

第三節 觀光宣傳與推廣

一、臺灣觀光發布新品牌

臺灣於 100 年 2 月 11 日對國際發布觀光新品牌 “Taiwan- The Heart of Asia” (亞洲精華·心動臺灣)，取代使用長達 10 年的 “Taiwan, Touch Your Heart”，行塑深化臺灣觀光之國際意象。同時推出 “Time for Taiwan” (旅行臺灣就是現在!)作為行動標語，凝聚政府部門、觀光產業和周邊產業一起拚觀光。

二、持續拓展國際觀光市場

(一)日韓市場

100 年度續用飛輪海代言，結合名人帶路旅遊節目及媒體廣告、公關活動強化宣傳推廣。日本去年發生 311 地震，觀光局發揮觀光市場團結的力量，結合業界共同辦理「希望之旅」，邀請災民來臺引起極大迴響。韓國市場亦因航班增加及觀光局積極宣傳推廣，有亮麗成績。



飛輪海在臺南辦理種子兵團活動



飛輪海赴日與粉絲會面

(二)東南亞及新興市場

東南亞市場以密集的電視節目、廣告宣傳、舉辦演唱會等方式維持臺灣觀光的熱度與曝光度，100 年港星馬市場均再創佳績；新興市場泰國、印尼、菲律賓及越南 100 年均達 2 位數字成長；東南亞穆斯林市場，透過節目與媒體邀訪擴大宣傳，並繼續協調中國回教協會改善臺灣接待環境。

(三)歐美

100 年歐債危機衝擊全球，然而對歐美市場仍循有效管道與模式加以經營，在美國市場持續協助旅遊業者包裝優惠來臺行程，以與道奇球場、知名麵包業異業結盟方式增加臺灣觀光曝光度，並開發返鄉順道遊臺灣行程等；在歐洲加強多元化宣傳管道，運用社群網絡與消費者對話，與歐洲各旅遊業者合作促銷來臺觀光優惠方案，保持臺灣觀光的熱度。

三、活化國際觀光宣傳行銷

(一)臺灣希望之旅，發揮對日行銷效應

日本發生 311 大震災，觀光局第一時間號召觀光業者捐款，結合華航、長榮及國內多家飯店、旅行社業者辦理「希望之旅」，邀請 627 位災區旅客

來臺長住 14 天，提高日本民眾對臺灣的好感與知名度，發揮極佳行銷效果。



臺灣「希望之旅」獲得日本媒體大幅報導

(二) 國際光點多點發光，展現吸客魅力

行政院六大新興產業發展規劃「觀光拔尖領航方案」子計畫「國際光點計畫」，為臺灣觀光打造北區、中區、東區等具國際競爭力之觀光集客新據點。100 年國際旅客到訪人數分別為：北區 1 萬 3,879 人次，東區 6,085 人次，中區 3,237 人次。



中區國際光點以創意美食觀光產業為推廣焦點

(三) 創新手法宣傳影片，驚豔又感動

配合臺灣觀光新品牌誕生，觀光局首次嚐試以電影拍攝手法製作“Time for Taiwan—My Beautiful Island”（旅行臺灣就是現在-我的美麗之島）國際宣傳影片。該影片於全球媒體、航班及公共場所播放，普遍獲得好評。在網路 YouTube 影音平臺「旅行與活動」類別中獲「最受喜歡」排名第 1 名。觀光局另特別結合 Google Map 的地圖標記功能，把影片中曾出現的場景於地圖上作標示，進一步吸引網友注意！

四、優惠好禮送，迎賓喜洋洋

(一)「滿百送百」案在海外推行成果：售出 2 萬 760 組。

（二）四季好禮

第1季：臺北捷運票共發送 22 萬 3,641 張。

第2季：遊樂園券共發送 2 萬 1,858 張。

第3季：農特產品兌換券，共發送 12 萬 9,054 張。

第4季：夜市美食券，共發送 6 萬 8,065 張。

（三）旅行臺灣，歡慶雙十迎賓紀念禮

與內政部入出國及移民署聯合推出「旅行臺灣 歡慶雙十」迎賓好禮，於百年國慶日當天在全國各國際機場及國際港口贈送外籍旅客及華僑每人迎賓紀念品 1 份，為限定版國慶迎賓立體紅包卡，獲得媒體廣泛報導，也贏得來臺旅客驚喜回應。

