

2024 至 2025 年
雙軸轉型觀光政策及施政重點



交通部觀光署
Tourism Administration, MOTC

中華民國 113 年 3 月 21 日

目錄

一、2024-2025 年策略.....	1
(一) 品牌台灣.....	1
(二) 魅力台灣.....	1
(三) 智慧台灣.....	1
二、2024-2025 年重點工作.....	3
(一) 深耕國際市場.....	3
1-1.市場布局.....	3
1-2.組織布局.....	3
1-3.三個擴大計畫.....	3
(二) 促進產業動能-永續化、數位化、品牌化.....	7
2-1.輔導觀光產業永續化.....	7
2-2.提升觀光產業科技化.....	7
2-3.產學合作人才培訓.....	8
2-4.品牌國際化、建立認證機制.....	9
(三) 落實景區經營.....	9
3-1.深化旅遊體驗.....	9
3-2.發展景區永續.....	12
3-3.升級智慧觀光.....	13

摘要

配合全球疫後永續旅遊趨勢，並逢本署 2023 年 9 月 15 日完成改制，透過辦理系列「臺灣觀光高峰論壇」、「永續旅遊策展暨論壇」、「觀光產業數位轉型博覽會」等凝聚共識。以時間軸來看，整體觀光轉型升級可分三部曲：

- **整備期（2021-2023 年）**，已完成 T2025 方案之階段性目標、組織改制完成，並因應疫情衝擊，優先推動疫後轉型，並以提振國旅體質、衝刺國際市場進行布局，邁入疫後永續新時代；
- **轉型期（2024-2025 年）**，引領觀光產業朝「永續 X 數位」雙軸轉型目標邁進，並以「Eco-travel」低碳生態旅遊為發展重點，並發布全新臺灣觀光品牌 3.0；
- **躍升期（2026-2030 年）**，邁向 2030 年「觀光轉型升級」，並以「永續 X 跨域-建構大觀光生態圈」為願景，訂定「品牌台灣」、「魅力台灣」、「智慧台灣」3 大政策主軸，打造 Taiwan as a brand，帶動臺灣觀光朝永續、數位及創新之方向邁進。

本計畫聚焦於轉型期（2024-2025 年）之雙軸轉型戰略，做為本署推動觀光政策行動方案。

聯合國世界觀光組織（UNWTO）訂定 2017 年為「國際永續觀光發展年」。為積極推動臺灣觀光邁向永續發展，本署（前觀光局）於 2017 年、2019 年分別推動「Tourism 2020—臺灣永續觀光發展方案（2017-2020 年）」、「Tourism 2030 臺灣觀光政策白皮書（2021-2030 年）」，並進一步規劃「Tourism2025—臺灣觀光邁向 2025 方案（2021-2025 年）」（簡稱 T2025 方案）。惟受 COVID-19 衝擊，2020 年 6 月啟動觀光復甦振興計畫，並滾動檢討 T2025 方案。

後疫情時代，UNWTO 倡議「綠色旅遊是未來觀光旅遊業的發展趨勢」。2022 年 10 月 13 日我國正式開放國境迎接國際旅客，順勢調整策略布局，推出疫後新常態旅遊策略。隨疫情消退，全球觀光產業逐漸復甦，依據 RoamRealm 等國際調查報告指出，2024 年旅遊以關注永續觀光、重視科技及個人化體驗、鐵道旅遊的復興、重啟自我，如獨旅、養生旅遊、工作度假及出差後旅遊為趨勢；另依 UNWTO 2023 年 6 月發布永續發展之優先推動方向，及 2023 年亞太經濟合作會議（APEC）均表示，未來趨勢將聚焦於「數位轉型」及「永續包容」，爰研擬本署戰略計畫。

