

# 「旅行台灣 感動 100」行動計畫

## 壹、計畫依據：

「2008-2009 旅行台灣年」的積極推動，在 98 年創造來台旅客 439.5 萬人次及 14.3% 成長率，成長率高居亞太第一位，為延續相關成果，及結合長期推廣之「Taiwan, touch your heart」的口號，並配合中華民國建國 100 年（2011 年）活動，爭取國際旅客來台及全民共同參與、分享建國 100 年的各項成果，將 99、100 年觀光行銷主軸定調為「旅行台灣・感動 100」。

## 貳、計畫目標：

質量：透過全民參與方式，營造讓旅客感動的庶民旅遊環境，活絡地方經濟，帶動全民參與建國百年活動，以感動旅客、貼心服務吸引國際旅客來台旅遊。

數量：民國 99 年達到國際旅客來台 480 萬人次，100 年達成來台旅客 500 萬人次，上看 520 萬人次之目標。

## 參、計畫期程：

2010 年：前置工作規劃及準備年

2011 年：正式啟動「旅行台灣・感動 100」整體活動

## 肆、經費預算：

本計畫經費預算約新台幣 5 億 6000 萬元，由交通部觀光局於年度預算內支應。

## 伍、計畫內容

本計畫以「催生與推廣百大感動旅遊路線」、「體驗台灣原味的活動」及「貼心超值服務」為計畫三大主軸，並將扣連「觀光拔尖領航方案」之相關計畫內容，期能於民國 100 年呈現台灣最令國內外旅客感動的服務與活動，詳細內容分述如下：

### 一、 催生與推廣百大感動旅遊路線--「聚點成線」的感動

- (一) 台灣以豐富的物種與多樣的美景，多元文化的在地融合及特有的人文風情，成為各國旅客口中的美麗寶島。為塑造優質友善旅遊環境，提供國內、外旅客貼心感動的旅遊體驗，結合政府與民間的力量，規劃「嚴選」、「超值」及「分享」三階段工作，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）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，範圍涵蓋全台。

- (二) 邀請各界名人、達人及資深部落客等組成專業團隊，依據各

項旅遊主題特性，設定行程規模、基礎資料及共通性感動元素之基準，進行評選及專業建議，並依各主題發展主線及支線，於網路平台呈現並供民眾參與捲動。

(三) 與天下雜誌合作進行感動旅遊路線系列專欄報導，並透過「娜娜@角落遇到愛」部落格，與 319 鄉社群共同分享旅行體驗及感動心情；此外另規劃辦理網路活動，鼓勵網友妥善運用各感動旅遊路線，拜訪台灣的角落之美並回饋個人旅遊體驗，持續滾動建構百大感動旅遊路線，最後集結相關內容於 100 年出版《微笑台灣・感動 100》專刊。

(四) 整合感動旅遊路線周邊之觀光相關產業推出優惠加值服務，並以微笑聯盟商家消費券模式，規劃於 100 年 1 月推出新版「微笑護照」，以多重誘因鼓勵民眾持照出遊，加強捲動民眾參與能量，進而活絡整體觀光產業商機。

(五) 於各交通場站觀光景點懸掛十大主題之橫布旗營造歡迎觀光客之氛圍，並結合平面與網路媒體進行各項感動旅遊路線活動訊息之系列報導，對外醞釀「美麗台灣、百種感動」的概念意象，配合百大感動旅遊路線專屬網站，藉由各種網路社群互動管道邀請國內、外民眾參與，共同尋找感動旅遊路線及感動元素，並請網友回饋旅遊路線體驗，由外部檢視各路

線是否符合大眾需求，並據以調整感動旅遊路線之推薦內容  
一同尋找適合國內、外民眾的感動路線及元素，並開發為新  
行程、新產品。

(六) 依 10 個不同主題各挑選 1 條路線，邀請旅遊達人重遊台灣並  
體驗感動路線後，將旅遊影片上傳 youtube，號召更多國外民  
眾加入，同時連結百大感動旅遊路線專屬網站、本局及外站  
網頁進行宣傳，邀請個人旅客來台體驗感動路線行程。

