

台灣會展產業行動計畫  
(核定本)

民國 99 年 11 月

## 目錄

<b>壹、緣起</b>	
一、依據.....	1
二、背景與未來環境預測.....	1
<b>貳、現況與挑戰</b> .....	<b>7</b>
一、我國會展產業發展概況.....	7
二、發展會展產業之優勢.....	23
三、會展產業現階段所面臨之挑戰.....	26
四、ECFA 簽署後對我國會展產業之利弊分析.....	28
<b>參、現行相關政策及方案</b> .....	<b>30</b>
一、行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組.....	30
二、台灣會展躍升計畫.....	32
三、加強提升我國展覽國際競爭力方案.....	33
四、鼓勵獎勵旅遊來台辦理.....	34
五、補助地方政府發展會展產業方案.....	345
<b>肆、執行主軸及推動策略作法</b> .....	<b>36</b>
一、計畫目標.....	36
二、計畫主軸與推動策略.....	36
三、跨部會合作.....	62
<b>伍、期程及資源需求</b> .....	<b>72</b>
一、計畫期程.....	72
二、經費需求.....	72
<b>陸、分年執行事項表</b> .....	<b>73</b>
<b>柒、預期效益</b> .....	<b>82</b>

## 壹、緣起

### 一、依據

鑑於會展服務業在全球市場的發展潛力，行政院經濟建設委員會於民國 93 年底經行政院核定之「全國服務業發展綱領」中將會展服務業列為重要新興服務業之一。經濟部商業司為積極推動會展服務業，擬訂「會議展覽服務業發展計畫」，實施期間自民國 94 年至 97 年共計 4 年，97 年底辦理完竣之後，基於會展產業具促進經濟成長及帶動貿易出口效果，為整合經濟部資源並推動會展產業進一步發展，本工作自民國 98 年起由經濟部國際貿易局接續辦理，並執行「台灣會展躍升計畫」，推動期間至民國 101 年止，為期 4 年。

### 二、背景與未來環境預測

#### (一) 背景

會議展覽產業即會議 (Meeting)、獎勵旅遊 (Incentive)、大型國際會議 (Convention) 以及展覽 (Exhibition) 的合稱，又稱為 MICE 產業，本計畫簡稱「會展產業」。

會展產業對當地經濟可產生直接效益，包括門票及營收所得、就業機會的增加，又因會展產業具有多元整合特性，舉辦會展活動可帶動周邊產業如住宿、餐飲、運輸、旅行、裝潢等行業之發展，促進有形商品和無形商品之銷售，形成龐大產業關聯效果，同時能樹立國際形象，具有行銷國家或城市之功能。我國長期以出口帶動經濟成長，會議及展覽正是產業資訊交流的重要平台、廠商展示宣傳介紹產品與服務之行銷利器；主要因為舉辦國際會議能促使國際技術、文化與學術之交流合作，而國際展覽更有助於業者在最短時間內獲得資訊與商機，藉由生產廠商與國外買主面對面的相互接觸與洽談，促進商務活動與技術交流，進而帶動相關產業技術之提升與轉型。

總而言之，會展活動具備媒合、產業發展櫥窗和展示等多重功能，能提昇國家和產業之國際形象，帶動區域經濟，會展產業已成為全球許多國家積極發展之策略性產業。我國早在民國 60 年開始發展會展活動，當時為推展我國貿易活動便成立中華民國對外貿易發展協會，開始籌辦國際展覽活動。而硬體方面則在民國 75 年台北世界貿易中心展覽一館完工落成後，台北國際會議中心、台中世界貿易中心…等會展硬體設施亦陸續竣工。

在制訂政策方面，推動會展產業政策始於民國 91 年「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，其中將會展產業列為重點工作之一，而行政院觀光發展推動委員會為協調推動我國會議展覽產業之發展，整合政府與民間會展相關資源，強化會展產業之國際競爭力，特於民國 93 年通過成立「行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組」，並訂定設置要點，由經濟部常務次長擔任召集人。自 94 年迄今已召開過 9 次會議，持續追蹤討論相關環境、法規、人才、投資等重要議題，期結合相關部會資源與力量共同推動會展產業。

政府亦訂定「行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補（捐）助原則」、「經濟部辦理外籍人士（含大陸人士）來臺參加國際會議展覽彈性入境機制施行作業要點」，以鼓勵業者爭取與舉辦國際會議及展覽、便利外籍人士來台參與國際會議及展覽，以有效擴大會議展覽服務業規模。

此外，總統府財經諮詢小組於民國 98 年規劃「啟動台灣經濟轉型行動計畫」時列出 10 大重點服務業發展項目，將「會展」納入 10 大重點服務業發展項目之一，本計畫將研擬會展產業整體規劃並發展其產業潛力。

## （二）未來環境預測

未來數年會展業者將面對全新的經營情勢，包括會展需求逐漸增加、亞太地區成為新興會展市場，以及兩岸關係逐漸開放等重大因

素，都替台灣會展產業帶來正面的效益與無窮的發展空間，由於環境趨勢不斷改變，有下列現象值得我們重視：

#### 1. 亞太區域成為新興市場，帶動會展需求增加

歐美國家會展產業發展已趨成熟階段，故每年投資金額未再大幅成長，此外 98 年金融風暴影響歐美各國會展產業舉辦規模，相關投資案愈加謹慎，惟環顧中國大陸、印度、泰國、印尼等新興國家，隨著經濟快速成長，莫不大興土木擴大投資會展產業，故會展產業似已漸由歐美地區逐漸移向亞洲。加上會議、展覽及獎勵旅遊都有區域化的現象產生，亞太地區已經逐漸成為各國際性展覽、會議及獎勵旅遊目的地，區域旅遊的趨勢已經形成，造就會展業在亞洲地區快速活躍起來，各國競爭態勢明顯。

#### 2. 全球非營利組織蓬勃發展

全球如社會關懷、環境保護、生態保育、文化保護等非政府組織蓬勃發展，透過每年定期於會員國間輪流召開會展活動，成為推動會展產業成長主要因素之一。其中亞洲地區非營利組織之發展正方興未艾，與歐美非營利組織間之交流亦將是亞洲會展活動的重要部分，有助於區域會展產業之發展。

#### 3. 兩岸政治緩和有助於會展之推動

以目前兩岸開放情形及兩岸人民交流頻繁，兩岸經濟合作架構協議（ECFA）簽署之後對於台灣發展會展及獎勵旅遊頗有助益，不僅未來可利用兩岸直航，大幅縮短台灣與大陸間之距離，且台灣具備堅強的創新研發能力，國際人士可於來台看展後，順道轉往大陸看工廠之行程，利用名勝古蹟作為獎勵旅遊地點為號召，吸引更多國際人士來台，可提高大陸人士及國際買家來台參加會展相關活動之意願。

### （三）各國推動會展情形

因會展產業前景看好和其所能帶動的經濟效益，亞洲鄰近國家積極發展會展產業，各國推動會展產業情形說明如下：

#### 1. 日本：為發展會展產業，日本制訂「日本國際會議振興法」，持續

提供爭取舉辦國際會議之資訊及其他支援措施，協助舉辦國際會議之捐款募集、管理、款項交付等事項，並提供會展人員研修訓練及進行相關調查研究工作。

2. 新加坡：目標成為亞洲會展領導城市，除吸引國際會議展覽至新加坡舉辦，及追求其長期扎根於該地外，並補助會展之舉辦費用及爭取國外或國際會展舉辦權之競標費，以及赴海外參加旅遊展與推廣活動之稅賦優惠計畫；另亦提供機場與公眾場合之歡迎標語、協助入境簽證、安排專用場地等協助。
3. 泰國：預計 2010 年可吸引 62 萬會展國外人士至泰國參加會展活動，並提供競標、活動及其他政府相關服務（如快速追蹤申請入境簽證進度、協調海關進口會議所需材料、協調相關政府機構、安全的禮賓服務）等協助。
4. 韓國：訂定「國際會議培植法」及「展覽產業發展法」以推動會展產業，期能於 2012 年進入全球前 10 大會展強國之列，主要措施為擴充展覽產業基礎設施及升級，及加強會展專業化、大型化、國際化，以提高會展產業之國際競爭力。
5. 馬來西亞：推動會展產業之主要措施為提供會議場地、住宿、交通等資訊，協助在馬來西亞官方網站露出會展活動作為宣傳，或透過馬來西亞觀光局海外辦公室向會展相關組織傳達活動訊息，並提供官方宣傳標誌、會議宣傳海報制式樣版、紀念品及文化表演活動、官方支持信函、場地勘查與經費補助。
6. 中國-北京：制訂「北京市“十一五”時期旅遊業及會展業發展規劃」，期程為 2006 至 2010 年，期能讓北京市成為中國政治、文化、科技會展的首位城市，以及國際經貿、社會環境、科技文化、專業會展品牌之主要亞洲會展城市。主要措施為建立健全法規、制訂會展政策、培育專業會展公司、提升設施及資訊化建設、加強人才培育，及促進會展業與旅遊業之結合。

項目		日本	新加坡	泰國	韓國	馬來西亞	中國-北京
主管機關	展覽	經濟部產業省	貿易與工業部新加坡旅遊局		知識經濟部	馬來西亞觀光部觀光推廣局	中國商務部商貿服務管理司
	會議	國土交通省觀光廳			文化觀光部		
執行單位	展覽	日本貿易振興會 (JETRO)	新加坡會議展覽局	泰國會議展覽局	韓國會議展覽局	馬來西亞會議展覽局	北京國際會議展覽業協會
	會議	日本獨立行政法人國際觀光振興機構 (JNTO) 日本會議局 (JCCB)					
相關發展政策/法令		《日本國際會議振興法》			《國際會議培植法》《展覽產業發展法》		2006-2010 年《北京市“十一五”時期旅遊業及會展業發展規畫》
政府投入資金	投資金額		2006 至 2010 年共計 170 million SGD (折合新台幣 38.794 億元)	2010 年投入 934 million Baht (折合新台幣 9.38 億元)	2005 年投入 213,289 美元 (折合新台幣 677 萬元)，作為觀光宣傳費用	2010 年馬來西亞會議展覽局年度總預算為 10 million MYR (折合新台幣 1.075 億元)	
質化目標			亞洲會展領導城市		2012 年進入全球前 10 大會展強國之列		中國政治、文化、科技會展之首位城市，以及國際經貿、社會環境、科技文化、專業會展品牌之主要亞洲會展城市
量化目標		2011 年達成在日舉辦國際會議數 252 件 (自 2005 年起每年增加 7%)		2010 年預期 78 萬 MICE 訪客人數，從 400 場活動中創造 5,600 萬泰幣收入	1. 舉辦 222 場符合 UIA 標準之國際會議。 2. GDP 比重從 0.025% 提高至 0.04%。		2010 年預期直接收入達 151-226 億元人民幣

項目	日本	新加坡	泰國	韓國	馬來西亞	中國-北京
				3. 增建3個以上的會議中心，及10個以上CVB		
具體措施-展覽		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 補助會展之舉辦費用及爭取國外或國際會展舉辦權之競標費</li> <li>2. 長期催化企業活動的永續發展</li> <li>3. 支持企業競標與吸引大型或巡迴性活動</li> <li>4. 鎖定知名企業之大型企業活動</li> <li>5. 展覽：提供經費補助、機場與公眾場合之歡迎標語，以及協助入境簽證、安排專場、代邀嘉賓出席</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 競標支援：市場策略計劃，編寫投標文件、建議收集和篩選、現場安排、支援競標現場、宣傳材料、視覺補助</li> <li>2. 活動支援：提供活動主辦單位建議，包括：場地住宿、交通、營銷和公關支持目的地的行銷、全球辦事處</li> <li>3. 其他政府相關的服務：快速追蹤簽證與入境、協調海關進口會議材料、協調相關政府機構、安全的禮賓服務</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 擴充展示產業基礎設施及升級。</li> <li>2. 展會專業化、大型化、國際化</li> <li>3. 提高展示產業之國際競爭力</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供會議場地、住宿、交通等資訊</li> <li>2. 社交活動安排及會前/後觀光行程選擇之建議</li> <li>3. 官方網站會展活動日曆露出宣傳</li> <li>4. 提供官方宣傳標誌</li> <li>5. 透過馬來西亞觀光局海外辦公室向會展活動相關組織傳達活動訊息</li> <li>6. 快速通關</li> <li>7. 提供會議宣傳海報制式樣版</li> <li>8. 提供紀念品領取</li> <li>9. 提供開幕宴會或社交晚宴文化表演活動</li> <li>10. 於活動現場提供旅遊諮詢</li> <li>11. 官方支持信函</li> <li>12. 協助場勘</li> <li>13. 對新爭取之協會型會議給予經費補助</li> <li>14. 協助拜會馬來西亞航空公司與其他政府單位</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立健全法規與規章，理順管理體制與機制</li> <li>2. 制訂扶持會展業發展的政策</li> <li>3. 培育專業會展公司，扶持品牌展會發展</li> <li>4. 提升與優化會展設施</li> <li>5. 加強會展業人才培育，適應會展業發展需要</li> <li>6. 加強會展業與旅遊業的結合</li> <li>7. 加速會展行業資訊化建設</li> </ol>
具體措施-會議	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供爭取舉辦國際會議資訊及其他支援措施</li> <li>2. 舉辦國際會議之捐款募集、管理、款項交付及其他圓滿舉辦之相關協助</li> <li>3. 對從事促進爭取圓滿舉辦之業務相關人員提供研修訓練</li> <li>4. 對能促進爭取圓滿舉辦之相關事項進行調查研究工作</li> </ol>					

## 貳、現況與挑戰

經濟部國際貿易局於民國 98 年進行全面性之會展產業問卷調查作業，以推估民國 97 年會展產業產值，估計直接與週邊效益達新台幣 714 億元，就業人數為 12,815 人。

### 一、我國會展產業發展概況

#### (一) 會議產業基本資料

會展產業調查結果顯示我國會議產業之產值（即直接產業收益）在民國 97 年為新台幣 86.31 億元，約占會展產業 3 成產值，其中以設有會議室的旅館業所創造出的產值最多，達 57.5 億元（占 66%），而場地管理者在會議活動上亦有 16.75 億元之產值，至於主要籌辦會議活動的專業會議籌組公司（以下簡稱 PCO）跟公關公司因廠商數較少，所貢獻產值約為 5.42 億元。

#### (二) 國際會議類型與我國之舉辦現況

因國內會議並無明確定義與範疇，以致資訊無法完整取得，現以經濟部國際貿易局委託經濟部推動會議展覽專案辦公室之調查研究及參考國際組織之報告，將國際會議分為協會型會議（association）、企業型會議（corporate）、政府型會議（government）及其他國際會議：

1. 協會型會議：國際協會組織每年定期舉辦的會議屬協會型會議，主辦者由各地區參與的會員國或城市輪流擔任，也就是各地區的會員組織負責籌辦該協會當年度會議。

2. 企業型會議：企業為經營管理目的所舉辦的會議稱為企業型會議，包括股東會議、產品發表會議、管理會議、訓練會議等。此外，部分企業型會議（例如經銷商會議、金融保險會議）亦具有獎勵性質，常有會議加上獎勵旅遊的情形，甚至直接在旅遊行程中穿插各相關會議。

3. 政府型會議：由各國政府所組成的國際組織（如：UN、APEC、WTO）舉辦之會議，稱為政府型會議。根據外交部民國 97 年外交統計年報，我國參加政府間國際組織共有 48 個，在 96 年於國內外共參加 242 場政府型會議，其中在我國舉辦只有 23 場，由此可知政府型會議市場還有成長的空間。

4. 其他國際會議：無法歸類於前述分類的會議，包括宗教會議，以及非定期舉辦的會議（例如學校主辦的國際論壇，或者醫院舉辦的國際研討會），此類會議無定期輪流舉辦，故歸屬於其他國際會議。

目前各國國際會議排名係以國際會議協會（International Congress & Conference Association, ICCA，以下簡稱 ICCA）所公布的統計排名最廣為人知且具公信力，不過 ICCA 所統計的會議以協會型會議為主，且需符合 50 人以上參加、定期舉辦以及至少輪流在 3 國以上舉辦的條件才可列入統計，未包含企業型國際會議及政府型國際會議。根據 ICCA 於 2010 年公布的統計排名，在 2009 年我國有 91 場會議符合該組織認定之協會型國際會議，全球排名第 32 名。若以城市排名來看，2009 年在台北舉辦的協會型國際會議有 64 場，全球排名第 25 名；高雄有 14 場，排名第 121 名。

若由近十年會議產業來看，ICCA 公布 1999 年至 2009 年我國舉辦協會型國際會議排名，從 2007 年我國協會型國際會議場次有較明顯增加。以會議主題分類來看，則醫學類會議居多（占 19.84%），其次為科技類國際會議（占 19.19%）、科學類國際會議（占 11.75%）（詳見表 1、2 與圖 1）。

表 1 歷年 ICCA 認列我國舉辦協會型國際會議數

年度	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
台灣	場次	49	39	43	62	46	68	66	63	99	79	91
	占全球	1.11%	0.76%	0.85%	1.05%	0.77%	0.95%	0.91%	0.82%	1.31%	1.06%	1.10%
	全球名次	27	33	33	30	36	35	36	36	28	35	32
台北	場次	36	29	38	44	32	51	54	44	74	52	64
	占全球	0.81%	0.57%	0.75%	0.75%	0.54%	0.71%	0.75%	0.58%	0.98%	0.70%	0.77%
	全球名次	20	30	23	24	33	26	28	36	17	32	25
高雄	場次	2	3	2	5	4	5	3	13	8	11	14
	占全球	0.05%	0.06%	0.04%	0.08%	0.07%	0.07%	0.04%	0.17%	0.11%	0.15%	0.17%
	全球名次	231	215	267	195	224	209	254	124	180	141	121
全球合計	場次	4,424	5,101	5,069	5,898	5,978	7,147	7,232	7,648	7,578	7,475	8,294

資料來源：ICCA, statistics report-the international association meetings market1999-2009。

