



NATIONAL KAOHSIUNG UNIVERSITY  
OF HOSPITALITY AND TOURISM  
國立高雄餐旅大學

# 105年4月總統府月會專題報告

---

全球觀光趨勢發展對觀光遊樂業的啟示：

## 異業結盟的觀點

報告人：國立高雄餐旅大學  
容繼業教授

105年4月6日



# 大 綱

- 一、前言
- 二、全球區域觀光發展趨勢
- 三、旅遊業與遊輪及會展產業異業結盟之機會
- 四、遊樂業與遊輪及會展產業翻轉創新之挑戰
- 五、結語

# 一、前言





# Sense of Urgency

--John P. Kotter



掌握外部環境之改變，引進善性資訊，  
建立內部共識，剷除唱衰的聲音，落實再  
生工程，迎向永續之挑戰。

## 二、全球區域觀光發展趨勢





# Revival of the Fittest

--Donald Sull



# (一)亞太地區引領地位



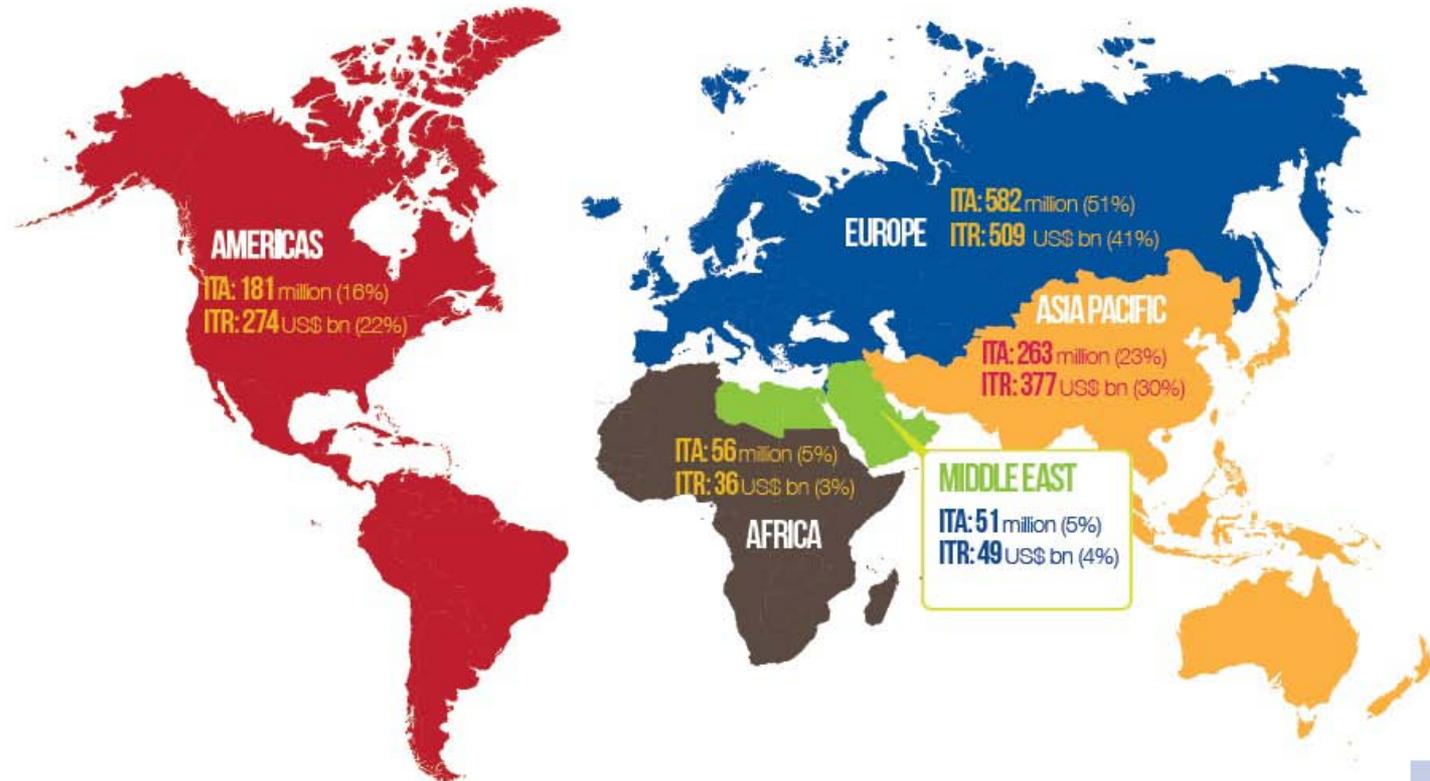
# 亞太地區觀光發展已躍昇為全球第二



## INTERNATIONAL TOURISM 2014

International tourist arrivals (ITA): 1133 million

International tourism receipts (ITR): US\$ 1245 billion



# 亞太地區觀光訪客人數全球第二



## INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 2014

Change (%)

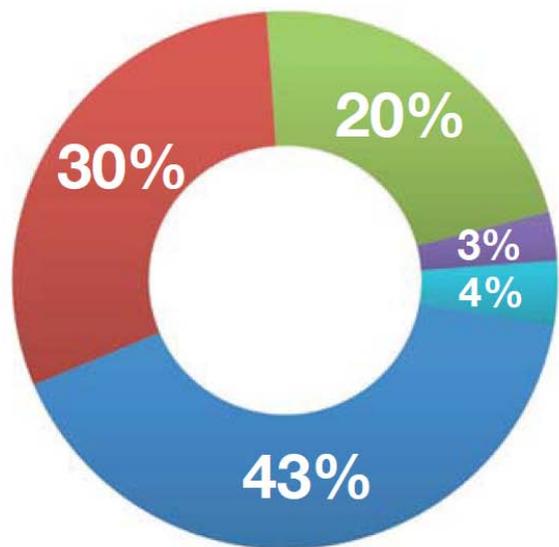


© World Tourism Organization (UNWTO) 2015

# 亞太地區觀光客人數與觀光收入全球第二

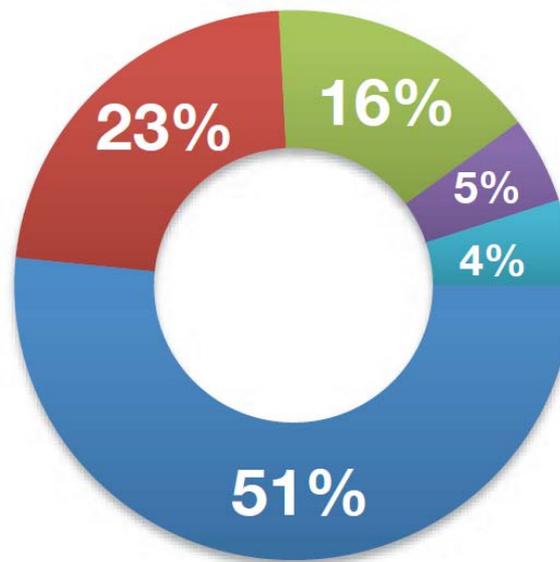


## International Tourism Receipts, 2014



- Europe - 509 US\$ billion
- Asia & the Pacific - 377 US\$ billion
- Americas - 274 US\$ billion
- Middle East - 49 US\$ billion
- Africa - 36 US\$ billion

