

出國報告(出國類別：其他-業務接洽 赴國外行銷宣傳)

參加 2025 年泰國地區觀光推廣活動

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會福壽山農場

姓名職稱：張景富 副場長

派赴國家：泰國

出國期間：民國 114 年 9 月 10 日至 17 日

報告日期：民國 114 年 9 月 25 日

摘要

泰國為東協中第二大經濟體，也是臺灣在東南亞的重要客源，長期居來臺第三大市場。2024 年泰國來臺觀光客達 306,724 人次，較 2019 年成長 2.12%，市場復甦強勁。台泰間每週直飛航班多達 378 班，飛行僅 3 至 4 小時，且政府已將泰國旅客免簽延長至 2026 年 7 月 31 日，搭配觀光署多項吸客措施，使臺灣在泰國市場吸引力持續提升。

為深化交流並促進業者合作，2025 年下半年將以「Taiwan-Waves of Wonder」為主軸，於曼谷舉辦 B2C 導向的「台灣旅展」，鎖定 20 至 59 歲的年輕族群與家庭客，推廣自由行及高端精緻旅遊；並在清邁舉辦 B2B 推廣會，延續既有合作基礎。藉由 B2B 與 B2C 雙向布局，期能進一步提升臺灣觀光在泰國市場的能見度與吸引力。

目次

壹、前言與目的-----	4
貳、行程概要-----	5
參、國際會議、推廣活動過程-----	6
肆、心得與建議-----	17
伍、附錄-----	18

壹、前言與目的

泰國為東協十國中僅次於印尼的第二大經濟體，長期扮演東南亞市場中來臺觀光的重要客源角色。目前更穩居東南亞來臺第三大客源國。根據交通部觀光署統計，2024 年以觀光為目的來臺之泰國旅客達 306,724 人次，較疫情前 2019 年同期（300,352 人次）成長 2.12%，展現強勁復甦動能與市場潛力。此外，台泰間航班頻繁便利，每週直飛航班多達 378 班次，單程飛行時間僅約 3 至 4 小時。再加上政府延長泰國旅客免簽證入境優惠至 2026 年 7 月 31 日，並配合觀光署持續推動「加速擴大吸引國際觀光客方案」及一系列強力行銷推廣措施，台灣觀光在泰國市場的吸引力持續攀升，將有助於吸引更多泰國旅客來臺旅遊，深化雙邊觀光交流。為促進台泰雙方業者合作，2025 年下半年將以「Taiwan-Waves of Wonder」為推廣主軸，組團赴泰國辦理「台灣旅展」及「台灣觀光推廣會」。「台灣旅展」目標族群鎖定泰國年輕旅客及家庭旅遊為主要目標受眾，除了自由行需求外，也將著重推廣高端、客製化的精緻旅遊。配合「親山」、「親海」、「樂環島」等推廣主題，並以泰國曼谷民眾為主要目標，年齡以 20~59 歲具經濟能力之青壯年為主。此行也是繼去年(2024)，再度於曼谷人潮聚集之購物商場舉辦 B2C 導向的台灣旅展。此外，並再度赴清邁舉辦 B2B 導向的台灣觀光推廣會，以維持去年(2024 年)初雙方業者所建立的友好互動，本次組團期藉系列觀光推廣活動，在 B2B 及 B2C 面向雙管齊下，重燃台灣在泰國市場觀光熱度，搶攻泰國民眾出國旅遊市場。

本場於 2025 年 9 月 10 日至 17 日，參加交通部觀光署委託台灣觀光協會辦理之「2025 年泰國地區台灣觀光推廣活動」，期透過旅展、觀光推廣會、業者洽談會及實地考察，深化台泰旅遊交流合作，拓展南投縣國際觀光客源市場。

推廣方式：

一、舉辦台灣旅展 (Taiwan Travel Fair)

展期：2025 年 9 月 12 日(五)至 9 月 14 日(日)

