
觀光大國行動方案



Taiwan
THE HEART OF ASIA



交通部觀光局

大綱

壹、前言	3
貳、現行相關政策分析	11
參、觀光大國行動方案	14
肆、預期效益	43



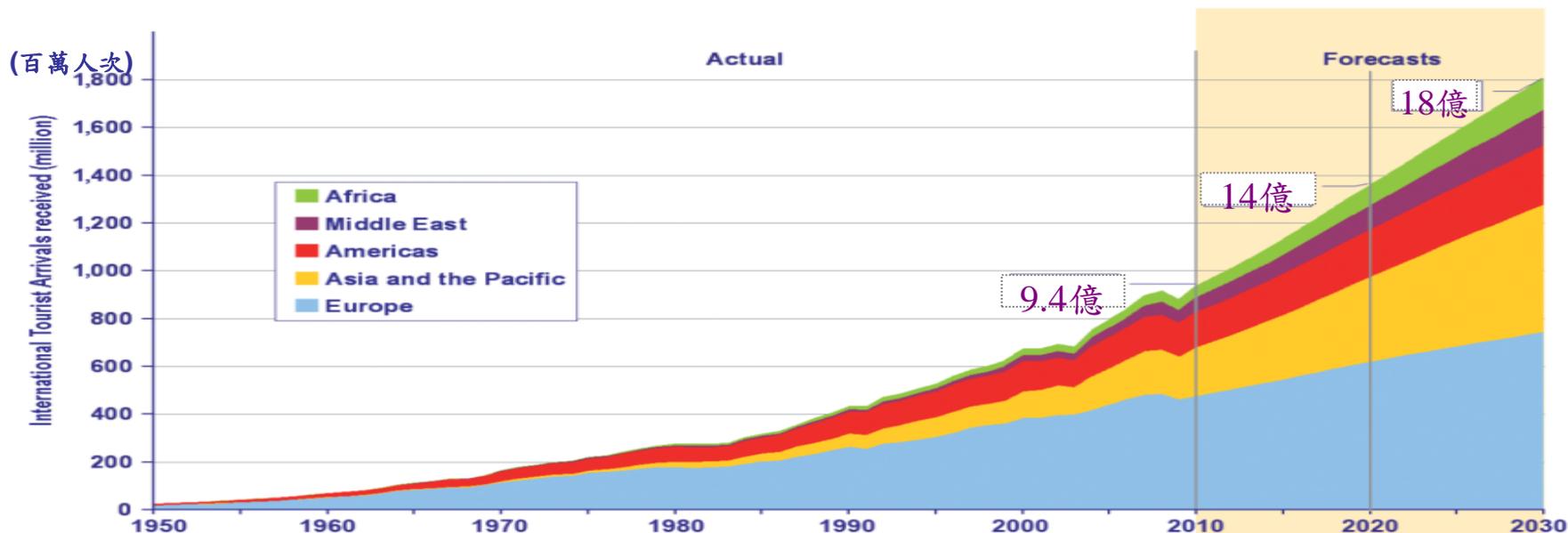
壹、前言

- 全球觀光市場趨勢分析
- 來臺觀光市場趨勢分析
- 來臺觀光市場SWOT分析
- 我國觀光市場問題評析

全球觀光市場趨勢分析

■ 全球市場穩定成長，亞太市場成長強勁

- 世界觀光組織(UNWTO)推估2014年全球旅遊市場達11.35億人次，成長4.4%，至2020年達15.6億人次，2030年達18億人次，年成長率約3.3%，將呈穩定成長但漲幅略為趨緩的態勢
- 亞太市場為領頭羊，亞太成長5.4%，預估2030年將破5億人次，與最大的歐洲市場7億人次差距拉近。而中國為全球最大旅遊消費國家，各國競相爭取
- 區域市場競爭激烈，旅客傾向縮減旅遊消費、選擇短途、短天數旅遊



來臺觀光市場趨勢分析

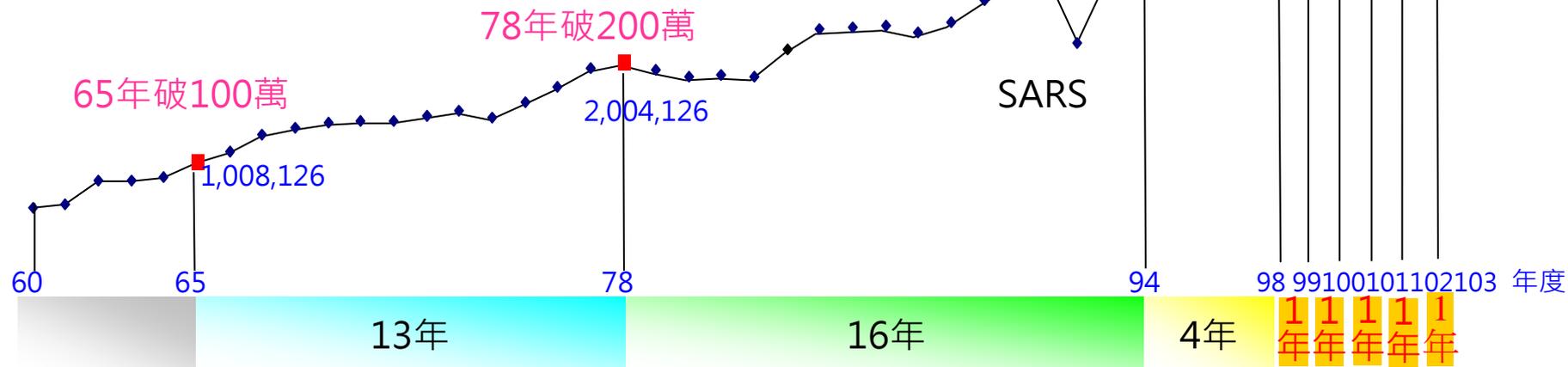
預估104年破1,000萬

來臺市場連翻倍增，觀光創匯潛力無窮

103年主要鄰國國際旅客及觀光外匯收入排名表

國家	入境旅客人次 (萬人次)	世界 排名	觀光外匯收入 (美金億元)	世界 排名
中國大陸	5,560	4	569	3
香港	2,780	11	384	10
馬來西亞	2,740	12	218	13
泰國	2,480	14	384	9
澳門	1,460	19	508	5
韓國	1,420	20	181	18
日本	1,340	22	189	17
新加坡	1,190	25	192	16
臺灣	991	31	147	24

