

行政院 98 年 8 月 24 日院臺交字第 0980049106 號函核定

六大新興產業發展規劃—
觀光拔尖領航方案
行動計畫
(核定本)

交通部

目 錄

壹、計畫緣起.....	1
(一) 依據.....	1
(二) 未來環境預測 — 台灣觀光發展新契機.....	1
(三) 問題評析—台灣觀光市場現況分析.....	4
貳、計畫目標.....	6
(一) 目標說明.....	6
(二) 達成目標之限制.....	6
(三) 預期績效指標及評估基準.....	7
參、現行相關政策及方案之檢討.....	8
(一) 台灣觀光施政 5 大主軸 (96 年).....	8
(二) 2008-2009 旅行台灣年工作計畫 (97-98 年).....	8
(三) 重要觀光景點建設中程計畫 (97-100 年).....	10
(四) 落實全面開放大陸人士來台配套工作 (97 年起).....	10
肆、執行策略及執行計畫.....	12
(一) 執行策略.....	12
(二) 行動方案及執行計畫.....	15
伍、期程與資源需求.....	29
(一) 計畫期程.....	29
(二) 經費來源及分年經費需求.....	29
陸、預期效果與影響.....	30
柒、附則.....	31
(一) 替選方案之分析及評估.....	31
(二) 有關機關配合事項.....	31

壹、計畫緣起

(一) 依據

- 1、為落實 馬總統成立「300 億元觀光產業發展基金」政見，考量其運用範圍與現行之「交通作業基金」項下「觀光發展基金」設立目的尚稱相符，為符合基金簡併原則，交通部研擬「300 億元觀光產業發展基金規劃說明」，擬以現有「觀光發展基金」為基礎，擴大其規模涵括編列之方式辦理，奉行政院 97 年 8 月 14 日院台交字第 0970033380 號函核復「原則同意」。
- 2、依據 馬總統於 98 年 2 月 21 日「當前總體經濟情勢及因應對策會議」指示，將「觀光旅遊」、「醫療照護」、「生物科技」、「綠色能源」、「文化創意」、「精緻農業」定位為 6 大關鍵新興產業，並請相關部會研提具體推動策略。
- 3、交通部配合 6 大新興產業發展規劃，將 300 億元觀光產業發展基金推動方向，規劃研擬「觀光拔尖領航方案」簡報，經行政院 98 年 4 月 9 日第 3139 次院會通過。
- 4、依據行政院 98 年 8 月 4 日審查「六大新興產業規劃—觀光拔尖領航方案行動計畫」(草案)會議結論辦理。

(二) 未來環境預測 — 台灣觀光發展新契機

1、大三通是台灣取代香港，成為東亞觀光交流轉運中心的契機

台灣位於世界地圖的中心，擁有樞紐地緣優勢，大三通暢通國際旅客來台及轉出的管道。未來透過放寬簽證規定，簡化入出境程序，增加兩岸航點、航班，拓展國際航線、延伸航點及包機架次，鼓勵國際郵輪彎靠等措施，增加國際旅客來台管道；同時，提升國際機場旅遊服務機能、強化鐵路旅遊服務，並結合各種大眾運輸工具及 IT 資訊產業，建置無縫隙旅遊服務，讓台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。

2、政府高度重視，發展觀光已有與國際接軌的基礎

觀光產業是內需型的外貿產業，為 21 世紀台灣經濟發展的領航性服務產業，隨著國內政經情勢及兩岸關係之轉變，以及國人對休閒生活的重視與觀光品質需求的提升，近來政府高度重視觀光產業對國家經濟發展的重要性，馬總統更在「當前總體經濟情勢及因應對策會議」中將觀光旅遊列為政府重點推動之 6 大新興

產業。

97 年在全球不景氣及金融海嘯影響下，亞洲鄰近國家如新加坡、大陸等國觀光人數均呈現衰退，惟獨台灣近年透過創意行銷，在各界全力衝刺下逆勢成長，全年來台國際旅客達 384.5 萬人次，成長 3.47%，觀光外匯收入 1,822 億元，顯示台灣對外的觀光形象已逐漸塑立，國際行銷宣傳策略亦已展現一定之成果。隨著國際觀光市場競逐愈益加劇，台灣陸續發展更多元、具創意之行銷策略與作為，推出「觀光客購物退稅」制度、台灣觀光品牌新形象 (Taiwan, touch your heart)、運用代言人及網路行銷等多元創意行銷手法開拓國際客源；政府循序開放陸客來台觀光，更開啟兩岸觀光新頁。未來國際觀光將藉由國際級的觀光設施與服務、台灣獨具特色的產物與感動，讓台灣成為無處不可觀光的旅遊勝地。

3、國民旅遊帶動地方經濟發展，發展觀光已成地方共識

國民旅遊已成為國人生活的一部分，在政府積極改善觀光遊憩區軟硬體服務設施、鼓勵觀光產業升級、發展多樣化國民旅遊活動、舉辦大型觀光活動，如台灣燈會、溫泉美食嘉年華等，以人潮帶動地方經濟的活絡，97 年國民旅遊人數已超過 1 億人次，國民旅遊貢獻觀光收入 2,200 億元。

由於國民旅遊帶動的商機，讓地方政府對發展觀光的建設不遺餘力，然而要發展主題式「深度旅遊」及追求自我創造與生命感動的「體驗旅遊」，相關大眾運輸、公共場所、餐廳等都要營造出友善的旅遊環境，軟體服務品質、自然環境保育等都有待提升，地方政府及民間業者的配合度成為重要關鍵。

4、台灣自然、人文資源多樣而豐富，社經發展引領華人社會，為發展觀光之優勢

- (1) 地質優勢：台灣位於歐亞大陸東南，北回歸線上的海島，受海洋氣候影響，溫暖潮濕，終年長青，有「福爾摩沙」美譽。因歐亞大陸板塊與菲律賓海洋板塊擠壓碰撞，形成高山島嶼，3000 公尺以上高山有 264 座，其中玉山海拔高 3952 公尺為東北亞最高峰。全島地形富變化，有高山、丘陵、台地、平原、縱谷、岩岸及沙岸，還有火山地形及溫泉資源，為地質學的寶庫。

