞動力與領導力發展、旅客行為與市場轉型、社區與居民觀點、文化遺產與電影旅遊，以及健康與無障礙旅遊等議題。透過探索新興趨勢、引入創新方法，並推動具影響力的轉型，會議致力於促進全球學者與業界的深入交流與合作，共同塑造旅遊與觀光研究的未來。

大會安排多元的會議形式，以滿足不同參會者的需求，每日皆有多場工作坊（Workshop）、圓桌會議（Roundtable）、研究生發表會議（Presentation Session）、共同專題分享（General Session）、學術分組（Academic Breakout）以及書面研討會（Reception and Ideas Fair），這些多樣化的活動設計旨在促進深入的討論和學術交流，使每位與會者都能獲得豐富的學術體驗，促進學術思想的碰撞和創新。最後針對本次出訪，提出幾項感想與建議，如觀光發展從永續觀光邁向再生觀光、觀光數據脈絡分析、AI 人機智能協作應用，以及鼓勵參與國際組織交流，提升台灣國際形象。

目次

壹、前言.....	3
一、 參與動機	3
二、 目的	5
貳、第55屆TTRA年會暨研討會概況.....	6
一、 議程	6
二、 大會主視覺	12
三、 TTRA 2025 獎勵計畫	12
四、 贊助商/參展商行銷	14
參、研討會內容摘述.....	15
一、 共同研討會：走進城市目的地聯盟	15
二、 共同研討會：超越數據－解鎖高階數據指標的國際洞察， 邁向未來導向策略	18
三、 學術專題演講：AI時代的責任領導力	21
四、 共同研討會：目的地研究與數據的可行創新	23
五、 共同研討會：開創旅遊新路徑-透過研究與數據洞察發展 永續成長策略	25
六、 共同研討會：前進目的地：成功定義目的地管理策略	27
七、 共同研討會：TTRA AI智庫：是、不是或也許是.....	30
九、 開幕典禮及學術書面研討會	34
參、感想與建議.....	35
一、 觀光發展從永續觀光邁向再生觀光，強調再生治理與社區福祉	35
二、 推動數據在地化與永續指標創新，強化韌性評估與環境監測	36
三、 利用AI人機協作智能，以情境脈絡分析提升策略預測能力.....	38
四、 鼓勵參與國際組織交流，提升台灣國際形象	39

壹、前言

一、參與動機

根據聯合國觀光組織（UN Tourism）於 2025 年 5 月發布 World Tourism Barometer，指出 2025 年第 1 季國際觀光入境人次（過夜旅客）較疫前（2019 年）同期增加 3%，約有超過 3 億名旅客跨境旅遊，較 2024 年同期增加 5%，相當於增加約 1,400 萬人次，並預估 2025 年國際觀光入境人次較 2024 年增加 3%至 5%（如圖 1），經 UN Tourism 分析國際觀光恢復概況良好的主要因素為旺盛且持續的旅遊需求、亞洲市場的開放以及簽證的便利。

2024 年各地區國際觀光入境人次復甦概況，中東地區之復甦表現尤為強勁，較疫前同期增加 41%，次之為非洲地區（較疫前同期增加 7%）、歐洲地區（較疫前同期增加 2%）；美洲則已恢復至幾乎達到疫前表現（疫前同期 99%）；而亞太地區的國際觀光也正在快速復甦，多個旅遊目的地開始向國際重新開放，已恢復至疫前的 88%（南亞較疫前增加 2%、東南亞恢復至疫前 88%、東北亞 85%）。

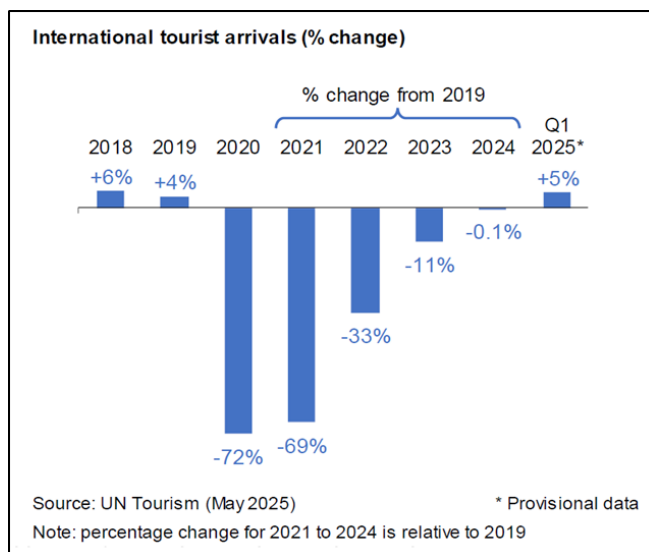


圖 2018-2025 年第 1 季國際觀光入境人次復甦概況

World Tourism Barometer 調查 2024 年國際觀光入境人次排名，法國迎來 1.02 億人次國際旅客，入境人次較疫前增加 12%，是全球造訪人次最多的國家，接序為西班牙第 2 名（9,380 萬人次）、美國第 3 名（7,240 萬人次），而亞太地區主要競爭國排名依序為中國（第 7 名）、日本（第 10 名）、泰國（第 12 名）、馬來西亞（第 17 名）、香港（第 18 名）、印度（第 20 名）、越南（第 24 名）、韓國（第 27 名）、澳門（第 28 名）、

印尼(第 32 名)、新加坡(第 34 名)，台灣則為第 45 名，較 2023 年前進 2 名。在國際觀光收入及支出（International Tourism Receipts & Expenditure）方面（詳圖 2），2024 年國際觀光收入達 1.7 兆美元，較疫前增加 15%；2024 年觀光產業總出口收入（Total Export Revenues）達 2 兆美元，較疫前增加 15%。而 2024 年國際觀光支出第 1 名為中國（2,506 億美元），其次為美國（1,778 億美元），接續以歐洲地區為主，包含德國（第 3 名）、英國（第 4 名）和法國（第 5 名），台灣則位居第 20 名，較 2023 年前進 3 名。



圖 2023 年國際觀光收入概況

產業指標（Industry Indicators）的表現也同樣反映國際觀光復甦趨勢良好。根據國際航空運輸協會（International Air Transport Association, IATA）數據顯示，2025 年第 1 季的航空運輸量強勁復甦，較疫前同期增加 6%，而國際航空客運量較疫前同期也增加 6%，另根據史密斯研究中心（STR）資料顯示，2025 年 4 月全球住房率達 67%，依區域來看，北歐 74%、大洋洲 71%、加勒比海地區 69%、東北亞及西歐均為 68%，皆高於全球同期平均值。

綜上，各項國際研究及數據統計皆反映國際觀光現況幾乎完全恢復至疫前水準，在最新 UN Tourism 信心指數顯示，50%觀光專業人士認為 2025 年國際觀光前景較 2024 年更好。而 2025 年國際觀光產業仍面臨勞動力短缺、全球經濟、地緣政治和極端氣候的影響，亦影響運輸和旅宿成本。受整體經濟放緩挑戰，旅客偏好物超所值、離家更近的旅行，在旅遊預算規劃上則更加謹慎，優先考量產品價值和負擔能力，尋找經濟實惠的旅程及旅遊目的地，重視享受旅遊體驗勝過物質；同時旅

客對於永續實踐和旅遊目的地永續管理理念的接受度，也將成為選擇旅遊目的地的考量條件。

隨疫情消退，全球觀光產業逐漸復甦，我國 2024 年來台旅客 786 萬人次，復甦至疫情前 2019 年 1,186 萬人次的 6 成 6，全年來臺旅客觀光支出達 100.28 億美元（約新臺幣 3,220 億元），消費力已恢復至疫情前（2019 年）6 成 9，為展望未來及洞察先機，爰透過參與國際觀光旅遊組織所舉辦年會，以掌握全球觀光發展脈動，並做為我國觀光發展精進之參考。

二、目的

旅遊暨觀光研究協會（Travel and Tourism Research Association, TTRA）成立於 1970 年，集結全球 1,000 多名會員所共同組成之非營利國際性觀光研究組織，包含美國、加拿大、英國、澳洲、紐西蘭、德國及義大利，並在全球有 8 個分會（亞太地區、加拿大、美中地區、歐洲、美洲大西部、夏威夷、美東北地區及美東南地區），其組織成員囊括政府的觀光單位、教育學術單位的學者、觀光研究諮詢單位的研究專家，以及旅遊相關專門從業人員等。TTRA 作為世界領銜的旅行及旅遊研究組織，致力於探討觀光旅遊行銷及發展計畫，並於每年 6 月份舉辦年度會議暨研討會，可謂國際觀光領域中，最為知名的旅遊研究會議。

本次第 55 屆 TTRA 年會暨研討會，匯聚觀光旅遊、餐旅管理、旅館休閒、行銷推廣、企業經營管理以及會計財務等不同領域之學者、業者、研究員以及政府部門政策擬定者，分享多元、創新的知與趨勢，在會議期間，大會亦安排許多的交流與互動的機會，藉由互相交流、對談與經驗分享，共同激發與提升旅遊研究及效能。我國於 1977 年以「中華民國交通部觀光局」名義加入該協會組織會員，為獲取旅遊新知，廣泛搜集觀光旅遊相關資料，每年均積極參與該協會活動。

貳、第 55 屆 TTRA 年會暨研討會概況

第 55 屆旅遊暨觀光研究協會年會暨研討會於 2025 年 6 月 23 日至 26 日於愛爾蘭高威市（Galway, Ireland）之 The Galmont Hotel & Spa 舉行，本屆會議主題為「探索、創新、轉型：影響全球旅遊與觀光研究的未來」（EXPLORE, INNOVATE, TRANSFORM: Influencing the Future of Global Travel and Tourism Research），會中深入探索人工智慧與數位化、永續與韌性、旅遊目的地管理與品牌策略及旅客體驗等子主題。

本次會議共有超過 300 名各國會員參加，包含觀光研究機構、學校教授、研究生、觀光目的地管理組織、政府代表等。學生會員大部分為各地學校觀光科系在學研究生，本屆研討會收到超過 100 份橫跨五大洲的最新旅遊研究論文，經專家評審後，才能在會議中報告，論文聚焦於旅遊與福祉、社群行銷、旅遊動機、人資、遺產與文化等重點。

本屆研討會也延續歷年作法，在口頭報告環節採「學術分組」及「專題演講」雙軌制進行分組研討，除入選學術論文之研究成果發表外，亦邀請觀光業界重要人士分享寶貴的專題實務經驗演講。研討會期間，同一時間內會有 2 至 5 場次研討會，與會人員可自由選擇場次參與。

