

奉交通部 109 年 5 月 31 日核定

Taiwan Tourism 2030

台灣觀光政策白皮書

交通部觀光局

109 年 5 月

目錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	v
壹、緒論.....	1
一、緣起.....	1
二、觀光政策白皮書研訂過程.....	2
貳、背景篇.....	6
一、國際觀光發展概況與趨勢.....	6
二、國內觀光發展概況與趨勢.....	16
三、21世紀觀光政策回顧.....	19
參、課題篇.....	24
一、觀光行政組織與法規制度.....	24
二、觀光資源整備與管理.....	25
三、觀光行銷宣傳與推廣.....	26
四、觀光產業輔導與管理.....	27
五、智慧觀光與旅遊環境.....	28
肆、政策與策略.....	29
一、施政理念與政策主軸.....	29
(一) 施政理念.....	29
(二) 政策主軸.....	30
二、政策與策略.....	31
(一) 組織法制變革.....	31
(二) 打造魅力景點.....	33
(三) 整備主題旅遊.....	34
(四) 廣拓觀光客源.....	35
(五) 優化產業環境.....	37
(六) 推展智慧體驗.....	41

伍、展望篇.....	43
一、願景與目標.....	43
(一) 願景：觀光立國.....	43
(二) 2030 年發展目標.....	44
(三) 永續觀光發展.....	45
附錄一、觀光發展願景、政策主軸、策略、重點措施及目標年限架構.....	47
附錄二、交通部紓困、復甦及振興、升級轉型之規劃與預算.....	72
附錄三、跨部會配合事項.....	75

圖目錄

圖 1	TAIWAN TOURISM 2030 台灣觀光政策白皮書研訂架構	3
圖 2	歷次工作會議及諮詢會議召開過程	5
圖 3	2030 年國際旅客成長與預測	7
圖 4	UNWTO 評估 2020 年國際旅遊人數在 3 種情況下之變化趨勢	8
圖 5	2009-2018 年亞太國家出境旅客人次趨勢	11
圖 6	2009-2019 年亞太國家入境旅客人次趨勢	12
圖 7	2010-2019 年來臺旅客成長趨勢	17
圖 8	臺灣及全球與亞太地區之旅遊與觀光競爭力指標分數比較	18
圖 9	臺灣 21 世紀觀光政策沿革	21
圖 10	觀光立國之意涵	43

表目錄

表 1 2030 年觀光發展目標	44
------------------------	----

Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書

摘要

20 世紀以來，觀光產業即被喻為無煙囪的工業 (A Smokeless Industry)，一個產業關聯性大、可以賺取外匯、提供大量就業機會的生產性服務業，廣為世界各國重視且致力發展。聯合國世界觀光組織 (World Tourism Organization, UNWTO) 發布 2018 年全球觀光產業對 GDP 的貢獻率為 10.4%，創造了 3.19 億個工作機會，占全球總就業人口的十分之一。

交通部觀光局在 2002 年初次擬訂我國首部「觀光政策白皮書」，將觀光產業列為 21 世紀國家發展之重要策略性產業。近 20 年來，觀光政策迭有更替，從「觀光客倍增計畫」、「觀光拔尖領航方案」、「觀光大國行動方案」到「Tourism 2020」，來臺旅遊人次由 2002 年的 297 萬人次成長至 2019 年的 1,186 萬人次，大幅成長 298%，並自 2015 年以來連續 5 年突破千萬人次，成效顯著。然為觀光發展之長遠規劃，在法令組織、產業發展、觀光資源、人才培育、市場推廣及新興趨勢等層面仍應更臻完善。為此，交通部觀光局依公開程序委託台灣觀光協會研擬《Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書》，經通盤檢視首部「觀光政策白皮書」與歷年觀光政策成效，並參考日本、韓國、中國、香港、新加坡、泰國、印尼、馬來西亞及澳洲等亞太國家之觀光發展趨勢，透過資料彙整及國內外案例蒐集，盤點產業供給及需求面向的現況與課題，由整體觀光發展規劃角度，與觀光前瞻計畫鏈結，設定臺灣觀光願景與目標；透過與觀光相關產業意見領袖、公協會代表、縣市政府觀光局(處)首長及觀光相關學系教授等專家學者召開多次的諮詢研商會議，由下而上凝聚共識；並於 2019 年 12 月 16 日召開「Taiwan Tourism 2030 全國觀光政策發展會議」，與全國觀光產官學界 300 多位菁英共同擘劃臺灣永續觀光計畫及發展願景，規劃 2020 - 2030 年長期發展藍圖。

本政策白皮書之內容架構為：壹、緒論：說明觀光之重要性、核心價值、政策白皮書研擬過程等；貳、背景篇：說明國內外觀光環境之變遷，以及回顧臺灣 21 世紀觀光政策；參、課題篇：探討觀光發展之過程與現況，審視內外環境變遷趨勢，界定觀光發展的課題；肆、政策與策略：訂定政策主

軸與策略，解決觀光發展課題；伍、展望篇：設定觀光發展願景與 2030 年發展目標。政策主軸分 6 大項：一、組織法制變革；二、打造魅力景點；三、整備主題旅遊；四、廣拓觀光客源；五、優化產業環境；六、推展智慧體驗，共計提出 23 項策略及 36 項重點措施。

本觀光政策白皮書審視國內外觀光環境變遷及趨勢、分析亞太國家觀光政策、回顧臺灣 21 世紀觀光政策成效，並提出臺灣觀光發展面對之課題與政策策略，其主要者如下：

一、課題

(一) 觀光行政組織與法規制度

1. 交通部觀光局層級不足，國際觀光行銷組織及機制亟待調整，觀光數據統計及分析之時效性有待加強。
2. 現有觀光法規以管理為主，應朝強化興利內涵。
3. 目前觀光發展基金出現缺口，宜有因應對策。

(二) 觀光資源整備與管理

1. 外國觀光客過度集中北臺灣，整體觀光資源有待整合規劃，發展區域旅遊帶及旅遊線，並應強化跨域增值與永續經營觀念。
2. 臺灣整體之國際旅遊環境友善度有待提升。

(三) 觀光行銷宣傳與推廣

1. 跨部會之國際行銷合作團隊尚未成形，國際觀光行銷與國家形象之宣傳需要政策性之整合，並適時調整品牌策略。
2. 國際觀光宣傳行銷經費與人力相較鄰近國家明顯不足。
3. 各市場宣傳行銷策略定位宜配合區域觀光發展之需要，檢討結合地方力量的行銷推廣機制。
4. 國民旅遊市場人數及觀光效益逐漸減少，應研擬合適方案，活絡國內旅遊市場。

(四) 觀光產業輔導與管理

1. 旅行業、旅館業、觀光遊樂業面臨法令束縛、稅賦過重及數位

時代轉型之挑戰。

2. 觀光人才培育機制與產學落差及質量問題。
3. 導遊人員與領隊人員考試制度之變革。

(五) 智慧觀光與旅遊環境

1. 部分旅遊據點周邊服務系統配合措施不足，現有觀光資訊系統友善及國際化有待提升。
2. 應加強 ICT 技術之應用，提供旅客友善的旅遊資訊服務網絡。

二、政策與策略

本政策白皮書提出因應之政策與策略，共包含 6 大施政主軸、23 項策略及 36 項重點措施：

(一) 組織法制變革

1. 奠定「觀光立國」願景並落實「觀光主流化」。
2. 改制觀光行政組織，觀光局改制為觀光署，研議成立專責國際觀光推廣行政法人組織及財團法人觀光研訓中心。
3. 研議修正《發展觀光條例》並更名為《觀光發展法》。
4. 觀光發展基金法制化，並研議調整機場服務費之名稱。

(二) 打造魅力景點

1. 建構區域觀光版圖，訂定整體臺灣觀光資源整備計畫，創造國際觀光新亮點。
2. 打造友善旅遊環境，加強景區改造與整備。
3. 建立人人心中有觀光，倡導觀光美學及永續觀光理念。

(三) 整備主題旅遊

1. 整合觀光資源，促進跨域合作，推廣深度旅遊體驗，開發特色主題旅遊產品。
2. 推展綠色旅遊認證及生態觀光。

(四) 廣拓觀光客源

1. 明確分流國際觀光市場客源，布局推動旅遊目的地品牌行銷。

2. 深化國民旅遊推廣機制，加強海空運輸接待運能，健全全國觀光組織行銷分工策略。

(五) 優化產業環境

1. 匯集觀光組織能量，優化產業投資經營環境，健全產業輔管機制，並為因應天災或人為突發事件，適時輔導產業紓困與振興。
2. 培訓觀光專業人才，提升職能水準，發揚企業社會責任、鼓勵地方創生，推動永續觀光認證。

(六) 推展智慧體驗

1. 推動產業及旅遊場域導入智慧科技應用，營造智慧旅運服務。
2. 建立跨部會數據旅遊平台，並強化數位社群行銷。

本觀光政策白皮書係落實「觀光立國」之願景及「觀光主流化」之施政理念，宣示國家重視觀光的強度與高度，以及推展觀光的決心與毅力。同時，臺灣永續觀光發展依循 UNWTO 之永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）及行政院國家永續發展委員會之《臺灣永續發展目標》所設定與觀光相關之目標，建構完善永續觀光推動機制，接軌國際倡導永續觀光發展理念。期透過中央與地方通力合作，原訂 2030 年達到來臺旅遊人數 2,000 萬人次、國民旅遊 2.4 億人次、觀光總產值（消費金額）新臺幣 1.7 兆元之目標。惟 2020 年 1 月起，各國陸續爆發新冠肺炎疫情，重創全球觀光產業，爰調降目標值，期 2030 年來臺旅遊人數、國民旅遊人數及觀光總產值（消費金額）分別逾千萬人次、2 億人次及新臺幣 1 兆元。

Taiwan Tourism Policy White Paper 2020 - 2030

Summary

Since the 20th century, the tourism industry has been hailed as a Smokeless Industry, a productive service industry which can drive the development of many other related industries. The tourism industry can earn foreign exchange and provide a large number of employment opportunities. It has been widely valued and committed to development by all countries in the world. The United Nations' World Tourism Organization (UNWTO) announced that the global tourism industry contributed 10.4% to the world's GDP in 2018, creating 319 million jobs and accounting for one-tenth of the world's total employed population.

The Tourism Bureau of the Ministry of Transportation and Communications (MOTC) first drafted the nation's first "Tourism Policy White Paper" in 2002, which listed the tourism industry as an important strategic industry for national development in the 21st century. Over the past two decades, the tourism policy evolved from the "Taiwan Double/Doubling Tourist Arrivals Plan (2002-2008)", "Project Vanguard for Excellence in Tourism (2009-2014)", "Action Plan for A Large Tourism Nation (2015-2018)" to "Tourism 2020". The number of annual international tourist visits increased from 2.97 million in 2002 to 11.86 million in 2019, a substantial increase of 298%, and has exceeded 10 million for five consecutive years since 2015. These plans produced remarkable results. For the long-term planning of tourism development, there are still rooms for improvements in areas including the legal framework, industrial development, tourism resources, human resources cultivation, market promotion and the study of emerging trends. In order to formulate a long-term planning of tourism development, the Tourism Bureau of the MOTC entrusted the Taiwan Visitors Association (TVA) to develop the "Taiwan Tourism Policy White Paper 2020 - 2030" in accordance with public procedures. The formulation of the long-term policy was based on the first "Tourism Policy White Paper", a review of the results of the tourism industry policies mentioned earlier, and references to the tourism

industry development trends of Asian and Pacific countries including Japan, South Korea, China, Hong Kong, Singapore, Thailand, Indonesia, Malaysia, and Australia. The formulation of the new policy and plan first goes through the following processes, including the information collection phase and case studies of local and international tourism industry policies; a comprehensive review of the current state and topics of the supply and demand of the tourism industry. The vision and goals of the industry 2020 - 2030 are formulated from a perspective on comprehensive tourism industry development and a forward-looking tourism industry planning. The long-term development policy is formed through the consensus of the leaders of tourism industry and related industries, representatives of industry associations, local and central government officials in charge of tourism affairs, and professors of academic institutions. The consensus was achieved through a number of meetings and discussions in a bottom-up approach. Their opinions were finalized in a meeting on "Taiwan Tourism Policy White Paper 2020 - 2030" held on Dec. 16, 2019. The meeting was attended by 300 participants representing the government, academics and industry to work out the blueprint for the development of Taiwan's tourism industry 2020 through 2030.

The framework of this policy white paper is as follows: 1. Introduction: Explain the importance of tourism, core values, and the development process of the policy white paper; 2. Background: Explain the changes in the domestic and international tourism environment and review Taiwan's 21st century tourism policies; 3. Topics: Discuss the process and current situation of tourism development, examine the internal and external environment changes, and define the topics of tourism development; 4. Policies and strategies: Formulate policy principals and strategies to solve tourism development issues; 5. Outlook: Set tourism development vision and 2030 development goals. The policy is mainly constituted of six major items: 1. Reform laws and organizations; 2. Develop tourist hot spots; 3. Preparation for thematic tourism; 4. Expanding tourist sources; 5. Optimizing the industrial environment; 6. Promoting smart touring experience.

The policy proposes 23 strategies and 36 key measures.

This tourism policy white paper examines the changes and trends in domestic and international tourism environments, analyzes tourism policies in Asia-Pacific countries, reviews the effectiveness of Taiwan's tourism policies in the 21st century, and proposes issues, policy and strategies faced by Taiwan's tourism development. The key points are as follows:

I. Key issues

A. Tourism administrative organizations and regulations:

1. The Tourism Bureau is inadequately positioned in the government hierarchy, and its organization in charge of international tourism promotion and its operation mechanism needs to be adjusted. Its statistics collection function and data analysis timeliness need to be improved.
2. The existing tourism laws and regulations are mainly management-oriented, and provisions for generating profit should be included.
3. The existing tourism development fund is inadequate to meet the expense, so it is necessary to work out appropriate countermeasures.

B. Tourism resource preparation and management:

1. Foreign tourists are excessively concentrated in Northern Taiwan; therefore, the overall tourism resources need to be integrated and planned to develop regional tourism belts and routes. The concept of cross-region added value and sustainable operation should be strengthened.
2. The overall friendliness of the international tourism environment of Taiwan needs to be improved.

C. Tourism marketing promotion:

1. The international tourism marketing team consisting of various government agencies has not yet taken shape. International tourism marketing and the promotion of national image require policy integration and timely adjustment of brand strategy.

2. Compared with neighboring countries, Taiwan's international tourism marketing budget and manpower are obviously insufficient.
3. The local marketing strategy should be tailored to meet the needs of regional tourism development, and the marketing mechanism should be integrated with local forces.
4. The domestic tourism market and the tourism benefits are dwindling, so it is necessary to work out appropriate plans to activate the domestic tourism market.

D. Guidance and management of tourism industry:

1. The travel industry, hotel industry and tourism industry are faced with legal constraints, tax overload and challenges of digital era transformation.
2. The cultivation mechanism of tourism talents, the gap between production and education, and the quality problems.
3. The reform of the examination system for tour guides and tour group leaders.

E. Smart Tourism and Tourism Environment:

1. The service system around some tourist sites is not well coordinated, and the friendliness and internationalization of the existing tourist information system need to be improved.
2. We should strengthen the application of information and communications technology and provide a friendly tourism information service network.

II. Policies and Strategies

This policy white paper proposes corresponding policies and strategies, including six major governances, 23 strategies and 36 key measures:

A. Reform laws and organizations:

1. Establish the vision of "building a country through tourism" and

implement "tourism mainstreaming".

2. Scale up Tourism Bureau to Tourism Administration. Deliberate about setting up an organization for international tourism promotion and a legal entity as a tourism research and training center.
3. Deliberate about amending the "Statute for the Development of Tourism" and rename it the "Tourism Development Act."
4. Promote the tourism development fund legalization, and deliberate about renaming the airport service fee.

B. Develop tourist hot spots:

1. Make more detailed and comprehensive region-by-region tourist maps, formulate an overall plan for Taiwan's tourism resources, create new highlights in Taiwan for international tourism.
2. Create a friendly tourism environment and strengthen the renovation and maintenance of scenic spots.
3. Foster a tourism mindset, advocate tourism aesthetics and sustainable tourism concepts.

C. Preparation for thematic tourism:

1. Integrate tourism resources, promote cross-regional cooperation, promote in-depth tourism experience, and develop featured theme tourism products.
2. Promote green tourism certification and eco-tourism.

D. Expanding tourist sources:

1. Identify origins of international tourists clearly, and promote brand marketing according to tourist destinations.
2. Strengthen domestic tourism promotion mechanism, expand sea and air transportation capacity, optimize domestic tourism promotion organizations and forge cooperation among these organizations.

E. Optimizing the industrial environment:

1. Bring together the capability of tourism organizations, optimize the industrial investment and operation environment, improve industrial assistance mechanism, and provide timely assistance to the industry to bail out it and revitalize it in response to natural disasters or man-made emergencies.
2. Train tourism professionals, improve functional level, promote corporate social responsibility, encourage local creativity, and promote sustainable tourism certification.

F. Promoting smart touring experience:

1. Promote intelligent technology applications for the tourism industry and tourist hot spots, and develop intelligent travel services.
2. Establish a cross-ministerial digital tourism data platform and strengthen digital community marketing.

This tourism policy white paper is a manifestation of the vision of "building a country through tourism" and the governance philosophy of "tourism mainstreaming". It declares that the country values the intensity and importance of tourism, as well as the determination and perseverance to promote tourism. At the same time, Taiwan's sustainable tourism development follows the UNWTO's Sustainable Development Goals (SDGs) and the Taiwan Sustainable Development Goals set by the National Council for Sustainable Development of the Executive Yuan to build and improve sustainable tourism. Taiwan's Sustainable Development Goals seek to promote the sustainable tourism industry mechanism. They intend to form links to the concepts of international sustainable tourism industry development. Through the joint efforts of the central and local governments, it is originally expected to achieve the goal of 20 million international tourists, 240 million domestic tourists and NT\$1.7 trillion gross tourism output value (consumption amount) in 2030. However, the worldwide outbreak of COVID-19 has brought the world to a standstill since January 2020. Tourism has

been the worst affected of all major economic sectors, so amend the target, it is expected to achieve the goal of over 10 million international tourists, over 200 million domestic tourists and over NT\$1 trillion gross tourism output value (consumption amount) in 2030.

