

主題小旅行的規劃與設計

110年度臺中市社區營造人才培力課程

主講人：李秀玲



中華民國110年4月25日

李秀玲 旅歷簡介



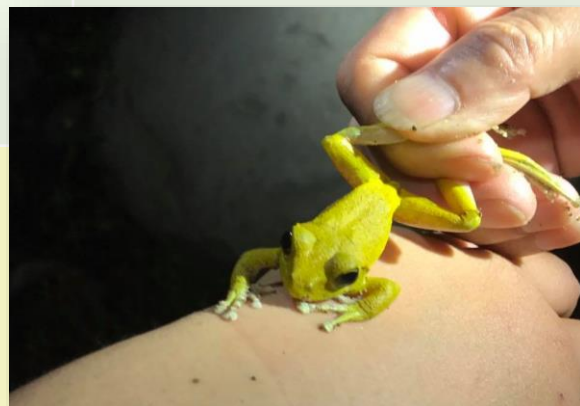
- ▶ 靜宜大學觀光事業研究所 碩士
- ▶ 國家普通考試外語領隊人員合格（英語）、華語導遊人員合格

-
- ▶ 載地創藝/荔寶文創/美吉工坊 共同創辦人
 - ▶ 新南向旅行社 專業經理人
 - ▶ 僑光科技大學觀光系/生活創意設計系 兼任講師
 - ▶ 勞動部勞動力發展署 多元就業開發方案諮詢輔導委員
 - ▶ 勞動部勞動力發展署中彰投分署 TTQS輔導顧問
 - ▶ 行政院原住民族委員會 公益彩券回饋金計畫複審及現地查核委員
 - ▶ 茂林/雲嘉南濱海/阿里山國家風景區管理處 產業輔導計畫顧問
 - ▶ 文化部-原住民村落文化發展計畫 輔導老師
 - ▶ 行政院農業委員會水土保持局農村再生計畫-講師
 - ▶ 南投縣文化局社區總體營造 輔導老師

產業輔導、專題工作坊、專案企劃、遊程設計、政府資源導入

課程規劃和學習目標

課程日期	課程主題	學習目標
110年4月25日 (09:00-12:00)	主題小旅行的規劃與設計	透過講授示範和案例分析的方式， 期盼讓社區夥伴得以站在遊客的 立場思考- 1.洞見國內旅遊趨勢 2.社區資源再設計 3.小旅行的規劃原則
110年4月25日 (13:30-16:30)	社區深度文化之旅提案 工作坊	透過工作坊、實際討論書寫的方式， 讓學員得以產出 1.小旅行主題/文案 2.社區遊程規劃 3.按部就班-輸出提案撰寫格式



後疫情時代。 旅遊解封進行式

2019旅遊逆差

2019年旅行收支狀況（央行），全年旅行收入143.73億美元，為史上第三高，**國人出國旅行支出亦來到新高點205.07億美元。**

← 所以

A large crowd of tourists is seen walking along a rocky coastline. The people are dressed in casual summer attire, including hats, backpacks, and shorts. The water is blue, and the sky is clear. In the background, there are rocky hills and a small island in the distance. The overall scene depicts a busy travel destination.

奢侈旅行與背包客窮遊的兩極化 世界越亂心則慢？在地深度、放慢、環保的未來旅行



圖為日本京都，因為疫情的緣故遊客大量減少；但此前京都長久以來，也飽受旅遊觀光負荷壓力太大的問題。圖 / 歐新社

免疫護照 數位綠碼 旅行泡泡



2021年3月，台灣與帛琉共同宣布開放台帛「旅遊泡泡」計畫，有「團進團出」、「避開人潮或與當地住民區隔」、「全程定點接駁」、「入住安全防疫相關認證旅館」、「專區用餐並維持社交距離」五大防疫原則。圖 / 美聯社

