



Taiwan Tourism

2030

台灣觀光政策白皮書



交通部觀光局
Tourism Bureau, MOTC

鼻頭角 / 照片來源：天下雜誌



部長序 ————— 2

觀光立國，從防疫大國邁向觀光大國

局長序 ————— 4

觀光主流化，優化觀光產業、友善旅遊環境

01 台灣觀光，下一步 ————— 6

02 放眼全球 ————— 10

全球觀光發展概況 11

亞洲觀光發展概況 17

03 看見台灣 ————— 20

台灣觀光發展現況 21

21 世紀台灣觀光政策脈絡 25

台灣觀光發展課題剖析 27

04 永續未來 ————— 34

觀光立國 35

建構觀光發展新模式 38

附錄、跨部會協助事項 47



部長序



東引島燈塔



觀光立國， 從防疫大國邁向觀光大國

觀光是驅動經濟發展的重要引擎，蔡英文總統在2019年12月16日全國觀光政策發展會議中特別強調「觀光競爭力就是國家競爭力」。我們應從國家整體發展高度，重新定位觀光發展的角色，因而提出「觀光三箭」擘劃觀光未來藍圖，包含觀光局改制觀光署、推出觀光政策白皮書擘劃願景與方針、召開全國觀光大會凝聚產業共識，以實現「觀光立國」的願景目標。然2020年受新型冠狀病毒（Covid-19）影響，全球觀光旅遊業受創嚴重，但自疫情爆發以來，交通部立即「超前部署」，要求陸海空運及觀光單位全面提高及落實各項防疫作為，我國疫情控制成效已讓全球共睹；而為減緩疫情對產業之衝擊，交通部快速推出觀光產業紓困、復甦振興及升級前瞻方案，積極有序由國民旅遊展開復甦，透過「防疫採線旅遊」、「安心旅遊」及「國際行銷推廣」之三階段旅遊規劃，推廣高品質精緻旅遊，讓台灣穩定的疫情控制做為最佳的國際行銷，進而爭取入境旅遊之復甦及成長，讓世界看見台灣從「防疫大國」邁向「觀光大國」。

觀光力，就是國力。「Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書」便是以「觀光立國」做為觀光發展之願景，確立觀光產業在國家社經發展政策之位階、建立各政府部門「觀光主流化」之施政理念。透過「組織法制變革、打造魅力景點、整備主題旅遊、廣拓觀光客源、優化產業環境、推展智慧體驗」6大執行策略，輔以配合觀光局改制觀光署，加強投入資源，使組織、人力、預算等條件到位之規劃，期能將資源觀光化，建立深度多元優質的旅遊環境，逐步實現未來十年觀光願景，幫助觀光發展找到未來永續新方向。

為廣納建言，除分別與產業代表、專家學者、觀光產業公協會、縣市觀光首長召開共計17場座談會議討論，集結多次會議所研擬之重點，並於2019年11月18日辦理「Tourism 2030台灣觀光政策白皮書總諮詢會議」，以及12月16日召開「Tourism 2030全國觀光政策發展會議」，廣納各界對台灣觀光發展之意見，尋求未來觀光發展共識，進而擬訂「Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書」，並提出台灣觀光發展面對之課題與因應政策等中長期策略，使我國觀光產業成為真正可帶動經濟發展的火車頭，進而打造將國際社會中防疫有成的台灣，成為友善、便利、充滿魅力的觀光大國。

交通部部長 林佳龍

局長序





觀光主流化， 優化觀光產業、友善旅遊環境

觀光局致力輔導觀光產業轉型、擴大國內旅遊市場、開拓多元國際市場，不僅促動觀光產業優化服務，營造國內遊憩品質提升，更透過不同主題旅遊年之策劃，深化台灣旅遊產品在地連結及國際觀光訴求，使得整體國際觀光客持續增加，已連續5年迎接千萬旅客，讓台灣站穩千萬觀光大國行列。然而2020年受新型冠狀病毒(Covid-19)影響，考驗台灣觀光如何化解危機，台灣在防疫的優秀表現，揚名國際，疫情穩定即是最好的國際入境旅遊推廣，更可以鼓勵國人安心出遊，我們深信高品質國旅產品是吸引國際旅客來台旅遊的利基。因此，趁勢審視觀光產業結構，輔導產業轉型，推出精緻、深度、在地、有品牌的國旅產品，待疫情趨緩，即能投入市場競爭。綜此提出短期「觀光產業紓困方案」、中期「復甦及振興方案」及「觀光升級及前瞻方案」，至長期政策則朝「Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書」所研議的「永續觀光發展」方針努力。

在林佳龍部長以「觀光立國」前瞻性政策領導之下，我們研提「Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書」，透過「組織法制變革、打造魅力景點、整備主題旅遊、廣拓觀光客源、優化產業環境、推展智慧體驗」6大主軸，以及23項因應策略及36項重點措施，持續厚植國旅基礎及開拓國際市場，打造台灣成為亞洲優質友善的旅遊勝地為目標。期待未來政府各部門能落實「觀光主流化」，施政與建設能將觀光列為重心，中央到地方政府都要有觀光思維，包括修改不合時宜的法令、優化觀光產業、打造友善旅遊環境，提升品質、建立品牌，使台灣觀光質量均衡蓬勃發展。

觀光需要各界攜手營造，期望從中央到地方「人人心中有觀光」，國民心中有觀光、政府施政不忘觀光，觀光旅遊業者與政府繼續打拚，以「永續」的理念經營企業、用「尊重」的態度愛護資源、用負「責任」的態度服務旅客，提供深度、在地、多元、精緻、高品質旅遊環境，共同見證台灣觀光的下一個里程碑。

交通部觀光局局長 張錫聰

01 台灣觀光，下一步

紓困

台灣觀光旅遊
復甦振興三階段

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，開始積極推動發展觀光，至2000年，交通部觀光局研擬「21世紀台灣發展觀光新戰略」，並於2002年出版我國首部《觀光政策白皮書》，將觀光產業列為國家之重要策略性產業，台灣的觀光發展邁入新里程碑。

觀光的 核心價值

提供就業機會
吸引觀光賺取外匯
創造產值貢獻國家GDP

衍生價值

改善城鄉環境美麗台灣
協助地方創生活化偏鄉
行銷台灣提升國家形象
宣揚台灣多元文化內涵
增廣國民見聞臻進幸福



立定觀光立國願景

《Taiwan Tourism 2030台灣觀光政策白皮書》為第二部觀光政策白皮書，以「觀光立國」為願景，確立觀光產業在國家社經發展之位階，並揭示「觀光主流化」的理念，建立政府各部門協力推展觀光之施政方針。2019年12月16日召開「Taiwan Tourism 2030全國觀光政策發展會議」，訂定在2030年時，達到來台觀光人數2,000萬人次、國人國內旅遊人次2.4億人次、觀光產值（消費金額）新台幣1.7兆元之目標；惟2020年1月起，各國陸續爆發新型冠狀病毒（Covid-19）疫情，重創全球觀光產業。我國雖受到波及，但透過超前部署、嚴謹防疫，疫情受到穩定控制，國內逐步鬆解，透過「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，重新檢討調降目標值，期2030年來台旅客人次、國人國內旅遊人次及觀光產值（消費金額）分別逾1,600萬人次、2億人次及新台幣1兆元。



