

## 2020 台灣永續觀光發展論壇

### 2020 Taiwan Sustainable Tourism Development Forum

黃英峰<sup>1</sup>、張富子<sup>2\*</sup>  
Ying-Feng Huang<sup>1</sup>, Fu-Tzu Chang<sup>2\*</sup>

#### 摘要

根據聯合國世界觀光組織UNWTO (2019)公布的國際觀光重點報告(International Tourism Highlights)指出，近年來消費者旅遊趨勢已逐漸改變，除了享受在地體驗，更追求健康的旅遊模式，如步行、保健及運動旅遊。為積極落實觀光政策，並衡酌我國觀光產業持續面臨全球化、數位化、在地化之發展趨勢，以及來台客源市場結構盤整、區域旅遊競爭激烈及產業關鍵轉型等挑戰，國際永續觀光發展年強調環境面、社會面及經濟面之永續發展。為延續永續觀光發展年推廣計畫，2020台灣永續觀光發展論壇以低碳運具發展永續觀光為規劃主軸，藉由大眾運輸工具及步行，深入體驗當地特色，體現綠色旅遊的精神。

**關鍵詞：**觀光發展、環境永續、綠色旅遊、低碳運具

#### Abstract

According to the International Tourism Highlights report published by the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) in 2019, consumer travel trends have gradually changed in recent years. In addition to enjoying the local experience, tourists also pursue healthy travel modes, such as walking, health care and sports tourism. In order to actively implement the nation's tourism policy, cope with the trends of globalization, digitization, and localization, the structural change of incoming tourists, the fierce regional competition, and the critical transformation of the tourism industry, the world tourism focuses on the sustainable tourism development in consideration of the industry's environmental, social, and economic aspects. The main theme of Taiwan's Sustainable Tourism Development Forum 2020 will emphasize the development of tourism with low-carbon transportation vehicles by making use of public transportation means and walking so that tourists can enjoy in-depth and green local tours.

---

<sup>1</sup> 交通部觀光局國民旅遊組技士 Associate Technical Specialist Domestic Tourism Division, Tourism Bureau, MOTC.

<sup>2</sup> 財團法人台灣觀光協會專員 Specialist, Taiwan Visitors Association.

\* 通訊作者：張富子，Email: tomiko@tva.org.tw

**Key words:** Tourism Development, Environmental Sustainability, Green Tourism, Low Carbon Mode

## 壹、前言

### 一、從永續發展、永續觀光到綠色旅遊

永續發展是21世紀全球性的重要議題，隨著全球經濟與物質生活改善，國際間持續關注觀光永續發展議題。聯合國世界觀光組織(UNWTO)於2015年9月提出「永續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)」，目標12.b.即揭櫫「制定及實行政策，以監測永續發展對創造就業，促進地方文化與產品的永續旅遊。」，使得永續旅遊開始成為各國政府在推動觀光產業時的重點方向。緊接著，聯合國教科文組織(UNESCO)將2017年訂定為「國際永續觀光發展年」的同時，也提出了三項規劃旅行的指標，一、實踐友善環境行動，垃圾減量、回收、再生，減少環境負擔；二、保護文化與自然遺產，包括重建歷史古蹟或拯救瀕臨滅絕動物等；三、向當地社區提供社會與經濟利益，例如響應少數民族的薪資平權活動等。2020年是交通部觀光局提出「台灣觀光 2020 永續發展策略」的第四年，也是檢視成果與迎向未來的時機。

觀光產業的重要性從世界旅遊觀光委員會(The World Travel & Tourism Council, WTTC)針對觀光旅遊業對世界經濟貢獻度進行的相關統計顯示可見，2018年觀光旅遊業以3.9%成長率超越全球經濟成長率3.2%，成為全球成長最快的第2個行業，僅次於製造業的4%，對全球經濟的貢獻甚至達到8.8兆美元，提供3.19億個工作機會，相當於全球GDP的10.4%，全球就業總數的十分之一(WTTC, 2019)。然而COVID-19疫情在全球大流行，聯合國世界旅遊組織(The United Nations World Tourism Organization, UNWTO)預估2020年全球國際旅客將下降60%至80%，觀光出口收益、與觀光產業的工作都面臨重大衝擊，同時也將影響目前為止達成的永續發展目標(SDGs)。

### 二、觀光高峰論壇

為提升觀光視野與知識交流，交通部觀光局自2017年起持續舉辦重要國際性觀光論壇，希望透過相關產業人士的意見交流，激盪出新的思考模式與行銷策略，吸引更多國內外旅客來台體驗旅遊。主要會議主題摘述如下：

#### (一) 2017台灣永續觀光發展論壇 (9/25-26, 2017)

2017年呼應聯合國世界觀光組織(UNWTO)「國際永續觀光發展年」(International Year of Sustainable Tourism for Development)，探討如何在「永續觀光」的前提，改變

過往全球化經濟體系下的模式，以更宏觀的角度構思何謂永續、與環境共存，邀請產業思考「永續」與「發展」這看似兩相衝突的行為，如何取得平衡。

#### (二) 2017台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇(11/16-17, 2017)

在觀光節慶活動辦理過程中，如何提升活動吸引力及效益，是每位活動策劃者必經的關鍵考驗。該論壇以「海灣旅遊與島嶼生態結合之遊程規劃探討」及「以結合傳統與現代的創新國際性大型節慶活動吸引觀光客之經驗」等兩大主題為主軸，激盪出專業意見及行動方案，讓2018年的澎湖世界最美麗海灣年會、台中世界花卉博覽會、第9屆亞洲賞鳥博覽會能針對相關目標市場、行銷策略等規劃更為落實。