- (2) 生態優勢：台灣陸地佔全球陸地面積不到千分之三，卻擁有 15 萬種生物資源，是世界上物種密度最高的地區之一；其中蝶類密度高居世界第一，植物密度為世界第 2；500 多種的鳥類，曾文溪口為現今全世界最大的黑面琵鷺棲息處。600 多種的蕨類是北美洲與南美洲的蕨類種類的加總，蕨類研究是台灣值得推銷的一個賣點。
- (3) 景觀優勢：台灣有 7 處國家公園、13 處國家風景區、22 處森林遊樂區、還有百餘處風景區，國際來台旅客可體驗由海洋到高山地理景觀，熱帶、亞熱帶、溫帶、寒帶等不同氣候帶之變化及動植物景觀，為世界最精緻且多樣化的旅遊勝地。
- (4) 文化優勢：在國際間我國故宮博物院與法國羅浮宮、紐約大都會博物館齊名，為國際來台旅客最熱門的旅遊參訪據點。台灣有 14 族原住民，為南島文化發祥地之一，是民族人類學研究的重鎮。此外歷經西班牙、荷蘭及日本異族統治，及明鄭、大清、國民政府治理，留有許多歷史古蹟及紀念性建築物可印證台灣發展歷程。
- (5) 人文優勢：台灣融合了閩南、客家、原住民及大陸各省不同的族群，呈現在宗教信仰、文物、建築、語言、生活習慣及飲食上，造就了台灣多元的人文色彩。在台灣世界美食齊聚，中華料理、台灣小吃、水果、素食聞名國際；宗教信仰自由，佛教、道教、天主教、基督教、回教各有發展空間，尤以佛教徒普至各地救災的入世作為，最為世人肯定，致法鼓山、中台禪寺、佛光山、慈濟精舍成為宗教旅遊重地；全年分布各地均有熱鬧的民俗節慶活動舉辦，如元宵燈會、媽祖文化節、原住民豐年祭等，是台灣獨有的人文特色。
- (6) 社經優勢：台灣社會的自由民主與多元是全球華人社會所欽羨，優質的公民素養與濃郁的人情味，是台灣足以吸引國際旅客來台體驗的一環；近年成為觀光資源的 24 小時書店及購物環境，即是社會長期穩定發展下的產物。

(三) 問題評析—台灣觀光市場現況分析

1、來台旅遊人次

97年來台旅遊人次達384.5萬人次，較96年成長3.47%，日本(1,086,691人次)為最大客源市場，其次為港澳(618,667人次)、美國(387,197人次)、中國大陸(329,204人次)、韓國(252,266人次)、新加坡(205,449人次)、歐洲(200,914人次)、馬來西亞(155,783人次)及紐澳(67,310人次)。其中，「觀光」目的別旅客達177萬5,229人次(佔來台旅客46.17%)，其規模及所佔比例均為歷年新高。12月單月「觀光」目的別比例55.03%，更創下歷年單月最高紀錄。顯見各項觀光施政作為已見成效。隨著全球經濟逐漸復甦，兩岸旅遊逐步鬆綁簡化及常態化，並持續深耕主要客源市場(如：日韓、港星馬及歐美)及開拓新興市場(如：大陸、穆斯林及東南亞印度、印尼、泰國、越南、菲律賓等5國新富階級市場)之努力下，預估至101年來台旅遊人次達550萬人前景可期(詳表1)。

表1 各客源市場來台旅遊人次現況及預估表(單位：人次)

國家/地區	97年 (現況值)	98年 (預估值)	99年 (預估值)	100年 (預估值)	101年 (預估值)
日本	1,086,691	1,090,000	1,100,000	1,200,000	1,260,000
韓國	252,266	220,000	240,000	270,000	290,000
中國大陸	329,204	700,000	1,000,000	1,200,000	1,500,000
港星馬	979,899	980,000	1,020,000	1,100,000	1,180,000
歐美紐澳	656,666	610,000	640,000	690,000	720,000
其他	540,461	500,000	500,000	540,000	550,000
總計	3,845,187	4,100,000	4,500,000	5,000,000	5,500,000

2、觀光整體收入

台灣觀光整體收入穩定成長，主要係仰賴國際觀光所帶來的觀光外匯。從下表得知，觀光外匯收入從93年1,585億元成長至97年1,822億元，呈現逐年穩定成長的趨勢；而國人國內旅遊從91年迄今多維持在2,000億元上下，顯見國內觀光已進入成熟期，成長較為有限(詳表2)。因此，「發展國際觀光，賺取外匯」是未來提升台灣整體觀光收入的重要因素。

表 2 91 至 97 年台灣整體觀光收入現況表（單位：新台幣億元）

年別	觀光外匯收入 (新台幣億元)	國人國內旅遊 (新台幣億元)	整體觀光收入 (新台幣億元)
97	1,871	1,842	3,713
96	1,712	2,193	3,905
95	1,651	2,243	3,894
94	1,585	1,926	3,511
93	1,340	2,478	3,818
92	1,015	2,181	3,196
91	1,585	2,368	3,953

備註：92 年因 SARS 影響，導致整體觀光收入降低。

3、觀光創匯能力

依據世界經濟論壇（WEF）於 98 年公布之最新報告顯示，96 年台灣觀光外匯收入達 51 億美金，佔 GDP 比例為 1.34%，優於美、加、德、日、韓、中（詳表 3），觀光創匯能力潛力無窮，未來大力推展國際觀光，將帶動來台旅遊人次及觀光整體收入的成長，預估至民國 101 年，觀光外匯收入可望達到 90 億美金，其佔 GDP 比重將可超過 2%。

表 3 先進觀光國家及亞洲鄰國 2007 年觀光外匯收入佔 GDP 比例表

	國家	觀光外匯收入 (美金百萬)	GDP (美金十億)	觀光外匯收入 佔 GDP 比例
WEF 2009 年 公布 觀光 競爭力 前 10 名	瑞士	12,182	427	2.85%
	奧地利	18,887	371	5.09%
	德國	36,029	3,321	1.08%
	法國	54,228	2,594	2.09%
	加拿大	15,486	1,436	1.08%
	西班牙	57,795	1,440	4.01%
	瑞典	12,002	455	2.64%
	美國	96,712	13,808	0.70%
	澳洲	22,298	909	2.45%
	新加坡	8,664	161	5.37%

	國家	觀光外匯收入 (美金百萬)	GDP (美金十億)	觀光外匯收入 佔 GDP 比例
亞洲 鄰國	日本	9,334	4,382	0.21%
	韓國	5,797	970	0.60%
	中國	37,233	3,280	1.14%
	泰國	15,573	245	6.35%
	香港	13,776	207	6.65%
	馬來西亞	14,047	187	7.52%
	台灣	5,137	383	1.34%

資料來源：WEF (World Economic Forum)，2009

貳、計畫目標

(一) 目標說明

1、台灣觀光發展新願景

掌握「兩岸大三通」的新契機，透過兩岸航線增班及延遠權之拓展，發揮台灣樞紐地緣優勢以及特殊自然、人文與社經資源，使台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。

2、台灣觀光產業發展目標

台灣觀光整體收入穩定成長，主要係仰賴國際觀光所帶來可觀的觀光外匯收入。在開放兩岸大三通及政府各項積極推展觀光的作為下，來台旅客人次及觀光整體收入預期將可持續穩定的成長，台灣經濟發展之榮景可期。因此，本方案設定發展目標為至民國 101 年，觀光外匯收入可望達到 90 億美金（約新台幣 3,000 億元），觀光外匯收入佔 GDP 比重超過 2%。

(二) 達成目標之限制

1、經費來源不易掌握

本計畫經費來源近 7 成擬由國庫（公務預算基本需求或公共建設計畫經費）增撥觀光發展基金，另外 3 成擬由觀光發展基金自有經費挹注，惟近年來政府財政困難，若往後年度經費無法編

足，將會影響既定計畫之推動及目標之達成。

2、公私部門需積極整合合作

本計畫項下部分子計畫鼓勵地方政府從國內(外)觀光客的需求角度，進行觀光環境總體檢，並能整合公私（政府、業者、民間）部門共同參與合作，惟涉及單位組織眾多，對觀光發展意見不一，可能影響計畫發展步調，地方政府需加強與各界之溝通協調。

