

<疫後的地方經濟>

風土南投-  
區域觀光旗艦旅遊帶美食及伴手禮  
產業提升計畫

簡報人：曾喜鵬 副教授 | 共同主持人

112年10月23日



## 背景與脈絡

- 南投觀光產業與治理
- 疫情中的南投觀光行動
- 從數據發現的問題
- 疫後振興行動的倡議

# 南投觀光產業 & 治理概要



- ▶ 南投共有**13**個鄉鎮市，以【**觀光首都**】為城市品牌，並依據地理空間、資源屬性與生活圈，劃分為**7大旅遊軸線發展**
- ▶ **南投縣觀光處**、**日月潭國家風景區管理處**兩個觀光主管機關；約近**50**個觀光產業公協會
- ▶ 在休閒旅遊產業方面，有**13**個休閒農業區、**13**個觀光工廠、**4**個觀光遊樂業、**3**個溫泉區、**8**個茶區、約**850**家民宿、**118**家旅館(含觀光旅館)，咖啡莊園、亮點茶莊、部落與社區旅遊
- ▶ **Attractions & events**，包括日月潭、清境、溪頭；萬人泳渡日月潭、日月潭花火節、**南投燈會**、**南投世界茶業博覽會**等



## 疫情中的南投觀光行動 (2020~2022)

轉型培訓  
課程

安心旅宿  
認證

日月潭觀光圈  
籌組

# 何謂“觀光圈”？

Taiwan  
THE HEART OF ASIA



交通部觀光局  
Tourism Bureau, MOTC

- ⇒ 疫情後台灣觀光振興戰略之一。  
(觀光立國、觀光主流化、觀光圈)
- ⇒ 以13個國家風景區管理處為平台，  
整合周邊旅遊資源、產業組織，  
以打造新興旅遊區域，形塑產業  
風格，打造亮點強化行銷
- ⇒ 2020年啟動，至今(2023)年台灣  
共籌組17個觀光圈
- ⇒ 日月潭觀光圈為其中一處，於  
2020年6月9日成立營運

# 區域發展策略

1. 南投縣全部13個鄉鎮+  
彰化縣2個鄉鎮，合計  
15個鄉鎮組成

2. 依據交通/空間/資源/  
網絡系統，重新打造  
規劃成四個特色區域

## 日月潭觀光圈

SunMoonLakePLUS



# 品牌發展策略



## 品牌名稱

- 中文 / 日月潭觀光圈
- 英文 / SunMoonLake**PLUS**
- >包含15個鄉鎮的新興旅遊區域

## 組織名稱

- 中文 / 日月潭觀光圈聯盟
- 英文 / SunMoonLakePLUS Executive Office (**SEO, Taiwan**)
- >日月潭觀光圈的行銷組織 (**DMO目標**)