一、2024-2025 年雙軸轉型策略

以邁向 2030 年戰略計畫，推動雙軸轉型，以「永續 X 跨域 建構大觀光生態圈」為願景，提出「品牌台灣」、「魅力台灣」、「智慧台灣」3 大策略主軸。

(一) 品牌台灣：品牌 X 治理

1. **推動台灣觀光品牌**：透過母品牌與子品牌之系統性品牌行銷，對內凝聚共識、對外溝通產生共鳴，以品牌化思維行銷觀光，提升顧客服務體驗。
2. **訂定分眾行銷策略**：成熟市場穩中求進、新興市場全力開拓。日、韓、港澳等成熟市場於恢復至疫前來臺規模後，穩固市場開拓策略，持續主打多元旅遊主題培養臺灣旅遊鐵粉，並輔導地方政府及觀光圈主動出擊，前往各市場辦理多元行銷推廣活動。新興及長線市場，則透過新設海外據點全力投入宣傳推廣，並以各類輔導措施加大與航空公司及組團社合作送客力度。
3. **加強海空運輸接待能量**：建構與布局臺灣觀光國際行銷海空支援體系，針對重點及具潛力之客源國家，開拓更多航點，並加強直航運輸能量。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。

(二) 魅力台灣：創新 X 培力

1. **持續培訓觀光產業專業人才**：持續結合相關部會及產學界，辦理課程訓練，擴大產學合作，推廣企家班培訓模式，並因應高齡化社會，透過跨部會研商鼓勵中高齡、二度就業者投入旅宿業。
2. **鼓勵產業發揚企業社會責任**：鼓勵觀光產業申請永續國際認證，並推動觀光產業 ESG，透過指標建置及參加 ESG 交通永續傑出獎競賽，引導產業朝兼顧環境、社會與公司治理之永續發展。

(三) 智慧台灣：科技 X 未來

1. **觀光科技與科技觀光**：應用新創科技於觀光，結合科技與創新，推動智慧旅遊解決方案，如虛擬實境與擴增實境技術，營造更為豐富、身臨其境的旅遊體驗。同時，配合環境教育將觀光景點或活動納入生活教材，重視永續發展的核心價值，支持並鼓勵業者應用綠色技術與能源，以降低對環境的影響。

2. **建置數位分身與觀光雲**：13 個風管處建置數位分身，創建觀光雲資料共享。從主力資源、協力資源、旅客活動到開放場域等內外 4 個構面，提升旅客重遊率，降低成本、避開災害、減低旅遊障礙。

二、2024-2025 年雙軸轉型重點工作

(一)深耕國際市場

設定 2024 年來臺旅客規模以恢復至疫前水準為目標，推動入境觀光振興計畫，包括市場布局及組織布局等 2 項，針對不同航程市場研擬開拓策略，增設駐外組織，以逐步整備觀光國家隊。另透過擴大引客、擴大行銷以及擴大合作等 3 項計畫，帶動國際旅客入境臺灣，共同推升全市場行銷量。

1-1. 市場布局

- (1) 短程市場-鞏固八方、拓展雙印：鞏固港日韓「北三角」及新馬泰越菲「南三角」市場，拓展雙印（印尼、印度）等高潛力市場；另持續歡迎陸客來臺。
- (2) 長程市場-深化歐美、開拓中東：深化歐美市場，並鎖定新富階層，開拓中東杜拜新興市場。

1-2. 組織布局

擴增駐外辦事處及行銷人才，將增設辦事處、臺灣觀光服務處（Taiwan Tourism Information Center, 簡稱 TTIC），觀光國家隊逐步形成。

- (1) 短程市場：2023 年 11 月 13 日已成立韓國釜山辦事處，累計 16 個辦事處，2024 年將增派人力赴大阪及曼谷辦事處，強化與轄區業者、媒體合作力度；另相繼於 2024 年 2 月 8 日、28 日針對「雙印」（印度、印尼）市場，於孟買、雅加達設置 TTIC，爭取高端客群，接續升級為雅加達辦事處、孟買辦事處。
- (2) 長程市場：預計 2024 年下半年於歐洲地區第三大客源市場-法國（巴黎）設置 TTIC，並陸續於加拿大溫哥華、菲律賓馬尼拉提供更即時且豐富之來臺旅遊諮詢服務。後續亦規劃於孟買辦事處成立後，設置杜拜 TTIC。