3、民間投資意願不易掌握

本計畫項下部分子計畫優先鼓勵引進企業化觀念有效經營運用據點資源特色，惟部份據點可能因淡、旺季明顯或週邊客源量尚未達經濟規模，而影響民間投資意願。

(三) 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				
		97年	98年	99年	100年	101年	
1	來台旅客人次 (萬人次)	384.5	410	450	500	550	
2	觀光整體收入 (新台幣億元)	3,713	4,400	4,700	5,100	5,500	
	(1)觀光外匯收入	1,871	2,200	2,400	2,700	3,000	
	(2)國人國內旅遊收入	1,842	2,200	2,300	2,400	2,500	
3	觀光產業就業人數 (萬人次)	10	10.7	11.5	12.2	13	

備註：

1. 來台旅客人數(萬人次)：依據交通部觀光局統計資料。
2. 整體觀光收入(新台幣億元)：依據交通部觀光局「來台旅客消費及動向調查報告」及「國人旅遊狀況調查報告」統計推估。
3. 觀光產業就業人數(萬人次)：依據交通部觀光局「台灣地區觀光衛星帳編製結果」統計推估。其中觀光產業就業人口指觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業(含導遊、領隊)從業人員。

參、現行相關政策及方案之檢討

(一) 台灣觀光施政 5 大主軸 (96 年)

96 年觀光施政以「建構質量並進的觀光榮景」為願景，透過「點」、「線」、「面」的套裝旅遊路線來建構「美麗台灣」；包裝具競爭力的觀光產品，如登山、農場、民俗節慶、溫泉、美食、自行車等活動，呈現「特色台灣」；建置全方位旅遊服務網絡來營造「友善台灣」；利用輔導產業、訓練與評鑑的方式來確保「品質台灣」；多元開放、全球佈局的策略來「行銷台灣」。

(二) 2008-2009 旅行台灣年工作計畫 (97-98 年)

為順應北京奧運及配合高雄世運、台北聽障奧運的舉辦，行政院 96 年 12 月 24 日院臺交字第 0960094646 號函核定「2008-2009 年旅行台灣年」工作計畫，以持續整合各方資源，營造友善環境，提供獎勵誘因，加強宣傳推廣，打造台灣成為亞洲主要旅遊目的地，達到來台旅客成長 7%，吸引外匯收入之目標。共有國內宣傳計畫、節慶賽會計畫、產品開發計畫、國際宣傳推廣計畫、建置旅遊服務網計畫等 5 項計畫，97 年推動成果及 98 年推動重點如下：

- 1、「國內宣導計畫」：透過媒體廣告、活動宣傳及旅行台灣年氣氛之營造，鼓勵國人主動邀請、熱情待客，並將台灣的美麗與感動與客人分享，做個「好主人」。97 年已於重要交通場站、觀光據點完成氣氛佈置，亦製作宣傳影帶於各大電視台及電影院播放，並辦理「旅行台灣·說自己的故事」、「台灣美食行銷高峰會」等，號召各界參與。98 年度將持續針對外商企業公司提供「Tour Taiwan Kit 旅行台灣歡迎錦囊」、針對觀光旅遊業界及學界辦理「台灣觀光論壇『旅行台灣年觀光旅遊業再生與成長—觀光大師開講系列』」、針對一般民眾消費者舉辦「全民來當大玩家」活動、針對購物店、餐飲業、觀光旅館業者辦理「Taiwan Host 展現台灣好主人風範計畫」訓練課程。
- 2、「節慶賽會計畫」：持續篩選具台灣特色及國際觀光魅力之節慶賽會，編印中、英、日文版觀光行事曆，並透過旅行社與媒體通路，加強國際宣傳及促銷。
- 3、「產品開發計畫」：除針對首次來台必看、必吃、必玩元素包裝為經典行程，亦針對重遊者及主題旅遊者規劃深度之旅，包括登山、婚紗攝影、銀髮族懷舊、醫療保健、運動之旅等創新產品及

鐵道、溫泉美食、生態、農業及文化之旅等一般產品。為形塑台灣為蜜月婚紗島，首度辦理「久久合歡」活動，邀請海外 99 對佳偶來證言，塑造合歡山等 5 地區浪漫形象；另為推廣台灣保健旅遊市場，亦舉辦「千人足健體驗」活動，不僅創造金氏世界紀錄，更創造媒體行銷附加價值 3,000 萬，集客效益 4,000 萬元，在國際間創造話題及視聽。

4、「國際宣傳推廣計畫」：透過釐析台灣觀光元素，建立台灣觀光品牌形象，整合全球行銷步調。針對國際觀光客，贈送四季好禮、過境半日遊、過境旅客美金 79 元起優惠住房專案及百萬獎金放送；針對國外旅行社，則以包機及郵輪補助，提供更優渥獎金或廣告經費補助，加強其包裝台灣旅遊產品；針對國內旅行社，則獎勵規劃質量均佳之遊程。此外，更積極開拓全球市場行銷宣傳通路，包括 Discovery、National Geographic 等國際知名頻道、Forbes、Monocle 等知名專書，及 Google、YAHOO 等大型入口網站合作，提升台灣旅遊形象；加強異業結盟，如與捷安特合作，在歐洲 2000 家據點推薦台灣是自行車漫活好所在及運用台灣偶像劇、流行音樂之優勢，建構綿密之國際宣傳網絡。在各項積極開發通路之作為下，海外販售台灣遊程旅行社共 443 家，較 96 年新增 104 家，成長 30.68%。98 年持續以登山、婚紗、保健、追星及運動旅遊產品，以再創新行銷方式創造更高宣傳效益，包括跨年外牆點燈廣告（1 月）、飛輪海國際歌友會（2 月）、經穴按摩推廣活動（4 月）、愛戀台灣 101 景觀台求婚（5 月）、旅遊達人遊台灣（6 月）、飛輪海一日導遊（8 月）、來去台灣吃辦桌活動（8 月）、自行車環台活動（9 月），另推出入境好禮包、遊台灣加 1 元住五星級飯店等活動，以創意廣告展新意。同時，依各目標市場需求與特性，持續深耕日、韓、港星馬等既有市場，並加速開拓大陸、穆斯林、泰國、菲律賓、印度、印尼及越南等新興市場。

5、「建置旅遊服務網計畫」：97 年台灣觀光資訊網全新改版上線，以中（正、簡）、英、日、韓、德及法文版服務國際旅客，並與中華電信合作設置中、英、日、韓語服務之 24 小時免付費觀光諮詢熱線 0800-011-765，累計已服務將近 10 萬人次，外語服務超過 2 萬 6,000 人次；此外，增設 37 處旅遊（客）服務中心，建置 266 處旅遊資訊站及 77 面觀光導覽地圖牌座，獎勵觀光業設

置日、韓文旅遊服務，以「九份商圈」為示範景點，提供友善便利的旅遊資訊指引；此外，持續輔導 13 家旅行社業者經營 33 條遍及全台各大風景區之台灣觀光巴士旅遊路線，服務國內外旅客近 10 萬人次（國際旅客搭乘比例達 44%），創造 1 億餘元產值。98 年將持續推動上述工作，以營造友善便利的旅遊環境。

