

森活
風光



A

露營人口

- 瘋! 露營
 - 週休二日小旅行
 - 台灣人瘋露營
 - 露營的門檻
-

瘋！露營

近年國內興起一股露營熱潮，新型態露營活動已是不分男女老幼、年齡都能參與的全民性戶外休閒活動。而這波露營活動的興起並不是國內特有的現象，露營在歐美國家長期以來是一項相當重要的觀光活動，而對岸的這股露營熱也逐漸正在蔓延。

隨著全球露營人口的不斷增加，帶動露營設備產值的成長，主要在於民眾休閒支出的增加、生活方式的改變、戶外參與活動程度的提升，以及人口老齡化與提前退休潮也會推動露營人口的成長



1年商機飆破50億200萬人瘋露營



據中華民國露營協會調查，國內常態性露營人口早已突破200萬

人。全台最大營地資料庫「露營窩」共計蒐錄1,709筆遍及北中

南東與離島的露營區，相較前年的成長幅度約三成。營地價位

從一帳800元至3,000~4,000元不等，分平日、假日、連假有不同

定價，熱門營地還得提前三至六個月預訂才有搶到一席營位

的機會。粗估這股熱潮為國內露營業者創造每年超過50億元的商

機，而露營商機很有可能單年整體突破百億。

台灣人到底多瘋露營



中華民國露營協會統計，去年就超過兩百萬人次以露營方式出遊，**平均一天有五千人在露營**，這個數字更是八年前的十倍，像台灣有山、有溪或靠海，玩品味風尚擺桌、布置樣樣來，玩法也不斷進化精進。

設備齊全是露營的關鍵，過去國人尚未培養露營的習慣，進駐品牌不多，直到近幾年業者引進國外時尚又方便的帳篷、睡墊等用品，配備依自己的實際需求，再慢慢購入適合的裝備，避免傷了荷包。



周休二日的小旅行

- ◆國內旅遊是指以愉悅身心和增廣見聞為目的，離開日常生活居住地，在國內從事自然風景與人為景觀設施欣賞、文化體驗、美食品嚐與購物之非例行性往返活動。國內旅遊市場的發展與一國經濟的表現息息相關。
- ◆藉此機緣，結合優質的住宿店家、休閒娛樂、知識增廣、在地美食、手作DIY、露營渡假風潮等等，而推行VIP會員卡重，有別於市面上流通參差不全劣質假卡及倒閉的風險。