偽出國 類出國



旅遊消費需求的轉變

物質獲得取向

滿足個人物質慾望

取得基本生活所需

情感回饋取向

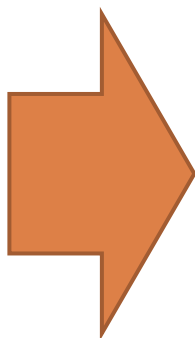
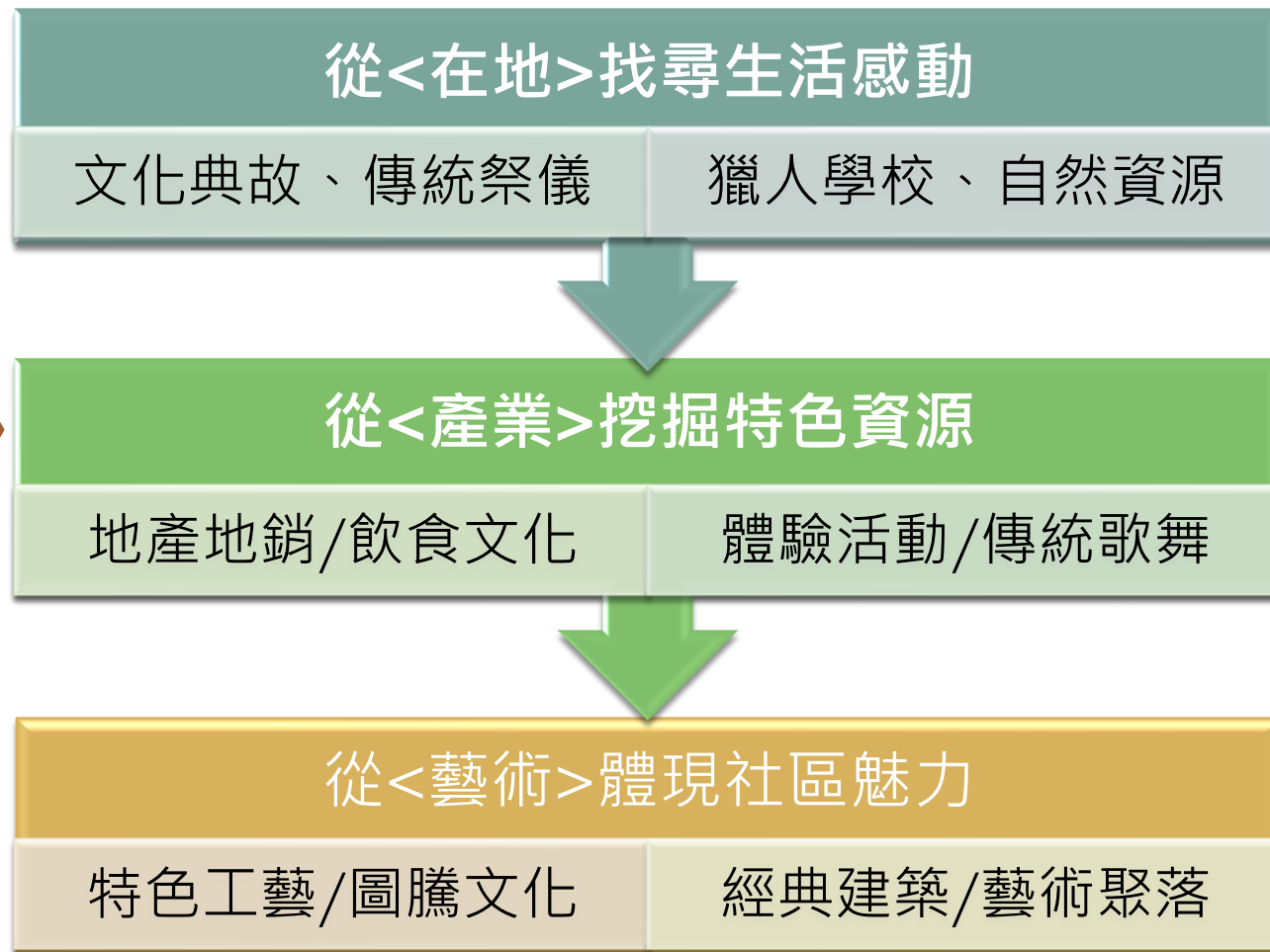
美好的消費體驗過程

業者與消費者之共鳴

你的生活 是我遠道而來的風景

男子休日委員會

【社區旅遊】融入在地生活的旅行



社區產業
輔導團隊
政府部門
主力客群

社區觀光發展定位

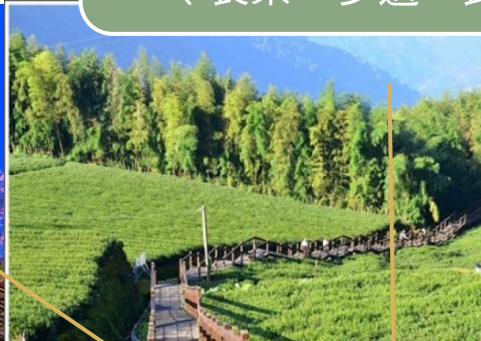
半天岩

(宗教、步道)