#### (三) 2018台灣國際當代觀光旅遊高峰論壇(9/5-6, 2018)

依循「Tourism 2020台灣永續觀光發展策略」為「2019小鎮漫遊年」宣傳暖身，聚焦「從部落體驗旅遊行銷南島文化」與「從國際趨勢談台灣小鎮漫遊的觀光潛力」兩大主題，透過目的地行銷，自然地景、文化特色，乃至節慶觀光，如何成功塑造台灣的觀光品牌，達到越在地越國際的目標。

#### (四) 2019台灣當代觀光高峰論壇—新竹場(5/29-30, 2019)

2019小鎮漫遊年，由台灣30個經典小鎮及客家委員會推薦的十大客庄小鎮，以及台灣四大國際慢城(Cittaslow)共同行銷。本場論壇以「小鎮品牌行銷與體驗設計」、「小鎮目的地資源管理與整合」及「小鎮文化與節慶活動」三大主題研討，透過台灣小鎮旅遊品牌及文化特色向國內外旅客行銷，帶動地方鄉鎮「創新、創意、創業」，達到永續觀光願景。

#### (五) 2019台灣當代觀光高峰論壇—高雄場(10/15-16, 2019)

高雄場主題為生態旅遊與永續觀光，分別以「永續觀光面面觀」、「生態旅遊慢慢行」、以及「脊梁山脈森呼吸」三個主題，探討觀光產業如何在自然生態、社會文化及經濟發展之間取得平衡，藉由社區居民及產官學各界的努力，滿足遊客享受體驗，保護地方自然環境及文化傳承，並建構完整的觀光產業鏈，透過生態旅遊活動收益反饋地方發展，達到觀光發展的永續性。

## 貳、論壇紀實

此次論壇以低碳運具結合觀光永續發展為主題，首日以「鐵道樂活遊」及「鐵馬輕旅行」兩大議題開場，以低碳運具如何推動觀光為主軸，藉由大眾運輸工具、無碳個人交通工具，甚至步行來深入體驗在地旅遊特色，體現綠色旅遊的精神。延續2019與2020的小鎮漫遊與脊梁山脈的年度旅遊推廣主軸，朝向2021與2022的自行車與鐵道旅遊，持續帶動永續觀光發展，將低碳概念融入生活，讓觀光與環境共存。

首場「鐵道樂活遊」由JR東日本創造旅遊董事長大友信介分享日本鐵道觀光旅遊行銷推廣國際的經驗，並深入介紹日本各式觀光列車如何以創新的軟硬體服務，營造出感動人心的觀光價值；而「鐵馬輕旅行」則邀請到自行車新文化基金會會長羅祥安現身說法，分享台灣自行車軟、硬體所具備的魅力，以及如何將國際自行車旅客帶到台灣，推動台灣成為國際自行車旅行的熱門觀光地；翌日「漫步自由行」由公視行腳節目「無事坐巴士」主持人吉雷米，以外國人角度暢談跑步環台的難忘經歷，更深入講述蒐集台灣三角點的脊梁山脈旅遊。本次論壇吸引逾百名來自台灣及日本的觀光產官學界與會互動交流。

交通部部長林佳龍及台灣觀光協會會長葉菊蘭也為論壇開幕式致詞。林佳龍部長於開場致詞表示，今年受新冠肺炎疫情影響讓觀光業倍受打擊，但觀光局仍為國內觀光產業振興持續努力中，進行防疫、振興及紓困等政策措施，希望將危機化為轉機，藉此加速國內觀光產業轉型與升級，進而帶動國內旅遊復甦，同時將低碳旅遊發展永續觀光之概念慢慢導入國內民眾旅遊習慣中，透過舉辦本次論壇，讓實務運用在觀光推動上，發揮加乘功效；台灣觀光協會葉菊蘭會長也在上台致詞時提及，為迎接後疫情及疫情過後時代，現在正是整備推廣國際觀光的時機，希望透過今天這場論壇的深入探討，持續推動台灣永續觀光的發展，讓國內外旅客看見最美的台灣。

## 一、鐵道樂活遊

論壇首場由台灣鐵道觀光協會常務理事兼國際事務委員會主任委員周永暉擔任引言人開啟序幕，結合上午三位講者的主題及內容，進行簡單明瞭的國內外鐵道觀光案例分享。他認為鐵道連結了人與人之間情感，而鐵道觀光更是與美學、美食、美景、文化及生活等五感要素密不可分。除了安全與服務之外，需要創造更高的附加價值、建立品牌及行銷的管道，在後疫情時代更要專注於個別化、真實性、獨特性及沉浸式體驗旅遊的產品設計，以滿足並吸引逐漸改變旅遊消費型態的遊客。

### (一) 日本鐵道假期行銷國際案例

主講人JR東日本創造旅遊董事長大友信介分享日本鐵道觀光旅遊行銷推廣國際的經驗，並深入介紹日本各式觀光列車如何以創新的軟硬體服務，營造出感動人心的觀光價值。

2018年日本JTB旅行社針對曾經搭乘觀光列車經驗的遊客進行調查，結果顯示列車外觀及沿途美景為搭乘的主要原因，若再次選擇觀光列車，絕佳景色及寢台列車則為首選要素。

