

台中市觀旅局領先六都首開先河 前進北 高舉辦大玩台中國旅推介會建構國旅交流平台

攜手南台灣觀光聯盟 跨區域整合觀光資源、規劃優惠 套票 以中進南出、南進中出模式開啟旅遊市場新面貌 博注入百萬人次 搭配多元主題旅遊加大市場胃納量

台中市觀光旅遊局領先六都首開先河，跨區域前進台北、高雄舉辦「大玩台中國旅推介會」，將中台灣的供應商與北高雙城的旅遊業者串聯對接，搭配2018年台中花博即將到來的話題，架構起全面的交流平台，開啟國旅市場的無限可能。台中觀光旅遊局局長陳盛山更於8/16高雄場推介會上宣布，中台灣觀光聯盟將於11月正式與南台灣觀光聯盟簽訂「國旅合作聯盟」，以「中進南出」、「南進中出」創新模式，搭配豐富多元的主題遊程並結合航空、高鐵的優惠套票，對台灣民眾和國際旅客招手，攜手為旅遊市場注入活水和強勁亮點，為台灣觀光開啟新格局。

台中市觀光旅遊局局長 陳盛山



南台灣觀光產業聯盟 總召集人 林富男



▲(前排左3起) 旅行社品質保障協會理事長許晉書、台中市觀光旅遊局局長陳盛山特別前往台北、高雄舉辦推介會，創六都之先河。

台中市觀光旅遊局領先六都首開先河，跨區域前進台北、高雄舉辦「大玩台中國旅推介會」。向市場傳達出觀旅局攜手合作吸引更多旅客造訪的期望，讓各縣市都能分享到無數人流、商機，達到雨露均霑的最終目標。

7/21舉辦的台北場部分，觀旅局特別攜手旅行社品質保障協會，由品保邀集操作眾多的國旅會員，與陪同觀旅局前來的台中飯店、樂園、糕餅業等41家業者面對面交流對接；同時更在陳盛山的推介下，了解到中台灣的眾多優勢，以及即將登場的台中花博特色。

8/16登場的高雄場，則是串連了高雄觀光局、品保協會、南台灣觀光

聯盟，邀請136家高雄業者齊赴國賓大飯店與45家中業者相互交流。其中，最具話題的莫過於陳盛山宣布中台灣觀光聯盟即將於11月正式與南台灣觀光聯盟攜手合作簽訂「國旅合作聯盟」，以「中進南出」、「南進中出」的模式，合作爭取國旅及國際市場。搭配觀旅局提供的主題遊程與推薦路線，用創新的方式來吸引台灣民眾、國際旅客，攜手為市場開啟更寬廣的格局。

城市觀光推廣，從來不是單點作戰，而應放大格局，以點線面的串聯、規劃，攜手各縣市，整合各區域觀光資源，以完整的戰略和全方位的行銷，豐富多元的遊程、便利的交通、資訊和產業鏈的連結等多方整合

今年10月為例，台灣大道上飯店就將聚集全球的自行車專家前來洽商。透過此利器，也成為觀旅局推動觀光之工具之一，包括今年9/10~9/14，台中市副市長林陵三便率隊由台中出發展開110公里的大分、雲梯的島邊海濱自行車之旅，為花博暖身。

7.溫泉之旅
台中擁有充沛的溫泉資源，其中最為著名莫過於谷關溫泉，更成為觀旅局與日韓等國簽約結盟的最佳引信，近期更欲將發行的國觀光光票推廣，加大整體宣傳利誘。

8.特殊節慶
觀旅局建議業者能參酌台中、高雄市政府1~12月份重大活動，藉此結合在商品中，以中國國際探險家為例，成功吸引到20萬人次的國際觀光客，更有眾多日本代表隊來台中歡慶，值得借鏡。



▲(左起) 南台灣觀光產業聯盟總召集人林富男、高雄市長官邸副市長蔡安、台中市觀光旅遊局局長陳盛山、旅行社品質保障協會國旅旅遊委員會常務副理事長楊煥能。



▲高雄場推介會吸引眾多高雄業者踴躍參與。

與規劃，攜手創造更大的市場與商機。台中市觀光旅遊局局長陳盛山巧喻，就像是在玩魔術方塊一樣。

作為六都之中第一個操作國旅市場跨區域合作的觀光旅遊局局長，戰略規劃和整合執行從來沒有前例可循。從陳盛山主導的「中進中出」和「中台灣觀光聯盟」戰略來說，台中市擁有作為台灣旅遊入境中心的利基，觀旅局帶著業者前進國際，透過積極的海外巡迴宣傳行銷，以及開闢新航線及區域結盟的多管齊下，為大台中觀光開闢出亮眼成績。

國旅是市場重要根基 挖掘國旅卡55億商機

目前因為陸客減少而大受影響的旅遊市場，陳盛山總以正面思考來開闢市場，並提出提振興盛國旅的提案。他以日本為例，日本人口約1.2億，發出護照僅有3千多萬本，日本國民出國僅佔少數，反觀國內旅遊則是十分暢旺，平均年產值高達5.6兆新台幣。他山之石，反觀台灣，全台擁有34萬7千多名持有國民旅遊卡的公務員，而國旅卡16,000元的額度規定將應用於國旅，整體產值至少上億5億元。而台中部分，自去年止共有1萬6,500名公務員，以平均值估算，也將有近2億元的市場產值。對於整體大環境不佳的市場來說，是一大強心針。