# 組織發展策略

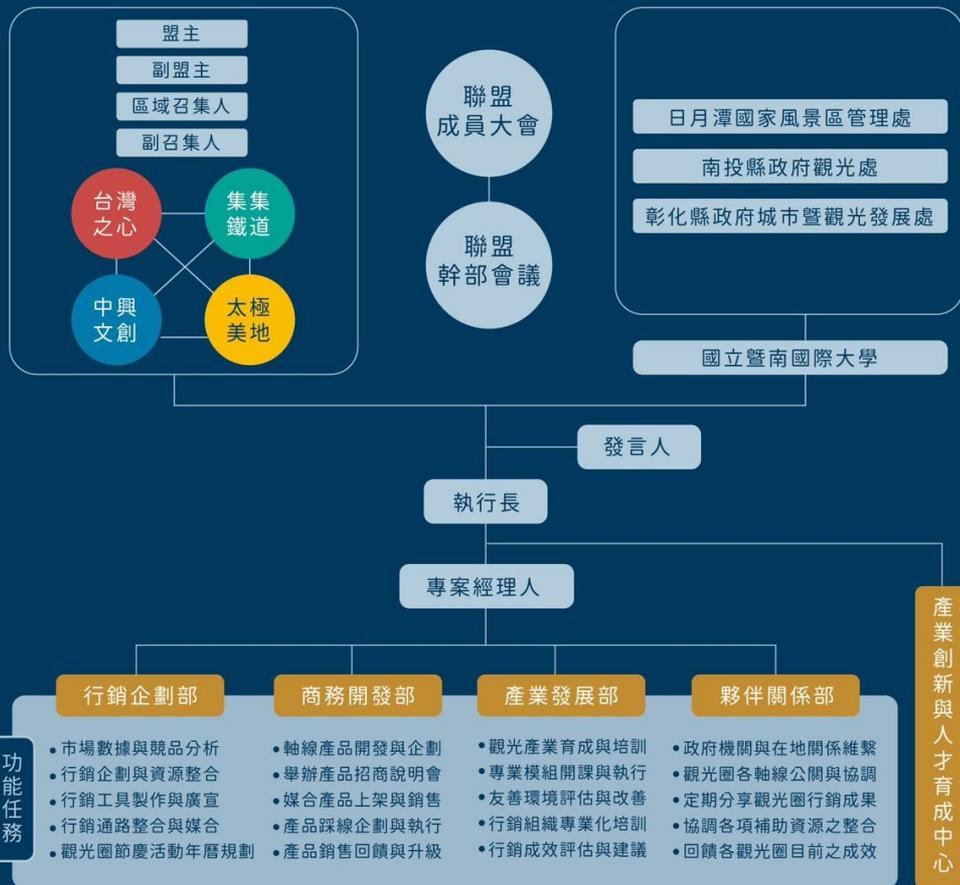
## 1. 擬具日月潭觀光圈聯盟簡則，朝永續組織邁進

## 2. 設盟主、3位副盟主、區域召集人、副召集人，共17人組成聯盟幹部群

## 3. 設執行長及發言人、聘任經理人，成立四個部門、一個中心

# 日月潭觀光圈聯盟組織架構

SunMookLakePLUS Executive Office(SEO)



# 日月潭觀光圈聯盟成員

- 1 南投縣觀光產業聯盟協會
- 2 南投縣民宿觀光協會
- 3 南投縣觀光協會
- 4 南投縣太極美地發展協會
- 5 南投縣觀光工廠協會
- 6 南投縣地方產業群聚發展協會
- 7 南投縣日月潭形象商圈發展協會
- 8 南投縣日月潭民宿發展協會
- 9 南投縣休閒農業策略聯盟協會
- 10 南投縣大埔里地區觀光發展協會
- 11 集集形象商圈觀光發展協會
- 12 南投縣清境觀光協會
- 13 北港溪溫泉觀光發展協會
- 14 東埔溫泉風景區旅遊促進會
- 15 南投縣美食旅遊交流協會
- 16 南投縣竹鹿產業觀光促進會
- 17 丹大布農生態旅遊協會
- 18 社團法人南投縣休憩農園產業促進會
- 19 南投縣導覽解說協會
- 20 南投縣日月潭茶文化推廣協會
- 21 社團法人台灣民宿協會
- 22 彰化縣二水鄉源泉社區發展協會
- 23 彰化縣二八水觀光商圈發展協會
- 24 彰化縣城鄉創意發展協會
- 25 南投縣產業新創協會
- 26 南投縣國姓鄉糯米橋休閒農業區促進協會

- 1 九族文化村
- 2 泰雅渡假村
- 3 杉林溪森林生態渡假園區



- 1 南投縣烹飪商業同業公會
- 2 南投縣旅行業商業同業公會
- 3 南投縣旅館商業同業公會
- 4 南投縣公共汽車客運商業同業公會
- 5 南投縣渡船遊艇商業同業公會

- 產官學跨域攜手共創發展
- 公協會領銜，合計超過1,000家觀光企業
- 涵蓋觀光產業各種業態與利益關係人(stakeholders)

- 1 彰化汽車客運股份有限公司
- 2 員林汽車客運股份有限公司
- 3 南投汽車客運股份有限公司

# 進駐暨大育成中心



專屬空間入口



辦公行政區



參考書籍及資料區



接待休憩區



日月潭觀光圈聯盟與暨大簽署合作備忘錄

1. 進駐國立暨南國際大學創業育成中心，**建置專屬辦公空間與設備**。
2. **日月潭觀光圈聯盟與暨大簽署合作備忘錄**，就產業研發、市場調查、人才培育、國際鏈結等進行合作。
3. 聘任執行長、發言人，**1位專案經理、2位專員、1位執行秘書**

# 日月潭觀光圈品牌績效調查 SBP Highlights

SunMoonLakePLUS Brand Performance Index Highlights

第2期 no.2 | 2022.09

資料期間/ 2022年01月-06月

## 最近大家都很熟悉 這些名詞

- 數位行銷、精準行銷、大數據 (Big Data) 分析
- 旅遊地管理與行銷組織(DMO)、DMO要做市場分析、PDCA (plan-do-check-action)...

