

修訂本奉行政院 100 年 5 月 27 日院臺交字第 1000026660 號函核定
(原計畫奉行政院 98 年 8 月 27 日院臺交字第 0980049106 號函核定)

六大新興產業發展規劃—
觀光拔尖領航方案
行動計畫
(修訂本)

交通部

目 錄

壹、計畫緣起	1
(一) 依據	1
(二) 未來環境預測 — 台灣觀光發展新契機	1
(三) 問題評析 — 台灣觀光市場現況分析	4
貳、計畫目標	7
(一) 目標說明	7
(二) 達成目標之限制	7
(三) 預期績效指標及評估基準	8
參、現行相關政策及方案之檢討	9
(一) 台灣觀光施政 5 大主軸 (96 年)	9
(二) 2008-2009 旅行台灣年工作計畫 (97-98 年)	9
(三) 重要觀光景點建設中程計畫 (97-100 年)	11
(四) 落實全面開放大陸人士來台配套工作 (97 年起)	12
(五) 旅行台灣•感動 100 (98-99 年)	13
(六) 觀光拔尖領航方案之執行檢討 (98-100 年)	13
肆、執行策略及執行計畫	15
(一) 執行策略	15
(二) 行動方案及執行計畫	19
伍、期程與資源需求	36
(一) 計畫期程	36
(二) 經費來源及計算基準	36
(三) 經費需求 (含分年經費)	36
陸、預期效果與影響	38
柒、附則	39
(一) 替選方案之分析及評估	39
(二) 有關機關配合事項	39
(三) 中長程個案計畫自評檢核表	39
(四) 性別影響評估檢核表	39

壹、計畫緣起

(一) 依據

- 1、為落實 馬總統成立「300 億元觀光產業發展基金」政見，考量其運用範圍與現行之「交通作業基金」項下「觀光發展基金」設立目的尚稱相符，為符合基金簡併原則，交通部研擬「300 億元觀光產業發展基金規劃說明」，擬以現有「觀光發展基金」為基礎，擴大其規模涵括編列之方式辦理，奉行政院 97 年 8 月 14 日院台交字第 0970033380 號函核復「原則同意」。
- 2、依據 馬總統於 98 年 2 月 21 日「當前總體經濟情勢及因應對策會議」指示，將「觀光旅遊」、「醫療照護」、「生物科技」、「綠色能源」、「文化創意」、「精緻農業」定位為 6 大關鍵新興產業，並請相關部會研提具體推動策略。
- 3、交通部配合 6 大新興產業發展規劃，將 300 億元觀光產業發展基金推動方向，規劃研擬「觀光拔尖領航方案」簡報，經行政院 98 年 4 月 9 日第 3139 次院會通過。
- 4、依據行政院 98 年 8 月 4 日審查「六大新興產業規劃—觀光拔尖領航方案行動計畫」(草案)會議結論辦理，並奉行政院 98 年 8 月 24 日院臺交字第 0980049106 號函核定。
- 5、奉行政院指示按月填報執行績效，並由行政院曾政務委員志朗、張政務委員進福、朱政務委員敬一及行政院經濟建設委員會劉主任委員憶如等聯合主持檢討會議，於 99 年 9 月 6 日、10 月 18 日、12 月 7 日、100 年 1 月 21 日、3 月 15 日、4 月 29 日召開執行進度會議，滾動檢討各項子計畫執行績效。
- 6、交通部以 100 年 4 月 11 日交路(一)字第 1000003125 號函陳報修正計畫，於總預算 300 億元額度下，延長執行期程至 103 年並調整預算分配，並經行政院經濟建設委員會 100 年 5 月 4 日召會審查獲致結論，報奉行政院 100 年 5 月 27 日院臺交字第 10000026660 號函核定。

(二) 未來環境預測 — 台灣觀光發展新契機

1、大三通是台灣取代香港，成為東亞觀光交流轉運中心的契機

台灣位於世界地圖的中心，擁有樞紐地緣優勢，大三通暢通國際旅客來台及轉出的管道。未來透過放寬簽證規定，簡化入出境程序，增加兩岸航點、航班，拓展國際航線、延伸航點及包機

架次，鼓勵國際郵輪彎靠等措施，增加國際旅客來台管道；同時，提升國際機場旅遊服務機能、強化鐵路旅遊服務，並結合各種大眾運輸工具及 IT 資訊產業，建置無縫隙旅遊服務，讓台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。

2、政府高度重視，發展觀光已有與國際接軌的基礎

觀光產業是內需型的外貿產業，為 21 世紀台灣經濟發展的領航性服務產業，隨著國內政經情勢及兩岸關係之轉變，以及國人對休閒生活的重視與觀光品質需求的提升，近來政府高度重視觀光產業對國家經濟發展的重要性，馬總統更在「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中將觀光旅遊列為政府重點推動之 6 大新興產業。

隨國際觀光市場競逐加劇，台灣亦陸續發展更多元、具創意之行銷策略與作為，包括修訂「觀光客購物退稅」制度更趨便利、運用代言人及網路行銷等多元創意行銷手法開拓國際客源；政府循序開放陸客來台觀光，更開啟兩岸觀光新頁。

97-98 年間在全球不景氣及金融海嘯影響下，亞洲鄰近國家如新加坡、大陸等國觀光人數均呈現衰退，惟獨台灣近年透過創意行銷，在各界全力衝刺下逆勢成長，98 年來台國際旅客達 439.5 萬人次，成長 14.3%，相距不到 1 年，來台旅客人數於 99 年 11 月已突破 500 萬大關，99 年全年來台旅客人數突破 556.7 萬，成長率突破兩成，遠高於世界觀光組織 (UNWTO) 預估亞太地區 5%~7% 之成長率，推估創造超過新台幣 2,700 億觀光外匯收入。未來國際觀光將藉由國際級的觀光設施與服務、台灣獨具特色的產物與感動，及台灣觀光新品牌形象的啟用 (Taiwan-The Heart of Asia、Time for Taiwan) 等積極作為，讓台灣成為無處不可觀光的旅遊勝地。

3、國民旅遊帶動地方經濟發展，發展觀光已成地方共識

國民旅遊已成為國人生活的一部分，在政府積極改善觀光遊憩區軟硬體服務設施、鼓勵觀光產業升級、發展多樣化國民旅遊活動、舉辦大型觀光活動，如台灣燈會、溫泉美食嘉年華等，以人潮帶動地方經濟的活絡，近年國民旅遊人數約在 1 億人次上下，國民旅遊貢獻觀光收入平均達 1,850 億元。另隨景氣回溫，加以

觀光局積極推動大型節慶活動及改善旅遊環境，99年國人國內旅遊旅次預估可達1.2億旅次，預估可創造新台幣2,400億國內旅遊收入。

由於國民旅遊帶動的商機，讓地方政府對發展觀光的建設不遺餘力，然而要發展主題式「深度旅遊」及追求自我創造與生命感動的「體驗旅遊」，相關大眾運輸、公共場所、餐廳等都要營造出友善的旅遊環境，軟體服務品質、自然環境保育等都有待提升，地方政府及民間業者的配合度成為重要關鍵。

4、台灣自然、人文資源多樣而豐富，社經發展引領華人社會，為發展觀光之優勢

- (1) 地質優勢：台灣位於歐亞大陸東南，北回歸線上的海島，受海洋氣候影響，溫暖潮濕，終年長青，有「福爾摩沙」美譽。因歐亞大陸板塊與菲律賓海洋板塊擠壓碰撞，形成高山島嶼，3000公尺以上高山有264座，其中玉山海拔高3952公尺為東北亞最高峰。全島地形富變化，有高山、丘陵、台地、平原、縱谷、岩岸及沙岸，還有火山地形及溫泉資源，為地質學的寶庫。
- (2) 生態優勢：台灣陸地佔全球陸地面積不到千分之三，卻擁有15萬種生物資源，是世界上物種密度最高的地區之一；其中蝶類密度高居世界第一，植物密度為世界第2；500多種的鳥類，曾文溪口為現今全世界最大的黑面琵鷺棲息處。600多種的蕨類是北美洲與南美洲的蕨類種類的加總，蕨類研究是台灣值得推銷的一個賣點。
- (3) 景觀優勢：台灣有8處國家公園、13處國家風景區、22處森林遊樂區、還有百餘處風景區，國際來台旅客可體驗由海洋到高山地理景觀，熱帶、亞熱帶、溫帶、寒帶等不同氣候帶之變化及動植物景觀，為世界最精緻且多樣化的旅遊勝地。
- (4) 文化優勢：在國際間我國故宮博物院與法國羅浮宮、紐約大都會博物館齊名，為國際來台旅客最熱門的旅遊參訪據點。台灣有14族原住民，為南島文化發祥地之一，是民族人類學研究的重鎮。此外歷經西班牙、荷蘭及日本異族統治，及明鄭、大清、國民政府治理，留有許多歷史古蹟及紀念性建築物可印證台灣發展歷程。
- (5) 人文優勢：台灣融合了閩南、客家、原住民及大陸各省不同的

族群，呈現在宗教信仰、文物、建築、語言、生活習慣及飲食上，造就了台灣多元的人文色彩。在台灣世界美食齊聚，中華料理、台灣小吃、水果、素食聞名國際；宗教信仰自由，佛教、道教、天主教、基督教、回教各有發展空間，尤以佛教徒普至各地救災的入世作為，最為世人肯定，致法鼓山、中台禪寺、佛光山、慈濟精舍成為宗教旅遊重地；全年分布各地均有熱鬧的民俗節慶活動舉辦，如元宵燈會、媽祖文化節、原住民豐年祭等，是台灣獨有的人文特色。

- (6) 社經優勢：台灣社會的自由民主與多元是全球華人社會所欽羨，優質的公民素養與濃郁的人情味，是台灣足以吸引國際旅客來台體驗的一環；近年成為觀光資源的 24 小時書店及購物環境，即是社會長期穩定發展下的產物。

(三) 問題評析—台灣觀光市場現況分析

1、來台旅遊人次

99 年來台旅遊人次達 556 萬 7,277 人次，較 98 年成長 26.67%，大陸 (1,630,735 人次) 躍居為最大客源市場，其次為日本 (1,080,153 人次)、港澳 (794,362 人次)、美國 (395,729 人次)、馬來西亞 (285,734 人次)、新加坡 (241,334 人次)、韓國 (216,901 人次)、歐洲 (203,301 人次) 及紐澳 (71,953 人次)。其中，「觀光」目的別旅客達 3,246,005 萬人次 (佔來台旅客 58.31%)，其規模及所佔比例均為歷年新高，顯見各項觀光施政作為已見成效。隨著全球經濟逐漸復甦，兩岸旅遊逐步鬆綁簡化及常態化，並持續深耕主要客源市場 (如：日韓、港星馬及歐美) 及開拓新興市場 (如：大陸、穆斯林及東南亞印度、印尼、泰國、越南、菲律賓等 5 國新富階級市場) 之努力下，預估至 103 年來台旅遊人次達 950 萬人前景可期 (詳表 1)。