地點：Emsphere, Sphere Gallery 1, M 樓

活動內容：

(一) 台灣旅展

邀請台灣航空公司、旅行社、飯店、遊樂區及公部門等觀光相關單位參加，並結合當地業者於展銷會現場販售台灣旅遊行程，強化雙方業者連結、提升實質推廣成效。另

藉由台灣館設計與各式文宣品之露出、致贈行銷贈品予展銷會現場購買台灣行程產品之當地民眾等方式，達成 B2C 推廣目的。

備註：台灣業者於台灣館以形象、展演活動及文宣推廣為主，不得進行銷售行為，敬請參展單位配合。

(二) 文化展演團體

邀請具有台灣文化特色之展演團體，隨團於觀光推廣會及展銷會現場演出造勢，提供多元文化體驗，展現台灣軟實力，強化泰國民眾來台旅遊動力。

二、舉辦台灣觀光推廣會

日期：2025 年 9 月 16 日(二)

地點：Shangri-la Chiang Mai

活動內容：

邀請泰國當地旅遊公會、旅遊業者及媒體參與，建立台泰雙方洽談平台，盼促成實質交易。同時由觀光署駐曼谷辦事處發佈最新台灣觀光行銷措施，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。

貳、行程概要

日期	行程
9 月 10 日	10:40 桃園國際機場第一航廈集合 搭乘華航 CI-835(第一航廈) 13:30 前往曼谷素萬那普國際機場 16:20 (飛行時間約 3 小時 50 分鐘) 18:00 辦理入境手續 (車程約 60 分鐘) 19:30 抵達住宿旅館，辦理住宿手續 地點：Holiday Inn Bangkok Sukhumvit
9 月 11 日	10:00 考察曼谷地區觀光產業 佛統紅蓮花水上市場 https://share.google/fl9AmlQseK1plxypL Manpai Sainam Café&Restaurant https://share.google/5vALc0xw0qVY2ZoPr

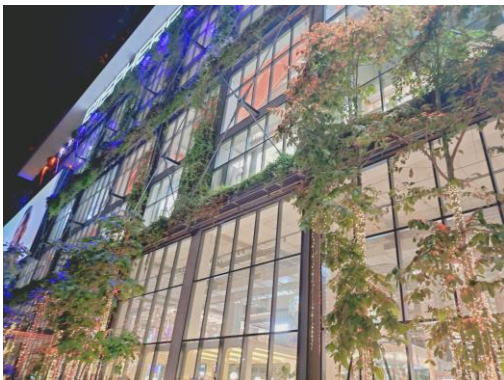
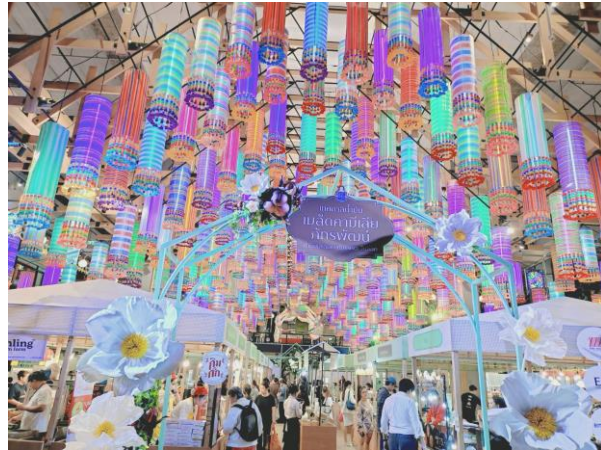
	暹羅廣場 https://share.google/porc0hGPejHyKxzB9 喬德夜市 https://share.google/8fsptHrVqVaXATleP 18:00 邀請南投業者及觀光署泰國辦事處主任共同商討推廣事宜 地點：Emsphere, Sphere gallery 1, M Floor
9 月 12 日	09:00 首日大廳集合帶領表演團體及團員一同步行前往展場，其餘團員可自行前往 10:00 代表團團員抵達展場(距離旅展場地步行約 3~5 分鐘) 開幕總彩排 11:00 2025 年台灣旅展開幕式 11:00-20:00 2025 年台灣旅展<Day1> 地點：Emsphere, Sphere gallery 1, M Floor
9 月 13 日	10:30 代表團團員抵達展場 10:00-20:00 2025 年台灣旅展<Day2> 地點：Emsphere, Sphere gallery 1, M Floor 【泰國地區台灣觀光大使見面會】@Alek Teeradetch 15:00~16:00
9 月 14 日	9:30 代表團團員抵達展場 10:00-20:00 2025 年台灣旅展<Day3> 地點：Emsphere, Sphere gallery 1, M Floor 【泰國知名樂團表演及台灣旅遊分享】@no one else 15:00~16:00
9 月 15 日	08:00 團員完成 Check-out 手續，飯店門口集合前往機場(車程約 60 分鐘) 09:00 抵達曼谷國際機場，辦理出境手續前往清邁 搭乘 12:05 越捷航空 VZ110 前往清邁 13:35 (飛行時間約 1 小時 30 分鐘) 13:35-14:20 抵達清邁國際機場 CNX，辦理出境手續，搭乘專車人員至行李轉盤前集合 (車程約 30 分鐘) 14:50 住宿飯店辦理 Check-in 手續 地點：清邁住宿飯店 Dusit Princess Chiang Ma i (距離推廣會場地步行 10 分鐘)