觀光前瞻
建設計畫

Tourism 2025
台灣觀光邁向2025方案

Tourism 2030
台灣觀光邁向2030方案

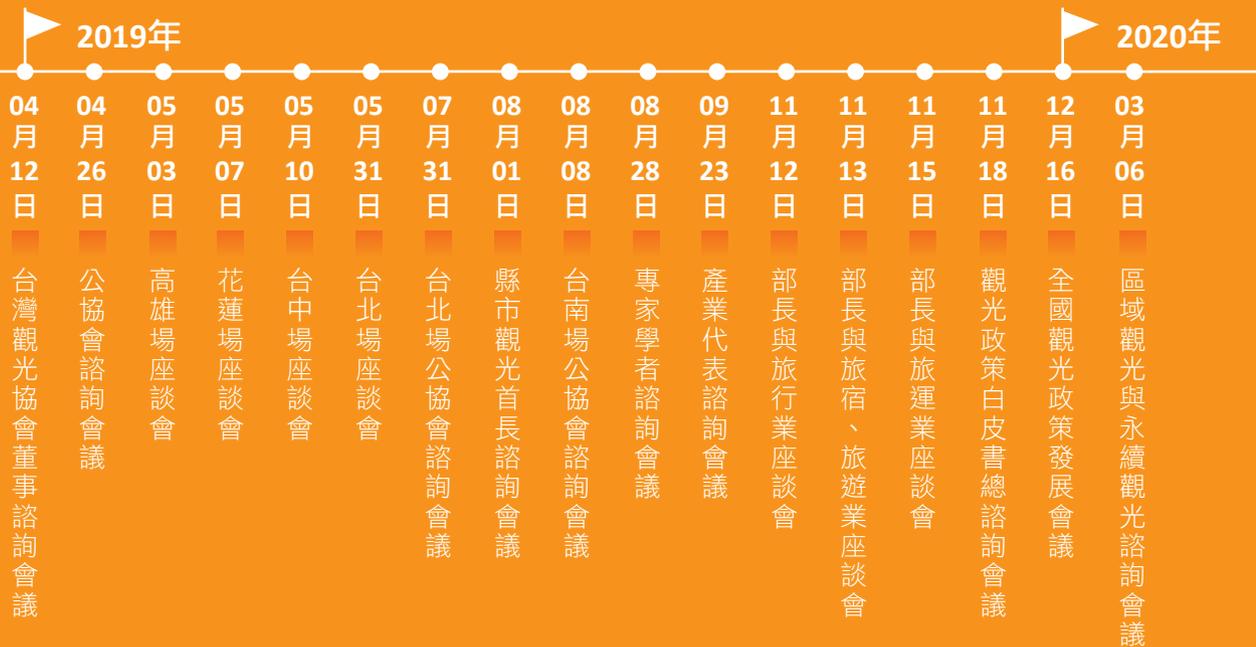
觀光立國願景 · 觀光主流化理念 2030年發展目標

- ✓ 來台旅客人次：1,600 萬 人次
- ✓ 國人國內旅遊人次 2億 人次
- ✓ 觀光產值 新台幣 1兆元

滾動式檢討機制
持續修正

Plan
Do
Check
Act

Taiwan Tourism
2030台灣觀光政策白皮書



北中南東 分層共議

白皮書自2019年2月起著手研擬，經通盤檢視國內外觀光政策執行成效，並透過召開北、中、南、東座談會及多場次諮詢會議，近800位菁英共同參與，由下而上凝聚產、官、學、研等各界共識，擘劃下一個十年（2021至2030年）台灣永續觀光發展願景及長期發展藍圖。



Tourism 2030

全國觀光政策發展會議

指導
單位



中華民國交通部



交通部觀光局
Tourism Bureau, MOTC

協辦
單位



TAIWAN
VISITORS ASSOCIATION
台灣觀光協會

承辦
單位



Tourism 2030

全國觀光政策 發展會議

照片來源：大紀元

目標 擘劃 2021-2030年 觀光產業發展藍圖

擬定 Taiwan Tourism 2030
台灣觀光政策白皮書

- 願景與目標
- 課題
- 政策主軸
- 策略與措施



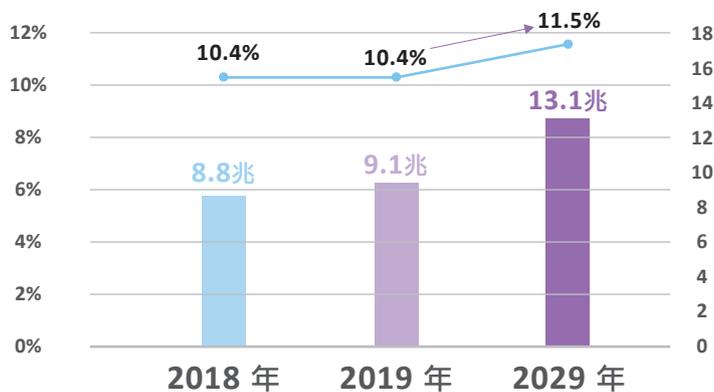
02 放眼全球



WTTC推估未來十年全球觀光產業經濟貢獻

觀光產業於
全球GDP占比

觀光產業
經濟貢獻 (兆美元)



資料來源：WTTC, economic impact 2019



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%，對全球經濟貢獻達8.8兆美元。2019年更達到9.1兆美元，相當於全球GDP的10.4%，亦即全球超過3.3億人的職位依賴觀光產業提供，占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，屆時，觀光旅遊產業對全球經濟貢獻上看13.1兆美元，占全球GDP的11.5%。

2029年觀光就業機會

觀光產業預計再創造約1億個工作機會，達到4.2億個工作機會，為全球創造1/4的新興職位。

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



美洲、非洲、亞太

▶ 保持穩定

歐洲

▶ 位居龍頭，但占比漸小

中東

▶ 成長速度最快

台灣

▶ 國際旅客增加

2020年聯合國世界觀光組織（United Nations World Tourism Organization, UNWTO）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，並促進全球觀光收入達1.48兆美元；其中，亞太地區國際觀光收入4,431億美元，占全球收入30%，顯見亞太地區之觀光發展動能強勁。近年，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。隨著世界旅遊經濟快速發展，在全球旅遊板塊中，歐洲國際觀光收入雖仍居龍頭，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。

2030年國際旅客成長與預測

國際旅客（億人次）



資料來源：UNWTO (2018), UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends - 2018 Edition

Covid-19疫情爆發影響全球市場

2020年初，新型冠狀病毒（Covid-19）疫情爆發並蔓延全球，導致觀光旅遊業成為受災最嚴重的產業之一。

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，最有可能之結果為「U型復甦模式」，推斷復甦需要花費超過兩季的時間。依據UNWTO於2020年5月7日動態，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。

另依據國際航空運輸協會（IATA，簡稱國際航協）2020年7月28日最新定期資料顯示，美國和發展中經濟體的病毒遏制緩慢，航空客運市場復甦前景比之前預期悲觀，公務旅行減少、消費者信心不足下，國際旅行復甦推遲，2020年全球客運量（航空旅客數量）預計比2019年下降55%；全球航空客運需求於2024年才能恢復到2019年疫情前的水準，比先前的預測2023年復甦晚了一年。

疫情後以「區域性」復甦觀光

未來疫情逐漸趨緩後，國際旅遊限制仍可能持續存在，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替代。依據美國有線電視新聞網（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，如西歐各國、波羅的海三小國、紐澳、越泰都陸續考慮打造走廊計畫，為將來觀光旅遊業復甦鋪路。

而自疫情爆發以來，我國疫情控制成效已是全球共睹，超前部署與嚴謹疫調也備受國際關注效仿。交通部自2020年6月起啟動觀光旅遊復甦振興計畫，逐步活絡國旅市場，同時利用台灣穩定的疫情做為最佳的國際行銷，積極爭取國際來台市場復甦及成長機會，讓世界看見台灣從「防疫大國」成為「觀光大國」，為全球觀光復甦最快、經濟榮景恢復最迅速的國家。