壹、緒論

一、緣起

觀光產業是一個產業關聯性大、可以賺取外匯、提供大量就業機會的生產性服務業。基於觀光之重要性，政府乃於 1969 年制定《發展觀光條例》，1972 年成立交通部觀光局，開始積極推動觀光發展，至 2000 年，交通部觀光局研擬「21 世紀臺灣觀光發展新戰略」，行政院並據以核定觀光產業為國家之重要策略性產業，臺灣的觀光發展邁入新里程碑。根據世界旅遊觀光委員會（World Travel and Tourism Council, WTTC）發布的統計資料顯示，2018 年全球觀光產業對 GDP 的貢獻率為 10.4%，創造 3.19 億個工作機會，占全球總就業人口的十分之一。而 2017 年臺灣觀光產業對 GDP 之貢獻率為 4.3%，創造 58.4 萬個就業機會，雖不及全球之平均數¹，但觀光產業維繫地方社經發展扮演的重要角色已不容忽視。

放眼未來十年觀光產業對我國社經發展的綜效價值，包括量化的核心價值及非量化的衍生價值；其屬核心價值的有：吸引外人觀光賺取外匯、提供就業機會安定社會、創造產值貢獻國家 GDP，而衍生的價值則有：改善城鄉環境美麗臺灣、協助地方創生活化偏鄉、行銷臺灣提升國家形象、宣揚臺灣多元文化內涵、增廣國民見聞臻進幸福等。

觀光政策白皮書之目的在「期望觀光之施政，由理念架構之研提，至政策、策略、措施之擬訂，最後落實為相關行政機關實際推動觀光施政之執行與預算編列的依據」。本政策白皮書之內容架構分為：壹、緒論：說明觀光之重要性、核心價值、政策白皮書研擬過程等；貳、背景篇：說明國內外觀光環境之變遷，以及回顧臺灣 21 世紀觀光政策；參、課題篇：探討觀光發展之過程與現況，審視內外環境變遷趨勢，界定觀光發展的課題；肆、政策與策略：訂定政策主軸與策略，解決觀光發展課題；伍、展望篇：設定觀光發展願景與 2030 年發展目標。政策主軸分 6 大項：一、組織法制變革；二、打造魅力景點；三、整備主題旅遊；四、廣拓觀光客源；五、優化產業

¹臺灣觀光產業占整體 GDP 之比例雖僅 4.3%，低於香港、澳門、新加坡、日本等國家，此乃各國產業結構、觀光發展階段與規模、觀光容載程度有所不同，例如：觀光大國的美國，亦僅 7.7%，因此應多方考量以作為未來觀光發展之參據。

環境；六、推展智慧體驗，共計提出 23 項策略及 36 項重點措施（詳見附錄一）。

《Taiwan Tourism2030 台灣觀光政策白皮書》以「觀光立國」為國家發展觀光產業之願景，揭示「觀光主流化」的概念，希望政府各部門之施政將觀光列為重心，協力推動觀光發展。惟 2020 年 1 月起，各國陸續爆發新冠肺炎疫情，重創全球觀光產業，我國透過超前部署嚴謹防疫，疫情受到穩定控制，進而規劃防疫踩線旅遊、安心旅遊及國際觀光三階段之觀光旅遊復甦振興計畫，後續將以臺灣穩定的疫情做為最佳的國際行銷，積極爭取國際來臺市場復甦及成長機會，讓臺灣從「防疫大國」成為「觀光大國」。

至 2030 年發展目標，於 2019 年 12 月 16 日召開 Taiwan Tourism 2030 全國觀光政策發展會議，訂定 2030 年將達到來臺觀光人數 2,000 萬人次、國民旅遊 2.4 億人次、觀光總產值（消費金額）新臺幣 1.7 兆元之目標；因受新冠肺炎疫情影響，檢討調降目標值，期 2030 年來臺旅遊人數、國民旅遊人數及觀光總產值（消費金額）分別逾千萬人次、2 億人次及新臺幣 1 兆元。

二、觀光政策白皮書研訂過程

本觀光政策白皮書通盤檢視 2002 年首部「觀光政策白皮書」及 2000 年迄今的觀光政策執行成效，參考全球及亞洲鄰近國家觀光發展趨勢，透過資料彙整、國內外案例蒐集，以整體觀光發展規劃角度，並與「觀光升級與轉型前瞻計畫」鏈結，設定臺灣觀光願景與目標，盤點產業供給及需求面向的現況及課題；而為加強產、官、學、研之溝通交流，確實達到社會參與及政策溝通之目的，透過與觀光相關專家學者召開北中南東座談會及多場次諮詢會議，由下而上凝聚產、官、學、研等相關部門共識，擘劃臺灣永續觀光計畫及發展願景，規劃 2020 - 2030 年長期發展藍圖，同時擬訂下一階段（2020 至 2025 年）觀光發展計畫（圖 1）。未來觀光發展政策的擬訂，應參酌本「觀光政策白皮書」所制定之政策，依序研擬發展策略、措施與執行計畫，並納入 PDCA（Plan-Do-Check-Act）滾動式檢討的機制，持續修正俾臻完善。

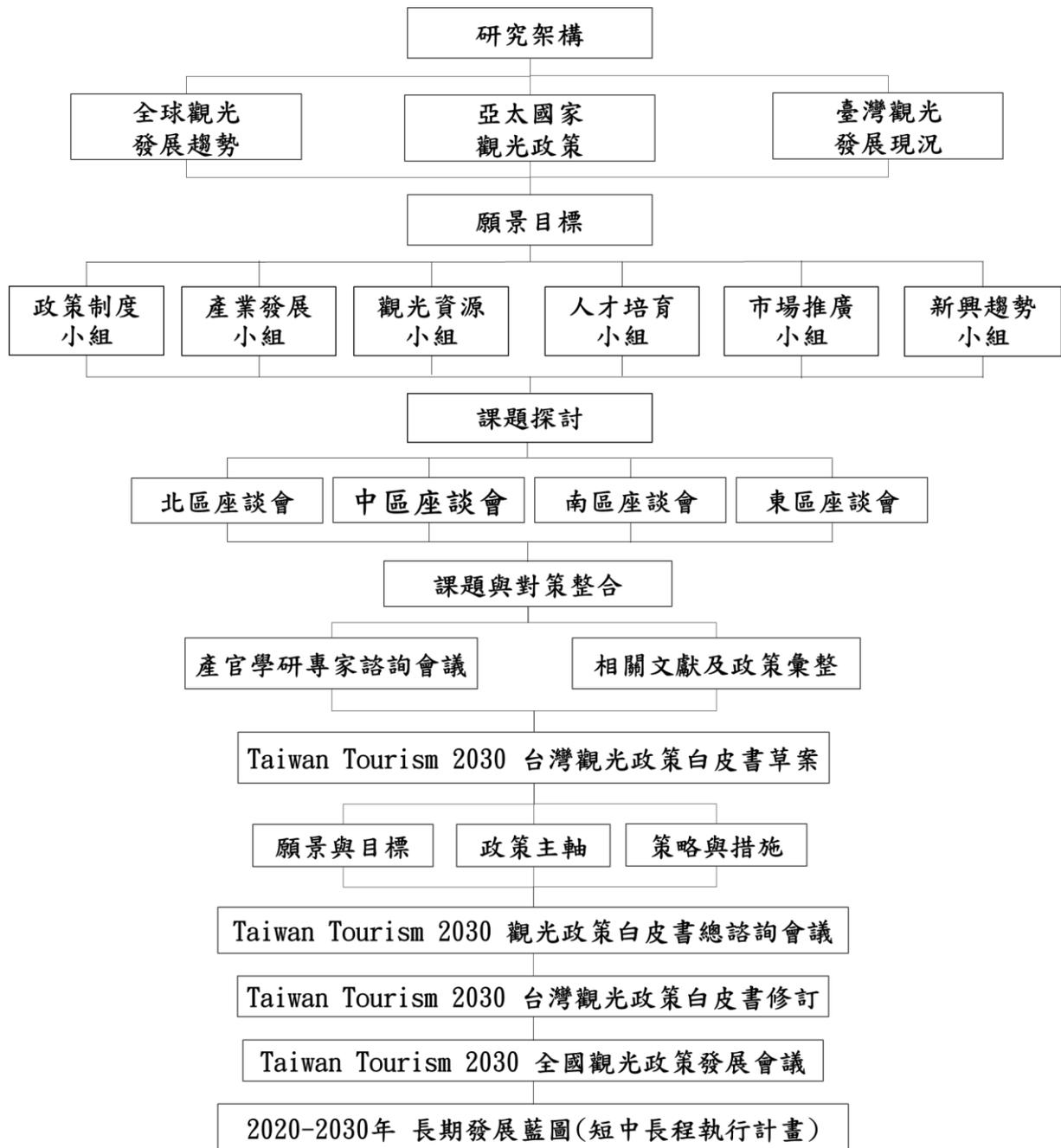


圖 1 Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書研訂架構

本觀光政策白皮書自 2019 年 2 月起著手研擬，分別與觀光相關產業代表、公協會代表、縣市政府觀光局（處）首長及觀光學系教授等專家學者召開一系列諮詢研商會議（圖 2）。

（一）召開公協會代表諮詢會議

2019 年 4 月起，陸續與台灣觀光協會董事及觀光相關公協會代表

召開諮詢會議，與會代表包括旅行業、旅宿業、航空業、精品購物業、觀光遊樂業、郵輪業、遊覽車業、觀光工廠、生態旅遊及休閒農業，廣泛蒐集各方建言；而為廣納觀光公協會代表之建言，更於 11 月辦理 3 場交通部長與觀光產業座談會議。

(二)召開北中南東分區座談會

2019 年 5 月，又於高雄、花蓮、臺中及臺北召開 4 場專家學者座談會，並配合設定之議題架構，就政策制度、產業發展、資源整備、人才培育、市場推廣等議題廣泛討論。各場次皆有地方政府、公協會、業者及大專院校教授等觀光專業人士參與，針對觀光發展各面向議題提出建言。透過 4 場座談會的溝通交流，匯聚產、官、學對未來十年臺灣觀光發展的政策建言。

(三)召開縣市觀光局處首長、學者及專家諮詢會議

為聽取地方政府觀光局（處）及觀光相關學系教授對於觀光資源盤點與整備之建言，2019 年 8 月辦理縣市政府觀光局（處）首長諮詢會議，共有 14 個縣市政府出席與會；再於 8 月底召開學者諮詢會議。而為完備「區域觀光」及「永續觀光」領域之具體作法，另於 2020 年 3 月特再邀請專家學者與會專家諮詢會議。

(四)召開總諮詢會議

2019 年 11 月 18 日邀集全國觀光相關產業約 150 名產官學研代表齊聚一堂，召開「Taiwan Tourism 2030 觀光政策白皮書總諮詢會議」，就未來十年臺灣發展觀光的施政主軸、策略與措施依議題類別分別逐一說明與討論，並於最後進行綜合討論以凝聚共識。

(五)召開全國觀光政策發展會議

2019 年 12 月 16 日邀請蔡英文總統、行政院張景森政務委員、交通部林佳龍部長、台灣觀光協會葉莉蘭會長及全國觀光產官學界 300 多位菁英共同出席「Taiwan Tourism 2030 全國觀光政策發展會議」，期以創新思維、務實作法，解決當前觀光產業發展課題，共創臺灣觀光產業發展榮景。

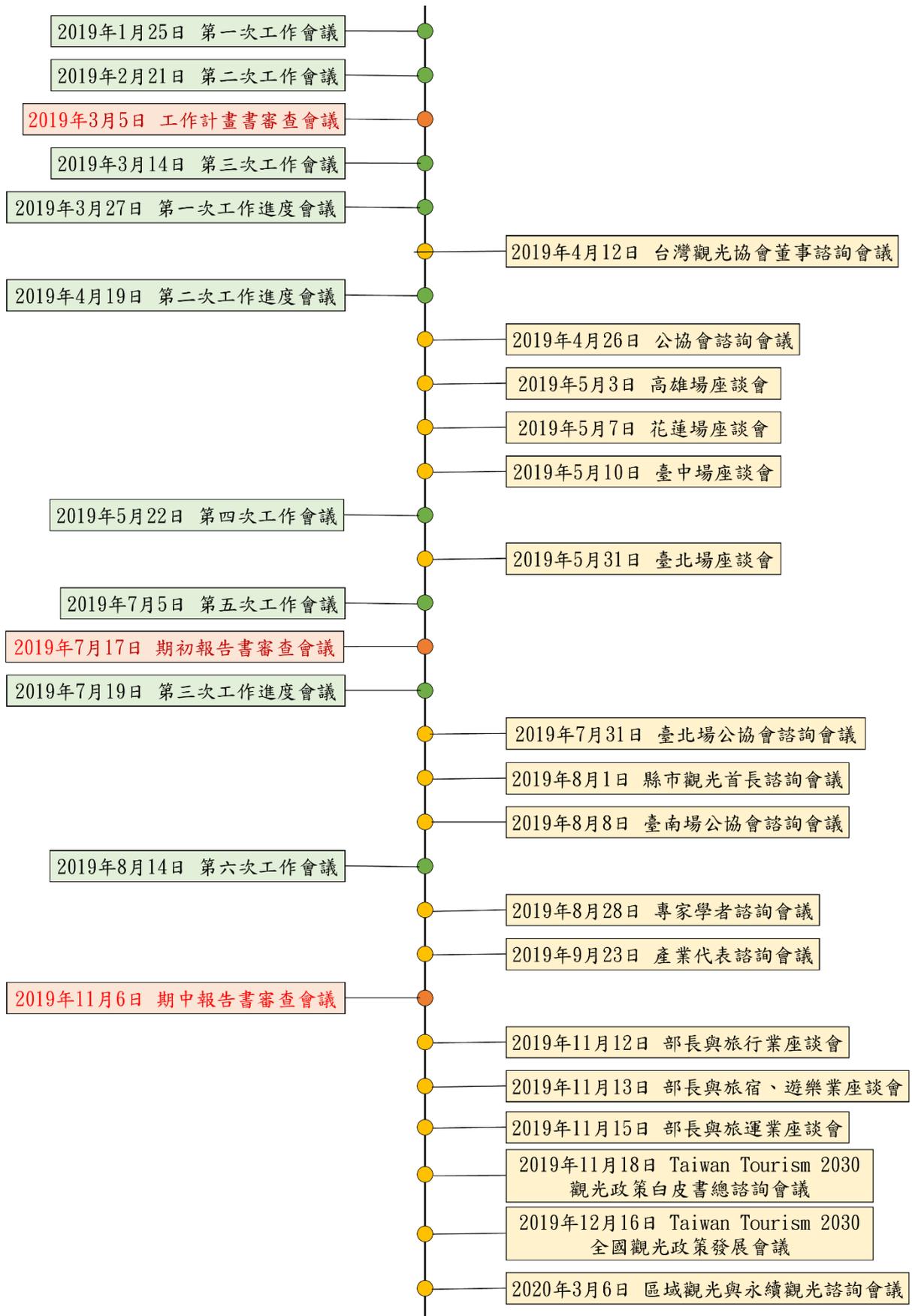


圖 2 歷次工作會議及諮詢會議召開過程

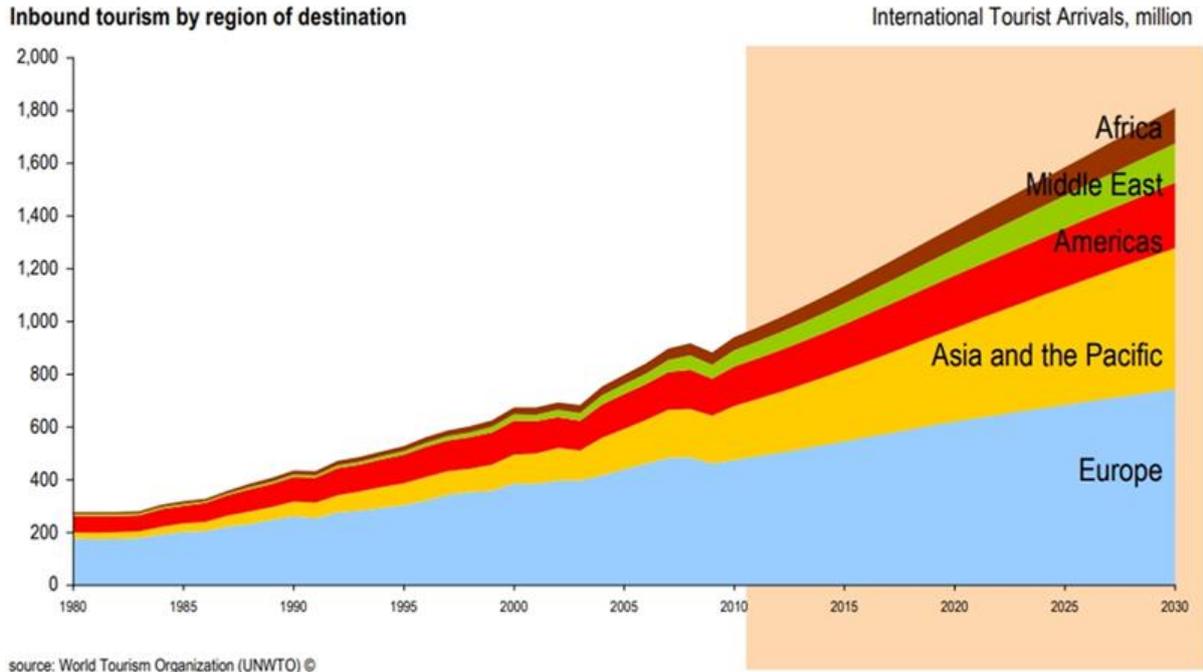
貳、背景篇

一、國際觀光發展概況與趨勢

(一) 全球觀光發展概況

觀光旅遊業被視為經濟發展的動力引擎，亦是最具社會經濟指標的產業。依據世界旅遊觀光委員會(WTTC)報告顯示，觀光旅遊業在2018年以3.9%成長率，成為全球成長最快的第2個行業，僅次於製造業的4%，對全球經濟的貢獻達到8.8兆美元，提供3.19億個職位，相當於全球GDP的10.4%，全球就業總數的十分之一。WTTC同時預測至2029年，觀光旅遊業仍將突飛猛進，預計在全球再創造約1億個工作機會，達到4億2,100萬個工作機會，屆時，觀光旅遊產業的GDP將占全球GDP的11.5%。

根據聯合國世界觀光組織(United Nations World Tourism Organization, UNWTO)2020年報告統計，2019年全球國際旅遊人數成長3.8%，總計達15億人次，較UNWTO於2010年發布的趨勢報告預測「2020年達14億人次之目標」提前達標。全球國際旅遊人數成長的主要原因包括：全球經濟成長促使客源市場產生大量的出境旅遊需求、航班增加帶來的交通便利，以及簽證辦理方式的簡化等。UNWTO預測2010年至2030年間，全球國際旅遊人數年平均成長率約為3.3%，2030年將往上攀升至18億人次(圖3)；亞太地區國際旅遊人數年平均成長率為4.9%，2030年將達5.35億人次，約占全球29%。



source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

資料來源：UNWTO (2018). UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends – 2018 Edition.

圖 3 2030 年國際旅客成長與預測

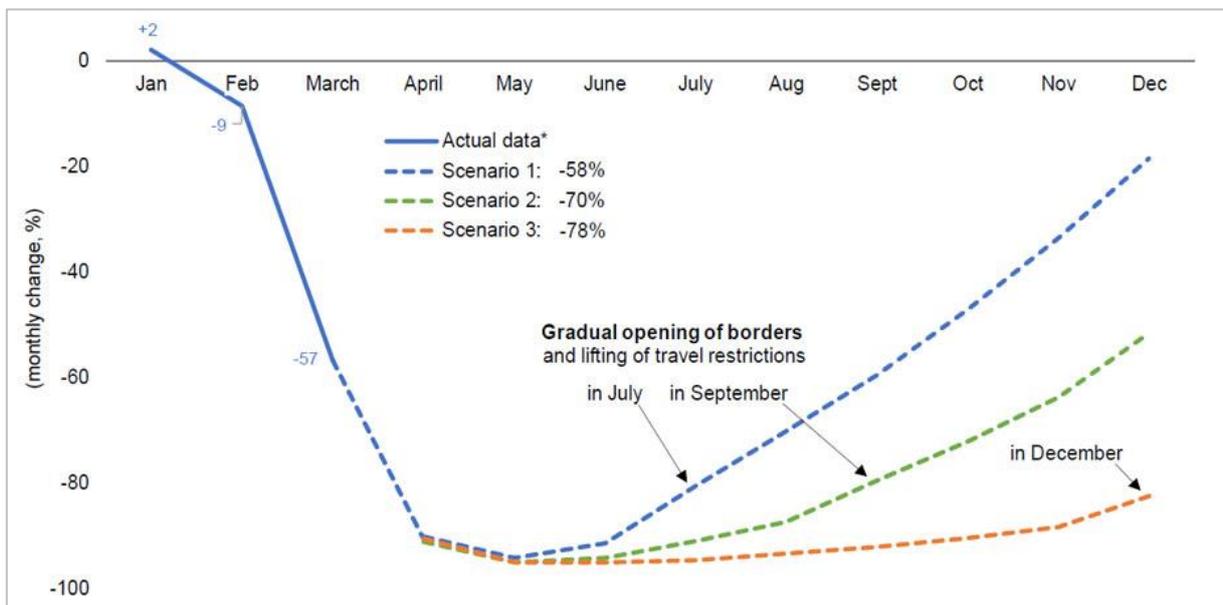
在國際觀光收入部分，2019 年全球觀光收入達 1.73 兆美元；其中，亞太地區國際觀光收入 4,437 億美元，占全球收入 30%，顯見亞太地區之觀光發展動能強勁；而身為全球最大的旅遊目的地，歐洲地區國際觀光收入達 5,741 億美元，占全球收入 39%。隨著世界旅遊經濟快速發展，新興經濟體國家地位不斷提升，旅遊發展成長速度明顯高於已開發國家。在全球旅遊板塊中，歐洲雖仍居龍頭，但占比逐漸縮小；美洲、非洲及亞太保持穩定；中東地區成長速度最快。

(二) Covid-19 疫情爆發對國際旅遊的影響

1. Covid-19 疫情之影響

2020 年初，新型冠狀病毒 (Covid-19) 疫情爆發並蔓延全球，且觀光旅遊業是 COVID-19 疫情受災最嚴重的產業之一，其影響除旅遊供給面外，也同時影響需求面，世界各國祭出了出境限制和航班取消 / 減班措施，大幅度減少了國內和國際的旅遊服務，而旅客需求也持續減少。隨著各國疫情發展持續升溫，UNWTO 針對

