

公務出國或赴大陸地區報告（出國類別：考察）

第 34 屆臺韓(TVA/KATA)觀光交流會議
及 2019 韓國釜山與南部城市觀光推廣
活動

服務機關：臺中市政府觀光旅遊局

姓名職稱：康文樹專員、林建宏股長

派赴國家：韓國

出國期間：108 年 6 月 26 日至 108 年 7 月 1 日

報告日期：108 年 9 月 26 日

目錄:

| | | |
|----|-------------------|----|
| 壹、 | 摘要..... | 3 |
| 貳、 | 出國人員名單..... | 3 |
| 參、 | 緣起..... | 3 |
| 肆、 | 過程-行程內容暨工作紀實..... | 5 |
| 伍、 | 交流具體成果..... | 10 |
| 陸、 | 重要接觸人員及商談事項..... | 11 |
| 柒、 | 心得..... | 13 |
| 捌、 | 建議..... | 13 |
| 玖、 | 附件..... | 15 |

壹、摘要

為結合政府與民間力量，積極針對主要目標市場深耕推廣臺灣觀光，每年由台灣觀光協會(TVA)與韓國旅行業協會(KATA)共同主辦臺韓觀光交流會議，吸引雙方政府觀光部門官員、公協會領袖，以及知名觀光產業主管參加，逐年增進臺韓觀光領域相互溝通及成長。

本次第34屆臺韓觀光交流會議於韓國南部慶尚北道慶州市舉行，藉地利之便，得以安排周邊大城釜山、大邱等地推廣活動，臺中市政府觀光旅遊局為積極開拓韓國此一東北亞重要的目標市場，積極派員前往推廣，並建立與韓國南部大城之聯繫，構築合作模式，以期增加入境客源。

貳、出國人員名單

臺中市政府成員名單

| 所屬機關 | 職稱 | 姓名 | 工作項目 |
|----------------|----|-----|--|
| 臺中市政府 觀光旅遊局 | 專員 | 康文樹 | 參加臺韓觀光交流會議 參加大邱臺灣觀光推廣會推廣 參加大邱臺灣觀光 Road Show 推廣 參加大邱臺灣觀光 Road Show 推廣 蒐集產業及民眾對於臺中旅遊意見 旅遊服務設施制度考察 活動拍攝紀錄 |
| | 股長 | 林建宏 | 參加臺韓觀光交流會議 參加大邱臺灣觀光推廣會推廣 參加大邱臺灣觀光 Road Show 推廣 參加大邱臺灣觀光 Road Show 推廣 蒐集產業及民眾對於臺中旅遊意見 旅遊服務設施制度考察 活動拍攝紀錄 |

參、緣起

一、總體韓國入境旅臺市場情勢熱絡：

(一)臺韓關係熱絡:韓國旅客去(107)年全年累計來臺為 101 萬 9,441

人次，雖為 10 年來首次微幅衰退，卻也是連續 2 年迎接百萬人
次韓客來臺，回顧 10 年前(98 年)的 16 萬 7,641 人次，10 年間
成長了 508.11%，並首度達到臺韓互訪 200 萬人次目標，由於
雙方互訪密切，是預期會持續暢旺的高潛力市場，總體韓國入
境旅臺市場情勢樂觀。

近十年 (98~107) 日、韓、馬、大陸、港來臺旅客總人次變化 (單位:人次)

