

奉行政院 107 年 1 月 4 日院臺交字第 1060044375 號函核定

**Tourism 2020—
臺灣永續觀光發展方案（106-109 年）
（核定本）**

交通部觀光局

106 年 12 月

檔 號：
保存年限：

行政院 函

地址：10058臺北市忠孝東路1段1號
傳真：02-33566920

受文者：交通部

發文日期：中華民國107年1月4日
發文字號：院臺交字第1060044375號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：
附件：如文(1060044375-0-0.tif)

主旨：所報「Tourism2020-臺灣永續觀光發展策略執行計畫（106-109年）」一案，准予依核定本並照核復事項辦理，名稱並修正為「Tourism2020-臺灣永續觀光發展方案（106-109年）」。

說明：復106年12月6日交路（一）字第1068200617號函。

核復事項：

- 一、本方案為「觀光大國行動方案」滾動檢討後之延續性觀光產業發展計畫，上開行動方案已完成階段性任務，由本方案接續推動。
- 二、觀光發展涉及領域廣泛，請密切與相關部會、地方政府進行資訊交流及溝通，尤以「創新科技服務」係全球旅遊發展趨勢，應加速推動，並善用本院觀光發展推動委員會之跨部會協調平臺，以有效整合各機關資源，俾發揮綜效。
- 三、本方案中「海灣山城及觀光營造計畫」屬公共建設中程計畫，請依「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」規定，積極辦理計畫報核事宜。
- 四、本方案涉及觀光發展基金之相關計畫，在經費與期程不調增前提下，後續請本於權責推動與處理。

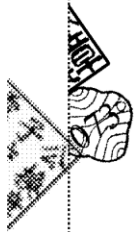
五、檢附「Tourism2020-臺灣永續觀光發展方案（106-109年）」（核定本）1份。

正本：交通部

副本：本院主計總處(含附件)、國家發展委員會(無附件)

2018/01/04
11:43:17

裝



訂



線

目錄

一、緣起.....	1
二、現況分析及未來發展趨勢.....	2
(一) 國際觀光市場現況與趨勢.....	2
(二) 臺灣觀光發展現況、課題及提升作為.....	3
三、現行相關政策檢討.....	10
(一) 國家發展計畫(106-109年).....	10
(二) 行政院中程施政計畫(106-109年).....	11
(三) 觀光大國行動方案(104-107年).....	11
(四) 重要觀光景點建設中程計畫(105-108年).....	23
四、計畫目標與預期績效.....	26
(一) 目標.....	26
(二) 預期績效指標及評估基準.....	26
五、執行策略.....	27
(一) 開拓多元市場：鞏固全球布局，創新宣傳手法與遊程產品， 活化來臺旅遊能量。.....	27
(二) 活絡國民旅遊：厚植國旅基礎，強化城市行銷與年會節慶， 旅遊安全持續升級。.....	28
(三) 輔導產業轉型：落實獎優汰劣，提升產業品牌力、創新力、 競爭力與附加價值。.....	28
(四) 發展智慧觀光：完備智慧行旅，運用大數據與資通訊科技， 開創觀光嶄新視野。.....	28
(五) 推廣體驗觀光：營造感動體驗，啟動永續旅遊主軸，訴求深 度旅遊與在地生活。.....	28
六、執行措施.....	29
(一) 開拓多元市場.....	29
1-1 國際市場開拓計畫.....	29

(1) 非大陸市場開拓作為	29
(2) 大陸市場鞏固作為	32
(3) 多元旅遊產品深耕	33
(4) 高潛力客源開拓作為	34
(二) 活絡國民旅遊	37
2-1 擴大國民旅遊措施	37
2-2 觀光特色活動扶植計畫	39
2-3 促進旅遊安全措施	40
(三) 輔導產業轉型	42
3-1 旅行業品牌化計畫	42
3-2 旅宿業品質化計畫	43
3-3 觀光遊樂業優質化計畫	44
3-4 觀光關鍵人才培育計畫	47
3-5 觀光產業數位服務提升暨網絡資訊整合計畫	49
(四) 發展智慧觀光	51
4-1 創新科技服務計畫	51
4-2 I-center 旅服創新計畫	56
4-3 「台灣好玩卡」推廣計畫	58
4-4 「台灣好行」服務升級計畫	58
4-5 「台灣觀巴」服務維新計畫	59
(五) 推廣體驗觀光	61
5-1 臺灣永續觀光年推廣計畫	61
5-2 「體驗觀光·點亮村落」示範計畫	62
5-3 原住民族地區觀光推動計畫	63
5-4 無障礙及銀髮族旅遊計畫	64
5-5 重要觀光景點建設中程計畫	65
5-6 跨域亮點及特色加值計畫	66
5-7 海灣山城及觀光營造計畫	68
七、經費來源	70
八、預期效益	70

一、緣起

- (一) 依據行政院民國（下同）105 年 12 月 21 日院長聽取「Tourism 2020—臺灣永續觀光發展策略」簡報、行政院 106 年 2 月 2 日第 3534 次會議通過「國家發展計畫」暨總統府 106 年 4 月 28 日「經濟策略顧問會議—觀光產業」會議結論辦理。
- (二) 臺灣位處亞太地理位置中心，交通便捷，觀光資源多元豐富，為力促臺灣觀光優質化發展、帶動產經轉型升級，並拓展與國際交流管道等目標，本局參據國際觀光發展趨勢、他國推動經驗，以及在地觀光發展現況與需求等研訂整體觀光政策，導引整體觀光環境、軟硬體建設、產業人力、就業能量及服務品質等蓬勃發展，期提升臺灣觀光品牌於國際市場知名度。另為積極落實總統觀光政策，並衡酌我國觀光產業持續面臨全球化、數位化、在地化之發展趨勢，以及來臺客源市場結構盤整、區域旅遊競爭激烈及產業關鍵轉型等挑戰，續鑒於聯合國世界觀光組織（United Nations World Tourism Organization，以下簡稱 UNWTO）將西元（下同）2017 年訂為「國際永續觀光發展年（International Year of Sustainable Tourism Development）」，強調環境面、社會面及經濟面之永續發展，續遂行我國觀光中長程上位政策之滾動檢討。
- (三) 本局現研擬「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，透過「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」五大行動計畫綱領，持續厚植國旅基礎及開拓國際市場，期能形塑臺灣成為「友善、智慧、體驗」之亞洲重要旅遊目的地。

二、現況分析及未來發展趨勢

(一) 國際觀光市場現況與趨勢

1、全球整體觀光表現

根據 UNWTO (Tourism Highlights 2017 Edition) 統計，2016 年全球國際旅客達 12.35 億人次規模，較 2015 年 11.89 億人次成長 3.9%，締造 1 兆 2,200 萬美元之觀光外匯收入，較 2015 年 1 兆 1,960 萬美元成長 2.6%。其中亞太地區（包括東北亞、東南亞、大洋洲及南亞）國際旅客人數更創下歷史新高，估計達 3.08 億人次，較 2015 年 2.84 億人次成長 8.6%，成長率為近 6 年來最高，並締造 3,667 億美元之觀光外匯收入，較 2015 年 3,494 億美元成長 4.8%，顯見亞太地區之觀光發展動能強勁。2016 年全世界前 10 大國際旅客旅遊目的地仍多位於歐美地區，排名 1 至 10 名分別為：法國、美國、西班牙、中國大陸、義大利、英國、德國、墨西哥、泰國及土耳其；而亞太地區排名 1 至 10 名則為中國大陸、泰國、馬來西亞、香港、日本、韓國、澳門、印度、新加坡及臺灣。

2、全球旅遊市場長期預測

依據 UNWTO (Tourism Highlights 2017 Edition) 預測 2010 年至 2030 年間，全球國際旅客年平均成長率約為 3.3%，2020 年將可達到 14 億人次，2030 年則將達到 18 億人次。就區域市場發展而言，亞太地區仍是成長力道最強之區域，預估 2010 年至 2030 年間，亞太地區國際旅客年平均成長率為 4.9%，將從 2010 年 2 億 0,400 萬人次增加至 2030 年 5 億 3,500 萬人次，於全球占比預估從 2010 年 21.7%，成長至 2030 年 29.6%。

3、區域市場競爭與合作

受到全球化（如國際政經情勢變化）、數位化（如網路、資通訊科技、行動裝置普及廉價航空興起）及旅遊自主意識抬頭等因素影響，旅客逐漸傾向每年有更多次出國之機會，旅遊型態亦逐漸

轉變為短程、短天數、多元深度體驗等模式。而近年世界各國積極投入觀光事業發展、新興旅遊目的地不斷竄起，區域內（如亞太區域）各旅遊市場為爭取客源，除競爭日趨激烈，甚或加速開展區域結盟，簽訂雙邊合作或跨區域經貿協定，以加強區域經濟交流，如我國與香港於國際郵輪市場結盟成立「亞洲郵輪聯盟」（Asia Cruise Cooperation, ACC），並聯合韓國、菲律賓、越南、大陸海南及廈門等其他亞洲旅遊目的地共同行銷及推廣「一程多站」郵輪旅遊產品。

4、全球永續觀光發展趨勢

隨著全球經濟與物質生活改善，世界各國開始關注如何將繁榮與進步持續至長久等相關議題，尤其近幾十年間，全球觀光產業蓬勃發展，除對於全球 GDP 之貢獻達 10% 外，全球每 10 份工作中，就有 1 份與觀光產業相關。身為全球經濟成長最快的產業之一，當越來越多國家選擇以發展觀光產業來提升經濟動能，其對於自然環境、在地文化保存等造成之影響，亦逐漸備受重視。UNWTO 對永續觀光發展定義如下：指「充分考慮當前和未來之經濟、社會、環境影響，盡量滿足遊客、產業、自然環境及當地居民之需求」，並將 2017 年訂為「國際永續觀光發展年」，主要訴求：旅行（Travel）、樂享（Enjoy）與尊重（Respect），續訂有 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），包含海洋生態、陸地生態、就業與經濟成長、永續城市及全球夥伴等，期呼籲世界各旅遊目的地，於提升觀光產業與經濟規模同時，應持續關注整體旅遊環境、經濟與社會文化等面向之均衡發展。

（二）臺灣觀光發展現況、課題及提升作為

依據 UNWTO 統計（Tourism Highlights 2017 Edition），2016 年臺灣入境旅客人次（1,069 萬 0,279 人次）名列全球第 31 名（較 2015 年名次第 31 名持平），創造觀光外匯收入約 134 億美元，

排名全球第 26 名（較 2015 年名次第 24 名退後 2 名）。另依世界經濟論壇（World Economic Forum；WEF）2017 年 4 月 5 日發布之「2017 年全球觀光競爭力指數」，評比對象涵蓋全球 136 個國家與地區，臺灣整體觀光競爭力指數，於 136 個參與評比之國家與地區中名列第 30 名，較上次 2015 年評比（第 32 名）上升 2 名，亞太地區則排名第 9 名。我國較具競爭優勢之項目包括商業環境、治安、人力資源與勞動力市場、資通訊設備、國際開放程度等；較弱勢之項目則有健康與衛生、價格競爭力、環境永續及自然資源條件等。茲盤點臺灣觀光各面向發展現況、課題及後續提升作為，概述如次：

1、來臺旅客市場

- (1) 現況：近 5 年來臺國際旅客由 101 年 731 萬 1,470 人次成長至 105 年 1,069 萬 0,279 人次，年平均成長率 9.97%；創造觀光外匯收入亦由 101 年新臺幣 3,485 億元成長至 105 年新臺幣 4,322 億元，年平均成長率 5.53%。若以 106 年上半年度（1-6 月）各客源市場來臺旅客進行分析，除大陸市場囿於大陸對臺限縮政策影響呈現負成長（-40.06%）外，其他各主要客源市場均呈現正成長（16.18%），尤以韓國（30.18%）及新南向市場（37.3%）成長幅度較高，新南向市場中則以泰國、汶萊、菲律賓及越南成長較為顯著，各客源市場占比更趨均衡。
- (2) 課題：來臺旅客市場正處於結構調整階段，包括大陸市場與非大陸市場來臺旅客之消長，及旅遊模式、旅客特性與偏好之改變等。例如來臺自由行旅客比例逐年增加、新興市場仍處開拓階段、旅客造訪區域多集中於臺灣北部地區、追求深度體驗取代走馬看花行程、旅客平均消費力降低等，均影響我國觀光產業經營、政府施政重心、區域發展及資源投入與分配。

- (3) 提升作為：持續透過同、異業結盟合作模式，借力使力，提升臺灣觀光品牌曝光及知名度；加強開拓東北亞、港澳、新南向等主力客源市場及持續深耕長線市場品牌；掌握陸客回流趨勢，開發創新及在地特色旅遊產品；爭取包含商務高端、全球郵輪、穆斯林及 MICE 等客群，提升來臺旅客消費力與停留天數；開發多樣化且具在地特色之旅遊產品與體驗行程，健全旅遊資訊提供管道與，拓展新市場、新客源與重遊客群，並透過包機獎勵與產品規劃等機制，導引旅客前往臺灣各區域旅遊，俾達分區、分時、分流之效，平衡區域發展。

2、國民旅遊市場

- (1) 現況：近 5 年國人國內旅遊需求增加，自 101 年 1.42 億人次，穩定成長至 105 年 1.9 億人次規模，年平均成長率 7.55%；國人國內旅遊收入亦由 101 年新臺幣 2,699 億元成長至 105 年新臺幣 3,971 億元，年平均成長率 10.14%。
- (2) 課題：國內旅遊產品可複製性高，業者間常模仿或主打低價策略，鮮少開發深度、多元、具在地特色之旅遊產品；且各地旅遊景點風貌特色及國際化程度較不足，觀光活動更時有內容相互模仿，同質性高，偏向短期操作，注重參與人數，忽視活動品質之情事。
- (3) 提升作為：應建立完善輔導機制，以跨域合作理念，協助地方打造在地遊憩亮點、包裝特色產品、扶植節慶活動及提升服務品質等，並運用國際年會在臺舉辦契機，加強城市行銷等作為，挹注國民旅遊市場能量；另應建立觀光整合平臺，統籌中央與地方業管之觀光資源，以各自發展、統合推廣方式，持續推展跨區、過夜、平日時段旅遊與在地體驗，傳達臺灣觀光多樣化特色。

3、旅行業

- (1) 現況：截至 105 年底止，我國合法旅行社共計 2,913 家，含分公司共計 3,771 家，其營業項目依法規規定可區分為綜合、甲種及乙種旅行社。另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，現旅行業經營項目主要以出國旅遊（占 35%）為最大宗，其次為經營票務（占 22%）、國民旅遊（占 19%）及來臺旅遊（占 10%），上述 4 項已超過旅行業經營項目比重八成。
- (2) 課題：我國旅行業多為中小型企业規模，業務市場集中且多以傳統模式經營，品牌化程度較不足，旅遊產品複製性亦高，現階段因持續面臨來臺客源市場結構盤整及線上旅行社（Online Travel Agent, OTA）或國際大型旅遊網站平臺（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，結合相關法令規範之修訂，以面對國際化、自由化市場之挑戰；此外，旅行團品質參差不齊，偶有旅遊安全事故肇生，影響我國優質觀光形象及損害旅客權益，亦應通盤檢討精進。
- (3) 提升作為：持續推動旅行業品牌化、資訊化及專業化發展，輔導傳統旅行業轉型與升級，協助拓展業務與產品開發；鼓勵旅行業與新創業者合作，共同包裝在地深度、精緻之旅遊商品，共創商機，提供當地青年就業機會及吸引年輕世代投入觀光產業；透過產業整頓，取締非法，提升資訊透明度，並落實交易安全查核及緊急通報機制，強化觀光團旅遊安全措施及稽查。