石棹

(製茶、步道、民宿)



奮起湖

(森鐵、老街)



旅程，重要的是如何
讓參與者能留下什麼
記憶點



十字

(森鐵、步道)



光華

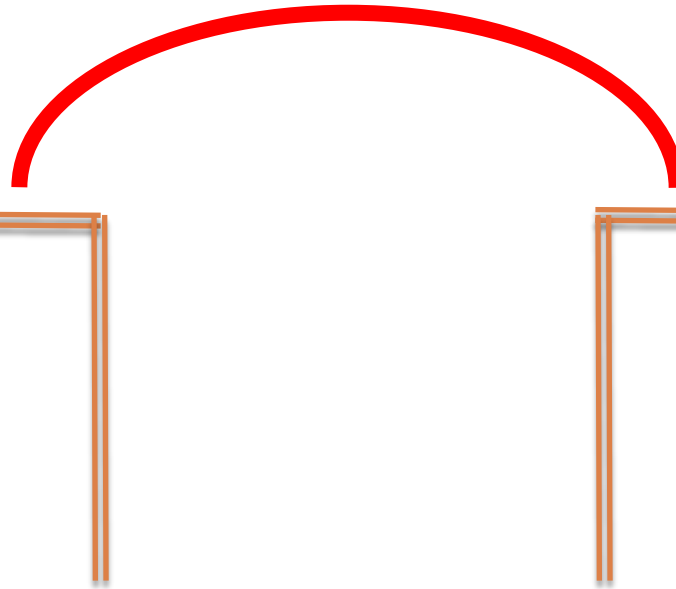
(五星生態)



GAP

遊客想什麼？

社區有什麼？





Local discovery

不要走大山大景，而是越在地越國際的探索感



Local tour

能有像團體旅遊的行程推薦，但又能享受新鮮體驗感



Local knowledge

到訪一個陌生地點，會想知道更多相關人文地景產

自由行旅客想什麼？

疫後的旅行平台

使用者分析

- 自由行佔絕大多數
- 在地體驗
- 當地生活
- 達人帶路
- 戶外探索
- 團體激勵
- 注重評價



轉譯

從社區營造到社區觀光



地方資源盤點方法

項目	內容說明
人	人口組成、年齡層分布、組織(如社區發展協會、商圈管委會)、.....
文	地方起源與變遷、傳統服飾、建築、家族變遷、信仰節慶、風俗習慣、地方神話傳說等。
地	境內有哪些特殊資源 1.環境？河川、瀑布、溫泉等。 2.生態？代表物種、鳥類、昆蟲等。 3.植物？民俗、園藝、染劑植物等。
產	境內產業發展脈絡與特點？ 如：採集、農林漁牧業、礦業、工業、文創產業、服務業等。
景	境內有哪些特殊景色？ 如：歷史建築、聚落景觀、公共空間、交通景觀、考古遺跡等。

項目	內容說明
食	餐飲設施數量、在地特色菜餚與飲食文化
宿	住宿設施數量、風格與遊客乘載量
購	可提供那些購物服務與商品種類，如： 1.生鮮農特產 2.第二級加工品 3.文創商品與體驗服務等
遊	可提供那些遊憩設施，如： 1.當地特色遊憩點與設施 2.周邊可連結之知名景點
行	交通運具之盤點，如： 1.大眾交通運輸、公路交通系統 2.轉乘系統：接駁車、接駁船等