1-3. 三個擴大計畫

(1) 擴大引客

A. 穆斯林倍增計畫

- a. 配合新南向政策，以穆斯林人口為多數之馬來西亞與印尼市場為優先目標，精確掌握穆斯林旅遊需求與旅客特

性，逐步推動穆斯林旅客來臺。

- b. 優化穆斯林友善環境：賡續建構穆斯林友善環境，增加清真餐飲友善餐廳、旅宿，輔導增加餐廳及旅館獲清真/穆斯林友善認證數量。
- c. 增設服務據點：以人口破 2 億之全球最大穆斯林人口印尼市場為優先目標，於雅加達設置 TTIC，擴大穆斯林來臺客源。
- d. 強化國際宣傳：積極邀請穆斯林網紅、電視旅遊節目等來臺拍攝取材，透過其社群網路、收視群、旅展及推廣活動等對目標客群宣傳。

B. **拓展出差後旅遊**：疫後全球會展產業活絡，瞄準會展(MICE)及境外企業之國際商務旅客，與經濟部國際貿易署重啟「順道觀光」旅遊合作，鼓勵外國商務客來臺參加國際會議與展覽之際，延長停留時間順訪旅遊，活絡在地觀光和消費。2024 年提供每人每次最高新臺幣 2,000 元、每案最高 50 萬元之補助，並推薦優先選擇金質旅遊行程。

C. **推廣一程多站，提供過境半日遊，搶攻轉機客**：於北美市場結合亞洲地區主要旅遊目的地主打「一程多站」行程，配合 2025 年世界博覽會在日本大阪舉行，爭取歐美、紐澳旅客順遊臺灣及過境旅遊，擴大轉機市場及帶動入境旅遊商機。

D. **加州客倍增計畫**：積極聚焦參加重要 B2C 或 B2B 旅展並舉辦推廣會，直接與目標客群互動，宣傳臺灣；藉由與主流市場知名影視節目旅遊頻道合作，結合影視行銷主打臺灣旅遊特色；於交通場站或重要地標刊登戶外廣告宣傳、透過網路自媒體及與網紅社群合作宣傳曝光等，提升臺灣觀光旅遊國際知名度及網路聲量。

E. **推動郵輪觀光**

- a. **國際郵輪行銷推廣活動**：針對 6 大郵輪港口（基隆、臺中、臺南、高雄、花蓮、澎湖）岸上遊程，規劃具吸引力之景點與活動安排，並整合觀光圈資源及縣市政府區域推薦遊程，另參加美國全球郵輪展（Seatrade Global

Cruise) 等活動增加曝光度，加強向國際郵輪公司、旅行社及旅客等行銷。此外，持續與臺灣港務公司、縣市政府等合作接待國際郵輪，共同行銷臺灣港口周邊優質觀光資源。

- b. **與亞洲郵輪聯盟重啟鏈結**：爭取與亞洲郵輪聯盟 (Asia Cruise Cooperation, ACC) 成員國韓國、菲律賓等重啟鏈結，共同加強區域合作，恢復每年召開工作會議，吸引國際郵輪彎靠亞洲。尤其，本署已成立釜山辦事處，將加大郵輪推廣力道，擴大亞洲郵輪觀光圈。
- c. **放寬獎助措施**：因應疫後搭機來臺轉乘郵輪 (Fly-Cruise) 旅客增加，鼓勵旅行社結合航空及郵輪包裝 Fly-Cruise 行程，並放寬 Fly-Cruise 獎助條件，將旅行業納入獎助對象並簡化申請流程。

(2) 擴大行銷

- A. **擴大行銷推廣，五路齊開**：以「親山、親海、樂環島」為國際行銷主軸，五路齊開擴大行銷廣度：
 - a. 參加最具規模海外旅展，並爭取於國際旅展獲得獎項，增加品牌價值及市場能見度
 - b. 海外推廣會
 - c. 數位影音媒體廣宣
 - d. 戶外廣告
 - e. KOL 社群行銷
- B. **擴大促銷獎助，增加誘因**：
 - a. 持續開拓包機、教育旅行、獎勵旅遊等團體來臺商機，預計攬客超過 2.5 萬人次。
 - b. 行銷「加速擴大吸引國際觀光客方案」自由行旅客來臺抽消費金及團客獎助，提供來臺誘因，自由行旅客部分預計提供超過 15 萬人次，團客預計獎助超過 2 萬團，加大與航空公司、OTA 或異業合作之推廣力道。
 - c. 行銷「Taiwan PASS 國際旅客優惠交通票券」，於 2024 年 1 月起針對國際旅客推出結合高鐵、捷運、台灣好行