（三）重要觀光景點建設中程計畫（97-100 年）

為整體改善景點設施品質及接待服務機能，完善旅遊配套措施，爰研擬推動「重要觀光景點建設中程計畫(97-100 年)」，針對旅客遊憩需求，擇定重點投資包括大東北遊憩區帶、日月潭九族纜車及環潭遊憩區、阿里山公路遊憩服務設施、民間參與大鵬灣國家風景區建設 BOT 案及建構花東優質景觀廊道等 5 大焦點建設，並採用「景點分級」的觀念，分級整建具代表性之 36 處國際景點及 44 處國內景點，以逐步提升景點服務能量，吸引旅客參訪並提高其滿意度，進而促進觀光產業轉型與升級。

97 年已完成舊草嶺隧道設施、向山行政中心、小野柳露營區整建、小門及通梁遊憩區設施整建工程、大鵬灣環灣道路工程、鹿野高台周邊景觀設施、北竿坂里遊客服務區整修、南庄旅遊入口資訊站及週邊環境改造、觸口地區遊憩設施、新威大橋新建工程、北觀處行政空間及展示設施、關子嶺水火同源周邊服務設施及景觀改善、七星潭風景區遊客中心、億載金城週遭景觀改善、知本大街建築立面及公共空間改善等 15 處國際景點，谷關溫泉區街景人行步道改善、鄒族地區吊橋等遊憩服務設施改善、寶來地區休憩空間改善、三芝淺水灣及週邊環境景觀、北門遊客服務中心整建等 5 處國內重要景點建設。

98 年將持續推動各項國際、國內及地方景點建設，可預見將能逐步提高景點服務水準，營造具國際水準的旅遊環境。

（四）落實全面開放大陸人士來台配套工作（97 年起）

為落實 馬總統宣示自 97 年 7 月起開放大陸觀光客來台，行政院 97 年 5 月 22 日第 3093 次院會通過「兩岸週末包機及大陸觀光客來台方案」，妥善準備大陸觀光團來台相關事宜，包括旅遊行程規劃及踩線團及首發團接待、協調風景區管理機關加強環境整備、重點旅遊地區聯合稽查、落實購物品質保障制度及稽查、加

強從業人員訓練、編製旅遊須知及遊客意見反應表、設置旅遊糾紛、購物糾紛或通報專線等配套工作，以確保接待品質及市場秩序。自6月13日兩岸兩會簽署「海峽兩岸關於大陸居民赴台灣旅遊協議」，7月4日大陸觀光客首發團（26團644人）配合兩岸週末包機啟動抵台，7月18日大陸居民來台旅遊正式實施。行政院亦於9月4日通過「『小三通』正常化推動方案」，9月30日起經許可來台之大陸觀光客得經由「小三通」途徑中轉往返兩岸，兩岸往來管道更加暢通。

為縮短磨合期，已積極協調相關機關鬆綁法規，簡化陸客來台觀光申請手續、放寬資格認定標準、放寬團體自由活動比例至總天數之3分之1、調降最低組團人數為5人、延長在台停留期間至15日；並透過兩岸磋商機制及溝通平台，促使大陸方面增加開放赴台旅遊省市（由13省市開放為33省市）、增加組團社家數（由25家增為146家）、改善組團社領隊證張數不足等課題，以順暢大陸旅遊市場之推展，維持品質並確保旅遊安全。

在兩岸雙方堅持旅遊品質共識，陸客來台人數一年間成長了131.88%，計670,412人次，其中來台觀光團體為373,697人次，平均每人每日消費金額295美元（約新台幣9,735元），平均停留天數8天7夜，已帶來超過新台幣252億元之外匯收益。另根據98年第1季「大陸旅客意見反映」主要調查結果，85%大陸旅客對來台旅遊整體經驗表示滿意。

未來將持續視大陸市場為一新興市場積極開拓，以「循序漸進」、「質量並重」、「從誠信出發、以優質為本」等原則，透過「台旅會」與大陸「海旅會」溝通平台，相互通報組、接團社品質異常訊息，維持市場商序，亦針對大陸觀光團必遊景點如阿里山、日月潭、太魯閣、故宮等處擁塞情形，設計新的管理資訊系統，提供管理單位評估旅客總量以及早採取因應措施；更將透過推廣，讓旅行團路線趨向多元、主題式、深度化，以分散景點之擁擠，改變陸客來台旅遊型態，達到旅客分流、提高品質之目的。可預期在兩岸三通及直航包機班數增加之下，將有利於拓展獎勵旅遊、郵輪等高價旅遊市場。

肆、執行策略及執行計畫

(一) 執行策略

發展國際觀光，將有助於增加來台旅遊人次、增進觀光外匯收入及整體觀光收入，並提升觀光外匯收入佔 GDP 的比例。因此，本方案將以「發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入」為重點。為落實發展國際觀光，將採取下列整體發展策略：

1、深化老市場老產品，開發新市場新產品：

為開拓國際市場，必須了解目前給國際旅客看什麼？如何吸引國際旅客？重遊客？因此，將重新檢視資源面與市場面課題，以及各區域旅遊資源特色；為增加旅客人數(come more)、延長停留天數(stay longer)、提高每人每日消費(spend more)，將積極檢討深化老市場老產品，以吸引重遊客，並開發新市場、新產品，以吸引新客源（觀光市場及產品分析詳表 4）。

表 4 觀光市場及產品分析

		老產品	新產品
老市場	日	登山、追星哈台旅遊、鐵道旅遊、溫泉美食、高爾夫、修學旅行	懷舊之旅、生活美學(音樂、生活、民俗、茶藝)、MICE、精緻美食
	韓	登山、追星哈台、高爾夫	生活美學、MICE
	港星馬	沙龍攝影與蜜月旅行、休閒農業、夜市小吃	生活美學、MICE、精緻美食
	歐美	文化旅遊、宗教之旅、生態旅遊、登山健行	中文學習、慢遊、禪修、MICE、生活美學
新市場	大陸	環島旅遊	分區深度旅遊、MICE、精緻美食(國際大師協助中餐現代化、精緻食材研究、伴手禮包裝)、醫療保健、休閒度假產業深度化(自行車、慢遊、禪修、溫泉、文化)
	穆斯林	休閒農業	文化旅遊、改善穆斯林接待環境、主題遊樂園、市區觀光購物
	東南亞 5 國新富階級		精緻美食、購物、主題遊樂園、休閒度假產業深度化、醫療保健、高爾夫旅遊

老市場老產品深化

新市場新產品開發

2、立竿見影的旅遊產品包裝：

找出各個觀光市場可發展的旅遊產品後，將運用由上到下（top-down）之執行機制，依分區觀光發展重點，發展出區域觀光特色，篩選出可立竿見影的旅遊產品，再加以整合包裝，以吸引目標客源市場來台旅遊，進而帶動觀光外匯收入大幅提升（各區域發展主軸及發展重點詳表 5）。