JR東日本旅客鐵道不斷設計並推出能夠滿足民眾需求，並選擇鐵道旅遊的觀光列車，如五能線Resort白神號連結青森及秋田縣間，運行在世界自然遺產白神山和風光明媚的日本海之間；OHOKU EMOTION號也被稱為「東北餐廳鐵道」，開放式廚房為列車主要特色，乘客在列車上一面欣賞三陸沿岸的優美海洋風景，也能享受使用大

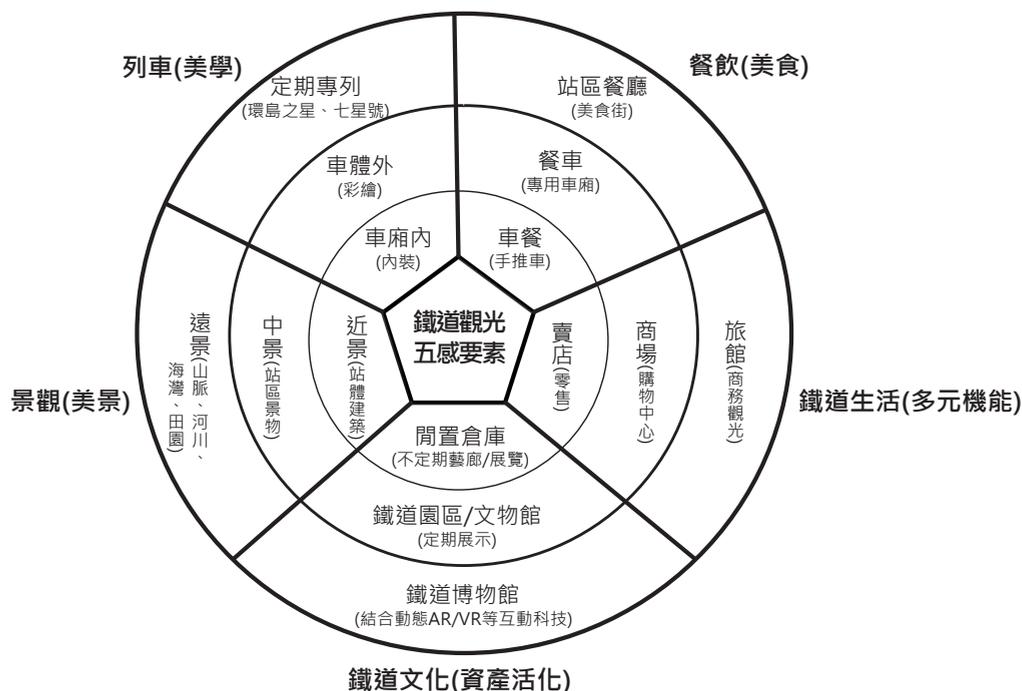


圖1 鐵道觀光五感要素圖

資料來源：本研究整理

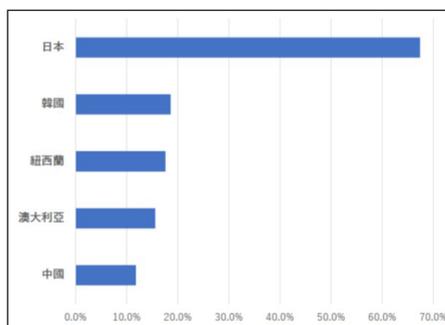
量東北食材烹製的美饌，將列車設計為餐廳空間；POKÉMON with YOU 列車秉持著將笑容帶給2011年東北大地震受災兒童，以及讓全國的孩童們有個開心的東北之旅的出發點進行設計，車廂概念是「與親子共樂的皮卡丘列車」；Fruitea福島號，行駛於喜多方及郡山站的甜點列車；B. B. Base (BOSO BICYCLE BASE)行駛於房總半島，是為了自行車騎士推出列車，騎士可以將自行車直接直掛於列車車廂裡，除了不影響人行路線也不會滑動，到了目的地即可直接上路，因此B.B.Base成為房總半島內的自行車移動基地；四季島列車號稱全球最奢華的觀光火車之一，以最高端的設計及最頂級的套房提供優質的旅行體驗。為滿足不同需求的消費者打造出以製造感動為目標的觀光列車，除了美感，更需要品牌、故事、美景、美食及宣傳等要素。

觀光列車的目的地不同於一般列車僅是移動的手段，而是增加附加價值讓搭乘變得有意義，也讓都市人口往地方流動。經統計，2019年約有22萬人次搭乘觀光列車，其中高達14萬人次來自首都圈，如東京都、千葉縣、山梨縣或埼玉縣，透過鐵道觀光列車將旅客送往鄉鎮地區以活絡經濟振興地方繁榮，帶動區域旅遊發展。

日本NHK電視台進行訪日旅行意願調查，其中台灣人在疫情過後最想前往的國家為日本，因次日本持續加強車站內的防疫作為，包含定期消毒、室內定期換氣等。近年來國際間對於列車文化有相當的喜愛，卻因疫情無法安排旅遊行程，但是不會有沒有辦法度過的困難，也沒有永遠無法到達的黎明，在觀光重啟時，鐵道旅遊勢必再度蓬勃發展。

