

陸客赴台個人遊 三之二：吸客篇

開放大陸居民赴台灣個人遊將引爆台灣旅業新的「黃金十年」，令台灣各界相當振奮。台灣業界保守估算，開放陸客個人遊一年可為台灣增加約90億元至150億元新台幣商機，不啻為一劑鞏固經濟復甦成果、緩解就業壓力的強心針。島內各縣市自北部至南橫跨東西，不分藍綠執政，紛紛組高規格團隊登陸行銷，搶食「觀光大餅」毫不手軟。

■香港文匯報記者 林舒婕 廈門報道

不分藍與綠

奇招搶陸客

業界料個人遊商機大 助鞏固台灣經濟



■遊阿里山可乘小火車，亦可步行，相信會受陸客喜愛。
香港文匯報記者米南攝



■台中市副市長蔡炳坤一身泰雅族服飾打扮，成為台中推介的「活招牌」。香港文匯報記者林舒婕攝

台灣陸委會主委賴幸媛日前表示，陸客個人遊是開放與把關兼顧，將風險最小化，並將效益最大化。陸客個人遊藉着他們的深度旅遊與多元消費，更多升斗小民將受惠。

記者粗略統計，最近半個月就有宜蘭、桃園、台中、屏東、花蓮、新竹、台北、新北等近10縣市「登陸」舉行記者會或是專場推介會。規格最高、陣容最大的非花蓮縣長傅崑其一行莫屬。率領縣府一級主管，自本月21日起赴大陸考察17天參訪8省市，計劃談定大陸城市與花蓮包機直航航班，並扮演觀光行銷先遣隊角色，力圖挽回蘇花公路事故後花蓮觀光人潮明顯減少的劣勢。

縣市登陸行銷不手軟

6月中在廈門舉辦的第三屆海峽論壇，因即時宣布個人遊開放信息，成為台灣縣市行銷的首個平台，受邀參會的台灣縣市代表團成員，在各個場合都不忘推介本地好山好水。台中市副市長蔡炳坤一身泰雅族服飾打扮十分搶眼，「要不這麼多縣市長，我怎麼才能為台中搶到鏡頭呢？」他信心滿滿地表示，為迎接大陸個人遊遊客，台中已經完全「準備好了」。他表示，台中推出了適宜「中進中出」的中台灣深度旅遊線路「愛上台中123自由行」，內容包括三天兩夜、兩人同行，買一送一，並重點推介農業尋寶、宗教祈福、文化洗禮、海洋遊趣、綠野追風等特色旅遊項目。

「手要握到」是台灣島內競選政治催生的理念之一，眼下也被「移植」到觀光行銷過程中，足見爭奪陸客資源，各位縣市長壓力不小。桃園縣長吳志揚從廈門到龍岩，一路都不忘向介紹桃園獨具的「兩蔣文化園區」。就連與大陸籍地地寶賢小學的小朋友們一起合影留念時，手上也不停分發中壢花生酥，「小朋友一定要請爸爸媽媽一起到桃園來玩哦！」

據了解，桃園縣不僅預先設置可在大陸瀏覽的簡體版網站，特別針對個人遊推出「桃園輕鬆GO688個人遊」項目，提供結合景點、美食、文化和購物的6條旅遊路線、8間特色餐廳、8間旅館相結合的多重特色套裝行程。吳志揚介紹說，大陸遊客只要透過縣政府委託的旅行社到桃園住宿或者安排半日、一日旅遊，就享有總計688元人民幣的優惠價。

綠營首長化身旅遊大使

有趣的是，民進黨雖然極度渲染陸客「個人遊」對台灣本土意識的危害，但綠營執政的縣市，包括屏東、高雄、台南等，都不甘在這一波競爭中落於人後。屏東縣長曹啟鴻5月底才剛從北京、天津推廣芒果鳳梨回台，縣政府秘書長鍾家治6月再率團赴廈門舉行專場旅遊推介會。

擁有8個原住民鄉的屏東，此次規劃了海陸空3D旅遊大餐，重點推出屏東西南外海的琉球嶼，將這個「小琉球」定位為「無碳島」，甚至是「蜜月島」，未來只有自行車和電動車可在島內通行，島上300多間民宿也將對外開放。

台南市動得更早。早在5月下旬，台南市觀光旅遊局副局長林華國、經濟發展局局長方進便隨經貿團赴廈門，商談兩地海上直航事宜。業者已着手自澳洲購入船隻，最快今年9月廈門至台南海上航線便能開通，航程僅需3.5小時。一向稱「台胞認降格」的台南市長賴清德，接受台灣媒體採訪時似乎也也有所鬆口，稱不排除赴大陸推銷農特產品。

陸客盼仿港 增指示標誌

對於是否改用簡體字迎接大陸遊客，台灣島內爭論不休。記者透過北京、上海、廈門三地旅行社代為詢問，除廈門居民對繁體字接受度較高，京滬兩地受訪報名者都希望台灣能增加簡體字指引，特別是對捷運站、巴士站等公共設施的指引，與香港相比落後許多。

北京受訪者許先生告訴記者，此前隨團在淡水遊玩，晚上想乘捷運到老街吃阿給（淡水當地小吃），一路走去並沒有見到明顯的指示標誌。「在香港，地鐵站附近都有指示牌，就算第一次去也不用擔心找不到。」

桃園機場更新標誌設計

島內各縣市也意識到硬件裝備上的差距。據台灣媒體報道，今年8月起，桃園機場第一航廈內所有標誌將比照香港機場標誌模式逐步更新，第二航廈標誌也將於明年下半年更新完畢，要讓旅客對於桃園機場有煥然一新的感受。