表 1 各客源市場來台旅遊人次現況及預估表 (單位：萬人次)

國家 / 地區	97 年 現況值	98 年 現況值	99 年 現況值	100 年 預估值	101 年 預估值	102 年 預估值	103 年 預估值
日本	108.67	100.07	108.02	127.00	140.00	150.00	160.00
韓國	25.23	16.76	21.69	27.00	31.00	35.00	39.00

國家/地區	97年 現況值	98年 現況值	99年 現況值	100年 預估值	101年 預估值	102年 預估值	103年 預估值
中國大陸	32.92	97.21	163.07	210.00	273.00	345.00	420.00
港星馬	97.99	108.03	132.14	164.00	180.00	190.00	200.00
歐美 紐澳	65.67	63.25	67.10	86.00	92.00	97.00	100.00
其他	54.04	54.18	64.71	36.00	34.00	33.00	31.00
總計	384.52	439.50	556.73	650.00	750.00	850.00	950.00

2、觀光整體收入

台灣觀光整體收入穩定成長，主要係仰賴國際觀光所帶來的觀光外匯。從下表得知，觀光外匯收入從93年1,585億元成長至99年2,700億元，呈現逐年穩定成長的趨勢；而國人國內旅遊從91年迄今多維持在2,000億元上下，顯見國內觀光已進入成熟期，成長較為有限（詳表2）。因此，「發展國際觀光，賺取外匯」是未來提升台灣整體觀光收入的重要因素。

表2 91至97年台灣整體觀光收入現況表（單位：新台幣億元）

年別	觀光外匯收入 (新台幣億元)	國人國內旅遊 (新台幣億元)	整體觀光收入 (新台幣億元)
99	2,700	2,400	5,100
98	2,253	1,828	4,081
97	1,871	1,842	3,713
96	1,712	2,193	3,905
95	1,651	2,243	3,894
94	1,585	1,926	3,511
93	1,340	2,478	3,818
92	1,015	2,181	3,196
91	1,585	2,368	3,953

備註：92年因SARS影響，導致整體觀光收入降低。

3、觀光創匯能力

依據世界經濟論壇（WEF）於98年公布之最新報告顯示，96年台灣觀光外匯收入達51億美金，佔GDP比例為1.34%，優於美、加、德、日、韓、中（詳表3）。97年觀光外匯收入為55.8億美

元，並逐步成長至 98 年近 70 億美元、及 99 年近 90 億美元，觀光創匯能力潛力可見一斑。未來透過持續大力推展國際觀光，將帶動來台旅遊人次及觀光整體收入的成長，預估至民國 103 年，觀光外匯收入可望達到 140 億美金，其佔 GDP 比重將可持續突破 2%。

表 3 先進觀光國家及亞洲鄰國 2009 年觀光外匯收入佔 GDP 比例表

	國家	觀光外匯收入 (美金百萬)	GDP (美金十億)	觀光外匯收入 佔 GDP 比例(%)
WEF 2011 年 公布 觀光 競爭力 前 10 名	瑞士	13789.3	491.9	2.80
	德國	34709.4	3338.7	1.04
	法國	49398.2	2656.4	1.86
	奧地利	19404.5	382.1	5.08
	瑞典	10261.5	406.1	2.53
	美國	93917.0	14119.1	0.67
	英國	30148.7	2178.9	1.38
	西班牙	53176.7	1467.9	3.62
	加拿大	13707.0	1336.1	1.03
	新加坡	9187.2	182.2	5.04
亞洲 鄰國	日本	10304.6	5068.9	0.20
	香港	16462.9	210.6	7.82
	中國大陸	39675.0	4984.7	0.80
	韓國	9442.0	832.5	1.13
	泰國	15901.2	264.0	6.02
	馬來西亞	15772.2	193.0	8.17
	台灣	6816	378.85	1.80%

資料來源：WEF (World Economic Forum)，2011

貳、計畫目標

(一) 目標說明

1、台灣觀光發展新願景

掌握「兩岸大三通」的新契機，立基兩岸航線增班及旅遊交流之鬆綁及開放大陸人民來台旅遊自由行等政策利多下，應發揮台灣樞紐地緣優勢以及特殊自然、人文與社經資源，積極因應及效率運用各項資源，逐步打造台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。

2、台灣觀光產業發展目標

台灣觀光整體收入穩定成長，主要仰賴國際觀光所帶來可觀的觀光外匯收入（所佔比例已從 91 年 40% 成長至 53%）。在開放兩岸大三通及政府各項積極推展觀光的作為下，來台旅客人次及觀光整體收入預期將可持續穩定的成長，台灣經濟發展之榮景可期。因此，本方案設定發展目標為至民國 103 年，觀光外匯收入可望達到 140 億美金（約新台幣 4,200 億元）。

(二) 達成目標之限制

1、經費來源不易掌握

本計畫經費來源近 7 成擬由國庫（公務預算基本需求或公共建設計畫經費）增撥觀光發展基金，另外 3 成則由觀光發展基金自有經費挹注，惟近年來政府財政困難，致於編列各年度預算時常遭遇非但國庫無法挹注，且須配合經費減列之虞，計畫所需經費是否得以編足尚存變數，在在影響既定計畫之推動及目標之達成。

2、公私部門需積極整合合作

本計畫項下部分計畫鼓勵地方政府從國內(外)觀光客的需求角度，進行觀光環境總體檢，並能整合公私（政府、業者、民間）部門共同參與合作，惟涉及單位部門眾多，對觀光發展意見不一，均可能影響計畫發展步調，地方政府需加強與各界之溝通

協調。

3、民間投資意願不易掌握

本計畫項下部分子計畫優先鼓勵引進企業化觀念，期有效經營運用據點資源特色，期輔導地方政府或扶植民間團體逐步達成自主營運之最終目標。惟部份據點個案或因淡旺季明顯、或因週邊客源量未達經濟規模，進而影響民間投資意願，並衝擊計畫預定之推動期程。

(三) 預期績效指標及評估基準

項目	績效指標	評估基準	實際達成值		預期目標值			
		97年	98年	99年	100年	101年	102年	103年
1	來台旅客人次 (萬人次)	384.5	439.5	556.7	650	750	850	950
2	觀光整體收入 (新台幣億元)	3,713	4,081	5,100	5,175	5,645	6,115	6,585
	(1)觀光外匯收入	1,871	2,253	2,700	2,725	3,145	3,565	3,985
	(2)國人國內旅遊收入	1,842	1,828	2,400	2,450	2,500	2,550	2,600
3	觀光產業就業人數 (萬人次)	10	10.7	11.5	12.2	13	13.8	14.5

備註：

1. 來台旅客人數(萬人次)：依據交通部觀光局統計資料。
2. 整體觀光收入(新台幣億元)：依據交通部觀光局「來台旅客消費及動向調查報告」及「國人旅遊狀況調查報告」統計推估(100-103年觀光外匯收入均以美元推估新台幣數值，美元與新台幣匯率係依過去10年平均匯率1:30推估)。
3. 觀光產業就業人數(萬人次)：依據交通部觀光局主管觀光產業就業人口統計，包括指觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業(含導遊、領隊)從業人員。

參、現行相關政策及方案之檢討

(一) 台灣觀光施政 5 大主軸 (96 年)

96 年觀光施政以「建構質量並進的觀光榮景」為願景，透過「點」、「線」、「面」的套裝旅遊路線及舊景點的風華再現來建構「美麗台灣」；包裝具國際觀光競爭力的多元觀光產品，如登山、民俗節慶、溫泉、美食、自行車、追星等活動，呈現「特色台灣」；建置全方位旅遊服務網絡全方位營造「友善台灣」；利用輔導產業、培訓人才與評鑑等方式確保「品質台灣」；以多元開放、全球佈局的核心理念來「行銷台灣」。

(二) 2008-2009 旅行台灣年工作計畫 (97-98 年)

為順應北京奧運及配合高雄世運、台北聽障奧運的舉辦，行政院 96 年 12 月 24 日院臺交字第 0960094646 號函核定「2008-2009 年旅行台灣年」工作計畫，以持續整合各方資源，營造友善環境，提供獎勵誘因，加強宣傳推廣，打造台灣成為亞洲主要旅遊目的地，達到來台旅客成長 7%，吸引外匯收入之目標。共有國內宣傳計畫、節慶賽會計畫、產品開發計畫、國際宣傳推廣計畫、建置旅遊服務網計畫等 5 項計畫，97 年推動成果及 98 年推動重點如下：

- 1、「國內宣導計畫」：透過媒體廣告、活動宣傳及旅行台灣年氣氛之營造，鼓勵國人主動邀請、熱情待客，並將台灣的美麗與感動與客人分享，做個「好主人」。97 年已於重要交通場站、觀光據點完成氣氛佈置，亦製作宣傳影帶於各大電視台及電影院播放，並辦理「旅行台灣·說自己的故事」、「台灣美食行銷高峰會」等，號召各界參與。98 年度持續針對外商企業公司提供「Tour Taiwan Kit 旅行台灣歡迎錦囊」、針對觀光旅遊業界及學界辦理「台灣觀光論壇『旅行台灣年觀光旅遊業再生與成長—觀光大師開講系列』」、針對一般民眾消費者舉辦「全民來當大玩家」活動、針對購物店、餐飲業、觀光旅館業者辦理「Taiwan Host 展現台灣好主人風範計畫」訓練課程。
- 2、「節慶賽會計畫」：篩選具台灣特色及國際觀光魅力之節慶賽會，編印中、英、日文版觀光行事曆，並透過旅行社與媒體通路，加強國際宣傳及促銷。