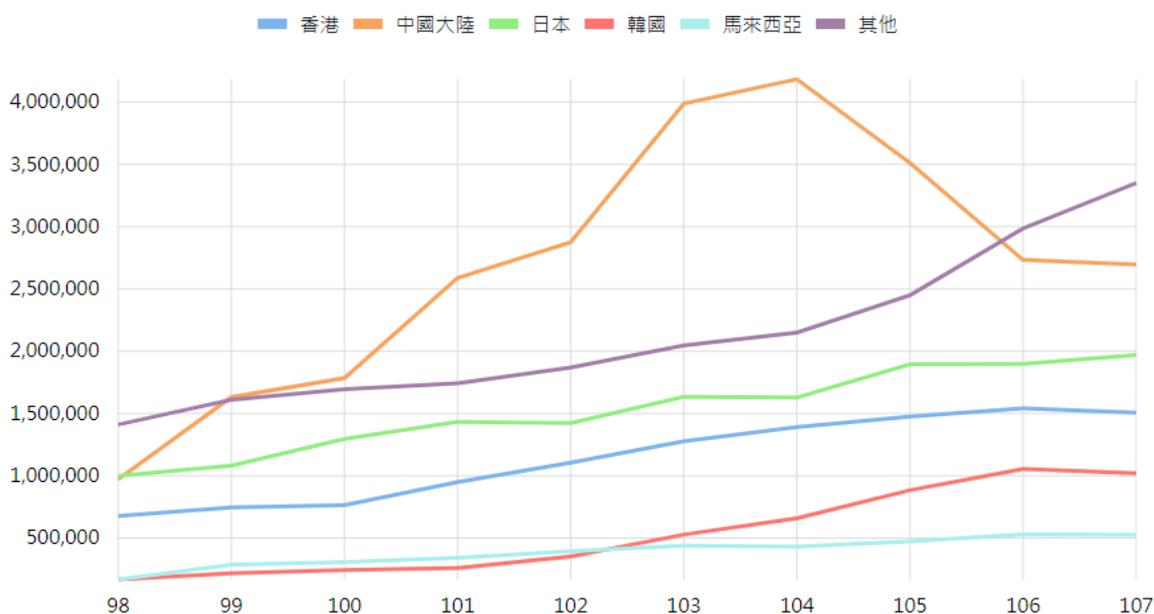


圖 1.主要入境旅遊市場人次變化 資料來源：交通部觀光局

(二)日韓關係緊張：自去(107)年年底「火控雷達事件」愈演愈烈，直至「徵用工」(太平洋戰爭遭日本企業強徵的南韓勞工)判決影響，日韓關係陷入空前緊張，雙方商旅往來急凍，諸多城市航線停飛或被迫更換小機種。依據韓國觀光公社中國部次長柳漢淳次長指出，韓國人出國旅遊首選之一為日本，占 31%，而臺灣僅為 4.5%。基於日韓最近情勢轉變，因此許多韓國民眾轉而選擇臺灣旅遊，期能藉此，長遠扭轉此一差距。

二、臺中與韓國航線穩定，推廣條件佳：

臺中與首爾仁川機場航班供應穩定，自 108 年 6 月有長榮及德威 2 家航空公司，提供每周 6 班的直航定期班機。至 9 月，新增韓

亞航空，每周並增加至 11 班。臺中釜山定期包機亦於 9 月 12 日啟動，初期提共每周 3 班服務，兩地航線及機位供應穩定，推廣條件佳，107 年相較於 106 年，韓國旅客住宿臺中成長率達 43.84%，今(108)年 1 月至 6 月住宿臺中之韓國旅客約 3 萬 3,000 人次，平均每月約 5,500 人次，具有開發潛力。

三、鎖定臺韓雙方重遊旅客分流至各地方的趨勢：

去(107)年的臺韓觀光交流會議，匯聚出鎖定重遊旅客分流至各地方的共識並著手執行，讓雙方旅客不只是集中在首都圈，而可以藉航線開拓，直接導引至各地方，造就臺中推動韓國入境旅遊市場的新契機。

肆、過程-行程內容暨工作紀實

一、行程總表

| 日期 | 時間 | 行程內容 | 備註說明 |
|-------------|-------------|----------------|--------------|
| 6/26 (三) | 07:40-11:00 | 桃園搭機前往釜山 | CI188 |
| | 11:00-13:30 | 入境，專車前往慶州 | |
| | 13:30-14:30 | 午餐 | |
| | 14:30-16:30 | 慶州旅遊景點服務考察 | 瞻星臺、國立慶州博物館 |
| | 16:30-17:30 | 至旅館進住 | 希爾頓慶州酒店 |
| | 18:30-20:30 | 歡迎晚宴 | 主辦單位：文化體育觀光部 |
| 6/27 (四) | 09:00-12:00 | 第 34 屆臺韓觀光交流會議 | 希爾頓慶州酒店宇洋美術館 |
| | 12:00-13:00 | 午餐/B2B 洽談會 | |
| | 13:00-15:00 | 第 34 屆臺韓觀光交流會議 | 希爾頓慶州酒店宇洋美術館 |
| | 15:00-17:30 | 慶州宗教觀光考察 | 佛國寺 |
| | 18:00-20:00 | 歡送晚宴 | 主辦單位：韓國旅行業協會 |