明（2026）年 TTRA 第 56 屆年會預定在美國南卡羅來納州西北部的格林維爾（Greenville, SC）舉行。

一、議程

本屆年會暨研討會自 2025 年 6 月 23 日至 26 日舉行，為期 4 日之會議，議程臚列如表一，大會於每日安排多場工作坊（Workshop）、圓桌會議（Roundtable）、研究生會議（Presentation Session）、共同專題分享（General Session）、學術分組（Academic Breakout）以及書面研討會（Reception and Ideas Fair），其中研究生口試會議、共同專題分享及學術分組之時段，同一時間內會有 2 至 3 場次會議同時進行，提供給所有與會者依各自領域及興趣，自由選擇參加，另有針對特定受邀者召開之分會會議（Chapter Meeting）、JTR 理事會會議（Journal of Tourism Research Board Meeting）。

表 1 2025 年 TTRA 年會議程

6 月 23 日	
08:00 AM - 10:00 AM	● 執行委員會會議 Executive Committee Meeting
10:00 AM - 04:00 PM	● 董事會會議 Board of Directors Meeting
04:00 PM - 05:00 PM	● 新代表、新興領袖、分會領導與歷任會長歡迎酒會 New Delegates, Emerging Leaders, Chapter Leadership, & Past Presidents Welcome Reception
6 月 24 日	
08:00 AM - 09:00 AM	● 自理早餐 Breakfast on Own
09:00 AM - 09:45 AM	● 學術圓桌會 - 香港中文大學贊助 Academic Roundtable - Sponsored by The Chinese University of Hong Kong
9:15 AM - 9:45 AM	● 參展商茶敘 Coffee Break with Exhibitors
09:00 AM - 09:45 AM	● DMO 研究者圓桌會 - Dean Runyan Associates 贊助（限 DMO 研究者） DMO Researcher Roundtable - Sponsored by Dean Runyan Associates - DMO Researchers ONLY
10:00 AM - 10:45 AM	● 學術分組 2：旅遊、健康與福祉 - Tourism Review International 贊助 Academic Breakout 2: Travel, Wellbeing and Health - Sponsored by Tourism Review International
10:00 AM - 11:00 AM	● DMO 實務工作者圓桌會（歡迎所有人） DMO Practitioner Roundtable - All Welcome
11:00 AM - 11:45 AM	● 學術分組 3：社群媒體與影片 Academic Breakout 3: Social Media and Videos
11:15 AM - 12:00 PM	● 全城會議的力量：數據驅動的優先化與影響力 The Power of Citywide Conventions: A Data-Driven Approach to Prioritization & Impact
12:15 PM - 01:00 PM	● 午餐 Lunch
01:05 PM - 01:25 PM	● 大會正式開幕 Official Welcome
01:25 PM - 01:40 PM	● 終身成就獎頒獎典禮 Lifetime Achievement Award Presentation

01:45 PM - 02:30 PM	● 走進城市目的地聯盟 Journey through City Destinations Alliance
02:30 PM - 03:00 PM	● 咖啡交流（與展商） ● Coffee Break with Exhibitors
03:00 PM - 03:45 PM	● 超越數據：解鎖高階數據指標的國際洞察，邁向未來導向策略 Beyond The Numbers: International Insights into Unlocking Advanced Data Metrics for a Future-Focused Strategy
03:00 PM - 04:00 PM	● 學者思維重啟誓言 The Scholar Mindset Reset Pledge
04:00 PM - 04:45 PM	● 從品牌到邊界：研究如何驅動目的地廣告的完整旅程 From Brand to Border: How Research Powers the Full Journey of Destination Advertising
04:00 PM - 06:00 PM	● 質性研究方法工作坊、學者思維重啟誓言 Qualitative Research Methods Workshop, Scholar Mindset Reset Pledge
05:00 PM - 06:15 PM	● 合作夥伴、董事、歷任會長與分會領導酒會 Partners, Board, Past- Presidents, and Chapter Leaders Reception
06:30 PM - 12:00 AM	● 開幕晚會 - 香儂飯店管理學院 & 戈爾韋會展局贊助 Opening Reception - Sponsored by Shannon College of Hotel Management and The Galway Convention Bureau
6 月 25 日	
08:00 AM - 09:00 AM	● 自理早餐 Breakfast on Own
09:00 AM - 09:45 AM	● AI 時代的責任領導力 Responsible Leadership in the Age of AI
09:50 AM - 10:35 AM	● 目的地研究與數據的可行創新 - Azira 贊助 Actionable Innovation in Destination Research and Data - Sponsored by Azira
10:35 AM - 11:00 AM	● 咖啡交流（與展商） Coffee Break with Exhibitors
11:00 AM - 11:45 AM	● 學術分組 4：從意圖到行為 Academic Breakout 4: From Intention to Behaviour
11:00 AM - 11:45 AM	● 學術分組 5：人力資源管理 I Academic Breakout 5: Human Resources Management I
11:00 AM - 11:45 AM	● 學術分組 6：遺產與文化 I Academic Breakout 6: Heritage and Culture I

11:00 AM - 11:45 AM	● 透過數據、文化與客製化開發新目標市場 Evolving Target Markets Through Data, Culture, and Customization
11:00 AM - 11:45 AM	● 旅遊者的蛻變：觀光是否已死？ The Travel(er) Metamorphosis: Is Sightseeing Dead?
11:50 AM - 12:35 PM	● 學術分組 7：人力資源管理 II Academic Breakout 7: Human Resources Management II
11:50 AM - 12:35 PM	● 學術分組 8：遺產與文化 II Academic Breakout 8: Heritage and Culture II
11:50 AM - 12:35 PM	● 學術分組 9：居民與觀光 Academic Breakout 9: Residents and Tourism
11:50 AM - 12:35 PM	● 開創觀光新路徑：研究與數據洞察促進永續成長策略 Forging a New Path for Tourism: Innovative Strategies for Sustainable Growth Through Research and Data Insights
11:50 AM - 12:35 PM	● 工作坊：如何實現永續觀光目標與 KPI 追蹤 Workshop - How to Bring Sustainable Tourism Goals to Life & KPI Tracking
12:45 PM - 01:30 PM	● 午餐 Lunch
01:45 PM - 02:40 PM	● 前進目的地：成功的目的地管理策略定義為何？一項重大的學術與產業研究成果 Destination Forward: What defines successful destination stewardship strategies? The results of a major academic and industry research study.
02:45 PM - 03:30 PM	● 分會領導與歷任會長會議 Chapter Leaders & Past Presidents Meeting
02:45 PM - 03:30 PM	● 社區與目的地的數據驅動策略 Data-Driven Strategies for Communities and Destinations
02:45 PM - 03:30 PM	● 從關鍵字到旅程：預測全球旅遊興趣 - XBorder Research 贊助 From Keywords to Journeys: Predicting Global Travel Interests - Sponsored by XBorder Research
02:45 PM - 03:30 PM	● 與編輯見面 Meet the Editors
03:35 PM - 04:20 PM	● 學術分組 10：數位化與 AI I Academic Breakout 10: Digitalization and AI I
03:35 PM - 04:20 PM	● 學術分組 11：永續性與韌性 I Academic Breakout 11: Sustainability and Resilience I

03:35 PM - 04:20 PM	● 從洞察到影響：波多黎各與加拉帕戈斯的永續與再生觀光 From Insights to Impact: Sustainability & Regenerative Tourism in Puerto Rico & The Galapagos
03:35 PM - 04:20 PM	● TTRA AI 智庫：「是、不是或也許是」 TTRA's AI Think Tank: "The Yes, the No, and the Maybe"
04:20 PM - 04:45 PM	● 咖啡交流（與展商） Coffee Break with Exhibitors
04:45 PM - 05:30 PM	● 建立信任、推動行動：為多元受眾轉譯數據與研究 Building Trust, Driving Action: Translating Data & Research for Diverse Audiences
05:30 PM - 07:00 PM	● 學術書面研討會 Reception & Ideas Fair
6 月 26 日	
08:00 AM - 09:00 AM	● 自理早餐 Breakfast on Own
09:00 AM - 09:45 AM	● 航向新經濟常態：解讀後疫情的旅遊經濟指標 Navigating New Economic Norms: Interpreting Post-Pandemic Economic Indicators for Tourism
09:50 AM - 10:35 AM	● 頒獎與會員大會 Awards & Business Meeting
10:35 AM - 11:00 AM	● 咖啡交流（與展商） Coffee Break with Exhibitors
11:00 AM - 11:45 AM	● 學術分組 12：數位化與 AI II Academic Breakout 12: Digitalization and AI II
11:00 AM - 11:45 AM	● 學術分組 13：永續性與韌性 II Academic Breakout 13: Sustainability and Resilience II
11:00 AM - 11:45 AM	● 這真是個好問題！打造能帶來行動洞察的問卷技巧 Now That's a Great Question! Expert Strategies for Crafting Surveys That Drive Actionable Insights
11:00 AM - 11:45 AM	● 透明缺口：如何縮短行銷與無障礙戶外旅遊現實間落差 The Transparency Gap: Bridging Marketing and Reality in Accessible Outdoor Travel
11:00 AM - 12:30 PM	● JTR 編輯委員會會議 JTR Editorial Board Meeting
11:00 AM - 11:45 PM	● 學術分組 15：消費者認知與偏好 Academic Breakout 15: Consumer perceptions and preferences

11:50 AM - 12:35 PM	● 學術分組 14：永續性與韌性 III Academic Breakout 14: Sustainability and Resilience III
11:50 AM - 12:35 PM	● 學術分組 16：行銷與傳播 Academic Breakout 16: Marketing and Communication
11:50 AM - 12:35 PM	● 學術分組 17：山地旅遊與農業旅遊 - 亞利桑那州立大學贊助 Academic Breakout 17: Mountain Tourism and Agritourism - Sponsored by Arizona State University
11:50 AM - 12:35 PM	● 影視旅遊：電影產業對觀光的推動作用 Film Tourism, Importance of Film Sector in Driving Tourism.
12:45 PM - 01:30 PM	● 午餐 Lunch
01:30 PM - 02:30 PM	● 運動觀光客≠休閒旅遊者：目的地如何最大化吸引全球運動觀光客 Sports Tourist Does not Equal a Leisure Traveler. How Destinations can Maximize their Appeal to the Global Sports Tourist
01:30 PM - 02:30 PM	● 創意與品牌定位創新的發展 Innovation in Creative and Brand Positioning
02:30 PM - 03:15 PM	● 2025 年度傑出研究員頒獎暨最佳論文發表 - 內華達大學拉斯維加斯分校 William F. Harrah 飯店管理學院贊助 Academic Best Paper and Presentation by the 2025 Distinguished Researcher Award Winner - Sponsored by University of Nevada Las Vegas William F. Harrah College of Hospitality
02:45 PM - 03:30 PM	● 評估社區觀點以維護目的地品牌資產 Gauging Community Perspectives to Safeguard Destination Brand Equity
03:20 PM - 04:20 PM	● 閉幕場次 - 大辯論 Closing Session - The Great Debates
04:20 PM - 05:00 PM	● NETTRA 分會會議 / SETTRA 分會會議 NETTRA Chapter Meeting / SETTRA Chapter Meeting
05:00 PM - 08:00 PM	● 晚間招待會 (An Pucan) Evening Reception at An Pucan