## International Tourist Arrivals, 2014

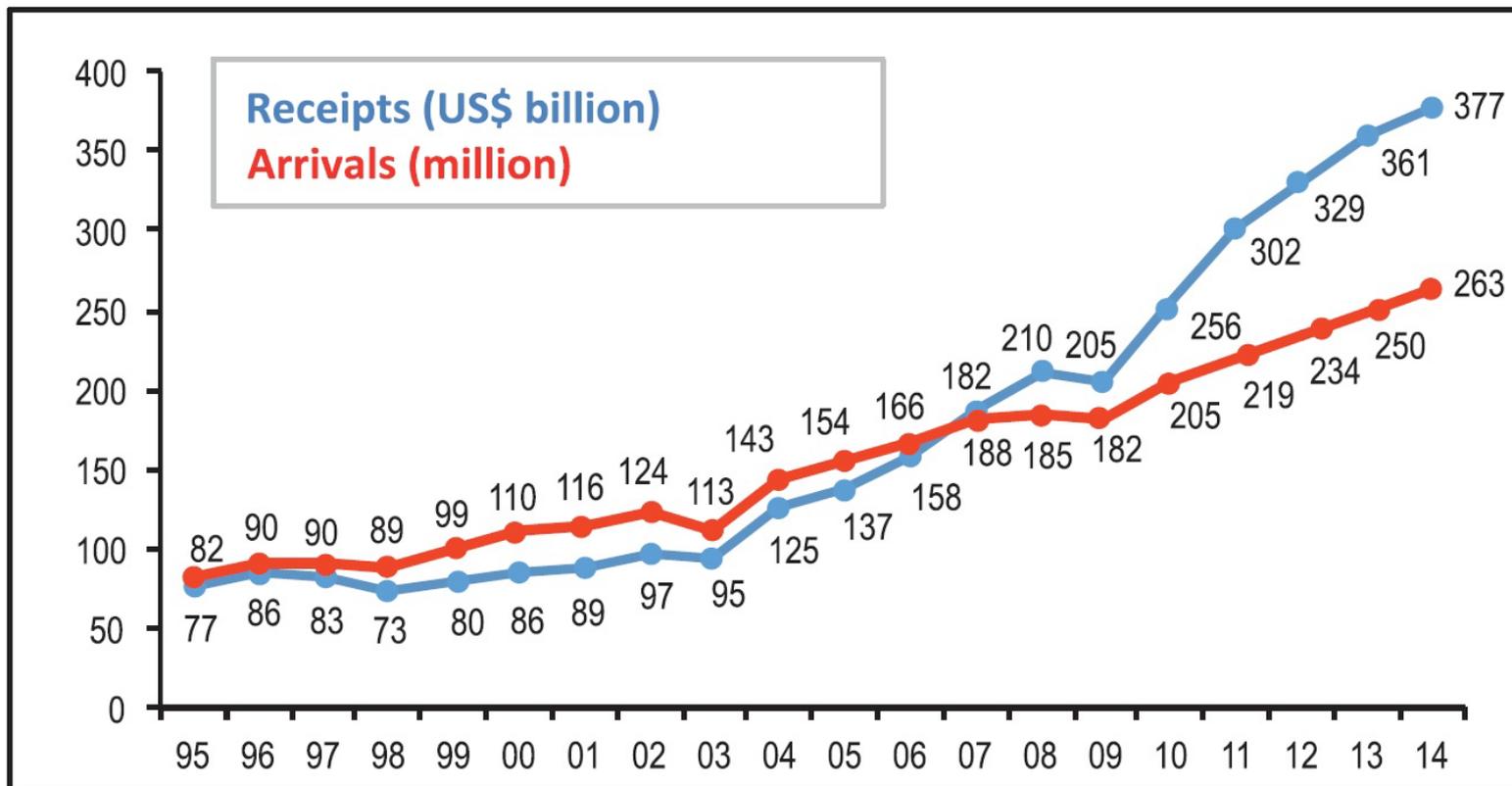


- Europe - 584 million
- Asia & the Pacific - 263 million
- Americas - 182 million
- Africa - 56 million
- Middle East - 50 million

# 亞太地區觀光客人數與觀光收入趨勢圖



## Asia and the Pacific: Inbound Tourism International Tourist Arrivals & Tourism Receipts



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

# 中國大陸觀光客消費金額全球第一



## WORLD'S TOP TOURISM SPENDERS

### INTERNATIONAL TOURISM EXPENDITURE 2014



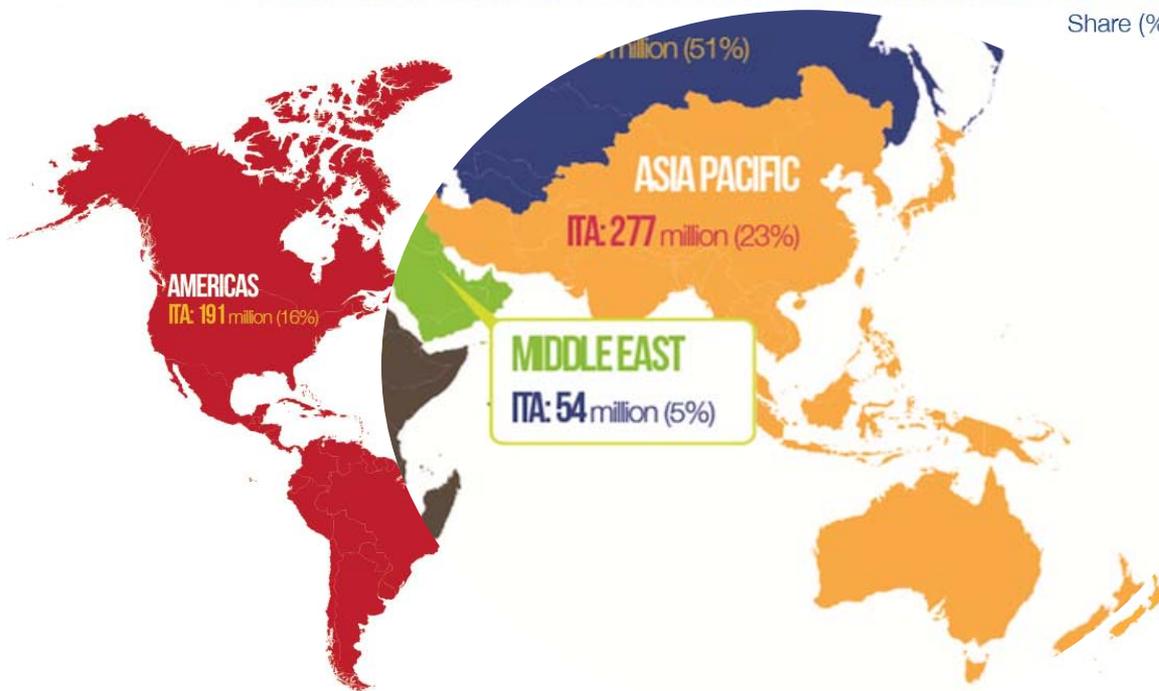
©World Tourism Organization (UNWTO) 2015

# 亞太地區觀光訪客數佔 277 百萬人次



## INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 2015

Share (%)



