

# 監察院 102 年度專案調查研究報告

## 目 錄

壹、 題目 .....	1
貳、 專案調查研究主旨 .....	1
一、 研究緣起 .....	1
二、 研究目的 .....	1
三、 研究範疇 .....	1
參、 問題背景與現況分析 .....	1
肆、 研究方法與過程 .....	3
一、 文獻蒐集與研閱 .....	3
二、 辦理學者專家諮詢會議 .....	4
三、 函請觀光局辦理業務推廣簡報及提供觀光推展相關資料以及研究報告 .....	4
伍、 研究發現與分析 .....	4
一、 我國觀光政策與施政重點 .....	4
二、 重要觀光統計數據及觀光市場調查 .....	21
三、 觀光業務推展情形 .....	30
四、 風景區或觀光景點分級及國家級風景特定區經營與管理 .....	62
五、 觀光從業人員培訓情形 .....	102
六、 觀光業務推展相關問題及因應措施 .....	104
七、 中國大陸於 102 年 10 月 1 日啟動新制旅遊法後，來臺大陸遊客人數遽減，衝擊我國觀光相關產業，觀光局因應措施 .....	110
陸、 結論與建議 .....	114
一、 十年來，政府大力推展國際觀光，來臺觀光客大幅成長，應予肯定。觀光產業是不會出走的產業，政府列為下一階段臺灣經濟發展的主體產業，	

政策正確 .....	114
二、 我國觀光主管機關用於召徠國際觀光客的宣傳經費，嚴重不足，影響觀光推廣工作 .....	116
三、 我國缺乏大型且國際知名遊樂設施，無法有效吸引眾多國際觀光客來臺，政府允應有效鼓勵民間資金投入開發，俾活絡我國國際觀光.....	118
四、 我國在觀光客權益之保護、交通安全、人身安全的維護上，尚有很大改進空間，現存諸多不利觀光發展因素，亟待改進 .....	121
五、 會展產業及醫美產業與觀光產業息息相關，政府各相關機關允應妥善規範，擬定配套措施，積極落實 .....	129
六、 發展觀光產業首要目的在於發展經濟，造福國人；因此在高唱國際化的時候，對國內業者利益的有效保護，應倍加用心 .....	132
七、 交通部觀光局允應針對國際觀光競爭力評比較低項目逐項研擬對策，協調各相關機關致力突破，謀求改進之道，並號召全民共同努力，以提升我國國際觀光競爭力.....	135
柒、 處理辦法： .....	143
一、 本專案調查研究報告提報本院交通及採購委員會審議通過後，函請行政院參酌，並督導所屬研究見復 .....	143
二、 本專案調查研究報告建置於本院全球資訊網，供社會各界參考 .....	143
三、 檢附派查函及相關附件，送請交通及採購委員會處理 .....	143
捌、 參考文獻.....	144
一、 書籍及論文部分 .....	144
二、 媒體報導部分 .....	145

附件.....	147
一、 附件 1：2013 年國際觀光競爭力我國各項評比項目得分及排名 .....	147
二、 附件 2：調查委員於觀光局在本院簡報時相關詢問、建議及其答覆內容 .....	152



# 監察院 102 年度專案調查研究報告

## 壹、題目：

「我國國際觀光競爭力之探討」專案調查研究。

## 貳、專案調查研究主旨：

### 一、研究緣起：

本院交通及採購委員會民國（下同）102 年 2 月 19 日第 4 屆第 58 次會議決議辦理。經同年 2 月 23 日院台調壹字第 1020800079 號函派員協助調查研究。

### 二、研究目的：

探究影響我國國際觀光發展之各項因素，汲取先進國家推廣國際觀光優點，促使相關主管機關研擬有效對策，改進現有缺失，提升國際觀光競爭力，對內得以優化國民生活及旅遊品質，對外則能吸引更多國際觀光客到訪。

### 三、研究範疇：

- (一)交通部觀光局對於提升觀光競爭力歷年計畫及推動情形。
- (二)交通部觀光局對於近年來觀光推展之政策、施政重點及未來展望。
- (三)觀光業務之輔導與具體作為。
- (四)觀光先進國家推廣國際觀光具體作法及我國國際觀光業務之推展情形。
- (五)觀光統計與分析。
- (六)熱門觀光景點軟、硬體設施及經營管理。

## 參、問題背景與現況分析：

- 一、觀光業被讚譽為最具經濟價值的無煙鹵產業，世界各國無不大力以赴，拉升觀光業的 GDP 貢獻度，以增進國內就業率及經濟發展。我國自 89 年擬定

「觀光客倍增計畫」起，其後 97 年開放中國大陸觀光客來臺觀光，100 年啟動陸客自由行，至 101 年的「觀光拔尖領航方案」，每年來臺之觀光客人數持續成長，101 年吸引 731 萬人次國外旅客來臺，估計創造新臺幣（下同）3,400 億元觀光外匯收入，提供 16.5 萬個觀光就業機會，以及帶動了數千億元的旅館投資；本（102）年雖遭逢國際經濟景氣低迷，觀光主管機關仍致力達成全年來臺旅客 770 萬人次自訂目標，並預計 105 年時達成 1,000 萬人次國際旅客來臺觀光目標。

二、依據世界經濟論壇（World Economic Forum，簡稱 WEF）公布 102 年度全球「觀光競爭力年報」，在接受評比的 140 個國家中，臺灣的觀光競爭力排名第 33 名<sup>1</sup>，相較於前次公布的第 37 名，進步了 4 名，但仍居亞洲四小龍之末，顯示我國近年來觀光客人數雖快速成長，觀光政策及旅遊環境仍有諸多改善精進空間，觀光產業的國際競爭力亟待提升。如何以永續發展、提升品質、友善環境、生活化及多元化為核心理念推動觀光行銷計畫，強化我國觀光品牌國際意象，深化國際旅客感動體驗，使其有一來再來的衝動，將是今後觀光發展重要之課題。職司國內觀光業務推廣的交通部觀光局（下簡稱觀光局）如何結合其他相關業務機關，將我國觀光競爭力表現不佳的部分徹底改善，都是現階段有待努力的部分。另 WEF 首席經濟學家及全球競爭力網路負責人布朗奇（Jennifer Blanke）亦指出，提升發展觀光業政策，採用新技術和提供便捷的出入境程序，才有助於旅遊蓬勃發展及提升觀光競爭力，並提醒「新興國家中產階級是全球旅遊業振興的主

---

<sup>1</sup> 資料來源：<http://www.weforum.org/>。

要驅動力」<sup>2</sup>。

三、自 97 年開放中國大陸觀光客來臺，至 101 年來臺陸客達 258 萬人次，已經取代日本遊客成為我國觀光客最大客源；但臺灣的旅遊品質似乎未隨到訪遊客急遽增加而有所提升，旅遊意外事件層出不窮，除 95 年臺南梅嶺遊覽車墜崖事件，造成國人 22 人罹難，99 年的創意旅行團跌落蘇花山谷，造成 19 名陸客喪命，100 年阿里山火車出軌，其中 5 名陸客死亡，101 年底新竹縣尖石鄉的遊覽車墜崖，亦致使 13 名國人死亡，更有甚者，連續幾年來每年都有載送陸客之遊覽車「翻車」事件發生，旅遊安全顯然亮起了警示燈。此外，國內許多旅遊軟硬體設施亦未隨 7 百餘萬人次國外旅客到訪而升級，例如道路及景點英文標示不清楚或不正確、觀光夜市停車一位難求、甚至連南投清境這種熱門景點的民宿都有 97% 是不合格業者，問題一籬筐；交通部長葉○○於 102 年 4 月 14 日在郵輪論壇上致詞時表示：「要叫遊客拖著行李從（基隆港）東岸基港大樓走這樣長的一段路，沿途還看到周邊破舊的建築物，會讓遊客以為到臺灣像是到了落後國家，讓身為交通部長的我覺得很丟臉。」<sup>3</sup>在在顯示來臺觀光客人數屢創新高之際，行政機關卻未能快速提升國內觀光旅遊的品質與安全，亦未能針對各種不利旅遊的因素及對於國內社會之衝擊與影響全面檢討，應予深入探討謀求解決對策。

肆、研究方法與過程：

一、文獻蒐集與研閱：

（一）蒐集並研析相關法令規定。

---

<sup>2</sup> 102 年 3 月 7 日中央通訊社報導。

<sup>3</sup> 102 年 4 月 15 日自由時報報導。

(二)蒐集並研析本院歷年相關專案調查研究報告及調查案件。

(三)蒐集並研析相關剪報及網站資訊。

(四)蒐集並研析相關學術論文及行政機關研究報告。

(五)蒐集並研析相關政府機關公報及出版品。

二、辦理學者專家諮詢會議。

三、函請觀光局辦理業務推廣簡報及提供觀光推展相關資料以及研究報告。

伍、研究發現與分析：

一、我國觀光政策與施政重點：

(一)觀光局觀光政策及目標：

1、101年持續推動「觀光拔尖領航方案」(98至103年)及「重要觀光景點建設中程計畫」(101-104年)，以永續、品質、友善、生活、多元為核心理念，對內，增進臺灣區域經濟與觀光的均衡發展，優化國民生活與旅遊品質；對外，強化臺灣觀光品牌國際意象，深化國際旅客感動體驗，建構臺灣處處皆可觀光的旅遊環境。並以「Taiwan—the Heart of Asia 亞洲精華心動臺灣」及「Time for Taiwan 旅行臺灣 就是現在」為宣傳主軸，逐步打造臺灣成為「亞洲觀光之心」。

2、102年則持續推動「觀光拔尖領航方案」及落實行政院「經濟動能推升方案」之「優化觀光提升質量」工作，建構質量併進的觀光環境；並以「旅行臺灣 就是現在」及「臺灣觀光年曆」為行銷主軸，訴求全球旅客體驗臺灣的美食、美景與美德。

(二)交通部觀光局施政重點：



1、101 年施政重點實施狀況及檢討情形：

(1) 落實「觀光拔尖領航方案」，推動「拔尖」、「築底」及「提升」三大行動方案，提升臺灣觀光品質形象：

<1>101 年吸引 731 萬旅客來臺，估計創造 3,400 億元觀光外匯收入，提供 16.5 萬觀光就業機會，帶動新臺幣 3,130 億元旅館投資，以及 14 個國際連鎖旅館品牌進駐臺灣。

<2>已推出新北市水金九、臺北市孔廟歷史園區、臺中市草悟道、屏東縣國境之南、彰化縣鹿港工藝薈萃等五大國際觀光魅力據點，促使觀光收益成長 33 億元；點亮北區、中區、南區、東區及不分區五大國際光點，此項吸引 76,000 名國際旅客；另評鑑出 276 家星級旅館及 499 家好客民宿、薦送 268 名觀光菁英出國研習，提升產業競爭力與國際接軌。更遴選出 42 個國際性及 51 個全國性觀光活動，打響「臺灣觀光年曆」成為臺灣國際級活動的代言品牌。

(2) 執行「重要觀光景點建設中程計畫」，確立國家風景區發展方向及聚焦各地特色，集中資源，分級整建具代表性之重要觀光景點遊憩服務設施，打造觀光景點風華再現：

<1>101 年上半年已吸引 2,141 萬人次旅客蒞臨 13 處國家風景區旅遊，創造 449 億元觀光產值，並獲得平均 8 成以上的滿意度評價。

- <2>已完成八田與一紀念園區、鵬灣跨海大橋、向山遊客中心、竹石園生態研習中心、梨山賓館、天空之橋等啟用，以及鯉魚潭、奮起湖老街、雙心石滬、野柳地質公園環境改造。
- (3)以永續、品質、友善、生活、多元為核心理念，推動「Time for Taiwan—旅行臺灣就是現在」行銷計畫，對內增進臺灣區域經濟與觀光的均衡發展，優化國民生活與旅遊品質；對外則強化臺灣觀光品牌國際意象，深化國際旅客感動體驗，建構臺灣處處可觀光的旅遊環境：
- <1>向國際市場訴求聚焦美食、文化、樂活、生態、浪漫及購物等6項主軸，推出臺灣燈會、臺灣自行車節等大型觀光活動，以活動來帶動觀光，帶動產業關聯效果，並吸引國際旅客來臺，擴大觀光服務輸出，更積極搭建觀光平臺，行銷臺灣特色與價值。
- <2>遴選臺灣十大觀光小城，包含臺中大甲、桃園大溪、臺北北投、臺南安平、金門金城、高雄美濃、彰化鹿港、南投集集、新北瑞芳、宜蘭礁溪等臺灣十大具地方特色魅力的新旅點，並藉由行銷推廣吸引國內外旅客走訪體驗臺灣之美，帶動小城深度旅遊。
- (4)推動臺灣 EASY GO，執行臺灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫，輔導地方政府提供完善之觀光景點交通串接、跨區域及全區型套票整合及運用 GIS/GPS 機制提供旅

遊資訊等貼心服務：

- <1>101 年開行 22 條臺灣好行路線，吸引 370 萬人搭乘，並推出 50 款優惠套票（含 7 款區域型套票）、部分路線提供 GPS 導覽解說服務（黃金福隆線、88 安平線及 99 台江線已提供本項服務）、長途訂位示範機制（日月潭線、阿里山線及墾丁快線已提供本項服務）。
- <2>於各地旅遊服務中心設置無限暢網服務（含無線上網服務及智慧裝置充電服務）及 55 面動態資訊看板，提供結合適地性、即時旅遊資訊，並於國家風景區建置 184 個旅遊景點二維條碼（QR Code）導覽、建置觀光資訊資料庫，並推出旅行臺灣 APP、臺灣觀光年曆 APP 等，營造無縫隙旅遊環境。

2、102 年施政重點實施：

- (1)落實「觀光拔尖領航方案」，推動「拔尖」、「築底」及「提升」三大行動方案，提升臺灣觀光品質形象。
- (2)執行「重要觀光景點建設中程計畫」，確立國家風景區發展方向及聚焦各地特色，集中資源，分級整建具代表性之重要觀光景點遊憩服務設施，打造觀光景點風華再現。
- (3)與 101 年相同，以永續、品質、友善、生活、多元為核心理念推動行銷計畫，對內增進臺灣區域經濟與觀光的均衡發展，優化國民生活與旅遊品質；對外強化臺灣觀光品牌國際意象，深化國際旅客感動體驗。

，建構臺灣處處可觀光的旅遊環境。

- (4) 整合跨部會、縣市政府各具特色之觀光活動，打造「臺灣觀光年曆」為代表臺灣具國際魅力及特色活動之品牌行銷國內外，並規劃「夏至相約 23 度半活動」吸引國內外旅客參與，期擴大觀光及關聯產業之經濟效益。
- (5) 建置無障礙旅遊環境，便利弱勢族群出遊，並加強臺灣好行（102 年推出 31 條路線，路網涵蓋全臺熱門景點）、臺灣觀巴之接駁與營運服務、強化觀光資訊資料庫及科技運用，提供旅客旅行前、旅行中、旅行後無縫友善的旅遊服務環境。
- (6) 未來展望將以「建構質量併進的觀光發展」為核心思維，持續推動「觀光拔尖領航方案」、「重要觀光景點建設中程計畫」及「經濟動能推升方案－優化觀光提升質量」之相關工作，並積極開拓東南亞、穆斯林等新興市場、推廣國際郵輪市場、加強會展及獎勵旅遊、提高陸客自由行人次，以強化臺灣觀光體質，創造觀光價值，奠定觀光產業從量變到質變的基礎，擴大觀光服務輸出，催生 105 年 1,000 萬國際旅客來臺，102 年來臺旅客則已達成 770 萬人次目標。

### 3、觀光拔尖領航方案：

觀光拔尖領航方案旨在建構質量並進的觀光榮景，打造臺灣成為亞洲重要旅遊目的地為願景；工作重點為美麗臺灣、特色臺灣、友善臺灣、品質臺灣及行銷臺灣等五大重點，推動

「拔尖」、「築底」及「提升」三大行動方案，提升臺灣觀光品質形象。

(1) 五大重點：

<1> 美麗臺灣：由「點」、「線」呈現風景區「面」新風貌為核心主軸，以減量原則、維護生態、環境優先、便利遊客為發展策略，主要推動作法：

- 整備環島 13 條重點旅遊線：以「減量原則、環境優先、國際水準、便利遊客」為原則，辦理旅遊線景點及景觀整建工作。執行成果為福隆火車站外觀、舊草嶺隧道轉型、臺 2 線違建拆除、車埕木業展示館、水社碼頭周邊景觀改善、奮起湖文史陳列館、臺 18 線石桌街景改善、大鵬灣環灣自行車道、蚵殼島浮動平台、大鵬灣遊客中心、琉球露營區服務中心、四重溪溫泉建設、玉里自行車道、加路蘭濱海綠地闢建、綠島生態研習中心、鯉魚潭潭北碼頭景觀改善、鹿野高台飛行傘體驗場及六十石山等。
- 舊景點、新意象—地方重要景點風華再現：透過補助方式與地方政府合作，讓這些民眾熟悉的地方呈現新丰采。執行成果為黃金博物館周邊環境改善、九份步道、臺東森林公園、八卦山大佛區及高雄旗津等。

<2> 特色臺灣：從發展主題產品著手，鎖定熱門話題，包裝優勢產品為核心主軸，發展策略為包裝有競爭力的觀光產品及彰顯其獨特性、炒熱話題，主要推動作法是將臺

灣優勢內涵及相關部會主導之旅遊產品，包裝為具競爭力的觀光產品，篩選出臺灣有競爭力的主題，鎖定並開發相關族群；推出的活動如登山健行產品（吸引奧地利 ASI Wanderreisen 來臺 16 天、每人團費 16 萬元）、沙龍攝影及蜜月旅行（98 年 5 月辦理愛戀臺灣 101 求婚活動）、銀髮族懷舊之旅（推出平溪鐵道懷舊之旅）、追星哈臺旅行、醫療保健旅遊、運動旅遊（98 年 9 月辦理自行車環臺活動）溫泉美食、農業觀光、生態旅遊、農業觀光、文化學習之旅、原住民文化及自助旅遊等。

<3>友善臺灣：從旅客角度思考，提供便利的導覽解說資訊與產品為核心主軸，發展策略為旅客從規劃旅程開始，到遊程結束，都能得到便利的資訊、感受親切的服務，主要推動作法為建置全方位旅遊資訊服務網：

- 輔導業者營運臺灣觀光巴士旅遊產品計 33 條，提供各大都市飯店與鄰近重要風景區之交通接駁及旅遊服務，服務對象 4 成為國際旅客。
- 輔導地方政府與相關單位於機場、火車站等重要交通節點建置統一識別標誌「i」系統旅遊服務中心，提供多語文專人旅遊諮詢服務，現已建置 136 處。
- 輔導地方政府於外籍觀光客出入頻繁都會地區建置地圖導覽牌，提供中、英對照觀光旅遊資訊，現已建置 175 處。
- 與中華電信合作設置中、英、日、韓語

24 小時免付費觀光諮詢熱線（call center）0800-011-765 及建置多語文版「臺灣觀光資訊網」（<http://taiwan.net.tw>）等旅遊資訊服務，提供 6 種語文服務。

- 印發全國性「臺灣觀光交通路網圖」摺頁、區域性「北、中、南、東臺灣觀光地圖」摺頁提供免費索取。
- 獎勵觀光業者設置特殊語文（日文、韓文）服務，包括指示標誌、導覽解說牌、廣播等，補貼業者 50% 製作費，每家業者最高 30 萬元。

<4>品質臺灣：從服務品質著手，利用輔導、訓練與評鑑的方式，提升住宿與第一線服務人員水準為核心主軸，發展策略為讓旅客住得滿意、感受貼心與專業的服務，就能提高滿意度，主要推動作法：

- 提升一般旅館品質：專家諮詢輔導、貸款利息補貼、補助設計規劃費、研習訓練輔導及鼓勵其自行更新等，自 93 至 97 年輔導 256 家旅館，約 15,000 間客房改善設施。
- 輔導訓練觀光從業人員：訓練對象為旅行業經理人、導遊、領隊、旅館業從業人員、計程車駕駛、遊覽車駕駛、餐廳從業人員等觀光接待人員；訓練內容則為專業知識、執業技能、基礎外語、禮儀及服務觀念等訓練。

<5>行銷臺灣：以多元開放、全球佈局為核心主軸，發展策略為定位交通部觀光局為臺

灣觀光經銷商，集中火力針對各市場需求，靈活運用各種通路與宣傳推廣手法強力行銷，主要推動作法：

- 不散彈打鳥－針對各目標市場研擬策略：在日、韓以飛輪海為代言人，將觀光景點置入偶像、辦理歌友會、追星之旅活動與廣告宣傳等活動；利用組團參加日韓等旅展出席日本大型文化祭典活動，強力宣傳旅行臺灣產品，加強宣傳印象；與日本 4 大組團社合作來臺旅客招攬計畫等。在港、星、馬以蔡○○及吳○○為代言人，與業者合作規劃四季旅遊產品，辦理推廣記者會及主題活動；利用參加港星馬各大旅展，將旅行臺灣年行銷元素導入宣傳，並辦理推廣會與說明會向業者強力推廣，整合點、線、面共同推廣。在歐美則聘請公關公司，加強通路佈局，目前德國第 2、第 3 及第 4 大旅行社、英國前 10 大旅行社、法國前 4 大旅行社、澳洲前 10 大旅行社之一 Trade Travel 及美國地區增加 3 家主流旅行社均已販售臺灣行程；邀請國際知名媒體如 Discovery Channel、CNBC 等頻道合作，置入臺灣觀光節目；結合國內觀光旅館業者辦理「加美金／歐元 1 元住五星級飯店」專案，吸引過境旅客來臺；利用異業結盟與業者國際通路共同宣傳。在新興市場以積極爭取包括大陸、印尼、穆斯林、印度與等新興客源市場旅客來臺旅遊；針對大陸



市場辦理踩線團、業者說明會、大陸推廣會等，主動邀請大陸組團社包裝臺灣旅遊產品。

- 多元創新宣傳及開發新通路開拓市場：
  - ◇ 透過代言人及新傳媒方式引發臺流風潮。
  - ◇ 邀請國際知名媒體、網路行銷臺灣。
  - ◇ 文宣、摺頁不斷推陳出新。
  - ◇ 創新手法，擴大通路。
  - ◇ 運用網路資訊無國界、無時差、普及性及快速性，強化臺灣觀光網站實用資訊與提高正確性，將臺灣觀光 Banner 及關鍵字置於國際知名搜尋引擎。
  - ◇ 邀請網路人氣部落格作家來臺體驗，分享臺灣旅遊經驗。
  - ◇ 以創新之通路，如捷運車廂、捷運站、公路跨橋廣告等，強化型塑臺灣觀光意象。
  - ◇ 在香港地鐵站廣告。
  - ◇ 在新加坡地鐵廣告。
  - ◇ 在馬來西亞高速公路天橋廣告。
  - ◇ 在英國倫敦計程車車體廣告。
  - ◇ 與 National Geographic 進行雙品牌行銷。
  - ◇ 與 Discovery 頻道合作瘋臺灣節目。
  - ◇ 與 Forbes 雜誌合作。
  - ◇ 於 Monocle 雜誌創新手法宣傳。
  - ◇ 推出優惠措施：包括四季好禮大相送、過境半日遊、百萬旅客獎百萬、包機補助、外籍郵輪彎靠補助、分攤廣告經費

補助、獎勵推出優質行程、開發大型公司行號獎勵旅遊、獎助接待修學旅行學校等。

- 以大型公關及促銷活動創造話題凝聚焦點：辦理之大型活動包括跨年外牆點燈廣告、飛輪海國際歌友會、經穴按摩推廣活動、愛戀101、旅遊達人遊臺灣、飛輪海一日導遊、來去臺灣吃辦桌活動及自行車環臺活動等。
- ◇ 跨年外牆點燈廣告：98年結合外牆點燈活動，共獲24國80家電視台於新年期間新聞報導中多次播出本案畫面，頗具效益。
- ◇ 追星之旅－飛輪海國際歌友會：98年辦理1場日韓代言人飛輪海國際演唱會，共計有日韓港星馬等3,600名歌迷參加，觀光收益超過新臺幣1億元。
- ◇ 保健旅遊－經穴按摩推廣活動：以「臺灣・元氣・超值」為概念，來自韓國、日本、馬來西亞及其他世界各地共350位旅客參與，共有44家國內外媒體採訪。
- ◇ 婚紗攝影旅遊－愛戀101求婚：辦理網路活動、港星馬旅展及推廣活動於海外引爆話題，寫下2人愛情故事就有機會獲得浪漫求婚禮物。
- ◇ 多元臺灣－旅遊達人遊臺灣：透過國際宣傳徵求旅遊達人的親身體驗臺灣旅遊，以口語傳播及文字暨影音部落格行銷等方式，加強宣傳及推廣臺灣旅遊、文

化、美食等。藉由徵求造勢活動活動與活動期間安排媒體採訪造勢，活動結束後，將部落格故事，作後續宣傳。

- ◇美食之旅—來去臺灣吃辦桌活動：結合98年美食展，在古蹟地區舉辦具本土氣氛及特色的辦桌活動，並搭配在地表演節目如布袋戲與歌仔戲，營造熱鬧歡愉的氣氛，創造臺灣另類美食話題。
- ◇運動旅遊—自行車環臺活動：打造臺灣成為單車旅遊天堂，讓國際旅客慢遊看見臺灣深度之美，運用捷安特國際通路廣度，提升臺灣世界形象及知名度；推廣5條路線為主，邀請國內外熱愛單車旅行遊客、名人、車手、單車達人、熱門網路社群等共同參加；由駐外辦事處進行產品包裝提供業者行銷推廣。
- 參與國際旅展及推廣活動：積極參與東京等全球重要觀光旅展及4大獎勵旅遊與國際會議展；辦理北美、印度、印尼等觀光推廣活動，及日本各式大型節慶活動如北海道 Yosakoi Soran 街舞等，搭配宣傳主軸與特色優質產品進行開發與行銷。

## (2)三大行動方案：

<1>「拔尖」行動方案（發揮優勢）又區分為兩大細項：

- 魅力旗艦：推動重點為發展5大區域觀光旗艦計畫、輔導地方政府創造至少10處具國際魅力的獨特景點、推動至少10處無縫隙旅遊資訊及接駁服務。

執行計畫為區域觀光旗艦計畫（由上而下，邀請國際觀光總顧問擬定）、競爭型國際觀光魅力據點示範計畫（由下而上，地方政府申請）、觀光景點無縫隙旅遊服務計畫（由地方政府申請）等。

- 國際光點：推動重點為深化觀光內涵，依各區域特色定位，推出獨特性、長期定點定時、可吸引國際旅客之產品；依區域特色，舉辦或邀請國際知名賽會、活動；與 2010 花博、2011 世界設計大會及建國 100 年等大型活動結合行銷臺灣。執行計畫為國際光點計畫。

<2> 「築底」行動方案（培養競爭力）又區分為兩大細項：

- 產業再造：推動重點為協助觀光產業轉型升級、引進國際連鎖旅館品牌、扶植本土品牌旅館及異業結合（結合醫療、農業、SPA、文創、生態、部落等資源，共同開發行程）。執行計畫為振興景氣再創觀光產業商機計畫、觀光遊樂業經營升級計畫、輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫、獎勵觀光產業取得專業認證計畫海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫等。
- 菁英養成：推動重點為強化國內職前培訓與在職精進訓練、與國際知名學院合作，薦送優秀觀光從業人員及觀光系所教師出國受訓（每年培訓 100 位）、鼓勵開設觀光產業高階領導班或國際專題研習營等。執行計畫為觀光從業菁英養成

計畫。

<3>「提升」行動方案（培養競爭力）又區分為兩大細項：

- 市場開拓：推動重點為深耕目標客源市場及開拓新興市場、突破行政機關缺乏彈性之組織編制，借重法人團體延攬國際專家及行銷研發之專業人才等。執行計畫為國際市場開拓計畫、成立「臺灣國際觀光發展中心」計畫等。
- 品質提升：推動重點為推動旅行業交易安全及品質查核、星級旅館評鑑、民宿認證及提供品質保障的旅遊服務等。執行計畫為星級旅館評鑑計畫、民宿認證計畫等。

4、重要觀光景點建設中程計畫(101 至 104 年)：

(1)為延續「重要觀光景點建設中程計畫（97 至 100 年）」建設成果，加強 13 個國家風景區之經營管理及地方政府所轄觀光資源之整合，交通部觀光局持續以「集中投資」、「景點分級」觀念，研擬本計畫，內含 14 個子計畫，包括 13 個「國家風景區建設計畫」及「整備觀光遊憩設施建設計畫」。

(2)建設項目：

<1>國際觀光重要景點（29 處）

- 完成福隆遊憩區、外澳及宜蘭濱海遊憩區服務設施改善。（東北角暨宜蘭海岸國家風景區）
- 完成白沙灣、金山獅頭山及中角、萬里及野柳遊憩區環境改善。（北海岸及觀音山國家風景區）

- 完成日月潭環潭遊憩區週邊設施及景觀改善。(日月潭國家風景區)
- 完成臺 18 線遊憩系統周邊設施及環境改善。(阿里山國家風景區)
- 建構大鵬灣環灣遊憩區為具國際級船舶水上活動觀光渡假區，維護生物多樣性棲息環境、形塑水岸綠廊。(大鵬灣國家風景區)
- 形塑花蓮鯉魚潭為國際級親水休閒活動遊憩空間；完善鹿野高臺、羅山及六十石山地區、自行車系統等遊憩設施，營造為花海景觀、飛行傘、自行車等健康休閒區。(花東縱谷國家風景區)
- 完成綠島系統、小野柳／都蘭系統、成功／三仙臺系統環境改善。(東部海岸國家風景區)
- 重現南庄遊憩區客家小鎮及原住民文化意象，並重現谷關遊憩區景點風華。(參山國家風景區)
- 完善新威茂林遊憩區及賽嘉航空園區服務設施，打造為陸、水及空域三度空間冒險刺激的多元旅遊度假區。(茂林國家風景區)
- 完成七股地區、北門地區周邊遊憩區服務設施改善。(雲嘉南濱海國家風景區)
- 完成關子嶺溫泉療養圈、烏山頭歷史懷舊旅遊圈環境改善。(西拉雅國家風景區)
- 完成隘門遊憩區、中屯風力園區、古堡

遊憩區及漁翁島燈塔遊憩區、吉貝遊憩區、桶盤嶼地質公園及虎井嶼遊憩區環境改善。（澎湖國家風景區）

- 推動北竿系統重要景點，發展生態體驗遊程據點開發。（馬祖國家風景區）

## 〈2〉國內觀光重要景點（23處）

- 改善宜蘭濱海遊憩區周邊遊憩服務設施，提升整體遊憩服務機能。（東北角暨宜蘭海岸國家風景區）

- 北海岸三芝遊憩區、石門遊憩區及觀音山遊憩區之遊憩據點設施更新改善。（北海岸及觀音山國家風景區）

- 完善頭社遊憩區、水里溪遊憩區服務設施，提升服務品質。（日月潭國家風景區）

- 完成鄒族文化遊憩系統、西北廊道遊憩系統等周邊設施及環境改善。（阿里山國家風景區）

- 建立小琉球為度假休閒之珊瑚礁生態學習島，塑造自然純淨的慢活度假勝地。（大鵬灣國家風景區）

- 建構花東優質景觀路廊，發展深度旅遊景點及健康休閒環境。（花東縱谷國家風景區）

- 完成石梯／秀姑巒系統環境改善。（東部海岸國家風景區）

- 型塑獅頭山為宗教文化區及八卦山周邊環境與公共服務設施，營造為優質旅遊環境。（參山國家風景區）

- 強化屏北遊憩區及荖濃遊憩區服務機能

- ，創造旅遊新風貌。（茂林國家風景區）
- 完成雲嘉南濱海遊憩區旅客服務設施改善。（雲嘉南濱海國家風景區）
- 完成西拉雅探索園區、西拉雅芒果酒莊環境改善。（西拉雅國家風景區）
- 完成馬公觀光都市及菜園遊憩區、白沙遊憩區(含烏嶼、員貝嶼)、望安中社及天臺山遊憩區、七美南滬港區及愛情園區景觀改善，創造新風貌。（澎湖國家風景區）
- 建置馬祖南竿系統，整備大北海遊憩區、鐵板、津沙、馬港至四維等景點以及媽祖宗教園區遊憩品質。（馬祖國家風景區）

### (3) 預期效果及影響：

- <1> 打造具國際級魅力風景據點，吸引國際遊客造訪旅遊。
- <2> 強化旅遊環境改善及服務設施品質提升，以完善各風景區公共設施與提升環境品質，永續利用環境資源，改善國內觀光產業環境。
- <3> 吸引民間配合國家重大公共工程建設，投入財力、物力與專業人力，以促進地方繁榮，並提昇國家觀光事業整體競爭力。
- <4> 合理有效開發觀光資源，以提供高品質之旅遊環境與多樣性遊憩空間，並塑造具地方特色之旅遊環境，提供高品質之遊憩體驗。
- <5> 改善整建現有公共設施，提昇整體服務品



質，使遊客造訪人次增加，以創造商機並增加居民就業機會。

<6>結合周邊遊憩系統，以活絡地方觀光產業並繁榮地方經濟。

<7>增加中央與地方政府夥伴關係，強化工程投資建設及後續經營管理之介面銜接，有效累積風景區、觀光地區投資建設成果。

## 二、重要觀光統計數據及觀光市場調查：

### (一)重要觀光統計數據<sup>4</sup>：

#### 1、來臺旅客及我國國民出國總人次統計：

##### (1)來臺國際旅客統計：

<1>來臺的國際旅客在 92 年受到 SARS 風暴影響，全年為 224 萬人次，93 年為 295 萬人次，均維持在 300 萬人次以內。93 年起政府訂定當年為臺灣觀光年，復推行觀光客倍增計畫，積極對外宣傳與促銷，94 年為 337 萬，95 年為 351 萬，96 年有 371 萬，97 年則有 384 萬人次來臺，均呈穩定成長狀況。

<2>97 年開放大陸觀光客來臺觀光，國外旅客人次因大陸遊客加入人數暴增，98 年為 439 萬，99 年為 556 萬，100 年為 608 萬，101 年則突破 700 萬，為 731 萬人次；與 97 年來臺旅客人次相較，幾乎倍增，顯與開放大陸觀光客來臺政策相關。

<3>102 年 1 月份來臺旅客為 527,096 人次，2 月份為 572,156 人次，3 月份稍增至 759,233 人次，4 月份為 691,501 人次，5 月份則為 617,943 人次，6 月份則為

<sup>4</sup> 資料來源：交通部觀光局行政資訊系統網站 <http://admin.taiwan.net.tw/>。

637,577 人次，7 月份則為 635,232 人次，8 月份則為 686,684 人次，9 月份則為 674,072 人次，來臺旅客已達全年總目標 770 萬人次之 75.34%，尚符合所訂目標水準。

<4>據統計，來臺之國外旅客多以觀光為主要目的，其次為業務目的需要；90 年來臺觀光為目的者為 1,021,572 人次，占 36%；95 年來臺觀光客為 1,510,207 人次，占 43%；101 年來臺觀光客則為 4,677,330 人次，占 64%；102 年 1 至 9 月合計觀光客人數為 2,142,899 人次，占同時期來臺旅客總數 5,801,494 人次之 67%，遠高於以業務需要來臺之 12%，顯見觀光已成為來臺旅客的主要目的。

(2) 國人出國人次統計：

<1>我國國人因觀光或業務須要出國風氣極為盛行與頻繁，除 92 年受到 SARS 影響，全年國人出國人數為 592 萬人次外，93 年起均有 7、8 百萬人次之譜，93 年有 778 萬人，94 年有 820 萬人，95 年有 867 萬人，96 年有 896 萬人，97 年有 846 萬人，98 年有 814 萬人，99 年有 941 萬人，100 年則有 958 萬人，101 年更突破 1,000 萬，達 1,023 萬人次的國人出國。

<2>102 年 1 月份國人出國為 735,483 人次，2 月份因春節假期稍增至 966,575 人次，3 月份為 814,558 人次，4 月份為 897,886 人次，5 月份則為 853,288 人次，6 月份則為 934,271 人次，7 月份則因為暑假稍

增為 1,017,208 人次，8 月份則為 1,022,387 人次，9 月份則為 977,616 人次，出國目的地以中國大陸最多，共 2,278,178 人次，占同時期總出國人數 8,237,272 人次之 27%，赴日本次之，共 1,794,641 人次，占 21%，國人出國赴前開二地區者約占半數。

〈3〉我國來臺旅客及國民出國總人次差額數於 92 年時為 367 萬人次，93 年起差額擴大，93 至 97 年期間，差額均約為 500 萬人次，98 年起因大陸觀光客遽增，來臺及出國旅客差額逐漸縮減，98 年差額為 375 萬，99 年為 385 萬，100 年為 350 萬，101 年則縮減為 292 萬人次。101 年來臺旅客雖達歷史新高之 731 萬人次，然出國國人亦同時突破 1,000 萬人次，觀光局在致力招徠國際觀光客之餘，應審慎思考如何縮減二者差距，將國人由出國觀光吸引至國內旅遊，以藉此擴大國內國民旅遊市場。來臺旅客及我國國民出國總人次統計如附表 1

