

行政院 96 年 12 月 24 日院臺交字第 0960094646 號函核定

Tour Taiwan Years 2008-2009

旅行台灣年工作計畫

交通部觀光局

目錄

壹、計畫緣起-----	1
貳、計畫願景-----	2
參、計畫目標-----	2
肆、計畫期程-----	3
伍、計畫經費-----	3
陸、計畫內容-----	3
一、國內宣導計畫-----	3
二、節慶賽會計畫-----	6
三、產品開發計畫-----	10
四、國際宣傳推廣計畫-----	16
五、建置旅遊服務網計畫-----	21
柒、各部會配合辦理事項-----	24
捌、組織與運作機制-----	24

附件

圖 1：2008-2009 旅行台灣年執行委員會組織圖

表 1：2008 年台灣節慶及賽會活動表

壹、計畫緣起

「觀光客倍增計畫」自 2002 年啟動迄今已屆 5 年，推動期間除 2003 年因 SARS 疫情衝擊，來台人數呈現負成長外，各年均為穩定成長（2002 年 5.2%、2003 年-24.5%、2004 年 31.2%、2005 年 14.5%、2006 年 4.2%、2007 年 1-10 月 4.8%），惟當初係以年成長超過 10% 估算 2008 年目標數，由於 SARS 直接衝擊爾後年度來台旅客目標數之達成，又因商務旅客減少，加上協商大陸人士來台觀光之期程未如預期，觀光局國際觀光宣傳經費及人力相較鄰近地區及國家不足等因素，使得國際旅客來台總數無法達到預期的高度成長。但在開拓「觀光」客源方面則有顯著成果，「觀光目的別」來台旅客自 2000 年之 87 萬人次，成長至 2006 年之 151 萬人次，成長 73%，佔整體旅客比例則自 33% 成長至 43%。另在整合各部會資源、建構友善旅遊服務網絡、開拓國際觀光客源等方面亦已見預期成效。

2004 年為展現政府推動觀光產業之決心，及擺脫 SARS 陰影，衝高來台旅客人數，交通部觀光局規劃辦理「2004 台灣觀光年」，整合公私部門資源與力量，一方面以舉辦活動方式號召產業界參與及凝聚國人迎接國際旅客之共識，另一方面加強在國際間行銷推廣台灣觀光形象，在當年創下佳績。

為配合行政院「大投資、大溫暖」2015 年經濟發展願景第 1 階段 3 年（2007-2009 年）衝刺計畫之期程及目標，交通

部觀光局已研擬執行具整體觀光發展願景之「台灣觀光發展 3 年衝刺計畫（2007-2009 年）」，以「建構美麗台灣」、「形塑特色台灣」、「營造友善台灣」、「確保品質台灣」、「加強行銷台灣」等 5 大面向，兼顧品質與數量之提升及國際旅客來台與國人旅遊之需求，創造永續發展的台灣觀光榮景。

考量 2008、2009 年分別為「觀光客倍增計畫」與行政院「2015 年經濟發展願景第 1 階段 3 年衝刺計畫」之驗收年，及因應 2008 年北京奧運及 2009 年高雄世運、台北聽障奧運之舉辦，交通部觀光局遂參考 2004 年舉辦「台灣觀光年」之成功經驗，規劃辦理「**Tour Taiwan Years 2008-2009**」(2008-2009 旅行台灣年)，期藉整合政府與民間之資源與力量，針對國內外旅行業者及旅客提出各項具體獎勵促銷措施、推出具特色之旅遊產品、強化國際宣傳、營造友善旅遊環境，提升從業人員服務品質，以吸引國際觀光客來台旅遊消費，並提高其滿意度。