之「Taiwan PASS 國際旅客優惠交通票券」，提供便捷及優惠的交通套票，引導海外旅客深入中南部旅遊。

- d. **各駐外辦事處多元送客促銷**，運用各項補獎助措施，與各直航航空業者與組團旅行業者合作辦理多樣化行銷送客助攻。例如：日本客首辦護照，搭乘國籍航空給予 5,000 元折扣優惠方案等。

C. 推動觀光品牌，波段行銷：

- a. 臺灣觀光品牌從 1.0 版「Taiwan- Touch Your Heart」、2.0 版「Taiwan, the Heart of Asia」，預計升級訴求「臺灣為有目的地旅遊」，傳達臺灣獨特旅遊價值及四季多元特色亮點，號召國際旅客來臺一波接一波。
- b. 針對亞洲、歐洲及美洲目標市場之品牌行銷策略，規劃提出品牌深化及各項提升行動計畫，輔以地區別差異元素之執行方案，透過各駐外辦事處、TTIC 及各宣傳管道擴散捲動，創造臺灣觀光新品牌話題度與知名度。

(3) 擴大合作

- A. **擴大雙邊交流及互訪**：2024 年 3 月 24 日至 26 日在嘉義舉辦第 37 屆台韓觀光交流會議、4 月 30 日至 5 月 2 日在高雄舉辦第 15 屆台日觀光高峰論壇、10 月份在台中與辦第 11 屆台越觀光合作會議等，透過雙方觀光課題交流、分享與接待城市觀光資源實地考察，帶動日、韓、越業者包裝臺灣遊程產品，進而轉化為實質互訪，達成互訪人次目標。
- B. **擴大中央及地方協力**：與各部會共同合作，開發多元旅遊主題、行程與活動，例如：行銷博物館與文化特色表演、推廣客家文化與客庄小旅行、宣傳「2024 第 3 屆世界原住民族旅遊高峰會」在高雄、「2025 世界壯年運動會」在臺灣等，以豐富的旅遊體驗及風貌，擴大吸引國際旅客來臺。
- C. **擴大交通部所屬機關協力**：持續協調民航局評估增加航線及航班、與航港局合作推動郵輪旅遊與燈塔旅遊、與台鐵公司合作推動鐵道旅遊、與公路局及運輸研究所合作推動自行車旅遊等，整合部內資源，齊心推動觀光。

(二)促進產業動能-永續化、數位化、品牌化

2-1. 輔導觀光產業永續化

在推動產業發展的同時，近年逐步朝 ESG 轉型，以「永續發展、負責任的旅遊」為目標，打造低碳旅遊生態圈，創造產業綠能經濟與永續經營的獲利模式。

- (1) **旅行業**：輔導旅行業者以「永續行動」為起點，進而達到「永續管理」的內涵。2024 年輔以國際認證推廣，包含辦理教育訓練課程、導入 GTS 認證等，輔導及鼓勵業者落實永續管理，取得永續認證並建立標竿，帶動業者相繼依循本署相關政策，持續朝永續經營方向邁進。另持續推廣「樂齡旅遊」，辦理銀髮族及無障礙補助，鼓勵旅行業者結合國內各項無障礙設施及多元化景點資源，包裝銀髮族及無障礙旅遊優質商品。
- (2) **旅宿業**：配合 2050 淨零目標及國際減塑趨勢，自 2025 年 1 月 1 日起，推動旅宿業不得於客房內主動提供管制項目之一次性備品，並鼓勵國內旅宿業踴躍申請加入環保標章旅館及取得永續標章，輔導業者取得環保標章、永續標章。另星級旅館評鑑機制，將取得綠建築標章及具有環保主題增訂加分項目，並於好客民宿訪查標準訂有「民宿永續」之評分項目，並辦理輔導訓練課程。將與環境部及經濟部共同合作，宣導及鼓勵業者落實永續行動，降低對環境之影響，進而達到永續發展之目標。
- (3) **觀光遊樂業**：透過觀光遊樂業年度督導考核競賽，建立業者 ESG 評估指標，將業者執行 ESG 之成效、園區獲獎事跡及相關認證成果納入重點評比項目，另提供優質化之輔導，政策引導鼓勵觀光遊樂業落實 ESG，並取得相關國際認證。將辦理觀光遊樂業 ESG 座談會，並輔導業者參加 ESG 交通永續傑出獎做為業界標竿、提出達成 ESG 指標之優質化計畫，並取得 GTS 綠色旅行標章（Green Travel Seal）認證等。

