

# 金門縣議會第7屆第2次定期會



## 「108年旅遊推介會成效」 專案報告

金門縣政府觀光處

中華民國 108 年 11 月 27 日

# 目錄

壹、計畫緣由.....	3
貳、執行方式.....	5
參、辦理成效.....	8
肆、結語 .....	10
附件一：大陸推介會照片.....	11
附件二：台灣推介會照片.....	13

# 金門縣政府專案報告

## 壹、計畫緣由

### 一、大陸推介會

宣傳是為了品牌打造，惟有不斷宣傳，才能將旅遊品牌持續向下紮根，持續向外延伸。同時金門特有之區位優勢，又大陸幅員廣大，旅遊人口眾多，為吸引大陸地區旅客前來金門從事旅遊活動，以活絡地區觀光產業，補強大陸宣傳力道；又因大陸居民可循小三通模式「到廈門、泉州旅遊可延伸至金門旅遊」、「大陸地區人民赴金馬澎旅遊可申請臨時入境停留」等政策支持下，於 108 年規劃赴大陸地區 8 個城市（泉州、三明、貴陽、重慶、溫州、麗水、潮州、汕頭）辦理旅遊推介會活動，以提高金門地區觀光旅遊形象，促進觀光產業發展。

推廣主題為「來廈門·遊金門」，整體執行重點有五：

- (一) 「交流拜會」：拜會對接大陸重點城市之台灣事務辦公室、文化旅遊局、旅遊協會與業者，建立窗口與良善溝通管道，強化兩岸交流力度，以利後續政策推動、業務推展與計畫交流。
- (二) 「旅遊推廣」：整合金廈旅遊資源，宣傳兩岸重要政策，推廣「自由行」與「活動+旅遊」之模式，用體驗式感動行銷。
- (三) 「品牌形塑」：為建立金廈與金廈漳泉旅遊生活圈，與廈門市文化和旅遊局聯合，主打「來廈門，遊金門」旅遊路線與品牌，同時進一步聯合漳州、泉州與閩西南，打造「來閩西，遊金門」之旅遊品牌與線路，提高知名度與吸引力。
- (四) 「旅遊合作」：帶業者走出去，兩岸旅行商、特產、民宿、旅館合作、意見交流與學習，共謀旅遊意向，產業合作，提升地區旅遊服務品質與客源。
- (五) 「參訪學習」：參訪觀摩，學習旅遊特色、作法、管理機制，作為未來旅遊管理、營銷、建設之參酌。

## 二、台灣推介會

為協助推動金門觀光產業發展，讓台灣地區旅行業者更深入了解金門觀光，本府特舉辦「108年金門旅遊推介會」，第1場從金門出發，赴台再辦理5場推介會，邀請國內旅行業者參加，會中由本府介紹金門豐富的旅遊元素、及觀光產業未來發展及創新方向，鼓勵旅行業研發更多金門優質旅遊行程。藉由旅遊行銷，提高金門文化與地景風貌的知名度，推廣大型觀光活動，包括金門馬拉松、迎城隍、夏日音樂季、搶灘料羅灣、中秋博狀元餅、老兵召集令等活動，一年四季皆有老少咸宜的各項活動，鼓勵旅行業者可先行包裝遊程，將旅客帶往金門旅遊，促進地方特色產業邁向永續發展，同時刺激金門旅遊市場商機。

本次推介會目標有以下四點：

- (一) 透過金門旅遊，加強國內旅遊行程文化深度及豐富多元性。
- (二) 結合老兵召集、大膽遊程、軍事據點遊程等活動發展金門產業經濟。
- (三) 推廣親子樂遊行程，行銷金門各式老少咸宜、親子同樂的遊程。
- (四) 促進金門當地飯店、餐飲、地方農特產相關產業蓬勃發展。

## 貳、執行方式

### 一、大陸推介會

本年度大陸推介會邀請廈門市文化和旅遊局、廈門市台港澳事務辦公室、台旅會上海辦公室福州分辦、金門縣旅行商業同業公會、金門縣旅館公會、金門縣觀光特產協會、金門酒廠實業股份有限公司、金門酒廠（廈門）貿易有限公司、元翔（廈門）海岸有限公司等單位，及地區業者等共同前往大陸，辦理「來廈門·遊金門」旅遊推介會活動；本年度規劃場次如表 1，每一場次皆由各地旅遊部門及台辦協助邀請 100 多名旅行商與媒體與會，期望帶動更多陸客到廈門與泉州旅遊後，延伸至金門旅遊，以促進金門地區觀光產業發展。

為加強推廣大陸居民「經廈門·遊金門」旅遊線路，推介會以「印象金門、初見金門、知遇金門」三大篇章，多元化打造「樂遊金門」實景體驗現場，會中由金門、廈門分別推介旅遊資源、旅遊特性；金門酒廠、金門縣觀光特產協會結合活動與展示，行銷推廣金門特產，此外金門縣旅行商業同業公會針對來金旅遊與辦證問題，與當地旅行商進行交流對談，使其更瞭解來金門的便利性，且與當地旅行業者達成旅遊合作共識與協議，內容如下：