| | | | |
|-------------|-------------|------------------|---------------------------|
| 6/28 (五) | 09:00-13:00 | 專車前往大邱 | 途經慶州世界文化 Expo 公園 |
| | 13:00-13:30 | 至旅館進住 | 諾富特大邱酒店 |
| | 13:30-14:30 | 午餐 | |
| | 14:30-17:30 | 臺灣觀光推廣會 | 諾富特大邱酒店 |
| | 17:30-19:00 | 臺灣觀光推廣會晚宴 | 諾富特大邱酒店 |
| 6/29 (六) | 09:00-11:00 | 臺中觀旅局與業者檢討會 | 諾富特大邱酒店 |
| | 11:00-12:00 | 至 Road Show 會場整備 | Stadium Mall Color Square |
| | 12:00-16:00 | 舉辦臺灣觀光 Road Show | Stadium Mall Color Square |
| | 17:30-18:30 | 專車前往釜山 | |
| | 18:30-19:00 | 至旅館進住 | 宜必思釜山中心酒店 |
| 6/30 (日) | 10:00-13:00 | 甘川洞文化村旅服考察 | |
| | 13:00-14:00 | 至 Road Show 會場整備 | 西面 NC 百貨 |
| | 14:00-18:00 | 舉辦臺灣觀光 Road Show | 西面 NC 百貨 |
| | 18:30-20:00 | 檢討餐會 | |
| 7/1 (一) | 12:00-13:35 | 釜山搭機前往桃園 | CI189 |

二、工作紀實

(一) 6月26日(星期三)，第一日

第34屆臺韓觀光交流會議暨韓國釜山與南部城市觀光推廣活動代表團，連同本局2位參加人員，與本市華府旅行社韓國部代表，一行57人，由交通部觀光局周永暉局長及台灣觀光協會葉菊蘭會長帶領，於6月26日搭機前往韓國釜山，抵達釜山後，由慶尚北道文化觀光公社迎接，隨即專車前往本次臺韓觀光交流會議主辦城市-慶尚北道慶州市。本日2項主要行程紀實如下：

1. 慶州旅遊景點服務考察：前往聯合國教科文組織 (UNESCO) 登錄的世界文化遺產瞻星臺，與國立慶州博物

館考察相關景點服務機制，其中印象最深刻之處有以下幾部分：

- (1) 旅客服務中心設有多國語言大螢幕高畫質解說影片，鉅細靡遺讓各國旅客深入了解其新羅時代歷史背景。
- (2) 旅客服務中心設有觀光警察，並配備有車輛，整合消防、問訊、保安3大機制，讓旅服中心除了傳統旅服功能之外，更成為旅遊安全的守護站。
- (3) 旅客服務中心備有超過65種以上的韓服供免費拍照體驗，除了增加景點服務滿意度之外，更可積極宣揚傳統文化。

2. 臺韓觀光交流會議歡迎晚宴：會議前一天晚上，由韓國文化體育觀光部主辦的歡迎晚宴，席開19桌，由於臺方全員到齊，韓方從全國各地遠道而來的與會者也均於前一晚抵達，因此成為彼此熟悉及洽談業務之最佳場合，本局代表團成員也把握機會，卯足全力和相關重要人士交換意見。

