

區域旅遊 主題觀光 提振景氣

創匯取勝 亞太新觀光中心

觀光產業是台灣積極推動的六大新興產業之一，它所帶動的經濟產值，從遊客的吃、住、玩、買，及其所帶動的產業則包含了海陸空的交通航運業、旅館業、餐飲業、旅行社、遊樂區、食品及禮品業等，若能發揮產業關聯效益，所創造出的產值將相當驚人。而台灣在這場「拚觀光」大潮當中，究竟該如何創匯取勝？

◎ 撰文／董珮真 圖片提供／達志影像

金融海嘯過後，隨著全球大環境的改變，全球旅遊市場也出現大幅度變化。亞太旅遊協會（PATA）企業溝通處長勞倫斯（Dale Lawrence）指出，愈來愈多旅客選擇較便宜的「區域性旅遊」，也就是選擇距離較近、價格較便宜的地方旅遊。隨著區域旅遊的盛行，經濟較為富裕的亞太地區，將會成為台灣發展觀光的新機會點。

區域旅遊》》

直航商機，廉價航空來台

目前全球各國都了解發展觀光的重要性，紛紛投下大筆資金，台灣勢必花費更多投資才能夠勝出。他建議，隨著兩岸開放直航大三通後，台灣如能加強與中國的合作，同時爭取更多中國觀光客來台，對台灣觀光產業將有很大幫助。加上若能將直航商機延伸，讓台灣成為新的區域中

心點，並成為亞太新觀光中心，是未來可以努力的目標。

不過，台灣發展觀光旅遊，仍有些地方必須注意。首先，必須加強基礎建設，桃園的國際機場航廈太過老舊，就需要再汰舊換新，同時也要確保機場的安全，不容許占據機場事件在台灣發生。其次，台灣政府必須要撤銷過多的管制，讓更多觀光客可以很容易到台灣旅遊。

此外，台灣航空業者也要多與其他國際航空公司結盟，增加來台旅遊便利性。廉價航空就是其中很重要的趨勢，近幾年廉價航空在世界各地興起，載客量快速增加，已成為一股新勢力。台灣若能讓更多廉價航空來台設點，必能吸引更多觀光客來台。

台北花博》》

主題觀光，展現多元特色

近期開幕的「2010台北國際

花卉博覽會」，不僅可以吸引從未到訪台灣的首次旅遊者；同時也能讓重遊台北的觀光客，看到並體驗不一樣的台北。儘管花費近100億元，開闢4大園區、總共14棟展館的台北花博，無論在規模與投資方面都比不上上海世博會，但對觀光產業來說，卻是一個帶動經濟與相關產業發展的好機會。透過這次花博，讓相關公共建設的完成或修整及科技創意的導入、即使在花博結束後，對市民來說，無論在生活美學的形塑，城市景觀的再造等方面，也將持續發揮潛移默化的影響。

花博的開幕，可說是創造台灣另一項觀光主題，透過這個主題，吸引遊客到訪。本次花博共有圓山園區、美術公園區、新生公園區、大佳河濱公園區等四大園區，展覽時間約6個月，希望旅客停留的時間可以延長，消費金額也會隨之增加。預估到訪遊



■花博的開幕，創造台灣另一項觀光主題，吸引遊客到訪；預估到訪遊客大約800萬人，帶動的經濟產值約新台幣168億元。

客大約800萬人，帶動的經濟產值約新台幣168億元。

花博展區共有14個展館，無論是這些硬體空間的建置或修整、軟體的科技能量導入，或是充滿台灣藝術文化內涵的展演活動，都能向觀光客展現台灣多元及豐富的特色。「流行館」是結合竹與回收廢棄寶特瓶所製成的寶特磚所拼裝而成，建構出時尚、環保與科技的展館。「夢想館」是以台灣引以為傲的尖端科技所創造的數位互動展覽館，透過新科技的研發與導入，像是花卉造形的紙喇叭揚聲器等，讓遊客體驗科技所帶來的趣味與驚喜，也了解科技的應用可與生活

結合，並創造驚奇的感官效果。

陸客激增>>>

最大外來客，開啟新動能

不可諱言，兩岸直航後的陸客激增，不僅給台灣觀光產業帶來了春天的動能，也影響了產業結構的重大改變。觀光局指出，開放陸客之後，大家也看到了商機，台灣旅行業也從經營出境旅遊市場為主流的形態，轉而兼做入境旅遊與國民旅遊業務；旅館業投資興建也跟著熱絡，新的投資紛紛加碼，籌建中的觀光旅館不下10家，客房數達2,000間，裝修及更新設備更高達805家。