表 5 各區域發展主軸及發展重點

區域	發展主軸	發展重點
北部地區	生活及文化的台灣	華人文化藝術重鎮（含時尚設計、流行音樂）、時尚都會、自行車休閒、客家及兩蔣文化
中部地區	產業及時尚的台灣	茶園、咖啡、花卉、休閒農業、林業歷史、森林鐵道、自行車休閒、文化創意
南部地區	歷史及海洋的台灣	開台歷史、舊城古蹟、宗教信仰、傳統歌謠、原住民文化
東部地區	慢活及自然的台灣	鐵馬+鐵道旅遊、有機休閒農業、南島文化、鯨豚生態、溫泉養生
離島地區	特色島嶼的台灣	澎湖—國際度假島嶼、海洋生態旅遊 金馬—戰地風情、民俗文化、聚落景觀
不分區	多元的台灣	MICE、美食小吃、溫泉、生態旅遊、醫療保健

3、旅遊支撐系統改善：

經重新檢視市場面、資源面、產業面及人力面等旅遊支撐系統現有之發展課題，將運用由上到下（top-down）及由下到上（bottom-up）之雙軌執行機制，提出對應策略加以改善，以突顯觀光特色及吸引力、提升旅遊服務介面友善化，並促進觀光從業人員素質優質化。

(1)市場面：

台灣觀光形象不明顯、離尖峰差異大，需加強國際形象型塑，並拓展國際客源，以平衡離尖峰差異，因此，將採取「由上而下」（top-down）之執行機制。針對北部、中部、南部、東部及不分區（含離島）等 5 大區域之觀光發展主軸及特色定位，徵求地方或民間提案推出獨特性、長期定點定時、可吸引國際旅客之產品，以深化觀光內涵，吸引國際聚焦台灣，促進國際旅客來台，達到立竿見影之效。

(2)資源面：

台灣旅遊資源整合不足、觀光景點特色不明顯，且國際化及友善度不足，亟需加強旅遊資源整合，提高國際化及友善程度，並突顯觀光特色及吸引力，因此，將採取「由上而下」(top-down)及「由下而上」(bottom-up)之雙軌執行機制。一方面運用「由上而下」(top-down)的策略，由觀光局委託專業團隊，邀請國際觀光專業人士協助擬定北部、中部、南部、東部及離島等 5 大區域之觀光發展主軸，直接與地方政府合作，集中資源整備旅遊環境，塑造各區觀光景點特色；另一方面，採用「由下而上」(bottom-up)的策略，輔導地方政府自行提案，更新或打造具唯一性及獨特性之國際級觀光魅力據點，以及推動觀光景點之無縫隙旅遊資訊及接駁服務，以整合旅遊資源、營造具國際化且友善之軟硬體旅遊環境，吸引國際旅客來台。

(3)產業面：

目前觀光產業接待能量充足，截至 98 年 6 月底，旅行社共 2,142 家(包含綜合旅行社 88 家，分公司 308 家；甲種旅行社 1,916 家，分公司 333 家；乙種旅行社 138 家，分公司 10 家)、觀光旅館 94 家(共 22,020 間房)、一般旅館 2,678 家(共 105,936 間房，其中可接待國際旅客為 474 家，共 38,592 間房)、民宿 2,784 家(共 11,103 間房)、觀光遊樂業共 24 家。惟觀光產業質量宜再提升與國際接軌，且應縮減旅遊服務品質與消費者期待落差。因此，亟需協助觀光產業轉型，引進國際連鎖旅館品牌，扶植本土品牌旅館，加強與醫療保健、SPA、農業休閒、文化創意、生態、部落文化等異業結合，以加速升級及更新其服務品質，並與國際制度接軌。

(4)人力面：

截至 98 年 6 月底止，現有觀光從業人員約計 10 萬餘人(包含旅行業、導遊、領隊共 34,521 人、觀光旅館業 20,307 人、一般旅館 37,210 人、民宿 2,784 人，以及觀光遊樂業 4,423 人)，惟專業服務素質仍有待提升、國際接軌能力需再加強，而且既有行政體系之國際行銷人力不足、人員聘僱及經費運用缺乏彈性。因此，為促進台灣觀光人力與國際接軌，提高專業素質及增進國際交流，將遴選優秀觀光從業人員及國內大專院校之餐旅科系專任教師出國參訓或實習，並突破行政機關現行較缺乏彈性之組織

編制，借重法人組織延攬國際專家及行銷研發之專業人才，以培養高素質的國際觀光人才，提供具國際水準的服務。

(二) 行動方案及執行計畫

1、拔尖(發揮優勢)行動方案

■ 主軸 1：【魅力旗艦】

採用「由上而下」(top-down)及「由下而上」(bottom-up)之雙軌執行機制，推出「區域觀光旗艦計畫」，打造 5 大區域觀光特色，並推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」及「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」，以創造具國際魅力的獨特景點及無縫隙旅遊資訊及接駁服務，營造國際觀光魅力旗艦景點及高品質的旅客服務。各執行計畫內容如下：

1-1 【區域觀光旗艦計畫】

- (1) 概要：運用「由上而下」(top-down)的執行策略，由交通部觀光局委託專業團隊，邀請國際觀光專業人士協助擬定北部、中部、南部、東部、離島等 5 大區域之觀光發展主軸(如：北部地區—生活及文化的台灣、中部地區—產業及時尚的台灣、南部地區—歷史及海洋的台灣、東部地區—慢活及自然的台灣、離島地區—特色島嶼的台灣)，並針對觀光景點及旅遊環境不足之處，直接與地方政府合作加強整備，以集中資源整備旅遊環境，塑造各區觀光景點特色；並輔導交通部觀光局所轄各國家風景區管理處配合於所屬建設計畫編列預算，依循區域觀光旗艦計畫意旨辦理轄內觀光旅遊環境之建置與整備工作。
- (2) 合作對象：各直轄市、縣(市)政府、交通部觀光局所轄各國家風景區管理處。
- (3) 效益：由上而下，整合觀光旅遊資源，集中火力加強整備，以突顯各區域觀光發展主軸，提供國際旅客鮮明的旅遊環境及發展意象。
- (4) 執行方式：委託專業團隊，邀請國際觀光專業人士協助擬定。

(5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
擬定區域觀光旗艦計畫	a. 辦理區域觀光旗艦計畫委託專業服務採購作業	98/09
	b. 完成 5 項區域觀光旗艦計畫	99/09
	c. 完成擬定指導型申請補助規定	99/09
推動旅遊環境整備作業	a. 公告指導型地方政府申請補助規定及國家風景區管理處提案審查機制	99/10
	b. 第 1 期地方政府申請補助及國家風景區管理處提案審查作業	99/12
	c. 第 2 期地方政府申請補助及國家風景區管理處提案審查作業	100/05
	d. 第 3 期地方政府申請補助及國家風景區管理處提案審查作業	101/05

1-2 【競爭型國際觀光魅力據點示範計畫】

(1) 概要：運用「由下而上」(bottom-up) 的執行策略，規劃推動「十大魅力據點示範計畫」及「地方景點風華再現計畫」：

A. 十大魅力據點示範計畫：

主要係輔導地方政府打造或更新具獨特性、唯一性之觀光魅力據點，由各直轄市、縣(市)政府自行或跨縣市聯合提出 1 件可於 2 年內完成國際觀光魅力據點之整備計畫，經交通部觀光局成立「專家顧問委員會」進行評選，入選之計畫最高補助 3 億元。在執行過程中，「專家顧問委員會」將協同管考督導地方政府執行，整備完成後，將由觀光局協助國際行銷宣傳。