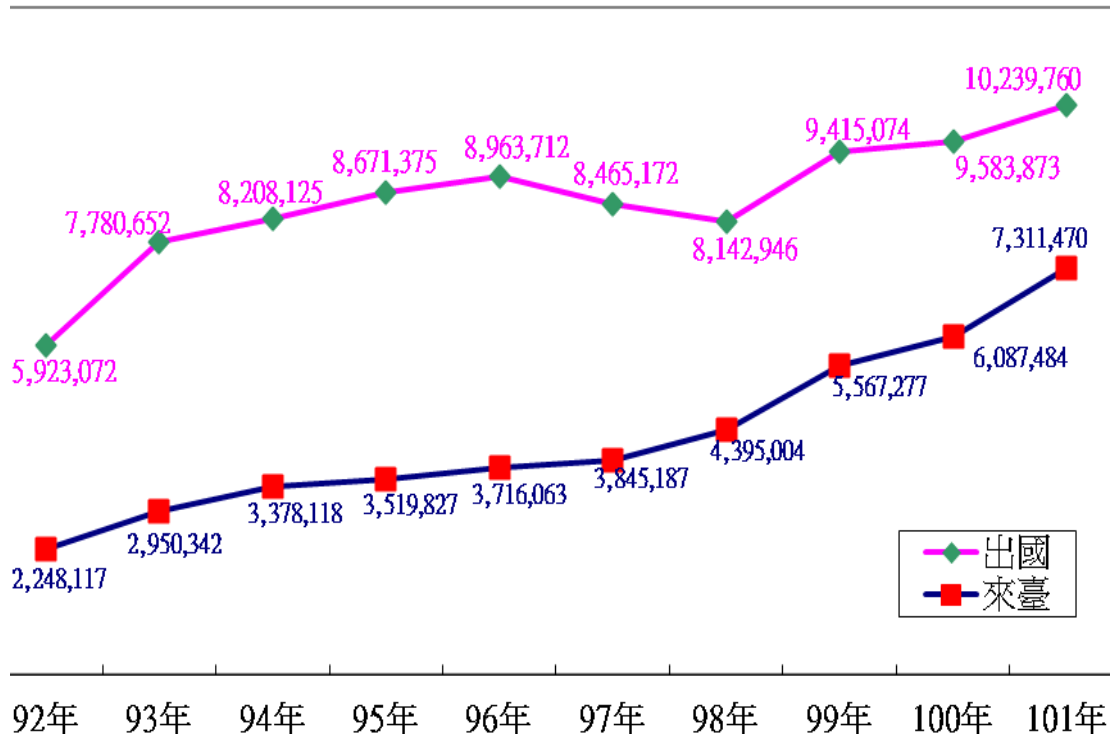
(3) 來臺旅客國別統計：

〈1〉近 10 年來臺國際旅客以日本人最多，其次為東南亞（東南亞各國合計），再依序為港澳、美國。日本旅客於 94 年突破 100 萬人次後，雖有波動仍維持在百萬之上，100 年起逐漸增加，101 年則達到 1,432,315 人次；東南亞及港澳旅客亦為穩定成長，99 年起均緩步增加，至 100 年（港澳旅客為 101 年）亦突破 100 萬人

次，成為「百萬俱樂部」成員；美國及其他地區旅客來臺數相對穩定，無太大變化。

附表 1 近 10 年來臺旅客及國民出國人次變化表

單位:人次

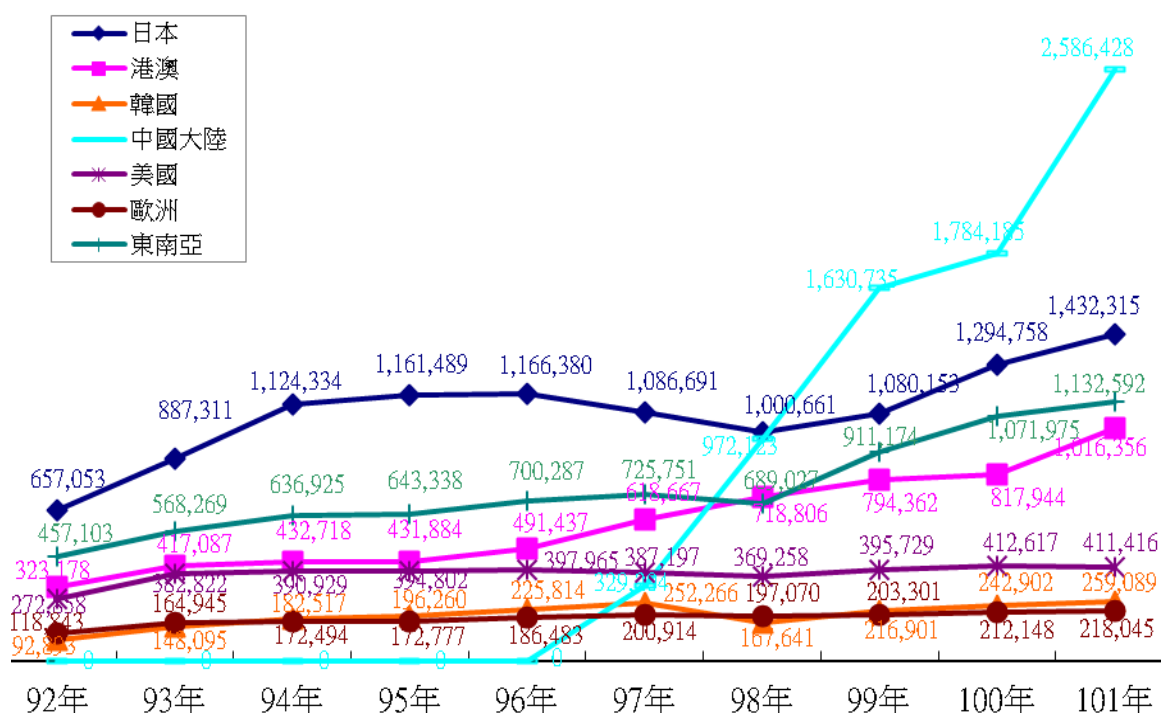


資料來源：交通部觀光局

<2>值得注意的是來自大陸的旅客數量之變化，自 97 年開放其觀光後，遊客人數遽增，98 年旅客數即直逼百萬，99 年成為來臺旅客數首位，以及成為繼日本旅客之後的「百萬俱樂部」成員，101 年來臺人數更達 2,586,428 人，超越日本旅客達百萬以上。來臺主要客源國旅客成長趨勢統計如附表 2

附表 2 近 10 年來臺主要客源國旅客成長趨勢表

單位:人次



資料來源：交通部觀光局

<3>由表 2 統計數據觀察，大陸觀光客來臺確實改變國際旅客的結構，陸客占全部國際旅客得比率已由 97 年的 8%，快速成長為 98 年的 22%，99、100 的 29%，101 年更高達 35%，其對臺灣觀光的重要性已超越早年日本的地位。

## 2、觀光收入及外匯收入：

(1) 觀光總收入為國人國內旅遊收入與來臺旅客觀光外匯收入之加總。依據近 10 年來資料觀察，97 年開放陸客來臺觀光以前，觀光總收入一直維持在新臺幣 3 千餘億，且國人國內旅遊收入皆多於國外旅客觀光外匯收入；97 年起，因陸客大量湧入，觀光

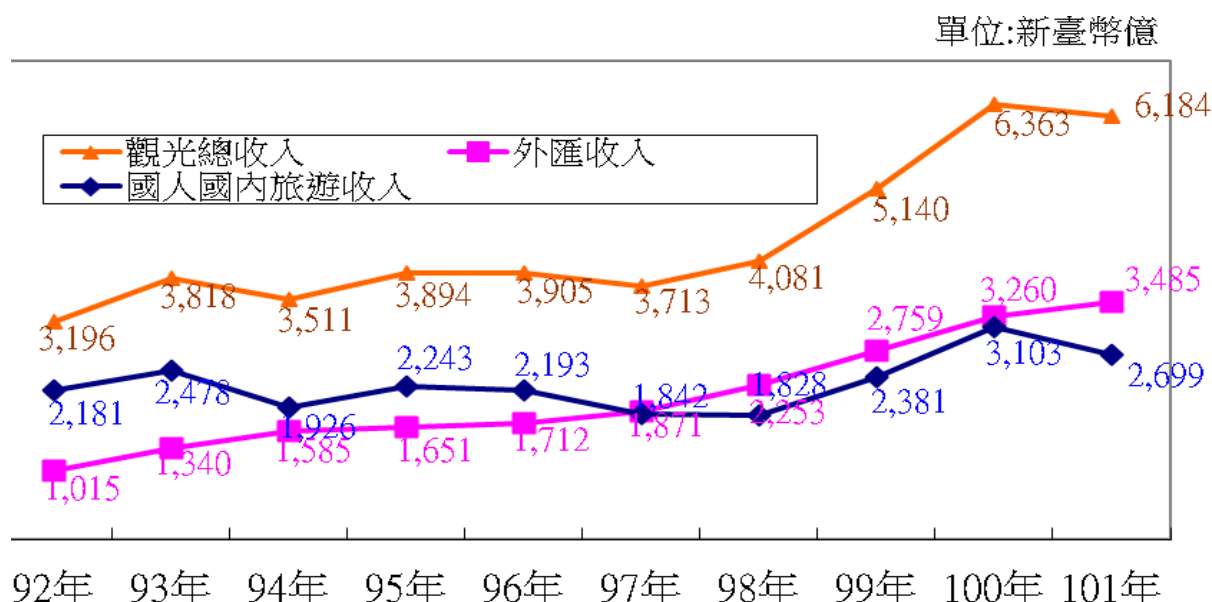
外匯收入快速成長，超越國旅收入，使觀光總收入迭創新高，98 年突破 4 千億，99 年 5 千餘億，100 及 101 年均達 6 千億以上，101 年觀光外匯收入甚至超出國旅收入約 800 億元。

(2) 觀光外匯收入係指來臺旅客之觀光支出費用，依據交通部觀光局「來臺旅客消費及動向調查報告」資料顯示，來臺之國外旅客支出項目包括旅館內支出、旅館外餐飲費、在臺境內交通費、娛樂費、雜費及購物費等，且以每人每日平均消費金額（美元）的方式呈現。因此，該每人每日平均消費金額（美元）與來臺旅客平均實際停留夜數及來臺旅客旅遊人次之乘積，為來臺旅客消費支出總金額（美元），若乘以當年平均匯率，則轉換成以新臺幣表示之支出總金額，即為來臺旅客觀光外匯收入。

(3) 近 3 年來觀光外匯收入統計：100 年來臺旅客（包含入境之外籍與華僑旅客，但不包括過境之外籍與華僑旅客）共計 6,087,484 人次，平均停留夜數為 7.05 夜，美元年平均匯率為 1：29.464，以新臺幣計算之每一旅客每日在臺平均消費金額為 7,596.41 元，全年觀光收入為 3,260 億元，相較於 99 年來臺旅客共計 5,567,277 人次、平均停留夜數為 7.06 夜及全年觀光收入為 2,759 億元成長 18%；101 年來臺旅客共計 7,311,470 人次，平均停留夜數為 6.87 夜及全年觀光收入為 3,485 億元，也成長了約 7

％，近 10 年觀光外匯收入、國內旅遊收入及觀光總收入如附表 3。

附表 3 近 10 年觀光外匯收入、國內旅遊收入及總收入表



資料來源：交通部觀光局

## (二)觀光市場調查：

- 1、101 年全年來臺旅客累計 731 萬 1,470 人次，創歷年來來臺人次新高，與 100 年同期相較，成長 20.11%。主要客源市場人次及與 100 年同期比較之成長率分別為日本 143 萬 2,315 人次（成長 10.62%）、港澳 101 萬 6,356 人次（成長 24.26%）、韓國 25 萬 9,089 人次（成長 6.66%）、中國大陸 258 萬 6,428 人次（成長 44.96%）、美國 41 萬 1,416 人次（負成長 0.29%）、新加坡 32 萬 7,253 人次（成長 9.23%）、馬來西亞 34 萬 1,032 人次（成長 10.76%）、歐洲 21 萬 8,045 人次（成長 2.78%

)及紐澳的 7 萬 4,331 人次 (成長 6.95%)。由於臺灣觀光「多元布局·放眼全球」策略明顯奏效，在靈活觀光行銷手法下，繼 100 年突破 600 萬，101 年更突破 700 萬人次，全年來臺旅客總數上衝 731 萬 1,470 人次新高，較 100 年成長 20.11%，且 101 年港澳旅客也成為來臺旅遊百萬俱樂部，全年來臺達 101 萬 6,356 人次，為臺灣觀光里程展現全新格局。101 年全年各主要客源市場，以「觀光」目的旅客為 467 萬 7,330 人次，成長 28.72%，以「業務」目的旅客則為 89 萬 3,767 人次，負成長為 9.25%。

## 2、個別市場情形分述如下：

(1)日本市場：101 年全年來臺 143 萬 2,315 人次，成長 10.62%，以「觀光」目的為 103 萬 7,067 人次，成長 14.88%。12 月由於國人赴日大幅成長 45.65%，造成日本來臺旅客機位稍受排擠影響，使日本訪臺旅客降低。觀光局為提高日人來臺觀光旅遊吸引力，除積極宣導來臺旅遊安心說帖，並加上與旅遊業者及各航空公司合作宣傳廣告及實施獎勵旅遊，提高日人來臺旅遊意願，全年來臺人次創歷年新高。

(2)港澳市場：101 年全年來臺 101 萬 6,356 人次，成長 24.26%，以「觀光」目的為 61 萬 2,826 人次，成長 10.67%。12 月由於聖誕節與跨年元旦 2 個連續假期，創造港人來臺旅遊高峰，為歷年單月新高。觀光局結合香港旅行業及航空公司，推廣來臺優惠旅遊行程及辦理「旅遊臺灣 3 送 1」專案，



因便利因素使港人來臺使用網路簽證方式人數擴增下，全年來臺人次首度突破百萬邁向全新里程碑。

- (3) 韓國市場：101 年全年來臺 25 萬 9,089 人次，成長 6.66%，以「觀光」目的為 15 萬 8,205 人次，成長 18.25%。由於飛航臺灣航線韓籍航空持續促銷，搭配與旅遊業者合作宣傳來臺旅遊優惠，辦理來臺自由行旅客好禮相送加碼，全年來臺觀光旅客大幅成長 18.25%。
- (4) 中國大陸市場：101 年全年來臺 258 萬 6,428 人次，成長 44.96%，以「觀光」目的為 201 萬 9,757 人次，成長 56.46%。
- (5) 美國市場：101 年全年來臺 41 萬 1,416 人次，負成長 0.29%，以「觀光」目的為 10 萬 6,843 人次，成長 5.08%。101 年美國市場受到經濟不景氣、高失業率等負面因素衝擊國內消費信心降低，並影響海外旅遊市場。觀光局持續運用媒體公關資源提高臺灣觀光品牌能見度，與異業結盟合作整合行銷計畫，拓展旅遊通路與華裔旅行社合作辦理行銷活動，提升美國遊客來臺旅遊興趣，全年來臺觀光目的旅客維持正成長。
- (6) 新加坡市場：101 年全年來臺 32 萬 7,253 人次，成長 9.23%，以「觀光」目的為 24 萬 3,034 人次，成長 13.51%。由於 101 年 NATAS 旅展來臺行程熱銷，加上配合新加坡廉價航空公司子公司 scoot (酷航) 開航臺北航線等有利因素，觀光局持續協助旅

遊團體來臺觀光及深化自由行市場宣傳，加強來臺網路行銷平臺，全年來臺人次穩定成長。

(7) 馬來西亞市場：101 年全年來臺 34 萬 1,032 人次，成長 10.76%，以「觀光」目的為 26 萬 2,935 人次，成長 14.14%。101 年由於觀光局參與 MATTA 國際旅展活動，大量推廣臺灣觀光並持續與旅遊業者合作推廣來臺旅遊優惠，更積極於媒體雜誌宣傳及推動來臺 4 季好禮活動，全年來臺觀光旅客成長 14.14%。

(8) 歐洲市場：101 年全年來臺 21 萬 8,045 人次，成長 2.78%，以「觀光」目的為 6 萬 1,545 人次，成長 12.85%。歐洲由於法國及德國主要市場來臺觀光成長率皆為正成長，尤其德國來臺觀光人次成長 46.63% 表現亮麗，帶動歐洲來臺旅遊人次穩定成長，101 年觀光局持續與歐洲各旅遊業者合作促銷來臺觀光優惠之方案，刺激歐洲來臺旅遊人數，全年歐洲市場來臺旅客維持正成長。

### 三、觀光業務推展情形：

#### (一) 觀光推廣要點及重點作為：

1、以「多元開放、全球布局」思維將臺灣觀光推向國際。一方面持續耕耘既有主要目標客源市場如日、韓、港星馬及歐美地區旅客來臺觀光，另一方面亦積極爭取包括大陸、東南亞（印度、印尼、泰國、越南、菲律賓）5 國新富階層、穆斯林等新興客源市場旅客前來體驗臺灣獨特的風土民情、美食特產等人

文特色及自然景觀。以「優質觀光、質量並重」政策，使觀光產生質的改變，創造更大產能，運用積極有效的行銷推廣作為，成功提振國際旅客市場，並形塑臺灣為亞太重要旅遊目的地。

## 2、國際宣傳：

- (1)運用代言人、異業結盟及與旅遊業者合作等手法持續耕耘既有日韓、北美、港星馬等目標市場。另擴大來臺自由行市場、簡化入境手續、舉辦熟悉旅遊、參與全球重要旅遊展及辦理推廣說明，爭取大陸商務旅客及港澳地區以外之外籍高階主管來臺旅遊。
- (2)運用國際媒體和多元行銷媒介宣傳：邀請 CBS、National Geographic、Discovery 等國際電視合作推出節目，並與 Time、The Economist、The New Yorker、Lonely Planet 等各國國際知名媒體等合作行銷臺灣，並與各國重要社群媒體及旅遊網站合作擴大網路宣傳，並善用各類戶外媒體宣傳，如舊金山街車、紐約時代廣場、新加坡捷運車站、香港地鐵站、德國五大城公車廣告、德國法蘭克福機場大廳廣告等，傳遞無國界無時差的臺灣旅遊訊息。以 102 年度 1 至 4 月為例，共邀請 187 位媒體及 217 位業者訪臺。
- (3)擴大以網路媒體通路宣傳，結合公關創新活動創造國際視聽，如與大陸百度、淘寶網、Lonely Planet 等大型國際網路通路商合作，透過關鍵字行銷、影音傳送宣傳、

BANNER 連結等，擴大閱聽眾、流覽人次，增加宣傳效益。

(4) 舉辦特色大型公關活動，創造國際媒體焦點與報導：營造臺灣週週有活動、天天有感動，呈現臺灣多元化的觀光資源，成功推動業者包裝相關產品。

<1>101 年辦理「浪漫臺灣幸福 100—月老之旅」活動，共募集多達 20 個國家 100 多名國際旅客共同參與，吸引日本 NHK 等國內外媒體報導。辦理「2012 阿里山新印象—神木下婚禮山海戀」，以吸引大陸年輕人來臺體驗自由行及深度之旅，活動招募大陸地區新人及親友，並邀請媒體與業者來臺參加婚禮，另與日月潭行程串連，體驗婚紗拍照行程。本次活動於江蘇與山東試辦，引起新人熱烈迴響，超過百對新人報名參加，對臺灣婚訂之旅在大陸市場的發展具正面效益，有助打開大陸地區來臺浪漫旅遊市場。

<2>102 年辦理「臺灣樂活之旅」結合中區光點，邀請國際旅客來臺追星、騎乘單車，吸引超過千名國際旅客來臺追星。辦理「旅行臺灣 最美瞬間」主題照片徵選活動，向國際傳達臺灣多樣豐富的旅遊形象，以「美食」、「購物」、「文化」、「樂活」、「生態」及「浪漫」六大宣傳主軸設定攝影主題，透過民眾的鏡頭可以發現，臺灣一年四季有玩不完的精彩活動，將臺灣十足精彩的感動風貌傳達給國際遊客。此外，6 至 9 月舉辦的臺灣夏至 235 系列活動，

為一全新夏季主題活動品牌，成功吸引 363 萬人次參加，並帶動相關觀光產業商機效益。

<3>結合全臺 22 縣市辦理評選「臺灣十大幸福好玩遊程」活動，分別選出全臺 1 日及 2 日各 10 條幸福好玩遊程，以達推廣搭乘公共交通運輸工具並兼具輕鬆旅遊之目的。

(5)營造「臺灣觀光年曆」成為臺灣國際級活動的代言品牌，整合宗教節慶、民俗文化、體育賽事及創新工藝等 42 個國際性活動及 51 個全國性活動，結合周邊美食、購物、交通及遊程規劃等資訊，透過網頁及手機 APP 行銷提供旅客查詢，讓國內外遊客預約一整年的幸福旅程。並將觀光年曆內容列入外賓邀訪重點行程，適時適地邀請外賓前往參訪，創造媒體曝光及業者包裝行程機會。

(6)拓展中國大陸以外的旅遊市場：

<1>東北亞市場：配合「Time for Taiwan 旅行臺灣 就是現在」宣傳主軸，繼續加強建構長程旅客對臺灣的認知，進而將臺灣列為其亞洲旅遊目的考慮之一。以公關活動、電視廣告、平面廣告、旅遊節目、旅行社摺頁、網路及活動進行宣傳，並透過體驗旅程開發自主、重遊的自由行旅客，積極作法如下：

- 選擇重要媒體加強宣傳曝光，以及參加當地旅展推廣活動，以有限資源創造最大曝光量，提高臺灣知名度。

- 與當地重要旅行業者及航空公司合作，共同辦理說明會或產品促銷方案，鼓勵來臺旅遊。
- 加強與大型旅行社合作擴大送客計畫，開拓並穩定客源。
- 強化促銷作為、辦理大型公關活動、異業結盟，開發及爭取特定族群。

<2> 東南亞市場（東南亞新富階級、穆斯林市場）：針對目標族群，改善接待環境並提高臺灣為旅遊目的地之形象，作法如下：

- 以「美食、浪漫、樂活、購物」為宣傳主軸，於泰國、菲律賓、印尼、越南等地推廣，運用戶外媒體高能見度行銷臺灣，如捷運列車、地鐵站、公車車體、公車站、計程車車體及大型戶外看板等，提升臺灣在當地之知名度，並邀請藝人擔任推廣嘉賓至當地旅展及推廣活動現場，近距離與民眾接觸互動，加強臺灣旅遊形象。
- 簡化觀光簽證手續（如降低手續費用或增加審核件數）和旅行社團簽保證等，以吸引高端旅客來臺旅遊。
- 將旅館建置友善穆斯林環境等，納入星級旅館評鑑之加分項目。

<3> 歐美紐澳市場：配合「Time for Taiwan 旅行臺灣 就是現在」宣傳主軸，繼續加強建構長程旅客對臺認知，進而將臺灣列為其亞洲旅遊目的考慮之一：

- 選擇歐美重要媒體加強宣傳曝光，以有限資源創造最大曝光量，提高歐美人士

對臺認知。

- 與當地重要旅行業者及航空公司合作，共同辦理說明會或產品促銷方案，鼓勵送客。
- 重要客源市場聘用公關公司協助建立聯繫網絡及強化客源市場經營。
- 強化異業結盟及媒體合作運作，以建立主流市場對臺灣的認知。

### 3、推廣部分：

- (1) 透過旅行業、航空業、異業結盟等多元行銷通路開發，如：追星、文創、婚訂、保健旅遊、生態、自行車、宗教、在地原民文化等創新產品。
- (2) 組團參加國際旅展及舉辦推廣會，打造臺灣觀光知名度，以 101 年度為例：組團參加 17 場國際大型旅展及 4 場獎勵旅遊展、組團辦理 6 場觀光推廣活動，並由駐外辦事處就近參加駐地轄區中小型旅展、辦理產品說明。102 年度上半年亦已參加印尼旅展、柏林旅展、馬來西亞春季旅展、北美推廣等活動，以馬來西亞旅展為例，旅展期間雙方業者交流頻繁，遊客詢問度高，臺灣旅遊配套買氣熱絡，旅展現場售出之配套行程，較去年春季旅展成長約 25%。
- (3) 整合在地文化資源，包裝國際光點深度旅遊產品：配合觀光拔尖領航方案推動國際光點計畫，將全臺分為北、中、南、東及不分區等五大區塊，分別整合各區特色觀光資源，包裝成具國際級競爭力的遊點與產品，並提供國內外旅行社販售，提高臺

灣觀光國際競爭力及旅客重遊率。

- (4) 爭取穆斯林客源：委託中國回教協會辦理臺灣穆斯林接待環境改善案，輔導認證國內接待穆斯林餐旅業（一般餐廳及飯店附設餐廳），目前累計已有 31 家穆斯林清真餐廳及穆斯林友善餐廳得到該會的認證，可以提供國際穆斯林旅客來臺灣安心的旅遊。結合國內接待業者，制定「推廣穆斯林來臺旅遊示範行程」，與航空公司合作邀請國外穆斯林旅行業者來臺考察，包裝穆斯林旅遊產品，並協助國外業者販售攬客，分攤行程廣告。且持續邀請國外媒體來臺拍攝旅遊節目，報導特色觀光景點，增加臺灣觀光知名度，並刊登馬來文報紙與雜誌廣告，強化臺灣觀光形象。

#### 4、開放觀光及促銷方案：

- (1) 擴大開放燈塔觀光，全臺共有 35 座燈塔，第一階段將針對已經開放的新北市三貂角、高雄市旗後、屏東縣鵝鑾鼻、澎湖縣漁翁島、馬祖東莒島及東引島等 6 座燈塔，充實觀光服務內容，改善公共設施，並於 102 年 9 月再開放綠島及白沙岬等 2 座燈塔；預計至 106 年，將會有 18 座燈塔開放觀光。
- (2) 推出各項優惠措施，吸引國際旅客來臺，提供四季好禮大相送，每年吸引超過 45 萬國際觀光客索取運用。
- (3) 辦理免費過境半日遊，加強過境旅客之招攬，以 101 年為例共吸引計 4,148 人次入境體驗。102 年 1 至 4 月已吸引 1,562 人次入



境體驗。

- (4) 為擴大來臺通路，訂定境外包機來臺獎助要點，提高業者包機募集與廣告補助，以 101 年為例包機補助共計 317 架次申請、計有 41,733 人次入境。102 年 1 至 4 月共計 151 架次申請、計有 22,796 人次入境。
- (5) 爭取郵輪市場來臺停泊，提供迎送賓表演，協調港務局及縣市政府提供優惠措施，101 年共計有 54 艘次、43,547 人次。102 年持續推動國外郵輪來臺獎助措施，鼓勵郵輪來臺靠泊觀光，截至 9 月份已有 63 艘不定期郵輪停靠，乘載 95,782 位旅客，預估全年來臺郵輪將超過 100 艘，乘載旅客將超過 16 萬人次。
- (6) 開發大型公司行號來臺舉辦獎勵旅遊，加贈歡迎布條及文化表演節目，以 101 年為例共計 253 團，60,303 人次。102 年 1 至 4 月共計 74 團，23,436 人次。
- (7) 獎助學校接待外國學生來臺修學旅行，鼓勵依團體規模提供修學旅行團體成員觀光文宣紀念品，以 101 年為例共計 162 團、1 萬 5,494 人次。102 年 1 至 4 月共計 34 團、2,501 人次。

(二) 提升觀光品質具體作法：

臺灣觀光產業之推動，觀光局以「建構質量並進的觀光榮景」為願景、以「減量原則、環境優先、國際水準、便利旅遊」為手法，持續落實各項軟體服務品質提昇及硬體觀光建設與維護改善的工作，目前該局推動各項提升旅遊品質措施如下：

## 1、觀光硬體建設與維護改善措施：

(1)持續推動「觀光拔尖領航方案」，以「區域觀光旗艦計畫」及「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」等 2 項計畫做為觀光建設之重點計畫。其中「區域觀光旗艦計畫」，係補助地方政府針對觀光景點及旅遊環境不足之處，以集中資源整備旅遊環境，塑造各區觀光景點特色；「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」，係採用競爭型評比方式，擇優協助地方發展具獨特性且能突顯特色之觀光魅力據點。

(2)推動「區域觀光旗艦計畫」：補助地方政府針對觀光景點及旅遊環境不足之處，集中資源整備旅遊環境，塑造各區觀光景點特色；推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」：以競爭型評比方式，擇優協助地方發展具獨特性且能突顯特色之觀光魅力據點。目前獲選計畫包含臺中市「綠·園·道—都會綠帶再生計畫」、臺北市「歷史體驗·儒道發光—孔廟歷史城區觀光再生計畫」、新北市「水金九地區國際觀光魅力據點發展整合計畫」、彰化縣「工藝薈萃、追求極致，鹿港魅力再現」、屏東縣「國境之南·看見屏東之美」、新竹縣「風華再現—打造漫畫夢工場」、臺東縣「慢活臺東-鐵道新聚落」、南投縣「南投太極美地~茶竹の故鄉 臺灣心動線」、苗栗縣「客家桃花源」、澎湖縣「海峽風華平湖美學—澎湖灣悠活度假」等，藉以形塑地方觀光亮點，協助地方發展具國際競爭力的觀光魅力據點。

## 2、提升各觀光產業服務品質，建構友善觀光環境：

### (1)提升觀光旅館、旅館業及民宿服務品質：

#### <1>協助旅館進行硬體品質提升：

- 獎補助及設備改善：觀光局訂有「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」及「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提昇補助要點」規定，提供旅館整修所需融資及優惠貸款，並補助專業規劃設計費用，改善住宿環境品質。
- 鼓勵取得專業認證：旅館取得管理系統驗證(ISO 認證)、危害分析重要管制點(HACCP 認證)、旅館業環保標章、綠建築標章、溫泉標章、防火標章或其他經觀光局審查認可之國內、外相關專業認證者，該局將補助其相關費用，鼓勵旅館朝專業經營發展。

#### <2>推動旅館參加星級評鑑：經參考國外制度並邀請專家學者及業界代表研定星級旅館評鑑制度，期藉由輔導旅館參加評鑑進而引入與國際接軌的理念，提升旅館整體品質。截至 102 年 10 月為止計辦理 31 場輔導說明會，另現場實地輔導合計 153 家旅館。至 102 年 7 月計 436 家取得星級標章，達成計畫設定之目標值。本計畫將持續加強輔導、行銷，讓成果能外溢顯現，提升旅館參加評鑑之意願，以提升整體住宿品質。

#### <3>辦理遴選好客民宿：為提供旅客選擇合法優質的民宿，以提升住宿民宿的旅遊品質

，觀光局以「顧客導向」思維遴選具親切、友善、乾淨、衛生、安心及服務良好之「好客民宿」提供消費者住宿參考。至102年8月已有499家民宿取得好客民宿標章。

<4>建置「臺灣旅宿網」：為輔導民宿與國際接軌，提升其服務品質，觀光局以鼓勵合法、獎勵優質之理念，推動好客民宿認證，並已於101年11月完成建置臺灣旅宿網（<http://taiwanstay.net.tw>），提供國內外遊客搜尋臺灣合法住宿點入口網站。102年將完成英文版，並擴充其功能，提供消費者及業者運用。

<5>提升網路資訊服務：自102年5月起，開放來臺旅客免費申請「iTaiwan 愛臺灣」、WiFi免費上網服務，全臺約有12,000個熱點，提升自由行及商務旅客在臺旅遊的資訊服務；另透過虛擬旅遊網（包括「臺灣好行」官網、24小時免付費旅遊服務諮詢熱線、手機版網路服務等），提供行前與行中旅遊資訊。

<6>持續推動「臺灣好行」景點接駁旅遊服務：觀光局自98年起輔導縣市政府及各國家風景區管理處規劃推動「臺灣好行」景點接駁旅遊服務，提供串接國內主要交通運輸場站至重要觀光景點間之交通接駁，推動至今路網已遍達全臺，運量顯著成長。「臺灣好行」的服務自99年4月正式啟動後，每年約有20條旅遊路線遍達全臺重要景點，至今已逾400萬人次搭乘，其

中 99 年有 76 萬人次搭乘，100 年有 116 萬人次搭乘，101 年則有 180 萬人次搭乘，運量逐年成長，顯示「臺灣好行」已逐漸成為國內外旅客旅遊之重要交通選擇。「臺灣好行」路網涵蓋全臺熱門景點，提升自由行旅客輕鬆旅遊的便利度，並提倡綠色低碳旅遊，鼓勵遊客「多搭車，少開車」，已推動之「臺灣好行」路線如下：

- 礁溪線（宜蘭縣）。
- 冬山河線（宜蘭縣）。
- 黃金福隆線（新北市）。
- 皇冠北海岸線（基隆市、新北市）。
- 木柵平溪線（新北市）。
- 北投竹子湖線（臺北市）。
- 慈湖線（桃園縣）。
- 小烏來線（桃園縣）。
- 獅山線（新竹縣）。
- 獅山南庄線（新竹縣、苗栗縣）。
- 南庄線（苗栗縣）。
- 向天湖線（南庄支線）（苗栗縣）。
- 仙山線（南庄支線）（苗栗縣）。
- 日月潭線（臺中市、南投縣）。
- 溪頭線（臺中市、南投縣）。
- 鹿港線（臺中市、彰化縣）。
- 鹿港大城線（彰化縣）。
- 北港祈福線（雲林縣）。
- 阿里山線—A 線（嘉義縣）。
- 阿里山線—B 線（嘉義市、嘉義縣）。
- 鹽鄉濱海線（嘉義縣、臺南市）。
- 88 安平線（臺南市）。

- 99 臺江線（臺南市）。
- 大樹祈福線（高雄市）。
- 墾丁快線（高雄市、屏東縣）。
- 太魯閣線（花蓮縣）。
- 縱谷鹿野線（臺東縣）。
- 東部海岸線（臺東縣）。

〈7〉持續推動「臺灣觀巴」套裝旅遊行程：「臺灣觀巴」套裝旅遊行程係觀光局自 93 年起輔導旅行業者提供國內外自由行旅客預約，自各重要交通點或飯店至國內各著名觀光風景遊樂地區便捷友善之 1 日及半日遊服務，旅客 1 至 4 人即可輕鬆成行，並享有當地飯店、機場及車站接送，中、英、日文導覽解說和旅遊保險等貼心服務，讓旅客能輕鬆深度體驗臺灣之美，辦理情形說明如下：

- 統一品牌新魅力：為提供國內外自由行旅客需求，塑造「臺灣觀巴」統一品牌及識別形象，並強化友善旅遊之核心價值，逐步輔導旅行業者提供多元及齊一式之旅遊服務水平，並擴大相關延伸宣傳（如集合點等）及品牌行銷推廣，加強旅客對產品認同度，提供旅行臺灣全新感動。
- 行程豐富多樣化：「臺灣觀巴」服務每年均辦理業者督導考核，檢討既有路線硬體、軟體及服務質量，並徵求新路線之加入，102 年觀光局輔導旅行業者包裝 58 種套裝旅遊行程，行程範圍涵蓋全臺各地重要觀光景點，如宜蘭、九份

、野柳、陽明山、烏來、鶯歌、臺中、鹿港、日月潭、埔里、清境、阿里山、愛河、墾丁、太魯閣及澎湖等景點，並依旅客需求彈性調整路線，以提供旅客飽覽全臺特色美景，並配合形成調整編印中、英、日不同語版的旅遊手冊供旅客索閱。

- 搭乘人數年年增：「臺灣觀巴」服務開辦至今，搭乘旅客人數均逐年成長，累計至今已逾 96 萬人次搭乘，顯示「臺灣觀巴」服務之友善及便利性，已逐步獲致肯定，吸引旅客透過「臺灣觀巴」來體驗臺灣之美食、美景及美德；另國外旅客搭乘比率自 97 年之後均超過 5 成，亦為國外旅客來臺深度旅行臺灣之重要選項。
- 國際宣傳大步走：於參與國外的各大國際旅展中，積極行銷「臺灣觀巴」，以國外旅客為目標客層，拓展「臺灣觀巴」國外市場，並適時輔導業者提供適合市場需求之旅遊產品，同步提升外語導覽解說服務，讓國外旅客旅行臺灣更便利。
- 貼心服務再進化：「臺灣觀巴」服務每年均依市場反應、季節性等因素，更新與組合具吸引力之旅遊產品或話題性產品，以強化產品市場競爭力。另為迎接高齡化社會到來，「臺灣觀巴」亦掌握市場脈動，規劃逐步提供銀髮族旅遊照顧服務，並適時依旅客旅遊需求，結合