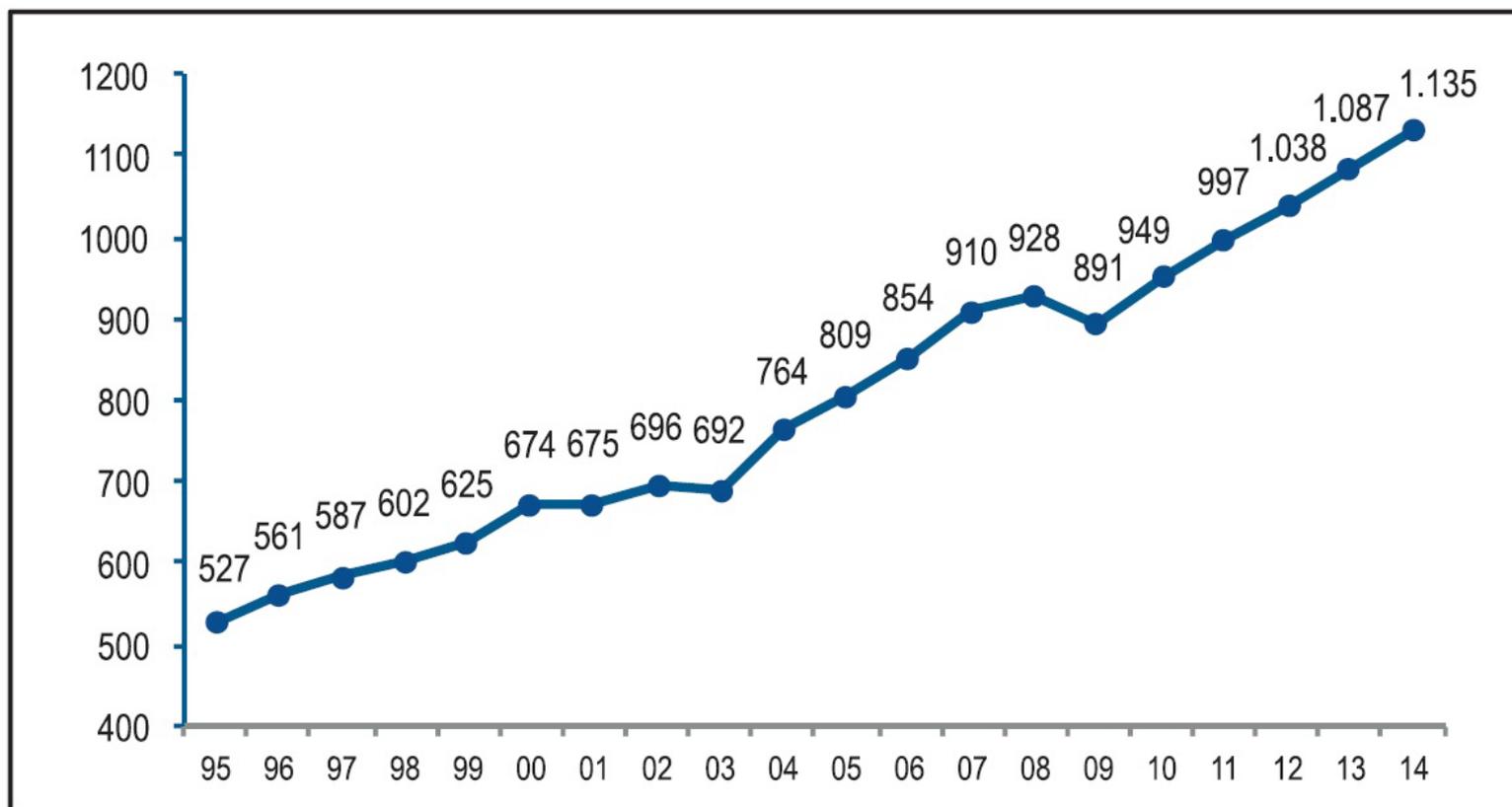
**WORLD: 1,184 MILLION**

# 全球觀光訪客人次成長圖



## World: Inbound Tourism International Tourist Arrivals

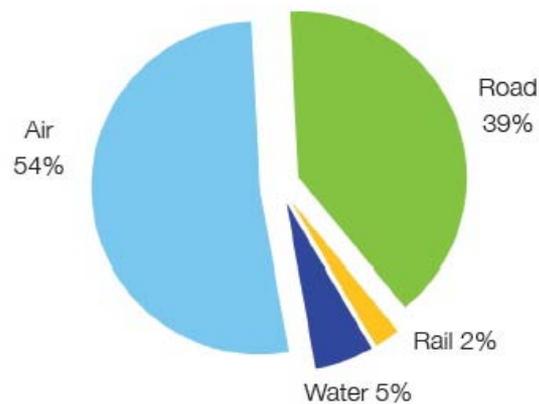
(million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

## 2014全球旅遊運輸工具

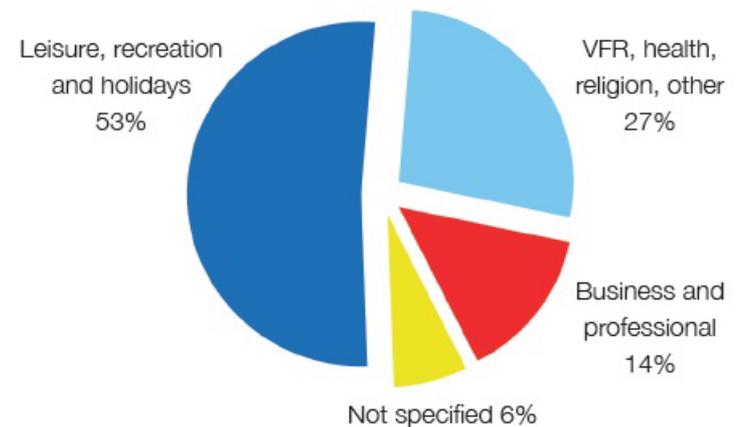
Inbound tourism by mode of transport, 2014\* (share)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