(二) 8月5日(星期四)，第二日

1. 第34屆臺韓觀光交流會議：於希爾頓慶州酒店宇洋美術館正式展開，由台灣觀光協會(TVA)及韓國旅行業協會(KATA)所聯合主辦的臺韓觀光交流會議，今年已邁入第34年。本次會議在千年歷史古都慶州舉行，吸引了雙方政府觀光部門官員、公協會領袖，以及知名觀光產業高級主管近200人齊聚一堂，共同探討促進臺韓觀光質量提升的諸多方案，為2國之間年度最重要的觀光盛會。本市由於在整合地方資源，促進觀光發展的績效卓著，應邀在會中專案分享，由康文樹專員以「融合活用地方城市資源，以促進地方觀光之方案」進行簡報，從9個面向剖析臺中觀光發展的策略與作法，為在場2國代表，未來推動雙方觀光發展，提供許多具體的方向。除具體行銷臺中外，也善盡做為地方政府觀光發展領頭羊所扮演的積極傳承角色，受到現場近200位2國觀光界重要人士的一致肯定。

慶尚北道文化觀光公社金晟祚社長更明確呼籲，韓國旅客應該多到臺中等地方城市旅遊參訪。韓國旅行業協會吳敬熙會長並特別於會中頒發感謝牌，表彰臺中市致力推廣臺韓觀光交流，與增進雙方情誼的貢獻。

台灣觀光協會葉菊蘭會長表示，去年臺韓觀光交流會議，匯聚出鎖定重遊旅客分流至各地方的共識，並且締造出雙方互訪突破200萬人次的歷史新高。今年雙方訂定互訪達300萬人次的目標，配合交通部觀光局2019小鎮漫遊年，正是地方政府力推韓國市場的契機。

2. 慶州宗教觀光考察：韓國以佛教為主的宗教觀光享有盛名，在韓國佛教文化事業團等組織的推動下，甚至發展出非常完備的寺院寄宿(templestay)體系，全國各地超過27所寺院加入，此次考察的佛國寺也是其中一員。

所謂寺院寄宿，是指寄宿在傳統寺院內，體驗寺院的日常生活、簡單飲食與韓國佛教的修行精神，在大自然裡親自體驗修行者寧靜的日常起居，以及佛教文化與傳統文化的活動。

本市一年一度的大甲鎮瀾宮媽祖繞境也是宗教觀光的典型代表，雖然與韓國相較，一動一靜所呈現的方式大異其趣，但因兩國均對於宗教觀光有一定程度的熱衷，以及成熟的操作經驗，也因此埋下未來開發宗教觀光交流體驗的新契機。

(三) 6月28日(星期五)，第三日

本日上午專車前往韓國排名第4，人口近250萬的大邱廣域市，並於大邱諾富特酒店舉辦臺灣觀光推廣會。

此次臺灣觀光推廣會屬於邀請制B2B性質，主要對象為大邱廣域市及周邊旅行業者、航空公司、旅遊媒體及教育旅行機構。主辦單位細心配置韓文通譯人員，增加本局推廣便利。加上事先特別要求，將同團之本市韓國inbound業者華府旅行社安排比鄰，利於一條龍式推廣包裝。經由本局依據洽談單位屬性充分介紹之後，推薦交由華府旅行社進行行程安

排商業媒合，計數十人次針對遊程規劃及相關景點、旅宿、交通、伴手禮、網路資訊等觀光資源供給內容廣泛討論與推薦，包含對於本市修學旅行發展現況以及相關場域之介紹。

為了加深訊息傳遞效率，本局預先輸出三張韓文手拿板，分別是：

1. 韓國南部如何到臺中之兩種主要航班加高鐵交通方案。
2. 應景的臺中購物節宣傳資訊。
3. 掃本局Instagram QR code加粉絲送小紀念品活動。

相關題材都是淺顯易讀，快速引起韓國業者興趣或是實用的素材，於推廣會現場引發熱烈洽詢與關注。本局所準備的環遊臺中、山海花都、城中城、臺中騎遇記(自行車)等230份摺頁，以及包括行李箱拉桿包、護照包、L夾、環保提袋，以及小提燈等140份精美推廣品，全數索取一空。

(四) 6月29日(星期六)，第四日

本日上午於早餐後，於旅館進行本局與本市業者檢討會，午後前往大邱Road Show場地Stadium Mall Color Square，進行B2C的推廣。並於晚間專車前往韓國第2大城，人口365萬人的釜山廣域市。