表 2 ICCA 認列 2009 年亞洲國家排名

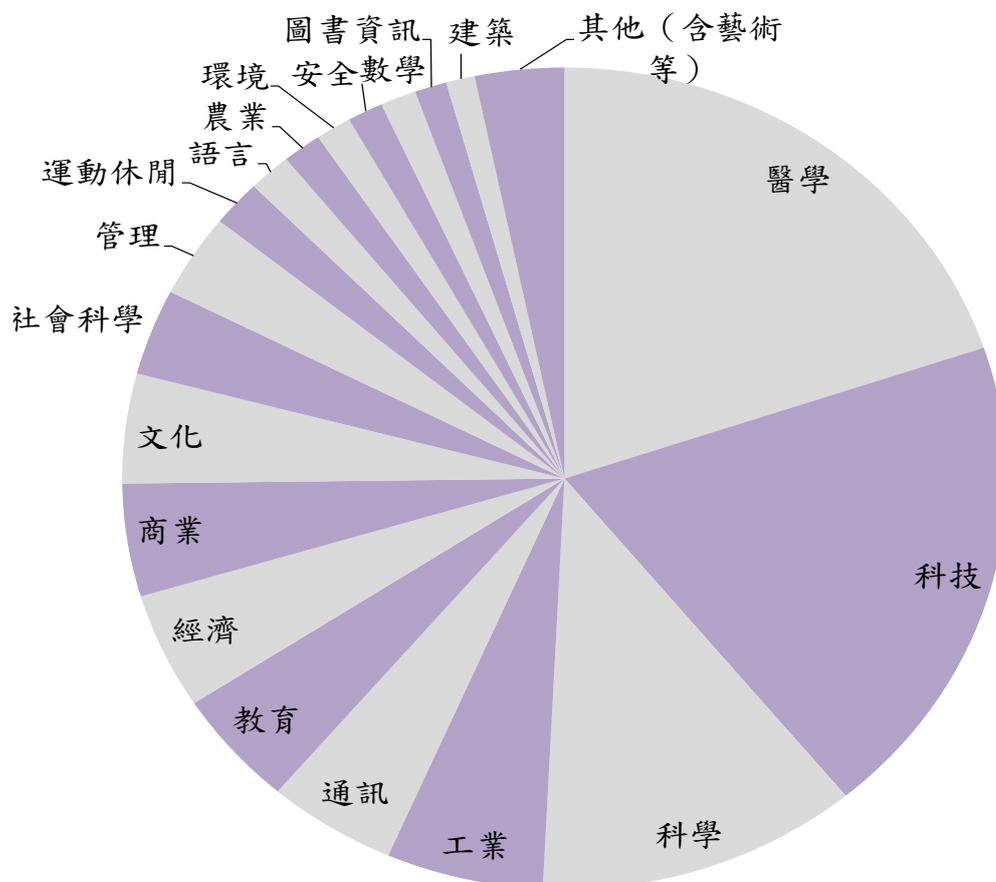
名次	舉辦國際會議 (國別排名)	舉辦國際會議總數 (場次)
1	日本	257
2	大陸	245
3	南韓	176
4	新加坡	119
5	泰國	103
6	馬來西亞	96

7	台灣	91
7	印度	91
9	香港	67
10	印尼	31

註：不含太平洋地區與中東地區

資料來源：ICCA

圖 1 近十年 ICCA 資料庫登錄我國協會型會議類別



資料來源：ICCA Association Database。

然而，國際會議不僅限於 ICCA 所認列的協會型會議，尚有企業型會議、政府型會議，根據經濟部推動會議展覽專案辦公室蒐集結果，民國 96 年於我國舉辦之國際會議共有 129 場，其中協會型會議有 126 場（以科技類國際會議居多，占 25.4%），企業型會議有 3 場。

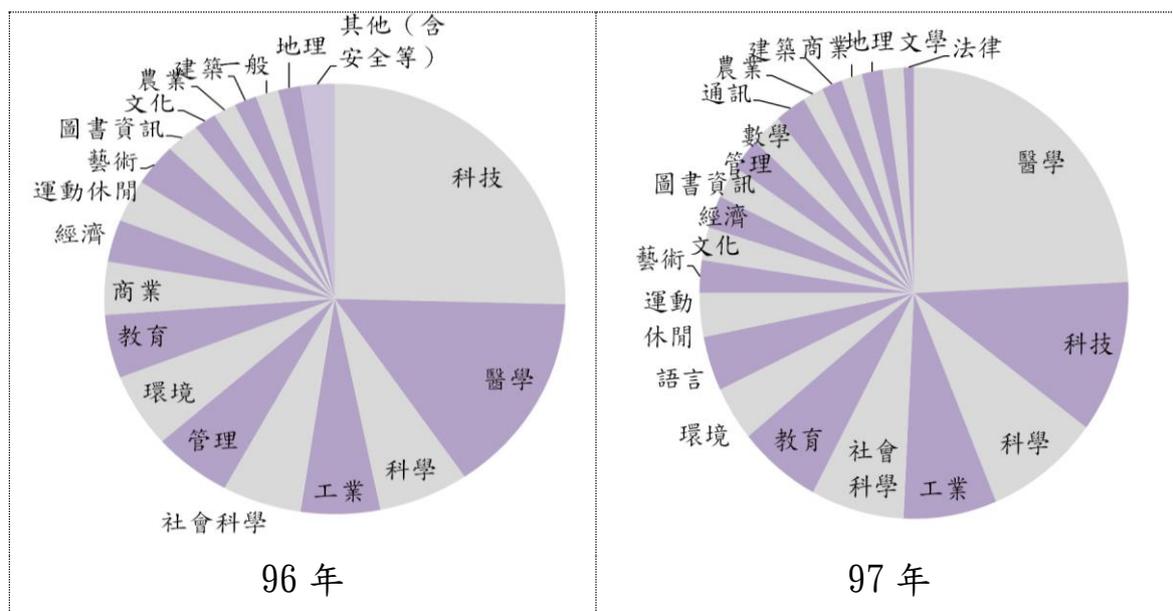
而民國 97 年於我國舉辦的國際會議有 144 場，其中有 1 場是政府型會議、129 場是協會型會議（醫學會議最多，占 24.22%）、14 場為企業型會議。至民國 98 年則國際會議達 233 場，包括 16 場政府型會議、186 場協會型會議（醫學會議與科技會議並駕齊驅，分別 20.1%）及 31 場企業型會議。民國 99 年仍持續蒐集國際會議名單，截至目前已蒐集 249 場，包括 4 場政府型會議、231 場及 14 場企業會議（詳見表 3 與圖 2）。

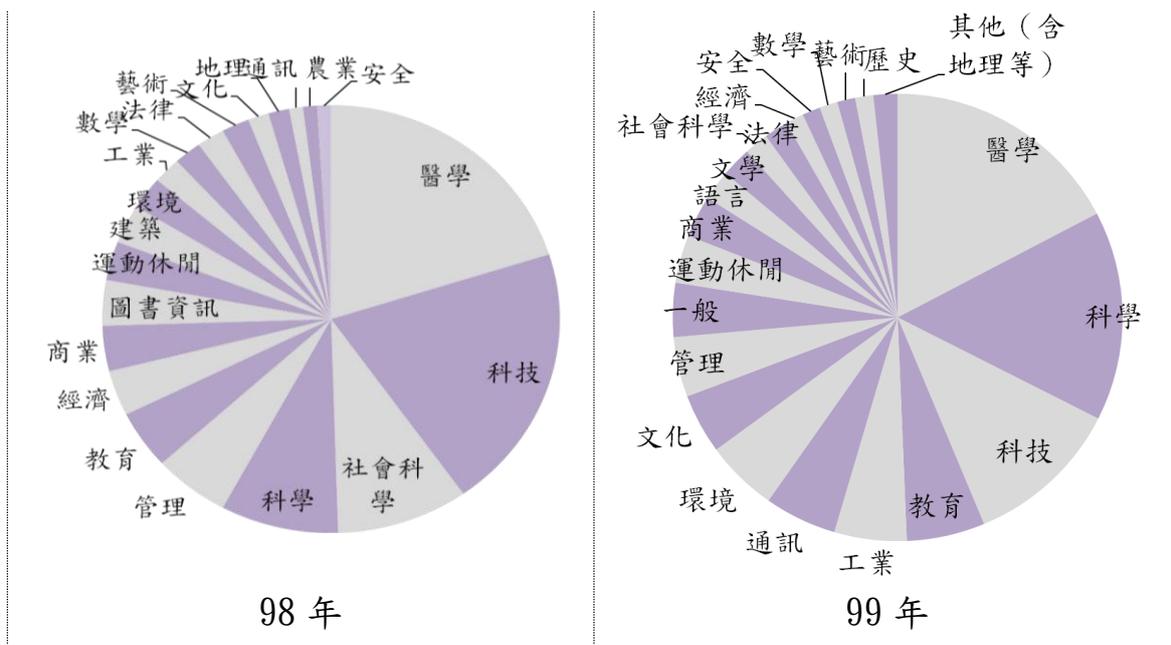
表 3 我國近 4 年舉辦之國際會議數

年度（民國）	協會型會議	企業型會議	政府型會議	小計
96	126	3	0	129
97	129	14	1	144
98	186	31	16	233
99*	231	14	4	249

註：1. 此處之協會型會議不限 ICCA 定義之國際會議。2. 民國 99 年資料持續蒐集中，表列數字為截至目前已知預定在台舉辦之會議。  
資料來源：經濟部推動會議展覽專案辦公室。

圖 2 我國近 4 年舉辦之國際會議類型





資料來源：經濟部推動會議展覽專案辦公室。

至於來台參加國際會議的外國人士數，依據交通部觀光局公布的觀光統計年報，民國 88 年約有 3 萬名外國人士來台參加會議，至民國 98 年已成長至將近 7 萬人，可見外國人士來台參加會議呈現增加之趨勢（表 4）。

表 4 外國人士來台參加國際會議情形

單位：萬人

年份（民國）	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98
外人來台目的：會議	3.1	3.5	3.9	3.4	3.2	4.4	5.0	5.3	5.8	5.9	6.9

資料來源：交通部觀光局，觀光統計年報。

### （三）展覽產業基本資料

民國 97 年我國展覽產業產值（即直接產業收益）達新台幣 158.47 億元，占整體會展產業直接產值 303 億元之一半。其中，會展物流業、有辦展之公協會、專業展覽籌組公司（以下簡稱 PEO）與會展設計裝潢業所占產值居多，各占 24%、21%、21%及 13%，其他如場地管

理者之產值亦達新台幣 10 多億元。

#### (四) 我國舉辦展覽現況

在展覽使用面積與展覽數量方面，依國際展覽聯盟 (union des Foires Internationales, UFI，以下簡稱 UFI) 的「The trade fair industry in Asia」最新研究報告顯示，從 2004 年至 2009 年我國展覽使用面積排名約在亞洲第 6 名至第 8 名之間，而展覽數量因部分展覽為數年舉辦一次，故介於 40 多場至 60 多場 (表 5)。

表 5 歷年 UFI 認列亞洲重要國家展覽舉辦情形

單位：平方公尺；場

年份		2004	2005	2006	2007	2008	2009
台灣	使用面積	301,250 (第 7 名)	341,000 (第 6 名)	409,750 (第 7 名)	365,000 (第 8 名)	458,500 (第 7 名)	487,250 (第 7 名)
	展覽場次	47	58	60	46	62	63
澳洲	使用面積	-	-	410,250	445,250	510,250	519,500
	展覽場次	-	-	151	168	165	166
中國大陸	使用面積	3,551,500	3,761,750	5,568,250	6,716,250	7,647,500	8,163,250
	展覽場次	555	567	587	456	493	514
香港	使用面積	501,000	523,250	776,250	803,750	822,500	787,000
	展覽場次	56	55	82	84	85	88
印度	使用面積	327,500	475,250	431,500	648,250	693,500	703,500
	展覽場次	130	130	158	113	131	112
印尼	使用面積	123,250	171,000	169,500	186,500	161,000	163,250

單位：平方公尺；場

年份		2004	2005	2006	2007	2008	2009
	展覽場次	56	55	54	48	41	43
日本	使用面積	2,107,000	2,156,750	2,174,250	2,196,750	2,056,750	1,977,500
	展覽場次	476	473	475	362	360	326
韓國	使用面積	509,000	515,250	528,000	694,500	745,750	774,750
	展覽場次	141	139	140	151	146	154
澳門	使用面積	-	-	-	39,250	66,250	97,750
	展覽場次	-	-	-	10	16	15
馬來西亞	使用面積	120,450	165,500	246,000	247,250	223,250	233,750
	展覽場次	41	54	57	53	47	43
巴基斯坦	使用面積	38,000	41,250	61,500	67,000	64,250	64,750
	展覽場次	17	17	32	21	25	26
菲律賓	使用面積	120,250	124,250	114,000	92,750	80,500	82,000
	展覽場次	62	62	59	58	35	36
新加坡	使用面積	179,250	182,000	201,500	206,250	229,250	241,250
	展覽場次	53	52	59	52	69	74
泰國	使用面積	211,750	274,250	380,500	373,750	448,750	466,500
	展覽場次	65	56	69	63	71	75

單位：平方公尺；場

年份		2004	2005	2006	2007	2008	2009
越南	場次						
	使用面積	28,250	63,500	109,000	113,500	140,750	141,250
	展覽場次	48	41	56	47	47	47
總計	使用面積	8,118,450	8,795,000	11,170,000	12,711,500	14,348,750	14,903,250
	展覽場次	1,747	1,759	2,039	1,732	1,793	1,782

資料來源：UFI, The trade fair industry in Asia。

除 UFI 認列的專業展外，若從我國各展覽館檔期統計全部展覽數，民國 94 到 98 年我國專業展與消費展每年約合計有 174 至 202 場，且在北部地區舉辦的展覽比例超過一半（表 6）。

表 6 歷年我國主要展覽館舉辦展覽數

年份(民國)	94	95	96	97	98
北部	125	126	126	119	124
中部	31	38	29	33	36
南部	18	38	42	17	35
合計	174	202	197	169	195

資料來源：1. 經濟部國際貿易局，「台灣會展產業發展現況與未來藍圖」，全國會展產業發展會議，98 年 11 月 17 日。2. 經濟部推動會議展覽專案辦公室整理。

依經濟部國際貿易局委託中華民國對外貿易發展協會辦理之「加強提升我國展覽國際競爭力方案」，98 年外貿協會主辦 23 項台北國際專業展之國外參觀（買主）人數合計達 69,368 人，比 97 年所吸引國外參觀（買主）67,155 人，微幅成長 3.3%（表 7）。

表 7 近年我國國際專業展之國外參觀（買主）人數

展覽名稱	民國 97 年國 外買主數	民國 98 年國 外買主數	增(減)人 數	成長率
台北國際工具機展	4,180	4,240	60	1.4%
台北國際自行車展	4,688	4,788	98	2.1%
台北國際體育用品 展	2,619	2,573	-46	-1.8%
台北國際汽車零配 件展	5,161	3,206	46	0.9%
台北國際車用電子 展	—	2,001		
台灣國際機車展	892	1,367	475	53.3%
台北國際禮品暨文 具展	714	1,002	288	40.3%
台灣國際銀髮族暨 健康照護產展	72	68	-4	-5.6%
台北國際電腦展	34,685	34,829	144	0.4%
台灣平面顯示器展	3,611	3,528	-83	-2.3%
台北國際食品展	3,896	4,270	374	9.6%
台北國際食品機械 展				
台北國際包裝展				
台灣運動暨休閒產 業展	83	164	81	97.6%
台北國際航太暨國 防工業展	136	246	110	80.8%
台灣國際太陽光電 展	899	1,421	522	58.1%
台北國際電子展	4,082	3,032	205	5.0%
台灣國際 RFID 展	與電子展合 計	682	—	—
台灣國際寬頻通訊 展	與電子展合 計	573	—	—
台灣國際綠色產業	—	415	—	—

展				
台北國際醫療展	636	557	-79	-12.4%
高雄食品展覽會	73	268	195	267.1%
台灣國際會展產業展	—	140	—	—
合計	67,155	69,368	2,213	3.3%

資料來源：中華民國對外貿易發展協會，加強提升我國展覽國際競爭力方案，經濟部國際貿易局委託辦理，98年。

#### (五) 兩岸展覽交流現況

從 UFI 公布的展覽使用面積與數量來看，大陸已成為亞洲重要展覽國家，且大陸又是台灣最大貿易伙伴、台商投資最大地區，兩岸展覽交流為不可避免之趨勢。

早在民國 80 年代初，台商便開始組團參加大陸舉辦的展覽，民國 89 年起，大陸各地城市工商業快速發展，產業紮根興起，各地政府競相興建大型展覽館及會議中心。大陸經濟迅速發展受各國矚目，國際各大展覽集團競相進入大陸辦理展覽，當地展覽公司也如雨後春筍逐漸成立，展覽場次則急速地增加，也因此加速台灣廠商組團參展，甚至到大陸合辦展覽。目前中國大陸同意我國業者赴當地辦展條件為我國業者須與當地主辦單位合辦或委託大陸具主辦資格單位辦理。目前有臺北市電腦公會曾與大陸蘇州劍橋展覽商務有限公司合辦「江蘇電子信息博覽會」(註：臺北市電腦掛名為合作單位)，台北市電機電子工業同業公會亦曾與大陸金展會議展覽有限公司合辦「中國杭州電子訊息博覽會」(註：電電公會掛名為合作單位)

民國 97 年根據「辦理推廣貿易業務補助辦法」向經濟部國際貿易局申請補助赴大陸大陸(香港)參展之公協會共 108 件，至民國 98 年則達 162 件，其中以工具機械/設備展覽與紡織面料/服裝展覽居多(表 8)。在民國 98 年較具兩岸展覽交流指標性之活動為大陸南京台灣名品交易會，於 98 年 9 月 17 至 20 日在南京國際博覽中心舉辦，係由中華民國對外貿易發展協會與南京市人民政府合辦，共計有 750

家兩岸企業參展，使用 1,900 個攤位，展出面積達 37,800 平方公尺，且吸引超過 5 千名買主、26 萬名參觀者入場，為歷年台灣企業在大陸舉辦最大規模之台灣商品交易會。

表 8 我國公協會申請補助大陸（香港）展覽案件

展覽類別	民國 97 年	民國 98 年
工具機械/設備	16	34
電機電子	10	11
禮品/文具/玩具	11	13
鐘錶/眼鏡/珠寶	6	7
紡織面料/服裝	21	25
五金/模具	5	7
茶葉	5	5
汽車零配件	4	4
美容用品	3	3
食品	6	14
家具	2	2
體育用品	2	3
染料/化學	2	2
塑橡膠	2	3
光電	1	—
自行車	1	2
樂器	1	1
建材	1	1
花卉	1	1
電腦通訊	—	4
寵物/水族	—	2
文化	—	1
婚紗	—	2
醫療器材	—	1
綜合	2	8
其他	6	6
合計	108	162

註：根據中華民國展覽暨會議商業同業公會表示，另外未申請補助，而由公協會及民間專業展覽籌組公司（PEO）組團前往大陸參展之案件每年約 150 件。

資料來源：台北市電腦商業同業公會，我國會展業者及廠商前往大陸辦展與參展暨大陸會展業者及廠商來台辦展及參展對我國之影響評估，經濟部國際貿易局委託研究計畫，98 年。

至於來台參展方面，民國 92 年 10 月秋季台北國際電子展以展中展型式辦理「海峽兩岸電子展」，開創大陸企業組團來台參展之先河，往後無論是參展的大陸廠商或參觀展覽的大陸買主逐年增加（表 9）。

表 9 近年大陸來台參展之廠商數與買主數

年度（民國）	94	95	96	97	98
大陸大陸廠商數	39	80	189	310	506
大陸大陸買主數	1,758	2,779	2,872	3,778	5,452

資料來源：葉明水，UFI 亞洲公開研討會，99 年。

#### （六）我國重要之專業國際展覽

因有健全產業根基與產業供應鏈，我國國際專業展不僅量多且質佳，中華民國對外貿易發展協會在我國已舉辦多項大型專業展，另其他 PEO 近年來亦積極辦理專業展，然囿於本身資金與資源較難取得，在規模與知名度方面尚有加強的空間。以下對較知名展覽簡略介紹：