友善及感動元素，推出各項貼心服務，讓旅行更輕鬆。

(2) 提升觀光遊樂業及其他觀光服務品質：

<1> 現行觀光遊樂業為預防連續假期遊客人次過多致降低旅遊品質機制，於園區遊客人數接近承受上限時，園區會停止售票，並透過高（快）速公路/CMS 進行宣導及電臺廣播，請遊客不要再進入園區，以避免降低旅遊品質。另觀光局為輔導觀光遊樂業經營能力升級，建置友善優質遊樂環境，鼓勵觀光遊樂業者能持續提升觀光遊樂品質，具體做法如下：

- 加強觀光遊樂業經營管理督導考核作業：每年邀請專家學者會同勞委會、環保署、衛生署、消保處、營建署、消防署、警政署及縣市政府等相關超過 18 機關組成督導考核小組，督考業者有關旅遊安全維護、環境整潔美化、業者管理、遊客服務及設施維護管理等事項，持續督檢缺失及追蹤，以維護遊客安全及提供優質遊樂環境。
- 輔導業者提升服務品質：配合六大新興產業發展規劃，推動觀光拔尖領航方案，訂定「交通部觀光局補助觀光遊樂業經營升級實施要點」，期藉輔導業者自提人力品質提升、新增設施之規劃設計、既有遊客服務之修繕及行銷宣傳等計畫推動觀光遊樂業經營能力升級、提升服務品質及建置優質遊樂環境，並邀請專家學者進行實地訪查，確認補助事項



品質達到要求。

<2>觀光活動：觀光局藉由辦理「臺灣觀光年曆」國際級活動檢核，促進主辦單位重視具國際觀光發展潛力活動，並捲動國內、外旅客未來實際參與活動熱衷度。另配合規劃套裝旅遊行程及產業優惠，提供遊客體驗當地美景、美食、美宿之機會，提昇地方經濟產值，同時成為未來國際行銷的新產品。其具體作法如下：

- 邀請產、官、學界組團查核國內相關單位舉辦之國際性活動，並提供具體改善意見，以作為該活動提昇品質之主要依據。
- 輔導活動主辦單位逐年落實改善前揭查核意見，並優先針對下列各項查核重點，優予補助：
  - ◇活動內涵：調整活動本質，增加國際遊客參與人數及參與度、增加活動創意、適度調整活動規模等。
  - ◇活動產品化：與旅行業者結合，規劃遊程，整合規劃食、宿、遊、購、行等優惠措施、開發特色伴手禮或紀念商品等。
  - ◇活動國際化：交通指標、活動文宣、相關設施及諮詢解說服務雙語化等。
  - ◇無障礙觀光活動環境建置作業：結合中華民國殘障聯盟等社團，共同檢視活動場地、公共廁所、觀賞區及交通接駁的無障礙環境。
- 委託專業團隊規劃辦理優質國際活動研

討會（含辦理經驗分享），透過專業傳授及經驗分享，提昇國際性活動品質。

<3>提昇旅遊服務中心服務品質，觀光局除於國內3大國際機場設置旅客服務中心外，並輔導地方政府及該局國家風景區管理處，依據「旅遊服務中心形象識別系統（CIS）設計規範」，分別於全國各主要交通場站及遊憩據點，以「i」標誌建置47處旅遊服務中心及51處遊客中心。觀光局為提升觀光品質，其具體作法為：

- 邀請產、官、學界組團查核國內相關單位舉辦之國際性活動，並提供具體改善意見，以作為該活動提昇品質之主要依據。
- 輔導活動主辦單位逐年落實改善前揭查核意見，並優先針對下列各項查核重點，優予補助：
  - ◇ 每年辦理旅遊服務中心相關服務人員外語（英、日語）教育訓練及旅遊服務中心服務人員之基礎訓練，以全面提升服務人員之接待能力。
  - ◇ 持續督導各級旅遊服務中心落實各項標準化友善服務（含完成各級旅遊服務中心Wi-Fi無線上網熱點之建置），及輔導依區域特性開發多元化特色服務，以提供更為貼心完整之旅遊服務。
  - ◇ 推動地方政府結合熱門景點周遭之旅宿業、餐飲業、觀光工廠、休閒農場、便利超商等相關產業設置第四層旅遊資訊站，提供在地旅遊資訊服務；以導入民

間產業參與，擴大旅遊服務網絡。

(3)提供旅遊資訊及相關協助具體作法：

<1>為提供國際觀光客安心旅遊的資訊及相關協助，觀光局已於網站（<http://www.taiwan.net.tw>）設置「旅遊景點」、「民俗節慶」、「食在臺灣」、「購物萬象」、「遊程規劃」、「住宿指南」、「交通資訊」等專區，並規劃美食、文化、溫泉、樂活、離島、生態、鐵道及夜市等主題行程；復為擴大旅遊服務層面，除於桃園及高雄國際機場設置旅客服務中心，提供旅客觀光諮詢、機場設施指引、航情答詢、申訴處理、緊急通報等服務外，並已設立觀光諮詢熱線（電話：02-2717-3737；服務時間為 08:00-19:00）及 Call Center 24 小時免付費旅遊諮詢熱線（電話：0800-011765），提供來臺旅客全方位旅遊諮詢服務。

<2>為使國內外旅客能便捷的取得各類觀光旅遊資訊、深入了解國內各重要觀光景點並提供旅遊所需之協助，以創造友善旅遊環境，提昇旅遊服務品質，觀光局輔導地方政府於全臺主要交通場站及遊憩據點依其區位特性及服務性質，各提供不同服務，第一層級為設置於國際機場（桃園、高雄、松山國際機場）等 3 處之旅客服務中心，主要為加強服務國際旅客；第二層級為設置於國內重要交通節點場站（火車站、高鐵站、航空站、捷運車站）等 47 處之旅遊服務中心，其提供資訊服務範圍以區

域性（北、中、南、東地區）為主；第三層級為設置於國家風景區遊憩據點之遊客中心，計有 51 處，其服務範圍以該遊憩據點所在及周邊地區為主。

〈3〉經統計各地第二層級旅遊服務中心 101 年到站人次為 510 萬 8,681 人次，並提供 258 萬 902 人次旅遊諮詢服務，其中外國諮詢旅客為 96 萬 7,895 人次，佔旅遊諮詢服務總人次 37.5%。

〈4〉觀光局為提供國內外旅客旅遊諮詢服務，均印有 0800-011765 服務專線（中、英、日、韓語服務）電話貼紙供各地旅服中心、「臺灣好行」及「臺灣觀巴」車輛內張貼，俾供旅客撥打使用。

〈5〉另為保障旅客權益，觀光局已要求旅行業辦理旅遊時，應提供合法遊樂設施、住宿設施、交通工具及注意安全維護，倘發生緊急事故，並應為迅速、妥適之處理，對受害旅客家屬提供必要之協助。該局並已彙製完成「旅遊安全維護及緊急意外事故處理作業手冊」，請旅行業參考採行，確實要求所屬線控及領隊人員遵守執行，以維護旅客消費權益。

3、推動品質旅遊，優化陸客來臺旅遊品質：

(1) 為維護大陸觀光團旅遊品質，觀光局已訂頒「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團品質注意事項」，餐食、交通、住宿及行程安排等皆須達到一定標準，並透過事前審核、事中查核、事後考核機制落實，本局亦建置熱門景點人數預報機制，協調

故宮、阿里山、野柳、101 大樓等景點主管單位實施團體預約分流制，同時結合各權責機關及地方政府辦理旅遊品質聯合稽查，102 年度已陸續於臺北、花蓮、臺東、南投及嘉義辦理。另為監督旅行業接待品質，觀光局 102 年 1 至 9 月辦理旅遊品質稽查 299 次，共廢止 1 家旅行社執照，廢止 3 家旅行社辦理接待大陸觀光團業務資格，記點 23 件及罰鍰 3 件。

- (2) 為使陸客來臺觀光達達到「有效管理，穩定成長」目的，且兼顧品質的提升，透過「台旅會」與大陸「海旅會」磋商達成共識，並經「海基會」、「海協會」換文確認，102 年 4 月起每日平均配額由 4,000 人調高至 5,000 人，並自 102 年 5 月起取消留用賸餘配額，避免旺季旅客爆量衝擊旅遊品質與安全，平衡離尖峰落差。
- (3) 為提升我國整體觀光接待品質，讓來臺旅遊朝向優化方向之質變發展，觀光局自 102 年 5 月 1 日實施大陸觀光團優質行程審查措施，在行程、住宿、餐食、交通、購物設定較高之門檻，鼓勵業者推出主題、區域及精緻旅遊，已有 47 家我方旅行業申請，262 件旅遊產品通過優質行程審查，自 6 月上旬起陸續有優質團入境，截至 10 月 29 日共計 148 團次，逾 3,800 名優質團旅客來臺；而為加強大陸地區行銷推廣，觀光局業訂頒「2013 年度大陸地區推廣臺灣優質行程獎勵措施」，提供優質團旅客伴手禮及大陸組團社廣告經費分攤，送客量大者頒

發優質行程獎牌獎勵。

(三)觀光事業輔導與管理：

1、旅行業輔導與管理：

(1)截至 102 年 10 月止，國內旅行業業者共有 2,500 家，其中綜合旅行業 111 家、甲種旅行業 2,192 家及乙種旅行業 197 家。另領有合格執照之領隊共 49,480 人，領有合格執照之導遊則有 31,720 人。

(2)輔導旅行業提升競爭力：為輔導旅行業者面臨全球經濟不景氣之經營困境，並提升其產業競爭力，觀光局提供綜合旅行業新臺幣 500 萬元、甲種旅行業 300 萬元、乙種旅行業 200 萬元，最高年利率 4% 之貸款利息補貼，並提供綜合旅行業新臺幣 500 萬元、甲種旅行業 300 萬元、乙種旅行業 200 萬元之貸款相對信用保證，經審查通過移送信保基金相對信用保證者，並提供最高年利率 1.5% 貸款利息補貼，藉以解決旅行業者營運資金困境及鼓勵業者提升其產業競爭力。

(3)持續落實旅行業交易安全查核，維護消費者權益：為維護交易安全，保障旅客權益，依據「旅行業交易安全查核作業要點」，定期召開「旅行業交易安全查核會報」，透過提案討論、資訊交流方式，取得維護交易安全之共識及方針，並與相關旅行業公會組成「旅行業交易安全查核小組」，實地稽查營運異常旅行業，以防範旅行業倒閉事件，主要辦理事項如下：

<1>透過臺灣票據交換所取得旅行業退票即時

資訊，主動發掘旅行業財務問題，立即派員進行安全查核。

<2>篩選及查訪有跳票或債信不良、大量低價促銷廣告、刷卡量爆增、從業人員異動頻繁等情形之旅行業，以期預先發現營業異常現象，降低危害交易安全事件之發生機率。

<3>輔導中華民國旅行業品質保障協會及臺北市旅行商業同業公會成立平面媒體及網路廣告監看小組，有效掌握異常訊息。

(4)加強稽查旅行業務，維護旅遊市場競爭秩序：輔導旅行社依法經營旅行業務，除派員赴旅行社營業處所瞭解執業情形，並加強取締非法旅行業、無照導遊及領隊，另為監督旅行業接待品質，觀光局於 102 年 1 至 9 月辦理旅遊品質稽查 299 次，共廢止 1 家旅行社執照，廢止 3 家旅行社辦理接待大陸觀光團業務資格，記點 23 件及罰鍰 3 件。

## 2、觀光旅館及旅館業輔導與管理：

(1)我國觀光旅館分級標準及星級旅館評鑑：

<1>依觀光旅館業管理規則第 2 條規定，觀光旅館分為國際觀光旅館及一般觀光旅館，其建築設計、構造、設備應符合觀光旅館及建築設備標準之規定，應附設餐廳、咖啡廳及會議室等附屬設施，客房數應 30 間以上等。

<2>為與國際接軌，提升旅館整體服務水準，同時區隔市場行銷，提供不同消費者選擇旅館之依據，觀光局辦理星級旅館評鑑，

訂定星級旅館評鑑作業要點，評鑑對象為觀光旅館業及旅館業，採自由報名參加，實施方式分 2 階段，第 1 階段建築設備評鑑（總分 600 分），依評鑑項目總分，評定為 1 至 3 星級，於第 1 階段評鑑為 3 星級者，可參加第 2 階段服務品質評鑑（總分 400 分），合併 2 階段加總得分，評定為 4 至 5 星級，評鑑結果核發 1 星級至 5 星級，各星等級觀光旅館、旅館家數及客房總數如附表 4：

附表 4：各星等級觀光旅館、旅館家數及客房總數

類型 星級 家數	觀光旅館				旅館		
	國際觀光旅館		一般觀光旅館		家數	房間數	
	家數	房間數	家數	房間數			
1 星	-	-	-	-	25	917	
2 星	-	-	1	55	143	7,363	
3 星	1	168	1	171	142	9,534	
4 星	4	904	8	1,318	16	2,548	
5 星	44	14,485	6	1,102	13	2,776	
小計	49	15,557	16	2,646	339	23,138	
總計						404 家	41,341 間

資料來源：交通部觀光局（截至 102 年 4 月 17 日止）

1、觀光局觀光旅館業管理資訊系統

(<http://t-hotel.tboc.gov.tw/index/index.asp>)

2、觀光局旅館業及民宿管理資訊系統

([http://hotelhomestay.tboc.gov.tw/list\\_hp.jsp](http://hotelhomestay.tboc.gov.tw/list_hp.jsp))



- (2) 旅館業則是依法辦妥公司登記或商業登記，並向地方主管機關（旅館所在地縣市政府）申請登記，領取旅館業登記證及旅館業專用標識，方屬合法旅館。截至 102 年 10 月，國內國際觀光旅館共 71 家，一般觀光旅館 111 家，旅館則有 3,242 家，其中 2,795 家合法，447 家為不合法營業。
- (3) 觀光局依「觀光旅館業管理規則」及「觀光旅館之建築及設備標準」規定輔導觀光旅館業其經營與管理，實施國際觀光旅館及直轄市以外一般觀光旅館定期檢查及不定期檢查平均每年檢查 65 家，並督導觀光旅館業切實投保公共責任意外保險，及督導觀光旅館完成公共安全、消防安全、營業衛生等檢查申報紀錄，俾維護旅客住宿安全及降低業者經營風險。
- (4) 協助旅館進行品質提升：
- <1> 獎補助及設備改善：觀光局訂有「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」及「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提昇補助要點」規定，提供觀光旅館及旅館整修所需融資及優惠貸款，並補助專業規劃設計費用，改善住宿環境品質。
  - <2> 鼓勵取得專業認證：旅館取得管理系統驗證 (ISO 認證)、危害分析重要管制點 (HACCP 認證)、旅館業環保標章、綠建築標章、溫泉標章、防火標章或其他經觀光局審查認可之國內、外相關專業認證者，該局將補助其相關費用，鼓勵旅館朝專

業經營發展。

- (5)推動旅館參加星級評鑑：經參考國外制度並邀請專家學者及業界代表研定星級旅館評鑑制度，期藉由輔導旅館參加評鑑進而引入與國際接軌的理念，提升旅館整體品質。截至 102 年 10 月為止計辦理 31 場輔導說明會，另現場實地輔導合計 153 家旅館。至 102 年 7 月計 436 家取得星級標章，達成計畫設定之目標值。本計畫將持續加強輔導、行銷，讓成果能外溢顯現，提升旅館參加評鑑之意願，以提升整體住宿品質。

### 3、民宿輔導與管理：

- (1)依據民宿管理辦法規定，民宿是指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。民宿之經營規模，以客房數 5 間以下，且客房總樓地板面積 150 平方公尺以下為原則；但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數 15 間以下，且客房總樓地板面積 200 平方公尺以下之規模經營。依據觀光局統計資料，截至 102 年 10 月，國內民宿共有 4,648 家，其中 4,215 家合法，433 家為不合法營業。

- (2)觀光局業已輔導成立「中華民國民宿協會全國聯合會」、「臺灣民宿協會」及縣市民

宿協會等計 20 個民宿協會。另為提升民宿服務水準，協助各縣市政府、民宿協會等相關單位，辦理民宿研習訓練，持續進行民宿輔導相關事宜。

- (3) 為提供旅客選擇合法優質的民宿，以提升住宿民宿的旅遊品質，觀光局辦理遴選好客民宿，以「顧客導向」思維遴選具親切、友善、乾淨、衛生、安心及服務良好之「好客民宿」提供消費者住宿參考；至 102 年 8 月底止，已有 499 家民宿取得好客民宿標章。並已建置完成「臺灣旅宿網」(<http://taiwanstay.net.tw>)，加強好客民宿之品牌行銷。

#### 4、觀光遊樂業輔導與管理：

- (1) 為輔導觀光遊樂業塑造優質投資環境以獎勵觀光遊樂業積極投資，觀光局推動「觀光遊樂業經營升級計畫」，完成經營升級補助案之審查作業，102 年計獎勵 7 家特優等觀光遊樂業者及補助八仙海岸等 20 家觀光遊樂業經營升級計畫，獎補助金額總計新臺幣 8,791 萬元。
- (2) 為提升整體觀光遊樂業品質並營造優質競爭力，觀光局於每年 7 至 8 月間，分梯次辦理考核競賽，其績優單位除於觀光節慶祝大會獎表揚外，並得視年度預算編列數額發給獎金，個別獎金最高並不得超過新臺幣 500 萬元；另得於次年優先協助辦理提昇服務品質事項及行銷宣傳。
- (3) 為鼓勵民眾旅遊，辦理寒暑假及重要連續假期觀光遊樂業整體行銷推廣企劃案之規

劃執行 3 案，寒暑假行銷活動參與民眾已超過 300 萬人次。

- (4) 有關取締不合法業者，觀光局依據發展觀光條例第 55 條第 3 項規定，對於經檢查未領取觀光遊樂業執照而經營觀光遊樂業，予以新臺幣 9 萬元以上、45 萬元以下罰鍰處分，並禁止其營業，以杜絕非法業者存在。
- (5) 觀光遊樂業之觀光安全及環保問題，依「觀光遊樂業管理規則」、「觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業要點」規定，由業者辦理自我檢查，分由地方及中央主管機關邀請警政、消防、衛生、環境保護、建築管理、勞動安全檢查、消費者保護等有關機關，辦理檢查暨督導考核，並由前揭各權責主管機關依各該法令列管追蹤輔導，各機關各司其職，權責分明。

(四) 鄰近觀光先進國家推廣國際觀光之具體做法：

1、日本推動國際觀光之具體做法：

(1) 宣傳部分：

- <1> 藉由當地知名電視臺、報紙、雜誌及旅遊誌，提供觀光情報及素材，或協助拍攝等服務，宣傳日本觀光。
- <2> 以日本偶像團體「嵐」為觀光代言人，吸引海外粉絲赴日。
- <3> 邀請海外當地名人拍攝介紹日本觀光魅力影片；例如 100 年啟用臺灣知名藝人林依晨分享日本旅遊經驗，101 年以陳柏霖、郭雪芙、記者岑永康全家拍攝微電影等。

<4>設置多國語言官網、臉書等社群網站，運用旅展、和現地組織聯盟等方式擴大傳播效果。

(2)推廣部分：辦理或參加旅遊博覽會（旅展）或地區推廣會，提供一般消費者觀光訊息。

(3)促銷部分：透過協助旅行社開發新商品、實地考察，媒合地接旅行社與組團社、提供文宣品、培訓從業人員、提供販售通路等，促進日本旅遊產品販售成效。例如：開發主題產品，搭配交通、地方特色伴手禮等優惠，促進地方觀光—柯南岡山、熊野之旅以及女子之旅等。

## 2、韓國推動國際觀光之具體做法：

(1)宣傳部分：

<1>99年「世界設計之都—首爾」：以紅色來呈現設計、韓流、城市觀光、文化、熱情與時尚為重點宣傳韓國。

<2>100年「大邱世界田徑錦標賽」：以綠色強調韓國四大江、低碳素綠色觀光、生態旅遊、健康的歷史與文化。

<3>101年「麗水國際博覽會」：以藍色強調發展世界之強的藍海策略，將放在國家IT產業、海洋觀光、郵輪觀光與島嶼觀光為主。

(2)推廣部分：辦理或參加旅遊博覽會（旅展）或地區推廣會，提供一般消費者觀光訊息。

(3)促銷部分：

<1>韓國購物季（Korea Grand Sale）：以外國

人主要訪問的地區為中心，在外國人購物、住宿、就餐、觀看文化公演時，提供折扣或優惠。

- <2>免費住宿一晚 ( One More Night Promotion )：免費住宿 1 晚活動，讓您延續短暫旅程的快樂，在訪問年活動期間，只要在活動參與飯店住宿 3 晚或 4 晚以上，便能免費多住 1 晚。
- <3>外國人免費接送車：韓國訪問年期間，提供外國人專用免費班車。

### 3、泰國推動國際觀光之具體做法：

#### (1) 宣傳部分：

- <1>製作各式主題宣傳影片(逾百部)。
- <2>觀光代言人：尋覓泰國最知名的歌手，希望藉由歌手的魅力吸引更多中國遊客以及各國華人造訪泰國。

#### (2) 推廣部分：

- <1>節慶活動：水果節、火箭節、潑水節...等訊息露出，並於重要知名活動前，以影片廣告方式加強海外市場。
- <2>主題活動：馬拉松、熱氣球、及塑造泰國為蜜月首選浪漫目的地。
- <3>泰國觀光局以 Amazing Thailand, Thailand always amazes you 為品牌形象，並主推綠色生態旅遊的概念。

#### (3) 促銷部分：

- <1>於網站露出飯店或航空公司優惠促銷訊息。
- <2>網路活動：夢想蜜月 Campaign；加入粉絲團抽好禮；上傳照片抽綠色生態之旅...

等。

(4)其他：提供免費電話卡供背包客使用(需自行儲值)及與泰國當地銀行合作推出 Miracle Thailand Card.可享驚喜優惠。

#### 4、馬來西亞推動國際觀光之具體做法：

##### (1)宣傳部分：

<1>以 Malaysia, Truly Asia 馬來西亞、亞洲文化魅力所在為口號宣傳觀光。

<2>運用大量網路平臺:臉書、Twitter、部落格、Flickr、網路電視、Youtube。

<3>製作各式主題宣傳影片，於電視、網路播出。

<4>製作觀光年報、地圖、簡報、旅遊手冊、雜誌及電子報等，皆可線上閱覽及下載，並有線上旅遊資訊訓練課程。

<5>觀光代言人、旅遊達人：品○、光○、任○○、MTV VJ 星○及魏○、梁○○及虛構人物 Ms. Siti 等；並由代言人拍攝個主題旅遊宣傳片

##### (2)推廣部分：

<1>參加目標市場旅展、交易會及各式主題旅遊展如水上活動器材展、高爾夫、長宿及休閒旅遊展等等，以及辦理馬來西亞主題旅遊交易會或推廣會，如 Malaysia Week、Make It Malaysia。

<2>節慶活動：齋戒月美食節、購物嘉年華、沙巴國際民俗藝術節 砂勞越世界熱帶雨林音樂節、婆羅洲爵士音樂節、世界熱帶雨林音樂節、納閩藝術節、馬來西亞神山競速登高賽、馬來西亞國際美食節。

<3>主題活動：檳城時尚婚紗攝影、雪蘭莪州螢河點點伴您一起 Home Stay、潛水、高爾夫 上山下海 自在遨遊等。

(3)促銷部分：

<1>於網站露出飯店或航空公司優惠促銷訊息。

<2>網路活動：夢想蜜月 Campaign；加入粉絲團抽好禮；上傳照片抽綠色生態之旅等。

(4)其他：

<1>與送客旅行社合作推出促銷主題旅遊行程。

<2>與旅展推出行銷贈品如旅行用背包、水壺等，更推出購買產品前 200 名可獲得 20 萬現金商品折價券之好康。

5、香港推動國際觀光之具體做法：

(1)宣傳部分：

<1>製作各式主題宣傳影片並於網路上宣傳：  
<http://www.youtube.com/hongkongtc>。

<2>於 2011 年 5 月，旅發局應用了「擴展實境」技術，推出了「Discover Hong Kong」Mobile App Series 的全新智能手機程式，是全球其中一個在旅遊方面採用此嶄新技術的應用程式。此程式系列包括「香港·AR 旅遊導覽」、「香港·都會漫步遊」和「香港·古蹟漫步遊」。

<3>「Hong Kong – Asia's World City, 香港·亞洲國際都會」叮叮車藝術展，電車為香港首要交通特色代表，旅發局曾於台北信義區香堤大道廣場一連三天舉辦「台北小



香港」叮叮電車裝置藝術展邀請多位台灣影視明星做宣傳。

<4>旅發局全年推出十個大型宣傳項目，定期於活動前以各種媒體宣傳，包括7月舉辦的「香港夏日盛會」及當中的焦點盛事「香港龍舟嘉年華」、9月舉行的「香港中秋節」和12月舉辦的「香港繽紛冬日節」。

## (2) 推廣部分：

<1>香港一年四季都有精采的節慶盛事，從初春的農曆新年、盛夏的龍舟競渡、到金秋的美味盛宴，以至冬日的歡騰派對，更辦理各式活動，如書展、繽紛冬日節、萬聖節、美食佳餚巡禮、購物季等，提供一整年無間斷的旅遊賣點。

<2>國泰航空新春國際匯演之夜（大年初一）。

## (3) 促銷部分：

<1>國泰航空長期結盟香港本地航空公司，推創「香港萬象之都」系列行程。（同異業聯盟）。

<2>政府推廣措施：香港政府與旅發局長期與香港旅遊業者合作及協助酒店、旅行社推出一系列措施。如：興建不同類型酒店，搭配不同旅客之需求。

<3>旅發局駐臺灣辦事處推廣：為歡慶9月1日正式實施網簽，駐台辦事處於台灣結合航空公司曾派發「91遊港歡喜包」至臺灣旅客，內含香港機場快線來回票、港帖一日遊及景點指南。

(4)其他：優質旅遊服務計畫：

- <1>藉此表揚提供優良服務的商戶（零售商戶、餐館、旅客住宿服務、髮型屋等）和推動業界提升服務水平，從而增加旅客在港消費的信心。
- <2>免費 wifi：超過 390 個政府場地、香港國際機場、地鐵 14 個車站、免費「PCCWi-Fi 熱點」遍佈香港，免費瀏覽香港旅遊發展局官方網站及下載旅遊相關 app，提供旅客方便旅遊服務。
- <3>「香港美酒佳餚巡禮」：香港本地年度大型露天活動，提供來自全世界各地酒莊、酒廠及酒商（葡萄酒、香檳為主）、輕食（燒烤、配酒菜色為主）參展。每年吸引近 20 萬人次到訪，當地市民、國內外媒體以及鄰近國家旅客佔總數約 7 成。
- <4>「麥兜亮絕招，陪你香港耍四方」：藉由知名香港本土動漫—麥兜，作為觀光大使角色，透過各媒體管（電視廣告、地鐵電視廣告、網路等）傳播香港旅遊景點、美食相關訊息。
- <5>邀訪接待鄰近國家旅遊局，如與內地旅遊業夥伴緊密合作。
- <6>國泰航空長期結盟香港本地航空公司，推創「香港萬象之都」系列行程。並協助航權開拓，增加航班班次提升市場增長包括港龍航空（臺中航線）。

四、風景區或觀光景點分級及國家級風景特定區經營與管理：

(一)風景區或觀光景點分級辦理情形：

1、依據「發展觀光條例」及「風景特定區管理規則」規定，風景特定區依其地區特性及功能，劃分為國家級、直轄市級及縣(市)級二種等級。現行直轄市級及縣(市)級風景特定區計有 21 處，由各該縣市政府管理。

2、另國家級風景特定區設有國家風景區管理處者計有 13 處，負責國家級風景區經營管理，並掌理下列事項：

(1)觀光資源之調查、規劃、開發、保育及特有生態、地質、景觀與水域資源之維護事項。

(2)風景區計畫之執行、公共設施之興建與維修事項。

(3)觀光、住宿、遊樂、公共設施及山地、水域遊憩活動之管理與鼓勵公民營事業機構投資興建經營事項。

(4)各項建設之協調及建築物申請建築執照之協助審查事項。

(5)環境衛生之維護及污染防治事項。

(6)旅遊秩序、安全之維護及管理事項。

(7)旅遊服務及解說事項。

(8)觀光遊憩活動之推廣事項。

(9)對外交通之聯繫配合事項。

(二)國家級風景特定區經營與管理：

1、東北角暨宜蘭海岸國家風景區：

(1)東北角風景區位於臺灣的東北隅，海岸線長 66 公里，陸域範圍東臨太平洋，西至山脊線，北起新北市瑞芳區南雅里，南至烏石港，計 9,450 公頃；海域範

圍則為鼻頭角至三貂角連接線，計4,275公頃，加上88年12月納入龜山島之範圍285公頃，海陸域面積共14,010公頃。轄區於96年12月5日自烏石港起往南延伸至宜蘭縣蘇澳鎮內埤海灘南方岬角，海岸線長36.5公里，西以台2線省道往南延臺2戊及臺9省道為界，陸域面積2,881公頃；海域範圍以高潮線向海延伸200公尺，面積約530公頃，海陸域面積合計3,411公頃。總計東北角暨宜蘭海岸國家風景區陸域面積共12,616公頃，海域面積共4,805公頃，海陸域總面積共17,421公頃，海岸線總長約102.5公里。

(2)風景區經營管理：

- <1>用地取得：宜蘭濱海遊憩區沿線遊憩服務設施用地取得。
- <2>先期規劃設計：宜蘭濱海遊憩區沿線遊憩設施規劃。
- <3>旅遊服務系統：壯圍遊客服務中心及周邊園區興建工程。
- <4>環境維護及設施維持：宜蘭濱海遊憩區臺2線沿線環境改善及綠美化。
- <5>全區災害復舊及一般零星工程：興辦其他零星工程等，組構帶狀休憩景點，豐富遊憩內涵，提升整體旅遊環境品質。

(3)風景區行銷推廣：

- <1>強化優質旅遊環境：
  - 減量計畫：漂流物減量及再利用、不良景觀減量、閒置空間再利用。

- 賡續建設改善環境：辦理景點週邊環境改善。

#### <2>創新行銷推廣：

- 舉辦多樣化活動：如迎曙光音樂會、自行車逍遙遊、福隆沙雕藝術季、草嶺古道芒花季等
- 深化遊憩主題：加強產業結合、引進民間企業資源、深耕臺灣文化觀光產業並國際化行銷。
- 多元化的行銷管道：利用新穎傳媒加強互動式行銷，結合觀光產業供給及需求面資源整合式推廣。

#### (4)風景區開發建設情形及重點：

<1>福隆遊憩區服務設施改善：舊草嶺隧道自行車道南口相關服務設施、福隆地區自行車路線改善等。

<2>外澳及宜蘭濱海遊憩區服務設施改善：外澳車站至烏石港環境改善、壯圍旅遊服務園區及周邊園區興建工程、蘇澳冷泉及周邊環境景觀改善等。

<3>宜蘭濱海遊憩區周邊服務設施改善：蘭陽溪口遊憩區設施改善、東港榕樹區服務設施改善工程、宜蘭濱海遊憩區沿線遊憩設施增設及改善、內埤海灘周邊服務設施改善等。

<4>臺2線沿線綠美化、休憩據點、社區聚落環境改善：和美地區服務設施改善、卯澳公園環境改善、北關公園整建等。

#### 2、東部海岸國家風景區：

(1)東部海岸國家風景區位於花蓮、臺東縣的

濱海部份，東至海平面 20 公尺等深線，西達臺 11 線公路目視所及第一條山稜線，綿亙於海岸山脈東側以及太平洋之間；南北沿臺 11 線公路，北起花蓮溪口，南迄小野柳風景特定區，擁有長達 168 公里的海岸線。此外，還包括秀姑巒溪瑞穗以下泛舟河段，以及孤懸外海的綠島。總面積為 41,483 公頃，其中陸域面積 25,799 公頃，海域面積 15,684 公頃。該國家風景區在地形上、生態上、景觀上有其得天獨厚之處，可享受賞景、泛舟、賞鯨、潛水之樂，加上豐富的原住民、史前文化，共同交織出東部海岸的迷人風華。

## (2) 風景區經營管理：

- <1> 用地取得：辦理工程用地取得及相關作業。
- <2> 先期規劃設計：辦理觀光資源調查、環境監測及遊憩景點先期規劃設計等。
- <3> 旅遊服務系統：辦理全區戶外導覽解說系統、主要遊憩據點及重要節點地區觀光導覽系統、戶外資訊服務系統、遊客中心及展示室更新等。
- <4> 環境維護及設施維持：辦理處本部、臺東、花蓮及綠島管理站所轄景點之環境維護及設施維持工程。
- <5> 全區災害復舊及一般零星工程：辦理全區據點災害修復及一般零星工程。

## (3) 風景區行銷推廣：

- <1> 持續辦理提昇遊客安全、設施維護管理、環境整潔美化、據點委託經營及賣店出租

等經營管理工作。

- <2>辦理年度重要活動，舞動東海岸駐點表演（1-12月常態性）、東海岸社區部落慢騎漫遊行程推廣（1-12月常態性）、2010勇闖東海岸自行車活動（3-4月）、2010秀姑巒溪泛舟觀光活動（6月）、2010加路蘭手創市集活動（8-9月）、東海岸旗魚美食活動（11月）。

(4)風景區開發建設情形及重點：

<1>綠島系統建設：

- 入口門戶相關服務設施及環境景觀工程。
- 環島公路景觀工程。
- 浮潛區遊憩服務設施整建工程。
- 無障礙遊程相關設施工程。
- 節能減碳相關配套工程。
- 導覽解說設施工程。

<2>小野柳/都蘭系統建設：

- 小野柳至加路蘭遊憩服務設施串聯工程。
- 小野柳及加路蘭夜間遊憩環境營造工程。
- 小野柳全區無障礙設施工程。
- 渚橋至加母子灣遊憩服務設施新整建工程。
- 導覽解說設施工程。

<3>成功、三仙臺系統建設：

- 三仙臺迎曙光區新闢工程。
- 三仙臺夜間遊憩環境營造工程。
- 三仙臺全區無障礙設施工程。

- 成功、三仙臺遊憩服務設施整建工程。
- 導覽解說設施工程。

<4>石梯、秀姑巒系統建設：

- 八仙洞遺址公園、展示館及全區動線改善等工程。
- 石梯坪海洋廣場新建工程。
- 長虹橋遊憩區遊憩服務設施整建工程。
- 秀姑巒溪泛舟中心遊憩服務設施整建工程。
- 導覽解說設施工程。

<5>磯崎、鹽寮系統建設：

- 磯崎—麟剝狀風化地質解說設施工程。
- 磯崎海水浴場整建工程。
- 花蓮遊客中心意象加強工程。
- 導覽解說設施工程。

(5)獎勵民間投資建設：

<1>持續辦理民間自提「臺東三仙臺旅館區興建營運計畫(BOT)案」。

<2>持續協助推動杉原度假旅館區、杉原棕櫚濱海度假村、寶盛水族生態遊樂區、滿地富遊樂區開發計畫、花蓮海洋公園等民間投資案。

3、澎湖國家風景區：

(1)澎湖國家風景區陸域範圍為澎湖縣轄內除原有及擬擴大之馬公、鎖港、通樑等3處都市計畫區(面積計約1,813公頃)外,其餘非都市土地,全部皆屬本風景區之範圍,面積約10,873公頃,海域範圍為澎湖縣轄20公尺等深線內之海域,面積約74,730公頃,合計面積約85,603公頃。澎湖國家



風景區之經營管理範圍，於民國 81 年 4 月正式劃定公告，交通部觀光局並於民國 80 年 2 月 1 日成立「澎湖國家風景區管理處」，以專責觀光發展之推動工作，目的在創造清新亮麗的整體景觀風貌，友善便利的旅遊環境國際化優質的旅遊服務品質，以及碧海藍天、自然悠閒國際渡假島嶼；達成以專業創新的經營，體貼的服務，創造一個令觀光客滿意、驚喜與感動「國際渡假島嶼」的效益。

(2) 風景區經營管理：

- <1> 用地取得：依建設需要辦理土地撥用、協議價購或徵收，以及地上物清理等。
- <2> 先期規劃設計：辦理遊憩據點各項先期規劃、資源調查、開發經營管理策略研究及工程建設設計。
- <3> 旅遊服務系統：確立澎湖觀光發展定位、拓展澎湖觀光客源市場、推動澎湖觀光亮點、辦理冬季旅遊行銷推廣活動。
- <4> 環境維護及設施維持：各遊憩據點清潔維護採勞務外包方式辦理，建築物與設施定期巡查及保養，以提升遊客安全。
- <5> 全區災害復舊及一般零星工程：辦理全區災害緊急修繕及公共設施整修。
- <6> 設施維護管理：規劃建置遊憩服務設施基本資料及設施維護。
- <7> 環境整潔綠美化：環境清潔、植栽景觀及維護、公廁清潔及建築景觀維護。
- <8> 善用社會資源：志工運用、民間企業團體合作及運用社區資源。

