

2017 及 2018 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇紀實 The Forum of 2017 and 2018 Taiwan Modern Tourism

黃英峰¹、李郁^{2,*}

Ying-Feng Huang¹, Yu Lee^{2,*}

摘要

交通部觀光局分別於 2017 年及 2018 年舉辦「台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇」，藉由與國際策展專家的交流及對話，提升國內各節慶觀光活動品質。2017 高峰論壇以「海灣旅遊與島嶼生態結合之遊程規劃探討」及「以結合傳統與現代的創新國際性大型節慶活動吸引觀光客之經驗」等兩大主題為主軸，藉由各國專家學者分享舉辦大型節慶活動的寶貴經驗與成功關鍵因素，作為觀光單位未來開拓多元市場與推廣體驗觀光之參考，提升觀光活動的亮點與品質。2018 高峰論壇則分別以「從部落體驗旅遊行銷南島文化」、「從國際趨勢談台灣小鎮漫遊的觀光潛力」為主題，邀請各國內外等觀光領域專業人士齊聚一堂，就體驗旅遊、行銷南島文化、慢城趨勢等議題，分享寶貴的實務經驗，開拓現場觀光相關單位之國際視野。

關鍵詞：觀光行銷、節慶規劃、創新思維、南島文化、小鎮漫遊

Abstract

The Tourism Bureau of the Ministry of Transportation and Communications held the “2017 Taiwan International Contemporary Tourism Summit Forum” with the main objective being to enhance the quality of domestic festivals and sightseeing activities through exchanges and dialogues with international curating experts. The theme of this forum is “exploration of tour planning for bay tourism and island ecology” and “combining the experience for attracting tourists with innovative international festivals that join tradition and modernity.” With this theme as the main axis, experts and scholars from various countries shared their valuable experience and the key success factors for holding festivals. This will serve as a reference for the tourism agencies to explore diverse markets and promote experiential tourism in the future, in order to enhance the highlights and quality of tourism activities. In the 2018 Forum, the theme of “market austronesian culture by experimental tribe travel” and “explore the attraction of small towns in Taiwan to

¹ 交通部觀光局國民旅遊組技士；Associate Technical Specialist, Domestic Tourism Division, Tourism Bureau Ministry of Transportation and Communications.

² 滙集國際股份有限公司專案執行；Project Coordinator, Asia Concentrate Corporation.

* 通訊作者：李郁，E-mail: acc206@asiaconcentrate.com

tourists in global trend” was invited to invite professionals from various fields of tourism at home and abroad to gather together to experience tourism and marketing of South Island culture, issues such as the slow city trend, share valuable practical experience, and develop an international perspective of the relevant units on the spot.

Key words: tourism marketing, festival planning, innovative thinking, Austronesian culture, cittaslow

壹、緣起

近幾年台灣各類型觀光節慶活動舉辦量逐漸攀升，在觀光節慶活動辦理過程中，如何提升活動吸引力及效益，是每位活動策劃者必經的關鍵考驗。為暖身迎接下一個台灣大型慶典活動，交通部觀光局於 2017 年 11 月 16 日至 17 日舉辦「2017 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇」。

2017 高峰論壇邀請到文化部楊子葆政務次長、高雄餐旅大學林校長玥秀擔任主持人，並邀集荷蘭光影藝術節共同創辦人 Raymond Borsboom 先生、日本有馬溫泉發展協會金井啟修理事長、日本金澤學院大學酒井亨教授，以及台北駐日經濟文化代表處謝長廷大使等國內外觀光節慶活動專家，分享國際級活動籌辦的相關經驗，藉由與國際策展人的交流及對話，提升國內各節慶觀光活動品質。