貳、計畫願景

對外：讓台灣成為亞洲重要旅遊目的地之一。

對內：凝聚國人共識，整合政府與民間資源，營造友善旅遊環境，讓人人都是熱誠待客的好主人。

參、計畫目標：

以 2007 年來台旅客人次為基礎，參酌世界觀光旅遊委員

會對全球觀光客之預估，推估 2009 年來台旅客可達 400 萬人次，觀光外匯收入約新台幣 1,800 億元。

肆、計畫期程：2008 年至 2009 年。

伍、計畫經費：估計約新台幣 10 億元，自交通部觀光局年度核定預算內支應。

陸、計畫內容：

計畫內容共 5 大分項：

(一) **國內宣導計畫：**透過媒體廣告、活動宣導及旅行台灣年氣氛之營造，讓全民都成為主動邀請、熱情待客並能將台灣的美麗與感動與客人分享的「好主人」。

1、營造氣氛佈置及迎客計畫

(1) 設計專案活動 CI 及 Slogan，製作相關周邊產品。

(2) 於重要交通場站、各遊憩據點、住宿服務設施、旅遊服務中心及國家風景區管理處等，懸掛歡迎旗幟、張貼海報或壁貼、設置立牌，以營造整體「Tour Taiwan Years」之氣氛，使國內民

眾體認共同負有邀請及接待來台旅客之責，讓
來台旅客深切感受歡迎之意。

- (3) 印製歡迎卡(風景明信片型式，印局長歡迎
辭)，提供觀光旅館客房迎賓之用。

2、宣導國人做個好主人

- (1) 製作 30 秒宣傳影片及平面廣告稿，利用各式
媒體及電影院等資源加強宣導全民成為「好主
人」。
- (2) 辦理各項公關活動鼓勵國人邀請友人來台並做
個好主人，同時於媒體露出。

3、推動 Taiwan Host

- (1) 依據「台灣觀光大使訓練課程計畫」及認證辦
法，頒發台灣觀光大使認證標章予觀光從業人
員及業者(包括民宿)，提昇觀光業者服務水準。
- (2) 將「台灣觀光大使訓練課程」納入觀光從業人
員訓練課程，並鼓勵從業人員配戴「觀光大使」
胸章，以良好服務形象，吸引客人再次光臨。

4、鼓勵民眾參與「旅行台灣、說自己的故事」活動，

邀請國內外友人一起旅行台灣

- (1) 遴選相關部會及各縣市政府推薦之特色景點，建置特色景點資料庫及活動專屬網站，便利民眾取得景點相關資訊，與國內外遊客分享台灣之美。
- (2) 結合名人及旅遊達人之旅行故事包裝特色景點，提供全新的旅行體驗，同時吸引國內外遊客旅行台灣。
- (3) 陸續透過明信片旅行抽獎、旅行故事徵文及網路影展等活動，鼓勵民眾邀請國內外朋友一起體驗台灣的美麗與感動。

5、推動「台灣美食節」活動，舉辦台灣美食高峰會

- (1) 輔導財團法人台灣觀光協會於世貿中心舉辦，展覽期間將規劃提供 2007 年美食展得獎美食，並結合 inbound 旅行業者列入遊程。
- (2) 將邀請國際廚藝知名人士來台品嚐台灣小吃，見證宣傳台灣美食，並分享「藉由美食成功推廣觀光活動」經驗。

6、舉辦觀光論壇：邀請觀光領域重量級國際講師來台

演講，並結合媒體宣傳報導，強化觀光創新觀念及經驗交流，提升台灣觀光能見度。

(二) 節慶賽會計畫：以國內外觀光客之觀點，篩選具有台灣特色及國際觀光魅力之節慶賽會活動（詳附表 1），編印多國語言觀光行事曆，宣傳台灣各地值得觀光客參觀體驗之節慶活動，並透過旅行社與媒體通路向國際推廣行銷。

2008 年：以台灣慶元宵、端陽龍舟賽、台灣美食節及溫泉嘉年華為四季之主題活動，加強國際宣傳及促銷。

2009 年：以 2008 年架構為基礎，於 2008 年第 3 季蒐集彙整 2009 年台灣地區觀光節慶及賽會活動，配合 2009 高雄世界運動會及 2009 年臺北聽障奧林匹克運動會之舉辦，加強行銷宣傳，以擴大辦理成效。