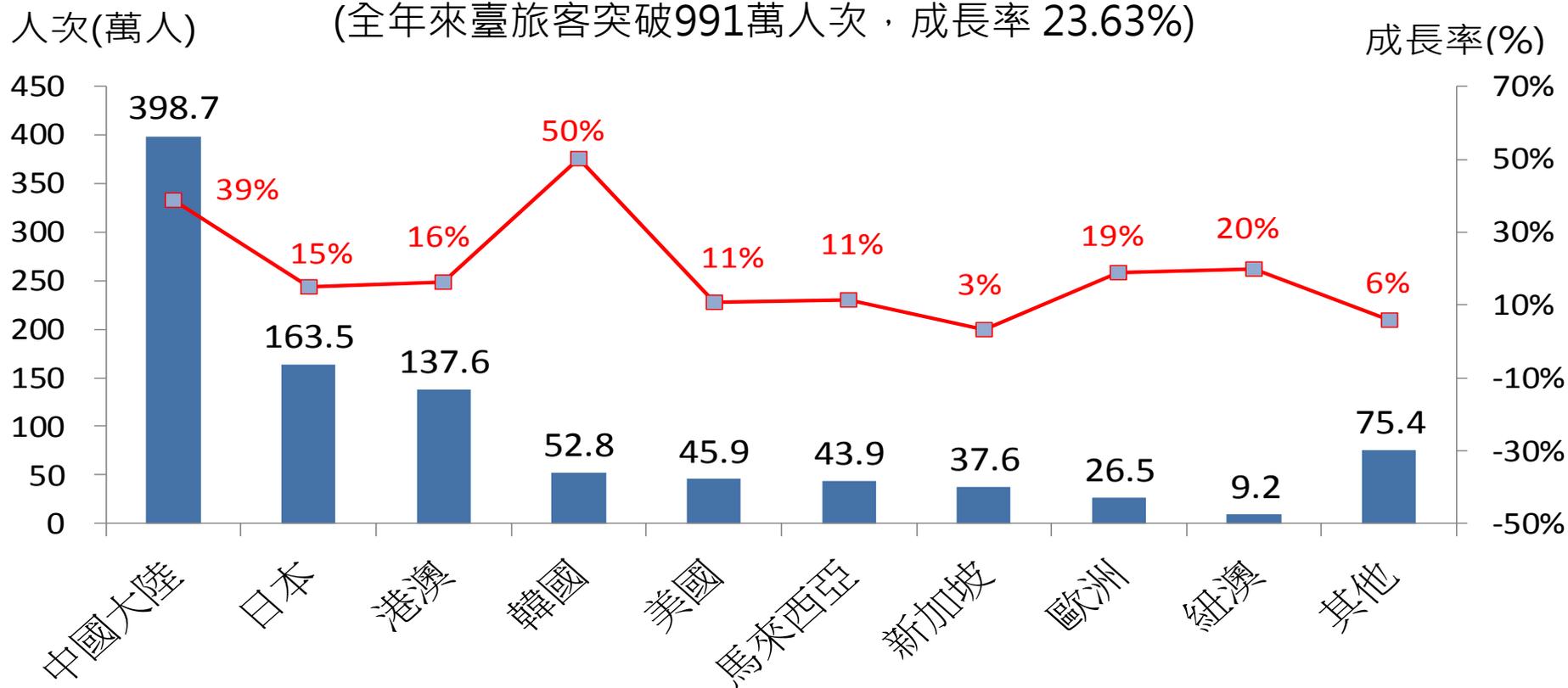
資料來源：UNWTO World Tourism Barometer April 2015



■ 目標市場成長強勁，全球布局策略奏效

103年來臺旅客人次(萬人),成長率(%)

(全年來臺旅客突破991萬人次，成長率 23.63%)



■ 臺灣觀光國際讚譽，多元特色國際發光

- CNN** 【臺灣榮獲讀者票選全球美食旅遊地第1名】
- Lonely Planet** 【臺灣名列2015世界最超值的旅行國家第8名】
- 紐約時報** 【臺灣獲選2014年必去地點第11名】
- CNN** 【臺灣做到無人能及的10件事情】
- 萬事達卡** 【臺北在全球132個最佳旅遊城市躍升至第15名，消費吸引力更勝杜拜、新加坡與首爾】
- Lifestyle9** 【依據美國聯邦調查局 (FBI) 數據分析，臺灣是全球最安全國家的第2名，僅次於日本】
- 日本最大旅遊網4Travel** 【臺灣為日本人心中最適合單獨海外旅行的國家】
- 英國Metro地鐵報** 【推崇臺灣的單車觀光路網規劃完善】
- CNNGO生活旅遊網** 【墾丁關山列入全球十大最美夕照】
- CNNGO生活旅遊網** 【日月潭環湖自行車道為全球十大最美自行車道】
- Fox新聞網** 【臺北獲選2012全球十大物美價廉旅遊景點】
- Lonely Planet** 【臺灣獲選2012年必遊國家第9名】
- Lonely Planet** 【澎湖獲選2011年十大世外桃源島】
- Lonely Planet** 【動人的溫暖與待客之道】
- National Geographic Traveler** 【亞洲祕境所在】
- TIME** 【最佳太平洋旅遊假期】

來臺觀光市場SWOT分析

<ul style="list-style-type: none"> 與亞洲主要城市距離近 人民好客友善 治安良好，安心安全 美食、風俗與文化具吸引力 觀光產業發展成熟 觀光人才育成量充足 交通路網便利 國際郵輪優勢 資訊、通訊設施普及 	<ul style="list-style-type: none"> 國際化接待能力不足 觀光產品特色仍待開發 熱門景點承載量負擔過重 旅遊安全仍待提升與確保 部分景點缺乏關懷服務設施 部分景點可及性較低 各部會尚未完全體認發展觀光之重要性
<ul style="list-style-type: none"> 亞太區旅遊人口增長最快。 天空開放，新航線航點增加 亞太區域經濟情勢穩定 鄰近中國大陸 觀光知名度漸開 	<ul style="list-style-type: none"> 油價、燃油稅增加，幣值波動，旅遊成本提高 亞洲各國宣傳手法推陳出新 臺灣觀光印象不足，國家特色不夠明確 世界旅遊趨勢朝向短天數、近距離發展 競爭國推出免簽措施