2017 高峰論壇以「海灣旅遊與島嶼生態結合之遊程規劃探討」及「以結合傳統與現代的創新國際性大型節慶活動吸引觀光客之經驗」等兩大主題為主軸。台灣為海島型國家，土地面積雖只占全球萬分之 2.5，但卻蘊藏超過全世界十分之一的海洋物種。因此，觀光局「Tourism2020——台灣永續觀光發展策略」將 2018 年發展重點主題定為「海灣旅遊年」，並以「探索台灣 10 島」作為活動品牌，期盼推動島嶼生態觀光旅遊系統，讓各界積極重視海洋生態資源的永續發展。

另一方面，2018 年台灣將舉辦多場國際年會、活動及觀光雙邊交流，包括澎湖世界最美麗海灣年會、台中世界花卉博覽會、第 9 屆亞洲賞鳥博覽會，以及對日本、韓國、越南等地觀光雙邊交流會議等。

而現全球化、數位化、在地化及永續經營是全球觀光市場發展的四大趨勢。位於亞太地理核心的台灣，擁有山海河川豐富的自然地景，安全穩定的社經環境，友善熱情的好客民情，在族群融合下造就兼容並蓄的多元文化，如何將這些特色型塑為台灣在亞洲重要旅遊目的地的優勢，是交通部觀光局未來的重要議題。

為接軌國際，交通部觀光局推動以開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光 5 大行動綱領的「Tourism2020——台灣永續觀光發展策略」，並為「2019 小鎮漫遊年」宣傳暖身，交通部觀光局於 2018 年 9 月 5 日至 6 日

假台東舉行「2018 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇」，聚焦「從部落體驗旅遊行銷南島文化」、「從國際趨勢談台灣小鎮漫遊的觀光潛力」等主題，持續厚植國旅基礎，邀請國內外節慶觀光、部落旅遊和慢城發展等領域專家學者交流分享。

2018 高峰論壇走出台北，於具有本屆議題代表性的城市——台東，舉辦「2018 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇」，將深入探討，透過目的地行銷，自然地景、文化特色，乃至節慶觀光，如何成功塑造台灣的觀光品牌，達到越在地越國際的目標。「慢食」和「慢活」是近年興起的體驗旅遊方式，繼花蓮鳳林、嘉義縣大林、苗栗三義與南庄四鄉鎮陸續取得慢城認證後，台灣其他小城鎮是否也可以展現慢城魅力。充滿神秘色彩的南島文化，如何在傳承與保存的嚴肅使命，藉由部落觀光的發展，達成拼觀光、拼經濟也同時提升文化能見度的實質效益。

2018 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇期望藉由國際級大師的分享實務經驗、凝聚知識力量，提升國內各節慶觀光活動品質，吸引更多國內外觀光客來台參與活動，透過觀光收益，落實永續觀光的發展。

貳、2017 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇

一、海灣旅遊與島嶼生態結合之遊程規劃探討

(一) 活動規劃與經營策略

首場論壇，由 Borsboom 擔任引言，他是荷蘭光影藝術節共同創辦者之一，分享光影藝術節策劃與活動舉辦經驗。該活動主要起因於冬季的氣候很難吸引觀光客到訪，所以他們分析 3 大客群：國際觀光客、歐洲觀光客與本地居民，依不同的需求及習慣，試圖創造最能符合眾人期待的活動，並希望透過這個活動連結居民、企業、藝術家、合作夥伴，替觀光淡季開啟全新的契機。展出藝術品規劃方面，為避免一次性的浪費，所以串聯不同國家的光影藝術活動，讓藝術家的作品能夠運送到各地輪流使用，提升藝術作品的曝光度；同時，與 information and communication technology (ICT) 產業合作，邀請設計師及工程師一起發展新的燈光藝術模式。在 2017 年，共有來自 98 個國家的 2,400 位設計師、750 件投稿，決選 35 件共同創作光雕藝術品，規模相當盛大。