全球關注永續與綠色觀光

永續觀光定義

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資源永續、尊重文化、平權消費等3大面向。

而台灣永續觀光發展即依循UNWTO永續發展目標（SDGs）之目標8、12、14、15、16、17，並參考行政院國家永續發展委員會《台灣永續發展目標》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，打造台灣永續觀光環境與提升產業價值」所對應之指標8.8.1、8.8.2、8.8.3，由交通部觀光局在2016年12月提出《Tourism 2020—台灣永續觀光發展方案》，訂下「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5大策略，建構永續觀光推動機制，以接軌國際倡導永續觀光發展理念。



平權消貧

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。

尊重文化

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。

資源永續

以最理想的方式使用環境資源，維持基本的生態過程並保育自然遺產與生物多樣性。

Tourism 2020

台灣永續觀光發展方案

UNWTO

永續發展目標 (SDGs)

- 促進包容且永續的經濟成長，達到全面且有生產力的就業。
- 確保永續消費及生產模式。
- 保育及永續利用海洋與海洋資源。
- 保護、維護及促進陸域生態系統的永續使用。
- 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。
- 強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係。



行政院國家永續發展委員會

台灣永續發展目標

- 2021至2030年觀光整體收入平均成長率為1.7%。
- 2021至2030年觀光產業就業人數成長率平均為1.7%。
- 2030年完成40條生態旅遊主題行程。

綠色旅遊及綠色認證興起

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」。

目前綠色旅遊可依循準則主要分為：觀光旅遊業認證、旅遊目的地認證兩大面向。其中推動觀光旅遊業綠色認證者，以全球永續觀光委員會（Global Sustainable Tourism Council, GSTC）為主要國際組織，2008年集合50多個全球旅遊組織共同研擬出「全球永續觀光準則」；2016年修訂頒布「觀光產業永續準則」，提供觀光產業制定永續政策的標準。

觀光旅遊業方面，我國順應全球永續觀光的趨勢，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。國內已有部分旅宿業者通過CU-GSTC永續旅館認證，涵蓋星級旅館、休閒旅館與小型民宿。

旅遊目的地認證方面，GSTC亦研擬「永續觀光目的地準則」，希望所有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，以達在地永續發展。而國際間最具聲譽的永續旅遊目的地認證標章，為綠色旅遊目的地基金會（Green Destination Foundation, GDF）推出的「綠色旅遊目的地認證」（Green Destinations Awards / Certification），透過100項準則規範，評定申請認證之旅遊目的地是否符合永續發展指標，每年更協同13個國際組織共同舉辦「全球百大綠色旅遊目的地比賽」。

台灣從2016至2019年持續有旅遊景點獲選，尤其是東北角暨宜蘭海岸國家風景區，為2016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。



觀光旅遊業 認證

集合多個全球旅遊組織共同研擬，
提供旅遊產業制定永續政策的標準

- 全球永續觀光委員會
(Global Sustainable Tourism Council)
- 2008年 全球永續觀光準則
- 2016年 觀光產業永續準則

旅遊目的地 認證

在管理與行銷策略上整合
生態環境、古蹟遺址與住民福祉

- 全球永續觀光委員會
(Global Sustainable Tourism Council)
- 2013年 永續觀光目的地準則
- 2019年 永續觀光目的地準則2.0
- 綠色旅遊目的地基金會
(Green Destination Foundation)
- 綠色旅遊目的地認證

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4,438億元之觀光外匯收入，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）、澳門（395億美元）及澳洲（395億美元）。

2019年亞太地區入境旅客人次及觀光外匯收入



資料來源：UNWTO (2020)

從鄰國看觀光政策發展重點

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，可導出以下4大發展重點：



觀光政策優先性

儘管各國國情與國力不盡相同，但皆朝向提升觀光戰略至國家政策高度，構建觀光發展新模式，全面檢視與整備觀光資源特色與旅遊環境，以促進觀光產業轉型升級。

日本



2003年提出「觀光立國」之政策構想，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凝聚共識。

中國



將觀光政策架構於國家5年發展計畫中，並由國務院發表，由最高行政體系整合跨各部會。

韓國



將全國觀光諮詢會議交由國務總理主持，以提升觀光優先性，宣示對觀光產業之高度重視。

印尼



規劃旅遊部直接隸屬於總統，以協助處理旅遊相關之事務。



觀光組織專責性

各國觀光體制架構朝向跨部會整併與行政法人化，透過行政法人化，可在觀光產業行政業務遞增、範疇龐雜以及人事規模擴張情況下，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。

官方組織



韓國：文化觀光體育部



中國：文化和旅遊部



泰國：觀光體育部



馬來西亞：觀光、藝術和文化部



新加坡：旅遊局

行政法人



韓國：觀光公社、觀光研究院



日本：國家旅遊局



香港：旅遊發展局



觀光市場行銷性

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、新興地區及中國旅客為主力市場。其中「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。如新加坡即透過數據分析與故事行銷，精準對接各國旅遊業者與外籍遊客。

新加坡



目標精準

以統計數據區分4個目標市場：千禧世代、親子市場、銀髮市場及商務旅客。

訊息即時

新加坡旅遊局加值為新加坡觀光旅遊資訊平台中心，藉此和各國觀光旅遊業者對接。

行銷豐富

運用「故事行銷」，透過新加坡當地人的故事豐富旅遊內涵，作為打動外籍遊客策略。



觀光社會責任性

為鞏固產業根基，透過觀光政策倡議永續性議題，強調追求觀光發展的同時，也追求經濟永續與生態永續的平衡點，不但啟動「觀光永續」，更落實「社會觀光」，使觀光發展賦予更多社會責任的價值與意義。

泰國



在環保意識永續發展的彰顯下，以親環境的綠色旅遊型態，成為重要觀光主軸。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。

中國



觀光政策倡議永續性議題，消費端倡導綠色旅遊，供給端加強節能減碳，同時致力於透過地方觀光帶動偏鄉小鎮脫離貧困，落實「社會觀光」。

韓國



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。

03 看見台灣

吸引旅客 來台觀光主因



美食或特色小吃



風光景色



購物

旅客在台 最主要活動



購物



逛夜市



參觀古蹟

令旅客印象深刻的 旅遊經驗前三名



美味佳餚



景點



逛夜市

資料來源：交通部觀光局，2019，《中華民國 108 年來台旅客消費及動向調查》

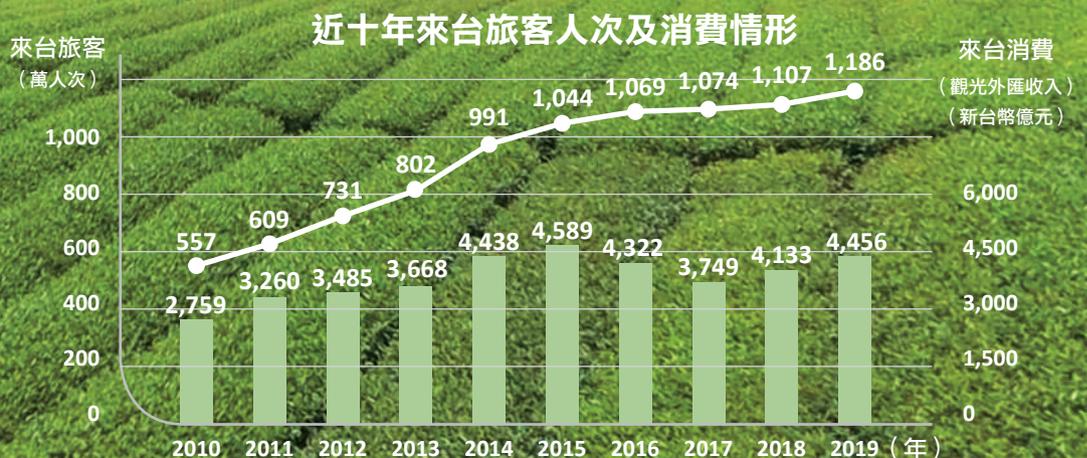


台灣觀光發展現況

Inbound—來台旅客人次及消費，穩定成長

來台旅客人次從2010年557萬人次倍增至2019年1,186萬人次（成長113%）。觀光外匯收入從2010年2,759億元成長至2019年4,456億元（成長61%）。