1. 台北國際電腦展（COMPUTEX）：中華民國對外貿易發展協會與台北市電腦商業同業公會聯手舉辦之國際型專業電腦展覽，於民國 71 年首度辦理，前身為「台北市電腦展」，民國 73 年訂定英文展覽名為 COMPUTEX TAIPEI。自民國 92 年起，因台灣資訊科技產業研發、製造實力堅強，產業聚落完整，同業團結合作，逐漸取代上海所舉辦之亞洲電腦、通訊技術展，台北國際電腦展乃穩定地發展成為亞洲第一、全球第二大之電腦展（表 10）。

表 10 台北國際電腦展之展況

年度 (民國)	97	98	99
展覽面積(平方公尺)	40,428	40,482	43,749
廠商數	1,725	1,712	1,715
國外買主數	34,685	34,829	35,017

資料來源：葉明水，UFI 亞洲公開研討會，99 年。

2. 台北國際自行車展 (TAIPEI CYCLE)：民國 68 年起台灣自行車的整車、零件及配件的發展日益進步，而在外銷市場上，也逐漸超越日本地區生產的相關產品，並且美國當地進口的自行車有四分之三來自台灣，可見台灣的自行車外銷市場受到國際之重視。而在 1988 年，享有「自行車輸出王國」的台灣見到自行車輸出大國日本於當年暫停辦理「東京自行車展」後，中華民國對外貿易發展協會便決定將當年「台北國際體育用品展覽會」的「自行車」區域獨立出來，舉辦「台北國際自行車展覽會」，並與機車展合辦。而此一舉辦，受到了美國、義大利、德國、法國、日本、韓國等各國廠商及買主之好評。目前台北國際自行車展已成為亞洲規模最大、全球第二大自行車展（表 11）。

表 11 台北國際自行車展之展況

年度 (民國)	97	98	99
展覽面積(平方公尺)	25,560	25,992	27,162
廠商數	751	762	894
國外買主數	4,688	4,788	5,160

資料來源：葉明水，UFI 亞洲公開研討會，99 年。

3. 台北國際工具機展 (TIMTOS)：工具機為技術密集產業，且所有半導體、電腦、通訊、消費性電子、面板等高科技行業都需高精密機械工業作為生產後盾，高精密機械工業又需工具機為製造基礎，因此一個國家國力及工業水準皆可透過工具機展顯現。台北國際工具機展有近 30 年之歷史，目前是亞洲第三、全球五大工具機展之一（表 12）。

表 12 台北國際工具機展之展況

年度(民國)	94	96	98
展覽面積(平方公尺)	39,374	39,374	81,834
廠商數	642	713	895
國外買主數	3,550	4,180	4,240

資料來源：葉明水，UFI 亞洲公開研討會，99 年。

4. 台北國際汽車零配件展 (TAIPEI AMPA)：台灣在汽車零配件方面品質日趨穩定，且受到國際整車大廠注意。民國 73 年首度辦理「第一屆台灣車輛及零配件展售會」，到民國 77 年更名為台北國際汽車零配件展，目前是亞洲第一大、全球第三大之汽車零配件展（表 13）。

表 13 台北國際汽車零配件展之展況

年度	97	98	99
展覽面積(平方公尺)	26,235	22,787	24,399
廠商數	1,120	993	1,011
國外買主數	5,161	5,207	5,350

資料來源：葉明水，UFI 亞洲公開研討會，99 年。

#### (七) 獎勵旅遊的特性

獎勵旅遊是指公司以旅遊活動做為對於員工的獎勵，以刺激員工的生產力。基於此種深具獎勵意義的特性，國內舉辦獎勵旅遊之產業主要為擁有大量業務人員的保險業、直銷公司、汽車零售業等，或是其他以業績為導向之行業，如製藥業、高科技產業、通信業等產業，也是極具潛力的族群。由此可見，企業一方面藉由獎勵旅遊鼓勵達成業績目標之員工，另一方面亦可激勵其他員工朝業績目標邁進。

獎勵旅遊的內容規劃與體驗有別於一般的員工旅遊，參與者有更多機會深度體驗當地風俗民情，有機會成為旅遊景點的口碑傳遞者，也可能成為旅遊市場的指標。此外，在行程中會特別安排頒獎典禮、主題晚宴或是晚會，以及贈送客製化的小禮品等各式活動，其目的除

了在於讓參與的員工感受到公司對他們的回饋，另一個重要目的則是傳達企業的精神，激勵員工士氣以期未來有更好的表現。因此，表揚大會可謂是企業獎勵旅遊中的重頭戲，讓頂尖的業務員在眾所矚目之下接受表揚，絕對有助激勵員工士氣。

為激發團隊精神、鞏固向心力，多數的獎勵旅遊還會安排團隊建立活動 (Team Building)，透過帶有競賽意味的遊戲，與同仁一起完成任務，其用意在於快速建立合作關係，啟發與建立對彼此的信任。遊戲形式多元豐富，融合在地特色及企業風格，兼顧專業度與趣味性，例如到太平洋島嶼潛水、攀爬雪梨港灣大橋、在紐西蘭高空彈跳，以團隊互助來挑戰個人極限，希望能刺激員工自我突破，讓業績更上一層樓。

#### (八) 獎勵旅遊產業基本資料

根據經濟部推動會議展覽專案辦公室民國 98 年所執行之會展產業調查，在民國 97 年我國獎勵旅遊的產值為新台幣 39.6 億元，參與的行業有旅行業、旅館業、專業會議籌組公司 (PCO)、公關業及口譯業。其中 51% 的產值來自於旅行業者，為新台幣 20.18 億元，另有 18.7 億係來自旅館業者。由此可知，旅行業及旅館業在獎勵旅遊產業中扮演極為重要的角色。

目前一般運作模式為旅行業者負責旅遊行程之規劃與安排，旅館業者主要以配合主辦單位提供客房住宿服務為主。據產業調查結果顯示，旅館業中有 38.48% 的獎勵旅遊業務由旅行社介紹，另有 37.41% 由國內主辦單位主動聯繫。顯見，旅行業與旅館業在獎勵旅遊業務中，需要充分的配合，以創造雙贏的局面。

#### (九) 獎勵旅遊運作概況

獎勵旅遊因舉辦的目的不同而有不同的型態，獎勵旅遊與企業會議可謂是一體的兩面，通常可採定點式舉辦會議連帶旅遊，或可安排參觀同業之商店、工廠或者是大型展覽為主。

國內部分旅行社看好獎勵旅遊市場，近年來已成立新的部門，將獎勵旅遊部門和一般團體旅遊部門分開，派專人深耕經營此市場。承辦此類旅遊團，大多數是靠旅行社過去所建立的良好口碑與人脈關係，較易取得相關的資訊與合作機會。目前國內許多業者積極投入獎勵旅遊市場，不過仍以赴海外的團體（一般稱 outbound）居多，除非業者於國外設立經營據點，則較易於國外進行行銷宣傳，吸引國際人士來台，進而經營國內市場（inbound 市場），否則不易開拓國內獎勵旅遊市場。

由此可知，旅行業者若要承接獎勵旅遊業務，不僅本身需擁有良好口碑與產品品質，與各公司企業也要保持良好互動，以拓展旅行業者的人脈及客源。而影響旅行業拓展獎勵旅遊業務除本身條件外，外在環境如交通的便利性亦是影響的重要因素；舉辦地的飛機航班多寡，將會影響主辦單位前往舉辦的意願，為了降低大隊人馬因轉機帶來的複雜性與不便，擁有較多直飛航班的地點則較容易獲得主辦單位的青睞。其他諸如餐食及餐廳的問題、住宿地點、旅遊景點的規劃等，都是影響獎勵旅遊舉辦成敗之因素。綜觀上述，獎勵旅遊從出團開始至活動結束時，除需要專業提案計畫外，過程中亦必須縝密準備及籌劃，若經營得宜，未來將可爭取更多相關業務，在市場中奠定良好的地位與名聲；反之，則可能嚴重流失客源。

## 二、發展會展產業之優勢

### （一）交通環境

台灣是一個海島型的國家，對外貿易一直是我國經濟發展的主要動力，兩個國際機場分別位於桃園及高雄。台灣在地理位置上位於東亞島弧、亞太地區的中心點，是航空及海運的中繼站，與亞太五大主要港口和太平洋各城市的平均航程和飛行時間皆最短，國際往來非常方便。目前會展集中地的台北市，旅客由桃園機場進入台灣國門後，僅需 40 分鐘即可抵達台北市區。而南部有高雄國際航空站，離高雄市約 15 分鐘車程，另外，在縱貫台灣西部的高速鐵路竣工之後，台

北與高雄之間的距離大幅縮短到 90 分鐘即可到達，整個台灣西部形成「一日生活圈」，讓來台參加會展活動的旅客可以更快速地在台灣南北之間移動。

## （二）觀光資源

台灣各大都會區皆有鄰近之遊憩點，並且可於短時間內到達，舉凡藝文活動、美術館、博物館、美食、溫泉、百貨購物中心、主題遊樂園等，在台北的鄰近地區有陽明山、淡水、金山北海岸、宜蘭等，皆僅約半小時車程；中部地區有溪頭、阿里山；南台灣則靠近墾丁；東部有綺麗的海岸山脈景致及太魯閣國家公園等，國際商務人士來台除了能享有城市多項便捷的商務設施，也能在短時間內接近大自然。而台灣融合荷蘭、西班牙、葡萄牙、日本等外來文化，以及福佬、客家、原住民等固有文化，形成多元的文化特性。體驗完全不同的多元生活。另台灣的生態與地形多樣性獨步全球，豐富的生態資源如能適當運用，發展生態旅遊行程，頗有助於吸引國外人士來台舉辦會展。

## （三）政府支持會展

台灣不論中央或地方政府，對於發展會展產業均投入高度的熱忱及經費支持，在硬體建設方面不僅中央投入資金興建國家會展中心、高雄世貿展會中心，地方政府如台中市政府亦規劃興建水湳經貿園區會展中心；軟體建設方面，不僅經濟部國際貿易局每年編列約新台幣 4.5 億元預算作為執行會展產業發展經費外，教育部、交通部觀光局、行政院衛生署等各機關亦訂有相關補助及獎勵辦法。而總統府財經諮詢小組亦於民國 98 年規劃「台灣經濟轉型行動方案」，將「會展」列入十大重點服務業。因此，我國政府支持會展產業所投入之眾多資源，亦為發展會展產業之優勢之一。

## （四）專業展概況

根據全球展覽業協會（UFI）之統計報告，2009 年台灣總展出面積為 487,250 平方公尺，專業展覽場次為 63 場，為亞洲第 7 名。而展

覽須要有強力的產業做為後盾，我國多項產業如資訊、通訊、半導體、工具機及自行車等實力雄厚，為發展國際展覽的重要基礎。目前我國台北國際專業展覽，部分在亞洲甚或全球同類型展覽中已具領導品牌地位，例如「台北國際電腦展」及「台北國際自行車展」已成為世界排名前兩名、亞洲排名第一名的重點展覽，而「台北國際工具機展覽會」亦為亞洲第三名的重點展覽。

#### （五）國際會議舉辦概況

台灣在舉辦國際會議方面，依據表 1「歷年 ICCA 認列我國舉辦協會型國際會議數」之統計資料，自 93 年起每年約有 60 多至 90 多場的國際會議在台灣舉辦，於 96 年達到 99 場，惟 ICCA 僅計算協會型國際會議，且須於網路上有可查證之資訊才列入計算，然根據表 3「我國近 4 年舉辦之國際會議數」指出，我國民國 96 年已有 129 場、97 年有 144 場國際會議，幾乎是 ICCA 統計數量兩倍之多。加上我國有厚實的學術根基，研究能量豐沛，非政府組織組織活躍，因此發展國際會議的潛力十足。

#### （六）會展場地設施

台灣相對於亞洲許多城市，展覽館及觀光旅館設備實屬完善，在南港展覽館完工後，短期內已解決大型展覽攤位不足的問題。另台灣因為資訊科技發達，會展科技也隨之先進，且台北市做為全台首屈一指的會展城市，其無線寬頻網路住家人口覆蓋率高達九成以上，對國際商務人士而言是相當好的選擇。

#### （七）國際化程度

我國會展活動高度集中的台北市相較於台灣其他城市，相對擁有較完善的基礎建設，舉辦會展的設施也最完備，國際化程度較高。此外，在貿易環境方面，我國在貿易自由化的風潮推動之下，逐年移除貿易障礙，例如近年來已成功加入世界貿易組織（World Trade Organization, WTO），而 ECFA 之簽訂，未來將使更多有形及無形商品能自由流通於兩岸之間，有助於會展活動之蓬勃發展。

### 三、會展產業現階段所面臨之挑戰

從國際排名來看，我國會議產業與同屬「亞洲四小龍」的香港差不多，但落後於新加坡及韓國；展覽產業排名則勝過新加坡，但不及香港及韓國，可見我國尚有成長空間；至於獎勵旅遊因應近年亞洲其他地區相當積極努力經營，我國亦需積極加強提升我國獎勵旅遊競爭力。目前影響我國會展產業發展之整體性問題如下：

#### 1. 會展場地設施不足

從會展軟硬體建設與會展活動的空間來看，我國無論會展場地、交通與住宿設施或會展活動，均高度集中在北部地區，而北部以外地區除場地設施不足外，周邊服務所需各項軟硬體建設更是遠不及北部地區（例如大眾運輸建設）。

我國會議中心、展覽中心、旅館、學校及各機關公司內，大多設有會議室以供舉辦會議，然目前大型會議場地不多，可容納3,000人以上的僅有台北國際會議中心大會堂(3,100人)、台北小巨蛋(15,000人)、高雄巨蛋(15,000人)及林口體育館(15,000人)；台北世界貿易中心南港展覽館4樓無柱式展覽空間移作會議空間使用，則可容納18,000人。此外，可容納1,000~3,000人的場地則有國父紀念館大會堂(2,500人)、台大綜合體育館(2,100人)、陽明山中山樓文化堂(1,200人)、蓮潭國際文教會館國際全廳(1,000人)以及部分旅館(包括台北晶華酒店、台北君悅大飯店、台北王朝大酒店、台北喜來登大飯店、新竹國賓大飯店、台中長榮桂冠酒店、台中金典酒店、鹿港立德文教休閒會館、高雄國賓大飯店、高雄漢來大飯店、宜蘭蘭城晶英酒店、高雄金典酒店等)。

綜觀上述場地，可提供完整且專業的會議服務者僅有台北國際會議中心，其餘則為展覽館、體育場館或旅館設施，但因非屬專業會議場地，因此在設備與舒適度方面仍有許多限制與不便。

#### 2. 國際航點及航線不足

根據交通部統計資料顯示，民國 97 年我國國籍航空公司飛航國際定期航線計有 66 個營運航點，但有時航空公司因商業考量而暫時停飛該航線（例如巴黎雖為我國國際定期航線營運航點之一，但於民國 96 年 11 月至 97 年 12 月停飛該航線），因此在民國 97 年僅有東京、仁川、西雅圖、香港…等 50 條航線。至於外籍航空公司家數由民國 93 年的 32 家至 97 年減少 9 家，目前僅有 23 家，包括國泰航空、新加坡航空、泰國航空、馬來西亞航空等。由此顯示我國對外交通便利性不足，如此將不利提升國外人士來台舉辦及參加會展活動之意願。

### 3. 國際會展形象與國家整體行銷需強化

我國現在多以交流、參訪考察團、參加國際會議展覽活動、新聞交流及刊登廣告等方式作為海外行銷之方式，推廣我國會展「MEET TAIWAN」標誌及軟硬體設施，惟成效尚顯不足，需持續強化品牌形象及跨部會整合國家行銷資源，才能產生最大綜合效益。

### 4. 會展城市行銷定位不明

現在許多地方城市已嗅到會展產業之商機，瞭解會展產業極具發展前景，著手規劃打造會展城市，可惜缺乏系統性的策略規劃，且對於會展產業未全盤瞭解，尚未掌握發展會展產業之關鍵成功因素。

### 5. 會展人才之專業性有待加強

目前學校之會展課程以會展原理與理論內容為主，不易培養可實際運作會展活動之人才，此外因我國會展產業屬正在發展的階段，具有經驗的專業員工較少，且流動性大，多數員工策劃會展活動之專業性有待加強。

## 三、兩岸經濟合作架構協議（ECFA）簽署後對我國會展產業之影響

### （一）兩岸開放情形

#### 1、會議產業

我國開放大陸業者以獨資、合資、合夥及設立分公司等形式在臺灣設立商業據點，提供會議服務，係依據我國在 WTO 的開放承諾，且於 98 年 6 月 30 日我國已將會議服務業列入陸資來台投資服務業第 1 階段開放項目。中國大陸在會議服務業的開放程度與我國相當，亦允許我國業者赴大陸投資會議公司。

## 2、展覽產業

我國允許大陸企業、事業單位、與會展相關之團體或基金會等來臺從事與臺灣會展產業之企業或公會、商會、協會等團體合辦之專業展覽，惟須符合相關規定。於兩岸簽署 ECFA 前臺灣民間機構已可在大陸舉辦臺灣經濟技術展覽會，惟須聯合或委託大陸具有主辦資格之單位舉辦，且在大陸之招商、徵展應由大陸主辦單位負責，展覽名稱亦應符合規定。

### (二) ECFA 簽署後對我國會展產業之利弊分析

#### 1、會議產業：

##### (1) 開放陸方來台：

我國業者可與中國大陸會議業者合作，爭取共同主辦國際會議，但相較於中國大陸近年大量興建會展場館及具悠久歷史文化特色，我國在場地條件及觀光資源方面較不具優勢。

##### (2) 大陸對我開放：

我國專業會議公司 (PCO) 僅約 15 家，且業者之規模均屬中小型，惟中國大陸屬於人治重於法治之社會型態，重視人脈關係，國內業者受限對於當地周邊業者不瞭解、客戶人脈及企業資源網絡之不足，較不易開拓中國大陸市場，但以中國大陸服務業發展程度，在專業人才及服務品質方面仍有待提升，我國服務業則較具創意、行銷及應變能力，可為發展利基。

#### 2、展覽產業：

(1) 開放陸方來台合辦展覽：

可豐富我國展覽的多元性，提升我國展覽館使用率，並帶動展覽周邊經濟效益與觀光效益。另可促進中國大陸對我國投資，除增加對我廠商的採購商機外，兩岸商務交流與互信，亦可更加活絡，間接帶動大陸業者對我國投資、合作的可能性。惟當中國大陸廠商參展數量多時，恐易造成與我國業者競爭，衍生低價競爭、搶單、抄襲等問題。因此經濟部將訂定相關規定，嚴格把關在台合辦展覽大陸法人團體資格及展覽計畫，以防杜弊端產生。

(2) 陸方開放我赴大陸辦展：(非屬 ECFA 早收清單項目，係依大陸「在祖國大陸舉辦對臺灣經濟技術展覽會暫行管理辦法」)