二、大會主視覺

本次年會於愛爾蘭西岸的高威市舉辦，該市為愛爾蘭第六大的城市，今年會議的主題是探索、創新、轉變：影響全球旅行和旅遊研究的未來。

探索：鼓勵參與者深入研究新的研究領域，分享策略性地利用現有研究和數據的方法，發現新興趨勢，並接受源自好奇心和開放想法的不同觀點。

創新：強調快速發展的產業需要新想法和新方法，彈性和適應性至關重要。

轉型：專注於重大、有影響力的進步，而不僅僅是漸進的變化，以重塑旅行和旅遊業的未來。

影響未來：將一切聯繫在一起，透過研究積極為產業的未來方向做出貢獻。。



圖 2025 TTRA 年會大會主視覺

三、 TTRA 2025 獎勵計畫

TTRA 設有研究獎勵計畫，獎項從學術方面的認可到從業者的成就貢獻，鼓勵及肯定獲獎者在旅遊、觀光以及行銷領域所貢獻的價值。獲獎者可享有現金獎勵、獎牌、國際會議免費註冊資格等，並於每年年會中公佈。本屆得獎情形臚列如下：

(一) 研究與實踐者獎 Research & Practitioner Awards

1. 波音旅遊研究獎 🏆 Boeing Travel Research Grant

得主： Ronja Gaulinger，弗倫斯堡歐洲大學（與德國旅遊研究所合作）

計畫：「透過利害關係人合作建立目的地復原力」，創新運用社交網路分析來推進沿海目的地管理，因其方法論優勢和現實世界相關性而獲獎。

2. 研究生研究獎 🏆 J. Desmond Slattery

得主： Seung-Jin Cho，伊利諾大學厄巴納-香檳分校

計畫：「可預測的非理性遊客」，該計畫融合行為經濟學和文本挖掘，以新穎而富有洞察力的方式重新思考遊客決策。

3. 研究傑出獎 🏆 MMY Shifflet

得主： Nancy Small & Tourism Richmond

利用數據驅動的細分技術將受眾參與度提高了 15%，並將每次展示費用降低了 14%，是具有直接投資回報率的應用研究的傑出案例。

(二) 會議精選獎項 (Conference-Selected Awards)

1. **Charles R. Goeldner 旅遊研究雜誌優秀文章獎**

得主：Graham Miller、Gloria Crabolu 和 Xavier Font 因過去一年在旅遊研究雜誌上發表的最具影響力的文章而獲獎。

2. **最佳口頭報告獎 — 由 Lighthouse Winner 贊助。**

得主：Joelle Soulard, Xin Du and Toni Liechty, Early insight into tattoos as anchors of transformative travel。

3. **最佳定性研究方法論文 — 由維吉尼亞理工大學贊助。**

得主：Kuang Xin, Courtney Wittekind, and Janathon, Maui's short-term rental policy debate。

4. **最佳視覺呈現獎 — 由德克薩斯 A&M 大學贊助。**

得主：Denise Fecker, Birgit Bosio and Alexander Ziwes, Sustainable Skiing—How do locals and tourists perceive sustainable development of ski tourism。

(三) 傳承獎 (Legacy Awards)

1. **傑出研究員獎 Distinguished Researcher Award**

得主：多倫多都市大學的 Rachel Dodds 博士，是永續觀光業公認的領導者，以豐富的學術成果、在銜接研究和政策及提携後進研究員而聞名。

2. **終身成就獎 Lifetime Achievement Award**

得獎者：Ruf Strategic Solutions 創辦人 Brian Ruf。

在其傑出的職業生涯中，Brian 致力於資料完整性、旅遊分析創新以及將研究成果應用於實際決策。他的領導力為業界和 Ruf Strategic Solutions 留下了深刻的印記。



圖 終身成就獎頒獎及得主致詞

四、贊助商/參展商行銷

年會現場設有贊助商攤位，提供參展單位展示觀光旅遊相關書籍、研究、應用程式服務等資料，大會亦有安排中場休息時間，讓與會者與贊助商得以交流互動，並彼此留下聯絡管道，是提高與會者對觀光旅遊專業知識、產品和服務認識的絕佳管道，此外，參展商也可以透過贊助研究論文獎學金或協助大會辦理會議期間參訪活動等方式，持續行銷其產品與服務，除了有效增加產品曝光度，更提供目的地管理組織之相關從業人員或學術研究人員，購買旅遊相關研究或資訊服務的管道，今年度共計 30 家贊助商/參展商參與。



🌍 A Sincere Thank You to Our Sponsors! 🌍

As we count down to the 2025 TTRA International Conference in Galway (June 24–26), we extend our heartfelt thanks to the sponsors whose generous support is helping to bring this global gathering to life.

💎 Diamond Sponsors

Future Partners
Shannon College of Hotel Management

💎 Sapphire Sponsors

Azira | Key Data | Longwoods International | Rove | SMARInsights

💎 Platinum Sponsors

Adara - A RateGain Company | Datafy | Dean Runyan Associates |
Downs & St. Germain Research | Galway Convention Bureau |
Lighthouse | Miles Partnership | MMGY Global | [Placer.ai](#) ✅ | Simpleview
(a Granicus company) | Tourism Economics | Tourism Ireland | XBorder
Research Group

🥇 Gold Sponsors

Amadeus | Arrivalist | RRC Associates | Sage | YouGov

🥈 Silver Sponsors

Choose Chicago | OmniTrak Group Inc. | Virginia Tech MSBA Hospitality
and Tourism Management

🥉 Bronze Sponsors

CIC Research | Texas A&M University

圖 2025 年參與贊助單位

參、研討會內容摘述

本屆會議主題為「探索、創新、轉型：影響全球旅遊與觀光研究的未來」(EXPLORE, INNOVATE, TRANSFORM: Influencing the Future of Global Travel and Tourism Research)，會中深入探索人工智慧與數位化、永續性與韌性、旅遊目的地管理與品牌策略及旅客體驗等各主題。重點議題摘述如下：

一、共同研討會：走進城市目的地聯盟

Journey through City Destination Alliance／

City Destination Alliance、London & Partners／Babara Jamison-Woods 主席

講者探討目的地管理組織（DMOs）、全球旅遊趨勢、永續發展策略及歐洲城市創新實踐的見解，並闡述旅遊業如何應對當前的全球不確定性和消費者行為的改變案例。

(一) DMO 轉型與數據的重要性

旅遊業是價值 1.8 萬億英鎊的龐大全球性產業，而「城市」做為核心樞紐，其目的地管理組織(DMOs)的存續常受到地方政府三至四年政綱之限制，或因新市長上任而關閉商業部門而失去支援（如愛丁堡市），因此，必須透過**倡議與教育**來保持相關性（being relevant），以確保列為利害關係人和政治人物所關心的議程上，並獲得相關支持。

City DNA（前身為 European Cities Marketing）自 1960 年代成立以來，已轉型為由 85 國、125 個歐洲城市所組成的聯盟。旨在超越單純的行銷，並透過知識共享推動城市發展。鑒於數據是所有決策的基礎，「**沒有數據，你只是另一個有意見的人**」，因此，City DNA 強調，「城市之間的協作」和「數據共享」是提升包容性旅遊、再生性旅遊以及維持市場占有率的**唯一途徑**。

歐盟委員會首次設立職稱中包含「旅遊」的專員（Commissioner for Sustainable Transport and Tourism），並將城市視為歐盟永續觀光發展的驅動力。歐盟預計將在 2026 年提出《歐洲永續觀光策略》，將圍繞三大支柱：目的地管理組織（DMOs）、加強與地方和地區當局及中小企業的合作，以及透過「歐洲目的地」（Destination Europe）品牌向新興市場進行國際推廣。

(二) 倫敦組織的轉型與全球旅遊三大趨勢

倫敦在 2011 年金融危機後進行策略轉型，將分散的旅遊、投資和教育部門（如 Visit London、Think London、Study London）加以整合。倫敦現在自稱「**倫敦夥伴 (London & Partners)**」，增長重心已從「訪客經濟」（Visitor Economy）轉向更廣

泛的「體驗經濟」(Experience Economy)。此模式已被赫爾辛基和阿姆斯特丹等城市效仿。

全球旅遊消費趨勢有三大轉變：

1. **利基化 (Niche)**：旅客追求獨特且高利基的體驗，包括粉絲文化 (fandoms)、遺產 (Heritage) 和亞文化 (subcultures)，以及影視旅遊 (set jetting) 和追星旅行 (gig tripping)。
2. **有意識 (Conscious)**：旅客特別是年輕族群，傾向選擇永續的旅行方式，選擇永續旅宿。而**健康**是關鍵優先事項，預估健康旅遊到 2028 年增長 10%。
3. **彈性化 (Flexible)**：旅客因通貨膨脹而尋求性價比高，並希望充分利用旅程（如會議後旅遊）。老年旅客和 LGBTQ+ 旅客等特定群體也尋求感到安全和受到歡迎的旅行地點。數位影響力也在不斷擴大，有 92% 的年輕旅客會受到社群媒體的啟發。

(三)城市創新與再生性旅遊案例

許多城市正將旅遊資源分散到在地社區 (local hood)，以緩解過度旅遊的壓力。

1. **哥本哈根 (Copenhagen)**：推出「哥本哈根指南針」(Copenhagen Compass) 策略，使用六個座標衡量旅遊影響，並透過「CopenPay」試點計畫，鼓勵遊客以氣候友善行動（如騎自行車）換取當地優惠。
2. **維也納 (Vienna)**：追求「最優旅遊」(Optimum Tourism)，強調優質生活、永續性、全民受益、全年就業、維護公共空間、避免單一文化/擁擠等要素，以確保維也納宜居性，願景「讓每個人都滿意」。透過永續觀光觀察站、智慧數據、目的地管理原則等工具監測，九成當地居民和訪客對旅遊業持正面態度。
3. **格但斯克 (Gdansk)**：專注於無障礙性，在「城市居民卡」中創建「無障礙套裝」，讓殘疾人士無需出示特殊證明即可享有交通或景點優待，實現平等待遇。
4. **梅赫倫 (Mechelen)**：專注於再生性和尊重文化，推出「如果牆壁會說話」的「包容性傾聽漫步」(inclusive listening walk) 計畫，透過協作的方式為殘障人士創造了有意義的體驗。