從數據便能看出陳盛山堅持的主因，去年台中市的680萬觀光旅遊人次中，超過400萬為國民旅遊客群，今年可望上看700萬，而2018年花博的舉辦，則期望將旅客人數拉抬至800萬，同時讓過夜旅客增加，都顯示出國旅客群對於觀光人數的重要貢獻度。

台中市觀旅局透過舉辦「大玩台中國旅推介會」南北推介會，希望讓業者更加熟悉

所能擴展的旅遊範圍，由台中觀旅局擔任平台，協助資源整合，透過台中市觀光局的協助分享給全台的同業。據陳盛山的觀察，在推廣國旅市場上，旅遊業者面臨國旅遊程設計，市場操作等關鍵問題。在北高推介會上，陳盛山不藏私大公開，提出中台灣主題旅遊設計規劃供南北業者參考。要能包裝出吸引旅客的商品，除了常規、經典的旅程外，主題旅遊也是同業所能發揮的一大選擇。台中市觀光旅遊局近年在陳盛山率領下，不斷開發出新穎的主題遊程來吸引旅客，成為同業包裝的最佳範例。

中、南台灣首度結盟 推南進中出、中進南出

觀旅局在城市推廣上的巧思總是令同業驚艷，每次總能拋出震撼彈來吸引市場目光、創造話題。如同高雄場推介會中，陳盛山便預告近期將推動中台灣與南台灣觀光聯盟簽訂合作結盟，期望推廣「南進中出、中進南出」的旅遊方式，擴大台灣民眾、國際旅客造訪中、南台灣。

對陳盛山而言，中、南台灣的結盟，將能一次兼顧國旅及國際市場。他以香港市場為例，由於香港—小港機場每週高達82班、台中也擁有每週56班前往香港，每週超過百班次的運力，為市場帶來源源不絕的香港客。

倘若透過結盟，旅客不論是中進南出、南進中出，透過如高鐵的串聯自由往來兩



區，不同點進出的機票票價也在陳盛山協調下，達到單點進出的相同售價，對於同業而言無疑是開闢了銷售新領域，更能讓眾多縣市雨露均霑享受到商機。

陳盛山於推介會便開宗明義的闡述，推介會不僅僅是宣傳自身優勢，而是要站在對方的角度來看，避免相互競爭，才能創造更多合作可能。觀旅局便是站在宏觀的角度，整合中台灣與南台灣的優勢，發展出更具吸引力的商品，將每年千萬人次的入境旅客分流導引到各個縣市，拉長旅客的停留天數，將產值留在當地，讓台灣入境觀光市場能產生結構性的良性變化，才能讓中、南台灣雙點進出的模式產生價值。

家有喜事！ 台中花博不能錯過的亮點

「2018台中世界花卉博覽會」將於明年9月辦理試營運，11月正式開幕。值得一提的是，台中市政府將於9/1~10/28先行舉辦試營運，讓國際旅客、台灣民眾搶先體驗，此時便是同業銷售的絕佳時機點。此外，許多城市舉辦活動大多為期2~3天，唯有世界性的活動能橫跨數個月，以花博為例，將於明年11/3~2019/4/24舉辦，為期173天的半年時間，讓市場能擁有國際性話題來吸引旅客目光，創造操作利基。

不藏私大公開 中台灣主題旅遊參考

要能包裝出吸引旅客的商品，除了常規、經典的旅程外，主題旅遊也是同業所能發揮的一大選擇。台中市觀光旅遊局近年在陳盛山率領下，不斷開發出新穎的主題遊程來吸引旅客，成為同業包裝的最佳範例。

1.結合城市地標

中國國家歌劇院自去年9月底開幕後，便成為台中的代表景點，觀旅更結合復旦日本、東南亞的歌劇《木蘭少女》、《死亡筆記本》，搭配台中旅宿業者推出機+酒作為套餐裝行程觀賞，成功掀起話題。

2.結合當地美食

美食是吸引旅客的誘因之一，也是無往不利的行銷管道，以台中為例，便逢逢夜市小吃「產製道」合作，推出可到飯店中舉辦4~12道的國宴菜，在香港市場引起龐大話題。同時，觀旅局也連續2年參加台灣美食展，目前已透過36位行政主理推出四季花博套餐，預計明年將增至百位主理共推台中美食。此外，舉凡下午茶生活、花博糕餅競賽等，都是推廣美食的策略之一。

3.結合鄰近縣市觀光資源

近幾年觀旅局積極結合週邊城市的資源來推廣，讓整體商品更多元，舉凡去年8月底開幕擁有9公頃的中台世界博物館、聞名全球的日月潭、嘉義縣故宮南院，以及明年嘉義縣將舉辦台灣燈會，都能成為包裝契機。