4、旅宿業

- (1) 現況：截至 105 年底止，我國合法觀光旅館共計 119 家、一般旅館計 3,149 家、民宿計 7,042 家，提供房間數合計超過 20 萬間。

- (2) 課題：品牌識別度與國際化程度較不足、非法日租型套房及跨國大型網路公司未繳稅課題仍存，輔導業者參加星級評鑑（一般旅館國際化）及好客民宿，並鼓勵旅館加入訂房平臺，提高能見度；檢討民宿法規鬆綁，加強產業整頓。
- (3) 提升作為：為推動旅宿環境多元化，因應來臺自由行旅客群需求，應積極輔導客房總數 15 間以下旅館轉型為青年旅館或平價特色旅館，提供旅館更新整建規劃設計費，並輔導業者導入文創及結合農特產品，營造在地特色，創造多元價值；輔導一、二星級旅館加入訂房平台，協助其提升行銷及攬客能力；檢討、鬆綁旅宿業相關法令規定；就非法旅宿取締部分，將針對有合法可能性業者，以輔導合法化為原則，確無可能輔導合法化者，則確實加強取締及裁處。協調財政部持續加強宣導境外電商業者來臺辦理稅籍登記及報繳營業稅。

5、觀光遊樂業

- (1) 現況：截至 105 年底止，我國合法觀光遊樂業者共計 24 家，年平均遊客數約 1,000 萬人次。
- (2) 課題：觀光遊樂業係屬資本密集度高、投資金額龐大、投資回收期長、進入門檻不易之產業，面臨觀光活動多樣化及競爭白熱化，內需市場日趨飽和，業者投資新設施信心不足，加上投資計畫程序冗長，牽涉主管機關與法令繁多，復受到新興觀光據點（例如休閒農場、觀光工廠等）竄起，瓜分旅遊市場的威脅等課題，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、拓展新市場等。
- (3) 提升作為：積極營造良好觀光投資環境，持續透過優化產業品質及擴大招商等工作重點，輔導業者持續投資大型知名遊樂設施，如國際賽車場、摩天輪等，並爭取國外知名品牌主題樂園來臺投資。規劃成立北、中、南、東分區策略聯盟，

強化遊樂園區軟硬體及服務品質，並與周邊相關產業合作、共同行銷，積極爭取國際旅客遊園。

6、觀光產業人力

(1) 現況：截至 105 年底止，我國觀光產業人力合計共 19.9 萬人次，其中旅行業約 9.9 萬人、旅宿業（合法觀光旅館、旅館及民宿）9.5 萬人及觀光遊樂業 0.5 萬人。

(2) 課題：

- A. 旅行業：旅行業界反映面臨之人才問題多為缺乏基層穩定人才、基層人力素質不足、較欠缺能經營多樣性客源、策劃多樣化產品之人才等；另隨著來臺旅客市場結構快速變動（如東協十國來臺旅客快速增加），導遊考照制度應適時變革、與時俱進，並結合既有在地導覽人員併行調整。
- B. 旅宿業：國內旅館產業近年蓬勃發展，新建飯店快速增加，同時造成旅館中階從業人員快速升遷，恐造成旅館營運、管理經驗傳承及維持優質服務品質等缺口，應透過訓練輔導，提升我國旅館業中階經理人經營管理能力。
- C. 觀光遊樂業：為縮短產業人才素質供需之落差，使產業新進人才之實務能力能因應環境變遷與業界需求，並強化產業人才國際觀，辦理產業人才培訓課程，透過提升國際視野，營造國際化企業。

(3) 提升作為：

持續引進先進管理思維，培育產業界人才菁英，透過外引、內拉雙向並進，一方面從國外機構研習創新且具國際視野之產業知識與實務經驗，二方面萃取國外訓練精髓形成教案，並培育種子教師，俾使新觀念、新作法能系統化地傳承下去。另針對導遊考照制度，應持續推動考試內容簡化及考訓合一，並可評估結合在地導覽人員新制，就導遊分類或分級化、現行導遊與地方導覽人員（解說員）整合等構想，與旅行公

會、導遊公會、地方旅遊團體及地方政府協商形成推動共識。

7、觀光遊憩景點環境

- (1) 現況：我國觀光資源概分為人文觀光資源與自然觀光資源，茲就自然觀光資源之經營管理行政體制，分由內政部、交通部、農委會、退輔會及地方政府等機關主政，包含有 13 處國家級風景區、22 處直轄市與縣（市）級風景特定區、9 處國家公園、1 處國家自然公園、18 處森林遊樂區、3 處平地森林園區、8 處國家農場、20 處野生動物保護區等處。
- (2) 課題：過去觀光建設多未能善用在地優勢特色及整合軟硬體配套資源，造成多數景點建設風貌雷同、缺乏特色及亮點，難以吸引遊客前往旅遊或重遊意願，招致一窩蜂或一次性等批評；亦較缺乏跨領域產業合作、引進民間參與、使用者付費回收挹注與永續經營概念等相關軟體導入；另部分旅遊景點建設缺乏關懷服務設施，未能提供國際旅客相對友善之身障與銀髮旅遊環境。
- (3) 提升作為：積極輔導地方政府營造國際觀光遊憩亮點與在地特色遊程；行銷客庄、部落特色節慶及民俗活動，積極推動客庄與部落觀光；引入以軟帶硬思維，並將遊憩設施與在地文化、觀光產業及觀光活動緊密結合，創意行銷、創新遊憩體驗及永續經營管理；以通用設計、綠建築等概念建置友善旅遊服務設施，輔以各式指標、導引、解說系統與旅遊安全救助系統，全面建構國際級友善旅遊環境。

8、旅遊安全

- (1) 現況：國內觀光旅遊安全議題涉及層面廣泛，包含道路交通、建管消防、各類服務設施及各不同目的事業主管機關管理範圍，涉及交通部權管業別包括遊覽車、船舶、航空等運輸業及觀光產業等。本局現行旅遊安全督導機制，包含「旅遊安

全維護措施」、「國家風景區督導考核」、「觀光遊樂業督導考核」、「公共安全管理白皮書實施計畫（觀光地區遊樂設施安全管理）督導計畫」及「旅宿業旅客住宿安全維護措施」等。

- (2) 課題：近年來觀光旅遊風氣蓬勃發展，不論國人國內旅遊、出境旅遊或外籍旅客入境遊臺，旅遊活動次數及頻率皆較以往大幅提高，無形中增加了遊程安全風險與意外事故發生之不確定性。旅遊意外事件中，又以交通意外事故居多，造成之人員傷亡嚴重性亦最高，遊覽車為團體旅遊經常使用之交通工具，雖具備高載客量，惟當意外事故發生時，卻更容易造成人員傷亡，且較其他車種搶救不易，「交通道路可及性」、「車體結構安全性」、「事故發生原因」及「駕駛人個別因素」等為主導遊覽車事故嚴重程度之 4 項要因。

- (3) 提升作為：

啟動觀光總體檢，橫縱向結合相關單位及觀光產業，通盤檢討我國旅遊環境各環節，檢視觀光旅遊旅運（遊程及遊覽車）、遊憩景點設施、觀光遊樂業及住宿等現有或潛藏之安全問題，包含落實專案聯合稽查作業、清查高風險旅遊產品、加強遊覽車車輛安全管理，每年定期及不定期辦理旅宿業、觀光遊樂業、國家風景區管理處經營管理監督及檢查作業，檢視權管之遊憩景點設施及旅遊、住宿等觀光產業可能潛藏安全問題。已訂定每年 3 月第 3 週為「旅遊安全宣導週」，配合相關宣導措施，喚起民眾旅遊安全意識，強化各項旅遊活動安全。

三、現行相關政策檢討

(一) 國家發展計畫（106-109 年）

行政院 106 年 2 月 2 日第 3534 次會議通過國家發展計畫（106-109 年），將以三大核心理念「創新、就業、分配」，朝經濟、社

會、環境、政府效能、教育文化與族群、國家安全與國際兩岸等面向著手，落實三大發展策略「全力提振國內經濟、確保社會安全正義、維持和平穩定情勢」及六大施政主軸，期打造永續發展之新經濟模式，與觀光有關部分：

- 1、施政主軸一：「產業升級與創新經濟」之「永續觀光發展」，揭示透過短期以輔導產業轉型升級，長期以引導產業多元發展，藉由整合跨部會及地方資源，發揮臺灣獨有之觀光資源及產業優勢，以實現「亞洲旅遊重要目的地」之願景，並創造觀光整體收入超過新臺幣 9,500 億元（109 年目標）。
- 2、施政主軸三：「區域均衡與永續環境」之「永續觀光發展」，揭示在區域聯合治理概念下，針對產業聚落及區域發展進行整體規劃，建構全臺六大發展區塊，強化地方發展量能及促進資源共享，包括花東地區觀光休閒產業升級、離島觀光建設與產業振興、屏東小琉球海洋生態觀光、屏東恆春觀光鐵路計畫等，期促進在地就業，達到區域均衡發展目標。

（二）行政院中程施政計畫（106-109 年）

行政院依據總統治國理念與院長施政方針，編擬以 4 年為期之中程施政計畫，做為年度施政計畫依循，施政綱要內容包括施政重點、關鍵策略目標及重要執行策略，涉觀光事務推動部分，係以「提升觀光旅遊產業品質，多元行銷創造全球產值」為關鍵策略目標，並積極落實打造觀光遊憩新亮點、協助地方發展在地深度旅遊，強化分區治理及跨域整合價值、推動遊程規劃網路服務，帶動在地消費、持續開發高潛力客源，辦理行銷國際郵輪與穆斯林觀光等執行策略。

（三）觀光大國行動方案（104-107 年）

為配合行政院「黃金十年 國家願景」計畫，實現「觀光升級：邁向千萬觀光大國」之願景，奉行政院核定自 104 至 107 年編

列 168 億元逐年推動「觀光大國行動方案」，秉持「質量優化、價值提升」理念，擬定「優質觀光、特色觀光、智慧觀光、永續觀光」等 4 大策略，積極促進觀光質量優化，於「量的增加」，順勢而為、穩定成長；於「質的發展」，創新升級、提升價值，期打造臺灣成為質量優化、創意加值、處處皆可觀光之「千萬觀光大國」旅遊目的地形象。該行動方案自 104 年推動至 105 年底，茲檢討各項子計畫執行成果及後續精進作為詳列如下表：

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
一、優質觀光		
1-1. 旅行業品牌化計畫	105 年度已執行經費 810 萬 5,513 元，包括： <ol style="list-style-type: none"> 1、銀髮族補助 254 團計 482 萬 3,216 元。 2、會計師財簽 40 家計 197 萬元。 3、網路經營 12 件計 60 萬元。 4、無障礙旅遊 10 團計 37 萬 7,300 元。 5、利息補助 4 家計 25 萬 8,997 元。 6、金質旅遊行程 1 家計 7 萬 6 千元。 7、105 年方案預算尚餘 89 萬 4,487 元，總執行率為 90%。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、為輔導旅行業發展品牌，提升網路電商競爭能力並簡化相關申請文件，後續擬修正銀髮族及無障礙旅遊及網路電商化相關要點內容。 2、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「3-1.旅行業品牌化計畫」持續推動。
1-2. 旅宿業品質精進計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1、至 105 年 12 月止，共輔導 513 家星級旅館及 768 家好客民宿。 2、為提升國內旅館住宿品質，協助旅館區隔市場定位，提升其服務品質，並與國際接軌，業已達成初期設定以受評潛力者 490 家星級旅館之目標。惟考量臺灣旅館業主要以中小型為主，且多數仍須先經設備改善，研提各項鼓勵措施輔導業者參與評鑑、加強與地方政府合作及梳理各項法案要點等，期力求旅館產業提升完備。 3、105 年 2 月 22 日發布修正「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提升補助要點」，業將星級旅館創新本土品牌納入補助範圍，並於同年 9 月間於高雄、 	<ol style="list-style-type: none"> 1、輔導民宿強化在地特色連結及產學合作。 2、潛在符合參加星級旅館評鑑業者： <ol style="list-style-type: none"> (1) 持續進行專案輔導。 (2) 增加旅館受評誘因。 (3) 加強星級旅館宣傳推廣。 3、輔導星級旅館創新本土品牌，並對首次加入國際或國內品牌之星級旅館提供協助。 4、持續改善臺灣旅宿網管理系統，優化操作介面。 5、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「3-2.旅宿業品質化計畫」持續推動。

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
	<p>臺中、臺北及臺東等地區共舉辦 4 場說明會。</p> <p>4、完成「旅宿網」日語版本及旅館 1 家 1 卷宗管理功能之建置。</p>	
1-3. 旅宿業創新輔導計畫	<p>1、104 年 11 月 12 日發布實施「交通部觀光局提供受災旅宿業資本性融資相對信用保證要點」對無法取得貸款辦理重建之受災旅宿業提供信用保證。</p> <p>2、為輔導客房數 15 間以下小型旅館轉型為青年旅館或平價旅館，於臺北市、新北市、臺中市、桃園縣、臺南市、苗栗縣、南投縣及宜蘭縣等地區辦理輔導說明會，並成立輔導小組實地輔導旅館轉型。</p> <p>3、105 年 2 月 22 日修正發布「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提升補助要點」，將小型旅館整建規劃設計及星級旅館營造在地特色納入補助範圍，並於 105 年 9 月間於高雄、臺中、臺北及臺東等地區共舉辦 4 場說明會。</p> <p>4、105 年 10 月 5 日修正發布「旅館業管理規則」放寬旅館業申請設立登記及經營管理等條件。</p>	<p>1、輔導小型旅館轉型，提供優惠貸款、利息補貼、規劃設計等經費。</p> <p>2、輔導旅館與異業鏈結，導入在地文化與資源營造在地特色。</p> <p>3、旅宿業災害救助與產業衝擊救濟。</p> <p>4、研議放寬旅宿業申辦及經營管理條件，並協調土地、建管主管機關法規鬆綁，提供多元化住宿。</p> <p>5、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「3-2.旅宿業品質化計畫」持續推動。</p>
1-4. 觀光遊樂業優質計畫	<p>1、優質升級：透過「觀光遊樂業優質計畫」，輔導業者辦理人力品質提升、設施修繕、遊客接駁服務及創新服務措施等事項，並積極辦理大量傷病患緊急救難演練等事宜，有效提升旅遊安全及建置優質環境。</p> <p>2、督導考核：為落實旅遊安全管理，本局每年均邀集各中央權管機關及專家學者組成考核小組，針對觀光遊樂業經營各面向辦理督導考核作業，期透過三級管理機制，營造優質及安全之旅遊環境。</p>	<p>1、為協助觀光遊樂業持續推動品質升級，提供友善、智慧旅遊環境，再創國旅市場榮景並擴大吸納國際遊客，調整作法，積極推動「觀光遊樂業優質計畫」。</p> <p>2、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「3-3.觀光遊樂業優質化計畫」持續推動。</p>
1-5. 觀光產業關鍵人才培育	<p>1、培育觀光產業關鍵人才： (1) 高階主管人員管理核心課程、主題模</p>	<p>1、培育觀光產業關鍵人才： (1) 高階主管人員除依旅行業、旅</p>

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
計畫	<p>組課程、國外參訪觀摩活動：104 年 61 人；105 年 69 人。</p> <p>(2) 中階主管人員培訓：104 年 1 場觀光論壇 116 人；105 年 2 場觀光論壇 259 人。</p> <p>2、訓練課程數位化：已完成 71 門數位課程，上架 61 門。</p> <p>3、104 至 105 年均辦理旅館中階經理人訓練課程，每年至少訓練 400 人次。</p>	<p>館業及觀光旅館業、觀光遊樂業分團授課外，研議進行異業結合、跨域整合，例如：旅行業學員可選擇參與觀光遊樂業課程，俾擷取適用內容，加以融合運用，以提升觀光產業競爭力。</p> <p>(2) 種子講師除至觀光公、協會進行擴散課程，亦鼓勵至學校擔任業師，傳授實務經驗。</p> <p>2、為增加課程豐富度，研議規劃製作實拍影片課程，降低多媒體課程帶來之距離感，及加強學員對於數位課程接受度。</p> <p>3、依旅館中階經理人之需求，規劃適當訓練課程，以提升其決策能力及整合能力。</p> <p>4、透過產官學多方合作，協助觀光遊樂業培育產業所需人才，以提升人才素質、接軌國際，並協助企業留才。</p> <p>5、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「3-4.觀光關鍵人才培育計畫」持續推動。</p>