2-2. 提升觀光產業科技化

- (1) **擴大觀光產業數位化應用範圍**：透過觀光產業健檢、協助媒合科技業者，逐步輔導觀光產業導入數位化服務，引導業者降低人力成本、提升服務品質、導入訂單效益、增加行銷曝光及創

新互動體驗。2023 年 12 月 12 日辦理「觀光產業數位轉型博覽會」成效良好，預計擴大辦理，將展示觀光科技產品，擴充數位健檢場次以及觸及更多參展人次。

- (2) **鼓勵旅宿業智慧化經營管理**：鼓勵旅宿業者購置自助式入住櫃台、導入企業資源管理（ERP）或飯店管理（PMS）等旅宿管理系統，並為利業者有效管理訂房資訊，透過國內外訂房平台進行銷售，輔導觀光旅館業及旅館業導入數位行銷整合系統。
- (3) **推動行政程序簡化與資訊化**：因應數位發展趨勢，本署持續簡化並推動申辦與行政作業程序資訊化，例如旅行業部分，提供相關業務線上辦理服務，包括 2024 年 1 月 1 日「旅行業報備以電腦網路經營旅行業務」，已全面改以線上備查方式辦理，將提供旅行業使用工商憑證線上申請服務，讓服務申辦更快速。
- (4) **協助觀光遊樂業智慧化經營管理**：協助各觀光遊樂業者導入聯合數位會員平台，藉以蒐集及分析消費數據，精準行銷與永續發展，以提升遊客重遊率。將積極輔導業者導入數位會員平台。
- (5) **加強輔導觀光產業個人資料保護**：辦理產業行政檢查（含旅行業、旅宿業及觀光遊樂業），並輔導地方政府協力宣導及辦理個人資料保護講習，以維護消費者權益。

2-3. 產學合作人才培訓

- (1) **辦理第 1 屆導遊及領隊人員評量**：為使現行選才、育才機制更符合市場導向，本署自 2024 年起辦理導遊及領隊人員評量，採「通用制」及「專用制」雙制並行方式，秉持「優先協助產業發展，兼顧培育人才目的」、「實務導向、簡化鬆綁」、「選訓合一」等為目標，旨在擴大選才，鼓勵具帶團意願及執業能力之從業人員投入市場，提升我國旅遊市場接待量能。
- (2) **成立觀光產業研訓園區**：觀光產業研訓園區為本署智庫及技術資源，基地位於北投華僑會館，將透過短中長期策略建置及活化園區，做為觀光產業學習、考試、訓練及兼具歷史意象之優質場所。未來將視研訓院之整體規劃，與產業公協會、學會及 22 個縣市共同合作使育才、訓才能有更全面的規劃發展，培訓觀光產業人才與國際接軌。

- (3) **培育觀光產業人才數位技能**：觀光產業數位轉型需要觀光及科技人才跨域攜手合作，透過將數位發展所需知能帶入各項人才培訓課程，包含中高階人才培訓、旅行業經理人訓練、導遊及領隊人員職前訓練以及觀光職能E學院等，增進從業人員數位應用相關知能，促進產業數位轉型動能，強化產業競爭優勢。
- (4) **協同相關協會提升服務品質**：為提升旅行業素質並降低旅遊糾紛，本署委託中華民國旅行業品質保障協會，辦理糾紛調處服務、優化調處作業流程，幫助消費者及旅行業者提升旅遊糾紛和解率，並定期辦理糾紛案件檢討會議，共同提出相關改善方式，以逐年降低糾紛發生機率；另辦理旅行業糾紛處理教育訓練，提升相關從業人員處理糾紛案件能力，減少旅客申訴。

