「挑戰 2008：國家發展重點計畫」
觀光客倍增計畫
重要成果摘要報告

分項負責部會：交通部

相關負責部會：行政院新聞局、內政部、經濟部、財政部、農委會、體委會、文建會、國立故宮博物院

2008 年 2 月

目　　錄

壹、計畫簡介 1

貳、整體績效 2

一、來台旅客人次屢創新高 2

二、台灣觀光形象更加鮮明 3

三、觀光整體收入穩定成長 3

四、旅遊競爭力國際評比表現亮眼 4

五、套裝旅遊線景點風華再現 4

六、優質友善旅遊環境已具雛形 6

七、住宿體系質量逐年提升 6

八、民間投資觀光意願熱絡 7

參、分項計畫重點成果 8

一、整備套裝旅遊線環境，旅遊景點風華再現 8

二、吸引民間投資超過 500 億元，帶動觀光產業發展 15

三、開發主題新景點，帶動新興旅遊風潮 20

四、建置觀光旅遊服務網，營造友善便捷旅遊服務 26

五、運用創意行銷，開拓國際客源 28

肆、創新作法 32

一、籌組旅遊線「工作圈」及「產業聯盟」 32

二、設施減量，美化環境 35

三、創意國際行銷推廣手法 36

四、大台北地區普設自行車道 39

五、建置國家自然步道系統 40

伍、未來推動方向 41

壹、計畫簡介

台灣地理環境特殊，擁有豐富而多樣化的人文與自然資源，具有發展觀光的雄厚潛力，期以發展觀光，凝聚全民「人人心中有觀光，世人眼中有台灣」的共識，打造台灣成為「人人安居樂業的新桃花源」；並以追求國際觀光客倍增之目標，集中資源整備觀光旅遊環境臻於國際水準，除吸引外國人來台觀光外，並讓國人樂於留在國內旅遊渡假。因此，訂定 2008 年以「觀光」為目的的來台旅客（即「觀光客」）倍增至 200 萬人次、來台旅客突破 500 萬人次為目標。

觀光客倍增計畫係採用「企業管理」模式，以「顧客導向」之思維、「套裝旅遊」之架構、「目標管理」之手段，選擇重點、集中力量，有效地進行整合與推動。主要推動策略為：

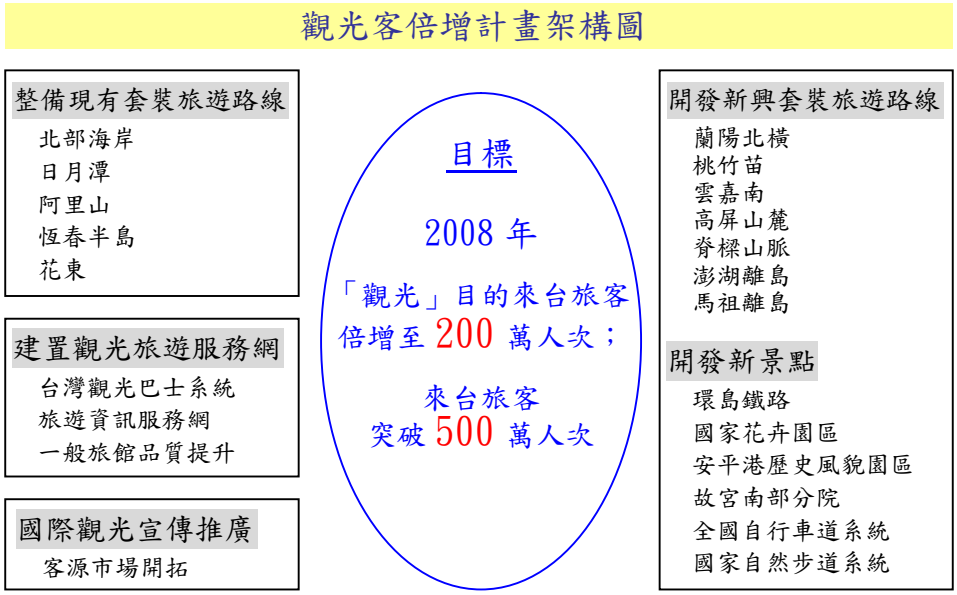
一、 整備現有套裝旅遊路線：以既有北部海岸、阿里山、日月潭、恆春半島及花東等 5 大國際觀光旅遊路線為優先，採「套裝旅遊線」模式，把通關、交通、食宿、旅遊景點等各個環節一一打通，整合公私部門及民間資源，合力營造永續經營的觀光事業。

二、 開發具國際觀光潛力之新興套裝旅遊線及新景點：建置國際化且優質友善之新興旅遊據點，一方面平衡區域觀光發展，另方面提供國際觀光客觀光新選擇。

三、 提供全方位的觀光旅遊服務：包括建置旅遊資訊服務網、推廣輔導平價旅館、建構台灣觀光巴士系統及環島觀光列車，讓民間業者及政府各相關部門建立共識，以「人人心中有觀光」的態度，通力配合共同打造台灣的優質旅遊環境，讓旅客享受優質、安全、貼心的旅遊服務。

四、 加強國際觀光宣傳推廣：以「目標管理」手法，推出符合目標客源市場需求的觀光產品，並統合各部會駐外資源向國際行銷，以深耕台灣觀光品牌新形象，另外，訂定 2004 年為「台灣觀光年」，拓展台灣之國際知名度。

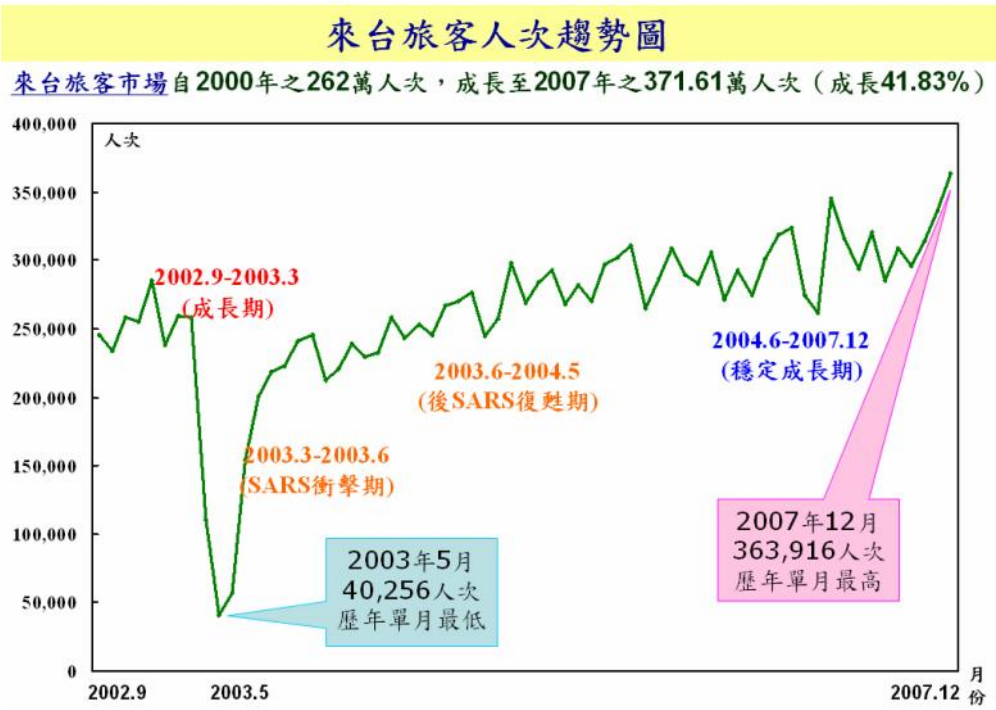
五、 發展會議展覽產業：建設及提升國際會議設施，並建立獎勵機制，培育會展人才。（註：2005 年滾動檢討併入經濟部「會議展覽服務業發展計畫」執行而刪除）



貳、整體績效

一、 來台旅客人次屢創新高

2007 年來台旅客達 371.61 萬人次，與計畫執行前(2000 年)之 262 萬人次相較，成長率達 41.83%，除 2003 年受 SARS 衝擊為負成長外，其餘各年度均呈穩定成長，其中 2007 年 12 月更創下歷年單月最高 36.39 萬人次。

