

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展）

## 2023年越南胡志明市國際旅展ITE 及觀光推廣活動出國報告

服務機關：臺南市政府觀光旅遊局

姓名職稱：許伊齡約聘人員

派赴國家或大陸地區：越南

活動期間：112年9月5日至112年9月10日

報告日期：112年12月1日

# 目錄

目錄 .....	1
一、摘要 .....	2
二、活動人員名單 .....	3
三、緣由或目的 .....	4
四、過程 .....	5
五、心得 .....	10
六、建議 .....	12
七、效益 .....	14
八、附錄 .....	16

## 一、摘要

越南為東南亞區域近年成長最迅速的經濟體之一，經濟表現十分亮眼；近年來交通部觀光署戮力於東南亞市場推廣，在觀宏專案實施後，2019 年越南民眾來臺旅遊人次達 40.5 萬餘人次，為東南亞旅客來臺第三大客源國，顯見簽證措施及觀光推廣之成效。而在 COVID 疫情結束後，2023 年上半年越南來臺旅客人次就已經超過 19 萬人次，較 2019 年同期已恢復近 95%，為全球來臺人次恢復速度最快的國家，係本市重點推廣之目標市場。本次洽展係應邀參加由交通部觀光署委託臺灣觀光協會籌組之「2023 年越南胡志明市國際旅展 ITE 及觀光推廣活動代表團」，成員除本府外，亦包含臺中市政府、高雄市政府、參山國家風景區管理處等政府機關，以及全國各地旅館業、遊樂業、伴手禮業者及表演團體等總計 32 個單位 75 名團員，共同赴越推展臺灣觀光；行程主要為參加越南規模最大之 2023 胡志明國際旅展（ITE HCMC），並由交通部觀光署駐胡志明辦事處於旅展前舉辦 B2B 觀光推廣會，與當地業者進行合作交流，期能有效開拓越南來臺旅遊新興市場，招徠越南觀光客源，擴大與越南之間觀光商機，進而促使本市觀光產業蓬勃發展。

## 二、活動人員名單

編號	姓名	單位 職稱	工作項目
1	許伊齡	臺南市政府觀光旅遊局 旅遊服務科約聘人員	旅展及觀光推介活動 等相關事務執行

### 三、緣由或目的

2019 年越南民眾來臺旅遊人次達 40.5 萬餘人次，為東南亞旅客來臺第三大客源國；在 COVID 疫情結束後，2023 年上半年越南來臺旅客人次就已經超過 19 萬人次，較 2019 年同期已恢復近 95%，為全球來臺人次恢復速度最快的國家，係本市重點推廣之目標市場；臺南在越南投資有成的臺商相當多，越南也有許多新住民於本市落地生根，因此本市臺南航空站往來臺南及越南胡志明市之定期包機航班，在商務及探親的客群支持下，都能維持穩定發展；本市並曾於 2022 年成功協辦第九屆臺越觀光合作會議，已與越南政府觀光部門及旅遊業者建立基礎認識及良好交流，此次海外參展即為持續耕耘越南旅遊市場，藉參加旅展增加城市曝光度，並與當地旅行業者及民眾交流互動，瞭解其旅遊產品需求，掌握越南旅遊市場趨勢與脈動，拓展與越南間之觀光發展商機。

## 四、過程

### (一)行程表

日期	行程	備註
9月5日 (一)	上午 臺南→桃園→越南胡志明市 下午 推廣會展位整備 臺灣觀光推廣會及交流餐會 (地點：Hotel Nikko Saigon)	凌晨出發搭乘包車至桃園機場與代表團會合，搭乘華航CI-781前往越南胡志明市
9月6日 (二)	越南胡志明市國際旅展 (ITE HCMC) 佈展	展場：Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)
9月7日 (三)	越南胡志明市國際旅展 (ITE HCMC) 第1日 09:00-16:00限定專業買家；16:00-18:00開放一般民眾參觀	
9月8日 (四)	越南胡志明市國際旅展 (ITE HCMC) 第2日 09:00-16:00限定專業買家；16:00-18:00開放一般民眾參觀	
9月9日 (五)	越南胡志明市國際旅展 (ITE HCMC) 第3日 09:00-18:00全日開放一般民眾	
9月10日 (六)	搭乘華航 CI-782返臺(10:50-15:20)	