在 Borsboom 引言分享後，台北燈節北門光雕區策展人——陳怡潔導演接續分享，提到古蹟光雕跟一般光影藝術並不同，古蹟必定有其文化背景，所以在設計上必須融合它的特性，以及屬於它的歷史故事。例如 2017 年的台北燈節，在縝密的田野調查後，把每個時代的北門透過不同象徵，讓歷史與場域完美串接呈現，喚起人們對這塊土地的連結，並創造出全新的歷史印象。而高雄海洋科技大學的黃聲威教授針對 2018 海灣旅遊年提出建言，認為應該直接把重點放在離島觀光，明確凸顯 10 島觀光主題，創造 10 島各自代表性。世新大學觀光學系王正平副教授表示，在推動海灣旅遊的同時，應思考台灣海島教育的不足，並從教育進行根本的改善。台中教育大學永續觀光暨遊憩

管理碩士學位學程吳忠宏教授則提出 7 個「I」作為實踐的方案，分別是 imagination（期待美好的未來才能有進步的動力）、innovation（用創意落實期待）、illustration（讓想像成為具體的藍圖）、involvement（促成公眾參與）、inspiration（啟發民眾對土地的連結）、internationalization（以國際化為目標）與 identity（型塑出屬於台灣的主體性）。

（二）在地連結與特色營造

第二場論壇，由日本有馬溫泉觀光協會的金井啟修會長擔任引言，也是當地溫泉文化及觀光發展的重要推手。有馬地區曾因大地震導致觀光蕭條，之後逐步重建發展，才成為日本第一的溫泉勝地，其背後依靠的是建立品牌深度，並從物質層面、精神層面 2 方面下手。從物質層面來談：從有馬出發，2 個小時內可以到達 2 個機場，建立便利的交通系統。擁有神戶牛、山椒等名產的有馬可是美食之都，以建立慢食氛圍的手法，讓旅客流連忘返。就精神層面來說：目前有馬溫泉正積極申請為日本世界遺產，並在當地興建溫泉博物館，傳承文化特殊性。

在今井會長引言分享後，中華大學林祥生副教授深感認同，表示觀光應該就像是泡溫泉，成功的體驗會成為習慣甚至是興趣。因此他對未來 10 島觀光規劃提出建議：塑造品牌故事、創造話題、誘發顧客渴望，並使其付諸行動。而台灣國際郵輪協會呂江泉顧問則以自身對於遊輪產業的經驗，做出回應，認為郵輪本身便能成為旅遊的目的地，郵輪旅遊即是一種島嶼旅遊的方式，而基隆港近日成為亞洲最佳郵輪母港，究其本身設施並不優秀，但台灣的服務品質卻能成就佳績，代表台灣的遊輪產業潛力無窮。對此，虎尾科技大學侯錦雄院長亦表示認同，並期望在台灣紮根過的各國歷史與文化，能成為養分，讓台灣邁向國際化；高雄海洋科技大學尤若弘副教授，憑藉對島嶼觀光進行長期且深入的研究，認為台灣豐富且獨特的島嶼資源應該互相串連，更能成為強而有力的觀光後盾。

二、以結合傳統與現代的創新國際性大型節慶活動吸引觀光客之經驗探討

文化部楊子葆政務次長分享其對觀光旅遊趨勢的見解，他以昇華經濟學（transformation economy）這個名詞作為近代旅遊趨勢的重點，並解釋為人們期待到異地旅遊，能改變自己的心靈、讓自己變得更好。進一步，他以巴黎刺青藝術展為例，透過藝術與庶民文化的結合，擦出意想不到的火花。因此，觀光節慶活動本身便是大眾生活的一環，在推動觀光時應納入更多元的可能性，才能邁向正面、開放性的循環。

（一）傳統文化與創新思維

第三場論壇，由金澤學院大學酒井亨教授擔任引言，由文化創新領域著眼，一開頭便提出：「傳統是什麼？」日本有位學者認為傳統是被發明的、是由現代人所定義的。既然傳統可以被發明，就可以更積極地創造。接著，他列舉從自身所在的金澤溫泉祭典、東京神田祭、茨城縣大洗町鮫鱈祭 3 個例子。

