

中華民國 106 年 3 月 20 日

立法院第 9 屆第 3 會期交通委員會第 6 次全體委員會議

因應陸客縮減及新南向政策推動，
我國觀光發展轉型之檢討，
未來如何有效提升觀光競爭力
報告

交通部

目錄

壹、前言	1
貳、我國觀光發展轉型策略.....	1
參、陸客縮減因應策略及發展方向	3
一、開發多元特色產品及強化旅遊安全.....	4
二、擴大行銷自由行旅客來台.....	4
三、補助地方政府及民間公、協會赴陸推廣.....	5
四、加強產業轉型及輔導.....	5
肆、新南向政策推動策略及發展方向	6
一、簡化來台簽證，便利旅客來台	6
二、連結新住民、僑外生，增補服務人力	7
三、結盟部會、縣市及民間多層面推廣	8
四、區隔目標客群，多元創新行銷	10
五、增設駐外據點，布局大三角	10
六、完備穆斯林旅客接待環境.....	11
七、積極推動郵輪市場發展	11
伍、結語	13

壹、前言

主席、各位委員、各位女士、先生：

今天應邀列席報告「因應陸客縮減及新南向政策推動，我國觀光發展轉型之檢討，未來如何有效提升觀光競爭力」報告，對於各位委員對台灣觀光發展之指導與支持，表達由衷的敬意與謝忱，敬請各位委員不吝指教並惠予支持。

貳、我國觀光發展轉型策略

衡酌台灣觀光產業持續面臨全球化、數位化及在地化等挑戰，又聯合國世界旅遊組織（UNWTO）將 2017 年訂為「國際永續觀光發展年」，為順應國際觀光發展趨勢，本部觀光局業已規劃「Tourism 2020 --台灣永續觀光發展策略（106-109 年）」，並於 105 年 12 月 21 日赴行政院報告獲原則同意，將以「創新永續，打造在地幸福產業」、「多元開拓，創造觀光附加價值」、「安全安心，落實旅遊社會責任」為目標，透過五大策略做為未來觀光施政方向，期持續促進台灣觀光產業優化轉型、開發在地旅遊亮點、引導智慧觀光增值應用、推廣綠色運輸及關懷旅遊等，以優質觀光品質及品牌為口碑，提升台灣觀光國際競

爭力。

一、開拓多元市場

持續開發郵輪、穆斯林等高潛力客源；推動觀光新南向政策，透過增加駐點、減少簽證障礙、改善接待環境等策略，輔導業者南向拓展客源。

二、推動國民旅遊

推動國民旅遊卡新制（3.0）；輔導旅行業者包裝國內深度、特色及高品質套裝行程；輔導地方營造特色觀光活動；強化旅遊安全宣導與檢查力度。

三、輔導產業轉型

輔導陸客團接待業者轉型，提升新興市場接待能力；獎優汰劣，強化評鑑及取締非法等管理機制；輔導產業品牌化及電商化；強化關鍵人才培育。

四、發展智慧觀光

運用智慧科技及行動載具技術，推動智慧觀光計畫，完備旅遊 APP 及網站等資訊服務；推廣「台灣好玩卡」，精進「台灣好行」與「台灣觀巴」服務品質；建置「借

問站」擴大 i-center 服務體系，便利自由行旅客深入旅遊台灣。

五、推廣體驗觀光

推動「跨域亮點及特色增值計畫」及「體驗觀光·點亮村落」示範計畫，發掘在地旅遊特色，引導遊客深度體驗；營造國家風景區通用旅遊環境，落實 6S 管理措施，完善銀髮族與無障礙友善旅遊服務；訂定年度旅遊推廣主軸，落實永續觀光理念，未來 4 年為生態旅遊年、臺灣旅遊年、小鎮漫遊及脊梁山脈旅遊年。

本策略期能全面提升台灣觀光價值、促進產業永續經營，達成每年國際旅客來台 1 千萬人次，國民旅遊 2 億人次規模之目標，預期 106 年帶動觀光整體收入達新台幣 8,000 億元以上。