	17:00-18:00 工作人員步行前往確認推廣會場地、設備、場勘 地點：Shangri-La Chiangmai (香格里拉清邁) Lanna Ballroom 2&3
9 月 16 日	08:00 工作人員步行前往確認推廣會場地、設備、場勘 地點：Shangri-La Chiangmai (香格里拉清邁) Lanna Ballroom 2&3 09:00-09:50 台灣代表團團員前置整備工作 10:00-11:00 旅遊交易會、業務洽談會 11:00-13:30 旅遊產品說明會 13:30-14:00 檢討會議 14:00 拜會泰國 RUBY TRAVEL 旅行社-認識泰國目前喜歡來台旅遊的項目
9 月 17 日	08:00 團員完成 Check-out 手續，有搭乘專車者飯店門口集合前往機場 08:30 抵達清邁國際機場 CNX，辦理出境手續 11:20-16:00 搭乘 11:20 華航 CI852 (飛行時間約 3 小時 40 分鐘) 班機 16:00 返回台灣(第一航廈)

參、國際會議、推廣活動過程

第一天 114 年 9 月 10 日 星期三

上午 10:40 於桃園國際機場第一航廈集合，搭乘華航 CI-835 班機飛往泰國曼谷素萬那普國際機場，約 16:20 抵達。搭乘專車前往市區，約一小時車程。19:30 抵達 Holiday Inn Bangkok Sukhumvit 辦理入住。



此日主要以交通及入住為主，為
續旅展及考察行程做準備。

後

第二天 114 年 9 月 11 日 星期四

本日無官方安排行程，參加主辦方安排曼谷及周邊地區具有代表性的觀光景點為主。行程前特別觀察飯店早餐模式，以供後續本場餐廳早餐改進方案

1. 佛統紅蓮花水上市場

觀察重點：本景點以大片蓮花池為核心景觀，結合傳統水上市場模式以划船體驗作為主軸配合傳統美食，形成兼具生態體驗與休閒觀光的綜合園區。

2. Manpai Sainam Café & Restaurant

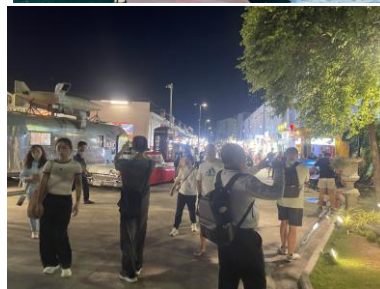
觀察重點：利用水域環境營造水域及用餐環境，同時設計網美拍照區，可吸引年輕族群遊客，本場場區內鴛鴦湖或許可以參考此類型營造，然而須檢討建築法規。

3. 暹羅廣場（Siam Square）

觀察重點：是曼谷市中心一個結合了購物、美食和潮流文化的區域，以年輕族群喜愛的獨立店家和個性化商店為主，與周邊的暹羅百麗宮（Siam Paragon）、暹羅中心（Siam Center）和暹羅探索百貨（Siam Discovery）共同構成著名的暹羅商圈。這裡有許多販售泰國潮牌服飾、文青小店和 Y2K 風格選物店，還有受歡迎的餐廳和咖啡廳。