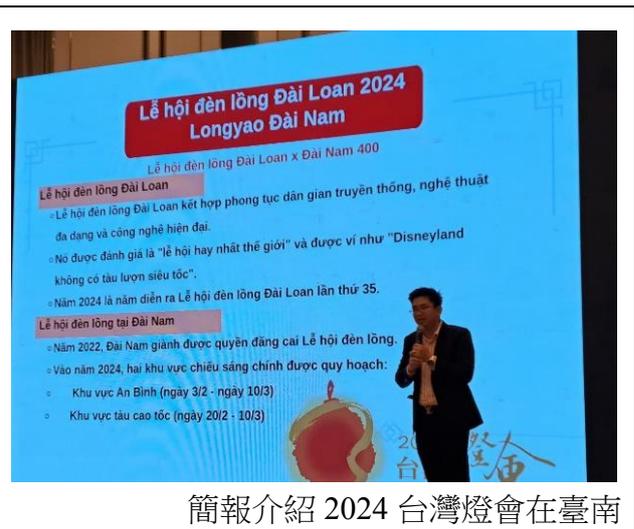
## (二)、參加臺灣觀光推廣會及交流晚宴

為促進臺越雙邊觀光業者洽談商機，交通部觀光署駐胡志明市辦事處特別於9月5日假胡志明市 Hotel Nikko Saigon 舉辦 B2B 臺灣觀光推廣會，邀請超過百名越南旅遊業者及媒體參與，提供臺、越雙方旅遊業者洽談合作平臺，使臺灣參展機關及觀光業者透過商談交流，了解當地旅遊需求、建立合作關係。推廣會進行方式係由越南業者自由走動至各展桌與參展單位進行對談交流。本市展桌以「臺南 400」為主軸，搭配展示優質農特產伴手禮吸引業者目光，並聘請具多年在臺地接經驗的越籍旅遊業者協助翻譯洽談，介紹本市觀光旅遊特色資源、分享團體旅遊操作建議。

推廣會後之交流晚宴首由交通部觀光局駐胡志明辦事處簡報最新國際旅客獎勵措施，再由各參展機關進行簡報。有別於其他單位須透過雙重翻譯表達簡報內容，本市由在臺工作多年、熟悉旅遊產品及團體操作模式的越籍導遊，直接以越語闡述臺南何以成為必遊城市；摘要文字加上精采圖片，簡要精準地向旅遊業者傳達臺南為臺灣歷史文化起源地的城市地位及文化古都意象、綜整介紹國際知名權威旅遊刊物-米其林指南推薦景點與美食、臺南自然生態與人文地景等觀光特色及資源、臺南 400 及 2024 台灣燈會在臺南等年度重要節慶活動，讓當地旅遊業者快速建立鮮明的城市印象，及清楚了解臺南旅遊行程產品的素材元件及特色。



越籍導遊介紹臺南觀光資源



簡報介紹 2024 台灣燈會在臺南

### (三)、越南胡志明市國際旅展 (ITE HCMC) 參展

越南胡志明市國際旅展 (ITE HCMC) 係由越南文化體育和旅遊部以及胡志明市人民委員會指導、胡志明市旅遊局和越南國家旅遊局聯合胡志明市旅遊促進中心 (Ho Chi Minh City Tourism Promotion Center)、CIS Vietnam 和 Le Bros 共同舉辦，為越南規模最大、歷史最悠久的年度國際旅遊貿易盛會。今 (112) 年 9 月 7 日至 9 月 9 日於越南西貢會展中心 (SECC, Saigon Exhibition and Convention Center) 舉辦，以「Connectivity 連接、Growth 增長、Sustainability 永續」為主題，吸引來自 45 個城市、超過 400 家業者參展，三天旅展共匯集逾 2 萬 5,000 名專業買家參與盛會。

臺灣館以越南民眾熱愛的「珍珠奶茶」意象為主軸，聯合航空公司及縣市政府機關、旅遊業、旅館業、遊樂業、伴手禮業者及表演團體等總計 32 個單位 75 名團員，共同推廣臺灣全新旅遊產品。為吸引參展買家目光，展期三天臺灣館活動不間斷，不僅有世界啦啦隊冠軍「臺灣代表隊」帶來活力四射演出，還有留聲姬的音樂饗宴，展現豐沛文化藝術氛圍。此外，更邀請國際知名魔術師趙鈞毅與觀眾精采互動，以及安排彩繪書包及臺灣意象帆布袋絹印 DIY 等活動，讓參展民眾親自參與創作，吸引大批參展買家及民眾駐足參觀及進行旅遊諮詢互動，並於本次旅展榮獲大會頒發「最佳人氣攤位獎」。交通部觀光署駐胡志明市辦事處也邀請越南知名網紅現場走逛展位分享臺灣旅遊資訊，把最精采的臺灣旅遊行程及優惠傳達給現場買家，並透過網路直播，讓無法到現場的越南民眾也可以第一時間了解臺灣最新旅遊資訊、欣賞各項精采表演活動；藉由舞臺活動造勢及網紅直播增加曝光度，吸引更多參觀民眾及媒體露出機會。

本市亦配合於臺灣館展區中規劃臺南展攤，展攤擺設以「400 年臺南 想見你」為題，以喜慶亮眼的紅色主視覺古都意象搭配特色主題穿著，成功吸引買家目光，創造鮮明吸睛形象；展桌亦擺設鳳梨酥、芒果乾、柚子蓼、柚香咖啡等優質農特產伴手禮，吸引許多民眾詢問；並搭配特製越語旅遊摺頁及重點文宣手冊，安排越籍工作人員駐櫃協助現場即時翻譯，與越南民眾及國際買家面對面推廣本市觀光特色、介紹臺南觀光資源，清楚溝通無障礙；展會活動期間，工作人員利用臺南 400 年特製紀念御守及本市優質農特產芒果干作為獎品，辦理填寫問卷及拍照打卡贈禮之集客活動，現場人氣滿滿、活動氣氛相當熱烈，吸引許多參展買家及參觀民眾駐足停留，索取文宣及詢問臺南景點遊程；集客活動計收取 334 份問卷作為越南旅客動向調查資料，可供日後推廣觀光市場擬定策略參考。

展會期間工作人員亦利用時間至各國展館及旅遊業者銷售展區，了解越南旅遊市場交易動態及國際旅遊產品規劃趨勢，現場各大主流業者攤位均人潮滿滿，完全可以感受到越南疫後國際旅遊熱潮。