1、花漾春頌

(1) 台灣慶元宵系列活動—台北 101 跨年煙火秀、台灣燈會（台南縣）、台北燈節、高雄燈會、北縣平溪天燈、台南鹽水蜂炮、苗栗市客家火旁龍、台東炸寒單爺。(2 月)

(2) 花卉展覽—包括臺北花卉展（1 月）、台灣國

際蘭展（3月）、2008 陽明山花季（2~3月）、
日月潭九族櫻花祭（2~3月）、十八尖山賞花月
（3月）、2008 縱谷花海系列活動（1~2月）、
2008 花在彰化-國際蘭花展（2月）。

(3) 宗教文化—大甲媽祖國際觀光文化節（2~5
月）、高雄內門宋江陣暨全國大專院校創意陣
頭大賽（3月）。

(4) 國際會展—2008 春季電腦展（3~4月）。

(5) 體育競賽—2008 金門馬拉松（1月）、2008
古都馬拉松（3月）、2008 國際自由車環台邀
請賽（3月）、2008 萬統盃花東縱谷國際超級
馬拉松路跑賽（3月）。

2、悠遊夏趣

(1) 端陽節系列活動—鹿港慶端陽龍舟賽、基隆端
午龍舟嘉年華、桃園觀光大池端午花火之夜。
（6月）

(2) 客家主題系列活動—包括客家桐花季（4~5
月）、客家美食。

(3) 特色生態—屏東黑鮪魚文化觀光季（4~7月）、

2008 日月潭賞螢生態之旅 (5~6 月)。

- (4) 宗教文化—白沙屯文化藝術季 (4 月)。
- (5) 國際會展—台北國際電腦展 (6 月)、2008 第八屆台中國際旅展 (4 月)。
- (6) 體育競賽—台灣自行車日 (5 月)、東北角峰迴路轉自行車賽(5 月)、福隆沙雕大賽(5 月)、2008 秀姑巒溪泛舟觀光活動 (5~6 月)、千人足健體驗金氏紀錄活動 (6-7 月)。

3、楓采秋韻

- (1) 台灣美食節—台灣美食展 (8 月)、菊島海鮮節 (7 月)、王功漁火-蚵之 Song (7 月)。
- (2) 原住民文化—花蓮原住民 A DA WANG 聯合豐年節 (7 月)、臺東南島文化節 (7~8 月)。
- (3) 民俗節慶—鷄籠中元祭活動、頭城搶孤、恆春搶孤、府城七夕 16 歲藝術節。(8 月)
- (4) 音樂藝文—貢寮國際海洋音樂祭 (7 月)、2008 大稻埕煙火音樂節 (8 月)、2008 金門狀元王中秋博餅大賽 (8~10 月)。
- (5) 地方產業—台灣國際陶瓷藝術節 (7~8 月)、

三義國際木雕藝術節(8月)、日月潭嘉年華(9月)。

(6) 體育競賽—「想飛的季節」2008 花東縱谷國際錦標賽暨鹿野逍遙遊系列活動(7月)、荖濃溪颯山競水追風季-鐵人三項挑戰賽暨全國泛舟大賽(7~8月)、「2008 陽光、活力、關山馬」全國自由車公路錦標賽系列活動(8月)。

4、浪漫冬戀

(1) 溫泉美食—台灣溫泉美食嘉年華與各溫泉區舉辦之配套活動、台北國際牛肉麵節(11月)。

(2) 音樂藝文—新竹縣國際花鼓藝術節(10月)、嘉義市第9屆交趾陶藝術節(11月)、苗栗文化藝術季(11月)、阿里山歲末日出印象音樂會(12月)、嘉義市國樂節(10月)、嘉義市國際管樂節(12月)。