中華民國旅行公會全聯會

理事長姚大光指出，近2年中國已經成為全球最主要的觀光輸出國，出境人口有4,500萬人，扣除港澳地區約還有2,500萬人左右。開放中國觀光客來台旅遊以來，也對台灣觀光產業產生巨大影響，並提供了台灣提振景氣的強大動能。而香港1年可以接待1,400萬個陸客，台灣的成長空間還很大。

從2009年7月台灣開放陸客以來，還不到2年時間，陸客已成為台灣第一大外來觀光客：2009年全年來台日本觀光客共100萬人，較前1年衰退7.9%，中國觀光客97萬人，較前1年成長195.3%。據台灣觀光協會會

兩岸直航後的陸客激增，不僅給台灣觀光產業帶來了春天的動能，也影響了產業結構的重大改變。

長周慶雄估計，陸客在台灣至少已經創造了近500億元的商機。

陸客來台人數增加，為台灣各地風景區及相關產業帶來的經濟效益也隨之增加。在埔里開業的餐廳老闆娘林素珍分析，從2008年7月正式開放陸客來台後，陸客的消費占餐廳總營業額比例將近3成，收入足以填補星期一到星期五的離峰時段。而為了讓陸客能夠品嚐到台灣當地的佳餚，她善用埔里在地的食材做成美食，包括絲瓜、百香果、苦瓜，還有梅子都可入菜，滿足了陸客挑剔的味蕾。

陸客湧入也給一些重要景點

的參觀品質帶來影響，像故宮的翠玉白菜與肉形石前面，永遠是人山人海。還有陸客因為搶著要看而打起架來，其他如日月潭、阿里山等處也一樣，陸客拍照亂成一團，而非陸客的旅遊團，像日本團或台灣本地團，碰到擁擠吵鬧的陸客不免覺得掃興，這些狀況都需要積極解決。

為提升旅遊品質，旅行公會全聯會正在大力推動「陸客分區分時深度旅遊」，目前陸客台灣團大都是6天或8天的環島旅行，但8天要走1,600公里，走馬看花累死人。姚大光建議將台灣分成北中南東4區，1次玩1區，不那

麼趕，也不會擠爆景點。

深度旅遊>>>

強調人文，走精緻路線

素有「台灣觀光教父」的嚴長壽曾經強調，中國將是台灣未來的市場，在語言與文化相同的基點上，台灣必須走向精緻路線，整體規畫才是未來觀光業的出路。

他舉日本國民旅遊的成功為例，歸功於「服務、文化與堅持傳統」，縱使百年或老舊的溫泉池，仍令人感動。反觀台灣業者，必須假日才能吸引國民旅遊，沒有可以長期吸引旅客的優



■花博「夢想館」透過新科技，讓遊客體驗科技所帶來的趣味與驚喜，並創造驚奇的感官效果。



簽署兩岸經濟協議 加速台灣經濟成長

- > 關稅減免
- > 吸引外資
- > 創造就業
- > 促進消費
- > 錢進台灣
- > 進軍世界

支持ECFA 經濟一路發!!

兩岸經濟合作架構協議

儘速簽署，迎頭趕上

當其他國家彼此間因簽署自由貿易協定而吃香喝辣，我們不能只喝西北風。與中國大陸及其他國家發展更優惠的經貿條件，關係著台灣經濟的發展與子孫未來的福祉。我們一定要迎頭趕上！

我們會考量全民的利益，
依據下列準則來推動
兩岸經濟協議的簽署工作：

- 一 發 經濟不攔發。
- 二 不 大陸勞工不會來、農產不擴大開放。
- 三 原則 國家需要、民意支持、國會監督。



兩岸經濟合作架構協議
ECFA網址 <http://www.ecfa.org.tw>



4S Strategies

◎服務 Service ◎對策 Solution ◎滿意 Satisfaction ◎成功 Success

經濟部促進外銷服務團
Export Promotion Service

主動服務 · 開拓商機

- ☑ 努力發掘問題
- ☑ 勇敢面對問題
- ☑ 熱誠解決問題

經濟部促進外銷服務團

服務專線：(02)2397-7337 FAX：(02)2321-2827 免費服務專線：0800-085-108
e-mail : eps@trade.gov.tw 網址：<http://www.trade.gov.tw> 地址：台北市中正區湖口街一號