1. 在金澤市有個湯湧溫泉，當時有個很有名的電視節目「花開物語」，虛擬了一個節慶，我們把它落實在生活中，因此一炮而紅。
2. 東京的神田祭是日本 3 大慶典之一。它在東京有為期 6 天的表演，透過動漫聖地秋葉原號召，當天會有很多動漫慶典花車遊行，吸引大批觀光客前來朝聖，完美結合傳統與創新。
3. 茨城縣的大洗町是一個小城市，因為動漫「少女與戰車」的取景出名，在車站月台上可以看到很多動漫的角色看板，把虛擬動漫的場景還原在現實生活中。

在日本，繪馬原本是非常傳統的宗教儀式，人們會在繪馬上面掛人們的願望，但現在慶典中反而會在繪馬上面畫上動漫的角色，成為「痛繪馬」，吸引更多年輕人參加，使現代動漫結合習俗慶典產生火花。目前台灣也有許多相似的例子，但需要更進一步的協調與發揚，才能被重視。

酒井亨教授引言分享後，北海道的札幌觀光協會星野尚夫會長，分享札幌市的 Yosakoi 索朗祭。

這個慶典是在 1991 年由年輕人所創造，目的是希望能夠創造商店街的活化，所以參加者有 70% 以上都是 30 歲以下的年輕人，裡面又有 70% 是女性參與者，所以說這是年輕女性為主的慶典都不為過。慶典表演的規則很少，強調多變的創意，這是屬於一個全體市民的慶典。

安濃津索朗祭組織委員會宮木康光會長則表示，安濃津跟其他地區有些不同，當地有個已經運行 300 多年的津慶典，原本主要是用太鼓以及傳統文化結合，之後他們把 Yosakoi 慶典融合進來，變成了現在這樣獨特的樣貌。目前該活動已經舉辦 20 多年，並在 2017 年起，與鄉土藝能協議會合作，讓 Yosakoi 索朗祭進一步融入鄉土文化的元素，成為當地獨一無二的祭典。另一位來自名古屋的日本真中祭文化財團岡田邦彥會長，則說他觀察到台灣與日本祭典的不同在於台灣少有類似真中祭這樣的踩舞慶典，而多以表演者在舞台上演出的形式呈現。因此，他們在 2016 年與台中市政府合作，在台灣舉辦類似的踩舞祭典；由於讓所有人都可以參加慶典是最重要的目標，為達到這個目標必須協調許多單位，如警察部門、市政單位，以及各社區委員會等，提升區域居民情感連結，同時讓災害動員與地方治安獲得改善。

（二）故事行銷與互動體驗

第四場論壇，由擁有豐富台日交流經驗的台北駐日經濟文化代表處謝長廷大使擔任引言，他表示台灣的傳統節慶很多元，從 1 月到 12 月都有不同的節慶，不同族群也有不同的節慶。其實，台灣已經孕育這樣的力量，像是宜蘭的童玩節、元宵燈會等等，在日本觀光客間就很有名，唯節慶要到國際舞台有不少條件，如多元性、國際性、便利性……等等，這些配套措施都還不足，要花時間強化。此外，呼應酒井教授的分享，有些節慶是被創造的，甚至是從漫畫虛構變為現實的活動，其實台灣的全國燈會、台

中即將舉辦的花博，都是近年來新創的活動。因此，他認為觀光發展應該串聯以下幾個重點：將具有傳統特色的故事性凸顯、再加上具有互動性及體驗性的內容，並提升軟體及硬體的便利性，例如語言、服務、交通等，讓觀光的困難度降低，強化活動對國際觀光客的吸引力。