<9>提昇服務品質：服務形象規劃、解說服務、為民服務、違規取締及辦理國家風景區都導考核觀摩。

(3)經營管理具體作法：

<1>加速公共設施建設，興建澎湖、北海、南海旅遊服務中心並整建全區各遊憩據點。

<2>以據點式細部規劃及系統性整體分析之規劃設計，逐步提昇連結三大觀光遊憩系統及各次系統之服務品質與規模。

<3>配合旅遊市場需求，規劃開發渡假遊樂中心及渡假旅館區，並開闢遊樂船碼頭等觀光遊憩設施及區位。

<4>以「套裝式」理念，規劃全方位之遊程活動，擴大市場效益。

<5>運用民間產業動力，鼓勵民間參與投資開發，推動觀光事業。

(4)風景區行銷推廣：

<1>引進高品質國際品牌渡假村或旅館。

<2>訂定年度行銷推動方案，確立澎湖觀光發展定位，拓展澎湖觀光客源市場。

<3>開發新旅遊景點，辦理冬季旅遊行推廣活動。

(5)風景區開發建設情形及重點：

<1>本島遊憩系統(複合式觀光)：

- 遊客服務設施：澎湖遊客中心簡報室於84年7月啟用，內部解說展示館於85年8月開放使用，提供遊客多媒體解說服務、渡假會議場所及展館等功能；漁翁島遊客中心於91年6月啟用。

- 展館服務設施：澎湖觀光產業推廣中心

於 89 年 7 月開館；小門地質館於 91 年 6 月啟用。

- 遊憩據點服務設施：菜園休閒漁業區、蛇頭山、隘門沙灘、林投公園、大倉遊樂船碼頭、奎壁山地質公園、菓葉觀日樓、岐頭親水公園、北海遊客中心聯外道路、赤崁親水設施、後寮漁人碼頭、通梁古榕、漁翁銅像地景公園、小門嶼遊憩區、內垵沙灘、五孔頂砲台、西嶼西臺停車場等休憩服務設施。

#### <2>北海遊憩系統(海域親水、風光鑑賞)

:

- 遊客服務設施：北海遊客中心於 86 年 4 月啟用；後寮遊客中心於 88 年 5 月接管整修；吉貝遊客中心於 90 年 8 月啟用；岐頭遊客中心於 95 年 4 月接管整修，提供解說、候船、餐飲，購票等服務。
- 展館服務設施：吉貝石滬文化館於 91 年 9 月啟用，提供解說服務、展館及生態教育研究等。
- 遊憩據點服務設施：赤崁遊樂船碼頭、吉貝遊樂碼頭、吉貝遊憩區、目斗嶼簡易碼頭、姑婆嶼碼頭及遊憩設施、岐頭遊樂船碼頭、岐頭遊憩區、烏嶼遊樂船碼頭、員貝遊樂船碼頭及環島步道等休憩服務設施。

#### <3>南海遊憩系統(生態休閒):

- 遊客服務設施：南海遊客中心於 92 年 5 月啟用，提供遊客解說、候船、盥洗

、遊艇櫃檯等服務功能；七美遊客中心於 101 年 4 月 1 日啟用，提供遊客解說、候船及旅遊諮詢等服務。

- 展館服務設施：望安綠蠵龜觀光保育中心於 91 年 9 月啟用，提供多媒體解說服務、展館及生態教育研究等。

(6) 遊憩據點服務設施：南海遊樂船碼頭、桶盤遊樂船碼頭、桶盤嶼地質公園、虎井觀音公園、前進指揮所、望安網垵口沙灘、鴛鴦窟、天台山、七美大獅、月鯉灣、七美人塚、望夫石、雙心石滬等休憩服務設施。

(7) 獎勵民間投資建設：

<1> 持續推動漁翁島休閒渡假村 ROT+BOT 案、澎湖產業推廣中心 ROT 案、菜園休閒漁業區 OT 案。

<2> 辦理隘門濱海渡假區 ROT 加 BOT 案、東衛石雕園區 BOT 案、吉貝休閒渡假旅館暨遊憩區 BOT 案、七美月鯉灣 BOT 案等。

4、大鵬灣國家風景區：

(1) 大鵬灣國家風景區包括兩大風景特定區，面積總計 2,764.2 公頃，其中大鵬灣風景特定區為交通部 85 年公告大鵬灣風景特定區經營管理範圍，北以臺 17 號及屏 63 號縣道為界，東以林邊鄉界接現有排水溝堤轉屏 128 之 1 及 128 縣道為界，南以海岸高潮線起算 600 公尺海域為界，西以東港現有都市計畫住宅區線連接東港鎮新溝為界。面積含陸域 649.3 公頃、灣域 532.1 公頃。

及海域 257 公頃，合計 1,438.4 公頃。另琉球風景特定區為交通部 89 年公告琉球風景特定區併入大鵬灣國家風景區之範圍為琉球本島（面積為 690.9 公頃）及海域（以海岸高潮線向外延伸 600 公尺為界，面積為 634.9 公頃），面積計約 1325.8 公頃。

## (2) 風景區經營管理：

<1> 用地取得：辦理濕地公園土地取得，大潭、崎峰聯絡道路用地取得以及八七高地用地撥用取得。

### <2> 先期規劃設計：

- 大鵬灣 BOT 開發計畫施工階段環境監測。
- 大鵬灣 BOT 案履約管理諮詢。
- 大鵬灣海域安全資訊系統監控。
- 辦理山仔頭生態渡假區環境影響因子蒐集及分析
- 人工濕地公園監測及管理計畫。
- 大鵬灣水質監測計畫。
- 大鵬灣及琉球風景區社區觀光營造。

### <3> 旅遊服務系統：

- 全區指標導覽牌示改善及增設。
- 服務設施改善及維護管理。
- 文宣資料、觀光網頁更新及創新。

### <4> 環境維護及設施維持：

- 大鵬灣出海口護岸及航道改善維護。
- 環灣道路及自行車道環境景觀維護。
- 濕地公園管理維護。

### <5> 全區災害復舊及一般零星工程：

- 全區植栽撫育。

- 災害及設施管理維護。
- 琉球風景區設施維護。

(3) 風景區行銷推廣：

- <1> 持續輔導屏東縣恆春半島觀光產業聯盟，加速觀光計畫之推動，達成國際遊客倍增之目標。
- <2> 配合地方政府辦理行銷活動，如黑鮪魚文化觀光季、恆春半島藝民謠節、東港及小琉球王船祭等。
- <3> 辦理蚵殼島、琉球生態露營區、大鵬灣遊客中心及附屬設施等委外經營管理。
- <4> 辦理環灣自行車道行銷推廣活動，持續行銷大鵬灣。
- <5> 辦理網站行銷活動，增加網站之瀏覽率。
- <6> 辦理大鵬灣風帆全國或國際挑戰賽、冬季泳渡大鵬灣、小琉球潮間帶生態旅遊、小琉球觀星之旅、小琉球婚紗蜜月季、愛戀四重溪溫泉美食展等行銷活動。

(4) 風景區開發建設情形及重點：

- <1> 建設大鵬灣國家風景區為具國際級船舶水上活動觀光渡假區。
- <2> 營造船舶活動：
  - 灣域航道浚渫完成後，為使船舶航行順暢，避免西南季風帶來之淤泥於潮口及航道淤積，定期辦理航道浚渫，維持航道深度至 EL-5.0 公尺。
  - 為維護船舶出入潮口之航行安全，並減緩潮口淤積速率，設置潮口導流堤護岸，增加船舶航行之安全性。
- <3> 營造濱海踏浪、賞景、戲沙之場所：於青

洲外海規劃景觀堤及養灘，使沙灘保持穩定，增加寬度，使沙灘與海域活動結合，增加遊客到訪率。

- <4>建設遊客中心至嘉蓮社區環灣第二車道：第二高速公路延伸段連接環灣道路至遊客中心沿線為四線道，但遊客中心至嘉蓮社區沿線縮減為二線道，時有遊客及居民反應，並透過立法院交通委員會會勘決議，希望能再行增加第二車道，以維持路段交通順暢及遊客安全，並改善遊客對本區之觀感，提升遊客滿意度。
- <5>環灣綠帶及周邊景觀改善：進行環灣 40 米綠帶景觀及水上遊憩設施，供遊客休憩賞景使用；持續辦理區內主要聯絡道路工程休憩設施及綠化工作，塑造成為景觀綠廊，供遊客賞景、拍照、休憩使用，並提高遊客對環境之滿意度。
- <6>遊二區外堤護岸：為 BOT 政府應辦事項，因應遊二區高爾夫球場之開發需要，於灣域側設置外堤保護球場，避免雨季土壤流失及遊客安全考量，建設外堤護岸，以利遊二區開發之安全性。
- <7>維護生物多樣性棲息環境：人工生態濕地公園全區 6 座，已全部施作完成，為有效處理減輕污染質，排入灣域內，維持基本運作功能，定期辦理功能維護有必要性，並進行植栽撫育及簡易設施，供遊客休息與賞景使用。
- <8>建立珊瑚礁生態學習島：小琉球為臺灣唯一珊瑚礁島嶼，透過珊瑚礁復育及遊憩環

境改善，營造珊瑚礁生態學習島，並藉由船舶活動串聯，與大鵬灣、高雄都會區發展成為三角旅遊地帶。賡續辦理小琉球低碳島綠色交通計畫之推動，白沙商區及觀光港區周邊後續景觀及交通設施改善、大福港周邊設施改善。

- 〈9〉塑造自然純淨的慢活度假勝地：為因應大型團體休假或會議型旅遊，塑造生態展示、教育訓練中心、住宿設施、生態池生態體驗、碉堡觀景等，管理處透過都市計畫變更作業，將軍方閒置營區變更為「生態休閒度假區」，於都市計畫變更完成後，辦理撥用手續，本度假區原則採民間參與方式辦理，唯聯外道路、生態展示及教育訓練中心由政府興建，列為政府應辦事項。

(5) 獎勵民間投資建設：

- 〈1〉大鵬灣 BOT 建設案：(大鵬灣國際開發公司參與大鵬灣開發案第 1 期 97 年至 103 年預計投資 20 億元)：

- 99 年底及 100 年 6 月：完成遊一區污水工程、第二入口大門、大地活動區 (含團體露營區、團康區及 GO-Kart)、賽車道、水岸遊憩區、主題商店街、文史博物館、國際觀光旅館 A 區及飛機觀景臺等設施，進入初步營運局面。
- 100 年 12 月：完成賽車主看臺，賽車場可全面營運。
- 101 年 12 月：完成國際觀光旅館 B 區、水世界及東側停車場等設施。



- 103 年 9 月：預計完成海洋國際觀光旅館、高爾夫球場及停一區交通轉運中心等設施，第一期全面營運。

<2>第二期開發期程於 113 年 10 月 06 日完成投資項目，並開始營運。

## 5、花東縱谷國家風景區：

(1) 花東縱谷位於臺灣東隅，地處歐亞板塊與菲律賓海板塊交接地帶。範圍縱貫花蓮、臺東兩縣，自北起木瓜溪南側，南到臺東市都市計畫區以北，南北長達 158 公里，面積達 138,368 公頃，涵蓋花蓮縣的秀林鄉、壽豐鄉、鳳林鎮、光復鄉、萬榮鄉、瑞穗鄉、卓溪鄉、玉里鎮、富里鄉以及臺東縣的池上鄉、關山鎮、鹿野鄉、海端鄉、卑南鄉、延平鄉等 15 個鄉鎮，其所饒富的觀光遊憩資源，頗具多樣化，成為國人休閒旅遊的最佳選擇。依據 85 年 5 月行政院核定之花東縱谷風景特定區經營管理範圍，東自海岸山脈臺 9 線目視所及第 1 條山稜線，西至臺 9 線目視所及第 1 條山稜線，另包括木瓜溪沿岸至龍澗地區及南橫至利稻之臺 20 線公路沿線。南至臺東市都市計畫以北（即卑南鄉界即卑南溪南側以北），北達花蓮溪、木瓜溪南側所為之花蓮、臺東兩縣縱谷平原，但不括範圍內 9 處都市計畫地區、東華大學特定區，總面積合計為 138,368 公頃。

(2) 風景區經營管理：

<1> 用地取得：

- 配合建構優質景觀路廊辦理相關用地價

購及徵收。

- 配合相關工程建設辦理鯉魚潭等地區土地取得。

<2>先期規劃設計：配合建構優質景觀路廊辦理相關配套規劃。

<3>旅遊服務系統：辦理各據點入口意象改善及全區性重要道路指標雙語化工程。

<4>環境維護及設施維持：每年度辦理國家風景區內鯉魚潭－光復、瑞穗－玉里以及鹿野－池上等三大系統環境維護及設施維持。

<5>全區災害復舊及一般零星工程：辦理全區服務設施災害修復及一般零星工程。

<6>其他經營管理：

- 辦理既有設施活化再利用，遊憩據點及周邊公共服務設施清潔管理與維護。
- 透過「清淨家園活動」宣導維護風景區整潔的觀念。
- 觀光業者之輔導訓練、招募培訓解說導覽人員。
- 透過「產業聯盟」機制，輔導業者提升服務水準。
- 環境美化，針對旅遊線上違規廣告物等影響交通安全或破壞視覺景觀之設施，加強勸導違規人改善或自行拆除，並強化閒置空地美化宣導工作。
- 資源保護，協調縣府、各鄉鎮公所加強環境美化，取締濫墾、盜採、濫建行為與破壞景觀，加強資源保護。

(3)風景區行銷推廣：

- <1>強化遊客服務中心功能，建置國際性旅遊資訊網、編製摺頁、活動年曆及自導式、觸控式及語音服務等多元化旅遊導覽系統，提供便捷資訊並塑造親切完善的旅遊環境。
  - <2>透過整體行銷推廣，並以景點結合故事的方式製作旅遊體驗地圖等方式，提供觀光遊客參考。
  - <3>加強舉辦國際性戶外活動以及地方民俗文化節慶活動；宣傳地方文化特色，推廣深度旅遊。
  - <4>輔導發展觀光巴士系統，協助業者辦理行銷推廣，充實服務人員地方風土民俗導覽解說技巧及外語能力。
  - <5>辦理觀光活動推展及行銷獎補助業務。
- (4)風景區開發建設情形及重點：
- <1>形塑鯉魚潭地區成為國際級親水休閒活動遊憩空間：
    - 鯉魚潭潭北周邊環境改善工程。
    - 鯉魚潭潭南周邊環境改善工程周邊公共服務設施改善工程。
  - <2>打造羅山遊憩區及六十石山地區成為國際級渡假村：
    - 進行羅山遊客服務中心新建工程。
    - 辦理羅山遊憩區及六十石山周邊服務設施改善及綠美化工程。
  - <3>營造鹿野高臺地區為國際飛行傘活動場地：
    - 辦理鹿野高臺遊客中心暨管理站新建工程。

- 鹿野高臺地區公共設施改善工程。
- <4>整建轄內國際級自行車道路網及周邊公共設施為健康休閒區。
- <5>景觀道路周邊服務設施改善：
  - 臺9線沿線綠美化工程。
  - 辦理綠色運輸規劃、自行車路網規劃。
  - 辦理親和性標誌及解說設施。
  - 辦理沿線服務設施（含步道及自行車道）。
  - 辦理街道家俱及景觀植栽改善。
  - 辦理擋土牆邊坡綠美化。
- <6>推廣深度旅遊活動：
  - 瑞穗掃叭石柱公共設施改善。
  - 縱谷地區特殊地景設施工程。
- <7>營造健康休閒之旅遊環境：萬榮鄉明利起飛場周邊改善。
- <8>打造縱谷花海區：配合花海景觀辦理花東景觀廊道設施改善工程。
- <9>塑造友善旅遊環境：全區鄉鎮自行車道串聯及指標環境改善工程。

## 6、馬祖國家風景區：

- (1)馬祖國家風景特定區經營管理範圍，包含連江縣南竿、北竿、莒光及東引四鄉，劃為南北竿島地區、莒光島地區、東引島地區及亮島地區，陸域面積為 2,952 公頃，以及島嶼週岸海濱 0.5 海浬，水深 20 公尺內之大陸棚區域，海域面積為 22,100 公頃，總面積為 25,052 公頃。澎湖國家風景區之經營管理範圍，業於民國 81 年 4 月正式劃定公告，交通部觀光局並於民

國 80 年 2 月 1 日成立「澎湖國家風景區管理處」，以專責觀光發展之推動工作。

(2)風景區經營管理：

<1>用地取得：土地登記法定程序未完成，協請縣府專案處理土地登記、都市計畫樁設立事宜，辦理測量及鑑界工作，規劃運用目前軍方經管土地。

<2>先期規劃設計：

- 辦理觀光景點軍事設施調查及整建再利用規劃，軍方據點周遭建設新景點。
- 辦理地點調查及整頓規劃，景點取得先期作業。

<3>旅遊服務系統：

- 建構無縫旅遊系統，整合主管機關及業者，串聯景點、交通、住宿等旅遊服務資訊，提升服務品質。
- 引進友處、林處及國家公園等優秀解說志工，提升馬祖地區整體服務品質。
- 辦理各景點「i」愛趴 go」工作，主動與遊客互動詢問旅遊資訊協助事項，祈能藉此工作的推動，建構馬祖為友善島。
- 每年度辦理旅遊服務相關研習活動，如：導覽解說-地方研習會、水域遊憩活動法令宣導研習。
- 營造入口迎賓服務意象，全區導覽解說指示牌系統。

<4>環境維護及設施維持：

- 於碼頭豎立大型告示牌，並於遊客常至

景點設立小型告示牌。

- 協調鄉公所、社區協會及居民，進行街景再造，推動民間團體機構認養公共設施。
- 針對旅遊景點及周邊沿線，不定期與社區進行淨灘活動、海岸復育等工作。
- 辦理環境維護及設施維持土地改良物修護、警示牌等設施更新維護、景點公廁整治的清潔工作。

<5>全區災害復舊及一般零星工程。

### (3)風景區行銷推廣：

<1>針對各目標市場研擬策略，體驗生態、地質、賞鳥之旅、軍事體驗、慢活度假及宗教禪修之旅。

<2>獎勵遊客淡季赴馬旅遊—推動「會議旅遊」、「退伍老兵回馬祖」、「聞戰下馬」、「北海真英雄」等活動，平衡淡旺季遊客。

<3>行銷馬祖旅遊-推動當地地區特色活動，如：2至3月百年元宵擺暝嘉年華會、6月東引美酒美景美食節、7至8月莒光花蛤節、9月百年民俗燒塔節、10月媽祖昇天祭系列活動。

<4>神話之鳥生態旅遊—搶攻國際賞鳥生態旅遊市場，邀請國際野鳥專家進行馬祖觀光，推行「海上看馬祖、海上看東引」之賞鳥活動。

<5>吸引軍事愛好者戰爭和平紀念公園與野戰生存體驗，以舉辦戰鬥體驗營方式吸引目標客群。

- <6>親子旅遊－推廣休閒渡假旅遊，融合慢遊、文化體驗之深度行程。
  - <7>運動好手－挑戰自行車遊馬祖、海洋獨木舟體驗、推行坑道獨木舟之行銷活動。
  - <8>海上看東引賞鷗掠影活動－辦理攝影比賽，使參賽者拍出東引的地形之奇與燕鷗之美，宣傳美景之餘還可製造話題。
  - <9>你拍婚紗，馬祖送幸福禮金－獎勵新人來馬祖拍婚紗。
  - <10>馬祖點召令：辦理退役戰士觀光營－北海真英雄，發放馬祖限定觀光消費券，吸引退役軍人駐地回憶之旅。
- (4)風景區開發建設情形及重點：
- <1>發展「軍事遊憩體驗區」，大澳山「戰爭和平紀念公園」串聯大坵島及高登島的景點，北竿 08、12 等據點營舍整修再利用。
  - <2>發展「水域遊憩活動」，生態體驗遊程據點開，發塘岐后澳休閒廊道、午沙坂里海岸休閒遊憩區、橋仔環海廊道等景觀改善。
  - <3>建置南竿系統為國內觀光重要景點，以「大北海遊憩區」為主軸，將仁愛東營區、津沙營區、下儲水營區、津沙尖據點、下津沙據點、天后宮據點、馬港營區、及四維七七營區等串聯各景點，沿線軍事據點釋出並規劃開發。
  - <4>形塑媽祖宗教園區，串聯天后宮、媽祖巨神像、參拜步道、馬港商圈等實質建設，建構「媽祖宗教文化園區」之獨特風格並

維繫觀光發展。

<5>建設南竿遊客中心，並開發生態步道及自行車道。

<6>軍事體驗特色民宿及生存遊憩體驗。

<7>鐵板至梅石海濱步道及周邊景觀改善。

<8>建設津仁步道景點、銅門據點。

- (5)獎勵民間投資建設：馬祖國家風景特定區管理處以促進馬祖地區觀光發展為宗旨，為保存傳統閩東式建築、深植文化觀光能量以推展馬祖特色觀光，特以傳統古法修繕北竿坂里大屋，穿梭時空，還原當年情景。為提升馬祖地區遊客吸引力，馬管處計畫將坂里大屋出租，希望能引進有心的專業人士承租，讓遊客了解馬祖傳統建築之美並帶動在地產業發展。

## 7、日月潭國家風景區：

- (1)日月潭國家風景區原經營管理範圍以日月潭為中心，北臨魚池鄉都市計劃區，東至水社大山之山脊線為界，南側以魚池鄉與水里鄉之鄉界為界，總面積約為 9,000 公頃。區內含括原日月潭特定區之範圍及頭社社區、車埕、水社大山、集集大山、水里溪等據點。交通部於 100 年 12 月 20 日公告調整日月潭國家風景特定區經營管理範圍，以現有日月潭國家級風景特定區為中心，向北、西及南側擴大，範圍簡述如下，合計面積約 18,100 公頃，北隅擴大範圍：西以魚池鄉、埔里鎮及國姓鄉界為界，北以埔里鎮南港溪（扣除林班範圍）為界。西隅擴大範圍：北沿清水溪向西側延伸



至集集支線北推 100 公尺為界，而西側以集集與名間鄉鎮鎮界為界，南側以濁水溪河川區域線延伸至原範圍線為界。南隅擴大範圍：東側以信義鄉潭南、地利及雙龍等 3 村與林班界及濁水溪交界為界（其中含巒大事業區 33 林班，不含巒大事業區第 25、26 林班地及與原範圍線包圍之地區及清合、清同、清聚等礦區），南側以雙龍山及卓棍溪接至水里與信義鄉界為界。

## (2) 風景區經營管理：

- <1> 用地取得：辦理轄區訂樁測量、徵收價購、撥用補償等建設用地取得作業及其他相關作業。
- <2> 先期規劃設計：辦理日月潭國家風景區自然生態監測、公共設施規劃設計案等。
- <3> 旅遊服務系統：公廁整修、旅遊線據點暨聯絡道路景觀改善等。
- <4> 全區環境植栽綠美化工程。
- <5> 觀光地區聯絡道路週邊景觀美化。
- <6> 潭域護岸保護工程。
- <7> 環境維護及設施維持。
- <8> 污水處理廠運作維護及新增管線。
- <9> 全區災害復舊及一般零星工程。

## (3) 風景區行銷推廣：

- <1> 提昇遊客安全：進行安全管理措施、水域活動管理、緊急救難系統及遊客安全宣導等相關工作。
- <2> 設施維護管理：運用設施維護制度定時巡檢、即時維修，訂定遊憩設施承載量及相關管制措施、明顯標示指標告示牌等。

- <3>環境整潔美化：訂定環境清潔工作執行計畫、植栽景觀及維護、人性化公廁設計、舉辦環境清潔比賽或活動等。
  - <4>續推動大日月潭無縫隙環保旅遊。
  - <5>推動日月潭地區低碳旅遊。
  - <6>舉辦日月潭嘉年華系列活動、跨年祈福系列活動、日月潭九族櫻花祭、日月潭國際萬人泳渡、日月潭單車逍遙遊及賞螢等生態活動，吸引國際人士來臺旅遊。
- (4)風景區開發建設情形及重點：
- <1>環潭遊憩系統：辦理竹石園生態研習中心新建工程、水社、伊達邵地區公共設施工程、文武廟前廣場、伊達邵地區、車埕向山纜車週邊景觀改善工程、水社碼頭旅遊服務中心、步道、自行車道、公有碼頭及相關設施整建、日月潭商圈街景改善等。
  - <2>頭社遊憩系統：頭社地區、自然生態教育研習中心週邊景觀改善工程。
  - <3>水里溪遊憩系統：水里窯業遊憩區、車埕地區公共設施興建工程、車埕至水里自行車道整建。
  - <4>131 縣道週邊據點景觀改善、中明紅茶產業區營造。
- (5)獎勵民間投資建設：推動水社遊客中心 OT 案、日月潭特色遊學中心 OT 案、車埕副產股 OT 案等。
- (6)日月潭推動電動船行動策略方案：乘船遊湖為日月潭重要觀光活動，目前潭面載客船舶均使用柴油引擎驅動，雖馬力大、速度快，但亦帶來噪音、震動、水質及空氣

污染等直接污染，與船速過快引發船浪沖刷水庫邊坡，造成邊坡水土流失等間接衝擊，且有違日月潭慢遊觀光發展策略等間接負面效應。98 年總統及行政院指示日月潭應朝向綠色低碳湖發展永續觀光，且符合國際節能減碳潮流，並連帶發展國內電動環保產業鍊。經委託專業單位辦理研究後，研提「日月潭推動電動船行動策略方案」，並經 99 年 12 月報交通部同意，為賡續推動政策，爰納入日月潭中長程建設計畫中予以實施。

#### 8、參山國家風景區：

- (1) 參山國家風景區經營管理範圍，劃分為獅頭山、八卦山及梨山三大風景區，面積合計約為 77,521 公頃。「獅頭山風景區範圍」(含獅山遊憩系統、南庄遊憩系統)地跨新竹縣西南隅與苗栗縣東北角，行政區域包括新竹縣峨眉鄉、北埔鄉、竹東鎮與苗栗縣南庄鄉、三灣鄉等 5 鄉鎮，面積計約 24,221 公頃。「梨山風景區範圍」(含谷關遊憩系統、梨山遊憩系統、思源遊憩系統)：梨山原名「斯拉茂」，昔為泰雅族聚居之所，東西全長約 89 公里，面積約為 31,300 公頃，與雪霸及太魯閣國家公園相鄰。「八卦山風景區範圍」(含八卦山遊憩系統、百果山遊憩系統、松柏嶺遊憩系統)：北起大肚溪南岸、南抵濁水溪北岸、東毗南投盆地、西緣彰化平原，面積約為 22,000 公頃，其中 60% 在彰化縣境，40% 屬於南投縣，涵括彰化、花壇、大村、芬園、員林、

社頭、田中、二水、南投、名間等 10 個市鄉鎮。

(2) 風景區經營管理：

- <1> 先期規劃設計：辦理年度各項工程先期規劃設計、全區觀光資源調查等。
- <2> 用地取得：辦理轄區內遊憩據點服務設施訂樁測量、徵收價購、撥用補償及相關行政作業等。
- <3> 旅遊服務系統：辦理轄區指標導覽標示解說設置改善、旅遊服務設施改善及維護管理、文宣資料製作及創新等。
- <4> 全區災害復舊及一般零星工程：辦理災害復舊零星工程、設施維護管理等。
- <5> 環境維護及設施維持：辦理全區各據點公共服務設施及環境景觀綠美化改善等。

(3) 風景區行銷推廣：辦理轄區遊客、志工安全講習、善用社會資源、提升服務品質、推動觀光行銷活動、e 化網站安全、環境清淨家園及產業聯盟等。

(4) 風景區開發建設情形及重點：

- <1> 南庄遊憩區旅遊服務設施改善（完成南庄遊客中心周邊環境道路景觀改善、蓬萊溪自然生態園區周邊步道沿線景觀及導覽設施改善等建設）。
- <2> 谷關遊憩區旅遊服務設施改善（完成谷關溫泉區周邊步道整建及公共服務設施改善、谷關遊憩區環境綠美化及相關服務設施改善等建設）。
- <3> 獅頭山遊憩區旅遊服務設施改善（完成獅頭山風景區五指山地區步道公共服務設施

串聯整修改善等建設)。

<4>八卦山遊憩區旅遊服務設施改善(完成八卦山風景區自行車道系統公共服務設施改善、八卦山賞鷹生態區暨周邊生態步道環境改造等建設)。

<5>梨山遊憩區旅遊服務設施改善(完成梨山文物陳列館周邊景觀環境改等建設)。

<6>松柏嶺遊憩區旅遊服務設施改善(完成芬園休閒體健園區周邊環境景觀改善、百果山產業學習區新風貌環境改造等建設)。

<7>八卦山風景區 139 線景觀道路美化改善(包含入口景觀通路改善,提供入口意象、全區導覽等公共服務設施改善;臺地聚落景觀道路、聚落景觀道路節點及臺地自行車道等串聯設施改善)。

<8>轄區沿線休憩據點公共服務設施改善、景觀綠美化及意象改善。

(5)獎勵民間投資建設:引進民間廠商的專業企業經營理念與管理制度,有效改善各項服務設施品質,提升整體服務水準,推動辦理「梨山賓館委外經營管理 OT 案」,以提升梨山地區住宿及餐飲服務設施品質。

## 9、阿里山國家風景區:

(1)阿里山國家風景區範圍橫跨嘉義縣梅山鄉、竹崎鄉、番路鄉及阿里山鄉等 4 個鄉行政區域,整合嘉義阿里山森林遊樂區,包括瑞里、瑞峰、豐山、來吉、奮起湖風景區以及達邦、特富野、里佳、山美、新美、茶山等遊憩據點,面積約 32,700 公頃。交通部並於 90 年 07 月 23 日成立阿

里山國家風景區管理處，負責該國家風景區經營與管理；區域內以阿里山最具盛名，自日治時代起阿里山的日出、雲海、森林鐵路即國際馳名，阿里山雲海更為臺灣八景之一，是為臺灣最負國際盛名之旅遊勝地。

(2) 風景區經營管理：

- <1> 用地取得：辦理各遊憩景點、設施開發建設用地取得相關作業。
- <2> 先期規劃設計：辦理觀光資源調查及遊憩景點先期規劃設計。
- <3> 旅遊服務系統：辦理解說展示設施、導覽解說及道路指標牌示等建置更新。
- <4> 環境維護及設施維持：辦理主要道路及遊憩景點之環境清潔維護與全區遊憩設施維持工作。
- <5> 全區災害復舊及一般零星工程：辦理全區遊憩景點災害修復及一般零星工程。

(3) 風景區行銷推廣：

- <1> 辦理遊客安全管理、緊急應變災害防救、環境清潔維護、設施巡查維護、社區經營管理機制、旅遊旺季交通疏運、遊客接駁服務等。
- <2> 辦理四季主題活動如日出音樂會、與螢共舞、步道遊蹤、阿里山婚禮及原住民文化慶典等，結合觀光業者共同行銷推廣多元套裝遊程。

(4) 風景區開發建設情形及重點：

- <1> 臺 18 線遊憩系統：
  - 辦理觸口、牛埔仔、龍美、隙頂、鞍頂

、巔頭等臺 18 線入口門戶、前庭旅遊路廊營造及周邊遊憩設施、景觀改善。

- 辦理奮起湖、石棹、頂湖等魅力山城、觀光茶區營造及周邊遊憩設施、景觀改善。

<2>鄒族文化遊憩系統、西北廊道遊憩系統：

- 鄒族文化遊憩系統：辦理達邦、特富野、里佳、樂野、山美、新美、茶山等特色原鄉營造及周邊遊憩設施、景觀改善。

- 西北廊道遊憩系統：辦理豐山、來吉、太和、瑞里、瑞峰、仁壽、太興、金獅、文峰、太平、龍眼、碧湖等西北廊道生態旅遊網絡營造及周邊遊憩設施、景觀改善。

<3>配套旅遊景點：辦理光華、半天岩及阿里山旅遊線周邊地區之遊憩設施、景觀改善。

(5) 獎勵民間投資建設：推動圓潭自然生態園區、觸口牛埔仔遊憩園區等 OT 計畫。

10、茂林國家風景區：

(1) 茂林國家風景區範圍橫跨高雄市桃源區、六龜區、茂林區及屏東縣三地門鄉、霧臺鄉、瑪家鄉等 6 個鄉鎮地區之部分行政區域，南北狹長的區塊，面積範圍約為 59,800 公頃，北部山區屬於阿里山山脈與玉山山脈、中、南部山區為中央山脈為東高西低的地形，北界以玉山國家公園為界、東界以中央山脈西麓為界、西界以十八羅漢山為界、南界以瑪家鄉

涼山村為界。交通部 90 年 6 月 14 日公告經營管理範圍，並於 90 年 10 月 2 日正式揭牌成立茂林國家風景區管理處，專責辦理規劃建設及經營管理事宜。

(2) 風景區經營管理：

<1> 用地取得：

- 賽嘉第二起飛場與降落場用地。
- 新威森林公園南區聯外道路用地。
- 賽嘉拖車露營場用地。

<2> 先期規劃設計：

- 茂林國家風景區網站更新維護。
- 茂林國家風景區 GIS 系統更新維護。
- 美濃地區納入茂林國家風景區評鑑委託服務。

<3> 旅遊服務系統：

- 寶來遊客中心周邊環境改善。
- 賽嘉遊客中心周邊環境改善。
- 瑪家遊客中心周邊環境改善。
- 茂林國家風景區入口門戶道路景觀改善。

<4> 環境維護及設施維持：

- 全區各據點景觀綠美化。
- 辦理各景點環境維護。
- 辦理老舊設施整修。

<5> 全區災害復舊及一般零星工程：

- 辦理天然災害復舊。
- 辦理步道及自行車道整修。

(3) 風景區行銷推廣：

<1> 辦理災後潛在危險區域調查及復建評估。

<2> 行銷原住民手工藝及美食。



<3>辦理四大主軸活動。

<4>災後環境緊急搶修及清潔工作。

(4)風景區開發建設情形及重點：

<1>新威茂林遊憩區：

- 新威遊客暨行政管理中心附屬設施工程。
- 新威公園北側聯外道路改善工程。
- 新威遊客暨行政管理中心新建工程。
- 新威遊客暨行政管理中心機電暨消防工程。
- 新威遊客暨行政管理中心設備工程。
- 新威遊客暨行政管理中心室內裝修工程。
- 新威森林公園環區自行車道整建工程。
- 新威公園南側聯外道路改善工程（含水土保持工程）。
- 新威森林公園停車暨景觀休憩空間改善工程。

<2>賽嘉航空園區：賽嘉航空園區降落區服務中心新建工程。

<3>屏北遊憩系統：全區各據點環境綠美化工程。

<4>荖濃遊憩系統：

- 全區各據點環境綠美化工程。
- 六龜遊憩區野溪護岸植生及基地串聯吊橋及公廁設置工程。

<5>地方觀光景點建設：全區自行車道及生態步道整建工程。

1 1、北海岸及觀音山國家風景區：

(1)北海岸及觀音山國家風景區合計面積

12,352 公頃，經營管理範圍包括：一、北海岸區（含野柳風景特定區）：東自萬里都市計畫東界起，西迄三芝區與淡水區之鄉鎮界，北至海岸等深線 20 公尺，南以北海岸風景特定區、三芝、金山、萬里都市計畫範圍線圍界（含萬里都市計畫界與海拔標高 106 公尺、136 公尺之山頭連線至海岸線範圍內之非都市土地），陸域面積 6,085 公頃，海域面積 4,411 公頃。二、觀音山區：北以八里都市計畫範圍為界與臺灣海峽相鄰；東以龍形都市計畫範圍為界，隔淡水河與陽明山大成岡相望；南以五股都市計畫範圍；西以林口台地邊緣界，面積 1,856 公頃。本區係配合精省政策重新整合北海岸、野柳、觀音山三處省級風景特定區而設立之國家級風景特定區，並於 91 年 7 月 22 日成立北海岸及觀音山國家風景區管理處，專責辦理兩風景特定區觀光規劃發展建構具文化、自然、知性、生態的觀光美景。經營管理範圍行政區域分屬新北市萬里、金山、石門、三芝、五股及八里等 6 個鄉鎮，總面積約為 12,351 公頃，其中陸域總面積約為 7,940 公頃，海域面積則約為 4,411 公頃。