2-4. 品牌國際化、建立認證機制

- (1) **「星級旅館」評鑑制度升級**：透過辦理評鑑及輔導作業，接軌國際並增加業者參與意願。
- (2) **「好客民宿」品牌升級，拔尖特色「金質好客民宿」**：為提升品牌價值，透過拔尖具特色、品質及代表性之民宿，透過獎優汰劣及搭配相關行銷配套，增加市場競爭力，將金質好客民宿品牌推向國際。
- (3) **建置樂齡旅遊「鳳金遊程」認證機制**：以食宿遊購行五大構面，建構評核指標，提供業者規劃符合樂齡族之旅遊商品，評選出「鳳金遊程」，並辦理「鳳金旅遊」認證，改善與優化產業服務品質；另透過該認證機制，提供優質行程，於國際旅展及多元行銷管道協助推廣曝光，吸引更多國人，甚至國際人士來臺旅遊，帶動臺灣旅遊行程品牌化及優質化。
- (4) 持續輔導中華民國旅行業保障協會**推動「國際金旅獎」**，鼓勵優質創意遊程，並辦理「台灣觀光金獎」選拔，提升產業服務品質。

(三) 落實景區經營

3-1. 深化旅遊體驗

- (1) **國民旅遊 STP 行銷**：透過「市場區隔」，選定「目標市場」，藉由「定位」確定各旅遊目的地之獨特價值後，再利用各類「行

銷策略」推廣，持續活絡國內旅遊的發展，如針對本署具優質無障礙旅遊的國家風景區，提供銀髮族團遊補助，並透過長者熟悉的社群工具（FB）加強行銷，鼓勵到訪。後續將先連結本署內外觀光資源的盤點及運用，並配合本署國家智慧景區推動期程，滾動更新各景區旅客輪廓及旅遊行為的數據資料，達成精準行銷。

- (2) **鐵道、步道、鐵馬道整合規劃行銷**：整合環島鐵路、環島自行車路網及 16 條多元自行車路線、7 條國家綠道，並加入國家綠道、博物館、燈塔等觀光元素，進行整體規劃與行銷。透過低碳運具結合永續觀光，建立品牌並提高附加價值，推廣低碳生態旅遊，並結合臺灣自行車旅遊節創新 10 大品牌進行整合行銷推廣。另針對國家綠道部分，本署建置淡蘭國家綠道官網，於觀光資訊網建置國家綠道主題專頁，持續優化並整合各官網進行整體行銷。
- (3) **活動經濟與夜間經濟**：推動「2024-2025 臺灣觀光雙年曆」，透過 6 大標竿活動（2024 台灣燈會在臺南、2025 台灣燈會在桃園、台灣仲夏節-觀光暑樂遊趣、臺灣自行車旅遊節、東海岸月光·海音樂會、台灣美食展及台灣好湯）轉型再升級，強化國內外行銷宣傳，推動活動產品化、觀光化及國際化，以吸引國際旅客來臺旅遊，提高國際知名度，打造臺灣特色品牌活動，並輔導「臺灣觀光雙年曆」活動及品質提升事項。此外，以「釀文化」的概念推動具深度、特色、品質的創新遊程，結合鐵道旅遊、擴大異業結盟，增加全民體驗及趣味參與，規劃景區遊程，如以微笑曲線概念，結合樂環島半環意象推動相關遊程，瞄準國外觀光客源，推出踩線團行程，透過帶狀活動及夜間經濟，讓遊客多待一晚、多留一會、多花一些，增加活動經濟效益，提高臺灣國際能見度及再訪率。
- (4) **主題活動國際化**
 - A. **串聯中央及地方觀光資源聯合行銷**：本署於 2023 年舉辦第一屆「觀光亮點獎」，結合各中央部會與地方政府共 42 個機關，向遊客推薦重點輔導之魅力景點設施或活動體驗，