(3) 原住民文化—阿里山鄒族生命豆季。

(4) 地方特色—高雄左營萬年季(10月)、2008 南島族群婚禮系列活動(10月)、鯤鯨王平安鹽祭—雲嘉南觀光系列活動(10月)、東海岸旗魚季

(11月)。

(5) 國際會展—2008 台北國際旅展 (10月)。

(6) 體育競賽—2008 石門國際風箏節 (10月)、2008 太魯閣國際馬拉松 (11月)、2008 - ING 臺北國際馬拉松 (12月)。

(7) 花卉展覽—2008 南投花卉嘉年華 (11月)、2008 士林官邸菊展 (11~12月)。

(三) 產品開發計畫：開發多元化台灣旅遊產品以滿足不同市場、客群國際旅客需求，包括針對首次來台國際旅客規劃「經典行程」，讓旅客一次體驗台灣經典獨有的特色。對於多次造訪或特殊興趣的國際觀光客，則將台灣獨特的自然、人文等資源，包裝成具競爭優勢的主題旅遊產品，提供旅客多樣化選擇，開發引進新客源，同時提升旅遊產品品質。

1、經典行程包裝

評定來到台灣必看、必吃、必玩的重要元素，規劃成短天數、可自由組合之 1~3 條經典旅遊路線(或結合觀光巴士行程)，提供 INBOUND 旅行社包裝操作。重要元素如下：

北部：

- (1)「必看」&「必玩」--
- A. 世界第 1 高樓--「台北 101」。
 - B. 世界 4 大博物館之一--「故宮」。
 - C. 來台觀光客非去不可的地點--「夜市」。
 - D. 24 小時開放書店--「誠品」。
 - E. 「東北角」。
 - F. 宜蘭--「傳藝中心」、「冬山河」。
- (2)「必吃」--小籠包、珍珠奶茶、芒果冰、牛肉麵。
- (3)「必買」--3C 用品、茶葉、鳳梨酥、宜蘭餅、蜜餞。

中部：

- (1)「必看」&「必玩」--
- A. 台灣的香榭麗謝--台中「精明一街」。
 - B. 台灣最美的高山湖--南投「日月潭」。
 - C. 保留最完整的古城鎮--彰化「鹿港古鎮」。
 - D. 「逢甲夜市」、「東海夜市」。
- (2)「必吃」--太陽餅、老婆餅、鹹蛋糕、彰化肉圓、

泡沫紅茶。

(3)「必買」--傳統糕餅、日月潭紅茶、豆乾。

南部：

(1)「必看」&「必玩」--

A. 千年古杉森林浴--嘉義「阿里山」。

B. 歷史古城--台南古城。

C. 台灣最浪漫的河川--「愛河」。

(2)「必吃」--古城小吃、擔仔麵、木瓜牛奶、玉井

芒果、黑珍珠。

(3)「必買」--傳統糕餅、高山茶、嘉義方塊酥。

東部：

(1)「必看」&「必玩」--

A. 花蓮--「太魯閣」。

B. 台東--「東海岸」。

(2)「必吃」--扁食、滷豆乾、鳳梨釋迦。

(3)「必買」--大理石製品、麻薯、花蓮薯、剝皮辣

椒、雷古多、羊羹、小米酒。

2、多元旅遊產品開發—針對重遊及主題旅遊者規劃創

新產品 6 項，一般推廣產品 5 項。

(1) 創新產品：

創新 1：登山健行之旅

台灣以高度近 4000 公尺的玉山為軸心，258 座 3000 公尺以上的山岳向四周放射開展，將規劃結合自然生態、地質、古道探尋、人文景觀、原住民等元素，包裝規劃具國際吸引力之中級登山行程 6 條、初級健行行程 14 條，形塑台灣為全球登山客必達之聖地。

創新 2：沙龍攝影與蜜月旅行

舉辦「久久合歡」婚紗攝影行銷活動。利用台灣沙龍攝影場景多變化、造型時尚化、攝影技巧及價格優勢，推出台灣十大婚紗景點，結合如南島婚禮、阿里山神木下婚禮等既有知名活動，吸引港星馬地區追求新奇經驗的年輕族群，打造台灣為沙龍攝影重地及蜜月島的形象。