傳統漁法

傳統漁法技術傳承
辦理體驗活動



牽罟

腰操編制

- 大山社區

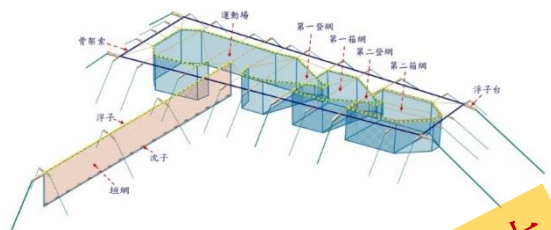
台灣本島
僅存的石滬



石滬

苗栗當地石滬達人

- 王啟仁老師
- 許素瑋老師



定置網漁業

- 翔順定置漁場
- 日豐定置網漁場

全台灣西岸最大



一支釣漁業

- 通苑一支釣漁業產銷班
- 南龍一支釣漁業產銷班

傷害最小的捕魚技術

大海教室

最靠近海的小學



海洋教育意識抬頭



石滬資源最多的學校



在地青年組成的教育團隊

海洋教育最先趨

觀光遊憩

苗栗縣第一個假日魚市



龍鳳漁港拍賣市場

衝浪者的天堂



竹南 假日之森

國家級天然地景



後龍 過港貝化石層

西部最靠海的車站



通霄 新埔車站

蘭草之鄉



苑裡 蘭草文化館

最靠海的自行車道



海風自行車

海神文化

竹南居民信仰中心



竹南 龍鳳宮

國家三級古蹟



竹南 中港慈裕宮

歷史文獻保存最完整的廟宇



後龍 慈雲宮

全台徒步進香距離最遠的進香活動



通霄 白沙屯媽祖

苑裡兩大信仰中心



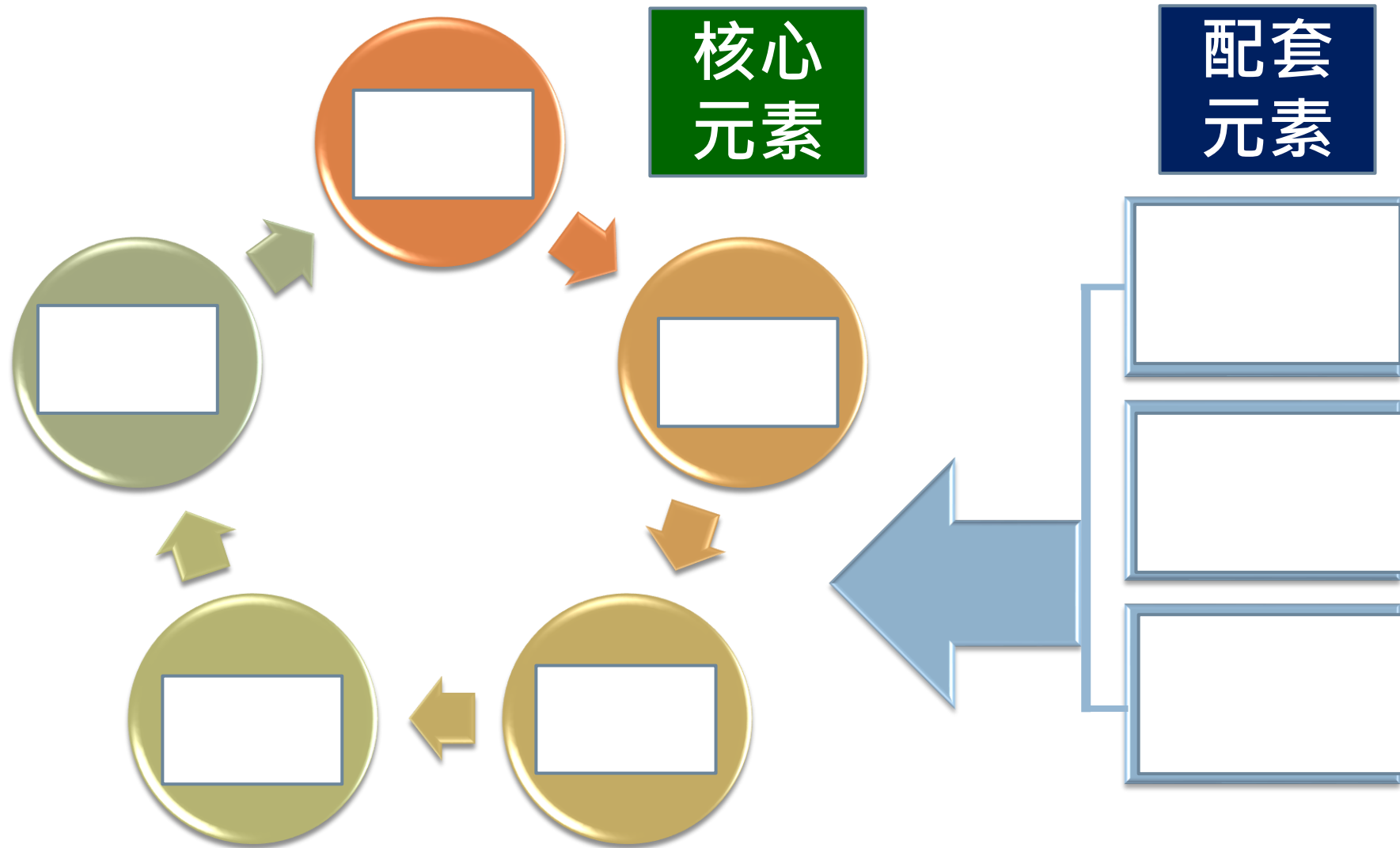
苑裡 慈合宮 (城外媽祖)