## (2) 風景區經營管理：

### <1> 用地取得：

- 野柳地質公園周邊景觀改善用地取得。
- 北海岸遊憩區沿線遊憩據點用地取得。
- 觀音山遊憩區周邊環境改善用地取得。

<2>先期規劃設計：

- 北觀陸域生態調查、環境監測及環境影響評估。
- 北海岸風景區促參服務案。

<3>環境維護及設施維持：景觀美化及設施維護。

<4>全區災害復舊及一般零星工程：興辦其他零星工程等，組構帶狀休憩景點，豐富遊憩內涵，提升整體旅遊環境品質。

<5>經營管理及行銷推廣。

<6>強化優質旅遊環境：

- 在地特色伴手禮輔導行銷、商圈式整體發展及友善購物環境營造。
- 開發深度在地遊憩體驗、多元教材與環境教育活動，供學校戶外教學及親子團體運用。
- 減量計畫：漂流物減量及再利用、不良景觀減量、閒置空間再利用。
- 賡續建設改善環境：辦理三芝淺水灣週邊環境改善及自行車道、石門洞週邊環境整理、金山中角海灘及週邊環境整理。

(3)風景區行銷推廣：

<1>創新遊憩主題推廣：推動北海岸聽海音樂節、辦理北海岸悠閒一日遊、舉辦北觀畫風情油畫寫生比賽、婚紗留情影攝影比賽、金山萬里八里溫泉季、觀音·觀鷹、推廣自行車之旅。

<2>規劃北部海岸地質公園 PASS、地質公園巴士，串連各地質景點，促進在地文化產

業。

<3>開發吉祥物及特色伴手禮。

<4>觀光事業永續經營：

- 引進民間投資事業。
- 推動套裝旅遊線地景改造運動。

(4)風景區開發建設情形及重點：

<1>白沙灣遊憩區：

- 鼓勵民間積極參與白沙灣及麟山鼻區域建設，加強推動綠色休閒與大眾運輸服務。
- 串聯麟山鼻、白沙灣周邊打造為國際級婚紗攝影服務勝地。

<2>金山獅頭山及中角遊憩區：

- 獅頭山公園既存壕溝、碉堡、坑道等軍事設施轉型自然教育中心及遊憩設施改善。
- 整合金山獅頭山步道及串聯景點，以強化深度生態旅遊。
- 建立中角沙珠灣「健康樂活」的旅遊地印象，以衝浪為主題，發展特色海灘活動，並整體建設北端入口、沙灘服務區及人行暨自行車道等改善計畫。

<3>萬里及野柳遊憩區：

- 地質公園遊客中心、出入口、停車場與特產街動線重整、停車場人車分道及路形調整、擴大遊客人行休憩空間。
- 推動野柳地質公園國際化，維持觀光吸引力及當地人文生態的永續發展。
- 野柳、龜吼停車場多目標利用、臺車道再利用、步道及綠美化工程、地質景區

步道及設施減量改善、基礎遊憩設施建置與街景改善。

- 臺二線及野柳入口停車場及廣場建設、野柳區內建築、聚落、街景環境改善、野柳海洋遊樂區水岸周邊鄰近區域整理，遊憩及解說設施更新及補充。

<4>三芝遊憩區：

- 淺水灣地區暨咖啡街商圈改善計畫建設。
- 三芝遊客中心地區及八連溪周邊環境改善。

<5>石門遊憩區：

- 石門洞及臺二線沿線據點遊憩設施及環境景觀改善。
- 石門風箏公園及富貴角舊有營區景點改善。

<6>觀音山遊憩區：

- 觀音山遊客中心及周邊景觀改善。
- 進行硬漢嶺等旅遊據點的改善。
- 觀音山登山步道改善工程。
- 改善牛港陵賞蝶步道周邊環境。

(5)獎勵民間投資建設：

<1>推動獎勵民間參與重大建設 BOT 及 OT 案：野柳地質公園停車場 OT 案。

<2>持續輔導民間辦理野柳地質公園 OT 案、觀音山餐飲服務中心 OT 案。

1 2、雲嘉南濱海國家風景區：

(1)為加速推動臺灣西南沿海地區的觀光事業發展，行政院於民國 92 年 11 月 21 日公告核定雲嘉南濱海國家風景區的範圍，北至

雲林縣牛挑灣溪，南至臺南市鹽水溪，東以臺 17 線公路為界，西至海岸線向西到海底等深線 20 公尺處；陸域面積 33,413 公頃，海域面積 50,636 公頃，總面積合計 84,049 公頃。並於同年 12 月 24 日正式成立管理處，以加強本區的觀光旅遊建設，提昇遊憩活動品質。102 年 3 月 27 日交通部公告調整風景區經營管理範圍，北起雲林縣舊虎尾溪，南至臺南市鹽水溪，東以省道臺 17 線為界（不包含臺南科技工業區，含嘉義縣布袋鎮南日本鹽業株式會社宿舍群、臺南市北門區南鯤鯓都市計畫特定區等 2 處），西以海底等深線 20 公尺為界（不含外傘頂洲以北海域），總面積約為 87,802 公頃。

(2) 風景區經營管理：

- <1> 用地取得：辦理風景區內觀光遊憩據點用地取得作業。
- <2> 先期規劃設計：辦理轄區內遊憩據點各項先期規劃、資源調查、開發經營管理策略研究及工程建設設計。
- <3> 旅遊服務系統：確立雲嘉南濱海觀光發展定位、推動雲嘉南濱海觀光亮點。
- <4> 環境維護及設施維持：各遊憩據點建築物與設施定期巡查及保養維護，以提升遊客安全。
- <5> 全區災害復舊及一般零星工程：辦理全區災害緊急修繕及公共設施整修。

(3) 風景區行銷推廣：

- <1> 遊憩資源維護計畫：雲嘉南濱海遊憩區環

境改善及綠美化、推動資源認養維護及委  
由民間經營維護。

<2>遊憩設備安全檢查制度：定期保固維護以  
維旅遊安全。

<3>遊憩服務設施修繕維護：各類遊憩服務設  
施定期維護整修或重建。

<4>海岸線及遊憩據點環境整理維護：加強遊  
憩區環境清潔、委託專業公司辦理清潔維  
護工作、不定期舉辦淨灘活動。

<5>推動優質行銷方案，拓展觀光市場客源。

<6>舉辦多樣性活動如鯤鯨王平安鹽祭、東石  
海之夏祭與鰲鼓自行車賞鳥活動。

(4)風景區開發建設情形及重點：

<1>七股地區服務設施改善—辦理七股遊客中  
心新建工程、臺灣鹽博物館週邊服務設施  
暨景觀改善工程、節能設施設備工程、遊  
客服務設施改善工程等。

<2>北門地區服務設施改善—辦理北門洗滌鹽  
工場建築群修建工程、北門遊客中心周邊  
服務設施暨景觀改善工程、節能設施設備  
工程、北門歷史建築空間再利用工程等。

<3>雲嘉南濱海地區服務設施改善—辦理東石  
服務設施暨景觀改善工程、布袋服務設施  
暨景觀改善工程、將軍地區服務設施暨景  
觀改善工程等。

<4>雲嘉南各遊憩次系統綠美化、服務設施暨  
景觀改善。

(5)獎勵民間投資建設：

<1>辦理馬沙溝濱海遊憩區促進民間參與之可  
行性評估及先期規劃。

<2>依促進民間參與公共建設法招商，營造馬沙溝濱海遊憩區成為水上遊憩活動之觀光景點。

### 1 3、西拉雅國家風景區：

(1)西拉雅國家風景區位於臺南市東部平原與山區交接處，北起臺南市白河區與嘉義縣大埔鄉，南至臺南市新化區、左鎮區及南化區，東至大埔鄉、楠西區及玉井區東界，西至國道 3 號高速公路及烏山頭水庫風景特定區計畫範圍。以行政區來看，包含嘉義縣大埔鄉、中埔鄉、臺南市大內區、山上區、楠西區、玉井區、左鎮區全部，以及臺南市白河區、東山區、柳營區、六甲區、官田區、善化區、新市區、新化區、南化區之部份區域，涵蓋 16 個鄉鎮區。西拉雅國家風景區整合轄區境內 5 大遊憩系統「關仔嶺遊憩系統」、「曾文遊憩系統」、「烏山頭遊憩系統」、「左鎮遊憩系統」及「虎頭埤遊憩系統」各項旅遊資訊與文化特色，交通部觀光局為滿足未來國內旅遊市場的廣大需求，帶動週遭地區產業發展及資源保育等功能需求，並且配合區域內曾文水庫、烏山頭水庫、白河水庫、尖山埤和虎頭埤水庫，獨特壘地形草山月世界、左鎮化石遺跡、平埔文化節慶活動、關仔嶺溫泉區等豐富自然和人文資源，於 94 年 11 月 26 日掛牌成立「西拉雅國家風景區管理處」，為觀光局第 13 個國家風景區，專責區域內規劃建設與經營管理工作，提升遊憩品質並兼具振興地方產業任務。



(2)風景區經營管理：

<1>土地取得：辦理轄內重要觀光景點及廊道用地取得。

<2>規劃設計：

- 市場診斷及觀光資源監測。
- 遊憩系統及重要據點設施細部規劃設計。
- 生態棲地營造。

<3>旅遊服務系統：

- 嶺頂資訊站及生態棲地體驗區資訊站設置等。
- 環境維護及設施維持。
- 全區災害復舊及一般零星工程。

(3)風景區行銷推廣：

<1>創造國內外之行銷通路。

<2>引進傳藝家、藝術家或音樂家。

<3>以觀光產業鏈架構進行文創產品開發。

<4>製作各項伴手禮及紀念品、配合交通部觀光局辦理各項旅展、製作及編印各類導覽解說手冊、與地方單位合辦相關行銷活動、自辦各項大型主題行銷活動、原民文化藝術展演等。

(4)風景區開發建設情形及重點：

<1>關子嶺溫泉療養圈：關子嶺溫泉療養圈夜景氛圍營造、關子嶺溫泉療養圈漫活小鎮景觀改善、關子嶺溫泉療養圈設施改善、關子嶺入口服務區設置等。

<2>烏山頭歷史懷舊旅遊圈：烏山頭歷史懷舊旅遊圈景觀改善等。

<3>西拉雅探索園區：西拉雅探索園區旅遊環

境型塑、西拉雅探索園區環境改善、新建  
遊客服務中心暨行政園區。

<4>西拉雅芒果酒莊：西拉雅芒果酒莊旅遊環  
境整建、西拉雅芒果酒莊遊客中心、西拉  
雅觀光芒果酒莊環境改善等。

<5>文化藝術體驗區：文化藝術體驗區景觀改  
善等。

<6>生態棲地體驗區：生態棲地體驗區景觀改  
善等。

(5)獎勵民間投資建設：

<1>西拉雅探索園區綠色產業（如有機餐廳、  
生態旅館...）招商。

<2>西拉雅芒果酒莊招商。

五、觀光從業人員培訓情形：

觀光局為提升觀光從業人員職業知能，強化經  
營管理行銷及服務理念，藉由辦理下列各項教育訓  
練及實地參訪活動，強化觀光從業人員專業素養、  
服務水準及國際交流能力：

(一)觀光菁英養成計畫：為提升觀光產業中高階從  
業人員素質，透過學習與參訪，改變從業人員  
的經營理念及改善產業體質；依各業別不同需  
求，規劃至不同國家及培訓單位受訓，協助所  
有受訓人員學習能習得課程精髓。102 年選出從  
業人員赴新加坡南洋理工大學（觀光遊樂業團  
）、瑞士雷赫士旅館管理大學（旅宿業團）及  
日本 JTB 旅行社（旅行業團）進行專業課程及  
實地觀摩訓練。

(二)旅行業：為確保旅遊服務品質，配合考選部 101  
年「專門職業及技術人員普通考試領隊人員、  
導遊人員考試」辦理領隊、導遊人員職前訓練

，102年1至9月計4,236人完成職前訓練結業，另為加強旅行業經營管理人員之品德素養、法規知識、專業知能等，旅行業專業經理人就職前藉由參加22門實用課程訓練，強化旅行業經理人之專業知識，以提升臺灣旅行業素質。102年1至9月辦理旅行業經理人訓練結業計205人。

(三)觀光旅館業：為加強觀光旅館從業人員所需之管理技巧、溝通能力、人力規劃等專業知能，使服務品質與國際接軌以及為提升部門主管所需之管理營運、操作技巧等專業知能，觀光局每年辦理美國旅館協會教育中心之「CHS督導人員訓練課程」、「客務部經營與管理」、「餐飲管理」、「餐旅人力資源管理」等課程，另為加強各觀光旅館擔任訓練員工之幹部及主管所需之訓練規劃與執行技巧，每年委請臺北君悅大飯店協助辦理「觀光旅館業『訓練訓練員』研習班」，及每年分北中南東4場，舉辦「美國旅館協會教育中心訓練課程」訓練對象包括旅館業界各階層人員及課程內容包括領導、餐飲服務及客房管理等，並協助參訓的學員報名參加認證考試，取得國際認證資格。觀光局將持續積極辦理各項觀光產業人才培訓計畫，俾提升我國觀光產業整體競爭力，與國際同步接軌。

(四)旅館業：觀光局對旅館業從業人員培訓之措施如下：

- 1、針對旅館業中高階主管及儲備幹部，邀請旅館經營專業人員提供經驗分享、強化主管人員的職能訓練，及旅館趨勢的資訊吸收，以提昇旅

館品質提升理念。

2、辦理旅館基層人員職能培訓：協助地方政府及各縣市旅館公會辦理基層人員訓練，包含加強外語能力、客房服務、餐飲禮儀及大廳接待等技能，並經由旅館參觀交流提升服務技能，強化服務理念。

(五)觀光遊樂業：為輔導觀光遊樂業加強經營管理及品質提升，觀光局每年均辦理從業人員專業訓練。102 年業辦理上開訓練，分為觀光遊樂業提升競爭力暨法規修訂說明會、觀光遊樂業經營管理業務及法規研習會、觀光遊樂業機械遊樂設施安全及緊急救護種子教練培訓研習會，參訓學員計 250 餘人次。

六、觀光業務推展相關問題及因應措施：

(一)觀光安全部分：

1、觀光團體於旅遊過程中，可能發生因天災（如震災、風災、水災等）或意外事故致使旅客生命財產造成損傷；為有效保障旅客權益，觀光局針對旅行業國內、外觀光團體緊急事故案件，制訂法令規範及相關作業程序，包括要求旅行業辦理旅遊時應提供合法遊樂設施、住宿設施、交通工具及注意安全維護和緊急事故處理等事宜，如有發生緊急事故時，應依規定向該局通報，俾該局積極協請旅行業相關公（協）會及有關單位協助旅行業及旅客處理後續事宜。經觀光局會同其他主管機關檢查，如違反規定者，則依發展觀光條例第 54 條規定，除依相關法令（例如緊急醫療救護法等相關法規）辦理外，並令限期改善，屆期仍未改善者，處新臺幣 3 萬元以上 15 萬元以下罰鍰；情節重

大者，並得定期停止其營業之一部或全部；經受停止營業處分仍繼續營業者，廢止其執照。

2、有關觀光景點安全維護部分，鑑於旅遊安全問題牽涉範圍廣泛，包含道路交通、建管消防、各類服務設施及各不同目的事業主管機關管理範圍；觀光局對於觀光風景區旅遊採行安全督導機制如下：

(1) 國家風景區督導考核：觀光局業訂定「國家級風景特定區經營管理與安全維護督導考核作業要點」，規定各國家風景區管理處每年檢討研訂經營管理與安全維護年度執行計畫，每月辦理平時檢查，每季報請觀光局查核，該局則對管理處每年辦理督導考核。

(2) 觀光遊樂業督導考核：觀光局依據「觀光遊樂業管理規則」及「觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業要點」規定，邀請權責機關及專家學者組成考核小組，辦理觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業。各縣市政府亦需辦理定期檢查，並將檢查結果陳報該局備查。

(3) 「公共安全管理白皮書」實施計畫（觀光地區遊樂設施安全管理）督導計畫辦理情形：行政院災害防救委員會於 93 年 6 月 9 日訂頒「公共安全管理白皮書」實施計畫，其中「觀光地區遊樂設施安全管理」項目，由各權責主管機關持續辦理。另並由觀光局訂定督導計畫，要求各權責部會及直轄市、縣市政府確實執行公共安全管理

工作，並於每年 6 月及 12 月填報督導成果表，由該局彙整後函送行政院災害防救委員會（現已改制為行政院秘書處災害防救辦公室）備查。

- 3、針對遊覽車駕駛執業及強化旅遊安全，觀光局配合交通部公路總局相關公路法規對駕駛工時等規定，於旅行業管理規則第 37 條明訂旅行業與隨團服務人員租用遊覽車應遵守事項，使用合法業者提供之合法交通工具及合格之駕駛人，以及確認車輛安全狀況及駕駛人條件等。觀光局並自 101 年 3 月 5 日起增訂規範旅行業應妥適安排旅遊行程，不得使遊覽車駕駛違反汽車運輸業管理法規有關超時工作規定。為向旅行業者宣導合理用車需求，該局亦函請各旅行商業同業公會轉知會員旅行社，妥善規劃旅遊行程，安排遊覽車駕駛人員之駕車及休息時間，避免疲勞駕車，以確保遊客乘車安全。
- 4、為監管大陸觀光團旅遊品質與安全，觀光局業與內政部入出境及移民署、交通部公路總局建立聯繫管道及窗口，透過資訊系統即時傳遞交換訊息，確保旅遊服務內容符合規範。

(二) 食品安全及清潔維護部分：

- 1、觀光局業訂定「大陸觀光團旅遊重點地區品質及安全稽查執行計畫」，按季會同各縣（市）政府工商、消保、衛生等單位聯合稽查大陸觀光團旅遊重點地區之餐廳及購物店，自 101 年 7 月至 102 年 4 月業陸續協調嘉義縣市、南投縣、高雄市、臺北市及花蓮縣政府

，計檢查 20 家餐廳及 22 家購物店，並請各縣（市）政府衛生單位就稽查所發現的缺失，依法裁處或列管追蹤改善。我國食品衛生安全係由衛生福利部負責，其所轄衛生單位就業者辦理有例行檢查，該部並推動有 HACCP 食品安全相關認證，觀光局並就觀光旅館業參加 HACCP 認證，給予獎勵補助；該部另為提升國內餐飲業之食品衛生安全品質，並每年函送觀光局上年度衛生優良餐飲業者名單，公告於觀光局行政資訊網及大陸人士來臺觀光通報系統，供業者安排團膳參考。

- 2、有關提昇我國整體環境清潔，行政院前已研擬「清淨家園全民運動計畫」，除請各地方政府環境保護局及鄉鎮市區公所清潔隊加強環境清潔維護外，並請各政府機關清掃辦公廳舍，並擴及辦公室周邊 50 公尺範圍，期結合民間及社區，用「以公帶私」方式，提昇臺灣環境整體清潔度。另環境保護署負責推動臺灣公廁品質 5 年提昇計畫，責由各公廁設置管理機關確實維護管理，增加使用尖峰時段清掃頻度，並借助環保義工團體考察評比，績優者給予「優良公廁」標誌，執行不力者列冊管理，加強督導。觀光局除要求各景區管理單位維護環境清潔，持續加強環境美化工作，並將前述環境清潔及公廁品質之維護工作，列為每年度督導定期督導考核風景區管理單位之重要評比項目，藉由評比、競賽及觀摩等措施，使各風景區均能重視及執行環境整潔美化工作，讓我國更具有觀光競

爭力。

(三)觀光建設及經營管理部分：

為強化國內觀光景點遊憩設施之安全性，觀光局採取作為如下：

- 1、落實工程計畫及設計書圖之可行性審查工作，避免不當設施之設置。
- 2、國家風景區部分，督導各國家風景區管理處建置設施維護管理系統，落實遊憩設施定期巡檢、損壞即時維修、損壞設施現場設立警告及維修告示及設施維修定期追蹤管制等工作。
- 3、補助縣市政府工程部分，透過不定期抽查方式，針對設施經營管理、設施維護情形（包含建築物、廁所、涼亭、步道、停車場、指標）、環境管理情形（包含垃圾處理、環境及植栽美化、公廁維護、廣告招牌、攤販、業者管理及遊客服務櫃臺）等，進行實地查核作業，以確保遊憩設施品質及服務機能之完善。
- 4、依據「國家級風景特定區經營管理與安全維護督導考核作業要點」規定，各國家風景區管理處每年檢討研訂經營管理與安全維護年度執行計畫，每月辦理平時檢查，每季報請觀光局查核，該局則對管理處每年辦理督導考核；各國家風景區管理處均將遊客安全宣導列入年度重點工作，策訂遊客安全宣導計畫。

(四)環境教育部分：

- 1、為加強對民眾之環保、生態保育等環境教育，觀光局所轄各管理處均依現場狀況設置解



說牌，並製作摺頁、DVD 影片，另並招募志工協助解說教育，同時並積極申請環境教育場所認證，以推動當地環境教育工作。

- 2、觀光遊樂業之觀光安全及環保問題，依「觀光遊樂業管理規則」及「觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業要點」規定，由業者辦理自我檢查，分由地方及中央主管機關邀請警政、消防、衛生、環境保護、建築管理、勞動安全檢查、消費者保護等有關機關，辦理檢查暨督導考核，並由前揭各權責主管機關依各該法令列管追蹤輔導，各機關各司其職，權責分明。

(五)有關觀光資訊整合部分：

觀光局已建置臺灣觀光資訊資料庫，整合各部會、縣市政府及觀光局所轄國家風景區提供之景點、住宿、餐飲、活動等資訊，規劃於102年底前對外發布，後續將提供加值使用者申請使用，透過資料加值應用，提供遊客正確、即時、且跨區域之觀光資訊，達到無縫隙旅遊的資訊服務目標。

(六)有關紓解熱門景點遊客人潮措施：

熱門景點遊客人滿為患之因應工作因牽涉範圍廣泛，包含旅遊業者、道路交通、警政及各不同目的事業主管機關等權責管理範圍，觀光局現已採取橫向聯繫的協力措施如下：

- 1、熱門景點旅客人數預報、預約及分流：針對觀光團造訪之熱門景點（如國立故宮博物院、101大樓、野柳、日月潭、阿里山及太魯閣等地）建置人數預報機制，發布當日及未來1週大陸觀光團團數及人數，提供各景點

管理單位為流量管制及旅行業者安排行程之參據。如國立故宮博物院已實施人流控管，團體需事先預約語音導覽設備，未佩掛語音設備不得入場；野柳地質公園則採取時間分流方式，預約進場管制團客數量措施；阿里山森林遊樂區實施遊園車接駁及陸團分流、櫻花季公共運輸接駁及分散入園；武陵農場執行櫻花季交通管制及遊客總量管制等相關措施。

- 2、推廣分區深度旅遊，有效分流旅客：阿里山、日月潭、太魯閣等地一向為大陸旅客來臺旅遊之重要必遊景點，也因此造成這些景點陸客人數較多現象，為改善此種缺失，觀光局積極輔導風景區開發周邊新據點，輔導旅行業研發創新旅遊產品，向大陸旅客推廣區域性、深度性及 5 至 7 天短天數的旅遊方式，以北、中、南、東分區輔以保健、農家樂體驗、溫泉及美食主題旅遊方式進行深度旅遊，以有效分流旅客，使旅客充分體驗高品質之服務，藉以改善陸客過於集中重點景點之情形。

七、中國大陸於 102 年 10 月 1 日啟動新制旅遊法後，來臺大陸遊客人數遽減，衝擊我國觀光相關產業，觀光局因應措施如下：

- (一)大陸旅遊法規範大陸旅行社安排團體旅遊不得以不合理低價組團，不得安排特定購物點及自費行程項目等行為，亦不得透過購物、自費旅遊項目獲取回扣及強收小費等不正當利益。上述規定將改變大陸組團社普遍以低價組團來臺之操作方式，致旅行團團費為反映成本而漲價

，短期內影響旅客旅遊意願，導致來臺陸客團（尤原屬低價團者）人數將無法避免減少。然而大陸旅遊法之規範對於大陸國內及入、出境旅遊均一體適用，且大陸人民出境團體旅遊各線係全面漲價，大陸旅客經一段時間對於旅遊價格適應及對旅遊品質認同後，團體旅遊價格將趨合理，旅遊品質將提升。此係觀光良性正向發展之陣痛期，兩岸旅行業者將大幅減少仰賴高額購物佣金，減少惡性競價，進而合理報價，維持應有利潤，導正市場正常發展，避免因低價攬團所衍生購物、自費行程等旅遊糾紛，有助旅客權益保障，引導相關產業（旅館、餐廳、遊覽車、導遊人員等）回歸正常經營型態。

（二）在大陸新制旅遊法實施前，為提升大陸觀光團旅遊品質，觀光局已要求陸客團行程安排應合理，即團體入境前即透過事前審核，審查旅行社所安排行程、餐食、住宿等接待項目，如行程安排有緊湊密集，影響旅遊品質者，立即責請旅行社調整改善後，方得以通過行程審核，再由內政部入出境及移民署進行後續審查。該局並於「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團品質注意事項」中，規範旅行業及導遊人員辦理接待大陸地區人民來臺觀光團體業務，行程安排須合理，不應過分緊湊、趕行程或影響旅遊品質。又為強化「行程安排」及「駕駛人工時」之管制措施，避免旅行業及導遊人員不當之行程安排，致接待車輛駕駛人須超時工作始能完成，進而升高駕駛人疲勞駕駛衍生事故之風險，觀光局自 101 年 10 月 3 日起增訂「

如安排全程搭乘接待車輛之環島行程以 8 天 7 夜為原則，少於 8 天 7 夜者，應搭配航空或高速鐵路運輸；行程安排應平均分配接待車輛每日行駛里程，平均每日並不得超過 250 公里」等規定，並明定「遊覽車駕駛人勞動工時不得違反勞動基準法及汽車運輸業管理規則之規定」，俾利旅行業及導遊人員遵循。

(三)大陸旅遊法之規範與我方自 102 年 5 月所開始推動之優質行程措施，目的及實施精神一致，為重整兩岸旅遊市場秩序，觀光局將持續輔導旅行業規劃優質行程，業已訪談大陸觀光團各主要接待旅行業，瞭解業者需求並提供優質團諮詢，亦規劃舉辦座談會，透過產官學跨界合作，共同提升旅遊服務品質，同時協助有需要之業者取得中小企業融資貸款，以利資金調度，並透過財務補助，鼓勵旅行業朝向品牌化經營，以提升產業競爭力。

(四)觀光局委請中華民國旅行業品質保障協會輔導所屬購物商店會員調整經營型態，如融入地方商圈、轉型為觀光工廠的觀光形態，藉此擺脫以往高額退佣及「貨價不等值」之負面印象，再配合宣傳吸引旅客自行前往購物；該局並積極輔導旅館業品質提升及參加星級評鑑，提升競爭力，以助開拓自由行及商務客市場，並協調公路總局輔導遊覽車業建立合理車資及工時制度，積極檢討現行車齡限制，提供遊覽車業更大的經營空間，輔導遊覽車業結合旅行業將閒置車輛規劃「觀光巴士」及「臺灣好行」等旅遊路線，拓展國民旅遊及外國旅客來臺自由行旅遊市場。

(五)透過對大陸市場宣傳旅遊品質，灌輸大陸旅客「一分錢，一分貨」的觀念，向大陸市場推廣優質行程，訂定獎勵要點，提供大陸組團社推廣優質行程廣告分攤補助，頒發獎牌鼓勵大陸組團社送團，發送旅客伴手禮等，創造市場誘因。同時配合主題活動，臺灣觀光年曆及分區旅遊概念，透過媒體通路，加強宣傳臺灣主題、分區、深度等旅遊行程，邀請大陸媒體、組團社、特定人士、族群來臺優質行程踩線、熟悉旅遊、包裝旅遊產品。

陸、結論與建議：

一、十年來，政府大力推展國際觀光，來臺觀光客大幅成長，應予肯定。觀光產業是不會出走的產業，政府列為下一階段臺灣經濟發展的主體產業，政策正確。

(一)92 年來臺的國際旅客人數由於受到 SARS 及亞洲禽流感風暴影響，全年為 224 萬人次，93 年為 295 萬人次，均維持在 300 萬人次以內。93 年起政府訂定當年為臺灣觀光年，復推行觀光客倍增計畫，積極對外宣傳與促銷，頗具成效。94 年為 337 萬，95 年為 351 萬，96 年有 371 萬，97 年則有 384 萬人次來臺，均呈穩定成長狀況。97 年開放大陸觀光客來臺觀光，國外旅客人數因大陸遊客加入致人數暴增，98 年為 439 萬，99 年為 556 萬，100 年為 608 萬，101 年則突破 700 萬，為 731 萬人次；與 97 年來臺旅客人數相較，幾乎倍增，快速增加的原因顯與開放大陸觀光客來臺政策相關。102 年 1 至 9 月份則為 5,801,494 人次，與 101 年同期相較成長 8.91%，且來臺旅客已達觀光局全年設定總目標 770 萬人次之 75.34%，尚符合所訂目標水準。觀光局戮力推展國際觀光，自 91 年啟動「觀光客倍增計畫」、「旅行臺灣年」、「旅行臺灣感動 100」及「旅行臺灣 就是現在」等國際宣傳計畫以來，確實使來臺觀光客大幅增加，其努力頗值肯定。

(二)依據近 10 年來資料觀察，97 年開放陸客來臺觀光以前，來臺旅客觀光外匯收入一直維持在新臺幣 1 千餘億，逐年穩定成長，且國人國內旅遊收入皆多於國外旅客觀光外匯收入；97 年起

，因中國大陸、日本及港澳等國際觀光客大量湧入，觀光外匯收入亦隨之同步快速成長，超越國內旅遊收入，使觀光總收入迭創新高，98年突破2千億，99年2,759億，100及101年均達3千億以上，其中101年觀光外匯收入為3,485億元，甚至超出國內旅遊收入約800億元，當年觀光總收入（國人國內旅遊收入與來臺旅客觀光外匯收入之加總）亦高達6,184億元，依據聯合國世界觀光旅遊組織（UNWTO）資料顯示，101年臺灣整體觀光收入約占當年度整體GDP的4.40%。

（三）又UNWTO預測2020年全世界從事觀光旅遊的人口將達到16億人次，亦預估2013年全球國際旅客人數將呈3%至4%微幅成長，亞太區域預期可成長5%至6%，應可擔任領頭羊角色。在各國國際觀光客中，中國大陸遊客於101年海外旅遊創下8,318萬人次，消費金額達1,020億美元，成為全球最大之旅遊消費國。據統計，陸客於101年赴香港旅遊達3,500萬人次，澳門為1,700萬人次，韓國284萬人次，臺灣259萬人次，日本143萬，新加坡、馬來西亞則各為150萬人次，合計約6,000萬人次集中於東北亞及東南亞區域旅遊，顯示我國在拓展各國遊客赴臺觀光外，若能克服中國大陸於啟動新制旅遊法後所產生陣痛的各項不利因素，將有利於我國持續推廣陸客來臺市場，臺灣有豐富的觀光資源，如能積極行銷，對國際觀光客當有更大吸納容量。

（四）發展觀光已成為現今各國積極發展之重要產業之一，近來全球新興觀光旅遊地不斷竄起、觀

光活動多樣化、觀光競爭白熱化之趨勢，各競爭國間每年莫不廣編國際宣傳預算及人力，透過各項宣傳推廣之作為爭取客源，維持各目標市場人數。觀光產業是為 21 世紀臺灣經濟發展的領航性服務產業，可活絡國內經濟創造外匯收入，亦為不會出走的產業，值得大力推展。依據觀光局「來臺旅客消費及動向調查報告」資料顯示，來臺之國外旅客支出項目包括旅館內支出、旅館外餐飲費、在臺境內交通費、娛樂費、雜費及購物費等，101 年來臺旅客消費中超過 68% 消費於旅館外之餐飲、交通、娛樂及購物等項目，其所帶動的相關消費，亦讓許多基層行業受惠。政府開放大陸遊客來臺觀光政策，促使近年觀光產業業者加碼投資，活絡民間經濟，自 97 年至 101 年 2 月，已開業新設旅館及更新設備的旅館投資金額為 1,274 億元，預估至 105 年底旅館總投資金額 3,202.26 億元。另有關提高就業人數部分，觀光從業人員如旅行業（含導遊及領隊）、觀光旅館、一般旅館、民宿或觀光遊樂業之從業人員等，自 97 年的 10 萬人次成長至 101 年的 16.3 萬人次。隨著來臺國際旅客人數的增加，政府已高度重視觀光產業對國家經濟發展的重要性，將觀光旅遊列為重點推動之 6 大新興產業之一，為下一階段臺灣經濟發展的主體產業，政策甚為正確。

## 二、我國觀光主管機關用於召徠國際觀光客的宣傳經費，嚴重不足，影響觀光推廣工作。

- (一)各國為爭取更多國際觀光客源，均編列相當執行業務預算，以更多元精彩行銷計畫，致力對外宣傳本國特色，並設置駐外辦事處辦理直接



對外推廣活動，以招徠國際觀光客到訪。我國觀光局負責國際觀光行銷之預算編列自 89 年起約編列 2 億元辦理各項觀光宣傳工作，91 年啟動「觀光客倍增計畫」後逐步增加相關預算，至 97 年執行「2008~2009 旅行臺灣年」編列 13 多億元，101 年推動「2012~2013 旅行臺灣 就是現在」計畫則有 19 億元的宣傳經費。在人力編制方面，負責國際宣傳的國際組現有職員正式編制人員 18 名，約聘僱人員 25 名；另設置 12 個辦事處綜理全球國際宣傳業務，觀光局海外辦事處（外館）所配置員額，現有正式編制人員共 23 名（含北京及上海辦事處）及約聘秘書 4 名，各辦事處配置主任 1 名，並輔以正職人員或約聘人員及當地雇員 1 至 3 名不等。

(二)我國在觀光預算方面，觀光局本年度雖有約 42 億元預算<sup>5</sup>，惟其中宣傳預算 17 億元的執行經費，惟相較於馬來西亞的 50 億元、泰國 32 億元、韓國 29 億元、香港 28 億元，以及新加坡、日本等其他亞洲國家國際宣傳預算，相對明顯不足。另擔任第一線推廣工作的駐外辦事處部分，自 97 年度起，各駐外辦事處由外交部提供之辦公室租金及國外旅費預算嚴重不足，需由觀光局預算支應，因而排擠其他辦公費用，衝擊業務推動，使駐外辦事處推廣業務無法大力開展；駐外辦事處開拓新市場、新通路，辦理各項推廣活動，推廣臺灣國際觀光工作任務重大，惟員額明顯不足，且受限駐外組織編制、員額配置及預算限制，相較於亞太鄰近觀光競

---

<sup>5</sup> 資料來源：交通部觀光局；該局公務預算 101 年為 46.13 億元（含觀光宣傳 17.2 億元）、102 年為 41.76 億元（含觀光宣傳 17.2 億元）及 103 年預估公務預算為 40.57 億元。

爭國家，我駐外觀光推廣辦事處為數最少。

- (三)觀光局雖囿於國際推廣經費預算短絀，且行銷推廣人力及駐外辦事處員額不足，仍能將有限經費及資源做最大化效益之利用，並運用創意結合多方力量共同行銷，配合多元開放、全球佈局政策思維，推動臺灣觀光各項宣傳計畫，創造出 101 年的 731 萬人次國際觀光客巨量，誠屬不易。惟國際觀光市場競爭者眾，復以開拓市場需持續行銷，以為宣傳之持續效益，相較於泰國、馬來西亞及新加坡等東南亞國家，以及日本、韓國及港澳等國家或地區，其國際觀光宣傳方式及規模，臺灣國際觀光行銷相較益顯薄弱，宣傳經費嚴重不足，亟待加強。觀光局允應於該局預算額度內調整增加國際宣傳推廣預算以為因應外，亦應制訂並實施更多元精彩行銷計畫，爭取更多經費及人員配置，俾致力對外宣傳臺灣觀光旅遊特色，以招徠更多國際觀光客到訪。

### 三、我國缺乏大型且國際知名遊樂設施，無法有效吸引眾多國際觀光客來臺，政府允應有效鼓勵民間資金投入開發，俾活絡我國國際觀光。

- (一)大型遊樂設施可以提供遊客肢體與感官的享受，讓旅遊不侷限於視覺及心靈上的拓展，遊樂場多樣性的設施經常可以吸引遊客到訪，並創造眾多觀光產值。據觀光局指出，我國遊樂場數量頗多，諸如劍湖山世界、六福村主題遊樂園、九族文化村、麗寶樂園等，均有其特色及頂尖設施；另外如遠雄海洋公園、小人國主題樂園、小叮噹主題樂園、西湖渡假村、杉林溪森林生態渡假園區、尖山埤江南渡假村、頑皮

世界及泰雅渡假村等優質觀光遊樂業者，在各項遊樂設施及服務上均能提供優良品質與旅遊環境，且每年為臺灣吸引國內、外遊客近 1,000 萬人次，創造 100 億以上觀光產值，有效提升臺灣相關產業經濟效益。