## 訪日旅行意識調查(台灣)

新型冠狀病毒疫情結束後最想去國家



2020年6月NKB調查

覺得有感染危險性的場所

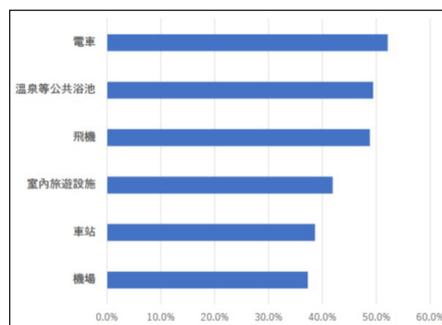


圖2 訪日旅行意識調查圖

資料來源：本研究整理

### (二) 從美學出發開啟鐵道旅遊新紀元

臺灣鐵路管理局張政源局長談台鐵升級從美學出發，重新打造具有質感的低碳旅遊，將台灣鐵道旅遊產品化、觀光化及國際化。台鐵局已經有133年的歷史，但是鐵道旅遊在台灣是一個新興的旅遊型態，過去鐵道重心為客運跟貨運，擔任運輸工具的角色，隨著時代的進步，也開始體會到鐵道旅遊的重要性。

搭乘火車通勤通學的比例偏高，透過旅行社的包裝有團體旅遊或個人旅遊搭乘火車旅行，台鐵未推出鐵道旅遊的產品也沒有系統化推動，因此台鐵販售的僅只座位。在郵輪式列車及環島之星的出現，讓台灣鐵道更多元化，旅程更為豐富。郵輪式列車選定數個車站及特色旅遊景點，停靠一段時間參觀為其特色，然後再回到火車，前往下一個景點；環島之星每天以順／逆時針各一班列車繞台灣一周，全台停靠20個站點，旅客可以根據行程安排縣市及天數做選擇，包含單一縣市或跨縣市、有導覽的豐富行或自由行、一日遊到七日遊等，可針對旅行需求或習慣，安排適合的鐵道旅遊行程。

台鐵的下一階段透過美學復興引導到觀光列車的美學發展，讓旅客對火車有新的期待。曾全力斥資改造環島之星觀光列車，但毫無設計章法的用色與內裝規劃卻引來排山倒海的負面評論，於是台鐵從失敗經驗中記取教訓，進行一場台鐵的美學革命，成立「台鐵美學設計諮詢審議小組」，邀請專家導入美學設計，融入台灣地景及季節，讓視覺與環境構成平衡，從觀光列車到車站、售票機及企業形象都讓民眾深刻感受到台鐵的蛻變。

依據Booking.com「2020年8大旅遊趨勢」報告中，有61%的人認為交通工具可以成為旅遊的樂趣跟重點，有高達66%對傳統火車之旅感到興趣。歐洲正在推廣低碳綠

色旅遊，而火車的碳排量為所有交通工具中最低的，瑞典女孩Greta Thunburg號召減碳救地球，並發明「Tagskryt」一詞，意思為train-bragging或train-boosting，也就是搭火車要炫耀，引發鐵路旅遊復興，夜車服務增加，獲得歐洲其他國家響應。歐盟發布2021年為歐洲鐵路年，倡議各國發展鐵路減少飛行，以發展綠色運輸模式；法國總統馬克宏於法國國慶日宣布大幅重啟鐵路貨運、夜車與支線鐵路，而法國重啟計畫總投資金額1,000億歐元，其中47億歐元用於鐵路發展，歐洲地區倡議行動將交通運輸回到火車最低碳環保的旅遊模式。台鐵訂定四年計畫，包含場站、路線、車輛，硬體全面升級，也建置禮賓候車室，花蓮站於109年11月率先亮相。最重要的是讓鐵路扮演大動脈的角色，以軌道運輸為主軸，發展區域旅遊中心，讓旅客搭乘火車到定點後再轉為公路旅行，改變國內旅遊模式，讓鐵道旅遊逐步產品化、觀光化進而國際化。

### 讓臺灣鐵道之旅成為國際觀光新賣點！

-部長林佳龍

【2021年-2024年】



圖3 臺灣鐵道升級計畫圖

資料來源：本研究整理

火車復興時代已經來臨，以火車為本位的旅遊方式需要大家共同努力建構，從現在開始重新思考，如何將旅遊型態以火車為本位，如何利用火車讓更多人看到台灣的美，讓國際旅客體驗；台鐵也將優化升級建構完整的大眾運輸及旅遊服務中心，也瞄準異業結盟，如高鐵、捷運、飯店業者等，建構一個不一樣的台灣鐵道之旅，最後就是區域整合，未來在北中南東建置區域旅遊中心，共同構造完整台灣鐵道旅遊藍圖。

#### (三) 鐵路支線上的永續觀光—以藝術串起鐵路沿線上的旅者與居民

浪漫台三線藝術季「內灣線鐵道美術館」由李明道擔任策展人，集結藝術家與在地民眾共襄盛舉，將台鐵內灣線沿線竹東、橫山、九讚頭、合興、富貴、內灣等六個車站連成一座可以自由發揮想像力的大型鐵道美術館，有裝置藝術、塗鴉、漫畫、攝影、剪紙、科技互動等作品。