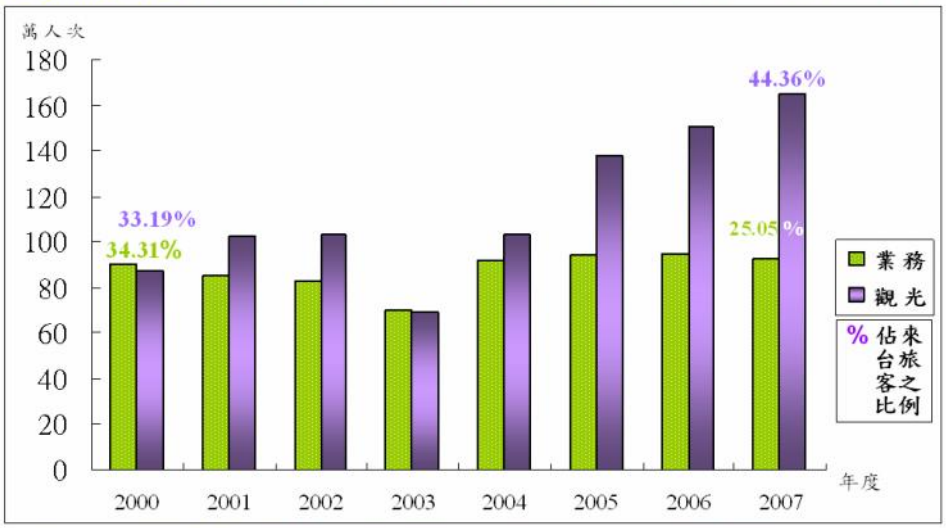


二、 台灣觀光形象更加鮮明

2007 年「觀光」目的別來台旅客達 164.85 萬人次，與計畫執行前(2000 年)之 87 萬人次相較，成長率高達 89.48%，且占有率更從 33.19%成長至 44.36%，逐年攀升，顯見台灣以發展觀光吸引國外旅客來台之形象，更加確立。

「觀光」vs.「業務」目的別旅客人次統計圖

觀光目的別人次自2000年87萬人次，成長至2007年之164.85萬人次（成長89.48%）

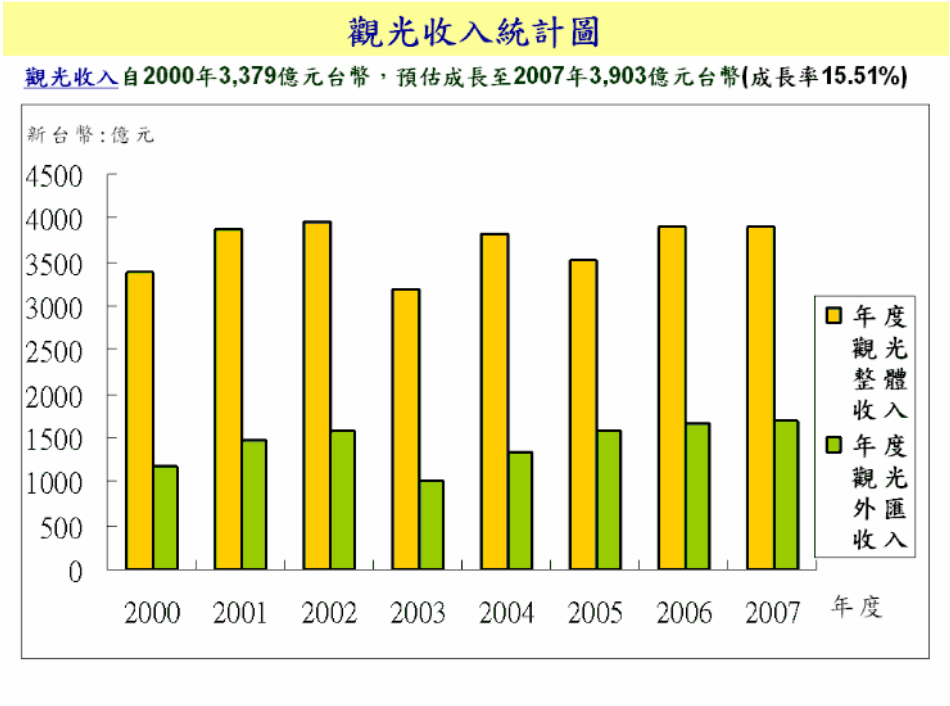


觀光目的旅客佔有率自2000年佔33.19%，較業務目的旅客(佔34.31%)為低，增加至2007年佔44.36%，較業務目的旅客(佔25.05%)大幅成長。

三、 觀光整體收入穩定成長

觀光整體收入自 2000 年之 3,379 億元台幣，成長至 2006 年之 3,894 億元台幣(成長率 15.24%)，預估 2007 年可達 3,903 億元台幣(成長率 15.51%)。

觀光外匯收入自 2000 年之 1,168 億元台幣，成長至 2006 年之 1,651 億元台幣(成長率 41.35%)，預估 2007 年可達 1,686 億元台幣(成長率 44.35%)。



四、 旅遊競爭力國際評比表現亮眼

依據世界經濟論壇 World Economic Forum（簡稱 WEF）於 2007 年 10 月 31 日發表旅行和旅遊競爭力報告，其基本資料來自 124 個國家或地區的政府官方報告，包含世界銀行 World Bank、世界貿易組織 WTO、世界旅遊組織 UNWTO、世界貨幣金融組織 IMF、國際航空運輸協會 IATA 的年度報告及調查數據，以 3 大項 16 小項，分 7 等距評估指標，對 124 個國家或地區進行旅行及旅遊 Travel and Tourism （T&T）的全球競爭力評估。

亞洲地區以香港、新加坡、日本排列 1、2、3 名，臺灣排名亞洲第 4 名，全球第 30 名，總體評分 4.82 分，在 3 大項指標中，政策法令組織得 4.73 分第 45 名、環境及產業得 4.43 分第 28 名、人力文化及自然資源得 5.32 分第 23 名，在全球名列前 1/4 的資優班。

五、 套裝旅遊線景點風華再現

1. 以「減量原則、環境優先、國際水準、便利遊客」為原則，整合 13 條套裝旅遊線公私部門資源及經費，並分別成立「工作圈」

及「產業聯盟」定期召開會議。

2. 敦聘專家學者擔任企劃總監與地景顧問，督促各旅遊線產業聯盟及工作圈之運作，並掌握品質。

3. 完成重要旅遊景點建設：完成 410 處重要景點設施建設及 194 處閒置空間整頓及綠美化。

4. 整頓道路景觀及指標系統：完成 15 條道路桿線地下化及 67 條道路拓寬或景觀改善，及 1640 件違章拆除工作，並於旅遊線及景點沿線設置雙語化指標共 2855 面。

5. 提供友善旅遊服務：新建 19 處旅遊服務中心，改善 42 處旅遊服務中心之解說服務設施。

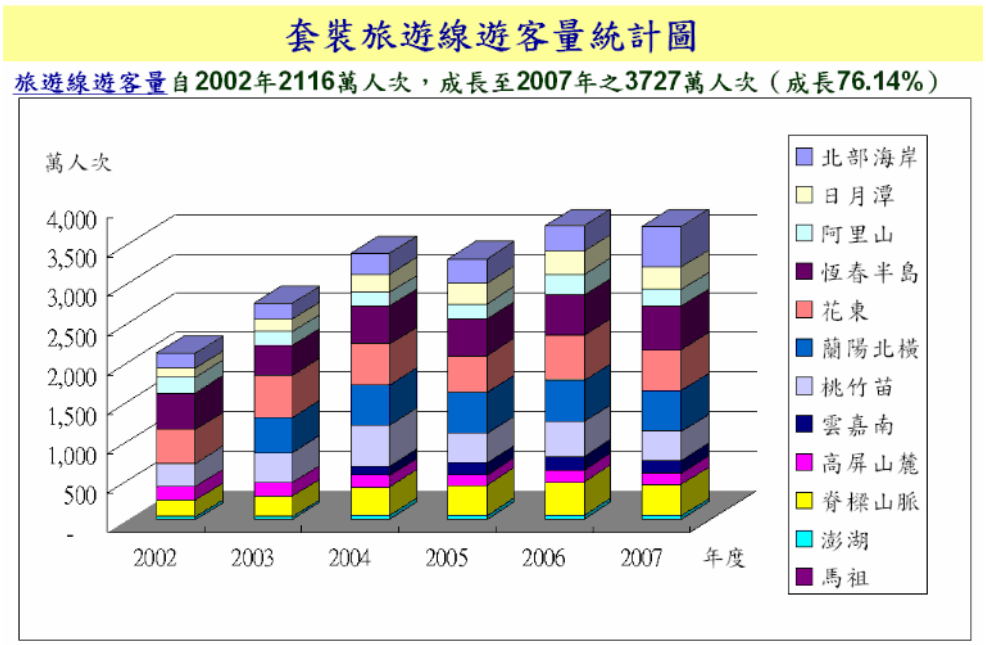
6. 營造便利旅遊環境：妥善整頓或新設 166 處停車場（約 4176 個停車位），設置約 367 間優質公廁。

7. 改善水岸遊憩設施：改善 16 處觀光漁港或碼頭設施。

8. 建置步道及自行車道系統：建置 17 條步道（總長約 188 公里）及 27 條自行車道（總長約 150 公里）。

9. 重塑城鄉新風貌：改善 27 處聚落景觀及周邊環境。

10. 套裝旅遊線遊客量及觀光產值提升：遊客量成長 76.14%(從 2002 年 2,116 萬人次至 2007 年達 3,727 萬人次)，創造觀光產值約新台幣 745 億元。