我國展覽核心業者-辦展及徵展之專業展覽籌組公司 (PEO) 共 45 家，就業人數為 816 人，產值約為 34.5 億元。另依據經濟部國際貿易局 98 年委託臺北市電腦商業同業公會所作之研究報告，目前中國大陸經營展覽之公司近 3,500 家，從業人員達 15 萬人。顯示我國展覽產業市場與陸方差距甚大，且中國大陸的展覽市場 (展覽使用面積) 較我國大，其一線城市已有國際知名展覽公司進駐，我國展覽服務業者於二、三線城市尚可居於領導地位，有機會持續開發不同城市的展覽市場。由於國際一級展覽公司及各產業大廠均已登陸發展，鼓勵與開放我國業者赴大陸拓展，除可與國際接軌外，並可增加商機。

## 參、現行相關政策及方案

### 一、行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組

行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組（以下簡稱本專案小組）於 93 年底成立，並獲 93 年 11 月 25 日行政院觀光發展推動委員會（以下簡稱政觀推委員會）第 9 次委員會議通過「行政院觀光發展推動委員會 MICE 專案小組設置要點」。本專案小組之運作功能及辦理情形如下：

（一）任務：我國會議展覽產業發展政策與執行方針之研擬、調整及督導；會議展覽產業之資源整合及管理協調；促進會議展覽產業環境之改善及國內外投資；提昇我國會議展覽產業之國際競爭力；加強國際宣傳，促使國際會議展覽活動來台舉辦；設立「補助國際會展或活動經費審查及運用小組」，負責補助爭取及辦理國際會展活動經費申請案之審查；其他有關會議展覽產業發展事宜之協調事項。

（二）成員：召集人由經濟部常務次長兼任，副召集人由經濟部國際貿易局局長兼任，其餘委員包括：交通部觀光局、外交部領事事務局、外交部非政府組織國際事務委員會、內政部入出國及移民署、教育部技職司、行政院大陸委員會經濟處、經濟部商業司、經濟部投資審議委員會、經濟部中小企業處、經濟部研究發展委員會、經濟部投資處及學者專家及業界代表等。

（三）討論之重要議題：自 94 年迄今已召開過 9 次會議，討論頗多跨部會重要議題，對於會展產業之具體貢獻如下：

1、「外籍人士（含大陸人士）來臺參加國際會議展覽彈性入境機制施行作業要點」及「行政院觀光發展推動委員會推動國際會展活動補助原則」之訂定及修正。因此 98 年順道觀光每人補助上限由新台幣（以下同）500 元提高至 800 元，99 年度在台舉辦會議最高補助上限由 200 萬元提高至 280 萬元；並加邀教育部、國科會、衛生署等政府機關擔任會展補(捐)助案件審查委員。透過上述修正措施，99 年共計

補助 264 件計畫，較 98 年增加 116 件，增加幅度達 66%，補助總額約達 7,000 萬元。

2、為結合文化創意產業與會展產業之能量，建議開放使用各特色場地，並就故宮博物院（正面廣場、至善園）、台北賓館、中正紀念堂兩廳院等特色場地，請相關主管機關考量開放作為國際會展活動之場地，以吸引更多國際會展及獎勵旅遊活動在台舉辦。故宮博物院已同意該院正面廣場及至善園週六均可延長開放時間，且活動內容倘非商展攤位亦不具交易性質，並包含藝術、文化之表演節目在內之會展附屬活動，均可同意申請。

3、為推動大陸台商返台舉辦企業會議或員工教育訓練，爰建議內政部入出國及移民署放寬大陸人士來台人數，移民署經修正「大陸地區人民來台從事商務活動許可辦法第 6 條」，並已於 99 年 4 月 2 日發布實施，放寬邀請單位每年邀請人數限制，最高可達 800 人次。

4、為利已確定在台辦理之國際會議順利舉行，並使國際組織將台灣列為辦理會展之首選地點，請相關單位及地方政府建立單一窗口或指定專責人員，並提供所需之協助，爰 99 年 1 月 23 日至 28 日於南港展覽館舉行之「2010 拜耳先靈醫藥年會」，與會人數總計 3,000 人，即透過此機制協調相關單位提供快速通關、管制區接機、機場海報及旗幟懸掛等協助；以及「2010 年明基電通全球經銷商大會 (BenQ Global Distributors' Meeting)」8 月 29 日至 9 月 1 日於南投日月潭舉辦經銷商會議，近 400 名全球高階主管、代理商及媒體記者參與，亦請相關單位提供包括桃園機場懸掛宣傳旗幟並放置宣傳物及海報、函請南投縣政府邀集相關單位召開協調會議討論活動之相關配合事宜等協助事項。

5、為使人才供需兩端對會展產業所需人才有一致之參考標準，協助學校、培訓機構及企業，以相近的條件培育及選用人才，使人才能充分為產業所用，經濟部貿易局 99 年委託經濟部會議展覽專案辦公室進行訂定會展產業職能基準之研究案，期能提供學習者有效之學

習目標，以及提供僱主符合其所需人力之職能標準。並於 MICE 專案小組會議中提出報告分享研究結果。

未來倘涉及跨部會議題將持續透過本專案小組之協調機制，有效解決問題並共商我國會展產業之發展方向，以加強並發揮本專案小組之功能。

## 二、台灣會展躍升計畫

經濟部國際貿易局自 98 年起推動 4 年期「台灣會展躍升計畫」(民國 98-101 年)，項下包含「會展產業整體推動計畫」、「會展推廣與國際行銷計畫」、「會展人才培育與認證計畫」及「爭取國際會議在台舉辦計畫」等 4 個子計畫，其推動內容及目前成果如下：

(一) 會展產業整體推動計畫：主要為設立會展單一服務窗口積極推動我國會展產業，提供國內會展業者相關協助，以提升會展業者之能力及國際競爭力；透過會展產業之研究，提出相關建議，以供產、官、學、研等參考使用；協調整合政府部門資源以及各執行單位計畫；辦理會展政策宣導與補助事宜。99 年截至目前計畫成果為補助 264 件國際會展活動、針對產業調查已完成 16 個會展業者以及 4 個會展需求單位訪談、舉辦 3 場政策說明會、協助 58 場國際會議辦理、首次試辦「會展卡」並已取得 68 家商店優惠方案、首次進行「商機媒合機制」並透過該機制進行 9 件媒合作業。

(二) 會展推廣與國際行銷計畫：主要為建立我國會展品牌形象、加強會展國內外宣傳推廣，及提升我國對外整體國際形象，以有效增加外人來台舉辦與參加活動之機會；建置及管理會展總入口網站，以提升會展產業之核心資訊能力，建構會展資訊流通平台與資料庫，並整合會展資源，透過網站連結交換、舉辦不定期的網路活動、關鍵字廣告以及資料庫行銷等方式，提供完整資訊及提高曝光量。99 年度截至目前台灣會展總入口網站已新增 3,516 名會員，累計達 19,714 名會員，總參訪網頁數達 734,230 次。建置會展資料庫，包括

365 筆場地資訊、2,699 筆廠商資料，會展活動場次累計 1,116 筆；海外活動檔期 1,213 筆，供各界搜尋使用。

(三) 會展人才培育與認證計畫：主要為推展人才培訓機制及建立專業認證制度，以提升會展從業人員之專業性與產業人員素質，並藉由有系統培育與評估會展專業人員，達到訓用合一目標，以協助產業強化經營能力及國際競爭力。99 年截至目前已開辦主持人/接待人員訓練、參展行銷、會展英語等各類培訓課程，共計 25 班，培訓 1,155 人次。「會議展覽產業專業人員初階認證考試」自 96 年起開辦，至 99 年已屆第 4 年，計有超過 7 千人次報考，前 3 年逾 2 千 6 百人通過考試，順利取得及格證書。99 年並首度規劃辦理「會議展覽產業專業人員進階認證考試」，將「會議」與「展覽」分開考試，要求 TOEIC 成績需達 650 分以上才能報考，並有相關實務工作經驗才能報考；未來並將研議開辦高階認證考試。

(四) 爭取國際會議在台舉辦計畫：主要為宣導及協助國內政府部門及民間團體或法人爭取國際會議在台舉辦，並透過整合相關資源與媒合國內國際會議籌辦公司之專業服務能力，以提升競標成功機率，將可帶動國內周邊產業之經濟效益。提供之協助包括：提供競標諮詢服務；提供各項競標工具（如競標計畫書範本、簡報檔範本、台灣會展環境文宣與贈品、政府部門支持信函）；規畫總會在台場勘活動並陪同勘查場地；籌組競標團隊（籌組爭取單位、會展周邊業者與政府單位，包括駐外單位）；提供爭取階段之經費補助等；協調整合跨部會資源（如協助申請禮遇通關與管制區接機、協助申請機場掛旗、路旗與地貼）。99 年迄今共協助爭取國際會議在台舉辦計 118 件，截至目前已確定成功 20 件；並已協助民間單位加入國際組織或擔任重要職務，共計 9 件。

### 三、加強提升我國展覽國際競爭力方案

雖然我國展覽產業在亞洲仍具一定競爭力及地位，但亞洲主要國家展覽產業亦積極擴張，對我國展覽排名產生威脅，亞太地區展覽之

競爭日趨激烈；另就個別展覽而言，除部分大型展覽包括電腦展、自行車展、汽車零配件展、體育用品展、食品展等具競爭力展覽外，部分展覽包括電子展及禮品展等受廠商外移或產業變遷影響，更面臨展出規模縮減或停辦之情況，須積極提升競爭力。此外，我國係以外貿為導向之經濟型態，展覽則是我國產業發展櫥窗，因此協助產業建構對外拓銷平台至為重要；我國產業因受國際經濟分工變動影響，部分產業刻面臨轉型及外移之壓力，另一方面部分產業則積極萌芽及興起，由於展覽業係為產業及貿易需要而產生，故須加強研發及開辦新展。

因此，就總體及個別展覽情況而言，我國展覽業均須積極加以協助以提升產業及展覽競爭力，故經濟部國際貿易局持續推動「加強提升我國展覽國際競爭力方案」，其方案內容包括配合產業需要開發及強化新展、加強洽邀買主來台觀展採購、擴大辦理重要展覽推廣及造勢活動、建構我國虛擬展總入口網站。透過「加強提升我國展覽國際競爭力方案」，於 99 年預計辦理全新開發及續強化 6 項新展，已辦理完成「台灣國際照明科技展」、「台灣國際健康暨醫療展」等 2 項新展，計 309 家國內廠商參展，使用 655 個攤位，吸引 1,204 名國外人士及 54,534 人次國內人士觀展；在協助 43 項展覽洽邀國外買主部分，已協助 23 項展覽洽邀國外買主，並已有 2,865 名國外買主來台觀展及採購，現場及後續採購金額約 25 億 1,300 萬美元；協助電腦資訊業、自行車業、汽車零配件業、食品業、食品機械、包裝產業、體育用品業、禮品文具業、電子業、塑橡膠業、木工機業、醫療器材業、機車業、環保能源業及太陽光電與綠色產業等 15 項產業辦理推廣及造勢活動；維運 30 項展覽網站，網站流量達 394 萬訪次，提供 3,114 萬頁次網頁內容遞送服務，且有 30,522 名買主使用網站預先登錄。

#### 四、鼓勵獎勵旅遊來台辦理

為爭取國際企業來台旅遊，交通部觀光局自民國 94 年起提供獎

勵旅遊來台辦理優惠措施，邀請海外企業決策者來台熟悉旅遊，並編列獎勵旅遊宣傳手冊。民國 99 至 101 年延續推動「旅行台灣·感動一百」獎勵來台旅遊措施，並配合建國百年紀念活動，擴大獎勵旅遊優惠措施，依國外來台出席人數規模，致贈來台企業專屬特色紀念品及台灣觀光迎賓禮、文化表演等，50 人以上團體依人數可提供新台幣 3 萬至 18 萬元之文化表演。獎助的對象包括宗教、文化及農業團體等，人數超過 400 人以上者，更可申請專案補助。自 97 年 7 月兩岸開放旅遊後，獎勵旅遊快速成長，觀光局 98 年共獎助 252 團(較前一年成長 49%)、人數 60,303 人(較前一年成長 33%)。

觀光局亦針對大型來台獎勵旅遊團體提供行前考察接待及行程中之行政協助，如商請內政部移民署加派人力，協助大陸來台大型獎勵旅遊團體快速通關、協助洽租公家轄屬場地等。

#### 五、補助地方政府發展會展產業方案

為協助地方政府發展會展產業，擴大我國會展規模、促進經濟發展，經濟部國際貿易局於民國 99-100 年辦理 2 年期「補助地方政府發展會展產業方案」，期透過經費補助，鼓勵地方政府與會展相關處室及會展公協會共同研擬當地會展產業發展策略、規劃並執行具城市特色及創意之會展活動。

民國 99 年(第 1 階段)將補助 6 個地方政府進行當地會展研究及規劃具體可行之會展活動計畫，每案補助新台幣 60 萬元，總計經費為新台幣 360 萬元；100 年(第 2 階段)預計自 6 案中甄選出 3 案，實際執行前 1 年研提之會展活動，每案最高補助新台幣 900 萬元，作為實際辦理會展活動之經費。

本年度於申請期限內計收到 8 個地方政府之提案，並已於 5 月 26 日評選出 6 個地方政府，預計於本年 8 月 31 日前提交期中書面報告，並於 11 月 30 日前提報第 1 階段成果報告。

## 肆、執行主軸及推動策略作法

### 一、計畫目標

鑑於我國會展產業需長期輔導與經營，將規劃完整推動策略，循序漸進帶領國內會展業者發展會展產業，並以「擴大會展產業規模，帶動國內經濟及出口大幅成長」、「協助地方發展會展，擴大內需繁榮地方」、「提升會展國際地位，建設台灣成為亞洲會展重鎮」為長期發展之目標。

### 二、計畫主軸與推動策略

本計畫將以「建構具吸引力國際會展環境、建構科技化會展服務」為執行主軸重點。

#### (一) 建構具吸引力國際會展環境

##### 1. 強化會展服務硬體建設

經濟部近年來持續推動大型會展中心之建設，97年完成興建南港展覽館一座；另為擴大發揮展覽館聚集效應，復於96年6月再報請行政院核定「興建國家會展中心（南港展覽館擴建）計畫」，預計99年10月動工，101年底完工。此外，為促進南部地區經貿發展，落實政府推動南北雙核心政策，並帶動南部地區會展產業與觀光產業之發展，經濟部亦已奉行政院核定，推動高雄世貿展會中心新建計畫，預定於102年底竣工、103年正式營運。前述會展中心新建計畫重點如次：

##### (1) 興建國家會展中心(擴建南港展覽館)計畫

鑑於工具機展、電腦展等大型國際專業展攤位需求遠超過南港展覽館容量，且亞洲各國會展市場高速成長、會展產業蓬勃發展、會展設施大型化發展趨勢，為強化我經貿發展與競爭力，有效帶動會展相關產業發展，行政院責成經濟部規劃擴建以南港展覽館為核心之國家會展中心，循地方與中央合作開發方式，由台北市政府提供南港國小

現址街廓土地、經濟部投資 63.67 億元負責興建與營運，共同推動我國會展服務產業，預訂規劃期 2 年、施工期 3 年。並奉行政院於 97 年 7 月 3 日正式核定本計畫案。

本擴建計畫結合現有南港展覽館合計擁有 5,000 個標準攤位，成為北部地區大型國家級專業會展設施，我國將具有舉辦 5,000 個攤位規模大型國際展覽之能力，並發揮南港軟體園區、內湖科學園區及未來南港生技園區產業發展，強化產業國際行銷能力，配合觀光產業政策擴大國際商務客來台人流，吸引跨國企業來台投資，提昇國際經貿地位與國際競爭力，增加就業機會與政府稅收。預定規劃增建規模為 2,200 以上標準攤位(3m\*3m)及可容納 2,400 人大會議廳、中小型會議室之展覽會議設施。

## (2)興建高雄世貿展會中心計畫

由於南部地區缺乏舉辦國際專業展覽會之大型展覽館，工商業界、地方首長與民意代表多年來積極爭取興建大型國際展覽館，以促進南部地區發展。遵照大溪會議裁示及 94 年 6 月 3 日行政院召開「94 年度第 1 次南部八縣市首長會報」決議，為落實「建設南北雙核心」政策，考量民眾意見與實際需求，爰經濟部全力推動於南部地區興建大型國際會展設施，規劃投資 30 億元於高雄多功能經貿園區台灣中油公司成功廠區內興建佔地 4.5 公頃之高雄世貿展會中心。奉行政院 95 年 11 月 30 日正式核定本計畫案。

本計畫將使高雄全球運籌中心功能更為健全，提升海空雙港城市國際形象與國際競爭力，協助廠商開拓國內外市場，增加貿易機會，促進地區產業轉型，帶動會展、觀光與商業服務等相關產業發展，繁榮經濟。預定規劃興建規模為 1,500 個標準攤位 (3m×3m) 及會議室數間之展覽會議設施。

## 2、蓄積辦理大型會展之能量及能力

從會展軟硬體建設與會展活動的空間來看，目前我國舉辦大型會

議場地設施顯不足，如前所述會展產業現階段之挑戰為可提供完整且專業會議服務僅有台北國際會議中心（大會堂可容納3,100人），其餘則為展覽館、體育場館或旅館設施等非專業會議場地（詳見表14）。

表14 台灣會議場地

地區	名稱	會議間數	最大容量（人）
北部	基隆長榮桂冠酒店	7	600
	台北國際會議中心	26	3,100
	台北世貿中心	4	600
	台北世貿中心南港展館	8	512
	台大醫院國際會議中心	13	650
	福華文教會館	21	728
	台北巨蛋(主要非會議用途)	2	15,000
	集思國際會議中心(台大館)	10	364
	台灣科學教育館	6	315
	天母國際會議中心	12	400
	文化大學APA藝文中心	7	228
	圓山大飯店	18	800
	晶華國際酒店	11	1,000
	台北君悅大飯店	16	1,200
	台北福華飯店	11	300
	台北喜來登大飯店	11	1,200
中部	新竹科學園區科技生活館	9	156
	新竹國賓大飯店	7	1,000
	南山人壽教育訓練中心	41	1,000
	台中金典酒店	18	1,080

	嘉義耐斯王子大飯店	5	1,000
南部	蓮潭國際文教會館	6	550
	高雄長谷會議中心	7	340
	高雄巨蛋(主要非會議用途)	2	15,000
東部	花蓮遠來大飯店	8	650

由於距國家會展中心及高雄世貿展會中心竣工尚有一段時程，且鑒於可提供較適當之會議場地均集中於北部，且以台北市居多，因此舉辦3,000人以上之大型活動，可運用現有之會展資源加以活用，以發揮綜效，並參考98年於台北成功舉辦5,000人之「2009國際龍獎IDA年會」及16,000人「美商賀寶芙亞太區高階領袖會議」等大型活動之經驗，謹以在台北市辦理為例，規劃彈性因應推動作法如下：