二、特色觀光

2-1. 跨域亮點及特色增值計畫	<p>1、跨域亮點計畫 業於 104 年底完成評選並核定，計有桃園市、新竹市、苗栗縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣等 6 個跨域亮點計畫案，賡續推動執行中。</p> <p>2、遊憩據點特色增值計畫 已分別於 104 年核定 59 項計畫、105 年核定 84 項計畫、106 年核定 54 項計畫，各計畫賡續推動執行中。</p>	<p>1、跨域亮點計畫 持續善用地優勢特色資源，整備相關軟硬體設施，發展能吸引國際觀光客之跨域亮點，並擴大計畫效益。</p> <p>2、遊憩據點特色增值計畫 持續推動區域觀光特色之遊憩環境整建，並強化整合地方文化、藝術及產業等特色，或具跨域整合及合宜創新之價值，以有效累積投資之效益。</p>
------------------	---	--

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
		3、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「5-6.跨域亮點及特色加值計畫」持續推動。
2-2. 特色觀光活動扶植計畫	<p>1、輔導提升 共計輔導鹽水蜂炮民俗文化活動、臺中媽祖國際觀光文化節、高雄內門宋江陣系列活動、臺灣夏至 235 暨太陽回轉 108 夏至 23 度半北回歸線故事暨環保教育之旅、「鹿港慶端陽」系列活動、三義木雕藝術-木藝慢活節、宜蘭國際童玩藝術節、夏至 235-旗津黑沙玩藝節、臺灣國際熱氣球嘉年華、鷄籠中元祭及嘉義市國際管樂暨亞洲薩克斯風大會活動等 11 項國際級特色觀光活動提升活動升級及新興國際潛力活動等。</p> <p>2、加強督導 共計督導高雄燈會藝術節、宜蘭綠色博覽會、苗栗「火旁」龍系列活動、屏東黑鮪魚文化觀光季、花蓮縣原住民族聯合豐年節、高雄左營萬年季、新社花海暨臺中國際花毯節系列活動、新竹市國際玻璃藝術節、臺北溫泉季及 2016 南投清境跨年晚會等 10 項全國級特色活動研擬暨執行活動品質提升計畫。</p> <p>3、經驗傳承 辦理優質國際活動研討會，透過專業傳授及經驗分享，提升國際性活動品質。每年約 120 人次參加。</p>	<p>1、輔導提升 持續輔導國際級特色觀光活動主辦機關就活動觀光化、產品化、國際化、無障礙環境建置及安全管理等重點，提升內涵及品質。</p> <p>2、加強督導 持續督導全國級或其他特色活動主辦機關就活動觀光化、產品化、國際化、旅遊環境友善度及安全管理等事項加強辦理。</p> <p>3、經驗傳承 持續委託專業團隊規劃辦理優質國際活動研討會，透過專業傳授及經驗分享，提升國際性活動品質。</p> <p>4、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「2-2.觀光特色活動扶植計畫」持續推動。</p>
2-3. 多元旅遊產品深耕計畫	<p>1、國際光點推廣計畫</p> <p>(1) 國際光點計畫係為深化臺灣觀光內涵，依各區域特色定位及國際旅客需求喜好，辦理具臺灣在地自然生態、文化與產業等特色活動，輔導成國際化之特色產品，以提高臺灣觀光品質，提供國內外旅行社包裝，達</p>	<p>1、國際光點 本計畫執行至 105 年截止，全案業已執行完畢。由於「國際光點計畫」的推動，已具具體成效，並帶動民間與地方政府共同合作，未來將已自主營運之國際特色產品再予包裝，俾導入更多國際旅客，發揮光</p>

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
	<p>到提高臺灣觀光國際競爭力暨旅客重遊率之目的。</p> <p>(2) 本計畫自民國 99 年開始至 105 年計畫全數執行完畢，共有北區(2 期)、中區、南區、東區及不分區(2 期)共 7 案，總共達成 262,642 人次國外旅客到訪記錄。</p> <p>2、觀光年曆推廣計畫</p> <p>與 Google 臺灣合作，結合時下網路影音渲染力，運用 youtube 平臺，分別透過邀請素人及名人拍攝以年曆活動為主之影片分享，總計吸引累計超過千萬次觀看影片次數，有效增加臺灣觀光年曆動態影片宣傳素材及吸引國際旅客關注臺灣觀光年曆活動內容。</p> <p>3、觀光平臺資源整合計畫</p> <p>(1) 與外交部合作東南亞 5 國簽證便捷措施—東南亞國家優質團客來臺觀光簽證(簡稱觀宏專案)共 7 國適用: 印度、印尼、菲律賓、越南、緬甸、柬埔寨及寮國。</p> <p>(2) 與文化部合作推廣:「行政院文化會報」定期召開跨部會合作討論，透過中央、地方及產業三方協力，完備國際影視服務。</p> <p>(3) 與衛福部合作推廣:舉辦多場面對業者、民眾之說明會相關推廣活動之際，針對目標客源進行觀光醫療資訊宣傳，鼓勵臺灣醫療相關業者參與海外旅展及推廣活動，賡續邀請海外媒體、旅遊相關業者來臺取材報導及考察。</p>	<p>點的成功經驗。</p> <p>2、觀光年曆</p> <p>持續運用網路無遠弗屆渲染力，並與知名網路平臺合作，並希望進一步影響網路使用者採取實際行動來到臺灣，將網路渲染力轉換成實際行動力，具體引進客源。</p> <p>3、觀光平臺</p> <p>(1) 與外交部合作東南亞 5 國簽證便捷措施—規劃 109 年前東協 10 國及印度、不丹旅客來臺觀光免簽。</p> <p>(2) 文化部合作:針對海外國家市場偏好進行策略性行銷，透過社群網站及駐外館所推動相關影視推廣業務。</p> <p>(3) 衛福部合作:持續配合衛生福利部政策協助宣傳我國觀光醫療資訊。</p> <p>4、多元旅遊產品之深耕，係屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「1-1. 國際市場開拓計畫」持續推動。</p>
2-4. 臺灣觀光目的地宣傳計畫	<p>1、創造國際宣傳亮點計畫品牌</p> <p>(1) 打造 Diversity 及 LifeStyle 製拍播放臺灣主題宣傳影片及其他素材，涵蓋「單車、過境、郵輪、親山、親水」、</p>	<p>1、創造國際宣傳亮點</p> <p>(1) 品牌打造</p> <p>配合重點宣傳主題及年度重要活動，規劃製拍「鐵道」、「離</p>

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
	<p>「環島自行車」及「夏至 235」等主題，以多樣化內容宣揚臺灣品牌精神，創造國際宣傳亮點。</p> <p>(2) 喔熊萌意象代言：將「喔熊」以擬人化的方式創造出萌意象代言臺灣觀光，除出席各記者會、公關活動、微电影拍攝外，各種文宣、紀念品都可以看到喔熊組長代言臺灣觀光的身影，藉由突顯「萌」的概念，使閱聽者因對喔熊所生好感，轉換成對於臺灣觀光的興趣及好奇心，用平易近人的方式宣傳臺灣觀光，盼能帶動臺灣的萌觀光熱潮！</p> <p>2、主要客源市場宣傳計畫</p> <p>(1) 近年來臺旅客數各市場均有所成長。105 年全年來臺旅客達 1,069 萬 0,279 人次，較 104 年成長 2.4%，各主要市場均呈現正成長，其中，歐洲成長 9.39%；南向市場泰國成長 57.26%，菲律賓成長 23.89%，越南成長 34.33%，成績創新高，不但可以有效引入觀光外匯，創造大量就業機會，更可以帶動周邊和關聯產業之發展。</p> <p>(2) 各項宣傳推廣作業，已帶動來臺旅遊人氣及創造外匯收入，成功擴大臺灣觀光市場規模。近年來國外知名媒體持續關注臺灣旅遊，也大幅提升臺灣能見度，包括美國有線電視新聞網(CNN)讀者票選美食旅遊地，臺灣居冠，亦專文報導臺灣做到世界第一的 10 件事情。InterNations 網站外籍人士評最宜居地評比，臺灣奪全球榜首，是全球最宜居住地。柏林日報網站旅遊秘笈大力推薦臺灣，認為這個亞熱帶東亞小島上，結</p>	<p>島」、「生態主題(潛水、賞鳥、賞螢)」、「休閒農/漁業」、「小鎮」等更在地、更深度闡釋臺灣多樣性與生活型態之臺灣觀光品牌宣傳素材，引導國際旅客前往體驗在地生活，營造臺灣為亞洲重要旅遊目的地。</p> <p>(2) 喔熊 臺灣喔熊代言重要品牌活動，協助本局 6 大行銷主軸活動推廣。喔熊持續與其他國際觀光代言吉祥物結盟及共同推廣。透過相關業者或異業結盟方式、擴大國內外活動站臺，透過全方面海內外行銷，提高臺灣知名度。</p> <p>2、主要客源市場宣傳</p> <p>(1) 持續致力國際宣傳行銷，提升國際能見度並形塑臺灣為亞洲重要觀光旅遊目的地。如日韓市場，透過持續推動各項宣推活動，與日韓各大旅行社簽署擴大送客計畫，委託組團參加日韓國際行銷推廣活動，進行宣傳推廣，並利用各類型通路(電子媒體、平面媒體暨燈箱廣告)等多元管道，積極行銷臺灣旅遊商品。</p> <p>(2) 歐美市場持續運用國際宣傳、公關及媒體採購等計畫，並將重心集中於主題聚焦、異業結盟及同業夥伴三方向；另發展歐美大三角計畫，加強吸引歐美市場旅客來臺。港星馬市場著重重遊客群、開發多元產品、達人帶路、新客群促銷等方式</p>

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
	<p>合中國傳統美食文化、日本與歐洲料理潮流，讓這裡處處有美食，盛讚臺灣是綜合味覺與視覺的天堂。</p>	<p>增加重遊率等。</p> <p>3、國際宣傳推廣與臺灣觀光品牌之形塑，係屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「1-1.國際市場開拓計畫」持續推動。</p>
<p>2-5. 高潛力客源開拓計畫</p>	<p>1、郵輪市場 積極推動亞洲郵輪聯盟(ACC)結盟周邊重要郵輪港口力量，及透過參加國際郵輪展、訂定郵輪獎助要點、製發郵輪宣傳文宣等，吸引國際郵輪彎靠臺灣，近3年均可吸引近20萬郵輪旅客入境。</p> <p>2、獎勵旅遊市場 邀集國內獎勵旅遊業者組團參加國際4大會議及獎勵旅遊展，協助業者擴大臺灣在獎勵旅遊市場能見度。另修訂獎勵旅遊獎助要點，提供業者爭取階段獎助金及提高來臺辦理階段獎助額度，具體提供業者爭取更多獎勵旅遊來臺辦理之後盾。</p> <p>3、穆斯林市場 近3年積極爭取穆斯林客源，獲認證的穆斯林餐旅已達104家，並推動交通場站、風景區、商場設置祈禱室及淨下設施，營造友善穆斯林環境。</p> <p>4、教育旅行市場： 修學旅遊市場於104年計有36,402人次、105年計有43,775人次、106年3月底止計有2,943人次，總計104年至106年3月底為止共有83,120人次透過修學旅遊獎勵方案來臺從事觀光。</p>	<p>1、郵輪市場 對外繼續擴大亞洲郵輪市場規模，吸引更多國際郵輪彎靠；對內加強郵輪接待品質提升，強化臺灣國際郵輪市場競爭力，爭取更多國際郵輪旅客入境，並進一步發展 Fly-Cruise 旅遊模式。</p> <p>2、獎勵旅遊市場 邀請國內有意發展獎勵旅遊城市加入聯合行銷行列，朝設立獎勵旅遊單一服務窗口模式運作。精進參與專業獎勵旅遊展模式、駐外辦事處加強接觸企業、定期滾動修正獎助要點內容，加強業者爭取獎勵旅遊來臺利基。賡續推動各市場獎勵旅遊方案，於供應端強化對旅行社之宣導，另於需求端提升臺灣於目標市場形象，使臺灣成為各市場獎勵旅遊最優先選擇之目的地之一。</p> <p>3、穆斯林市場 積極建置穆斯林友善旅遊環境及辦理宣傳、推廣及促銷工作，並賡續提供取得清真餐飲認證補助，形塑臺灣成為穆斯林友善旅遊目的地。持續邀訪穆斯林媒體與獎勵旅遊團體來臺，提升臺灣旅遊知名度，並配合旅展擴大宣傳。整合目前旅遊業者實際操作行程及包含各國家風景區及縣市政府推薦行程，制定針對親子旅遊及獎勵旅遊</p>

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
		<p>建議行程。</p> <p>4、教育旅行市場 賡續依據「交通部觀光局獎勵學校接待境外學生來臺教育旅行補助要點」提供經費補助，並加強各駐外辦事處辦理教育旅行說明會及邀請相關單位來臺考察，協助臺灣國際教育旅行聯盟拓展海外教育旅行業務。</p> <p>5、高潛力客源開拓係屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「1-1.國際市場開拓計畫」持續推動。</p>
三、智慧觀光		
3-1. 智慧觀光推動計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1、建置臺灣觀光資訊網，每年瀏覽人次超過 500 萬。 2、建置旅行臺灣 APP，提供超過 6 萬筆之適地性定位服務 (Location Based Service)，下載次數超過 90 萬。 3、建置臺灣觀光資訊資料庫，彙整全臺各縣市政府、各部會及所屬管理處提供之景點、餐飲、活動、住宿資訊等超過 1 萬 7,000 多筆資料。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、持續擴充資料，以開放資料 (Open Data) 為目標，並運用大數據 (Big Data) 資料分析，掌握遊客行為分析，建立客製化服務。 2、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「4-1.創新科技服務計畫」持續推動。
3-2.I-center 旅遊服務創新升級計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1、輔導公私立單位設置「借問站」為發揚「相借問」的臺式熱情，並填補「I-center」旅遊服務體系服務空間與時間空隙，全新規劃民間產業跨域合作機制，輔導推動單位與在地特產店、便利商店、民宿飯店、旅行社、觀光工廠、博物館以及派出所等單位合作，於 103 年底推出「借問站」示範點，104 年正式推出「借問站」相關設置規定，同時提供在地化旅遊資訊服務及簡易旅遊諮詢服務；至 105 年底已輔導設置 200 處「借問站」；「借問站」不僅提供 Wifi 上網，並推出中、英、日文版借問站行 	<ol style="list-style-type: none"> 1、持續輔導申請單位設立「借問站」，擴大「I-center」旅遊服務體系服務網絡，提供國內外旅客更貼心及更在地之旅遊服務。 2、持續輔導各國家風景區管理處辦理「行動旅服」貼心走動式服務；未來朝向服務標準一致化努力。 3、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「4-2.I-center 旅服創新計畫」持續推動。

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
	<p>動網站，方便各國自由來臺旅客查詢旅遊資訊，並可下載借問站周邊散步地圖外，更整合當地交通資訊查詢入口，成為最在地旅遊資訊平臺。</p> <p>2、推出「行動旅服」貼心走動式服務 自 105 年起，於全臺 13 個國家風景區，以延伸遊客中心服務範圍為概念，各規劃至少 2 條服務動線，行動旅服人員於旅客尖峰之地點及時段，結合通訊科技 (ICT)，提供 SMART 五大服務：「Share Wifi (熱點分享)、Map Pamphlet (地圖文宣提供)、Assist Photograph (協助拍照)、Recommended schedule (推薦遊程)、Travel Consultation (旅遊諮詢)」等。</p>	
3-3. 台灣好玩卡推廣計畫	<p>「台灣好玩卡」提供一定期限內，無限次數搭乘指定區間之多元交通運具，並整合具便利交通路網之熱門景點與遊憩設施，提供憑卡消費或酌予優惠之配套措施，以鼓勵旅客利用公共運輸工具走訪各景點。104 年及 105 年業已發行「宜蘭限定」、「高屏澎限定」、「臺東限定」及「中臺灣限定」4 張卡片。</p>	<p>1、106 年將新推動「北北基限定」及「台南限定」兩張卡片，未來「台灣好玩卡」將朝向舊卡綁定、跨域整合發展，期民眾來臺旅遊可一卡在手，玩遍全臺，並透過後臺整合進行大數據分析，瞭解旅客旅運行為。</p> <p>2、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「4-3.台灣好玩卡推廣計畫」持續推動。</p>
四、永續觀光		
4-1. 「台灣好行」服務升級計畫	<p>「台灣好行」自 99 年 4 月起正式啟動，搭乘人數迄 105 年已逾 1,525 萬人次，範圍涵蓋全臺各縣市，有效地將公共運輸延伸用於觀光旅遊目的市場。</p>	<p>1、106 年度計評選出基隆市等 19 個縣市政府及本局所轄東北角等 9 個國家風景區管理處共 28 個提案單位所提 45 條路線。</p> <p>2、辦理「台灣好行」服務管理及服務品質優化查核，以加強督促推動單位及業者確實提供相關服務，並加強行銷宣傳。</p> <p>3、本項屬重要延續型計畫，經詳實</p>