在謝大使引言分享後，台灣大學社會學系李明璁教授引用日本 Sony 集團“global thinking, local action”的口號，強調全球標準與在地調適的思考模式；就觀光旅遊來說，在國際化時代，人們很習慣標準化，但更期待的是獨特的感受，所以要怎麼把在地感受（local feeling）傳達出去就是個很有趣的議題。因此，李教授以「50 公分距離論」，點出目前台灣舉辦節慶活動的現況，並進一步說明在民俗特殊性與全球標準化之間，需要透過精準控制的力道才能成就吸引力最大化的節慶活動。抱持相似的觀點，高雄餐旅大學劉喜臨副校長進一步解釋，觀光沒有區分對錯，重點是如何詮釋；節慶活動最重要的就是跟本地人民的互動，不能讓國際觀光客覺得各玩各的，缺乏情感連結。而文化總會李厚慶副秘書長則認為，透過網紅行銷、啟用新銳設計師、應用科技平台以及新型態行銷包裝等方式，能創造節慶活動的新風貌，更受到年輕族群期待與喜愛。

參、2018 台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇

一、從部落體驗旅遊行銷南島文化

熱帶雨林世界音樂節（Rainforest World Music Festival）是馬來西亞傳統文化的載體，自 1998 年開始舉辦至今已持續 21 年，被譽為世界前 10 大成功的音樂節。藉由音樂節活動把古老的樂器帶回雨林，並邀請全世界的人一起來體驗與聆聽傳統樂器的故事。運用節慶觀光推廣當地原民文化，而當地青年也透過參與或協助此一重大節慶活動，進而瞭解文化的意涵，馬來西亞砂拉越旅遊局行銷總監 Benedict Jimbau 先生相信這正是最好保存文化並使之能成功永續經營的方法。

瘋馬旅行社股份有限公司創辦人暨總經理李文瑞先生接續分享如何透過部落旅遊創造觀光產業三贏。李文瑞先生本身即為台灣平埔族，自 1997 年開始帶團進入部落觀光，他分享早年帶團拜訪泰雅紋面耆老時，那些老人並不開心也不想和遊客們互動，他突發奇想讓所有遊客臉上都貼上紋面貼紙時，老人們竟都開心地笑了，紋面貼紙讓遊客和部落耆老間產生文化連結。透過部落旅遊有助於瞭解即將消失的原民文化，而越來越多部落青年開始認同自身文化，並跳脫身分認同問題，加入遵循及維護古老傳統的行列，在臉上紋上屬於他們的圖騰，延續與傳承紋面文化。他以自身經驗表示透過部落觀光帶動產業、生活和文化 3 個方面，同時融合美食、圖騰、服飾、信仰、採集、故事及藝術等，讓文化、歷史情感、土地，進階經營成為文化經濟，用文化經濟創造原住民的身分認同並凝聚文化情感。

2016 年第 12 屆太平洋藝術節在關島隆重舉辦，活動披上太平洋文藝復興的色彩，集結 27 個海島國家，包括：夏威夷、斐濟、帛琉等，而當地所有的文化人士及藝術家，

透過藝術節讓不同文化有了共同展現與創作的機會，更讓關島的文化業者和當地企業能有發揚「關島製造」產品及和世界分享當地獨一無二手工藝品的機會，讓逐漸沒落的文化再度復甦。關島觀光局副局長 Antonio Muña, Jr. 分享，自 1972 年開辦的太平洋藝術節（The Festival of the Pacific Arts），屆分成 4 個不同的面向呈現：傳統藝術的演示與展覽、文學藝術、表演藝術及視覺藝術，完整展現當地人的文化，也帶來極高的旅遊價值。副局長認為，觀光業在文化的保存上扮演的重要的角色，觀光所帶來的經濟效益，使傳統文化得以延續和並被保存，但同時文化在觀光業的發展上更扮演重要的角色，因文化才能帶給遊客深度的旅遊體驗，更能藉文化魅力持續推廣觀光旅遊。