COVID-19 疫情爆發對國際旅遊影響評估報告指出，COVID-19 疫情使全球陷入停擺，對全球的生活、經濟、社會等產生了無法預見的影響，全球經濟衰退和大量失業的風險逐漸提高。依據 UNWTO 於 2020 年 5 月 7 日更新的最新動態，估計 2020 年全球旅遊人數可能會下降約 60% 至 80% (減少 8.5 至 11 億人次)，將導致全球旅遊收入損失 9,100 億至 1.2 兆美元。在最佳情況下，若 2020 年各國旅遊限制 7 月初開始鬆綁，則今年國際旅遊人次可能只會萎縮 58%；若各國旅遊限制 9 月初才解除，則萎縮幅度將達 70%；若直到 12 月初才放寬旅遊限制，則萎縮將達 78% (如圖 4)。



資料來源：UNWTO (2020). International tourist numbers could fall 60-80% in 2020. Retrieved from <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

圖 4 UNWTO 評估 2020 年國際旅遊人數在 3 種情況下之變化趨勢

在這波疫情中，勞力密集度高的觀光業受到重創，上百萬個工作面臨危機。2020 年第一季全球國際旅客人次平均下降 22%，更因為許多國家實施禁足令、旅遊限制、關閉機場及國家邊界的關係，3 月份的全球國際旅客人次驟降 57%，共損失約 6,700 萬國際旅客人次與 800 億美金的觀光收入。受疫情影響，2020 年 1 至 3 月間，疫情最嚴峻的亞太地區中，國際旅客人次減少 3,300 萬，而當時疫情相對和緩的歐洲，也減少了 2,200 萬國際旅客人次。

COVID-19 疫情大流行使得旅遊停滯，並造成經濟大幅損失。世界旅遊觀光委員會（WTTC）預計，截至 2020 年 4 月 24 日，全球觀光旅遊業將損失超過 1 億個工作機會，並導致全球經濟 GDP 急遽損失總額達 2.7 兆美元；疫情對全球和國家經濟的影響程度將視大流行持續多久、社會對企業的距離限制的嚴重程度，以及政府刺激計畫的規模和有效性等因素影響。

世界經濟論壇（WEF）於 2020 年 4 月 14 日對於新型冠狀病毒（Covid-19）疫情後之經濟復甦情形預測，引用路透社邀請 50 多位經濟學家提出 5 個復甦預測模式，其中，最有可能之結果為「U 型復甦模式」，因這次疫情使經濟萎縮程度比 2008-2009 年影響更快、更深，因此復甦需要花費超過兩季的時間，當疫情緩和且各國解除鎖國後，疫情對於經濟的影響將持續一段時間。

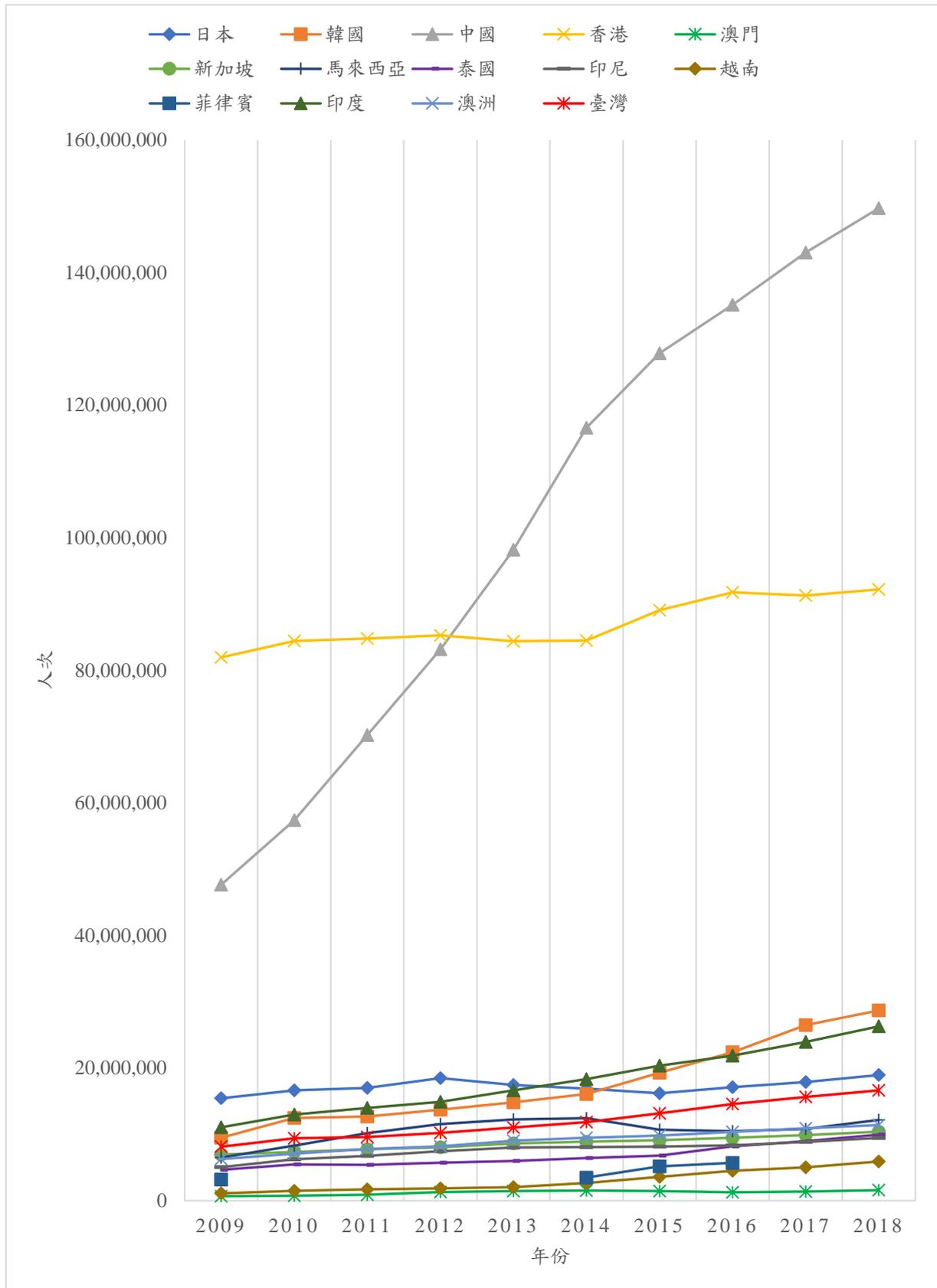
2. Covid-19 疫情後觀光旅遊業的未來趨勢

當疫情逐漸趨緩後，國際旅遊限制仍可能持續存在著，各國為支持自己國內的觀光旅遊業，可能採行有目的地限制出境旅遊，並鼓勵以當地的觀光旅遊作為替代。因國內旅遊不受限於邊境開放政策，目前預計國內旅遊將替代國外旅遊需求，對於以觀光外匯收入為主的國家來說是一大影響。此外，在疫苗出現之前，各國不敢輕易開放國家邊界。依據 CNN 分析指出，短期來看，未來旅遊業會先以區域性「旅遊泡泡(travel bubble)」或是「旅遊走廊(travel corridor)」的概念發展。紐西蘭和澳洲已經準備建立一個旅遊泡泡，讓人們可以安全地互通往來；而歐洲受冠狀病毒大流行影響最輕微的地方，將打造旅遊走廊，可能為歐洲旅遊業的復甦鋪路；此外，捷克也正在考慮與斯洛伐克和克羅埃西亞建立走廊計畫；愛沙尼亞、拉脫維亞和立陶宛將自 2020 年 5 月 15 日開始為這 3 個國家的公民開放內部邊界；越南和泰國也考慮在未來幾個月建立一個旅遊走廊。

(三) 亞洲觀光發展概況

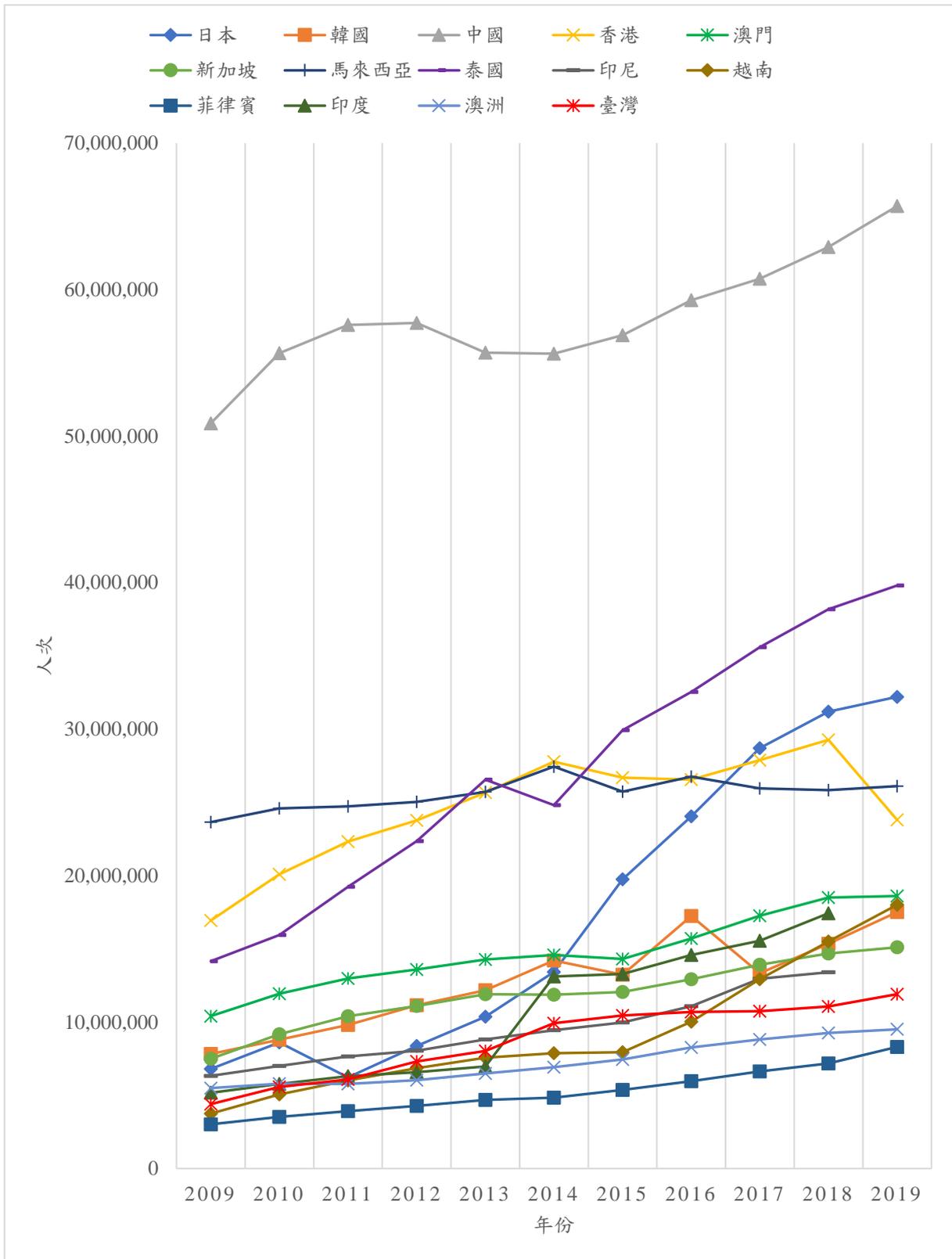
亞太地區總人口約 42 億人，占全球 56%。因經濟快速成長、航線大幅增加、旅行便利化和促銷活動等因素，促進了亞太地區內及與其他地區間的國際觀光。2019 年國際旅客人數達 3.6 億人次，較 2018 年成長 3.7%，而 2019 年締造 4,437 億元之觀光外匯收入，占全球收入 30%，為全球成長最多的地區。亞太地區發展動能的強勁以及亮眼的表現，可由 UNWTO 對 2019 年亞太地區入境旅客人次及觀光外匯收入統計得知，2019 年亞太地區入境旅客人次，進入世界排名前十的地區為：中國（6,570 萬人次）、泰國（3,980 萬人次），觀光外匯收入進入世界排名前十的國家為泰國（605 億美元）、日本（461 億美元）、澳洲（460 億美元）及澳門（395 億美元）。

依據 UNWTO 統計，2018 年出境人次中國 1.49 億、香港 9,221 萬、韓國 2,869 萬、印度 2,629 萬、日本 1,895 萬、臺灣 1,664 萬、馬來西亞 1,216 萬、澳洲 1,140 萬、新加坡 1,040 萬、泰國 996 萬、印尼 946 萬、越南 591 萬、澳門 157 萬；而在入境人次方面，2019 年入境人次中國 6,570 萬、泰國 3,980 萬、日本 3,220 萬、馬來西亞 2,610 萬、香港 2,380 萬、澳門 1,860 萬、越南 1,800 萬、韓國 1,750 萬、新加坡 1,510 萬、臺灣 1,190 萬、澳洲 950 萬、菲律賓 830 萬。亞太國家近十年出境及入境旅客人次趨勢如圖 5、圖 6。



資料來源：UNWTO. Compendium of Tourism Statistics 2008-2020 Edition.

圖 5 2009-2018 年亞太國家出境旅客人次趨勢



資料來源：UNWTO. Compendium of Tourism Statistics 2008-2020 Edition & UNWTO. Volume 18 Issue 2, May 2020, World Tourism Barometer - Statistical Annex.

圖 6 2009-2019 年亞太國家入境旅客人次趨勢

(四) 亞洲觀光組織與政策發展概況

綜整日本、韓國、中國、香港、新加坡、泰國、印尼、馬來西亞及澳洲等鄰近國家之觀光組織與政策發展重點，可導出以下幾點論述：

1. 觀光的政策優先性

儘管各國國情與國力不盡相同，但皆朝向構建觀光發展新模式，促進觀光產業轉型升級，以實現國家觀光戰略之政策方向。日本面對全球化趨勢與國內經濟增長力道長期疲弱之際，於 2003 年由當時的首相提出「觀光立國」之政策構想，並於 2006 年確立推進「觀光立國基本法」，使日本全國上下對觀光推動能有共識，從中央到地方對觀光發展不遺餘力，更透過觀光資源的重視與開發，將日本地方特色以及旅遊環境進行全面檢視與整備；韓國為了提升觀光之優先性，將全國觀光諮詢會議交由國務總理主持，以宣示對觀光產業之高度重視；而中國的觀光政策更架構於國家 5 年發展計畫，並由國務院發表觀光政策，由最高行政體系整合跨各部會，顯示中國對觀光政策之推動是全面性的；印尼的旅遊部更是直接隸屬於總統，以協助處理旅遊相關之事務。

2. 觀光的組織專責性

各國觀光體制架構朝向跨部會整併與行政法人化，韓國考量觀光、文化及體育具有獨立卻又交疊之特性，將其合併為「文化觀光體育部」，達成跨域整合並改善觀光、文化及體育在事業發展的溝通便捷，並增加部會的行政效率；泰國「觀光體育部」也應運此概念而發展；中國則是整併文化與旅遊領域成立「文化和旅遊部」；馬來西亞則是成立「觀光、藝術和文化部」；而澳洲的觀光部門更是橫跨澳洲投資貿易委員會、澳洲旅遊局及澳洲外交暨貿易部。韓國在「文化體育觀光部」下另設有「觀光公社」、「觀光研究院」，亦如日本國家旅遊局、香港旅遊發展署、新加坡旅遊局皆為行政法人形式成立；換言之，當觀光產業蓬勃發展，行政業務遞增且範疇龐雜以及人事

規模擴張之情況下，採以法人形式優化內部管理流程，賦予組織彈性，選用民間專業人力以提高行政效能。

3. 觀光的市場行銷性

位處亞太地區的鄰近國家觀光市場布局，大多數仍鎖定亞洲已開發及新興地區及中國旅客為主力市場。值得注意的是，香港、韓國及馬來西亞特別將高端富裕族群列為目標市場，以高端消費族群為標的，吸引其青睞；新加坡則是以統計數據區分千禧世代、親子市場、銀髮市場及商務旅客等4個目標市場。社群媒體與數位行銷已為鄰近國家行銷重要且普遍之通路渠道，各國也皆強調並落實運用大數據分析以更精準掌握市場、產品轉型與優化體驗。鑒於網路世代產生訊息量超載與失真的議題，新加坡旅遊局將其功能與角色在行銷宣傳之外加值為新加坡觀光旅遊資訊平台中心，藉此對各國觀光旅遊業者對接即時且準確之新加坡旅遊訊息。同時，新加坡也運用近年最時興之「故事行銷」，透過新加坡當地人的故事，豐富新加坡旅遊內涵，並作為打動外籍遊客之策略。

4. 觀光的社會責任性

中國與泰國的觀光政策皆倡議永續性議題，強調追求觀光發展的同時，也在追求經濟永續與生態永續的平衡點。中國從消費端倡導綠色旅遊，並從供給端強調節能減碳；而泰國則以親環境的綠色旅遊形態，在環保意識永續發展的彰顯下，成為重要觀光主軸，由於泰國觀光產業高度依賴其自然環境，且泰國觀光產業為該國經濟命脈，更為外匯收入主要來源，為鞏固產業根基，泰國對環境永續性的相關政策相當重視，致力追求對生態環境衝擊最小的綠色生態，以達旅遊永續性。韓國在其觀光政策中，特別提及對弱勢者與身障者之觀光權利，是少數亞洲國家將觀光納入社會福利之要項；中國也致力於透過地方觀光帶動偏鄉小鎮脫離貧困之目標。韓國與中國之觀光政策不但啟動並落實「社會觀光」，更賦予觀光發展更多社會責任的價值與意義。

(五) 全球觀光發展趨勢

1. 永續觀光

隨著全球經濟與物質生活改善，世界各國開始關注如何持續繁榮與進步等相關議題，UNWTO 自 1980 年倡導永續觀光發展，並於 2015 年提出「永續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)」，訂定 17 項永續發展目標及 169 項追蹤指標，做為 2030 年前各成員國跨國合作的指導原則。

UNWTO 將永續觀光定義為：「充分考量目前及未來的經濟、社會與環境影響後，落實遊客、產業、環境與當地社區需求的觀光」，並且說明永續觀光應該做到：(一)以最理想的方式使用環境資源是觀光發展的關鍵因素，維持基本的生態過程並保育自然遺產與生物多樣性；(二)尊重在地社區原來的社會文化，維護其過往建立並繼續存在的文化遺產與傳統價值，同時協助不同文化間的理解與寬容；(三)確保切實可行、長程的經濟運作，提供社會經濟福祉給所有的權益相關者，尤其要公平分配，包括對在地社區提供穩定的工作、賺取收入的機會以及各項社會服務，並力求減少貧窮²。

2. 綠色旅遊及綠色認證

綠色旅遊、低碳旅遊是繼生態觀光之後，逐漸受到世人關注的旅遊模式，根據 UNWTO 之定義：「綠色旅遊涵蓋範圍相當廣泛，生態旅遊只是其中極小的一環。舉凡旅遊過程中，透過節能減碳或是使用綠能源的方式都算是綠色旅遊。」UNWTO 預言「綠色旅遊是未來觀光旅遊業的發展趨勢」，此趨勢值得業界重視並採取因應行動。

全球永續觀光委員會(Global Sustainable Tourism Council, GSTC) 乃推動觀光旅遊業綠色認證之主要國際組織³，目前全球約 200 多種

² *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12

³ 全球永續觀光委員會(GSTC)由聯合國環境規劃署(United Nations Environment Program, UNEP)、聯合國基金會(United Nations Foundation)、聯合國世界旅遊組織(UNWTO)與雨林聯盟(Rainforest Alliance)共同組成。

綠色認證標章，關於觀光旅遊業的認證，GSTC 於 2008 年集合 50 多個全球旅遊組織共同研擬出全球旅行與觀光業共同遵守的「全球永續旅遊準則」；2016 年，更進一步修訂頒布「旅遊產業永續準則」，提供整個旅遊產業一個制定永續政策的標準。在旅遊目的地認證方面，2013 年 GSTC 研擬「永續旅遊目的地準則」，並於 2019 年修訂 2.0 版本，以期能讓所有的旅遊目的地，在管理與行銷策略上整合生態環境、古蹟遺址與住民福祉，以達到旅遊地區生活環境的永續發展。而另外一套國際知名的綠色認證工具「綠色旅遊目的地認證」（Green Destinations Awards / Certification），為國際間最具聲譽的永續旅遊目的地認證標章，透過細緻嚴格的 100 項準則規範，評定申請認證之旅遊目的地是否符合國際永續發展指標，認證單位綠色旅遊目的地基金會（Green Destination Foundation, GD）更協同 13 個國際組織每年共同舉辦「全球百大綠色旅遊目的地比賽」⁴。