## 在實際行動時我們卻面臨 下列問題？

- 旅遊地管理與行銷之市場分析需要那些數據？
- 數據在哪裡？
- 數據如何取得？
- 數據如何解讀？
- 如何轉化為行銷方案？

## 我們現有哪些旅遊市場 數據？

- 交通部觀光局：國人旅遊狀況調查、來台旅客消費動向調查、主要遊憩景點人次統計... (時間落差)
- 各種線上平台(OTA/ Booking. Agoda, KKday) (難以取得/平台屬性)

## SBP/ 旅遊市場分析的解決方案

- 日月潭觀光圈品牌績效調查 / SunMoonLakePLUS Brand Performance (SBP)
- 以旅遊地管理相關理論，歸納10大指標，每季進行調查，發佈與應用
- 提倡循證治理/ Evidence-Based Governance

# 數據中發現的問題(1)

## ➔ 日月潭觀光圈品牌績效調查



✓在食、宿、遊、購行等5個旅遊元素中，購物與交通分數最低，其中購物84.9%、交通82.8%。

✓來南投之遊客有近50%未購物。

## 數據中發現的問題(2)

### ➔ 南投縣觀光景點遊客滿意度調查

依據南投縣**2021年完成之南投縣觀光整體發展計畫**，有關觀光景點遊客滿意度分析結果顯示，住宿與景點品質之滿意度在**50%以上**，然而**餐飲、購物、交通**的滿意度皆未達**50%**，滿意度偏低。

- 餐飲價格過高 (47%)
- 餐飲特色不足 (33.2%)
- 清潔衛生不佳 (18.1%)