越南西貢會展中心



臺灣館主視覺珍奶意象布置



絹印 DIY 體驗



網紅參訪臺灣館



臺灣館人潮滿滿



臺灣觀光推廣代表團大合照



臺南展位布置



越籍工作人員駐展解說



買家踴躍詢問臺南觀光資訊



網紅參訪臺南展位



集客活動熱鬧人潮



臺南展位人氣爆棚

## 五、心得

以下以條列方式列出本次出國參展之心得：

### (一)、感受疫後國際旅遊市場復甦熱度，應持續深耕越南旅遊市場

本次參加越南胡志明市國際旅展(ITE HCMC)及參與臺灣觀光推廣會期間，均可明顯感受經歷 COVID-19 疫情後，國際旅遊市場重啟，越南民眾及旅遊業者期望獲取最新旅遊資訊的熱切；除了參展民眾踴躍靠櫃詢問旅遊訊息索取資料，在辦理推廣會及拜會業者時，也都能感受旅遊業者熱情歡迎臺灣參展單位，建立交流合作情誼。在旅遊交易市場部分，至各大展攤走逛，充分感受買氣暢旺的復甦熱度。惟目前越南旅遊市場中，相較臺北為首善之都，臺南之於越南民眾來說，還是比較陌生；且目前臺灣旅遊產品行程囿於北部班機較多，故規劃上仍以中北部景點為重點遊程，不過已可見到中南部景區已漸漸被安排進旅遊臺灣行程，在與靠櫃詢問的參展買家攀談，經推廣介紹後大多數對臺南都展現高度興趣，故未來應持續深耕越南旅遊市場，搭配媒體及業者踩線接待，宣傳臺南觀光資源及旅遊行程。

### (二)、展攤主題形象鮮明，搭配特色小禮吸引買家關注焦點，有利行銷推廣

此次參加展會，臺南展攤以「400 年的臺南，想見你」為城市行銷主題，運用文化古都意象，以臺南喜迎 400 年為主軸，喜慶亮眼的大紅主視覺搭配工作人員身著安平旗袍與主題意象 T 恤的特色穿著，加上旅遊宣傳手拿牌，讓展攤整體形象更加出色，鮮明的城市主題意象也讓臺南在臺灣館成為吸睛亮點，前來索取旅遊資料的民眾更是大排長龍。展桌擺設包裝精美的鳳梨酥與柚子蓼、柚香咖啡等臺南優質農特產伴手禮，吸引許多民眾詢問。展會期間以特製越語旅遊摺頁搭配國際行銷手冊，透過工作人員詳細說明遊程安排與景點推薦，讓參展買家都能感受臺南在地的服務熱情與多元豐富的旅遊元件；現場並特聘越籍工作人員協助即時翻譯，清楚溝通無障礙；展會期間同時搭配主題小禮-臺南 400 年的限量紀念御守及臺南在地優質農特產-芒果乾做為填問卷及打卡拍照送好禮的集客活動禮品，大幅增進參觀民眾駐足攤位詢問商談的意願；重點宣傳臺南 400 及 2024 台灣燈會在臺南等活動，也有助清楚加深來賓對臺南的城市印象。

### (三)、重點式文宣手冊及簡報精準傳達觀光推介內容，建立鮮明觀光品牌印象

此次展會主要係以特為越籍旅客整理的越語旅遊摺頁，搭配為海外推廣活動所製作的國際觀光行銷手冊為發送之觀光宣傳文宣及推廣會簡報內容，文宣重點式整理針對國際旅客及旅遊業者精準傳達臺南的城市歷史文化發展地位、綜整國際知名權威旅遊刊物-米其林指南推薦景點與美食、臺南自然生態、人文節慶、活動體驗等觀光特色及資源，及列舉本市輔導業者取得世界觀光旅遊委員會(World Travel & Tourism Council, 簡稱 WTTC)安全旅遊戳記計畫(Safe Travels Stamp)等旅遊友善安全環境面向之認證，闡述臺南何以成為必遊城市；比起其他展攤發送瑣碎多種類型的觀光文宣，更能親切的讓目標受眾重點式快速理解臺南觀光特色及感受臺南友善旅遊觀光魅力，搭配成功行銷城市意象，亦讓旅行社業者更容易選用旅遊素材元件，組團行程吸客銷售。

## 六、建議

### (一)、依據問卷分析進行遊程安排及進行行銷策略規劃

本次參展利用集客活動獲取了 334 份問卷，作為越南旅客動向調查資料，可供日後推廣觀光市場擬定策略之參考。該份問卷統計結果分析如附錄一，該份問卷主要以 23 至 49 歲越南民眾為填寫族群，其短期亞洲區旅遊以臺灣為首選，其次為泰國及日本；主要以文化、島嶼度假、購物、生態旅遊、溫泉度假類型為旅遊方式；旅遊目的地的獨特性及吸引力、當地食物、便捷省時的交通、安全與保障措施均為海外旅遊的重要因素；抵臺後以規劃停留五天四夜、四天三夜為主，考慮以文化古蹟旅行、購物、海灘度假及登山為在臺灣旅遊的主要旅遊方式；得知臺南的方式為透過電視節目、社群媒體、旅遊導覽手冊、旅遊平臺等方式，對臺南之行的印象以臺灣食物、文化遺跡及著名夜市為主，並有 7 成左右民眾考慮到臺南旅遊；顯示本次參展之文宣及現場推廣方式奏效，對參展族群受眾達到重點行銷效果。日後在行銷推廣方面亦可以美食及溫泉、文化古蹟、生態旅遊等元素進行產品遊程規劃及旅遊品牌形象推廣。