六、 優質友善旅遊環境已具雛形

1. 建置台灣觀光巴士系統：輔導業者營運具統一品牌及服務水準，並提供外語服務，遍佈台灣北、中、南、東及離島（澎湖）等各重要景點之台灣觀光巴士路線產品。
2. 完成旅遊服務中心統一形象識別系統（CIS）：方便遊客快速辨識旅遊服務中心之所在，提供外語摺頁、旅遊諮詢等服務。
3. 設置觀光地圖導覽牌：於外籍旅客聚集地區，設置觀光地圖導覽牌（街道地圖牌），提供觀光客便捷的旅遊方位資訊。
4. 啟用「Call Center」：提供 24 小時免付費旅遊諮詢服務熱線電話 0800-011-765。

旅遊服務中心形象識別系統

台灣觀光巴士形象識別系統

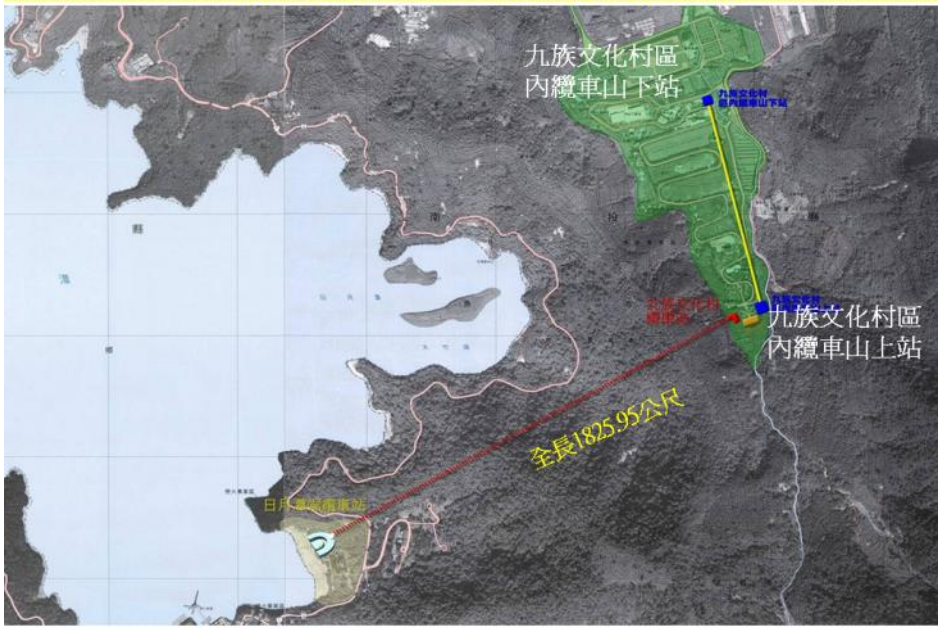
七、 住宿體系質量逐年提升

1. 國內觀光旅館住房率，自 2002 年之 61.30%，提升至 2007 年之 72.24%，成長 17.85%。
2. 輔導民宿合法經營，自 2003 年 3 月計 65 家民宿（房間數 280 間），提升至 2007 年 2,301 家民宿（房間數 9,192 間）。
3. 輔導 444 家旅館（客房數 25,243 間）提升服務品質，建立「一般旅館安全、安靜、乾淨優質住宿環境輔導計畫」，已有 96 家旅館，客房總數 5,014 間通過三安檢測標準。

八、 民間投資觀光意願熱絡

民間對政府發展觀光的努力具正面評價，促進民間參與觀光建設投資案件自 2004 年後多能順利簽約，民間投資觀光產業景氣蓬勃，共吸引民間資金達 500 億元以上。包含投資金額最大的大鵬灣 BOT 案（103 億元）、福隆濱海旅館區 ROT＋BOT 案、首件民間自提日月潭-九族文化村纜車 BOO 案等。

日月潭纜車－九族文化村纜車系統



參、分項計畫重點成果

一、 整備套裝旅遊線環境，旅遊景點風華再現

以顧客導向、環境優先、減量原則，整備現有 5 條套裝旅遊線(北部海岸、日月潭、阿里山、恆春半島、花東)及新興 7 條套裝旅遊線(蘭陽北橫、桃竹苗、雲嘉南、高屏山麓、脊樑山脈、澎湖離島、馬祖離島)之旅遊環境，提供具國際水準之旅遊品質。

1. 完成重要觀光景點建設：

(1) 整備既有套裝旅遊路線：已成功營造北部海岸（野柳、金山中角、白沙灣、大福隆地區、大溪蜜月灣、外澳、龜山島)、日月潭環潭及周邊、阿里山(森林遊樂區、台 18 線、石桌及奮起湖地區、原住民地區、西北廊道地區)、恆春半島(大鵬灣、墾丁、小琉球地區)、花東（綠島、鯉魚潭、紅葉溫泉、鹿野高台、六十石山)等既有套裝旅遊線之重要觀光景點臻於國際水準。

北部海岸旅遊線

願景：打造為皇冠海岸及濱海休閒渡假區

成果：完成福隆、外澳、龜山島、觀音山、白沙灣、金山、萬里等重要景點建設，營造為皇冠海岸及濱海休閒渡假區

福隆夜間景觀塑造

外澳濱海遊憩區

龜山島生態設施

觀音山（牛港稜步道）

三芝名人館

翡翠灣飛行傘

日月潭旅遊線

願景：塑造為新世紀湖畔休閒渡假區

成果：完成日月潭南北入口意象、環潭周邊景點、碼頭景觀及服務設施等，營造國際級休閒渡假氣氛

北入口意象

水社碼頭周邊景觀改善

車埕木業展示館

南入口意象

水社碼頭至朝霧碼頭棧道

車埕水上茶屋

阿里山旅遊線

願景：打造為文化部落之觀光勝地，體驗日出、雲海、山林之美

成果：完成鄒族部落地區觀光建設、營造自然生態園區、產業體驗區及步道系統，重現高山鐵路文化、鄒族原鄉意境

鄒族生命豆季會場

鄒族文化園區

樂野雅吾瑪斯步道

山美達娜伊谷展演場

來吉鐵達尼

奮起湖文史陳列室

圓潭自然生態園區

豐山石盤谷吊橋

恆春半島旅遊線

願景：發展為熱帶休閒渡假勝地

成果：完成溼地公園、大鵬灣漁塭取水設施、蚵殼島浮動平台、青洲遊憩區、琉球地區、四重溪溫泉等景點建設及恆春古城周邊景觀改善

鵬村農場溼地公園

柯殼島浮動平台

青洲遊憩區

烏鬼洞整建

琉球露營區服務中心

恆春古城

四重溪溫泉建設

花東旅遊線

願景：發展為國際級多元休閒渡假基地

成果：完成秀姑巒溪泛舟終點南北岸設施、水往上流、鳳林、鹿野高台、安通及六十石山遊憩區、瑞穗、紅葉溫泉區聯外道路改善、闢建三仙台旅館區聯外道路、伽路蘭濱海綠地等建設

水往上流遊憩區

伽路蘭濱海綠地闢建

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

六十石山

(2) 開發新興套裝旅遊路線：帶動蘭陽北橫(石門水庫風景區、冬山河、坪林老街周邊、烏來溫泉區、蘇澳冷泉、礁溪溫泉周邊)、桃竹苗(獅頭山、南庄風景區)、脊樑山脈(梨山風景區、八卦山風景區)、雲嘉南(四草野生動物保護區、七股黑面琵鷺保護區、七股鹽山、布袋鹽山、北門鹽場、烏山頭風景區、關子嶺風景區西拉雅生活體驗園入口區、夜祭場平埔風采文物館週邊、白河綠色隧道、南鯤鯓週邊環境)、高屏山麓(賽家航空園區、三地門霧台遊憩區、新威森林公園)、澎湖離島(通梁古榕、跨海大橋遊憩區、小門地質館、虎井、桶盤地質公園、吉貝石滬地景、馬公生態園區、望安綠蠵龜觀光保育中心)、馬祖離島(戰爭和平紀念公園、坂里至午沙遊憩區、北海遊憩區、媽祖宗教園區)等新興套裝旅遊線之重要觀光景點朝向國際景點規模發展。

(3) 前兩者共完成 410 處重要景點設施建設及 194 處閒置空間整頓及綠美化，營造景點新風貌。

2. 建置旅遊資訊服務網：完成觀音山、金山、白沙灣、三芝、野柳、基隆、龍洞、福隆、大里、外澳、烏石港、三芝名人館、日月潭水社遊客中心、阿里山處本部旅遊資訊站、瑞太遊客中心、大鵬灣處本部及遊客中心、綠島生態研習中心、小野柳遊客中心、鹿野管理站、羅山管理站、獅頭山、梨山、八卦山、松柏嶺、關子嶺、布袋遊艇港、北門行政辦公廳舍、茂林瑪家文物中心、澎湖漁翁島、岐頭、馬祖南竿、北竿、東引、莒光等遊客中心整建等，共新建 19 處遊客中心，改善 42 處遊客中心之解說服務設施，提供遊客便捷旅遊諮詢服務。