(二)另觀光局為配合推動「觀光拔尖領航方案」政策，鼓勵民間投資觀光產業，修正發布「交通部觀光局受理觀光遊樂業籌設申請案件審查作業要點」，簡化興辦事業計畫章節及變更審議流程，縮短開發審議之行政審查程序。又提供獎勵優惠貸款措施，以增加民間投資意願，如依「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」協助優惠貸款，以及「中長期資金運用策劃及推動要點」提供申請資金融資等。經統計觀光遊樂業自 97 至 102 年投資新增遊樂設施計有劍湖山、麗寶樂園、六福村主題遊樂園、小叮噹科學主題樂園、西湖渡假村、九族文化村、泰雅渡假村、杉林溪森林生態渡假園區、小人國主題樂園、八仙海岸及大路觀主題樂園等，總投資金額達 100 億以上。

(三)我國具有特色之遊樂場甚多，其設施亦逐年推陳出新，惟其規模及國際知名度相對不足，造訪者亦多數為國內國民旅遊遊客，且國內遊樂場從未成為國際觀光客眼中最熱門或最喜愛之景點。國外旅客如隨團來臺，在平均停留 6.87 夜中，其行程多為知名熱門景點觀光，未見有安排遊樂場者，此與日本、美國、香港及新加坡等國，直接以其國際知名遊樂場為旅遊主題招徠其他國家遊客相較，我國仍有許多努力的空間。

- (四)以日本為例，經營日本東京迪士尼樂園的日本「東方樂園公司」宣佈，2012 年度「東京迪士尼樂園」與「東京迪士尼海洋樂園」的遊客總數（統計期間為 2012 年 4 月至 2013 年 3 月），比前一個年度人數增加了 8.5%，總共有 2,750 多萬人次入園，創下開園來新高。該公司分析認為，東京迪士尼 2012 年 7 月推出的「玩具總動員瘋狂遊戲屋」大受歡迎，吸引了大量遊客，應該是主因。另如日本 Hallo Kitty 樂園、日本環球影城、香港迪士尼樂園、新加坡環球影城及美國加州迪士尼樂園等，都能藉由國際知名的遊樂園來達到引領人潮的效果。
- (五)其他國家亦力求突破，以不同性質的主題遊樂設施吸引國內外遊客到訪，俾與前述國際級遊樂園相互競爭。如馬來西亞與樂高（積木）公司合作設置世界最大，也是亞洲第一座的樂高水樂園，以占地廣大的園區、多樣性的玩水主題遊樂設施及與眾不同的樂高積木模型等性質吸引遊客，並聲稱未來將是香港迪士尼和新加坡環球影城最大的市場競爭對手；另因與新加坡的地利之便，將可能共同分享新加坡的國際觀光客客源。
- (六)近年來我國中央與地方政府無不致力於發展國家或在地觀光，陸續推動各項活動以吸引人氣，如觀光局 101 年辦理的遴選「臺灣十大觀光小城」、行政院農業委員會林務局的票選「臺灣十大地景」及「縣市代表地景」活動，以及高雄市、桃園縣及基隆市的黃色小鴨賞鴨活動等。尤以高雄及桃園的黃色小鴨，估計帶來 390 萬及 245 萬人次的賞鴨人潮，並促進在地包括

飯店餐飲、百貨、交通及在地美食等經濟產值各約 10 億元，是舉辦單一活動成果少見豐碩者，惟此類活動所吸引之觀光客多為國內國民旅遊之遊客。擁有全球極高知名度，又能不斷更新遊樂設施的國際級遊樂園，對許多遊客確實具有強烈的吸引力。我國雖未能受到國際知名遊樂園的青睞至臺灣設場營運，政府仍應努力爭取並有效鼓勵民間資金投入開發，促使國內遊樂園升級為國際級規模，俾吸引更多遊客到訪，活絡我國國際觀光。

#### 四、我國在觀光客權益之保護、交通安全、人身安全的維護上，尚有很大改進空間，現存諸多不利觀光發展因素，亟待改進。

- (一)近年來觀光局與地方主管機關致力於招攬國際觀光客來臺，101 年達 731 萬人次，頗具成效，今年更有機會突破 800 萬人次；惟在旅客人數屢創新高同時，各種消費旅遊紛爭及弊端頻生，有的更嚴重斷傷我國國際形象，亟待政府相關機關設法解決。
- (二)在中國大陸於 102 年 10 月 1 日啟動新制旅遊法前，大陸多以不合理之低價組團前來，利用安排特定購物點及自費行程項目等行為，透過購物、自費旅遊項目獲取購物退佣金及強收小費等方式獲取利益，衍生許多亂象。觀光客來臺灣觀光購物，經常無法感到物超所值，價格昂貴品質卻不相稱，此一情形以陸客低價團所至特定購物點尤為明顯。有些業者認為這些觀光客可能只有光顧一次，不大賺一筆太可惜的作法，有坑殺觀光客心態，或同樣商品賣給臺灣客人和國外觀光客（尤其是陸客）有不同的品

質或數量，殊不知觀光客在這裡被騙，他們回到家還會跟親朋好友述說旅臺經驗，這樣會使臺灣觀光惡名遠播；其他觀光大國為了配合觀光客購物需求，最直截了當的手段就是辦購物節，引誘遊客前來觀光消費，如每年觀光客達2,500萬的馬來西亞，購物節時間長達2個半月，韓國的「韓國購物節」也為期49天，提供外國遊客折扣及各種購物優惠，目的在衝高外國觀光客人數，我國少數不肖商人只想做「一次生意」，殺雞取卵的做法反而扼殺更多的商機。另被詬病的尚有購物店逃漏稅問題、私設銀聯卡刷卡機及未開立統一發票的情形，另外連商品標示、標價、製造日期、中文產地標示、製造商及進口商等資訊不完整或商品標示都有缺失。

(三)近來食品安全事件沸沸揚揚，困擾著全民，自三聚氫胺、塑化劑、問題醬油、毒澱粉、胖達人假麵包、劣質混充米，再到目前的黑心油事件接二連三引爆，令大家無所適從，也徹底破壞臺灣在國際上為美食天堂的美好印象；即便在此高唱食品安全之際，主管機關稽查餐廳或飯店，仍有餐廳發生蒼蠅滿天飛、衛生不佳的情況；又今年年初在臺東縣某餐廳遭投訴回收剩菜重新再賣給陸客的件事，不但重創該餐廳形象，更嚴重影響陸客對赴臺旅遊的觀感。

(四)這2年國內陸海空運因大量國際觀光湧入而呈現空前繁榮，也因此常有遊覽車過度使用現象發生，旅遊團為了趕行程，讓遊覽車長途行駛、司機超時工作，復因旅遊業務應接不暇，輕忽車輛保養等因素，使遊覽車事故不斷發生；

早先整輛遊覽車在蘇花公路疑似墜崖消失，後來司馬庫斯發生遊覽車引擎熄火，倒退翻入山谷，造成 13 人死亡的意外事故，最近又有遊覽車在阿里山跌落邊溝造成死傷，花東則每年都有遊覽車翻車；臺灣許多熱門景點如阿里山、日月潭、太魯閣、武陵農場、九份及司馬庫斯等都位於山區，通往風景區道路崎嶇難行，如遇道路安全措施不足，地質又不佳時，更容易發生重大車禍，造成人員死傷；依據交通部公路總局「大客車交通事故統計」資料指出，100 年及 101 年營業遊覽大客車事故共有 54 件，其中 101 年案件占 32 件，顯示問題惡化；這樣不斷的有觀光遊覽車交通事故發生，會給國際觀光客對臺灣觀光產生高風險的顧慮，降低來臺觀光的意願；網路上陸客流傳著：「到香港旅遊是送錢，到臺灣旅遊是送命！」雖是戲謔的話語，卻值得我們深思與檢討。此外，遊客至國家風景區旅遊遭瘋狗浪捲走、乘坐飛行傘發生意外及太魯閣國家公園燕子口落石砸傷遊客的事件一再發生等，除凸顯主管機關管理及維護亟待加強外，觀光客人身安全亦未特別予以重視。

- (五) 又臺灣各熱門觀光景點之旅館、民宿及餐廳數量及容量不足，以目前 7 百餘萬國外觀光客來臺的規模，已經將這些觀光設施訂購一空，國內國人旅遊在平日已一房難求，遇到連續假期則根本訂不到房間，嚴重排擠國人國民旅遊空間。政府致力於 105 年來臺觀光客達 1 千萬人以上目標，據觀光局統計，國內現有飯店、觀光旅館及民宿的房間總數已足以滿足需求；但

以目前國外觀光客多集中於部分都會區及熱門風景區的情況，如未能落實遊客分流，這些區域食宿設施的容量與水準，將可能不足以支應巨量觀光客的需求，觀光局宜妥為規劃因應之。另經查，國內各觀光旅遊區域內現存為數甚多之不合法旅館及民宿，截至 102 年 10 月底止，全國民宿 4,648 家中，有 433 家不合法，不合格率達 9.31%，旅館總數共 3,236 家，有 447 家不合法，不合格率更高達 13.81%；新北市著名的烏來溫泉地區共有 47 間旅館及民宿，其中的 37 間為違法經營，南投縣清境農場更有 97% 以上民宿非合法經營，且這些不合法的民宿及旅館卻都仍在持續營業，徒使投宿之旅客身陷於不確定的危險中，幾年來相關主管機關多束手無策，未見能有效處理解決者。爰中央及地方觀光主管機關允宜聯合其他業管機關對不合法之旅館、民宿分類或分級加強稽查，依法予以裁罰，並結合旅宿同業要求業者自律，積極令其改善，非僅表列不合法旅宿名單於網站上之消極作為而已，日後若因此發生觀光客重大人命死傷事件，相關主管機關將難予卸責。

(六)自行政院推動「觀光客倍增計畫」以後，十餘年來仍存在許多不利於觀光發展的因素，分述如下：

1、公共廁所的清潔維護應持續加強：

公廁清潔維護之良窳為反應國民生活品質、道德水準及社會服務之重要指標之一，也是發展觀光重要的基礎設施。長期以來中央與各級地方政府對公廁清潔維護的努力，使公廁不再與骯髒、污穢完全劃上等號；行



政院環境保護署推動「臺灣公廁整潔品質提昇五年計畫（99至103年）」，將列管公廁進行抽查與評鑑，各縣市執行情形良好，整體公廁整潔程度已明顯提升。惟觀光景點遊客川流不息，民眾使用公廁頻率甚高，公廁清潔維護係長久、不間斷之工作，稍有怠忽即影響觀感，如臺南市環保局為維護連續假期公廁及環境清潔，總計稽查1,206座次公廁，其中255座整潔度不佳，不合格率為21.1%，大多都是廁所間潮濕、髒污或垃圾桶溢滿等情形；又觀光客對機場公廁的評價不一，對火車站或客運車站的公廁評價較趨負面，顯見公廁清潔維護仍有很大的改進空間。

## 2、應建立更多便利友善觀光設施及導覽資訊系統：

許多到過臺灣觀光的外國遊客，都有被我國英譯之道路名或景點名困擾的經驗，很多道路或景點指標英譯名稱和地圖或書籍上的並不相同，甚至翻譯錯誤，不同縣市的相同中文路名也有不同的英譯路名現象產生；而臺北市自創的以東（E）、西（W）南（S）及北（N）搭配數字將主要幹道編號，供國外旅客辨認及尋找方位的做法，可能連國人或計程車司機都找不到路；這類問題長期以來都未見改善，未來如自由行遊客人數不斷攀升，屆時拿著旅遊書籍或地圖來找尋景點的遊客勢必快速增加，相關機關應儘速改善此一缺失並將觀光設施全面友善化，藉以加速我國觀光國際化的腳步。

曾有身心障礙遊客想去臺北車站 2 樓消費，卻遍尋不著登樓之電梯，幾經詢問才找到，消費興致也沒了。許多觀光景點未能將設施友善化，造成觀光客的不便，尤其是身心障礙者、老人或須哺乳之婦女等，這些都是我國國際觀光競爭力提升之障礙。生態旅遊作家劉克襄表示，臺灣的交通設施不夠友善，標誌不清楚、無障礙設施不足，如花東地區沒有一個車站有身心障礙者使用之電梯，行動不便的人難行；地區公車、巴士不準時，站牌顯示不清楚，不方便旅人，臺灣想要發展觀光、吸引各國自由行旅客，交通設施與運具的友善度還要加強、提升。

中央及地方觀光主管機關除應建立便利友善觀光環境外，同時應建立一套完整的導覽資訊系統。依據觀光局預估，未來自由行的國際觀光客將逐漸增加，為配合此一趨勢，觀光局允應建立一套完整的全國遊覽景點導覽資訊系統或網站，使未曾到過臺灣或第一次到達臺灣自由行的外國遊客，在他自己的國家，即使不必透過旅行業者也能透過網站搜尋取得完整的旅遊資訊，到達每一個想造訪的觀光景點。

### 3、觀光區的各種違規行為應嚴加取締：

因觀光客會帶來巨量商機，使許多觀光景點或周遭連絡道路常見有聚集攤販擺設者、任意丟棄垃圾製造環境髒亂者、有沿路叫賣或糾纏觀光客者、私設收費停車場或於路旁行乞者等行為，相關主管機關取締不力，任此亂象長期存在，每每因此降低了旅遊品

質。

「臺灣美不美，全在導遊一張嘴」，優質的領隊或導遊除了能使旅遊品質加分，對國家形象亦有正面宣傳效果，反之，也會破壞旅遊興致，衍生糾紛。政府為了落實專門職業證照任用及提升旅遊服務品質，每年辦理專門職業及技術人員導遊人員、領隊人員考試，惟仍有部分旅行業者為降低成本，僱用未領有合格證照之導遊人員或領隊人員帶團，如遇素質不佳又無照（或借牌）的導遊、領隊人員恣意妄為，非但旅遊品質無法保障，益損害我國形象；政府相關單位應加強取締無照之導遊、領隊人員，以保障觀光客之權益。

#### 4、熱門景點遊客分流措施仍待加強：

目前來臺旅遊的國外觀光客仍以團客占多數，由於旅行業者安排的行程大多雷同，導致許多來臺必遊的各熱門景點人滿為患，除降低旅遊品質外，也排擠了國人國民旅遊空間。為解決此一現象，觀光局雖稱已針對熱門景點採行「預約登記」及「網路公告流量」機制，以執行遊客分流及總量管制作業，惟觀光客集中在數個知名旅遊點的情形似仍未改善，該局的遊客分流及景點總量管制作業成效應再予檢討。

遊客至著名旅遊景點觀光本為不可避免亦無法拒絕之事，知名景點的磁吸效應是吸引國際觀光團客及自由行遊客來臺觀光的主要誘因；惟我國熱門觀光景點多位居山區（阿里山、日月潭、太魯閣）或腹地不夠寬廣

(故宮博物院、中正紀念堂、臺北 101 大樓)  
，觀光客吸納量有限，超量的遊客湧入易發生亂象，甚至發生危險。觀光局允應再檢討全國旅遊景點對遊客之總容納量，擬定熱門景點遊客分流措施，開發或行銷新的旅遊點，以稀釋熱門景點遊客總量，俾提升旅遊品質，推展優質觀光。

(七)法國是全球觀光客最愛造訪的旅遊勝地之一，國際觀光客人數極多，不過近期發生多起鎖定亞洲旅客的竊盜和搶劫事件，使巴黎這個浪漫和購物之都的美名蒙上陰影，在世界經濟論壇的報告顯示，法國觀光競爭力的總排名從 2011 年的第 3 名下降至 2013 年的第 7 名，和治安不佳導致觀光客人身安全受威脅脫不了干係，也說明了遊客旅遊安全對該國觀光及國家形象的重要性。觀光局為監管大陸觀光團旅遊品質與安全，與內政部入出境及移民署、交通部公路總局建立聯繫管道及窗口，透過資訊系統即時傳遞交換訊息，確保旅遊服務內容符合規範；並組成聯合稽查小組，結合地方政府、財政、國稅、監理、旅行公會及警察等單位，分別就旅館、餐廳、購物店及遊覽車進行查核；另於 102 年 5 月 1 日起積極推動陸客優質團，達到平衡區域旅遊目的，以限制購物店站數及停留時間、每天拉車不超過 12 小時、行車路程不超過 250 公里及遊覽車裝 GPS 等措施，以提升旅遊品質及安全。觀察現階段臺灣的國際觀光客增加了，但觀光客花錢購物的意願卻逐漸降低，眾多來訪的遊客並沒有帶來巨額的商機，是觀光推廣的警訊；我國在觀光客購物安全、交通

安全、人身安全的維護及諸多不利觀光發展因素，不能令人滿意，仍有許多改進空間。整體而言，旅遊品質與安全涉及層面相當廣泛，與所有提供來臺旅客服務的各行各業及人員皆息息相關，需要各該業管機關共同合作協力推動，觀光局應與其密切合作，始能有效提升觀光品質與服務效能，讓所有來臺觀光客都能夠安心旅遊。

五、會展產業及醫美產業與觀光產業息息相關，政府各相關機關允應妥善規範，擬定配套措施，積極落實。

(一)醫美產業是近年來的新興產業，我國醫療美容技術世界馳名，可與韓國並駕齊驅，如與觀光產業結合，其經濟產值潛力雄厚，極具開發價值。醫療觀光因有醫療行為，屬專業醫療領域，並受醫療相關法規規範。96年行政院通過「醫療國際化計畫」，核定由行政院衛生署（現為衛生福利部）負責醫療國際化之推動，營造醫療服務國際化產業發展環境，並以資訊平臺建立、資訊整合和流通、輔導醫療機構建立風險管理之模式、輔導醫療機構創造國際醫療氛圍等為任務。

(二)觀光局表示，由於醫療行為具有高度專業性，觀光局非醫療主管機關，歷來均以協助旅遊業者包裝非侵入性及以保健養生產品為主之旅遊行程，以及國際宣傳行銷等平臺性工作；現依行政院分工，以觀光為載具，依目標客源進行國際宣傳，增加臺灣旅遊產品多樣化，以爭取更多旅客體驗臺灣豐富醫療旅遊樣貌，打響臺灣醫療品質之國際知名度。觀光局已製作中、

英、日、韓版「保健旅遊」摺頁，並於中國大陸及東南亞等目標市場進行宣傳推廣，如於臺旅會網站(<http://tst.org.tw/>)協助衛生福利部醫療觀光宣傳、醫療機構訊息及產品介紹；於越南市場則與航空公司合作提供優惠票價協助旅行者進行產品合作包裝；該局北京及上海辦事處於大陸各省市辦理推介會，推廣臺灣醫療美容觀光；並將醫療養生納為日本、東南亞地區國內業者包裝優質行程之補助要項等，期望能開發更多此領域之國際觀光客源。自 101 年 1 月起開放大陸地區人民來臺接受健康檢查或醫療美容，至今來臺人數已超過 10 萬人，平均每月來臺人數高達 5,000 餘人，為我國健檢醫美產業帶來許多的商機。

(三)會展觀光和健檢醫美產業一樣是擴增國際旅客的方式之一，藉用專業會展在臺舉辦期間，建立來臺外籍旅客對臺灣觀光印象，並創造同時或後續來臺旅遊機會；辦理大型會展以拓展會展觀光規模亦有一石二鳥的效果，除能吸引旅客來訪外，對世界經濟論壇（WEF）「觀光競爭力年報」的全球觀光競爭力排名也有加分效果，應予正視。香港、澳門位居大陸廣大市場要衝，對開發國際會展及其所帶來的觀光資源不遺餘力，且香港會議展覽中心建築本身就是一個觀光景點。由於會展產業的主管機關為經濟部國際貿易局，觀光局係以輔助角色與該局共同進行臺灣會展產業對外宣傳及吸引國際會展來臺辦理，每年邀集相關會展及旅遊業者共同組團參加如 AIME、IMEX、IT&CMA 及 ICCA 等國際專業獎勵旅遊及會議展覽，協助臺

灣業者與國際會展舉辦單位接軌，吸引來臺辦理獎勵旅遊及會展機會；並訂定獎勵來臺旅遊優惠措施，依照來臺人數提供專屬紀念品、歡迎布條、文化表演等服務，400 人以上更可專案申請特殊優惠，具體支持業者爭取國際獎勵旅遊來臺機會。

(四)近來會展及醫美健檢產業逐漸受到觀光客青睞，中央與地方政府亦致力加速其蓬勃發展。目前企業到亞洲城市舉辦國際會議、會展最多的城市，第 1 名為新加坡，臺北市目前排名第 4，臺北市政府透過不斷的城市行銷，希望能讓臺北市擠身前 3 名；又如高雄市政府配合高雄展覽館即將啟用，將結合高雄國際會議中心、高雄巨蛋兩大會展場地，打造亞洲港灣會展城，並爭取全球最大國際會議組織 ICCA 年會於 2020 年來高雄舉辦，協助高雄市往亞洲會展中心的目標前進。然政策開放後仍有許多弊端發生，宜應檢討並加強管理，如政府開放大陸地區人民來臺健檢及醫療美容以來，許多陸客假借健檢醫美的名義來臺從事不法行為，其發生逾期停留的比率也比較高，凸顯開放陸客來臺健檢醫美狀況超乎預期，有必要加強管理機制。

(五)政府為達成本年度 770 萬人次國際旅客目標，甚或突破 800 萬人次，允應以多元策略招徠國際旅客，會展產業及醫美健檢產業與觀光產業息息相關，對此領域亦應予特別重視。此外，對港澳及星馬觀光客偏愛的「農場及山區觀光」、榮獲 Discovery 及 CNN 評選為世界第二大節慶嘉年華以及 2013 年最值得參與的 52 項新

鮮事之一的平溪天燈節及臺南鹽水蜂炮的「節慶觀光」、每年熱鬧非凡媽祖遶境及臺東炸寒單的「宗教觀光」、日益興盛花東賞鯨豚之旅的「海洋觀光」、舉辦多年自行車環臺賽的「運動觀光」、世界聞名雲門舞集的「藝文觀光」，以及「鐵路觀光」等，都是極具觀光經濟產值之資源，亟待主管機關致力開發。行政院觀光發展推動小組召集人政務委員楊秋興亦指出，陸客對臺灣的認識有限，主要都是阿里山、日月潭等熱門景點，走的是 8 天 7 夜走馬看花的行程，臺灣還有很多很漂亮的地方，例如高雄澄清湖有蔣公祕道、花蓮慕谷慕魚等，應該開發更多元的景點，發展出深度的農村、宗教、生態旅遊。觀光局宜與各相關機關充分合作，妥善規範，擬定配套措施，積極落實開發會展觀光及醫美觀光資源，並以多元觀光策略招徠國際旅客。

**六、發展觀光產業首要目的在於發展經濟，造福國人；因此在高唱國際化的時候，對國內業者利益的有效保護，應倍加用心。**

- (一)我國在民間及官方聯手打拼下，締造了 101 年 731 萬人次觀光客來訪的傲人紀錄，有這樣亮麗觀光數據理應令人歡欣鼓舞，因為觀光客會帶動國內觀光產業的無限美好商機，有旅客斯有財，觀光相關產業如旅行業、遊覽車業、旅館業、餐飲業以及特產業，甚至夜市等應該都是一片欣欣向榮景象。其實不然，旅行業界盛傳來臺的這 7 百萬國際觀光客中，超過 3 分之 1 來自中國大陸，大陸旅客受到香港少數幾家財團所經營旅行社掌控，這些港資機構（或為澳



資、港資結合中資)在國內旅行業的上、中、下游皆佈局投資，從旅行社、飯店、購物店到遊覽車等行業全包，就是旅行業界所謂的「一條龍」；港資或陸資「一條龍」的經營模式使國內業者賺不到錢，大陸觀光客從一開始所接觸到的旅行業者，到旅程中的食宿、觀光、購物等表面上是臺灣人接待，實際的負責人可能是港資機構，所有團費都進入這些集團手中；臺灣只有少數配合的旅行業者可接到大陸客，又是相互惡性殺價，許多屬於觀光產業下游的餐廳、遊覽車業者頻頻反映「忙了老半天，只賺到工錢」，不但沒利潤，也衍生出各種收取回扣、哄抬價格或逃漏稅等各種亂象，致使陸客團的旅遊品質特別低落。這種旅行業「一條龍」的全包模式，使得觀光客數量的增加與所可能帶來觀光經濟效益相互脫節，我們賺到了觀光客倍增的數量，承受了旅遊品質低落的罵名，卻賺不到觀光客的錢，長此下來，對國內觀光產業將產生不利的影響。

- (二)為解決「一條龍」現象，觀光局答覆本院詢問，表示旅行業為提升競爭力，投資餐廳、飯店及購物商店等周邊行業，於各國團客旅遊市場皆屬常有之經營方式，且上游事業介入下游事業為結合之「一條龍」問題，在產業界亦屬常見的現象，如中油及臺塑等，如未違反相關法令，政府似難干涉，依據公平交易法規定其市場占有率達4分之1者才須向主管機關申報；現行法規未限制港資來臺開設公司，故目前來臺投資之港資、澳資旅行社、購物店均為合法設立公司；惟是否已形成「一條龍」形式，經

透過旅行業界瞭解尚屬聽聞，未獲相關具體事證。

(三)惟立法委員於 101 年在立法院交通委員會就曾質疑，陸客來臺的「一條龍」經營模式，使消費都是在臺灣刷卡，卻在香港收錢，政府無法掌握中國銀聯發行的銀聯卡資訊，店家又不開發票或直接銷毀單據，形成逃稅的漏洞；102 年亦有立法委員於質詢交通部時提及「港資一條龍」現象，陸客常被帶到港資玉石珠寶店購物，臺灣業者賺不到錢，購物行程又傷害臺灣觀光形象，並要求改善。另 102 年 1 月 20 日時任交通部長之毛○○表示，目前的陸客以團客為主，「一條龍」難免發生，未來只要自由行旅客增加，情況就會改變。又擔任行政院觀光發展推動小組召集人的政務委員楊○○受訪時表示，我方也緊盯「一條龍」團客低團費、購物退佣，乃至逃漏稅等問題，我們不能限制外資投資，但是購物不能買到劣貨，陸客不能被剝削，否則將是臺灣承受不良形象，錢卻被港資賺走。因此，即使觀光局認為港資「一條龍」的經營模式尚屬聽聞，仍未獲相關具體事證證明，該局亦應對此一現象予以正視，並設法因應之。

(四)觀光局表示，已於 102 年 5 月起推動中國大陸觀光客優質行程，相關單位並到港資玉石珠寶店站崗，了解盜刷情形，查察這些商店的金流與是否逃漏稅等。行政院政務委員楊○○則表示，未來要透過兩岸協商及法令的落實，讓陸客不能買到劣貨，該繳的稅也不能少繳，如此不但能保障陸客的權益，也可以進而提升旅遊的

品質。

(五)其實國內業者不應抱怨港資以「一條龍」來經營陸客赴臺旅遊的市場，因為只要有錢賺，就會有人這麼做。應該體認觀光客出國旅遊，最重要的事情就是交通與食宿，國內如果能將景點管理單位、交通單位、旅館業者、旅行業、餐飲業或特產業等觀光相關產業結合，形成國內「一條龍」連鎖的異業聯盟，把觀光產業的餅做大，安排一條龍的服務，提供觀光客方便的旅遊活動，觀光的經濟效益自然就提升起來。如中華電信為因應網路及雲端發展，追求智慧型觀光旅遊趨勢，將結合飯店餐飲、交通運輸、伴手禮等 6 大產業，把資通訊服務整合成旅遊雲，提供遊客一條龍的服務，就是很好的做法。

(六)臺灣近幾年來努力拚觀光，使量能數據不斷攀升，讓政府和業者均引以為傲。惟發展觀光產業首要目的在於促進國內經濟效益，造福國人，因此在致力提升臺灣觀光國際化之際，對國內業者利益的有效保護，主管機關應倍加用心。

七、交通部觀光局允應針對國際觀光競爭力評比較低項目逐項研擬對策，協調各相關機關致力突破，謀求改進之道，以提升我國國際觀光競爭力。

(一)世界經濟論壇 ( WEF ) 的「觀光競爭力年報」公布 102 年度全球觀光競爭力排名，臺灣在 140 個國家中排名第 33 名，較 100 年進步 4 名，在亞太地區排名第 7，成績斐然，可見政府在觀光相關措施及建設的推動上已逐漸到國際肯定。世界各國觀光競爭激烈，亞洲是新興的觀光地

區，觀光客成長率最高，觀察亞洲主要觀光國家國際遊客到訪情形，最受觀光客青睞的是泰國，馬來西亞則次之，約有 2,500 萬國際遊客，香港每年觀光客則高達 4,800 餘萬（其中 3,500 萬為大陸遊客），國土甚小的新加坡及東北亞的韓國每年也有 1 千萬以上的觀光客，消費物價極為昂貴的日本東京仍有近 8 百餘萬人次的遊客前往旅遊，仍多於我國<sup>6</sup>。如以此標準檢視臺灣觀光，顯示來臺的國際觀光旅客仍屬不足。又觀光競爭力的強弱每每與遊客到訪人數的多寡相關，在每次公布的排名中，競爭力名列前茅的國家幾乎同時都是著名的觀光大國；臺灣排名遜於新加坡、日本、香港及韓國等鄰近國家，觀光客也少於這些國家，在亞太地區觀光大國中只能算是後段，且排名緊追在後的馬來西亞正虎視眈眈的尋求超越臺灣，在在皆說明我國在觀光競爭力的提升方面應倍加努力。

(二)世界經濟論壇本次公布全球「觀光競爭力年報」中，有關全球觀光競爭力的排名係以觀光政策組織架構（Regulatory framework）、觀光產業及建設（Business environment and infrastructure）和人文及自然資源（Human, cultural, and natural resources）3 大面項來評比，該 3 大面向細分為 14 個指標，再區分為 75 個細項，以得分多寡排名，我國各評比項目得分及排名詳如附件。

---

<sup>6</sup> 資料來源：交通部觀光局；101 年馬來西亞觀光旅客 25,032,708 人次（100 年為 24,714,324 人次）、101 年香港旅客為 48,615,113 人次（100 年為 41,921,310 人次）、101 年新加坡旅客 14,494,185 人次（100 年為 13,169,729 人次）、101 年韓國旅客 11,140,185 人次（100 年為 9,794,796 人次）、101 年日本旅客則為 6,218,747 人次（100 年為 8,367,872 人次）。

- 1、我國本次排名與 100 年相較，在觀光政策組織架構面向中由 46 名上升至 29 名；在人文及自然資源面向中，由 55 名上升至 44 名；但在觀光產業及建設面向中，則從 31 名微幅下滑至 34 名，總排名得以由前次的 37 名躍升至本年度的 33 名。
- 2、依據 WEF 公布的 102 年度報告分析我國觀光競爭力排名提升的原因，我國有許多表現優異的項目：第 1 類政策規則及管制（Policy rules and regulations）指標，我國排名第 5；而第 1 類指標的細項，像是開放雙邊航空運輸協定（Openness bilateral Air Services Agreements）臺灣居第 3，政府決策透明度（Transparency of government policymaking）細項則排名第 6。

第 3 類安全與防護（Safety and security）指標我國排名第 17，其中該指標的細項包括社會犯罪事件的企業成本（Business costs of crime and violence）排名第 18，警察可信賴度（Reliability of police services）排名第 32，每 10 萬人中的道安事故（Road traffic accidents/100,000 pop.）排名第 20，經商面臨的恐怖主義（Business costs of terrorism）臺灣排名則為第 31。

第 4 類指標健康與衛生（Health and hygiene）我國排名第 43，但其中細項包括獲得改善的衛生設施（Access to improved sanitation），以及獲得改善的飲用水（Access to improved drinking water）臺灣都居全球之首。

第 7 類指標陸地交通基礎設施（Ground transport infrastructure）我國排名第 18，其中細項的陸地交通運輸網絡品質（Quality of ground transport network）則為第 9 名。

第 9 類指標資訊通訊基礎建設（ICT Infrastructure）更是我國的強項，全球排名第 16，而其中的細項每百人中市話普及率（Fixed telephone lines/100 pop）居全球之首，至於資訊通訊科技使用於企業對消費者間的交易（ICT use for B-to-C transactions）排名第 5，在資通科技使用於企業與企業之間的交易（ICT use for B-to-B transactions）細項方面則排名第 9。

第 14 類的指標文化資源（Cultural resources）我國排名第 34，但其中細項包括舉辦國際博覽會與商展（Number of international fairs and exhibitions）的排名第 27，創意產業的出口（Creative industries exports）排名第 23，均居於全球前段。

3、不過，WEF 的報告也列出臺灣有待加強的項目，如第 1 類指標政策規則及管制的細項開放外國人免簽證暨落地簽證國家數（Visa requirements）臺灣排名第 112。

第 2 類指標環境的永續發展（Environmental sustainability）臺灣排名第 94，其中細項有關碳排放管制（Carbon dioxide emission）在 140 國中，臺灣落居後段的第 123，懸浮粒子濃度（Particulate matter concentration）第 110 名，細項瀕臨危機物種（Threatened species）排名則為第 112。

第 5 類觀光旅遊業的重視度指標 (Prioritization of Travel & Tourism) 的細項政府觀光支出和預算 (T & T government expenditure) 排名第 116。

第 6 類航空運輸基礎建設指標 (Air transport infrastructure) 第 51。

第 8 類指標旅遊基礎設施 (Tourism infrastructure) 排名第 75，其細項大型租車公司的數量 (Presence of major car rental companies) 排名則為第 123。

第 11 類指標人力資源 (Human resources) 之細項雇用外籍勞工之難易度 (Ease of hiring foreign labor) 我國排名第 123。

第 13 類指標自然資源 (Natural resources) 臺灣排名第 91。

像是第 14 類文化資源指標的細項世界文化遺產數量 (No. of World Heritage cultural sites)，臺灣落入後段排第 125，運動場館設施 (Sports stadiums, seats) 則排名為第 74。

(三) 透過 WEF 的全球觀光競爭力排名，可以一窺臺灣觀光業務的優缺點，我們在致力提升各評比指標排名的同時，改善了觀光環境，也是提升觀光競爭力最直接、有效的方式，對吸引觀光客多有所助益。在臺灣表現出色的指標項目中，如政策法規和管制、安全和防護、健康和衛生、陸地交通基礎設施、資訊通訊基礎建設、人力資源及文化資源等，這些都是我國觀光的長處。而落後且有待改善的指標項目，則為環境的永續發展、航空運輸基礎設施、觀光旅遊基礎設施及自然資源等，綜觀這些競爭力較弱

項目，都存在著排名墊底的細項，主管機關似難以突破與解決；據觀光局表示，目前針對該評比項目中我國表現較為不佳的部分，其相關做法及所面臨的問題如下：

- 1、觀光基礎設施指標下之有無大型汽車租車公司細項中，該指標係以 7 家國際租車公司之設點數作為評比，相對於我國交通路網環境較為完備，國內租車公司已滿足市場需求，以該指標評估我國交通環境，觀光局認為似非公允。
- 2、在環境永續性指標下之人均二氧化碳排放量及懸浮粒子濃度細項，經濟部及環保署表示未來持續推動節能低碳措施，目前對於大陸境外傳輸之影響，並無有效之因應對策。另在瀕臨危機物種之細項方面，行政院農業委員會表示將積極規劃設立自然保護（留）區、野生動物重要棲息環境、野生動物保護區及國家公園等，加強對野生動物棲地之保育。
- 3、文化資源指標下之世界文化遺產數細項，文化部表示因我國非聯合國教科文組織（UNESCO）會員國或締約國，申請世界文化遺產及世界自然遺產皆有困難，現階段為申遺準備階段，並推動成立中央層級「世界遺產推動委員會」及「世界遺產推動小組」，爭取申遺作業，故現階段該細項並無法得分。另在每百萬人之運動場館容量細項中，受限我國國土面積範圍及人口集中等國情，短期內無法改善。

（四）觀光業務推廣與執行所涉及的層面甚為廣泛，



要改善所有的缺失斷非觀光局所能獨力為之，許多都是需要其他機關協力或聯手完成。觀察前開有待加強的評比指標，有些項目我國多年來不斷推動並改善，所獲得的評比成績卻不高，例如相關機關致力推動空氣品質的改善及瀕臨危機物種的保護，且頗具成效，卻未於該競爭力評比中獲得肯認，排名位居後段；又我國致力於全民節能減碳活動，碳排放管制項目在接受評比的各國中排名竟幾乎墊底，簡直匪夷所思，益加說明了我們仍有很大的努力空間。再者，最近聯合國教科文組織正式將日本和食料理等 14 個項目列入世界「非物質文化遺產」(Intangible Cultural Heritage) 名錄，其中亦包括中國傳統計算工具算盤及韓國的泡菜文化；我國雖非教科文組織成員，仍應針對國內具有世界自然遺產、文化遺產或非物質文化遺產潛力之地點及文化預為充分評估、整備與行銷，或許未來能爭取世界的認同並成功登錄，不應輕言放棄。此外，由於政府財政拮据，各級行政機關無不縮減預算，即使觀光產業已列為國家重點發展產業之一，觀光局亦難以倖免，其所編列之觀光推廣及宣傳經費，實無法與鄰近之觀光大國相競爭；爰觀光局允宜積極爭取預算經費，除可提升我國國際觀光宣傳強度外，在此競爭力評比項目中也可以達到加分的效果。