(1)運用現有會展資源：

- ◆ 大會開閉幕式及分組會議場地：可使用國際會議中心大會堂，並輔以館內其他會議室同步視訊轉播大會堂現場實況，分組討論除可使用國際會議中心其他會議室之外，並可延伸使用鄰近之展覽大樓或台北君悅飯店會議室，作為分場次議題開會地點；此外，南港展覽館、世貿三館及小巨蛋也可提供寬敞的空間，讓主辦單位充分發揮創意加以運用。如「美商賀寶芙亞太區高階領袖會議」即利用南港展覽館4樓無柱空間場地作為主會場（進行專題演講及晚宴），並以1樓展場當成遊覽車臨時接送及停放處。
- ◆ 餐飲：一般國際會議之餐宴不會固定使用與會議相同之場地來辦理，惟建議可使用國際會議中心宴會廳（可容納約1,000人），加上南、北軒及4樓貴賓廳（可容納約1,500人），或使用展覽大樓1至2區（可容納6,000人同時用餐）。
- ◆ 住宿：各國與會代表依其經濟實力不同選擇不同之旅館，茲以鄰

近國際會議中心及展覽大樓15家共6,320個房間數之旅館製表如表15：

飯店名稱	距會場車行時間	房間數
君悅大飯店	0分	856
香城大飯店	3分	96
福華大飯店	5分	606
遠東國際大飯店	5分	422
福華大飯店	7分	606
神旺大飯店	7分	268
台北商旅	10分	59
台北凱撒大飯店	20分	385
喜來登大飯店	20分	517
王朝大酒店	20分	738
天成大飯店	20分	226
台北西華飯店	25分	346
台北晶華酒店	25分	538
六福皇宮	25分	221
圓山大飯店	40分	436

◆ 交通：可與大會合作旅館洽商，由渠提供旅館至會場之定時定點接送服務，為與會者提供最便捷之服務。或與地方政府交通主管機關協調安排交通接駁。

(2)活用特殊場地：國內有許多既有特殊場地可多功能使用，例如具特色或歷史價值之圓山飯店、國立故宮博物院、國立中正文化中心、中山樓等特殊場地，若計畫性加以活用，可於短時間內解決會展活動場地不足之問題，並可透過舉辦多元化之歡迎酒會或大會晚宴，使各國代表在獨具特色之地點，體驗台灣特殊之文化風情，將可達到宣傳台灣文化之效果，例如2009年國際順風社世界大會即使用圓山飯店及中正紀念堂廣場辦理酒會，讓所有與會者耳目一新，對台灣之創意留下深刻印象。

(3)提供行政協助：提供舉辦國際會展活動及順道觀光之經費補助、協助外籍及大陸人士彈性入境、提供部會首長歡迎/支持信函、協調

跨部會行政作業(如大型會議之貴賓機場禮遇通關、管制區接機、道路、機場掛旗及宣傳等)、協助媒體廣宣、協調住宿/會議等場地檔期與價格、安排活動規劃與相關建議，以及邀請相關政府部門首長出席開幕式。

### 3. 整合政府資源，強化辦理會展及獎勵旅遊能力

近年來無論中央或地方政府亦展現積極從事會展發展之決心，投入硬體建設或對會展活動提供補捐助。惟關係著地方會展產業長遠發展的軟體能量卻更為重要，故經濟部國際貿易局已於民國 99 年辦理「補助地方政府發展會展產業方案」，透過經費補助，鼓勵地方政府與會展相關科系及會展公協會研擬當地會展產業發展策略、規劃並執行具城市特色及創意之會展活動，以吸引國際人士、朝國際化發展為目標。未來將持續與地方政府充分溝通，促進地方政府瞭解會展產業，並進一步整合地方與中央之會展資源。推動作法如下：

(1)結合美食、觀光與文創之會展活動：鼓勵地方觀光、美食與文創活動與會展相結合，協調建構良好旅遊環境，規劃特色主題遊程，形塑具有地方特色之會展城市。執行方式如下：

- ◆ 鼓勵地方觀光、美食與文創活動與會展相結合：規劃與相關單位（如縣市政府、經濟部商業司「台灣美食國際化行動計畫」、觀光節慶）合辦會展活動，以推廣當地/台灣之特色產品產業。
- ◆ 透過目前執行中之計畫與文創產業活動相結合：如本局辦理新鄭和計畫項下之「逐陸計畫」，曾於上海春秋季食品展及吉林東北亞貿易博覽會表演具有台灣特色之演出，如原住民山地舞，並興建台灣文創主題館；「2009 年全球採購夥伴大會」開幕活動，邀請在台灣學習大陸武術拳法之外國人士登台演出；漢諾威電腦展台灣之夜，邀請「舞鈴劇場」表演。未來亦將持續透過辦理相關會展活動與文化创意產業相互結合。
- ◆ 形塑具有地方特色之會展城市：與相關單位合辦會展活動，將

活動鮮明的特色深植人心，賦予該城市新的印象，建立具地方特色之會展城市（例如台灣國際蘭花展已成為世界三大蘭展之一，99年的蘭花展有來自32個國家的國際買家到訪，展覽期間外銷接單金額超過產值55億、參觀人數達32萬人次，不僅對蘭花產業帶來龐大商機，亦將台南地區形塑成具有蘭花特色之會展城市）。

(2)協助地方政府發展具地方特色之會展產業：為各地方政府直接辦理會展產業業務之相關人員開辦研習營，藉由邀請專業講師傳授相關知識及經驗，以提升地方政府辦理會展業務之能力；以及透過經費之補助，發展具地方特色之會展活動。執行方式如下：

◆ 開辦研習營：為整合中央與地方政府會展資源，提升各縣市政府會展產業之軟實力，為各地方政府辦理會展產業之相關人員研習營。

◆ 透過經費之補助，發展具地方特色之會展活動：每個縣市發展會展之優勢不盡相同，有些縣市適合舉辦會議活動、有些縣市在展覽產業極具發展潛力，故透過「補助地方政府發展會展產業方案」，對地方政府提案提供經費補助，進行當地會展研究及規劃、執行會展活動計畫，除可協助各地方政府瞭解本身會展產業之發展定位，並支持地方開拓出適合當地且具特色之會展活動。

(3)會展政策宣導：為擴大會展政策之宣傳效果，讓更多業者與民眾瞭解政府會展政策，將持續辦理會展政策宣導活動。執行方式如下：

◆ 持續辦理會展政策宣導活動：為讓更多業者與民眾瞭解政府會展政策與措施、鼓勵民間團體爭取國際會議主辦權，以提升我國之國際地位與專業會展形象，每年持續辦理會展政策宣導活動，例如台灣會展躍升獎選拔、說明會等。

(4)整合資源以協助會展主辦單位：透過緊密溝通網絡，整合中央與地方會展資源，協助會展主辦單位解決籌辦活動時所面臨之跨部會問題，並提供會展業者溝通平台。執行方式如下：

◆ 整合各單位文宣贈品，方便提供資源給會展活動主辦單位：我國中央及各縣市政府、台北市捷運公司等單位皆出版會展活動所用之文宣贈品，此為我國會議及展覽單位於爭取、推廣及舉辦階段時，能充分利用之寶貴會展資源。為解決會議及展覽主辦單位需自行前往各單位申請文宣贈品耗時耗力之麻煩，並確保各主辦單位皆能獲得完整資源作為進行爭取、推廣及舉辦會展活動之後盾，經濟部推動會議展覽專案辦公室發揮單一窗口功能，整合與會展活動相關之文宣贈品，以提供主辦單位使用。

◆ 協助會展主辦單位取得中央、地方政府會展資源：經濟部推動會議展覽專案辦公室作為一溝通平台，與中央及地方政府辦理會展相關單位建立聯絡網絡，持續瞭解當局最新動態及資源提供情形，以協助會展主辦單位取得充分會展資源，促進政府資源有效利用。

#### 4. 爭取國外/大陸人士來台開會/觀展/獎勵旅遊

我國係以外貿為導向之經濟型態，對外拓銷平台之建構至為重要，展覽則扮演採購交易平台；我國亦因展覽成功協助產業拓展國際市場，展覽活動內容及規模逐步擴大，目前已成為一項新興的服務性產業。配合全球化及區域經濟持續發展，亞洲各新興市場，已由生產製造中心逐漸轉為消費重鎮，亞洲展覽業已成為全球發展最快速地區，可預見未來歐美地區展覽業者與亞洲地區展覽業者合作亦將更加緊密。此外，配合商品製造的全球化發展趨勢，全球產業供應鏈由歐美—研發、品牌管理、行銷；亞洲新興國家—提供製造及新興消費市場；至於香港、台灣、新加坡、韓國等東亞國家，則作為歐美國家及亞洲新興國家的經濟發展與市場開發的橋樑。因此，展覽產業在全球產銷供應鏈中扮演了重要平台及關鍵角色，未來發展仍有持續成長空間。

此外，我國擁有各專業領域的人才、科學技術、獨特的自然與人文資源，且特定學術領域（如資訊科技、醫學）之研究水準皆高於鄰

近國家，加上我國包括資訊、通訊、光電、半導體、自行車等多項產業均具有國際競爭力，且在台灣已形成完整的產業聚落，可利用產業背景爭取企業會議來台舉辦。因此，未來不僅持續爭取協會型國際會議，更積極鼓勵國際企業在台分公司爭取總公司之企業年會、區域高階經理會議，或邀請海外分公司員工、經銷商等成員來台觀摩及進行教育訓練或獎勵型會議及獎勵旅遊。推動作法如下：

(1)配合產業需要開發及強化新展：我國部分產業受國際經濟成本、分工與環保的因素影響，陸續轉型或外移；惟配合台灣整體的經濟成長及產業發展需要，部分產業亦隨之興起，此類新興產業因國際市場的通路尚未穩定品牌及知名度尚待建立，須加強協助推廣。由於展覽業係為產業及貿易需要而產生，配合辦理開發新展，將可協助新興產業之發展，增加出口，並擴大周邊行業之發展。執行方式如下：

- ◆ 配合政府推動之 6 大新興產業之醫療照護、生物科技、精緻農業、觀光旅遊、文化創意及綠色能源等為重點，將依產業發展趨勢，進行研究分析並針對具發展潛力之新興產業及其周邊產業開發新展覽，為這些新興產業的發展及努力，建構連結國際市場的交易平台。

- ◆ 新興產業因國際市場的通路尚未穩定品牌及展覽知名度尚待建立，須加強協助推廣。將配合新開發展覽辦理國內、外推廣及造勢活動，建立新展覽國內、外知名度，吸引國外廠商及買主來台觀展。

(2)加強洽邀買主來台觀展及採購：辦理國際性專業展主要目標係為廣邀國際買主來台採購，增加出口及合作商機。由於亞洲各國，均傾全力洽邀國際買主觀展，並提供相關優惠措施等，我國各項專業展部份規模及競爭力仍待提升，須持續協助廣邀買主來台觀展採購。未來將協助洽邀買主將以前述之開發及強化新展、外貿協會舉辦之台北國際專業展或公協會及其他展覽主辦單位，所辦理各項具發展國際展潛力之展覽為主要目標。執行方式如下：

- ◆ 配合產業及展覽需要，提供相關優惠措施，擴大洽邀買主來台，提高展覽國際化程度及展覽國際知名度。
- ◆ 提高廠商參展意願，鞏固並擴大展覽規模。
- ◆ 積極協助推廣具發展為國際展潛力之專業展，擴大我國會展產業規模。

(3)擴大辦理重要展覽推廣及造勢活動：為協助國內主要產業暨相關之專業展，藉由增辦國內外推廣活動，進一步提升展覽國際知名度，擴大產業競爭力及展覽規模，並增加國外買主來台採購人數，拓展對外貿易。執行方式如下：

- ◆ 協助我國出口主力之重要產業辦理國內外推廣活動，提高展覽國際知名度，擴大展覽規模，增加國外買主來台人數及提升產業競爭力。
- ◆ 於展覽期間搭配辦理相關記者會、產業論壇、研討會、發表會等展覽活動，促進產業交流與建構會展產業交易平台。
- ◆ 辦理專業展海外巡迴說明會等國外推廣活動，以提升我國產業整體形象及競爭力。

(4)協助爭取國際會議來台舉辦：持續鼓勵國內民間單位參與國際組織活動及積極協助爭取國際會議來台舉辦，以及鼓勵與協助在台跨國企業辦理企業暨獎勵型會議。另兩岸簽訂 ECFA 後，亦有助於提高大陸企業來台舉辦會議之機會，將促進台商及陸商來台舉辦企業暨獎勵型會議或員工教育訓練。並將整合相關會展資源與媒合會展業者，以提升整體會議競標成功機率。執行方式如下：

- ◆ 積極拜訪學術機構、法人組織及國內外企業，宣傳台灣會展躍升計畫及相關獎勵措施。
- ◆ 鼓勵民間組織積極參與國際組織活動並擔任重要職務，以醞釀爭取國際會議能量，提高爭取成功率。

- ◆ 蒐集潛力國際會議資訊，積極參與國內外會展活動及加強國際組織之連結，積極開發潛力案源。
- ◆ 辦理競標知識及經驗分享研討會，透過邀請具競標經驗之主辦單位代表舉辦座談會方式，使國際會議競標經驗得以推廣及傳承。
- ◆ 結合政府與業界資源，提供各種客製化競標工具、專業諮詢及協助國際總會來台場勘，並視情況籌組競標團隊、提供各項競標支援，提升競標成功率。
- ◆ 拜訪在大陸設立據點之台商企業，鼓勵返台舉辦員工教育訓練或企業會議，並舉辦大陸招商團，以吸引中國大陸會議服務業者至台灣投資或是舉辦國際會議。
- ◆ 舉辦會展環境參訪之旅(Familiarization Tour，簡稱 Fam Tour)，其目的為使具辦理國際會議潛力之買家來台體驗我國多元文化與特殊場地，並予台灣業者洽談，除藉以推廣我國優良環境外，並為業者擴大商機。
- ◆ 我國國際會議以醫學類與科技類居多，將持續協助學術機構、非政府組織等爭取國際會議來台舉辦；至於較少在台舉辦的國際會議類型，例如文化會議，擬配合 6 大新興產業之文化創意產業，積極促進相關國際會議在台辦理。

(5)提供來台開會/觀展誘因：為吸引國外人士來台參加會議、展覽及獎勵旅遊，中央及地方政府皆擬定會展補助辦法（包括「行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補（捐）助原則」、「教育部補助國內文教機構舉辦國際學術會議處理要點」、「行政院國家科學委員會補助團隊參與國際學術組織會議作業要點」、「臺北市政府觀光傳播局贊助機關（構）團體辦理國際會議、展覽暨獎勵旅遊暫行作業要點」等）。經濟部國際貿易局負責「行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補（捐）助原則」（以下簡稱會展補捐助原則）之補助作業，執行方式如下：

◆ 會展補助原則之訂定目的：會展補助原則所需經費係由經濟部推廣貿易基金及交通部觀光發展基金編列預算予以支應，主要為鼓勵爭取與舉辦國際會議及展覽，有效擴大會議展覽服務業規模，並利國內會議展覽服務業發展，達成順道觀光效益。由於會展活動多樣化且多元性，為讓補助對象可彈性活用補助款，以因應國外人士需求設計會展活動，會展補助原則依「辦理推廣貿易業務補助辦法」第六條對補助項目（如場地租金、印刷費、文宣廣告費等）予以規定，但對於補助對象規劃的會展活動並無限制。

◆ 會展補助原則辦理作法：符合「辦理推廣貿易業務補助辦法」第三條之補助對象於公告期間得向經濟部國際貿易局或經濟部推動會議展覽專案辦公室提出申請，再由行政院觀光發展推動委員會設補（捐）助國際會議及展覽經費審查及運用小組（以下簡稱補助小組）審查其申請資格是否符合，決議後委由經濟部推動會議展覽專案辦公室進行後續稽核、發函及核銷作業，最後補助小組於年終彙整當年執行情形及經費支用等資料，提報至行政院觀光發展推動委員會。

(6)提供來台獎勵旅遊誘因：為吸引國際企業來台辦理獎勵旅遊活動，並配合建國百年紀念活動，擴大獎勵旅遊優惠措施，執行方式如下：

◆ 依國外來台出席人數規模，致贈來台企業專屬特色紀念品及台灣觀光迎賓禮，50人以上團體依人數可提供新台幣3萬至18萬元之文化表演。獎助的對象包括宗教、文化及農業團體等，人數超過400人以上者，可申請專案補助，給予承辦之會展公司來台行前考察之接待服務。

◆ 此外針對日本地區獎勵旅遊團體提供委託或分攤招募優惠方案，旅行社招募團體來台且實際送客人數在25人以上、125人以下者，觀光局按每名旅客日幣2千元，提供「委託招募費用」；

126 人以上者則依旅行社提出招募企劃書內容，提供「分攤部分招募費用」。

(7)檢討外籍人士（含大陸人士）專業及商務人士來台限制：訂定「經濟部辦理外籍人士（含大陸人士）來臺參加國際會議展覽彈性入境機制施行作業要點」，以便利外籍人士（含大陸人士）來台參與國際會議展覽及跨國企業會議。以及內政部入出國及移民署修訂之「大陸地區人民來台從事商務活動許可辦法第 6 條」，已於 4 月 2 日發布實施，放寬邀請單位每年邀請大陸人數限制，本國企業國內年營業收入淨額達新臺幣十億元以上，最高可邀請 800 人次。本計畫並將持續檢討外籍人士（含大陸人士）之來台限制、部分地區人民來台簽證問題，以修訂出符合產業發展需求之可行作法。

## 5. 擴大會展國際行銷

在亞洲各國政府相繼投入資源扶植會展產業，亞洲會展市場於全球會展產業中愈顯重要之情況下，除了強化我國會展產業軟硬體之設備，提昇產業本身之競爭優勢外。本計畫也將台灣會展產業之獨特優勢，積極行銷於國際會展市場上。推動作法如下：

(1) 塑造台灣會展品牌形象：持續建立 MEET TAIWAN 品牌形象，透過各式廣宣形式及場合強力曝光，執行方式如下：

- ◆ 整合 MEET TAIWAN 品牌識別：整合文宣品包括：平面宣傳物、影片、吉祥物、禮贈品及網站等，並明確建立品牌核心價值，以單一形象，創造不同主題及話題事件形塑品牌形象。
- ◆ 持續宣傳 MEET TAIWAN 品牌形象：持續加強品牌國際曝光度，包括在台舉辦之國際會議及展覽場合中曝光，創造 MEET TAIWAN 品牌議題行銷；加強品牌知名度，持續在各專業媒體曝光；在對外爭取國際會議場合，宣傳 MEET TAIWAN 品牌；以廣宣製作物，透過各式媒體廣告(平面及電子傳媒、國際機場廣告看板等)及網路活動行銷方式，以實體及虛擬的操作持續強力宣傳品牌形象。