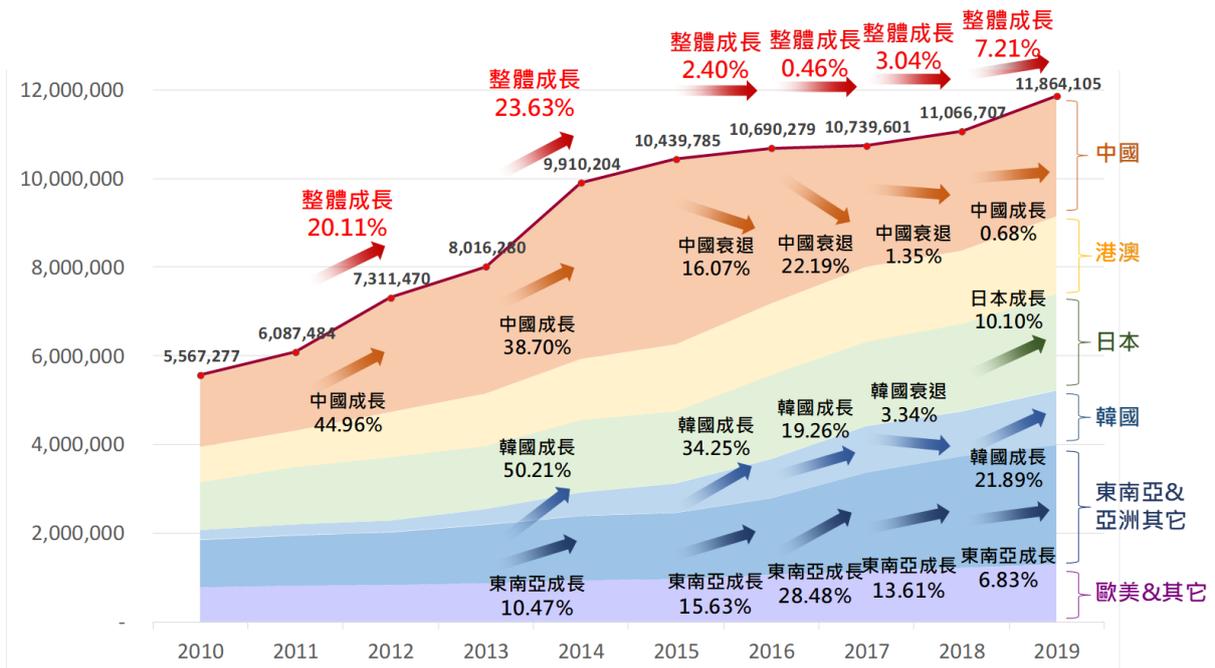
二、國內觀光發展概況與趨勢

（一）來臺旅客與國人旅遊概況

依據內政部移民署統計資料，2019 年臺灣入境旅客人次共計 1,186 萬 4,105 人次，來臺旅客前五名國家／地區為：中國（271 萬人次）、日本（217 萬人次）、香港及澳門（176 萬人次）、韓國（124 萬人次）及美國（61 萬人次），來臺旅客除越南呈現負成長，其他各主要客源市場均呈現正成長（圖 7）。由於新南向政策發揮成效，旅客來源國更加多元，新南向 18 國逐年大幅成長。另依《中華民國 107 年來臺旅客消費及動向調查》，2018 年觀光外匯收入達 137 億 500 萬美元。「美食或特色小吃」與「風光景色」為吸引旅客來臺觀光主因，「購物」、「逛夜市」及「參觀古蹟」為旅客在臺最主要活動。令旅客印象深刻的旅遊經驗以「美

⁴ 「全球百大綠色旅遊目的地比賽」自 2014 年第一屆舉辦，此後自 2016 年至 2019 年每年舉辦，目前共同舉辦比賽的國際組織共 13 個，包括：綠色旅遊目的地基金會（GD）協同德國柏林旅展（International Tourism Exchange Berlin, ITB）、全球生態旅遊聯盟（Global Ecotourism Network, GEN）、國際永續旅行協會（Sustainable Travel International, STI）、澳洲生態旅遊聯盟（Ecotourism Australia）、斯洛維尼亞旅遊局綠色機制（The Green Scheme of Slovenian Tourism）、Bookdifferent.com 旅遊平台、亞洲生態旅遊聯盟（Asian Ecotourism Network, AEN）等國際組織。

味菜餚」、「景點」及「人情味濃厚」居前三名。



資料來源：研究團隊整理

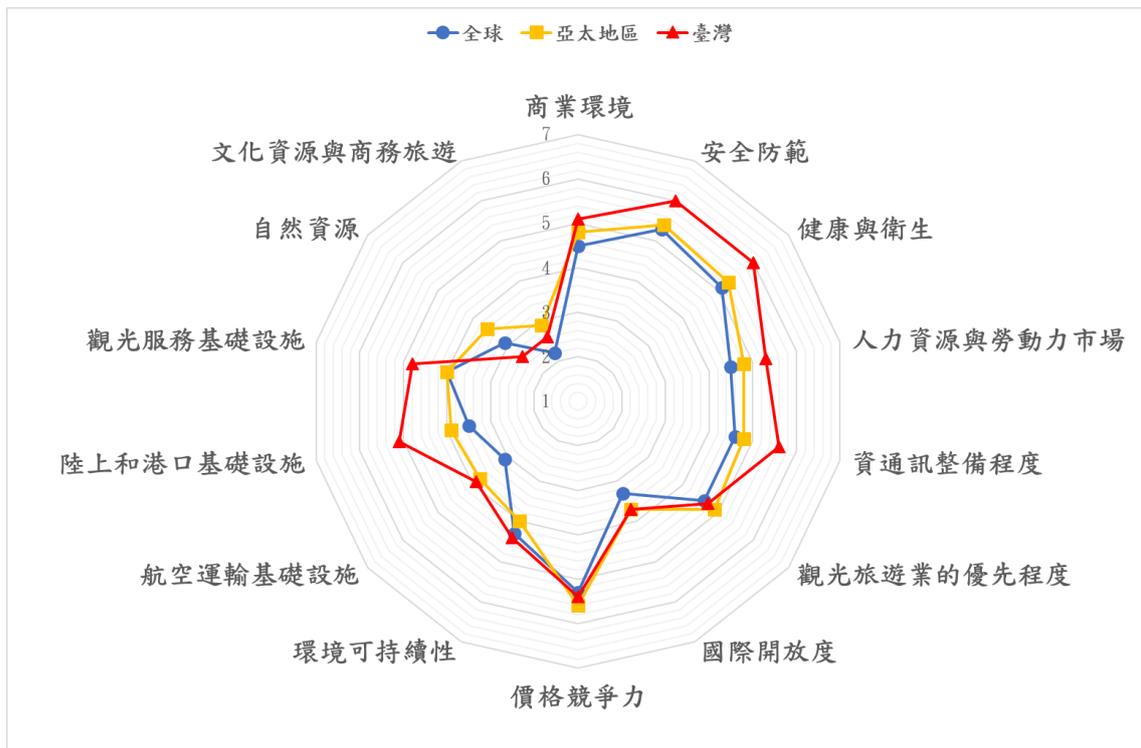
圖 7 2010-2019 年來臺旅客成長趨勢

另依《中華民國 107 年國人旅遊狀況調查》，近幾年國人國內旅遊趨勢，自 2012 年的 1.42 億人次，穩定成長至 2016 年 1.9 億人次的高峰；此後轉為下滑趨勢，2018 年為 1.71 億人次，旅遊收入也由 2017 年新臺幣 4,021 億元，減少至 2018 年的 3,769 億元。此係天然災害、重大意外事件、2018 年下半年大環境經濟疲軟、消費者物價指數全年平均上漲以及廉價航空吸引等因素影響，使得民眾限縮消費、減少國內旅遊次數並傾向選擇出國旅遊。國內旅次中，利用週末或星期日從事旅遊之人次占 56.0%。考慮旅遊地點的因素主要為「交通便利」、「有主題活動」、「沒去過，好奇」及「品嚐美食」等。

依據內政部移民署資料，國人出國總人次自 2009 年 814 萬人次，逐年成長至 2019 年 1,710 萬 1,335 人次，2019 年國人出國目的地，以日本 (28.72%) 最多，其次是中國 (23.65%)，第三名是港澳 (13.29%)。另依《中華民國 107 年國人旅遊狀況調查》，出國旅遊消費總支出由 2009 年新臺幣 3,667 億元，成長至 2018 年新臺幣 8,077 億元。影響國人出國旅遊意願的主要因為「假期長短或時間可以配合」。

(二) 臺灣觀光競爭力

依據世界經濟論壇(The World Economic Forum, WEF)發布之《2019 年全球旅遊與觀光競爭力報告》，臺灣於 140 個評比國家中位居第 37 名(2017 年評比第 30 名)，14 項評比指標之平均分數為 4.3 分。相較於亞太地區的平均分數，我國較具競爭優勢之項目包括安全防範(6.0 分)、健康與衛生(6.0 分)、資通訊整備程度(5.6 分)、人力資源與勞動力市場(5.3 分)、商業環境(5.1 分)、陸上和港口基礎設施(5.1 分)、觀光服務基礎設施(4.8 分)、環境可持續性(4.4 分)、航空運輸基礎設施(3.9 分)⁵；較弱勢之項目有價格競爭力(5.4 分)⁶、觀光旅遊業的優先程度(4.7 分)、國際開放度(3.7 分)、自然資源(2.6 分)及文化資源與商務旅遊(2.6 分)等(圖 8)。報告指出，臺灣觀光旅遊業競爭力下滑的主因為對外簽證政策收緊，影響國際開放度的分數；以及自然保護區指標經重新計算，使得該項目的排名大幅下滑而影響自然資源的分數。



資料來源：WEF (2019). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019

圖 8 臺灣及全球與亞太地區之旅遊與觀光競爭力指標分數比較

⁵ 相較亞太地區於航空運輸基礎設施項目的平均分數 3.8 分，臺灣的分數為 3.9 分，在亞太地區排名第 11 名，較有優勢。

⁶ 相較亞太地區於價格競爭力項目的平均分數 5.6 分，臺灣的分數為 5.4 分，在亞太地區排名第 13 名，較為弱勢。

三、21 世紀觀光政策回顧

(一) 政策沿革

21 世紀臺灣重要觀光政策沿革與發展脈絡如圖 9 所示。概要為：

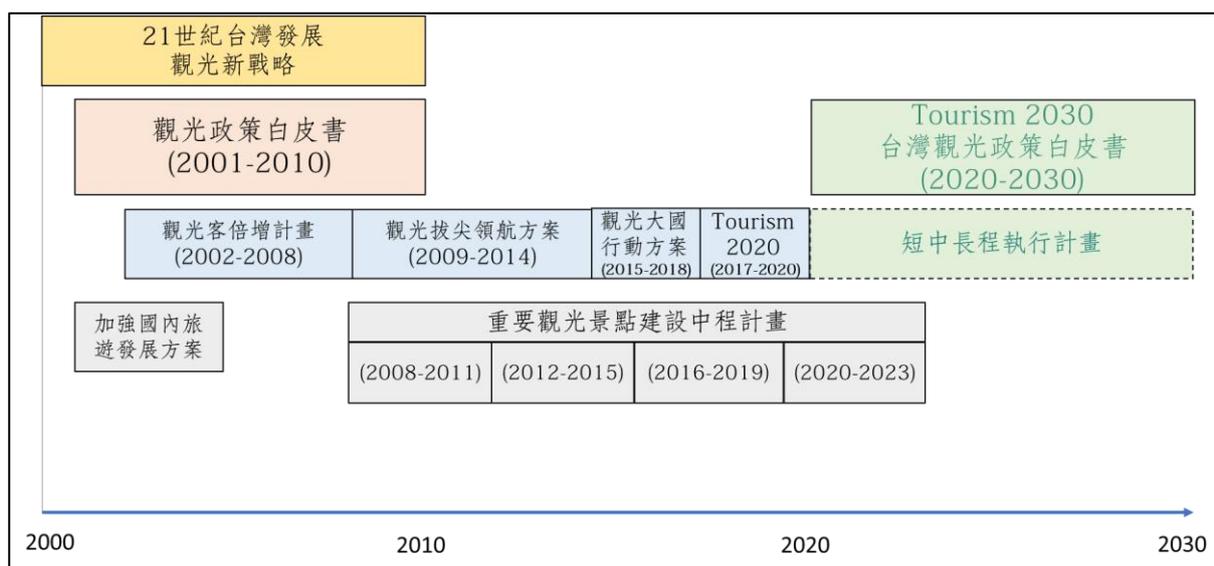
1. 2000 年交通部觀光局擬訂《二十一世紀臺灣發展觀光新戰略》，宣示以打造臺灣成為「觀光之島」為目標，行政院並核定觀光產業為國家重要之策略性產業。
2. 2001 年行政院經濟建設委員會（現為國家發展委員會）全面實施週休二日，訂定《國內旅遊發展方案》，推出「週週有活動、月月有盛會」及國民旅遊卡⁷等措施，冀以激勵國民旅遊，活絡全臺各地之觀光。
3. 2002 年交通部核定觀光局所擬觀光政策白皮書，以「打造臺灣成為觀光之島」為目標，擬訂 2 項觀光政策發展主軸，即供給面建構多元永續與社會生活銜接的觀光內涵；市場面採取行銷優質配套遊程的策略，致力發展臺灣之國際觀光市場。
4. 2002 年行政院推出《挑戰 2008：國家發展重點計畫》，將《觀光客倍增計畫》納為 10 項國家重點投資計畫之一，目標是 2008 年來臺旅客達到 500 萬人次。為達此目標，觀光建設以「顧客導向」思維、「套裝旅遊」架構、「目標管理」手段，選擇重點、集中力量，有效進行整合與推動。
5. 2008 年行政院規劃推動「六大新興產業⁸」，「觀光旅遊」為其中之一，交通部觀光局乃配合研訂《觀光拔尖領航方案》，以「發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入」為目標，自 2009 至 2014 年編列 300 億元觀光發展基金逐年推動。另為提升國家風景區觀光

⁷ 「國民旅遊卡」從 2003 年起實施，為政府提供給軍公教人員的旅遊補助信用卡，發行目的是為了節省國家人事費並促進國內觀光。國民旅遊卡含括減少失業率、降低社會問題、獎勵公務人員休閒與旅遊等多重功能，藉以落實發展國內觀光旅遊事業與觀光客倍增計畫。

⁸ 為因應高能源價格、氣候變遷、人口老化等趨勢，政府選定生物科技、精緻農業、綠色能源、醫療照護、觀光旅遊、文化創意等六大新興產業，從多元化、品牌化、關鍵技術取得等面向，由政府帶頭投入更多資源，並輔導及吸引民間投資，以擴大產業規模、增加就業機會，創造下一波產業契機。

景點服務品質，研訂《重要觀光景點建設中程計畫》，以4年為一期程，落實「集中投資、景點分級」理念，全方位提升旅遊品質及接待能量。

6. 2012年行政院提出「黃金十年 國家願景」計畫，提出「觀光升級：邁向千萬觀光大國」之願景，交通部觀光局修訂《觀光拔尖領航方案》，之後擬訂《觀光大國行動方案》，政策主軸包括四個面向：優質觀光、特色觀光、智慧觀光、永續觀光。自2015至2018年編列168億元逐年推動。
7. 2017年UNWTO訂為「國際永續觀光發展年（International Year of Sustainable Tourism Development）」，強調觀光產業在環境面、社會面及經濟面永續發展之思維，交通部觀光局爰提出《Tourism 2020—臺灣永續觀光發展方案》，秉「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」為核心目標，推出5大執行策略：開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光、推廣體驗觀光等落實方案之執行。
8. 2020年，由於新冠肺炎疫情嚴重衝擊觀光運輸產業之營運，交通部對此提出紓困、復甦與振興及轉型升級方案（詳見附錄二），提供營運損失救濟、營運支持及減輕營運負擔，協助觀光及交通運輸產業紓困；觀光產業復甦及振興方案，包括國內旅遊、國際旅遊、旅遊景點優化，協助觀光產業提升競爭力；升級與轉型前瞻計畫，則就推動建設國際級景點及觀光標誌改造計畫、主題旅遊年、智慧觀光等方向著手。



資料來源：本研究整理

圖 9 臺灣 21 世紀觀光政策沿革

(二) 實施成效

臺灣的觀光政策，自交通部於 2000 年發表「21 世紀台灣發展觀光新戰略」迄今整整 20 年，期間的政策重點已如前述；這 20 年來翻轉了推動觀光的思維，也奠定臺灣觀光發展的基石，觀光的版圖也從邊陸地帶漸次的移向中堅要塞，尤其，更以「質量優化價值提升」為核心理念，推動智慧觀光、體驗觀光、綠色旅遊，引領觀光產業邁向「價值經濟」的新時代，全面提升臺灣國際觀光競爭力，實現成為友善、智慧、體驗、永續的「亞洲旅遊重要目的地」願景。綜上所述，21 世紀觀光政策主要成效如下：

1. 以「供給面」及「市場面」思維擬定施政策略，除完善基礎建設、健全產業環境，建構友善旅遊環境，並迎合國內外市場需求塑造特色產品，廣拓觀光市場。
2. 施政勇於作為，大幅增加觀光相關預算，尤其是國際宣傳推廣。整體觀光預算從 2000 年的新臺幣 7 億元提升到 2019 年的新臺幣 64.16 億元，成功促成國際入境旅客大幅成長，從 2000 年的 262 萬人次，到 2019 年的 1,186 萬人次，並自 2015 年起連續 5 年突破千萬人次。

3. 以「使用者」的角度，建置日益完善的旅遊資訊服務體系，例如：0800 免費旅遊諮詢服務專線、廣設旅遊資訊服務據點（旅客服務中心、旅遊服務中心、遊客中心、借問站）、多語言文宣及網站、台灣好玩卡及台灣觀光資訊資料庫，提供旅客需要的交通、食宿、景點及購物等資訊及便捷的服務。
4. 突破單一景點建設，啓發以「旅遊線」、「區塊鏈」概念，以「觀光」做為整合平台，整合資源集中經費，並實施國際及國內旅遊之景點分級策略，透過跨域、串連點線面的食宿、交通、景點，進行開發建設。目前的大東北角遊憩區、日月潭九族纜車及環潭遊憩區、大鵬灣遊憩區、花東景觀廊道、水金九、臺東鐵花村等都是典型例子。
5. 引進企業經營理念，以顧客導向包裝旅遊產品，建置「台灣觀巴」（截至 2019 年 12 月，已輔導 21 家業者營運 83 條以上套裝旅遊行程）、「台灣好行」（截至 2019 年 12 月，營運路線 49 條、套票 133 種）、台鐵「觀光列車」、「郵輪式列車」等。
6. 啓動臺灣觀光品牌行銷—「Touch Your heart」、「The heart of Asia」，並廣設海外辦事處（由 2000 年 10 處增至 2019 年 15 個駐外辦事處及 8 個服務處）。
7. 建置全國自行車道系統（目前共有 1,691 條自行車道）及國家自然步道系統（目前共有 136 條國家自然步道），整合自然遊憩據點，提供多樣性的遊憩體驗。
8. 培育觀光產業關鍵人才，提升中高階主管專業職能，並赴國外觀摩實務，亦編撰教案、個案教材及推動數位化學習，提升國際競爭力。
9. 開辦「旅館品質提升計畫」，輔導旅館業者置入設計概念更新軟硬體設施（備），提升整體住宿品質，鼓勵業者參與星級旅館評鑑及加入國際連鎖品牌；另外，針對民宿推動好客民宿之認證（截至 2019 年 12 月，共有 446 家旅館通過星級評鑑、1,056 家民宿獲好客民宿認證）。

10. 為推廣體驗觀光，推動各年度主軸：2017 生態旅遊年，推出 42 條優質生態體驗行程，東北角、日月潭榮獲全球百大綠色旅遊目的地；2018 海灣旅遊年，推出 35 條路線，海灣宣傳影片獲柏林旅展三項殊榮；2019 小鎮漫遊年，推出 40 個小鎮；2020 脊梁山脈旅遊年，推出 5 大登山經典路線及 7 條山脈旅遊路線，並推出 30 個經典小鎮（含 20 個山城小鎮）