B. 地方景點風華再現計畫：

主要係鼓勵各直轄市、縣(市)政府針對國際觀光客及國民旅遊常去景點及路線，考量其周邊配套、執行效益及可行性等因素，選定出具規模、代表性風景區、觀光地區或旅遊帶，每年研提年度計畫，提出重要地方景點建設、轄區遊憩環境整頓、或風景區資源運用調查評析及規劃設計等工作項目，

經交通部觀光局召開審查會議審查後，補助經費辦理，以提昇景點設施服務水準及周邊整體環境品質，重現景點風華。

(2) 效益：經由競爭型提案評比及專家管考督導機制，輔導地方政府打造 10 處具國際競爭力之觀光魅力指標型據點，並提升各縣市所轄地方觀光景點遊憩服務水準，並增進國內（外）觀光客的參訪頻率及停留時間，提高台灣觀光國際競爭力。

(3) 申請對象：各直轄市、縣(市)政府。

(4) 執行方式：

A. 十大魅力據點示範計畫：

依交通部 97 年 12 月 24 日核定之「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」辦理。

B. 地方景點風華再現計畫：

依行政院 97 年 6 月 27 日核定「重要觀光景點建設中程計畫（97-100 年）」之「建構美麗台灣－風華再現計畫（整備觀光遊憩設施建設）」辦理。

(5) 推動進度：

A. 十大魅力據點示範計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
第一階段據點整備	a. 完成申請計畫評選	98/05
	b. 完成擬定計畫督導考核規定	98/08
	c. 完成入選計畫修正核定作業	98/09
	d. 辦理入選計畫督導考核事宜	98/10-100/09
	e. 完成 5 處國際觀光魅力據點	100/09
第二階段據點整備	a. 完成申請須知檢討及公告	98/11
	b. 完成申請計畫評選	99/05
	c. 完成入選計畫修正核定作業	99/09
	d. 辦理入選計畫督導考核事宜	99/10-101/09
	e. 完成 5 處國際觀光魅力據點	101/09

B. 地方景點風華再現計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
各縣市年度 補助案件審 定	a. 完成申請計畫評選	每年5月底
	b. 審查預算書圖	每年7月底
	c. 發包、施工及完工	每年12月底

1-3 **【觀光景點無縫隙旅遊服務計畫】**

(1) 概要：規劃推動「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」及「觀光資訊結合GIS技術服務應用計畫」：

A. 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫：

運用「由下而上」(bottom-up)的執行策略，規劃提升國內已臻成熟且具國際發展潛力之觀光景點(區)聯外交通接駁、景區內景點交通串接等旅遊服務品質，補助各直轄市、縣市政府規劃辦理觀光景點(區)無縫隙交通旅遊服務(含旅遊資訊服務應用)，提出整體性優惠措施，提供旅客較「自行駕車出遊」為佳的政體性旅遊交通方案，並以「短期輔導每日開行以培養客源，長期自主營運並自負盈虧」之作法，確實達到「交通服務自主永續」及「觀光景點品質提升」之目標。經邀集專家成立評選小組擇優補助，並納入計畫執行之管考及督導，確保執行品質，俾期至少完成10處觀光景點(區)無縫隙交通旅遊服務之自主營運與行銷宣傳。

B. 觀光資訊結合GIS技術服務應用計畫：

配合交通部GIS-T整體規劃，制定共通資訊格式，讓各地方政府原有各自所屬的觀光資源，得以整合至一共用平台，由縣市政府或觀光局及相關單位觀光網站，進行各種增值運用(如PDA、手機)，方便民眾快速取得觀光資訊；鼓勵透過資料庫平台，建立國際宣傳及提供國際觀光客友善服務之系統，例如：3D模擬行程、二維條碼QR code與智慧手機整合運用等。

(2) 效益：

- A. 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫：經由競爭型提案評比及專家督考機制，輔導地方政府提供至少 10 處國內知名觀光景點（區）無縫隙交通旅遊服務。
- B. 觀光資訊結合GIS技術服務應用計畫：運用整合平台提供增值服務，並有助於國際宣傳，及營造友善旅遊服務。

(3) 申請對象：

- A. 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫：各直轄市、縣(市)政府、觀光巴士業者。
- B. 觀光資訊結合GIS技術服務應用計畫：各直轄市、縣(市)政府。

(4) 執行方式：

- A. 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫：依據「交通部觀光局及所屬國家風景區補助機關(構)團體辦理觀光活動或計畫實施要點」、「交通部觀光局補助台灣觀光巴士宣傳行銷及提昇服務品質要點」
- B. 觀光資訊結合GIS技術服務應用計畫：依據「交通部觀光局補助縣市政府上傳觀光資訊及維運要點」辦理。

(5) 推動進度：

- A. 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
補助地方政府整合大眾運具交通接駁	a. 完成評審	98/08
	b. 完成 98 年度辦理狀況查核	98/11
	c. 辦理隔年度補助景點評審	每年 12 月
補助台灣觀光巴士套裝旅遊產品	a. 補助要點修正	98/08
	b. 接受補助申請與核定	98/10
	c. 辦理補助款核銷	98/12

- B. 觀光資訊結合GIS技術服務應用計畫：

工作項目	推動重點	預定完成期限
制定資料標準及補助規定	a. 制定共通資料交換標準	98/12
	b. 訂定補助要點	98/12
	c. 受理縣市政府申請	99/06

■ 主軸 2：【國際光點】

為深化台灣觀光內涵，擬推動「國際光點計畫」，找出具國際級、獨特性、長期定點定時、每日展演可吸引國際旅客之產品，供旅行社包裝或由交通部觀光局辦理國際宣傳推廣；另依區域特色，舉辦或邀請國際知名賽會、活動外，更將與 2010 年台北花卉博覽會、2011 世界設計大會、建國 100 年等大型活動結合，行銷台灣，以收立竿見影之效。

1-4【國際光點計畫】

(1) 概要：

- A、從北部、中部、南部、東部、不分區(含離島)各評選出 1 個最具國際級、獨特性、長期定點定時、每日展演可吸引國際旅客之產品，型塑為國際聚焦亮點，期能每半年至少吸引 1,000 名國際旅客，並供國內外旅行社包裝成深度旅遊產品或供觀光局辦理國際宣傳推廣。
- B、依區域特色，舉辦或邀請國際知名賽會、活動，與 2010 年台北花卉博覽會、2011 世界設計大會、建國 100 年等大型活動結合，包裝為立竿見影之旅遊產品，加強行銷台灣。

(2) 效益：強化台灣觀光產品內涵與聚焦度，提高台灣觀光國際競爭力及旅客重遊率。

(3) 執行方式：由行政院觀光發展推動委員會負責跨部會協調，組跨機關之專案小組推動。

(4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
成立專案小組受理申請	a. 成立專案小組	98/07
	b. 訂定補助要點	98/08
	c. 公告受理申請	98/09
	d. 完成評選	98/11