台灣自2015年起連續5年突破千萬人次，成為千萬旅客觀光大國，且客源市場結構更趨均衡，開創多元產業商機。吸引國際旅客來台主因為「美食或特色小吃、風光景色、購物」。主要來台市場（占比）為中國（23%）、日本（18%）、港澳（15%）、韓國（10%）、美國（5%）。



交通部觀光局，2019，《中華民國 108 年來台旅客消費及動向調查》

Domestic –

國人國內旅遊人次降，但消費略增

國內旅遊人次從2010年1.24億人次成長至2019年1.69億人次（成長36%）。自2016年達到1.9億人次高峰後轉為下滑趨勢。

國內旅遊消費從2010年2,381億元成長至2019年3,927億元（成長64%），曾於2017年達4,021億元高峰後下滑，但至2019年微幅上升。

國人消費限縮、減少國內旅遊次數轉而傾向出國旅遊，主要受到大環境經濟疲軟、消費者物價指數上漲及廉價航空吸引等影響。

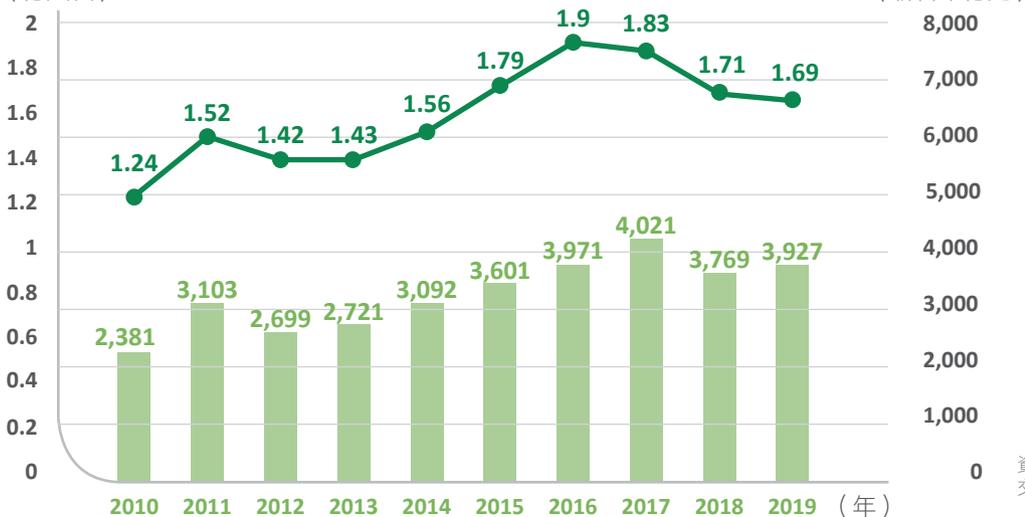
國人國內旅遊主要利用週末或假日從事旅遊人次占55%；而選擇旅遊地主要因為「交通便利、紓壓休閒保健、有主題活動、沒去過，好奇、品嚐美食」等。



國旅人次
(億人次)

近十年國民旅遊市場人次及消費情形

國旅消費
(新台幣億元)



資料來源：
交通部觀光局，2019，
《中華民國108年台灣旅遊狀況調查》

Outbound —

國人出國旅遊人次及消費，快速成長

國人出國人次從2010年942萬人次成長至2019年1,710萬人次（成長81%）。

出國消費從2010年4,371億元成長至2019年8,175億元（成長87%）。

影響國人出國意願主因為「假期長短或時間可以配合」。

國人出國旅遊目的地（占比）分別為日本（29%）、中國（24%）、港澳（13%）、韓國（7%）、越南（5%）、泰國（4.9%）、美國（3%）、新加坡（2%）、菲律賓（1.9%）、馬來西亞（1.8%）。



資料來源：內政部移民署



資料來源：
交通部觀光局，2019，
《中華民國 108 年台灣旅遊狀況調查》

2019年台灣觀光競爭力位居第37名

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》，台灣於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。

台灣觀光旅遊業競爭力下滑的主因為：

1. 對外簽證政策緊縮，影響國際開放度的分數。
2. 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。

台灣及全球與亞太地區之旅遊與觀光競爭力指標分數比較



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

21世紀台灣觀光政策脈絡

21世紀台灣重要觀光政策沿革與發展脈絡如下表所示。



資料來源：交通部觀光局

盤點成效 統合運用

自交通部於2000年發表「21世紀台灣發展觀光新戰略」迄今20年，奠定台灣觀光政策發展基石，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，實現成為「亞

洲旅遊重要目的地」願景。綜上所述，21世紀觀光政策以「供給面」及「市場面」思維擬定施政策略，主要成效如下：

一、供給面

<p>硬體建設</p>	<p>開辦「旅館品質提升計畫」，提升住宿品質 輔導旅館業者置入設計概念更新軟硬體設施（備），鼓勵業者參與星級旅館評鑑及加入國際連鎖品牌；針對民宿推動好客民宿認證（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）。</p>
<p>軟體建置</p>	<p>建置日益完善的旅遊資訊服務體系 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，提供旅客需要資訊及便捷的服務。</p>
<p>產品設計</p>	<p>開發區域旅遊，串連食宿、交通、景點 突破單一景點建設，以「旅遊線」概念整合資源集中經費，並實施國際及國內旅遊之景點分級策略。如大東北角遊憩區、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、台東鐵花村等。</p>
<p>人才培育</p>	<p>以顧客導向包裝旅遊交通產品 建置「台灣觀巴」（已輔導21家業者營運82條套裝旅遊行程）、「台灣好行」（營運路線59條、套票119種）、台鐵「觀光列車」、「郵輪式列車」、全國自行車道系統（1,691條自行車道）及國家自然步道系統（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（截至2020年9月）。</p>
<p>人才培育</p>	<p>培育觀光產業關鍵人才 編撰教案、個案教材及推動數位化學習，提升國際競爭力，並加強提升中高階主管專業職能，並赴國外觀摩實務，累積經驗。</p>

二、市場面

<p>品牌行銷</p>	<p>啟動台灣觀光品牌行銷 以「Taiwan, Touch Your Heart」、「Taiwan, The Heart of Asia」作為台灣於國際觀光推廣主軸，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）。</p>
<p>特色規劃</p>	<p>推廣體驗觀光，設計特色主軸 各年度推動不同特色主軸，如2018海灣旅遊年，推出35條路線，海灣宣傳影片獲柏林旅展3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）。</p>

整體施政務實前瞻，尤其針對國際宣傳大幅增加觀光相關預算，整體觀光預算從2000年的新台幣7億元提升到2019年的新台幣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。

台灣觀光發展課題剖析

1、觀光行政組織與法規制度

觀光行政體系檢討整合分工

為有系統的推動和發展觀光事業，我國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，目前體系如下圖。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。

會有關觀光發展之課題。惟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，調整觀光局位階為「觀光署」，兼負政策擬訂與執行，以全面整合觀光資源，改善台灣的觀光環境。



地方 6個直轄市及16個縣市政府專責觀光之局處

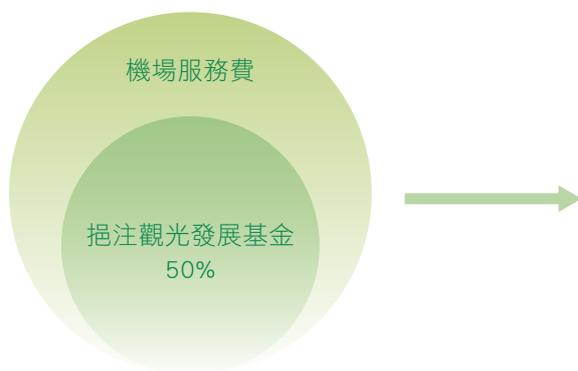
觀光發展經費爭取穩定挹注

觀光發展之經費主要來源為公務預算及觀光發展基金。其中，「觀光發展基金」依據行政院觀光發展推動小組（今行政院觀光發展推動委員會）會議決議，設置在「交通作業基金」內，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，並依《交通作業基金收支保管及運用辦法》執行，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。