4. 喬德夜市（JODD FAIRS）

觀察重點：是泰國曼谷一個受歡迎的夜市，以其規劃整齊、白色帳篷打造出的文青風格而聞名。這裡有眾多攤位，提供泰國特色美食（如火山排骨）、服飾、文創商品和酒吧等，適合旅客體驗當地夜生活。



飯店豐富的早餐實具本場參價值，雖本場為處高山地區，然而早餐影響遊客觀感甚劇，可利用即食性餐店作為搭配，增加多樣性。考察讓代表團深入了解泰國觀光產業的多元經營模式與市場需求，在發展水域休閒、青創文創與夜間觀光時，可借鏡泰國經驗，並結合自身資源，打造差異化且具競爭力的觀光產品。本場鴛鴦湖為遊客相當喜愛之景點，Manpai Sainam Café & Restaurant 利用水域營造用餐區行程特色賣點，或許可供本場參考，惟須檢討建築相關法規，另一層面觀之，國內法規的疊床架屋是否也造成觀光發展的限制值得深思。

第三天至第五天 114 年 9 月 12 日至 14 日 星期五至星期日

曼谷台灣旅展 (Taiwan Travel Fair)

EMSPHERE 是一個位於曼谷的現代化購物中心，屬於 EM 商圈的一部分。它以工業風設計和「未來不夜城」為概念，提供多元化的娛樂、餐飲和購物體驗，包含超過 1000 個品牌、24 小時超市，本次旅展於本商場舉辦，為泰國年輕族群與家庭旅遊族群的聚集地，活動為期三天，全面展現台灣觀光魅力。本場全程積極參與，並配合觀光署與台灣觀光協會整體規劃，推廣方式多元、效果顯著。