內灣美術館策展手法將在地人事物融入作品，如日籍攝影師近藤悟拍攝竹東站長等人的照片，也成為藝術裝置作品，藉此向站務人員致敬；竹東的高中老師，以不鋪

張不製造垃圾的方式完成地板噴漆的花朵，成為專屬在地、無法搬移的藝術品；塗鴉藝術家大腸王以客家採茶農夫造型的大腸寶寶，結合在地客家美食，如薑絲炒大腸、黑糖小饅頭、客家擂茶等。所有的藝術品都讓旅客與當地產生互動，成功進行地方行銷。

過去台鐵內灣支線主要為運送林木、礦產，因此利用木頭質感打造四節車廂的「山歌列車」，內部空間以客家歌手黃連煜的「山歌一條路」歌詞、搭配書法藝術家何景窗的書寫貼在車廂及車窗上，外面的風景就是這首詩的背景，這首詩永遠跟著內灣線的風景在跑。結合車廂地板的竹東舊地圖，帶領遊客乘坐時光列車，體驗過去客家文化風情。

以「搭火車、看藝術、遊客庄」作為slogan，其中就深具觀光意涵，觀光與藝術是密不可分的，策展最終的目標即展覽不需要外來策展人與藝術家，在地居民即可打造屬於自己視覺語言的展覽，每個城鎮、車站及列車都擁有獨特的美學特色，展覽為暫時性的作為，當地方擁有其獨特性才是活化且永續的觀光作為。

## 二、鐵馬輕旅行

台灣觀光協會蘇成田副會長引言，透過自身過去規劃東海岸自行車專用道、參與建置全國自行車道系統及在台灣騎乘單車觀光的經驗，以生動的分享點出本場主題。

### (一) 打造台灣自行車騎乘樂園

主講人自行車新文化基金會會長，也是捷安特創辦人的羅祥安，如何將國際自行車旅客帶到台灣，推動台灣成為國際自行車旅行的熱門觀光地，首先有三個面向，第一，把台灣變成全世界最創新、高級的自行車中心；第二，把台灣改變成對自行車最友善的國家；第三，把台灣變成自行車熱點的天堂。

對於前述三個面向作法，首先透過A-Team讓台灣成為國際間公認最高品質、創新產品的研發、製造及供應基地；接下來YouBike成功開發後，從台北市逐步拓點至新北市、桃園市、台中市、新竹市、彰化縣及高雄市等城市，遍及全台，讓更多民眾享受自行車的樂趣，打造更美好的自行車環境。

接下來針對自行車旅遊的型態分別推薦國內休閒型、運動型及挑戰型的路線，其中環島1號線以台1線和台9線為主軸，全長約968公里，規劃12條環島支線，串聯南投日月潭、故宮南院等知名景點，沿線每隔20公里設有補給站，且串聯全台鐵馬驛站、便利商店、台鐵車站、遊客中心及知名景點，共計2,358座標示與24座導覽牌。單車環島越來越盛行，政府所規劃的環島路線也越趨完備，國內外自行車旅客可以依循大眾路線進行規劃。小而精緻的台灣有豐富的視覺景色變化，平坦的街道、鄉村羊腸小徑、高山路線、大海美景，以及國際間榜上有名的自行車道，安排一趟單車環島旅行欣賞多元多變的地理環境及景色，認識台灣每個角落的故事再適合不過了。

主打單車旅遊的捷安特旅行社，每年平均出團超過250梯次，其中32%為國際旅客，平均每日消費300美元，高於來台旅客總平均日均191.7美元；持續舉辦環台賽、台灣自行車節、KOM登山王、騎遇福爾摩沙環島活動等全國性或地方性活動，預計2021年台灣單車旅遊年可帶來10萬名國外單車旅客，吸引更多選手來台挑戰並創造新台幣63億元觀光收益。

打造台灣成為自行車島，建置自行車友善環境，將台灣變成真正的騎乘天堂，利用各種不同方式的騎乘，集結各地美食、多元文化的獨特性都是單車旅遊的最佳資源，利用2021年台灣單車旅遊年讓全世界看到台灣，這才是最終目的。



圖4 自行車旅遊島發展條件圖

資料來源：本研究整理

## (二) 當單車成為另類的觀光體驗—自行車旅遊的潛力與瓶頸

台灣樂活自行車協會徐正能理事長說明協會宗旨在於提升自行車友善環境，透過非競速型賽事休閒旅遊與教育訓練等活動，讓民眾體驗不同的騎車方式，用心了解在地文化，感受福爾摩沙之美，讓每個台灣人都願意、甚至愛上騎乘腳踏車，進而讓自行車融入日常生活。

從國外部落客來台完成自行車旅遊後的評論，稱台灣為 "a land built for bicycle travel"，除了台灣地形及生態多樣性、景色環境、完善的硬體設備及軟體服務，尤其是台灣最美麗的風景一人，讓台灣都具有相當吸引力；然而在火車自行車票一票難求、交通混亂的干擾也被點出為主要問題。