因觀光發展基金主要財源來自機場服務費，而機場服務費分配比例迭有更易，目前分配於觀光發展用之比例為50%（《國際機場園區發展條

例施行細則》第7條），惟因近年投入多次國旅補助，並分擔公共建設自償性經費，導致大幅支出。

又受Covid-19疫情管制邊境，嚴重影響機場服務費收入，且推出大規模支應觀光產業紓困振興措施，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。



觀光發展基金困境

支出增加

- 機場服務費分配比例迭有更易
- 多次國旅補助支出
- 分擔公共建設自償性經費支出

收入減少

- Covid-19疫情嚴重影響機場服務費收入
- 大規模觀光產業紓困振興措施支出

觀光行政主要法規

- 1953年 ● 訂定《旅行業管理規則》
- 1968年 ● 訂定《導遊人員管理規則》
- 1969年 ● 制定《發展觀光條例》
- 1977年 ● 訂定《觀光旅館業管理規則》
- 1979年 ● 訂定《風景特定區管理規則》
- 2001年 ● 訂定《民宿管理辦法》
- 2002年 ● 訂定《旅館業管理規則》
- 2002年 ● 訂定《觀光遊樂業管理規則》
- 2003年 ● 訂定《領隊人員管理規則》
- 2004年 ● 訂定《水域遊憩活動管理辦法》

檢視觀光法規與時修正需求

我國觀光法規以《發展觀光條例》及其授權訂定之子法為主軸，但現有觀光法規以管理為主，應朝強化興利內涵，並期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。

2、觀光資源整備與管理

觀光資源型態多元多樣，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，近年更面臨景區缺乏在地特色、熱門景區乘載過量、著重硬體建設思維等課題仍待克服。



我國目前觀光資源管理體系

	管理機關	管理範圍
自然資源	內政部營建署	國家公園
	農業委員會 (林務局)	休閒農業區與休閒農場、森林遊樂區、地質公園
	交通部觀光局	國家級風景特定區
	國軍退役官兵輔導委員會	國家農場
	地方政府	直轄市及縣(市)級風景特區
人文資源	文化部	博物館、美術館、古蹟
	經濟部	觀光工廠、商圈、夜市
	原住民委員會、客家委員會、交通部觀光局	特色部落、聚落及節慶活動



阿里山特富野古道／照片來源：微笑台灣

3、觀光行銷宣傳與推廣

國際觀光宣傳業務，係由交通部觀光局（國際組）主政推動，目前在海外設有15個辦事處、8個服務處，辦理國際推廣事務。另以標案方式，委託法人團體籌組地方政府及業者參加海外旅展及各地推廣活動。國際觀光行銷宣傳作法非常多元，包括媒體購買、廣告刊登、主題旅遊獎助等機制，且為打破國際旅客普遍認為「台灣等於台北」的刻板印象，2017年起開始推出年度旅遊主軸之推廣計畫。後續宜強化國際觀光品牌形象、

國際行銷宣傳方式及效益、確立國際行銷組織分工機制，布局下一個十年。

國民旅遊推廣業務，則由交通部觀光局（國民旅遊組、業務組）負責，與各縣市政府觀光局（處）共同辦理地方國民旅遊推廣業務。須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、疫情影響等特殊狀況，需持續推出多項國民旅遊獎勵方案，以活絡國內旅遊市場。

國際觀光宣傳編制

主政推動

交通部觀光局
國際組
分設4科
共65人

海外

15個 辦事處
8個 服務處
加強就地辦理
國際觀光推廣業務

海外旅展

及各地之推廣活動
約30場次 / 每年
以標案方式，委託
法人團體籌組地方
政府及業者參加

年度旅遊主軸推動



國際觀光行銷策略



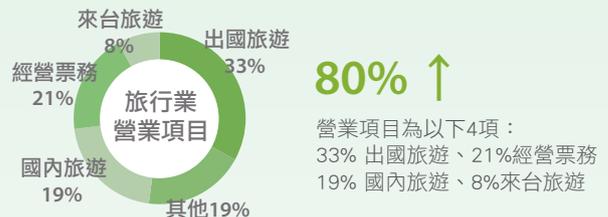
4、觀光產業輔導與管理

旅行業、旅宿業及觀光遊樂業，為發展觀光之核心產業，當前投入我國觀光核心產業人力合計共21.4萬人次。

旅行業部分，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，其營業項目依法區分為綜合、甲種及乙種旅行社。多數旅行社為中小型企業規模，業務市場集中且多以傳統模式經營，品牌化不足，旅遊產品複製性高，今面臨來台客源市場結構盤整，線上旅行社（Online Travel Agent, OTA）及國際大型旅遊網站平台（如Expedia、Booking等）興起、新創或青創旅遊入行條件限制等課題，管理制度應革新優化及適度鬆綁，結合相關法令規範修訂，以面對國際化、自由化市場挑戰。

旅宿業部分，主要分為觀光旅館業、旅館業、民宿。合法旅宿產業受到非法日租型套房挑戰，加上品牌識別度與國際化程度不一，應持續鼓勵業者參加星級評鑑及好客民宿，以提升旅宿業服務品質及能見度。

觀光遊樂業部分，係屬資本密度高、資金龐大、回收期長、進入門檻高之產業，目前內需市場日趨飽和，業者投資新設施信心不足，加上投資程序冗長，牽涉主管機關與法令繁多，復受到我國人口少子化及老年化等課題，亟待創造產業附加價值與國際化發展，並檢討法規制度革新、加強跨業合作及拓展多元市場等。



資料來源：交通部觀光局

5、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。目前，已整合建置「台灣觀光資訊資料庫」、規劃觀光雲基礎服務架構與內涵，持續促進與觀光服務相關之商業模式加值應用。

未來，將以「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，逐步建構台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，整合推動各項智慧觀光服務。



現在

近年整合觀光服務與資通科技，提供旅客旅行前、中、後之無縫隙友善旅遊資訊服務。

未來

以「網路環境」為基礎、「顧客導向」為核心的智慧服務與管銷模式，並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，整合各項智慧觀光服務。

資通科技ICT (Information and Communication Technology)