參、課題篇

一、觀光行政組織與法規制度

一個國家成立觀光行政組織之宗旨，在於有系統的推動和發展觀光事業，將觀光事業發展置於國家政策、國土規劃及資源管理的架構下。我國觀光事業之行政體系，在中央，係由交通部觀光局及交通部下設路政司（觀光科）主政；在地方，6 個直轄市及 16 個縣市政府皆設有專責觀光之局處，推動觀光建設暨行銷推廣業務。另行政院設置觀光發展推動委員會，協調解決跨部會有關觀光發展之課題。交通部觀光局目前設有企劃組、業務組、技術組、國際組、國民旅遊組及旅宿組等 6 個業務單位，同時轄管 13 個國家風景特定區，並分別設置管理處。此外，在桃園國際機場及高雄國際機場設有旅客服務中心，在臺北市設有旅遊服務中心，在臺中市、臺南市、高雄市設有服務處，服務國內外旅客。同時，交通部觀光局在海外主要國家地區設有 15 個駐外辦事處及 8 個服務處，執行國際觀光宣傳攬客業務。考量現行交通部觀光局主司觀光資源開發、觀光產業管理、國際觀光行銷、國民旅遊推廣等業務，轄管龐雜及繁重，爰擬藉政府組織改造，修編觀光局位階為「觀光署」，兼負政策擬訂與執行，以全面整合觀光資源，改善臺灣的觀光環境。

觀光發展之經費主要來源為公務預算及觀光發展基金。觀光發展基金之設置，係依據行政院觀光發展推動小組（民國 91 年 7 月改為行政院觀光發展推動委員會）民國 86 年 8 月 22 日第 9 次會議決議設置，目前則統合在「交通作業基金」，依《交通作業基金收支保管及運用辦法》執行，明定觀光發展基金之經費來源為機場服務費、國家風景區管理處之收益等，並用於國家風景區之興建與維護、補助地方政府觀光設施之興建與維護、國內外行銷宣傳等用途。觀光發展基金以分配於觀光發展用之機場服務費為主要財源，而機場服務費分配比例迭有更易，目前比例係 50%，明訂於《國際機場園區發展條例施行細則》第 7 條。惟觀光發展基金因近幾年的國旅補助、地方建設補助、受 COVID-19 疫情影響導致機場服務費大幅減少，以及為觀光產業所規劃的紓困振興措施等，致使觀光發展基金收支失衡造成財務短缺。在目前觀光發展基金短缺之情況，應增加年度公務預算以為因應，並通盤檢討觀光發展基金收支制度並予法制化，同時研議調整機場服務費之

名稱，避免誤解其用途僅限於機場服務設施。

觀光行政主要法規，從 1969 年 7 月公布施行《發展觀光條例》，授權交通部訂定《旅行業管理規則》，1980 年授權交通部訂定《觀光旅館業管理規則》⁹及《風景特定區管理規則》，另於 2001 年 11 月修正《發展觀光條例》時，授權交通部另訂《旅館業管理規則》、《民宿管理辦法》與《觀光遊樂業管理規則》，統一旅館業之管理法令，並將民宿正式納入住宿體系，及增訂觀光遊樂業之業別，使旅宿業及觀光遊樂業之輔導管理邁入新的里程碑。觀光法規雖然以《發展觀光條例》及其授權訂定之子法為主軸，但觀光資源之管理尚涉及諸多部會主管之法規，如《國家公園法》、《森林法》，以及有關溫泉開發使用之《溫泉法》等。我國的觀光法規，迄今已有數十年歷史，產出之法規不知凡幾，然而，觀光法規之修訂較無一套完善的修法機制，期未來法規應能有定期檢討的規劃；即使是為因應偶發事件所為的法規修正，亦能就法規其他不合時宜的條文一併檢討修正¹⁰。

現有觀光組織及法規制度，面臨下列主要議題待解決：（一）交通部觀光局層級不足，現有組織亟需因應觀光發展需要予以調整升級；（二）國際觀光行銷組織及機制亟待調整；（三）觀光數據統計及分析之即時性有待加強，俾做為政策擬訂參據；（四）行政院觀光發展推動委員會層級須提高，以發揮更大之跨部會協調功能；（五）現有觀光法規以管理為主，應朝強化興利內涵；（六）目前觀光發展基金出現缺口，宜有因應對策。

二、觀光資源整備與管理

觀光資源大致上分為自然資源與人文資源兩大類，我國自然觀光資源管理機關多元，包括內政部營建署、交通部觀光局、農業委員會、農業委員會林務局及國軍退除役官兵輔導委員會，分別管理國家公園、國家級風景特定區、休閒農業區與休閒農場、森林遊樂區及國家農場，直轄市及縣（市）級風景特定區則由地方政府管理。博物館與美術館、觀光工廠、商圈與夜市、

⁹ 交通部於 1977 年訂定《觀光旅館業管理規則》，當時尚未有法律之授權。

¹⁰ 賴瑟珍、吳朝彥合著，觀光行政與法規（臺北市：基峰資訊股份有限公司，2019），頁 6-1。

特色部落與聚落及節慶活動等人文觀光資源，亦分別由文化部、經濟部、原住民委員會、客家委員會及交通部觀光局等機關管理。觀光資源型態多元多樣，自然及人文觀光資源的開發管理，涉及之主管機關與民間部門亦非常多，資源整備及跨部門整合不易，主要之課題包括：(一) 中、南部需打造更具國際觀光魅力之景點，分散來臺觀光客集中北臺灣之承載壓力；(二) 整體觀光資源有待整合規劃，開發潛在觀光資源，規劃北、中、南、東及離島各區域旅遊帶及旅遊線，創造國際遊客重遊臺灣魅力；(三) 故宮、太魯閣、九份、日月潭、阿里山、墾丁等熱門景點，因應遊客倍增，須持續檢討遊客總量管制或分流之對應措施；(四) 觀光資源整合宜朝向落實在地特色、跨域增值及永續經營之觀念；(五) 宜脫離「蓋硬體拚觀光」的線性思維，並兼顧自然美景及維護環境景觀；(六) 各管理機關宜落實「觀光主流化」思維，提升臺灣整體之國際旅遊環境友善度。

三、觀光行銷宣傳與推廣

國際觀光宣傳係由交通部觀光局（國際組）主政推動，依市場區分設 4 個科，共有 77 人，包括編制人員 42 名（21 名國內、21 名駐外）、約聘人員 27 名（22 名國內、5 名駐外）及約僱人員 8 名。目前在海外設有東京、大阪、首爾、北京、上海、香港、新加坡、吉隆坡、胡志明市、曼谷、法蘭克福、紐約、舊金山、洛杉磯及倫敦等 15 個辦事處，及 8 個服務處，以加強就地辦理國際觀光推廣業務。另外，交通部觀光局亦以標案方式，委託法人團體籌組地方政府及業者參加海外旅展及各地之推廣活動，每年約 30 場次。國民旅遊之推廣則由交通部觀光局（國民旅遊組、業務組）負責，與各縣市政府有觀光局（處）共同辦理地方國民旅遊之推廣業務。

交通部觀光局辦理國際觀光行銷宣傳之作法非常多元，包括利用國際媒體、車站與車體刊登廣告、邀訪媒體及部落客、製作宣傳片、辦理業者熟悉旅遊、獎勵旅遊及包機補貼等機制；國旅方面除經常協助地方政府舉辦各項推廣活動外，近年來為因應天災、陸客限縮等特殊狀況，陸續推出多項國民旅遊獎勵方案，以活絡國內旅遊市場。2017 年起，為打破國際旅客普遍認為「臺灣等於臺北」的刻板印象，開始推出年度旅遊主軸之推廣計畫，

2017 - 2024 年分別為生態旅遊年、海灣旅遊年、小鎮漫遊年、脊梁山脈旅遊年、自行車旅遊年、鐵道觀光旅遊年、跳島旅遊年及博物館觀光旅遊年，加強臺灣國內及國際行銷推廣。

雖然國際來臺觀光人數已連續 5 年超過千萬人次，國際觀光行銷宣傳具有相當不錯之成效，但面對未來十年，今後之觀光宣傳與市場推廣仍面臨以下課題：(一) 國際觀光行銷與國家形象之宣傳需要政策性之整合；(二) 交通部觀光局、跨部會、駐外辦事處與協力執行國際觀光推廣工作之法人團體，其國際行銷合作團隊尚未成形，應確立行銷組織分工機制；(三) 交通部觀光局及駐外單位之國際觀光宣傳行銷經費與人力相較鄰近國家明顯不足；(四) 目前的觀光品牌應可重新檢視其後續發展性及宣傳效益，適時調整品牌策略；(五) 各市場宣傳行銷策略定位宜配合區域觀光發展之需要，檢討結合地方力量的行銷推廣機制；(六) 國民旅遊市場人數及觀光效益逐漸減少，應研擬合適方案，活絡國內旅遊市場。

四、觀光產業輔導與管理

旅行業、旅宿業及觀光遊樂業，為發展觀光之核心產業。旅行業者為滿足市場需求及自身經營專業，發展出不同經營型態，其營業項目依法規規定區分為綜合、甲種及乙種旅行社，至 2019 年 12 月，旅行業總公司共 3,145 家、分公司共 837 家（綜合旅行社總公司 142 家、分公司 458 家；甲種旅行社總公司 2,730 家、分公司 377 家；乙種旅行社總公司 273 家、分公司 2 家），多數旅行社為中小型企業規模，業務以經營出國旅遊為主。我國旅宿業分為觀光旅館、一般旅館、民宿，至 2019 年 12 月，我國合法觀光旅館共計 127 家、一般旅館計 3,373 家、民宿計 9,268 家，提供房間數合計超過 23.4 萬間；旅宿網路平台興起後，傳統旅宿業受到非法日租型套房之挑戰。交通部觀光局自 2009 年推動星級旅館評鑑、2011 年推動好客民宿之認證，因非屬強制參加，業者意願亦不高，至 2019 年 12 月共有 446 家旅館通過星級評鑑、1,056 家民宿獲好客民宿認證。至於觀光遊樂業者，至 2019 年 12 月共計 25 家，年平均遊客數約 1,300 萬人次。而針對觀光產業人力部分，至 2019 年 12 月，我國觀光產業人力合計共 21.1 萬人次，其中旅行業約 10.5

萬人、旅宿業（合法觀光旅館、旅館及民宿）約 10 萬人及觀光遊樂業約 0.6 萬人。

觀光業界對觀光產業之管理與輔導經常反映需要檢討改進及產業經營環境之課題包括：（一）旅行業管理採許可制之調整、勞基法一例一休制度之適用性、稀少語言導遊不足，以及網路時代去中間化行銷模式對傳統旅行業之挑戰等問題；（二）旅館業房屋稅賦過重、非法旅宿業分食客源、基層人力長期缺工、員工流動率偏高、星級旅館評鑑制度及好客民宿推動成效有待檢討等問題；（三）觀光遊樂業設立審查程序繁冗、收取娛樂稅之合理性，以及產品老化面臨轉型發展之挑戰等問題；（四）大學觀光人才培育機制之產學落差及質量問題；（五）導遊與領隊考試制度之變革。

五、智慧觀光與旅遊環境

隨著智慧科技產業的發展，交通部觀光局近年來積極推動觀光服務與資通科技（Information and Communication Technology, ICT）之整合運用，提供旅客旅行前、中、後之無縫隙友善旅遊資訊服務，包括整合建置「臺灣觀光資訊資料庫」，並著手規劃觀光雲基礎服務之架構與內涵，持續促進與觀光服務相關之商業模式加值應用。未來，以「網路環境」為基礎、「顧客導向」為核心理念之智慧服務與管銷將成為主流，從資料中心匯集與整合旅遊資訊到觀光關聯產業對資料中心旅遊資訊之加值應用，逐步建構臺灣成為以遊客體驗為核心之智慧觀光旅遊目的地，同時掌握雲端科技巨量資料（Big Data）分析功能，社群媒體（Social Media）與行動（Mobile）科技發展趨勢，逐步整合推動各項智慧觀光服務。

現有智慧觀光及旅遊環境面臨下列主要待解決議題：（一）部分旅遊據點周邊服務系統配合措施不足；（二）現有觀光資訊系統友善及國際化有待提升；（三）為提供旅客旅行前、中、後之無縫隙友善的旅遊資訊服務網絡，應加強 ICT 技術之應用。

肆、政策與策略

一、施政理念與政策主軸

根據國際相關報告顯示，可知亞太地區乃未來客源市場之主力，而新興市場將成為更大的客源市場；同時，在面對永續發展風潮，永續觀光及綠色旅遊是觀光發展的重要元素，應與國際接軌，倡導永續發展之理念；另外，隨著觀光旅遊數位及科技化時代的到來，為了保持競爭力，觀光旅遊業必須透過高科技應用，來加強消費者期望的個別化服務和體驗。綜觀亞太國家目前實施之觀光政策，儘管各國國情與國力不盡相同，但皆朝向構建觀光發展新模式，促進觀光產業轉型升級，以實現國家觀光戰略之政策方向，可導出各國對觀光的政策優先性、組織專責性、市場行銷性、社會責任性等，皆對臺灣觀光政策之研擬提供借鏡與啟發。

為解決臺灣於行政組織與法規制度、資源整備與管理、行銷宣傳與推廣、產業輔導與管理、智慧觀光與旅遊環境等面向之課題，並針對於 WEF 公布《2019 年全球旅遊與觀光競爭力報告》評比之弱項，採取必要的改進措施，進而訂定 6 大政策主軸、23 項策略及 36 項重點措施，並期望相關行政機關加以落實。

(一)施政理念

觀光產業之發展涉及層面廣泛，政府各部門之施政與觀光皆有相當程度之關係，蔡英文總統於 2019 年 12 月 16 日全國觀光政策發展會議宣示政府將「用觀光創造繁榮」，使觀光產業成為帶領國家整體經濟發展的火車頭。爰此，在「觀光立國」之發展願景下，政府各部門應以「觀光主流化」的概念，在施政上致力協助國家發展觀光（詳見附錄三）；也期待全體國民心存觀光，成為推展臺灣觀光的小尖兵；並大力倡導「人人心中有觀光，政府施政推觀光」理念。

「觀光主流化」的概念如下：

1. 人人心中有觀光：人人，是指全體國民，全體國民不管其是否在公私部門；不管其是否從事觀光；無論其是否在職；無論其在何時何

地均心存觀光，均是推動觀光的共同力量。例如：國民公德心、友善態度、熱誠助人、自主美化鄉里家園等。

2. 政府施政推觀光：政府推動觀光，除由觀光主管機關主責、戮力執行外，仍有賴相關機關共同配合相互合作。各部會機關在不違背其行政目的之原則下，應盡力配合觀光的需求¹¹。

(二)政策主軸

1. 組織法制變革：確立觀光立國願景，修訂觀光法制，提升觀光行政組織位階，整合跨部會力量齊心推動觀光。
2. 打造魅力景點：盤整全臺觀光資源，營造觀光資源魅力亮點，以完善的交通基礎建設連結觀光圈與旅遊線。
3. 整備主題旅遊：擴大跨域合作，開發特色主題旅遊產品，並加強跨部會合作，建立觀光主流化。
4. 廣拓觀光客源：開拓多元市場，形塑臺灣觀光品牌，精準行銷分眾客群，深化旅遊產品，活絡國民旅遊。
5. 優化產業環境：健全產業管理與輔導機制，培育觀光人才，改善就業環境，提升產業競爭力與附加價值。
6. 推展智慧體驗：運用新興科技與數據分析，推動觀光服務智慧化，打造友善旅遊環境，提升旅遊服務品質。

¹¹ 吳朝彥檔案資料。

二、政策與策略

(一)組織法制變革

1. 奠定「觀光立國」願景

(1) 奠定「觀光立國」之願景，落實「觀光主流化」。

臺灣觀光發展將以「觀光立國」為願景，建立政府各部門落實「觀光主流化」之施政理念，以宣示政府重視觀光的強度及高度暨推展觀光的決心與毅力，集結全民共識及向心力，共同合作打造臺灣成為觀光之島。

2. 改造觀光行政組織

(1) 研議交通部更名為交通觀光部。

短期內配合行政院組織改造作業，交通部更名為「交通及建設部」。但在觀光局改制為「觀光署」後，部之名稱研議更改為「交通觀光部」，以更契合部之職掌。

(2) 觀光局改制為觀光署，攜手各區域觀光發展組織共同推動觀光發展。

觀光局改制為觀光署，攜手北中南東及離島各區域觀光發展組織，整合各區域與政府之觀光資源、建設及行銷，強化合作機制以提升行政效能。

3. 強化觀光推廣及研訓機構

(1) 研議成立專責國際觀光推廣之行政法人組織。

國際觀光推廣之業務，涉及國家觀光外匯之收益、國家形象之形塑與宣傳，亦有輔導補助獎勵民間共同行銷臺灣之權力。國際宣傳推廣是觀光行政行為中最靈活、富創意、重新穎、多樣性的行政行為¹²，其性質非常適合以行政法人¹³型態推動。因應未

¹² 賴瑟珍、吳朝彥合著，觀光行政與法規（臺北市：基峰資訊股份有限公司，2019），頁16-1。

¹³ 行政法人者，指國家及地方自治團體以外，由中央目的事業主管機關，為執行特定公共事務，依法律設立之公法人。前項特定公共事務須符合：具有專業需求或須強化成本效益及經營效能者；不適合由政府機關推動，亦不宜交由民間辦理者；所涉公權力行使程度較低者。

來 10 年來臺觀光人次倍增之目標，參考日本、韓國等國家之模式，研議成立專責國際觀光推廣之行政法人組織，設立行政法人之優點包括擴大延攬專業人才之層面¹⁴；辦理採購作業，依需求選擇最適宜廠商，提升服務效能¹⁵；自行辦理業務（不必再委外）增進行政效能¹⁶。以行政與行銷分工合作之原則，行政機關以企業經營的理念，將執行國際觀光推廣之業務，由行政機關移撥至公法人，搭配各種方式、題材，宣傳行銷臺灣，將具有一定的專業性並強化推廣力道及提升效能，而政府仍保有監督之權限。

(2) 研議扶植成立財團法人觀光研訓中心。

觀光產業的長遠發展須仰賴優秀的人才與學理的研究及市場的調研分析，將研議扶植成立財團法人觀光研訓中心，依不同職能規劃系統性的課程，辦理觀光產業與觀光行政人才的教育訓練，整合加強國內觀光高階人才之培訓，以及利用大數據數位智能從事觀光市場調查分析與政策研究，以供政府施政及業者經營決策之參考。

4. 修正《發展觀光條例》

(1) 研議修正《發展觀光條例》，並更名為《觀光發展法》。

現今的觀光已具有全國性、普遍性、永久性的性質，宜全面檢視發展觀光的各項指標，因應未來觀光產業結構發展，研議修正《發展觀光條例》，並更名為《觀光發展法》，揭示「觀光立國」的意義，並建立觀光成為臺灣賺取外匯之領航產業之政策配套措施。

(2) 行政院觀光發展推動委員會提升層級。

觀光發展是跨部會業務，配合「觀光立國」願景，需要更有效的

¹⁴ 行政法人非行政機關，其進用人員不受公務人員任用法之限制。

¹⁵ 行政法人辦理採購，除係接受機關補助金額在新臺幣 100 萬元（公告金額）以上，且占採購金額半數以上，應依採購法辦理外，不適用《採購法》之規定；縮減採購時程，大幅提高效能。

¹⁶ 由於人力之限制，交通部觀光局將部分國際觀光行銷推廣業務委外辦理，若設立行政法人後，這些業務均可自辦，簡化及省去很多很多的行政作業。

溝通與協調。為展現政府之決心與維持政策之延續性，行政院觀光發展推動委員會召集人及部會委員之層級予以提高，並在《觀光發展法》中規定之。

(3) 觀光發展基金法制化，並研議機場服務費之名稱調整為「觀光發展費與機場服務費」。

觀光發展基金自奉行政院核准設立，即明訂以機場服務費收入比例挹注至本基金。應奠定觀光發展基金運用之法制基礎，於《觀光發展法》內明定觀光發展基金之來源及用途，使觀光發展基金之財源更加穩定。惟近年面臨「組改升署規模擴大」、「觀光產業轉型升級」與「常態性國旅補助」等政策目標，觀光發展經費需求仍逐年增加，爰有其必要充足觀光發展所需之公務預算及觀光發展基金之經費，並研議調整機場服務費之名稱，避免誤解其用途僅限於機場服務設施。

(二) 打造魅力景點

1. 建構臺灣區域觀光版圖

(1) 訂定整體臺灣觀光資源整備計畫，打造區域觀光版圖，並創造國際觀光新亮點。

- A. 規劃整備北中南東及離島(金馬澎)等五大區域之觀光圈及旅遊線。
- B. 利用各區域之資源特性及景點間交通鏈結模式，規劃各種特色旅遊，創新區域觀光魅力。
- C. 開發海陸空域多元形式之旅遊，包括配合脊梁山脈旅遊年打造登山健行步道系統，結合臺鐵與高鐵及其支線創新多元運具之旅遊產品。
- D. 政府結合民間力量在各區域打造具國際吸引力之觀光新亮點。