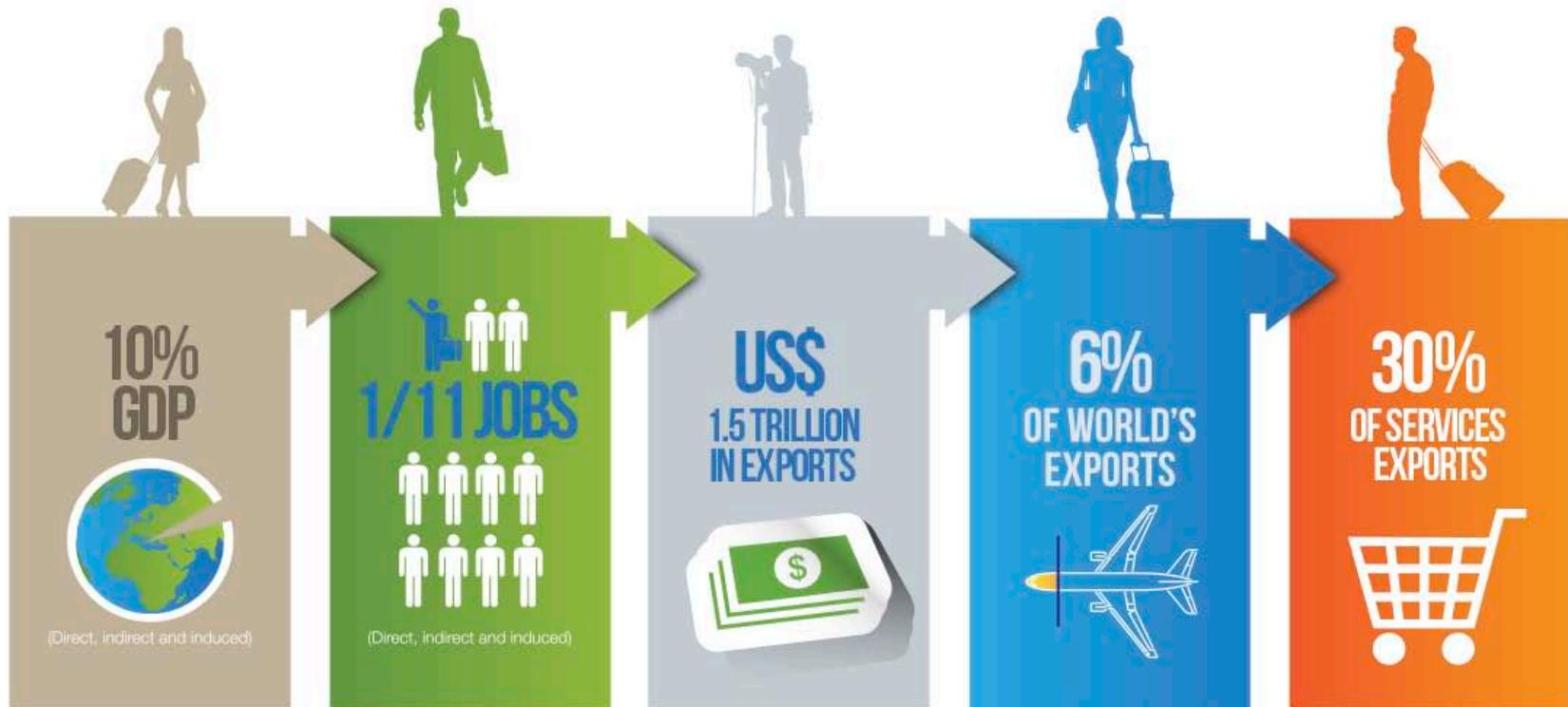
## 2014全球旅客到訪目的

Inbound tourism by purpose of visit, 2014\* (share)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

# 全球觀光發展效益



## WHY TOURISM MATTERS

©World Tourism Organization (UNWTO) 2016

# 全球國際旅客成長率



	International Tourist Arrivals (million)							Market share (%)	Change (%)			Average annual growth (%) '05-'14*
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	2014*		2014*	12/11	13/12	
<b>World</b>	<b>435</b>	<b>527</b>	<b>674</b>	<b>809</b>	<b>949</b>	<b>1,087</b>	<b>1,133</b>	<b>100</b>	<b>4.2</b>	<b>4.6</b>	<b>4.3</b>	<b>3.8</b>
<b>Advanced economies<sup>1</sup></b>	<b>296</b>	<b>336</b>	<b>420</b>	<b>466</b>	<b>513</b>	<b>586</b>	<b>619</b>	<b>54.7</b>	<b>4.0</b>	<b>4.7</b>	<b>5.8</b>	<b>3.2</b>
<b>Emerging economies<sup>1</sup></b>	<b>139</b>	<b>191</b>	<b>253</b>	<b>343</b>	<b>435</b>	<b>501</b>	<b>513</b>	<b>45.3</b>	<b>4.4</b>	<b>4.5</b>	<b>2.4</b>	<b>4.6</b>
<b>By UNWTO regions:</b>												
<b>Europe</b>	<b>261.5</b>	<b>304.7</b>	<b>386.4</b>	<b>453.0</b>	<b>488.9</b>	<b>566.4</b>	<b>581.8</b>	<b>51.4</b>	<b>3.9</b>	<b>4.9</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>
Northern Europe	28.7	36.4	44.8	59.9	62.8	67.4	71.3	6.3	1.5	2.9	5.9	2.0
Western Europe	108.6	112.2	139.7	141.7	154.4	170.8	174.5	15.4	3.6	2.8	2.2	2.3
Central/Eastern Europe	33.9	58.1	69.3	95.1	98.4	127.3	121.1	10.7	9.1	7.7	-4.9	2.7
Southern/Medit. Europe	90.3	98.0	132.6	156.4	173.3	201.0	214.9	19.0	1.9	5.6	6.9	3.6
- of which EU-28	230.1	268.0	330.5	367.9	384.3	433.8	455.1	40.2	3.0	4.0	4.9	2.4
<b>Asia and the Pacific</b>	<b>55.8</b>	<b>82.1</b>	<b>110.3</b>	<b>154.0</b>	<b>205.4</b>	<b>249.8</b>	<b>263.3</b>	<b>23.2</b>	<b>6.9</b>	<b>6.8</b>	<b>5.4</b>	<b>6.1</b>
North-East Asia	26.4	41.3	58.3	85.9	111.5	127.0	136.3	12.0	6.0	3.4	7.3	5.3
South-East Asia	21.2	28.5	36.3	49.0	70.5	94.3	96.7	8.5	8.7	11.3	2.6	7.9
Oceania	5.2	8.1	9.6	10.9	11.4	12.5	13.2	1.2	4.2	4.6	5.7	2.1
South Asia	3.1	4.2	6.1	8.1	12.0	16.0	17.1	1.5	5.9	11.4	6.8	8.6
<b>Americas</b>	<b>92.8</b>	<b>109.1</b>	<b>128.2</b>	<b>133.3</b>	<b>150.1</b>	<b>167.5</b>	<b>181.0</b>	<b>16.0</b>	<b>4.5</b>	<b>3.1</b>	<b>8.0</b>	<b>3.5</b>
North America	71.8	80.7	91.5	89.9	99.5	110.2	120.4	10.6	4.1	3.6	9.2	3.3
Caribbean	11.4	14.0	17.1	18.8	19.5	21.1	22.4	2.0	3.1	2.8	6.2	2.0
Central America	1.9	2.6	4.3	6.3	7.9	9.1	9.6	0.8	7.3	2.6	5.6	4.8
South America	7.7	11.7	15.3	18.3	23.1	27.1	28.6	2.5	6.3	1.5	5.4	5.1
<b>Africa</b>	<b>14.7</b>	<b>18.7</b>	<b>26.2</b>	<b>34.8</b>	<b>49.5</b>	<b>54.4</b>	<b>55.7</b>	<b>4.9</b>	<b>4.8</b>	<b>4.7</b>	<b>2.4</b>	<b>5.4</b>
North Africa	8.4	7.3	10.2	13.9	18.8	19.6	19.8	1.7	8.7	6.0	0.9	4.0
Subsaharan Africa	6.3	11.5	16.0	20.9	30.8	34.7	35.9	3.2	2.8	4.1	3.3	6.2
<b>Middle East</b>	<b>9.6</b>	<b>12.7</b>	<b>22.4</b>	<b>33.7</b>	<b>54.7</b>	<b>48.4</b>	<b>51.0</b>	<b>4.5</b>	<b>-5.3</b>	<b>-3.1</b>	<b>5.4</b>	<b>4.7</b>

資料來源：World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2015

# 亞太地區主要國家(地區) 國際觀光收入成長率



Destinations	Series <sup>1</sup>	International Tourism Receipts				Share (%)
		(US\$ million)				
		2010	2012	2013	2014*	2014*
<b>Asia and the Pacific</b>		<b>255,808</b>	<b>329,293</b>	<b>360,725</b>	<b>376,815</b>	
Taiwan	VF	8,721	11,770	12,323	14,618	3.9
Singapore	TF	14,178	18,939	19,301	19,203	5.1
Thailand	TF	20,104	33,855	41,780	38,437	10.2
China	TF	45,814	50,028	51,664	56,913	15.1
Hong Kong (China)	TF	22,200	33,074	38,934	38,376	10.2
Japan	VF	13,199	14,576	15,131	18,853	5.0
Korea (ROK)	VF	10,328	13,429	14,629	18,147	4.8
Australia	VF	28,598	31,898	31,254	32,022	8.5
New Zealand	TF	6,522	7,128	7,472	8,464	2.2
India	TF	14,490	17,971	18,397	19,700	5.2