### (二)、利用疫後國際旅運熱潮發展旺季旅遊包機、新住民返鄉探親及臺商商務、企業獎勵旅遊包機航班，拓展越南旅客來臺旅遊人次

越南有許多新住民來臺南落地生根，臺南在越南投資有成的臺商也相當多，因此本市臺南航空站往來臺南及越南胡志明市之包機航班，在商務及探親的客群支持下，尋求持續發展；疫後國際旅遊熱潮大爆發，不僅新住民返鄉及臺商商務旅運需求增加、經濟實惠的越南旅遊產品行程也成為國人出國旅遊的熱門選項，今年暑假期間本府即與越捷航空、臺南市旅行商業同業公會共同合作，促成臺南--越南峴港航線包機，在積極推廣下，除了飛往峴港的 230 個機位滿座之外，也招募到 129 位越南旅客來臺進行 5 天 4 夜旅遊；盼能持續透過雙邊民間企業及團體合作，推動旺季旅遊、新住民返鄉及臺商商務旅運、企業獎勵旅遊包機，促進臺南國際航線開發、推動臺南觀光遊程產品，達到促進越南來臺人數再創新高之目的。

### (三)、優化旅遊服務、持續培植新住民導覽人力資源、建立友善旅遊服務環境

本市曾於 2022 年成功協辦第九屆臺越觀光合作會議在臺南市舉辦，當年度會議結語即提示臺越雙方將合作打造服務友善、環境友善及行旅友善的永續旅遊，共同強化雙邊旅遊服務、接待品質、環境設施及資訊互享，展現以人為本、深度體驗帶來的共好共榮願景；據此，基於建立旅遊友善服務越籍旅客，本次參展特以為越籍旅客整理的越語旅遊摺頁搭配越籍人員解說，讓當地業者及民眾都能親切的了解臺南的觀光特色及體驗旅遊友善服務。本市近年致力於友善旅遊環境提升，除廣續針對新住民第二代、來臺就讀之外籍生進行「新南向導覽人員培訓」、今年所辦理之觀光司機培訓今年也特別新增越南語課程，期以持續優化旅遊服務，吸引越籍旅客來臺南觀光旅遊。

### (四)、配合旅遊業者及媒體踩線團接待，善用網媒資源行銷臺南觀光資源

據耕耘臺灣入境旅遊市場多年，集合歐美、東北亞、東南亞各大入境旅遊市場地接社業者所組成之臺灣入境旅遊協會分析，越南地區團體旅客遊程產品，基本上係由地接社安排推薦遊程產品，供越南地區組團社招攬成團至臺灣旅遊；因此，持續配合安排國內地接社及國外組團社旅遊業者至本市踩線，推廣宣傳本市遊程景點至為重要，亦可藉接待期間加深互動交流，促進合作之機會。此外，依本次海外參展現場工作人員與參觀民眾交談、以及問卷調查結果發現，越南民眾對臺灣的認識多來自觀看影視節目、社群媒體網紅介紹、旅遊導覽手冊等管道；建議可持續配合大局接待社群網紅、旅遊節目及雜誌等媒體來訪拍攝，增加臺南觀光景點的曝光度及城市旅遊指名度。

## 七、效益

### (一)、提高臺南於國際旅遊市場知名度及建立鮮明城市意象

本次洽展臺南展攤以「400年臺南 想見你」為題，搭配臺南400主軸，以喜慶亮眼的紅色主視覺古都意象搭配特色主題穿著，成功吸引遊客目光，創造鮮明吸睛形象；現場工作人員熱情向參展買家及民眾推廣本市觀光特色、介紹臺南觀光資源及遊程規劃諮詢，爭取旅客規劃造訪臺南觀光之機會；展會活動期間，利用臺南400年特製紀念御守及本市優質農特產芒果干作為獎品，辦理填寫問卷及拍照打卡贈禮之集客活動，現場人氣滿滿、活動氣氛熱烈，吸引許多買家駐足停留索取文宣及詢問臺南景點遊程；國際行銷手冊及越語觀光宣傳摺頁簡要精準的闡述臺南何以成為必遊城市，讓當地旅遊業者快速建立鮮明的城市印象，及清楚了解臺南旅遊行程產品的素材元件及特色，有效提高臺南於國際旅遊市場知名度及建立鮮明城市意象。

### (二)、成功宣傳臺南400年及2024台灣燈會在臺南盛事

2024年臺南即將邁向400年、國家重大觀光盛會--台灣燈會亦將於2024在臺南舉辦，此次海外參展亦將這二件盛事列為宣傳重點，將「臺南400」logo置入作為展攤策展、文宣手冊、簡報檔案底圖主視覺，並於推廣會簡報及商談交流時間，搭配「2024台灣燈會在臺南」議題宣傳活動，加深城市節慶活動印象，邀請旅客及組團社造訪臺南。