(五) 綜上，本年度我國的觀光競爭力雖較前次排名上升，但仍有持續追趕空間。觀光局允宜借鏡其他觀光競爭力表現優異國家的推展經驗，積極強化觀光旅遊業的整體環境設施，持續保持我國原有的旅遊優勢；並針對我國在觀光競爭

力評比表現不佳的項目逐項研擬對策，協調各相關機關致力突破，共同謀求改進之道，有些部分並可號召全民共同打拼，以建構質量並進的觀光環境，促使我國旅遊蓬勃發展及提升國際觀光競爭力。

柒、處理辦法：

- 一、本專案調查研究報告提報本院交通及採購委員會審議通過後，函請行政院參酌，並督導所屬研究見復。
- 二、本專案調查研究報告建置於本院全球資訊網，供社會各界參考。
- 三、檢附派查函及相關附件，送請交通及採購委員會處理。

調查研究委員： 吳豐山

劉玉山

劉興善

沈美真

程仁宏

洪昭男

洪德旋

中華民國 102 年 12 月 26 日

## 捌、參考文獻

### 一、書籍及論文部分

- (一)兩岸觀光旅遊政策與法規，邱錦添、邱筠惠，國立編譯館，97年。
- (二)海洋觀光休閒之理論與應用，莊慶達、胡興華、邱文彥、高松根、何立德、碧菡，五南圖書出版股份有限公司，97年。
- (三)旅行業經營管理－理論與實務，林燈燦，品度股份有限公司，90年。
- (四)旅行業經營與管理，陳嘉隆，華立圖書股份有限公司，90年。
- (五)中華民國 100 年國人旅遊狀況調查報告，交通部觀光局，101年。
- (六)中華民國 100 年來臺旅客消費及動向調查報告，交通部觀光局，101年。
- (七)中華民國 100 年觀光業務年報，交通部觀光局，101年。
- (八)中華民國 101 年觀光業務年報，交通部觀光局，102年。
- (九)生態旅遊，郭岱宜，楊智文化事業股份有限公司，88年。
- (十)認識臺灣觀光衛星帳，交通部觀光局，98年。
- (十一)1973～2000 年東南亞經濟體國際觀光競爭力之研究，留美萍，國立政治大學經濟學系碩士論文，92年。
- (十二)以智慧資本觀點探討組織競爭力之研究－以國際觀光旅館為例，胡湘苓，靜宜大學管理碩士在職專班碩士論文，97年。
- (十三)旅行業組織關係行為之研究，林若慧，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，97年。

- (十四)觀光旅遊競爭力指標對東亞國家觀光來客數及觀光收入之影響，謝亞儒，中華大學碩士論文，101年。
- (十五)影響文化觀光競爭力之要素評估，黃千芸，國立成功大學都市計劃學系碩士班碩士論文，100年。
- (十六)世界經濟論壇「觀光旅遊競爭力報告」之評鑑指標反思我國提升競爭力排名之策略，黃心華，財團法人國家政策研究基金會，102年。
- (十七)發揮優點 改善缺點 提升觀光競爭力，曾慧青，財團法人國家政策研究基金會，102年。
- (十八)開放陸客來臺觀光之回顧與展望，黃彩碧，展望與探索月刊第11卷第7期，102年。

## 二、媒體報導部分

- (一)中央通訊社 102年1月20日、102年3月7日、102年3月7日、102年3月19日、102年5月26日、102年6月19日、102年8月4日報導。
- (二)旺報 102年3月8日報導。
- (三)自由時報 102年4月15日、102年5月8日、102年6月8日、102年7月25日、102年8月20日報導。
- (四)工商時報 102年4月19日報導。
- (五)臺灣新生報 101年12月11日、101年12月31日、102年1月3日、102年1月8日、102年1月19日、102年2月5日、102年2月23日、102年2月24日、102年3月8日、102年3月16日、102年4月9日、102年11月21日報導。
- (六)蘋果日報 94年11月7日、96年3月2日、97

- 年 3 月 5 日、99 年 6 月 29 日、100 年 4 月 4 日  
、102 年 3 月 23 日報導。
- (七)中國時報 100 年 6 月 7 日、102 年 11 月 13 日報導。
- (八)旅遊資訊王網站 102 年 2 月 24 日報導。  
<http://travel.network.com.tw/>。
- (九)行政院經濟建設委員會部門計劃處 101 年 6 月  
20 日新聞稿。
- (十)中廣新聞網 102 年 4 月 3 日、102 年 4 月 23 日  
、102 年 6 月 4 日、102 年 11 月 11 日報導。
- (十一)旅遊經，旅遊經編輯部/洪書瑱，102 年 1 月 7  
日報導。
- (十二)TVBS102 年 11 月 20 日報導。
- (十三)NOWnews102 年 2 月 18 日、102 年 11 月 20  
日報導。
- (十四)自立晚報網站 102 年 11 月 29 日報導。
- (十五)Qnews102 年 9 月 14 日報導。
- (十六)中時電子報 101 年 8 月 7 日、102 年 11 月 15  
日報導。
- (十七)交通部觀光局網站。
- (十八)交通部觀光局行政資訊網網站
- (十九)文化部文化資產局網站。

附件

一、附件 1：

2013 年國際觀光競爭力我國各項評比項目得分及排名：

## Taiwan

### The Travel & Tourism Competitiveness Index

( score rank )

2013 Travel & Tourism Competitiveness Index.....	4.7.....	33
2011 Travel & Tourism Competitiveness Index.....	4.6.....	37
2009 Travel & Tourism Competitiveness Index.....	4.4.....	43
<b>T&amp;T regulatory framework</b> .....	<b>5.2.....</b>	<b>29</b>
Policy rules and regulations.....	5.5.....	5
Environmental sustainability.....	4.3.....	94
Safety and security.....	5.8.....	17
Health and hygiene.....	5.8.....	43
Prioritization of Travel & Tourism .....	4.6.....	55
<b>Business environment and infrastructure</b> .....	<b>4.6.....</b>	<b>34</b>
Air transport infrastructure.....	3.7.....	51
Ground transport infrastructure.....	5.5.....	18
Tourism infrastructure .....	3.8.....	75
ICT infrastructure .....	5.1.....	16
Price competitiveness in the T&T industry .....	5.1.....	21
<b>T&amp;T human, cultural, and natural resources</b> .....	<b>4.3.....</b>	<b>44</b>
Human resources .....	5.4.....	25
Education and training .....	5.7.....	18
Availability of qualified labor .....	5.1.....	58
Affinity for Travel & Tourism .....	4.9.....	37
Natural resources.....	3.2.....	91
Cultural resources.....	3.6.....	34

## The Travel & Tourism Competitiveness Index in detail

	( score	rank )
1st pillar: Policy rules and regulations .....	5.5	.....5
1.01 Prevalence of foreign ownership .....	5.4	.....28
1.02 Property rights .....	5.9	.....12
1.03 Business impact of rules on FDI .....	5.5	.....11
1.04 Visa requirements, no. of countries* .....	41.0	.....112
1.05 Openness bilateral ASAs (0–38)* .....	27.5	.....3
1.06 Transparency of government policymaking .....	5.6	.....6
1.07 No. of days to start a business* .....	10	.....48
1.08 Cost to start a business, % GNI/capita* .....	2.4	.....36
1.09 GATS commitment restrictiveness (0–100)* .....	n/a	.....n/a
 2nd pillar: Environmental sustainability .....	 4.3	 ..... 94
2.01 Stringency of environmental regulation.....	4.8	.....34
2.02 Enforcement of environmental regulation .....	4.7	.....31
2.03 Sustainability of T&T industry development .....	5.1	.....24
2.04 Carbon dioxide emission, million tons/capita* .....	10.7	.....123
2.05 Particulate matter concentration, µg/m <sup>3</sup> * .....	59.1	.....110
2.06 Threatened species, %*.....	8.7	.....112
2.07 Environm. treaty ratification (0–25)* .....	n/a	.....n/a
 3rd pillar: Safety and security .....	 5.8	 .....17
3.01 Business costs of crime and violence .....	5.8	.....18
3.02 Reliability of police services .....	5.3	.....32
3.03 Road traffic accidents/100,000 pop.* .....	8.8	.....20
3.04 Business costs of terrorism .....	6.2	.....31
 4th pillar: Health and hygiene .....	 5.8	 ..... 43
4.01 Physician density/1,000 pop.*.....	1.7	.....70



4.02 Access to improved sanitation, % pop.* .....	100.0 .....	1
4.03 Access to improved drinking water, % pop.* .....	100.0 .....	1
4.04 Hospital beds/10,000 pop.* .....	58.3 .....	24
5th pillar: Prioritization of Travel & Tourism .....	4.6 .....	55
5.01 Government prioritization of the T&T industry .....	5.6 .....	50
5.02 T&T gov't expenditure, % gov't budget* .....	1.7 .....	116
5.03 Effectiveness of marketing to attract tourists .....	5.2 .....	33
5.04 Comprehensiveness of T&T data (0–120)* .....	76.0 .....	39
5.05 Timeliness of T&T data (0–18)* .....	16.5 .....	17
6th pillar: Air transport infrastructure.....	3.7 .....	51
6.01 Quality of air transport infrastructure .....	5.4 .....	44
6.02 Airline seat kms/week, dom., millions* .....	30.6 .....	40
6.03 Airline seat kms/week, int'l, millions* .....	846.5 .....	25
6.04 Departures/1,000 pop.* .....	7.1 .....	47
6.05 Airport density/million pop.* .....	0.7 .....	61
6.06 No. of operating airlines* .....	38.0 .....	45
6.07 International air transport network .....	5.6 .....	37
7th pillar: Ground transport infrastructure .....	5.5 .....	18
7.01 Quality of roads.....	5.7 .....	21
7.02 Quality of railroad infrastructure .....	5.5 .....	11
7.03 Quality of port nrastructure.....	5.3 .....	29
7.04 Quality of ground transport network .....	6.0 .....	9
7.05 Road density/million pop.* .....	113.0 .....	33
8th pillar: Tourism infrastructure .....	3.8 .....	75
8.01 Hotel rooms/100 pop.*.....	0.6 .....	53
8.02 Presence of major car rental co. (1–7)*.....	1 .....	123

8.03 ATMs accepting Visa cards/million pop.* .....	628.6 .....	22
9th pillar: ICT infrastructure .....	5.1 .....	16
9.01 ICT use for B-to-B transactions .....	6.0 .....	9
9.02 ICT use for B-to-C transactions .....	6.0 .....	5
9.03 Individuals using the Internet, %* .....	72.0 .....	28
9.04 Fixed telephone lines/100 pop.* .....	72.7 .....	1
9.05 Broadband Internet subscribers/100 pop.* .....	23.7 .....	27
9.06 Mobile telephone subscriptions/100 pop.* .....	124.1 .....	40
9.07 Mobile broadband subscriptions/100 pop.* .....	42.7 .....	22
10th pillar: Price competitiveness in T&T ind. ....	5.1 .....	21
10.01 Ticket taxes and airport charges (0–100)* .....	91.2 .....	15
10.02 Purchasing power parity* .....	0.5 .....	36
10.04 Fuel price, US\$ cents/liter* .....	85.0 .....	36
10.03 Extent and effect of taxation .....	4.4 .....	20
10.05 Hotel price index, US\$* .....	150.7 .....	83
11th pillar: Human resources .....	5.4 .....	25
<i>Education and training</i> .....	5.7 .....	18
11.01 Primary education enrollment, net %* .....	97.9 .....	30
11.02 Secondary education enrollment, gross %* .....	100.0 .....	32
11.03 Quality of the educational system .....	4.8 .....	24
11.04 Local availability specialized research & training .....	5.2 .....	20
11.05 Extent of staff training .....	4.6 .....	31
<i>Availability of qualified labor</i> .....	5.1 .....	58
11.06 Hiring and firing practices .....	3.7 .....	83
11.07 Ease of hiring foreign labor .....	3.3 .....	123
11.08 HIV prevalence, % adult pop.* .....	0.2 .....	51
11.09 Business impact of HIV/AIDS .....	5.9 .....	32

11.10 Life expectancy, years* .....	79.2 .....	29
12th pillar: Affinity for Travel & Tourism .....	4.9 .....	37
12.01 Tourism openness, % of GDP* .....	4.5 .....	72
12.02 Attitude of population toward foreign visitors .....	6.2 .....	78
12.03 Extension of business trips recommended .....	5.7 .....	43
12.04 Degree of customer orientation .....	5.7 .....	6
13th pillar: Natural resources .....	3.2 .....	91
13.01 No. of World Heritage natural sites* .....	0 .....	79
13.02 Quality of the natural environment .....	4.3 .....	69
13.03 Total known species* .....	504 .....	73
13.04 Terrestrial biome protection (0–17%)* .....	11.5 .....	65
13.05 Marine protected areas, %* .....	0.6 .....	56
14th pillar: Cultural resources .....	3.6 .....	34
14.01 No. of World Heritage cultural sites*.....	0 .....	125
14.02 Sports stadiums, seats/million pop.* .....	32,587.0 .....	74
14.03 No. of int'l fairs and exhibitions* .....	133.3 .....	27
14.04 Creative industries exports, % of world total* .....	1.0 .....	23

資料來源：the World Economic Forum： *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013* ◦

## 二、附件 2：

### 調查委員於觀光局在本院簡報時相關詢問、建議及其答覆內容：

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
一	<p>觀光局簡報中課題一所提，世界經濟論壇(WEF)2013年3月份公布全球觀光競爭力評比，台灣在140個評比國家及經濟體中名列第33名，有關評比指標中臺灣較為落後之項目，建議可透過行政院觀光發展推動委員會方式協請相關部會逐項訂出改善目標，WEF一般性資料係由經建會及國外機構在臺辦事處取得，故政觀推會議召開時請邀請經建會參加，期能共同努力讓落後項目大幅進步，相信在國外宣傳時能有助益。</p>	<p>1. 本案已於本(102)年5月22日行政院觀光發展推動委員會第35次提會議案協商會議中提出專案報告，會議決議：「有關WEF指標有欠公允部分，請觀光局於適當時機向評比單位反應，另鑑於WEF評比面向廣，非觀光局可獨力處理，請各機關先行檢視WEF評比指標，屬於各機關權管事項，如為可立即改進部分，列出優先順序配合改進」。</p> <p>2. 本案並預訂於6月18日行政院觀光發展推動委員會第35次委員會議上，邀請經建會列席，共同針對本案各單位所提改善因應措施進行討論。</p>	
二	<p>簡報課題三所提，政府觀光行銷推廣預算過低問題，觀光為全面性的工作，觀光局行銷推廣預算8億，但如加上其他部會涉觀光直接與間接相關的預算應該不算低，建請先了解鄰近亞洲國家如泰國、香港的觀光行銷預算算法是否一致，再透過行政院觀光發展推動委員會協助向行政院主計總處爭取額外預算；另觀光局駐外單位及人員均少，國內員額亦明顯不足，應視施政優先順序及業務之輕重緩急，借由政觀推之力協助爭取人力及經費預算，有助提升競爭力並協助改善國際評比的落後項目？</p>	<p>1. 泰國及香港預算算法：</p> <p>(1) 泰國 2012 年度觀光預算約新臺幣 65 億元，係全數用於國際市場觀光宣傳推廣。</p> <p>(2) 香港 2012 年度觀光預算約新臺幣 28 億元，其中用於宣傳推廣約新臺幣 17 億元，人事及辦公室租金等費用約新臺幣 11 億元。</p> <p>2. 本局駐外單位人事預算：</p> <p>(1) 自 97 年度起，本局駐外辦事處由外交部提供之辦公室租金及國外旅費預算即因各國匯率大幅變動及物價膨脹，嚴重不足，進而排擠其他辦公費用，衝擊業務推動，每年函請外交部優先考量本局駐外觀光機構一般經常性經費額度，迄今該部仍無額度可納編，需由本局於預算額度內勻支，致使駐外辦事處推廣業務無法更大力開展。</p> <p>(2) 駐外辦事處目前工作量負荷極大，持續開拓新通路、辦理各項推廣活動，員額明顯不足；至本局國際組專責國際行銷推廣業務員額計正式編制人員 18 名，約聘僱人員 25 名，人力相當窘迫。</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		3.公務人力員額與預算均受相關法令規範，本局將先透過政觀推機制爭取改善空間。	
三	監察院近期提出若干糾正案，有關旅館違規及違章部分，雖非直接與觀光局有關，但「程序違建」部分請觀光局與相關單位協助業者補足文件使其合法化，「實質違建」部分則涉環保及安全問題，請觀光局加強督促地方政府務必改進，如墾丁悠活及臺東美麗灣。	<p>1.經查目前現存大多數非法旅館及民宿無法合法之主要原因，係不符土地使用分區管制規定（屬程序違建）及違反建築法或消防法（屬實質違建）等相關法令之限制。地方主管機關對於所轄未合法旅宿基本資料，均已造冊列管，並持續輔導其合法化中。</p> <p>2.對於未合法旅館及民宿，本局除已責成各縣市政府依法查處外，並建議其加強與府內土地、建管等相關單位之橫向聯繫，分析其無法合法化之原因，研議輔導合法化具體措施，如確實無可能輔導合法化者，應依違反發展觀光條例、建築法及消防法等相關規定裁處。</p> <p>3.本局多次通函各縣市政府成立專案稽查小組，加強取締未合法旅宿，並要求地方政府主動上網查察相關資訊，依法查處；另定期及不定期派員查核各縣市政府辦理旅宿業管理績效，其中未合法旅宿之查處成果（包括旅宿業公共安全查核情形）列為督考重點，並將考核意見函送各縣市改進辦理，及追蹤其後續辦理情形，至其改善為止。</p> <p>4.另墾丁悠活渡假村第1、2區為合法設立登記之一般旅館，第3—6區則為業者違規擴大之營業範圍，已函要求屏東縣政府督促該旅館不得有擅自擴大營業範圍之情事，否則應依法裁處。案經行政院南部聯合服務中心楊政務委員秋興邀集行政院環保署、內政部營建署、墾丁國家公園管理處、屏東縣政府等機關實地瞭解現狀，指示有關該渡假村未來如以全區做為旅館營業使用，各權責主管機關應加速進行環評審查及旅館業申請登記等相關事宜。</p>	
四	有關提及教育部協助學生組團參加青年旅遊乙事，思考救國團的主業是協助青年旅遊，並以經營國民旅遊居多，然近年亦提供青年旅遊住	1.救國團所屬青年活動中心並非屬旅館業，而係依據「發展觀光條例」第24條第3項規定：「非以營利為目的且供特定對象住宿之場所，由各該目的事業主管機	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
	<p>宿，業務性質已變質，救國團歸內政部輔導，然屬低度管理，觀光局應就救國團經營旅館，提供旅客住宿部分研議處理方式。</p>	<p>關就其安全、經營等事項訂定辦法管理之。」所設置之住宿設施，主管機關為內政部。</p> <p>2. 救國團已訂定「中國青年救國團所轄之青年活動中心住宿場所管理辦法」，於91年報經內政部准予備查在案。有關青年活動中心提供住宿業務，其得住宿之對象在不逾越上開管理辦法之規範下，即無違反「發展觀光條例」之情事，建議內政部函請中國青年救國團各青年活動中心恪遵該管理辦法之規定，並研訂年度查核機制。</p>	
五	<p>臺灣觀光環境不如鄰近國家，在報上時常看到大陸旅客來台觀光低價旅遊團，靠推銷購物補充團費，造成旅客不良印象。如何避免旅遊低價團，提供旅客正常旅遊團，使遊客來台旅遊後能留下良好印象，且避免不必要的困擾，不知觀光局有何措施？</p>	<p>1. 目前大陸人民出境團體遊仍喜愛走馬看花及購物的行程，又由於大陸旅客出國的高消費能力，致給旅行業有低價承攬空間，又購物退佣在各國乃共通現象，旅行社為增加市場產品競爭力，承攬更多團體，乃包裝結合購物退佣之低團費行程。</p> <p>2. 為避免旅行業操作低價團及改善旅遊品質，本局陸續採取相關管理措施：</p> <p>(1) 旅遊品質涉及層面廣泛，本局業按季結合縣市政府辦理擴大聯合稽查，101年7月至102年4月陸續聯合嘉義、南投、高雄、臺北及花蓮等地縣市政府及公路總局等權責機關辦理稽查，共計檢查旅館民宿24家、餐廳20家、購物店22家及遊覽車118輛，缺失部分均由主管機關依法裁處列管改善。</p> <p>(2) 本局持續透過行政院觀光發展推動委員會定期檢討旅遊品質改善措施及執行成效，共同提升旅遊品質；如已協調財稅稽徵機關於今年4月針對接待大陸觀光團數量較大之購物商店，以站崗方式實施稅務查核，以遏阻購物商店逃漏稅等不法情事。</p> <p>(3) 研議規範大陸觀光團所安排購物商店停留時間，避免過多購物店停留時間過長，壓縮景點參觀及行車時間，推動大陸觀光團全面使用GPS遊</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>覽車，俾利團體旅遊行程管理。</p> <p>(4) 自 102 年 5 月 1 日起實施大陸觀光團優質行程審查措施，鼓勵導引旅遊業推出優質行程，優質團體之交通、住宿、團膳、行程及購物安排設定較高要件門檻，以為提升我國整體觀光接待品質及團體報價，逐步調整市場商序與品質。</p> <p>(5) 透過「台旅會」與大陸「海旅會」磋商管道，加強源頭品質管理，協調陸方督導組團社合理收費，相互通報旅遊品質異常訊息，陸方業回應今年將整頓赴臺遊市場秩序，採取有效措施遏制低價競爭。</p>	
六	<p>臺灣的夜市如僅有美食但週邊環境髒亂，將影響觀光形象，對夜市的髒亂部分應如何改善？</p>	<p>1. 有關如何協助改善夜市環境髒亂以提升觀光形象一節，本局雖非夜市主管機關，惟為將臺灣特有夜市文化及美食推廣至國際，本局特舉辦「特色夜市選拔」活動，選定「最環保」、「最友善」、「最有魅力」、「最好逛」、「最美味」等 5 大指標作為評選項目，藉由該活動引起全民關注，以正面方式引導各夜市間相互良性競爭，藉此協助各夜市改善周遭環境清潔，並提醒夜市業者和各縣市政府更加留意環保議題，讓夜市環境及服務品質更向上提升。</p> <p>2. 針對夜市評選委員提出的多項具體改善建議，本局已提供各縣市政府及夜市管委會，作為夜市環境品質改善參考，同時消基會亦針對本局選拔之 10 大夜市調查動線規劃、公廁設置及垃圾桶設置等做成建議事項，本局亦將該項建議轉請各夜市管委會進行改善，營造具國際發展潛力夜市環境。</p>	
七	<p>許多馬來西亞及澳門來的背包客喜歡去清境、墾丁及花東地區旅遊，花東地區的交通及食宿供給是否足夠？</p>	<p>1. 有關清境、墾丁及花東地區旅遊，花東地區的住宿供給是否足夠一節，經查花東地區觀光旅館客源係以本國散客及大陸與日本團客為主。目前花蓮縣合法旅館 129 家（房間數 5,947 間）、合法民宿 835 家（房間數 3,004 間），臺東縣合法旅館 89 家（房間數 4,696 間）、合法民宿 479 家（房間數 1,961 間）。花東地區</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>可提供旅宿之總客房數達 1 萬 5,000 餘間；清境地區合法旅館 6 家（房間數 576 間）、合法民宿 121 家（房間數 607 間），墾丁地區合法旅館 20 家（房間數 1,785 間）、合法民宿 81 家（房間數 366 間），均尚足以因應背包客住宿所需。</p> <p>2. 另有關交通供給是否足夠一節，經查本局近年為提供國內外自由行旅客便捷之交通旅遊服務，輔導縣市政府及各國家風景區管理處規劃串接國內主要交通場站至重要觀光景點間之「台灣好行」景點接駁公車，今年計有 31 條路旅遊路線，於上開區域計有「臺灣好行-墾丁快線、太魯閣線、縱谷鹿野線及東部海岸線等 4 條接駁公車提供服務；另本局亦輔導旅行業者提供具低成行人數、彈性接送及專人導覽性質之預約型套裝旅遊行程，目前共有 58 種套裝旅遊行程，本案區域計有「霧上桃源、清境農場漫活 1 日遊」、「恆春半島全島旅遊線」、「太魯閣峽谷景觀 1 日遊」及「臺東市區 1 日遊」等 16 種行程，提供旅客多樣旅遊選擇。</p>	
八	<p>觀光局要爭取穆斯林市場，惟穆斯林旅客所到之處是要有認證的餐廳才能用餐，臺灣缺乏認證餐廳應如何解決？</p>	<p>本局為爭取穆斯林市場客源，近年積極推動國內接待穆斯林旅遊接待環境改善工作，與中國回教協會合作，包括改善餐飲、住宿、景點，並推出示範行程等。為了符合穆斯林旅客的信仰習慣，本局除了鼓勵旅館業者於客房內製作祈禱方位標誌，並委請該協會積極輔導示範遊程線上之旅館及餐廳，推動清真認證或友善穆斯林餐廳之認證，以期建構穆斯林友善的旅遊環境，迄今累計已認證全臺 33 家飲食業者，包含小吃、一般餐廳及旅館餐飲設施，涵蓋臺北市、新北市、桃園縣、臺南市、臺中市、花蓮縣及臺東縣等縣市，未來將持續輔導主要旅遊景點周邊餐廳及旅館業取得清真認證，打造臺灣成為國際穆斯林旅客安心旅遊的旅遊目的地。</p>	



項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
九	<p>背包客喜歡選擇民宿做為住宿地點，觀光局對於不合法民宿如何輔導是重要的課題。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.輔導未合法民宿合法化，事涉各主管機關權責，本局曾多次邀集中央相關主管機關及各縣市政府召開研商民宿管理與輔導相關事宜協調會議，期協助民宿合法化。</li> <li>2.協助各縣市政府及民宿協會辦理民宿申請登記說明會，說明其流程及裁罰等相關規定。</li> <li>3.協助各縣市政府及相關機關、團體，辦理民宿研習訓練，持續進行民宿輔導相關事宜。</li> <li>4.對於未合法民宿，責成縣市政府應加強府內土地、建管等相關單位之橫向聯繫，分析其無法合法化之原因，及研議輔導合法化具體措施。</li> </ol>	
十	<p>觀光局國際行銷預算不足是重要課題，應儘量爭取。</p>	<p>雖然國際推廣經費預算受限，行銷推廣人力員額不足，本局將經費做最大化效益之利用，並運用創意結合多方力量共同行銷，以多元開放、全球佈局方向推動臺灣觀光各項宣傳計畫，期創造出最大的效果。惟國際觀光市場競爭者眾，復以開拓市場需持續行銷，以為宣傳之持續效益，有效創造來臺旅客人潮。囿於編列預算受限每年按固定比率遞減之規定，爰無法增編行銷預算，本局業於本局預算額度內調整增加國際宣傳推廣預算以為因應。未來將適時將預算困難情形陳報主計機關，尋求解決之道。</p>	
十一	<p>觀光局規劃推動「小費制」，並轉達多數業者建議中央銀行發行 50 元紙鈔，目前以宣導為主但不強制，請問如何宣導鼓勵旅客給小費？而紐西蘭及日本等地均不收小費，可否思考採取將小費含在服務費裡面的做法？</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.關於本局依 102 年 4 月 2 日邀集觀光相關產業座談會中台灣導遊協會建議函請中央銀行評估重新發行 50 元鈔券之可行性，中央銀行發行局業於 5 月 6 日函復基於 50 元鈔券不易回收致年久髒亂、鈔券印製成本較硬幣鑄造費用高、改變使用貨幣習慣涉社會成本龐鉅等，不宜重新發行 50 元鈔券。</li> <li>2.關於如何宣導旅客給小費一節，本局係透過相關觀光管道向來臺旅客、導遊及旅館業進行宣導，建議旅客視服務滿意度酌予觀光產業基層服務人員小費，作法如下： (1) 針對各國來臺客源市場及大陸自由行</li> </ol>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>旅客部分，於臺灣觀光資訊網各種語言版本之「Useful Information」、「來臺旅遊須知」揭示上開文字。</p> <p>(2) 針對大陸觀光團體部分，於大陸旅客來臺旅遊須知摺頁中揭示「當您接受到旅館服務人員良好服務時，建議您酌給小費以資鼓勵。」</p> <p>(3) 針對導遊人員部分，於適當場合由各旅行商業同業公會及導遊協會宣導導遊人員接待來臺觀光旅客可適時向旅客宣導給予小費。</p> <p>3.關於紐西蘭及日本等地均不收小費，可否思考將小費含在服務費之做法一節，按給予小費係長期演進且約定成俗之習慣，不同國家、不同地區給予小費的習慣亦不相同；經瞭解紐西蘭在餐廳用餐不須給小費，惟住宿飯店給予行李員及客房清潔人員小費係國際禮儀，倘旅客自願給予，服務人員亦會收取；至日本因當地文化習性故不收取任何小費。至於小費屬贈與性質，無強制性，係旅客對於服務肯定而出於自願給與，無對價關係，亦無債權債務關係，無需課稅；而服務費為業者銷售產品所收取價金之一部分，屬於營業收入性質，應列入銷售額課稅，故與小費有別，小費不宜內含在服務費中。</p> <p>4.關於政府應介入請業者將小費回饋至基層人員一節，依旅行業管理規則第 23 條之 1 規定，旅行業委請導遊人員帶團，應簽訂契約並給付報酬，且其報酬不得以小費、購物佣金或其他名目抵替之，該條規範目的在於減少導遊人員與旅行業間之報酬爭議，確保旅遊服務品質。至於旅行業或旅館業者是否收回導遊人員及旅館業基層服務人員收取之小費，因該等人員係小費直接收受對象，倘渠等收取小費後依循與業者之約定將小費繳交業者，基於私法自治及契約自由原則，在不抵觸本局管理規則情形下，仍尊重業者與從業人員間之約定。</p>	
十二	臺灣的觀光景點如何讓遊客一來再	1.為提供旅客安心旅遊資訊及相關協助，	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
	<p>來，且能推薦給親友，例如日本給人的印象是治安良好，台灣應該讓旅客覺得安心，清楚讓旅客瞭解發生緊急事故時，觀光局如何提供旅客安心旅遊資訊及相關協助，例如：旅客來臺旅遊，如有有任何問題，可以透過一通電話立即得到相關協助。</p>	<p>本局已於網站（<a href="http://www.taiwan.net.tw">http://www.taiwan.net.tw</a>）設置「旅遊景點」、「民俗節慶」、「食在臺灣」、「購物萬象」、「遊程規劃」、「住宿指南」、「交通資訊」等專區，並規劃美食、文化、溫泉、樂活、離島、生態、鐵道及夜市等 6 大主題行程；復為擴大旅遊服務層面，除於桃園及高雄國際機場設置旅客服務中心，提供旅客觀光諮詢、機場設施指引、航情答詢、申訴處理、緊急通報等服務外，並已設立觀光諮詢熱線（電話：02-2717-3737；服務時間為 08:00-19:00）及 Call Center 24 小時免付費旅遊諮詢熱線（電話：0800-011765），提供來臺旅客全方位旅遊諮詢服務。</p> <p>2. 為使國內外旅客能便捷的取得各類觀光旅遊資訊、深入了解國內各重要觀光景點並提供旅遊所需之協助，以創造友善旅遊環境，提昇旅遊服務品質，本局輔導地方政府於全臺主要交通場站及遊憩據點依其區位特性及服務性質，各提供不同服務，第 1 層級為設置於國際機場(桃園、高雄、松山國際機場)等 3 處之旅客服務中心，主要為加強服務國際旅客；第 2 層級為設置於國內重要交通節點場站(火車站、高鐵站、航空站、捷運車站)等 47 處之旅遊服務中心，其提供資訊服務範圍以區域性（北、中、南、東地區）為主；第 3 層級為設置於國家風景區遊憩據點之遊客中心，計有 51 處，其服務範圍以該遊憩據點所在及周邊地區為主。</p> <p>3. 經統計各地第二層級旅遊服務中心 101 年到站人次為 510 萬 8,681 人次，並提供 258 萬 902 人次旅遊諮詢服務，其中外國諮詢旅客為 96 萬 7,895 人次，佔旅遊諮詢服務總人次 37.5%。</p> <p>4. 另本局為提供國內外旅客旅遊諮詢服務，均印有 0800-011765 服務專線（中、英、日、韓語服務）電話貼紙供各地旅服中心、「臺灣好行」及「臺灣觀巴」車輛內張貼，俾供旅客撥打使用。</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>5.另為保障旅客權益，本局已要求旅行業辦理旅遊時，應提供合法遊樂設施、住宿設施、交通工具及注意安全維護，倘發生緊急事故，並應為迅速、妥適之處理，對受害旅客家屬提供必要之協助；本局並已彙製完成「旅遊安全維護及緊急意外事故處理作業手冊」，請旅行業參考採行，確實要求所屬線控及領隊人員遵守執行，以維護旅客消費權益。</p>	
十三	<p>推動觀光，交通便利性很重要，觀光局是否在住宿地點提供附近景點清楚的交通系統圖？</p>	<p>有關於住宿地點提供附近景點交通系統圖一節，經查本局長年編印北、中、南、東臺灣旅遊簡介、「臺灣好行」景點接駁旅遊服務摺頁及「臺灣觀巴」套裝旅遊行程摺頁與手冊等文宣，皆分送至各地旅服中心供旅客索閱，且受理提供各地旅宿業申請臺灣旅遊簡介供住客參閱，俾提升旅遊友善度。</p>	
十四	<p>觀光局對於維護遊客的安全性，如遊覽車的司機、車輛安檢、道路狀況及景點安全等有哪些積極性作法？</p>	<p>1.針對遊覽車駕駛執業及強化旅遊安全，本局配合交通部公路總局相關公路法規對駕駛工時等規定，業於旅行業管理規則第37條明訂旅行業與隨團服務人員租用遊覽車應遵守事項，使用合法業者提供之合法交通工具及合格之駕駛人，以及確認車輛安全狀況及駕駛人條件等；本局並自101年3月5日起增訂規範旅行業應妥適安排旅遊行程，不得使遊覽車駕駛違反汽車運輸業管理法規有關超時工作規定。為向旅行業者宣導合理用車需求，本局亦函請各旅行商業同業公會轉知會員旅行社，妥善規劃旅遊行程，安排遊覽車駕駛人員之駕車及休息時間，避免疲勞駕車</p> <p>2.另本局所推動之「臺灣好行」景點接駁公車及「臺灣觀巴」套裝旅遊行程，其路線之擇定須經評選會議審查，且車輛及駕駛皆由各公路主管機關統一管理。</p> <p>3.為管控大陸觀光團旅遊品質，本局積極辦理下列措施：  (1)行程安排應合理：團體入境前即透過事前審核，審查旅行社所安排行程、餐食、住宿等接待項目，如行程安排有緊湊趨趕，影響旅遊品質者，立即</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>責請旅行社調整改善後，方得以通過行程審核，再由移民署進行後續審查；本局並於「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團品質注意事項」，規範旅行業及導遊人員辦理接待大陸地區人民來臺觀光團體業務，行程安排須合理，不應過分緊湊趕行程或影響旅遊品質。又為強化「行程安排」及「駕駛人工時」之管制措施，避免旅行業及導遊人員不當之行程安排，致接待車輛駕駛人須超時工作始能完成，進而升高駕駛人疲勞駕駛衍生事故之風險，本局自 101 年 10 月 3 日起增訂「如安排全程搭乘接待車輛之環島行程以 8 天 7 夜為原則，少於 8 天 7 夜者，應搭配航空或高速鐵路運輸。行程安排應平均分配接待車輛每日行駛里程，平均每日並不得超過 250 公里」，並明定「遊覽車駕駛人勞動工時不得違反『勞動基準法』及『汽車運輸業管理規則』之規定」，俾利旅行業及導遊人員遵循。</p> <p>(2) 持續辦理稽查：訂定「大陸觀光團旅遊重點地區品質及安全稽查執行計畫」，邀集公路總局、地方政府（觀光、建管、工商、消防、消保、衛生、警察單位）及中華民國旅行業品質保障協會，就大陸觀光團常前往旅遊景點之旅館、餐廳、購物店及使用之遊覽車不定期進行品質及安全查核。相關稽查缺失，由各相關權責單位及縣市政府依法處理並持續追蹤考核，務必督促業者儘速改善完成。</p> <p>4. 旅客分流及景點預報：</p> <p>(1) 熱門景點旅客人數預報：針對觀光團造訪之熱門景點（如故宮、101 大樓、野柳、日月潭、阿里山及太魯閣等地）建置人數預報機制，發布當日及未來 1 週大陸觀光團團數及人數，提供景點管理單位流量管制及旅行業安排行程之參據。例如：國立故宮博物院已實施人流控管，團體需事先預約</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>語音導覽設備；太魯閣國家公園為避免車輛及遊客過度集中造成壅塞，大型遊覽車（含中巴）入園均需預約登記；阿里山森林遊樂區實施網路預約申請等分流措施。</p> <p>(2) 推廣分區深度旅遊，有效分流旅客：阿里山、日月潭、太魯閣等地向為大陸旅客來台旅遊之重要景點，造成該等景點之陸客人數較多，為改善此種現象，本局輔導旅行業研發創新旅遊產品，向大陸旅客推廣區域性、短天數（5-7天）、深度的旅遊方式，以主題旅遊方式進行深度旅遊，使旅客充份體驗高品質之服務，並透過市場導引及旅行業之操作輔導以改善旅客過於集中重點景點之情形。</p> <p>5. 強化風景區旅遊安全橫向聯繫及通報：函請各相關業務聯繫窗口加強辦理業務聯繫事宜；包含氣象道路安全訊息通報、景點風景區之流量管理及秩序維護、提供行政管理資訊等。</p> <p>6. 本局於連續假期期間將各主要觀光遊樂地區依權轄單位劃分為14大責任分區，辦理交通疏運工作，協調道路主管及警察單位協助交通疏導，闢設臨時停車空間，加強風景區內清潔維護，以紓解觀光遊樂地區停車及聯外道路交通瓶頸等問題，期能減少連續假期期間觀光遊樂地區聯外道路交通壅塞度，提供民眾「安全」、「整潔」、「友善」之旅遊環境</p> <p>7. 有關景點安全維護部分，鑑於旅遊安全問題牽涉範圍廣泛，包含道路交通、建管消防、各類服務設施及各不同目的事業主管機關管理範圍。本局對於觀光風景區旅遊採行安全督導機制如下：</p> <p>(1) 國家風景區督導考核：本局業訂定「國家級風景特定區經營管理與安全維護督導考核作業要點」，規定各國家風景區管理處每年檢討研訂經營管理與安全維護年度執行計畫，每月辦理平時檢查，每季報請本局查核。本局則對管理處每年辦理督導考核。</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>(2) 觀光遊樂業督導考核：本局依據「觀光遊樂業管理規則」及「觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業要點」規定，邀請權責機關及專家學者組成考核小組，辦理觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業。各縣市政府亦需辦理定期檢查，並將檢查結果陳報本局備查。</p> <p>(2) 「公共安全管理白皮書」實施計畫（觀光地區遊樂設施安全管理）督導計畫辦理情形：行政院災害防救委員會於 93 年 6 月 9 日訂頒「公共安全管理白皮書」實施計畫，其中「觀光地區遊樂設施安全管理」項目，由各權責主管機關持續辦理；另並由本局訂定督導計畫，要求各權責部會及直轄市、縣市政府確實執行公共安全管理工作，並於每年 6 月及 12 月填報督導成果表，由本局彙整後函送行政院災害防救委員會（現已改制為行政院秘書處災害防救辦公室）備查。</p>	
十五	<p>觀光局如何搭配相關單位加強抽查食品衛生安全？第一線人員衛生情況（例如服裝整齊、戴口罩等）如何？日本有推動食品安全相關認證，觀光局是否有相關認證，方便旅客辨識？</p>	<p>本局業訂定「大陸觀光團旅遊重點地區品質及安全稽查執行計畫」，按季會同各縣（市）政府工商、消保、衛生等單位聯合稽查大陸觀光團旅遊重點地區之餐廳及購物店，自 101 年 7 月至 102 年 4 月業陸續協調嘉義縣市、南投縣、高雄市、臺北市及花蓮縣政府，計檢查 20 家餐廳及 22 家購物店，並請各縣（市）政府衛生單位就稽查所發現的缺失，依法裁處或列管追蹤改善。我國食品衛生安全係由衛生署主政，其所轄衛生單位就業者辦理有例行檢查，該署並推動有 HACCP 食品安全相關認證，本局並就觀光旅館業參加 HACCP 認證，給予獎勵補助；該署為提升國內餐飲業之食品衛生安全品質，並每年函送本局上年度衛生優良餐飲業者名單，101 年度名單業於 102 年 3 月公告於本局行政資訊網及大陸人士來臺觀光通報系統，供業者安排團膳參考。另本局業評選推行「臺灣團餐特色餐廳」，以推廣在地美食、推薦</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		國內外旅行團選用，101年選出之30家已納入大陸觀光團優質行程措施之規範項目，102年並將賡續辦理，預計將再選出100家供旅行社應用。	
十六	提昇整體環境清潔度（例如道路、廁所），這部分當然要地方單位全力配合，而觀光局如何透過整合協調機制提升景點環境清潔？	<p>1.有關提昇我國整體環境清潔，前經行政院交請環保署會商相關單位，研擬「清淨家園全民運動計畫」，除請各地方政府環境保護局及鄉鎮市清潔隊加強環境清潔維護，並請各政府機關清掃辦公廳舍，並擴及辦公室周邊50公尺範圍，期結合民間及社區，用「以公帶私」方式，提昇臺灣環境整體清潔度。另環保署主政推動臺灣公廁品質5年提昇計畫，責由各公廁設置管理機關確實維護管理，增加使用尖峰時段清掃頻度，並借助環保義工團體考察評比，績優者給予「優良公廁」標誌，執行不力者列冊管理，加強督導。</p> <p>2.本局除要求各景區管理單位維護環境清潔，並持續加強環境美化工作，並將前述環境清潔及公廁品質之維護工作，列為每年度督導定期督導考核風景區管理單位之重要評比項目，藉由評比、競賽、觀摩，使各景區重視及執行環境整潔美化工作，使臺灣更具有觀光競爭力，本局所屬管理處執行在「清淨家園全民運動計畫」時，亦確實結合地區民眾、社區及機關團體共同維護景點環境，配合旅遊旺季前辦理「淨灘」、「淨山」等全民運動，獲得社會好評，101年度本局北海岸及觀音山國家風景區管理處，即經環保團體委員評比為全國第1名，並在觀音山辦理全國性之示範觀摩。</p>	
十七	臺灣各景點道路及景點標示是否已達國際化，資料正確性如何？	<p>1.為協助提升地方遊憩環境設施品質及觀光產業國際競爭力，本局歷年均編列經費補助各地方政府辦理遊憩設施整建及服務品質提升工作，其範疇包含觀光路廊營造、遊客服務設施改善、景點串聯設施整備、導覽解說及指示標誌等，全面提升地方觀光遊憩環境品質。</p> <p>2.有關導覽解說及指示標誌，近年來皆輔導採用雙語化指標，以落實推展國際觀</p>	