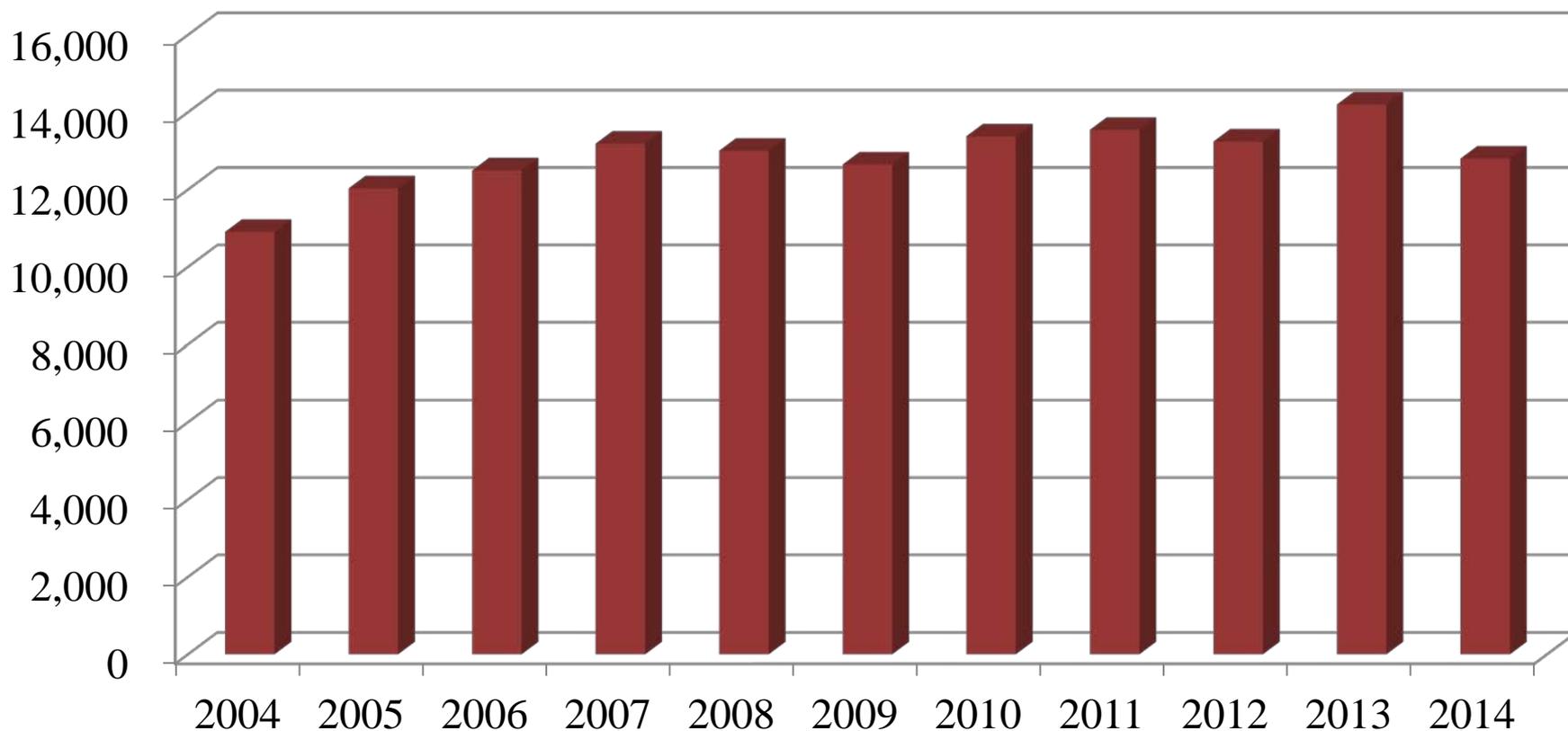
資料來源：World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2015

## (二)大陸地區觀光崛起



## 大陸入境觀光旅遊人數統計圖

入境旅遊人次(萬人次)





# 2011-2014年大陸入出境旅遊發展

2011-2013年，中國入境旅遊接待總量將年均**增長3.28%**，預計2013年中國**入境**旅遊接待總量將達到**1.52億人次**。

2009-2013年，中國遊客前往**墨西哥**的人次平均增長率將為**28.12%**，前往**美國**的增長率為**21.14%**，前往**加拿大**的增長率將為**9.05%**

2011-2013年，**中國前往排名前五名**的旅遊目的地(香港、澳門、韓國、馬來西亞、日本)出境遊人數將穩步增長。

2011-2013年，中國前往**亞洲、美洲、太平洋地區**的出境遊年增長將分別為：**16.5%、15.5%、10.2%**

2014中國出境旅遊市場首次破億，同比增長**19.49%**；出境旅遊超百萬人次目的地國家**韓國、泰國、日本、美國、越南、新加坡**。**韓國、日本增幅最大(超過40%)**