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
		<p>檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「4-4.台灣好行服務升級計畫」持續推動。</p>
<p>4-2. 「台灣觀巴」服務維新計畫</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、導覽服務 E 化：各路線全面提供中英日韓語音導覽解說服務。本局編印之「台灣觀巴」文宣摺頁、手冊及廣告全面導入 QRcode 條碼系統，旅客可便利獲取行程及景點資訊。 2、智慧行動網路建置：各路線於車上全面提供免費無線網路 Wifi 服務，與世界各地友人即時分享臺灣之美。 3、品牌躍進國際化：於 103 年 10 月已輔導業者成立台灣觀巴協會，輔導並補助台灣觀巴協會及業者參與國內外旅展，並強化與外國旅行社及媒體合作，辦理踩線參訪及行銷推廣。105 年輔導台灣觀巴協會建立中英日韓文具商業電子線上交易功能之「台灣觀巴」網站。 4、行銷策略多元化：結合長途運具規劃套裝產品，105 年結合高鐵推出「台灣觀巴+高鐵旅遊護照」；與王品餐飲等至少 7 家集團異業合作，拓展「台灣觀巴」行銷推廣通路。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、提供「台灣觀巴」中英日版文宣摺頁、手冊資訊線上即時查詢及下載功能，即時提供最新「台灣觀巴」資訊。 2、106 年預定輔導台灣觀巴協會結合臺鐵推出「台灣觀巴+臺鐵旅遊護照」，提供旅客更便利優惠之套裝旅遊產品。 3、擴大異業合作，拓展多元通路推廣行銷。 4、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「4-5.台灣觀巴服務維新計畫」持續推動。
<p>4-3. 旅宿業綠色服務計畫</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、105 年 2 月 22 日發布修正「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提升補助要點」，將星級旅館利用在地食材、在地消費等納入補助範圍，並於 105 年 9 月間於高雄、臺中、臺北及臺東等地區共舉辦 4 場說明會。 2、為鼓勵觀光產業提升服務品質，配合推動品質管理、餐飲衛生、環保節能等政策，以保障消費者權益，對於取得各項國內政府機關或受其委託單位核發驗證之觀光產業提供補助，查 104 年至 105 年之驗證補助計有 101 件，目前持續受理補助中。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、推動旅宿業綠色服務，協助旅館業利用在地食材、在地消費等加值服務，提升旅館業品質。 2、持續宣導，期全面提升觀光產業之服務品質，保障消費者權益。 3、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「3-2.旅宿業品質化計畫」持續推動。

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
4-4. 無障礙及銀髮族旅遊推廣計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1、為創造旅行業者投入銀髮族與無障礙旅遊市場誘因，本局於 105 年 5 月 5 日修正「輔導建立品牌旅行業獎勵補助要點」，將租用無障礙輔具、聘用照顧服務員、租用營業用無障礙車輛費用及銀髮族旅遊費用納入補助，實質鼓勵旅行業包裝推出優質的分眾、分齡旅遊產品。105 年度輔導 94 家旅行社推出優質銀髮族旅遊產品 243 團、無障礙旅遊產品 10 團，參團人數達 8,850 人，其中銀髮族及身障人士達 5,826 人。 2、105 年 2 月 22 日發布修正「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提升補助要點」，將領有星級標識之觀光旅館業及旅館業設置無障礙設施納入補助範圍，並於 105 年 9 月間於高雄、臺中、臺北及臺東等地區共舉辦 4 場說明會，目前已有 19 家旅館通過整建無障礙設施計畫審查。 3、本局所屬 13 個國家風景區管理處均以旅遊路線之概念、通用設計之手法，建置無障礙旅遊環境。截至 105 年底已規劃建置 46 條無障礙旅遊路線。 4、業於臺灣觀光資訊網新增無障礙旅遊專區及銀髮族專區，提供管理處無障礙及銀髮族旅遊路線。 5、已開發旅行臺灣 APP，透過適地性定位服務提供公廁及無障礙廁所資訊，民眾將可透過本 APP 搜尋到附近的公廁及無障礙廁所，並提供國家風景區管處無障礙旅遊行程，提供民眾旅遊參考。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、未來將持續配合政策輔導旅行業者結合產業特色、鼓勵業者創新產業、提升附加價值，並建立品牌形象、積極開拓銀髮族及無障礙旅遊藍海市場。 2、輔導或補助旅宿業改善既有旅館的軟硬體設備，增設無障礙設施，以服務年長者及行動不便者；開發並利用通用設計概念，協助改善軟硬體設備，達到無障礙旅遊目的。 3、無障礙旅遊環境部分，將延續旅遊路線之概念，同時以尊重自然環境條件、考量特殊限制因子之前提下，以通用化設計概念營造友善旅遊環境，同時兼顧生態環境及景觀美感。 4、持續蒐集相關行程及無障礙公廁資訊。 5、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「5-4.無障礙及銀髮族旅遊計畫」持續推動。
4-5. 原住民族地區觀光推動計畫	<p>由本局位於原住民族地區之國家風景區管理處執行推動原住民族部落旅遊遊程推廣及行銷宣傳相關工作，並自 103 年起辦理部落觀光成果發表會，推動部落觀光。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、後續將檢視歷年來之推動成果，就部落觀光適合國際行銷之內容，積極辦理，並深度發展部落文化內涵，結合生態旅遊，發展部落體驗觀光。

細部計畫	執行成果	後續檢討精進方向
		2、本項屬重要延續型計畫，經詳實檢討執行成效與研提精進作為後，納入 T2020「5-3.部落觀光推動計畫」持續推動。

(四) 重要觀光景點建設中程計畫 (105-108 年)

為有效發揮政府重大公共建設計畫觀光次類別經費之投資效益，延續「重要觀光景點建設中程計畫 (101-104 年)」建設成果，提升國家風景區及地方政府所轄觀光景點服務品質，行政院 104 年 5 月 21 日院臺交字第 1040025620 號函核定「重要觀光景點建設中程計畫 (105-108 年)」，規劃編列 158.51 億元，採「集中投資」、「景點分級」觀念，整合 13 個國家風景區建設計畫及整備觀光遊憩設施建設計畫，分級整建具代表性之國際景點共 235 處，期將具國際潛力之國內景點轉型成國際景點，逐步提升景點服務能量，增加遊客滿意度，並吸引國際旅客參訪，促進地方觀光發展。105-108 年建設投資重點及 105 年推動成效簡述如下：

- 1、東北角暨宜蘭海岸國家風景區：龍洞地質公園地區、龍洞灣岬地區、龍洞南口地區；福隆地區、舊草嶺隧道環狀自行車道地區、雙溪河地區設施改善工程；外澳服務區、龜山島及烏石港周邊地區、壯圍旅遊園區地區、蘇澳冷泉地區、南方澳遊客中心地區等設施及周邊環境改善工程。截至 105 年底止，完成 6 處 (項) 重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年遊客到訪人次達 465 萬人次，觀光產值達 63.3 億元。
- 2、北海岸及觀音山國家風景區：白沙灣遊憩區、金山中角遊憩區 (獅頭山公園、金山遊客中心、員潭溪獨木舟基地)、野柳遊憩區 (野柳地質公園、翡翠灣) 及基隆遊憩區 (情人湖及外木山遊

憩區、和平島地質公園)等周邊設施及景觀改善。截至 105 年底止，完成 8 處(項)重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年遊客到訪人次達 652 萬人次，觀光產值達 143.8 億元。

- 3、日月潭國家風景區：環潭遊憩系統(水社、伊達邵、向山等環潭地區)公共設施及周邊景觀改善。截至 105 年底止，完成 5 處(項)重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年遊客到訪人次達 680 萬人次，觀光產值達 166 億元。
- 4、參山國家風景區：南庄遊憩區(蓬萊溪自然生態園區、南庄遊客中心)、谷關遊憩區(谷關溫泉區)及松柏嶺遊憩區(松柏嶺、百果山)等遊憩地區環境及公共服務設施改善。截至 105 年底止，完成 5 處(項)重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年遊客到訪人次達 934 萬人次，觀光產值達 115 億元。
- 5、阿里山國家風景區：台 18 線遊憩系統(觸口、牛埔仔、龍美、鞍頂、隙頂、巔頭、奮起湖、石棹、頂湖、光華、半天岩等)周邊遊憩設施與景觀改善。截至 105 年底，完成 9 處(項)重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 358.6 萬人次，觀光產值達 74.16 億元。
- 6、雲嘉南濱海國家風景區：北門地區(北門婚紗美地、井仔腳)、將軍七股地區(七股遊客中心、臺灣鹽博物館周邊、戀愛意象)等周邊遊憩區服務設施暨景觀改善。截至 105 年底，完成 3 處(項)重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 400 萬人次，觀光產值達 56.54 億元。
- 7、西拉雅國家風景區：關子嶺遊憩區(關子嶺溫泉區、嶺頂資訊站、白河東山產業廊道)、烏山頭遊憩區(西拉雅行政中心、西拉雅遊客中心及資訊站、烏山頭資訊站及水庫)等周邊景觀改善及公共設施新建及整建。截至 105 年底，完成 3 處(項)重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪

人次達 294 萬人次，觀光產值達 33.4 億元。

- 8、茂林國家風景區：新威茂林遊憩區（茂林紫蝶幽谷生態園區、茂林谷、情人谷遊憩區、多納溫泉區及多納傳統部落石板屋）及賽嘉遊憩區（賽嘉無動力飛行場園區）服務設施。截至 105 年底，完成 5 處（項）重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 124 萬人次，觀光產值達 12.75 億元。
- 9、大鵬灣國家風景區：辦理濱灣公園遊憩區景觀改善、潮口及航道疏濬、青洲濱海遊憩區設施改善、環灣綠帶及周邊景觀改善、濕地公園服務設施、潮口護岸及遊憩服務設施等。截至 105 年底，完成 6 處（項）重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 100 萬人次，觀光產值達 14 億元。
- 10、東部海岸國家風景區：綠島系統、小野柳/都蘭系統、成功/三仙臺及石梯/秀姑巒系統系統公共設施及周邊景觀改善。截至 105 年底，完成 5 處（項）重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 398 萬人次，觀光產值達 172 億元。
- 11、花東縱谷國家風景區：鯉魚潭風景區—全區無障礙、環境自行車、管理站暨遊客中心新建等；鹿野龍田地區—自行車暨公共服務設施改善、遊客中心暨空域設施改善、飛行觀光暨周邊據點改善等。截至 105 年底，完成 6 處（項）重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 528.6 萬人次，觀光產值達 178 億元。
- 12、澎湖國家風景區：馬公本島系統（湖西次系統、白沙次系統、西嶼次系統）、北海系統（北海次系統—吉貝沙尾、吉貝遊憩區）、南海系統（虎井桶盤次系統、望安次系統—綠蠵龜保育中心）等服務設施整建工程。截至 105 年底，完成 8 處（項）重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 81.8 萬人次，觀光產值達 81.02 億元。

13、馬祖國家風景區：南竿遊憩系統（大北海遊憩區各遊憩據點）及北竿遊憩系統（戰爭和平紀念公園主題館）等周邊景觀整建工程。截至 105 年底，完成 13 處（項）重要觀光景點建設服務設施改善及環境設施維護，105 年度遊客到訪人次達 12.2 萬人次，觀光產值達 12.49 億元。

四、計畫目標與預期績效

（一）目標

持續開拓多元國際市場及厚植國民旅遊基礎，形塑臺灣成為「友善、智慧、體驗」之亞洲重要旅遊目的地，並營造良好臺灣觀光發展循環，帶動在地經濟及周邊相關產業共同成長，為偏鄉與當地居民帶來更多就業機會，並兼顧我國觀光接待能量、品質與環境容受力，以呼應全球永續觀光發展趨勢，將觀光帶來之貢獻，延伸至經濟、社會和環境等層面，並滿足遊客、業者、環境與當地社區之需求。

（二）預期績效指標及評估基準

項目	績效指標	評估基準	預期目標值				
		105 年	106 年	107 年	108 年	109 年	
1	來臺旅客人次 (萬人次)	1,069	1,061	1,086	1,113	1,139	
2	國人國內旅遊人次 (億人次)	1.90	1.96	2.08	2.22	2.38	
3	觀光整體收入 (新臺幣億元)	8,293	8,000	8,350	8,800	9,200	
	(1) 觀光外匯收入	4,322	3,750	3,850	3,950	4,050	

項目	績效指標	評估基準	預期目標值			
		105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
	(新臺幣億元)					
	(2) 國人國內旅遊收入 (新臺幣億元)	3,971	4,250	4,500	4,850	5,150
4	觀光產業就業人數 (萬人)	19.9	20.0	20.5	21.0	21.5

備註：

1. 來臺旅客人次推估方式：106 年 1,061 萬係參據 105.12.21 行政院專案報告決議，並衡量大陸市場及非大陸市場來臺旅客消長之趨勢訂定；107 年至 109 年則考量未來 3 年受大陸對臺限縮政策影響下，來臺旅客變動性仍大，爰採 105 年成長率 2.4% 為計算基準進行推估。
2. 觀光外匯收入估算方式：各年度來臺旅客人次*106 年上半年來臺旅客各項指標（平均每人每日消費金額為 179.89 美元、平均停留夜數為 6.4 夜、美元兌新臺幣匯率 30.685）估算，並酌增挑戰度調整而得。
3. 國人國內旅遊收入估算方式：各年度國人國內旅遊人次*106 年上半年國人每人每次旅遊平均消費新臺幣 2,153 元。

五、執行策略

(一) 開拓多元市場：鞏固全球布局，創新宣傳手法與遊程產品，活化來臺旅遊能量。

- 1、採「日韓主攻、歐美深化、南向布局、大陸為守」等戰略，針對各目標市場及客群分眾行銷，透過增設服務駐點、簡化來臺簽證、創新行銷手法、研訂獎勵優惠措施等方式，提升來客規模及深化臺灣觀光品牌印象。
- 2、透過區域合作平臺，與地方攜手營造友善接待環境，開發在地、深度、多元、特色等旅遊產品，將國際旅客導入地方，創造在地共榮，並提高來臺旅客滿意度、重遊率及消費力。
- 3、推動新興旅遊模式，迎向郵輪觀光新藍海，以觀光為用，產業發展為本，帶動農特產、文化、娛樂等品牌登船，建構亞洲郵輪中心。

(二) 活絡國民旅遊：厚植國旅基礎，強化城市行銷與年會節慶，旅遊安全持續升級。

- 1、輔導地方政府營造在地重要觀光景點建設與遊憩亮點，推動特色觀光活動，強化城市行銷。
- 2、持續辦理國內旅遊整合行銷宣傳推廣，結合國旅卡新制帶動國內旅遊風氣，吸引跨區、過夜及平日（離峰）時段旅遊，擴大國旅消費規模，帶動觀光及周邊相關產業發展。
- 3、落實旅遊安全內部控制及滾動檢討機制，優化產業管理與旅客教育宣導制度。

(三) 輔導產業轉型：落實獎優汰劣，提升產業品牌力、創新力、競爭力與附加價值。

- 1、落實產業獎優汰劣機制，調整產業結構，優化服務品質，加速產業品牌化及電商化。
- 2、檢討鬆綁相關產業管理法令與規範，管理制度與時俱進，符合業界需求並協助青年創業及新創入行。
- 3、強化旅遊資訊公開、評鑑機制及取締非法等管理制度。
- 4、觀光產業人才培育，加強稀少語別導遊訓練、考照制度變革及推動導遊結合在地導覽人員新制。

(四) 發展智慧觀光：完備智慧行旅，運用大數據與資通訊科技，開創觀光嶄新視野。

- 1、運用 AI 人工智慧，建立觀光大數據資料庫，全面整合觀光產業資訊網絡，加強觀光資訊應用及旅客旅遊行為分析，引導產業開發增值應用服務，發展新型態與客製化之商業模式。
- 2、運用智慧科技及行動載具技術，完善自由行旅遊資訊服務、票證系統及旅運服務品質，便利自由行旅客深入遊臺灣。