2. 打造友善旅遊環境

- (1) 加強景區改造與整備，建置友善旅遊環境，提升整體觀光品質。
 - A. 規劃臺灣景觀道路系統，加強其景觀管理與魅力營造，如：將台9線及台11線打造成為「太平洋海岸國家景觀道路」、台61線西濱公路打造成為「西海岸幸福公路」等。
 - B. 落實「環島自行車道升級暨多元路線整合推動計畫」，打造臺灣成為全球最友善的自行車旅遊目的地。
 - C. 推動全國景觀改造運動，以開放山林向山致敬、打造美麗海岸線向海致敬之政策，加強山、海之6S¹⁷環境整頓，包括加強植樹、道路景觀美學、廁所清潔美化等工作。

3. 倡導觀光美學及永續觀光

- (1) 建立人人心中有觀光、觀光美學及永續觀光的理念。
 - A. 政府應攜手民間教育國民，建立人人心中有觀光、環境美學及推展觀光人人有責之理念。
 - B. 鼓勵國人（尤其是學生、青年）旅行臺灣，認識臺灣豐富多元的自然及人文觀光資源，世界級的動植物、地質地形景觀，及農村、鄉土之美。

(三) 整備主題旅遊

1. 整備主題旅遊產品

- (1) 整合中央及地方各部門之資源與能量，開發各類觀光資源，建構完善之景點設施與服務。
 - A. 請文化部、內政部、農委會、退輔會、客委會、原民會、及地方政府等自然與人文觀光資源管理單位，致力整備所管轄之觀光資源。
 - B. 結合各區域產官學部門，以區域觀光發展組織為平台，整備各地區之旅遊設施及服務品質。

¹⁷ 6S 即整理、整頓、清潔、清掃、素養、安全。6S 是屬於現場管理中的一套系統方法，此方法對改善現場環境、提升工作效率、培養員工素質皆有很好的效果。

2. 推廣深度體驗

(1) 擴大觀光部門之跨域合作，開發特色主題旅遊產品，推廣深度體驗旅遊活動。

利用臺灣豐富多元的自然及人文資源，透過跨域合作，開發與生態、小鎮、山岳、自行車、鐵道、美食、客家、運動、文化等相關之各類主題旅遊產品。

(2) 推廣大型節慶、賽事活動，並結合在地產業規劃特色旅遊。

輔導大型節慶、賽會活動結合產業、規劃在地特色旅遊，展現臺灣多元的觀光魅力。

3. 推展綠色旅遊、生態觀光

(1) 推動各旅遊地管理單位進行旅遊地之綠色管理，並參與世界百大綠色旅遊目的地競賽。

A. 推動各旅遊地管理單位參照綠色旅遊目的地國際認證準則（Green Destinations Awards / Certification），進行旅遊地之綠色管理，與世界之永續觀光接軌。

B. 鼓勵各旅遊地管理單位參與世界百大綠色旅遊目的地競賽，透過競賽宣傳臺灣觀光魅力。

(2) 加強推廣「自然人文生態景觀區」之劃設及解說導覽。

推動各觀光資源管理單位依《發展觀光條例》第18條之規定，將生態及人文旅遊資源豐富地區劃設為「自然人文生態景觀區」，加強資源管理及解說導覽服務。

(四) 廣拓觀光客源

1. 精準開拓國際觀光客源

(1) 針對國際主力市場、潛力市場及特定族群市場給予明確化及短

中長期布局。

為2030年達成來臺人數目標，透過有效數據資料及大數據應用，研析各市場行銷策略與措施，減少單一客源市場之依賴性。

- A. 深耕主力市場：日本、韓國、新加坡、馬來西亞、越南、菲律賓、泰國、印尼、港澳、中國大陸。
- B. 開發新興潛力市場：俄羅斯、印度、紐澳、中東、以色列。
- C. 拓展長程市場：歐洲、美國。
- D. 開發特定族群市場：郵輪、穆斯林、銀髮、青年等。

2. 推動旅遊地的品牌行銷

(1) 發展觀光絕對吸引力、加強臺灣觀光意象及品牌之型塑。

- A. 重新檢視、定位臺灣觀光品牌，建構永續之觀光品牌及延伸效益。
- B. 建立具差異化之區域觀光品牌，作為臺灣觀光品牌之延伸，並據此規劃區域旅遊產品及行銷策略，強化區域吸客之能量。
- C. 推展具臺灣優勢之主題旅遊，例如：運動觀光、生態觀光、醫美觀光及文化體驗之旅等。
- D. 打造「臺灣廚房（Taiwan Kitchen）」之品牌及臺灣美食月，向國際行銷臺灣美食（Taiwanese Cuisine）旅遊。
- E. 推動臺灣特色節慶活動之優化，以遊客角度完善臺灣觀光年曆。

3. 深化國民旅遊推廣機制

(1) 深化國民旅遊產品，積極鼓勵國人旅行臺灣。

- A. 依據不同族群之旅遊需求，規劃區隔市場之旅遊產品及行銷機制。
- B. 藉由區域觀光發展組織整合區內觀光行銷資源，規劃跨域國民旅遊產品與行銷機制。
- C. 鼓勵大專院校學生青年以各種方式旅行臺灣，藉以培養愛護鄉土情懷。

4. 加強海空運輸接待能量

(1) 建構與布局臺灣觀光國際行銷海空支援體系。

- A. 以旅客需求導向加強海空港接待服務設施及改善通關流程與效能。
- B. 鎖定重點客源國家，結合國人出國旅遊之需求，開拓更多航點加強直航運輸能量。
- C. 優化郵輪港口及周邊城市旅遊環境，完善國際郵輪岸上旅遊接待服務能量。
- D. 結合國際郵輪公司及航空公司力量，推動開拓 Fly Cruise 之國際旅客市場。
- E. 配合離島(金馬澎)旅遊圈之建構，規劃島際海空運輸航線，發展金馬澎之跳島旅遊。

5. 確立行銷組織分工機制

(1) 健全中央、縣市政府、公協會、區域觀光發展組織之行銷分工策略。

- A. 由交通部主政並研議有效能、專業化且具國際觀之國際宣傳推廣模式。
- B. 透過區域觀光發展組織整合轄內之縣市政府、公協會進行觀光行銷。
- C. 各部會、駐外單位及外貿協會等共同協力推展觀光主流化，行銷臺灣觀光。
- D. 各部會應配合國家觀光政策編列相關預算，並由專責機構推動資源觀光化、服務友善化及宣傳國際化。
- E. 配合 2030 年國際旅客來臺人數倍增，4 年內國際觀光宣傳預算及人力等比倍增。

(五) 優化產業環境

1. 優化產業投資經營環境

(1) 結合旅行業、旅宿業等公協會組織之能量，優化觀光產業投資及經營環境。

- A. 建立發展旅遊平台的適合商業模式，提升旅行業之數位化能量。
- B. 鼓勵旅行業積極配合學校之校外教學，加強跨域學習、環境教育之結合，優化行程內涵。
- C. 加強旅行社與其他產業之媒合與海外行銷。
- D. 專案研議航空公司履約保證機制。
- E. 成立旅宿及觀光遊樂業投資輔導諮詢小組，定期提供相關數據及市場供需情形，並輔導國內旅館業連鎖品牌發展策略。
- F. 政府機關應加強夜間造景、營造夜間旅遊活動，並輔導旅行業推廣夜間遊程，以增加旅客留宿機率，擴大商機。
- G. 整合政府部門及相關團體，建置全齡化及穆斯林友善環境，並加強人才培育，培育優化服務品質，以因應高齡化社會及穆斯林旅遊之需求。
- H. 研議減輕旅宿業及觀光遊樂業過重的稅賦負擔(例:房屋稅、地價稅、娛樂稅)，提高觀光產業國際競爭力。
- I. 公協會若其會務運作與公權力鏈結者，宜以財團法人之型態設立。

(2) 持續檢討修正旅行業分類及管理機制，因應未來旅遊業發展型態之演變。

- A. 適度鬆綁旅行業分類制度，使因地方創生計畫興起之農創、部落文化體驗及社區營造等微型旅遊，得以順利發展。
- B. 在旅遊品質、旅遊安全及消費者權益能確保下，持續滾動檢討旅行業管理措施。
- C. 針對旅行業之業務特性，協調勞動部將其從業人員納入彈性工時。

2. 健全產業輔導管理機制

(1) 請勞動主管機關研議訂定航空公司及大眾運輸業之罷工預告期

，以維護旅遊消費者權益及相關產業之應變。

由於現行法令並未規定罷工行使之時間點，工會於投票後可隨時發動罷工，造成防範不易，因此輿論有罷工預告期之討論。罷工無可避免衝擊勞資雙方以外的第三人權益，基於公共利益的保障，請勞動主管機關研議其適當之罷工預告期，以維護旅遊消費者權益及相關產業之應變。

(2) 檢討旅宿業管理及輔導機制，改善其經營環境。

- A. 研訂有效配套措施，跨部會整合中央與地方政府及旅宿相關公會力量，加強取締非法旅宿業，保障消費者與合法業者權益。
- B. 觀光旅館業與旅館業管理機制整併，旅館業管理法制一元化簡化監理行政，強化必要之管理。
- C. 通盤檢討星級旅館評鑑機制，輔導鼓勵業者參與評鑑，逐步走向全面評鑑。
- D. 參酌國際訂房交易習慣、市場變遷、數位通路及國情，整合消費者團體及業者意見，檢討我國訂房定型化契約。
- E. 請行政院主計總處衡酌經濟環境變遷，適時調整公務出差住宿費之支付標準。

(3) 以導入數位化、營造特色品牌等方式，強化產業輔導、提升旅遊服務品質。

- A. 因應科技化發展，輔導及獎勵觀光產業獎勵導入數位化應用並發展適合的營運模式，並建立觀光產業與人工智慧(AI)、物聯網(IoT)，以提升業者競爭力。
- B. 持續輔導業者透過主題差異化、深化品牌形象 IP(Intellectual Property)、星級旅館品牌行銷及特色產品之開發。
- C. 請相關部會本諸「觀光是沒有教室的教育」之概念，輔導觀光遊樂業配合學校戶外教學之需要建立教案，協助提升主題樂園寓教於樂形象，並輔導及獎勵業者取得環境教育場所認證。

- D. 研議公部門(含公營事業)舉辦免費之各種與觀光相關之活動時，適度與當地產業合作之機制，以互蒙其利。
- E. 推動會展產業與觀光產業宜異業結合機制，並建立窗口，經濟部國際貿易局之「臺灣會展網站」與交通部觀光局網站建立 MICE 相關資訊傳遞管道，以擴大廣宣之效益。

(4) 為因應天災或人為突發事件，適時輔導產業紓困與振興。

在因應天災或人為突發事件造成之衝擊，應超前部署並以「救急要快速、紓困要及時、振興要到位」為推動原則，輔導觀光產業紓困與振興。在研議紓困方案或相關行政作為時，應本於憲法上，國家保障人民生命財產安全與工作權之高度及秉持行政程序法之比例原則，並參考國外紓困方案，及國內社會經濟發展情形，研擬相關方案，提供業者營運損失之救濟、減輕業者營運負擔、補助國民旅遊及擴大國際行銷等方式，強化短期經濟動能，維持臺灣經濟活力。另，未來也可思考規劃開辦「重大疫情保險」。

3. 培訓觀光產業專業人才

(1) 精進旅行業取才管道，提升從業人員職能水準。

- A. 交通部應與考選部持續溝通，將領隊及導遊人員考試改由中央觀光主管機關辦理，使貼近實務需求，以達考、選、訓、用之整合。
- B. 加強產學連結機制，運用觀光人力資源媒合平台，建立工作媒合管道。
- C. 充實旅行業職能課程，並加強從業人員之在職訓練。

(2) 正視旅館業缺工問題，健全旅館業人才培訓認證分工機制。

- A. 掌握旅館產業人力需求，參酌先進國家勞力結構，研議開放藍領外籍移工，吸引年輕優質的學生來臺實習與工作，並強化國內實習與就業配套措施。
- B. 開發旅宿業中高年齡就業人力資源，建立其就業媒合平台，

挹注基層勞務人力之不足。

- C. 建立旅館產業職能分類、基準、認證、訓練課程及旅館人才培訓分工機制。觀光局盤點業者職能需求及建置職能基準，供培訓機構（如學校、公協會）應用發展訓練課程，勞動部負責職能課程認證，對符合品質課程給予認證標章。

4. 鼓勵業界發揚企業社會責任

- (1) 鼓勵觀光業參照全球永續觀光委員會（GSTC）之「全球永續觀光準則」自主推動永續觀光計畫取得認證。

全球永續觀光委員會（Global Sustainable Tourism Council, GSTC）是國際上推動永續觀光之主要組織，中央與地方觀光單位應鼓勵旅行業、旅宿業、觀光遊樂業參照其「全球永續旅遊準則」自主推動綠色旅遊計畫，並參與認證。

- (2) 請環保署加強旅宿業、旅行業環保標章之推廣。

- A. 持續擴大環保旅館之輔導推廣。
- B. 請環保署在推動環保旅館具有成效之後，接續推動旅行業環保標章之認證。

- (3) 鼓勵觀光業結合地方創生計畫造福鄉梓。

- A. 提供獎勵機制鼓勵觀光業善盡企業社會責任。
- B. 鼓勵在地企業以擁有之經營管理經驗及專業能力，協助地方創生事業，造福鄉梓。

(六) 推展智慧體驗

1. 優化旅遊資訊科技

- (1) 推動產業及旅遊場域導入智慧科技應用，提升旅遊服務品質。

- A. 因應 5G、AI、物聯網、無人載具等數位發展趨勢，拓展觀光應用場域，組成觀光產業與數位科技整合之國家級輔導團隊。
- B. 強化觀光產業數位人才培育，結合新創與青創能量，扶植創

意孵化與應用。

- C. 推動數位語音與影片導覽強化景點與遊程解說服務，以及推廣 AR/VR 應用，提升遊客服務中心旅遊體驗品質。

2. 營造智慧旅運服務

- (1) 建構以使用者為核心的整合性交通行動服務，完備無縫觀光旅運系統。

- A. 以交通部整合交通行動服務（Mobility as a Service, MaaS）為核心，建構以使用者為核心的旅遊服務平台，整合包括海陸空公共運輸服務，並積極導入多語、行程規劃、行動支付與線上訂票等功能。
- B. 配合 MaaS 系統推動，輔導觀光業者善用旅遊電商平台，提供數位化旅遊資訊與服務，提升營運績效。

3. 建立數位旅遊數據平台

- (1) 建置中央跨部會、地方及民間跨域匯流之觀光大數據平台。

- A. 運用 ICT 技術，建構臺灣觀光數據生態系，成立資訊匯流之大數據統計分析平台。
- B. 協助觀光產業運用數位科技，掌握市場營運與旅客住宿旅遊之動態，做為產業提供觀光調研資訊之基礎。
- C. 運用大數據演算技術，提供具時效性之觀光市場動態，協助業者拓展商機，支援觀光決策。

4. 強化數位及社群行銷

- (1) 加強與數位媒體合作，擴大觀光數位行銷效益。

- A. 掌握數位時代資訊短時、即時之特性，建立網路雲端之影音資料庫與影音媒體製播等宣傳平台，授權政府與業者共同運用。
- B. 輔導公私部門運用多元且優質的數位內容，擴大觀光數位行銷成效，達到吸客、引客、導客及留客的良性發展。

伍、展望篇

一、願景與目標

(一) 願景：觀光立國

觀光產業是國家的重要策略性產業，發展觀光是政府責無旁貸的業務，與經營企業一樣，必須有明確的使命、願景與目標，始能擬訂出具體的戰略／策略及計畫。「廿一世紀臺灣觀光發展新戰略」之願景是打造臺灣成為「觀光之島」，希望翻轉世人對臺灣是一個「工業之島」的刻板印象。經過二十寒暑的努力宣傳行銷，世人已認知臺灣除了是一個科技產業先進的國家外，臺灣也是亞洲的主要旅遊目的地之一，「觀光之島」的願景已然實現，下個階段觀光發展的願景，有必要重新定位。

對國家而言，觀光是一個永不止息的事業，它是貢獻國家經濟的產業，也是維繫社會安定、帶給人民幸福的產業，它具有多元的價值，是國家永續發展的基石之一。訂定「觀光立國」之願景，旨在：確立觀光在國家社經發展政策之位階；展現政府對觀光產業之重視態度；建立政府各部門觀光主流化之施政理念；整合全民對國家觀光事業之共識與向心力。

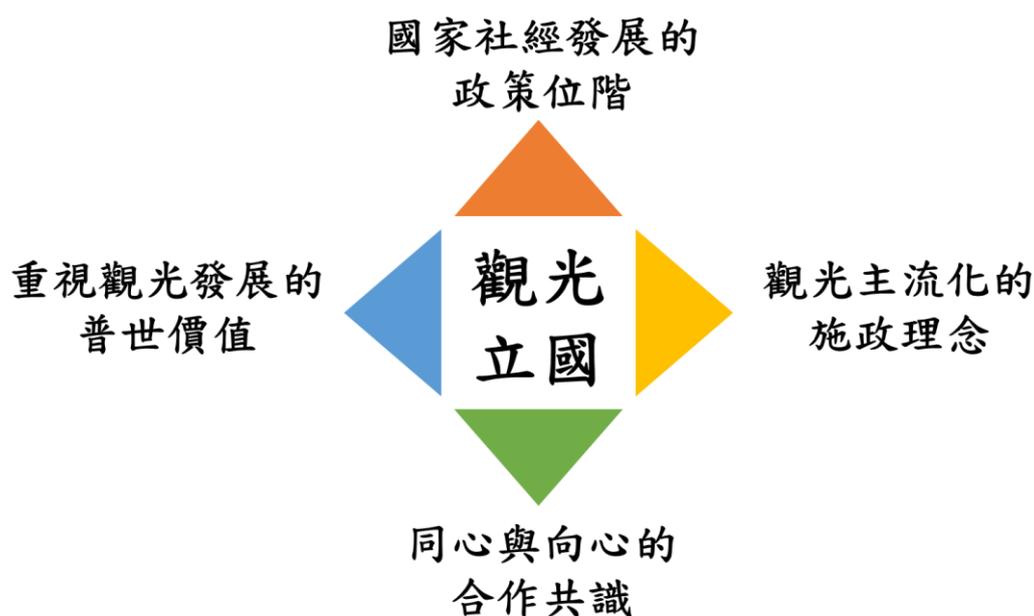


圖 10 觀光立國之意涵

(二) 2030 年發展目標

觀光政策白皮書係以發展我國觀光產業為政策研擬目的，對於國人之出國旅遊不做政策性之規劃，爰發展目標僅以來臺旅客人次及國人國內旅遊人次設定目標如表 1。

表 1 2030 年觀光發展目標

項目	主要指標	評估基準	預期目標		
		2018 年		2025 年	2030 年
1	來臺旅客人次 (萬人次)	1,106	原目標值	1,600	2,000
			保守值	1,246	1,516
			樂觀值	1,309	1,670
2	國人國內旅遊人次 (億人次)	1.7	原目標值	2.1	2.4
			保守值	1.75	2
			樂觀值	1.9	2.15
3	A. 觀光外匯收入 (億元)	4,133	原目標值	7,000	10,000
			保守值	4,651	5,658
			樂觀值	4,885	6,234
4	B. 國人國內旅遊總 消費 (億元)	3,769	原目標值	5,500	7,000
			保守值	3,855	4,406
			樂觀值	4,186	4,736
5	A+B 之觀光產值 (億元)	7,902	原目標值	12,500	17,000
			保守值	8,506	10,064
			樂觀值	9,070	10,971

1. 鑒於受 2020 年初新冠肺炎疫情重創全球觀光產業之影響，預估將有 2 至 3 年之復甦期，爰考量整體觀光振興發展速度，配合調整下修原訂目標值，預計於 2034-2038 年可望達成來臺觀光人數 2 千萬人次、國民旅遊 2.4 億人次，及觀光總產值（消費金額）達新臺幣兆元之目標。
2. 來臺旅客人次：係參據 UNWTO 預測 2010 年至 2030 年間，全球國際旅遊人數年平均成長率為 3.3%、亞太地區年平均成長率為 4.9%，以及各國目標來臺旅客人次，並衡量大陸市場及非大陸市場來臺旅客消長之趨勢，及酌增挑戰度調整而得。
3. 國人國內旅遊人次：各年度國人國內旅遊人次目標以每年 1-2% 之平均成長幅度，推估下一年度國人國內旅遊人次。