S (優勢)

W (劣勢)

O (機會)

T (威脅)

我國觀光市場問題評析

● **觀光產業** 應朝優質化發展、重量更重質

- 旅行業：規模小、複製性高→品牌化、專業化發展、強化旅遊安全
- 旅宿業：除國際觀光旅館外，亟待轉型升級→專業經營、異業鏈結
- 觀光遊樂業：競爭激烈、重視旅客安全→制度革新、國際化發展
- 觀光人力：學用落差大、流動率高→加強訓練、國際觀

● **觀光產品** 應朝特色化發展、營造好形象

- 觀光景點、遊程、活動：特色有待加強→跨域部會整合、包裝特色
- 國家觀光品牌：競爭激烈→形塑形象、擴大利基

● **觀光服務** 應結合資訊科技、推智慧觀光

- 科技運用：網站、資料庫、i-center→加強深度及廣度、服務創新
- 票證整合：多元交通運具及票證→整合票證，一卡在手，輕鬆遊臺

● **觀光發展** 應促進永續經營、開發新藍海

- 綠色觀光：台灣好行、台灣觀巴等綠色運具→提升品質、加強宣傳
- 關懷旅遊：少子化、高齡化→無障礙、銀髮族、原鄉旅遊新藍海

貳、現行相關政策分析

- 黃金十年國家願景
- 觀光拔尖領航方案
- 開放大陸人士來臺觀光

黃金十年 國家願景 (101~110年)

願景八：友善國際 施政主軸四：觀光升級

目標

1. 打造臺灣成為千萬國際旅客觀光大國。對內，增進區域經濟均衡發展，優化旅遊品質；對外，強化國際觀光品牌形象，深化國際旅客感動體驗
2. 營造臺灣處處皆可觀光的旅遊環境，藉由觀光軟實力提升我國之國際形象

策略

1. 推動觀光產業轉型，擴大國際化發展
2. 發揚以臺灣多元資源與風貌為底蘊的觀光特色
3. 實現永續理念推動觀光資源節能綠化

觀光拔尖領航方案 (98-103年)

拔尖



發揮觀光魅力優勢
營造暢行無阻旅遊環境

- 5大區域觀光旗艦計畫
- 10處國際觀光魅力據點
- 7大國際光點
- 33條台灣好行
- 觀光資訊資料庫

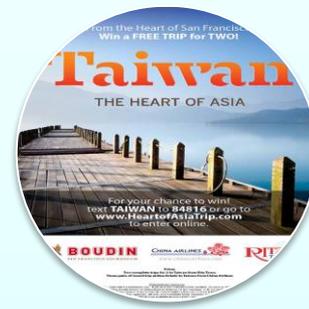
築底



改善觀光產業體質
提升品質與國際接軌

- 振興景氣再創商機
- 觀光遊樂業經營升級
- 輔導加入品牌連鎖旅館
- 獎勵取得專業認證
- 獎勵創新產品包裝販售
- 觀光菁英養成

提升



提升產業附加價值
以觀光為行銷平臺及載具

- 國際市場開拓計畫
 - 啟動觀光新品牌
Taiwan-the Heart of Asia
 - 訴求Time for Taiwan
- 星級旅館評鑑
- 好客民宿遴選

本方案共14項執行計畫，除「振興景氣再創商機 - 協助旅行業復甦措施」及「輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫」等2項計畫已完成階段性任務而不予推動外，其餘計畫均調整作法，持續推動。

開放大陸人士來臺觀光

運作 依據

- 依據「兩岸人民關係條例」第16條暨「大陸地區人民來臺從事觀光活動許可辦法」
- 97年6月13日兩岸簽署「海峽兩岸關於大陸居民赴台灣旅遊協議」，以質量並重、循序漸進、總量管制原則，於97年7月18日正式實施

實施 現況

97年7月18日→103年12月31日

陸客總數 1,403萬3,312人次

(含觀光團 859萬、自由行 192萬、經貿商務其他 352萬)

103年陸客總數 398萬7,152人次

(含觀光團206萬、自由行 118萬、經貿商務其他 74萬)

- 觀光團：97年7月18日開放，每日上限 3,000 → 5,000人次
已開放 13省市 → 31省市 全數開放
- 自由行：100年6月22日開放，每日上限 500 → 4,000人次
已開放北京、上海、廈門等 47 個城市
- 小三通自由行：赴金、馬、澎自由行（不赴臺灣本島旅遊）
已開放福建、浙江、廣東、江西等 4省 20個城市

參、觀光大國行動方案 (104-107年)

- 理念及目標
- 預期績效指標
- 執行策略
- 執行計畫 (含跨部會資源整合)
- 經費需求
- 財務收支

理念及目標

願景



觀光升級：邁向千萬觀光大國

理念

質量優化、價值提升

在量的增加，順勢而為、穩定成長

在質的發展，創新升級、提升價值

目標

打造觀光質量優化、處處皆可觀光的觀光大國

提升臺灣觀光品牌形象，增加觀光外匯收入

104年來臺旅客1,030萬人次，觀光外匯收入4,450億元

107年來臺旅客1,170萬人次，觀光外匯收入5,000億元

預期績效指標

項目	績效指標	評估基準(實際值)			預期目標值			
		101年	102年	103年	104年	105年	106年	107年
1	來臺旅客人次(萬人次)	731	801	991	1,030	1,075	1,120	1,170
	(1) 大陸市場	258	287	399	410	420	430	440
	(2) 非大陸市場	473	514	592	620	655	690	730
2	觀光整體收入 (新臺幣億元)	6,184	6,389	7,530	7,600	7,900	8,050	8,300
	(1) 觀光外匯收入	3,485	3,668	4,438	4,450	4,600	4,800	5,000
	(2) 國人國內旅遊收入	2,699	2,721	3,092	3,150	3,200	3,250	3,300
3	觀光產業就業人數 (萬人次)	16.5	17.0	18.0	18.5	19.0	19.5	20.0

註：來臺旅客估算基準:以世界觀光組織(UNWTO)預估長期(2010-2030年)亞太地區成長率約4%-5%，**104-107年年平均成長率以亞太平均水準4.5%推估並微調至整數，其中大陸市場年平均成長率為2.6%，非大陸市場為5.8%。**