- 3、「**產品開發計畫**」：除針對首次來台必看、必吃、必玩元素包裝為經典行程，亦針對重遊者及主題旅遊者規劃深度之旅，包括登山、婚紗攝影、銀髮族懷舊、醫療保健、運動之旅等創新產品及鐵道、溫泉美食、生態、農業及文化之旅等一般產品。為形塑台灣為蜜月婚紗島，首度辦理「久久合歡」活動，邀請海外 99 對佳偶來證言，塑造合歡山等 5 地區浪漫形象；另為推廣台灣保健旅遊市場，亦舉辦「千人足健體驗」活動，不僅創造金氏世界紀錄，更創造媒體行銷附加價值 3,000 萬，集客效益 4,000 萬元，在國際間創造話題及視聽。
- 4、「**國際宣傳推廣計畫**」：透過釐析台灣觀光元素，建立台灣觀光品牌形象，整合全球行銷步調。針對國際觀光客，贈送四季好禮、過境半日遊、過境旅客美金 79 元起優惠住房專案及百萬獎金放送；針對國外旅行社，則以包機及郵輪補助，提供更優渥獎金或廣告經費補助，加強其包裝台灣旅遊產品；針對國內旅行社，則獎勵規劃質量均佳之遊程。此外，更積極開拓全球市場行銷宣傳通路，包括 Discovery、National Geographic 等國際知名頻道、Forbes、Monocle 等知名專書，及 Google、YAHOO 等大型入口網站合作，提升台灣旅遊形象；加強異業結盟，如與捷安特合作，在歐洲 2000 家據點推薦台灣是自行車漫活好所在及運用台灣偶像劇、流行音樂之優勢，建構綿密之國際宣傳網絡。在各項積極開發通路之作為下，海外販售台灣遊程旅行社共 443 家，較 96 年新增 104 家，成長 30.68%。98 年持續以登山、婚紗、保健、追星及運動旅遊產品，以再創新行銷方式創造更高宣傳效益，包括跨年外牆點燈廣告（1 月）、飛輪海國際歌友會（2 月）、經穴按摩推廣活動（4 月）、愛戀台灣 101 景觀台求婚（5 月）、旅遊達人遊台灣（6 月）、飛輪海一日導遊（8 月）、來去台灣吃辦桌活動（8 月）、自行車環台活動（9 月），另推出入境好禮包、遊台灣加 1 元住五星級飯店等活動，以創意廣告展新意。同時，依各目標市場需求與特性，持續深耕日、韓、港星馬等既有市場，並加速開拓大陸、穆斯林、泰國、菲律賓、印度、印尼及越南等新興市場。
- 5、「**建置旅遊服務網計畫**」：97 年台灣觀光資訊網全新改版上線，以中（正、簡）、英、日、韓、德及法文版服務國際旅客，並與中華電信合作設置中、英、日、韓語服務之 24 小時免付費觀光諮

詢熱線 0800-011-765，累計服務逾 10 萬人次，外語服務比例約佔 3 成；此外，增設 37 處旅遊（客）服務中心，建置 266 處旅遊資訊站及 77 面觀光導覽地圖牌座，獎勵觀光業設置日、韓文旅遊服務，以「九份商圈」為示範景點，提供友善便利的旅遊資訊指引；此外，持續輔導 13 家旅行社業者經營 33 條遍及全台各大風景區之台灣觀光巴士旅遊路線，服務國內外旅客逾 10 萬人次（國際旅客搭乘比例達 44%），創造逾 1 億餘元產值。

（三）重要觀光景點建設中程計畫（97-100 年）

為整體改善景點設施品質及接待服務機能，完善旅遊配套措施，爰研擬推動「重要觀光景點建設中程計畫(97-100 年)」，針對旅客遊憩需求，擇定重點投資包括大東北遊憩區帶、日月潭九族纜車及環潭遊憩區、阿里山公路遊憩服務設施、民間參與大鵬灣國家風景區建設 BOT 案及建構花東優質景觀廊道等 5 大焦點建設，並採用「景點分級」的觀念，分級整建具代表性之 36 處國際景點及 44 處國內景點，以逐步提升景點服務能量，吸引旅客參訪並提高其滿意度，進而促進觀光產業轉型與升級。

97 至 99 年已完成野柳地質公園、白沙灣暨麟山鼻、金山中角暨獅頭山、福隆遊憩區、壯圍旅遊服務園區、蘇澳冷泉公園再造、南方澳海洋廣場及環港步道、向山行政中心、日月潭環潭地區、日月潭—九族纜車系統、日月潭污水及下水道系統、台 18 線及石棹/奮起湖遊憩系統設施、東石鰲鼓地區遊憩設施改善、七股鹽山及瀉湖、烏山頭、關子嶺、大鵬灣環灣道路、新威景觀大橋、瑪家遊客中心、寶來遊客中心、鯉魚潭遊憩區、羅山遊憩區及六十石山地區、鹿野高台地區、關山自行車道、湖西濱海遊憩區、中屯風力園區、通梁遊憩區、小門地質館、西嶼、桶盤嶼地質公園、虎井嶼遊憩區、雙心石滬遊憩區、大澳山戰爭和平紀念公園、塘后道休閒廊道、坂里至午沙遊憩區、大坵慢遊度假勝地等國際景點；三芝遊客中心、北海岸自行車道系統、宜蘭濱海、車埕、頭社水庫步道及自行車道、鄒族文化及西北廊道遊憩系統設施、南庄遊憩區、谷關遊憩區、西拉雅芒果酒莊、小琉球、荖濃及屏北系統自行車驛站、台九線自行車景觀廊道、瑞穗紅葉溫泉區、石梯、秀姑巒系統、菜園休閒漁業園區、媽祖宗教園區等國內重要景點建設。

13處國家風景區全區遊客量自97年2,886萬人次，至99年成長至3,192.9萬人次，成長率達10.63%，滿意度亦均突破8成。

(四) 落實全面開放大陸人士來台配套工作(97年起)

為落實馬總統宣示自97年7月起開放大陸觀光客來台，行政院97年5月22日第3093次院會通過「兩岸週末包機及大陸觀光客來台方案」，妥善準備大陸觀光團來台相關事宜，包括旅遊行程規劃及踩線團及首發團接待、協調風景區管理機關加強環境整備、重點旅遊地區聯合稽查、落實購物品質保障制度及稽查、加強從業人員訓練、編製旅遊須知及遊客意見反應表、設置旅遊糾紛、購物糾紛或通報專線等配套工作，以確保接待品質及市場秩序。自97年6月13日兩岸兩會簽署「海峽兩岸關於大陸居民赴台灣旅遊協議」，97年7月4日大陸觀光客首發團(26團644人)配合兩岸週末包機啟動抵台，97年7月18日大陸居民來台旅遊正式實施。行政院亦於97年9月4日通過「『小三通』正常化推動方案」，97年9月30日起經許可來台之大陸觀光客得經由「小三通」途徑中轉往返兩岸，兩岸往來管道更加暢通。

為縮短磨合期，已積極協調相關機關鬆綁法規，簡化陸客來台觀光申請手續、放寬資格認定標準、放寬團體自由活動比例至總天數之3分之1、調降最低組團人數為5人、延長在台停留期間至15日；並透過兩岸磋商機制及溝通平台，促使大陸方面陸續並已全面開放赴台旅遊省市、分三階段增加組團社家數(由97年之25家增至100年1月份之164家)、改善組團社領隊證張數不足等課題，以順暢大陸旅遊市場之推展，維持品質並確保旅遊安全。

在兩岸雙方堅持旅遊品質共識，陸客來台人數逐步成長，自97年7月開放陸客以來，至99年12月來臺陸客總人數為280萬845人次，以觀光目的申請來臺的大陸團客為182萬9,071人次，經貿商務等其他目的大陸旅客為97萬1,774人次。全體陸客共創造新臺幣1,631億元外匯收入；觀光團體陸客則帶來新臺幣919億元的外匯收入，且對來臺旅遊整體經驗有超過90%表示滿意。

未來將持續視大陸市場為一新興市場積極開拓，以「循序漸進」、「質量並重」、「從誠信出發、以優質為本」等原則，透過「台旅會」與大陸「海旅會」溝通平台，相互通報組、接團社品質異

常訊息，維持市場商序，亦針對大陸觀光團必遊景點如阿里山、日月潭、太魯閣、故宮等處擁塞情形，設計新的管理資訊系統，提供管理單位評估旅客總量以及早採取因應措施；更將透過推廣，讓旅行團路線趨向多元、主題式、深度化，以分散景點之擁擠，改變陸客來台旅遊型態，達到旅客分流、提高品質之目的。可預期在兩岸三通及直航包機班數增加之下，將有利於拓展獎勵旅遊、郵輪等高價旅遊市場。

(五) 旅行台灣•感動 100 (99-100 年)

為慶祝建國 100 年規劃辦理「旅行台灣•感動 100」計畫，以「催生與推廣百大感動旅遊路線」、「體驗台灣原味的活動」及「貼心加值服務」為計畫三大主軸，並扣連「觀光拔尖領航方案」相關計畫內容，於 100 年呈現台灣最令國內外旅客感動的服務與活動。重點工作如下：

- 1、催生與推廣百大感動旅遊路線：結合政府與民間資源與力量，以發展台灣觀光品牌的 10 大旅遊元素（民俗宗教、在地文化、當代文化、創新、追星、生態、溫泉、登山健行、單車及原住民）及花博推動主題旅遊，整合路線上的美食、購物、交通、住宿、伴手禮及旅遊資訊等服務，串連百大旅遊路線。
- 2、體驗台灣原味的感動：結合各項感動旅遊主題，以深具台灣特色之「四大主題系列活動」為經，「年度創意活動」為緯，創造無所不在「台灣好好玩•感動百分百」的體驗環境，並輔導旅行業者針對個別客源市場需求推出套裝旅遊產品，豐富旅遊行程深度。
- 3、貼心加值服務：建置專屬網站，提供百條路線各項旅遊資訊，讓旅客在「旅行前」完成旅遊行程規劃；輔導縣市政府推動辦理「台灣好行（景點接駁）旅遊服務」，讓旅客在「旅行中」可以體驗這項友善、平價、便利且符合環保潮流的旅遊服務；於專屬網站建置活動平台，提供旅客在「旅行後」透過共享，與各地網友分享在臺經驗，期營造庶民旅遊環境，爭取國際旅客來臺。

(六) 觀光拔尖領航方案之執行檢討 (98 至 100 年 2 月)

本方案推動期程原為 98-101 年，預定編列新台幣 300 億元推動上開各項工作。其中，98 年與 99 年分別投入 29.86 億元與 77.47 億元，並已達成下列效益：

- 1、來台旅客呈兩位數成長，更首度突破 500 萬人次：自 97 年政府全

面開放大陸地區人民來台觀光，加以觀光局持續以「多元開放•全球佈局」理念全力推展各項觀光遊憩設施整備、觀光服務優化及產業人力質量提升等作為，在在促動來台旅遊市場的快速成長。99年來台旅客人數計556萬7,277人次，較98年同期成長26.67%，以「觀光」目的來台旅客比例達58.31%，亦為歷年新高。原本預估12月才會產出的第500萬名旅客，亦提前於11月底抵台，並獲國內外媒體廣為報導，不僅讓國內民眾得以感受政府推展觀光的積極與成效，國內外企業亦對台灣觀光產業的發展前景更具信心，對相關投資的導入更具正面作用。

2、創造觀光外匯，帶動週邊經濟效益：推估觀光外匯可達新台幣2,700億元，國民旅遊市場亦創造新台幣2,400億元觀光消費，全年觀光收入達新台幣5,100億元。此外，利多的政策及全方位的施政作為亦帶動觀光產業相關投資意願：