(七) 邀請各國專業媒體及旅行社來台體驗感動路線行程後，返國  
進行報導宣傳或直接向旅遊消費者進行宣導，並結合旅行社  
製作 DM、網路等，以廣告分攤或專案合作方式進行團體攬  
客，來台體驗感動路線，藉此開發台灣新的旅遊產品，促使  
旅行社包裝台灣各主題行程，建立台灣成為最令旅客感動的  
亞洲旅遊目的地。

## 二、 辦理體驗台灣原味的活動--「聚點成面」的感動

結合各項感動旅遊主題特性，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  
歐、美、日、韓等不同目標市場需求，擷取感動旅遊路線組  
合推出各式套裝旅遊產品，結合建國 100 年各項慶祝活動，

擴大行銷至國際旅遊市場，豐富國際旅客來台旅遊行程深度。

#### (一) 四大主題系列活動

##### 1. 台灣燈會系列活動（春）

透過與地方政府及民間資源之合作，推廣我國重要傳統民俗節慶活動晉升國際舞台，且同步提昇當地觀光能見度及地區發展，吸引更多國內外遊客：

##### (1) 2010 年：「2010 台灣燈會」奉行政院核定於嘉義市舉辦，

為宣傳台灣燈會，於燈會現場設置傳統交流燈區，與大陸江蘇省舉辦燈會互展活動，並邀請國外知名表演團體來台表演，及製作燈會專屬伴手禮及紀念品贈送參觀燈會之國際旅客。另將整合全台各縣市政府辦理之燈會系列活動資訊，除於本局觀光資訊網節慶賽會專區露出相關活動訊息外，並提供國際行銷宣傳使用。

##### (2) 2011 年：「2011 台灣燈會」奉行政院核定於苗栗縣舉

辦。配合政府大陸開放政策，促進兩岸交流，設置兩岸交流燈區，擴大邀請大陸燈藝師，融合傳統文化與現代創新的各式花燈參與展出。另為慶祝建國 100 年，邀請各國燈藝師，辦理國際花燈競賽，設置國際燈區，以多

元、具有異國特色的各式花燈，配合台灣燈活動共同展出。

## 2. 台灣美食節（夏）

以台灣多元之美味佳餚，形塑「台灣美食」為觀光優質之品牌代表，規劃辦理台灣美食節系列活動，以結合「美食夜未眠(特色夜市選拔)」、「整合縣市政府特色小吃美食活動」及補助辦理「台灣美食展」等工作項目，並設置美食專區官網以進行整體行銷，帶動全台各地夜市品質提昇進而創造美食話題。

(1)「美食夜未眠(特色夜市選拔)」：透過公開評選，選拔出各具特色之夜市，藉由夜市選拔活動提升台灣夜市魅力及服務品質。

(2)「台灣美食展」：透過與媒體合作，擴大辦理台灣美食展，初步規劃展覽預計有台灣美食國際化展示館、擴大舉辦美膳名饌展示館、輔導地方風味料理館建立、擴大舉辦餐飲周邊促銷活動展售、樂活養生品味人生等展區。

## 3. 台灣自行車節（秋）

台灣擁有多樣化的自然、地景及人文特色，具有型塑成

自行車旅遊觀光意象的潛力，「台灣自行車節」將結合自行車的競賽活動及自行車旅遊規劃，以「季」系列的自行車活動為概念，帶動自行車旅遊風氣為目的。台灣自行車節活動，訂於每年 10 月中下旬，辦理下列亮點聚焦活動：

- (1)國際邀請賽。
- (2)國內菁英公路賽。
- (3)自我挑戰賽。
- (4)鐵人三項。
- (5)溫泉、原鄉音樂、地方文化等在地元素系列主題活動

2010 年訂於 10 月 16-24 日辦理 200K 的國際邀請賽、50K、70K 及 100K 的國內菁英公路賽、100K、200K 及 400K 自我挑戰賽及鐵人三項等亮點聚焦大型賽事，並將 2011 年訂為台灣自行車節元年。