項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>光之基礎工作；道路指標則由觀光單位提出需求，交由公路單位統一設置。</p> <p>3.另本局為提供用路人明確指引，業訂頒「觀光遊樂地區申請設置道路交通指示標誌審核要點」，各觀光遊樂地區均可視需要依規申請設置交通指示標誌牌面，並於牌面加註英文及特定圖案，提供友善導引資訊。</p>	
十八	<p>觀光局如何提昇民宿品質，對安全、合格之民宿如何加強審核及輔導，並提供認證？</p>	<p>1.本局已輔導成立「中華民國民宿協會全國聯合會」、「臺灣民宿協會」及縣市民宿協會等計 20 個民宿協會。另為提升民宿服務水準，協助各縣市政府、民宿協會等相關單位，辦理民宿研習訓練，持續進行民宿輔導相關事宜。</p> <p>2.為輔導民宿與國際接軌，提升其服務品質，本局以鼓勵合法、獎勵優質之理念，推動好客民宿認證，並已建置完成「臺灣旅宿網」(<a href="http://taiwanstay.net.tw">http://taiwanstay.net.tw</a>)，加強好客民宿之品牌行銷。</p>	
十九	<p>觀光局是否針對住宿相關設施做市場總量評估，以因應來臺旅客數量增加與品質的提昇？</p>	<p>1.在量的增加，現有合法旅館及民宿尚足以容納國際及國內旅遊住宿需求，且依據本局研究調查結果，預估 105 年千萬旅客來臺，平均國際旅客每日住宿總需求約 10 萬 972 間客房，國人旅遊平均每日住宿需求約 3 萬 300 間客房，合計 105 年平均每日總住宿需求約 13 萬 1,300 間客房。以目前合法旅館及民宿總房間數為 15 萬 7,000 間，加上未來開幕旅館之供給量，尚足以因應未來國際及國內旅遊住宿需求。</p> <p>2.另為提升旅館業整體住宿設施品質，本局除辦理星級旅館評鑑，以供旅館業者及消費者做不同市場定位之區隔，另亦設有品質提升補助規劃設計費、取得專業驗證補助、星級旅館加入國內、外連鎖品牌補助等獎勵辦法，以鼓勵旅館業者提升軟、硬體服務品質。</p>	
二十	<p>UNWTO 預測 2013 年全球旅客成長率以亞太地區成長最樂觀的依據為何？因歐洲經濟復甦未如預期，是否主因於陸客出國旅遊人次的大幅成長？此問題涉及我國觀光市場</p>	<p>1.UNWTO 預估 2013 年全球國際旅客人數將呈微幅成長 (+3%至 4%)，其中以亞太區域擔任領頭羊，預期可成長 5-6%。其主要係依據 UNWTO 旅遊信心指數 (Tourism Confidence Index) 分析而來，</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
	是否實質受益，值得探討。	<p>該指數係由 UNWTO 秘書處遴選 UNWTO 公私部門組織會員中約 300 名的專家代表小組，自 2003 年起每隔 4 個月以電子郵件方式進行調查，據以瞭解過去 4 個月的旅遊變化以及未來 4 個月的旅遊趨勢。</p> <p>2. 另 2012 年陸客海外旅遊創 8,318 萬人次，且成為世界第一之旅遊消費國家，消費金額達 1,020 億，成為全球最大之旅遊消費國。在過去的 10 年，中國大陸已是全球成長最快速的旅遊市場，主要歸功於人民可支配收入增加、旅遊限制放寬，以及人民幣升值刺激的消費動能。查陸客 2012 年赴香港達 3,500 萬人次，澳門達 1,700 萬人次，韓國 284 萬人次，臺灣 259 萬人次，日本 143 萬，新、馬各 150 萬人次，計約 6,000 萬人次集中於東北亞及東南亞區域，顯示陸客海外旅遊趨向短距離及較短天數之鄰近亞太地區，致 UNWTO 預估亞太地區仍是 2013 年全球旅遊市場之領頭羊。此趨勢有利於我國持續推廣陸客來臺市場。</p> <p>3. 陸客去年來臺創匯約達新臺幣 1,500 億元，其每人每日消費額亦逐年微幅成長，由 97 年的 231 美元成長至 101 年的 265 美元，由於陸客來臺購物消費居各市場之冠，故量質併重之陸客市場，有助於我國整體觀光長期之發展。</p>	
二十一	<p>香港在 2012 年旅客成長快速，在扣除大陸及港澳旅客後，仍有高達 1,282 萬國際旅客，主要由航空進入。香港地方很小，可參觀景點有限，但仍能讓遊客停留日數達 3.6 天，觀光外匯收入也高達 277 億美金，是值得觀察及持續取經的對象。而來臺旅客雖有 64% 以觀光為目的，但扣除陸客後，觀光目的旅客的比例為何？</p>	<p>1. 各國統計國際旅客人次(或旅次)一般係計算其入境人數，惟依據 UNWTO 對於國際觀光客所下的定義則係專指入境停留期間至少一晚但不超過一年者，另可再依其到訪的主要目的作純觀光、商務或探親等類別。</p> <p>2. 查香港 2012 年國際旅客雖達 4,800 萬人次，但若依上述 UNWTO 對國際觀光客之定義，則約僅 49% 為過夜觀光客，其餘 51% 均為不過夜旅客。另香港觀光外匯收入雖達 317 億美元，惟若計算每人每日平均消費額，則僅 184 美元，平均停留夜數 3.5 夜，均較我國低且呈下滑趨勢。</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>3.反觀臺灣，101年來臺旅客為731萬人次，其中709萬(約占97%)為UNWTO定義之過夜國際觀光客，平均停留夜數6.87夜，均優於香港，觀光外匯收入約達116億美元，其中除大陸觀光團人數持續增加外，日本及港澳來臺亦分別成長10.62%及24.26%，均創歷史新高。整體來臺旅客觀光目的別，由97年的46%逐年成長至101年的64%；扣除中國大陸旅客來臺人次後，觀光目的別則由97年的48%成長至101年的56%，呈現同步上揚趨勢。</p> <p>3.呼應本局於近年來國際行銷宣傳，策重整體市場之均衡發展，且已達一定成效。</p>	
二十二	<p>陸客組團來臺的比例約佔8成，市場傳聞陸客團是一種集體壟斷的現象，市場在大陸手中，甚至傳聞來臺團費為每日30元美金，因此應探討團費、購物費占總收入的比例為何？從中解析，以提升旅遊品質。而境外刷卡問題宜請金管會積極防範處理，並請觀光局在相關場合適時提出，同時請業者遵守相關規定。</p>	<p>1.有關傳聞來臺團費價格偏低，係因大陸人民出境團體遊仍喜愛走馬看花及購物行程，旅客具高消費力，致旅行業有低價承攬空間，惟為維護旅遊品質，本局爰採取限制接待費用下限之控管機制，於「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團品質注意事項」規範每人每夜最低接待費用60美元，該項最低接待費用係依團費支出結構之基礎計算(包括住宿、餐費、交通費、門票、導遊出差費、雜支及合理作業利潤等)，為維持基本旅遊品質，根據調查旅行業接待成本大多每人每夜60美元以上。</p> <p>2.陸客來臺觀光涉及業務範圍廣泛，本局職掌除行銷推廣外，在行業管理方面僅負責旅行業、觀光旅館業、觀光遊樂業及國家風景區之管理，而旅行業為提升競爭力，投資餐廳、飯店、購物商店、遊覽車等周邊行業，於各國團客旅遊市場皆屬常有之經營方式，關於陸資進入我國旅遊市場一條龍服務型態，由於陸資來臺投資係由經濟部投資審議委員會依「臺灣地區與大陸地區人民關係條例」及「大陸地區人民來臺投資許可辦法」審查。本局如獲相關資訊或發現國內旅行社涉有大陸資金之虞時，將列為重點稽查對象，並移送權責機關處理。</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>3.另有關購物亂象問題，觀光局已積極加強旅行購物保障制度之功能，並透過行政院觀光發展推動委員會召開專案會議，協調相關主管機關積極查緝觀光犯罪，由主管機關(行政院消保處、經濟部、財政部、金管會、法務部等)落實執行購物商店稅務稽查、商品標價及標示查核、查緝假(劣)貨、私設銀聯卡刷卡機，以遏阻不法情事。</p>	
二十三	<p>據聞港資(含陸資)旅行社已在臺經營購物店及旅館，並安排陸客前往，此現象觀光局目前掌握的資訊為何？</p>	<p>1.旅行業為提升競爭力，投資餐廳、飯店、購物商店等周邊行業，於各國團客旅遊市場皆屬常有之經營方式，且上游事業介入下游事業為結合之「一條龍」問題，在產業界亦屬常見的現象(例如：中油、台塑)，如未違反相關法令，政府似難干涉，依據公平交易法規定其市場占有率達4分之1者才須向主管機關申報。</p> <p>2.外資(含陸、港資)來臺投資，其投資資金須經由經濟部投資審議委員會審查核准後，始得將資金匯入臺灣投資，據查相關資訊如下：</p> <p>(1)旅行業及一般旅館業部分，因不在經濟部開放陸資來臺投資業別項目中，暫無投資資料，惟旅行業部分，據媒體報導已有少數旅行者之經營摻有外資之資金，或由境外第3地設立公司轉投資，或有疑似陸資背景之港澳人士來臺設立分支機構，惟尚屬聽聞。</p> <p>(2)現行法規未限制港資來臺開設公司，故目前來臺投資之港資、澳資旅行社、購物店均為合法設立公司；惟是否已形成「一條龍」形式，經透過旅行業界瞭解尚屬聽聞，未獲相關具體事證。</p> <p>(3)據了解目前尚無陸資、港資旅行社在臺經營觀光旅館情事。</p> <p>3.另觀光旅館業於98年6月納入經濟部開放陸資來臺投資業別，截至102年4月底中國大陸共計有3個投資案件，【註：其中廈門華天港澳台商購物有限公司所</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>投資金門延銘開發建設有限公司，因其觀光旅館業設立資格為投審會取消，爰實際挹注資金計畫經營觀光旅館業者只有 2 件】相關資料如下：</p> <p>(1)金門延銘開發建設有限公司</p> <p>◎陸資投資人名稱：廈門華天港澳台商購物有限公司。</p> <p>◎核准設立日期：99 年 10 月 28 日。</p> <p>◎資本總額：1 億 360 萬元。(投審會於 102 年 3 月 26 日第 1093 次委員會議通過，取消其觀光旅館業設立資格)</p> <p>◎觀光旅館：尚未向本局提出申請，尚未登記觀光旅館業。</p> <p>(2)金門陸島酒店有限公司</p> <p>◎陸資投資人名稱：廈門陸島酒店有限公司。</p> <p>◎核准設立日期：101 年 10 月 29 日。</p> <p>◎資本總額：589 萬 340 元。</p> <p>◎觀光旅館：陸島酒店(101 年 9 月 13 日核准籌設)</p> <p>(3)金門華天國際酒店股份有限公司</p> <p>◎陸資投資人名稱：金門延銘開發建設有限公司轉投資。</p> <p>◎核准設立日期：尚未完成公司登記(投審會於 102 年 3 月 26 日第 1093 次委員會議通過)。</p> <p>◎資本總額：預計約 18 億元。</p> <p>◎觀光旅館：尚未向本局提出申請。</p>	
二十四	現有合法旅館及民宿總房間數為 15.7 萬間，可否同時容納國際及國內旅遊住宿需求？	現有合法旅館及民宿尚足以容納國際及國內旅遊住宿需求。經查目前國內現有的住宿供給，截至 102 年 4 月底，共計有 15 萬 6185 間客房(含觀光旅館 2 萬 5,717 間、一般旅館 11 萬 5,478 間、民宿 1 萬 4,990 間)，另預估至 105 年底，可能再增加 462 家飯店，約 3 萬 2,294 間客房，合計住宿總供給數可達 18 萬 8,479 間。而以 1,000 萬旅客來台預估 105 年住宿需求，平均每日住宿總需求約 10 萬 972 間客房；國人旅遊平均每日住宿需求約 3 萬 300 間客房計算，預估 105 年平均每日總住宿需求約 13 萬 1,300 間客房。以目前合法旅館及民宿總房間數為 15 萬 7,000 間，加上	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		未來供給量，尚足以因應至 105 年國際及國內旅遊住宿需求。	
二十五	簡報資料呈現 98-101 年每年增加百萬旅客來台旅遊，觀光局為觀光所做努力值得肯定。請觀光局提供每年觀光相關產業投資金額、帶動多少就業人口及增加多少收益等相關數據分析資料。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.有關近年觀光產業投資，帶動民間投資：政府以開放大陸人士來臺觀光及多元布局重大關鍵性政策，不僅國際連鎖旅館及本土旅館業者擴大投資，建築業者也跨界加碼投資，97 年到 2012 年 2 月已開業新設旅館計有 482 家、31,626 間房間，投資金額 1,055.51 億元，更新設備的旅館有 995 家，投資金額 218.43 億元，至 105 年 12 月預計完工旅館有 463 家、32,845 間客房數，投資金額 1,928.32 億元，總投資金額 3,202.26 億元。</li> <li>2.有關提高就業人數部分，觀光從業人員（指旅行業(含導遊及領隊)、觀光旅館、一般旅館、民宿、觀光遊樂業之從業人員等）自 97 年 10 萬人次成長至 101 年 16.3 萬人次。(不含間接就業人數)</li> <li>3.有關觀光外匯收入部分，自 97 年的新臺幣 1,871 億元成長至 101 年的 3,400 億元。</li> </ol>	
二十六	臺灣有許多著名美景，但是有些宣傳照片中的景點似乎不容易到達，請觀光局以簡報照片中的「小烏來天空步道」、「臺北市孔廟歷史園區」及「文化學習」三處景點為例，如何透過網路及文宣資訊使國際自由行旅客及國內旅客可瞭解相關風景區或活動體驗區之交通可及性、便利性資訊，並可快速到達。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.本局各駐外辦事處皆有經營當地語文版網站，提供旅遊資訊供國際旅客了解，並製作各式主題文宣（如國際光點、自行車等）供國際旅客索取。</li> <li>2.摺頁等資料業先行陳送在案，檢附網路資訊及路線等相關資料彙整表。</li> </ol>	
二十七	請觀光局就下列所提之問題提供書面資料： (一) 目前陸客團團費的平均收入情形。 (二) 大陸旅客住宿港資投資旅館及於專賣陸客商店購物之現況。 (三) 就目前來臺旅客人數及住宿日數，旅館數量應該不足以提供日後增加旅客住宿，請觀光局分析國內現有旅館及民宿房間總數是否足夠國際	(一) 目前陸客團團費的平均收入情形： <ol style="list-style-type: none"> <li>1.大陸旅遊產品價格戰，低價攬客參團：大陸原本即就是高度競爭的市場，「價格戰」為該地組團社攬客的常用手段；其中，更有業者以「零負團費」攬客或組團至世界各地旅遊（大陸組團社以成本價甚至低於成本價的價格，誘導、欺騙旅遊者參團，然後通過強迫購物、參加另行付費旅遊項目等方式，獲取回扣，以彌補成本的旅遊經營行為），並以大陸國內旅遊、東南亞與香港旅遊最為嚴重。</li> </ol>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
	及國內旅客住宿情形。	<p>據了解，大陸來臺觀光團並未出現「零負團費」，惟 101 年大陸組團社招攬來臺旅遊產品價格，中低價位團（低於 40 美金）約 8 成，其中，低價團（30 美金以下）超過 7 成，顯示整個大陸地區來臺旅遊市場價格競爭極為激烈。</p> <p>2. 市場機制決定接團價格：香港是較臺灣早 25 年為大陸居民可前往旅遊地區，香港旅行業熟悉大陸業者及旅客習性，自開放陸客來臺觀光後，紛紛來臺投資，並結合香港資源搶食臺灣市場，港資購物商店慣與操作低價團旅行社結合(俗稱一條龍的產業鏈)，以高退佣、人頭費或資金援助方式支撐部分接待社大量低價接團。</p> <p>大陸組團社砍價，加上接待旅行社殺價接團，使大陸觀光團接團費用從 97 年 50 美元逐漸降低至 15-20 美元。惟據了解，大陸沿海與部分內陸省市區之旅客，因旅客意識高漲，已有出現拒絕低價購物團之情形，旅客不理性消費狀況已不若以往，接待旅行社欲透過「賭團」(低價競爭接團，透過購物佣金彌補團費)接待該地區觀光團，取得收支平衡之難度增高；市場機制使然，該地區接團費已有上漲趨勢，如浙江、廣東、福建 8 天 7 夜團，每人每夜已回升至 35 至 40 美元。</p> <p>3. 由於各組團社按產品天數、行程內容及住宿級別等，皆規劃有高、中、低不同報價之旅遊產品，市場雖有低價團存在，但非全然低價。目前兩岸組接團費用，係由市場機制自行決定，組團社實際給付地接社之費用，屬雙方業務保密事項，取得難度極高。</p> <p>4. 本局為保持市場自由交易機制，並維護旅客權益，制定有「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光旅遊團品質注意事項」，約束業者接待品質。</p> <p>(二) 大陸旅客住宿港資投資旅館及於專賣陸客商店購物之現況：</p> <p>1. 旅行業為提升競爭力，投資餐廳、飯店</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>、購物商店等周邊行業，於各國團客旅遊市場皆屬常有之經營方式，且上游事業介入下游事業為結合之「一條龍」問題，在產業界亦屬常見的現象（例如：中油、台塑），如未違反相關法令，政府似難干涉，依據公平交易法規定其市場占有率達 4 分之 1 者才須向主管機關申報。</p> <p>2. 外資（含陸、港資）來臺投資，其投資資金須經由經濟部投資審議委員會審查核准後，始得將資金匯入臺灣投資，據查相關資訊如下：</p> <p>(1) 旅行業及一般旅館業部分，因不在經濟部開放陸資來臺投資業別項目中，暫無投資資料，惟旅行業部分，據媒體報導已有少數旅行業者之經營摻有外資之資金，或由境外第 3 地設立公司轉投資，或有疑似陸資背景之港澳人士來臺設立分支機構，然而目前上述港資來臺投資方式，是否已形成「一條龍」形式，經透過旅行業界瞭解尚屬聽聞，未獲相關事證。</p> <p>(2) 現行法規未限制港資來臺開設公司，故目前來臺投資之港資、澳資旅行社、購物店均為合法設立公司；本局業於 102 年 5 月 23 日函請主管機關經濟部提供相關購物店名單。</p> <p>(3) 據了解目前尚無陸資、港資旅行社在臺經營觀光旅館情事。</p> <p>3. 另觀光旅館業於 98 年 6 月納入經濟部開放陸資來臺投資業別，截至 102 年 4 月底中國大陸共計有 3 個投資案件，【註：其中廈門華天港澳台商購物有限公司所投資金門延銘開發建設有限公司，因其觀光旅館業設立資格為投審會取消，爰實際挹注資金計畫經營觀光旅館業者只有 2 件】相關資料如下：</p> <p>(1) 金門延銘開發建設有限公司</p> <p>◎陸資投資人名稱：廈門華天港澳台商購物有限公司。</p> <p>◎核准設立日期：99 年 10 月 28 日。</p> <p>◎資本總額：1 億 360 萬元。（投審會於</p>	



項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>102年3月26日第1093次委員會議通過，取消其觀光旅館業設立資格)</p> <p>◎觀光旅館：尚未向本局提出申請，尚未登記觀光旅館業。</p> <p>(2)金門陸島酒店有限公司</p> <p>◎陸資投資人名稱：廈門陸島酒店有限公司。</p> <p>◎核准設立日期：101年10月29日。</p> <p>◎資本總額：589萬340元。</p> <p>◎觀光旅館：陸島酒店(101年9月13日核准籌設)</p> <p>(3)金門華天國際酒店股份有限公司</p> <p>◎陸資投資人名稱：金門延銘開發建設有限公司轉投資。</p> <p>◎核准設立日期：尚未完成公司登記(投審會於102年3月26日第1093次委員會議通過)。</p> <p>◎資本總額：預計約18億元。</p> <p>◎觀光旅館：尚未向本局提出申請。</p> <p>(三)就目前來臺旅客人數及住宿日數，分析國內現有旅館及民宿房間總數是否足夠國際及國內旅客住宿情形：</p> <p>1.經查目前國內現有的住宿供給，截至102年4月底，共計有15萬6185間客房(含觀光旅館2萬5,717間、一般旅館11萬5,478間、民宿1萬4,990間)，另預估至105年底，可能再增加462家飯店，約3萬2,294間客房，合計住宿總供給數可達18萬8,479間。</p> <p>2.而以1,000萬旅客來臺預估105年住宿需求，平均每日住宿總需求約10萬972間客房；國人旅遊平均每日住宿需求約3萬300間客房計算，預估105年平均每日總住宿需求約13萬1,300間客房。</p> <p>3.以目前合法旅館及民宿總房間數為15萬7,000間，加上未來供給量，尚足以因應至105年國際及國內旅遊住宿需求。</p>	
二十八	有關國內各星級旅館、一般旅館及民宿房間數，如以千萬旅客為目標，尚需多少房間數，請列表說明？	1.經查目前國內現有的住宿供給，截至102年4月底，共計有15萬6185間客房，包含觀光旅館2萬5,717間、一般旅館11萬5,478間、民宿1萬4,990間。另預估至105年底，未來可能再增加462	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>家飯店，約 3 萬 2,294 間客房，合計住宿總供給數可達 18 萬 8,479 間。</p> <p>2. 預估 105 年千萬旅客之住宿需求部分，來臺旅客若依來臺目的分為觀光(65%)、業務(25%)及其他(10%)3 大類，分別計算住宿需求，則平均每日住宿總需求約 10 萬 972 間客房；國人旅遊住宿則考量近年國人國內旅遊情況已趨穩定，以 100 年旅遊情況來預估，則平均每日住宿需求約 3 萬 300 間客房。合計來臺旅客及國人旅遊，預估 105 年平均每日總住宿需求約 13 萬 1,300 間客房。</p> <p>3. 依上開住宿供需計算結果，以目前現有加上未來預計開幕的住宿供給，應足以滿足 105 年千萬旅客來臺時的住宿需求。</p>	
二十九	請說明境外包機來臺獎助要點之內容及今年 4 月份來臺情形細目。	<p>交通部觀光局推動境外包機來臺獎助要點內容及各市場來臺情形如下述：</p> <p>1. 本要點獎助對象為經營國際包機業務之航空公司或送客來臺及辦理國際包機業務，經當地國主管機關或我國立案認可經營國際包機之旅行社，但大陸地區包機之獎助以經本局核准辦理大陸地區人民來臺從事觀光活動業務，且最近三年未因接待品質不良經本局處分之旅行社為限。每架次獎助額度依「推動境外包機來臺獎助」要點第 4 點規定辦理：其每架次包機旅客未達一百人者，依人數比例折減；其未達五十人者，不予獎助。</p> <p>抵離機場不同者，得擇優申請。</p> <p>(1) 香港、澳門及非大陸地區包機者，其獎助額度如下：</p> <p>◎ 抵離臺灣桃園、高雄小港兩國際機場：日本地區日幣一百萬元。韓國地區韓圓六百二十五萬元。日本韓國以外之地區美金三千七百五十元。</p> <p>◎ 抵離其他機場：日本地區日幣一百二十五萬元。韓國地區韓圓七百五十萬元。日本韓國以外之地區美金五千元。</p> <p>(2) 客源市場為大陸地區之包機抵離臺灣桃園及臺北松山以外之機場且旅客停留班機抵離縣市滿五小時以上者，為新臺幣</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>十六萬元。</p> <p>(3)募集之獎助額度，依廣告費二分之一計算；其客源市場為大陸地區者，不予獎助。但最高以下列金額為限。日本地區日幣四十五萬元。韓國地區韓圓三百萬元。日本韓國以外之地區美金二千五百元。</p> <p>(4)以包機一架次搭配定期航班者，包機費用之獎助額度，依第二項規定額度二分之一計算；募集之獎助額度，依前項規定。</p> <p>(5)我國境內旅行社或航空公司申請者獎助額度匯率折算方式，以包機抵臺當日臺灣銀行賣出即期參考匯率為依據折算新臺幣；其為假日者，以前一個工作天匯率折算。但依前項申請者，非以包機來臺時，以離臺當日匯率折算。</p> <p>2.申請單位應於包機來臺 15 日前提出申請表及募集企劃書送本局駐外辦事處轉本局審核，臺灣境內旅行社或公司申請者則逕送本局審核。</p> <p>3.申請單位於計畫執行完成後 1 個月內將成果資料、航空公司出具包機證明、人數等文件向本局請款，由成果報告資料進行成效考核。</p> <p>4.今年 1 至 4 月份本局補助包機來臺細目如下：</p> <p>(1)日本包機計 26 架、3,895 人次，本局實際獎助金額合計日幣 33,013,397 元（約合新臺幣 9,904,019 元，以匯率 0.3 計）。26 架包機分別自新潟（新潟）、青森（青森、八戶）、岩手（花卷）、山形（山形、仙台）、長野（松本）、福島（福島）、熊本、高知、愛媛（松山）、鳥取、島根（米子）飛抵臺北、臺中及高雄。</p> <p>(2)大陸包機計 90 架、13,840 人次，本局獎助金額合計新臺幣 11,585,600 元（尚未核銷之部分架次以預估經費計算）。90 架包機分別自石家莊、成都、南京、天津、青島、濟南、澳門、長沙、武漢</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>飛抵臺中、高雄、花蓮、馬公。</p> <p>(3)東南亞包機計 1 架、270 人次，本局獎助金額合計美金約 5168.37 元（約合新臺幣 154,379 元）。自汶萊飛抵臺北。</p>	
三十	<p>宣導來臺旅客給予小費，是重要議題，政府應有權介入，請業者將小費回饋至基層人員。</p>	<p>1.關於本局依 102 年 4 月 2 日邀集觀光相關產業座談會中台灣導遊協會建議函請中央銀行評估重新發行 50 元鈔券之可行性，中央銀行發行局業於 5 月 6 日函復基於 50 元鈔券不易回收致年久髒亂、鈔券印製成本較硬幣鑄造費用高、改變使用貨幣習慣涉社會成本龐鉅等，不宜重新發行 50 元鈔券。</p> <p>2.關於如何宣導旅客給小費一節，本局係透過相關觀光管道向來臺旅客、導遊及旅館業進行宣導，建議旅客視服務滿意度酌予觀光產業基層服務人員小費，作法如下：</p> <p>(1) 針對各國來臺客源市場及大陸自由行旅客部分，於台灣觀光資訊網各種語言版本之「Useful Information」、「來臺旅遊須知」揭示上開文字。</p> <p>(2) 針對大陸觀光團體部分，於大陸旅客來臺旅遊須知摺頁中揭示「當您接受到旅館服務人員良好服務時，建議您酌給小費以資鼓勵。」</p> <p>(3) 針對導遊人員部分，於適當場合由各旅行商業同業公會及導遊協會宣導導遊人員接待來臺觀光旅客可適時向旅客宣導給予小費。</p> <p>3.關於紐西蘭及日本等地均不收小費，可否思考將小費含在服務費之做法一節，按給予小費係長期演進且約定成俗之習慣，不同國家、不同地區給予小費的習慣亦不相同；經瞭解紐西蘭在餐廳用餐不須給小費，惟住宿飯店給予行李員及客房清潔人員小費係國際禮儀，倘旅客自願給予，服務人員亦會收取；至日本因當地文化習性故不收取任何小費。至於小費屬贈與性質，無強制性，係旅客對於服務肯定而出於自願給與，無對價關係，亦無債權債務關係，無需課稅；而服務費為業者銷售產品所收取價金</p>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		<p>之一部分，屬於營業收入性質，應列入銷售額課稅，故與小費有別，小費不宜內含在服務費中。</p> <p>4.關於政府應介入請業者將小費回饋至基層人員一節，依旅行業管理規則第 23 條之 1 規定，旅行業委請導遊人員帶團，應簽訂契約並給付報酬，且其報酬不得以小費、購物佣金或其他名目抵替之，該條規範目的在於減少導遊人員與旅行業間之報酬爭議，確保旅遊服務品質。至於旅行業或旅館業者是否收回導遊人員及旅館業基層服務人員收取之小費，因該等人員係小費直接收受對象，倘渠等收取小費後依循與業者之約定將小費繳交業者，基於私法自治及契約自由原則，在不牴觸本局管理規則情形下，仍尊重業者與從業人員間之約定。</p>	
三十一	請觀光局提供 12 個辦事處名稱。	<p>本局於國外設置駐外辦事處，因受限當時的時空背景、我與駐在國之邦交關係及兩岸關係，部分駐外辦事以財團法人台灣觀光協會辦事處或台灣海峽兩岸觀光旅遊協會辦事處之名義，對外辦理行銷推廣；部分則以台北經濟文化辦事處觀光組名義與駐外代表處（辦事處）合署辦公。各辦事處正式名稱及對外行銷名稱如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.本局駐東京辦事處（臺灣觀光協會日本東京事務所）</li> <li>2.本局駐大阪辦事處（臺灣觀光協會日本大阪事務所）</li> <li>3.本局駐首爾辦事處（臺灣觀光協會首爾事務所）</li> <li>4.本局駐紐約辦事處（駐紐約臺北經濟文化辦事處觀光組）</li> <li>5.本局駐舊金山辦事處（駐舊金山臺北經濟文化辦事處觀光組）</li> <li>6.本局駐洛杉磯辦事處（駐洛杉磯臺北經濟文化辦事處觀光組）</li> <li>7.本局駐法蘭克福辦事處（駐德國臺北觀光辦事處）</li> <li>8.本局駐香港辦事處（臺灣觀光協會香港辦事處）</li> <li>9.本局駐新加坡辦事處（臺灣觀光協會新</li> </ol>	

項次	詢問及建議	機關答覆辦理情形	備註
		加坡辦事處) 10.本局駐吉隆坡辦事處(臺灣觀光協會吉隆坡辦事處) 11.本局駐北京辦事處(臺灣海峽兩岸觀光旅遊協會北京辦事處) 12.本局駐上海辦事分處(臺灣海峽兩岸觀光旅遊協會上海辦事分處)	
三十二	請觀光局於會後3週內完成「中國大陸資金挹注經營臺灣旅行業及相關觀光產業之概況」專案報告。	本案業已函請各縣市旅行業同業公會及相關單位提供資料，目前彙整相關資料並撰擬專案報告，將於6月7日前將專案報告送達監察院，並於7月1日進行專案報告。	