- (1) 觀光旅館業：由於政府不斷推出全新觀光作為使來台旅客大幅上升，99年度觀光旅館總營收430.3億元，較98年成長19.63%，住用率68.24%，較98年增加9.1個百分點。
- (2) 觀光遊樂業：99年觀光遊樂業遊客人數達982.2萬人次，營業額62.3億元，分別較98年成長19.86%與20.29%。
- (3) 帶動投資：99年觀光遊樂業22家申請興辦事業計畫，總計投資金額約240億元；99年新建10家觀光旅館(投資金額176.39億元)、94家一般旅館(投資金額164.97億元)，並有23家觀光旅館與82家一般旅館積極投入更新改善。
- (4) 引進國際連鎖品牌：國際連鎖觀光旅館品牌陸續進駐，99年有北投日勝生加賀屋(日本加賀屋)完工、100年有台北寒舍艾美酒店(Le Meridien)、W飯店(W Hotel)完工，101-102年預計有喜來登宜蘭度假酒店(Sheraton)與宜華國際觀光旅館(Marriot)完工，另有Mandarin Oriental與Millennium等國際連鎖品牌旅館洽談中
- (5) 其他產業：依據98年來台旅遊消費及動向調查報告，來台旅客消費中有60%消費於旅館外餐飲、交通、娛樂、購物等項目，其所帶動的相關消費，亦讓許多基層行業，包括餐飲、百貨、夜市、特產、遊覽車受惠，真正打拼出台灣的「庶民經濟」。

3、各計畫執行成果如下：

- (1)「拔尖」行動方案：
- i. 委託專業團隊研擬「區域觀光旗艦計畫」，已完成 19 場分區說明會及國內外專家學者工作坊，並核定 99 年度補助計畫，共計 86 案。
 - ii. 協助縣市政府形塑國際觀光魅力據點，完成 10 處觀光魅力據點示範計畫之評選與督導考核，各計畫賡續推動中。
 - iii. 啟動「台灣好行（景點接駁）旅遊服務」計畫 99 年度 10 個縣市 21 條路線，依旅客角度，針對已臻成熟且具國際發展潛力之觀光景點（區），輔導以大眾運輸為優先思考，提供「自行駕車出遊」外之旅遊交通選擇，建置令遊客安心之友善旅遊環境。經檢討並已完成 100 年宜蘭縣等 10 個縣市政府及日月潭等 5 個國家風景區管理所提 20 條路線之評選作業。
 - iv. 啟動臺灣北區（包含康青龍生活街區、星光 Live House、北投陽明山人文溫泉光點）及東區（包含花蓮、港口、臺東、池上光點）光點計畫，及評選完成中區（台中、南投、嘉義光點）光點計畫，依區域特質，整合既有在地文化資源，包裝深度旅遊產品。
- (2)「築底」行動方案：99 年首度甄選 70 名觀光菁英至迪士尼學院等國際知名訓練機構或學校研習，及舉辦 2 場台灣觀光論壇—國際大師開講，並持續補(獎)助觀光產業升級營運，提升觀光產業的國際競爭力。
- (3)「提升」行動方案：99 年首度辦理星級旅館評鑑作業，已頒發第一波 24 家星級旅館標章，方便國內、外消費者依預算及需求選擇住宿旅館；另「幸福旅宿·百種感動」活動於 99 年 10 月正式起跑，讓旅館及民宿業者自己對遊客介紹特色及創意，進而吸引遊客投宿及體驗。

肆、執行策略及執行計畫

(一) 執行策略

發展國際觀光，將有助於增加來台旅遊人次、增進觀光外匯收入及整體觀光收入，並提升觀光外匯收入佔 GDP 的比例。因此，

本方案將以「發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入」為重點。為落實發展國際觀光，將採取下列整體發展策略：

1、深化老市場老產品，開發新市場新產品：

為開拓國際市場，必須了解目前給國際旅客看什麼？如何吸引國際旅客？重遊客？因此，將重新檢視資源面與市場面課題，以及各區域旅遊資源特色；為增加旅客人數(come more)、延長停留天數(stay longer)、提高每人每日消費(spend more)，將積極檢討深化老市場老產品，以吸引重遊客，並開發新市場、新產品，以吸引新客源（觀光市場及產品分析詳表4）。

表4 觀光市場及產品分析

		老產品	新產品
老市場	日	登山、追星哈台旅遊、鐵道旅遊、溫泉美食、高爾夫、修學旅行	懷舊之旅、生活美學(音樂、生活、民俗、茶藝)、MICE、精緻美食
	韓	登山、追星哈台、高爾夫	生活美學、MICE
	港星馬	沙龍攝影與蜜月旅行、休閒農業、夜市小吃	生活美學、MICE、精緻美食
	歐美	文化旅遊、宗教之旅、生態旅遊、登山健行	中文學習、慢遊、禪修、MICE、生活美學
新市場	大陸	環島旅遊	分區深度旅遊、MICE、精緻美食(國際大師協助中餐現代化、精緻食材研究、伴手禮包裝)、醫療保健、休閒度假產業深度化(自行車、慢遊、禪修、溫泉、文化)
	穆斯林	休閒農業	文化旅遊、改善穆斯林接待環境、主題遊樂園、市區觀光購物
	東南亞5國新富階級		精緻美食、購物、主題遊樂園、休閒度假產業深度化、醫療保健、高爾夫旅遊

老市場老產品深化

新市場新產品開發

2、立竿見影的旅遊產品包裝：

找出各個觀光市場可發展的旅遊產品後，將運用由上到下(top-down)之執行機制，依分區觀光發展重點，發展出區域觀光特色，篩選出可立竿見影的旅遊產品，再加以整合包裝，以吸

引目標客源市場來台旅遊，進而帶動觀光外匯收入大幅提升（各區域發展主軸及發展重點詳表 5）。

表 5 各區域發展主軸及發展重點

區域	發展主軸	發展重點
北部地區	生活及文化的台灣	華人文化藝術重鎮（含時尚設計、流行音樂）、時尚都會、自行車休閒、客家及兩蔣文化
中部地區	產業及時尚的台灣	茶園、咖啡、花卉、休閒農業、林業歷史、森林鐵道、自行車休閒、文化創意
南部地區	歷史及海洋的台灣	開台歷史、舊城古蹟、宗教信仰、傳統歌謠、原住民文化
東部地區	慢活及自然的台灣	鐵馬+鐵道旅遊、有機休閒農業、南島文化、鯨豚生態、溫泉養生
離島地區	特色島嶼的台灣	澎湖—國際度假島嶼、海洋生態旅遊 金馬—戰地風情、民俗文化、聚落景觀
不分區	多元的台灣	MICE、美食小吃、溫泉、生態旅遊、醫療保健

3、旅遊支撐系統改善：

經重新檢視市場面、資源面、產業面及人力面等旅遊支撐系統現有之發展課題，將運用由上到下（top-down）及由下到上（bottom-up）之雙軌執行機制，提出對應策略加以改善，以突顯觀光特色及吸引力、提升旅遊服務介面友善化，並促進觀光從業人員素質優質化。

(1)市場面：

台灣觀光形象不明顯、離尖峰差異大，需加強國際形象型塑，並拓展國際客源，以平衡離尖峰差異，因此，將採取「由上而下」（top-down）之執行機制。針對北部、中部、南部、東部及不分區（含離島）等 5 大區域之觀光發展主軸及特色定位，徵求地方或民間提案推出獨特性、長期定點定時、可吸引國際旅客之產品，以深化觀光內涵，吸引國際聚焦台灣，促進國際旅客來台，達到立竿見影之效。

(2)資源面：

台灣旅遊資源整合不足、觀光景點特色不明顯，且國際化及友善度不足，亟需加強旅遊資源整合，提高國際化及友善程度，

並突顯觀光特色及吸引力，因此，將採取「由上而下」(top-down)及「由下而上」(bottom-up)之雙軌執行機制。一方面運用「由上而下」(top-down)的策略，由觀光局委託專業團隊，邀請國際觀光專業人士協助擬定北部、中部、南部、東部及離島等 5 大區域之觀光發展主軸，直接與地方政府合作，集中資源整備旅遊環境，塑造各區觀光景點特色；另一方面，採用「由下而上」(bottom-up)的策略，輔導地方政府自行提案，更新或打造具唯一性及獨特性之國際級觀光魅力據點，以及推動觀光景點之無縫隙旅遊資訊及接駁服務，以整合旅遊資源、營造具國際化且友善之軟硬體旅遊環境，吸引國際旅客來台。

(3) 產業面：

目前觀光產業接待能量充足，截至 99 年底，旅行社共 2,239 家(包含綜合旅行社 94 家；甲種旅行社 1,978 家；乙種旅行社 167 家)、觀光旅館 103 家(共 24,649 間房)、一般旅館 2,676 家(共 108,319 間房)、民宿 3,158 家(共 12,554 間房)、觀光遊樂業共 24 家。惟觀光產業質量宜再提升與國際接軌，且應縮減旅遊服務品質與消費者期待落差。因此，亟需協助觀光產業轉型，引進國際連鎖旅館品牌，扶植本土品牌旅館，加強與醫療保健、SPA、農業休閒、文化創意、生態、部落文化等異業結合，以加速升級及更新其服務品質，並與國際制度接軌。

(4) 人力面：

截至 99 年底止，現有觀光從業人員約計 14 萬人(包含旅行業、導遊、領隊共 69,645 人、觀光旅館業 22,965 人、一般旅館 42,253 人、民宿 3,108 人，以及觀光遊樂業 4,842 人)，惟專業服務素質仍有待提升、國際接軌能力需再加強，而且既有行政體系之國際行銷人力不足、人員聘僱及經費運用缺乏彈性。因此，為促進台灣觀光人力與國際接軌，提高專業素質及增進國際交流，將遴選優秀觀光從業人員及國內大專院校之餐旅科系專任教師出國參訓或實習，並突破行政機關現行較缺乏彈性之組織編制，借重法人組織延攬國際專家及行銷研發之專業人才，以培養高素質的國際觀光人才，提供具國際水準的服務。

(二) 行動方案及執行計畫

1、拔尖(發揮優勢)行動方案

■ 主軸 1：【魅力旗艦】

採用「由上而下」(top-down)及「由下而上」(bottom-up)之雙軌執行機制，推出「區域觀光旗艦計畫」，打造 5 大區域觀光特色，並推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」及「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」，以創造具國際魅力的獨特景點及無縫隙旅遊資訊及接駁服務，營造國際觀光魅力旗艦景點及高品質的旅客服務。各執行計畫內容如下：

1-1【區域觀光旗艦計畫】

- (1) 概要：運用「由上而下」(top-down)的執行策略，由交通部觀光局委託專業團隊，邀請國際觀光專業人士協助擬定北部、中部、南部、東部、離島等 5 大區域之觀光發展主軸(如：北部地區—生活及文化的台灣、中部地區—產業及時尚的台灣、南部地區—歷史及海洋的台灣、東部地區—慢活及自然的台灣、離島地區—特色島嶼的台灣)，並針對觀光景點及旅遊環境不足之處，直接與地方政府合作加強整備，以集中資源整備旅遊環境，塑造各區觀光景點特色；並輔導交通部觀光局所轄各國家風景區管理處配合於所屬建設計畫編列預算，依循區域觀光旗艦計畫意旨辦理轄內觀光旅遊環境之建置與整備工作。
- (2) 合作對象：各直轄市、縣(市)政府、交通部觀光局所轄各國家風景區管理處。
- (3) 效益：由上而下，整合觀光旅遊資源，集中火力加強整備，以突顯各區域觀光發展主軸，提供國際旅客鮮明的旅遊環境及發展意象。