註：觀光產業就業人數係觀光局轄管之旅行業、旅宿業、觀光遊樂業等從業人員

執行策略

執行策略

策略內涵

18項執行計畫

1 優質觀光

- 產業優化
- 制度優化
- 人才優化

- 1-1. 旅行業品牌化計畫
- 1-2. 旅宿業品質精進計畫
- 1-3. 旅宿業創新輔導計畫
- 1-4. 觀光遊樂業優質計畫
- 1-5. 觀光產業關鍵人才培育計畫

2 特色觀光

- 跨域亮點
- 特色產品
- 多元行銷

- 2-1. 跨域亮點及特色增值計畫
- 2-2. 特色觀光活動扶植計畫
- 2-3. 多元旅遊產品深耕計畫
- 2-4. 臺灣觀光目的地宣傳計畫
- 2-5. 高潛力客源開拓計畫

3 智慧觀光

- 科技運用
- 產業增值

- 3-1. 智慧觀光計畫
- 3-2. I-center 旅遊服務創新升級計畫
- 3-3. 臺灣好玩卡推廣計畫

4 永續觀光

- 綠色觀光
- 關懷旅遊

- 4-1. 台灣好行服務升級計畫
- 4-2. 台灣觀巴服務維新計畫
- 4-3. 旅宿業綠色服務計畫
- 4-4. 無障礙及銀髮族旅遊推廣計畫
- 4-5. 原住民族地區觀光推動計畫

執行計畫 (1)

1 優質觀光 追求優質觀光服務，提高產業附加價值

產業優化

輔導產業轉型升級、創新發展，提升國際競爭力

制度優化

全面啟動法制研修工程，營造良好產業投資環境

人才優化

與國際合作、推廣認證，強化產業人才國際觀

1-1. 旅行業品牌化計畫

1-2. 旅宿業品質精進計畫

1-3. 旅宿業創新輔導計畫

1-4. 觀光遊樂業優質計畫

1-5. 觀光產業關鍵人才培育計畫

1 優質觀光 1-1.旅行業品牌化計畫

■ 推動重點：

- **輔導品牌轉型，跨越國際市場**
 - 建立旅行業品牌優化輔導機制、鼓勵品牌發展系統、增加財務透明度
- **創新產品優化，客製專業遊程**
 - 鼓勵開發創新特色商品，廣泛運用電子商務行銷
- **建立夥伴關係，形塑資產價值**
 - 提升旅行業與導遊、領隊之服務品質、精進導遊、領隊執業制度
- **促進產業革新，引導升級發展**
 - 革新鬆綁旅行業管理法規，加強公私部門協力作為
- **提升旅遊品質，維護旅遊安全**
 - 強化旅遊品質與安全措施，保障旅客權益
 - 落實大陸觀光團數額總量管制，研修調高優質團比例

■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
輔導旅行業運用網際網路經營業務(家數)	-	20	25	30	35
輔導旅行業建立企業品牌及辦理財務報表簽證(家數)	-	15	25	35	45
輔導旅行業開發創新優質旅遊商品(家數)	-	1	1	2	2
優質團成長比率(%)	-	40	45	50	55

1 優質觀光 1-2.旅宿業品質精進計畫

■ 推動重點：

• 星級旅館全面提升計畫

- 補助取得星級標章，提高參加誘因
- 協助星級旅館異業媒合，成立聯盟或創新本土品牌
- 加強行銷，出版專書，擴充「旅宿網」語文版本及功能
- 研訂民間機構辦理公正、公開及公平之星級評鑑認證機制

• 好客民宿輔導計畫

- 完成好客民宿遴選階段任務，加強民宿服務品質訓練
- 修訂法規，輔導民宿納入商業機制，研議建立總量管制基準

• 獎勵取締暨檢舉非法旅宿維護品質計畫

- 訂定補助地方政府取締違法旅宿執行計畫審查要點
- 加強查察網路非法旅宿，確保旅客安全



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
觀光旅館(113家)參加星級旅館評鑑之比例(%)	67%	85%	100%	100%	100%	
50間以上客房旅館(498家)取得星級標章比例(%)	27%	40%	50%	60%	70%	
好客民宿複查家數(家)	105	100	100	100	100	

1 優質觀光 1-3.旅宿業創新輔導計畫

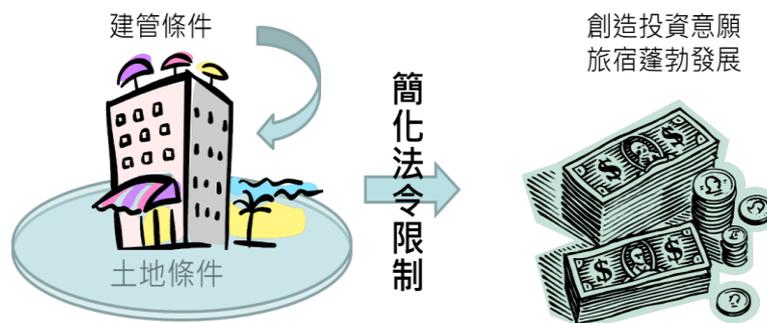
■ 推動重點：

• 夢想做頭家專案輔導

- 都會區小型旅館提供專家駐點輔導、優惠貸款、利息補貼、規劃設計等經費
- 異業鏈結旅宿業及文創產業等在地資源
- 研議放寬旅宿業申辦及經營管理條件，並協調土地、建管主管機關法規鬆綁

• 旅宿業災害救助與產業衝擊救濟

- 每年提撥新臺幣5仟萬元做為因擔保不足而無法順利取得貸款辦理重建之受災旅宿業或產業受開放衝擊之信用保證，並免收信用保證收續費



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
輔導旅館業引入在地資源異業鏈結家數(家)	30	50	50	50	50
文創專櫃駐點(處)	5	20	20	20	20

1 優質觀光 1-4.觀光遊樂業優質計畫

■ 推動重點：

- **加速更新輔導**：適時檢討相關法規及審議機制，提供金融業、保險業之資金協助
- **強化產業留才機制**：菁英養成課程訓練及輔導建立人才培育機制。
- **創新加值暨品牌發展**：文創加值與品牌深耕、低碳旅遊與永續觀光、智慧園區、無縫服務、客製化產品與友善服務環境、服務品質提升、強化旅客安全配套措施。
- **形象提升與推廣宣傳**：創造新形象、開發新亮點、跨域跨界整合、海外行銷。

