



## 赴韓國大邱辦理炸雞啤酒節及首爾觀光推介會相關事宜

單位：觀光發展科

報告人：巫尹真

報告日期：113年8月13日

undiscovered  
**taipei**  
你所未見的台北



# 簡報大綱

一. 行程概要

二. 心得及建議

# 行程概要

1. 為拓展韓國觀光市場，觀光傳播局局長王秋冬於113年7月5日至7日，率隊赴韓國釜山市，與釜山觀光公社及當地旅行業者進行觀光推廣，並參加「2024大邱炸雞啤酒節」，以「挑戰48小時 體驗你所未見的台北」為主題設置展攤，結合2025雙北世界壯年運動會意象，推廣世壯運及臺北的著名景點和美食。



▲「2024大邱炸雞啤酒節」臺北攤位大排長龍



▲王秋冬局長於「2024大邱炸雞啤酒節」與民眾互動，宣傳臺北觀光及2025雙北世壯運。

# 行程概要

2. 基隆、臺北、新北及桃園四市首次攜手組成觀光代表隊，於113年7月8日至11日赴韓國首爾推廣北臺灣旅遊。以「NEXT Travel 4 City」為主題，並以「桃台新基」(타타신지)為口號，展現北臺四市的最新玩法。
3. 四市觀光首長帶領代表隊在韓國進行推廣，強調北台灣的品牌印象，並透過媒體見面會及推介會推廣「北北基好玩卡」等旅遊產品。
4. 為了維持韓國旅客對北臺灣旅遊的熱度，四市觀光首長共同拜會韓國三大觀光推廣機構，包括韓國旅行業協會(KATA)、韓國觀光公社及韓國國際會展公司(KOTFA)，探討未來合作計畫。

# 行程概要



▲ 基北北桃四市首度攜手，向韓國旅客介紹精彩北臺新風貌



▲ 北臺四市觀光首長拜會韓國觀光公社，促進兩地交流及合作

# 心得及建議

## 1. 大邱炸雞啤酒節：

建議明年繼續參加大邱炸雞啤酒節，公益攤位設置於出入口處，與民眾的互動性歷年來都相當高，且展攤及廣告版位需長期經營。為提升民眾對臺北的旅遊深度體驗，建議未來在活動攤位推出大型活動內容，並持續使用「挑戰48小時」品牌意象，以深化品牌形象。考量攤位屬公益區且親子來訪多，今年增設AI互動提升親子互動率；另考量孩童互動體驗，可將運動道具互動改為問答互動。

# 心得及建議

## 2. 2024基北北桃韓國觀光推廣交流案：

推廣策略應考慮跨域推廣，於首爾、大邱、釜山等數個主要城市舉辦觀光推廣活動，以提高臺灣業者參與意願，及擴大推廣效益，與並且活動時間控制在3小時內，以利韓國業者參與；另，未來如有四市共同推廣，建議主視覺延用，以加深品牌形象。



▲四市觀光推廣會以「NEXT TRAVEL 4 CITY」、「桃臺新基」新品牌向韓國觀光業者及媒體宣傳北臺灣的一站式旅遊



Thank you  
for your  
Listening!

undiscovered  
**taipei**  
你所未見的台北



觀光傳播局  
*Department of Information and Tourism*