#### 4. 臺灣溫泉美食嘉年華（冬）

結合台灣溫泉及美食等遊憩資源，整合行銷通路，宣傳台灣溫泉、美食及特色旅遊景點，豐富台灣溫泉區觀光遊程體驗。

- (1) 2010 年：「2010 台灣溫泉美食嘉年華」活動自 2010

年 10 月 15 日（星期五）啟動，並於 2011 年春節 2 月 2 日（星期三）前結束，活動期間約 4 個月。以「健康人生・溫暖臺灣」為主軸，除延續往年辦理方式外，新增如下：

- a 協調溫泉業者結合美容、健檢推出套裝旅遊商品。
- b 協調各溫泉推出各該溫泉區特色餐飲，並提供網路訂餐服務，開拓各溫泉區多元集客面向。

（2）2011 年：「2011 台灣溫泉美食嘉年華」將自 2011 年 10 月 10 日起，舉辦「民國百年・溫泉美食特惠活動」，除協請各溫泉區規劃溫泉美食特惠活動外，另以「泡溫泉・送健檢」為亮點，規劃推出「赴 5 個溫泉區消費，送健檢套裝遊程」活動。

## （二）年度創意活動

### 1. 幸福旅宿・百種感動（99 年度）

請各縣市政府、旅館公會及民宿協會推薦於路線周邊之優質旅館或民宿名單，並建置「幸福旅宿・感動 100」專屬網站，廣邀全國合法旅館及民宿參與，透過各旅館及民宿自拍其令人感動元素之數位照或短片參與「住我家最感動」競賽活動，營造貼心及優質的住宿環境，提供能讓旅客感



動的住宿體驗。另透過網路有獎徵文活動，邀集住宿者寫出旅遊住宿期間感動的故事，營造貼心及優質的住宿環境。

## 2. 台灣挑 Tea (99 年度)

利用茶葉為亞洲重要意象之屬性，及台灣茶葉品質舉世著稱之優勢，以日韓、港星馬、歐、美懂茶及喜歡東方茶文化的客層為對象，以「紅茶」、「包種茶」、「高山茶」、「東方美人茶」及「烏龍茶」為主題並結合文化等元素規劃 5 條路線，加上「識茶、品茶、戲茶、啖茶」等創意感動元素推出「台灣茶道之旅」，並由各辦事處與轄區旅行業者合作，包裝成旅遊產品，藉由辦理媒體宣傳推廣會及於各市場的重要旅展、推廣會加強行銷向外籍旅客推廣台灣茶飲，創造新的感動。

## 3. 八田與一紀念園區啟用 (100 年度)

八田與一技師在台灣期間興建烏山頭水庫，不僅一解百年前嘉南平原山區崎嶇、瘴氣傳染病肆虐的情形，也讓嘉南平原成為當時台灣最大的米倉，對台灣百年經濟人文發展影響重大，藉西拉雅國家風景區「八田與一紀念園區」之啟用，重現八田技師當代之歷史場景，舉辦「愛無國界，牽手西拉雅」活動，除開發日本懷舊及修學旅行市場，深

化日本市場產品深度外，將配合建國 100 年吸引更多國內、外觀光客到此體驗豐富的文化與歷史饗宴

4. 大鵬灣環灣道路活動橋啟用暨國際風帆邀請賽（100 年度）

慶祝建國 100 年，藉由國內首座配合帆船進出的開啟式活動橋完工啟用，結合高雄港都，邀請香港、日本、菲律賓、新加坡、馬來西亞等國際風帆好手參加，並配合舉辦風浪板、獨木舟等水上活動，彰顯大鵬灣風景區為風帆船等水上活動之優質場地。本次活動為期九天，內容包括廣邀國內外重型帆船組織、船隊或個別船隊參加高雄至大鵬灣長程賽事及大鵬灣至小琉球橫渡賽，並於活動舉辦期間針對一般社會大眾及學生辦理暖身體驗活動，項目包括帆船、風浪板、獨木舟、水蜻蜓等水上活動