4. 觀光外匯收入（不含機票收入）：各年度來臺旅客人次目標*各年度來臺旅客各項指標目標（設定 2030 年每人每次約 1,238 美元，匯率 30.15 元）估算。
5. 國人國內旅遊總消費：各年度目標國人國內旅遊人次*各年度目標每人每次旅遊平均費用（設定 2030 年約新臺幣 2,203 元）估算。

(三) 永續觀光發展

1. 依循 UNWTO 永續發展目標及行政院永續會《臺灣永續發展目標》

永續發展是 21 世紀全球性的重要議題，為順應各國推動永續發展工作，「行政院國家永續發展委員會」於 2019 年提出《臺灣永續發展目標》，共計 18 項核心目標、143 項具體目標及 336 項對應指標，作為我國推動永續發展各項工作的重要依據。為呼應 UNWTO 之永續發展目標（SDGs）及《臺灣永續發展目標》，交通部觀光局也在 2016 年 12 月提出《Tourism 2020—臺灣永續觀光發展方案》，以開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光、推廣體驗觀光等五大策略來持續推動觀光，除積極輔導地方營造特色遊憩亮點外，並營造多元族群友善環境。

臺灣永續觀光發展將依循 UNWTO 永續發展目標（SDGs）之目標 8：促進包容且永續的經濟成長，達到全面且有生產力的就業；目標 12：確保永續消費及生產模式；目標 14：保育及永續利用海洋與海洋資源；目標 15：保護、維護及促進陸域生態系統的永續使用；目標 16：促進和平且包容的社會，提供司法管道給所有人，在所有階層建立有效的、負責的且包容的制度；目標 17：強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係。並參考行政院永續會《臺灣永續發展目標》之具體目標 8.8（同具體目標 12.b）：「推動永續觀光發展，引導觀光產業提供綠色、在地等旅遊模式，打造臺灣永續觀光環境與提升產業價值」所對應之指標 8.8.1：觀光整體收入成長率¹⁸；8.8.2：觀光產業就業人數成長率¹⁹；8.8.3：訂定綠色旅遊標準²⁰，

¹⁸ 2030 年目標：2021 年至 2030 年觀光整體收入平均成長率為 1.7%。

¹⁹ 2030 年目標：2021 年至 2030 年觀光產業就業人數成長率平均為 1.7%。

²⁰ 2030 年目標：完成 40 條生態旅遊主題行程。

建構完善之永續觀光推動機制，以接軌國際倡導永續觀光發展理念。

2. 推動觀光旅遊業及旅遊地管理機構申請國際認證

為帶動綠色企業永續發展的引擎，臺灣目前有 5 家旅宿業者通過 CU-GSTC 永續旅館認證，分別為：南投集集兩腳詩集概念旅館、宜蘭頭城休閒農場旅館、南投日月潭雲品溫泉飯店、新北福隆地球人民宿、南投日月潭散步的雲民宿，涵蓋星級飯店、休閒旅館與小型民宿，這樣的成果顯示業者資本額與經營規模並不限制永續實踐的腳步，經營者長期邁向永續的堅持與決心才是永續發展的關鍵。

每年由綠色旅遊目的地基金會舉辦的「全球百大綠色旅遊目的地比賽」，臺灣從 2016 年東北角暨宜蘭海岸國家風景區及花蓮吉哈拉艾部落獲選「全球百大綠色旅遊目的地」起，2017 年由東北角暨宜蘭海岸國家風景區及澎湖南寮社區獲選，2018 年更由東北角暨宜蘭海岸國家風景區、澎湖南寮社區以及新北市坪林獲選，至 2019 年亞洲共有 14 個旅遊景點獲選「2019 百大綠色旅遊目的地」，其中，臺灣就占了 2 處，分別是東北角暨宜蘭海岸國家風景區及日月潭國家風景區，可見臺灣持續深耕永續，與國際興起的綠色旅遊鏈結。

值得一提的是，東北角暨宜蘭海岸國家風景區為 2016 年至 2019 年亞洲區唯一連續 4 年獲頒「全球百大綠色旅遊目的地」，2018 年榮獲綠色旅遊目的地認證指標銀獎，2020 年更以「舊火車隧道變身腳踏車道」為主題獲得亞太區最佳旅遊目的地獎項，顯見臺灣發展永續旅遊之行動已獲得國際之肯定。

基於觀光乃是國際性產業，面對永續發展風潮，我國順應全球永續觀光的趨勢，促進環保署大力推動綠色旅館認證、鼓勵旅行業及旅宿業申請國際綠色產業認證、推動旅遊地管理單位參與綠色旅遊地認證等，引導觀光管理組織及觀光產業推行永續觀光，擬訂臺灣永續觀光發展策略，建構生態旅遊、綠色觀光、低碳觀光之推動機制。

附錄一、觀光發展願景、政策主軸、策略、重點措施及目標年限架構

註：短中期係指可於 2025 年達成者，長期為預計於 2030 年達成者，若兩者皆勾選，則為重要持續執行之目標。

願景	政策主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
觀光立國	一、 組織 法制 變革	1. 奠定「觀光立國」願景	(1) 奠定「觀光立國」願景，落實「觀光主流化」。	臺灣觀光發展將以「觀光立國」為願景，建立政府各部門落實「觀光主流化」之施政理念，以宣示政府重視觀光的強度及高度暨推展觀光的決心與毅力，集結全民共識及向心力，共同合作打造臺灣成為觀光之島。	V	V
		2. 改造觀光行政組織	(1) 研議交通部更名為交通觀光部。	短期內配合行政院組織改造作業交通部將更名為「交通及建設部」，並在觀光局改制為「觀光署」後，部之名稱將研議更改為「交通觀光部」，更契合部之職掌。		V
			(2) 觀光局改制為觀光署，攜手各區域觀光	觀光局改制為觀光署，攜手北中南東及離島各區域觀光發展組織，整合各區域	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			發展組織共同推動觀光發展。	與政府之觀光資源、建設及行銷，強化合作機制以提升行政效能。		
		3. 強化觀光推廣及研訓機構	(1) 研議成立專責國際觀光推廣之行政法人組織。	國際觀光推廣之業務，涉及國家觀光外匯之收益、國家形象之形塑與宣傳，亦有輔導補助獎勵民間共同行銷臺灣之權力。國際宣傳推廣是觀光行政行為中最靈活、富創意、重新穎、多樣性的行政行為，其性質非常適合以行政法人型態推動。因應未來 10 年來臺觀光人次倍增之目標，參考日本、韓國等國家之模式，研議成立專責國際觀光推廣之行政法人組織，設立行政法人之優點包括擴大延攬專業人才之層面；辦理採購作業，依需求選擇最適宜廠商，提升服務效能；自行辦理業務（不必再委外）增進行政		V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				效能。以行政與行銷分工合作之原則，行政機關以企業經營的理念，將執行國際觀光推廣之業務，由行政機關移撥至公法人，搭配各種方式、題材，宣傳行銷臺灣，將具有一定的專業性並強化推廣力道及提升效能，而政府仍保有監督之權限。		
			(2) 研議扶植成立財團法人觀光研訓中心。	觀光產業的長遠發展須仰賴優秀的人才與學理的研究及市場的調研分析，將研議扶植成立財團法人觀光研訓中心，依不同職能規劃系統性的課程，辦理觀光產業與觀光行政人才的教育訓練，整合加強國內觀光高階人才之培訓，以及利用大數據數位智能從事觀光市場調查分析與政策研究，以供政府施政及業者經	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				營決策之參考。		
		4. 修正《發展觀光條例》	(1) 研議修正《發展觀光條例》，並更名為《觀光發展法》。	現今的觀光已具有全國性、普遍性、永久性的性質，宜全面檢視發展觀光的各項指標，因應未來觀光產業結構發展，研議修正《發展觀光條例》，並更名為《觀光發展法》，揭示「觀光立國」的意義，並建立觀光成為臺灣賺取外匯之領航產業之政策配套措施。	V	V
			(2) 行政院觀光發展推動委員會提升層級。	觀光發展是跨部會業務，配合「觀光立國」願景，需要更有效的溝通與協調。為展現政府之決心與維持政策之延續性，行政院觀光發展推動委員會召集人及部會委員之層級予以提高，並在《觀光發展法》中規定之。	V	V
			(3) 觀光發展基金法制	觀光發展基金自奉行政院核准設立，即	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			化，並研議機場服務費之名稱調整為「觀光發展費與機場服務費」。	明訂以機場服務費收入比例挹注至本基金。應奠定觀光發展基金運用之法制基礎，於《觀光發展法》內明定觀光發展基金之來源及用途，使觀光發展基金之財源更加穩定。惟近年面臨「組改升署規模擴大」、「觀光產業轉型升級」與「常態性國旅補助」等政策目標，觀光發展經費需求仍逐年增加，爰有其必要充足觀光發展所需之公務預算及觀光發展基金之經費，並研議調整機場服務費之名稱，避免誤解其用途僅限於機場服務設施。		
二、 打造 魅力		1. 建構臺灣區域觀光版圖	(1) 訂定整體臺灣觀光資源整備計畫，打造區域觀光版圖，並創	A. 規劃整備北中南東及離島（金馬澎）等五大區域之觀光圈及旅遊線。 B. 利用各區域之資源特性及景點間交	V	V

願景	政策主軸 (6項)	策略 (23項)	重點措施 (36項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025年)	長期 (2030年)
	景點		造國際觀光新亮點。	<p>通鏈結模式，規劃各種特色旅遊，創新區域觀光魅力。</p> <p>C. 開發海陸空域多元形式之旅遊，包括配合脊梁山脈旅遊年打造登山健行步道系統，結合臺鐵與高鐵及其支線創新多元運具之旅遊產品。</p> <p>D. 政府結合民間力量在各區域打造具國際吸引力之觀光新亮點。</p>		
		2. 打造友善旅遊環境	(1) 加強景區改造與整備，建置友善旅遊環境，提升整體觀光品質。	<p>A. 規劃臺灣景觀道路系統，加強其景觀管理與魅力營造，如：將台9線及台11線打造成為「太平洋海岸國家景觀道路」、台61線西濱公路打造成為「西海岸幸福公路」等。</p> <p>B. 落實「環島自行車道升級暨多元路線整合推動計畫」，打造臺灣成為全球</p>	V	

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>最友善的自行車旅遊目的地。</p> <p>C. 推動全國景觀改造運動，以開放山林向山致敬、打造美麗海岸線向海致敬之政策，加強山、海之 6S 環境整頓，包括加強植樹、道路景觀美學、廁所清潔美化等工作。</p>		
		3. 倡導觀光美學及永續觀光	(1) 建立人人心中有觀光、觀光美學及永續觀光的理念。	<p>A. 政府應攜手民間教育國民，建立人人心中有觀光、環境美學及推展觀光人人有責之理念。</p> <p>B. 鼓勵國人（尤其是學生、青年）旅行臺灣，認識臺灣豐富多元的自然及人文觀光資源，世界級的動植物、地質地形景觀，及農村、鄉土之美。</p>	V	V
	三、 整備	1. 整備主題旅遊產品	(1) 整合中央及地方各部門之資源與能量，	A. 請文化部、內政部、農委會、退輔會、客委會、原民會、及地方政府等自然	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
	主題 旅遊		開發各類觀光資源， 建構完善之景點設 施與服務。	與人文觀光資源管理單位，致力整備 所管轄之觀光資源。 B. 結合各區域產官學部門，以區域觀光 發展組織為平台，整備各地區之旅遊 設施及服務品質。		
		2. 推廣深度體 驗	(1)擴大觀光部門之跨 域合作，開發特色主 題旅遊產品，推廣深 度體驗旅遊活動。	利用臺灣豐富多元的自然及人文資源， 透過跨域合作，開發與生態、小鎮、山 岳、自行車、鐵道、美食、客家、運動、 文化等相關之各類主題旅遊產品。	V	V
			(2)推廣大型節慶、賽事 活動，並結合在地產 業規劃特色旅遊。	輔導大型節慶、賽會活動結合產業、規 劃在地特色旅遊，展現臺灣多元的觀光 魅力。	V	V
		3. 推展綠色旅 遊、生態觀 光	(1)推動各旅遊地管理 單位進行旅遊地之 綠色管理，並參與世	A. 推動各旅遊地管理單位參照綠色旅 遊目的地國際認證準則（Green Destinations Awards / Certification），	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			界百大綠色旅遊目的地競賽。	進行旅遊地之綠色管理，與世界之永續觀光接軌。 B. 鼓勵各旅遊地管理單位參與世界百大綠色旅遊目的地競賽，透過競賽宣傳臺灣觀光魅力。		
			(2)加強推廣「自然人文生態景觀區」之劃設及解說導覽。	推動各觀光資源管理單位依《發展觀光條例》第 18 條之規定，將生態及人文旅遊資源豐富地區劃設為「自然人文生態景觀區」，加強資源管理及解說導覽服務。	V	V
	四、 廣拓 觀光 客源	1. 精準開拓國際觀光客源	(1)針對國際主力市場、潛力市場及特定族群市場給予明確化及短中長期布局。	為 2030 年達成來臺人數目標，透過有效數據資料及大數據應用，研析各市場行銷策略與措施，減少單一客源市場之依賴性。 A. 深耕主力市場：日本、韓國、新加坡、	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>馬來西亞、越南、菲律賓、泰國、印尼、港澳、中國大陸。</p> <p>B. 開發新興潛力市場：俄羅斯、印度、紐澳、中東、以色列。</p> <p>C. 拓展長程市場：歐洲、美國。</p> <p>D. 開發特定族群市場：郵輪、穆斯林、銀髮、青年等。</p>		
		2. 推動旅遊地的品牌行銷	(1)發展觀光絕對吸引力、加強臺灣觀光意象及品牌之型塑。	<p>A. 重新檢視、定位臺灣觀光品牌，建構永續之觀光品牌及延伸效益。</p> <p>B. 建立具差異化之區域觀光品牌，作為臺灣觀光品牌之延伸，並據此規劃區域旅遊產品及行銷策略，強化區域吸客之能量。</p> <p>C. 推展具臺灣優勢之主題旅遊，例如：運動觀光、生態觀光、醫美觀光及文</p>	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>化體驗之旅等。</p> <p>D. 打造「臺灣廚房 (Taiwan Kitchen)」之品牌及臺灣美食月，向國際行銷臺灣美食 (Taiwanese Cuisine) 旅遊。</p> <p>E. 推動臺灣特色節慶活動之優化，以遊客角度完善臺灣觀光年曆。</p>		
		3. 深化國民旅遊推廣機制	(1) 深化國民旅遊產品，積極鼓勵國人旅行臺灣。	<p>A. 依據不同族群之旅遊需求，規劃區隔市場之旅遊產品及行銷機制。</p> <p>B. 藉由區域觀光發展組織整合區內觀光行銷資源，規劃跨域國民旅遊產品與行銷機制。</p> <p>C. 鼓勵大專院校學生青年以各種方式旅行臺灣，藉以培養愛護鄉土情懷。</p>	V	V
		4. 加強海空運輸接待能量	(1) 建構與布局臺灣觀光國際行銷海空支	A. 以旅客需求導向加強海空港接待服務設施及改善通關流程與效能。	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			援體系。	<p>B. 鎖定重點客源國家，結合國人出國旅遊之需求，開拓更多航點加強直航運輸能量。</p> <p>C. 優化郵輪港口及周邊城市旅遊環境，完善國際郵輪岸上旅遊接待服務能量。</p> <p>D. 結合國際郵輪公司及航空公司力量，推動開拓 Fly Cruise 之國際旅客市場。</p> <p>E. 配合離島（金馬澎）旅遊圈之建構，規劃島際海空運輸航線，發展金馬澎之跳島旅遊。</p>		
		5. 確立行銷組織分工機制	(1)健全中央、縣市政府、公協會、區域觀光發展組織之行銷	<p>A. 由交通部主政並研議有效能、專業化且具國際觀之國際宣傳推廣模式。</p> <p>B. 透過區域觀光發展組織整合轄內之</p>	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			分工策略。	<p>縣市政府、公協會進行觀光行銷。</p> <p>C. 各部會、駐外單位及外貿協會等共同協力推展觀光主流化，行銷臺灣觀光。</p> <p>D. 各部會應配合國家觀光政策編列相關預算，並由專責機構推動資源觀光化、服務友善化及宣傳國際化。</p> <p>E. 配合 2030 年國際旅客來臺人數倍增，4 年內國際觀光宣傳預算及人力等比倍增。</p>		
	五、 優化 產業 環境	1. 優化產業投資經營環境	(1) 結合旅行業、旅宿業等公協會組織之能量，優化觀光產業投資及經營環境。	<p>A. 建立發展旅遊平台的適合商業模式，提升旅行業之數位化能量。</p> <p>B. 鼓勵旅行業積極配合學校之校外教學，加強跨域學習、環境教育之結合，優化行程內涵。</p>	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>C. 加強旅行社與其他產業之媒合與海外行銷。</p> <p>D. 專案研議航空公司履約保證機制。</p> <p>E. 成立旅宿及觀光遊樂業投資輔導諮詢小組，定期提供相關數據及市場供需情形，並輔導國內旅館業連鎖品牌發展策略。</p> <p>F. 政府機關應加強夜間造景、營造夜間旅遊活動，並輔導旅行業推廣夜間遊程，以增加旅客留宿機率，擴大商機。</p> <p>G. 整合政府部門及相關團體，建置全齡化及穆斯林友善環境，並加強人才培育，培育優化服務品質，以因應高齡化社會及穆斯林旅遊之需求。</p> <p>H. 研議減輕旅宿業及觀光遊樂業過重</p>		

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>的稅賦負擔（例：房屋稅、地價稅、娛樂稅），提高觀光產業國際競爭力。</p> <p>I. 公協會若其會務運作與公權力鏈結者，宜以財團法人之型態設立。</p>		
			(2) 持續檢討修正旅行業分類及管理機制，因應未來旅遊業發展型態之演變。	<p>A. 適度鬆綁旅行業分類制度，使因地方創生計畫興起之農創、部落文化體驗及社區營造等微型旅遊得以順利發展。</p> <p>B. 在旅遊品質、旅遊安全及消費者權益能確保下，持續滾動檢討旅行業管理措施。</p> <p>C. 針對旅行業之業務特性，協調勞動部將其從業人員納入彈性工時。</p>	V	
		2. 健全產業輔導管理機制	(1) 請勞動主管機關研議訂定航空公司及	由於現行法令並未規定罷工行使之時間點，工會於投票後可隨時發動罷工，造	V	

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			大眾運輸業之罷工預告期，以維護旅遊消費者權益及相關產業之應變。	成防範不易，因此輿論有罷工預告期之討論。罷工無可避免衝擊勞資雙方以外的第三人權益，基於公共利益的保障，請勞動主管機關研議其適當之罷工預告期，以維護旅遊消費者權益及相關產業之應變。		
			(2) 檢討旅宿業管理及輔導機制，改善其經營環境。	<p>A. 研訂有效配套措施，跨部會整合中央與地方政府及旅宿相關公協會力量，加強取締非法旅宿業，保障消費者與合法業者權益。</p> <p>B. 觀光旅館業與旅館業管理機制整併，旅館業管理法制一元化簡化監理行政，強化必要之管理。</p> <p>C. 通盤檢討星級旅館評鑑機制，輔導鼓勵業者參與評鑑，逐步走向全面</p>	V	

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>評鑑。</p> <p>D. 參酌國際訂房交易習慣、市場變遷、數位通路及國情，整合消費者團體及業者意見，檢討我國訂房定型化契約。</p> <p>E. 請行政院主計總處衡酌經濟環境變遷，適時調整公務出差住宿費之支付標準。</p>		
			(3) 以導入數位化、營造特色品牌等方式，強化產業輔導、提升旅遊服務品質。	<p>A. 因應科技化發展，輔導及獎勵觀光產業獎勵導入數位化應用並發展適合的營運模式，並建立觀光產業與人工智慧 (AI)、物聯網 (IoT)，以提升業者競爭力。</p> <p>B. 持續輔導業者透過主題差異化、深化品牌形象 IP (Intellectual</p>	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				<p>Property)、星級旅館品牌行銷及特色產品之開發。</p> <p>C. 請相關部會本諸「觀光是沒有教室的教育」之概念，輔導觀光遊樂業配合學校戶外教學之需要建立教案，協助提升主題樂園寓教於樂形象，並輔導及獎勵業者取得環境教育場所認證。</p> <p>D. 研議公部門(含公營事業)舉辦免費之各種與觀光相關之活動時，適度與當地產業合作之機制，以互蒙其利。</p> <p>E. 推動會展產業與觀光產業宜異業結合機制，並建立窗口，經濟部國際貿易局之「臺灣會展網站」與交通部觀</p>		