1. 臺中觀旅局與業者檢討會：與會成員有本局康文樹專員、林建宏股長以及本市業者華府旅行社韓國部長林文圭。林部長為韓籍居住臺中多年之旅遊專業從業人士，深入從業界運營的角度，提供目前韓國市場的趨勢剖析。會中本局與業者對於安排此行優質旅遊組團單位前來臺中踩線具有合作默契，並對於操作具知名度攝影部落客來臺中踩線與發文，具有高度共識，後續倘能成行，對於本局針對韓國社群行銷媒材，將可予以充實。
2. 臺灣觀光Road Show：選擇於韓國職棒人氣球隊之一大邱三星獅主場旁的Stadium Mall Color Square主入口廣場，辦理臺灣觀光Road Show。除了台灣觀光協會準備的按摩體驗及互動遊戲外，就屬本局展攤因為文宣及推廣品數量種類豐富，以山海花都、城中城、臺中騎遇記(自行車)

等130份摺頁，及包括明信片、鑰匙圈，以及環保提袋等120份精美推廣品，搭配互動掃IG活動，經常性吸引大批人群聚集。本局更有別於其他參展單位，積極進入賣場內十字路口等重要人潮聚集節點，主動出擊，派發文宣推廣品，成功吸引大量路過民眾參與互動。

(五) 6月30日(星期日)，第五日

本日上午於早餐後，自費前往釜山著名社造景點甘川洞文化村考察，午後前往釜山Road Show場地西面NC百貨，進行B2C的推廣。並於晚間參加由交通部觀光局首爾辦事處舉辦之全體團員檢討餐會。

1. 甘川洞文化村考察：甘川洞原為早期許多人因戰爭逃難，因陋就簡搭設的山邊小集村，生活條件相對惡劣，2009年之後大幅改造，加入彩繪元素，有著韓國馬丘比丘的稱號。當地居民及商圈組織自發性的串聯，印製精美付費集章地圖，涵蓋重要景點及業者，完成路線並可獲贈紀念品，系統性行銷相當成功。釜山外國語大學學生，並於入口附近節點，設置志願服務導覽攤位，包含中英日等主要語言，均能依需求免費提供導覽服務，相當值得往後本市旅服志工與學校合作之參考。
2. 臺灣觀光Road Show：於釜山鬧區西面的NC百貨廣場，辦理臺灣觀光Road Show，以山海花都、城中城、臺中騎遇記(自行車)等130份摺頁，及包括明信片、旅遊收納包，以及環保提袋等80份精美推廣品，搭配互動掃IG活動，以及臺灣觀光小城-新社的互動猜謎遊戲，吸引了較大批更為眾多，更大排長龍的民眾前來洽詢，現場更有已經到過臺中的民眾前來致意，成功增加釜山地區民眾對臺中觀光印象。

伍、交流具體成果

一、增加臺中在臺韓觀光市場之實質影響力

- (一)應邀分享臺中觀光發展的策略與作法，善盡做為地方政府觀光發展領頭羊所扮演的積極傳承角色。
- (二)KATA吳啟熙會長並特別於會中頒發感謝牌，表彰臺中市致力推廣臺韓觀光交流，與增進雙方情誼的貢獻。

二、洽談航班開拓可行性

- (一)與華航釜山分公司基於互惠，多次商議釜山與臺中間包機對飛之可行性，另包括濟州與臺中間航線均已進入實質評估階段。
- (二)與釜山航空大邱分公司基於互惠，力推大邱或釜山與臺中間包機對飛之可行性。

三、洽談簽訂觀光交流備忘錄可行性

與慶尚北道觀光公社接洽雙方簽訂觀光交流備忘錄之可行性，雙方單獨互贈禮品表示後續高度交流意願。

四、聯合本市業者洽談組團踩線之地接規劃

與本市代表團成員華府旅行社，於推廣匯集B2B洽談會場合，針對修學旅行及團客市場業者代表，及知名攝影部落客來臺中拍攝(可結合百大婚攝景點手冊及29區絕景案搭配)進行組團踩線之地接規劃，並針對自由行散客等產品開發多次會商對策。