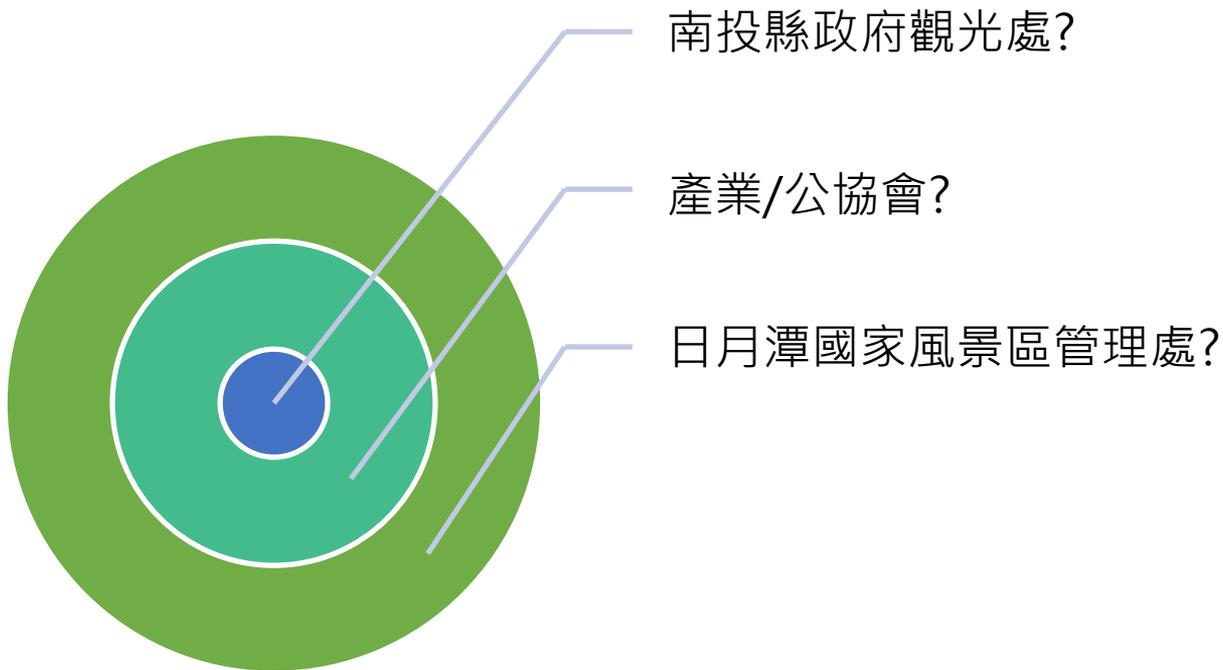
餐飲  
不滿意原因

購物  
不滿意原因

- 產品價格過高 (56.2%)
- 地方產品特色不足 (29.0%)
- 地方特產品項不足 (28.6%)



## 疫後觀光韌性(創新)行動倡議- 誰來做? 如何做?





## 在地協力團隊

南投縣  
烹飪商業  
同業公會

美食推薦遴選  
菜單設計  
輔導

南投縣  
太極美地  
發展協會

太極料理研發  
森林餐桌  
湖畔餐桌

南投縣  
產業群聚  
發展協會

省府花園餐桌  
省府文化挖掘

南投縣  
大埔里  
地區觀光  
發展協會

埔里蝴蝶創意  
料理研發

南投縣  
觀光產業  
聯盟協會

美食與伴手禮  
行銷推廣



行動與成果

# 工作理念及構想



## <農產為美食與伴手禮共同DNA>

### 1 整體理念與構想：紮根在地與永續發展

- 本計畫之執行以紮根在地為基礎，以永續發展為理念
- 以在地資源為基礎，建構美食與伴手禮產業鏈

### 2 美食之發展理念與構想

- 遊客可以透過美食之體驗，進一步認識當地文化
- 以南投在地農業及文化為基礎，並盤點演繹之料理

### 3 伴手禮之發展理念與構想

- 伴手禮象徵一種重要旅遊儀式
- 提升南投伴手禮品質與特色，創造認同感

## 風土食材



### 冬筍

孟宗筍俗稱「冬筍」，含有豐富的植物纖維、極具營養價值，南投縣產量占全台第一位，生產於竹山、鹿谷一帶。



### 龍眼

南投縣龍眼栽種面積在全台排名第三，中寮鄉即是主要產地，所生產的龍眼肉質香甜、飽含水份，烘焙製成的龍眼乾及龍眼蜜更別具風味。

### 山蕉

山蕉是指種在海拔250公尺以上的香蕉，香氣比較濃郁、口感也更Q糯；集集與中寮為台灣山蕉的重要產地。



### 烏龍茶

鹿谷鄉凍頂烏龍茶已有百年歷史，在國內外皆聞名遐邇，有「台灣茶中之聖」、「北包種、南凍頂」之美譽，更名列「臺灣十大名茶」之中。此外，名間、竹山、仁愛、信義、水里也是重要產地。