### (三)、與當地業者建立良好互動，促進雙邊觀光交流

歷經Covid-19疫情，全球旅遊市場停擺近三年，本次海外參展，為協助參展單位建立與越南旅遊業者之合作交流關係，交通部駐胡志明市辦事處及臺灣觀光協會用心安排觀光推廣會及交流晚宴，建立商談平臺使參展團員與當地旅遊業者有機會互動交流。在辦理推廣會及晚宴交流時也都能感受旅遊業者熱情歡迎臺灣參展單位，建立合作情誼，有助於加強本市城市行銷及促進雙邊觀光交流。

#### (四)、媒體露出

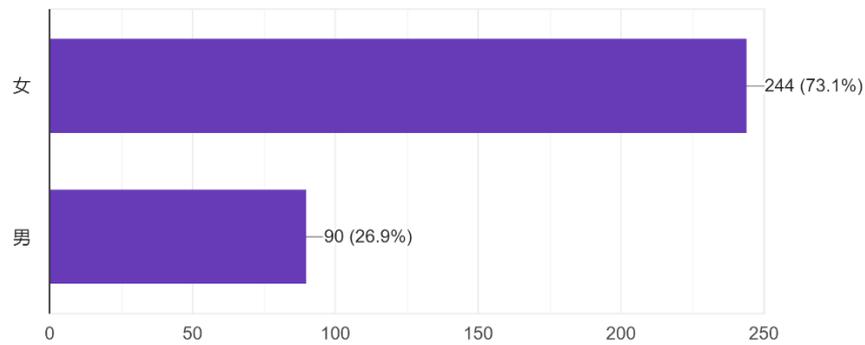
本次海外參展，於國內發布 1 篇新聞稿，彙整如附錄二。

## 八、附錄

### (一)、2023 越南胡志明市國際旅展（ITE HCMC）問卷調查統計結果

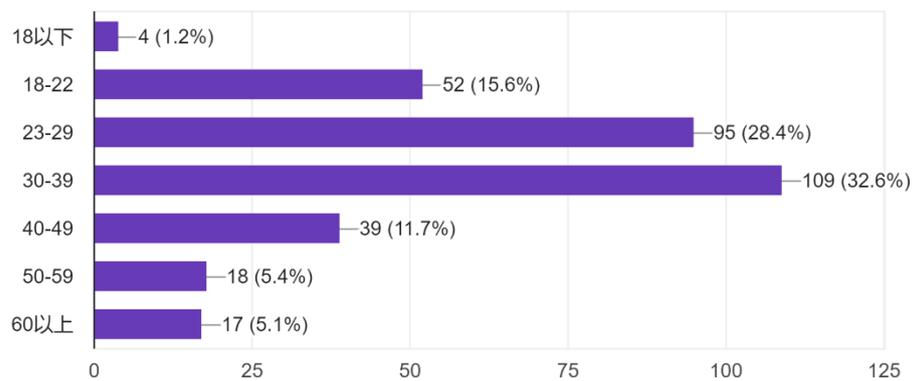
#### 一、 性別

性別  
334 則回應



#### 二、 年齡

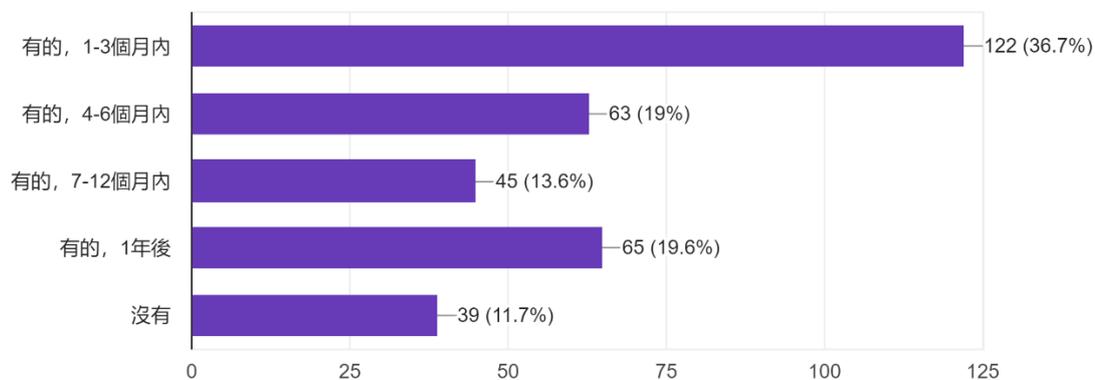
年齡  
334 則回應



### 三、 今年是否有出國計畫

今年是否有出國計畫?

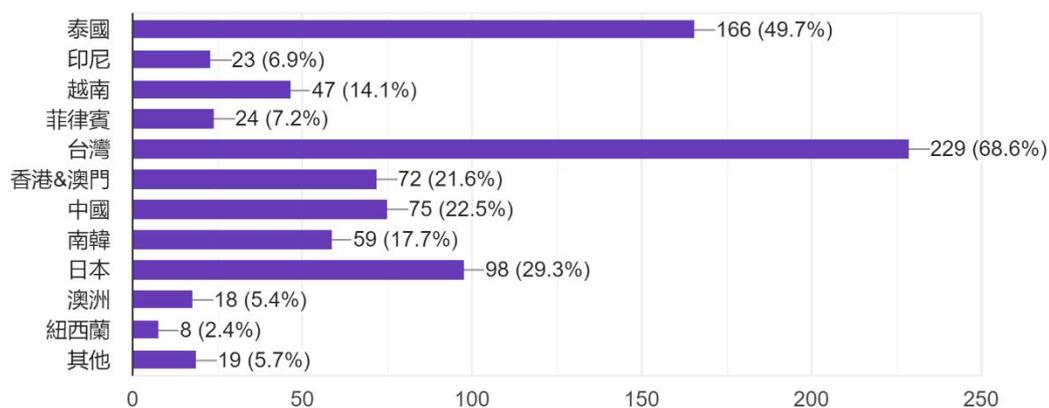
332 則回應



### 四、 短期的旅遊會選擇亞洲哪個國家?

短期的亞洲區旅遊會選哪?