人才



創新



行銷



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
輔導創新措施(項)	3	5	4	4	4	
輔導建立人才培育機制(家)	1	3	3	3	3	

1 優質觀光 1-5.觀光產業關鍵人才培育計畫

■ 推動重點：

- 國內訓練
 - 培育觀光產業關鍵人才：基層、中階、高階分級訓練
 - 推動訓練課程數位化：E-learning教材、學習時數認證
 - 擴大產學合作
- 國外合作
 - 提升國際觀：與國際訓練機構合開管理課程，邀請國外專家授課
 - 與國際接軌：選送業者國外參訓，獎勵中高階經理人海外實習觀摩
 - 滾動式辦理觀光產業人才供需調查

■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
分級訓練關鍵人才培訓數(人次)	-	600	600	600	600
數位化訓練課程數(個)	-	50	50	20	20
取得國際課程及國際認證人數(人次)	-			100	150

執行計畫 (2)

2 特色觀光 跨域開發特色產品，多元創新行銷全球

跨域亮點 跨域整合特色增值，營造區域特色亮點

2-1. 跨域亮點及特色增值計畫

特色產品 搭建整合觀光平台，多元創新旅遊產品

2-2. 特色觀光活動扶植計畫

2-3. 多元旅遊產品深耕計畫

多元行銷 創新行銷臺灣觀光品牌形象，開拓高潛力客源

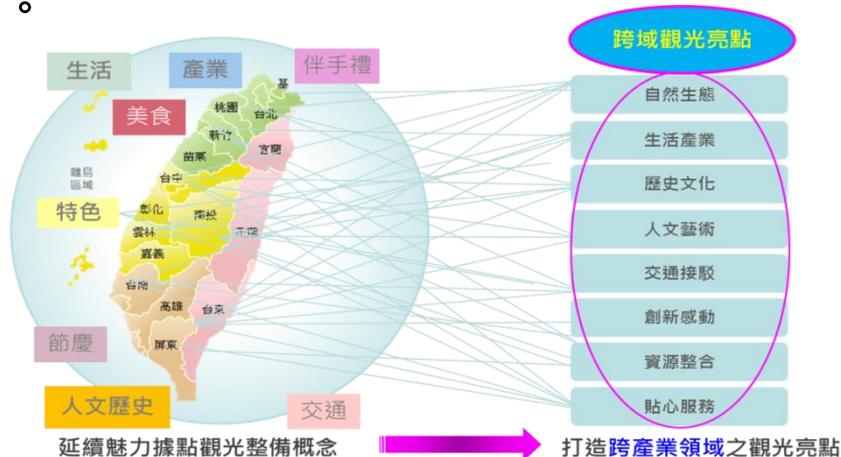
2-4. 臺灣觀光目的地宣傳計畫

2-5. 高潛力客源開拓計畫

2 特色觀光 2-1. 跨域亮點及特色加值計畫

■ 推動重點 1：跨域亮點計畫

- 延續「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」之成果，運用「由下而上」的執行策略，輔導地方政府打造具獨特性、唯一性、話題性且能突顯特色、橫向串連各相關產業之觀光遊憩亮點。
- 強化跨域整合概念、結合不同產業推廣包套旅遊；強調長時效主題旅遊活動、創造新話題遊憩據點。
- 由地方政府先進行「觀光總體檢」，並研提「行動計畫」提案，由觀光局採競爭型方式評選，預定選出6個示範計畫，每案執行3年，最高補助3億元。



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
完成建置及永續經營計畫(含活動)(個)	-	0	0	0	6
年遊客人次累計成長率(%)	-	-	5%	10%	20%

■ 推動重點 2：遊憩據點特色增值計畫

- 延續區域觀光旗艦計畫執行成果，以北、中、南、東及離島等5大區域觀光特色發展主軸，補助地方政府針對既有遊憩據點，進行區域特色增值，以強化建設與地方特色及後續行銷推廣之連結，有效累進投資建設之成果，提升整體建設效益及水準。
- **特色增值方向：**
 - 可延續區域觀光旗艦計畫之分區發展主軸
 - 具跨域整合之價值
 - 具整合地方文化、藝術及產業等特色
 - 具合宜創新之價值
- **補助計畫範圍：**
 - 場景印象塑造、觀光路廊營造、遊客服務設施改善、既有景點設施優化、景點串連設施整備

■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
輔導地方政府推動特色增值區位(處)	-	21	21	21	21	

2 特色觀光 2-2.特色觀光活動扶植計畫



■ 推動重點：

- **輔導提升**：輔導全國特色觀光活動之主辦機關，依據專家學者參與活動查核意見，逐年落實改善，包含活動內涵、活動產品化、活動國際化、無障礙觀光活動環境建置作業等重點，以提升品質及內涵
- **加強督導**：督導全國性或其他特色活動提升觀光化、產品化、國際化，提升旅遊環境友善度，並針對遊樂區安全及大型公共活動，研擬具有規範性之緊急應變及疏散計畫，以確保旅客安全
- **經驗傳承**：委託專業團隊規劃辦理優質國際活動研討會（包含辦理經驗分享），透過專業傳授及經驗分享，提升國際性活動品質

■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
受理國際性活動品質提升件數 (件)	-	3	6	9	10	
受理全國性或其他特色活動品質提升件數(件)	-	5	10	15	20	

2 特色觀光 2-3.多元旅遊產品深耕計畫

■ 推動重點：

- **國際光點推廣計畫**
 - 扶植 7 個國際光點自主營運、加強國際行銷
- **觀光年曆推廣計畫**
 - 遴選具吸引力活動，整體推廣，集中宣傳
- **觀光平臺資源整合計畫**
 - 搭建觀光平臺，整合跨部會資源



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
光點國際旅客成長率(%)	-	50%	50%	50%	50%	
燈會國際旅客成長率(%)	-	10%	10%	10%	10%	
自行車節國際旅客成長率(%)	-	5%	5%	5%	5%	
在農場過夜的來臺旅客比例(%)	-	8%	8%	8%	8%	