- (一) 「快閃市集」：讓嘉賓認識金門觀光產業—金門高粱酒、觀光特產、旅宿業、免稅業、旅行業等。
- (二) 「美食自助區」：邀請大家領略世界第一白酒—金門高粱酒的「香、純、甘、冽」、獨特飲酒訣與魚尾文化，品嚐美味貢糖、牛肉乾等特產，帶領嘉賓遇見「舌尖上的金門」。
- (三) 「創意拍照互動區」：傳授有趣的金門話，鼓勵大家留影，並將特別的金門散發到微信朋友圈，集讚衝人氣。
- (四) 「幸福郵筒」：邀請推介當地的朋友填寫明信片，並於會後將明信片從金門漂洋過海寄到每一位與會人員手上，也將金門最美的風景送給推介當地的朋友。
- (五) 「民俗交流」：金門民俗表演與當地民俗表演，進行一場文化的激盪與交流。

- (六) 「沙畫金門」：由藝術家將金門主題旅遊景點化身為「沙畫」呈現，點綴出「秘境金門」多彩風貌，生動活潑。
- (七) 「網紅行銷」：透過大陸網紅達人，以直播方式，大大提高曝光率與人氣。

表 1：108 年大陸地區旅遊推介會統計一覽表

推介日期	推介城市	出席人數			媒體露出篇幅	網紅直播觀看人數
		官方	旅行商	媒體		
07 月 28 日	泉州	5	120	14	27	104 萬
07 月 31 日	三明	8	90	13	28	103 萬
08 月 26 日	貴陽	5	128	12	27	169 萬
08 月 31 日	重慶	5	126	17	30	118 萬
10 月 29 日	溫州	5	131	12	26	219 萬
11 月 01 日	麗水	4	108	12	29	106 萬
12 月 10 日	潮州	待辦	待辦	待辦	待辦	待辦
12 月 13 日	汕頭	待辦	待辦	待辦	待辦	待辦
合計	8	32	703	80	167	819 萬

## 二、台灣推介會

本府於 10 月 31 日在金門舉辦首場推介會，接續於 11 月 5 日台中、11 月 6 日桃園、11 月 8 日台北、11 月 12 日台南、11 月 13 日高雄等六縣市舉辦共 6 場推介會，邀請全台各地旅行社業者參加，並攜手金門縣旅行商業同業公會、及航空、旅宿、旅行、特產業者前往推介，共同行銷推廣金門觀光，各縣市參加家數及人數如下統計表 2。

表 2：108 年台灣各縣市旅遊推介會統計一覽表

推介日期	推介縣市	出席旅行業者		金門業者 共同推介
		家數	人數	
10 月 31 日	金門縣	35	45	
11 月 5 日	台中市	74	88	
11 月 6 日	桃園市	35	41	
11 月 8 日	台北市	120	136	
11 月 12 日	台南市	69	78	
11 月 13 日	高雄市	88	100	
合計	6 場次	421	488	

推介會中透過簡報、有獎徵答、Q&A 等與業者互動：

- (一) 有獎徵答：在本處的觀光簡報進行中，隨機進行有獎徵答活動，除了帶動現場氣氛外，也吸引業者更投入於簡報內容中，除了讓業者能更深入瞭解金門的觀光內容外，透過有獎徵答強化金門的觀光意象。
- (二) 風獅爺公仔：於每場次推介會簽到處設置大型風獅爺充氣公仔，會前也成為鎂光燈焦點，參與業者皆驚呼可愛，紛紛與風獅爺公仔合照打卡，照片中人人皆為金門觀光形象大使。
- (三) 業者簡報與 Q&A：簡報後與業者更進一步互動，開放業者問答時間，針對金門熱門的景點、活動、各種獎補助辦法，及業者帶來的交通、住宿、特產等問題，都提供更深入的解答，尤其詢問熱度最高的大膽島，本處也針對開放時間、預約方式，登島費用及退費方式等做詳盡的說明。

## 參、辦理成效

### 一、大陸推介會

本年度推介會截至 108 年 11 月 20 日止，已辦理 6 場，出席總人數 815 人，媒體露出 167 篇幅，網紅直播觀看人數約 819 萬人，推廣效益良好，後續亦有業者組織旅客來金採線與旅遊，並持續百人團計畫與進展中。據小三通人數統計資料顯示，小三通陸客人數逐年增加，如表 3、表 4 所示，108 年 1~10 月小三通入出境總人次 1,701,672 人次，較去年同期 1,570,489 人次，成長 8.35%，其中陸客計 718,241 人次，較去年同期 646,700 人次，成長 11.06%；而其中落地簽 57,916 人次，較去年同期 47,443 人次，成長 22.07%，雖 8、9 月短期受大陸暫停大三通自由行政策之影響，但整體成長幅度明顯。

同時今年以來，小三通陸客最大變化，莫過於自由行之成長，目前小三通中，台灣旅客約佔 56%、大陸旅客約佔 42%、外籍旅客約佔 2%，陸客已為小三通旅客組成之主要客群，而且陸客之中，自由行約佔 70%、團體約佔 30%，往年是以團體約佔 70%、自由行約佔 30%，如今，旅遊型態逐漸轉型，自由行成長幅度明顯，亦已發揮區位整合、旅遊合作之整體綜效。現在，每逢假日，從陸客穿梭大街小巷之景象，可見一斑。