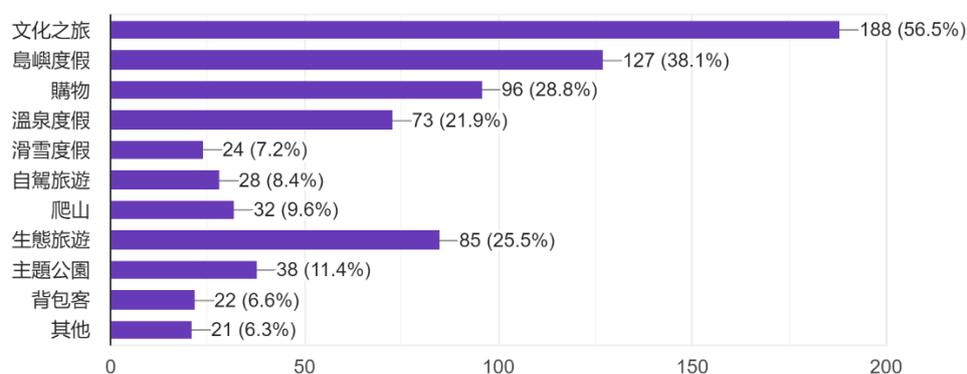
334 則回應



## 五、 呈上題，主要會選擇哪種旅遊方式？

承上題，主要會以哪種旅遊方式？

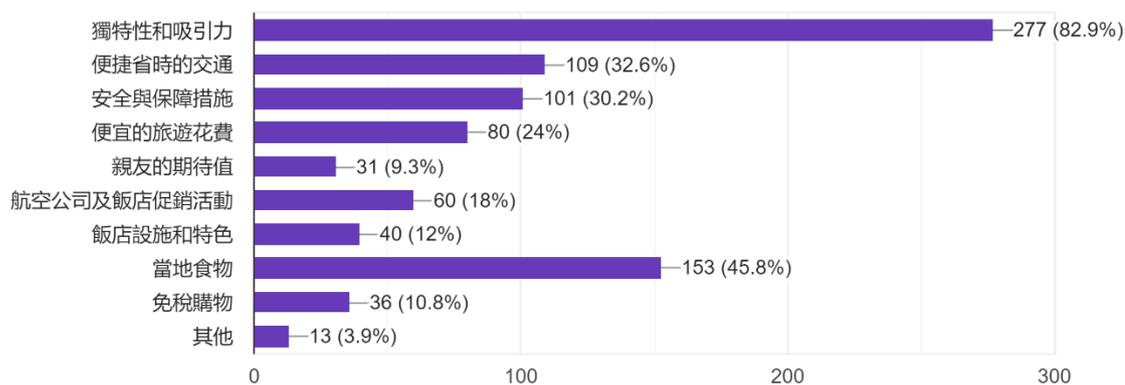
333 則回應



## 六、 下列哪項是影響你選擇海外旅遊的重要因素？

下列哪項是影響你選擇海外旅遊的重要因素？

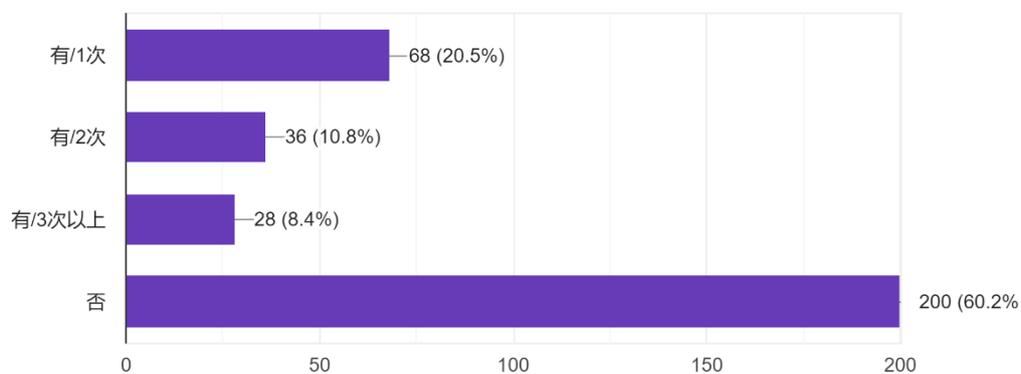
334 則回應



## 七、 自 2015 年至今，你是否曾到臺灣休閒旅遊？

自2015年至今，你是否曾到台灣休閒旅遊？

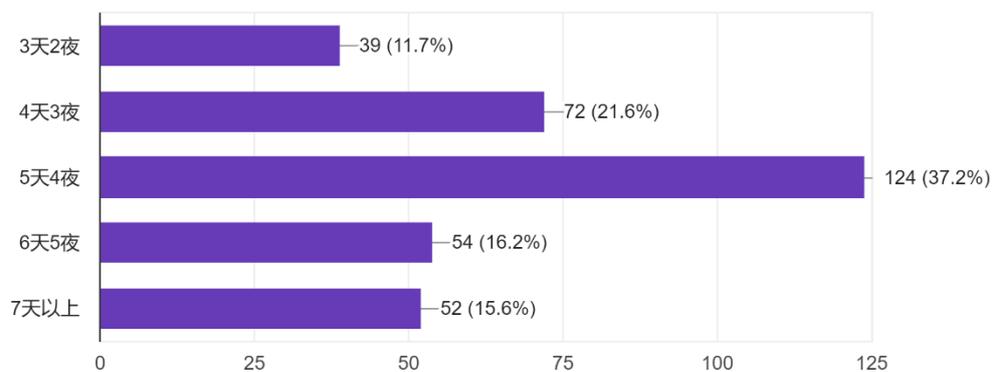
332 則回應



## 八、 到臺灣旅遊的話，預計會規劃多久的旅程？

到台灣旅遊的話，預計會規劃多久？

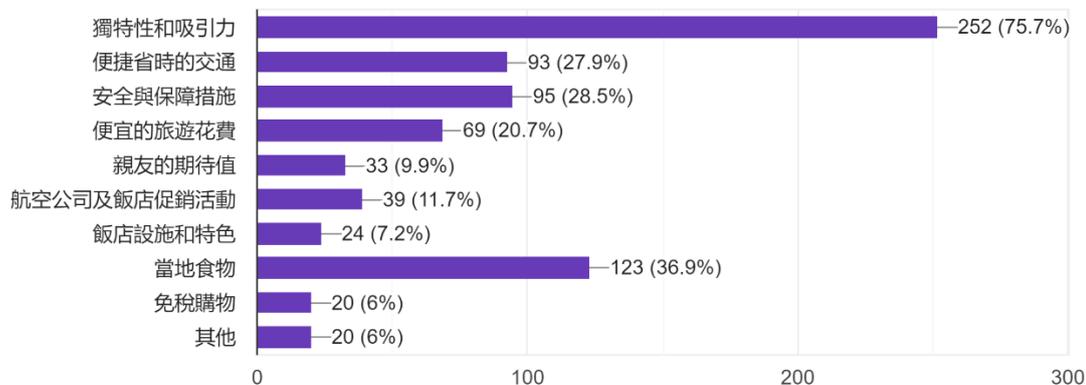
333 則回應



## 九、 選擇訪問臺灣的主要原因為？

選擇訪問台灣的主要原因為？

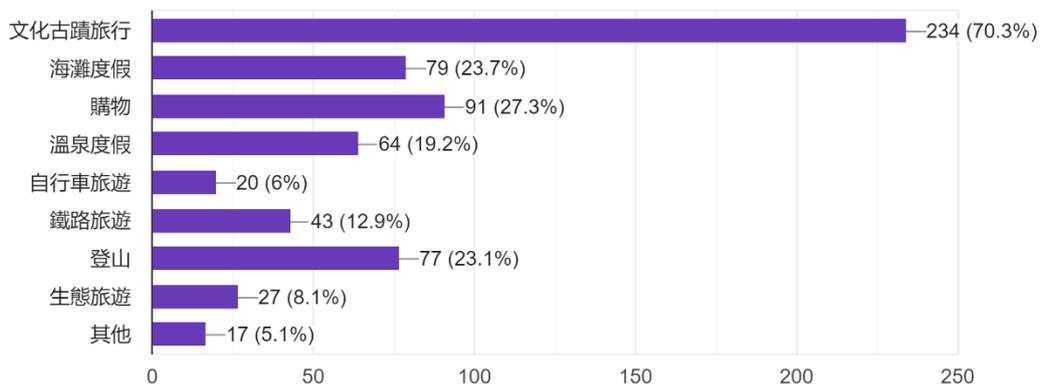