苑裡兩大信仰中心



苑裡 順天宮 (城內媽祖)

遊程組成的元素



遊程規劃的原則



- 安全性與合法性(WHERE)
- 可行性(WHAT)
- 適合性(WHO)
- 季節性與時間性(WHEN)
- 獲利原則(HOW MUCH)

規劃遊程需要考量的條件1/2

- **食**：餐點型態.特色.葷素食.餐具...
- **衣**：建議服裝.自備用具(盥洗.登山.雨具...)
- **住**：房型.容納客數.分房問題(EX.單人房加價)
- **行**：可行駛車型.接駁需求(汽車.船.機車...)
- **育**：技藝教學.環境教育.生態物種教學...
- **樂**：互動遊戲.DIY製作.文化體驗活動...

你看到了什麼差異？



你看到了什麼差異？



規劃遊程需要考量的條件2/2

- **客群** : 散客.團客.公司.家庭.情侶.朋友...
- **時間** : 車程時間.各點路順...
- **主題** : 知性.生態.節慶.運動.藝文...
- **成本** : 成本設定.人力配置.拆帳模式...
- **保險** : 事前取得遊客資料.確實進行投保
- **購物** : 提供遊客採購時間.可配合在地業者
- **回饋** : 伴手禮.迎賓飾品.精緻書卡等