二、從國際趨勢談台灣小鎮漫遊的觀光潛力

翌日主題為「從國際趨勢談台灣小鎮漫遊的觀光潛力」，義大利國際慢城總部國際學術委員長 Giuseppe Roma 分享我們需要慢城的 5 個理由。一是慢城可以平衡城鄉差距，減少大城市對小鎮村帶來的人口衝擊，帶動中小型城市的發展，維護居民的環境及生活品質，而推動慢城更有助於居民與社區的連結。二是慢城可以讓觀光客看見最原始的景觀風貌、文化，進行最直接的旅遊體驗。以往許多城鎮會為了發展觀光而塑造與當地完全不具關聯性的觀光意象，但這樣就失去在地文化發展的意義，而推廣慢城正是解決方法。三是移動人口快速成長，慢城仍能凸顯出當地的特色，並強化當地居民對自己所在地區的認同意識。四是慢城的歷史性、文化遺址、自然風光可以吸引觀光客，並帶來良好的旅遊體驗。五是慢城運動是全球性的，它可以活絡各國慢城間的鏈結，更帶來經濟利益。同時各國間的合作與經驗分享更能為各城市間帶來更多的附加價值。

老爺酒店集團執行長沈方正以台南土溝村為例，暢談小鄉小鎮的魅力。他表示土溝村因為一群人在地人士的積極投入，才使這典型南部小農村有了全新的風貌，並在 2012 年建立了台灣第一個農村美術館——土溝農村美術館。他認為台灣其實有很多具有在地特色的鄉鎮，可惜大多數人都沒注意到，甚至連在地人也不知道自己家鄉的特色是什麼？建立一個可以推廣特色的平台是發展在地觀光的第一步。而缺乏在地守門人介紹，推廣小鄉小鎮的好是多數鄉鎮共同面臨的難題，他深信每個小鎮村都需要有守門人與外部連結，不論是大城市或小鎮村都需要挖掘出在地元素，並創造具延續性的價值，再找出其中趣味的串聯性、景觀的變化性與商品的在地性，才能真正促成小鎮村的觀光發展。

三、以在地文化活動結合旅遊觀光之策略及趨勢探討

（一）部落文化觀光的發展

不老部落原根職校創辦人潘崑分享，不老部落成立於 2003 年，最初的目標僅是為了「活下去」而開始了耕作，耕作到一個階段後才創立餐廳，轉以觀光模式的營運。而今不老部落的核心發展則為協助部落的年輕人在部落中可以學習到一技之長、自給

自主的生活，除了能夠在部落發揮所長，未來更有其他發展的可能性。潘崑認為最重要的是每個人都能夠在部落中找到自己的價值，他建議要成功發展觀光業，社會應更更注重新人才的培育，才不會在全力發展觀光的過程中面臨人才缺乏的窘境。Benedict Jimbau 則以他在觀光業 20 多年的經驗提出，過去許多遊客在原住民部落的觀光僅是走馬看花，但近年旅遊趨勢轉為對於文化、冒險體驗有更高的期望，觀光業應抓緊潮流，深度瞭解部落文化脈絡以利推廣。他舉例，讓遊客用原住民的烹飪方式，並使用當地的食材和香料做飯，親自體驗他們傳統生活方式，可快速全面瞭解他們的飲食，也強化部落既有的文化資產。Antonio Muña, Jr. 認為，體驗就是觀光的核心理念，觀光產業對於每一個要發展觀光的部落或小城鎮都有責任，政府應大力支持這些城鎮的發展，而觀光與文化是相輔相成的，沒有文化就沒有觀光，所以尊重文化、與當地人建立關係，對當地的發展具有深遠的影響。