五、打響臺中知名度

- (一)透過無語言限制的Inatagram掃描追蹤，利用美景介紹臺中。
- (二)製作手拿板宣傳臺中購物節，豪宅名車獎品吸引目光
- (三)製作航線分布手拿板，讓韓南地區民眾知道原來臺中這麼近。
- (四)靈活搭配4種文宣及8種精美推廣品，加深臺中印象及好感。

陸、重要接觸人員及商談事項

| 單位 | 職稱 | 姓名 | 洽談內容 |
|-------------------|-------|-----|---|
| 韓國旅行業協會 (KATA) | 常勤副會長 | 白OO | 白副會長為前文化體育觀光部官員，向其表示市長及局長對韓國市場的重視，請其發揮影響力 |

| | | | |
|------------------------|-------|-----|--|
| | | | ，於KATA力推相關旅行業者開拓來臺中行程及鼓勵二次來臺旅客首選臺中。 |
| 中華東南旅行協會(AITA) | 副會長 | 梅OO | 梅副會長也是韓國中華總商會常任副會長、KATA東南亞委員長，請其發揮影響力，於KATA鼓勵相關旅行業者力推相關旅行業者開拓來臺中行程及鼓勵二次來臺旅客首選臺中。 |
| 中華航空釜山分公司 | 總經理 | 林OO | 基於互惠，商議釜山與臺中間包機對飛之可行性，掌握釜山連同濟州與臺中間航線均已進入實質評估階段。 |
| 浩人旅行社(首爾) | 社長 | 王OO | 王社長也是前AITA副會長，藉助其豐沛旅行社業務人際網絡，且與臺灣長期淵源，邀約組團前來臺中踩線包裝行程。 |
| 釜山航空大邱分公司 | 副理 | 金OO | 基於互惠，商議釜山或大邱與臺中間包機對飛之可行性。表示因為機隊運能，短期尚無此規劃。 |
| 韓國觀光公社 | 中國部部長 | 陳OO | 向其表示市長及局長對韓國市場的重視，請其發揮影響力，鼓勵相關旅行業者力推相關旅行業者開拓來臺中行程及鼓勵二次來臺旅客首選臺中。 |
| 慶尚北道觀光公社 | 部長 | 權OO | 慶尚北道人口超過270萬，與本市規模相當。會議期間與本市代表相談甚歡，順勢接洽雙方簽訂觀光交流備忘錄之可行性，雙方單獨互贈禮品表示後續高度交流意願。 |
| | 組長 | 高OO | |
| 大地旅行社(大邱) | 室長 | 李OO | 具積極意願送客，推薦臺中旅遊網主題遊程、旅宿資源介紹，並媒合本市地接社業務洽接。 |
| Style旅行社(首爾) | 理事 | 沈OO | |
| 世周旅行社(金浦) | 室長 | 梁OO | |
| Empathy SEEDS Tour(大邱) | 董事 | 宋OO | 具積極意願送客，推薦臺中修學旅行、教學體驗及旅宿資源介紹，並媒合本市地接社業務洽接。 |
| 耿家中文學校 | 代表理事 | 崔OO | |

| | | | |
|------------|------|-----|----------------------------------|
| 交通觀光新聞(首爾) | 副董事長 | 金OO | 推薦臺中觀光資源及旅遊社群，歡迎取材報導臺中觀光新訊。 |
| 觀光局首爾辦事處 | 主任 | 黃OO | 請駐外單位多宣傳臺中觀光，後續並提供本市相關高清影片供外站宣導。 |
| 觀光局釜山服務站 | 韓籍職員 | 金OO | |

柒、心得

根據此行接觸到業者及約上千名民眾之反饋，臺中在韓國民眾知名度確實還有再努力開發的空間。由於目前臺中與韓國間，仍以仁川航線最為大宗及穩固，由3家航空公司，提供每周11班的直航定期航班對飛，直至9月12日才開航釜山定期包機服務，因此除了首爾、仁川及京畿道大首都圈的居民之外，其他地區的民眾對於臺中相對較有距離感。因此，觀旅局推廣團成員，同時亦就釜山、大邱雙核心目標航線開拓、媒合臺中與韓國旅遊業者相互業務合作，以及籌組踩線團蒞臺中參訪等築底項目，與相關業者多方洽談布局。