最後，講者強調城市之間的協作和數據共享是提升包容性和再生性旅遊、維持市場占有率的唯一途徑。City DNA 正在與各城市（如赫爾辛基和杜林）進行合作專案，並計劃將這些見解和數據共享給歐盟委員會，以共同塑造旅遊業的未來。



圖 CityDNA 2025 年工作計畫

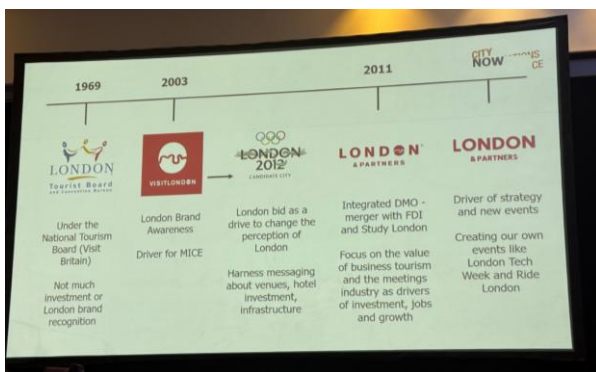


圖 倫敦夥伴組織沿革

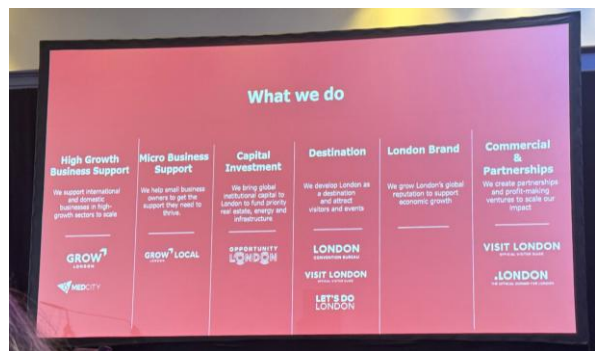


圖 倫敦夥伴組織任務



圖 哥本哈根羅盤

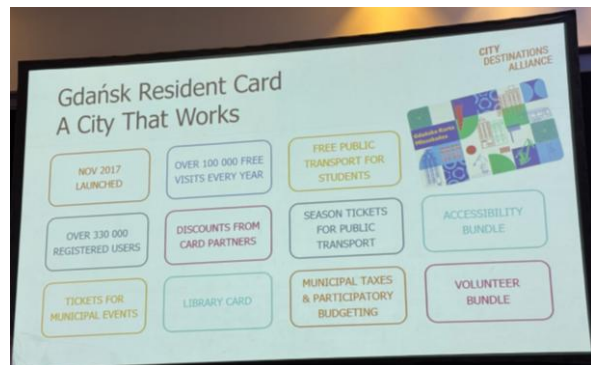


圖 格但斯克「城市居民卡」無障礙套裝

二、共同研討會：超越數據－解鎖高階數據指標的國際洞察，邁向未來導向策略

Beyond the Numbers: International Insights into Unlocking Advanced Data Metrics for a Future-Focused Strategy / 格里菲斯(Griffith institute for Tourism)觀光學院院長／Sarah Gardiner 教授

講者闡述澳洲透過推動「**Thrive 2030**」（榮景 2030），在開發觀光經濟「即時指標」（Live Indicators）框架時所經歷的思維概念、過程及挑戰，旨在超越傳統的落後指標（Lagging index），轉向為領先指標（Leading index）。

（一）背景與目標：Thrive 2030 策略

澳洲政府提出觀光經濟長期策略為「**Thrive 2030**」（榮景 2030），旨在將觀光業產值從 \$1,660 億元提升至 \$2,300 億元，目標到達 \$2,700 億元。其中一項重要策略是鼓勵「分散」（Dispersal），即鼓勵遊客前往其他區域地區，而非集中在雪梨和墨爾本。Thrive 2030 預計將區域觀光支出占比從 2024 年的 37% 提高到 2030 年的 40%。此外，該策略首次將國際學生旅遊計入觀光經濟的衡量範圍，使其總體規模增加了約四分之一。

（二）指標的開發過程

「即時指標」是透過「**IDEA 工作小組**」（IDEA Working Group）進行的共同設計（co-design）流程開發出來的，該小組舉行了約 7 次會議。為避免重複作業，團隊對經濟合作暨發展組織（OECD）成員國進行了國際審查，並研究芬蘭如何透過強制性年度調查來衡量永續性與無障礙性，以及紐西蘭如何利用國家統計局的勞動力調查數據來衡量旅遊業在有意義就業中的作用（二次數據）。教授指出，研究限制係業界調查通常難以涵蓋澳洲觀光業中超過 95% 的小型或微型企業。

（三）面臨的挑戰與數據偏誤

在衡量指標最大的挑戰之一是現有指標存在強烈的經濟量化偏見（economic quantitative bias）。雖然經濟影響指標已經高度成熟，但對社會和環境指標的投入和複雜度卻遠遠不足。此外，業界亟需領先指標（Leading index），但目前大多數數據都是落後指標（Lagging index）。開發這些指標是支援實證決策的關鍵，並利用數據來達成永續觀光成果的目標。要提出優秀的前瞻性領先指標，需要業界的專業知識（know how）和大學的智囊團（brains trust）的共同合作。

開發團隊也觀察到大數據（Big Data）使用的風險，例如在葡萄牙的案例中，由於手機數據誤採了港口集裝箱船上船員的停留數據，導致數據產生偏差。在實際應用上，衡量指標的層級（規模）至關重要，遊客偏好調查若在全國層級衡量，雖

可取得數據，但對於實際的決策和行動用途非常有限；然而，若能在地方層級衡量，則能提供極具價值的洞察，利於地方決策與實施對策。

(四) 指標的架構與取捨

團隊在架構指標時，採用了被稱為「婚禮蛋糕」(wedding cake) 的模型，特地將**環境 (Environmental)** 和**制度 (Institutional)** 指標放在底部作為基礎，認為如果基礎不穩固，頂層的經濟指標將會崩塌。他們最初審查了 70 個潛在指標，最終篩選出 21 個指標納入儀表板中。

在具體指標開發上，團隊做了許多妥協。例如，關於無障礙旅遊 (Accessibility) 指標，由於產品列表的自我報告數據可能存在誤導（例如，可能因為餐廳提供無麩質菜單而被勾選），導致難以確定實際的無障礙程度。此外，他們本希望透過原住民企業所有權來衡量原住民旅遊業的增長，但由於次級數據不足，最終暫時以「遊客參與原住民體驗」作為指標。

(五) 永續觀光邁向再生觀光

講者強調，未來觀光業必須超越永續觀光，邁向**再生觀光 (Regenerative Tourism)**，即不僅要將傷害降到最低，還要創造正向影響。包括整合**原住民知識體系**，將價值視為一個與「地方連結」的相互關係網路，而非傳統西方模型中由上而下的投入-產出模式。而新興技術如數位分身 (Digital Twin)、物聯網 (IoT)、人工智慧 (AI) 和量子計算，將是實現即時管理遊客流量和體驗的關鍵。

講者總結：「我們無法改變未衡量的東西」(We can't change what we don't measure)。衡量指標雖然不完美，但至關重要，應鼓勵創新與合作，讓目的地能讓遊客、當地居民和土地共創繁榮。



圖 Sarah Gardiner 教授演講



圖 婚禮蛋糕模型 (講者提供)

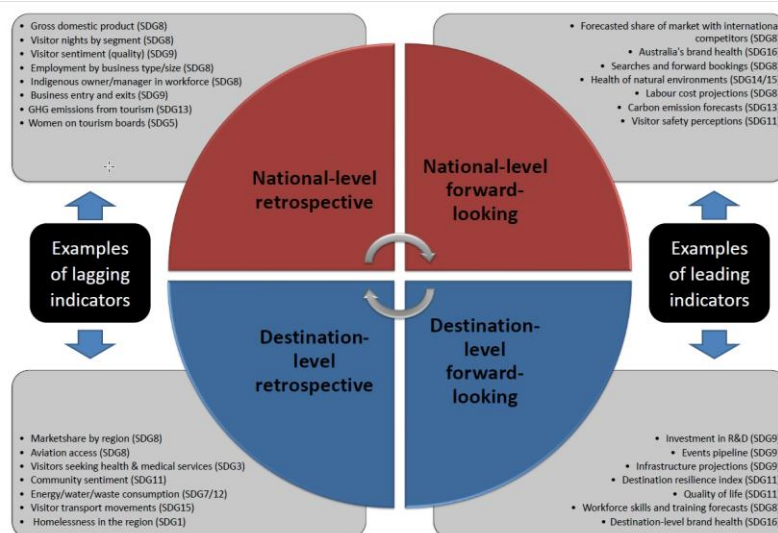


圖 落後指標及領先指標 (講者提供)

Longitudinal Indicators for the Visitor Economy (LIVE) Framework



圖 live 儀表板 (講者提供)

三、學術專題演講：AI 時代的責任領導力

Responsible Leadership in the age of AI / Surrey Business School, Professor Lis Tussyadiah

講者闡述在人工智慧時代的負責任領導力，並提出了 AI-by-Leadership 模型，以 AI 和人為中心的技能，並建立在三個相互強化的支柱上：協同（Synergy）、策略（Strategy）和永續性（Sustainability）。

(一)背景與技能需求

雖然 AI 工具大量輔助學術研究，例如文獻回顧和擴大跨學科的知識範圍，但人們擔心過度依賴 AI 會導致學生或使用者失去重要的批判性思維和創造力等核心技能。根據世界經濟論壇的報告，在許多行業中，所需的技能多半與「以人為中心」的能力相關。

(二)SAR 的 AI 責任型領導力模型

SAR 發展一套「AI 責任型領導力模型」（AI by leadership model），旨在讓領導者具備必要的 AI 技能和以人為中心的領導能力，從而能夠以更負責任的方式理解和部署 AI。該模型建立在三個相互強化的支柱上：協同（Synergy）、策略（Strategy）和永續性（Sustainability）。