(4) 執行方式：委託專業團隊，邀請國際觀光專業人士協助擬定。

(5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
擬定區域觀光旗艦計畫	a. 辦理區域觀光旗艦計畫委託專業服務採購作業	98/09 (已完成)
	b. 完成擬定指導型申請補助規定	99/09 (已完成)
	c. 完成 5 項區域觀光旗艦計畫	100/07
推動旅遊環境整備作業	a. 公告指導型地方政府申請補助規定及國家風景區管理處提案審查機制	99/10 (已完成)
	b. 第 1 期地方政府申請補助及國家風景區管理處提案審查作業	99/12 (已完成)
	c. 第 2 期地方政府申請補助及國家風景區管理處提案審查作業	100/12
	d. 第 3 期地方政府申請補助及國家風景區管理處提案審查作業	101/12

1-2【競爭型國際觀光魅力據點示範計畫】

(1) 概要：運用「由下而上」(bottom-up)的執行策略，規劃推動「十大魅力據點示範計畫」及「地方景點風華再現計畫」：

A. 十大魅力據點示範計畫：

主要係輔導地方政府打造或更新具獨特性、唯一性之觀光魅力據點，由各直轄市、縣(市)政府自行或跨縣市聯合提出 1 件可於 2 年內完成國際觀光魅力據點之整備計畫，經交通部觀光局成立「專家顧問委員會」進行評選，入選之計畫最高補助 3 億元。在執行過程中，「專家顧問委員會」將協同管考督導地方政府執行，整備完成後，將由觀光局協助國際行銷宣傳。

B. 地方景點風華再現計畫：

主要係鼓勵各直轄市、縣(市)政府針對國際觀光客及國民旅

遊常去景點及路線，考量其周邊配套、執行效益及可行性等因素，選定出具規模、代表性風景區、觀光地區或旅遊帶，每年研提年度計畫，提出重要地方景點建設、轄區遊憩環境整頓、或風景區資源運用調查評析及規劃設計等工作項目，經交通部觀光局召開審查會議審查後，補助經費辦理，以提昇景點設施服務水準及周邊整體環境品質，重現景點風華。

(2) 效益：經由競爭型提案評比及專家管考督導機制，輔導地方政府打造 10 處具國際競爭力之觀光魅力指標型據點，並提升各縣市所轄地方觀光景點遊憩服務水準，並增進國內（外）觀光客的參訪頻率及停留時間，提高台灣觀光國際競爭力。

(3) 申請對象：各直轄市、縣(市)政府。

(4) 執行方式：

A. 十大魅力據點示範計畫：

依交通部 97 年 12 月 24 日核定之「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」辦理。

B. 地方景點風華再現計畫：

依行政院 97 年 6 月 27 日核定「重要觀光景點建設中程計畫（97-100 年）」之「建構美麗台灣－風華再現計畫（整備觀光遊憩設施建設）」辦理。

(5) 推動進度：

A. 十大魅力據點示範計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
第一階段據點整備	a. 完成申請計畫評選	98/05 (已完成)
	b. 完成擬定計畫督導考核規定	98/08 (已完成)
	c. 完成入選計畫修正核定作業	98/09 (已完成)
	d. 辦理入選計畫督導考核事宜	98/10-100/09

工作項目	推動重點	預定完成期限
	e. 完成 5 處國際觀光魅力據點	100/09
	f. 辦理核銷作業	至 100 年底
第二階段據點整備	a. 完成申請須知檢討及公告	98/11 (已完成)
	b. 完成申請計畫評選	99/05 (已完成)
	c. 完成入選計畫修正核定作業	100/07
	d. 辦理入選計畫督導考核事宜	99/10-101/09
	e. 完成 5 處國際觀光魅力據點	101/09
	f. 辦理核銷作業	至 103 年底

B. 地方景點風華再現計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
各縣市年度補助案件審定	a. 完成申請計畫評選	每年 5 月底 (98、99 年已完成)
	b. 審查預算書圖	每年 7 月底 (98、99 年已完成)
	c. 發包、施工及完工	每年 12 月底 (98、99 年已完成，持續辦理至 103 年底)

1-3 【觀光景點無縫隙旅遊服務計畫】

- (1) 概要：規劃推動「台灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫」及「觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫」：

A. 台灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫：

運用「由下而上」(bottom-up) 的執行策略，規劃提升國內已臻成熟且具國際發展潛力之觀光景點(區)聯外交通接駁、景區內景點交通串接等旅遊服務品質，補助各直轄市、縣市政府規劃辦理觀光景點(區)無縫隙交通旅遊服務(含旅遊資訊服務應用)，提出整體性優惠措施，提供旅客較「自行駕車出遊」為佳的政體性旅遊交通方案，並以「短期輔導每日

開行以培養客源，長期自主營運並自負盈虧」之作法，確實達到「交通服務自主永續」及「觀光景點品質提升」之目標。經邀集專家成立評選小組擇優補助，並納入計畫執行之管考及督導，確保執行品質，俾期至少完成 10 處觀光景點（區）無縫隙交通旅遊服務之自主營運與行銷宣傳。

B. 觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫：

配合交通部 GIS-T 整體規劃，制定共通資訊格式，讓各地方政府原有各自所屬的觀光資源，得以整合至一共用平台，由縣市政府或觀光局及相關單位觀光網站，進行各種增值運用（如 PDA、手機），方便民眾快速取得觀光資訊；鼓勵透過資料庫平台，建立國際宣傳及提供國際觀光客友善服務之系統，例如：3D 模擬行程、二維條碼 QR code 與智慧手機整合運用等。

(2) 效益：

- A. **台灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫：**經由競爭型提案評比及專家督考機制，輔導地方政府提供至少 10 處國內知名觀光景點（區）無縫隙交通旅遊服務。
- B. **觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫：**運用整合平台提供增值服務，並有助於國際宣傳，及營造友善旅遊服務。

(3) 申請對象：

- A. **台灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫：**各直轄市、縣(市)政府、觀光巴士業者。
- B. **觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫：**各直轄市、縣(市)政府。

(4) 執行方式：

- A. **台灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫：**依據「交通部觀光局及所屬國家風景區補助機關(構)團體辦理觀光活動或計畫實施要點」、「交通部觀光局補助台灣觀光巴士宣傳行銷及提昇服務品質要點」

B. 觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫：依據「交通部觀光局補助縣市政府上傳觀光資訊及維運要點」辦理。

(5) 推動進度：

A. 台灣好行（景點接駁）旅遊服務計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
補助地方政府整合大眾運具交通接駁	a-1. 完成 99 年度路線評審	98/08 (已完成)
	a-2. 完成 100 年度路線評審	99/12 (已完成)
	b-1. 完成 99 年度查核	98/11 (已完成)
	b-2. 完成 100 年度查核	99/11 (已完成)
	c. 辦理隔年度補助景點評審	每年 12 月 (99 年已完成)
補助台灣觀光巴士套裝旅遊產品	a. 補助要點修正	98/08 (已完成)
	b. 接受補助申請與核定	每年 10 月 (99 年已完成)
	c. 辦理補助款核銷	每年 12 月 (99 年已完成, 持續辦理至 103 年底)

B. 觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
制定資料標準及補助規定	a. 制定共通資料交換標準	100/12
	b. 訂定補助要點	100/12
	c. 受理縣市政府申請	101-102
	d. 辦理核銷作業事宜	103 年底

■ 主軸 2：【國際光點】

為深化台灣觀光內涵，擬推動「國際光點計畫」，找出具國際級、獨特性、長期定點定時、每日展演可吸引國際旅客之產品，供旅行社包裝或由交通部觀光局辦理國際宣傳推廣；另依區域特色，舉辦或邀請國際知名賽會、活動外，更與 2010 年台北

花卉博覽會、2011 世界設計大會、建國 100 年等大型活動結合，行銷台灣，以收立竿見影之效。

1-4【國際光點計畫】

(1) 概要：

- A、從北部、中部、南部、東部、不分區(含離島) 各評選出 1 個最具國際級、獨特性、長期定點定時、每日展演可吸引國際旅客之產品，型塑為國際聚焦亮點，期能每半年至少吸引 1,000 名國際旅客，並供國內外旅行社包裝成深度旅遊產品或供觀光局辦理國際宣傳推廣。
- B、依區域特色，舉辦或邀請國際知名賽會、活動，與 2010 年台北花卉博覽會、2011 世界設計大會、建國 100 年等大型活動結合，包裝為立竿見影之旅遊產品，加強行銷台灣。

(2) 效益：強化台灣觀光產品內涵與聚焦度，提高台灣觀光國際競爭力及旅客重遊率。

(3) 執行方式：由行政院觀光發展推動委員會負責跨部會協調，組跨機關之專案小組推動。

(4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
成立專案小組受理申請	a. 成立專案小組	98/07 (已完成)
	b. 訂定補助要點	98/08 (已完成)
	c. 公告受理申請	98/09 (已完成)
	d. 完成評選(依各計畫啟動期程辦理年度撥款事宜，至多 3 年)	98/11 (北、東、中區光點已完成)
	e. 辦理核銷作業事宜	103 年底

2、築底(培養競爭力)行動方案

■ 主軸 1：【產業再造】

為協助觀光產業轉型，改善並提升軟硬體服務設施臻於國際水準，規劃推動「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」及「海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫」，以營造有利的經營環境，促進觀光產業加速升級與國際接軌。

2-1 【振興景氣再創觀光產業商機計畫】

(1) 概要：為鼓勵觀光產業改善軟硬體設施，以利息補貼方式提供觀光產業設備升級貸款，或旅行業紓困貸款，使業者能重獲商機。共分為「獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施」及「協助旅行業復甦措施」：

A. **獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施**：配合行政院推動「因應景氣振興經濟方案」，修訂「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」，擴增貸款總額度至 300 億元、貸款範圍增列營運週轉金、貸款期限延長為 15 年、營運週轉金最長 5 年之新制，提供觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業及旅行業，因更新設備、整（修、擴、重）建營業場所及資本性修繕等與提升旅遊及住宿品質有關之項目而向銀行貸款，提供貸款利息補貼，補貼利率為年利率 1.5%（其餘由業者負擔），補貼期間最長 5 年，以協助觀光產業改善軟硬體設施，全面提升服務品質。

B. **協助旅行業復甦措施**：為協助遭遇短期營運困難之旅行業者，向銀行申請 200 至 500 萬元不等之短期週轉金貸款，由本基金提供該短期週轉金貸款之利息補貼，補貼利率最高為年利率 4%，補貼期間最長 2 年（100 年 1 月 1 日以後申請者，