2 特色觀光 2-4.臺灣觀光目的地宣傳計畫

■ 推動重點：

• 創造國際宣傳亮點計畫

- 品牌打造 - Diversity及LifeStyle
- 喔熊萌意象代言
- 結合產學界力量共推品牌

• 主要客源市場宣傳計畫

- 日本：明星代言、社群網路與公關活動，多元行銷
- 韓國：結合旅遊節目、賽事與公關活動，延續熱潮
- 歐美：推廣美食、文化、樂活、生態主題，深化印象
- 港星馬：深化經營主要市場，提高來臺重遊話題
- 大陸：爭取高階與特定客源，推廣優質行程
- 新興市場(東南亞、穆斯林)：加強區域品牌認知，開拓客源廣度



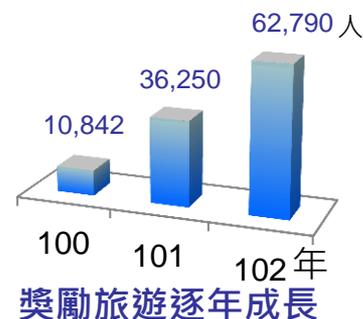
■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
來臺旅客 (萬人次)	991	1,030	1,075	1,120	1,170	

2 特色觀光 2-5.高潛力客源開拓計畫

■ 推動重點：

- **郵輪市場**：提供實質獎助誘因，強化區域市場整合結盟
- **獎勵旅遊市場**：提供客製化文化表演及伴手禮
- **穆斯林市場**：建置穆斯林友善環境，包裝優質產品
- **修學旅行市場**：由駐外辦事處透過修學旅行相關文宣品向當地目標市場進行宣傳推廣，建立臺灣為修學旅行最佳選擇形象
- **整體獎勵優惠促銷方案**：動態調整各項獎勵優惠促銷方式，推出新行程開發與優質行程獎助、好禮大相送、半日遊、機場接駁巴士券等



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
搭乘國際郵輪來臺旅客年成長率 (%)	-	5%	5%	5%	5%	
來臺獎勵旅遊團數年成長率 (%)	-	5%	5%	5%	5%	
穆斯林市場旅客數年成長率 (%)	-	8%	8%	8%	8%	
修學旅行市場旅客數年成長率 (%)	-	5%	5%	5%	5%	

執行計畫 (3)

3 智慧觀光 完善智慧觀光服務，引導產業增值運用

科技運用 提供旅客前、中、後所需觀光資訊及服務

產業增值 引導開發增值應用服務，提供客製化商業模式

3-1.智慧觀光計畫

3-2. I-center旅遊服務創新升級計畫

3-3.臺灣好玩卡推廣計畫

3 智慧觀光 3-1.智慧觀光推動計畫

■ 推動重點：旅遊情境應用-資訊及設備技術

• 資料面-提供多元、正確及完整的觀光資訊

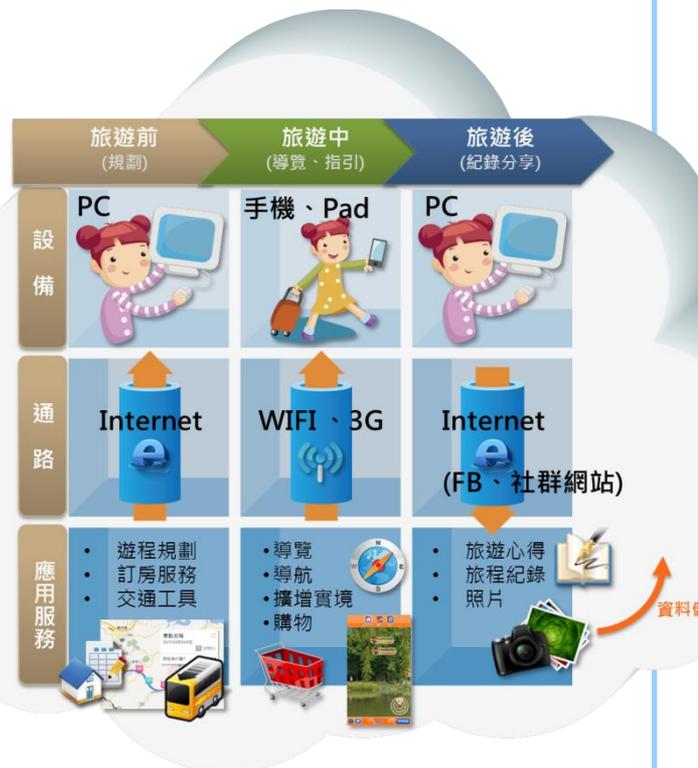
- 強化臺灣觀光資訊資料庫
- 建置無障礙設施資訊平台、觀光影音多媒體平台

• 服務面-提供無所不在之觀光資訊服務

- APP整合服務雲端化、建置景點雲端導覽服務、科技應用服務延伸推廣

• 產業面-提供產業開發增值應用服務

- 遊客行為分析、創意增值應用產品化、建立智慧觀光整合應用商業模式，已有47家業者增值應用



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
臺灣觀光資訊資料庫累計資料數(筆)	16,000	17,000	18,000	19,000	20,000	
旅行臺灣App累計下載人次(萬人次)	60	70	80	90	100	
Open Data觀光資料累計下載次(次)	-	15,000	20,000	25,000	30,000	

■ 推動重點：

- 輔導推出多元走動旅遊服務
 - 持平板或簡易載具至遊客中心區外重點區域提供服務
- 推廣設置「借問站」旅遊服務
 - 如簡易諮詢、無線網路、30分鐘散步地圖
- 分區建置旅服資訊入口平臺
 - 整合政府觀光資訊網站與電子版旅遊摺頁
- 提升地方政府遊客中心服務品質
 - 由專家定期輔導及神秘客不定期抽查



借問站識別LOGO



試辦走動式旅遊服務

■ 關鍵績效指標：

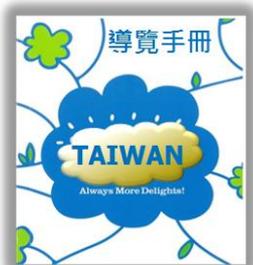
關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
輔導遊客中心推出走動旅遊服務(處)	-	5	10	15	20
設置借問站旅遊服務據點累計數(處)	26	50	100	150	200