一起來挖掘~特色旅遊元素

遊程項目	在地資源
在地資源 (配合導覽服務)	思考：人、文、地、產、景等元素
體驗活動	
餐飲特色	
住宿設施	
交通接駁	

遊程的創意設計原則



遊客互動設計



台南龍興社區

A-LI SHAN

Tea Festival in Four Seasons

阿里山四季茶旅

Spring

草原茶會
Ceremony

Autumn

秋饗野溪茶會
Stream Tea Ceremony

Winter

冬意
Bamboo

#我在阿里山採茶

阿里山
逗陣來呷茶





景點X尋寶遊戲



帶路趣 Ai-trip



- AI導遊帶你FUN心玩 | 打造科技旅遊新體驗
- 聊天機器人智能導覽，帶你看**逐鹿部落**
- 阿里山風土旅遊新體驗，科技串連小旅行

彙整地方特色

進行創新設計



深度與廣度

- 人物訪談
- 地景素材
- 書單內容

動態與靜態

- 圖文影音
- VR資料庫
- AI辨識模組

技術與記憶

- 目標客群導流
- 探索劇本導覽
- 擴大參與導讀



用科技滑軌，比較老照片與現況的變化

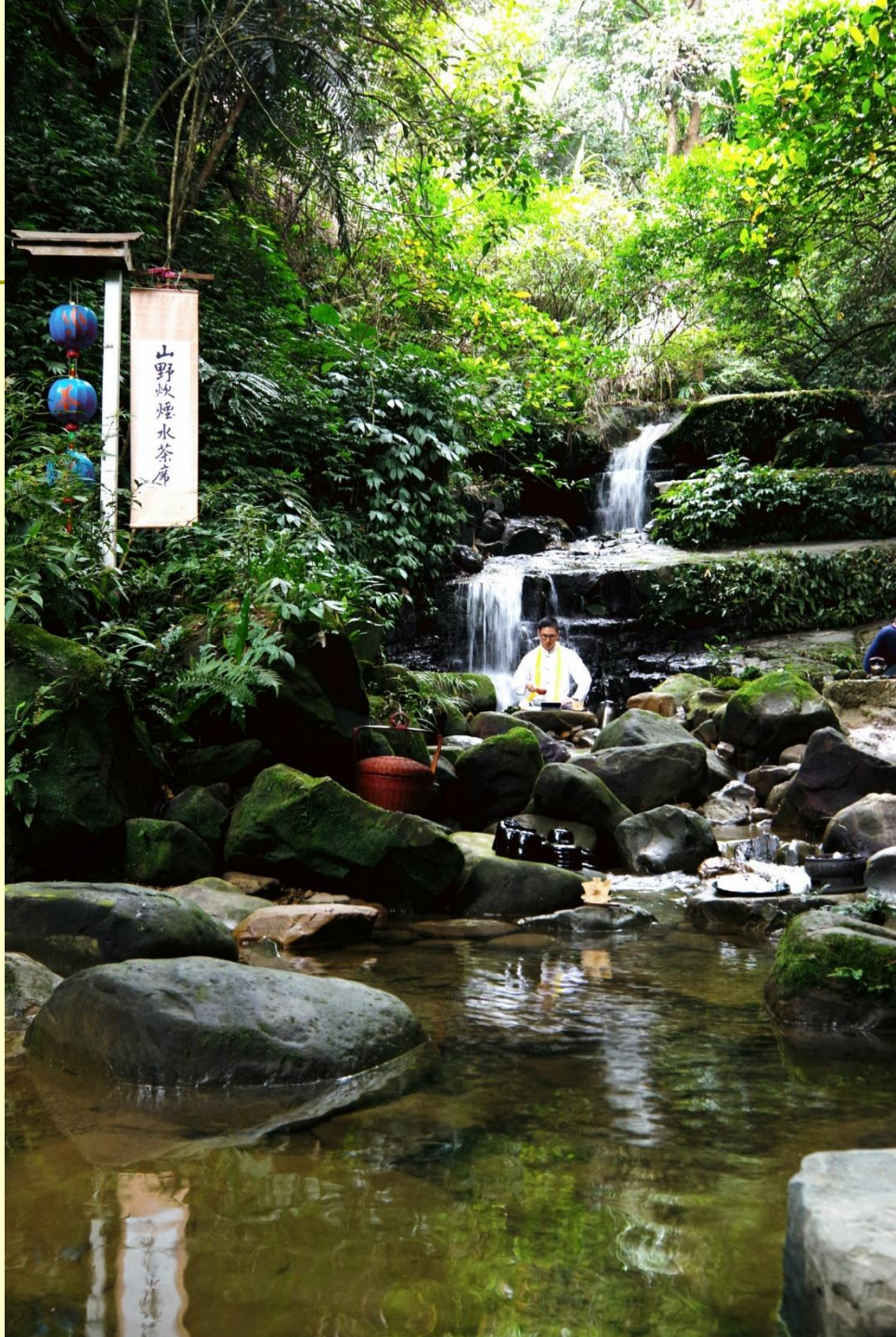
遊程的創意設計原則





阿里山茶從茶空間旅遊串起茶文化、觀光、文創、多元發展，結合地方文化、生態、產業，活絡「**茶旅觀光產業**」與促進「**茶文化產業**」發展

善用社區空間



善用空間原有設計



龍眼。高山茶鄉