貸款利息補貼期限，依實際貸款期限定之，但最長以 1 年為限)，以減輕其財務負擔，使業者度過經營危機。

- (2) 效益：促進觀光產業加速經營設備升級，提供臻於國際水準的服務品質，並協助遭遇營運困難之觀光產業業者重生，導回正軌，再造營運商機。
- (3) 申請對象：各觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業者（依各要點所規定之申請貸款對象）。
- (4) 執行期程：
 A. 獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施，受理申請自 98 至 103 年。
 B. 協助旅行業復甦措施，受理申請自 98 至 100 年底。
- (5) 補助要點：依據「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」、「旅行業貸款及利息補貼實施要點」辦理。
- (6) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施	a. 完成修訂「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」	97/11 (已完成)
	b. 受理觀光產業申請利息補貼	即日起至 103/12/31
協助旅行業復甦措施	a. 發布修正「旅行業紓困貸款利息補貼實施要點」	98/01 (已完成)
	b. 發布修正「旅行業貸款及利息補貼實施要點」	100/01 (已完成)
	c. 受理旅行業紓困貸款利息補貼申請	98/01 起至 101/12/31 (98、99 年已完成)
	e. 辦理「旅行業紓困貸款利息補貼實施要點」補貼事宜	103/12/31

2-2【觀光遊樂業經營升級計畫】

- (1) 概要：為輔導觀光遊樂業經營能力升級、塑造優質之投資環境及提升服務品質，將依據交通部觀光局每年度辦理觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查督導考核競賽評比等級結果發給獎金；另補助其辦理經營升級及提升服務品質相關事項。
- (2) 效益：提高觀光遊樂業擴大投資之意願及經營能力，以增進遊樂品質及遊客滿意度，進而提升營業額及稅收。
- (3) 申請對象：經年度督導考核競賽評列特優等、優等及取得觀光遊樂業執照之業者。
- (4) 補助要點：修訂「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」及增訂「交通部觀光局補助觀光遊樂業經營升級實施要點」辦理。
- (5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
發給督導競賽績優者獎金	a. 完成要點法制作業	98/07 (已完成)
	b. 召開考核小組會議	98/07 (已完成)
	c. 辦理督導作業	每年 7-9 月 (98、99 年已完成)
	d. 核撥獎金	每年 12 月 (98、99 年已完成)
補助辦理提升服務品質事項	a. 補助要點法制作業	98/08 (已完成)
	b. 審查業者補助案	每年 08-11 月 (98、99 年已完成)
	c. 核撥補助款	每年 12 月 (98、99 年已完成，持續辦理至 103 年底)

2-3 【輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫】

- (1) 概要：為鼓勵國內旅館業者參與星級旅館評鑑，同時協助其提升競爭力，將補助星級旅館加入優良之國際或本土品牌連鎖旅館。針對有意願加入者，補助所需之入會費、管理費、加盟金、品牌授權使用費、國際訂房系統費、國際行銷費或技術指導費，以提升旅館服務素質及國際競爭力。
- (2) 效益：輔導旅館業改善經營體質，並與國際接軌，預估至 103 年可引進至少 15 家國際知名連鎖飯店品牌進駐台灣。
- (3) 申請對象：經交通部觀光局評定為星級旅館之觀光旅館業及旅館業。
- (4) 補助要點：增訂「交通部觀光局獎勵星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館補助要點」辦理。
- (5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
訂定補助要點及公告受理申請	a. 擬訂補助要點	98/08 (已完成)
	b. 發布實施	98/09 (已完成)
	c. 公告受理申請	99/01 起至 103/12 (99 年已完成)

2-4 【獎勵觀光產業取得專業認證計畫】

- (1) 概要：為激勵業者提升服務品質，同時配合政府推動品質管理、消防安全、餐飲衛生、環保節能等政策，將獎勵觀光產業取得各項國、內外證照（如：ISO、HACCP、旅館業環保標章、綠建築標章、溫泉標章等相關認證）所支出之費用。

- (2) 效益：提升觀光產業服務品質，保障消費者權益。
- (3) 申請對象：觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業。
- (4) 補助要點：增訂「交通部觀光局獎勵觀光產業取得專業驗證補助要點」辦理。
- (5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
訂定補助要點及公告受理申請	a. 擬訂補助要點	98/08 (已完成)
	a-1. 修訂補助要點	100/01 (已完成)
	b. 發布實施	98/09 (已完成)
	b-1. 發布實施修訂補助要點	100/01 (已完成)
	c. 公告受理申請	99/10 起至 103/12 (99年已完成)

2-5 【海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫】

- (1) 概要：為開發台灣旅遊新產品及拓展海外販售台灣創新旅遊商品市場，透過本計畫鼓勵海外旅行社積極開發新台灣旅遊產品，並給獎勵金。
- (2) 效益：提高主要客源市場來台旅客人次、合作開發新產品吸引潛在新客源、開發新興市場、開拓海外販售台灣旅遊產品通路，達成來台旅客人次目標。
- (3) 申請對象：合法設立登記之海外旅行社。
- (4) 補助要點：增訂「海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵要點」辦理。

(5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
訂定補助要點及公告受理申請	a. 擬訂補助要點	98/08 (已完成)
	b. 發布實施	98/09 (已完成)
	c. 公告受理申請	99/10 起至 101/12 (98、99 年已完成)

■ 主軸 2：【菁英養成】

為培訓優秀觀光人才，除持續協調教育部鼓勵觀光相關科系及特殊語文科系在學學生，積極參與觀光產業實習、國際觀光活動推廣及接待等工作外，並持續加強觀光從業人員職前培訓與在職職能精進訓練，而為導入國際觀光產業經營管理職能，爰規劃推動「觀光從業菁英養成計畫」，薦送優秀觀光從業人員及國內大專院校觀光相關科系現任專任教師赴國外受訓，增進國際觀光人才專業素質與國際視野，並邀請重量級專家學者參與國際專題研習營或論壇座談，以及補助開辦觀光產業高階領導課程，以提升觀光產業國際競爭力，並強化台灣觀光品質形象。

2-6 【觀光從業菁英養成計畫】

- (1) 概要：為加強觀光從業人員專業素質及國際交流能力，導入國外著名觀光產業經營管理概念及成功案例，每年甄選優秀觀光從業人員及觀光相關科系現任專任教師（合計 100 名），赴國外知名學校、飯店或訓練機構（如瑞士旅館管理大學、新加坡塞思酒店與休閒管理學院、澳洲國際旅館管理大學、藍帶學院、迪士尼管理學院、愛寶樂園訓練中心、日本九州產業大學或相關訓練學校或機構），參加為期 10-40 天的海外訓練；並推動國內訓練，邀請重量級專家學者參與國際專題研習營或論壇座談，以及補助開辦觀光產業高階領導課程，以汲取國外經營管理概念及成功案例，並提升觀光產業整體競

爭力。

(2) 效益：促進觀光從業人員國際交流，增進國際視野，提高競爭力。

(3) 申請對象：

A. 國外受訓：旅館業、觀光旅館業、觀光遊樂業或旅行業之現職從業人員、國內大專院校觀光相關科系專任教師、以及經觀光局認可之相關從業人員。

B. 國內訓練：國內觀光相關系所或相關協會。

(4) 補助要點：增訂「交通部觀光局甄選觀光菁英出國計畫補助要點」。

(5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
國外訓練	a. 擬訂補助要點	98/08 (已完成)
	b. 委託專業團隊辦理	98/10 (99年已完成)
	c. 選派國外訓練	98/11起 (99年已完成)
國內訓練	a. 委託專業團隊辦理	98/10 (99年已完成)
	b. 辦理課程或研習營	98/11~101/12 (99年已完成)

3、提升(附加價值)行動方案

■ 主軸 1：【市場開拓】

為運用兩岸大三通之契機利基，讓台灣成為東亞觀光交流轉運中心，將積極拓展國際觀光市場，並延聘及培養優秀行銷、研

發等國際觀光專業人才，積極拓展國際市場。

3-1【國際市場開拓計畫】

(1) 概要：

- A. 以多元開放，全球佈局的創新手法，持續耕耘既有目標市場，爭取新興市場，針對各目標市場研擬策略，並配合推展各項行銷宣傳推廣工作：
 - a. 日韓市場：透過代言人行銷，並與大型旅行社簽署擴大送客計畫。
 - b. 東南亞市場：以「超值」為訴求，鞏固港星馬市場及開拓新興四國（泰菲印越）及穆斯林市場。
 - c. 歐美澳紐市場：聘請公關公司，加強通路佈局，並與知名媒體合作，強化宣傳效能。
- B. 以創新手法，增加台灣曝光度，如與知名 Monocle、Wallpaper、Newsweek 雜誌合作廣宣、與 National Geographic、Discovery 合作製播專輯或節目；並加強異業結盟，與捷安特、道奇隊（美國日）、天仁茗茶、舊金山 Boudin 麵包連鎖店合作宣傳廣告，擴大宣傳通路。
- C. 99-100 年行銷推廣主軸定調為【旅行台灣·感動 100】，係以「催生與推廣百大感動旅遊路線」、「辦理體驗台灣原味的活動」及「貼心增值服務」為三大主軸，發展台灣觀光品牌的 10 大旅遊元素（當代文化、在地文化、原住民、追星、民俗宗教、生態、單車、登山健行、溫泉及創新）為主題，推動主題式旅遊，跳脫以觀光景點為推廣標的之思維，整合路線上美食、交通、購物、住宿、伴手禮及旅遊資訊等服務資源，串連成百大旅遊路線，並透過燈會、美食、自行車、溫泉等 4 大主題系列活動及 3 大年度創意活動，營造無所不在「台灣好好玩·感動百分百」的體驗環境，亦建置專屬網站及配合活動舉辦提供民眾參與、建議修正路線之機制，邀請大家一同體驗台灣之美。
- D. 推出優惠獎勵或補助措施：包括四季好禮大相送、百萬旅客獎百萬、過境旅客免費半日遊、補助包機、外籍郵輪迎賓、獎勵旅遊文化表演、獎助接待修學旅行學校等。

(2) 效益：提高台灣國際能見度及知名度，提升旅遊品質，吸引國際旅客來台觀光。

(3) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
國際市場開拓工作	a. 擬訂次年度推動計畫	每年7月底前 (98、99年已完成，持續辦理至102年底)
	b. 辦理各項工作	每年8月起 依計畫執行 (98、99年已完成，持續辦理至102年底)

■ 主軸 2：【品質提升】

為營造友善旅遊環境，確保旅遊品質與安全，將在交通部觀光局既有預算內，持續以「顧客導向」思維，加強規範業者提供質優服務，除推動「旅行業交易安全查核制度」、「旅行購物保障制度」等措施，保障旅客消費權益外，亦將推動「星級旅館評鑑計畫」及「好客民宿遴選計畫」，以提供高品質且具保障的旅遊服務。

3-2 【星級旅館評鑑計畫】

(1) 概要：辦理星級旅館評鑑，為鼓勵旅館業者參加評鑑，首次星級旅館評鑑將不收取評鑑費用，評鑑方式分兩階段，第一階段評鑑「建築設備」，第二階段評鑑「服務品質」，並依評定結果核發 1 至 5 星不同等級標識，同時運用媒體、網頁、國內外旅展、觀光活動等廣為宣傳星級旅館。