參、陸客縮減因應策略及發展方向

因應陸客縮減，除持續關注陸方行為及陸客來台情形，針對大陸市場後續以「開發多元特色產品、擴大爭取自由行旅客來台、補助地方政府及民間公、協會赴陸推廣、加強產業轉型與輔導」等四大方向努力。

一、開發多元特色產品及強化旅遊安全

- (一)補助旅遊相關協會赴陸推廣行銷分時、分區、分流之深度遊，並獎勵補助國內接待社開發創新行程，包裝區域深度遊及主題行程，加強辦理國內業者新景點考察、印製行程摺頁、從業人員教育訓練並赴陸參展推廣等。
- (二)通盤檢討遊覽車安全管理課題，擬定6大措施及執行各項精進作法，加強旅遊安全要求，包含增進行車安全、優化市場競爭、加強應變能力、提升車輛設備、減少長途拉車、全面保障旅客等。

二、擴大行銷自由行旅客來台

- (一)網路行銷：透過本部觀光局大陸地區官網、大陸主要旅遊點評網站如百度旅遊、螞蜂窩等行銷來台旅遊；與大陸線上旅行社合作徵集部落客及旅遊達人來台，以網路文章、照片、影片及線上直播，即時與粉絲互動。
- (二)影視節目置入行銷，創造粉絲追星效益：持續邀請旅遊攝影達人、網路紅人、大陸知名體育或娛樂明星及各省市重點電視台節目來台體驗。

(三)培養台灣旅遊達人並分享來台體驗：邀請大陸地區具影響力之台灣旅遊達人赴武漢、廣州、北京、昆明、成都、深圳等自由行重要客源城市，透過網路直播及各重要網路平台加強宣傳，深耕轄區一、二線城市之目標客群。

(四)透過節慶活動行銷：運用台灣燈會、台灣美食展、台灣自行車節等，提供大陸旅客專屬名額或優惠，廣邀各省市媒體及大陸知名網路分享平台及電視頻道宣傳台灣旅遊。

三、補助地方政府及民間公、協會赴陸推廣

透過民間推廣交流，塑造各地方區域旅遊特色，增加大陸民眾對台灣各地方觀光資源之正面認知，並由地方政府研擬優惠措施，並以「化政府為民間」之原則為推動方式，創造大陸組團社包裝其各地方特色產品的誘因。

四、加強產業轉型及輔導

為輔導陸團旅行業者重新調整市場分布，協助產業轉型並開拓新商機，本部觀光局自 105 年 11 月起委託旅行業全聯會辦理 6 場次訓練研習營、6 條深度旅遊踩線及 2 場產業媒合洽談會，輔導接待陸團業者參與經營國內

旅遊、東南亞及穆斯林客源之接待方式訓練，提高其經營該等市場之專業知識 (know how)、設計創新主題商品；再藉由跟團踩線、經驗傳承及舉辦產業媒合等活動，期能達成輔導業者轉型及拓源之目的。該活動業於 106 年 1 月 10 日辦理完畢，總計有 292 家陸團旅行業者完成受訓課程，並包裝國內旅遊行程，輔導之陸團業者達總數之 67%。將持續輔導旅行業者，提高業者競爭力，並提升服務水準，以因應市場需求。

肆、新南向政策推動策略及發展方向

依據行政院「新南向政策」，配合中程施政計畫及核定預算額度，並針對當前觀光產業狀況及未來發展需要，集中資源向東協 10 國，以及印度、不丹等共計 12 國行銷推廣，擬定新南向觀光策略，包括簡化來台簽證、增補服務人力、結盟南向推廣、區隔客群行銷、增設駐外據點、友善穆斯林旅客接待環境、推動郵輪市場發展等面向，規劃執行情形如下：