太和。竹屋茶席

太平。竹林茶坊



遊程的創意設計原則



遊客體驗



遊客體驗



逐鹿—梅花鹿園



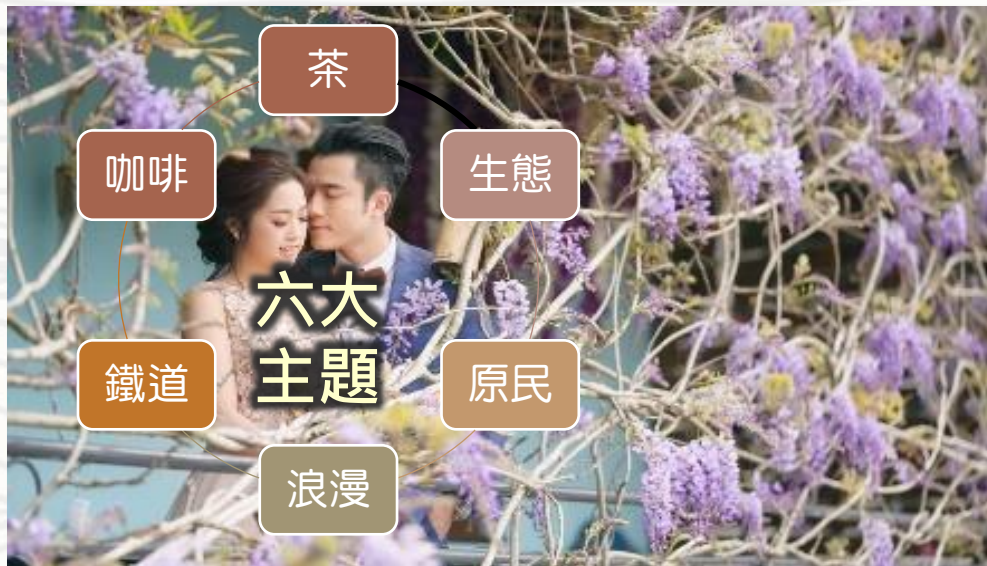
圖 / 聯合新聞網

夜間—漁獵體驗





阿里山主題體驗活動



浪漫-愛情對杯



【茶-茶席體驗】



【生態、原民-鄒族文化】



鐵道-木質明信片彩繪



【瑞里】綠色隧道茶席



生態-網魚皮雕體驗



咖啡-手烘咖啡體驗

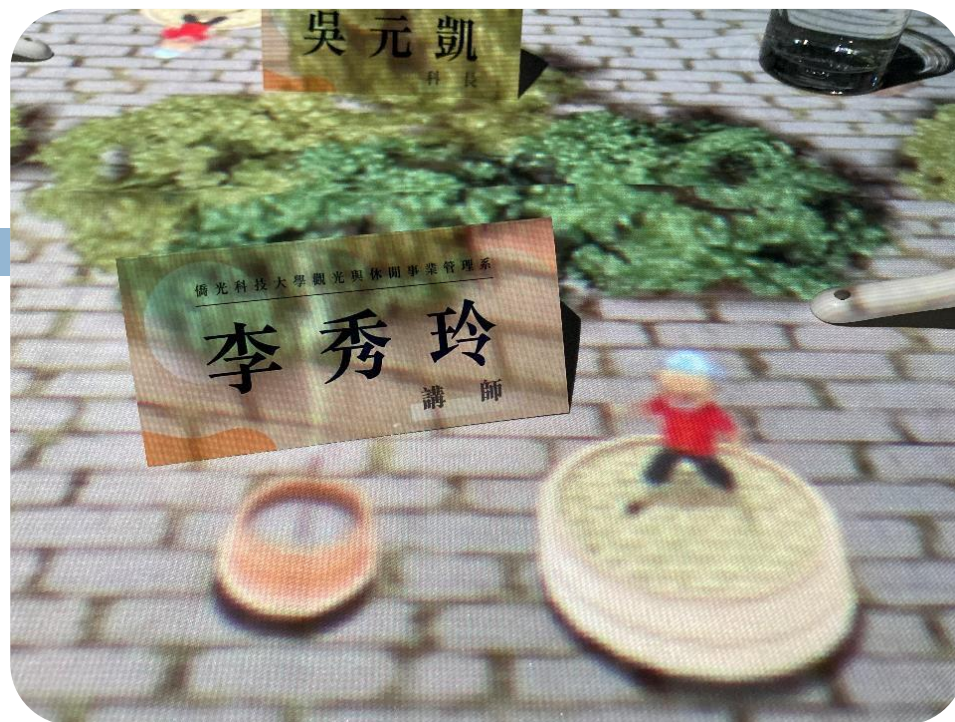


原民-洗愛玉



與風笛體驗

府城幻宴



思考社區遊程的內涵

社區旅遊 年營業額30萬元

- 單價 300元
- 遊客數1000人
- $300\text{元} \times 1000\text{人} = 300,000\text{元}$
- 平均月遊客量=83人
(二台大巴)

校外教學 社區參訪

社區旅遊 年營業額30萬元

- 單價 3000元
- 遊客數100人
- $3000\text{元} \times 100\text{人} = 300,000\text{元}$
- 平均月遊客量=8人
(一台九人座)

小眾精緻深度
企業員旅 FIT

思考社區休閒產品的內涵

糧食



零食



思考社區農產品的內涵

農產品



農遊體驗



▲ 算斤的



▲ 算人頭的

思考社區產品的內涵

生活日常



旅人非常



▲ 看心情(免費)