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				光局網站建立 MICE 相關資訊傳遞管道，以擴大廣宣之效益。		
			(4)為因應天災或人為突發事件，適時輔導產業紓困與振興。	在因應天災或人為突發事件造成之衝擊，應超前部署並以「救急要快速、紓困要及時、振興要到位」為推動原則，輔導觀光產業紓困與振興。在研議紓困方案或相關行政作為時，應本於憲法上，國家保障人民生命財產安全與工作權之高度及秉持行政程序法之比例原則，並參考國外紓困方案，及國內社會經濟發展情形，研擬相關方案，提供業者營運損失之救濟、減輕業者營運負擔、補助國民旅遊及擴大國際行銷等方式，強化短期經濟動能，維持臺灣經濟活力。另，未來也可思考規劃開辦「重大疫情保	V	

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				險」。		
		3. 培訓觀光產業專業人才	(1)精進旅行業取才管道，提升從業人員職能水準。	<p>A. 交通部應與考選部持續溝通，將領隊及導遊人員考試改由中央觀光主管機關辦理，使貼近實務需求，以達考、選、訓、用之整合。</p> <p>B. 加強產學連結機制，運用觀光人力資源媒合平台，建立工作媒合管道。</p> <p>C. 充實旅行業職能課程，並加強從業人員之在職訓練。</p>	V	V
			(2)正視旅館業缺工問題，健全旅館業人才培訓認證分工機制。	<p>A. 掌握旅館產業人力需求，參酌先進國家勞力結構，研議開放藍領外籍移工，吸引年輕優質的學生來臺實習與工作，並強化國內實習與就業配套措施。</p> <p>B. 開發旅宿業中高年齡就業人力資源，</p>	V	V

願景	政策主軸 (6項)	策略 (23項)	重點措施 (36項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025年)	長期 (2030年)
				<p>建立其就業媒合平台，挹注基層勞務人力之不足。</p> <p>C. 建立旅館產業職能分類、基準、認證、訓練課程及旅館人才培訓分工機制。交通部觀光局盤點業者職能需求及建置職能基準，供培訓機構(如學校、公協會)應用發展訓練課程，勞動部負責職能課程認證，對符合品質課程給予認證標章。。</p>		
		4. 鼓勵業界發揚企業社會責任	(1) 鼓勵觀光業參照全球永續觀光委員會(GSTC)之「全球永續觀光準則」自主推動永續觀光計畫取得認證。	全球永續觀光委員會(Global Sustainable Tourism Council, GSTC)是國際上推動永續觀光之主要組織，中央與地方觀光單位應鼓勵旅行業、旅宿業、觀光遊樂業參照其「全球永續觀光準則」自主推動綠色旅遊計畫，並參與認證。	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
			(2) 請環保署加強旅宿業、旅行業環保標章之推廣。	A. 持續擴大環保旅館之輔導推廣。 B. 請環保署在推動環保旅館具有成效之後，接續推動旅行業環保標章之認證。	V	V
			(3) 鼓勵觀光業結合地方創生計畫造福鄉梓。	A. 提供獎勵機制鼓勵觀光業善盡企業社會責任。 B. 鼓勵在地企業以擁有之經營管理經驗及專業能力，協助地方創生事業，造福鄉梓。	V	V
	六、 推展 智慧 體驗	1. 優化旅遊資訊科技	(1) 推動產業及旅遊場域導入智慧科技應用，提升旅遊服務品質。	A. 因應 5G、AI、物聯網、無人載具等數位發展趨勢，拓展觀光應用場域，組成觀光產業與數位科技整合之國家級輔導團隊。 B. 強化觀光產業數位人才培育，結合新創與青創能量，扶植創意孵化與	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				應用。 C. 推動數位語音與影片導覽強化景點與遊程解說服務，以及推廣 AR/VR 應用，提升遊客服務中心旅遊體驗品質。		
		2. 營造智慧旅運服務	(1) 建構以使用者為核心的整合性交通行動服務，完備無縫觀光旅運系統。	A. 以交通部整合交通行動服務 (Mobility as a Service, MaaS) 為核心，建構以使用者為核心的旅遊服務平台，整合包括海陸空公共運輸服務，並積極導入多語、行程規劃、行動支付與線上訂票等功能。 B. 配合 MaaS 系統推動，輔導觀光業者善用旅遊電商平台，提供數位化旅遊資訊與服務，提升營運績效。	V	V
		3. 建立數位旅	(1) 建置中央跨部會、地	A. 運用 ICT 技術，建構臺灣觀光數據	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
		遊數據平台	方及民間跨域匯流之觀光大數據平台。	<p>生態系，成立資訊匯流之大數據統計分析平台。</p> <p>B. 協助觀光產業運用數位科技，掌握市場營運與旅客住宿旅遊之動態，做為產業提供觀光調研資訊之基礎。</p> <p>C. 運用大數據演算技術，提供具時效性之觀光市場動態，協助業者拓展商機，支援觀光決策。</p>		
		4. 強化數位及社群行銷	(1)加強與數位媒體合作，擴大觀光數位行銷效益。	<p>A. 掌握數位時代資訊短時、即時之特性，建立網路雲端之影音資料庫與影音媒體製播等宣傳平台，授權政府與業者共同運用。</p> <p>B. 輔導公私部門運用多元且優質的數位內容，擴大觀光數位行銷成效，達</p>	V	V

願 景	政策 主軸 (6 項)	策略 (23 項)	重點措施 (36 項)	措施說明	目標年限	
					短中期 (2025 年)	長期 (2030 年)
				到吸客、引客、導客及留客的良性發展。		

附錄二、交通部紓困、復甦及振興、升級轉型之規劃與預算

一、 觀光產業之紓困方案

紓困方案 (1.0 及 2.0)		暫列經費 (億元)
紓 困 1.0	1. 觀光產業人才培訓	5
	2. 入境旅行社紓困	3
	3. 旅行業接待陸團提前離境補助	2
	4. 旅行業停止出入團補助	7
	5. 觀光產業融資貸款及利息補貼	12
	6. 補貼旅館業營運負擔	15
小 計		44
紓 困 2.0	1. 觀光產業人才培訓	15
	2. 旅行業停止出入團補助	7
	3. 觀光產業融資貸款及利息補貼	10
	4. 觀光產業營運及薪資補貼	60.09
	5. 觀光遊樂業團體訂單取消補貼	1
小 計		93.09
合 計		137.09

二、 觀光產業之復甦及振興方案

復甦及振興方案 (1.0 及 2.0)		暫列經費 (億元)
振 興 1.0	1. 國內旅遊復甦計畫-國旅補助： 補助國內團體旅遊、自由行住宿及遊樂園入園優惠	20
	2. 促進旅行業發展方案及跨縣市區域合作結合觀光產業公協會並鼓勵新創： 補助旅行業公會與旅宿公(協)會等辦理跨縣市區域合作觀光拓源轉型、產業媒合及行銷	4
	3. 旅宿業品質提升(含無障礙設施及穆斯林友善設施)： 補助旅館業設置旅客友善設施、無障礙客房及旅宿業加入交通部觀光局「臺灣旅宿網」訂房之相關軟硬體租用	4

復甦及振興方案 (1.0 及 2.0)		暫列經費 (億元)	
	4. 提升旅宿溫泉品牌與行銷： 辦理溫泉區全面體檢、補助業者改善軟硬體設施及提升品牌形象	2	
	5. 觀光遊樂業優質化計畫： 補助觀光遊樂業投資新設施、設備重置、獎勵創新服務及數位提升	3	
	6. 補助地方政府提案觀光亮點活動： 補助地方政府依季節、地方特有觀光元素及景點等，規劃具在地特色之活動	3	
	7. 因應疫情過後-擴大國際行銷 (五大市場)： 俟疫情穩定後，針對目標市場加強國際行銷	5	
	8. 國際旅客入境旅遊市場獎勵措施： 辦理國際旅客入境獎勵措施，補助航空業與旅行業之境外包機、境外旅遊團及擴大獎助全球市場來臺優質行程	8.8	
	9. 鼓勵 DMO 區域結盟： 獎助地方政府與觀光公(協)會等提出深化臺灣觀光品質並結合各區域在地旅遊資源及特色之國際化旅遊產品	2	
	10. 觀光數位轉型計畫： 推動觀光智慧化轉型，補助民間團體以數位化方式推廣觀光活動、辦理數位加值體驗及觀光影音資料庫建置	2	
	小 計	53.8	
	振興 2.0	1. 觀光抵用券方案	12
		小 計	12
合 計		65.8	
防 疫	1. 補助辦理防疫旅館	2.8	
	合 計	2.8	

註 1：觀光局紓困及振興 1.0 方案計新臺幣 97.8 億元、2.0 方案(含防疫)計 107.89 億元，總計 205.69 億元。

註 2：另復甦及振興 1.0 方案之「國際郵輪復甦計畫」(補貼國際郵輪碼頭碇泊費及獎勵國際郵輪來臺掛靠兼營母港)，已於航港局編列 0.7 億元。

三、 觀光升級與轉型前瞻計畫

觀光升級與轉型前瞻計畫 (2021-2024 年)	暫列經費 (億元)
1.國際魅力景區、友善環境提升及觀光標誌改造計畫	30
(1)國際魅力景區及友善環境提升計畫(觀光局)	20
(2)全國觀光標誌升級計畫(公路總局)	10
2.主題旅遊年	194.4
(1)自行車主題旅遊計畫	30
(2)全國觀光鐵路路線、車站與車輛整體升級計畫	128
(3)推動國際及國內跳島旅遊計畫	36.4
(4)博物館主題旅遊亮點計畫	-
3.智慧觀光類	74
(1)遊覽車產業轉型提升計畫(公路總局)	50
(2)智慧觀光數位轉型計畫(科顧室)	24
合計	298.4

註：暫依行政院第 3689 次會議，交通部「因應 COVID-19 (武漢肺炎) 疫情之紓困、復甦與振興方案」報告內容。(註：後續隨報核期程予以適時更新)

附錄三、跨部會配合事項

政府推動觀光，在目前權力分立與權責分工之機制下，除由觀光主管機關主責、戮力執行外，仍有賴相關機關共同配合相互合作，如：交通觀光部組織改造、觀光局改制為觀光署，涉及人事行政總處；觀光大數據平台之建構，有賴中央觀光相關部會及地方政府，階段性挹注數據；以區域觀光圈旅遊概念，由國家風景區出發結合各部會的觀光資源，加強山、海之環境整備工作等，均需整合部會及地方政府資源，並建立跨部會觀光平台合作機制。

為達「觀光立國」願景，應以「觀光主流化」思維，建立跨部會的觀光KPI，各機關在不違背其行政目的之原則下，盡力配合觀光需求，達到「人人心中有觀光、政府施政推觀光」之理念。

序號	機關	配合事項
1	交通部	<p>(1) 推動郵輪旅遊：鼓勵國人投入國際郵輪就業市場，並偕同郵輪業者推廣行銷各港郵輪行程，協助推動 Fly Cruise 或 Cruise Fly。(航港局)</p> <p>(2) 打造友善港埠環境：連結周邊遊憩景點、建構更完善的港口硬體並打造友善的岸上旅遊環境，進而提升旅客回遊率。(航港局)</p> <p>(3) 營造國內航線穩定營運環境：檢討國內航線客貨運價管制方式，輔導航空業者調節運能，維持穩定經營，並輔導鼓勵業者經營偏鄉、離島等偏遠航線。(民用航空局)</p> <p>(4) 促進機場活化、強化機場經營特色：建構機場整建發展策略，規劃民航作業基金運用，合理分配建設資源，以發揮機場整體運作效能，並推動重點機場結合地方特色之經營發展計畫。(民用航空局)</p> <p>(5) 推動鐵道觀光：促進國際鐵道觀光交流、推動郵輪式列車及觀光鐵路計畫，並發展特色鐵道旅遊，帶動鐵道周邊觀光產業發展。(臺灣鐵路管理局)</p> <p>(6) 優化公路景觀：提升轄管公路之環境與景觀品質，</p>

序號	機關	配合事項
		<p>配合地區觀光資源特色，規劃公路景觀。(公路總局)</p> <p>(7) 提升整體性的內陸運輸服務：提升與改善觀光地區聯絡道路及重要省縣道公路系統，以補足民眾的旅次需求。(公路總局)</p> <p>(8) 營造智慧旅運服務環境：建構以使用者為核心的整合性交通行動服務(Maas)，創造智慧旅運，提高友善旅遊與便利。(科技顧問室)</p> <p>(9) 推動智慧觀光：協助運用資料結合 AI 與物聯網技術，創造智慧交通、智慧觀光，全方位提高友善旅遊與便利性。(科技顧問室)</p>
2	內政部	<p>(1) 推動社區觀光：協助推動體驗社區在地的「深度體驗式」行程，讓國人及外國觀光客能夠在臺灣從事更多元的新創玩法，體驗在地新型態的旅遊模式。</p> <p>(2) 國家公園及國家自然公園之管理，推動永續觀光：協助推動登山活動及山脈旅遊產品，建構永續觀光發展旅遊模式，營造臺灣親山品牌，讓世界看見臺灣。(營建署)</p> <p>(3) 強化證照查驗業務：配合政府開拓多元觀光客源市場的同時，協助強化國境安全管理兼顧優質服務品質。(移民署)</p>
3	外交部	<p>(1) 簽證簡化：為促進多國來臺旅遊交流，配合觀光相關政策，推動放寬免簽及簡化簽證等措施。</p> <p>(2) 加強國際宣傳：運用新媒體平台強化公眾外交及國際發聲能量。</p>
4	文化部	<p>(1) 推動文化觀光：持續推動社區營造及村落文化發展，奠定地方產業及觀光發展之基礎；推動表演藝術節目、藝文活動等文化體驗相關計畫，鼓勵來臺旅客親近藝術、體驗生活，並能貼近臺灣在地生活</p>

序號	機關	配合事項
		<p>感。</p> <p>(2) 推動文化保存、再造歷史現場：透過優化及重整展場、典藏空間及其周邊相關文化資產設施，再造臺灣文化新亮點，以提供民眾更優質之文化環境。</p>
5	國防部	<p>(1) 推動戰地觀光：因應地方發展觀光的需求，協助離島(澎金馬)開放島上具戰地特色與歷史意義之觀光資源，推廣戰地觀光。</p>
6	勞動部	<p>(1) 解決觀光業人才需求：為解決觀光業人才需求，培訓符合地方產業特色的勞動力，並協調勞資雙方溝通。</p>
7	經濟部	<p>(1) 推動會展觀光：協助爭取國際會議及展覽來臺舉辦，吸引國外人士來臺參加會展活動，並強化我國會展產業競爭力，提高會展產業國際能見度，帶動會展產業、周邊服務業及會展城市的發展。</p> <p>(2) 推動觀光工廠輔導計畫：協助具有產業文化或觀光、教育價值的傳統工廠轉型為觀光工廠，並促進觀光工廠國際化，吸引國際遊客來臺體驗產業觀光獨特魅力。</p> <p>(3) 協助糖廠活化轉型：協助昔日製糖工業轉變成臺灣重要的文化資產，導入觀光休閒的元素，結合地方並強化糖業文化因子，帶動觀光發展。</p> <p>(4) 推動商圈輔導計畫：提升商圈競爭力、輔導強化軟實力，營造商圈新形象並創造觀光商機。(中小企業處)</p> <p>(5) 美食國際化：透過臺灣在地美食帶動城市觀光新魅力，建構友善美食國際化消費環境，同步數位化文化美食觀光地圖。</p> <p>(6) 推動溫泉觀光：輔導業者將精緻美食、文化、養生，導入溫泉浴療，或透過故事闡述臺灣溫泉歷史文</p>

序號	機關	配合事項
		<p>化，藉由多角化經營帶動溫泉區之蓬勃發展。</p> <p>(7) 優化水利設施、連結在地推觀光：優化北、中、南部水庫周邊設施，並串聯水庫附近觀光景點及周邊環教旅遊據點，推動寓教於樂的知性之旅。</p>
8	教育部	<p>(1) 辦理修學旅行交流活動：協助日本、韓國等學校與臺灣學校進行校際交流，除能促進教育與文化交流外，也能帶動臺灣地區性的觀光發展。</p> <p>(2) 鼓勵國民臺灣巡禮：推動臺灣走透透活動，鼓勵大學生環島認識鄉土，提升國民旅遊過夜人次。</p> <p>(3) 校外教學：推動高中、國中、國小各學校每學期1次可住宿校外教學，增進自然與人文關懷、認識家鄉及愛護家鄉。</p> <p>(4) 推動運動觀光：爭取國際運動賽事在臺灣舉辦或打造具有臺灣品牌特色的國際賽事，以運動行銷主辦城市的在地特色及觀光產業。(體育署)</p>
9	衛生福利部	<p>(1) 推動醫療觀光：加強健檢、美容觀光為主的國際醫療觀光，設計一條龍行程，爭取更多國際旅客來臺。</p>
10	客家委員會	<p>(1) 推動客庄旅遊：打造臺三線客庄浪漫大道，推動環境整備計畫、打造客庄旅遊路線，以觀光為策略，發展深度旅遊。</p>
11	原住民委員會	<p>(1) 推動部落旅遊：鼓勵觀光客透過走入部落認識這片土地，運用各部落特有文化及產業資源，創造及活絡產業及觀光，提升經濟產值。</p>
12	海洋委員會	<p>(1) 適性發展海洋觀光遊憩產業：整合海洋產業相關部會執行量能，共通致力推廣海洋觀光遊憩事業、推動生態旅遊。</p>
13	僑務委員會	<p>(1) 強化僑臺商組織聯繫服務：配合政府經貿政策，結合僑臺商力量，協助推動國內觀光產業發展，辦理</p>

序號	機關	配合事項
		推廣觀光多元活動，促進海內外觀光產業商機交流。
14	大陸 委員會	(1) 推動陸客來臺觀光 ：增進大陸地區人民對臺灣之認識與了解，落實推動大陸地區人民來臺觀光。
15	國軍退除 役官兵輔 導委員會	(1) 提升國家農場旅遊品質 ：優化農場環境設施品質並營造友善旅遊環境，並以農業與觀光發展相輔相成，推動高山農場的觀光旅遊發展。
16	農業 委員會	<p>(1) 推動特色休閒農業旅遊：結合在地農村景觀、農業文化創意及食農教育概念等元素，協助休閒農業區及休閒農場營造農業主題特色、提升產業服務質量及充實友善旅遊環境，並結合農業節慶延伸發展亮點農業旅遊活動，吸引觀光人潮並帶動在地商機。</p> <p>(2) 自然地景維護保育：自然地景除具備科學研究及環境教育的功能外，可發展地景旅遊，活絡地方就業與經濟活動。</p> <p>(3) 永續漁業資源：協助漁業轉型的同時，一併發展周邊區域，以帶動生態觀光遊憩、海釣等休閒漁業成長。</p> <p>(4) 維護森林遊樂區旅遊品質及旅客安全：持續提升森林遊樂區遊憩品質，及維護遊客步行安全。(林務局)</p> <p>(5) 運用平地造林成果及林業文化空間推展生態旅遊：利用平地森林園區、林業文化園區等空間，推動國民生態旅遊。(林務局)</p> <p>(6) 推動自然保育觀念：規劃利用自然教育中心、生態教育館，整合森林環境教育資源，鼓勵人們親近森林。(林務局)</p> <p>(7) 優化自然步道系統：持續規劃及優化「全國步道系</p>

序號	機關	配合事項
		<p>統」，並落實永續維護森林、步道資源。(林務局)</p> <p>(8) 推動阿里山鐵路觀光：阿里山林業鐵路國內外觀光事務之規劃、輔導、宣傳、行銷及推動。(林務局)</p>
17	縣市地方政府	<p>(1) 優化景區環境：協助優化維護景區之設施、公廁及停車場等環境。</p> <p>(2) 促進國民旅遊：大力推廣國內旅遊補助與相關措施，推動國民旅遊以促進國內觀光產值提升。</p> <p>(3) 加強國際宣傳：透過中央與地方合作，擴大來臺優惠措施及宣傳力道。</p> <p>(4) 組織區域聯盟：由各縣市組織區域聯盟，整合觀光資源並塑造觀光遊憩亮點，共同行銷推廣。</p> <p>(5) 提升旅運服務：優化道路指導引標示及提供優質捷運及市區公車旅運服務。</p>