2、築底(培養競爭力)行動方案

■ 主軸 1：【產業再造】

為協助觀光產業轉型，改善並提升軟硬體服務設施臻於國際水準，規劃推動「振興景氣再創觀光產業商機計畫」、「觀光遊樂業經營升級計畫」、「輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫」、「獎勵觀光產業取得專業認證計畫」及「海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫」，以營造有利的經營環境，促進觀光產業加速升級與國際接軌。

2-1 【振興景氣再創觀光產業商機計畫】

(1) 概要：為鼓勵觀光產業改善軟硬體設施，以利息補貼方式提供觀光產業設備升級貸款，或旅行業紓困貸款，使業者能重獲商機。共分為「獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施」及「協助旅行業復甦措施」：

A. 獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施：配合行政院推動「因應景氣振興經濟方案」，修訂「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」，擴增貸款總額度至 300 億元、貸款範圍增列營運週轉金、貸款期限延長為 15 年、營運週轉金最長 5 年之新制，提供觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業及旅行業，因更新設備、整（修、擴、重）建營業場所及資本性修繕等與提升旅遊及住宿品質有關之項目而向銀行貸款，提供貸款利息補貼，補貼利率為年利率 1.5%（其餘由業者負擔），補貼期間最長 5 年，以協助觀光產業改善軟硬體設施，全面提升服務品質。

B. 協助旅行業復甦措施：為協助遭遇短期營運困難之旅行業

者，向銀行申請 200 至 500 萬元不等之短期週轉金貸款，由本基金提供該短期週轉金貸款之利息補貼，補貼利率最高為年利率 4%，補貼期間最長 2 年，以減輕其財務負擔，使業者度過經營危機。

- (2) 效益：促進觀光產業加速經營設備升級，提供臻於國際水準的服務品質，並協助遭遇營運困難之觀光產業業者重生，導回正軌，再造營運商機。
- (3) 申請對象：各觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業者（依各要點所規定之申請貸款對象）。
- (4) 執行期程：
- A. 獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施，受理申請自 98 至 100 年。
- B. 協助旅行業復甦措施，受理申請自 98 至 99 年 10 月 31 日止。
- (5) 補助要點：依據「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」、「旅行業紓困貸款利息補貼實施要點」辦理。
- (6) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼措施	a. 完成修訂「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」	97/11
	b. 受理觀光產業申請利息補貼	即日起至 100/12/31
協助旅行業復甦措施	a. 發布修正「旅行業紓困貸款利息補貼實施要點」	98/01
	b. 受理旅行業紓困貸款利息補貼申請	98/01 起至 99/10/31

2-2 【觀光遊樂業經營升級計畫】

- (1) 概要：為輔導觀光遊樂業經營能力升級、塑造優質之投資環境及提升服務品質，將依據交通部觀光局每年度辦理觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查督導考核競賽評比等級結果發給獎金；另補助其辦理經營升級及提升服務品質相關事項。
- (2) 效益：提高觀光遊樂業擴大投資之意願及經營能力，以增進遊樂品質及遊客滿意度，進而提升營業額及稅收。
- (3) 申請對象：經年度督導考核競賽評列特優等、優等及取得觀光遊樂業執照之業者。
- (4) 補助要點：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」及增訂「交通部觀光局補助觀光遊樂業經營升級實施要點」辦理。
- (5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
發給督導競賽績優者獎金	a. 完成要點法制作業	98/07
	b. 召開考核小組會議	98/07
	c. 辦理督導作業	每年 7-9 月
	d. 核撥獎金	每年 12 月
補助辦理提升服務品質事項	a. 補助要點法制作業	98/08
	b. 審查業者補助案	每年 08-11 月
	c. 核撥補助款	每年 12 月

2-3 【輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫】

- (1) 概要：為鼓勵國內旅館業者參與星級旅館評鑑，同時協助其提升競爭力，將補助星級旅館加入優良之國際或本土品牌連鎖旅館。針對有意願加入者，補助所需之入會費、管理費、加盟金、品牌授權使用費、國際訂房系統費、國際行銷費或技術指導費，以提升旅館服務素質及國際競爭力。
- (2) 效益：輔導旅館業改善經營體質，並與國際接軌，預估至 101 年可引進至少 10 家國際知名連鎖飯店品牌進駐台灣。
- (3) 申請對象：經交通部觀光局評定為星級旅館之觀光旅館業及旅館業。
- (4) 補助要點：增訂「交通部觀光局獎勵星級旅館加入國際或本

土品牌連鎖旅館補助要點」辦理。

(5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
訂定補助要點及公告受理申請	a. 擬訂補助要點	98/08
	b. 發布實施	98/09
	c. 公告受理申請	99/01 起至 101/12

2-4【獎勵觀光產業取得專業認證計畫】

(1) 概要：為激勵業者提升服務品質，同時配合政府推動品質管理、消防安全、餐飲衛生、環保節能等政策，將獎勵觀光產業取得各項國、內外證照（如：ISO、HACCP、旅館業環保標章、綠建築標章、溫泉標章、五常法 5S 或相關認證）所支出之費用。

(2) 效益：提升觀光產業服務品質，保障消費者權益。

(3) 申請對象：觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業。

(4) 補助要點：增訂「交通部觀光局獎勵觀光產業取得專業認證補助要點」辦理。

(5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
訂定補助要點及公告受理申請	a. 擬訂補助要點	98/08
	b. 發布實施	98/09
	c. 公告受理申請	99/10 起至 101/12

2-5【海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫】

(1) 概要：為開發台灣旅遊新產品及拓展海外販售台灣創新旅遊商品市場，透過本計畫鼓勵海外旅行社積極開發新台灣旅遊產品，並給獎勵金。

(2) 效益：提高主要客源市場來台旅客人次、合作開發新產品吸引潛在新客源、開發新興市場、開拓海外販售台灣旅遊產品通路，達成來台旅客人次目標。

(3) 申請對象：合法設立登記之海外旅行社。

- (4) 補助要點：增訂「海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵要點」辦理。
- (5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
訂定補助要點及公告受理申請	a. 擬訂補助要點	98/08
	b. 發布實施	98/09
	c. 公告受理申請	99/10 起至 101/12

■ 主軸 2：【菁英養成】

為培訓優秀觀光人才，除持續協調教育部鼓勵觀光相關科系及特殊語文科系在學學生，積極參與觀光產業實習、國際觀光活動推廣及接待等工作外，並持續加強觀光從業人員職前培訓與在職職能精進訓練，而為導入國際觀光產業經營管理職能，爰規劃推動「觀光從業菁英養成計畫」，薦送優秀觀光從業人員及國內大專院校觀光相關科系現任專任教師赴國外受訓，增進國際觀光人才專業素質與國際視野，並邀請重量級專家學者參與國際專題研習營或論壇座談，以及補助開辦觀光產業高階領導課程，以提升觀光產業國際競爭力，並強化台灣觀光品質形象。

