

第三節 觀光宣傳與推廣

一、加強國際宣傳與推廣

- (一) 持續以「Taiwan, Touch Your Heart」作為整體宣傳標語，於各主要目標市場擬訂宣傳主題與策略。日本市場以 50 歲以上銀髮族為主要客群、「台??行??」為宣傳主軸；港星馬市場以重遊者為主要客群，香港以「臺灣，一次真的玩不玩」、新加坡以「臺灣，原來可以這樣玩」、馬來西亞以「臺灣，歡樂超量」為宣傳主軸；韓國市場以上班族群為主要客群、「臺灣，你最得意的一次旅行」為宣傳主軸；歐美市場以商務旅客、第 2 代華裔人士及喜歡自由旅行人士為主要客群、「Taiwan, Beyond Your Expectations」為宣傳主軸。
- (二) 觀光局協同臺灣觀光協會及觀光業者組團參加柏林旅展、大阪旅展、日本世界旅行博覽會、韓國旅展、香港旅展、馬來西亞旅展、新加坡旅展及倫敦旅展等 8 大國際旅展，在專業展中向全球業者促銷臺灣觀光旅遊目的地，打開臺灣觀光國際知名度，成果豐碩。
- (三) 推動國際青年來臺旅遊，編印「鐵路旅遊多語隨身手冊」，便利國際青年坐鐵路遊臺灣、製作紀念品鼓勵國際青年利用「臺灣觀光巴士」環遊全島、提供旅遊諮詢服務，另邀請產官學界代表赴加拿大參加世界青年學生旅遊會議展，並辦理「臺灣 HAPPY HOUR」，為臺灣在青年旅遊層面增加能見度。

二、辦理大型活動

(一) 辦理「2005 臺灣燈會」

「2005 臺灣燈會」於 94 年 2 月 23 日至 3 月 6 日假臺南市安平港港濱歷史公園辦理，以「鳳鳴玉山」為主題，與生肖? 相呼應，象徵臺灣欣欣向榮，國運昌隆，開燈典禮承蒙 陳總統親臨主持揭開序幕，展期共吸引參觀民眾約 337 萬人次。

(二) 辦理「臺灣美食節—臺北中華美食展」:

2005 年臺北中華美食展於 8 月 4 日至 7 日假世貿中心展覽館本館 A 區辦理，本年度展覽內容有香草養生宴、臺灣米饌傳奇、金牌名膳、絲路敦煌風情宴、美食街及世界廚藝邀請賽。本次展覽因東森電視臺現場轉播來自日本、美國、北京、香港、馬來西亞、香港以及臺灣的料理高手進行的世界廚藝競賽，獲得民眾熱烈迴響，吸引參觀人數約 15 萬人次。

(三) 舉辦 2005 臺北國際旅展

「2005 臺北國際旅展」於 11 月 17 日至 20 日假臺北世貿展覽館 1 館舉行，邀請行政院謝前院長開幕剪綵。臺北旅展一向是全球旅遊業者進入亞洲市場的重要行銷平台，94 年度計有來自全球 58 個國家/地區、516 個旅遊相關單位參展，總參展攤位數達 784 個，其中巴西、巴拉圭、祕魯、聖克里斯多福、聖文森等國均為首度參加，參觀民眾共計 12 萬 5,737 人

次。

(四) 辦理 2005 年動感亞洲自我挑戰越野賽、第 70 屆國際露營大會、國際自由車環台賽、亞洲盃 AWT 澎湖國際風浪板競速賽、亞洲盃風帆船國際邀請賽、第三屆世界盃釣魚運動大會、SHIMANO 盃磯釣選手權大會等國際賽事及活動，藉由媒體對活動之報導，對我國觀光推廣助益良多。