(二) 小鄉小鎮的永續觀光

鹿野鄉永安社區總幹事廖中勳是土生土長的鹿野人，見證了這個小鎮的轉變，從前的鹿野曾經是一個被說沒有觀光味的小鎮。當年從都市回到家鄉後，他開始思考如何讓逐漸凋零的土地再次活絡起來？如何讓人愛上一個沒有觀光味的鹿野？30 歲那年他選擇成為了家鄉的守門人，並發掘了許多既有自然資源，如：武陵綠色隧道與玉龍泉生態步道，結合村民力量維持環境並推廣生態觀光，並由一群愛家鄉愛文化的人一起在武嶺綠色隧道上創立了「台東 2626 農村市集」，現為東台灣第一大的農村市集，提供在地小農及藝術家展示與販售優質產品的平台。這幾年更以「找到回家的鹿」為計畫口號，在傳統中加入創意、深化背景故事，成功吸引各世界各地觀光客參與，成功創造了鹿野的觀光品牌，讓原來逐漸沒落的農村轉型為台灣觀光旅遊重鎮。老爺酒店執行長沈方正建議，小城小鎮針對不同年齡的族群或是文化背景的族群都要有不同的發展方式，接著他以宜蘭認養稻田計畫為例，他認為台東的農田也具相同的可能性，是值得借鏡的方式，台東若朝類似模式發展，將可以提高農作的附加價值。

最後交通部觀光局陳淑慧副局長總結，「把人找回來、邀請人進來」，是觀光產業要持續努力的目標，也期許觀光局能做好領導者的角色，藉由上而下的力量帶領民間一起打拼觀光。

肆、結語

一、2017 高峰論壇綜合整理各專家說法與建議

針對節慶活動的行銷與宣傳方式，Borsboom 與金井啟修理事長認為，首要應建立正確的客群定位，並強化品牌深度，再透過持續並多面向（包含物質層面及精神層面）的宣傳，打造高品質的觀光環境。最後很重要的一點，思考如何避免活動中常見的「一次性浪費」，並建立使旅客養成習慣的舒適體驗。陳怡潔導演則提出，在設計整體活動架構時，不妨將屬於當地的文化歷史軌跡融入，喚醒人們對的情感連結，並轉化成

獨一無二的特殊體驗。

在「台灣海灣旅遊與島嶼生態結合之遊程規劃」主題中，高雄海洋科技大學海洋休閒管理系的黃聲威教授認為，應該將經營重點更直接放在凸顯「10 島觀光」上，高雄海洋科技大學海洋休閒管理系的尤若弘副教授接續說明，將目光著重在 10 島觀光的同時，島嶼間的資源串聯將成為背後最重要的推力與後盾。台灣國際郵輪協會呂江泉顧問則提出台灣本身在郵輪觀光發展方面，有著無窮的潛力，並且郵輪本身便能成為旅遊的目的地之一。但同時世新大學觀光學系王正平副教授點出，在推動海灣旅遊的同時，應思考台灣海島教育的不足，該如何從教育層面著手進行改善。

在「結合傳統與現代的創新國際性大型節慶活動吸引觀光客之經驗探討」主題中，楊子葆次長以「觀光節慶活動本身便是大眾生活的一環」為破題，為後續的討論定下錨點。接著酒井教授提出，傳統是可以被建立的觀點，說服在座的觀眾建立多元思考模式，進一步審視現代文化與傳統慶典結合的重要性。而身為 Yosakoi 兄弟會成員的星野尚夫會長、宮木康光會長，以及岡田邦彥會長 3 位嘉賓，皆以自身舉辦慶典的經驗認同酒井教授的建議。台灣大學社會學系李明璁教授則提出有趣的「50 公分距離論」，點出透過精準控制的力道才能成就吸引力最大化的節慶活動。

最後，在台灣觀光協會葉菊蘭會長、金澤學院大學酒井亨教授，以及交通部觀光局周永暉局長的總結中，葉會長表示，曾參與日本不同的 Yosakoi 的活動而深受感動，希望台灣也能動員民間的力量舉辦代表各地的特色慶典，並思考如何加強文化慶典對於民眾的感染力。酒井亨教授則提到，台灣與日本有著相似的人文背景，所面臨的環境及社會議題也非常雷同，而像是原住民族的相關慶典，亦是非常獨特且珍貴的文化資產，上述元素其實都可以作為節慶活動的關鍵點來盡情發揮，讓其擁有更多元的面貌。在執行層面，或許可以讓接下來即將舉辦的燈會成為改變的利基點，例如將動態遊行的元素加入燈會，或是透過選拔增加活動的刺激性。最後，周局長希望這次舉辦的台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇能成為先鋒，未來將延續此一動能，另以期刊方式收錄這次論壇活動內容進行擴散分享，並接續強打台灣春、夏、秋、冬四季的節慶活動，期望開拓台灣大型節慶活動更多元的範疇與視野。