## 大陸出境旅遊市場規模

市場規模繼續擴大

出境旅遊花費

2014年  
出境旅遊人次  
109,000,000

2014年  
出境旅遊花費  
1,648億美元



# 大陸出境旅遊消費現況

## 消費型態

現階段主要前往旅遊目的地 **85%在亞洲國家**



消費支出前三項

**購物 71%**

娛樂 12.9%

參觀遊覽 10.01%



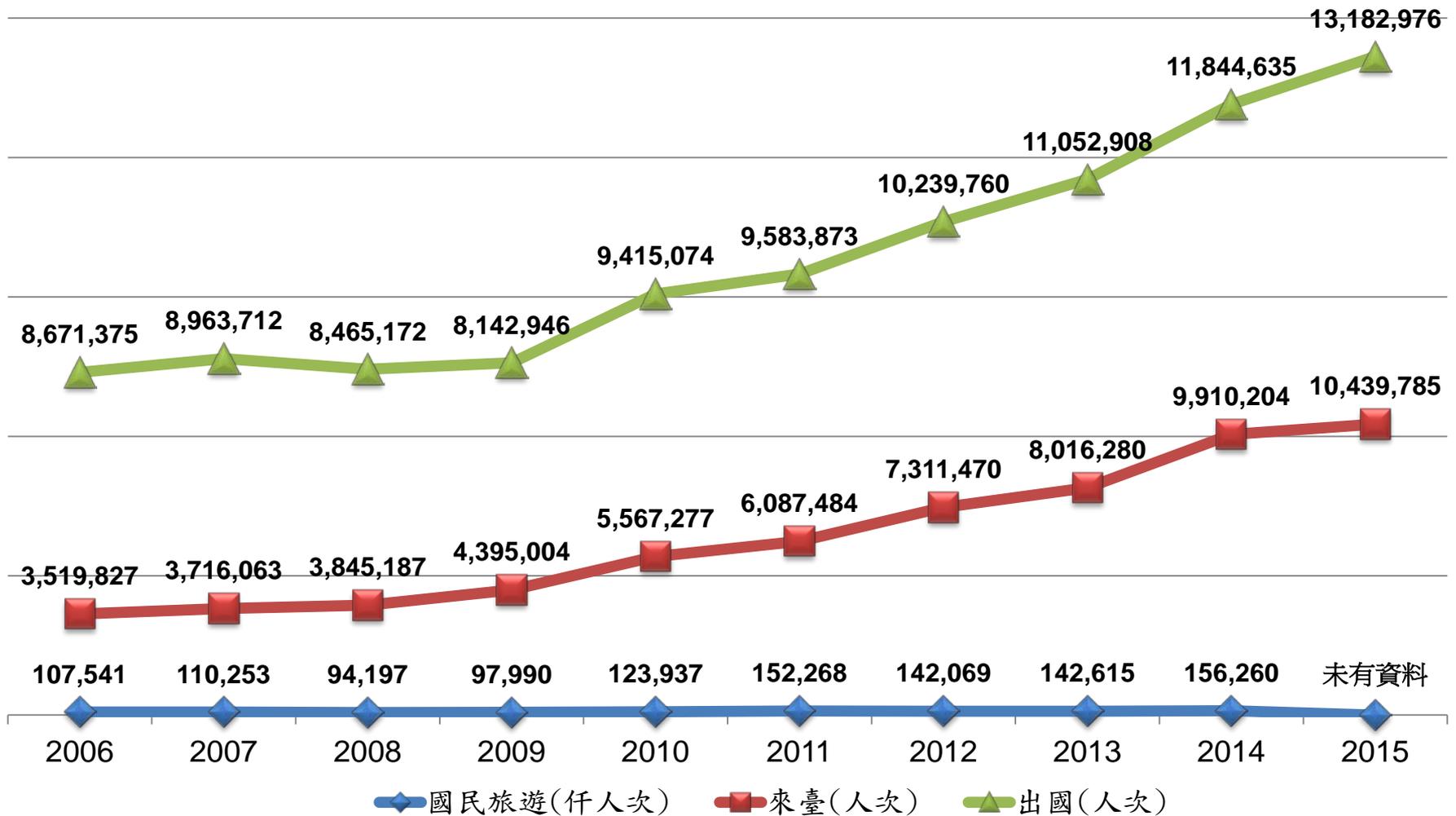
顯示出目前**購物消費**  
為推動大陸旅客出國主要動力

## (三) 台灣地區觀光遊樂業





# 臺灣地區入出境觀光旅遊人數統計圖



資料來源：交通部觀光局 <http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>

# 觀光遊樂業現況： 24家

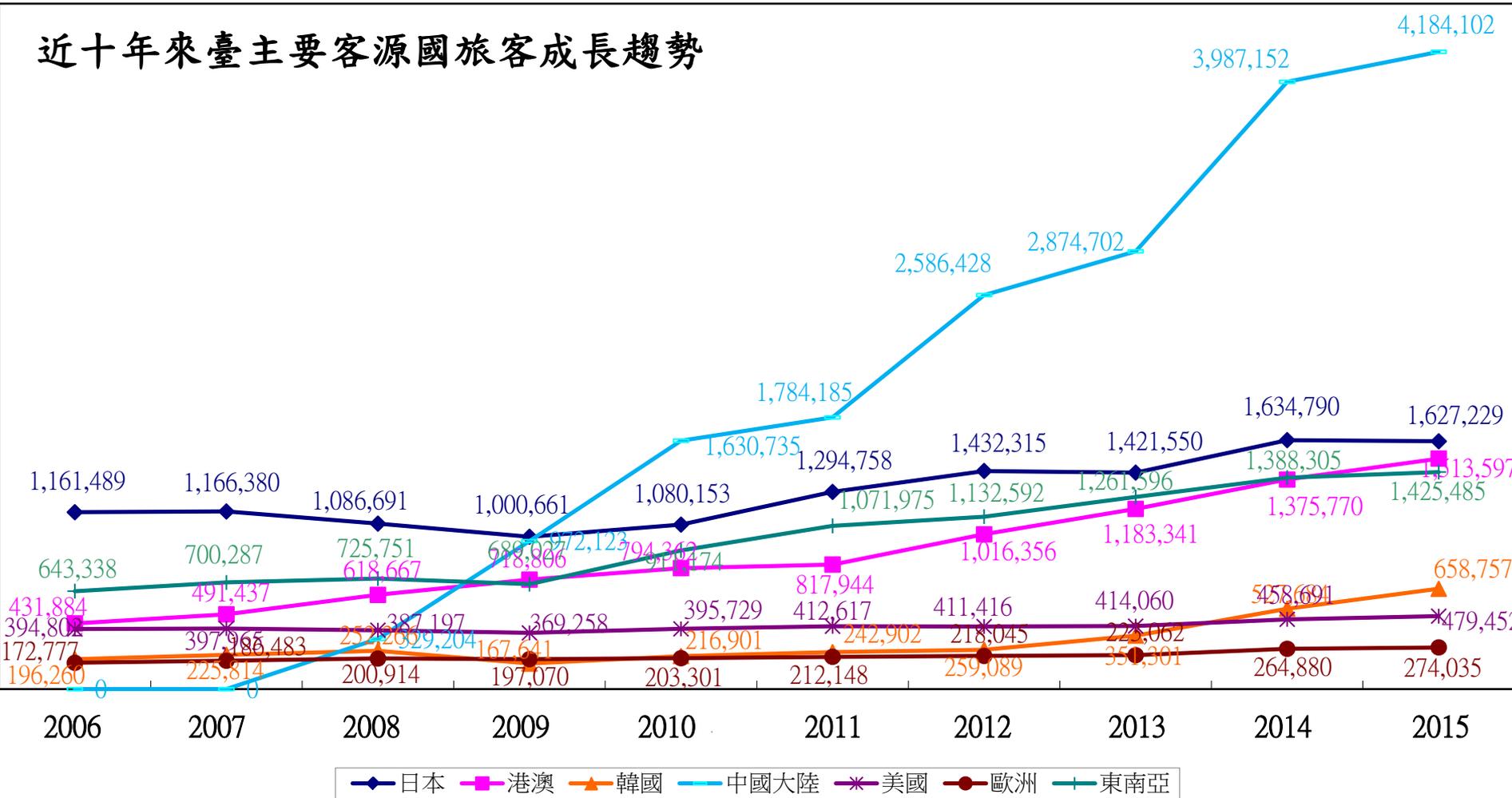


# 近十年來臺主要客源國旅客成長趨勢



單位：人次

## 近十年來臺主要客源國旅客成長趨勢



資料來源：交通部觀光局 <http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=315>

# 2015年來臺旅客按目的分



單位：人次

居住地	業務(A)	會議(B)	展覽(C)
亞洲合計	545,914	44,697	9,917
美洲合計	115,507	7,436	983
歐洲合計	82,987	5,921	2,218
總計	744,408	58,054	13,118

**A+B = 802,462人次**

**B+C = 71,172人次**

# 2012至2014年來臺旅客消費關鍵指標



指標	2012年	2013年	2014年
來臺旅客人次	731萬人次	802萬人次	991萬人次
觀光外匯收入	117.69億美元	123.22億美元	146.15億美元
來臺旅客 平均每人每次消費	1,610美元	1,537美元	1,475美元
來臺旅客 平均停留夜數	6.87夜	6.86夜	6.65夜
來臺旅客 平均每人每日消費	234.31美元	224.07美元	221.76美元