B

市場狀況

- 市場現況
 - 國內旅遊重要指標
 - 調查統計
 - 夯露營! 準備好了嗎?
-



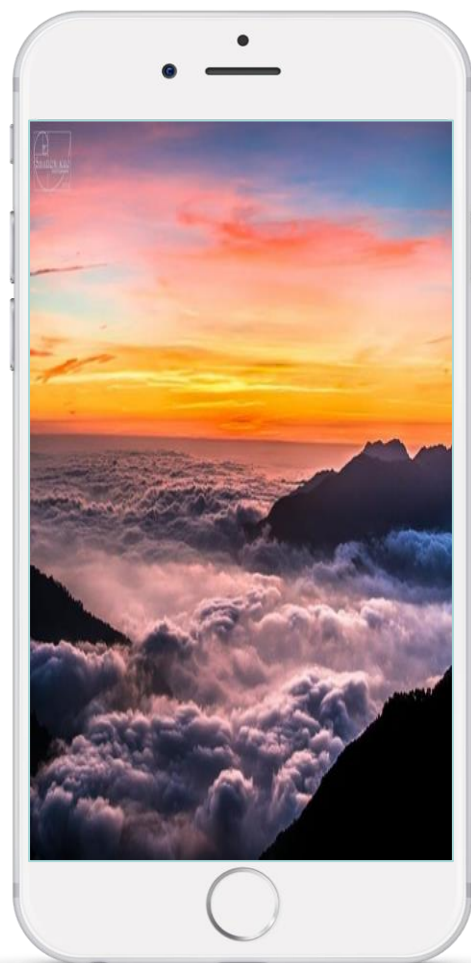
市場 現況



在政府政策與民間的共同努力下，觀光休閒產業業已成為國家與地方經濟發展的重要角色。



因應大環境經濟疲軟，物價指數平均上漲，為刺激國內旅遊市場，政府陸續推出獎勵旅遊活動。



國人注重休閒旅遊品質，追求獨特舒適性及便利性，進而推出結合多功能休閒卡，輕鬆全省小旅行非難事。



旅遊KOL排行TOP20 跨多平台領域發揮影響力如嘎嫂二伯、莫莉、紀卜心等，都是跨領域的KOL在旅遊上的話題，品牌們可把握時機創造出更多的聲量。

國內旅遊重要指標

Please click here to add the required titles

項目	107年	108年	107年與108年比較
國人國內旅遊比率	91.2%	91.0%	增加0.2個百分點
平均每人旅遊次數	8.09次	8.70次	減少0.61次
國人國內旅遊總旅次	171,090,000旅次	183,449,000旅次	負成長6.74%
平均停留天數	1.49天	1.49天	持平
假日旅遊比率	68.2%	69.4%	減少1.2個百分點
旅遊整體滿意度	98.0%	97.5%	增加0.5個百分點
每人每次旅遊平均費用	新臺幣2,203元	新臺幣2,192元	新臺幣：成長0.50%
國人國內旅遊總費用	新臺幣3,769億元	新臺幣4,021億元	新臺幣：負成長6.27%

**資料來源：行政院主計總處

調查統計- 國內旅遊(一)

Please click here to add the required titles

國人國內平均旅遊次數

年	第1季	第2季	第3季	第4季	全年
107年	2.56	1.85	1.85	1.83	8.09
106年	2.59	1.87	2.09	2.15	8.70

107年國人國內旅遊次數計1億7,109萬旅次，較106年負成長6.74%：依據調查結果顯示，107年平均每人國內旅遊次數為8.09次(較106年的8.70次減少0.61次)，推估107年12歲以上國人國內旅遊總次數約為1億7,109萬旅次，如含未滿12歲的隨行兒童，則總旅次達1億9,675萬旅次。

107年國人從事國內旅遊的比率為91.2%，與106年無顯著差異：依據調查結果顯示，107年國人至少從事1次國內旅遊的比率為91.2%，與106年的91.0%無顯著差異。

國人至少從事1次國內旅遊的比率

年	第1季	第2季	第3季	第4季	全年
107年	72.5	67.0	65.7	70.7	91.2
106年	72.7	67.8	67.5	71.2	91.0

調查統計- 國內旅遊(二)

Please click here to add the required titles

國人以利用「週末或星期日」從事旅遊最多，其中利用國定假日及平常日增加，週末或星期日則減少：107年以利用「週末或星期日」從事旅遊最多，占56.0%；與106年比較，利用國定假日及平常日的比率分別增加1.1個及1.2個百分點，而利用周末星期日則減少2.3個百分點。另以旅遊目的觀察，107年國人主要因「觀光、休憩、度假」目的旅遊者占80.5%，而有18.2%是「探訪親友」，與106年比較，旅遊目的並無顯著差異。

國內旅遊利用日期

利用日期	107年	106年
合計	100.0	100.0
國定假日	12.2	11.1
週末或星期日	56.0	58.3
平常日	31.8	30.6

國內旅遊目的

旅遊目的		107年	106年
合計		100.0	100.0
觀光 休憩 度假	小計	80.5	80.7
	純觀光旅遊	68.0	66.9
	健身運動度假	4.7	5.5
	生態旅遊	2.7	3.2
	會議或學習性度假	0.6	0.7
	宗教性旅遊	4.5	4.5
商(公)務兼旅行		1.3	1.1
探訪親友		18.2	18.1
其他		0.0	0.1

調查統計- 國內旅遊(三)