一、簡化來台簽證，便利旅客來台

- (一) 105 年觀光新南向國家來台免簽由 2 國(新加坡及馬來西亞) 增為 4 國 (增加泰國及汶萊)。

- (二) 自 105 年 9 月 1 日起放寬 10 年內持指定國家簽證者來台之新南向 7 國（含印度、印尼、菲律賓、越南、緬甸、柬埔寨和寮國）來台免簽。該 7 國同時開放申請旅行團電子簽（觀宏專案），且免收簽證費。
- (三) 菲律賓自 105 年 10 月 7 日起適用個人電子簽證。
- (四) 106 年續推動新南向國家（如印尼、菲律賓）旅客來台免簽或落地簽，並爭取不丹開放來台觀光簽。本部觀光局配合簽證放寬措施，適時結合觀光業及航空，加大宣傳集客力道。

二、連結新住民、僑外生，增補服務人力

- (一) 於 105 年 10 月發布「東南亞語隨團導遊或翻譯人員補助要點」，鼓勵旅行社派遣新手導遊或翻譯人員隨團服務，以提升東南亞語別導遊人員接待服務能力及儲備接待人才。
- (二) 鼓勵具東南亞地區語言優勢來台新住民、僑（外）生，投入導遊人力市場，解決稀少語言導遊人力問題，本部觀光局 105 年辦理「稀少語別導遊輔導考照訓練班」，參訓人數 227 人，結訓人數 211 人，計 183 人報名 106 年導遊人員考試。

(三) 106 年將擴大與教育部、移民署等單位合作，規劃前往北、中、南、東等區僑（外）生就讀重點學校，以及新住民相關協會共同合作辦理「旅行業與導遊人員市場現況說明及座談會」，同時賡續舉辦稀少語別導遊輔導考照培訓，以期吸引更多具東南亞語言優勢新住民與僑（外）生成為我國觀光產業之生力軍。

三、結盟部會、縣市及民間多層面推廣

(一) 105 年結合縣市政府、觀光及航空業者赴東協 7 國（含新加坡、馬來西亞、泰國、越南、印尼、菲律賓、汶萊）參加國際旅展及辦理觀光推廣。106 年規劃 26 場次新南向各國旅展參展及推廣會，委託台灣觀光協會及中華國際會展協會組團赴海外推廣。積極配合行政院「新南向國會交流協會」，如 2 月赴馬來西亞與當地政要和台商、意見領袖等交流，增加與南向國家決策人士之連結。

(二) 提供文宣及影片等供經濟部、教育部、文化部、僑委會、農委會等協助宣傳台灣觀光。推動觀光業結盟，鼓勵觀光相關公、協會向新南向各國公、協會

互邀考察及合作送客。

- (三) 本部觀光局駐外辦事處於駐在地辦理觀光說明會及消費者推廣會，並依據各市場需求，推廣觀光年曆活動，如配合台灣燈會、台灣自行車結、台北、高雄國際旅展等活動邀請海外媒體及業者來台。
- (四) 配合區域特色資源，與國際知名電視節目製作公司合作推出旅遊節目，並透過國際知名旅遊專書或雜誌期刊等合作行銷，另與各國重要社群媒體及旅遊網站合作網路行銷，將國際旅客導入台灣各地旅遊。
- (五) 於主力市場（新加坡、馬來西亞、泰國及越南）及成長市場（印度、印尼及菲律賓）進行媒體廣告採購、廣告分攤、委託公關執行行銷計畫。鎖定各國首都圈及目標客群生活圈投放廣告，包括採購電視廣告、戶外 LED 牆廣告、捷運車廂及車站廣告、機場與市區大型看板及商場外牆廣告等，加強宣傳台灣觀光，提升台灣在泰國、越南、印度、印尼及菲律賓之知名度，以及促進新加坡及馬來西亞旅客重遊。

四、區隔目標客群，多元創新行銷

- (一) 針對華裔、穆斯林、佛道教徒、年輕新富階層及家庭旅客等不同屬性客群，設定不同媒宣主軸，並依市場發展階段-主力市場（新加坡、馬來西亞、泰國及越南）、成長市場（印度、印尼及菲律賓）和潛力市場（緬甸、柬埔寨、寮國、汶萊及不丹），分別推廣特色產品。
- (二) 持續運用獎勵旅遊獎助機制（交通部觀光局推動國外獎勵旅遊來台獎助要點），鼓勵業者辦理獎勵旅遊及企業將台灣選定為企業獎勵旅遊目的地，105年新南向目標市場來台獎勵旅遊人次，較前（104）年成長達90%以上，其中以泰國及越南市場來客數最多。