創新 3：銀髮族懷舊旅遊

因應東亞地區二次大戰嬰兒潮適屆退休年齡，吸引該等族群來台旅遊商機，將台灣日治時代遺跡整合包裝，規劃以樂活步調，結合懷舊、

溫泉、美食，以吸引日本及東南亞地區銀髮族等旅客。

創新 4：醫療保健旅遊

利用台灣醫療高超的名聲，與醫療國際化之行動，結合健檢、美容、牙科、洗腎等低侵入性之產品，規劃觀光行程，吸引國外旅客來台。

創新 5：追星哈台旅遊

利用台灣偶像劇及在華語流行音樂居領先地位之優勢，將台灣重要觀光景點結合偶像劇拍攝與演唱會等，包裝產品，製作追星手冊，以吸引鄰近國家狂熱追星族來台旅遊。

創新 6：運動旅遊

利用台灣運動明星在世界體壇所創佳績，配合「2009 聽障奧運」及「2009 世界運動會」在台舉辦時機，與大型賽事如亞洲盃棒球賽、馬拉松、自行車環台賽等，整合包裝運動旅遊產品，並推廣日韓等地冬天來台打高爾夫等產品。

(2) 一般推廣產品：

產品 1：鐵道旅遊

針對各國鐵道迷，結合高鐵、台鐵支線、蒸氣火車與周邊景點，設計高鐵西部遊、鐵道自助旅遊、台灣國寶蒸氣火車等產品，並辦理 CK124 蒸氣火車懷舊之旅等活動。

產品 2：溫泉美食養生旅遊

以台灣擁有世界少有多種類溫泉與知名美食，訴求現代旅客追求 LOHAS 型態生活，強打溫泉養生產品，並辦理「溫泉美食嘉年華」活動。

產品 3：生態旅遊

結合台灣地質及生態多樣化的優勢，包裝賞鳥、賞鯨豚及地質旅遊，吸引日漸成長的生態旅遊消費群。

產品 4：農業觀光

將轉型成功的經典農漁村包裝成體驗型產品，吸引日本、香港及新加坡等現代都會旅客。

產品 5：文化學習之旅

結合文化研習體驗活動，包裝華語學習、客家及原住民文化與節慶（如桐花季與豐年祭）、傳統民俗工藝及古蹟等深入旅遊行程，以吸引文化愛好

者。

(四) 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」、「國內接待旅行社 (inbound)」、「國外送客旅行社 (outbound)」三方，配合產品開發計畫研提優惠、補助、獎勵措施，進行國際宣傳推廣。擴大共同參與國際宣傳推廣，以開發新通路、異業結盟、鼓勵縣市政府作好主人一起走出去等行銷作為，建構綿密的國際宣傳網絡：

1、建立台灣觀光品牌形象

2008 年：延續 2007 年以分眾市場搭配代言人策略進行宣傳，透過專家座談、焦點團體等方式探討台灣觀光品牌形象核心價值，據以擬定整合性宣傳策略，委商制定台灣觀光品牌形象。

2009 年：以嶄新觀光品牌形象進行全球性宣傳推廣。

(1) 2008 年各市場宣傳策略

日韓地區：

以「Wish to see you in Taiwan」為宣傳主軸
搭配 F4 代言，並將台灣主要特色景點融入 25 集 60
分鐘之偶像劇在日、韓主要電視台播出，配合記者會、歌友會及 F4 周邊產品進行促銷與宣傳。另推動

銀髮懷舊之旅、登山健行之旅及編印追星手冊推動

「影視觀光」，以吸引當地民眾來台。

港星馬地區：

以蔡依林暨吳念真為代言人，發酵「年輕時尚」vs「在地傳統」之台灣新舊交融的時代感，透過四季主題代言人之體驗行銷，設計各項文宣品，以電視、平面、網路、地鐵、高速公路等媒體辦理宣傳及公關活動。搭配優質新行程開發，如婚紗攝影、浪漫 99 活動、農場體驗等提昇產品品牌形象。