三芝遊客中心

觀音山遊客中心展示館

水社遊客中心

瑞太遊客中心

獅山遊客中心

鹿野遊客中心

大鵬灣遊客中心

外澳遊客中心

瑪家遊客中心

3. 改善道路景觀及設置親和性指標：完成台 2、11、18 線等 15 條道路桿線地下化及 67 條重要景點聯外道路拓寬或景觀改善，及 1640 件違章拆除工作，並於旅遊線及景點沿線設置親和性雙語化指標共 2855 面，提供遊客安全、清楚且優美的道路系統。

親和性標誌系統　　停車休憩設施改善　　觸口桿線地下化

4. 營造便利旅遊環境：妥善整頓或新設 166 處停車場（約 4176 個停車位），設置約 367 間優質公廁。

台2線停車及休憩設施改善　　台18線停車及觀景設施改善　　人性公廁改善

5. 改善城鄉風貌：淡水、福隆、南雅、龍洞、金山、野柳、水社及伊達邵地區、石桌、東港、恆春古城、成功、鶴岡、坪林老街、拉拉山周邊、龍潭、大漢溪、澎湖二崁聚落，從小處著手，整理 27 處聚落不良景觀及改善周邊環境。

福隆車站景觀改善　南雅社區環境改善　龍洞社區環境改善

6. 建置自行車及步道系統：整建三芝、萬里至金山、日月潭、琉球、大鵬灣、池上、鯉魚潭自行車道、石門水庫後池自行車步道、長青自行車道、二水環鄉自行車道等約 27 條自行車道（總長約 150 公里）；並建置日月潭環潭、阿里山奮起湖、瑞峰、瑞里、東部海岸伽路蘭步道、桃源登山步道、挑水古道等 17 條步道（總長約 188 公里）。

萬里金山自行車道　池上自行車道　大鵬灣自行車道

瑞里野薑花溪步道　瑞峰竹坑溪步道　伽路蘭步道

7. 改善水岸遊憩設施共 16 處：改善淡水漁人碼頭、日月潭 4 處碼頭、秀姑巒溪泛舟終點南北水岸設施等，共計 16 處觀光漁港或碼頭設施。

德化碼頭週邊景觀改善　鯉魚潭親水設施改善　澎湖地區碼頭設施改善

二、 吸引民間投資超過 500 億元，帶動觀光產業發展

民間對政府發展觀光的努力具正面評價，促進民間參與觀光建設投資案件自 2004 年後多能順利簽約，民間投資觀光產業景氣蓬勃，共吸引民間資金達 500 億元以上。

促進民間參與觀光建設投資部分，包含投資金額最大的大鵬灣 BOT 案（103 億元）、福隆濱海旅館區 ROT＋BOT 案（7 億元）、首件融合生態保育、環境教育與解說服務之野柳地質公園 OT 案（0.35 億元）、首件民間自提日月潭-九族文化村纜車 BOO 案（7.2 億元）、阿里山森林遊樂區三合一 BOT 案（18.29 億元）、首件澎湖 5 星級國際觀光旅館「漁翁島休閒度假區」BOT＋ROT 案（12 億元）、吉貝休閒渡假旅館及遊憩區 BOT 案（0.48 億元）、花東鳳林遊憩區興建暨營運 BOT＋ROT 案（1.2 億元）、林榮休憩區整建暨營運 ROT 案（0.1 億元）、鯉魚潭露營區營運 OT+ROT 案（0.375 億元）、鳳林休閒渡假園區 BOT 案（27 億元）、台北美麗信酒店 BOT 案(7 億元)、台北地區南海段平價旅館專案（7 億元）等 13 件大型民間投資案，促進民間參與觀光遊憩設施投資超過新台幣 191 億元以上。

民間自行投資觀光遊憩或住宿設施部分，尤其帶動日月潭地區 6 件投資案（如：大淶閣飯店、中信泛麗雅飯店、水沙連飯店等，達 45.5 億元）、花東地區 14 件投資案（如：遠雄海洋公園、理想大地渡假飯店、台東鹿鳴溫泉酒店等，達 268 億元），共吸引民間投資金額達新台幣 313.5 億元以上。

重要大型投資案辦理情形摘要如下：

（一）北部海岸旅遊線

1. 野柳地質公園(OT)

2005 年 10 月 26 日簽約，2006 年 1 月 1 日開始營運，營運期 10 年，投資金額 0.35 億元。

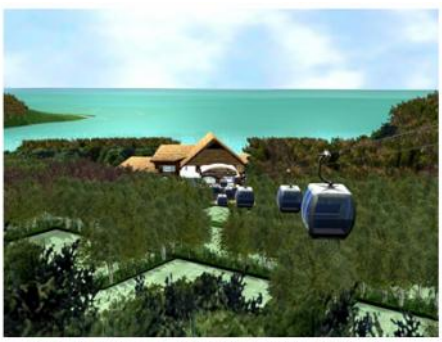
2. 福隆旅館住宿設施(ROT+BOT)

推動「民間機構參與福隆濱海旅館區興建暨營運案(ROT+BOT)」，2005 年 3 月 31 日簽約，預估總投資金額約 7 億元，第 1 期(ROT)於 2006 年 6 月完成整建，10 月 1 日正式開幕營運「福隆貝悅酒店」。第 2 期(BOT)目前申請環境影響評估審查作業中，預計於 2010 年 3 月底前新建完成至少 100 間以上客房及相關附屬設施。完成後每年可創造 120 個就業機會。

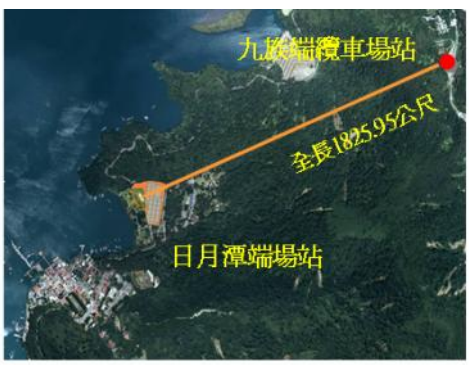
（二）日月潭旅遊線

1. 「民間自行規劃參與興建暨營運日月潭-九族文化村纜車系統」案，投資新台幣 7.2 億元，預定 2008 年動工，2009 年營運。

2. 促進民間投資新建住宿設施：921 大地震後，新建大淶閣飯店(3.5 億元)、映涵渡假飯店(1.5 億元)中信汎麗雅(22 億元)、水沙連飯店(10 億元)九龍飯店(1 億元)、鼎泰飯店(7.5 億元)等，共計投資新台幣 45.5 億元。



纜車進入日月潭端模擬圖



（三）阿里山旅遊線

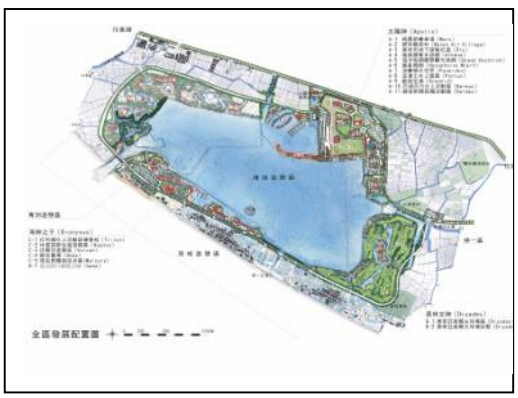
1. 阿里山賓館擴建及改善計畫：舊館改建部分，已於 2004 年 8 月完成 39 間房改建工程；新館增建部分：已於 2007 年 3 月正式開工。

2. 阿里山森林鐵路及阿里山森林遊樂區提供民間投資經營案（阿里山森林遊樂區三合一 BOT 案）：於 2006 年 6 月 19 日與最優申請人簽訂本案興建暨營運契約，預定投資 18.29 億元。刻依約辦理地質鑽探及環評等前置作業中。

阿里山賓館

（四）恆春半島旅遊線

完成「民間參與大鵬灣國家風景區建設 BOT 案」投資案(投資新台幣 7.2 億元)於 2004 年完成簽約。預定投資金額 103 億元，2008 年 1 月通過環評，民間將進行實質開發。



大鵬灣 BOT 構想圖

大鵬專案工程

（五）花東旅遊線

完成民間參與林榮休憩區整建暨營運 ROT 案、民間參與池上休憩區營運 OT 案、民間參與鳳林遊憩區興建暨營運 BOT+ROT 案等，投資金額計 1.38 億元；其他辦理中之促進民間參與投資案及民間自行投資案共計 26 件，總投資金額約 627.55 億元。

林榮休憩區
（2007年4月已正式營運）

池上休憩區
（預計2008年3月起正式營運）

鳳林遊憩區
（2007年10月簽約，預計2009年營運）

鯉魚潭露營區
（預計**2008**年**10**月完成簽約**)**

（六）澎湖離島旅遊線

主要推動首件澎湖 5 星級國際觀光旅館「漁翁島休閒渡假區」BOT＋ROT 案（12 億元）、吉貝休閒渡假旅館及遊憩區 BOT 案（0.48 億元）等，投資金額計 12.48 億元。