1. 攤位設計與行銷素材

本場現場準備文宣與小禮品，作為互動推廣媒介，並聘請翻譯即時解說，增加民眾記憶點。

交通部觀光屬本次旅展展場以結合「Taiwan – Waves of Wonder」主題，效果極佳。

2. 文化展演與互動行銷

配合展會安排，邀請台灣特色表演團體留聲姬及創造焦點現場演出，成功帶動觀眾情緒，形成聚眾效應。

3. 明星與樂團效應，擴大媒體宣傳

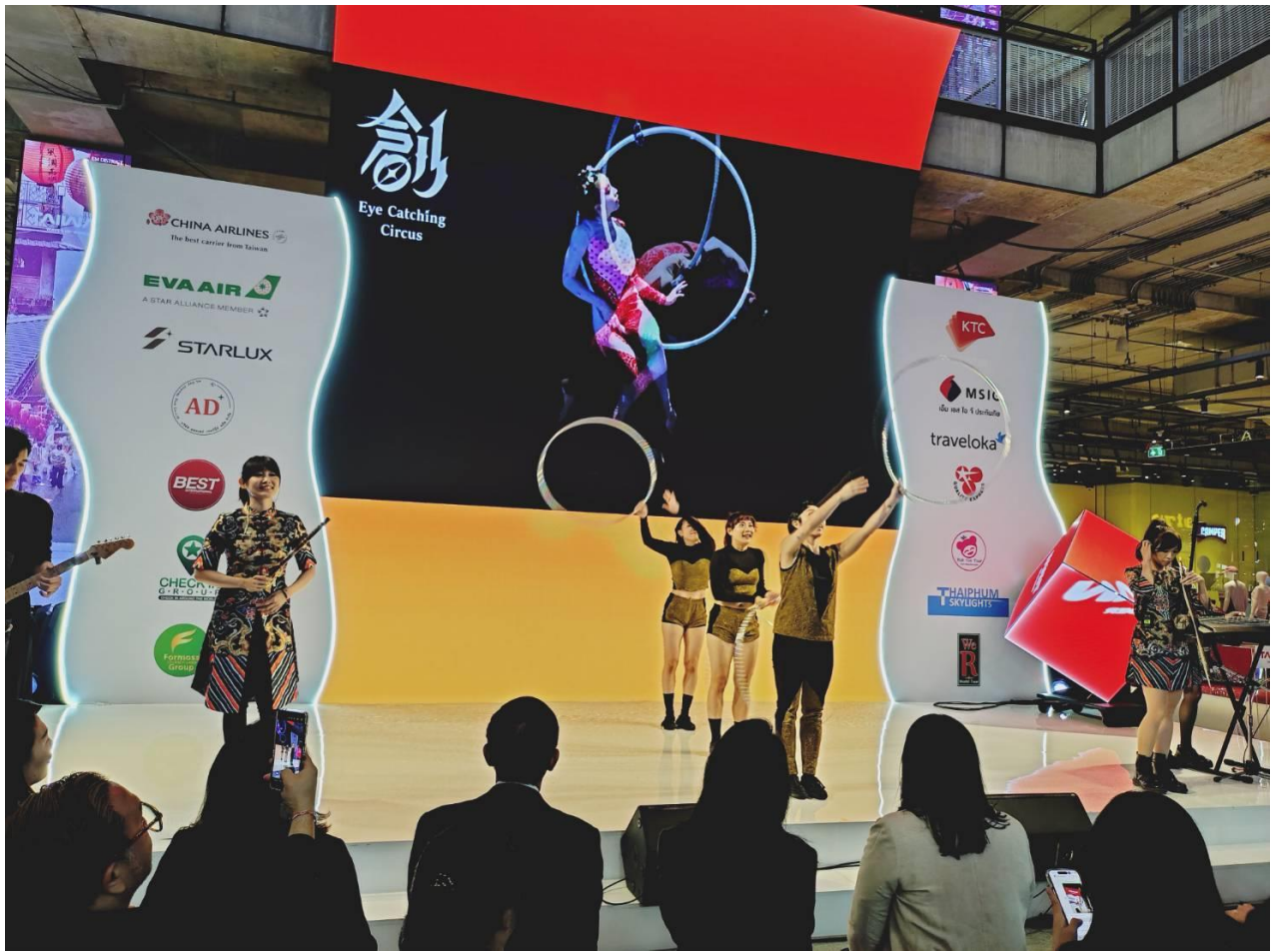
9 月 13 日邀請泰國知名藝人 Alek Teeradetch 擔任觀光大使，吸引大量媒體與粉絲湧入，社群平台同步大量轉發，現場參與人數及媒體曝光度均超出預期。

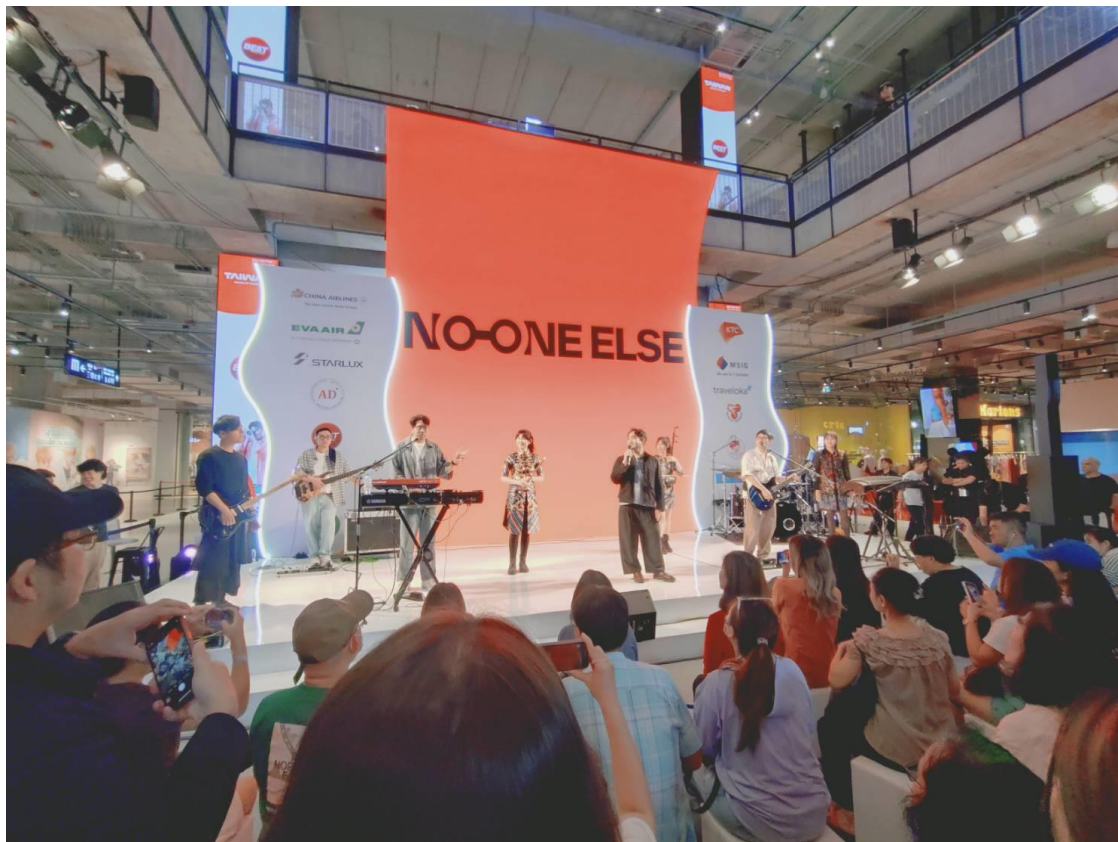
9 月 14 日邀請泰國人氣樂團 no one else 現場演出，將音樂與觀光推廣結合，成功吸引年輕族群參與，展場氣氛熱烈。