歐美地區：

以加強主流通路之拓展為主要策略，目前德國第 3 大及第 4 大旅行社、英國前 10 大旅行社中之 9 家、法國前 4 大旅行社等均已販售台灣行程；此外將結合航空公司、旅行業者與國內旅館業，推出「過境旅客 79 元起優惠住房專案」活動，除可進一步開拓美國主流客源之通路外，並吸引更多過境旅客來台。

(2) 新「台灣觀光品牌形象」發表

與媒體合作，以辦理專家座談、焦點團體等方式探討台灣觀光主要元素，逐步釐析確認台灣觀光品牌

形象核心價值。透過專業廣告整合行銷顧問機構，建構台灣觀光品牌、CI、Slogan 及研擬全球宣傳行銷策略，據以推動執行。

2、國際觀光客優惠措施：

(1) 旅行台灣年，有禮大相送：

第 1 季：好禮趴趴走—贈送台北捷運 1 日券（高雄送愛河船票，捷運通車後送捷運票）。

第 2 季：好禮樂翻天—贈送觀光遊樂園門票。

第 3 季：好禮甜蜜蜜—贈送台灣名（特）產。

第 4 季：好禮暖呼呼—搭配溫泉美食嘉年華，贈送泡湯券。

(2) 百萬幸運兒，獎金大放送：

幸運來台第 100 萬人次、200 萬人次、300 萬人次、400 萬人次旅客，可獲得新台幣 10 萬元、20 萬元、30 萬元及 40 萬元之刷卡金。

(3) 過境到台灣，送你免費遊：

只要 5 人以上，過境時間達 8 個小時，免費送北台灣半日遊。

3、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) 外籍郵輪彎靠補助：增訂郵輪獎助要點，針對郵輪公司進行獎助。
- (3) 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。

4、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：為吸引業者開發大型獎勵旅遊市場，提高 126 人次以上之獎勵旅遊補助辦法，並擴大獎助對象含宗教團體、文化團體、農業團體等，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。

5、擴大全球市場宣傳及開發新通路：

- (1) 強化網路宣傳效能：於國際重要入口網站、搜尋引擎置入台灣觀光 BANNER 及關鍵字；結合國際重要網路旅行社販售台灣觀光產品；邀請國際知名觀光旅遊 BLOG 寫手來台體驗、文章發表與 BLOG 標籤連結，增加台灣觀光曝光度。
- (2) 擴大邀請海外媒體來台報導之人次：藉由其返國報導，提高台灣能見度。
- (3) 與國際頻道與專書合作加強能見度：如與 National Geographic 合作，以雙品牌概念為台灣旅遊產品代言、與 Discovery 頻道合作瘋台灣旅遊節目，與各國旅遊作家合作出版台灣旅遊專輯等。
- (4) 透過廣告公司及海外公關公司舉辦突顯台灣特色主題之大型公關活動。
- (5) 加強國際通路之拓展：加倍邀請國外旅行業者來台體驗，以利其包裝台灣行程。

6、加強異業結盟

- (1) 與「捷安特」合作：運用「捷安特」於歐洲之銷售據點，置放台灣旅遊文宣並播放觀光宣傳影帶，

並與捷安特合作辦理促銷活動，預定自 2008 年 5 月於歐洲英、德、法等據點推出，未來將擴增至荷蘭及其他國家。

(2) 與工研院合作：拍攝 101 跨年煙火秀，製作高解析度 HDTV 觀光宣傳影片，提供國內生產高解析度 DVD 廠商隨機附送，共同行銷台灣。

(五) 建置旅遊服務網計畫：營造旅行台灣年之友善旅遊服務環境，提供旅客便捷之旅遊諮詢與行的便利，項目包括：

1、提昇旅遊服務品質計畫

(1) 建立旅遊服務中心統一識別系統 (I-system)，並依國際觀光客旅遊動線，分別規劃設置 4 層級旅遊服務中心，提供多語文專人旅遊諮詢及資訊服務。

第 1 層—設置桃園及高雄國際機場旅客服務中心，提供全國性資訊。

第 2 層—各國內機場、火車站、捷運車站及碼頭規劃建置 36 處旅遊服務中心，提供區域性資訊。

第 3 層—於各主要觀光景點的交通節點設置遊客中心，提供景點暨週邊詳細旅遊資訊。

第 4 層—於國際觀光客旅遊過程中，可能接觸地點或日常生活必經地點設置旅遊資訊站（陳列架），如觀光遊樂園區、高速公路服務區、旅館、捷安特單車休閒服務站、便利商店等。