更進一步深入分析發現，仁川機場對外的航線綿密，因此大首都圈的旅遊選擇彈性及可替代性非常高，此次將觸角鎖定韓國南部超過1,800萬的人口市場開始耕耘，代表本局全面搶攻韓國市場的旺盛企圖心，搭配後續將邀請韓國網紅攝影部落客來臺中踩線，預計將對韓國赴臺中旅遊市場的成長，有更審慎樂觀的期待。

本次礙於Road Show展演時段壓力，未設計問卷發放，但根據接觸到的民眾訪談粗估，約有三成左右民眾表示會關心天候問題，如果夏季過度炎熱的情況下，將影響他們出遊意願。後續可於秋、冬至春季間，盤點本市現有資源，推出對韓國旅客友善的建議行程，並徵詢本市操作韓國團客市場的旅行社及觀光局駐韓國辦事處協助散客市場喜好測試，以符合韓國旅客喜好。

捌、建議事項

一、推廣交流應持續，才能互惠加溫：根據長期往來東北亞的

旅行業前輩觀察，日韓市場與臺灣有一共通處，即初次見面多半只能形式上禮尚往來，透過後續的互訪聯繫追蹤，才能快速加溫彼此的情誼。此次本市出席臺韓觀光交流會議，與其他出席的4個地方政府一樣，相較其他縣市已獲得先機，後續如能持續維繫，將可較其他縣市更事半功倍。

二、海外推廣宜採分組(約2-3人)認養區域制，以利市場中長期深耕：不論是政府對私部門，或是政府對政府間的業務往來，培養熟悉該市場的主事人員是必要的趨勢，以避免人員過度更迭，導致業務聯繫中斷或知識移轉不易，除了降低效率，也對單位外部信賴感產生負面影響。

三、結合本市或周邊縣市公協會及業者，聯合行銷更具產品吸引力與戰鬥力：政府觀光推廣部門，若無法整合相關業者推出產品共同行銷，則不易將觀光推廣成果，具體的回饋給公協會及業者。假設事先整頓好上下游資源，甚至具體安排商品化遊程，一同組隊打組織戰，更能於推廣場合出奇制勝，搶得商機。

四、推廣方式應靈活運用：

如預算充裕，或任務所需，則於主要目標市場可視需要增加自辦推介會次數，由於主場優勢，可收較為實質成果，其餘目標市場可如本次模式，多參加交通部觀光局及台灣觀光協會組團之海外聯合推廣，以低廉的成本收聚集經濟的效益。

五、宜針對本局網路及社群媒體行銷加強占比：

依據2018韓國「旅遊行為及計畫周例行調查」，該年韓國人海外旅遊方式，自由行及機加酒占66.5%。另一方面，選擇目的地的理由最高為「有著許多可看景點」占28.7%。簡單分析來說，針對上方自由行及景點資訊，都可於本局臺中觀光旅遊網及社群粉專輕易查詢得知，後續針對此一趨勢，應針對本局網路及社群媒體行銷強化，以低廉成本獲取最多效益。

玖、附件-行程重點照片



6/27 臺韓觀光交流會議



6/27 臺韓觀光交流會議本市簡報



6/27 KATA 吳啟熙 會長頒發感謝牌



6/27 本市獲贈感謝牌



6/28 與慶尚北道評估MOU



6/26 會晤 KATA 白承弼 常勤副會長



6/28大邱臺灣觀光推廣會



6/28大邱臺灣觀光推廣會



6/29大邱Road Show深入商場推廣



6/29大邱Road Show本市攤位人潮



6/29大邱Road Show購物節問答



6/29大邱Road Show購物節問答



6/30釜山Road Show與民眾互動



6/30釜山Road Show IG增粉贈獎



6/30釜山Road Show本市活動推廣



6/30釜山Road Show小鎮漫遊問答