（四）600 萬來臺旅客贈禮

臺灣觀光史上首度 600 萬名來臺旅客於 100 年 12 月 28 日出現在桃園機場。幸運者是來自南韓的金禧暻女士。行政院副院長陳冲在行政院大禮堂主持歡迎會，觀光局贈送金女士代表臺灣觀光國際宣傳 6 大主軸：美食、文化、樂活、生態、浪漫、購物的 100 種特色禮物、以及捷安特小摺自行車、「台灣好行」套票、夜市消費券及悠遊卡，並透過媒體及各項管道發布此一訊息，加強宣傳臺灣知名度。

（五）過境到臺灣，送你免費遊：共計 5,129 人次參加

（六）包機補助：共補助 198 架包機、3 萬 1,751 人次。

（七）郵輪迎賓補助：共補助來臺停靠 57 艘次、5 萬 6,007 人次。

（八）獎勵旅遊補助：共補助 507 個單位、3 萬 8,842 人次、並提供 42 場次文化表演節目。

（九）接待修學旅行學校獎助：共獎助 153 所學校、1 萬 6,546 名師生。



第 600 萬旅客來臺於行政院受贈禮品

五、海外旅展及焦點推廣活動

（一）參加海外旅展

100 年組團參加海外 16 場國際旅展、4 場國際會議獎勵旅遊類展覽，

並在日本、泰國、印尼等市場舉辦 6 場以上海外大型觀光推廣活動，對重要買家國際社團旅行業者及一般消費大眾促銷臺灣最新旅遊產品。



參加香港旅展，臺灣展攤人氣熱烈

(二) 代言團體飛輪海在臺南安平古堡舉辦「種子兵團二部曲」，以及在臺北淡水舉辦「臺灣美食心體驗」，吸引海外旅客共 2,000 多人來臺追星之旅。

(三) 與旅遊生活頻道繼續合作瘋臺灣節目，推出「瘋臺灣大挑戰」，可送達 20 個國家及收視人口 1 億 3,400 萬。

六、促進國際交流

「第 4 屆臺日觀光高峰論壇」6 月 27 日在日本石川縣舉行、「第 26 屆臺韓觀光交流會議」8 月 30 日在韓國釜山舉行，並於臺北舉行「臺星觀光會議」，繼續在觀光平台上與亞洲重要觀光市場與鄰邦加強交流，深化合作，促進關係。



第 26 屆臺韓觀光交流會議

七、辦理大型活動

(一)「2011 臺灣燈會」

「2011 臺灣燈會」於 100 年 2 月 17 日至 28 日假苗栗縣竹南頭份運動公園舉辦，中心主燈「玉兔呈祥」，玉兔手持標示「中華民國・精彩一百」Logo 的元寶，慶賀建國百年輝煌燦爛、國人齊心共同邁向中華民

國下一個 100 年，另規劃副燈、歡樂、傳統、競賽、科技燈區，並首度將主題館模式導入，如客家創意主題館、100 國慶主題館等及大陸揚州來臺參展的「交流燈區」，各燈區規劃及表演活動均充分呈現苗栗縣山海城市的特色。活動期間計吸引國內外觀光客約 802 萬人次參觀，創造近新臺幣 56 億元的商機，為臺灣燈會寫下最大規模活動的紀錄。



臺灣燈會

(二)「2011 年臺灣美食展」

「2011 年臺灣美食展」於 100 年 8 月 18 日至 21 日假臺北世貿中心展覽館 1 館 A 區辦理完竣，特色展區有：思想起~品味臺菜香一辦桌、鑼聲若響~百年珍饈品茗傳奇展、鱈鮮養生料理展、世界廚藝邀請賽、米饌饗宴、山水百景食尚展、美膳名饌、明星老師-烹飪教室、謎樣奇石宴、臺灣世紀美食-小吃&食品等主題，4 天活動總參觀人數計 17 萬 2 千多人人次造訪，創下歷屆最高參觀人次。



2011 年臺灣美食展

(三)「2011 臺北國際旅展」

「2011 臺北國際旅展」於 100 年 11 月 11 日至 14 日假臺北世貿展覽館舉行，首度跨一館與三館，共 1,500 攤位，較去年成長 25%。全部參展的有來自 61 國 85 個單位，4 天參觀人數計 25 萬 1,231 人次。



2011 臺北國際旅展