二、2018 高峰論壇綜合整理各專家說法與建議

台東近幾年觀光旅遊蓬勃發展，而觀光旅遊更是施政重點之一，在歷任縣長的努力下，許多的國際活動包括國際衝浪公開賽、國際熱氣球嘉年華和國際鐵人 3 項競賽等，在台東落地深耕。觀光景點也從發展指標性的大景點，逐漸轉變為推廣具有獨特風格的小城鎮，如關山、池上等。歷經 2 天的論壇，與會者更加瞭解觀光產業的政策規劃對地方的發展具有舉足輕重。Antonio Muña, Jr. 認為政府在推動觀光上扮演了重要的角色，但在部落旅遊、小鄉小鎮等體驗旅遊興起的浪潮下，民間力量也成了推動觀光的重要因子，所以公部門及民間應攜手合作，為台灣打造更優質的觀光環境。

從沈方正執行長分享中，可以發現很多在地創生案例都有寶貴的元素但缺乏包裝，而守門員就扮演了包裝與行銷的重要角色，如何讓更多年輕人願意回到家鄉擔任守門人成為現今一個重要的議題。廖中勳總幹事也鼓勵年輕人參與在地方活化與文化傳承中，期許年輕人可以在自己的鄉鎮中成為新活水。「慢」哲學是從義大利開始，逐漸擴散全球，慢城雖然還是一個很新的概念，但現在全世界已經有 280 個城市與 31 個國家參與在當中，從 Giuseppe Roma 的分享，瞭解到小鎮靠在地居民努力推動觀光很重要，但跨鄉鎮間的合作與經驗分享能為彼此帶來更多的附加價值，甚至是多贏的局面。

在這次的論壇中講者們均提及觀光品牌行銷的重要性，如何「包裝又不失真」是在推廣在地旅遊時需努力的，瘋馬旅行社創辦人李文瑞提出 6 大成功發展部落旅遊的關鍵，包括（一）觀光業者須先瞭解如何善用各界資源；（二）不要試圖改變部落原來的樣子；（三）旅行業者需要篩選合適的顧客；（四）需有懂得文化解碼的導遊；（五）要有社會企業的概念才能夠守護傳統文化；（六）要有資源分享且不要讓部落的人吃虧的心態。點出在觀光業者發展部落觀光時經常忽略的重點，業者應與當地人建立關係並且不宜操之過急，在全盤瞭解當地文化後再進行推廣，使部落文化能與觀光相輔相成。Benedict Jimbau 分享的熱帶雨林音樂節案例，也反映了台灣傳統樂曲的問題，現代人對於傳統樂曲的接受度並不高，需長時間的經營讓人們逐漸接受，而要如何找到傳統音樂的特色與獨特的賣點，是大家需要共同努力的。發展觀光業是要看重未來的發展，如何讓 50 年後的人們仍然願意繼續參與當中，成為文化的一部分，相較於眼前的觀光收益將是更重要的課題。

最後，交通部觀光局周永暉局長表示，體驗經濟與體驗旅遊已經是全球發展的趨勢，而台灣具有四季宜人的氣候、豐富的山海資源、天然景觀及多樣的文化特質，特別是台東更具有珍貴的南島文化資產，是很適合發展體驗旅遊的地區，希望藉此次論壇傾聽在地的聲音，透過國際專家的能量將觀光知識跟在地做連結，從台東開始把部落體驗帶到台灣的每個角落，開拓在地永續觀光的全新視野就從台東開始。