▲ 席次/人頭

思考社區產品的內涵



Impossible



I'm possible



挖掘及再造社區文化體驗



挖掘及再造社區文化體驗



介紹的不只是風景，是故事



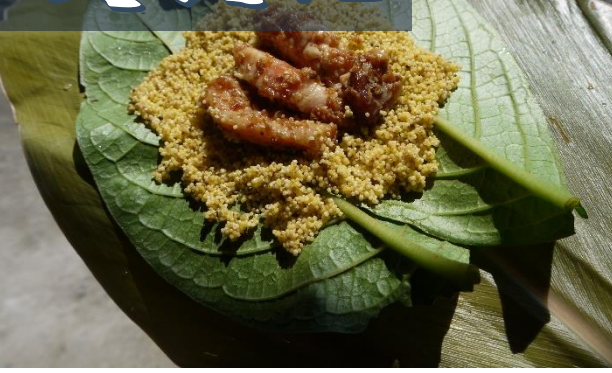
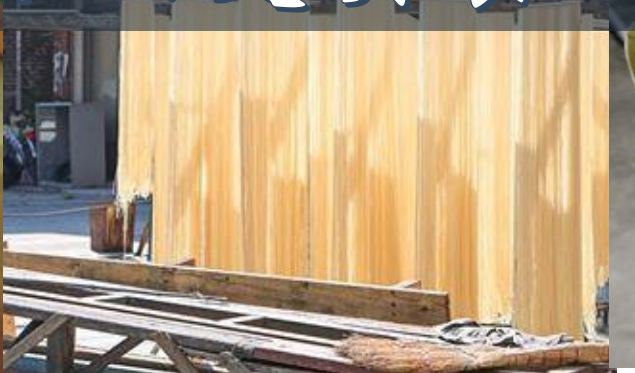
挖掘及再造社區文化體驗



「挖掘及再造社區文化體驗」



品嚐的不只是美食，是文化



「挖掘及再造社區文化體驗」



活動後 必須留下旅程

□ 延伸社區觀光效益

- 想想——遊客要如何證明自己到此一遊!
- 抓住遊客的想要 **購物需求!!**如何 **加強回購!!**

- 1.臨時性市集
- 2.善用遊程沿線空間
- 3.置入性導覽內容
(推薦社區部落好物/試喝/試吃)
- 4.顧客關係管理



你也可以用的數位行銷資源

多重行銷：營造社群共感力

建立一源多用
行銷網絡**素材**

推播
形象短片宣傳

連結Facebook
粉絲頁

搭配中英字幕
增加國際觸及度

達成廣告宣傳
效益最大化



一源多用

- 1.口白：中文
- 2.字幕：中文、英文



YouTube

- 1.官方網站
- 2.FB社群平台
- 3.LINE
- 4.Instagram社群平台
- 5.Youtube影音平台
- 6.Google+
- 7.Twitter



- 1.無國界網路平台
- 2.觀光形象CF

形象
影片

- 1.電腦
- 2.手機
- 3.平板電腦
- 4.QR CODE

有趣

【文章動態】

主題人物
特色事物

動態

【活動動態】

觀光年曆
主題活動

即時

【影片動態】

實地影片
紀錄

茶山 涼亭文化節 HuFu 尋奇地圖

茶山 涼亭文化節 HuFu 票選活動

有鄒族、布農族、漢族樣式的涼亭，勾選您最喜歡的涼亭只能選2座，勾選3座以上為廢票囉！並將票根投至會場報到處的投票箱，謝謝！

- ▲ 白芷ha fa(小米)
- ▲ 阿里曼ha fa(芋頭)
- ▲ 亞古曼ha fa(麻糬)
- ▲ 茶山95號(茶葉)
- ▲ 開元農場(菊)
- ▲ 簡家黑糖(黑糖)
- ▲ 哦悠納(愛玉)
- ▲ 班長的ha fa(苦茶油)

50元 加雅瑪 農特產折價券
適用於會場攤位 HuFu尋奇購買

蒐集所有涼亭戳章後，請至報到處領取小禮物！

遊客滿意 產業獲利 社區公益



“

瑞佛斯指出，過去的旅行是「有形化」，在乎買什麼紀念品的「物質」層面。如今，大家看重「體驗」，關注的話題可能是「你做的活動」。

「觀念改變，讓旅行即使只是去不同的公園、餐廳、酒

”

店，都變得有趣。」



Booking.com

下午 1:38

收件人：李秀玲 >

Hsiu Ling，歡迎回來，
讓我們來場國內旅遊吧！

Booking.com



Hsiu Ling Lee

Genius 2 級會員



品牌和風格的經營

Booking.com

Guest Review Awards 2018

9.2

out of 10

K2 Hostel

能讓遊客感到 幸福 與 快樂，就是一趟美好的旅程！



感謝聆聽~敬請指教

李秀玲

showlin1111@gmail.com

0932-144266