Please click here to add the required titles

旅遊1天的比率占68.0%：107年約有55.5%的旅次是在居住地區內從事旅遊活動。就居住地區來看，不論居住在何地的國人，皆以在居住地區內從事旅遊較多。68.0%的旅次是旅遊1天，有20.9%是2天，8.5%是3天，而有2.6%的旅次是4天及以上；平均旅遊天數為1.49天，與106年的1.49天無顯著差異。

107年國人至各旅遊地區之比率

地區 居住地區	北部	中部	南部	東部	離島
全 臺	35.5	32.5	29.8	5.6	1.0
北部地區	58.7	25.5	13.8	5.3	0.7
中部地區	22.5	52.8	24.1	3.9	0.9
南部地區	10.5	26.3	61.6	5.9	0.9
東部地區	33.3	13.1	24.1	36.0	1.2
離島地區	31.4	9.4	18.6	2.1	47.1

旅遊天數

旅遊天數	107年	106年
合 計	100.0	100.0
1 天	68.0	69.5
2 天	20.9	19.6
3 天	8.5	8.1
4 天 及 以 上	2.6	2.8
平均每次天數	1.49天	1.49天

調查統計- 國內旅遊(四)

Please click here to add the required titles

過夜旅客以住宿旅館及親友家最多：107年有68.0%的旅次是「當日來回沒有在外過夜」，其次是住宿「旅館」(15.1%)，再其次是「親友家」(7.8%)及「民宿」(7.0%)，至於選擇其他主要住宿方式的比率均甚低。與106年比較，住宿「旅館」的比率增加2個百分點，「當日來回沒有在外過夜」則減少1.5個百分點。

旅遊主要住宿方式

主要住宿方式	107年	106年
合計	100.0	100.0
當日來回沒有在外過夜	68.0	69.5
旅館	15.1	13.1
親友家(含自家)	7.8	8.2
民宿	7.0	7.1
露營	1.2	1.3
招待所或活動中心	0.7	0.8
其他	0.1	0.1



C

公司願景

- 公司理念
 - 市場規劃
 - 目標市場
 - 服務與創意
-



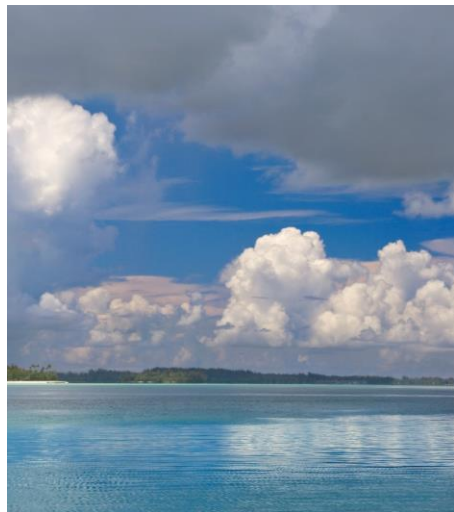
公司理念

露營活動崛起 商機無限展開

一家老少或三五好友在山林中及海濱邊共同搭建營帳、鋪設睡袋，用乾糧罐頭或野炊的方式與大自然中的鳥叫蟲鳴相互應和的畫面，似乎是極為常見的一道風景。近來蔚為流行的露營活動是台灣民眾目前最為嚮往的假日休閒活動，除了能夠讓人透過最直接的方式體驗大自然的魅力，同時也由此帶出不少新商機。

隨著民眾生活型態的逐漸轉變，消費者對於露營地的要求，仍割捨不下對於文明享受的慾望，營地的腹地、床鋪衛生、洗滌區、熱水衛浴、夜間照明、電源插座、手機訊號等，都是消費者考量的要素。

將露營做為主題的輕旅行，如今已成為一種兼具趣味及生活體驗，一種追求享樂與放鬆的休閒活動。也因此，除了朋友、情侶之外，不僅吸引到越來越多小家庭帶著孩子共同前往山林野外，藉由露營享受難得的親子時光，同時也兼具沐浴在大自然的樂趣之中。



市場規劃



市場區隔明顯 衍生眾多服務

搭著此波熱潮的順風車，本公司趁勢提供以露營為主題的服務；以推出揪團露營的活動行程，讓想要體驗露營、卻又沒時間規劃的新手們能夠省去交通及打理裝備的過程，輕鬆地享受露營的樂趣。