觀光 服務



整合建置
台灣觀光資訊資料庫



規劃觀光雲基礎
服務架構與內涵



促進觀光服務相關之
商業模式加值應用



資料中心
匯整旅遊資訊



觀光關聯產業應用
資訊中心之旅遊資訊



台灣成為以遊客體驗
為先之智慧觀光旅遊地

整合資源 聚焦未來

綜合前述台灣觀光組織與產業發展現況剖析，為提升我國觀光組織行政效能、產業創新服務，進而優化產業經營環境，將由以下具體行動著手：

面向	具體方針
1 觀光行政 組織與 法規制度	<ol style="list-style-type: none">1.現有組織因應觀光發展予以調整升級。2.國際觀光行銷組織及機制檢討調整。3.強化即時性觀光數據統計及分析，做為政策擬訂參據。4.檢討行政院觀光發展推動委員會運作機制，擴大跨部會協調功能。5.觀光法規制定從產業管理走向強化興利。6.觀光發展基金來源法制化，確保穩定財源。
2 觀光資源 整備與管理	<ol style="list-style-type: none">1.打造中、南部國際觀光魅力景點，分散來台觀光客集中北台灣之承載壓力。2.整體觀光資源擴大整合，開發潛在觀光資源，串聯各區域旅遊帶及旅遊線，創造國際遊客重遊吸引力。3.熱門景點檢視遊客總量管制或分流對應措施。4.觀光資源整合朝向落實在地特色、跨域加值及永續經營之觀念。5.避免「蓋硬體拚觀光」的線性思維，應兼顧自然美景及維護環境景觀。6.各管理機關落實「觀光主流化」思維，提升台灣整體國際旅遊環境友善度。
3 觀光行銷 宣傳與推廣	<ol style="list-style-type: none">1.政策性整合國際觀光行銷與國家形象宣傳。2.串聯交通部觀光局、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，組成國際行銷合作團隊，以確立行銷組織分工。3.比較鄰近國家規劃與方向，編列充足之國際觀光宣傳行銷經費與人力。4.重新檢視現行觀光品牌其後續發展性及宣傳效益，適時調整品牌策略。5.配合區域觀光發展需要，定位各市場宣傳行銷策略，及結合地方力量的行銷推廣機制。6.檢視國民旅遊市場變化及需求，研擬合適方案，活絡國內旅遊市場。
4 觀光產業 輔導與管理	<ol style="list-style-type: none">1.檢視旅行業重要推展議題，包括：旅行業採行許可制之規範、勞基法一例一休制度適用性、稀少語別導遊不足，網路去中間化行銷模式對傳統旅行業之挑戰等。2.檢視旅宿業營運需求，包括：房屋稅賦合理性、非法旅宿業分食客源、滿足基層人力需求、降低員工流動率，提升星級旅館評鑑制度及好客民宿推動成效等。3.檢視觀光遊樂業發展議題，包括：設立審查程序合理性、娛樂稅收取合理性，原有產品轉型發展之挑戰等。4.縮小大學觀光人才培育機制之產學落差。5.推動導遊與領隊考試制度變革。
5 智慧觀光 與旅遊環境	<ol style="list-style-type: none">1.改善旅遊據點周邊服務配套措施。2.提升觀光資訊系統之友善度及國際化。3.加強ICT技術應用，提供旅客旅行前、中、後之無縫隙友善的旅遊資訊服務。

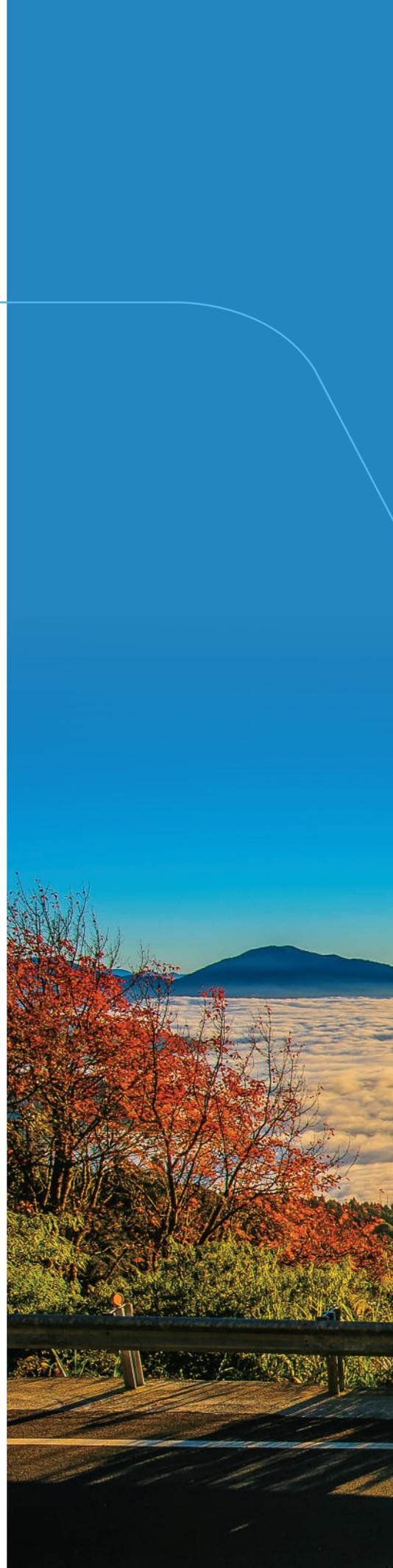
04 永續未來

國家宣示觀光施政主流化

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、跨部會協助事項）；也期待全體國民心存觀光，成為推展台灣觀光的小尖兵；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」定義

- 一、**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。
- 二、**政府施政推觀光**：觀光旅遊涉及層面多元廣泛，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。



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。「21世紀台灣發展觀光新戰略」之願景是打造台灣成為「觀光之島」，希望翻轉世人對台灣是一個「工業之島」的刻板印象。經過二十寒暑的努力宣傳行銷，世人已認知台灣除了是一個科技產業先進的國家外，台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。



2030年觀光發展目標 觀光產業為兆元明星產業

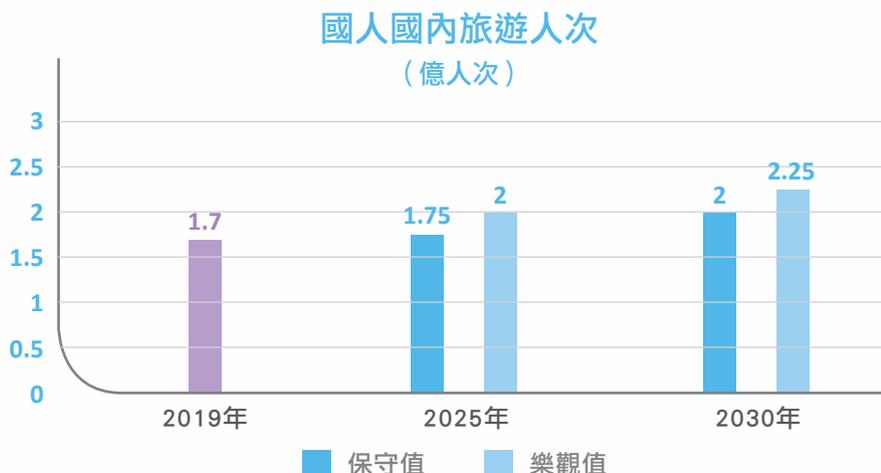
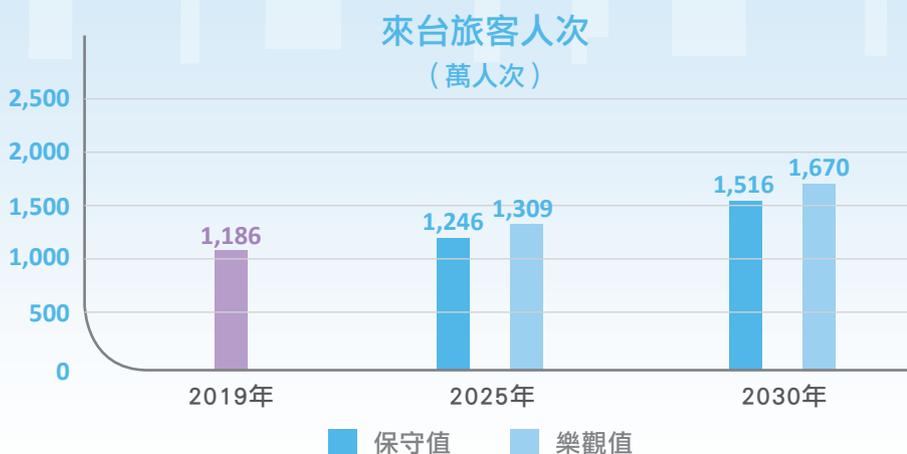
- ✓ 來台旅客人次 1,600 萬 人次
- ✓ 國人國內旅遊人次 2億 人次
- ✓ 觀光產值 新台幣 1兆元