5. 情定台灣 甜蜜百分百（100 年度）

延續 2008 年久久合歡及 2009 年愛戀 101 活動，2011 年度推動台灣婚訂產業整體行銷。與相關婚訂產業及管理處婚紗活動合作，包裝成旅遊產品，推動台灣婚訂產業及蜜月遊，打造台灣成為亞洲婚紗蜜月旅遊目的地。

（1）產品及產業方面：

A. 整合各管理處婚紗相關活動及轄區內浪漫景點如：偶像劇

浪漫景點、溫泉旅館、精品汽車旅館、月老廟、教堂、浪漫傳說、婚俗故事、寫真熱門景點等，將資訊統一刊登於活動網站。

- B. 與婚訂產業、婚紗協會等產業協會合作，整合台灣物美價優之婚紗攝影、別具特色的婚俗體驗與婚禮顧問、珠寶、喜餅、婚紗、婚宴、蜜月等各婚訂產業，製作完整的套裝商品、台灣浪漫導覽專冊與 coupon 手冊。

## (2) 宣傳活動：

- A. 東南亞宣傳部份擬洽請具海外知名度之台灣旅遊節目主持人做活動代言人，先行體驗婚攝旅遊行程並配合前置宣傳記者會做經驗分享等媒體曝光活動。
- B. 設置活動主題官網，於海外（港星馬）辦理「我的浪漫台灣之旅—婚紗蜜月遊」徵文競賽活動，並開放網路投票及專家評選，選出優勝者，來台參加婚蜜體驗活動。
- C. 藉官網行銷台灣婚紗之旅浪漫景點與套裝行程，同時提供旅客上傳台灣浪漫遊記及照片之分享空間。

## (3) 台灣境內活動：

- A. 徵文競賽優勝者攜伴同遊台灣，來台體驗婚紗攝影、浪漫婚禮、蜜月遊以及整體婚訂產業相關活動。

B. 記者會活動以結綵佈置之水上龍舟進行浪漫迎娶；繼以融合中華傳統茶道藝術及五倫敦睦之禮的茶道文定之禮（現場由茶藝師帶領泡茶、相互敬茶、品茶立盟）；並進行浪漫求婚、互套戒指等文定儀式。

C. 婚宴以浪漫鮮花與台灣特產茶葉為主題，融入辦桌餐飲美食中。

### 三、 貼心加值服務

針對百條感動旅遊路線，「加值」包裝沿線感動元素，透過完整旅遊資訊的整合及互動式資訊站、行動載具，讓旅客在「旅行前」完成旅遊行程規劃、感受台灣歡迎之意，規劃完整資訊，「旅行中」藉由台灣好行景點接駁、帶著手機或衛星導航設備(GPS)連線上網，輕鬆取得旅遊資訊，並且願意在「旅行後」透過共享，與各地網友分享在台經驗。

#### （一）建置「旅行台灣 感動 100」專屬網站

結合百大感動旅遊路線及其各項感動元素，建置專屬網站」（中、英、日文版），透過全民參與回饋，蒐集民眾提供之感動元素增修及補充建議，持續改善及充實各旅遊路線之感動元素內容，規劃出最符合民眾需求之旅遊資訊，另提供 2D 電子地圖，提供國內外旅客查詢各行程鄰近觀光景點、交通、

住宿、伴手禮、主題樂園、美食、優惠資訊、各地特色創意活動等旅遊資訊，或反向住宿地點查詢周邊景點，並藉由建議行程串接遊程，提供行前規劃資訊，並有效帶動台灣觀光旅遊風潮。

另邀請觀光業界構思推出配合建國百年優惠措施或創新產品，以共襄盛舉；並整合於專屬網站廣為行銷。

## （二）觀光旅遊導覽資訊服務

在國家公園、國家風景區、森林遊樂區、各縣市政府之景點提供二維條碼（QR CODE）導覽服務，提供觀光客透過電腦、行動載具手機、GPS 導航、網際網路系統，在旅遊前或旅遊中以離線或連線專屬網站及取得導航座標，讀取觀光旅遊資訊並指引目的地、路線行程規劃；另於國內及國際機場、主要火車站等處之旅遊服務中心，建置智慧型多功能之動態交通與旅遊資訊電子看板，提供即時旅遊資訊服務，讓民眾在旅遊行程中利用資通訊設備，現地取得旅遊資訊，營造台灣友善旅遊的服務環境。