(五) 推廣體驗觀光：營造成動體驗，啟動永續旅遊主軸，訴求深度旅遊與在地生活。

- 1、訂定年度旅遊推廣主軸，落實永續觀光理念，發展在地旅遊品牌及產品，提供遊客深度體驗，進而鼓勵青年返鄉就業、關心

在地，促進城鄉均衡發展。

- 2、貫徹 6S 理念，營造國家風景區優質品牌，提升「核心景點」之旅遊服務品質臻於國際水準，塑造地方分區旅遊亮點，引導地方強調在地特色、體驗觀光，促進遊憩據點特色加值。
- 3、透過公私部門共同合作，引入民間活化能量，打造具友善度、差異化、話題性且能突顯地方特色、橫向串連各相關產業之觀光遊憩亮點及活動。

六、執行措施

(一) 開拓多元市場

1-1 國際市場開拓計畫

(1) 非大陸市場開拓作為

A. 日韓市場

a. 推動新行程開發及優質行程獎勵：

目前日韓市場來臺旅客仍多停留於北臺灣旅遊為主，針對日韓市場推動新行程開發及優質行程獎勵，鼓勵業者開發創新與分區旅遊產品，引導客源分流至臺灣中、南、東部及離島地區。

b. 拓展新客群：

以日韓影劇之影響力特性，邀請對年輕族群具影響力的藝人代言臺灣觀光，透過宣傳影片逐步介紹臺灣各地旅遊景點，引導年輕自由行旅客前往具吸引之各景點旅遊。

c. 強化獎勵旅遊及教育旅行：

加強與日韓旅行社合作，推動企業辦理來臺獎勵旅遊；並持續委請駐外辦事處辦理教育旅行說明會及邀請相關單位來臺考察教育旅行接待環境，並與臺灣國際教育旅行聯盟合作拓展海外來臺教育旅行業務，鼓勵日韓學校來臺教育旅行。

d. 新媒體行銷推廣：

邀請、鼓勵具影響力之網紅、部落客、旅遊作家等撰寫臺灣觀光，並與其合作於媒體露出，強化溝通效果，吸引日韓市場旅客來臺觀光旅遊。

B. 歐美市場

持續運用國際宣傳計畫、公關計畫及媒體採購計畫，建立臺灣旅遊目的地印象，並將市場重心集中於主題聚焦、異業結盟及同業夥伴三大方向；另積極推動「臺灣—美洲—歐洲大三角計畫」，加強吸引歐美市場旅客來臺。

a. 啟動大三角計畫：

加強結合現有外籍航空中轉赴臺航線／國籍航空擴點增班，鏈結臺灣與重要亞洲旅遊目的地（例如：香港、泰國曼谷、新加坡等），發展一程多站行程，即歐美旅客一趟亞洲旅行同時走訪臺灣及香港（或曼谷、新加坡等），擴大吸引歐美旅客。

b. 聚焦主題旅遊：

宣傳力道更聚焦於自行車、登山健行、生態、轉機、亞裔等主題旅遊上，輔以美食、文化等其他元素，建立臺灣優質、多元旅遊主題之強烈印象。

c. 臺灣觀光品牌再深化：

更多元化的與在地品牌異業結合，擴大臺灣觀光品牌影響廣度。媒體運用上除傳統電子、平面及戶外媒體外，加大使用具影響力部落客強度（文字及影音），深入影響年輕族群。另透過與線上旅行社（OTA）更密切之合作，主動推播臺灣旅遊產品，創造臺灣在網路產品上更佳的曝光度，除了提升宣傳聲量，也要帶來市場量。

C. 港澳市場

a. 拓展新客群：

與主力旅行社合作推出新產品、推動轉機旅客將臺灣納入

旅遊行程、包機直航花東、加強吸引獎勵旅遊客層等。

b. 增加舊重遊：

藉由名人帶路重新詮釋經典遊程、增加來臺新話題與新玩法，並創造來臺旅遊新理由等，爭取重遊客群。

c. 友善新資訊：

設計製作符合港星馬旅客喜好的文宣、電子旅遊資訊帶著走、整合媒體露出宣傳資訊等。旅遊更便利：推廣優選臺灣自由行公共運輸—「台灣好行」、塑造「台灣觀巴」品牌形象推出優惠產品。

D. 新南向市場

觀光新南向市場係以東協 10 國及紐西蘭、澳洲、印度等 18 國為範圍，該 18 國總人口數約 23 億，甚具開拓潛力（105 年來臺旅客為 168 萬人次）。為推動該市場蓬勃發展，本局配合政府推動「觀光新南向政策」，透過新設駐點、聘雇專案執行人員、放寬與簡化東協十國旅客來臺簽證、編列經費加強新南向觀光行銷與宣傳、健全國內接待環境等措施，積極提升臺灣觀光品牌曝光度及減低來臺旅遊障礙。

a. 提升來臺簽證便捷性：

新南向 18 個國家中，除新加坡、馬來西亞、紐西蘭及澳洲已開放免簽之外，105 年 8 月 1 日起試辦泰國、汶萊國民來臺免簽、106 年 11 月 1 日起試辦菲律賓國民來臺免簽，以及其他相關放寬措施。將爭取續推 109 年前東協十國來臺觀光免簽或落地簽、南亞 6 國優先推動印度及不丹來臺觀光免簽，並適時結合觀光業及航空，加大宣傳集客力道，期加碼爭取東南亞客源來臺觀光。

b. 新設駐外辦事處：

鑒於新南向市場中產階級崛起，家庭出國旅遊風氣漸盛，我競爭者如韓國、香港等均設多處據點深耕。為落實多元

市場開拓及布局新南向觀光策略，將規劃開設駐泰國曼谷辦事處、駐印度孟買辦事處、駐吉隆坡辦事處印尼分處、駐印尼雅加達辦事處及駐英國倫敦辦事處，俾負責駐地市場策略操作與業務拓展等，提高臺灣觀光形象。

c. 提升國際行銷推廣綜效：

持續結合相關部會、縣市政府、民間公、協會之資源，參加海外旅展及辦理推廣活動；歡迎歷屆留臺生組團訪臺或在學留臺生親友來臺；區隔目標客群，多元創新行銷，針對不同屬性客群，設定不同媒宣主軸，推廣特色產品；研訂獎勵機制，鼓勵東協臺商組員工或當地協力廠商來臺辦理獎勵旅遊。

(2) 大陸市場鞏固作為

以自由行、高端旅客及年輕客群為主要目標，加強二、三線自由行城市行銷臺灣觀光，邀訪媒體、旅遊作家、網紅及部落客來臺採訪報導，增加臺灣旅遊討論議題與熱度，並與主要組團社合作包裝符合自由行需求之旅遊創新產品。為強化來臺深度旅遊意願，延長來臺自由行旅客停留天數，並期能吸引增加來臺旅遊人數及重遊率，提升旅客觀光總消費。

A. 開拓陸客自由行市場，加強自由行旅遊產品宣傳

加強推廣大陸自由行一線重點城市旅客來臺，結合大型線上旅遊網站等網路平臺合作推廣，爭取行銷臺灣旅遊目的地，針對大陸自由行二線城市辦理推廣活動。

B. 開發多元創新旅遊產品

a. 組團社合作推廣

透過廣告經費分攤誘因，鼓勵推廣臺灣優質團遊及自由行，廣邀重點組團社來臺考察自由行，邀請大陸重點組團社來臺考察區域、主題旅遊等新形態遊程，推廣主題、深度、區域等創新自由行產品。

- b. 結合旅遊協會、組團社、航空公司合作計畫加強與航空公司合作並擴大網路行銷，辦理重點組團社來臺，進行臺灣自由行產品考察及包裝。

C.運用自媒體、社群軟體及移動端網路宣傳行銷

- a. 邀請大陸地區具影響力臺灣自由行旅遊達人，赴自由行重要客源城市舉辦「臺灣旅遊分享會」，透過網路直播及各重要網路平臺加強宣傳；配合臺灣觀光年曆活動如臺灣燈會、臺灣美食展、臺灣自行車節等，邀請網紅、旅遊（攝影）達人等自媒體來臺體驗，吸引自由行年輕客群來臺。
- b. 運用電視、網路與社群媒體等多元管道及影音多媒體擴大傳播，推升來臺自由行旅遊熱度。
- c. 追星（劇）之旅深受大陸自由行旅客的喜愛，邀請大陸知名體育或娛樂明星、各省市重點電視臺節目及網紅等來臺拍攝，加強粉絲來臺追星熱潮。

(3) 多元旅遊產品深耕

A.與文化部合作推廣

結合文化部相關國際影視推廣，由本局依客源市場特性，納入宣傳行銷元素，以擴大來臺國際旅客規模。

B.與衛福部合作推廣

- a. 駐外辦事處於轄區舉辦多場面對業者、民眾之說明會相關推廣活動之際，針對目標客源進行觀光醫療資訊宣傳，鼓勵臺灣醫療相關業者參與海外旅展及推廣活動，賡續邀請海外媒體、旅遊相關業者來臺取材報導、參訪相關機構。如協助醫療院所前往杜拜、印尼、香港等參加旅展推廣行銷；邀請美加地區華文媒體團、沙烏地阿拉伯、杜拜及汶萊等地業者團來臺參訪。
- b. 以觀光為載具，配合衛生福利部政策運用多種平臺宣傳臺灣觀光醫療相關資訊，增加臺灣旅遊產品多樣化，以爭取

更多旅客體驗臺灣豐富旅遊樣貌，打響臺灣醫療品質國際知名度。

C.與農委會或退輔會合作推廣

整合休閒農業業者及退輔會農場，參與本局委託台灣觀光協會組團至新加坡、馬來西亞、菲律賓、越南、印尼、泰國、日本、港澳及大陸等地區之國際展會及推廣會，辦理共同行銷。協助休閒農業業者開拓回教市場，並持續辦理穆斯林友善餐飲餐廳認證輔導工作。

D.與客委會合作推廣

配合行政院推動「國家級臺三線客庄浪漫大道」方案，與客委會協力合作，運用客庄文化元素，進行友善旅遊環境營造，並依不同客群需求規劃各式主題行程與產品；另邀請國內外媒體、部落客及旅行業者親至客庄體驗觀光，以加強行銷臺三線客庄旅遊，吸引臺三線觀光新客源，活絡地方產業創造新商機，期啟動客家文藝復興，再造客庄新活力。

E.與經濟部合作推廣

近年產業旅遊及體驗觀光風氣興起，經濟部認證之觀光工廠已成為國內外產業觀光的亮點，透過與經濟部合作，運用產業體驗元素，規劃不同的旅遊主題行程及產品，推廣臺灣產業、活絡地方產業經濟；另邀請國際品牌業者來臺體驗，鼓勵業者與國際交流，增加臺灣旅遊產品之豐富度，期讓國人及國際旅客瞭解臺灣產業之品質及宣傳國際知名度。

(4) 高潛力客源開拓作為

A.郵輪市場

- a.順應亞洲郵輪市場成長力道，擴大爭取國際郵輪停靠：
- ACC 合作再擴大，提升國際郵輪市場能見度：ACC 合作延伸至消費者端宣傳，強化亞洲旅客對 ACC 成員郵輪旅遊目的地意象，以推升亞洲郵輪市場成長速度。另，繼續

爭取其他亞洲重要郵輪旅遊目的地加入 ACC，以合作代替競爭，共同對外爭取國際郵輪進駐。

- 獎助機制再擴大：除原國際郵輪彎靠獎助外，配合越來越多以臺灣為母港模式運作的航次，結合機場密集航班，研議增訂 Fly—Cruise 獎助，與國際郵輪公司合作引進更多外籍旅客，增加臺灣旅遊多樣性。
 - 參與重要國際郵輪展，爭取郵輪論壇在臺辦理：邀請重要郵輪港口城市及業者共同參與國際郵輪展，並協調臺灣港務公司爭取國際郵輪論壇在臺進行，提升臺灣郵輪港口在國際市場知名度。
- b. 協助強化國際郵輪接待旅遊環境，提升臺灣港口競爭力：
- 建立國際郵輪合作平臺，建構國際郵輪來臺友善環境，解決郵輪業務事涉多管理單位問題，並積極消除國際郵輪來臺各項障礙，提供國際郵輪來臺友善環境。
 - 協助優化岸上行程，建立港口旅遊特色：組織專家學者團隊，協助檢視港口旅遊環境現況，輔導優化岸上行程，建立臺灣多樣港口特色，吸引國際郵輪彎靠。
- c. 研訂「郵輪國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項暨定型化契約」範本，規範郵輪旅客及業者雙方之權利義務，保障郵輪旅客旅遊消費權益。

B. 穆斯林市場

- a. 透過既有獎助機制，營造穆斯林友善旅遊環境及辦理宣傳、推廣及促銷工作，賡續提供取得清真餐飲認證補助，形塑臺灣成為穆斯林友善旅遊目的地。
- b. 持續邀訪穆斯林媒體與獎勵旅遊團體來臺，提升臺灣旅遊知名度，增加國內業者穆斯林旅客接待經驗，並配合穆斯林國家重要旅展擴大宣傳。
- c. 協助與穆斯林國家當地旅遊業者進行溝通，提升與友臺團體之連結度，運用公關活動提高臺灣為旅遊目的地之知名

度，提供宣傳素材及協助穆斯林旅遊產品開發。

- d. 修訂穆斯林示範行程，整合目前旅遊業者實際操作行程及包含各國家風景區及縣市政府推薦行程，規劃針對親子旅遊及獎勵旅遊建議行程。

C.會議、展覽及獎勵旅遊（MICE）

- a. 提供優惠獎勵旅遊獎助措施：

定期滾動檢討修正獎助要點、彙整編印獎勵旅遊優惠手冊，提供業者爭取國際獎勵旅遊團體來臺利基。

- b. 持續參與重要國際會展及獎勵旅遊展：

與經濟部國貿局及其他國內有意發展獎勵旅遊縣市、業者共同參與國際重要專業會展及獎勵旅遊展，協助業者接觸國際市場，擴大臺灣觀光品牌曝光度。

- c. 駐外辦事處加強接觸開發重要企業及海外臺商：

加強與駐地重要企業部門及臺商接觸與合作，提供來臺獎勵旅遊資訊及誘因，鼓勵來臺辦理獎勵旅遊。

- d. 成立獎勵旅遊服務單一窗口：

依據國內獎勵旅遊發展狀態，評估成立獎勵旅遊服務單一窗口可行性，透過統一受理獎助申請、同業推薦、市場開發、國際參展、行政協調等工作，降低國外企業來臺辦理獎勵旅遊障礙，提升國內主辦單位競標競爭力，有效提升來臺獎勵旅遊市場規模。

D.教育旅行市場

- a. 加強本局駐外辦事處辦理教育旅行說明會及邀請相關單位來臺參訪教育旅行環境。

- b. 與臺灣國際教育旅行聯盟合作共同拓展海外來臺教育旅行業務。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
來臺旅客人次 (萬人次)	1,069	1,061	1,086	1,113	1,139
新增免簽證國家數	2	1	0	1	0
新增駐外辦事處或 聯絡處 (處)	0	1	1	1	1
全年國際郵輪旅客 (萬人次)	17	20	22	24	26
Fly-Cruise 旅客 (萬人次)	—	1	2	3	4
全年 MICE 旅客 (萬人次)	4.38	4.6	4.9	5.3	5.6
全年教育旅行旅客 (成長率/年)	4.37 萬	5%	5%	5%	5%

(二) 活絡國民旅遊

2-1 擴大國民旅遊措施

- (1) 為協助接待大陸地區人民來臺觀光業務受衝擊之觀光產業爭取新的國旅需求，本局自 105 年 11 月 4 日發布實施「補助接待大陸地區人民來臺觀光業務受衝擊之旅行業辦理國內旅遊實施要點」，透過挹注新臺幣 3 億元經費，補助旅行業者包裝具在地特色之國內旅遊產品。該措施自 105 年 11

月 4 日發布起至 106 年 1 月 5 日公告停止受理為止，計有 561 家旅行社提出補助申請，總計補助旅遊團計 6,005 團，累計申請補助經費約 2 億 5,819 萬元，帶動近 10 億元觀光商機。

