

國立台灣體育學院圖書館剪輯資料

分類 體育評論 來源 民生報 日期 750201 版面 三版

由韓國主辦的今年亞運會與八八年奧運會，已成為韓國拓展觀光事業的最大本錢；把亞、奧運與觀光「合為一體」，是韓國促銷觀光、吸引外國觀光客的訴求手段。

除了一九八〇年因為政局動盪不安外，近年來，韓國的觀光事業平均每年以百分之十的成長率快速在發展。去年，到韓國觀光的外國觀光客，達一百四十三萬人；賺取的外匯為七億九千五百七十萬美元，較前年成長了百分之十八點二。

韓國觀光公社分析，去年韓國觀光大幅成長的主要原因：一、美元的強勢使美國觀光客提高購買力，出國旅遊的人數劇增；二、中華民國與日本外匯存底多，並簡化出國手續與限制；三、韓國去年舉辦多次國際性會議與活動。

今年，韓國觀光主管當局，已把吸引外國觀光客的措施，訂為一百五十萬人，外匯收入設定為九億美元。由於九月廿日起在漢城將舉行十六天的亞運會，預期臨時趕來參與盛會的觀光客，會打破今年的預估目標，直逼一百六十萬人。

大做亞運奧運廣告

韓國拓展觀光有術

本報駐漢城記者 朱立熙

為了迎接兩年半後的漢城奧運會，韓國觀光公社已擬定了一「拓展觀光事業三年計畫」，準備透過各種促銷活動，吸引卅萬名觀光客來韓參觀奧運會，使一九八八年的外國觀光客總數達一百八十萬人。韓國更有信心地要在八十年代以前，突破兩百萬名觀光客，成為亞洲的「觀光大國」。

針對吸引奧運會觀光客，韓國的主要作法：一、加強宣傳奧運會在漢城舉行的訊息，透過海外媒體的報導、廣告、展示等，打出知名度。二、利用海外旅行社業者促銷「奧運觀光一元化」，誘導外國觀光客「動心」。

三、利用各項國際活動與旅行社業組織開會時，派遣觀光使節團展開促銷活動。

拓展觀光事業除了觀光當局促銷努力外，對外交通網是否健全，也是這個無煙硝工業成敗的關鍵。交

通便利，便容易吸引外國觀光客。原來佔韓國外來觀光客比重不高的歐洲，自從去年韓航開闢法蘭克福航線，以及去年德航與荷航飛漢城後，歐洲觀光客到韓國開始顯著成長。台灣與韓國的地理環境相似，百分之九十五以上的外來觀光客，都是利用飛機為交通工具。如何使觀光客以最便捷的方式，直達目的地，是吸引觀光客的先決條件。

根據韓國觀光公社去年底做的一項意見調查顯示，來韓的美國觀光客有百分之十點六是先由韓國再到台灣；有百分之二點一的日本觀光客是以韓國做為日本台灣間往返的中途站。要吸引亞運與奧運會的觀光客轉赴台灣，應當努力的是，如何透過促銷使那些以韓國為轉站的美日觀光客比例提高。

事實上，許多到韓國旅遊過的國人，都有共同的看法，韓國的天然觀光資源並未如台灣豐富，但是韓國擅於在海外大作宣傳。像韓國的濟州島是近年來韓國極力推廣的觀光區，韓國利用各種宣傳媒體，把濟州島形容為「人間天堂」一樣，但是許多國人去過以後，都覺得照片比現場好看，比起澎湖或蘭嶼，濟州島已失去了質樸的自然美。

為了重振我國的觀光事業，吸引亞運與奧運觀光客前往台灣，已成為國內觀光事業的主要目標。不過，就長期觀光發展而言，這並非治本之道，因為韓國主辦這項國際盛會，終究只是短時性的；而且觀光事業並非要依存於鄰國才能發展。