桃園縣觀光行銷局局長李紹偉與記者閒聊時也提及，此前已經有不少外國旅客通過業者反映，進出桃園機場，常常會因為機場內標誌指引不清楚浪費許多時間。因此，在參考其他國際機場設計後，桃園機場決定從樣式、字體到顏色全都比照香港機場的標誌設計；舉顏色為例，未來只要和旅客搭飛機動線有關的，一律都採用藍底白字；如果是和服務性相關的標誌，像是簽字櫃、洗手間、餐廳等，就統一用暗紅色的底，白色的字。

應建旅客投訴處理機制

另有台灣媒體建議，台灣有必要參考香港實施「個人遊計劃」之經驗，釐清其可能效益與問題。《中國時報》6月16日刊出評論說，陸客個人遊是促進兩岸旅遊雙向開放和創造「外溢效果」的重要一步，台灣應特別參考香港經驗，研究陸客個人遊可能衍生的旅遊與購物糾紛，尤其是影響陸客與到島外旅客對台灣旅遊環境與質量印象的重要變量。對此，台灣除了應解決日月潭、阿里山等熱門景點因大量陸客到訪而面臨旅遊質量下滑的問題之外，也應與大陸就陸客個人遊的管理和規管事宜，保持聯繫與合作機制。

最後，台灣也應儘快建立良好的「旅客投訴處理機制」，確立接獲投訴的處理程序、具體資料搜集、回覆投訴與調解等制度，才能有效處理與改善陸客個人遊可能發生的問題。



■淡水老街別具風情，但有陸客表示街上沒明顯的指示標誌。
香港文匯報記者米南攝

零距離互動 縣市開微博

針對大陸遊客無法直接登錄台灣官方網站查詢相關信息的難處，台灣不少縣市近日在大陸最熱門的新浪、網易等微博平台上開設賬號，不僅提供各種出行信息，還能實時回答網友提出的問題，真正做到零距離互動行銷。

記者在新浪微博上檢索發現，台灣「交通部觀光局」以「個人遊台灣」的網名開設了官方微博，自6月13日開通後發布了20條微博，目前有19,182名粉絲。其中提供的信息甚至細緻到「台灣1斤=16兩=600公克」。

「趣台北」粉絲超3萬

各縣市開設的微博，以台北市觀光傳播局「趣台北」關注度為最高，粉絲超過3萬人，新北市開設的「新北甜甜圈」，每條微博都配發了精彩的圖片，也十分吸引人。高雄市的「愛高雄」微博，主打高雄燈會代言人、著名組合五月天，果然贏得不少五月天歌迷的讚賞。



■台北市觀光傳播局開設的「趣台北」微博，粉絲超過3萬人。

賞。台市中的「大玩台中」

就連台灣的藝人明星，也希望自己經營的店舖能吸引由大陸到來的客人。12日個人遊消息一宣布，藝人黑人陳建州馬上跟發微博「希望大家都有機會到台灣走走，也順便到我們的傳奇星咖啡廳喝杯咖啡，也到我們的EROS做造型，最後到我的熱血潮店看看吧！」

搶賺陸客財 港商大舉進軍

看好陸客個人遊錢潮，港商大舉進軍台灣市場。據報道，香港著名的周生生集團即將於7月在台北信義商圈開出全台最大周生生珠寶店；港商鎮金店也將南下在台中大遠百開出旗艦店；此外，香港鐘表商包括亨得利三寶店、東方集團的台灣合資企業永新則準備9月入駐信義區，開出勞力士獨立旗艦店。



■周生生計劃在台灣開設首家旗艦店，面積將超過100坪。

為不再漏掉陸客這隻消費大魚，即使在兩岸三地已經開了220多家直營店的周生生仍然決定今年內要在台北、台中、新竹再開3家分店。其中，台灣首家周生生珠寶店將於AIT 4 FUN開出上下2層面積超過100坪的旗艦店。

另悉，看好兩岸經貿觀光交流頻繁，加上陸客來台個人遊的商機，全球兩家頂級行李箱大廠新秀麗 (SAMSONITE) 及法國大使 (DELSEY) 最近雙雙擴大台灣百貨專櫃或旗艦店的新布局。其中，DELSEY今年底的網點，計劃由目前5家增至12家。新秀麗目前在台直營店數，共有42家，今年擬在台北與台中，至少增設5至6家。

連鎖飯店兩岸推廣搶客

陸客赴台個人遊住房生意，台灣本土飯店要搶，國際連鎖飯店也要爭。台北君悅、寒舍艾美與喜來登，以及香格里拉台北遠東國際飯店，紛紛挾國際連鎖優勢，透過位於大陸各主要城市的姐妹飯店展開行銷推廣，使陸客個人遊訂房戰火從台灣一路延燒到了對岸。

透過大陸姐妹店促銷

據台灣媒體報道，台北君悅飯店所屬凱悅飯店集團，目前在大陸各主要城市共有15家連鎖據點，台北君悅已透過此渠道發送飯店宣傳訊息及住房方案，給上海與北京的大陸凱

悅美銀卡會員及全球金護照會員。台北君悅協理李佳燕表示，會員除具高消費能力外，更對君悅與凱悅品牌本身有一定忠誠度，為此君悅首波將鎖定此一族群攻堅。另外，針對大陸個人遊客層，台北君悅飯店亦已設計出「晨悅精選住宿套裝」，透過姐妹飯店促銷。

寒舍集團的台北喜來登飯店與寒舍艾美酒店，均屬於喜達屋集團旗下的品牌飯店，並已在大陸各城市有據點。寒舍艾美酒店總經理戴文龍表示，喜達屋集團原本有針對常客設計有類似航空公司里程積點的獎勵計劃，故寒舍艾美與喜來登飯店將循此渠道，積極爭取陸客入住。



■佛教聖地高雄佛光山。
香港文匯報記者米南攝