共 24 個觀光亮點獲獎。將進一步協同各縣市政府推薦在地亮點，共同打造推出「台灣觀光 100 亮點」，後續協同各縣市政府整合行銷，以共同推廣並持續擴大觀光亮點獎效益，捲動旅行臺灣新風潮。2025 年持續舉辦第二屆「觀光亮點獎」，預計擴大合作層面至觀光圈與民間團體，深耕打造品牌性活動，將新推出之觀光亮點，推薦給國內外旅客，進而活絡各地觀光產業。

B.積極爭取國際大型活動在臺舉辦：包括爭取 2024 年國際青年商業世界大會、2024 年觀鳥馬拉松暨國際交流論壇、2025 年世界露營大會，透過國際組織共同行銷及交流，藉以增加我國國際能見度。

- (5) **擴大景區經濟：**觀光圈 2.0 在管理處努力下扎根出 17 個觀光圈，預計輔導成立第 18 個觀光圈-「金門觀光圈」，推出各類優質產品、全面升級各項遊程，達到「區域共好」。觀光圈將進入 3.0 新目標，以跨域整合、促發地方經濟潛能、加強國際市場媒合及推動地方組織動能等 4 個面向做為發展策略，促使觀光圈成為永續性組織，朝永續發展獨立運作為目標。另研擬「觀光圈發展策略」，以跨域共享、品牌提升，整併各地觀光圈，打造北、中、南、東部及島嶼型之 5 個「區域觀光圈品牌」，透過辦理觀光圈市集日，拉高品牌能見度；與內政部國家公園署策略聯盟，透過跨域合作，結合相關單位平台，例如經濟部中小及新創企業署之「城鄉島遊」數位平台等，進而導入觀光人潮，並透過景區經濟學的经营，帶動在地觀光產業鏈發展。
- (6) **提高旅遊便利性：**為提升自由行旅客的交通便利，持續推動台灣好行並增加路線，以搭乘人次為目標。繼 2024 年 1 月起針對國際旅客推出結合高鐵、捷運、台灣好行的 Taiwan PASS 後，亦推規劃推出國旅版 Taiwan PASS，整合臺鐵、捷運及台灣好行，包裝適用國內外旅客之「Taiwan PASS 臺鐵通用版」，滿足旅客旅遊台灣全島的行旅需求，並結合景區、博物館等景點，推動小鎮旅遊，讓旅客能夠「一卡在手，台灣好行走」，提升國內外旅客暢遊臺灣便利性。2025 年將奠基於 Taiwan PASS 基

礎，除持續整合國內公共運輸，優化交通便利性外，將研議串聯食、宿、遊、購、行等觀光服務、擴充銷售通路及加強行銷推廣，逐步提升台灣智慧交通旅遊的便利性。另為響應永續旅遊，將建立、推動台灣好行 ESG 評估指標，並輔導參加 ESG 交通永續傑出獎，做為業界標竿，在公私協力合作下，展現臺灣在淨零與永續環境的實踐。