(三)三個核心支柱

1. 協同 (Synergy)：

- (1) 此支柱核心概念是「協作智慧」（Collaborative Intelligence），強調將 AI 驅動的能力與人類領導技能融合，以創建「超級團隊」（Super team），利用 AI 來「增強」團隊的能力，使得整體表現優於個體之和。
- (2) 協同的理論基礎是摩拉維克悖論（Moravec's paradox），它指出人類擅長精巧度或感知等任務，但對 AI 而言相對困難，而 AI 擅長運算等任務，對人類而言也很困難，因此需要利用人機之間的互補性。

2. 策略 (Strategy)：

- (1) 此支柱係要求領導者利用數據和洞察力，將 AI 視為推動**戰略差異化**的工具，而非僅僅是戰術操作的工具。在不確定的年代，領導者應利用 AI 進行「戰略預見」（strategic foresight），預測並準備應對不同的未來情景，以增強組織彈性。
- (2) 以旅館業為例，AI 使營收經理的角色發生變化，從過去以戰術性工作轉變為現在戰略性角色。AI 的整合允許動態管理流程，例如將收益管理工具與庫存、員工人數和客戶關係管理（CRM）工具連結起來，實現更精準的營運決策。

3. 永續性 (Sustainability)：

- (1) 永續性是領導力實施的倫理基礎，要求確保 AI 模型具有長期的社會和環境視角。實施倫理 AI 的關鍵在於優先考慮公平性（**fairness**）、問責制（**accountability**）、透明度（**transparency**）和包容性（**inclusivity**）。
- (2) 在旅遊等領域，透過 AI 引導遊客做負責任行為，如旅館房間設置智能音箱讓旅客產生「被觀察效應」（**Watching Eyes Effect**）而規範自己行為；或利用聊天機器人對去過吉利島（**Gili Islands**）的遊客進行提醒，強調他們在島上騎自行車、步行等環保的行為，發現這種「回溯匹配」（**Flashback Matching**）的提醒，有效地影響了他們在返回家中後，選擇更具永續性的交通方式的研究，證明了「AI 能夠支持優質旅遊」（**AI for good tourism**），進而對社會產生正向行為的改變。

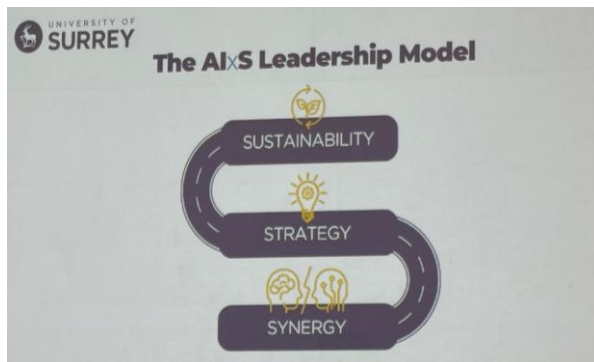
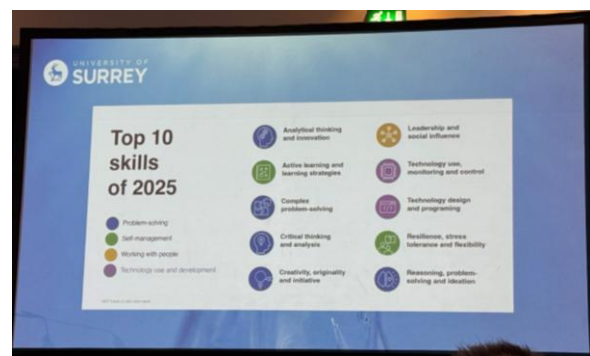


圖 AI 時代領導力模式

四、共同研討會：目的地研究與數據的可行創新

Actionable Innovation in Destination Research and Data /

Tania Sultana, Malta Tourism Authority

講者分享關於大數據、AI 應用、永續觀光研究與國際合作的案例。

(一) 地緣定位數據與衡量行銷活動有效性

Azira 是大數據公司，透過大量收集全球移動設備的資訊，研析市場占有率、訪客分散情況及人口統計資料。這類數據對於支援永續觀光至關重要，例如與夏威夷可愛島（Kawaii）的合作，即利用地緣數據分析遊客和居民的移動熱點，以便部署電動車基礎設施。透過下列步驟，來協助行銷活動：

1. **創建精確的受眾區隔**（Creating Audiences and Segments），例如，可以區隔出哪些傾向於租車自駕、或在特定地區造成交通壅塞的遊客群體。
2. **啟動全通路行銷活動**（Activating Omni-Channel Campaigns），透過需求方平台（DSPs）來找到特定受眾，投放全通路（**omni-channel**）行銷活動。例如，向這些設備推廣使用公共交通工具或參加導覽服務（guided tours）的廣告，引導旅客選擇更永續的旅遊選項。
3. **追蹤實際行為與成效衡量**（Tracking Actual Behavior），透過**廣告曝光追蹤**（系統記錄哪些特定移動設備看過推廣永續交通的廣告和宣傳資訊）、**行為驗證**（系統會追蹤這些看過廣告的移動設備）、**成效確認**（確認這些設備是否實際出現在公共交通站點或導覽服務的特定位置）。

這種追蹤機制提供直接的**歸因分析**，讓行銷人員能夠判斷他們投入資源去宣傳的永續交通或導覽服務，是否成功地將看到廣告的受眾轉化為實際使用者。這為數據驅動的決策提供了關鍵的行動基礎，證明了地緣定位數據不僅能分析行為，還能「啟動」和**衡量行銷活動**的有效性。

(二) 國家旅遊組織的 NTOs 的數據應用案例

旅遊研究的創新主要由五大因素驅動：數位科技發展、永續與環境意識提高（尤其環境維度難以衡量）、不斷變化的消費者期望（注重用戶體驗）、智慧科技整合以及全球氣候變化挑戰。

國際組織（如 UN Tourism、ETC、OECD）在推動證據基礎決策和永續觀光衡量框架（Measurement of Sustainable Tourism, MST）議題扮演著重要角色。而國家旅遊組織（NTOs）也正投資於 AI 驅動的數據平台，以實現即時數據分析，案例如下：

1. 馬爾他（Malta）：

- (1) 投入 60 萬歐元開發 AI 平台，整合國家統計數據、馬爾他旅遊局（Malta Tourism Authority）的研究資料及大數據（如信用卡數據和移動數據）。該平

台利用自然語言處理（NLP）來分析問卷中的開放式回饋和遊客情感，並具備即時更新儀表板的功能，以加快高層的決策速度。

(2) 在衡量環境影響方面，馬爾他採用了創新的**衛星數據平台**，用於監測空氣品質、海洋狀況、植被水準和城市化程度，並利用情景模型預測氣候變化（如海平面上升）對沿海地區的潛在影響。

(3) 在社會影響方面，雖然 AI 和大數據日益重要，但衡量居民滿意度仍主要依賴傳統的調查方法（如 Visit Flanders 模式），以避免反旅遊情緒的滋生。

2. 斯洛維尼亞（Slovenia）：透過電子旅遊平台實現智慧技術整合，每天即時更新旅遊統計數據，將住宿登記數據流向多個政府實體。

3. 德國：擁有高預算的研究項目，開發了複雜的儀表板，整合了航班抵達、遊客支出和旅行行為等多種數據源，並開放部分數據供業界使用。

(三) 數據應用應強調協作與治理

要有效運用創新技術和 AI，需要堅實的生態系統，包括：良好的策略規劃、**高品質的數據**（強調「垃圾進，垃圾出」原則）以及涉及政府機構、學術界和國際組織的穩健治理結構，才能促進最佳實踐的分享和所有目的地的進步。



The AI Tourism Platform in Malta

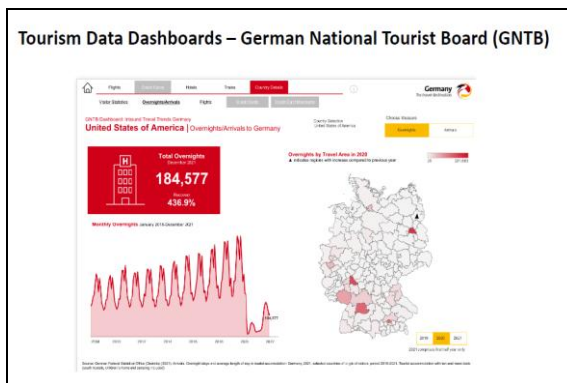


圖 講者分享各國數位平台案例（簡報講者提供）

五、共同研討會：開創旅遊新路徑-透過研究與數據洞察發展永續成長策略 Forging a New Path for Tourism: Innovative Strategies for Sustainable Growth Through Research and Data Insights

夏威夷旅遊業在面臨重大衝擊後，重新結合傳統文化精神，推展再生觀光。

(一)系統性衝擊與思維模式轉變

1. 夏威夷旅遊業經歷了 2019 年疫情與旅行管制障礙、2021 至 2022 年報復性旅遊熱潮，加上西南航空的進駐，帶來熱衷戶外探險的美國人造訪，但卻無視當地規則，導致居民對旅遊產生負面看法，認為旅遊業對社區造成危害，並缺乏管制流程；2023 年又經歷茂宜島野火造成嚴重的經濟衝擊，飯店雖未受損，但主要景點消失，嚴重影響旅客造訪意願。
2. 這些衝擊促成了管理思維模式的轉變，從追求傳統的旅遊 KPI，轉向強調韌性（resiliency）。夏威夷開始將其期望納入《阿羅哈經濟未來》（Aloha economic futures）等指標體系，結合永續發展目標（SDGs）和當地固有的祖傳知識（ancestral knowledge）融入系統。

(二)再生觀光的立法與新衡量標準

1. 夏威夷已將再生觀光模式（regenerative tourism model）寫入法律，要求所有旅遊業者必須實踐再生觀光，而非僅提出倡議。
2. 根據州法律中的定義，再生觀光之核心要素如下：
 - (1) 文化完整性（Cultural integrity）：衡量旅遊業對夏威夷文化的衝擊及貢獻。
 - (2) 社區層級就業機會：衡量旅遊業是否能在社區層級創造更多工作機會，而非僅關注州層級的經濟總量。
 - (3) DEI（多元、平等與包容）：這項要素必須得到處理。
 - (4) 社區福祉（Community Wellbeing）：評估旅遊業對居民福祉的貢獻。
 - (5) Pono 價值鏈（Pono Value Chain）：重視關於「正確或適當的方式」（correct or appropriate way）的價值鏈，例如：鼓勵社區層級的經濟發展、循環經濟（circular economy）、本地採購農產品、食品和服飾。