(2) 為擴大國內旅遊宣傳、活絡國內旅遊市場，將持續辦理國內旅遊宣傳整體行銷推廣案，運用國際年會活動在臺舉辦、整合全臺國際級與全國級觀光年曆活動，及結合地方加強城市行銷等作為，並透過建置國內旅遊活動網頁、推薦相關主題行程產品與活動優惠，以及整合各機關推薦行程，提高國人出遊（平日、跨區、隔夜）意願，以達推動國內旅遊穩定發展目的。

(3) 結合國民旅遊卡新制

A. 106 年公務人員國民旅遊卡新制上路，公務人員休假補助費一半須用於觀光旅遊。「國民旅遊卡」新制將補助方式區分為自行運用額度及觀光旅遊額度。其中觀光旅遊額度之旅遊方式包含四類：第一類為供機關選擇的「團體旅遊行程」；第二類是公務人員自行選擇屬意之旅行社「個別參團」；第三類「台灣觀巴」或「台灣好行」套票、「交通加住宿」的半自助套裝旅遊，第一類至第三類於 106 年 1 月實施，同年 3 月 1 日起開放第四類自由行方式，即公務人員可直接向國民旅遊卡特約商店之「旅宿業」、「交通運輸業」及「觀光遊樂業」刷卡訂房或購票，「旅行業」販售之商品（儲值性商品除外）亦全數納入均可核銷。

B. 後續國旅卡新制將結合旅行業、旅宿業、交通運輸業、觀光遊樂業及台灣好玩卡等旅遊電子票證，推動公務人員於非假日休假旅遊消費，預期可帶動每年至少新臺幣 40 億元以上之商機，同時刺激各地區旅宿、餐飲、購物、遊覽車等觀光相關周邊產業復甦、協助地區觀光產業發展。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
國人國內旅遊人次 (億人次)	1.90	1.96	2.08	2.22	2.38
國民旅遊卡新制 帶動觀光商機 (億元)	21	40	40	40	40

2-2 觀光特色活動扶植計畫

- (1) 輔導全國特色觀光活動之主辦機關提升活動品質及內涵，並結合民間觀光產業加強行銷，讓觀光活動有效帶動地方發展。
- (2) 透過專家學者參與活動或籌辦會議，提供外部專業意見，以做為活動提升品質之主要依據。
- (3) 訂定「活動品質提升自我查核表」，誘導並置入通案性課題改善意見，提升觀光活動國際競爭力。
- (4) 輔導「臺灣觀光年曆」國際級特色活動主辦單位逐年落實改善，並以下列各項為執行重點：
 - A. 活動內涵：如調整活動本質，增加國際遊客參與人數及參與度、增加活動創意、適度調整活動規模等。
 - B. 活動產品化：如與旅行業者結合，規劃遊程，整合規劃食、宿、遊、購、行、娛等優惠措施、開發特色伴手禮或紀念商品等。
 - C. 活動國際化：如交通指標、活動文宣、相關設施及諮詢解說服務雙語化等。
 - D. 無障礙、安全及友善之觀光活動環境建置。

- (5) 督導「臺灣觀光年曆」全國級或其他特色活動提升觀光化、產品化、國際化及旅遊環境友善度，並落實活動安全管理。
- (6) 委託專業團隊規劃辦理優質國際活動研討會（包含辦理經驗分享），透過專業傳授及經驗分享，提升國際性活動品質。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
輔導臺灣觀光年曆 國際級及全國級活 動提升事項	—	35	38	41	44

2-3 促進旅遊安全措施

為全面整頓觀光市場、提升旅遊品質與維護旅客旅遊安全，啟動旅遊安全總體檢，將持續會同中央、地方各相關單位，針對旅遊景點、旅運安全、住宿安全及觀光遊樂業安全，透過法規制度、稽查及整體宣傳等面向相關管理作為，加強旅遊安全及保障旅客權益：

(1) 法規制度面

A. 旅遊景點

- a、訂定加強遊客安全宣導實施計畫。
- b、依據「公共安全管理白皮書」，加強橫向協調及聯繫，結合政府機關及民間救難團體辦理救難聯合演習及訓練，強化各單位防災救難之能力。

B. 旅行業

- a、修訂「旅行業管理條例」及「導遊人員管理規則」，規範實施遊覽車逃生安全解說及示範相關規定。成立遊覽車策進工作諮詢小組，研議遊覽車共同營運平臺可行性。
- b、研訂「旅行業租賃遊覽車契約應記載及不得記載事項」及

旅行業國內旅遊產品資訊揭露規範。

- c、督導旅遊業提供安全遊程，研訂國內旅遊團 1 日遊行程規劃與檢視注意事項及簡易型定型化契約範本，建立評鑑機制，定期對外公布評鑑結果。

C. 旅宿業

- a、增訂「發展觀光條例」，督促地方政府加強非法旅宿稽查工作。
- b、修訂「民宿管理辦法」，放寬原住民地區申請民宿之限制，解決原住民地區非法民宿問題。

D. 觀光遊樂業

修訂「觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業要點」，簡化檢查機制。

(2) 稽查面

A. 旅遊景點

強化景點安全管理，定期檢測或巡查修復景點設施、運用高科技辦理旅遊安全警示及加強危險之區域駐點巡邏與違規取締。

B. 旅行業

- a、盤查旅行業之 1 日遊旅遊商品，優先針對有疑慮（長時間、早出晚歸、易肇事路段等）之行程進行檢討調整。
- b、辦理旅行社及遊覽車客運業聯合稽查，針對旅遊產品風險高之重點地區及行車路線安排稽查。
- c、提供民眾檢舉一日遊等不合理或高風險遊程之申訴管道，並協調消費者文教基金會建立橫向聯繫機制。

C. 旅宿業

- a、修訂補助地方政府執行違法旅宿管理計畫審查要點，協助地方增聘稽查人員、購置稽查所需器材等用途。
- b、督促各地方政府建立非法及違規旅宿清冊及加強查處，並對於非法旅宿輔導歇業或取得合法登記證。

D.觀光遊樂業

落實觀光遊樂業三級管理，督促業者自主檢查，及地方政府辦理上、下半年度檢查作業，特定活動應先報經主管機關核備，並由辦理觀光遊樂業督導考核競賽。

(3) 整體宣傳面

- A. 規劃每年3月第3週為「旅遊安全週」，編訂旅遊安全錦囊及旅遊安全 Logo，提升宣傳力度，滾動檢討、持續強化各項旅遊安全活動。
- B. 輔導產業從業人員教育訓練，開設相關旅遊安全課程。
- C. 印製相關宣導摺頁供旅客參考，並持續向旅客宣導應慎選旅遊商品。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
觀光團旅遊安全及品質稽查(團次)	7,282	3,500	3,800	4,200	4,600
旅宿業檢查次數	5,803	5,800	5,800	5,800	5,800
觀光遊樂業檢查及督導考核次數	70	70	70	70	70

(三) 輔導產業轉型

3-1 旅行業品牌化計畫

- (1) 為輔導旅行業品牌化經營，辦理輔導品牌說明會及經營診斷，利用資訊網路資源，發展產品特色及提升品質，以建立公司品牌。另為配合行動裝置快速發展，輔導旅行業者從傳

統經營模式轉型朝向電子商務發展，以擴大旅遊線上交易規模。

- (2) 另為對協助市場上具品牌發展潛力之旅行業發展品牌策略，已委託臺灣經濟研究院提供旅行業品牌診斷及輔導。
- (3) 委託或協助國內公、協會辦理教育訓練、新南向說明會及辦理國內遊程考察等，含觀宏專案、穆斯林友善餐旅認證輔導說明、旅行業全聯會轉型訓練。
- (4) 提供旅行業建置線上支付功能及響應式裝置技術補助，以電子商務行銷產品等，鼓勵旅行業投入新南向市場。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
輔導旅行業以電子商務經營業務 (累計家數)	-	20	25	30	35

3-2 旅宿業品質化計畫

(1) 星級旅館評鑑

我國旅宿產業亟需持續提升品質與國際化程度，「星級評鑑」是其中一方式，讓旅客可依自身需求選擇合適且具品質保障之住宿；另一方面，透過客觀公正之評鑑制度，促使業者自我提升，找出市場定位，以品牌方式行銷自己。透過於旅宿產業制度面上提供符合產業需求之修法，優化、輔導、轉型重塑旅宿產業發展榮景。

(2) 好客民宿輔導

持續為民宿經營者辦理服務品質提升訓練課程，輔導民宿強化在地特色連結及產學合作，提升民宿經營者服務品質，維護好客民宿品牌形象。

(3) 輔導旅館轉型

輔導旅館以創新元素轉型，結合在地文化、藝術與農特產品，發展出旅館自有特色，提供旅客多元住宿環境，並與其他產業鏈結落實節能減碳，符合時下環保與綠色趨勢；協助小型旅館轉型，導入嶄新經營模式；加入訂房平臺，吸引自由行旅客，鼓勵旅館加入國際或國內品牌，扶植已具雛型之連鎖旅館成為本土品牌旅館，提升旅館競爭力。

(4) 輔導經營數位化計畫

為強化旅宿業數位科技之運用，協助旅宿業整合運用企業各項資源、掌握內外環境、降低交易成本、提升作業效率，加強輔導旅宿業建置企業資源規劃或加入訂房平臺或系統等電子商務或數位工具，以提升業者競爭力及科技化發展。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
星級旅館 有效家數	513	530	550	570	600
新增通過 好客民宿認證家數	112	120	120	120	120
旅館完成轉型經營 或提昇品質家數	30	35	35	40	40

3-3 觀光遊樂業優質化計畫

(1) 加速觀光遊樂業投資輔導

A. 專責諮詢

成立觀光遊樂業專責開發諮詢單位，積極輔導民間業者瞭

解審查流程、送審書圖文件，增加投資效率及業者競爭力。

B.行政協調

建立業者面臨開發審議困難時，得向主管機關提出申請邀集各相關行政機關共同諮詢協調之機制。

C.適時適法

即時因應市場開發需要，檢討相關審議機制，必要時配合修正「觀光遊樂業管理規則」、「交通部觀光局受理觀光遊樂業籌設及變更申請案件審查作業要點」等規定。

(2) 創新加值暨品牌發展

A.文創加值與品牌深耕

整合政府產業輔導資源，協助業者強化經營品質提升及遊客優質體驗，利用文化創意加值園區經營，促進產業發展。除於園區導入文創活動、設施及特色商品，充實園區內涵，增加 2 次消費，建立並深耕品牌，提升文化創意產業發展品質及競爭力，創新產業服務，創造新商機。

B.低碳旅遊與永續觀光

輔導業者加強節能減碳與環境保育措施，開拓客源，如補助業者提供交通接駁服務、園區電動車、節能措施、取得相關環教、環保認證，並利用低碳旅遊及環境教育課程推廣企業環保理念及形象，以迎合國際綠色消費之旅遊趨勢。

C.智慧園區

運用資通科技，輔導業者科技創新服務，建構智慧導覽、住宿、餐廳、交通及行銷系統等；強化園區與消費者網路互動、社群及粉絲團經營，建立品牌；建構園區全面 Wifi 熱點服務，提升友善服務。

D.無縫服務

建構多語化與符碼化旅遊服務環境，並以使用者角度，從資訊接觸（如網站、摺頁等）、交通（如資訊提供、語音簡介、

彩繪專車等)到入園服務(標示、服務人員、無線網路、QR Code等)整體規劃，以達無接縫服務目的。

E. 客製化產品與友善服務環境

根據市場客源特性，以分眾(學校、機關團體、親子、婚宴等)、分齡客製化方向，規劃開發合宜及差異化服務設施及措施(如穆斯林認證餐廳、祈禱室、異國特色料理等);另加強無障礙設施，規劃性別平等、特殊族群及銀髮族友善旅遊環境，以符合顧客需求，開發市場藍海。

F. 服務品質提升

委託專業團隊邀請國際級大師辦理觀光遊樂業研討會，以拓展國際視野，並加強專業人員訓練。

(3) 形象提升與推廣宣傳

A. 創造新形象

輔導業者利用園區資源強化正面形象(如校外教學、環境教育、動植物保育)，發揮寓教於樂的精神，建立觀光遊樂業遊樂之外的學習功能。

B. 開發新亮點

強化園區獨特之資源特色及多元活動(如科學技術、機械設施、水域遊樂、歷史人文、生態環境、會展中心)，以多種不同軟實力的特性吸引國際觀光客入園，並整合發展特色商品(如文化體驗、野生動物復育、追星景點)編撰多語化宣傳手冊，提供行銷宣傳使用。

C. 跨域跨界整合

以跨國、跨區域、跨產業結盟方式，與國外主題樂園業者及國內觀光遊樂業之合作，並與園區所在區域之周邊景點、休閒遊憩相關產業、美食或購物等特有農、特產品結合，擴大產品內涵及宣傳通路，深化地方品牌發展。

(4) 行銷推廣

- A. 製作觀光遊樂業多語文整合形象文宣（CF、微電影等），提供本局各駐外辦事處及業者於國際推廣運用，配合觀光局駐外辦事處旅展及推廣會加強行銷。
- B. 輔導業者及協會與國外主題樂園業者、旅行業者、航空公司等相關通路進行合作及加強於國外媒體露出宣傳。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	105年	106年	107年	108年	109年	
觀光遊樂業赴國外 旅展推廣場次數	2	4	4	4	4	
觀光遊樂業國外遊 客入園人次成長率	-	1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	

3-4 觀光關鍵人才培育計畫

(1) 觀光產業關鍵人才培育

- A. 面對觀光市場激烈的競爭環境及多元發展，勝出之關鍵在於人才。高階主管除瞭解自身領域管理知能外，因應外在環境變化，如行動載具及科技技術變化、廉價航空及郵輪旅遊興起，及國際旅遊市場與客源版圖變動，跨域知識之汲取與國際視野之開拓至為重要，爰高階主管養成課程應持續朝異業結合，跨域修習課程規劃，以順應市場趨勢與國際接軌。
- B. 中階主管擔負承上啟下責任，更是未來高階主管的儲備幹部，規劃由高階主管養成班甄選出之種子講師進行擴散課程，並研議鼓勵種子講師至各大專院校擔任業師，傳授實

務經驗；另辦理觀光論壇講座，邀請國內、外觀光或跨領域之大師講述市場趨勢，以提升中階主管朝向國際化、優質化與專業化發展。

(2) 新南向導遊人力培育

- A. 東南亞來臺旅客快速成長，致使部分東南亞語言市場導遊人數不足，為鼓勵具有高中職以上畢業之新住民、僑（外）生參加「專門職業及技術人員普通考試導遊人員考試」順利取得執業證，投入導遊人力市場，解決導遊供需失調情形，辦理「稀少語別導遊輔導考照培訓」。
- B. 鑑於東南亞地區在臺新住民、僑外生雖具語言優勢，惟其對觀光產業生態與旅遊導覽等知能尚不足，欲借由其協助外語導遊隨團翻譯服務工作，倘施以觀光旅遊相關專業知識與解說技巧之訓練，當有助強化其協助外語導遊翻譯導覽工作，並協助提供旅客到位之服務，亦有助其未來通過導遊人員考試，成為正式導遊人員，規劃與大學院校研擬規劃辦理相關訓練課程。

(3) 強化產業留才機制

- A. 藉由菁英養成訓練成果，編輯課程，擔任種子教師，加速提升觀光遊樂業競爭力及國際化。
- B. 輔導業者建立人才培育機制，落實人才培育計畫，業者辦理情形將納入督導考核項目。

(4) 導遊考照制度變革

隨著來臺旅客市場布局及結構調整快速變動，導遊制度應適時變革，並結合既有在地導覽人員並行調整。推動導遊結合在地導覽人員新制，就導遊分類或分級化、現行導遊與地方導覽人員（解說員）整合等構想，與旅行公會、導

遊工協會、地方旅遊團體及地方政府協商形成推動共識。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
觀光產業關鍵人才 培育計畫培訓人數	600	650	650	650	650
稀少語別導遊輔導 考照培訓報考外語 導遊人數	-	180	200	220	240
旅館中階經理人訓 練課程	400	450	450	450	450