3 智慧觀光 3-3. 「台灣好玩卡」推廣計畫

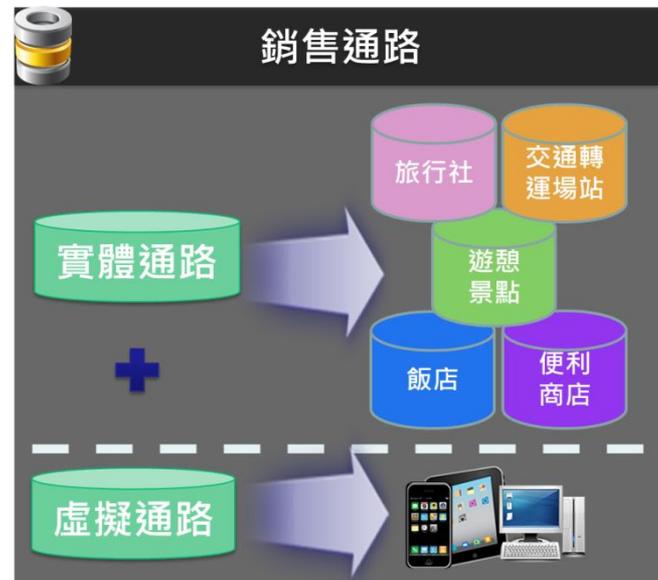
■ 推動重點：

- 為提升自由行旅客旅行臺灣之便利性，規劃輔導縣市政府以轄內熱門景點為軸心，結合多元交通運具與友善旅遊服務，運用電子票證及導覽手冊，串連食、住、遊、購等產業優惠措施，整合包裝固定時段內不限交通運具搭乘次數之「台灣好玩卡」，積極行銷推廣。

台灣好玩卡組合包



《限定使用期限》



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	103年	104年	105年	106年	107年	
每年卡片發行種類 (種)	-	2	2	1	-	

執行計畫 (4)

4 永續觀光 完善綠色觀光體驗，推廣關懷旅遊服務

綠色觀光 完善綠色觀光接駁、產業導入綠色服務

4-1.台灣好行服務升級計畫

4-2.台灣觀巴服務維新計畫

4-3.旅宿業綠色服務計畫

關懷旅遊 訴求人道關懷、推廣無障礙、銀髮族、原鄉旅遊

4-4.無障礙及銀髮族旅遊推廣計畫

4-5.原住民族地區觀光推動計畫

4 永續觀光 4-1.台灣好行服務升級計畫

■ 推動重點：

• 加強服務：

持續提供穩定旅遊服務，提升服務品質，並導入電子票證在交通套票之運用，以增加便利性及友善性

• 精緻產品：

擴大臺灣周遊券之複合運具及觀光景點合作範疇(含陸、海、空運及博物館、美術館、特色景點等)，朝電子化發展，吸引自由行旅客使用及增加周邊產業收益

• 擴大行銷：

行銷服務及產品，擴大目標客層，並結合其他部會(教育部、農委會、經濟部)資源推廣

• 自主營運：

輔導10條路線自主營運，並穩定獲利



永續自主營運



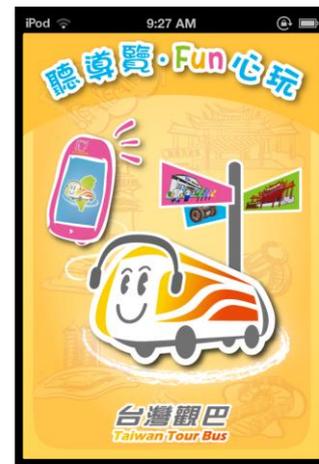
■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
建置e化導覽解說服務路線之占比(%)	18%	25%	40%	55%	70%
每年搭乘人次(萬人次)	240	250	260	270	280

4 永續觀光 4-2.台灣觀巴服務維新計畫

■ 推動重點：

- **導覽服務E化：**
補助業者建置語音導覽設備，導入QRcode條碼系統
- **智慧行動網路建置：**
輔導業者於遊程及車上提供免費無線網路服務
- **品牌躍進國際化：**
補助業者參與國際旅展，並強化與國外旅行社合作，辦理踩線參訪行程，共同行銷推廣「台灣觀巴」旅遊產品
- **行銷策略多元化：**
結合長程大眾運具（如臺鐵、高鐵）與「台灣觀巴」套裝旅遊行程，規劃配套多元便利旅遊產品



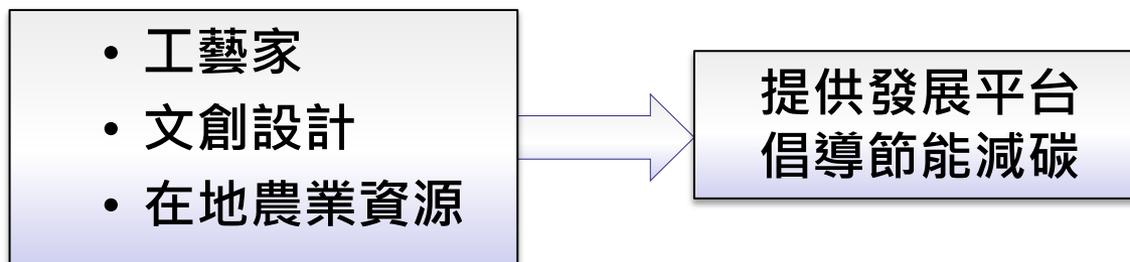
■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
「台灣觀巴」旅客滿意度(%)	82%	83%	84%	85%	86%

4 永續觀光 4-3.旅宿業綠色服務計畫

■ 推動重點：

- 推廣旅宿業綠色服務 (使用綠色建材、太陽光電、節能設備)
- 推廣旅宿業節能減碳 (備品減量、無紙化作業、聯合採購)
- 輔導旅宿業取得相關認證 (星級、綠建築、環保、溫泉、防火標章)
- 協助旅館業利用在地食材、在地消費等增值服務



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
輔導旅宿業取得相關認證家數(家)	-	50	50	50	50

4 永續觀光 4-4.無障礙及銀髮族旅遊推廣計畫

■ 推動重點：

• 推動無障礙旅遊環境

- 營造國家風景區無障礙旅遊環境、推廣無障礙旅遊路線
- 召開國際研討會、研擬戶外無障礙遊憩設施設計參考手冊
- 建置無障礙設施與公用廁所及搜尋應用服務相關資訊
- 推動「交通部觀光局輔導建立品牌旅行社獎勵補助要點」