(三)數據管理與旅遊管理

夏威夷訪客與會議局（HVCB）透過數據管理系統協助訂定可執行策略，也規範旅遊業與遊客合約中的行前教育（pre-arrival education）內容，不再只推銷夏威夷的美景，更要強調其對自然、文化和社區的關切，以吸引合適的旅客類型。

(四)再生治理與原住民數據科學

在郡級層面，政府正推動再生治理（regenerative governance），將土地和海洋視為家庭。將微觀的研究（如容納量分析和經濟影響評估）與「原住民數據科學（indigenous data science）」相結合。

1. **Honua 流程**：這是夏威夷島（Hawaii Island）開發的一種原住民數據科學流程，**Honua** 意指「土地與擴張」（Earth and expanse）。它將數千年前的**歌謠、故事和吟誦（chants, stories, and songs）**視為**數據**，並透過特定的方法論進行詮釋，以指導政府的專案開發、撥款決策和評估。
2. **核心原則**：Honua 流程導出一項核心指導原則，其涵義是：「如果你到訪此地，你就成為此地的一份子，這隨後成為你的責任」。透過**在地解說計畫**（如在地管理員計畫）來落實遊客的行為規範。

(五) 落地實施計畫及措施

1. **在地管理員計畫（Stewardship programs）**：該計畫為文化從業者（cultural practitioners）提供可維持生計的工資，並在遊客熱點提供教育課程和在地知識，以促進經濟發展多樣化。
2. **供應鏈變革**：許多大型度假村和企業已開始調整產品和服務，包括聘請「文化專家（cultural specialist）」來整合文化課程、培訓員工，並支持本地食材和產品的採購，維護在地文化經濟發展。
3. **培養未來人才**：透過創造在地職位（如數據科學和藝術文化實踐），為當地年輕人建立留在故鄉工作的機會。

總結，夏威夷透過回顧過去，開創新的未來，將數百年來被證明可行的傳統知識，納入其旅遊和治理體系中，以建構再生觀光的生態系。

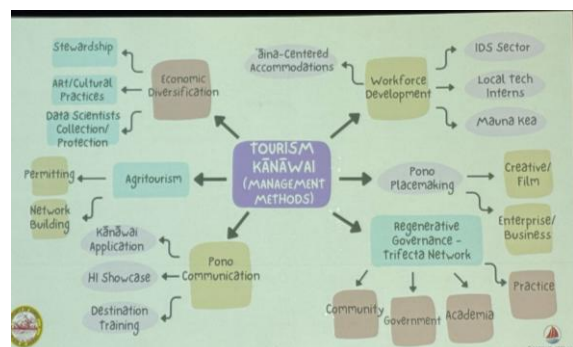
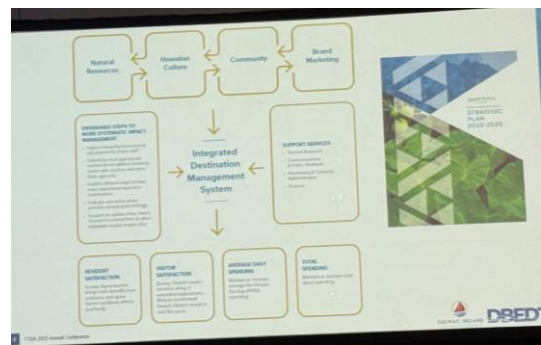


圖 夏威夷再生觀光推動理念

六、共同研討會：前進目的地：成功定義目的地管理策略？一項學術與產業研究成果

Destination Forward: What defines successful destination stewardship strategies? The results of a major academic and industry research study.

SELENI MATUS & SALVADOR ANTON CLAVE, George Washington University, International Institute of Tourism Studies

講者分享目的地管理計畫（Destination Stewardship）的研究發現、核心原則，以及美國聖地牙哥（San Diego）、科羅拉多州韋爾（Vail）和西班牙聖塞巴斯蒂安（San Sebastián）的實際案例經驗。

（一）目的地管理的核心原則與研究背景

目的地管理計畫大多是因應疫情爆發後而做出的計畫，本研究收集的計畫均是透過與社區廣泛對話，包括居民和企業調查、市政廳會議，甚至針對邊緣化社區（如西班牙語社區或原住民族）舉辦焦點小組會議，展現了對社區的投入與關注。

本研究歸納出目的地管理計畫的五項核心原則：

1. 管理是一場持久戰：是為了建立一種文化，而不是撰寫一份計畫。
2. 社區參與需持續對話與共創：不能僅是一次性的諮詢。
3. 韌性需要具體策略：而不能只有良好的意圖。
4. 計畫必須可執行：背後需有清晰的戰術、資金和權力支持。
5. 共享治理至關重要：讓旅遊業實現其創造共享價值的承諾。

（二）實施的關鍵挑戰與成功要素

民意調查顯示：計畫能否推動，政治和資金是最大的障礙。而成功的合作與夥伴關係被視為成功的關鍵。專家提出下列建議：

1. 策略、法規與資源：需要明確的戰略、願景、法規來推動相關措施，並須獲得人力和財政資源。
2. 信任建立：信任的建立至關重要，需要於規劃過程長時間和努力。
3. 持續合作與當責制（Accountability）：合作不應在計畫完成後停止，應設置指導委員會（如目的地管理委員會），定期召開會議並落實當責制。
4. 數據驗證：社區意見有時缺乏數據支持，可使用數據源進行疊加和驗證，有助於與居民進行更有效的對話。

（三）目的地案例與創新舉措

1. 聖地牙哥（San Diego, USA）：旅遊業是聖地牙哥最大產業，由於 13 年前失去了政治支持，聖地牙哥旅遊局（San Diego Tourism Authority, SDTA）需要與商會、經濟發展公司和其他非營利組織合作，擴大與社區領袖和當地組織的合作。

- (1)**創新舉措**：推出「旅遊加速器計畫」(Tourism Accelerator Plan)，每年從社區中，選出十家旅遊業者，如：BIPOC(黑人、原住民、有色人種)、LGBTQIA+、退伍軍人或女性所擁有的獨立企業，提升其服務能量，成為當地重要的服務供應商，並建置「資料庫」讓會議策劃廠商可以選擇在地適合的供應商。
 - (2)該局亦與市政府的藝術與文化委員會合作，制定了特定的文化旅遊計畫等，吸引音樂藝術文化界人士前往旅遊。
 - (3)SDTA 促進聖地牙哥旅遊經濟的包容性(inclusive endeavor)的作法，獲得國際獎項肯定，並受國際 DMO 組織相仿效。
2. **韋爾(Vail, Colorado, USA)**：擁有 5,000 人口但每年接待約 300 萬遊客的山區小鎮，將環境保護根植於城鎮憲章中，並通過 1% 的房地產轉讓稅，來資助永續發展工作。
- (1)**目標與挑戰**：韋爾在 2017 年獲得了第一個山地度假村永續目的地認證，並制定積極的環境目標：到 2030 年將排放量減少 50%，到 2050 年減少 80%。
 - (2)**創新舉措**：致力於使用地熱能來對其大型融雪系統進行脫碳。該系統目前由天然氣鍋爐供電，每年排放 5,500 至 6,500 公噸碳，占市政使用量的 80%。該計畫正在探索建立一個能源網路，將圖書館、活動中心和廢水處理廠等納入其中。
3. **聖塞巴斯蒂安(San Sebastián, Spain)**：西班牙北部擁有獨特的巴斯克語言文化小鎮，每年接待 200 萬遊客，因鄰近法國邊境，接待大量一日遊旅客(day trippers)，面臨過度擁擠的挑戰。
- (1)**管理方法**：推出「San Sebastián life visit」五年計畫，將居民生活品質作為核心理念。城市通過一個專業的旅遊機構，是公營資本公司，由市長和政界人士領導，並由專業人士運營，並與 350 個當地企業夥伴和市民代表合作。
 - (2)**國家級創新**：該地參與西班牙政府的「智慧旅遊目的地」(DTI)框架。DTI 通過一組標準化指標，圍繞治理、創新、技術、永續性和可及性五大支柱進行評估，旨在提高競爭力、保護居民生活品質並改善遊客體驗。

總結而言，DMO 在應對關鍵挑戰時，需考量諸多面向的平衡，並透過因地制宜的目的地管理計畫來將期望轉化為行動，邁向更平衡的未來。



圖 目的地管理案例 (韋爾大型融雪系統)



圖 聖地牙哥案例



圖 西班牙聖塞巴斯蒂安「智慧旅遊目的地」(DTI) 案例

七、共同研討會：TTRA AI 智庫：是、不是或也許是 TTRA's Think Tank: “The Yes, the No, and the Maybe”

Donna Larsen, XBorder Research/ David Reichbach, Future Partners/ Dudley Jackson,
South Carolina Department of Parks and Recreation

本研究是由 Brand USA、天普大學和 TTRA 共同合作，利用 Google 搜尋數據和對話式 AI（如 Gemini 和 Simma）來預測旅遊需求，並運用情境因素來調整統計預測，同時探討 Google 搜尋數據對於市場情報的實用價值、優勢和潛在缺點。

（一）AI 的發展與挑戰

人工智慧模型持續快速發展，大型語言模型 (LLM) 的連線數呈指數級增長，例如 GPT-4 擁有 1.76 兆連線。AI 分為預測型、生成型、代理型 (Agentic AI) 等階段。然而，AI 面臨嚴峻挑戰：開發者仍不完全確定其運作原理、運算成本高昂且消耗大量電力、系統脆弱，易受溫度或電源波動影響而產生錯誤輸出。

（二）AI 在研究工作中的應用與問題

1. 研究人員發現 AI 能有效地輔助編寫重複性任務的程式碼，例如產生 Excel 公式或 SPSS 語法，提高了效率和準確性。
2. 在數據收集方面，AI 會有嚴重的「劣質數據」問題。在線上問卷調查中，約 10% 的受訪者可能是機器人或不良數據。研究團隊必須採用多種策略，如身分驗證、隱藏問題，以及分析開放式回答（例如「A wonderful journey」這類通用答案會被視為機器人）來識別和剔除。
3. 在數據分析方面，GPT-4o 能夠快速處理大型數據集並回答特定的分析問題，例如邊境跨越數據。然而，LLM (Large Language Model，大型語言模型) 在處理超大數據量（如直接貼上 5100 個數字）時會出現混亂或錯誤。專家認為，目前 AI 在統計分析方面的應用「或許可以」，但「目前還不能真正信任」。
- 4.

