

用策略聯盟打造舞台 台中觀旅局 局長陳盛山創新思維開啟市場新面貌

以中進中出結合阿米巴理論 鼓勵業者化零為整打團體戰 從中台灣7縣市整合到台中特色飯店結盟 大小聯盟概 全員參與模式引領台中旅遊業者創造利基 念瞄準2018花博 合力搶攻國際龐大客源

撰文/王政
圖片提供/台中市觀光旅遊局、本刊圖庫

隨著旅遊市場不斷轉換，單兵作戰已經不再適用於現在競爭的大環境，而是透過結盟、組織協會等方式，才能攜手創造更龐大的效益，但如何能呼籲業者放下彼此之間的競爭心態，轉而組織聯盟齊心協力推廣，便須仰賴超脫利益關係的單位來統籌，台中市觀光旅遊局局長陳盛山便是在中台灣旅遊市場扮演如此重要的角色。

台中市旅館商業同業公會理事長 鄭生昌



台中市觀光旅遊局局長 陳盛山

台中國際觀光發展協會理事長 柴俊林

整合，是將彼此的資源放到一個平台之中，透過眾人的齊心協力，將能創造出1+1大於2的成果。從6/30由台中10家飯店業者自發性籌組的「樂活旅宿聯盟」一例中，便可看出台中旅遊產業逐漸由相互競爭轉換到彼此整合的趨勢，該聯盟以「食在地、宿優質、玩輕鬆」的精神，著重環保與健康概念，將更優質、更在地的服務，提供旅客出外旅遊的新選擇。

台中業者組織如同小聯盟的戰略合作，促成的靈魂人物便是陳盛山，在其「中進中出」理論的利基下，不斷鼓勵台中觀光

產業以「阿米巴經營理論」的方式發展出各類型小聯盟，藉此擴大利基，亦能協助業者迎接2018年花博會在台中登場時，將湧進大批國際旅客的無限商機。

陳盛山指出，台中住宿人口逐年上揚，由2014年的611萬人次、2015年658萬人次到2016年攀升至675萬人次，今年更可望上看700萬人次。而台中市的觀光產業極具潛力與利多，這也是集團、建商、飯店業者爭相進軍台中投資5星級飯店的主因。

隨著2018年花博會在台中登場，預期將

可吸引超過800萬名遊客進到台中賞花，更有2019年東亞青年運動會、2020年世界蘭花展的舉辦，屆時國際旅客只會愈來愈多，需要更多接待能力強的小聯盟成立，以結盟來打團體戰，合力搶攻國際客源。

此外，陳盛山也將結盟打團體戰概念延伸到橫跨觀光市場的產業聯盟，以及跨越縣市的中台灣委員會，再跨海前進到日本的國際聯盟，短短2年間開啟了中台灣旅遊的全新面貌。

阿米巴理論迎來商機 小聯盟帶動業績成長10~20%

日本著名企業家稻盛和夫提出的「阿米巴經營理論」，是將龐大的組織分成個別小集團，將企業經營的權利和責任同時下放給各個阿米巴單元的負責人，讓全體員工參與經營管理，在實踐中得到迅速成長，從而實現全員參與的經營方式，透過此模式，稻盛和夫因而創造出2大名列世界500強的事業體系。

陳盛山也將此模式導入到台中的城市行銷中，將整個台中觀光旅遊產業化零為整，先從原先各產業的單兵作戰模式，鼓勵相關業者組成各個小型聯盟體系，包括新成立的「樂活旅宿聯盟」，或是先前由台中、高雄等中台灣飯店菁英集結而成的「台灣特色飯店聯盟」，以近千間客房的優勢齊力推廣，未來更將拓展如北部、東部業者加入。此外，台中市旅館公會理事長鄭生昌也率領協會全力響應陳盛山的推廣計畫。未來，作為精品汽車旅館發跡地的台中，陳盛山也將鼓勵業者成立「城市渡假旅館聯盟」，成為台中第3個旅遊業者聯盟。