4. 推廣成效

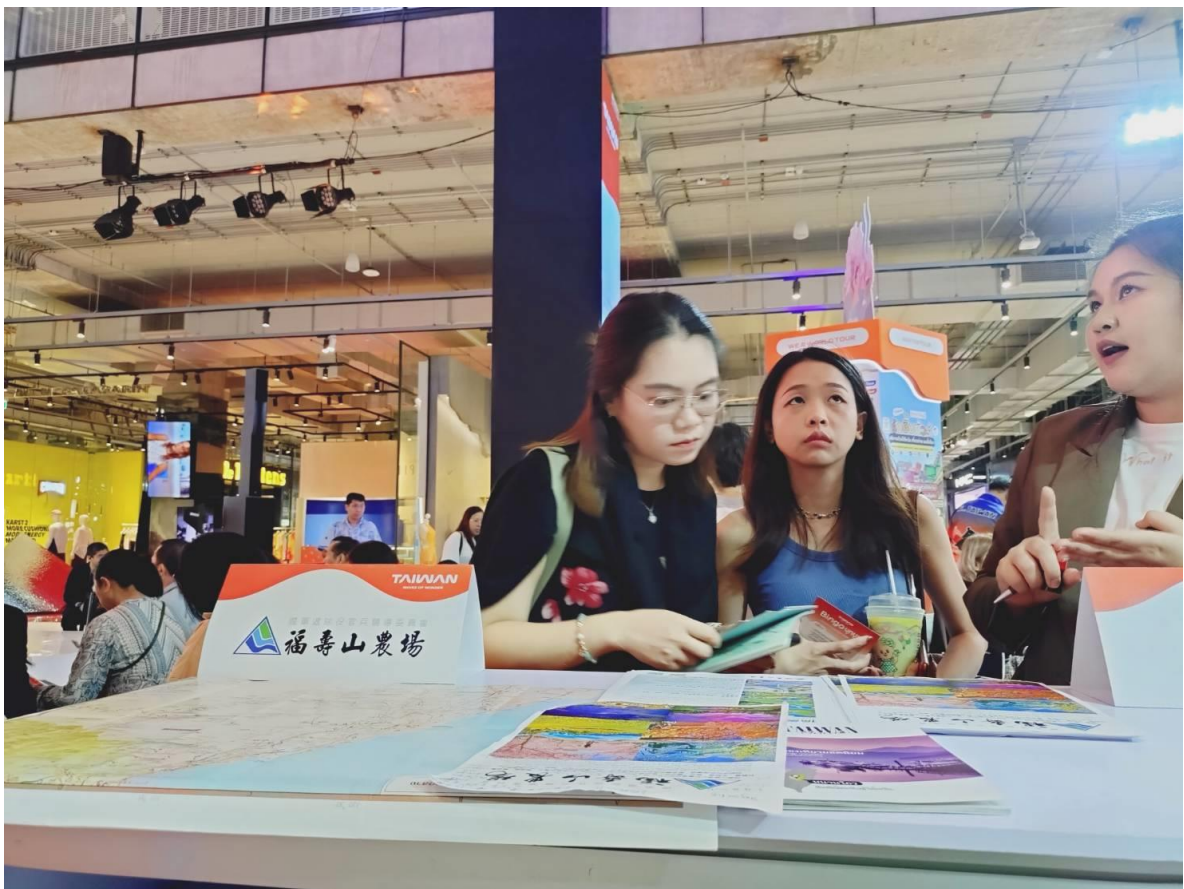
三天展期根據主辦方統計共吸引數萬人次入場，本場攤位參加民眾十分踴躍，準備之文宣全數被民眾索取一空，有不少民眾有來台灣旅遊經驗，對於本場之環境相當有興趣，表示下次旅遊一定要來農場旅遊。

