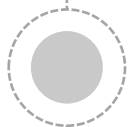
此外，更預計在苗栗、新竹、花蓮、台東等露營聖地，抓緊規劃出主題式旅舍商機，提供渡假風酒店式帳篷、帳篷內建設臥鋪沙發、在地風味品味露營餐飲、趣味DIY、在地小農體驗...等，相關的專屬服務及精置設施，而有別以往的簡約克難方式露營。

而然，正當人們開始享受著體驗大自然的的魅力，大自然中的鳥叫蟲鳴時，我們更做好了保護山坡地杜絕濫墾、垃圾污染、廢水處理...等水土保持問題，亦能同步與環境共存友好，傳續下一世紀。

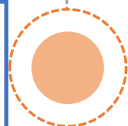
高價位的商品服務需求，亦不乏有消費者趨之若鶩，顯示藉由高端商品追求差異化的需求著實存在於這股露營熱潮當中。



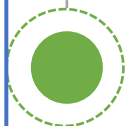
鎖定特定族群 客制化內容



個人 無論是自用、洽公、休閒、探親、訪友等，擁有個人私人時間與空間



家庭 假期全家出遊、記念日、探險之旅凝結成員的向心力



公司團體 教育訓練、激勵培訓、員工旅行、部門出差、洽公教育

服務與創意

在地化特色 落實區域創新

露營(Glamping)。Glamping源自glamorous camping，自澳洲及非洲開始風行，消費者毋需購買裝備便可入住豪華、具風格性的帳篷，露營場地還提供各式服務與創意活動，結合在地觀光資源，將露營規劃成充實、具學習性、適合各階段不同年齡層的休閒活動。

這種嶄新的行銷方式，更帶動在地化經濟爆紅，目前豪華野奢露營的據盤點，分佈在花東地區、新竹縣的山區，也有新北市濱海區，或宜蘭縣的草原區。

落實區域創新的概念與精神，落實區域創新的概念與精神，現在露營場地結合各縣市的在地化特色，都頗具有發展「露營經濟」的潛質。





D

商品簡介

- 主題野奢帳
 - 手作DIY
 - 營區風情
 - 營區公約
-

來去Glamping一晚!!



有別於一般露營需要攜帶各式裝備，還要學習怎麼紮營，近年來興起的「Glamping」，最大的特色便是不用自己搭帳篷，可以體驗舒適乾淨又方便的帳篷、客艙、樹屋、蒙古包、木屋或露營車，一卡皮箱入住，享受大自然美景。

「Glamping」是由「Glamorous」加上「Camping」所組合而成的新英文字，前者是指迷人、令人難忘的，後者則是露營，合起來就變成現在流行的「豪華露營」，又被稱為野奢莊園、野奢酒店。我們將打造出專有特色，來成為台灣Glamping勝地，一起享受盡情耍廢的豪華露營吧！

蟬風野奢帳

- 迎賓茶點水果盤
- 提供K I N G厚彈簧床
- 50吋電視
- 會客沙發區
- 飯店級寢具
- 浴巾浴袍
- 沐浴組
- 護膚（髮）用品
- 薰香燈
- 醫藥護理箱
- 咖啡茶水
- 管家服務



主題野奢帳

品味野奢帳

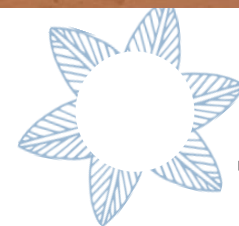
- 迎賓茶點水果盤
- 提供K I N G厚彈簧床
- 50吋電視
- 會客沙發區
- 飯店級寢具
- 浴巾浴袍
- 沐浴組
- 護膚（髮）用品
- 薰香燈
- 醫藥護理箱
- 咖啡茶水
- 管家服務