三、 開發主題新景點，帶動新興旅遊風潮

積極籌設國家花卉園區、安平港國家歷史風貌園區、故宮南部分院等新興景點，並改善鐵路沿線景觀及服務措施、整合國家自然步道及全國自行車道系統，成功帶動「歷史巡禮」、「鐵道旅遊」、「步道探索」、「自行車旅遊」之新興旅遊風潮，帶動地方產業發展。各項目重要建設成果如下：

（一）國家花卉園區(農委會、彰化縣政府)：

國家花卉園區整合花卉生產、交易、展覽、教育與遊憩等功能，帶動當地花卉與觀光產業的發展。本計畫於溪州鄉建設花博公園，辦理 2004 台灣花卉博覽會觀光人潮達 158 萬人，創造 16.93 億元收益及 25.77 億元的遊憩效益，此後每年辦理大型活動均創佳績。

園區並輔導設置花卉生產專區 14.7 公頃與景觀苗木生產專區 53 公頃，藉由整體規劃與專業經營，輔導農民改善花卉產銷設施與生產技術，提高花卉品質增加農民收入；花卉生產專區 2007 年以洋桔梗為主要輔導外銷作物，外銷量約達 150 萬枝，外銷收購價格（14 元/枝）約為國內市場拍賣價格（約 10 元/枝）之 1.4 倍；景觀苗木生產專區設置完成後可帶動民間投入與產值提昇達 4 億 5460 萬至 27 億 1141 萬元。本計畫並將進一步結合彰化縣城鄉建設計畫，發展生產、生活、生態兼備之優質園區。

花卉生產專區衛星示範區(14.7公頃)

景觀苗木生產專區3D模擬圖(53公頃)

（二）故宮南部分院(故宮博物院)

定於嘉義縣太保建置，已完成土地徵收與所有權移轉登記、朴子支線灌溉渠道改道工程等，持續辦理基地初步整地工作，預計於 2010 年 12 月完工，2011 年 6 月開館營運。

故宮南院
基地配置圖

開發面積70公頃

■館區
博物館建築
職務宿舍
戶外景觀
停車場
約佔12-15公頃

■園區
人工湖約15-20公頃
南北入口區及停車場
地景造園及文化藝術
生態展演區

故宮南院意象圖

（三）安平港國家歷史風貌園區(文建會、台南市政府)

1. 本計畫整體規劃案，獲得美國濱水中心(Waterfront Center)2004 年第 18 屆 親水之都競賽-規劃類榮譽獎。台南市是唯一獲得此獎的亞洲城市。

2. 2006 及 2007 年國家建設卓越獎—「安平樹屋」、「港濱歷史公園」、 「歷史水景公園」、「歷史視覺改善—西門國小校舍暨景觀工程」。

安平樹屋

港濱歷史公園

歷史水景公園(第一期)

歷史視覺改善-西門國小校舍暨景觀工程

3. 隨著本園區建設之陸續完成及觀光事業之發展，安平區商店家數由 2002 年之 1,015 家，至 2007 年底已成長為 3,212 家，達 3 倍以上。

假日人潮擁擠

新開特色商家

4. 安平區參觀人數由 2002 年 75 萬人次至 2007 年底增為 123 萬人次，成長 64%。

5. 安平區古蹟門票收入由 2002 年的 1,696 餘萬元，至 2007 年底增為 3,166 餘萬元，成長約 88%。

蚵灰窯文化館3年15萬人

德記洋行配合安平樹屋
門票收入成長4倍以上。

億載金城參觀人次增加

「府城行春—尋找安平劍獅」活動，
吸引參觀人潮。

6. 園區具市場性之有償設施，預估將帶來約 300 億元的民間投資。另 26 億投資金額之大員別館大飯店已於 2008 年 1 月 30 日動工興建。

遊憩碼頭商店街

（四）環島鐵路觀光旅遊線（台鐵局）

1. 藉由環島鐵路觀光旅遊路線之規劃，使形成為新興的套裝旅遊路線，已完成高雄～九曲堂、南迴、池上～玉里等鐵路沿線景觀改善及月台雨棚提高延長工程等旅運服務措施改善，並改善基隆、鶯歌、臺北等 12 個觀光重點車站服務設施、於 25 個車站設置 LED 列車資訊顯示系統暨雙語旅客服務資訊系統，以提供國內外旅客便捷優質鐵道旅遊服務。

2. 便捷「鐵道旅遊」，推行三支線一日週遊券、環島週遊票暨開行觀光列車【臺北＝花蓮、臺北＝知本（東方美人號）暨臺北＝枋寮（總裁一號）】，平均帶動每年約 30 萬觀光人潮，並結合地方政府與旅遊業者辦理各項優惠活動，介紹臺灣鐵路沿線的美景、文化及美食等，規劃「鐵路旅遊自由行」或發展具主題性且優質多樣的「鐵道旅遊套裝遊程」，提供國內外自助旅行及散客暢行無阻的鐵路旅遊環境，並創造旅行業者安排國內外團體運用鐵路旅遊之多樣化選擇，帶動地方經濟發展。

大華站月台延長及提高完成面

觀光列車 33 座商務艙

（五）全國自行車道系統(體委會)

1. 完成自行車道設施設計準則彙編、台灣北部地區自行車道細部規劃、台灣中、南、東部地區自行車道路網細部規劃
2. 建構自行車道路網（含台北市、台北縣、宜蘭縣、新竹市、台中縣、台中市、嘉義縣、高雄市、高雄縣、屏東縣、台東縣)。
3. 透過補助方式，推動各直轄市、縣（市）普設自行車道，自 2002 年起執行，截至 2007 年底已興設約 600 公里自行車道。
4. 積極推動各直轄市、縣（市）自行車道串聯，2006 年間輔助台北縣市完成華中橋、福和橋、永福橋、台北橋自行車道橋樑串聯，2007 年再輔助其辦理光復橋、華江橋自行車道橋樑工程。

另 2007 年協調推動台北縣及桃園縣辦理台北縣鶯歌至桃園縣大溪自行車道串聯作業。

高雄市旗津環島自行車道

台北縣八里自行車道

（六）國家自然步道系統(林務局)

1. 各項規範研訂：完成步道系統設計管理規範、標章及指標解說牌誌系統規範。編印步道系統案例彙編參考手冊、森林育樂設施規劃設計準則及案例彙編。完成能高越嶺、霞喀羅、北大武山國家步道系統發展計畫，及國家步道系統設置管理要點（草案）。

2. 國家步道系統藍圖規劃：歷時 2 年半，完成 14 個國家步道系統藍圖規劃。

3. 自然人文資源調查：完成福巴越嶺、瑞太古道、霞喀羅、浸水營、能高越嶺道、阿里山鄒族古道、蘇花比亞豪古道、北大武等逾 15 處步道資源調查。

4. 建置國家步道導覽網站及管理資訊系統，提供逾 150 萬人次上線瀏覽、查詢生態旅遊、環境教育等資訊之管道。配合發行國家步道電子報，另選定台灣特有物種台灣黑熊、獼猴、藍鵲及石虎，創新設計開發國家步道吉祥物，配合環境教育規劃 e 化宣導。

5. 步道路體及設施整建維護工作：選用符合生態之材料，於兼顧水土保持功能之原則下，辦理國有林內之 887 公里步道路體整

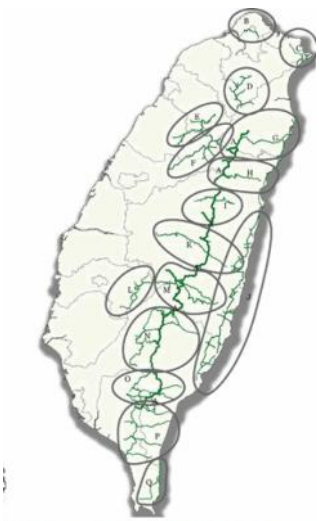
理維護、設置沿線服務設施、整修山屋、解說指標牌誌等工程。

6. 維護管理及監測：按時巡護步道，經常性整理維護步道整體環境，並於步道遭受颱風、豪雨等天然災害時，辦理步道及沿線設施維護管理，確保民眾安全。

7. 環境教育與宣導行銷：每年均針對步道系統規劃設計、環教推廣與解說、施工監造與維護管理等內容辦理全國研討會，另策劃辦理健行縱走、淨山環教、自然體驗等多元創意推廣宣導活動，編印各類地圖、摺頁、專書等環教文宣，提供民眾步道旅遊資訊，鼓勵民眾走入步道，體驗台灣山林之美。

8. 公眾參與及步道認養：於各項會議、研討會及相關活動中，廣邀民眾及各領域專家學者共同參與，提供各方參與機會與管道，促進各機構間與公、私部門間的合作。提供在地社區及相關民間團體認養 34 處步道，配合社區林業計畫協助步道鄰近社區凝聚共識。

9. 自 2001 年至 2007 年間，整合各地既有步道，配合環境資源特色，兼顧生活圈、連結動線、轉運站、接近道路及步道本體等五大向度之軟硬體，建置完備之基礎步道設施及戶外環境場域，配合推動無痕山林運動、自然體驗創作等，提供未來民眾一個運動、休閒、育樂的美麗空間。