3-5 觀光產業數位服務提升暨網絡資訊整合計畫

目前臺灣觀光產業在數位化之應用尚於起步階段，若能在相關觀光產業導入數位化應用同時，輔導企業發展適合自身具價值之商業營運模式，提升企業核心競爭力；另透過產業電子商務系統整合，降低產業交易成本，扶植青創就業，進而串連產業與政府觀光資訊形成大數據平臺，除可強化產業產值分析與業務監理資訊透明性，更可透過政府開放資料（Open Data）平臺，提供產學研各界發展新興商業營運服務，進而提升整體觀光經濟效益，相關推動措施概述如下：

(1) 推動電子交易憑證

以財政部電子發票整合平臺為核心，逐年輔導並推動旅行業、旅宿業、觀光遊樂業銷售收據數位化，並針對交易契約、旅行保險、入園票證等，制定標準數位格式規範。

(2) 輔導企業數位管理

短期研修「交通部觀光局輔導建立品牌旅行業獎勵補助要

點」，納入旅行業者如導入 ERP 系統可申請補助機制，中長期將逐步輔導旅行業者，導入 ERP 系統；以 1-3 星星級旅館為主，相對弱勢之旅館優先導入 ERP 系統；全面輔導全國各家觀光遊樂業者建置或升級 ERP 系統。

(3) 協助電商平臺發展

瞭解觀光產業電商平臺營運現況，掌握主流趨勢及具發展潛力之平臺，以建置較為健全之電商平臺為主軸，補助既有平臺升級，並針對中小型或新創企業，提升數位行銷能力，鼓勵加入電商平臺。

(4) 升級產業監督管理系統

檢討及修訂相關行業管理規則及評鑑辦法，賦予資料取得法源依據，以利數位系統推動及資料串接，適法地彙集企業動態資訊；建置產業監理數據儀表板 (Dashboard)，即時掌握觀光產業動態。

(5) 建立資訊網絡整合數據庫

建立資料交換格式與 API，彙整旅行業、旅宿業及遊樂業數據資料形成觀光大數據平臺，透過彙集巨量資料形成數據湖，及 Hadoop 平臺來大量儲存數據，未來運用人工智慧模型，掌握產業即時動態。

(6) 開放觀光大數據訊息應用

建置數據開放之 XML、API 交換格式，透過 Open Data 平臺提供產業訊息，鼓勵發展加值創新服務。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
輔導旅行業者提升資訊化導入 ERP 推廣說明會場次	0	4 場	7 場	10 場	10 場

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
輔導旅宿業者導入或升級 ERP 系統家數	0	50 家	50 家	50 家	50 家
輔導觀光遊樂業者建置或升級 ERP 系統家數	0	0 家	2 家	8 家	14 家

備註：

- 1、 旅行業推廣說明會每場次以 50 家旅行社估算。
- 2、 截至 105 年底止，我國合法觀光遊樂業者共計 24 家。

(四) 發展智慧觀光

4-1 創新科技服務計畫

隨著智慧科技產業的發展，本局近年來積極推動觀光服務與資訊科技（Information and Communication Technology, ICT）之整合運用，期提供旅客旅行前、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，可預見以「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，即從資料中心對旅遊資訊之匯集與整合、到政策引導帶動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。

(1) 臺灣觀光資訊資料庫建置及擴充計畫

觀光資訊服務應納入旅客旅遊前、旅遊中、旅遊後不同階段

所需之資訊，全面性考量旅客旅遊過程之資訊需求，並隨時掌握科技趨勢，期透過一套整合所有旅遊資訊與服務之系統，讓遊客隨時隨地取得觀光資訊。

A. 強化臺灣觀光資訊資料庫

已建置臺灣觀光資訊資料庫，彙整全臺各縣市政府、各部會及各國家風景區管理處提供之景點、餐飲、活動、住宿資訊等資料，於 104 年 1 月起上架至政府資料開放平臺，以免費、免申請、開放格式等原則，開放原始資料便利民間分析運用，提升臺灣整體觀光旅遊產業之效益，將持續輔導各觀光資料產製單位每年定期持續維護更新，以確保資料正確性及完整性，及持續擴充資料庫英、日文資料，開放外國加值單位申請。

B. 建置觀光影音多媒體平臺

因應 4G 時代來臨，整合全國之影音多媒體資料（包括文字、圖片、摺頁、影片、電子書與語音導覽等），建立影音串流平臺，提供民眾最快速、最創新之觀光影音旅遊介紹資訊並持續擴充之。

C. 建置無障礙設施資訊平臺

蒐集建置彙整各景區、轉運站（高鐵、臺鐵、捷運、客運、機場等）等觀光旅遊所需之無障礙廁所及設施等資料，提供無障礙旅遊所需相關資訊。

D. 虛擬實境影片拍攝及製作計畫

為因應行政院「亞洲·矽谷計畫」，籌備拍攝及留存臺灣觀光 VR 虛擬實境影像，做為未來剪輯製作 3D VR 虛擬實境影片、360 全景影片等使用，並於國內外旅展、駐外辦事處、全臺各國家風景區行銷推廣使用，提升臺灣觀光宣傳效益，吸引國外民眾來臺旅遊。

E. 與國際圖資廠商合作

利用國際廠商現有圖資平臺及功能，提供使用者更準確及

便利之觀光資訊資料，並由國際廠商直接翻譯成多語版本，使各國遊客能盡情取得觀光資訊。

F. 蒐集在地圖資，建立特色圖庫

臺灣擁有全世界獨特之海岸地理景觀，透過地質學家精美手稿詮釋，可令人嚮往千年地質形成原由，促成知性、感性觀光旅遊體驗。

(2) 旅遊資訊服務推廣計畫

觀光資訊應用已逐漸朝向移動中之資訊應用與服務發展，搭配雲端發展技術，開發各項觀光 ICT 應用服務，並將服務延伸推廣至其他系統，同時整合旅遊所需各項資訊，強化旅行臺灣 App 功能，提供民眾優質的觀光資訊服務。

A. App 整合服務雲端化

提供旅客整合性旅遊資訊服務，強化客製化與在地化服務，並利用快速網路及雲端應用發展趨勢，推動 App 服務雲端化，提供民眾快速且多元之資訊服務。

B. 建置景點雲端導覽服務

利用觀光影音多媒體平臺，推動景點語音導覽資訊建置，民眾可利用智慧型手機 App，隨手取得景點語音導覽服務，提供旅行導覽自動化服務。

C. 科技應用服務延伸推廣

透過異業結盟，結合 ICT 科技與資通訊服務，創新旅遊服務模式，並延伸至其他系統，如將景點雲端語音導覽推廣至「台灣好行」、觀光計程車或遊覽車，以提供遊客行動語音導覽服務，以及利用智慧型手機進行戶外語音導覽與室內展覽導覽整合服務，推廣至國內相關展館。

D. 扶植青年新創團隊

鼓勵新創團隊以觀光旅遊數位創新服務競賽部分，廣泛提出創意發想，針對優秀團隊給予育成獎勵並協助申請創業

獎助，提供實踐夢想的創業場域。

E. 建置多語化服務

與電信業者合作提供多語化線上真人語音諮詢及翻譯服務，並於本局所屬各風景區管理處及旅服中心提供 AI 多語口譯機，提升外國旅客諮詢服務。另，結合本局可攜式數位服務，開發聊天機器人(AI Chatbot)提供使用者智能語音對話及文字輸入查詢功能，提升使用者便利性，並且提供跨平台系統支援服務(如 LINE、FB messenger 等)，擴大服務範圍。

(3) 產業加值應用服務計畫

觀光資訊之提供與服務，現階段已由公部門逐步推動及強化基礎資料蒐集、平臺搭建與延伸應用服務產製。未來相關旅遊服務之應用開發將透過政策導引，促動觀光關聯產業自行建立其可營運之商業模式 (Business Model)，提供遊客整合服務。待產業服務發展成熟後，政府所維運之資訊平臺，即可移由民間經營，政府可致力於其他科技應用研發。

A. 建立大數據 (Big Data) 分析平臺

利用網站、APP 與社群媒體遊客使用習性，建立大數據平臺及 AI 人工智慧分析模組，瞭解遊客行為偏好並取得相關統計數據；另利用電信大數據及 Wifi 無線網路，研析國內外遊客來臺旅遊時，自遊程開始至結束，其參訪旅遊景點、住宿飯店及到訪處所 (購物店或展館等)，利用雲端巨量資料分析功能，分析記錄個人偏好，提供後續智慧觀光發展參考依據。

B. 強化資料開放 (Open Data) 加值應用

目前已提供臺灣觀光資訊資料庫資料及觀光相關統計資料至政府資料開放平台，105 年已擴充穆斯林設施、國家風景區步道及自行車道、多媒體影音資料及觀光統計資料查詢

系統，以提供民間業者加值使用。未來將結合產官學各界資源，持續擴充影音多媒體資料、語音導覽平台、資料庫英日文語版等資料，並朝 API 方式提供資料介接，建立多元服務功能。

C. 推動智慧遊樂園區服務精進計畫

為提升國內遊樂園服務品質，有效解決國內遊樂園區內設施、活動、餐廳及服務之「排隊問題」，105 年度推出「智慧遊樂園區創新服務」，首先以六福村為合作遊樂園，期透過導入 Lineup 服務，提高遊客滿意度，完成遊客行為大數據分析，為遊樂園業者創造更多營收，帶動整體觀光產業發展，後續將以此模式複製至其他遊樂園，提升遊樂園整體服務品質。

D. 應用電信大數據分析主要觀光遊憩據點遊客人潮、人流及輪廓計畫

為能掌握國家風景區主要觀光遊憩據點遊客人潮、人流及遊客動向，運用遊客之行動裝置定位系統之大數據資料進行分析，105 年度已規劃就本局北、中、南及東部 4 個區域選擇遊客組成較為多元之北海岸及觀音山、日月潭、阿里山及東部海岸國家風景區等 4 個管理處計 23 個主要遊憩據點為基礎進行試辦。未來將持續規劃擴大至 13 個國家風景區；另將試辦大型活動遊客人潮及重遊率行為分析，續運用大數據取得遊客行為分析，為改善服務品質之參考。

E. 透過旅遊網站輿情分析，了解遊客觀光喜好行為

經由旅遊網站觀光輿情分析，粹取各國旅客於網路社群真實分享自身旅遊經驗及對本國景點之喜好評論，瞭解旅客對本國觀光之喜好程度、趨勢走向、喜愛到訪景點等訊息，提供未來研擬觀光政策參考。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
臺灣觀光資訊資料庫 開放資料累計筆數	17,000	17,500	18,000	18,500	19,000
Open Data 觀光資料集數	88	95	100	105	110
建置多語化服務 地點數量 (管理處、旅遊服務中心)	0	0	6	5	5
新增建置自動化 AI 旅 遊諮詢服務平臺數 (網路通訊平臺)	0	0	1	1	1

4-2 I-center 旅服創新計畫

本局自 93 年起，依「I-center」旅遊服務體系區位特性及服務性質，各提供不同服務，第 1 層級設置於國際機場（桃園、高雄、松山國際機場）等 3 處旅客服務中心，主要為加強服務國際旅客；第 2 層級設置於國內重要交通節點（火車站、高鐵站、航空站、捷運車站）等 52 處旅遊服務中心，以提供區域性（北、中、南、東地區）旅遊資訊為主；第 3 層級設置於重要遊憩據點之 52 處遊客中心，其提供資訊服務範圍以該遊憩據點所在地及周邊地區為主；第 4 層級為輔導推動單位與在地業者合作之「借問站」，其提供資訊服務範圍以「借問站」周邊 5 公里範圍為主；全臺 I-center 旅遊服務體系已分層建置成型；為結合行動科技與低碳運具使用趨勢，並擴大導入民營產業參與，以積極促進 I-center 旅遊服務之創新升級，未來持續精進作法如下：

(1) 輔導「行動旅服」走動式旅遊服務

持續輔導本局各國家風景區管理處第3層級遊客中心，結合導覽志工並運用智慧工具（例如平板電腦）或低碳載具（例如電動自行車），針對景點特性辦理「行動旅服」旅遊服務；於遊客人潮眾多時段，至遊客中心以外之遊客聚集區域提供諮詢服務，期使旅遊服務跨出櫃台，主動提供遊客融入景點環境之貼心服務體驗，並朝向服務標準一致化努力。

(2) 推廣「借問站」旅遊服務

輔導各推動單位考量所轄重要景點區域遊客需求特性，擇優輔導既有旅遊資訊站及其他提供食、宿、遊、購、行等相關服務之民間產業及公私立單位，自主設置「借問站」提供當地旅遊資訊及諮詢服務，並提供無線網路服務，便利旅客下載旅遊資訊，減少實體摺頁需求；另配合當地特色彙編電子版小區域多語導覽地圖（例如30分鐘散步地圖），發揮在地友善旅遊服務特色。

(3) 辦理 I-center 旅遊服務體系服務品質提升作業

為使國內外旅客能便捷取得各類觀光旅遊資訊，深入瞭解全臺重要觀光景點，並提供旅遊所需之協助，以創造友善旅遊環境，提升旅遊服務品質，除持續舉辦各層級旅服中心之督導考核作業、旅遊服務中心服務人員之教育訓練，及各管理處辦理遊客中心服務人員之解說教育訓練或在職訓練，並藉由外部獨立督考輔導機制（不定期抽查及專家定期輔導），強化整體遊客服務品質。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105年	106年	107年	108年	109年
輔導公私立單位 設立借問站總數	200	260	320	380	440

4-3 「台灣好玩卡」推廣計畫

- (1) 為提升自由行旅客旅行臺灣之便利性，規劃辦理「台灣好玩卡」推廣計畫，期輔導縣市運用電子票證，結合食、宿、遊、購、行等產品，搭配折扣優惠與建議行程，導引旅客持卡輕鬆走訪各城市亮點。
- (2) 「台灣好玩卡」以城市行銷為目標，透過競爭型補助計畫機制，鼓勵各縣市政府提案，評選獲選縣市發行各地區「台灣好玩卡」，補助經費運用於規劃推動、產業資源整合、導覽手冊製作、指示標誌與導覽地圖建置、專案網站與旅遊資訊服務建置、旅遊商品整合、行銷推廣及平臺整合等項目。
- (3) 本計畫於 103~105 年已發行 4 張卡（高屏澎、宜蘭、中臺灣及臺東），未來將輔導各推動單位進行舊卡綁定與平臺整合，以擴大旅遊便利性及產品永續經營。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
台灣好玩卡 發卡張數	2	2	1	0	0

4-4 「台灣好行」服務升級計畫

本計畫主要針對臺灣地區具國際發展潛力的觀光景點，依旅客使用旅遊便利性，輔導各縣市政府及各國家風景區管理處，提供串接國內主要交通運輸場站至重要觀光景點間之公車接駁服務，透過辦理旅遊景點及活動接駁、整體行銷宣傳、管理稽查、旅遊套票規劃等推動「台灣好行」服務升級：

- (1) 輔導各「台灣好行」路線持續提供穩定旅遊服務，並加強服務品質全面再提升，重新檢視站牌、車體、指示標示友善性，

車內 e 化導覽解說服務，以及導入電子票證在交通套票之運用，提升旅客旅遊之便利性及友善性。

- (2) 擴大臺灣周遊券之複合運具及觀光景點合作範疇(含陸、海、空運及博物館、美術館、特色景點等)，以吸引國內外自由行旅客使用搭乘及增加周邊產業收益。
- (3) 補助地方政府辦理觀光景點聯外交通接駁、導引服務、旅遊資訊服務整合及宣導推廣等。
- (4) 補助業者配合辦理聯外交通接駁經費，輔導 10 條重要旅遊景點無縫隙旅遊服務之自主營運，由營運業者及景區商家視當地旅運市場規模，共同合作提供便利之運輸及觀光服務，且所有經濟活動已有穩定獲利模式，不需政府挹注經費補助。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年	
「台灣好行」 各路線建置 e 化導覽 解說服務比例 (%)	40%	55%	70%	70%	80%	
「台灣好行」 搭乘人次 (萬人次)	260	270	273	280	280	

4-5 「台灣觀巴」服務維新計畫

- (1) 「台灣觀巴」套裝旅遊產品係自 93 年起提供國內外自由行旅客，自各重要交通節點及飯店至國內各著名觀光風景遊樂地區便捷友善之半日、1 日、2 日及環島遊服務，旅客可享受 1-4 人即可成行出遊、當地飯店、機場及車站接送、中、英、日文導覽解說和旅遊保險等貼心服務，讓旅客能輕