333 則回應



## 十、 承上題，當你去臺灣旅遊時，你會考慮以下哪種旅遊方式？

承上題，當你去台灣旅遊時，你會考慮以下哪種旅游方式？

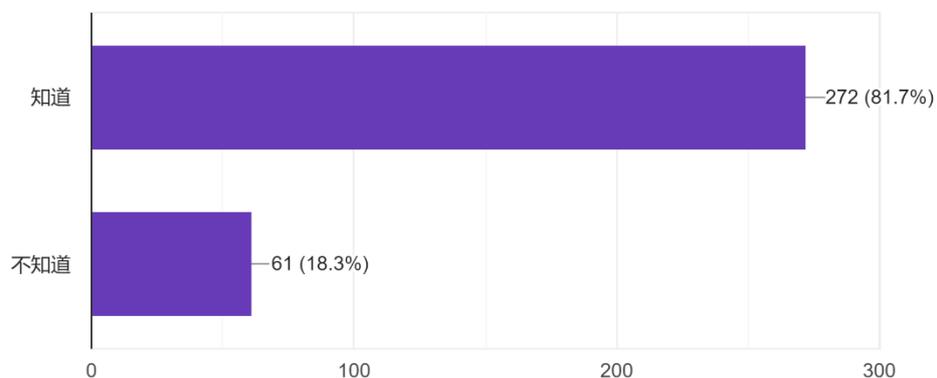
333 則回應



## 十一、你聽說過或是知道臺灣城市之一的「臺南」嗎？

你聽說過或是知道台灣城市之一的「台南」嗎？

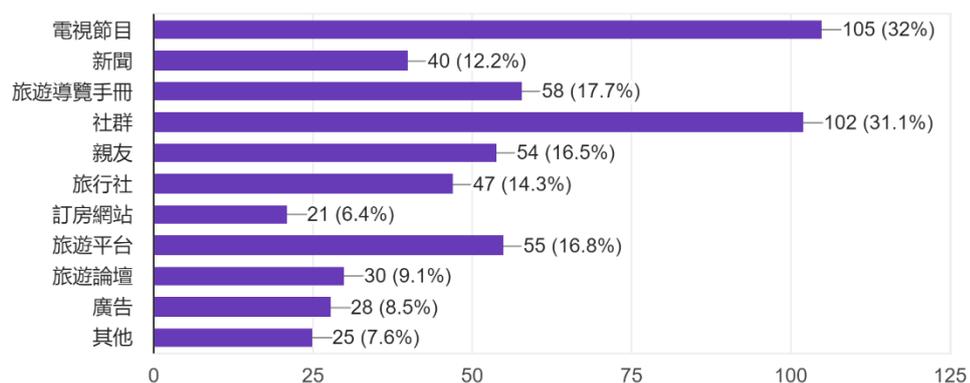
333 則回應



## 十二、你是從哪種方式得知「臺南」的？

你是從哪種方式得知「台南」的？

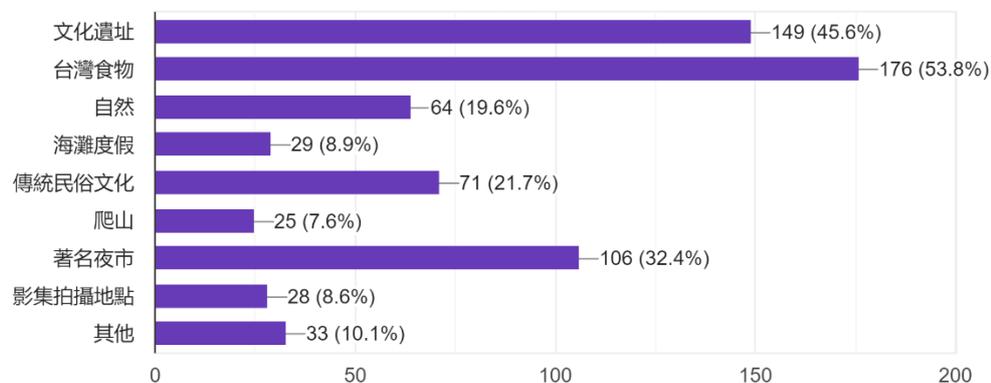
328 則回應



### 十三、 你對「臺南之行」有哪些印象?

你對「台南之行」有哪些印象?

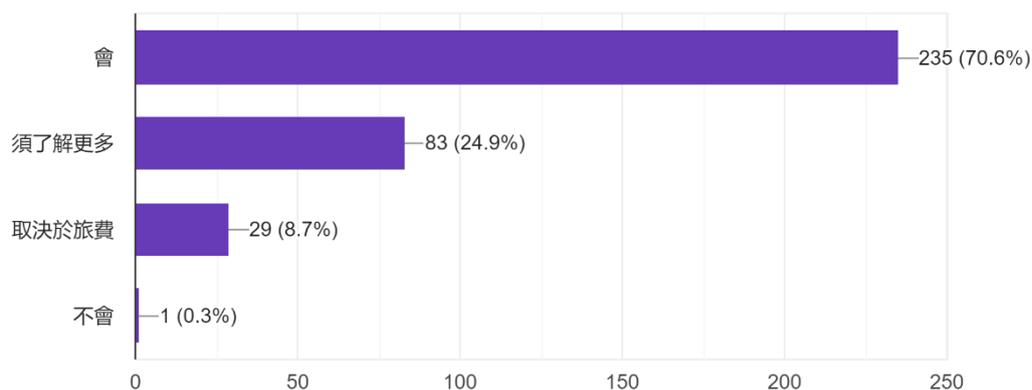
327 則回應



### 十四、 如果有機會到臺灣旅遊，你會考慮到臺南玩嗎?

如果有機會到台灣旅遊，你會考慮到台南玩嗎?

333 則回應



【備註】問券共計執行回收 334 份，其中有些問卷中有未填項目，因此每項回應數量會略有不同。

## (二)、新聞露出彙整

112/9/10

「越」來「越」好玩! 臺南前往參加越南國際旅展 越南民眾爭相拍照，臺南400 古都風華發酵旅遊熱潮

(9/11 彙整，網媒 5 則，紙本 1 則，共 6 則)

### 1. 自由時報

越南國際旅展 「臺南 400」意象營造跨時旅趣亮點掀熱潮

<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/4423888>

### 2. 中華日報

越南旅展 台南 400 穿旗袍宣傳

<https://www.cdns.com.tw/articles/869545>

### 3. yahoo 新聞--中華日報

越南旅展 台南 400 穿旗袍宣傳

<https://ppt.cc/fc4Ryx>

### 4. 今傳媒

「越」來「越」好玩! 臺南前往參加越南國際旅展

<https://focusnews.com.tw/2023/09/530087/>

### 5. pchome 新聞

「越」來「越」好玩! 臺南前往參加越南國際旅展

<https://ppt.cc/fRMMLx>

### 6. 中華日報 B3