國家步道系統藍圖規劃、Logo

步道規劃設計規範及解說指標系統規範

建置國家步道導覽網站
吸引150萬人次上線

出版40本步道解說專書、手冊
獲頒優良政府出版品

辦理教育訓練、資源調查活動

步道健行縱走、步道認養、公眾參與推廣

整建維護步道計887公里

四、 建置觀光旅遊服務網，營造友善便捷旅遊服務

(一)建置觀光旅遊服務網，提供便捷服務

1. 建置「台灣觀光資訊網」：建置中文（整體版、簡體版、港星馬版）、英文、日文、韓文、德文、法文等多語文版本，整合地方政府、民間機構等相關資訊，建構出完整豐富的全方位「觀光入口網站」，讓遊客上網即能獲得有用的訊息，其中中文版 2007 年突破 428 萬人次瀏覽。

2. 建置台灣觀光巴士系統：輔導業者營運 33 條(含配合高鐵之 19 條）遍佈台灣北、中、南、東及離島（澎湖）等各重要景點之觀光巴士路線產品。自 2004 年開辦迄今超過 35 萬人次搭乘，其中國外旅客佔 40%，直接觀光收益計達 3.6 億餘元。

3. 建置旅遊資訊服務網：完成旅遊服務中心統一形象識別系統（CIS)，方便遊客快速辨識旅遊資訊服務中心之所在，並輔導縣市政府及相關單位建置「i」標誌旅遊服務中心品牌形象共 83 處(含 2 處旅客服務中心、36 處旅遊服務中心、45 處遊客中心)，由諳外語之服務人員提供立即旅遊資訊及諮詢服務，服務旅客人數達 155 萬人次。

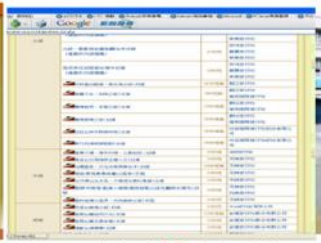
4. 設置觀光地圖導覽牌：輔導台北市政府、台北縣政府、台中市政府、彰化縣政府建置觀光地圖導覽牌（街道地圖牌）98 座，提供觀光客便利且立即之旅遊資訊。

5. 啟用「Call Center」：與中華電信合作啟用「Call Center」(24 小時免付費旅遊諮詢服務熱線電話 0800-011-765)，提供中、英、日、韓文即時專人專件諮詢服務，服務旅客人數達 6 萬 8 千多人。

台灣觀光入口網歡迎頁

英文版首頁

建置台灣觀光巴士網站



網站即時公告33種旅遊產品
（含配合高鐵推出19種）

超過35萬人次搭乘

台北松山機場旅遊服務中心

台北火車站旅遊服務中心

金門尚義機場旅遊服務中心

觀光地圖導覽牌

24Hrs Call Center（0800-011-765）

（二）輔導業者改善經營體質，提升服務品質

1. 推動一般旅館品質提升，輔導 444 家旅館（客房數 25,243 間）提升服務品質；為滿足外籍旅客需求，建立「一般旅館安全、安靜、乾淨優質住宿環境輔導計畫」，已有 96 家旅館，客房總數 5,014 間通過三安檢測標準。
2. 持續辦理觀光遊樂業經營知能及雙語服務訓練，輔導業者通過英語服務標章認證，並辦理設施安全管理及例行檢查，以營造安全友善的旅遊環境。
3. 持續提升大陸觀光團旅遊品質，加強稽查旅遊重點地區之住宿、餐廳、遊覽車、導遊、購物商店及船舶檢查，以維遊客安全。
4. 持續辦理旅行業、觀光旅館業、一般旅館業、觀光遊樂業、觀光巴士服務人員、國家風景區解說人員等觀光從業人員訓練，強化服務品質。

五、 運用創意行銷，開拓國際客源

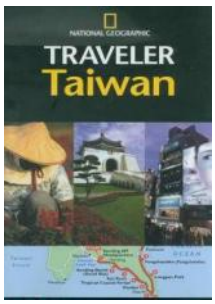
(一)加強網站行銷及媒體報導，積極開拓通路：

1. 建置台灣觀光入口網站，強化網路行銷。
2. 開拓全球 167 家大型旅行社販售通路。
3. 積極參加世界各大型旅展，每年積極參與世界 8 大旅遊展與 4

大獎勵旅遊展。

4. 與國家地理頻道合作雙品牌行銷，結合 National Geographic 國際能見度，在產品摺頁、店頭立牌等標示 NGC 及台灣觀光 LOGO，提升產品信賴感。
5. 邀請 Discovery 頻道合作「瘋台灣」旅遊節目、製播節目「Thirsty Traveler」來台取材，免費宣傳台灣觀光與美酒、美食。
6. 與國際旅遊專書合作，持續擴大旅遊資訊提供。
7. 邀請國際媒體來台體驗，進行深度報導，以提高宣傳通路。

國家地理頻道旅遊專書評選台灣為亞洲最佳旅遊小島

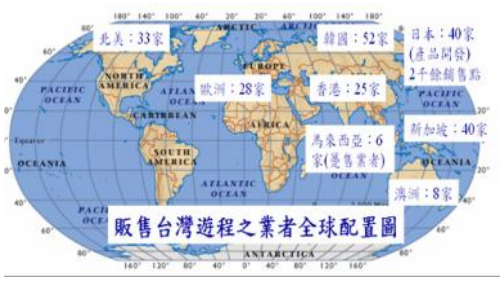


與國家地理頻道雙品牌代言

日本專書介紹台灣

德國雜誌報導

設置多語文網站



佈建海外行銷網，加強販售台灣行程

(二)依目標市場特性，積極開拓客源市場：

1. 日韓市場：陸續啟用阿茶家族暨知名 F4 團體代言，辦理台灣觀光列車、百萬日人來台活動暨 F4 歌友會等大型活動，並以台灣知名景點入境拍攝「Wish to see you in Taiwan!」偶像劇，吸引日韓年輕女性目標族群來台觀光旅遊，日本旅客成長 27.29%(從 2000 年 91.63 萬人次至 2007 年 116. 638 萬人次)、韓國旅客成長高達 169.79%(從 2000 年 8.37 萬人次至 2007 年 22.5814 萬人次)。

阿茶-腳底按摩篇(Japanese)

F4代言成果：2007年3-11月吸引日韓旅客較去年同期成長2萬4千人，創造觀光收入8.15億元。

2. 港星馬市場：先後邀請張惠妹及吳念真與蔡依林擔任台灣觀光代言人，辦理各項大型推廣活動，如「妹力台灣行」與「浪漫九九」等，並協助拍攝宣傳影片、推廣活動等，吸引港星馬旅客成長 62.82%(從 2000 年 51.42 萬人次至 2007 年 83.7239 萬人次)。

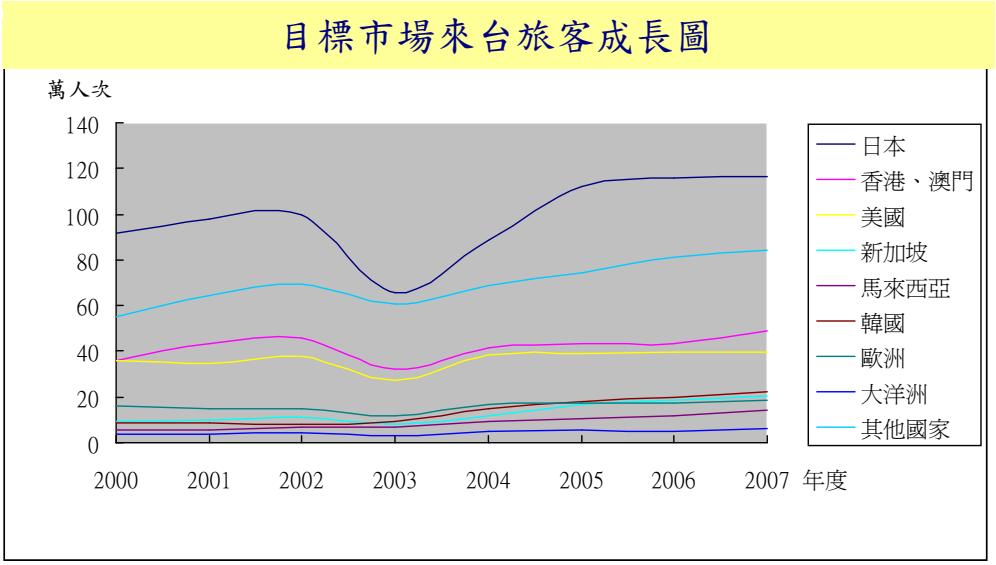
2005年阿妹導覽記宣傳影片

吳念真與蔡依林代言

3. 歐美市場：運用公關公司打入當地主流旅行社，拓展銷售通路，並以「Taiwan, Beyond Your Expectations」為主軸，進行宣傳推廣，達到歐美旅客成長 12.29%(從 2000 年 52.05 萬人次至 2007 年 58.4448 萬人次)。