勢。其實，最吸引對岸人民來台灣旅遊的原因是「人」的元素，而非旅遊景點或是建築，台灣人處處排隊、遵守秩序與熱情待客等特質，也都是讓中國人相當推崇的。

事實上，觀光業已從最早期的走馬看花、吃、喝、玩、買；逐漸進步到中期的「深度旅遊」，遊客會找喜歡的地方或主題定點玩。後期的第三代觀光，則是以「文化內涵」留住遊客，甚至讓他們一遊再遊，不期待做什麼，也不準備做什麼，只是悠閒的放鬆。

嚴長壽也提出建議，走馬看花的旅遊不會令人感動。深度旅遊讓觀光客瞭解當地文化等元素，需要靠政府持續的觀察、瞭解與協助。而創造生活氛圍與無起無為的旅遊方式，即是提供給遊客一個盡情放鬆，或保留一席之地不被干擾的旅遊環境。

其實，文創產業與觀光旅遊具有互相拉抬、幫襯的加乘效果。「文化」是台灣強項，以往只能端出「雲門」為代表；之後聞名的有琉璃、有法藍瓷、有誠品；近年則因文化加上創意，各領域都有令人驚喜的表現。台灣的年輕一代，做麵包、開民宿、玩調酒和花式咖啡、搞電玩軟體設計、振興傳統的蘭花養殖業等，各行各業都表現出人文底蘊，加入了創新的概念及技術，

打出一片新天地的潛力無窮。

伴手禮品>>>

二不一沒有，品質特色佳

許多人喜歡在旅遊途中購買紀念品，因為它記錄著旅途中的快樂回憶及美好心情。因此，旅遊紀念品的商機頗值得廠商把握。像台北花博會的展區內就設有紀念品專賣區，其中又以可蓋紀念章的花博護照最為搶手。

而陸客來台一遊，最喜歡買什麼伴手禮？總造訪人數超過2,400萬的台灣旅遊聯盟分析，貼有「高山」字樣的台灣茶葉，絕對是第1名，而平價食品，也是中國觀光客最喜歡的商品，特別是鳳梨酥與太陽餅最搶手。此外像是工藝品（如花蓮的大理石）、紀念品（翠玉白菜飾品、中央銀行的精鑄套幣）、特產水果也很受歡迎。

據童黨萬歲國際開發公司負責人范姜群季強調，旅遊紀念品必須要存在「二不一沒有」：也就是價格不能高，品質不能差，特色不能沒有。他所設計、開發出的觀光紀念商品，內蘊著溫暖、淳厚的調性，根源於他總是從懷舊元素中萃取出新的價值、而且多數商品價格相當實惠，如九份的故事傘、真的可以寄出去的木製明信片等。因為他希望自己的商品能夠帶給遊客3個「哇」：「哇！怎麼有這種東

西；哇！怎麼這麼可愛；哇！怎麼這麼便宜。」

另外像「白葉陳創意工作室」也試圖將宜蘭特色融入商品，把對故鄉的傾慕，化為實體商機。他們把宜蘭特色景點如鯨豚、溫泉、北關海潮拿來做為商品圖騰，相當具有代表性，開闢出除了鴨賞與牛舌餅之外，也可以帶著走的紀念品商機。像是以蘭陽八景「北關海潮」為創意設計，並拆解清朝《噶瑪蘭廳誌》插圖，將山水線條重組，以手工套印的便條紙磚；運用明朝四大家仇英的《烈女傳》，逐一挑出宜蘭當今地名的刻板字，組成現代地圖的漁夫帽，代表草嶺古道的虎字碑鑰匙圈，還有拖鞋、馬克杯、杯墊、T恤、胸章等兼顧紀念及實用的日用品，在各風景點、旅客中心、觀光飯店、甚至便利超商都賣得不錯。

醫療觀光>>>

高收益產業，新型態商業

而每年逾2,000億美元的全球醫療觀光商機，也正笑咪咪向台灣招手。這種藉由推動醫療照護產業，期望轉換成觀光吸引力，以拓展入境旅客的新型態商業機會，不僅可提升整體醫療資源使用率，還可拓展入境旅客的質量，並提升整體觀光旅遊產業的附加價值，因此已成為一股不容忽視的趨勢。