# 三、旅遊業與遊輪及會展產業

## 異業結盟之機會





# Competition through Innovation

--Auliana Poon

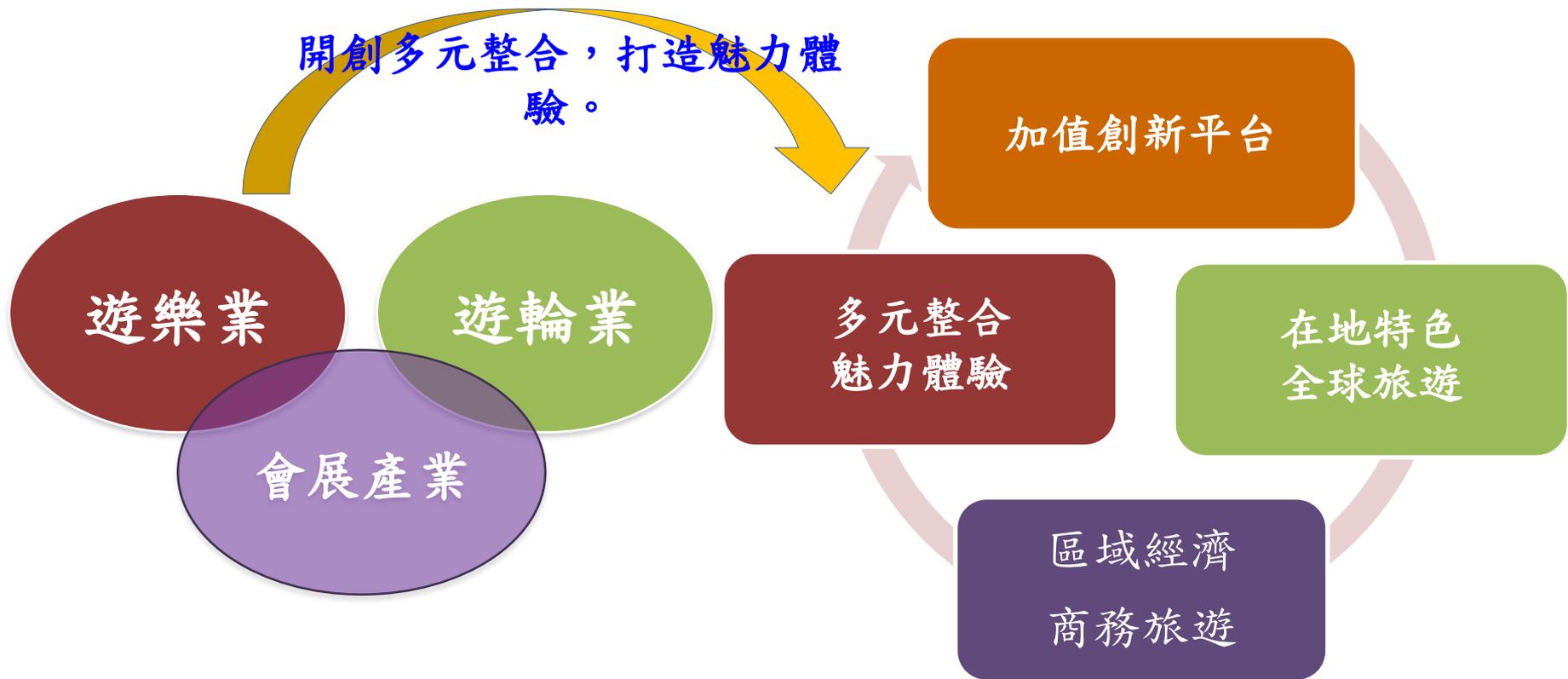


# 遊樂業與遊輪及會展產業異業結盟之加值創新機會



建構加值創新平台：

開創多元整合，打造魅力體驗。



觀光是一饒富創新價值的多元活動，  
消費者藉著空間的移動，體驗景點、美  
食、生活以及文化的饗宴，緊握每一雙熱  
誠的手，擁抱每一顆溫暖的心，與世界各  
地做朋友，而這種包容、自主、開放與美  
麗的觀光魅力也只有在體驗後才會得到！

## □ 結合行銷與產品開發

打造以文化為核心，自然生態文明  
與特色遊樂建設，提升旅遊品質，  
共同促進魅力體驗，藉由創意包  
裝，讓老行程有新感受。

## □ 提升旅遊顧客滿意度

建立精緻服務為核心價值，整合旅遊資源，發揮跨域合作，開創主題遊樂業行程，滿足多元旅客需求，共創贏局。

## □ 發展全面性的旅遊新體驗

推動具有地方特色之文化觀光饗宴，  
體驗傳統現代之觀光特色，打造全球  
在地，在地全球之新體驗。

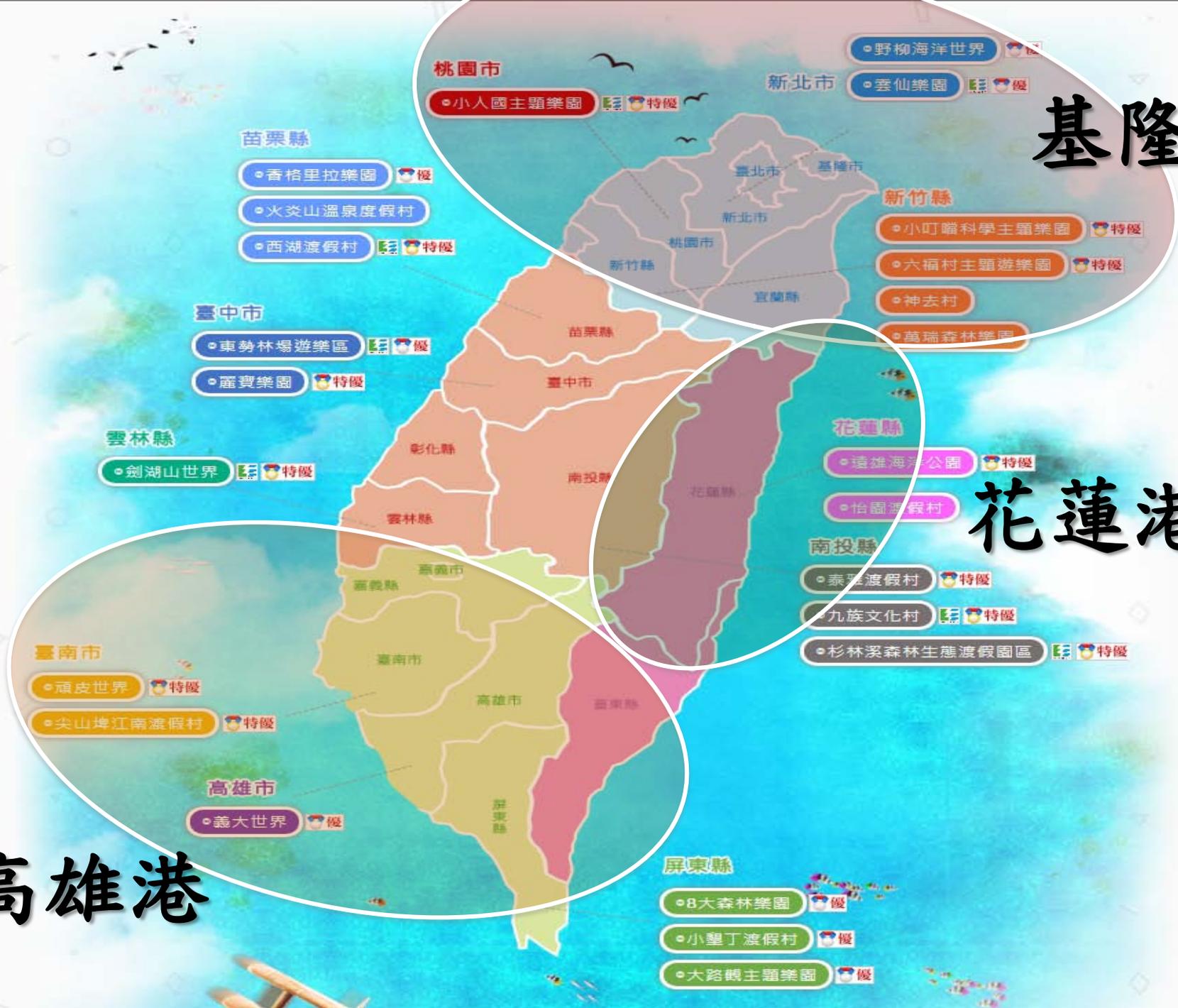
# (一)魅力特色多元整合



# 基隆港

# 花蓮港

# 高雄港



# 遊樂業



2014年全國遊樂園共接待遊客3.5億人次,總收入達5.44億美元。

## 2014年受訪旅客在臺期間參加活動排名

單位：人次/百人次

名次	參加活動	相對次數	名次	參加活動	相對次數
1	購物	90.25	10	生態旅遊	2.65
2	逛夜市	79.02	11	卡拉OK或唱KTV	2.15
3	參觀古蹟	46.81	12	運動或賽事	1.61
4	遊湖	26.36	13	S P A . 三溫暖	1.57
5	泡溫泉浴	21.25	14	參觀節慶活動	1.38
6	按摩 . 指壓	9.81	15	參觀藝文表演活動	0.93
7	主題樂園	4.48	16	保健醫療	0.66
8	參觀展覽	3.93	17	護膚 . 美容 . 彩繪指甲	0.58
9	夜總會 . P U B 活動	3.86	18	拍婚紗或個人藝術照	0.35