主題野奢帳

家庭野奢帳

- 迎賓茶點水果盤
- 提供K I N G厚彈簧床
- 50吋電視
- 會客沙發區
- 飯店級寢具
- 浴巾浴袍
- 沐浴組
- 護膚（髮）用品
- 薰香燈
- 醫藥護理箱
- 咖啡茶水
- 管家服務



主題野奢帳



園區風景簡介



星級在地小農美食



服務內容

從產地直送的美食料理，完全實踐了懶人露營的精髓。

01

附近合作的小農家，共享當季鮮採農特產，每天都變換不同的菜單；不用再煩惱食材不足或是事先採買等雜鎖碎問題。陽光灑落、徐徐微風，在美食香味中清醒，就像回到家一樣令人安心放鬆，是來到這裡才有的幸福時光。

一系列超有趣的山林體驗、手作D I Y課程。

02

適合夏天玩水的溯溪野遊，「夜間抓溪蝦」帶你在溪水間尋找小溪蝦；有機農場，種了秋葵、小番茄、木瓜等各式蔬果，讓訪客可以近身了解農作物生長，體驗採摘的樂趣；手作D I Y課程，提供抽花、藍染捏陶等，靜態學習等，還有細緻的白沙坑供小孩玩耍。

星級野帳，配置一應俱全

03

躺在鬆軟綿綿的雙人床上耍廢，也可以在戶外來場月光電影，輕鬆聽音樂、啖美食，再來杯調酒，微醺的夜晚很放鬆。彷彿置身於盎然的森林中，樹枝間閃閃的微光，一呼一吸間都能感受到夜裡的寫意浪漫。



日出觀景 夜觀夕陽

雲霧繚繞超夢幻



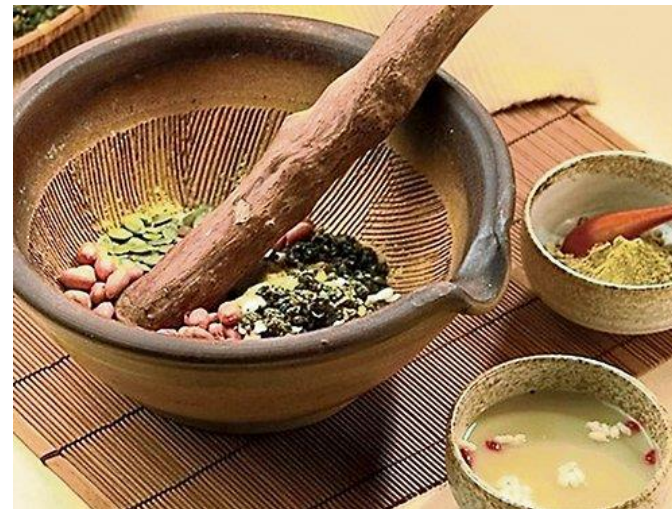


DIY

手作DIY體驗

在地文化特色手作

依區域性的文化不同，保存著活化在地特色，藉由作中學，了解到風俗民情的重要，文始來由傳承精髓。



多樣化體驗、手作課程

01



親子共學

小小職人體驗
親子手作課程
烘培教學課程

02



綠金手指

園藝DIY
多肉組盆教學
廢物利用課程

03



天繪天地

基礎素描
數字油畫
陶土捏製

04



溯溪野遊

補蝦高手
溯溪玩水
釣魚小天才

05



小農收成

四季採果樂
果干制作
控窯樂



E

會員權利

- 會員卡簡介
 - 會員福利
 - 服務內容
 - 園區示意圖
-

會員卡簡介

森活卡（個人）採會員制，入住者需持有此卡，方享有會員優惠入住。

（森活卡須記名，僅限

本人使用）

提供會員一個清潔安全又省旅人荷包的住宿環境，以服務各地休閒旅行為目的。

持有森活卡，更可以在全省各通路合作商家，旅行時享有交通、門票、餐廳、行程等優惠。

森活卡（家庭、公司團體），入住者需事先申請登記，方享有優惠入住。

（森活卡須記名，僅限登記者使用）

提供會員一個清潔安全又省旅人荷包的住宿環境，以服務各地休閒旅行為目的。

持有森活卡，更可以在全省各通路合作商家，旅行時享有交通、門票、餐廳、行程等優惠。

會員卡福利

	個人卡	家庭卡	公司團體卡
10個住宿會所免費使用	✓	✓	✓
每月十次免費住宿	兩人房*1	四人房*1	四人房*2+雙人房*1
活動安排使用	✓	✓	✓
每年五場課程活動	✓	✓	✓
不定期資訊活動	✓	✓	✓
五星級營地 專屬管家服務	✓	✓	✓