### 咖啡

國姓境內咖啡種植面積達80公頃，年生豆產量達50噸以上，年產值約4,000萬元，為台灣單一鄉鎮全國咖啡最大產區。



### 茭白筍

埔里盛產的茭白筍嫩脆鮮美，有「美人腿」之稱，占全台栽種面積逾8成，每年產量達4萬公噸，產量和面積都居全台之冠。



### 香菇

魚池及埔里為早期台灣香菇之主要產地，其中魚池鄉種植產量居全國前茅，肉質稠密飽實，是魚池鄉三寶之一。



### 鳳梨

南投縣鳳梨產量居全國第四位，以名間、南投市一帶為主要產地，栽培種類多樣，其中土鳳梨更加工製成烘焙食品，廣為人知。

### 梅子

信義、國姓、水里為南投青梅三大產區，其中信義鄉栽培面積最大，產量占全台總產量40%，故有「梅之鄉」之稱。



### 紅茶

魚池為台灣紅茶發源地，包含紅玉、紅韻、阿薩姆與原生藏芽山茶四品系，鼎盛時期，茶區達3,000公頃，外銷量居全台之冠，現為大葉種紅茶最大產地。



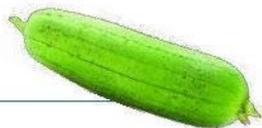
### 可可

南投可可的產量為全台第二，主要產於名間、埔里、水里、竹山及鹿谷，因種植地區位在接近可可栽培北緯上限的位置，加上山嵐起伏的地理環境、日夜溫差，造就可可的特殊風味。



### 絲瓜

日月潭頭社活盆地是全國最高海拔絲瓜生產專區，面積廣達50公頃，夏季產量占全台一半，所產絲瓜以甜脆爽口最出名。



### 百香果

埔里大坪頂區有「百香果的故鄉」之稱，所產的百香果素以香氣濃郁、果肉豐盈著稱，產量占全台9成，全台第一。



### 紅甘蔗

莖幹筆直，節間長、脆、甜、多汁是埔里紅甘蔗享譽全台的特色，埔里每年的甘蔗產量都有800多噸，早期是世界級的生產重鎮。



# 風土南投品牌識別





# 風土餐桌遴選

## ➔ 遴選指標

### 5. 經營管理與服務品質

- (1) 常態性經營
- (2) 場域與設施設備完善
- (3) 經營者創新意願強
- (4) 區域旅遊軸線

1. 傳統文化保存與再現

2. 特色食材應用與創新

3. 歷史人文脈絡與特色

4. 飲食設計風格與體驗

## 風土餐桌

- 賽德克原夢餐桌
- 蝶夢亭蝴蝶餐桌
- 珠仔山刀煮師辦桌
- 集集大山品蕉道
- 布農田布農獵人餐桌
- 省府·村子的餐桌
- 省府·帶人尋味
- 本之山×黑部廚房
- 滿滿私廚餐桌
- 溪頭森林家宴