要成為自行車島的要件共有六點，其中幾項也是目前台灣亟需突破的瓶頸。首先是經過設計的自行車路線及完整的遊程資訊；第二，訓練地方志工提供地區性導覽及

領騎服務或方便搜尋且詳實的導覽資訊；第三，規劃社區發展協會營運自行車租賃服務，提供便利且高品質的單車租賃或運送服務；第四，供應商提供固定或客製化等多樣性深度單車遊程，且提供完整的接駁車服務及路線規劃；第五，友善店家提供食、宿、樂、購；第六，建立基礎自行車旅遊人口，推廣「自行車健康護照」概念，讓每個人都能記錄自己每天騎乘的時間、距離，用來換取點數，甚至遊戲化後還能升等解任務，鼓勵大家出門騎車。然而週間及週末的城鎮遊客到訪人次嚴重失衡，為達損益平衡導致店家無法投入更多資源，如購入更多自行車以供租賃，使得小鎮深度旅遊形成服務缺口而流失基礎自行車旅遊人口。待上述六項條件完善後，台灣成為自行車島指日可待。

觀光是結果不是目的，當自行車環境建置完成，找出城鎮地方主題、故事及靈魂，透過科技及智慧觀光進行行銷推廣，讓國際遊客看到台灣生活的模式，讓自行車不只是自行車，更是一種生活風格，讓台灣成為亞洲戶外探險天堂。

### (三) 單車串起的這些人，那些事

擁有十幾年單車旅行經驗的知名作家陳忠利透過多支精彩的台灣單車旅遊影片，導出丹尼爾的故事以及騎訪原鄉單車縱貫線深度旅行，從最感動的旅程分享騎單車的這些人，以及現在所做的那些事。

「老丹的英文課」，美國籍的丹尼爾繞了地球大半圈，從美國密西根州，走進了中央山脈最深處最迷你的新竹尖石石磊國小。在美國當了十年的工程師，來台攻讀交大博士班時，他聽說尖石鄉後山的石磊國小缺少英語老師，便自告奮勇前往。這條六十公里的山路，騎腳踏車上山每次需費時六小時翻山越嶺一路到竹東、內灣，再到尖石，高達到海拔1700公尺才能到達原住民部落裡的石磊國小，三年的時間無論颶風下雨他從未缺席，甚至分毫未取。在因緣際會下，陳忠利以車會友終於見到丹尼爾本人，同時得知丹尼爾膝蓋已嚴重磨損不堪負荷，於是決定要陪騎一次丹尼爾之路。沿途中，丹尼爾與部落間的互動十分緊密，他希望部落族人覺得有人關心他們，知道自己很重要、很重要，不要放棄。在台灣社會都快遺忘這群人的時候，丹尼爾眼中，他們顯得無比珍貴。這段深具內涵的自行車故事，帶領我們進入福爾摩沙單車深度旅行。

陳忠利花了一年多的時間由北而南拜訪全台部落，完成21條路線規劃，深入台灣16個主要原住民部落，沿途除了欣賞到南橫、阿里山、中橫、北橫、蘇花公路和太魯閣等經典路線風景外；因為單車的精巧、便利性，還能進入深山的各條林道，以及和附近的原住民聚落串連，特別是屏東霧台、新竹鎮西堡、宜蘭南澳等山區原住民部落。

「原鄉單車縱貫線」是文化為根的一條路線，並將這條路線稱之為「北進武嶺，南出鵝鑾鼻，縱斷台灣五百哩」。以騎士角度看台灣，最大特色是短距離裡有很多變化，有高山、森林生態等，也有豐富的文化，台灣的山不是個障礙，而是優勢。透過

騎進山林認識這片土地，未來將持續以「騎入城鄉、騎訪部落，來看見台灣的深度」作為台灣單車運動旅遊的架構，邀請大家踩著踏板，體驗美麗台灣。

### 三、漫步自由行

第三場次主持人前台南市副市長王時思，以觀光產業的現況切入，分別介紹三位講者帶入對未來台灣觀光發展的期許。從觀光旅遊產業在COVID-19疫情前即開始的大範型轉移，面對疫情衝擊後又開啟另一波新趨勢的改變，在全球性災難的時刻，國旅爆發帶來不同的影響及希望，也讓觀光產業提前審視如何不讓台灣成為替代品，在疫情結束後能夠成為真正的旅遊目的地。認識台灣的美麗，以及將台灣作為旅遊目的地的意義，提升旅遊產品價值，透過深度的故事重新瞭解自己的土地與城市。

#### (一) 用雙腳遇上最美的台灣—萬里繫山緣

來自法國普羅旺斯的公視行腳節目「無事坐巴士」主持人吉雷米，以流利的中文、台語暢談因緣際會來台的機緣。2009年八八風災參與林邊鄉救災，在全心投入救災的過程中，他感到對台灣的熱愛已融入了自己的血液，他與這片土地不可割捨，決定深根台灣。

14年前初抵台灣定居於花蓮玉里擔任志工期間，驚覺多數50歲以下的原住民不會講母語，甚至許多年輕人最流利的台語只剩髒話。為保存福爾摩沙的獨特語言文化，於是開始研究搜集日漸消失的原住民語言和文化，並著手進行田野調查，整理蒐集語料，撰寫「Parlons Bunun,讓我們說布農語」、「Parlons Amis,讓我們說阿美語」和「Parlons Taiwanais,讓我們說台灣話」等三本法文書，並陸續出版《一粒米，百粒汗》，內容有關台灣的獨特文化與風俗習慣，極力向國際推展，對台灣的了解與熱愛程度，甚至超過土生土長的台灣人。