- 1.限本人使用,依卡別訂房並酌收清潔費1000元/房.
- 2.須於使用前七天於APP確認訂房.
- 3.每房僅提供雙人大床使用,如需換,依各館公告補貼差額.
- 4.未盡事直,另行公告周知.

服務內容

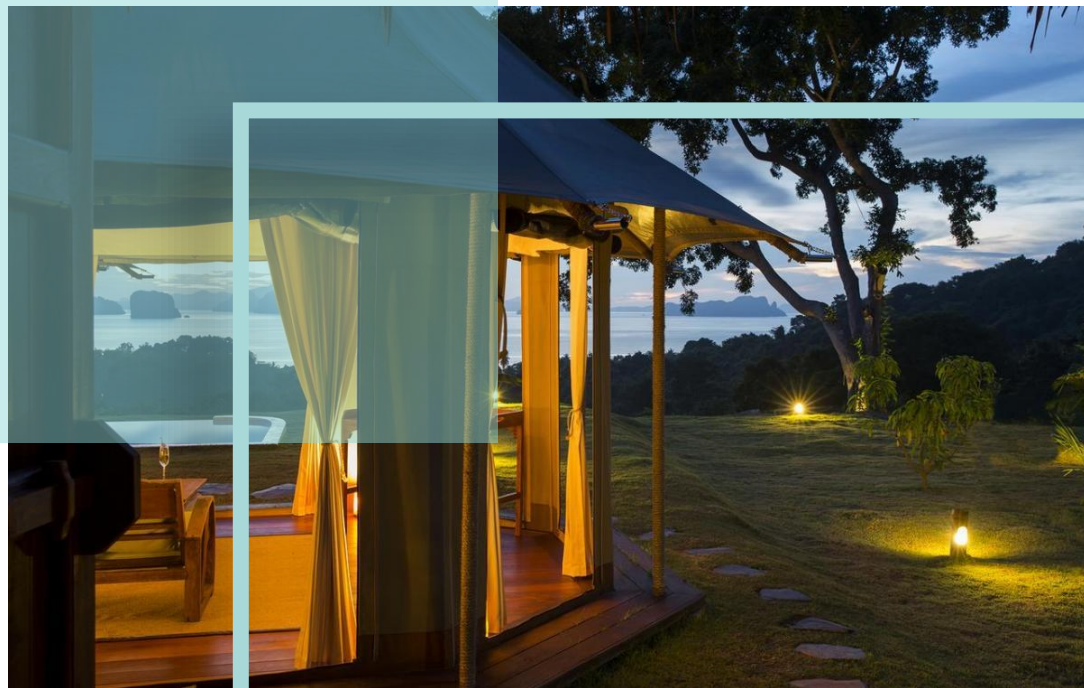
- ★ 使用森活卡請事先七天前於 A P P 訂房，出發前須電話確認，確保訂房無誤。
- ★ 森活卡適用一間客房，住宿兩人為原則(欲換兩人以上之房型則須補差額)。
- ★ 假日定義請依各飯店之規定辦理，部分飯店寒暑假平假日房差略有調整，請參考使用明細表。
- ★ 住宿時，請將森活卡交由櫃檯人員(持森活卡，請出示CIS示別系統(商標))即可入住。
- ★ 如遇飯店櫃檯服務人員對森活卡使用方法不清楚者，請撥消費者服務專線。
- ★ 本公司保有合作飯店房價調整權(依各飯店新簽約房價為準)，陸續增加合作新據點。





園區示意圖





THANK

謝謝觀看

S