捨棄了以往相互競爭的關係，連續的成效也顯示在銷售上，據了解，以特色飯店聯盟為例，透過聯合促銷模式，成功帶動各家聯盟飯店的業績成長1至2成以上，顯見績效之斐然。

組織業者舉辦主題活動 文創旅店吹起聖誕復古風

除了組織小聯盟外，台中觀旅局也邀集相關產業聯合推出活動來加大台中的觀光精采度，以去年聖誕節為例，觀旅局便邀集舊城區的10家文創旅店共同舉辦「聖誕復古PA@Taichung」，針對入境旅客包裝3天2夜的套裝遊程，包括「聖誕微旅行



▲6/30由台中10家飯店業者自發性籌組的「樂活旅宿聯盟」，以食在地、宿優質、玩輕鬆的精神，將更優質、更在地的服務，提供旅客出外旅遊的新選擇。



▲2015年由台中市觀光局局長陳盛山籌備的「台中市國際觀光發展協會」，整合包括航空公司、旅行社、觀光飯店、旅宿業、知名景點、特色餐廳、糕餅業、伴手禮等運通產業的串聯。



▲2016年台灣觀光推動委員會與員團締約結束大會合影。



▲2016年台中市觀光局邀集舊城區的10家文創旅店於去年聖誕節共同舉辦「聖誕復古PA@Taichung」。

專車」、「快閃嘆息兒時味活動」、「古早味復古美食小吃」及「聖誕復古變裝派對」等，讓海外旅客以耶誕復古裝扮在中區街道踩街，感受截然不同的體驗，不但成功創造話題、吸引眾多旅客參與，更為業者在競爭激烈的觀光旅遊市場中，搶得國際旅遊商機。值得一提的是，今年12/23也將再度由文創旅店業者舉辦街頭派對，勢必再開創新話題。

從點一線一面一一串連 跨產業打造旅業大聯盟

如同魔術一般，在陳盛山號召力的感染下，台中各項資源整合進而擴展到各個觀光事業體的集結，如同2015年由陳盛山的大力推動下促成的「台中市國際觀光發展協會」，包括航空公司、旅行社、觀光飯店、旅宿業、知名景點、特色餐廳、糕餅

業、伴手禮等國際入境觀光業者的串聯，其中台中市觀光旅館公會與華信航空公司也分別以「團體會員」名義入會，完美的達到各產業鏈的對接。

隨著協會的成立，在理事長柴俊林率領下，平台逐步整合中台灣的亮點，重新盤點並善用整體觀光資源，結合會員之力打造出更具誘因的遊程，再透過台中港、台中國際機場將人流導入，在中台灣旅遊，與陳盛山的「中進中出」理論完美結合。

1+1大於2創造利基 中台灣走向日本開啟新面貌

為了加大整體市場的競爭力，陳盛山出任觀旅局局長一職時，便攜手中彰苗投雲嘉嘉等7縣市共組「中台灣觀光推動委員會」，讓中台灣的資源整併，開拓「中進中出」入境觀光市場，進行中台灣7縣市自

由行5天4夜以上的深度旅遊，讓國際旅客入境台灣不再只有環島旅遊，或只停留台北市及高雄市，而是能深度領略7縣市獨具地方特色的觀光人文、景點等亮點，打造更具誘因的觀光市場。

隨後，在陳盛山率領下，更於去年3/29與日本昇龍道締結「觀光友好交流備忘錄」，象徵日本中部廣域地區2,400萬與中台灣700萬人口的觀光大結盟，象徵台日之間中部與中部之間的對接，從日本吸引更多遊客至台中，從台中開始暢遊台灣，再擴展「7對7」模式，開啟中台灣觀光聯盟與九州7縣市觀光聯盟的對接合作。

透過跨縣市至國際的結盟，將台中打造成日本旅客進出台灣的新觀光門戶，吸引更多旅客到訪。同時，也迎接2018年在台中舉辦台日觀光高峰論壇，為台日觀光遊差帶來扭轉契機。

台中觀光旅遊局的阿米巴理論組織圖