而旅遊型態之轉型，旅客更能自由深入金門大街小巷，使各行各業雨露均霑，亦帶動金門各項觀光產業發展，也創造很多新興產業，從各大超市與賣場林立，亦可見一斑。

表 3：105~108 年小三通人數統計表

年度	台灣地區人民		大陸港澳地區人民 (含觀光團及自由行)		落地簽		外籍旅客		合計
	入境	出境	入境	出境	入境	出境	入境	出境	
105 年	509,232	501,067	313,676	321,689	29,938	29,902	18,479	17,990	1,741,973
106 年	508,151	505,126	307,241	308,506	43,262	43,114	19,523	19,428	1,754,351
107 年	534,204	537,011	342,526	337,576	57,385	57,162	21,228	20,900	1,907,992
108 年 10 月	475,493	475,019	301,597	301,390	57,916	57,338	16,571	16,348	1,701,672 (+8.35%)



表 4：105~108 年小三通陸客人數統計表

年度	大陸港澳地區人民 (含觀光團及自由行)		大陸地區人民 小三通落地簽		合計
	入境	出境	入境	出境	
105 年	313,676	321,689	29,938	29,902	695,205
106 年	307,241	308,506	43,262	43,114	702,123
107 年	342,526	337,576	57,385	57,162	794,649
108 年 10 月	301,597	301,390	57,916 (+22.07%)	57,338	718,241 (+11.06%)

透過旅遊推介之辦理，帶領金門觀光產業走出去，與各地同業交流互動，除認識了解當地文化，更增進地區旅遊產業的交流發展，且經由金門縣旅行社商業同業公會與各地旅行社簽訂「合作輸送客源」協議，今年溫州指南針國際旅遊有限公司將召集「千人遊金門」系列團組，將於 12 月先行組織旅客蒞金門旅遊，後續亦有百人團之會議旅遊陸續洽談中。

而在旅遊品牌打造方面，與廈門合作，推動以「來廈門，遊金門」，作為品牌主打，整合旅遊資源，共同宣傳與行銷，已成功打出名號；加上結合廈門、漳州、泉州、龍岩、三明，推動以「來閩南，遊金門」之品牌，亦已逐漸展開，未來希望帶動更多旅遊商品，持續打造品牌旅遊項目。

## 二、 台灣推介會

本處 108 年於金門、台灣共辦理 6 場旅遊推介會，每場人數皆超乎預期，場場爆滿，原先預估參與人數約 300 人，經統計 6 場參與人數達 421 家、488 人。

根據金門航空站統計往返台灣、金門旅客人數，107 年全年為 873,940 人，每月平均 72,828 人，108 年 1-10 月為 817,120 人，每月平均 81,712 人，推估 108 年全年可達 980,5440 人，旅客人數增幅達 12.20%。

表 5：107、108 年金門航空站到站旅客人數統計表

年份	航站到站人數 (不含金門籍旅客)	每月平均人數
107 年	873,940	72,828
108 年 (1-10 月)	817,120	81,712
較前一年度增減	+12.20%	

由業者參加熱絡的程度顯示本次旅遊推介會在會前的充分宣傳，及近年來縣府大力推廣觀光有密不可分的關聯。推介會上也有很多業者回饋肯定，包括高雄旅行公會理事長吳盈良盛讚「金門今年冬天觀光沒有淡」、航空業者說「金門觀光年輕化」，旅行業者表示「縣府很用心，能把業者一起帶來交流是非常好的事」，也很感謝金門縣旅行商業同業公會林永標理事長、觀光特產協會李翌漳理事長及台灣觀巴李清泉理事長也陪同全省跑透透；推介會由本府偕同業者一起赴台，充分展現官方與民間攜手合作拚觀光的決心，如此才能將金門觀光更完整地行銷出去，台灣業者對此非常讚賞與肯定。

## 肆、結語

推介會為一種宣傳形式，旅遊推介之效益，屬厚積薄發，短期效益雖不一定顯著，但透過旅遊推介之辦理，與各地旅遊部門及台辦系統建立窗口，互相交流，旅遊層面締結友善關係，亦利於未來相關政策之爭取、推動與交流互往，而同時讓觀光產業走出去，亦為推動目標之一，如此，才能讓旅遊持續活絡，產業持續蓬勃發展，未來，將不斷透過旅遊推廣、交流拜會，持續爭取小三通相關政策，並擴大週邊旅遊資源之整合，蓄積能量，持續突破人流。

# 附件一：大陸推介會照片

## 推介現場



沙畫介紹金門

介紹金門簡報



## 互動體驗







地區業者與各地旅行商互動交流





媒體專訪



附件二：台灣推介會照片

推介會各場次大合照

10/31 金門場



11/05 台中場



11/06 桃園場



11/08 台北場





11/12 台南場



11/13 高雄場



金門業者與台灣旅行業者互動交流



金門業者親自上台推介





台灣業者回響熱烈