跑步及登山等戶外活動是他觀察與記錄台灣的獨特方式，也參加過多場國內外馬拉松賽事並取得名次獲獎，過去更兩次透過跑步環島作為感情療傷的方式，第二次甚至揹著25公斤的三太子神偶完成，引發媒體熱潮，無形中也奠定愛台灣的形象。現在擔任行腳節目主持人，透過公車環島以台語發音深探站牌名稱，以外地旅人的身分爬梳歷史與人文軌跡，推廣逐漸流失的地方職人行業及文化。

接下來，吉雷米不僅參與馬拉松賽事，更開始跑進山林蒐集三角點，並介紹最常造訪的台灣中南部郊山及三角點的歷史文化價值。近年來登山活動風氣日盛，遺憾的是山難事件卻也隨之頻傳。不要低估它的難度，更不要因為想要被他人認同盲目跟風，而傷害自己的身體。登山並不是有足夠的體力即可，也必須要有相應的登山知識與技巧。

台灣百岳難度差異非常大，有些當天就可以輕鬆來回，有些卻要花上好幾天的時間才能完成，且不同路線有各自困難及危險的地方，需要做足功課，判斷自己的經驗

再行安排，並強調「登山是風險管理的運動，做好充足的準備再上山，才是對自己與他人負責任的態度」。

不管是健行、跑步或騎自行車，小而美且擁有豐富資源的台灣非常適合發展運動觀光，不需花太長的時間就可蒐羅千變萬化的景色，這也是吉雷米深根台灣的原因之一，未來也持續透過馬拉松及登山發掘在地歷史文化與人文景觀，共同維護保存與發揚。

## (二) 在地小旅行走出來的永續之路—走進社區、歷史與文化

2012 年，島內散步創辦人邱翊帶著自己的朋友們展開第一場大稻埕街區步行導覽後，發覺對自己的家鄉還是非常陌生，透過不斷學習及蒐集文獻，以「台北城市散步」的品牌帶領民眾走訪那些未曾深入了解的街道巷弄與建築，不但說出城市角落的故事，也是一趟導覽體驗的旅行。而後更是走出台北，更名為「島內散步」推廣導覽旅行的精神與意義到全台灣，也關心許多社會多元議題，以及如何影響造就我們現今的生活，如228事件，果菜漁貨批發市場，移工議題，情色產業變遷，及同志議題等主題導覽。

大稻埕為近幾年來地區創生及復興很重要的老城區，過去以年貨大街聞名，如今已經有了不同的風貌。邱翊表示年貨大街為不少人帶來可觀的商業利益，短時間內湧入大量的觀光客，帶來大量的垃圾、造成交通阻塞，且一如台灣許多「老街」夜市化，各地老街不再老，全都充斥著一樣的小吃、大量生廠的紀念品，地方價值被消費印象掩蓋，都是對文化資產無形的傷害。為此不斷嘗試翻轉在地活動及導覽形式，例如「大稻埕博物館」，以無牆博物館概念，打開原本「非請勿入」的南北貨商家、設計師工作是甚至是住家等場域，讓空間的主人說自己的故事，把話語權交還給地方，讓大稻埕成為超級巨大博物館，遊客不只有吃吃喝喝，更能真正走進大稻埕的生活。

永續觀光不只是產業的永續，更是地方文化與環境的永續，有3個利害關係人可以決定地方的永續，包含地方社群、外部關係人及旅客，當地方找到認同自己的方式並取得共識後，再去影響外部關係人，如觀光旅遊業者、政府或媒體等，進而影響旅客學習尊重地方文化及環境，以達到地方永續的目標。

對於永續觀光或永續旅行，即追求商業利益跟顧客體驗最大化，但必須同時避免文化資產及環境負面影響最小化，藉由規劃執行足以感動人心的旅程內容，讓旅客對地方產生認同，主動與在地經濟、產業產生互動，進而將這股能量回饋於在地創生、社區培育，帶來永續的正向循環。

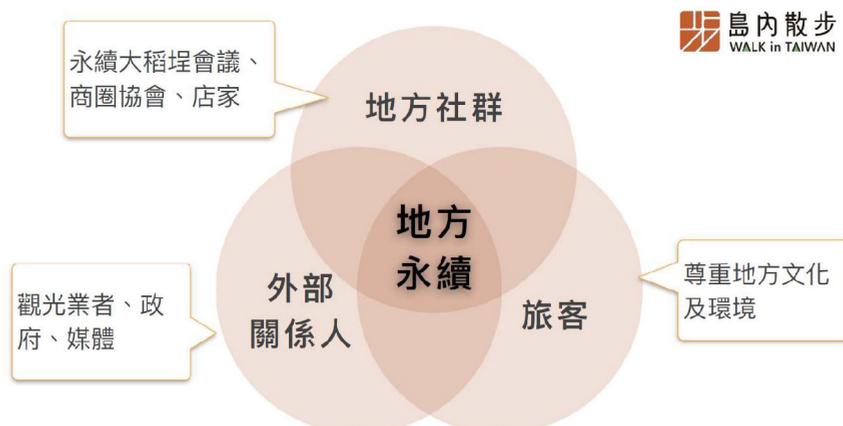


圖5 大稻埕地方永續概念圖

資料來源：本研究整理

### (三) 走入山林，走入台灣歷史

與談人古道專家徐如林認為透過步行才是對土地最深層認識也是對歷史最深的致敬，一步一腳印觀察台灣山林的生態及古道，古道不只是走進山裡的一條路，更是走進台灣歷史的一個線索。