3-2. 發展景區永續

- (1) **召開 2024 全國景區永續發展研討會**：2024 年 3 月 4 日及 5 日於西拉雅國家風景區管理處官田遊客中心辦理，以永續經營、安全管理、國際接軌等三大構面，建構韌性旅遊體系。
- (2) **營造國際魅力景區**：持續推動前瞻建設計畫打造「雙灣濱海自行車（北海岸及觀音山）」、「永鎮歸日之丘據點建構（東北角及宜蘭海岸）」、「伊達邵中正停車場（日月潭）」、「奮起湖地區周邊遊憩環境優化工程（阿里山）」、「綠島南寮港入境服務品質提升（東部海岸）」及「隘門沙灘服務設施整建（澎湖）」等 12 處亮點建設。以 6 大標竿國家級風景區（北海岸及觀音山、東北角及宜蘭海岸、東部海岸、日月潭、阿里山、澎湖），強化魅力景區國際行銷。將持續開發亮點景區及優化各管理處服務品質，包括鳳林遊憩區檢討結合花東縱谷管理處及新遊客中心，發展「島源板塊鐵馬道」之新興亮點。
- (3) **辦理重要觀光景點建設中程計畫（2024-2027 年）**：以「智慧節能」、「自然永續」、「低碳淨零」、「安全管理」、「設計美學」等五大建設內涵，2024、2025 年預計完成重要觀光景點建設 99 處、通用化設施 35 處，亮點建設包含北海岸風箏公園、日月潭環潭自行車道串連、大鵬灣遊艇帆船基地、花東縱谷鹿野管理站及遊客中心及澎湖水域遊憩服務設施等。
- (4) **體驗觀光地方旅遊環境升級（2024-2027 年）**：透過競爭型計畫協助地方政府（含離島）發揮創意，善用地優勢特色資源，整備相關軟硬體設施，發展重要廊帶及亮點營造，預計至少 5 案，同時導入綠色旅遊永續發展（SDGs）指標，以提升臺灣觀光旅遊之獨特性及國際競爭力。另透過政策輔導型計畫，輔導

地方政府以「樂齡通用」、「智慧美學公廁」、「景區智慧化」及「低碳永續」等方向整備、優化與升級設施，計 90 處。

(5) 打造國際觀光島

A. 澎湖海洋生態旅遊區計畫：評估以山水漁港東堤、望安將軍嶼及七美月鯉灣等潛力點，發展珊瑚復育之海洋生態旅遊體驗，結合潛水業者及當地旅行業者，整備接待國際潛水客之量能；推動國際品質海岸與綠色旅遊目的地認證參賽，接軌國際永續準則、爭取參與國際潛水展、持續參與全球百大目的地永續故事競賽，以及輔導轄內產業相關環保或綠色旅行標章認證。

B. 馬祖特色地質生態旅遊計畫：馬祖於 2018 年成立臺灣第一座依法公告之地方級地質公園，擁有特殊地質基岩及獨特石蒜植物群落，將舉辦國際型跳島活動吸引國際觀光旅客，攜手馬祖觀光圈業者共同參與海內外旅展及推介會，開拓後疫情時代國際客源。

(6) 持續爭取全球綠色目的地獎項：2023 年本署 6 個國家風景區獲得「全球百大目的地永續故事獎」，將持續與轄區業者合作共同參與相關競賽，使更多景區符合國際規範，吸引更多關注與支持永續旅遊之國際旅客到訪。

3-3. 升級智慧觀光

(1) 國家智慧景區：以東部海岸國家風景區管理處為例，將推動沉浸式環境劇場體驗，及虛實整合與科技展示之應用，如與臺灣史前博物館合作，及推動八仙洞遊憩區之「無牆博物館」。此外，應用新創科技包括 5G、大數據、人工智慧、物聯網、VR 沉浸式體驗及區塊鏈等，強化景區競爭力，2024 年預計打造北海岸及觀音山、日月潭、阿里山、東部海岸、澎湖等 5 個國家風景區為國家智慧景區，並成立智慧景區專案管理辦公室 (Project Management Office, PMO)，由專業團隊統一管理、總體規劃，並進行整體資源分配及協調跨單位合作。

(2) 國家風景區數位分身：針對旅遊所需的「宿、遊、行」三大面向，串聯經濟部中小及新創企業署之「城鄉島遊」數位平台以

結合「食、購」面向，發展觀光雲，以智慧服務創建影音銀行，透過沉浸式體驗、數位導覽、即時影像等方式，讓全球旅客透過異地共享的智慧服務系統，體驗臺灣之美；以智慧管理建置數據銀行，透過數據治理即時瞭解景區動態（天氣、人流量、交通情況、即時新聞等），提供遊客體驗之參考，並已於 2023 年 12 月 18 日與氣象署簽訂 MOU，結合觀光與氣象，提供旅客更即時友善的氣象資訊服務；最後，以智慧行銷運用網路、社群媒體及影音平台打造全通路行銷，讓有限資源精準投放，讓全球旅客進而背起行囊出發，實際感受智慧管理系統帶來「親山、親海、樂環島」的高品質旅程。