■ 台灣擁有很多的重要景點，必須整體規畫，走向精緻路線，才是未來觀光業的出路。

像每年來台參展採購的外商不下10萬人次，若能針對這群頗具消費實力的客層，設計出可結合參展的健康檢查、養生等醫療觀光行程，或可發展出一個充滿契機的高收益產業。

「觀光拔尖領航方案」提到全台灣不分區域，都應以溫泉、觀光醫療、結合套裝旅遊行程的規劃，發展新型態的觀光模式。我國醫療觀光產業的發展模式，並不能完全參照以英語為主的印度、泰國或新加坡等國經驗，而應掌握華語文化的優勢，切入目標市場也應該以中國大陸及華僑

市場為主，運用低侵入性醫療、特色醫療、家庭健檢來開啟商業運作模式，進而擴大市場範疇。

行政院已明確將醫療服務列為產業發展重點項目，並抓出台灣5大強項：包括雷射矯正近視、健康檢查、整形美容、牙科、中醫等，因此醫療觀光產業也應建構在產業鏈上的獨特競爭優勢，才能打通產業的任督二脈。以中醫領域為例，台灣在針灸、推拿、氣功、把脈等已深耕多年，無論是中國、日本、韓國及不少外籍人士皆為此著迷，加上我國中醫發展早已走向實證醫

學，融合中西元素的新型態醫療也已成熟，利用中醫打入全球醫療觀光市場將具有高競爭力。

此外，台灣寶島的溫泉種類豐富，碳酸氫鈉泉、硫酸鹽泉、白磺泉、青磺泉、海底溫泉等，各具療效，溫泉整合醫療不僅具休閒遊憩的功能，也兼顧低侵入性及另類療法的吸引力。因此，若能將溫泉保健旅遊試辦計畫擴大施行，嘗試在旅程中加入其它嶄新元素，如中藥食補、時尚購物、風華娛樂、華語流行音樂體驗、溫泉理療等，或可整合為新商業模式。

觀光旅遊 >>>

顧客走進來，醫療走出去

「讓顧客走進來，醫療走出去！」衛生署醫事處長薛瑞元認為，這才是醫療觀光產業應把握的重點，具體做法則以「觀光旅遊為主，醫療保健為輔，並讓各大醫院發展各自的特殊醫療。」以台大醫院為例，其特殊醫療項目包括關節鏡、肝病、不孕症治療、心臟手術等，可結合台北觀光資源，從陽明山、龍山寺、中正紀念堂、台北101、故宮博物院、貓空到北投溫泉。而長庚醫院體系的強項有肝臟、臍帶血移植、唇顎裂手術與中醫養生，觀光資源便可與石門水庫、拉拉山、六福村等異業結盟。

台北護理學院旅遊健康研究所長陳建和認為，台灣醫療觀光產業起步相較亞洲國家晚，但複製他國經驗，並無助於台灣市場開發，「當務之急應是找出本地市場之利基。」若以未來趨勢來分析，中國大陸將是不容忽視的新客層，他估算台灣醫療觀光產業領先中國至少5年，值得在這一領域深化經營。

「台灣若要打入醫療觀光，一定要先以特殊醫療來吸引顧客來台，若只主打健檢與美容，不見得有勝算。」台灣醫院協會理事長吳德朗也建議，台灣要朝向有利基的項目發展來做，鎖定



■ 觀光業已從最早期的走馬看花，進步到中期的「深度旅遊」，現在更發展至以「文化內涵」留住遊客。

技術導向的短期服務，專攻收費6,000美金以上的醫療項目，以病人多、高技術、低人力成本與單次治療、短期可復原而不需長期療養的項目為優先。

他舉例說，心臟科的支架置放術與心電氣燒灼術，便是台灣醫師很熟練的治療；而高齡化時代，需要換人工關節的老人只會多不會少，換人工關節也是台灣骨科的強項。上述手術台灣都有利可圖，跟歐美相比，手術費用更為物美價廉，這才是台灣發展的正確方向。

曾負責規畫並接待外賓2天1夜中醫健檢的長庚中醫醫院副院

長張桓鴻回憶，遠道而來的老外對住院診療接受度不高，但一看到氣功診療功夫，身體痛點全都露，當場就嚇呆了而欣然接受住院診療。因此他也提醒，推動醫療觀光產業初期，不要貪心想吃全套大餐，不妨主攻成效易見的幾項檢查，患者接受度會更高。

無論是搶陸客商機，或是爭取醫療觀光客群，台灣必須體認到本身的優劣條件，積極發揮所長，才能在亞洲觀光大潮之中，爭得一席之地。讓台灣不僅能藉著這屆花博會吸引國際觀光客，更能在盛宴之後，持續招攬旅客願意一遊再遊。■