(2) 效益：能與國際接軌，提升旅館整體服務品質，並引導旅館發展自我品牌特色，區隔市場行銷，提供消費者選擇住宿之依據，減少旅遊糾紛。

(3) 申請對象：領有觀光旅館業營業執照之觀光旅館及領有旅館業登記證之旅館。

(4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
辦理星級旅館評鑑	a. 完成委外招標簽約事宜	98/07 (已完成)
	b. 正式實施宣導、申請及評鑑	98/08 起 (已完成，持續辦理至 102 年底)

3-2【好客民宿遴選計畫】

(1) 概要：目前國內合法登記民宿已達 3,158 家，為輔導民宿與國際接軌，將推動好客民宿遴選工作，提升民宿服務品質及接待能力，塑造民宿優質形象，並提供國內外消費者所需資訊。將鼓勵已有民宿登記證且無擴大經營範圍情事之民宿經營者自由報名參加。目前已編製「好客民宿遴選訓練課程教材、民宿評核標準及其操作手冊」，以作為後續辦理訓練、認證作業之依據。爾後凡通過民宿認證者，將由交通部觀光局頒發認證標章，並透過媒體廣為宣傳。

(2) 效益：提升民宿接待能力及服務品質，提供消費者選擇依據。

(3) 申請對象：國內合法登記之民宿業者。

(4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
推動民宿認證	a. 成立好客民宿認證推動小組	98/07 (已完成)
	b. 完成委外辦理課程訓練及評核簽約	98/09 (已完成)
	c. 完成好客民宿遴選訓練、實地評核作業及頒發認證標章	98/12 (已完成)
	d. 建置專屬行銷網站	100/06
	e. 賡續辦理好客民宿遴選訓	99-101 年

工作項目	推動重點	預定完成期限
	練、實地評核及頒發標章作業	

伍、期程與資源需求

(一) 計畫期程

自民國 98 至 103 年，共計 6 年。

(二) 經費來源及計算基準

98-103 年總經費共需 300 億元，經費來源及比例如下表 6：

表 6 經費來源及比例表

經費來源	項目/比例	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年	103 年	合計
公務預算 基本需求 撥充觀光發展基金	經費(億元)	10.00	10.00	5.00	4.75	0.00	0.00	29.75
	佔當年度 比例(%)	33%	13%	8%	9%	0%	0%	10%
公務預算 公共建設計畫經費 撥充觀光發展基金	經費(億元)	0.00	48.10	32.10	26.50	34.74	19.65	161.09
	佔當年度 比例(%)	0%	62%	51%	51%	70%	68%	54%
觀光發展基金 自有經費 (機場服務費 6 成)	經費(億元)	19.86	19.37	25.86	20.35	14.62	9.10	109.16
	佔當年度 比例(%)	67%	25%	41%	39%	30%	32%	36%
合計	經費(億元)	29.86	77.47	62.96	51.60	49.36	28.75	300.00
	分年經費佔 總經費比例 (%)	10%	26%	21%	17%	16%	10%	100%

(三) 經費需求 (含分年經費)

本計畫共計 14 項分項計畫，自 98 至 103 年分年經費需求詳如表 7。

表 7 各分項計畫經費編列情形表 (單位：億元)

	計畫名稱	年度	98	99	100	101	102	103	合計
(一)	拔尖(發揮優勢)		6.81	45.50	37.35	29.00	36.37	21.22	176.25
1	魅力旗艦		6.06	44.00	36.10	28.25	35.84	20.75	171.00

計畫名稱	年度	98	99	100	101	102	103	合計
(1) 區域觀光旗艦計畫		0.16	20.00	19.00	17.00	25.34	13.15	94.65
A. 補助地方政府		0.16	10.00	7.00	7.00	7.00	0.00	31.16
B. 輔導國家風景區管理處		0.00	10.00	12.00	10.00	18.34	13.15	63.49
(2) 競爭型國際觀光魅力據點示範計畫		4.00	20.00	13.10	9.50	9.40	6.50	62.50
A. 十大魅力據點示範計畫		4.00	13.50	6.60	3.00	2.90	0.00	30.00
B. 地方景點風華再現計畫		0.00	6.50	6.50	6.50	6.50	6.50	32.50
(3) 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫		1.90	4.00	4.00	1.75	1.10	1.10	13.85
A. 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫		1.80	3.20	3.40	1.50	1.00	1.00	11.90
B. 觀光資訊結合 GIS 技術服務應用計畫		0.10	0.80	0.60	0.25	0.10	0.10	1.95
2 國際光點		0.75	1.50	1.25	0.75	0.53	0.47	5.25
國際光點計畫		0.75	1.50	1.25	0.75	0.53	0.47	5.25
(二) 築底(培養競爭力)		3.45	7.34	5.89	5.25	2.81	2.45	27.19
1 產業再造		2.95	6.84	5.39	4.85	2.71	2.35	25.09
(1) 振興景氣再創觀光產業商機計畫		0.35	0.68	0.98	0.35	0.40	0.40	3.16
A. 獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施		0.30	0.60	0.90	0.30	0.35	0.35	2.80
B. 協助旅行業復甦措施		0.05	0.08	0.08	0.05	0.05	0.05	0.36
(2) 觀光遊樂業經營升級計畫		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	6.00
(3) 輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫		0.00	1.75	1.50	1.37	0.88	0.50	6.00
(4) 獎勵觀光產業取得專業認證計畫		0.60	1.41	0.91	0.13	0.43	0.45	3.93
(5) 海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫		1.00	2.00	1.00	2.00	0.00	0.00	6.00
2 菁英養成		0.50	0.50	0.50	0.40	0.10	0.10	2.10
觀光從業菁英養成計畫		0.50	0.50	0.50	0.40	0.10	0.10	2.10
(三) 提升(附加價值)		19.60	24.63	19.72	17.35	10.18	5.08	96.56
1 市場開拓		19.25	24.13	19.22	17.00	10.00	4.91	94.51
國際市場開拓計畫		19.25	24.13	19.22	17.00	10.00	4.91	94.51
2 品質提升		0.35	0.50	0.50	0.35	0.18	0.17	2.05
星級旅館評鑑計畫		0.25	0.40	0.40	0.30	0.08	0.07	1.50
好客民宿遴選計畫		0.10	0.10	0.10	0.05	0.10	0.10	0.55
合 計		29.86	77.47	62.96	51.60	49.36	28.75	300.00

備註：「成立台灣國際觀光發展中心計畫」刪除。

陸、 預期效果與影響

(一) 吸引客源：

來台旅遊人次由 97 年 384.5 萬人次成長至 103 年達 950 萬人次。

(二) 創造商機：

觀光外匯收入由 97 年 59.36 億美元(約 1,871 億台幣)至 103 年增為 133 億美元(約 3,985 億台幣)、國民旅遊支出由 97 年 1,842 億台幣至 103 年增為 2,600 億台幣，合計創造整體觀光收入自 97 年 3,713 億台幣提高至 103 年達 6,585 億台幣之商機。

(三) 帶動就業：

觀光產業就業人口自 97 年 10 萬人次成長至 103 年 14.5 萬人次；觀光相關產業就業人口自 97 年 26.6 萬人次成長至 103 年 28.2 萬人次，合計至 103 年創造 42.7 萬人次。

※ 觀光產業就業人口指觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業(含導遊、領隊)從業人員；觀光相關產業就業人口指餐飲、交通、零售業等實際提供觀光客服服務的產業從業人員。

(四) 吸引投資：

吸引民間投資觀光產業，總投資額自 97 年 1,834 億台幣(含 26 件民間參與觀光遊憩設施建設 162.8 億元、57 件興建中觀光旅館 1031.8 億元、19 件籌設中觀光旅館 283.8 億元、6 件籌設中旅館 63.9 億元、10 件籌設中觀光遊樂業 291.9 億元)提升至 103 年 2,500 億台幣。

(五) 品牌進駐：

吸引國際知名連鎖飯店品牌進駐，由 97 年 4 家國際知名連鎖飯店品牌，至 103 年增加為 14 家。

柒、 附則

(一) 替選方案之分析及評估

本計畫歷經多次產官學界之密集研商，據以研擬成可行之計畫，因此無替選方案，若推動過程遇特殊因素致部分執行成效無法如期達成，將邀請專家學者召開滾動式修正計畫內容；若遇經費拮据，將檢討經費運用方式，積極爭取其他預算來源或減列補助項目或金額，作為替代方案。

(二) 有關機關配合事項

本計畫鼓勵地方政府、觀光產業、學界、協會共同參與，並將整合各公私（政府相關部會投入之計畫、業者、民間）部門共同參與合作，以擴大發揮執行成效。

(三) 中長程個案計畫自評檢核表(詳如表 8)

(四) 性別影響評估檢核表(詳如表 9)

表 8 中長程個案計畫自評檢核表

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
1、計畫書格式	(1)計畫內容應含括項目(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第6點、第14點)	✓				本計畫為新興計畫。
	(2)延續性計畫應辦理前期計畫執行成效評估，並提出總結評估報告(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第15點)		✓			
2、民間參與可行性評估	「促進民間參與公共建設法」第3條	✓				本計畫項下「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」即屬鼓勵地方政府之申請計畫優先考量具民間參與可行性、整合性及投入資金可回收性質之計畫。
3、經濟效益評估	研提選擇及替代方案之成本效益分析報告(「預算法」第34條)		✓			本計畫無替選方案，將視執行狀況適時滾動調整因應。
4、財源籌措及資金運用	(1)經費需求合理性(經費估算依據如單價、數量等計算內容)	✓				1. 各計畫依其個別執行計畫或補助要點明定經費估算及補助原則。 2. 經資比原則將依1:2之規定推動。
	(2)經費負擔原則 a. 中央主辦計畫:中央主管相關法令規定 b. 補助型計畫:中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法	✓				
	(3)年度預算之安排及能量估算:所需經費能否於中程歲出概算額度內容納加以討論，如無法納編者，須檢附以前年度預算執行、檢討不經濟支出等經費審查之相關文件。	✓				
	(4)經資比 1:2 (「政府公共建設計畫先期作業實施要點」)	✓				
5、人力運用	(1)能否運用現有人力辦理	✓				
	(2)擬請增人力者，須檢附下列資料: a. 現有人力運用情形 b. 計畫結束後，請增人力之處理原則		✓			

6、營運管理計畫	務實及合理性（能否落實營運）	√				本計畫受補助單位均規劃朝自主營運方向推動。
7、土地取得費用原則	(1)能否優先使用公有土地	√				本計畫若涉及公共建設部份，均鼓勵朝活化、再利用現有空間之方向推動，不補助土地取得費用。
	(2)補助型計畫：中央對直轄市及縣（市）政府補助辦法第 10 條	√				
	(3)公共建設計畫：行政院所屬各機關相關辦理重要公共設計畫土地取得經費審查注意事項	√				
8、環境影響分析（環境政策評估）	是否須辦理環境影響評估（環境影響評估法）		√			本計畫之拔尖行動方案係對地方政府之補助作業，非實際開發，無涉環境影響評估。
9、性別影響評估	「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」第 6 點	√				本計畫已依規定建性性別影響評估。