- (2) 為提昇旅遊資訊查詢品質，於最短時間內提供觀光客正確之旅遊資訊，彙整建置旅遊資訊查詢平台，納入各景點完整交通轉乘接駁資訊、住宿資訊、遊程安排…等，方便服務人員或旅客利用旅遊服務中心現有電腦查詢使用。
- (3) 強化 24 小時免付費旅遊諮詢服務熱線電話（CALL CENTER）功能，提供國際旅客中、英、日、韓文即時專人專件諮詢服務。
- (4) 加強「台灣觀光巴士」品牌行銷，提供國內外自由行觀光客，自飯店、機場及車站至台灣具知名度觀光地區之便捷、友善且固定行程之導覽旅遊巴士；遊客除可透過網站取得資訊外；並可自國內各地旅遊服務中心、資訊站、觀光旅館、各大都市主要旅館取得觀光巴士多語文手冊及資訊服務。
- (5) 依國際觀光客自機場至主要觀光景點之旅遊動線需求辦理及提供事項如次：

- A、協調機場至各大都市之長途客運業者加強建立多語文旅遊解說及資訊服務，以提升服務品質。
- B、協調提供並製作多語文台灣觀光宣傳影帶、文宣品，供國際觀光客於旅遊過程或車上使用。
- C、編印交通旅遊服務人員常用簡易外語溝通手冊供服務人員參用。

2、於國際旅客入境，手機即可接收到「『旅行台灣年』歡迎來台旅遊，相關訊息請洽 24 小時免付費專線 0800011765」之簡訊。

3、獎勵觀光業者設置特殊語文（日、韓文）服務：因應日本及韓國旅客之需求，將訂定補助辦法，鼓勵業者設置日韓語之服務設施。

4、友善旅遊縣市票選活動計畫

(1) 為擴大地方政府參與旅行台灣年活動，將委外辦理友善旅遊縣市票選活動，就導覽指標、外語環境、環境清潔、優質景點及接待解說服務等 5 大面向進行評比。

(2) 決選綜合結果最佳前 3 名將分別頒給新台幣 60 萬、30 萬及 20 萬元獎金，並協助宣傳推廣。

5、國際旅客於機場可申請寶貝機（已設定常用電話），

方便自由行之需求。

柒、各部會配合辦理事項

- 一、請各部會於 2008-2009 年舉辦之活動加上本專案的 Logo。(各部會)
- 二、請新聞局優先安排本案之宣導短片於電子媒體公益時段播出。(新聞局)
- 三、請外交部在不影響國家安全之情況下，檢討放寬國際旅客來台觀光簽證。(外交部)
- 四、請原民會補助原住民藝人在原住民地區(如花東、屏東、嘉義)主題遊樂園、觀光旅館及餐廳駐唱，以提供遊客文化節目。(原民會)
- 五、請青輔會擴大辦理國際旅客於機場申請寶貝機活動，以方便自助旅客之需求。(青輔會)

捌、組織與運作機制：

採任務編組方式成立「旅行台灣年執行委員會」(詳附圖 1)，負責計畫之擬訂與執行。以行政院觀光發展推動委員會為運作機制，由該委員會召集人擔任召集人，交通部

次長擔任副召集人，交通部觀光局局長為執行長，觀光局擔任執行單位，下設綜合計畫組、活動策劃組、產品開發組、國際宣傳組、旅遊服務組等 5 組，辦理實際推動工作。跨部會需協調事項如遭遇瓶頸，則提「行政院觀光發展推動委員會」協調。