於美國推出 **79** 美元遊台灣之優惠

IIha Formosa 歐美廣告影片



(三)提供獎勵措施，開拓新興客源市場：

1. 提供優惠獎勵措施：與業者合作推出多項吸引國際觀光客來台之優惠措施，如過境旅客免費半日遊程、參與會展人士及同行眷屬免費台北 1 日遊、來台購物免稅等。
2. 吸引包機市場來台：自 2004 年起訂定「交通觀光局推動國外包機旅客來台獎助要點」，帶動日、韓業者推出包機遊台行程，2006 年吸引 103 架包機，共募集 15,301 人次。2007 年共 109 架次，募集 13,625 人次。
3. 爭取郵輪市場來台：自 2003 年 7 月份起，針對高消費群的郵輪旅客，推出迎賓配套措施及港務費用優惠方案，2006 年共接待 17 艘遊輪 16,100 人次，2007 年共接待 19 艘遊輪 23,727 人次。
4. 招攬獎勵旅遊：自 2003 年起，實施優惠措施，獎勵凡招攬同一企業公司行號來台員工獎勵旅遊，每團達 50 人以上者，將提供歡迎布條、文化表演、觀光文宣紀念品，300 人以上則專案辦理，2006 年共接待 60 團，10,223 人次，2007 年共接待 67 團，9,759 人次。

歡迎包機來台儀式

歡迎遊輪來台儀式

日本獎勵旅遊(貴婦團)

獎勵接待修學旅行

肆、創新作法

一、 籌組旅遊線「工作圈」及「產業聯盟」

(一)成功案例 1：北部海岸旅遊線

1. 為整合北台灣海岸旅遊資源的「北部海岸旅遊線計畫」，其重要使命即是塑造東北角成為大台北近郊國際海岸觀光地區。其具體作法包括：

(1) 透過聘任地景總顧問與企劃總監提供專業性的指導，使台 2 線濱海公路改善獲行政院指定為景觀示範道路。

(2) 與旅遊線上各相關行政單位及地方政府組成「工作圈」，協助檢視與辦理套裝旅遊線之各項規劃與建設，讓各項公共建設得以延續，例如與宜蘭縣政府成立「推動宜蘭縣東北角轄區觀光發展工作圈」，定期就需協調事項提案溝通討論，減少行政協調流程並建立友好合作關係。

(3) 邀集旅遊線之餐飲、飯店、交通、旅遊等相關觀光產業業者籌組「產業聯盟」，依循顧客導向原則，讓觀光客各項需求都能獲得妥善的服務與照顧，並促成成異業結盟讓業者認清本身的優勢所在，創造魅力特色爭取遊客青睞。

透過前述各項機制，「北部海岸旅遊線計畫」具體執行成果包括旅遊線服務設施改善、觀光漁港建設、海岸線環境整頓、旅遊行銷推廣等具體項目。此外，整體服務品質提昇、創造差異突顯旅遊線特色及多元行銷策略，提供國人更高品質及更多樣旅遊體驗，也成功吸引國際觀光客到訪，有效拓展觀光旅遊市場。

2. 推動「北海岸婚紗留倩影」等活動，成功打造北部海岸為蜜月婚紗據點：

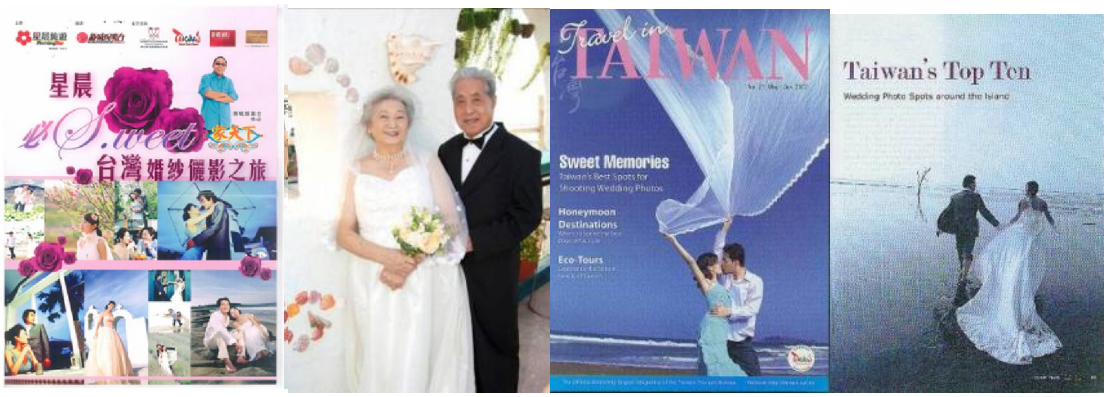
(1) 創意構思：北海岸景色風光明媚，具備陽光、白沙、海浪、夕陽、溫泉等觀光資源，且距離大台北都會區一小時之行程，再加上近五年來公私部門有志一同修築藍白系列建築物，自然而然地形成類似愛琴海的特色，吸引年輕戀人來此完成戶外拍攝婚紗的風氣。有鑑於此，交通部觀光局及其所屬北觀處自 2005 年起開始

構思結合台灣婚紗攝影的優點—技術優、速度快、價格便宜等優勢，聯合台北市婚紗策進會、北海岸旅遊線產業聯盟觀光業者共同辦理「北海岸婚紗留倩影」活動。

(2) 作法：活動內容包括 A.上網徵求婚紗照片 。B.提供住宿券及溫泉券等獎品，以吸引得獎之新人及其家屬再次重遊北海岸之意願。C.辦理得獎作品國內外巡迴展—香港部分—結合台北市婚紗策進會在香港紅勘商場展覽，獲得迴響。北海岸部份—輪流在商家展覽吸引遊客目光。D.邀請婚紗攝影公司特約攝影師親自考察北海岸景點。E.邀請國內外(包含香港、新加坡、馬來西亞)記者專題報導。F.辦理上網票選北海岸適拍婚紗十大景點。G.利用北海岸景點特色製作女王頭紀念章及夫妻石(金山燭台雙嶼)琉璃等紀念品贈送新人及外賓。H.編印摺頁、海報等宣傳品在國內、新加坡、香港、馬來西亞等旅展一起推廣。I.集結成冊編印「北觀采風」一書推廣及販賣。J.配合活動完成「石門婚紗廣場」硬體工程建設，供遊客拍照。

(3) 成效：A.成功塑造「幸福北海岸」的形象：根據台北市婚紗策進會統計資料 2007 年香港來台拍婚紗之遊客已達每個月 1000 對以上其中來北海岸者約佔 25%。B.有效推廣北海岸特色景點。

(4) 願景：A.持續推廣新加坡、馬來西亞華人市場。B.俟軟硬體建設更成熟後，陸續推廣日本高價市場。C.結合北海岸觀光業者創造更高的經濟利益。



塑造台灣成為蜜月島的形象

(二)成功案例 2：恆春半島旅遊線

為有效利用民間及地方政府資源，發展業界與政府之溝通管道，配合政府推展觀光政策，並以發展恆春地區觀光休閒產業，促進地方繁榮為宗旨，交通部觀光局大鵬灣國家風景區管理處邀集旅遊業、餐飲業、交通業、旅館業、遊憩活動業處辦理說明會，並遊說有關業者加入組成成立「屏東縣恆春半島觀光客倍增產業聯盟」。

組織成立目的以利用本旅遊線之美食特產、水上活動、溫泉、文化…等觀光資源，以套裝行程（package tour）的行銷方式，降低旅遊成本，並透過官方及非官方之國際宣傳活動，正式向國際進行行銷推廣，達到觀光客倍增之目標；另協助業者提昇服務品質等輔導訓練，並透過產業聯盟協調各相關業者在有利潤可及之原則下降低售價，以提高本旅遊線之國際競爭力。

籌組過程遭遇到許多困難，大鵬灣管理處邀請旅遊線有關業者參加，因業者不看好之情況下，參加意願不高，惟依社團法規之規定，團體會員至少需有 30 位會員方可成立，經管理處各方遊說，並請墾丁地區聲譽較好之觀光旅館，來帶頭並參與遊說，終於突破瓶頸，勉強達到 30 位，順利組成，經運作至今已四年多，不但績效卓越，也為墾丁地區業者帶來很多商機，目前會員已高達 51 位。

「屏東縣恆春半島觀光客倍增產業聯盟」達成許多亮眼的成績，包括：

1. 「屏東縣恆春半島觀光客倍增產業聯盟」編印製作恆春半島墾丁護照提供各項優惠及促銷方案，與便利商店合作進行販售，並開放各旅館販售或認養作贈品使用，數量 5 萬本銷售一空，對旅遊線增加甚多商機。
2. 「屏東縣恆春半島觀光客倍增產業聯盟」在台北地區辦理恆春半島墾丁、陽光嘉年華活動，吸引台北地區大批遊客及民眾前往參與，並進行促銷活動，對恆春半島旅遊線行銷推廣助益甚大。
3. 每年以產業聯盟名義固定參與「台北」、「台中」、「高雄」等國際旅展，共同行銷恆春半島旅遊線，於 2006、2007 年更擴及至北京、上海、昆明等交易會旅展，將恆春半島旅遊線推廣至大陸市場。
4. 協助大鵬灣管理處完成恆春半島旅遊線觀光入口網站。
5. 協助大鵬灣管理處完成恆春半島旅遊線文宣品設計及 DVD 觀光宣傳之製作。
6. 協助屏東縣政府辦理「鮪魚季」、「風鈴季」、「半島藝術季」、「恆春建城 130 年紀念」等活動；並配合台灣超級鐵人三項協會辦理