第六天 114 年 9 月 15 日 星期一

上午搭乘越捷航空 VZ110 前往清邁。入住 Dusit Princess Chiang Mai 後，即前往距離會場香格里拉清邁飯店約 10mins





第七天 114 年 9 月 16 日 星期二

本日交通部觀光署於香格里拉清邁飯店（Shangri-La Chiang Mai, Lanna Ballroom 2&3）舉行「台灣觀光推廣會」，邀集泰國當地旅遊公會、旅行社及媒體參與，並以活動抽獎活動方式增加業者參與意願，當日本場向當地業者介紹本場亮點及交通等優惠方案，不少旅行業者均表示極高的興趣，成效良好。然而有不少業者反應，交通問題及本場住宿費用較高，影響旅客選擇及業者操作彈性，本場回應可以專案討論。

中午與業者餐敘後下午 13:30 至 14:00 舉行檢討會議，與觀光署及業者共同檢視當日成果。

拜訪 RUBY TRAVEL 旅行社:下午與代表團其他成員拜會 RUBY TRAVEL 旅行社，該社為泰國市場具影響力的旅遊業者之一，對台灣旅遊產品行銷經驗豐富，亦表示交通問題是重大的關鍵。未來可洽談踩線團，透過網紅及自媒體的參與增加農場在泰國的曝光度。





此次拜訪 RUBY TRAVEL 成效顯著，確認泰國旅客的高度興趣，更成功推動組織「踩線團」與「網紅」的合作構想。

第八天 114 年 9 月 17 日 星期三

上午 8:00 完成退房，專車前往清邁機場。

上午 11:20 搭乘華航 CI852，16:00 返抵台灣，行程圓滿結束。



肆、心得：

1. 本次觀光署規劃曼谷旅展（面向消費者）與清邁推廣會（面向業者）以 B2C 與 B2B 方式推廣雙軌推進，不僅直接面對遊客，更與當地旅遊業者直接洽談，增加推廣深度。
2. 活動不僅安排台灣表演團體，也邀請當地知名藝人共同表演，透過文化展演、藝人見面會、樂團表演等活動，吸引泰國媒體及民眾，增加旅展曝光度。
3. 藉由空檔機會拜會當地專營國際旅遊之 RUBY TRAVEL 旅行公司，共同探討本場推廣難點，並討論合作可行性，推動本場遊程納入泰國市場。
4. 考察曼谷及清邁地區知名之商場、夜市、水上市場及商圈，文創、生態是旅遊不可或缺的推廣元素。

五、建議：

1. 農場早餐應全面性大幅度改善，以因應旅遊趨勢及旅客期待。
2. 交通問題一直是本場發展旅遊重大難題，結合在地資源發展策略聯盟，借力使力，或可解決本場交通難點。
3. 未來可接洽國際旅遊踩線團，藉由網紅或自媒體在各國行銷，增加曝光度。
4. 本場鴛鴦湖可參考網紅景點 Manpai Sainam Café & Restaurant 營造水域用餐空間，增加農場賣點。
5. 未來本場在參加旅展時可妥善準備在地語言文宣，增加親合度。