## 風土伴手禮遴選

### 6. 搭配區域旅遊軸線





## 風土伴手禮

---

- 紅 茶
- 巧 克 力
- 百 香 果

- 茭 白 筍
- 咖 啡
- 梅 子

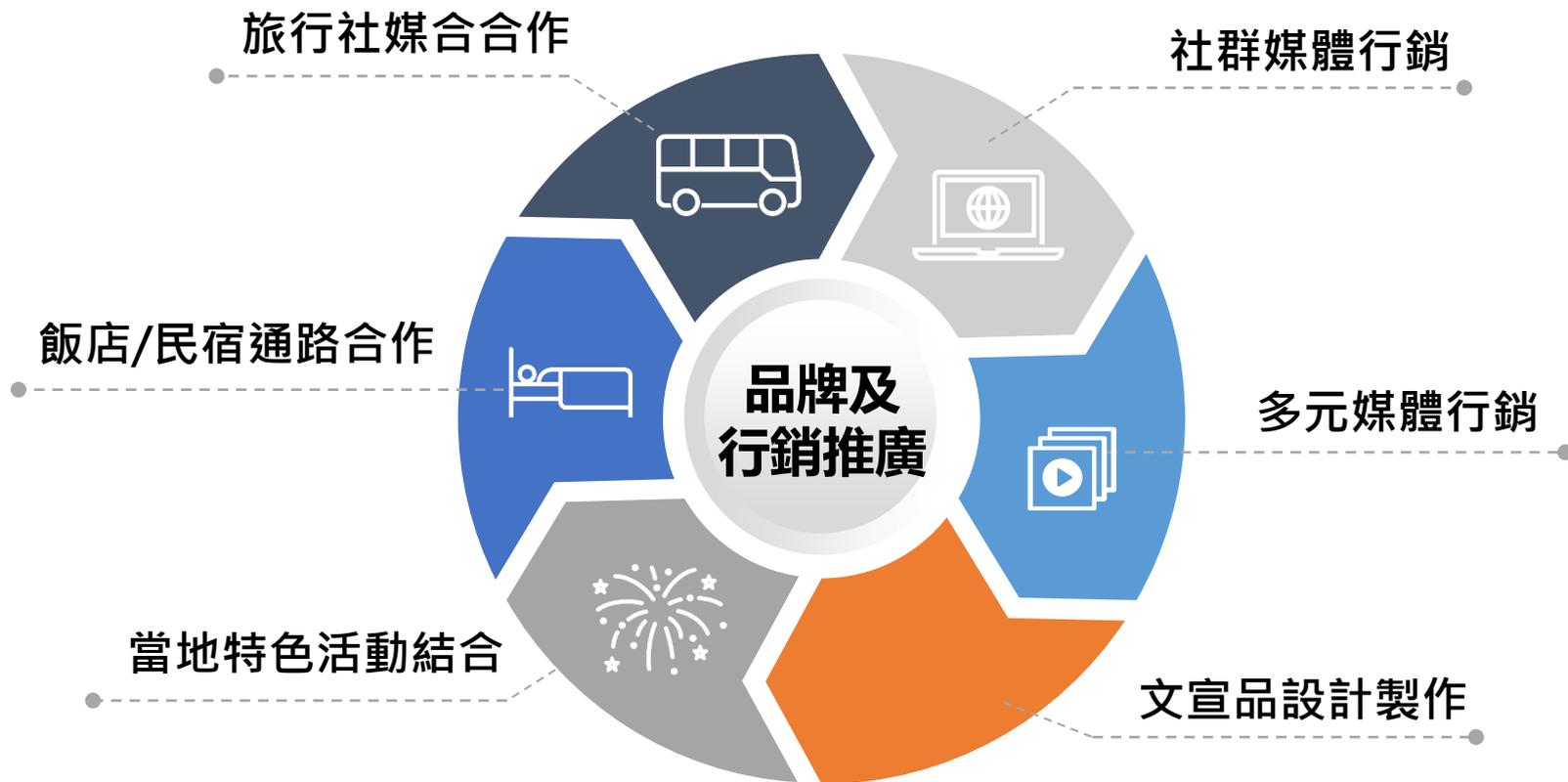
- 山 蕉
- 香 菇
- 烏 龍 茶

- 冬 筍 餅
- 土 鳳 梨 酥
- 地 酒





# 品牌行銷推廣



風土南投 | 餐桌.伴手禮.旅行 (中文) #風土南投 #TerroirDeNantou #風土餐桌 #風土伴手禮#日月潭國家風景區管理處 ...



風土南投

Terroir de Nantou

音量



0:02 / 3:53



A top-down view of a dining table with a wooden surface and a striped placemat. The table is set with several dishes: a large oval plate of colorful salad with shredded carrots, purple onions, green herbs, and peanuts; a white square plate with four golden-brown fried items and garnishes; a white round plate with a braised meat dish and green vegetables; a small blue and white striped plate with a small portion of food; and a white round plate with a small portion of rice. There is also a white teapot, a glass of light-colored beverage, and a pair of chopsticks on a red mat.

簡報完畢  
敬請指教



# 水沙連疫後觀光振興與大學協力價值

報告人：朱柏勳 協作顧問（暨大人社中心）

# 簡報大綱

- 壹、前言
- 貳、水沙連疫後觀光產業的現況、困境、挑戰與對策思考
- 參、水沙連的疫後觀光產業振興對策（危機&轉機）

## 壹、前言

1. 從COVID-19疫情過程，看見台灣各地觀光產業的應變能力與韌性考驗。
2. 大學如何在地方遭遇重大困境中，發揮陪伴、協力與支持的角色。
3. 暨大人社計畫+各學院USR計畫+學生(書包客)+觀光組織+產業+旅行業組織



## 貳、水沙連疫後觀光產業的現況、困境、挑戰與對策思考

1. **現況**：早期南投縣地區擁擠之觀光客人潮，使得南投縣地區旅遊服務品質產生大幅度降低，也降低了國內外優質觀光客的到訪。
2. **困境**：全球疫情影響下，減少了大量的國外觀光客及國內團體旅客，嚴重衝擊水沙連大部分觀光產業。
3. **挑戰**：全球疫情大量降低時，國際觀光旅遊復甦後，大量國內遊客出國旅遊，降低國內旅遊支出。
4. **對策**：如何提升水沙連地區觀光旅遊吸引力及競爭力，是最急迫與重要的觀光發展議題。

# 參、水沙連的疫後觀光產業振興對策（危機&轉機）

## 對策一：在疫情中從新打造地方旅遊吸引力

### 1、帶領暨大書包客盤點在地豐富精采新亮點(自然生態、農業、人文、工藝、山林體驗)



## 2、邀請專業旅行社嚴選，具永續旅遊價值、地方人文藝術精彩，在地獨特產業體驗的「深度體驗旅行」遊程。



## 對策二：組織產業社群的共學，為未來找新解方

1、借鏡日本DMO政策之推動方法：暨大人社邀請在地業者參加日本松島DMO課程（3場次），陪伴地方觀光休閒組織推動區域，重要利害關係人（產業）座談，討論觀光推動戰略（2場次）。