「恆春半島 113 公里鐵人三項活動」;協助恆春鎮公所辦理中元搶孤活動，並組隊參與；協助墾丁國家公園管理處辦理「春吶」活動，對恆春半島旅遊線之行銷幫助甚大。

7. 辦理會員聯誼活動如射箭比賽、漆彈比賽、小琉球參訪等，增加會員感情交流，並了解會員之經營方式及型態，適時給予幫助。

會員大會

理、監事改選

參加2006年上海交易旅展

台北旅展

台中旅展

高雄旅展

二、 設施減量，美化環境

觀光客倍增計畫以「恢復並維護我們的自然資產」為重要概念，在功能性不減、安全性不減的原則下，以觀光客的角度，重視減量原則，將旅遊線上不良設施及景觀加以改善，對於設施材料的選用，也儘量符合當地特色，並採用易於維護的材料，以達到資源的永續發展。因此，看不到大建設大破壞，看到的是小而美的優美友善空間，看到了「道路景觀改善」及「城鄉風貌改善」，看到景觀與建設美學，讓旅遊不僅是點和點之間的移動，而是以適當的遊憩設置，在還土地原貌的同時，兼顧著旅遊心情，讓遊客旅遊心情頓時好了起來。

台2線路廊景觀改善　台2線違建拆除　紐澤西護欄改善

觸口桿線地下化　跳石公廁　河美國小旁公廁

三、 創意國際行銷推廣手法

（一）創造台灣觀光品牌形象

發展品牌策略，以深具內涵的 Taiwan 字樣為 CI，以 Taiwan－Touch Your Heart 為 Slogan，作為向國際行銷台灣觀光的統一識別標誌及標語，提高國際觀光產品辨識度。

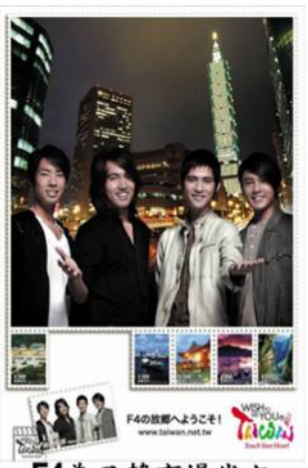
現有CI與Slogan　　深具內涵的CI與Slogan

（二）運用明星代言，與影視歌結盟合作行銷：

首度與影視歌結盟，運用明星代言，並立基於台灣偶像劇、電影及在華語流行音樂居領先地位之優勢，置入台灣觀光元素、景點，製作成追星手冊、包裝為旅遊產品，與相關單位合作建構台灣為影視基地、追星族朝聖地，吸引鄰近國家追星族、粉絲群來台旅遊。

練習曲帶動自行車環台

吳念真VS蔡依林
為港星馬市場代言



F4為日韓市場代言

與影視歌結盟合作，推出偶像劇「這裡發現愛」

日韓市場以 F4 為代言人，將觀光景點置入偶像劇場景，搭配相關旅遊產品、大型活動宣傳及開發廣宣新通路，吸引旅客來台；港星馬市場以蔡依林暨吳念真為代言人，建構年輕時尚 v.s. 在地傳統 2 種台灣觀光型態，透過業者體驗及媒體邀訪深度報導，開發四季主題優質新行程，提昇品牌形象，均創造極大的話題與迴響。

F4代言成果：2007年3-11月吸引日韓旅客較2006年同期成長2.4萬人，創造觀光收入8.15億元，預期2007年底播出偶像劇後將大展吸金威力。

吳念真vs蔡依林代言成果：2007年吸引港星馬旅客較2006年成長10萬人，創造觀光收入超過30億元。

（三）推動 2004 台灣觀光年活動：

台灣觀光發展受到 2003 年 SARS 衝擊而重創台灣觀光市場，因此推動 2004 台灣觀光年活動，藉由大型觀光活動的舉辦來整合國內各部會觀光資源，進行國際宣傳推廣，提供促銷誘因，提升外國人來台意願，同時凝聚「人人心中有觀光」的共識。推動國內宣傳計畫、賽會活動計畫、國際宣傳計畫、產品開發計畫、旅遊服務網建置計畫等，其中，首創「Taiwan Host」（台灣觀光大使）訓練及認證，號召業界及全民共同扮演主動熱情待客的「好主人」，獲熱烈迴響，並創造 2004 年來台旅客達 295 萬人次的佳績，與 2003 年 224.8 萬人次相較，大幅成長 31.2%，帶動景氣復甦，奠定後續來台旅客逐年穩定成長的良好基礎。

台灣觀光年CI

網路票選歡迎口號

各重要交通場站迎賓氣氛佈置，讓觀光客一到台灣，就能感受到歡迎的氣氛

一人一信郵簡，供民眾索取，
寄出近5千封邀請國外友人來訪信件

小手工大心意，印製360萬份，
供民眾索取邀請國外友人來台

Taiwan Host VCD

Taiwan Host 徽章

Taiwan Host 認證店家貼紙

Taiwan Host台灣觀光大使研討會12梯次，
共計1450位學員參與，培訓出120位種子教師

四、 大台北地區普設自行車道

行政院體育委員會補助台北縣及臺北市普設自行車道，提供大台北地區民眾休閒運動場所，縣、市自行車道，並藉華中橋等橫跨台北縣、市橋樑串聯，自 2002 年起至 2007 年底共新設台北縣約 120 公里

自行車道，台北市約 100 公里自行車道，自行車道興設完成後亦成為北台灣旅遊觀光重要景點，成效顯著，並帶動國內自行車道興設及積極發展觀光之風氣。

自行車環台賽

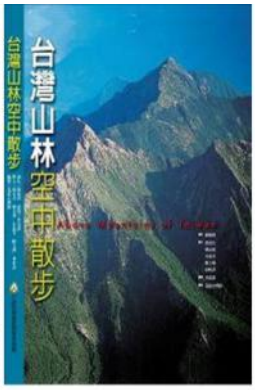
五、 建置國家自然步道系統

21 世紀隨著社會、經濟發展，國人對戶外遊憩需求日增，為建置國家步道系統，乃配合整體環境資源特色，以兼顧生活圈、連結動線、轉運站、接近道路、及步道本體等五大向度之系統規劃模式，強調國家步道系統藍圖規劃、自然人文資源調查、建置國家步道系統資料庫及網站、環境教育與宣導行銷等資訊提供、活動辦理及軟體規劃設置等工作內容，輔以步道管理維護及監測、實質整建步道及公眾參與及步道認養等，配合無痕山林運動、自然體驗創作等引導，提供民眾一個生態、休閒、育樂的美麗空間。估計每年提供 360 萬人次以上之參與機會，以每人每次步道旅遊之消費額平均新台幣 0.5 千元計算，產值逾 18 億元。

以南澳朝陽步道為例，步道依著南澳漁港邊的龜山上蜿蜒施設，除了步道本體的整建、自然資源調查、休憩服務設施、全區解說牌系統，甚至訓練村人變成解說員，賦予原本無言的小山丘豐富多彩的新生命。山腳下的朝陽社區原是只剩老人和小孩群居且久被都會遺忘的寂寞村落，卻因朝陽步道的興設，加上客家人硬頸的傳統精神，致力推展獨具山海魅力的生態旅遊，開創了屬於他們的第二春。南澳朝陽步道每年為這個昔日的小漁村帶來近千萬的產值，離鄉就業的年輕人終於不用再為謀生活而流落異鄉，可以和家人一起為滿山的大頭茶開花而鼓舞，為毛蟹大軍回潮而感動。

公眾參與活動

瑞太古道整修完成後，配合揭牌儀式，
太和社區舉辦古轎迎親活動



專書

伍、未來推動方向

一、 觀光客倍增計畫係一跨部會之整合型計畫，推動 6 年來，在擴大來台旅遊市場規模、開拓國際觀光客源、提升旅遊品質、營造友善環境及催生新興潛力景點已見成果。2008 年起除將配合行政院「2015 年經濟發展願景第 1 階段 3 年衝刺計畫」，持續提升旅遊質能外，更規劃推動「2008-2009 旅行台灣年」工作計畫，將透過國內宣傳、節慶賽會、產品開發、國際宣傳及建置旅遊服務網絡等計畫，積極推動台灣觀光事業之發展，打造台灣成為亞洲主要旅遊目的地之一。

二、 故宮南部分院、環島鐵路觀光旅遊線、舊山線復駛、安平港國家歷史風貌園區等計畫，深獲大眾期待，將持續推動，未來遊客將能體驗嶄新的故宮南院、懷舊的舊山線鐵道、知性的安平港國家歷史風貌園區等新興景點新風貌。