• 推動銀髮族旅遊行程

- 輔導旅行公會包裝行銷銀髮族旅遊優質遊程
- 推動「交通部觀光局輔導建立品牌旅行業獎勵補助要點」



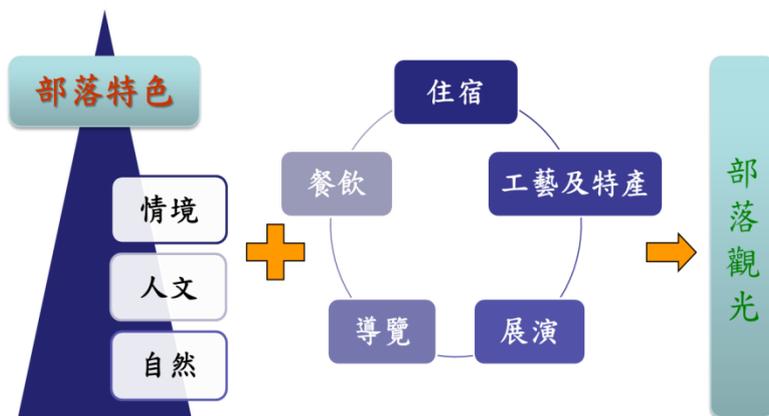
■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
輔導旅宿業改善無障礙設施(家)	0	30	30	30	30
推廣無障礙旅遊路線(條)	13	13	13	13	13
推廣銀髮族旅遊套裝產品(條)	13	13	13	13	13
輔導旅行業辦理銀髮族旅遊 (家)	0	1	1	2	2

4 永續觀光 4-5.原住民族地區觀光推動計畫

■ 推動重點：

- 本局「**原住民族地區觀光推動會**」每半年開會研商。
- 探詢願意合作推動觀光之部落，**規劃旅遊路線與遊程**。
- 結合臺鐵局、台灣好行、台灣觀巴等，**完善交通接駁服務**。
- 結合原住民族委員會與勞動部，**訓練當地原住民解說導覽人員**。
- **將觀光收益留在部落**，讓原住民文化永續長存。



■ 關鍵績效指標：

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	103年	104年	105年	106年	107年
原住民族地區就業增加人數(人)	0	120	130	140	150
部落觀光增加產值(億元)	0	1.0	1.1	1.2	1.3

經費需求

單位：億元

執行策略	執行計畫	104年	105年	106年	107年	合計
1. 優質觀光 追求優質觀光服務 提高產業附加價值	1-1. 旅行業品牌化計畫	0.0900	0.0900	0.0900	0.0900	0.3600
	1-2. 旅宿業品質精進計畫	1.8500	1.9000	1.9000	1.8500	7.5000
	1-3. 旅宿業創新輔導計畫	1.6000	1.8000	1.8000	1.8000	7.0000
	1-4. 觀光遊樂業優質計畫	1.0600	1.0600	1.0600	1.0600	4.2400
	1-5. 觀光產業關鍵人才培育計畫	0.6550	0.7150	0.7150	0.7150	2.8000
	2-1. 跨域亮點及特色加值計畫*	16.500	17.600	17.860	16.440	68.400
2. 特色觀光 跨域開發特色產品 多元創新行銷全球	2-2. 特色觀光活動扶植計畫	0.3400	0.3300	0.3300	0.3500	1.3500
	2-3. 多元旅遊產品深耕計畫	0.8500	0.6500	0.5500	0.5500	2.6000
	2-4. 臺灣觀光目的地宣傳計畫	12.0000	12.0000	12.0000	12.0000	48.0000
	2-5. 高潛力客源開拓計畫	2.4963	2.5000	2.5000	2.5000	9.9963
	3. 智慧觀光 完善智慧觀光服務 引導產業加值運用	3-1. 智慧觀光推動計畫	0.1950	0.2000	0.2000	0.2000
3-2. I-center 旅遊服務創新升級計畫		0.1000	0.1600	0.2100	0.2700	0.7400
3-3. 臺灣好玩卡推廣計畫		0.2300	0.2900	0.2300	0.2500	1.0000
4. 永續觀光 完善綠色觀光體驗 推廣關懷旅遊服務	4-1. 台灣好行服務升級計畫	1.7500	1.5000	1.4500	1.4000	6.1000
	4-2. 台灣觀巴服務維新計畫	0.3800	0.2300	0.1800	0.1800	0.9700
	4-3. 旅宿業綠色服務計畫	0.9000	0.9000	0.9000	0.9000	3.6000
	4-4. 無障礙及銀髮族旅遊推廣計畫	0.3350	0.3350	0.3350	0.3150	1.3200
	4-5. 原住民族地區觀光推動計畫	0.3600	0.3600	0.3600	0.3600	1.4400
	總計 (公務 + 基金 + 地方自籌款)	41.6913	42.6200	42.6700	41.2300	168.2113
	* (公務)	14.5000	12.5000	11.9600	9.8200	48.7800
	* (基金)	25.1913	27.4200	27.9100	28.5100	109.0313
	* (地方自籌款)	2.0000	2.7000	2.8000	2.9000	10.4000

財務收支

	104年	105年	106年	107年	合計(億元)
支出	41.6913	42.6200	42.6700	41.2300	168.2113
- 中央公務預算	14.5000	12.5000	11.9600	9.8200	48.7800
- 觀光發展基金	25.1913	27.4200	27.9100	28.5100	109.0313
- 地方自籌款 (預估)	2.0000	2.7000	2.8000	2.9000	10.4000
收入	25.1913	27.4200	27.9100	28.5100	109.0313
- 機場服務費 (投入本營運計畫費用)	25.1913	27.4200	27.9100	28.5100	109.0313
收支比 (%)	60%	64%	65%	69%	65%

肆、預期效益

質量優化

開創質量優化的觀光榮景，營造優質觀光品牌形象，提升國際觀光競爭力及國際排名

處處觀光

打造國際觀光亮點、特色旅遊產品及完善資訊服務，營造處處皆可觀光旅遊環境

外匯收入

吸引高消費旅客來臺，貢獻觀光外匯收入由103年4,438億元成長至107年5,000億元

國旅消費

促進區域經濟均衡發展，國民旅遊消費由103年3,092億元成長至107年3,300億元

就業機會

促進國內就業機會，帶動觀光就業人口由103年18萬人次成長至107年20萬人次

簡報結束

敬請指教



Taiwan
THE HEART OF ASIA