（三）Google 搜尋數據結合 AI 預測旅遊需求

1. TTRA 聯合 Brand USA 和天普大學進行了一項名為「**關鍵詞到旅程**」的合作研究，旨在利用 Google 搜尋數據結合 AI 進行旅遊需求預測。研究團隊認為，搜尋數據是豐富、有機且具預測性的「數位足跡」。
2. 他們利用對話式 AI（如 Gemini、Simma）進行統計預測和情境分析。AI 被要求「像人類一樣思考」，納入 29 個背景因素（涵蓋經濟、政治、社會、環境和心理層面）來修正預測。

3. 案例研究：以愛爾蘭市場（小市場）到佛羅里達州基西米（Kissimmee, 小目的地）為例，純粹的歷史數據預測顯示搜尋量減少；然而，當納入情境因素後，AI 修正後的預測顯示搜尋量將增加 10%。這主要歸因於樂觀因素，如愛爾蘭經濟強勁、有利的匯率，以及基西米的物價讓家庭旅遊負擔得起。
4. Google 搜尋數據提供了直接獲取旅客意圖和趨勢的途徑，尤其對小型目的地非常有用，且相對免費。AI 在統計預測中表現優異，能將誤差邊緣降低至 6% 以下。但 TTRA 強調，AI 預測的優點能提升策略規劃和減少風險，但仍需要「人類專家的指導和驗證」。尤其，外部事件和數據來源的偏差（例如政治新聞）都可能影響預測準確性，因此人類監督至關重要。

整體而言，Google 搜尋數據結合 AI 分析，對於市場情報具有實用價值但其可信度仍有待提高，且需要專家的指導和驗證。TTRA 後續將撰寫白皮書並發表。

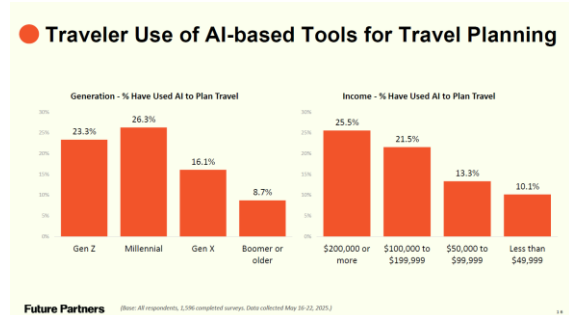


圖 TTRA AI 智庫發表

八、共同研討會：航向新經濟常態：解讀後疫情的旅遊經濟指標

Navigating New Economic Norms: Interpreting Post-Pandemic Economic Indicators for Tourism

講者說明解讀經濟指標關鍵及 DMO 如何將全球經濟趨勢轉化為本地策略洞察。

(一) 經濟指標的解讀關鍵

解讀經濟指標不能只看數據高低，應考慮「歷史脈絡」(Context) 才能正確解讀這些數據。例如：2022 年美國通膨(約 9%) 雖高，但因市場流動資金過多，聯準會的升息影響不大。殖利率倒掛是因聯準會激進升息，推高短天期利率所致。美國就業放緩，並不是需求不足，而是因為疫後市場回歸常態且企業找不到合格人選所致。近期美國高通膨源於消費者需求過剩(過多的美元追逐過少的商品)，不具備以往高通膨時常伴隨的衰退性等，均須了解脈絡，才能正確解讀數據。

(二) DMO 的策略與數據應用

全球經濟環境持續變化，DMO 應採取「全球追蹤，在地思考」(Track Global, Think Local) 策略。

1. **情境化分析**：每個 DMO 都是獨特的，有不同的驅動因素和訪客結構。DMO 應關注新聞新知，並將這些資訊轉化為本地洞察。
2. **國際因素**：美加地緣政治因素影響到國際訪客的情緒(尤其是加拿大人)。而美元走強，為歐洲、澳洲和亞洲的 DMO 提供了吸引美國旅客造訪的機會。
3. **本地洞察的關鍵問題**：為了評估經濟影響，DMO 應問三個核心問題：
 - (1) 主要的客源市場在哪裡？
 - (2) 這些客源市場的居民如何謀生(即當地的產業結構)？
 - (3) 國際業務占當地業務的比例如何？
4. **數據來源與應用**：DMO 應更充分利用公開資訊，例如：聖路易斯聯邦儲備銀行網站(St. Louis Fed, FRED) 提供海量的免費、公開數據(826,000 個系列)，涵蓋美國、州、都會區甚至縣級別；至國際數據則可參考國際貨幣基金組織(IMF) 公布資訊。

(三) 客源市場分析與策略制定

以聖地牙哥為例，分析其兩個主要客源地：洛杉磯(LA) 和鳳凰城(Phoenix)，找出適合的客源及策略。

1. **洛杉磯(LA) — 疲軟的跡象**：洛杉磯的產業包括電影業、商業服務和港口。電影業和商業服務就業增長平緩，進口量雖高但預估將回落，同時失業率正逐步攀升。這些數據顯示洛杉磯經濟可能失衡。因此，DMO 應關注到洛杉磯旅客的消費下降，並應隨時準備調整行銷支出，因為「不工作的人不會出來旅行」。
2. **鳳凰城(Phoenix) — 穩定的市場**：鳳凰城的產業主要集中在建築業(受惠於太陽帶(Sun Belt) 人口爆炸式增長)、金融服務(房地產金融) 和製造業。這些

領域的就業率持平但處於高位（建築業就業率與 2005 年房市繁榮時期相當），失業率低且穩定，顯見，鳳凰城是一個穩定成長的市場。

3. **開車市場的優勢：**當消費者經濟放緩時，約三分之一的潛在旅客會選擇在離家較近的地方旅行。因此，像聖地牙哥這樣依賴洛杉磯等開車市場的目的地，預計在經濟風暴中能表現得更好。

(四)DMO 與景點的合作及當地經濟視角

景點與 DMO 的策略重點略有不同，景點更著重「微觀經濟學」和「潛在訪客的決策」。講者以倫敦的景點—帝國戰爭博物館（IWM）為例，應關注兩個重點：

2. **國內 vs.國際遊客比例：**儘管美元強勢，但倫敦的帝國戰爭博物館的國際遊客比例尚未恢復到疫情前水準，推估遊客量表現不佳，可能源於本地訪客減少，而非外地旅客。尤其當本地開始裁員，且英國面臨通膨和利率上升，屋主不斷調高利率，導致本地居民的財務壓力更大，間接影響出遊億元。
3. **定價策略：**免收門票對低收入遊客而言並非「免費的一天」，因為他們還需考慮交通、餐飲和紀念品費用。在經濟放緩時，景點為吸引本地旅客，可考慮在淡季提供優惠票價或延長開放時間（如提早開門），以增加本地遊客參訪意願。此外，DMO 也可向酒店等利益相關者傳達消費者對價格敏感度提高的事實及數據，間接引導酒店的定價策略。

整體而言，DMO 必須從宏觀和微觀層面理解經濟數據，將全球趨勢與本地市場的產業結構結合，做出更具戰略性的營銷決策。

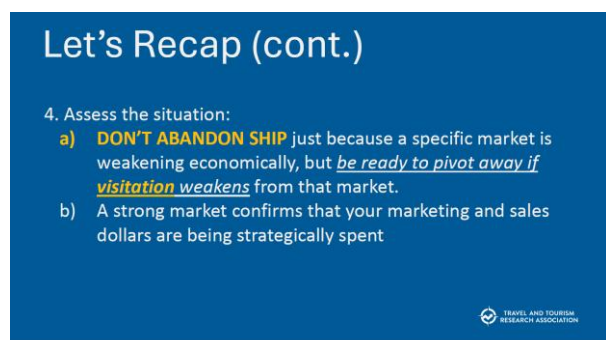
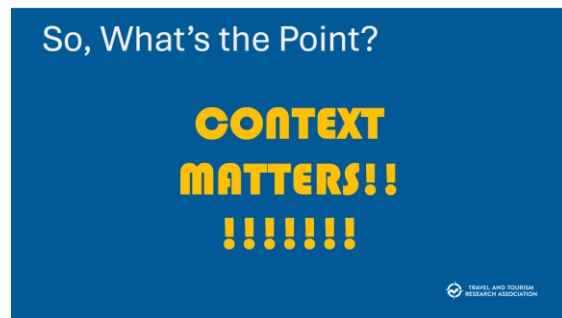
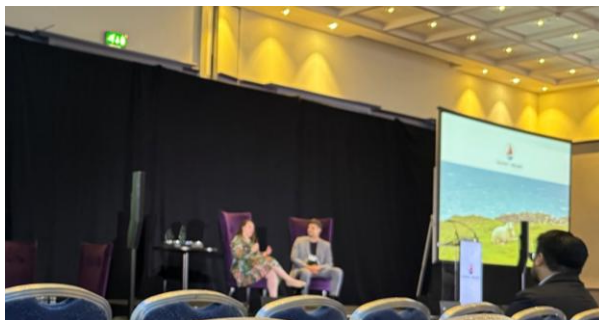


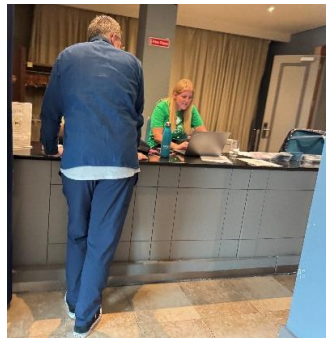
圖 講者強調脈絡分析的重要性（簡報講者提供）

九、開幕典禮、頒獎及學術書面研討會：

開幕活動安排在第一天下午，由主辦單位及愛爾蘭高威市長致詞，接續安排終身成就獎頒獎典禮，得獎者是 Ruf Strategic Solutions 創辦人 Brian Ruf，表彰其致力於資料完整性、旅遊分析創新性以及將研究成果落實在實際決策。

之後開啟研討會、學術分組、委員會議等各式活動。當天傍晚的開幕晚會，則由學生志工協助引導與會者，從研討會會場步行約 20 分鐘前往愛爾蘭大學參加開幕晚會，沿途可欣賞高威市的公園、商圈、教堂及愛爾蘭大學等風景，晚會則提供簡單輕食及飲料供與會者交流。

學術書面研討會則安排在第二天下午，大會對於入選之書面研究報告，讓研究者透過海報、電腦投影等方式，展示其研究成果，並能面對面交流。



參、感想與建議

一、觀光發展從永續觀光邁向再生觀光，強調再生治理與社區福祉

各國致力推動「**永續觀光**」（Sustainable Tourism），目標是將傷害最小化，確保旅遊業的發展不會耗盡或破壞當地資源，以滿足當前和未來世代的需求，側重於經濟、社會和環境層面的永續發展。然而，本次多位講者開始倡議「**再生觀光**」（regenerative Tourism），是一種超越永續觀光的哲學，它追求創造正面、積極的影響，而不僅僅是減少負面衝擊。換言之，永續觀光是「不讓事情變壞」，而再生觀光則要求「讓事情變好」。而全球觀光發展正經歷典範轉變，其核心思維從追求訪客數量或經濟產值，轉向以永續性、韌性和居民生活品質為核心的**再生治理**（regenerative Governance），關注文化完整性（Cultural integrity）、社區福祉（Community welfare）、循環經濟、DEI（多元、公平、共融）等多元面向，更賦予在地居民在發展中的自我決定權（self-determination）。