## （三）台灣好行景點接駁

考量國內外旅客至台灣地區各大觀光景點（區）遊憩之旅遊交通等相關需求，將以「大眾運具」及「套裝旅遊產品」為

兩大主軸進行規劃，一方面依旅客角度就已臻成熟且具國際發展潛力之觀光景點（區），輔導縣市政府以大眾運輸等綠色運具為優先思考，針對旅客於觀光景點（區）聯外、各景點間之交通接駁（串接）運輸、旅遊資訊提供與諮詢、旅客動線導引等需求，進行整體性之檢視、改善與品質提升；另一方面配套整合政府、民間相關資源，規劃整體優惠措施，提供除「自行駕車出遊」外之旅遊選擇，預計至 2012 年提供 10 處觀光景點（區）平價且便捷之旅遊與交通服務，增進觀光發展。

#### （四）公共電話旅遊服務（簡碼快速撥打）

結合公用電話系統，在外籍旅客出入頻繁之交通場站（如高鐵車站、新竹火車站...）、交通節點（如巴士站、轉運站、...）、觀光景點、展覽館、國際會議中心或風景區內，藉由設置完善簡易引導及辨識系統，及引導旅客透過公用電話機快速撥打鍵（如 1968 等類似簡碼），即可免費連接至旅遊諮詢服務熱線（0800-011765），預估年度可提供旅客通話總次數為 62 萬人次旅遊諮詢服務案件，提高旅遊服務滿意度，並擴大旅遊服務據點，將全台建置成綿密旅遊服務網絡，達成無縫隙旅遊服務國度目標。另製作宣傳卡片或旅遊期間必備品，印

製相關資訊，於機場入境區發送讓旅客倍感貼心。

#### （五）簡易型旅遊查詢機

為增加旅客搜尋旅遊資訊管道，提供更貼心旅遊服務措施，於服務中心內部設置專供旅客查詢之簡易型多語言網路查詢機台，以電腦及網路組成查詢系統，透過小幅度室內裝修嵌入壁面，或製作高桌放置電腦方式處理，在既有旅遊資訊查詢頁面下，強化旅遊資訊內容，增加旅遊資訊供給地點，便利自由行外籍旅客即時查詢使用，提昇旅遊服務形象及專業度。

#### （六）國際旅客優惠措施

1. 台灣四季好禮大相送：贈送北、高捷運一日票卡、主題遊樂園門票、伴手禮及夜市消費券。
2. 免費過境半日遊
3. 百萬旅客獎百萬：民國 100 年辦理來台旅客第 100 萬人次、200 萬人次、300 萬人次、400 萬人次、500 萬人次旅客贈獎活動。

#### （七）國外送客旅行社補助措施：

1. 包機補助：開放定期航點包機並提高包機獎助金、降低申請門檻及提高募集廣告補助，以激勵更多旅行社彈性

運用包機。

2. 分攤廣告經費補助：提高國外業者販售台灣遊程之意願及家數，分攤國外業者包裝及印製台灣旅遊產品摺頁或刊登台灣旅遊產品廣告之經費。
3. 海外旅行社創新產品包裝販售送客來台：開發台灣旅遊新產品、擴大海外販售台灣旅遊商品通路及鼓勵海外旅行社達成送客來台目標。

（八）國內接待旅行社（單位）獎勵措施：

1. 獎勵推出優質行程：依據各目標市場宣傳主軸訂定獎勵辦法，提高業者推出優質行程意願，擴大旅遊深度與廣度，以提升產品品質。
2. 開發大型公司行號獎勵旅遊：提高獎勵旅遊補助辦法，積極開拓獎勵旅遊市場。
3. 獎助接待修學旅行學校：降低學校申請修學旅行補助門檻，提高補助額度，以促進修學旅行市場成長。
4. 大陸市場包船補助：鼓勵業者運用不同管道包裝安排來台遊程，促進產品多樣化及深化旅遊品質。