(觀光產值=觀光外匯收入+國人國內旅遊消費)

務實評估 設定目標

依據世界觀光組織 (UNWTO) 2019年推估 2010至2030年間，全球國際旅遊人次年平均成長 3.3%，其中亞太地區平均成長率為4.9%。

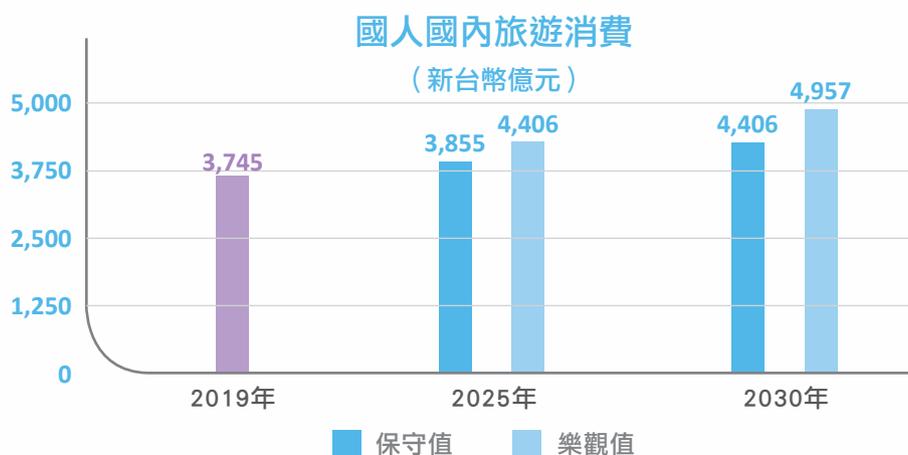
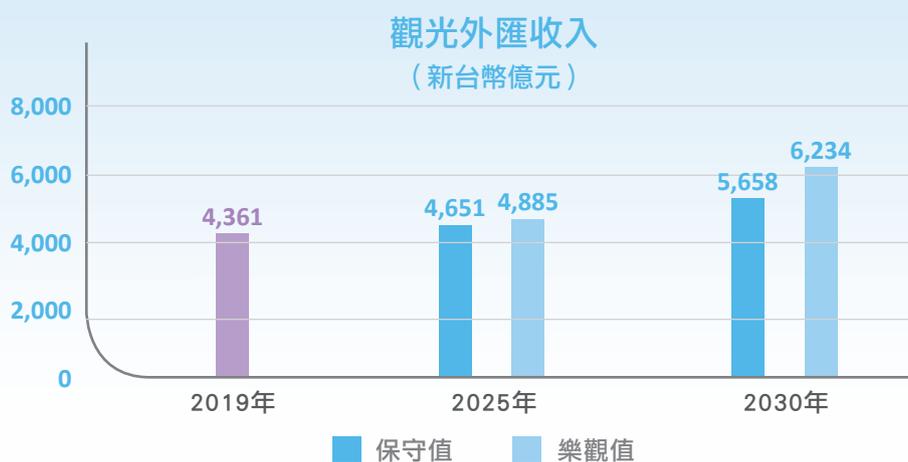
惟2020年起，全球受到Covid-19疫情衝擊，經務實評估國際組織預測報告、全球經濟變化及國內旅遊型態轉變、台灣整體觀光振興速度等綜合因素後，以保守及樂觀情境設定目標。保守估計至2024年、樂觀估計至2023年恢復到疫前水準。期待2030年，觀光產業成為開創兆元產值的明星產業。



- **來台旅客人次**：保守估計於2024年、樂觀估計於2023年恢復到疫前水準（2019年1,186萬人次），之後設定每年微幅成長4-5%，則預估2025年達到1,246至1,309萬人次之間，2030年達到1,516至1,670萬人次之間。
- **國人國內旅遊人次**：考量在疫苗問世及各國開放邊境前，台灣觀光將以振興國旅為首要。保守估計因受到疫情限制國人出遊，預估至2023年均維持疫前水準（2019年1.7億人次）；樂觀估計國人受國境管制而增加國內旅遊，預估2020年增為2.1億人次，2023年回到歷史高點1.9億人次，之後設定每年微幅成長1-3%，則預估2025年達到1.75至2億人次之間，2030年達到2至2.25億人次之間。

- **觀光產值（觀光外匯收入及國人國內旅遊消費之加總）**：依各年度目標人次，推估「觀光外匯收入」（來台旅客人次*每人每次消費約1,238美元*新台幣兌美元匯率30.15元），每年成長率約為4-5%，並加計「國人國內旅遊消費」（國人國內旅遊人次*每人每次旅遊平均費用約新台幣2,203元），每年成長率約2-3%，即為「觀光產值」。

預估2025年觀光產值達到新台幣8,506至9,291億元之間，2030年達到新台幣1.0064至1.1191兆元之間，成為兆元明星產業之目標。



建構觀光發展新模式

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。

為解決台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。



23項策略 與36項重點措施

為因應6大施政主軸，共提出23項策略及36項重點措施。

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。

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	長期
一、組織 法制變革	1. 奠定「觀光立國」願景	奠定「觀光立國」願景，落實「觀光主流化」。	台灣觀光發展將以「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，共同合作打造台灣成為觀光之島。	√	√
	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。		√
		(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。	<p>A. 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台灣之權力。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。</p> <p>B. 因應未來10年來台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）增進行政效能。</p> <p>C. 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，由行政機關移撥至行政法人，搭配各種方式、題材，宣傳行銷台灣，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。</p>		√	

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	長期
一、組織 法制變革	3. 強化觀光 推廣及研 訓機構	(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、青年旅遊人才之培訓，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。	V	V
	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」的政策，並建立觀光成為台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 員會組織機 制再檢討。	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及其組織機制宜檢討修正俾強化協調功能，並在《觀光發展法》中規定之。	V	V
		(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」。	A. 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。 B. 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。 C. 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」以及疫情衝擊之產業紓困振興等政策目標，觀光發展經費需求仍逐年補足並增加，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。	V	V
二、打造 魅力景點	1. 建構台灣 區域觀光 版圖	訂定整體台灣 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，結合台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。	V	V

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	長期
二、打造 魅力景點	2. 打造友善 旅遊環境	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. 規劃台灣景觀道路系統，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」，打造台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、海之環境整頓，包括加強綠美化、道路景觀美學、廁所清潔美化等工作。	V	V
	3. 倡導觀光 美學及永續 觀光	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）旅行台灣，認識台灣豐富多元的自然及人文觀光資源，世界級的動植物、地質地地形景觀，及農村、鄉土之美。	V	V
三、整備 主題旅遊	1. 整備主題 旅遊產品	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。	V	V
	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。	利用台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，展現台灣多元的觀光魅力。	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，透過競賽宣傳台灣觀光魅力。	V	V

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	長期
三、整備 主題旅遊	3. 推展綠色 旅遊、生 態觀光	(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19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	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年達成來台人數目標，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。	V	V
	2. 推動旅遊 地的品牌 行銷	發展觀光絕對 吸引力、加強 台灣觀光意象 及品牌之型 塑。	A. 重新檢視、定位台灣觀光品牌，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，作為台灣觀光品牌之延伸，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. 推展具台灣優勢之主題旅遊，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「台灣廚房 (Taiwan Kitchen)」之品牌及台灣美食月，向國際行銷台灣美食 (Taiwanese Cuisine) 旅遊。 E. 推動台灣特色節慶活動之優化，以遊客角度完善台灣觀光年曆。	V	V
	3. 深化國民 旅遊推廣 機制	深化國民旅遊 產品，積極鼓 勵國人旅行台 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台灣，藉以培養愛護鄉土情懷。	V	V
	4. 加強海空 運輸接待 能量	建構與布局台 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。	V	V