從歐洲聖雅各朝聖之路、日本熊野古道及馬丘比丘天空之城經驗開始道起，分享楊南郡老師在完成百岳後，即一同開始台灣古道歷史踏查及原住民族與部落遺址專業研究的契因，在國家公園的委託下也開始調查古道，並協助建立國家步道系統，其中包含合歡越嶺古道、八通關古道、霞喀羅古道、浸水營古道、鄒族步道系統、崑崙坳古道、阿塋壹古道等，緊接著也利用古道為線索進入台灣歷史，例如在高山深壑的八通關古道中找尋祖先開拓台灣的足跡；像合歡古道的錐麓斷崖段，在中橫燕子口上方，倏地一千二百公尺的大峭壁的珍貴遺跡紀錄。

曾經有數百條步道交錯穿行台灣山地，通過原住民部落，這些步道有些為原住民部落社路，或清朝開山撫番所修築的道路，一直到日本時代為了理番管理部落，於是開闢了警備道路，使得步道交織成一片網。透過踏查研究，台灣古道關建的脈絡幾乎為外來殖民者對原住民進行統治的工具，因此，古道呈現殖民者與原住民族的互動，甚或戰爭，而透過對古道的認識，也能更進一步了解原住民族在過去四百多年來的遭遇與歷史。

要瞭解台灣歷史，感受山林生態之美只要循著古道進入，台灣古道滿載歷史記憶及故事，進入山林古道前先閱讀歷史瞭解背景後再出發會讓旅程更有深度並且更珍惜，同時也讓台灣這片土地不被淹沒遺忘，永遠流傳。

## 參、結語

透過此次論壇的交流，結合專業人士意見，探討觀光產業如何在自然生態、社會文化及經濟發展之間取得平衡，擴大台灣鐵道及自行車觀光的普及性，並透過行走感受小鎮及山林之美；結合社區居民、觀光業者與地方政府共同投入綠色旅遊的推廣，以當地旅遊活動的收益反饋地方發展，旅客深入體驗的同時，也能保護地方自然環境及文化傳承，建構更完整的觀光產業鏈，以達到永續觀光發展的最終目標。

### 一、 打造更具質感的鐵道旅遊，活絡城鄉區域經濟發展

日本鐵道觀光列車兼具舒適與美感，台灣也藉由美學逐步導入公共建設，從車廂到車站的設計讓美感融入功能性，也加強服務及感受，讓旅客產生認同感，為結合自行車，將規劃打造雙鐵旅遊服務，進行產業整合，提升單車服務。

台灣多變的風景地貌與人文特色，加上鐵路的歷史文化資源，讓遊客體驗童年回憶，以及車窗外快速變換的風景，進行鐵路旅遊的推廣，也透過觀光列車活絡區域觀光振興地方經濟。

### 二、 推廣單車風格全民一同騎單車，打造台灣自行車樂園

2021年自行車旅遊年應結合公路、鐵路及遊輪或船運擬訂戰略性規劃，系統性整合資訊提供民眾規劃自行車旅遊，透過旅遊經驗瞭解台灣的多元文化，進而增進國民健康降低政府健保支出。

台灣除了精緻的自行車工業外，結合國內美食、美景以及騎乘文化，許多民眾都已養成騎乘自行車習慣。接下來若政府及民間致力於自行車網規劃、雙鐵結合計畫、資訊整合平台建置、道路安全教育及活動、賽事與學校教育的推廣等，形塑台灣不同年齡、不同方式的騎乘文化，提供旅客不同的價值及感動，台灣不但可以成為自行車島，更能吸引世界各國車友前來觀光。

### 三、 智慧觀光豐富旅遊經驗、文化自我認同打造永續觀光環境

在眾智的時代面對旅遊破碎化，應透過資訊整合平台數位工具，系統且即時性的提供完整資訊，線上及線下的相互對應，讓自由行的個體遊客利用智慧觀光完成遊程。

建構永續觀光發展在於這片土地上的人們共同遵守規範，學會認同與珍惜，以多元的文化為傲，瞭解自己行銷台灣，防止環境被剝削、文化被破壞，教育遊客而非迎

合遊客，只有在這個基礎上才有機會期待環境、人、文化、居民及遊客的永續存在及成長。

台灣觀光協會副會長蘇成田為本次論壇總結，首先提到鐵道旅遊，台鐵局逐年推出藍皮號、海風號、山嵐號及寢台式列車，在2021年自行車旅遊年即將到來，台鐵可進行雙鐵旅遊軟硬體規劃；為迎接2022鐵道旅遊年，整合及串聯台鐵、高鐵、捷運、森鐵及台糖糖鐵等鐵路觀光資源。第二，2021自行車旅遊年的推動，應結合教育部、衛服部等單位共同推廣，以國家高度進行國際行銷，推動台灣成為自行車島；最後，最好的行銷台灣方式為人人心中有觀光，每個人都應該為台灣觀光大使，並透過資訊整合平台發散旅遊資訊，共同打造台灣智慧觀光。

## 參考文獻

1. The World Travel & Tourism Council. (2019), Travel and Tourism Economic Impact World 2019. World Travel & Tourism Council.Retrieved from<https://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf>
2. United Nations World Tourism Organization. (2020). Global Guidelines To Restart Tourism. World Tourism Organization.Retrieved from<https://www.unwto.org/news/unwto-launches-global-guidelines-to-restart-tourism>