(2)強化國際行銷推廣：協助在台舉辦之大型會展活動整合行銷台灣會展資源，並與國際會展相關協會建立聯繫管道，積極爭取曝光機會。執行方式如下：

- ◆ 協助國內會展活動國際廣宣：依國內大型會議展覽事件，於活動前、中、後期協助國際廣宣，包括撰寫活動新聞稿報導及製作成功案例影片、於出國參展時加強宣傳、會展入口網上同步宣傳、MEET TAIWAN 電子報宣傳等。
- ◆ 積極與國際性會展協會建立緊密關係：整合包裝台灣會展最新資訊，在台舉辦之成功案例、會展最新硬體設備、旅遊景點及政府會展相關政策等，主動且持續創造議題予國際會展相關公協會（如 PEO、PCO、DMC、NPO 等）及國際媒體，藉此推廣台灣為最佳之會議、展覽及獎勵旅遊舉辦地點。
- ◆ 邀請目標市場之會展專業媒體來台進行「國際媒體參訪之旅（Familiarity Tour）」，持續和全球媒體溝通並建立良好關係，透過受邀之國際媒體返國後之專題報導台灣會展環境方式，達成行銷台灣會展環境及拓展台灣在全球會展暨獎勵旅遊市場的能見度。
- ◆ 積極參與 2012 年 ICCA Best Marketing Award(最佳行銷獎) 競賽：提升台灣在國際會議協會之能見度，展現台灣獨特的創意能力與產業能量，同時藉由參與國際競賽活動，以提升台灣會展產業之競爭能力。

(3)建構會展資訊平台：持續強化台灣會展入口網站功能，提供完整會議展覽資訊，並舉辦網路活動，以提升會展網的知名度及使用率。執行方式如下：

- ◆ 充分整合實虛體活動：與實體活動同步，整合宣傳國際大型活動，積極連結國外網站及強力曝光 MEET TAIWAN 網路活動，提升會展網之知名度。

◆ 完整化資訊入口平台：提供會議展覽之完整資訊，如展覽場地坪數及使用檔期，飯店交通設備及會議容納量等，所有資訊皆可於會展入口網上獲得，並透過多樣化之上網設備大幅提升會展入口網之使用率。期藉由完備之會展資料庫、豐富之使用者介面建構台灣會展資訊流通平台，以達到提升會展產業之核心資訊能力目標。

(4)積極參與國外會展活動：藉由參與國際會展組織相關活動（如國際獎勵旅遊暨會議展展覽、國際會議協會之年會等）介紹台灣商務會展及觀光資源，並積極與各國會展業者及潛力買家交流，了解其會展需求並持續加強其對台正面印象，以提升台灣在國際會議市場上之能見度，進而提高來台舉辦會議意願。

(5)邀請國外業者及國際媒體來台進行會展參訪活動：針對國外會議舉辦業者、活動規劃公司、目的地管理公司（DMC）、企業會議決策者及國際重要媒體等單位，主動邀請來台考察會展設施（如會議中心、飯店、表演活動場地等）及旅遊景點，使國際潛在買家及媒體業者實際體驗台灣會展優勢環境，俾利吸引更多國外人士來台開會，促進台灣會議產業商機。執行方式如下：

◆ 辦理會展熟悉之旅：舉辦會展環境參訪之旅(Familiarization Tour，簡稱Fam Tour)，邀請國際會議潛力買家及國際媒體瞭解台灣會展環境及資源，並與國內會展相關業者交流，期能讓潛力會議主辦單位及參與者留下深刻印象，進而有效影響潛力單位規劃相關會展活動來台舉辦之意願，並協助我國於國際上加強宣傳。

## 6. 會展人才培育與認證

隨著國際會展產業快速的發展，並逐步走向國際化、專業化、規模化和品牌化，會展教育和培訓是近年來備受全球業界關注的話題。面對快速發展的會展市場，做好人才的培訓，儲備優質人力資源，乃為刻不容緩之大事。同時，隨著全球經濟整合，各區域性團體及跨國

企業日增，衍生愈來愈多之區域性國際會議；而隨著產業轉型與國際情勢發展，展覽產業亦面對越來越嚴峻之挑戰。為提升會展服務人員之專業性，藉由專業證照制度之推動，有系統地培育與評估會展專業人員，從而達到訓用合一目標，確保會展專業人才之品質，乃一國際性趨勢。另外，並將推動國際合作，邀請國際性會展組織及國際上知名會展顧問公司之專業講師來台授課以及透過交換見習方式與會展先進國家（如韓國、香港、日本等）或國際會展組織辦理人才培訓合作計畫，或安排實習（或見習）課程等，加強人才交流並提升我國會展人才專業能力等；以及充實會展人才內容及建置志工資料庫，提供經驗分享等勵志小品，並定期發布相關新聞稿與訊息，加強宣導人才培訓活動等。推動作法如下：

(1)會展人才培育：開辦培訓課程，長期培養我國會展專業人才，並擬分別朝種子師資培訓及專業人才培訓兩大類進行。執行方式如下：

- ◆ 種子師資培訓：分別邀請來自美國、英國、義大利、加拿大、澳洲、新加坡及馬來西亞等國之會議展覽相關國際組織專業講師來台及國內專家擔任講席，以住校式密集訓練方式，培訓我國會展種子師資，於課程結束擇優秀學員擔任校園精英班教師。
- ◆ 專業人才培訓：專業人才培訓課程規劃方向將分為通識訓練及管理規劃訓練兩大類，分別辦理「主持人、接待人員訓練」、「參展行銷」、「會展英語」、「活動會場設計規劃」、「活動規劃與管理」、「舞台設計規劃課程」、「展覽設計裝潢及工程」、「大型活動案例觀摩與研討課程」、「政府辦理大型活動案例研討」、「國際會議競標課程」、「辦理會展相關議題專題研討會」及國外研習等課程。
- ◆ 辦理實務模擬演練競賽：為增加學員實務機會，辦理模擬演練參展競賽教育訓練課程，以全國大專院校會展相關科系為對象，配合於「台灣國際會展產業展」中舉辦參展競賽活動，並對參賽隊伍事先舉辦教育訓練課程；以及舉行「尋求台灣獎勵旅遊達人

競賽活動」，以撰擬推廣台灣成為新興亞洲會議暨獎勵旅遊目的地之企劃書參賽方式辦理。

(2)會展人才認證：引進國外專業書籍作為認證教材、舉辦國內人才認證訓練及檢測，針對認證檢測開設課程。執行方式如下：

◆ 初階認證檢測：報考資格為大學以上畢業，1年以上會展相關工作經驗或大學及在學學生，參加30小時以上公協會或學校舉辦之會展課程。測驗科目包括會展概論及會展實務2科，平均分數達70分者始發予證書。

◆ 進階認證檢測：報考資格為具備英文TOEIC分數650分以上，以及取得初階證書後，會展相關專職工作經驗1年或受訓60小時以上；或大學以上畢業，2年以上會展相關專職工作經驗。分為「進階會議」及「進階展覽」兩類，測驗科目分別包括「會議英語」與「會議規劃策略」，以及「展覽英語」與「展覽規劃策略」各2科，平均分數達75分者始發予證書。

## 7. 定期進行會展調查研究

產業調查及研究可作為未來施政之參考，協助建立優質的會展環境，為瞭解我國會展產業現況與未來展望，反應會展產業發展趨勢與問題，未來仍將定期進行會展調查與檢討，並且適時公布會展相關資訊，讓業者更加瞭解我國會展產業商機，吸引更多企業投入會展產業。推動作法如下：

(1)定期進行會展相關研究：擴大蒐集研析會展相關數據，建立會展經濟系統與模型。執行方式如下：

◆ 建立會展經濟效益評估模型：由於產業發展瞬息萬變，因此，產業發展相關資訊更新與蒐集，對業者或政府而言均十分重要。會展產業之現況資料蒐集以政府公布之統計資料為主，以建立會展經濟效益評估模型，並利用該模型推估我國會展產業及會展產

業投資建設之經濟效益。

(2)研擬台灣會展產業經營之策略性研究：為使台灣會展產業未來發展方向能有更明確目標，產業政策規劃更顯重要。首先，根據政府對會展產業所設定之發展目標與推動方向，做整體政策規劃；其次，從經營模式角度切入，找出會展產業得以發展之契機與關鍵成功因素，進一步擬定發展數位內容相關策略。執行方式如下：

◆ 進行台灣會展產業經營模式研究：除進行會展產業調查外，另搭配專案拜訪廠商方式進行。首先整理出會展產業領域中之重點廠商資料，並針對主要業者進行拜訪，透過與廠商深度訪談，將可更瞭解產業細部結構特性及產業發展所面臨之關鍵問題及經營模式。透過產調及深入訪談，將業界資源做更完善的整合，可提供會展業者共同開拓市場之輔助，而會展產業產值數據與現況資料，將提供政府更有效掌握會展相關產業之發展，並讓業者在未來經營規劃及佈局上有可供參考或依循之方向。

## 8. 吸引外籍航空業者來台營運

查 98 年國籍、來臺營運外籍及陸籍航空公司經營國際定期航線共計 191 條（包括客運 115 條，貨運 76 條），可達全球 97 個城市。其中外籍航空公司計有 33 家（其中 9 家僅共用班號）及陸籍航空公司 11 家。我國目前已與 50 個國家地區簽署雙邊空運通航協定，航空公司可依市場需求情形飛開闢航線，惟徒有航權並無法立即轉換為航網或航班，仍需依賴整體的經濟發展，方能有效吸引航空公司來臺營運，增加機場之航網、航班。以歐洲航線為例，我與英、法、德、義、捷克、荷蘭、奧地利等各歐洲國家均簽有雙邊空運協定，然多僅由我國籍業者飛航，主要載運旅客多為我赴歐旅遊或從事商務之旅客，歐洲航空業者除荷蘭航空外，並未飛航桃園國際機場。推動作法如下：

(1)交通部民航局將持續視市場需求與相關國家進行航約諮商，以拓展航權，另亦推動桃園航空城發展計畫，期望能藉由相關建設招商及

會展等活動，吸引外籍旅客來臺從事商務及觀光活動，讓外籍航空業者願意來臺營運。

(2)鑒於參與會展人員多屬商務旅客，能提供航空業者較高之營運收入，於積極吸引國際大型會議或展覽在臺舉行，長期在商務旅客增加情況下，提高外籍航空公司來臺營運之意願，不僅可增加臺灣之航網及航班，亦有助於我國未來拓展航權。

(3)桃園國際機場 99 年 11 月改制為國營公司，依該公司訂定之「國營國際機場園區股份有限公司經營機場專用區設施收費基準（草案）」，未來將具有場站費用調整 50%之權限，以吸引外籍航空業者來臺營運。

## 9. 鼓勵民間投資會展產業

會展產業投資型態包括硬體投資（如展覽館、會議中心或旅館內附設會議設施等）及軟體投資（即為提昇勞動生產力所進行投資，包括技術進步、研發投資、設立會展相關公司等），自民國 95 年至 99 年 9 月底，經濟部投資於會展產業硬體建設共 222 億元，含南港展覽館（第 1 期）、南港展覽館（第 2 期）與高雄世界貿易展覽中心暨國際會議中心；民間投資會展硬體設施達 222 億元（詳見表 14）、軟體設施為 1 億 5,790 萬元（詳見表 15）。

經濟部每月召開促進投資擴大招商推動會議，除瞭解民間投資於相關產業之情形，並討論重大投資案推動進展。此外，針對民間投資障礙協助提供解決方案，如國鋁公司之義大會展投資案曾向經濟部反應投資申請流程冗長，爰建議透過經濟部促進投資聯合協調中心啟動政府機關間之協調機制，以協助縮短各期程所需時間。

表 14 民間投資之會展硬體設施

單位：新台幣億元

序號	案件	投資公司	金額	進度	完工時間
1	高雄蓮潭國際文教會館	蓮潭國際	4	已完工	97
2	台東池上日暉國際渡假村	池上日暉	12	已完工	97
3	台中中信大飯店	仲信大飯店	8	已完工	98
4	南投日月行館	日月行館開發事業	20	已完工	99
5	宜蘭天外天國際度假旅館	天外天國際	35	停工中	99
6	日月潭儷山林國際會館	日月潭儷山林國際會館(股)公司	3	興建中	99
7	澎湖福朋大酒店	達步施開發	26	興建中	100
8	澎湖喜來登大酒店	普騰開發	24	內部管線布置規畫中	99
9	永豐棧墾丁度假村	永豐棧國際	30	申請變更地目中	100
10	台中精密機械園區國際展覽館	台灣土地開發	18	規畫書與縣府協調中	100
11	銅鑼科學園區北側會展中心	台灣農林	3	開發評估中	105
12	上福台中港酒店	上福全球科技	9	已取得建照	101
13	宜華國際觀光旅館	宜華國際	30	投資規畫中	103
	總計		222		

表 15 民間投資之會展軟體案件

單位：新台幣萬元

序號	案件	投資公司	型態	金額	營業項目	進度	核准年度
1	亞洲博聞台灣分公司	香港商亞洲博聞公司	亞公司	50	會議服務	營運中	98
2	中華凱岸會展顧問公司	中華凱岸會展顧問公司	新設公司	100	會議服務 展覽服務	營運中	97
3	慕尼黑國際博聞亞洲有限公司	新加坡商慕尼黑國際博聞公司	分公司	50	展覽服務	營運中	98
4	德國科隆國際展覽(股)公司	新加坡商德國科隆國際展覽公司	分公司	--	展覽服務	營運中	97
5	台灣 A&S 集團	香港商法蘭克福展覽公司	購併	2,990	會議服務 展覽服務	營運中	98
6	安益國際展覽(股)公司	德商投資	新設公司	3,000	裝潢設計	營運中	98
7	台灣筆克(股)公司	港商投資	新設公司	2,000	裝潢設計	營運中	98
8	卡爾吉特國際(股)公司	英屬維京群島投資	新設公司	2,000	展覽服務	營運中	97
9	巨蛋展覽(股)公司	日人投資	新設公司	2,000	展覽服務	營運中	98
10	台北名唐(股)公司	港商名唐(香港)有限公司	新設公司	200	會議服務 展覽服務	營運中	97

11	新立通數位 媒體廣告科 技(股)公司	僑外投資	新設 公司	200	廣告服務	營運中	98
12	台灣中泉國 際有限公司	大陸商泉 州中泉國 際經濟技 術合作 (集團) 公司	新設 公司	3,200	會議服務	完成公 司登記	99
	總計			15,790			

交通部觀光局依行政院六大新興產業發展規劃—觀光拔尖領航方案之施政主軸研擬具體措施，其中在振興觀光產業方面訂有獎勵觀光產業升級優惠貸款、獎勵觀光產業取得專業認證補助、獎勵觀光旅館業及旅館業品質提升補助、輔導國內星級旅館加入國際連鎖旅館品牌補助等要點，預定至民國 101 年可帶動民間投資金額 2,000 億以上(包括投資興辦觀光遊憩設施、投資籌建觀光旅館及促參投資等)。

為持續吸引更多民間企業投入會展產業，推動作法如下：

- (1)籌組國際合作/策略聯盟貿易洽談會，赴海外推廣，以媒合及吸引來台商機：蒐集有意願來台投資會議展覽活動之名單，籌組聯盟招商投資團，共同赴外宣傳。
- (2)鼓勵地方城市發展會展產業：與縣市地方政府合作辦理政策說明會，俾使地方政府及業者更了解會展產業，並詳細說明中央政府 99-100 年度推動地方發展會展之獎勵補助措施。期能透過地方政府之參與，帶動地方業者投資發展會展產業。
- (3)積極拜訪民間企業，鼓勵業者投資會展產業：定期掌握會展產業投資現況和潛在投資案例，將資訊提供予民間企業，並鼓勵其投資會展產業。

(4)提供促進民間參與公共建設之優惠：為鼓勵會展企業參與會展建設相關促參案件，並降低業者未來營運的不確定風險，凡符合促參法所規定之重大商業設施促參案可享有融資協助及利息補貼優惠；另針對性質重要且在一定規模以上之會展公共建設，包括基地面積達3.5公頃以上，且設置1,200個以上之標準展覽攤位及1,000個以上之小客車停車位之國際展覽中心；或基地面積達1.5公頃以上，且設置2,000人座位以上之大會堂1間、800人座位以上之會議室2間及400個以上之小客車停車之國際會議中心等，可享有之優惠包括：5年免納營利事業所得稅、營利事業之投資支出抵減、進口機具設備之關稅優惠與房屋稅、地價稅與契稅之抵減，另亦提供籌資優惠。

## (二) 建構科技化會展服務

### 1. 規劃會展卡

為整合在我國舉辦國際會展活動國外人士之消費，並透過增加消費便利性及誘因，提升其消費意願、擴大消費範圍，充分發揮國際會展活動所帶動商機效果。同時，藉由須出示會展卡才享消費優惠之方式，使國內店家與一般民眾皆能體會推動會展產業所帶進之經濟效應，擴大政策廣宣效果。未來若進一步發展出會展卡系統，將設備廣布於各會展卡聯盟商家，將能利用會展卡取得使用者消費行為之寶貴資料，可成為日後研究國外人士消費狀況之有利資訊。

會展卡將結合北高便捷大眾運輸系統與國內商店之消費優惠整合卡片，將由會展活動主辦單位發放予來台參與會展活動之國外人士。會展卡持卡人根據手冊地圖至合作店家消費時，可憑出示卡片獲得消費優惠。會展卡主要整合之消費領域包括：餐飲、購物、交通、觀光與住宿。推動作法如下：

(1)整合各級政府既有資源，執行方式如下：

- ◆ 結合北高便捷大眾運輸系統：台北方面，會展卡將使用台北市悠遊卡股份有限公司發行之悠遊卡，達到整合台北捷運系統、公

車、停車場、特約機構等付費方式之目標；高雄方面，會展卡將使用高雄捷運車票，以結合大眾運輸系統。

- ◆ 結合經濟部商業司台灣美食國際化行動計畫資源：藉由台灣美食國際化行動計畫長期對台灣美食之了解，及其與台灣美食商家建立之關係，協助提供適合納入會展卡優惠的台灣美食商家加入會展卡。
- ◆ 與更多縣市政府洽談可能合作運用之資源：例如洽詢台北市政府相關資源，包括 2010 台北國際花卉博覽會及台北市接駁型公共自行車租賃系統服務計畫，以取得合作意願。另外，亦與高雄市政府聯繫，取得高雄市政府經濟發展局之配合意願，尋求可結合高雄會展卡之資源。

(2)主動徵尋適合納入會展卡商家者之合作，執行方式如下：

- ◆ 聯繫各大百貨業者：例如與台北 101 購物中心、新光三越信義店、誠品信義店等百貨業者洽談會展卡之合作。

## 2. 推動綠色會展

近幾年來全球環保意識提升，許多國際組織、各國政府、社會團體及學術界之不斷研討與推動，「永續發展」逐漸成為人類共同的願景，未來不論舉辦國際會議或專業展覽，都朝節能減碳的目標努力，將資源善用與環境保護的優先考量，納入會議、展覽及獎勵旅遊舉辦的規劃與準備中，例如節能省碳、無紙化會展、運用 RFID 科技、無線導覽裝置、裝潢用品回收再利用等，以使台灣會展的舉辦能夠符合世界潮流，邁向綠能會展。推動作法如下：

(1)推廣綠色會議，執行方式如下：

- ◆ 開發建置手持式設備(手機、PDA)專用網頁：因應綠色會議舉辦概念，開發建置手持式設備(手機、PDA)專用網頁，即時瀏覽會展資訊。換言之可利用行動通訊裝置，整合最新資訊科技技術，