主辦機關核章：承辦人

單位主管

首長

主管部會核章：研考主管

會計主管

首長

表 9 性別影響評估檢核表

壹、計畫名稱	觀光拔尖領航方案行動計畫		
貳、主管機關	交通部	主辦機關	交通部觀光局
參、計畫內容涉及領域	勾選（可複選）		
3-1 政治、社會、國際參與領域			
3-2 勞動、經濟領域			
3-3 福利、脫貧領域			
3-4 教育、文化、科技領域			
3-5 健康、醫療領域			
3-6 人身安全領域			
3-7 家庭、婚姻領域			
3-8 其他（勾選「其他」欄位者，請簡述計畫涉及領域）	V 觀光、休閒、公共建設領域		
肆、問題現況評析及需求評估概述	<p>一、本計畫以發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入為重點，因此需從來台旅客角度檢視旅遊環境。</p> <p>二、依交通部觀光局公務統計資料 97 年來台旅客男性佔 56.48%，女性佔 43.52%，從 95 至 97 年皆以男性較多，性別結構變化不大，而依據 97 年來台旅客消費及動向調查報告，來台旅客年齡以 20-49 最多，主要遊覽夜市、台北 101、故宮、中正紀念堂等地，最喜歡太魯閣、天祥，來台主要活動為購物、逛夜市及參觀古蹟，有八成八旅客對來台整體經驗感到滿意，尤以民眾態度友善、住宿設施安全、社會治安良好、遊憩據點設施安全之滿意度最高；而路標及公共設施牌示易懂、餐飲及環境衛生良好、旅遊資訊取得方便、旅遊環境語言溝通良好等滿意度較低。</p> <p>三、本計畫乃重新檢視市場面、資源面、產業面及人力面等旅遊支撐係現有之發展課題，將運用由上到下（top-down）及由下到上（bottom-up）之雙軌執行機制，提出對應策略加以改善，運用拔尖（發揮優勢）、築底（培養競爭力）及提升（附加價值）等 3 大行動方案，突顯觀光特色及吸引力、提升旅遊服務介面友善化，並促進觀光從業人員素質優質化。</p>		
伍、計畫目標概述	<p>一、掌握「兩岸大三通」的新契機，透過兩岸航線增班及延遠權之拓展，發揮台灣樞紐地緣優勢以及特殊自然、人文與社經資源，使台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。</p> <p>二、發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入，至民國 101 年，觀光外匯收入可望達到 90 億美金（約新台幣 3,000 億元），觀光外匯收入佔 GDP 比重超過 2%。</p>		

陸、受益對象(任一指標評定「是」者，請繼續填列「柒、評估內容」；如所有指標皆評定為「否」者，則免填「柒、評估內容」，逕填寫「捌、程序參與」及「玖、評估結果」)

項目	評定結果 (請勾選)		評定原因 (請說明評定為「是」或「否」之原因)	備註
	是	否		
6-1 以特定性別、性傾向或性別認同者為受益對象		✓	受益對象為所有參訪遊客，無特定性別、性傾向或系別認同者為受益對象。	如受益對象以男性或女性為主，或以同性戀、異性戀或雙性戀為主，或個人自認屬於男性或女性者，請評定為「是」。
6-2 受益對象無區別，但計畫內容涉及一般社會認知既存的性別偏見，或統計資料顯示性別比例差距過大者		✓	受益對象未限於特定性別人口群。	如受益對象雖未限於特定性別人口群，但計畫內容存有預防或消除性別偏見、縮小性別比例差距或隔離等之可能性者，請評定為「是」。
6-3 公共建設之空間規劃與工程設計涉及對不同性別、性傾向或性別認同者權益相關者	✓		本計畫部份公共建設工程涉及綠帶步道、護欄、自行車道、步道等工程，將規範受補助單位考量夜間照明安全，並於廁所工程擬採男女廁1比3規劃，即女廁數量比男廁多出2倍，並設置親子廁所，以落實兩性平等及建立婦女親善環境。	如公共建設之空間規劃與工程設計存有考量促進不同性別、性傾向或性別認同者使用便利及合理性、區位安全性，或消除空間死角，或考慮特殊使用需求者之可能性者，請評定為「是」。

柒、評估內容

評估指標	評定結果 (請勾選)			評定原因 (請說明評定為「是」、「否」或「無涉及」之原因)	備註
	是	否	無涉及		

一、資源評估(4項資源評估全部評定為「無涉及」者，應重新檢討計畫案內容之妥適性。)

7-1 經費需求與配置考量不同性別、性傾向或性別認同者之需求	✗		✓	本計畫多屬補助型計畫，因此在補助經費之配置上，未特別考量不同性別、性傾向或性別認同者之需求，但在執行面上已要求受補助單位考量性別影響評估，提供性別友善的環境。	如經費需求已就性別予以考量、或經評估已於額度內調整、新增費用等者，請評定為「是」。
--------------------------------	---	--	---	---	---

評估指標	評定結果 (請勾選)			評定原因 (請說明評定為「是」、「否」或「無涉及」之原因)	備註
	是	否	無涉及		
7-2 分期(年)執行策略及步驟考慮到縮小不同性別、性傾向或性別認同者差異之迫切性與需求性			✓		如有助消除、改善社會現有性別刻板印象、性別隔離、性別比例失衡、或提升弱勢性別者權益者，請評定為「是」。
7-3 宣導方式顧及不同性別、性傾向或性別認同者需求，避免歧視及協助弱勢性別獲取資訊	✓			計畫宣導上將顧及不同性別、性傾向或性別認同者需求，如為開拓日本女性市場，將推出專屬文宣摺頁及旅遊行程。	如宣導時間、文字或方式等已考量不同性別、性傾向或性別認同者資訊獲取能力與使用習慣之差異，請評定為「是」。
7-4 搭配其他對不同性別、性傾向或性別認同者之友善措施或方案			✓		如有搭配其他性別友善措施或方案者，請評定為「是」。

二、效益評估 (7-5 至 7-9 中任一項評定為「否」者，應重新檢討計畫案內容之妥適性；公共建設計畫於 7-10 至 7-12 中任一項評定為「無涉及」者，應重新檢討計畫案內容之妥適性。)

評估指標	評定結果 (請勾選)			評定原因 (請說明評定為「是」、「否」或「無涉及」之原因)	備註
	是	否	無涉及		
7-5 受益人數或受益情形兼顧不同性別、性傾向或性別認同者之需求，及其在年齡及族群層面之需求。	✓			預期受益情形能符合旅客需求。	如有提出預期受益男女人數、男女比例、其占該性別總人數比率、或不同年齡、族群之性別需求者，請評定為「是」。

評估指標	評定結果 (請勾選)			評定原因 (請說明評定為「是」、「否」或「無涉及」之原因)	備註
	是	否	無涉及		
7-6 落實憲法、法律對於人民的基本保障	✓		X	相關措施或計畫未違反憲法、法律對於人民的基本保障。	如經檢視計畫所依據之法規命令，未違反基本人權、婦女政策綱領或性別主流化政策之基本精神者，請評定為「是」；相關資料可至行政院婦權會網站參閱 (http://cwrp.moi.gov.tw/index.asp)
7-7 符合相關條約、協定之規定或國際性別/婦女議題之發展趨勢	✓		X	相關措施或計畫均符合相關規定。	如符合世界人權公約、消除對婦女一切歧視公約、APEC、OECD 或 UN 等國際組織相關性別核心議題者，請評定為「是」；相關資料可至行政院婦權會網站參閱 (http://cwrp.moi.gov.tw/index.asp)
7-8 預防或消除性別、性傾向或性別認同者刻板印象與性別隔離	✓		X	。	如有助預防或消除傳統文化對男女角色、職業等之限制或僵化期待者，請評定為「是」。
7-9 提升不同性別、性傾向或性別認同者平等獲取社會資源機會，營造平等對待環境	✓		X	相關措施或計畫未有規範特定性別、性傾向或性別認同者之限制，有助於提升不同性別、性傾向或性別認同者平等獲取社會資源機會。	如有提升不同性別、性傾向或性別認同者參與社會及公共事務之機會者，請評定為「是」。
7-10 公共建設(含軟硬體)之空間使用性：空間與設施設備之規劃，符合不同性別、性傾向或性別認同者使用上之便利與合理性	✓		X	本計畫若涉及公共建設之空間使用性，將要求受補助單位考量不同性別、性傾向或性別認同者使用上之便利與合理性，以創造友善的使用環境。	如空間與設施設備之規劃，已考量不同性別、性傾向或性別認同者使用便利及合理性者，請評定為「是」。

評估指標	評定結果 (請勾選)			評定原因 (請說明評定為「是」、「否」或「無涉及」之原因)	備註
	是	否	無涉及		
7-11 公共建設(含軟硬體)之空間安全性: 建構安全無懼的空間與環境, 消除潛在對不同性別、性傾向或性別認同者的威脅或不利影響	✓			本計畫若涉及公共建設之空間安全性, 將要求受補助單位配合性別影響評估, 考量婦幼夜間安全, 增加相關照明、審慎規劃步道鋪設材質、護欄高度、公廁空間規劃等相關友善設施。	如空間規劃已考慮區位安全性或消除空間死角等對不同性別、性傾向或性別認同者之威脅或不利影響者, 請評定為「是」。
7-12 公共建設(含軟硬體)之空間友善性: 兼顧不同性別、性傾向或性傾向者對於空間使用的特殊需求與感受	✓			本計畫若涉及公共建設之空間友善性, 將要求受補助單位考量不同性別、性傾向或性別認同者之特殊需求與感受, 設施親善設施, 如設置親子廁所、無障礙設施、反偵孔偵測器、緊急按鈕或廁所使用時會有音樂之設施等。	如空間規劃已考慮不同性別、性傾向或性別認同者特殊使用需求者, 請評定為「是」。
捌、程序參與 <ul style="list-style-type: none"> 至少徵詢1位性別平等學者專家意見, 並填寫參與者的姓名、職稱及服務單位; 學者專家資料可至台灣國家婦女館網站參閱 (http://www.taiwanwomentcenter.org.tw/)。 參與方式包括提送性別平等專案小組討論, 或以傳真、電郵、書面等方式諮詢專案小組民間委員、性別平等專家學者或婦女團體意見, 可擇一辦理。 請以性別觀點提供意見。 如篇幅較多, 可採附件方式呈現。 				一、參與者: 交通部路政司祁司長文中 二、參與方式: 書面審查 三、主要意見: 本計畫執行將依計畫性質考量性別影響評估, 有助於落實性別主流化。	
玖、評估結果 (請依據檢視結果提出綜合說明, 包括對「捌、程序參與」主要意見參採情形、採納意見之計畫調整情形、無法採納意見之理由或替代規劃等)					
本計畫多屬補助型計畫, 將要求受補助單位於執行補助經費時, 視情考量性別影響評估, 將有助於落實性別主流化。					