五、增設駐外據點，布局大三角

- (一) 為形塑台灣為亞洲重要觀光旅遊目的地並開發新客源市場，本部觀光局各駐外辦事處結合我國駐外單位聯合推廣宣傳台灣，蒐集當地輿情與競爭國動態，針對負面新聞即時因應，以增強我國觀光能見度，並積極參與駐地國際性或地域性觀光組織且強化聯繫及聯合推廣，發揮台灣影響力。

(二) 目前本部觀光局於南向市場僅新加坡及吉隆坡 2 據點，轄區包括東協 10 國、印度、中東、紐西蘭及澳洲，刻正爭取 106 年開設泰國據點，107 年規劃開設印尼或印度據點，增加台灣與南向各國連結，深耕南向市場。

六、完備穆斯林旅客接待環境

賡續推動穆斯林餐旅認證，截至 106 年 3 月 10 日止，全台累計已有 104 家餐旅業者（如餐廳、旅館、休閒農場、民宿、主題樂園及中央廚房）取得中國回教協會頒發之穆斯林清真標章，包含指標性據點如台北圓山大飯店、高雄 85 大樓君鴻國際酒店，日月潭及阿里山國家風景區、墾丁、花蓮、台東等地亦皆有業者加入穆斯林餐旅認證行列，營造穆斯林友善旅遊環境。

七、積極推動郵輪市場發展

(一) 加強國際宣傳，吸引郵輪商及旅客注意：持續參與亞洲郵輪聯盟（ACC）活動、參加重要郵輪展（羅德岱堡郵輪展）、提供關鍵獎助，並透過國際宣傳管道加強宣傳。

- (二) 提供獎勵補助措施，吸引國際郵輪彎靠：為提供國際郵輪延長停靠台灣港口時間及增加每一航次停靠台灣多個港口機會，本部觀光局業於「推動境外郵輪來台獎助要點」明訂以 12 小時為基準的不同獎助金額標準。為配合彎靠郵輪數量逐漸增加，以台灣為母港之國際航商亦持續增加由台灣出發之郵輪班次，本部觀光局刻正草擬 Fly-Cruise 獎助要點，期能與郵輪公司協力爭取更多外籍旅客。
- (三) 協助岸上行程優化，滿足上岸旅客旅遊體驗：請各港口縣市政府提供亮點景點及推薦行程，透過與台灣國際郵輪協會合作共同檢視上開行程，安排國際郵輪商及台灣接待旅行社進行踩線探勘，將檢視探勘結果提供予地方政府進行行程優化。
- (四) 鼓勵國際郵輪以高雄為母港，開闢南向航線：台灣郵輪已躍升為亞洲第二大客群，過去多以基隆為母港，而國際郵輪公司看好高雄港為亞太交通樞紐優勢，106 年麗星、公主郵輪相繼以高雄為母港開闢航線，其中麗星郵輪首度與亞洲郵輪聯盟合作開發出「菲律賓佬沃/馬尼拉-台灣高雄-香港」航線，並自 3

月 21 日起開航香港、馬尼拉及高雄航點，而公主郵輪規劃自 10 月份開闢 5 條航線，讓南台灣遊客不必舟車勞頓北上基隆，並能結合高雄空港優勢及航空公司能量，為高雄及台灣帶進更多國外旅客，創造經濟繁榮。

伍、結語

本部觀光局面對全球化、數位化、在地化、永續化的衝擊，已針對整體市場面、產業面、資源面等課題，提出具體、可行之因應策略，努力打造台灣成為處處皆可觀光的友善旅遊環境，並積極開拓東南亞、穆斯林等新興市場、推廣國際郵輪，擴大台灣觀光市場機會，期望於現有厚實基礎上，提振國際競爭力與知名度，俾使台灣成為「友善、智慧、體驗」之亞洲旅遊目的地。

以上報告，敬請各位委員指教。謝謝。