提供參加會展人士所需服務。

- ◆ 試行舉辦綠色會議：以實際行動教育推廣綠色會議，例如採線上報名方式，以及會議不提供紙本資料、紙杯，並使用環保筷及廚餘回收等作為。

(2)加強會展網路行銷及服務 e 化，輔助台灣會展產業厚實競爭力：營運國際專業展網站入口網，提供無時差、無紙化之宣傳管道，且利用網站提供買賣雙方互動服務，延申展覽效益，同時將展覽服務 e 化，介接展覽相關服務，協助簡化作業，並於展中提供展覽訊息互動服務，提升展覽專業及國際形象。

(3)揭露會展活動碳足跡：查證展覽館（硬體）之溫室氣體排放量及國際性會展活動（軟體及服務）之碳足跡（carbon footprint），建立會展活動碳足跡資訊平台，提供展覽館節能診斷輔導，並評估未來各會展活動實施「碳中和」之可行性，以「低碳」或「碳零排放」之會展活動營造我國會展產業特色，並提升國際形象。

### 3. 強化虛擬展功能

為提高國際展覽曝光度及知名度，並延伸實體展覽效益，以使國際展之參展廠商以及各國參觀買主藉由展覽平台，均得以取得商機，為展覽活動建立展覽品牌，為台灣的會展產業在區域取得甚或全球樹立領導品牌的地位。目前網路科技發展快速並深入社會及產業各層面，加強運用網路的便利，提供實體展覽在展前、展中及展後，全方位的支援功能，提高國際展覽作業效率，以輔助實體展覽提供參展廠商及觀展買主超出預期的效益。推動作法如下：

(1)運用雲端科技於展覽網站，提升網站效率：使國際買主瀏覽展覽網站，如同瀏覽在地端網站一樣快速，進而提高展覽網站曝光度及使用者忠誠度。

- ◆ 提供虛擬會議室服務：供應商及買主可即時線上搜尋相關群組，排定虛擬會議時程及議程，召開線上會議。

- ◆ 提供視訊採購洽談服務：依據買主採購需求，由展覽主辦單位安排適銷供應商，進行視訊採購洽談。

- ◆ 應用網頁內容加速服務：因應展期湧入大量的網路流量，利用獨特的分散式雲端技術服務（全世界超過 70 個國家，超過 56,000 台的伺服器），可監控網路的流量狀況，解決網路壅塞的問題，使國際買主瀏覽展覽網站，如同瀏覽在地端網站一樣快速。在無需擴建昂貴的硬體設施下，提升網站效率，近而提高展覽網站曝光度及使用者忠誠度提升網站效率。

(2)加強網站互動功能及與社群網站之連結性，執行方式如下：

- ◆ 增加買賣雙方於網站互動便利性及使用率，強化參展廠商及買主對展覽網站之認同度。

- ◆ 透過社群網站之傳播與曝光，提高展覽網站國際能見度。

(3)簡化作業，提升籌辦效率，執行方式如下：

- ◆ 透過網站提供各項展覽活動訊息發布及報名服務。

- ◆ 報名服務結合線上付款作業，以協助主辦單位簡化作業，提升籌辦效率。

#### 4. 建立會展商機媒合線上服務

為發揮台灣會展入口網站作為國內會展資訊平台之功能，並加強提供線上服務，針對已確定在台舉辦之國際會議，除提供主辦單位相關行政資源協助外，亦建立國內會展產業商機媒合資料庫，將商機訊息放置會展入口網站，使有意願發展會展產業之台灣業者可瀏覽商機資訊。期透過線上商機媒合服務，達到資訊公開、促進會展產業發展之目的。推動作法如下：

(1)建立商機資料庫，執行方式如下：

- ◆ 分析「台灣會展躍升計畫」各分項計畫執行單位所蒐集之商機

資料，彙整資訊類別以開發商機資料庫，並依據商機資料庫完成各式資料庫管理功能，提供「台灣會展躍升計畫」各執行單位進行商機資訊之新增、查詢、修改、刪除等管理作業。

(2)整合線上服務，執行方式如下：

◆ 以台灣會展入口網所提供之資訊服務平台為基礎，擴充資訊網功能，結合商機資料庫與台灣會展入口網之資料庫，透過台灣會展入口網之內容管理與會員管理引擎，建立商機媒合網頁，提供國內會展業者線上商機搜尋之服務。

(3)資訊傳播，執行方式如下：

◆ 藉由台灣會展入口網之流程管理與訊息管理引擎，開發資訊傳播服務。將更新之商機資訊主動通知台灣會展入口網上所登錄之會展廠商，期透過即時有效之資訊傳遞以提高媒合成功率，進而降低資訊獲取成本、提升資訊流通，擴大會展業者商機。

### 三、跨部會合作

為擴大上述推動策略之效益，於推動台灣會展產業同時，更需要跨部會合作，整合政府相關資源，共同推動台灣會展產業，以下為本部及各部會提供與會展相關之工作項目及獎勵措施彙整表：

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
經濟部國際貿易局	台灣會展躍升計畫/加強提升我國展覽國際競爭力方案	一、台灣會展躍升計畫 (一) 會展產業整體推動計畫：設立會展單一服務窗口積極推動我國會展產業，提供國內會展業者相關協助；進行會展產業調查研究工作；協調整合政府部門資源以及各執行單位計畫；辦理會展政策宣	45,000萬元(99年) 46,000萬元(100-101年)	99-101年

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
		<p>導與補助事宜，對於爭取、推廣、舉辦階段之國際會議及展覽，給予最高新台幣 50 萬及 280 萬元經費補助；順道觀光每人補助上限為 800 元。</p> <p>(二) 會展推廣與國際行銷計畫：建立我國會展品牌形象、加強會展國內外宣傳推廣及提升我國對外整體國際形象；建置及管理會展總入口網站，並擴增資料庫內容。</p> <p>(三) 會展人才培育與認證計畫：開設各類人才培訓相關課程及建立專業認證制度，如辦理初階及進階考試，並研議開辦高階認證考試。</p> <p>(四) 爭取國際會議在台舉辦計畫：宣導及協助國內政府部門及民間團體或法人爭取國際會議在台舉辦，提供之協助包括：提供競標諮詢服務；提供各項競標工具（如競標計畫書範本、簡報檔範本、台灣會展環境文宣與贈品、政府部門支持信函）；規畫總會在台場勘活動並陪同勘查場地；籌組競標團隊（籌組爭取單位、會展周邊業者與政府單位，包括駐外單位）；提供爭取階段之經</p>		

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
		<p>費補助等；協調整合跨部會資源（如協助申請禮遇通關與管制區接機、協助申請機場掛旗、路旗與地貼）。</p> <p>二、加強提升我國展覽國際競爭力方案</p> <p>（一）配合產業需要開發及強化新展：協助具前瞻性產業建置交易平台，以擴大進出口規模，促進產業升級。</p> <p>（二）加強洽邀買主來台觀展及採購：配合展覽舉辦期間辦理貿易洽談會，以供重量級大型外商來台採購；補助公協會等主辦單位辦理之展覽洽邀國外人士觀展。</p> <p>（三）擴大辦理重要展覽推廣及造勢活動：協助重要產業及相關專業展增辦專案行銷。</p> <p>（四）強化台北國際專業展網站功能及推廣網路展：提供參展廠商及買主推廣服務，整合行銷推廣台北國際專業展網站；維護台北國際專業展網站及資訊建置，增加展覽透明度及宣傳效益。</p>		
行政院 國家科學 委員會	補助國內 舉辦國際 學術研討	本要點補助之研討會分為下列五類： （一）第一類：由國際性學術組	10,420 萬元(99 年)	99-101 年

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
	會	<p>織（跨洲際）授權主辦或與該學術組織聯合舉辦之國際大型學術會議。</p> <p>(二) 第二類：國際性學術組織（跨洲際或洲區域性）正式認可在我國舉辦之國際學術研討會。</p> <p>(三) 第三類：國內學術組織授權辦理之國際學術研討會。</p> <p>(四) 第四類：國內自行主辦之國際學術研討會。</p> <p>(五) 第五類：本會雙邊協定計畫未能容納或與本會尚未簽訂雙邊合作協定之雙邊學術研討會。</p> <p>另，學會學術辦理之年會須併國際學術研討會，始可申請補助，否則不予補助。</p>	<p>10,349 萬元 (100年)</p> <p>10,281 萬元 (101年)</p>	
行政院 文化建設 委員會	文化創意 產業市場 流通及拓 展計畫	<p>1. 策辦台灣國際文化創意產業博覽會：於 99-102 年每年 10 月前後定期舉辦，邀集國內外具代表性或特色之文創廠商參展，並搭配辦理文創精品評選、台灣國際文化創意產業高峰論壇及各項主題活動，串連展覽期間前後的活動進行整合行銷宣傳。</p> <p>2. 策劃與協助台灣文創產業開拓國際市場：研擬台灣文創產業拓展國際市場之策</p>	<p>每年約 4,900 萬 元</p>	99-101

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
		略及規劃，蒐集國際文創產業市場通路相關資料，並策辦組團參與國際重要文創會展，以台灣形象區為主題，形塑台灣文化創意精品之整體品牌意象，協助台灣文創產業進行國際行銷宣傳。		
行政院衛生署	訂定行政院衛生署補助辦理學術科技研討會作業要點	以補助辦理醫藥衛生科技相關國際性或國內研討會為限，每一受補助單位或每一研討會主題以一年補助一項為限。	每年約 1,000 萬元	延續性計畫
教育部	教育部補助大學校院辦理跨領域學位學程及學分學程要點	有鑒於傳統學制彈性不足，同時系所分際過於僵化，無法追求與科技整合、跨領域發展的趨勢潮流相銜接，爰為強化人才培育機制，教育部業訂定前揭要點，鼓勵各大學朝跨領域學程發展，並將「會展服務」乙項納為補助領域之一，縮短大學教育與產業科技人才需求落差。	擇優核定(開設學位學程，最高以補助新台幣 2 百萬、學分學程 50 萬為限) <sup>1</sup>	當年 8 月 1 日至次年 7 月 31 日
	教育部補助辦理國際學術教育交流活動實施要點	對辦理國際學術研討會、研習營或學術講座、赴海外舉辦教育展或辦理招生宣導活動予以補助。	每年編列 470 萬	99-101 年

<sup>1</sup> 因此項目所編列之預算無法分割會展服務之補助經費，需俟委員會審查通過後始知當學年度補助大學校院應用於會展相關之學位學程/學分學程，爰不列入經費需求計算內。

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
交通部觀光局	「旅行台灣・感動100」來台獎勵旅遊優惠措施	<p>配合建國百年紀念活動，擴大獎勵旅遊優惠措施，依國外來台出席人數規模，致贈來台企業專屬特色紀念品及台灣觀光迎賓禮，50人以上團體依人數可提供3萬至18萬之文化表演。獎助的對象包括宗教、文化及農業團體等，人數超過400人以上者，更可申請專案補助。</p> <p>此外針對日本地區獎勵旅遊團體提供委託或分攤招募優惠方案，旅行社招募團體來台且實際送客人數在25人以上、125人以下者，本局按每名旅客日幣2千元，提供「委託招募費用」；126人以上者則依旅行社提出招募企劃書內容，提供「分攤部分招募費用」。</p> <p>另針對來台辦理獎勵旅遊之大型團體，依據個案申請，給予承辦之會展公司來台行前考察之接待服務。</p>	每年約500萬	99-100年
	國際重要獎勵旅遊展參展	委託會展專業團體辦理國際重要獎勵旅遊展參展事宜，99年度共參加4項展覽。	每年約750萬	延續性計畫

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
	順道旅遊補助	依據行政院觀光發展推動委員會推動國際會議及展覽在臺辦理補(捐)助原則，依參加國際會議或展覽主辦單位安排順道觀光旅遊行程之國外人士(含眷屬)人數計算，每人補(捐)助為新台幣 800 元，每案補(捐)助金額，以新台幣 32 萬元為上限。	每年約 1,000 萬	延續性計畫
交通部民用航空局	吸引外籍航空業者來台營運	訂定彈性費率吸引外籍航空業者來台營運	無	100 年
外交部領事事務局	審核外人簽證事宜	依據現有規定辦理外籍人士入境簽證審查事宜，倘係政府主辦或協辦之會展活動，領事事務局將配合提供行政協助。	無	配合政策辦理
內政部入出國及移民署入出國事務組	辦理大陸地區專業人士來臺從事專業活動或商務活動之申請案	為「大陸地區專業人士來臺從事專業活動許可辦法」及「大陸地區人民來臺從事商務活動許可辦法」之主管機關，查「大陸地區人民來臺從事商務活動許可辦法」及「跨國企業內部調動之大陸地區人民申請來臺服務許可辦法」前經內政部入出國及移民署修法完竣，並經內政部於 99 年 4 月 2 日發布。	無	配合政策辦理

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
	協助來臺參展外籍商務人士通關查驗事宜	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供邀請來臺參展特殊重要貴賓便利通關查驗禮遇。</li> <li>2. 設置快速通關櫃檯，提供經由經濟部核准之外籍商務人士，及持有亞太經濟合作(Asia-Pacific Economic Cooperation)所發行的商務旅行卡(Business Travel Card, 簡稱ABTC卡)者，通關查驗使用。</li> <li>3. 會展期間加開通關查驗櫃檯，縮短通關查驗時間。</li> <li>4. 「外籍商務人士快速查驗通關作業要點」，已於92年9月12日訂定發布實施。</li> </ol>	無	配合政策辦理
桃園國際航空站	宣傳物	提供第一、二航廈空間場地供會展產業申請設置宣傳物。	無	持續辦理
經濟部投資審議委員會	審查大陸商務人士及專業人士來台	依據內政部入出國及移民署訂定之「大陸地區專業人士來台從事專業活動許可辦法」及「大陸地區人民來台從事商務活動許可辦法」，以目的事業主管機關立場，審理大陸專業人士及商務人士申請案邀請單位資格、申請人資格、計畫書及來台活動必要性等事項。	無	配合相關法規辦理
經濟部商業司	台灣美食國際化行動計畫	本行動計畫主要係以推動台灣美食國際化為發展主軸，並以「Gourmet Taiwan 世界美食匯集台灣、全球讚嘆的台灣美食」為計畫願景，推動期間自2010至2013年，4年總經費	3,070萬元(99年) 9,200萬元(100年)	99-102

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
		<p>為 11 億元，（含跨部會經費需求）主要係運用「在地國際化（以奠定國際化展店基礎、培育台灣金牌名廚為推動重點）」及「國際當地化（以國際展店支援輔導、群聚台灣美食專區、海外行銷台灣美食為推動重點）」作為啟動未來台灣美食國際化之兩大策略，預期將促進國內外展店新增 3,500 家、創造 10,000 個就業機會、國際美食品牌新增至 50 個、培訓國際化人才 1,000 人次、協助商機媒合 500 家次、促進民間投資 20 億元等。</p>	8,400 萬元（101 年）	
臺北市 政府觀光 傳播局	鼓勵國際會議、展覽暨獎勵旅遊於本市舉辦。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 設置單一窗口，提供全方位行政協助。</li> <li>2. 整合台北市府各單位行政資源建立協助機制，並搭配國外各項觀光推廣、城市行銷資源，強化台北市國際會展城市形象，並與經濟部國際貿易局及交通部觀光局合作爭取大型國際會議及獎勵旅遊前至台北市舉辦。</li> <li>3. 規劃設計製作 MICE 競標或活動用紀念品、編製 MICE 文宣品及舉辦獎勵旅遊行銷活動。</li> <li>4. 提供交通票券及臺北市景點參觀門票等票券，或地主城市晚宴或文化表演活動等實質贊助。</li> </ol>	每年 750 萬	99-101

部會機關/地方政府	計畫/工作名稱	計畫/工作內容說明	預算金額	推動期程
		5. 由台北市政府相關局處組成會展推動小組，輔導民間單位爭取 MICE，並協助解決相關問題。		
高雄市 政府	獎勵方案	訂定高雄市獎勵會議展覽活動實施辦法，於高雄市舉辦 2 日以上之國際性學術研討會/國際性產業會議/國際性年會予以獎勵金。	700 萬元	99 年

## 伍、期程及資源需求

### 一、計畫期程

鑑於經濟部國際貿易局辦理「台灣會展躍升計畫」之期程為民國98-101年，並已透過政府採購採限制性招標公開評選方式訂明期限，且已敘明每一年擴充契約期間及金額，以及搭配「加強提升我國展覽國際競爭力方案」，爰「台灣會展產業行動計畫」規畫自民國99年至民國101年，共計3年。本計畫並將隨時因應國際情勢，採滾動式檢討與管理，及時調整及修正內容，以適時反映會展產業發展趨勢與活動需求。

### 二、經費需求

本計畫經費需求及分年經費規劃如下表：

單位：仟元(新台幣)

	99年	100年	101年	合計
經濟部 (貿易局)	450,000	460,000	460,000	1,370,000
交通部觀光局 (補助順道觀光)	10,000	10,000	10,000	30,000
交通部觀光局 (獎勵旅遊)	5,000	5,000	5,000	15,000
交通部觀光局 (國際獎勵旅遊展 參展)	7,500	7,500	7,500	22,500
其他政府部會 (中央及地方政府)	213,100	273,690	265,010	751,800
合計	685,600	756,190	747,510	2,189,300