## (二)全球旅遊深繫在地特色





# 郵輪業



2014年旅客人數為138 萬人次，與2013年比較，增加39萬人次，成長39.09%。臺灣港務公司分析2014年國際郵輪旅客人數72 萬人次(占52.40%)。大型國際郵輪灣靠增加17 萬人次，兩岸渡輪旅客人數17 萬人次(占12.12%)增加2 萬人次，國內航線旅客49 萬人次(占35.48%)因蘇澳花蓮藍色公路開航增加19 萬人次。

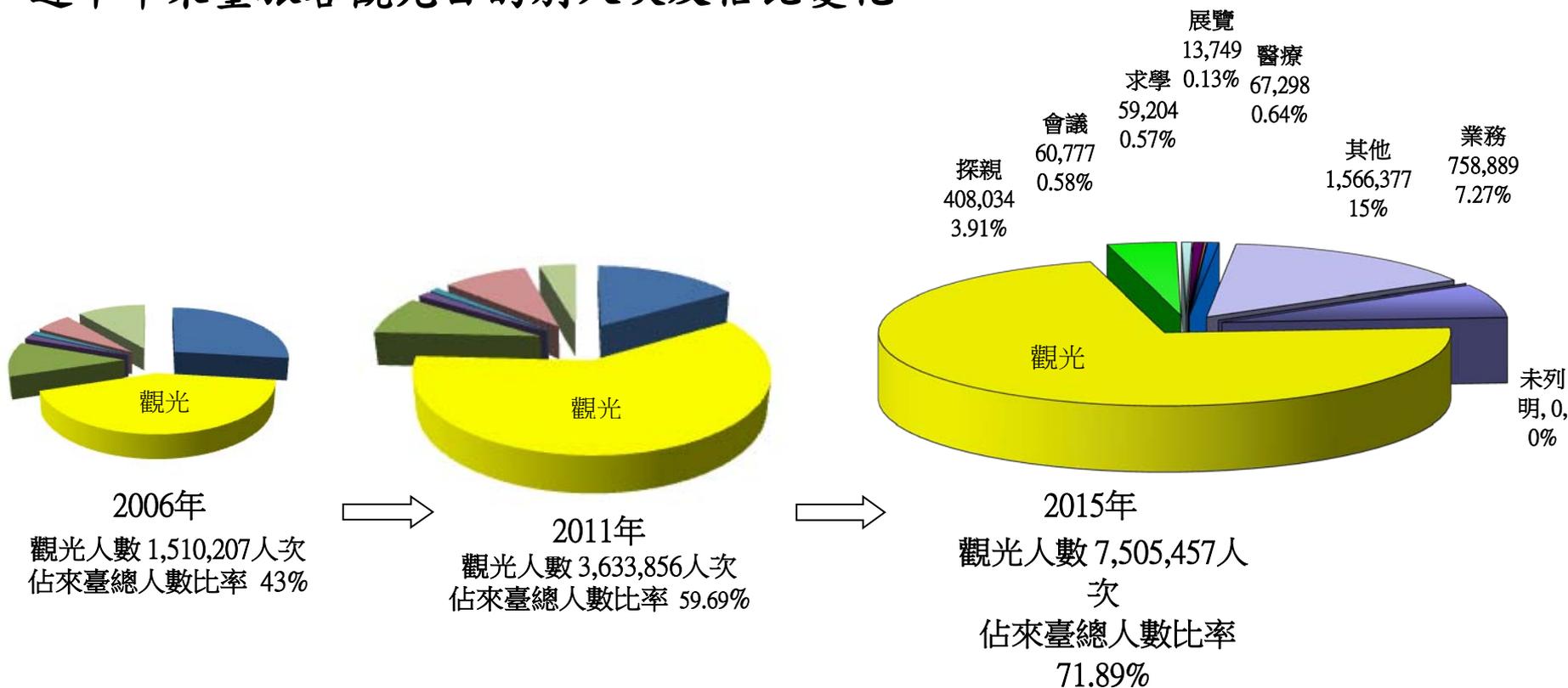
## (三)區域經濟推動商務旅遊



# 會議展覽



## 近十年來臺旅客觀光目的別人次及佔比變化



# 會議展覽



項目/年份	2013	2014	2015
產值(新臺幣億元)	341	368	391
在臺舉辦之國際會議場次	185	210	215
在臺舉辦之企業會議暨獎旅場次	107	118	125
在臺舉辦之展覽數	159	216	227
來臺參加會展之外籍人士人數	178,000	188,883	202,000

## Taiwan MICE in Figures

\*僅認計全臺12座專業展覽中心之室內展示攤位。

資料來源：臺灣會展網

[http://www.meettaiwan.com/zh\\_TW/menu/M0000694/%E8%87%BA%E7%81%A3%E6%9C%83%E5%B1%95%E7%92%B0%E5%A2%83.html?function=FA18ECCC203A871FD0636733C6861689](http://www.meettaiwan.com/zh_TW/menu/M0000694/%E8%87%BA%E7%81%A3%E6%9C%83%E5%B1%95%E7%92%B0%E5%A2%83.html?function=FA18ECCC203A871FD0636733C6861689)

## 四、遊樂業與遊輪及會展產業翻轉創新之挑戰





# Disruptive Innovation

--Clayton M. Christensen



# 四、遊樂業與遊輪及會展產業 翻轉創新之挑戰



## 兩岸遊輪政策：

- 目前兩岸國際遊輪未能直航，經大陸到台灣定期航線由於兩岸政府相關作業，大陸政府行政效率，台灣入簽證取得均非常耗時，使國際遊輪多採包航方式載客來台。

## 停留時間短促：

- 遊輪旅客僅能靠岸當天旅遊，夜宿遊輪上，因此行程緊湊，距離不宜過遠。

## 交通便捷功能：

- 會展商務旅客如在定點能有交通工具前往相關遊樂區景點能增加其前往之誘因，定期接駁車是另一種選項。

## 遊樂區吸引力：

- 國際知名度之打造，有助於集客力，展現在地特色，全球接軌則尤屬重要，如迪士尼樂園。

## 郵輪不確定性：

- 無法預期，要將高雄、花蓮或基隆打造成母港來改善穩定性。

## 沿線景點開發：

- 結合沿途風景區，打造線路，增加吸引力，因此聯合行銷是另一項整合。

## 加入會展協會：

- 成為會員能充分瞭解各項資源，能有效展開行銷規劃。

## 商品包裝行銷：

- 各項多元商品之開發、包裝及行銷之整合，打造全面之一站式旅遊（one stop experiencing satisfaction）。

# 五、結語





存在的看不見

看不見的存在

--容繼業



## 五、結語



個人深信惟有勇於改變方能贏得機會，也惟有掌握機會才能擁有締造成功的希望。但是，如何「改變」卻是一連串煎熬、困頓以及省思後的「定見」。是故，「定見」應是一種歷經靜虛動直思慮後的明通之見，更是一份與時俱進精神 (growth mind set) 的展現。

敬請指教



NATIONAL KAOHSIUNG UNIVERSITY  
OF HOSPITALITY AND TOURISM  
國立高雄餐旅大學