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	長期
四、廣拓觀光客源	5. 確立行銷組織分工機制	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。	<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，行銷台灣觀光。</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年國際旅客來台人數倍增，4年內國際觀光宣傳預算及人力等比倍增。</p>	V	V
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、觀光遊樂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. 鼓勵旅行業及觀光遊樂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> <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>	V	V
		(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。	V	

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	長期
五、優化產業環境	2. 健全產業輔導管理機制	(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，加強取締非法經營旅宿業務者，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>	V	
		(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 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「台灣會展網站」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。</p>	V	V
		(4) 為因應天災或人為突發事件，適時輔導產業紓困與振興。	<p>A. 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。</p> <p>B. 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，維持台灣經濟活力。</p> <p>C. 未來可思考規劃開辦「重大疫情保險」。</p>	V	

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	長期
五、優化 產業環境	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。	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。	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台實習與工作，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。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。	V	V
	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
		(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

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	長期
六、推展 智慧體驗	1. 優化旅遊 資訊科技	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。	V	V
	2. 營造智慧 旅運服務	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 旅遊數據 平台	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，建構台灣觀光數據生態系，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。	V	V
	4. 強化數位 及社群行銷	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、導客及留客之良性發展。	V	V

附錄、跨部會協助事項

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、海之環境整備工作及整合食、宿、遊、購、行相關產業等，均需協調整合部會及地方政府資源，並建立跨部會、跨產業的觀光平台合作機制。

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	協助事項
1	交通部	<ul style="list-style-type: none"> (1) 推動郵輪旅遊產業，行銷國內郵輪遊程並鼓勵國人投入國際郵輪服務市場。 (2) 打造友善港埠環境，建構完善港口硬體設施並打造友善岸上遊憩環境。 (3) 營造國內航線穩定營運環境，並輔導鼓勵業者經營偏鄉、離島等偏遠航線。 (4) 建構機場整建發展策略，並強化重點機場結合地方特色之經營。 (5) 促進國內外鐵道觀光交流，以發展特色鐵道旅遊。 (6) 配合地區觀光資源特色，優化公路景觀。 (7) 提升與改善全島觀光地區之內陸運輸服務。 (8) 建構以使用者為核心之智慧旅運服務環境。 (9) 結合5G、AI與物聯網技術，推動智慧交通、智慧觀光。
2	內政部	<ul style="list-style-type: none"> (1) 協助推動社區觀光之深度體驗遊程，提供國內外旅客更多旅遊選擇。 (2) 協助推動登山活動及山脈旅遊產品，營造台灣親山品牌，以建構永續觀光發展旅遊模式。 (3) 強化證照查驗業務，以落實國境安全管理並兼顧優質服務品質。
3	外交部	<ul style="list-style-type: none"> (1) 推動放寬免簽及簡化簽證等措施，提升國際旅客來台旅遊意願。 (2) 運用新媒體平台強化公眾外交及國際發聲能量。
4	文化部	<ul style="list-style-type: none"> (1) 持續推動文化發展，促使文化體驗與觀光結合，提升來台旅客在地生活感。 (2) 優化及重整文化資產，再造台灣文化新亮點。
5	國防部	協助離島（澎金馬）開放具戰地特色與歷史意義之觀光資源，推廣戰地觀光。
6	勞動部	配合區域觀光產業發展需求，辦理訓練課程，提升勞工就業技能，促進就業。
7	經濟部	<ul style="list-style-type: none"> (1) 協助爭取國際會議及展覽來台舉辦，帶動周邊產業及會展城市發展。 (2) 力促傳統工廠轉型觀光工廠，吸引國內外遊客體驗產業觀光魅力。 (3) 協助傳統糖廠活化轉型，導入觀光休閒元素，帶動地方發展。 (4) 推動商圈輔導，提升商圈競爭力營造商圈新形象並創造觀光商機。 (5) 透過台灣在地美食帶動城市觀光，並建構國際化消費環境，同步數位化文化美食觀光地圖。 (6) 輔導溫泉產業業者進行多角化經營帶動溫泉觀光區域發展。 (7) 優化維護觀光水庫等區之設施環境，並串聯水庫周邊旅遊據點，推動寓教於樂的知性之旅。

序號	機關	配合事項
8	教育部	(1) 協助日本、韓國等學校來台進行校際交流，促進教育與觀光交流。 (2) 鼓勵國民進行台灣巡禮，提升國內旅遊過夜人次。 (3) 推動高中以下學校有關自然與人文關懷、認識家鄉與愛護家鄉之校外教學。 (4) 爭取或打造國際運動賽事在台灣舉辦，以運動行銷台灣或地方特色。
9	衛生福利部	推廣完善健檢、美容觀光為主之國際醫療觀光，爭取更多國際旅客來台。
10	客家委員會	打造369客庄浪漫遊，發展客庄深度旅遊。
11	原住民委員會	運用各部落特有文化及產業資源，創造及活絡觀光產業，提升部落旅遊經濟產值。
12	海洋委員會	統合海洋產業相關部會，共同致力推廣海洋觀光遊憩事業，推動生態旅遊。
13	僑務委員會	增進海內外僑台商組織聯繫，厚植海外友我力量，促進國內外觀光產業商機交流。
14	大陸委員會	持續推動陸客來台觀光，增進大陸地區人民對台灣之認識與了解。
15	國軍退除役官兵輔導委員會	優化國家農場環境品質與設施，推動高山農場之觀光旅遊發展。
16	農業委員會	(1) 結合在地農村景觀、農業文化創意及食農教育概念等元素，推動特色休閒農業旅遊。 (2) 發展自然地景維護保育，並適度放寬農牧用地及林業用地容許部分低度遊憩使用，以活絡地方就業與經濟活動。 (3) 協助漁業轉型，帶動永續生態觀光遊憩、海釣等休閒漁業成長。 (4) 維護國家森林遊樂區軟硬體設施，持續提升旅客整體遊憩品質。 (5) 運用平地造林成果及林業文化空間推展國民生態旅遊。 (6) 整合自然教育中心、生態教育館等教育資源，推動自然保育及地質公園觀念。 (7) 持續規劃及優化「所轄自然步道」，並永續維護森林、步道資源。 (8) 推動阿里山鐵路國內外觀光事務。
17	縣市地方政府	(1) 協助維護景區之服務設備、公廁及停車場等硬體設施。 (2) 推廣國內旅遊補助與相關措施，提升觀光產業產值。 (3) 透過中央與地方合作，加強來台優惠措施及宣傳力道。 (4) 組織各縣市區域聯盟，整合、塑造觀光遊憩亮點。 (5) 優化道路指引標示及大眾運輸旅運服務。

—— *Taiwan, The Heart of Asia*

Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書



發行人 張錫聰
發行所 交通部觀光局
地 址 10096台灣台北市大安區忠孝東路4段290號9樓
電 話 +886 2-2349-1500
傳 真 +886 2-8772-2038
網 站 www.taiwan.net.tw



製 作 天下雜誌股份有限公司
地 址 10485台灣台北市中山區南京東路2段139號11樓
網 站 www.cw.com.tw

出版日期 中華民國109年9月
版權歸屬 交通部觀光局
授權聯絡人 +886 2-2349-1500#8111

展售處
五南文化廣場
TEL +886 2-2226-0330 / FAX +886 4-2225-8234
40042台灣台中市中區中山路6號

國家書店松江門市
TEL +886 2-2518-0207 / FAX +886 4-2518-0778
10485台灣台北市中山區松江路209號1樓



國家網路書店 www.govbooks.com.tw

ISBN : 978-986-531-182-7

GPN : 1010901329

定價 399元



ISBN 978-986-531-182-7

GPN 1010901329

定價 399 元



Taiwan
THE HEART OF ASIA



交通部觀光局
Tourism Bureau, MOTC

廣告