為落實再生觀光，夏威夷州政府已將「再生觀光」的概念納入法律，要求評估旅遊業時必須包含上述這些多元指標；同時，反思傳統重視經濟成長的線性指標，改由嘗試融入原住民知識觀，借鏡原住民的「Honua」流程，將流傳下來的在地吟唱、故事和歌曲視為「數據」，從中提煉出指導原則。像是其中一項核心原則「你是希洛，我也是希洛（You are Hilo, I am Hilo）」，傳達的意義是：遊客來到一個地方，就成為了該地的一份子，並負有共同的責任。透過這種方式，夏威夷的旅遊業轉型正在實踐「回顧過去，開創未來（Forging a new future by looking back at the past）」的理念。另外，再生觀光強調「Pono（正確的）價值鏈」，鼓勵發展社區型經濟，支持在地採購（如農產品、服飾），以建立更強韌的循環經濟。同時，透過「觀光加速器計畫」，專門輔導弱勢群體擁有的企業提升服務品質，以建立多元化的供應商資料庫，目的在供應端創造經濟多元性與包容性。

而各國觀光發展重心已從「訪客經濟」（Visitor Economy）轉向「體驗經濟」（Experience Economy），積極引導資源分散至在地社區（localhood），以緩解熱門景區過度旅遊的壓力。因此，社區及目的地管理組織在觀光發展占有重要的角色。目的地管理組織要與社居居民建立長期的「夥伴關係」（Partnership），亦可與學術界、業界（如 TTRA 智庫與 Brand USA 的合作）以及政府內部（如交通、文化等部門）建立持續且坦誠的三方合作框架，透過「共享治理」（Shared Governance）理念，讓社區居民長期參與溝通，以實現觀光業的共享價值。

建議：

我國持續實踐永續觀光理念，透過「Tourism 2025:台灣觀光邁向 2025 方案」，以及刻正研提的「Tourism 2025:台灣觀光邁向 2030 方案」，以數位創新及永續韌性的核心思維，促進「質量並進」的永續觀光發展。同時，落實國家發展委員會推動「地方創生」政策，輔導地方打造在地特色觀光景點及活動，亦推動「觀光圈」計畫，期透過地方產官學合作、盤點在地資源、打造特色區域旅遊，期以深度旅遊，鼓勵旅客在首都圈以外的地區停留更久、更深入在地體驗。目前已成立 18 個觀光圈，並整合成北、中、南、東及 3 離島（澎湖、金門、馬祖）計 7 個「區域觀光圈」，打造區域觀光品牌，將持續強化「區域觀光圈」之國際景點周邊串聯、展現區域特色及加強跨域合作，擴大活動、整合推動在地遊程，帶動區域產業發展。

二、推動數據在地化與永續指標創新，強化韌性評估與環境監測

在數據收集上，專家建議可運用公開且免費的數據資源（如 FRED、IMF 數據庫），可整合傳統研究方法（如焦點訪談）來獲取深度洞察（例如遊客的情感定位和「為什麼」來訪的故事），並結合數位歸因技術（如地理定位、刷卡數據）進行廣度測量（遊客實際消費和停留模式），以建構完整的敘事。另外，新科技（如**地理定位數據**和**衛星數據**）也被用於即時監測遊客分散與環境衝擊。

在數據分析時，專家提醒：判讀經濟數據不能只看傳統數據，也應透過「**情境脈絡分析**」來判讀相關經濟指標，同時，可透過「**全球追蹤、在地思考**」(Track Global, Think Local) 的戰略，來預測未來發展。在設定目標市場策略時，除了收集國際新聞頭條等相關宏觀市場資訊外，更應深入分析主要客源市場的產業結構和就業狀況，以評估各市場旅遊消費風險與韌性或疲軟現象，從而做出更具戰略性的行銷資源配置決策。

建議：

UN Tourism 已宣布 2027 年為「國際永續、韌性觀光年」，各國積極推動永續觀光發展，並評估建立國家級的永續觀光標準化框架。在永續指標上，傳統指標多是反映過去的**落後指標**，產業界亟需能夠預測未來的**領先指標**。例如澳洲政府推動「Thrive 2030 方案」，採用「婚禮蛋糕模型」做為衡量框架，將環境與制度指標置

於基礎層，確保永續根基；同時，積極開發能夠預測未來趨勢的「領先指標」，例如：文化完整性、社區福祉與自我決定權等價值納入衡量指標，而非僅是回顧過去表現的「落後指標」。

西班牙推動「智慧觀光目的地 (DTI)」網絡，建立一個國家級的標準化框架，透過「治理、創新、科技、永續性」等支柱的指標，來評估並指導各旅遊地進行管理，並做為典範轉移。另外，德國、馬爾他或斯洛維尼亞等地，已投資或建立整合式數據平台，將官方統計數據、遊客調查、信用卡消費、航班數據和行動定位數據等多重來源整合，並透過儀表板實現即時數據分析與決策。

建議：

我國積極實踐永續發展政策，推出「Tourism 2025:台灣觀光邁向 2025 方案」，以及刻正研提的「Tourism 2025:台灣觀光邁向 2030 方案」，均為接軌國際，兼顧台灣觀光以數位創新及永續韌性的核心思維，促進「質量並進」的永續觀光發展。現階段，更持續結合行政院推動永續、淨零排放、節能減碳等相關政策，著重在輔導觀光產業強化永續觀念、取得永續認證、輔導旅遊目的地取得國際永續認證等施政方向。

在目的地管理上，觀光署遵循全球永續觀光委員會 (GSTC) 所制定之全球永續觀光準則，透過綠色旅遊基金會 (Green Destination Foundation) 輔導之下，以多達 84 項永續指標，協助參與景區建立在地化的永續管理機制。景區為取得認證須經歷長達 2 至 3 年的籌備與實地營運，最終由國際認證機構派遣專業稽核人員進行實地訪查與評分，依實踐程度分為白金、金、銀、銅四個等級。目前計有東北角暨宜蘭海岸國家風景區、雲嘉南濱海國家風景區、日月潭國家風景區、澎湖國家風景區、北海岸及觀音山國家風景區、東部海岸國家風景區等 6 管理處，榮獲具國際指標意義的「綠色旅遊目的地認證」(Green Destinations Awards)，為推動永續觀光樹立嶄新典範，未來，可在其永續框架下持續深耕。

觀光署目前已建置「觀光大數據綜合管理平台」，整合相關公務統計數據、電信大數據、信用卡消費、google 數據等多元資料，建議未來可評估將 AI 應用提升至國家級戰略層面，擴大整合性數據平台，可持續擴充數據來源，並完善主題儀表板監測。

三、利用 AI 人機協作智能，以情境脈絡分析提升策略預測能力

在 AI 時代，單純的運算能力不足以應對不確定的未來，成功的關鍵在於實現協作智能（collaborative intelligence），融合 AI 的資訊收集及運算能力，以及人類的**批判性思維與創造力**，建立整體大於個體總和的「超級團隊」（Super team）。

在旅遊需求預測方面，單純依賴歷史數據的「統計預測」容易產生偏差。專家提醒過度依賴生成式 AI 會導致人類批判性思維退化的風險，以及 AI 收集及分析資料可能會有誤判。因此，為避免 AI 預測偏見，TTRA AI 智庫建立一個利用**原始 Google 搜尋數據**（而非彙總的 Google 趨勢），並結合包含經濟、政治、社會、環境等 29 項「脈絡因子」的 AI 預測平台，並成立跨部門的專家團隊，負責對 AI 產出進行**驗證與解讀**，確保數據客觀性並排除潛在偏見，以及透過「脈絡分析」來校正模型，使其能從**被動應對**轉向**戰略預測**（strategic foresight），實現**差異化策略**（Strategic Differentiation），讓企業或組織利用數據和洞察來制定其長遠策略，以在市場中創造獨特的競爭優勢。

此外，專家建議可利用 AI 影響遊客行為，例如在旅館房間設置智能音箱讓旅客產生「被觀察效應」（W）進而約束自己的行為；或是利用聊天機器人發送遊客曾造訪過的旅遊體驗，透過「回溯匹配」（Flashback Matching）的提醒，影響旅客持續選擇更永續的旅遊方式，落實「AI 支持優質旅遊」（AI for good tourism），對社會產生正向的行為改變。

建議：

觀光署正規劃籌設台灣觀光智庫－台灣觀光研訓院，建議未來可與其合作投資開發 AI 預測平台，透過 AI 人機智能協作，將 AI 的預測結果輔以專家的脈絡分析予以校正後，提出差異化策略及行銷資源分配建議，可作為觀光署的決策支援系統。另外，可逐步發展透過人機協作，利用 AI 進行脈絡性預測，以優化數據分析及決策，必妥善分配行銷資源。例如因應自由行風潮，即時取得旅遊資訊之需求日益增加，觀光署已建置「喔熊 AI 小幫手」行程推薦服務，後續也可以利用 AI 技術及資料庫整合，持續優化相關服務及應用。

四、鼓勵參與國際組織交流，提升台灣國際形象

TTRA 年會作為國際觀光領域極具代表性的重要會議，本屆研討會台灣除本署有派員出席外，我國並未有其他觀光研究組織或大專院校派員參與。相較鄰近亞洲地區國家，包括中國、韓國、印度、印尼等地，均有政府觀光單位、研究組織或觀光科系師生出席或發表成果。

鑒於政府財政困難和預算緊縮，觀光署每年只能核派 1 員參加，建議未來如能成立台灣觀光智庫－台灣觀光研訓院，將可做為觀光署政策對接及國際合作的重要橋梁，透過參與會議，及時掌握全球觀光動態、趨勢以及各國的努力方向和研究成果，可做為台灣觀光政策推動之參考；另也持續鼓勵觀光院校研究人員及碩博士生能積極參加，台灣學者也可於該平台發表論文，以有效提升台灣觀光研究的國際能見度，展現國際影響力及競爭力。另查最新一屆 TTRA 亞太分會已邀請高雄餐旅大學王美蓉教授擔任分會董事，相信未來也可持續擴大影響力。