(註) 跨部會經費需求依各部會回復之經費計算，實際計畫經費將依

立法院每年審議通過之預算再作調整。

陸、分年執行事項表

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
1. 整合政府資源，強化會展能力	(1.1) 結合美食、觀光與文創之會展活動	(1.1.1) 鼓勵地方觀光、美食與文創活動與會展相結合 (1.1.2) 策辦台灣國際文化創意產業博覽會 (1.1.3) 策劃與協助台灣文創產業開拓國際市場 (1.1.4) 結合會展或其他通路點籌設台灣美食專區 (1.1.5) 蒐集國際展覽資訊，以作為未來國際參展之參考依據	(1.1.1) 鼓勵地方觀光、美食與文創活動與會展相結合 (1.1.2) 型塑出具有地方特色之會展城市 (1.1.3) 策辦台灣國際文化創意產業博覽會 (1.1.4) 策劃與協助台灣文創產業開拓國際市場 (1.1.5) 結合會展或其他通路點籌設台灣美食專區	(1.1.1) 鼓勵地方觀光、美食與文創活動與會展相結合 (1.1.2) 型塑出具有地方特色之會展城市 (1.1.3) 策辦台灣國際文化創意產業博覽會 (1.1.4) 策劃與協助台灣文創產業開拓國際市場 (1.1.5) 結合會展或其他通路點籌設台灣美食專區	經濟部 (貿易局 商業司) 文建會
	(1.2) 協助地方政府發展具地方特色之會展活動	(1.2.1) 為各地方政府辦理會展產業之相關人員開辦 1 場研習營 (1.2.2) 提供會展相關資訊 (1.2.3) 評選出 6 個地方政府提案提供經費補助，進行當地會展研究及規劃具體可行之會展活動計畫	(1.2.1) 為各地方政府辦理會展產業之相關人員開辦 1 場研習營 (1.2.2) 提供會展相關資訊 (1.2.3) 由 6 案評選 3 案，提供經費補助，作為實際辦理會展活動之用	(1.2.1) 為各地方政府辦理會展產業之相關人員開辦 1 場研習營 (1.2.2) 提供會展相關資訊	經濟部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
	(1.3) 會展政策宣導	(1.3.1) 持續辦理會展政策宣導活動，辦理 3 場政策說明會	(1.3.1) 持續辦理會展政策宣導活動，辦理 3 場政策說明會	(1.3.1) 持續辦理會展政策宣導活動，辦理 3 場政策說明會	經濟部
	(1.4) 整合資源以協助會展主辦單位	(1.4.1) 整合中央與地方會展資源 (1.4.2) 提供溝通平台	(1.4.1) 整合中央與地方會展資源 (1.4.2) 提供業者溝通平台	(1.4.1) 整合中央與地方會展資源 (1.4.2) 提供業者溝通平台	經濟部
2. 爭取國外/大陸人士來台開會/觀展/獎勵旅遊	(2.1) 配合產業需要開發及強化新展	(2.1.1) 開辦及強化 6 項新展	(2.1.1) 開辦及強化 6 項新展	(2.1.1) 開辦及強化 6 項新展	經濟部
	(2.2) 加強洽邀買主來台觀展及採購	(2.2.1) 加強洽邀 43 檔展覽之買主	(2.2.1) 加強洽邀 44 檔展覽之買主	(2.2.1) 加強洽邀 45 檔展覽之買主	經濟部
	(2.3) 擴大辦理重要展覽推廣及造勢活動	(2.3.1) 擴大辦理 15 項產業推廣及造勢活動	(2.3.1) 擴大辦理 15 項產業推廣及造勢活動	(2.3.1) 擴大辦理 15 項產業推廣及造勢活動	經濟部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
	(2.4) 協助爭取國際會議及獎勵型會議來台舉辦	(2.4.1) 拜訪 120 間國內法人、公私立組織/團體、大專院校等國際會議爭取主辦單位，遊說並鼓勵爭取國際會議來台 (2.4.2) 舉辦 3 場國際會議競標經驗分享研討會 (2.4.3) 協助 10 次國際總會人士來台場勘台灣會展環境 (2.4.4) 籌組 3 次競標團隊至國外爭取國際 (2.4.5) 與國內及國際會展相關業者持續連繫，積極推廣來台舉辦獎勵型企業會議及獎勵旅遊	(2.4.1) 拜訪 125 間國內法人、公私立組織/團體、大專院校等國際會議爭取主辦單位，遊說並鼓勵爭取國際會議來台 (2.4.2) 舉辦 3 場國際會議競標經驗分享研討會 (2.4.3) 協助 10 次國際總會人士來台場勘台灣會展環境 (2.4.4) 籌組 3 次競標團隊至國外爭取國際會議 (2.4.5) 與國內及國際會展相關業者持續連繫，積極推廣來台舉辦獎勵型企業會議及獎勵旅遊	(2.4.1) 拜訪 130 間國內法人、公私立組織/團體、大專院校等國際會議爭取主辦單位，遊說並鼓勵爭取國際會議來台 (2.4.2) 舉辦 3 場國際會議競標經驗分享研討會 (2.4.3) 協助 10 次國際總會人士來台場勘台灣會展環境 (2.4.4) 籌組 3 次競標團隊至國外爭取國際會議 (2.4.5) 與國內及國際會展相關業者持續連繫，積極推廣來台舉辦獎勵型企業會議及獎勵旅遊	經濟部
	(2.5) 協助及獎勵學校爭取國際會展來台舉辦	(2.5.1) 鼓勵各校爭取辦理「國際會展」，並向教育部提出經費補助申請 (2.5.2) 持續辦理教育展等相關研討活動 (2.5.3) 架設網路資訊平台，提供資	(2.5.1) 鼓勵各校爭取辦理「國際會展」，並向教育部提出經費補助申請。 (2.5.2) 持續辦理教育展等相關研討活動。 (2.5.3) 架設網路資訊平台，提	(2.5.1) 鼓勵各校爭取辦理「國際會展」，並向教育部提出經費補助申請。 (2.5.2) 持續辦理教育展等相關研討活動。 (2.5.3) 架設網路資訊平台，提	教育部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
		訊及彙集意見	供資訊及彙集意見。	供資訊及彙集意見。	
	(2.6) 提供來台獎勵旅遊優惠措施	(2.6.1) 依國外來台出席人數規模，致贈專屬特色紀念品及台灣觀光迎賓禮、文化表演等。人數超過 400 人以上者，可申請專案補助。 (2.6.2) 針對日本地區來台獎勵旅遊團體提供相關補助與行政協助 (2.6.3) 針對來台獎勵旅遊之大型團體，提供行前考察接待及來台後之行政協助 (2.6.4) 駐外辦事處宣傳來台獎勵旅遊及優惠措施，並邀訪業者來台	(2.6.1) 依國外來台出席人數規模，致贈專屬特色紀念品及台灣觀光迎賓禮、文化表演等。人數超過 400 人以上者，可申請專案補助。 (2.6.2) 針對日本地區來台獎勵旅遊團體提供相關補助與行政協助 (2.6.3) 針對來台獎勵旅遊之大型團體，提供行前考察接待及來台後之行政協助 (2.6.4) 駐外辦事處宣傳來台獎勵旅遊及優惠措施，並邀訪業者來台考察	(2.6.1) 依國外來台出席人數規模，致贈專屬特色紀念品及台灣觀光迎賓禮、文化表演等。人數超過 400 人以上者，可申請專案補助。 (2.6.2) 針對日本地區來台獎勵旅遊團體提供相關補助與行政協助 (2.6.3) 針對來台獎勵旅遊之大型團體，提供行前考察接待及來台後之行政協助 (2.6.4) 駐外辦事處宣傳來台獎勵旅遊及優惠措施，並邀訪業者來台考察	交通部觀光局
	(2.7) 參加國際重要獎勵旅遊及會議展	(2.7.1) 選擇 4 項國際重要獎勵旅遊及會議展辦理參展及推廣活動 (2.7.2) 製作獎勵旅遊文宣品	(2.7.1) 選擇 4 項國際重要獎勵旅遊及會議展辦理參展及推廣活動 (2.7.2) 製作獎勵旅遊文宣品	(2.7.1) 選擇 4 項國際重要獎勵旅遊及會議展辦理參展及推廣活動 (2.7.2) 製作獎勵旅遊文宣品	交通部觀光局
	(2.8) 提供順	(2.8.1) 每年撥付	(2.8.1) 每年撥	(2.8.1) 每年撥	交通部觀光局

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
	道旅遊補助	補助款 1 千萬予經濟部國貿局，透過「會展產業整體推動計畫」補助順道觀光。每人補助為新台幣 8 百元，每案補助金額，以新台幣 32 萬元為上限 (2.8.2) 每年至多可補助 12,500 人次	付補助款 1 千萬予經濟部國貿局，透過「會展產業整體推動計畫」補助順道觀光。每人補助為新台幣 8 百元，每案補助金額，以新台幣 32 萬元為上限 (2.8.2) 每年至多可補助 12,500 人次	付補助款 1 千萬予經濟部國貿局，透過『會展產業整體推動計畫』補助順道觀光。每人補助為新台幣 8 百元，每案補助金額，以新台幣 32 萬元為上限 (2.8.2) 每年至多可補助 12,500 人次	光局
	(2.9) 配合政府重大發展政策，協助辦理外籍商務人士來華簽證	(2.9.1) 配合政府重大發展政策，協助辦理外籍商務人士來華簽證	(2.9.1) 配合政府重大發展政策，協助辦理外籍商務人士來華簽證	(2.9.1) 配合政府重大發展政策，協助辦理外籍商務人士來華簽證	外交部領事事務局
3. 擴大會展國際行銷	(3.1) 塑造台灣會展品牌形象	(3.1.1) 規畫會展品牌行銷工具 (3.1.2) 建立品牌認知度	(3.1.1) 會展行銷傳播工具更新及設計 MEET TAIWAN 代言吉祥物，創造台灣獨特的品牌聯想	(3.1.1) 會展行銷傳播工具更新 (3.1.2) 充分整合行銷資源，創造強烈的品牌聯想	經濟部
	(3.2) 強化國際行銷推廣	(3.2.1) 積極參與國際會展組織活動 (3.2.2) 建立國際會展媒體關係 (3.2.3) 與國際專業會展媒體合作宣傳	(3.2.1) 客製化行銷在台舉辦之專業會議及大型商務活動 (3.2.2) 協助台灣優勢產業公會及會展業者進行國際宣傳 (3.2.3) 採用跨	(3.2.1) 持續維持國際會展組織良好關係 (3.2.2) 利用 ICCA 年會平台及參與 ICCA 最佳行銷競賽 (Best Marketing Award) 擴大宣傳	經濟部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
			產業聯合廣宣方式，宣傳台灣整體形象與優質服務 (3.2.4) 舉辦海外說明會，主動出擊與業者溝通 (3.2.5) 配合建國 100 年及世界設計大會擴大宣傳會展活動	我國優勢會展環境 (3.2.3) 利用整合行銷，增加溝通管道	
	(3.3) 建構會展資訊平台	(3.3.1) 完備會展相關資料庫內容 (3.3.2) 辦理網路活動，提高使用者之回訪率	(3.3.1) 經營社群關係，辦理網路活動，建立口碑行銷 (3.3.2) 配合建國 100 年重要展會活動，擴大網路行銷	(3.3.1) 提升會展入口網資訊應用效益 (3.3.2) 擴充資訊平台服務，建構產官學 3 方共享之會展資料庫	經濟部
	(3.4) 邀請國外業者及國際媒體來台進行會展參訪活動	(3.4.1) 邀請國外業者，舉辦 1 場台灣會展環境參訪之旅 (3.4.2) 邀請國際媒體，舉辦 1 場台灣會展參訪之旅	(3.4.1) 邀請國外業者，舉辦 1 場台灣會展環境參訪之旅 (3.4.2) 邀請國際媒體，舉辦 1 場台灣會展參訪之旅	(3.4.1) 邀請國外業者，舉辦 1 場台灣會展環境參訪之旅 (3.4.2) 邀請國際媒體，舉辦 1 場台灣會展參訪之旅	經濟部
4. 會展人才培育與認證	(4.1) 會展人才培育	(4.1.1) 開辦 1 班種子師資培訓班 (4.1.2) 辦理專業培訓，包括通識訓練、管理規畫訓練、活動案例研	(4.1.1) 開辦 1 班種子師資培訓班 (4.1.2) 辦理專業培訓，包括通識訓練、管理規畫訓練、活動案	(4.1.1) 開辦 1 班種子師資培訓班 (4.1.2) 辦理專業培訓，包括通識訓練、管理規	經濟部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
		討、國外研習、會議／展覽模擬演練 (4.1.3) 蒐集會展發展先進國家及重要會展國際組織人才培訓制度	例研討、國外研習、會議／展覽模擬演練 (4.1.3) 蒐集會展發展先進國家及重要會展國際組織人才培訓制度	畫訓練、活動案 例研討、國外研習、會議／展覽模擬演練 (4.1.3) 蒐集會展發展先進國家及重要會展國際組織人才培訓制度	
	(4.2) 會展人才認證	(4.2.1) 辦理 4 班基礎培訓 (4.2.2) 舉辦初階認證檢測 1 場 (4.2.3) 舉辦進階認證檢測 1 場 (4.2.4) 推動認證制度更新機制 (4.2.5) 擴大認證效益 (4.2.6) 再刷既有會展叢書	(4.2.1) 辦理 5 班基礎培訓 (4.2.2) 舉辦初階認證檢測 1 場 (4.2.3) 舉辦進階認證檢測 1 場 (4.2.4) 推動認證制度更新機制 (4.2.5) 擴大認證效益 (4.2.6) 再刷既有會展叢書	(4.2.1) 辦理 5 班基礎培訓 (4.2.2) 舉辦初階認證檢測 1 場 (4.2.3) 舉辦進階認證檢測 1 場 (4.2.4) 引進國外認證考試制度，辦理高階考試 1 場 (4.2.5) 推動認證制度更新機制 (4.2.6) 擴大認證效益 (4.2.7) 再刷既有會展叢書	經濟部
	(4.3) 將「會展服務」納為補助領域之一，並整合跨領域學程相關訊息	(4.3.1) 鼓勵各校增設「會展服務」學程，培育會展相關跨領域人才，並向教育部提出申請。 (4.3.2) 持續辦理跨領域學程相關研討活動，廣宣計畫之概念及成果。	(4.3.1) 鼓勵各校增設「會展服務」學程，培育會展相關跨領域人才，並向教育部提出申請。 (4.3.2) 持續辦理跨領域學程相關研討活動，廣宣計畫之概念及成果。	(4.3.1) 鼓勵各校增設「會展服務」學程，培育會展相關跨領域人才，並向教育部提出申請。 (4.3.2) 持續辦理跨領域學程相關研討活動，廣宣計畫之概念及成果。	教育部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
		(4.3.3) 架設網路資訊平台，提供資訊及彙集意見。	(4.3.3) 架設網路資訊平台，提供資訊及彙集意見。	(4.3.3) 架設網路資訊平台，提供資訊及彙集意見。	
5. 定期進行會展調查研究	(5.1) 建立會展經濟效益評估模型	(5.1.1) 蒐集、研析會展相關數據 (5.1.2) 建立會展經濟效益評估模型 (5.1.3) 建立會展產業投資建設之經濟效益評估模型	(5.1.1) 蒐集、研析會展相關數據 (5.1.2) 應用會展經濟模型 (5.1.3) 應用會展產業投資建設之經濟效益評估模型	(5.1.1) 蒐集、研析會展相關數據 (5.1.2) 應用會展產業投資建設之經濟效益評估模型	經濟部
	(5.2) 進行台灣會展產業經營模式研究	(5.2.1) 進行核心會展產業調查及研究	(5.2.1) 進行週邊會展產業調查及研究 (5.2.2) 進行會展產業經營模式之研究	(5.2.1) 將研究成果供會展業者作為改善企業經營模式之參考	經濟部
6. 訂定彈性費率吸引外籍航空業者來台營運	桃園國際機場 99 年 11 月即將改制為國營公司，依該公司訂定之「國營國際機場園區股份有限公司經營機場專用區設施收費基準（草案）」，未來將具有場站費用調整 50% 之權限，以吸引外籍航空業	(6.1.1) 99 年 11 月 1 日桃園國際航空站改制為國營公司	(6.1.1) 檢討調整費率吸引外籍航空業者來台營運	(6.1.1) 檢討調整費率吸引外籍航空業者來台營運	交通部民用航空局

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
	者。				
7. 鼓勵民間投資會展產業	推動民間投資招商	(7.1.1) 籌組國際合作/策略聯盟招商投資團，赴海外推廣，以媒合及吸引來台商機 (7.1.2) 鼓勵地方城市發展會展產業 (7.1.3) 積極拜訪民間企業，鼓勵業者投資會展產業	(7.1.1) 籌組國際合作/策略聯盟招商投資團，赴海外推廣，以媒合及吸引來台商機 (7.1.2) 鼓勵地方城市發展會展產業 (7.1.3) 積極拜訪民間企業，鼓勵業者投資會展產業	(7.1.1) 籌組國際合作/策略聯盟招商投資團，赴海外推廣，以媒合及吸引來台商機 (7.1.2) 鼓勵地方城市發展會展產業 (7.1.3) 積極拜訪民間企業，鼓勵業者投資會展產業	經濟部
8. 規劃會展卡	(8.1) 積極推動會展卡	(8.1.1) 規劃會展卡，且進行試辦作業	(8.1.1) 擴大推廣會展卡	(8.1.1) 擴大推廣會展卡	經濟部
9. 推動綠色會展	(9.1) 推廣綠色會議	(9.1.1) 將現有之會展網重點資訊內容建置成手持式設備(手機、PDA)專用網頁 (9.1.2) 宣導、推動綠色會展概念 (9.1.3) 試行舉辦綠色會議 (9.1.4) 盤查並計算南港展覽館(硬體設施之溫室氣體排放量	(9.1.1) 規畫客製化之台灣會展PDA入口網，提供參展者客制化內容服務 (9.1.2) 以實際行動教育、推廣綠色會議 (9.1.3) 依照國際標準計算具代表性之國際會展活動碳足跡	(9.1.1) 於主流之手持式設備上開發參展導覽程式，藉由儲存於會展網資料庫之資料提供及時性訊息 (9.1.2) 以實際行動教育、推廣綠色會議 (9.1.3) 推廣會展活動碳足跡，辦理低碳會展活動	經濟部
	(9.2) 加強會展網路行銷及服務e化，	(9.2.1) 加強會展網路行銷 (9.2.2) 營運28個	(9.2.1) 加強會展網路行銷 (9.2.2) 營運28	(9.2.1) 加強會展網路行銷 (9.2.2) 營運28	經濟部

發展策略	具體措施	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	主協辦機關
	輔助台灣會展產業厚實競爭力	展覽網站	個展覽網站	個展覽網站	

## 柒、預期效益

透過本行動計畫之推動，將有助於我國會展產業之發展，其具體績效指標及效益如下：

績效指標	民國 99 年	民國 100 年	民國 101 年	小計
辦理專業展	62	64	66	192
辦理協會型會議*	125	130	135	390
參加會展國外人士	145,100	151,840	158,950	455,890
來台獎勵旅遊人數	63,600	67,400	71,500	202,500
就業機會	42,519	45,389	48,259	136,167
培訓會展專業人才	840	860	860	2,560
促進民間投資(新台幣億元)	42	43	44	129
創造之直接與周邊效益(新台幣億元)	751	847	959	2,557

\*：此處之協會型會議為符合國際會議協會（ICCA）定義，至少 50 人以上與會，為常態性且至少在 3 個以上不同國家輪流舉辦。

一、辦理專業展：透過開創商機之策略作法，於民國 99 年預計開辦 3 項新國際展，且估計民國 99 年至 101 年可望共辦理 192 檔專業展覽。

二、辦理協會型會議：於民國 99 年預計協助政府及民間單位成功爭取在台辦理國際會議 40 件，並辦理 125 場協會型國際會議，預估民國 99 年至 101 年我國共計主辦 390 場協會型國際會議，將以超越馬來西亞作為努力目標。

- 三、增加國外會展人士之參與：由於我國舉辦之專業展覽與協會型國際會議數增加，連帶吸引更多國外會展人士來台，預估民國 99 年至 101 年可望有 45 萬國外人士來台參加會展活動。
- 四、提高來台獎勵旅遊人數：預估民國 99 年至 101 年來台參與獎勵旅遊將可達 20 萬人次。
- 五、帶動就業：因我國舉辦展覽、會議及獎勵旅遊增加，吸引更多國際人士來台，帶動我國就業機會，預計民國 99 年至 101 年創造 13 萬個就業機會。
- 六、培訓會展專業人才：為提升國內會展相關從業人員之專業能力，將針對業者所需，開辦會展相關課程，並加強實務模擬演練機會，預估民國 99 年至 101 年將培訓 2,560 人。
- 七、促進民間投資：為引進民間力量共同推動會展產業之發展，預估民國 99 年至 101 年將促進民間投資金額達新台幣 129 億元。
- 八、創造直接與周邊效益：預計民國 99 年至 101 年共計可創造新台幣 2,500 億元直接與周邊效益。