鬆深度體驗臺灣之美。

(2) 目前已輔導 23 家業者營運 100 條以上套裝旅遊行程，行程涵蓋全臺及離島各重要觀光景點，提供便捷友善之旅交通遊服務；各路線行程全面提供中英日韓文語音導覽、無線網路 Wifi 服務等智慧旅遊服務，讓國內外旅客即時分享臺灣之美。為加強資通科技運用、與地方產業結合並擴大與地方政府之參與，積極辦理重點如下：

- A. 持續建置導覽 E 化服務及智慧行動服務：「台灣觀巴」各路線持續提供中英日韓文導覽服務、無線網路 WIFI 等服務，並提供「台灣觀巴」中英日版文宣摺頁、手冊資訊線上即時查詢及下載功能，即時提供最新「台灣觀巴」資訊。
- B. 建立「台灣觀巴」與地方政府及本局各國家風景區管理處輔導合作機制：形塑在地特色路線，結合地方政府及各國家風景區管理處規劃具特色在地行程及旅遊體驗產品，並推出主題性、季節性及活動性多元套裝旅遊產品。
- C. 持續辦理「台灣觀巴」服務品質優化作業：辦理「台灣觀巴」業務查核及營運查核及考評督促業者持續提升服務品質，以及辦理經營者教育訓練，提供業者產業創新經營策略及未來發展方向，以創造商機，提升經營能力及競爭力。
- D. 多元行銷推廣：輔導台灣觀巴協會及業者持續辦理國內外整體行銷推廣及結合網站強化電子商務功能，與臺鐵及高鐵等相關長途運具結合推出旅遊優惠護照，並透過同異業合作，拓展多元通路，強化「台灣觀巴」品牌形象及國際知名度。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
「台灣觀巴」路線查核 (條)	55	55	57	59	60
多元行銷推廣 (次)	2	2	3	4	4

(五) 推廣體驗觀光

5-1 臺灣永續觀光年推廣計畫

落實永續觀光發展理念，訂定分年旅遊推廣主軸，106 年為生態旅遊年（以首年在臺灣辦理之「2017 國際賞螢年會」揭開序幕）、107 年為海灣旅遊年（推動臺灣十島自具有離島資源之 6 縣市擇 10 個示範點，發掘特色，建構島嶼生態觀光旅遊）、108 年為小鎮漫遊年（以觀光小鎮漫遊主題，結合地方推出生態旅遊/體驗觀光行程，行銷臺灣除了山域及海洋觀光資源，也兼具特色小鎮漫遊的旅遊優勢），及 109 年為脊樑山脈旅遊年，由本局阿里山國家風景區管理處推動脊樑山脈生態旅遊示範計畫，是全臺首次將原住民族—鄒族古道與阿里山脊樑山脈生態觀光發展結合，透過生態觀光發展建構計畫與就地輔導方式深化發展，建構永續觀光發展之生態旅遊模式。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
開發年度旅遊主題遊程數量	0	13	13	13	13

5-2 「體驗觀光·點亮村落」示範計畫

持續整合地方觀光資源及推展旅遊產業多元化，精進在地特色旅遊行程及產品，輔導在地旅遊產業人才多元發展，協助青年返鄉就業，推動永續發展經營，已於北、中、南、東、離島之各國家風景區中，篩選出以下不同屬性之 6 個示範計畫，分別為：北海岸及觀音山國家風景區管理處所推新北石門文化體驗—「石門 fun 風趣嵩山千歲米」、參山國家風景區管理處所推苗栗南庄慢食慢遊—「怡客蓬萊蔬活廚房」、西拉雅國家風景區管理處所推嘉義中埔平臺整合—「農趣中埔 GO」、東部海岸國家風景區管理處所推臺東南竹湖部落觀光—「一起跳吧南竹湖」、澎湖國家風景區管理處所推湖西農漁體驗—「南寮農情蜜北寮嚐馨蠶」，以及馬祖國家風景區管理處所推東莒戰地生活—「點亮離離離島東莒洛神赴」等，後續將逐步擴至 13 處，期以小眾精緻之在地旅遊行程規劃，吸引旅客停留，感受臺灣各地的人情與溫度，未來精進作法及目標如下：

- (1) 發掘在地獨特資源，運用創新創意，讓特色升級，運用網路行銷及多元通路，持續推廣體驗觀光品牌。
- (2) 協助輔導專業經營組織及解說導覽人才，提升社區或村落自主經營能力，吸引青年返鄉回流。
- (3) 協助特色資源產業化，輔導發展特色產業，包裝主題、深度體驗遊程。
- (4) 小規模改善當地旅遊服務設施，營造友善、合宜旅遊環境。
- (5) 妥善規劃聯外交通轉接機制及規模，有效維護生態資源及旅遊品質。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
每年新增規劃 體驗觀光遊程數 (條)	6	6	6	6	6

5-3 原住民族地區觀光推動計畫

為推動部落觀光，本局已於 101 年成立「原住民族地區觀光推動會」，邀集原住民族委員會、文化部、勞動部、內政部營建署、行政院農業委員會林務局、教育部青年發展署等權責機關，成立平臺，合作提升原住民族部落觀光，以原住民族文化、人文、景觀等為核心元素，透過遊程體驗、食宿活動、農特物產等觀光遊憩行為載具，並讓遊客參與及融入部落特色活動，塑造讓遊客難以忘懷的原住民族地區旅遊體驗，進而達到優質深度旅遊及永續觀光目標，未來精進作法如下：

- (1) 建構完整部落觀光產業基礎。
- (2) 運用部落特有文化或生態環境資源培訓專業在地導覽解說人員，推動發展部落生態旅遊環境。
- (3) 豐富部落體驗遊程，以永續生態旅遊為目標。
- (4) 將部落觀光旅遊產品推向國際，積極辦理國際行銷宣傳。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
部落觀光推動計畫 國際行銷部落件數	0	5	5	5	5

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
部落觀光 結合生態旅遊遊程	0	6	6	6	6

5-4 無障礙及銀髮族旅遊計畫

(1) 建構通用化（無障礙）旅遊環境

- A. 建置「通用化（無障礙）旅遊據點」。
- B. 推廣風景區通用化（無障礙）旅遊環境設計觀念。
- C. 行銷宣傳通用化（無障礙）旅遊環境。

(2) 輔導旅行業推出銀髮族及無障礙旅遊商品

- A. 為配合交通部建構無障礙交通旅遊環境之施政重點，並因應銀髮族旅遊市場需求日增，積極推動無障礙與銀髮族旅遊，前於 103 年度輔導 9 個縣市旅行公會辦理踩線活動，104 年度邀請未辦理踩線活動之公會參加本局辦理之國家風景區銀髮族、無障礙旅遊路線實地參訪活動，105 年度配合「國內旅遊活絡方案」共同行銷、宣傳銀髮族及無障礙旅遊。
- B. 另為創造旅行業者投入銀髮族與無障礙旅遊市場誘因，於 104 年 2 月 3 日、5 月 4 日及 105 年 5 月 5 日分別修正「輔導建立品牌旅行業獎勵補助要點」，將租用無障礙輔具、聘用照顧服務員、租用營業用無障礙車輛費用及銀髮族旅遊費用納入補助，實質鼓勵旅行業包裝推出優質之分眾、分齡旅遊產品。

(3) 推廣旅宿業無障礙設施

- A. 輔導或補助旅宿業改善既有旅館的軟硬體設備，增設無障礙設施，以服務年長者及行動不便者。

B.輔導旅宿業開發並利用通用設計概念，協助改善軟硬體設備，達到無障礙旅遊目的。

C.持續推廣通用化旅遊概念，依現地條件營造通用化旅遊環境，並兼顧生態環境及景觀美感。

(4) 於臺灣觀光資訊網持續蒐集各縣市政府及國家風景區管理處無障礙及銀髮族旅遊路線。

(5) 透過旅行臺灣 APP 適地性定位服務持續提供公廁及無障礙廁所資訊，民眾將可透過本 APP 搜尋到附近公廁及無障礙廁所，並提供國家風景區管處無障礙旅遊行程，提供民眾旅遊參考。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
新增建置通用化 (無障礙) 旅遊據點	39 (累計值)	13	13	13	13
舉辦風景區通用化 (無障礙) 旅遊環 境設計比賽	0	1	1	1	1

5-5 重要觀光景點建設中程計畫

(1) 我國自 104 年邁向千萬觀光大國，國內觀光遊憩規模亦逐年穩定成長，觀光遊憩需求將更趨多元，為持續提升我國 13 處國家風景區旅遊服務品質，打造優質友善旅遊環境，爰將以「集中資源、景點分級」概念，透過五大策略，包含「景點分級、擴大服務」、「總量管制、引導分流」、「經營管理、配套發展」、「跨域整合、提高自償」及「區域均衡、智慧觀光」等，預計建設 13 處國家風景區內具代表性之重要觀

光景點達 235 處以上，並將單點建設擴大觀光服務層面為旅遊線與面之串連及創新加值，全方位提升旅遊品質及接待質量，提供多元遊憩體驗，且兼顧後續經營管理工作、服務品質及財務自償能力。

(2) 通用旅遊環境設施改善

為建構國際級通用旅遊環境，提供友善服務與世界接軌，以各國家風景區做為優先示範，透過通用設計概念建制友善旅遊服務設施，整體通用旅遊環境包含旅遊資訊、交通接駁、定點設施、周邊服務資訊等 4 個面向，計畫擬參酌「風景區通用化環境設計參考手冊」，指導國家風景區進行經管範圍環境總體檢，就不同環境資源條件進行檢討改善，期於完成後推出通用旅遊示範路線，以建置通用環境示範據點，體貼無障礙、銀髮族、兩性、幼童、穆斯林等不同族群之需求差異。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
參訪國家風景區遊客人數(萬人)	4,348	4,451	4,549	4,665	4,758
國家風景區觀光產值(億元)	988	1,023	1,053	1,090	1,123

備註：

1. 參訪國家風景區遊客人數(萬人)：依據交通部觀光局或所轄國家風景區遊客調查報告資料推估。
2. 國家風景區觀光產值(新臺幣億元)：依各國家風景區之(各年度之遊客人次 x 每人每日平均消費 x 停留天數)估算加總。

5-6 跨域亮點及特色加值計畫

(1) 推動方向

本計畫設定整合資源、創造特色、整體行銷、跨域增值與質量並重五大目標，期透過協助地方政府發展具獨特性、唯一性、話題性且能突顯特色、橫向串連各相關產業之觀光遊憩亮點，以整合遊憩據點及各項產業，創造增值收益，並從國內外觀光客之需求，整備改善各項軟硬體設施，提升服務品質，建構具吸引力之國際觀光旅遊環境，以有效提升國內外觀光客旅遊之意願。

(2) 行動計畫

A. 「跨域亮點示範計畫」

- a. 地方政府先進行「觀光總體檢」續以研提「行動計畫」後提案，由本局採競爭型方式評選。入選之地方政府由本局補助經費進行跨域亮點整備（軟硬體及行銷活動）作業。
- b. 已於 104 年評選及核定桃園市政府、新竹市政府、苗栗縣政府、彰化縣政府、雲林縣政府、嘉義縣政府等 6 個跨域亮點計畫，各計畫分別為「桃園市-石門水庫大漢溪流域跨域亮點計畫」、「新竹市-新竹公園再生」、「苗栗縣-魅力世遺·國際慢城舊山線亮點計畫」、「彰化縣-清水之森·幸福東南角」、「雲林縣-雲遊 3 林」、「嘉義縣-雲梯·茶道·梅山驛站」，於 108 年可打造出具獨特性、唯一性之國際觀光遊憩亮點共計 6 處。

B. 「遊憩據點特色增值計畫」

- a. 延續區域觀光旗艦計畫執行成果，以北、中、南、東及離島等 5 大區域觀光特色發展主軸，續行補助地方政府針對既有遊憩據點，進行區域特色增值，以強化建設與地方特色及後續行銷推廣之連結，除有效累進投資建設之成果外，並提升整體觀光遊憩建設之效益及水平。本案執行特色增值以下列面向為操作主軸，並保留彈性作為其他創意發想之可能性。
 - 延續區域觀光旗艦計畫之分區發展主軸：建設內容符

合本局區域觀光旗艦計畫各區發展主軸之計畫。

- 具跨域整合之價值：跨區域或跨部會整合性計畫涉及觀光遊憩設施建設範疇。
 - 具整合地方文化、藝術及產業等特色之觀光遊憩設施支援計畫。
 - 具其他合宜創新價值之計畫。
- b.本計畫補助計畫範圍之環境改造，包括場景印象塑造、觀光路廊營造、遊客服務設施改善、既有景點設施優化、景點串連設施整備等。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值				
	105年	106年	107年	108年	109年	
跨域亮點計畫 累計建置及永續經營 計畫數(含活動)	-	-	-	6	-	
輔導地方政府推動 特色加值區位(處)	-	45	45	-	-	

5-7 海灣山城及觀光營造計畫

(1) 海灣山城計畫

A. 推動方向

本子計畫執行期程為 108 年至 112 年，係以設定友善環境、觀光永續、特色漫遊、樂趣體驗與產業加值五大目標，配合本局推動海灣旅遊以及體驗觀光之政策方向，期透過協助地方政府就海灣或山城之觀光環境，發展具能突顯特色、橫向串連各相關產業之觀光遊憩亮點，並整合遊憩資源、泛觀光產業與行銷活動，達成永續觀光之願景。

B. 行動計畫

- a. 地方政府先就轄內具海灣或山城特色之觀光環境進行「觀光總體檢」續以研提「行動計畫」後提案，由交通部觀光局採競爭型方式評選。入選之地方政府由交通部觀光局補助經費進行亮點整備（軟硬體及行銷活動）作業。
- b. 108 年將評選出 6 個地方政府，由入選之地方政府積極打造具海灣或山城獨特魅力的遊憩亮點，依地方政府實際計畫需求予以啟用。

(2) 觀光營造計畫

A. 推動方向

本子計畫設定「尊重環境，資源永續」、「整合特色，景點串聯」、「友善設施，優質服務」三大目標，透過協助地方政府發展以在地、生態、綠色、關懷、永續等概念，由點而線而面發展整體區域觀光，以整合地方政府所轄觀光遊憩建設，塑造高品質之旅遊景點新形象，提昇整體觀光遊憩品質，開創旅遊新契機。

B. 行動計畫

本局訂定補助申請須知與執行注意事項，由地方政府於本局公告期限內研提計畫書到局，由本局組成審查小組，並視需要邀請外聘專家學者協助審查。

關鍵績效指標 (KPI)	評估基準	預期目標值			
	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
執行遊憩據點數 (處)	-	-	-	20	20

七、經費來源

- (一) 本計畫自 106 年至 109 年由「觀光發展基金」及「公務預算」逐年編列預算支應。其中，基金預算以不超過 157.58 億元額度下辦理。
- (二) 本方案涉及中央公共建設經費之新興計畫，應依「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」之規定，另案提報行政院，計畫經費與內容依行政院核定為準。
- (三) 各項計畫年度經費需求，亦依預算編審程序納入年度預算書，經奉行政院核定同意編列後，送立法院審議通過後支用。

八、預期效益

- (一) 推動臺灣觀光永續發展，促進「資源與遊客」、「環境與產業」共存共榮，提升臺灣觀光價值。
- (二) 打造智慧旅遊優環境、在地遊憩新亮點及特色旅遊好產品，吸引旅客造訪、重遊及消費，提升全球觀光競爭力及國際排名。
- (三) 提升我國觀光產業競爭力、服務品質及產值，強化觀光旅遊安全。
- (四) 營造優質觀光品牌形象，導引來臺旅客規模穩健成長，市場多元及均衡化發展，預估國際旅客由 105 年 1,069 萬人次提升至 109 年 1,139 萬人次，貢獻觀光外匯收入為新臺幣 4,050 億元。
- (五) 與地方合作加強城市行銷，打造在地旅遊品牌，提升國民旅遊市場規模，增進地方經濟均衡發展，帶動國人國內旅遊收入由 105 年新臺幣 3,971 億元提升至 109 年新臺幣 5,150 億元。
- (六) 以發展觀光促進國內經濟發展，帶動觀光產業就業人數從 105 年 19.9 萬人提升至 109 年 21.5 萬人。