與南投縣觀光協會討論疫後營運現況與對策建議  
2023.10.9



與大埔里地區觀光發展協會討論疫後對策  
2023.7.11

邀請日本前松島DMO幹部陳柏翰為在地產業分享DMO執行方法與經驗



## 2.與在地DMO推動旅行社、在飯店民宿與體驗產業及餐飲業的合作媒合。

媒合300  
位旅行業  
與地方觀  
光產業合  
作對接



邀請暨大老師參與疫後水沙連觀光振興協力工作

## 對策三、團客需連結旅行社，散客要增進社群媒體宣傳。

1、團客導入：暨大邀請旅行社踩線及遊程媒合，體驗在地小鎮創生、人文藝術、竹材秘境、暨大賞櫻活動、茶藝樂音雅集、里山生態見學等創新遊程。



## 2.散客增加對策：暨大書包客的在地行銷與宣傳

帶領暨大書包客採訪在地觀光產業，建立宣傳水沙連深度旅遊體驗社群，提供優惠體驗智慧平台，推動精準集客效果。



暨大資管系同學  
建網站及書包客  
採訪及後台管理

南投心旅行-水沙連優  
惠大聯盟

暨大書包客建社  
群平台宣傳水沙  
連深度旅遊體驗



暨大資管系同學  
開發系統及書包  
客採訪及建資料



### 3.暨大書包客們在疫中共同學習，疫後投入地方觀光振興協力，從服務中不斷成長，接續進入社會中發展。



暨大學生書包客來自不同系所，也包含僑生、新移民二代，在人社中心的支持下，由學長姊傳承產業部落閣採訪，也接受專業媒體、自媒體、短影音及行銷課程，報導水沙連產業400家以上，也不斷挑戰觀光發展行銷效益之提升。

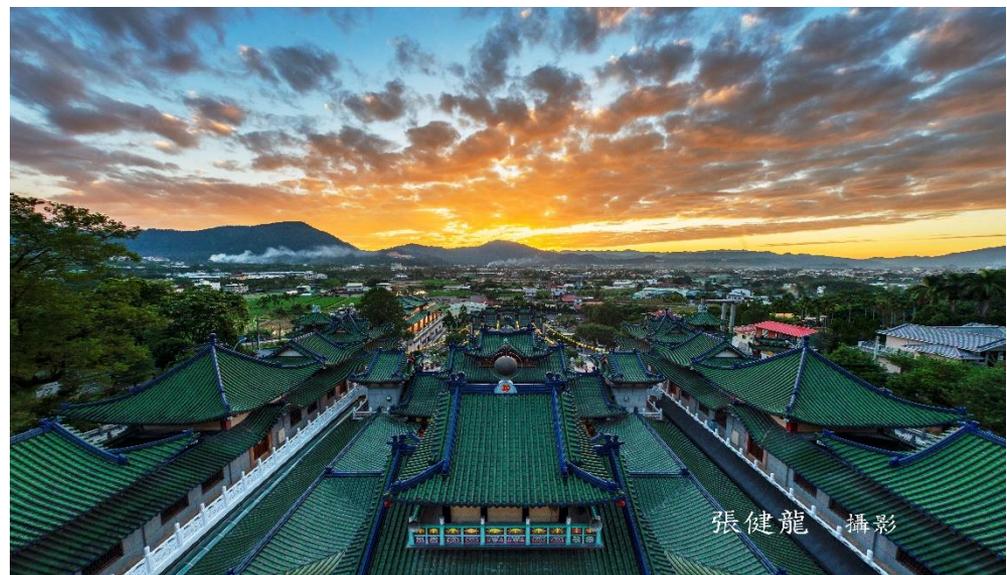
## 4. 協力水沙連觀光產業與國際優質產業交流合作

協助日本JTB  
旅行社推動  
日本高中生  
至水沙連地  
區研學旅行  
及與高中生  
交流事項



媒合日本文化財  
觀光業者立花千  
月香、藝術季專  
家與水沙連文創  
業者、南投觀光  
協會交流合作。





簡報結束  
感謝聆聽