2-6 【觀光從業菁英養成計畫】

- (1) 概要：為加強觀光從業人員專業素質及國際交流能力，導入國外著名觀光產業經營管理概念及成功案例，每年甄選優秀觀光從業人員及觀光相關科系現任專任教師（合計 100 名），赴國外知名學校、飯店或訓練機構（如瑞士旅館管理大學、新加坡塞思酒店與休閒管理學院、澳洲國際旅館管理大學、藍帶學院、迪士尼管理學院、愛寶樂園訓練中心、日本九州產業大學或相關訓練學校或機構），參加為期 10-40 天的海外訓練；並推動國內訓練，邀請重量級專家學者參與國際專題研習營或論壇座談，以及補助開辦觀光產業高階領導課程，以汲取國外經營管理概念及成功案例，並提升觀光產業整體競爭力。

- (2) 效益：促進觀光從業人員國際交流，增進國際視野，提高競爭力。
- (3) 申請對象：
- A. 國外受訓：旅館業、觀光旅館業、觀光遊樂業或旅行業之現職從業人員、國內大專院校觀光相關科系專任教師、以及經觀光局認可之相關從業人員。
- B. 國內訓練：國內觀光相關系所或相關協會。
- (4) 補助要點：增訂「交通部觀光局甄選觀光菁英出國計畫補助要點」。
- (5) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
國外訓練	a. 擬訂補助要點	98/08
	b. 委託專業團隊辦理	98/10
	c. 選派國外訓練	98/11 起
國內訓練	a. 委託專業團隊辦理	98/10
	b. 辦理課程或研習營	98/11 起

3、提升(附加價值)行動方案

■ 主軸 1：【市場開拓】

為運用兩岸大三通之契機及未來國際航線延遠權之利基，讓台灣成為東亞觀光交流轉運中心，將積極拓展國際觀光市場，並思考突破行政機關較缺乏彈性之組織編制，將配合行政院組織再造期程，推動「成立『台灣國際觀光發展中心』計畫」，以延聘及培養優秀行銷、研發等國際觀光專業人才，積極拓展國際市場。

3-1【國際市場開拓計畫】

- (1) 概要：針對主要客源市場及潛在新興市場特性，規劃具國際性、競爭性宣傳推廣及促銷活動，與國際知名媒體合作、參與國際重要大型旅展及會議展、辦理推廣活動，並與國內外旅行業者合作開發新行程及優質旅遊產品。
- (2) 效益：提高台灣國際能見度及知名度，提升旅遊品質，吸引國際旅客來台觀光。

(3) 期程：配合行政院組織改造，成立台灣國際觀光發展中心之期程，本計畫預估民國 98-99 年由觀光局執行，至民國 100 年若台灣國際觀光發展中心成立，觀光局專責國際觀光政策規劃等相關事宜，國際市場開拓執行工作則移由該中心執行。

(4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
國際市場開拓工作	a. 擬訂次年度推動計畫	每年 7 月底前
	b. 辦理各項工作	每年 8 月起 依計畫執行

3-2【成立「台灣國際觀光發展中心」計畫】

(1) 概要：考量現階段觀光推展受限行政機關較缺乏彈性之組織編制，觀光行銷人力不足且聘雇及經費支用缺乏彈性，為利觀光事務之推動，將設立「台灣國際觀光發展中心」，辦理國際觀光行銷推廣及研發、訓練，以突破目前在國外設立觀光據點的限制。其任務包括：

- A. 台灣觀光之國際行銷推廣，發揮台灣競爭力，強化台灣觀光形象。
- B. 創新產品研究發展、研擬產業發展策略。
- C. 結合國際與國內大師及專家，培植台灣人才，發展台灣觀光產業，培訓包括會展、餐飲、旅遊服務、產品開發、行銷推廣之專才。
- D. 吸引國際資金投資台灣觀光產業。

(2) 效益：延攬國際專家，提高國際行銷推廣及產品研發之能力，帶動台灣觀光產業質量提升。

(3) 期程：配合行政院組織再造期程，成立「台灣國際觀光發展中心」。

(4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
成立台灣國際觀光發展中心	a. 規劃該中心成員及架構內容	98/12
	b. 配合行政院組織再造期程，籌備該中心成立作業	99/01-12
	c. 正式成立該中心	100

■ 主軸 2：【品質提升】

為營造友善旅遊環境，確保旅遊品質與安全，將在交通部觀光局既有預算內，持續以「顧客導向」思維，加強規範業者提供質優服務，除推動「旅行業交易安全查核制度」、「旅行購物保障制度」等措施，保障旅客消費權益外，亦將推動「星級旅館評鑑計畫」及「民宿認證計畫」，以提供高品質且具保障的旅遊服務。

3-3【星級旅館評鑑計畫】

- (1) 概要：辦理星級旅館評鑑，為鼓勵旅館業者參加評鑑，首次星級旅館評鑑將不收取評鑑費用，評鑑方式分兩階段，第一階段評鑑「建築設備」，第二階段評鑑「服務品質」，並依評定結果核發 1 至 5 星不同等級標識，同時運用媒體、網頁、國內外旅展、觀光活動等廣為宣傳星級旅館。
- (2) 效益：能與國際接軌，提升旅館整體服務品質，並引導旅館發展自我品牌特色，區隔市場行銷，提供消費者選擇住宿之依據，減少旅遊糾紛。
- (3) 申請對象：領有觀光旅館業營業執照之觀光旅館及領有旅館業登記證之旅館。
- (4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
辦理星級旅館評鑑	a. 完成委外招標簽約事宜	98/07
	b. 正式實施宣導、申請及評鑑	98/08 起

3-4【民宿認證計畫】

- (1) 概要：目前國內合法登記民宿已達 2,784 家，為輔導民宿與國際接軌，將推動民宿認證工作，提升民宿服務品質及接待能力，塑造民宿優質形象，並提供國內外消費者所需資訊。將鼓勵已有民宿登記證且無擴大經營範圍情事之民宿經營者自由報名參加。目前已編製「民宿認證訓練課程教材、民宿評核標準及其操作手冊」，以作為後續辦理訓練、認證作業之依據。爾後凡通過民宿認證者，將由交通部觀光局頒發認證標章，並透過媒體廣為宣傳。

- (2) 效益：提升民宿接待能力及服務品質，提供消費者選擇依據。
- (3) 申請對象：國內合法登記之民宿業者。
- (4) 推動進度：

工作項目	推動重點	預定完成期限
推動民宿認證	a. 成立民宿認證推動小組	98/07
	b. 完成委外辦理課程訓練及評核簽約	98/09
	c. 完成民宿認證訓練、實地評核作業及頒發認證標章	98/12
	d. 建置專屬行銷網站	99/02
	e. 賡續辦理民宿認證訓練、實地評核及頒發認證標章作業	99-101 年

伍、期程與資源需求

(一) 計畫期程

自民國 98 至 101 年，共計 4 年。

(二) 經費來源及分年經費需求

- 經費來源：1. 國庫(公務預算)撥充觀光發展基金
2. 觀光發展基金自有資金(機場服務費 6 成)

表 6 各分項計畫經費編列及來源情形表(單位：億元)

行動方案	98 年	99 年	100 年	101 年	合計
1 拔尖	6.81	45.50	56.25	66.09	174.65
(1) 魅力旗艦	6.06	44.00	54.00	63.84	167.90
(2) 國際光點	0.75	1.50	2.25	2.25	6.75
2 築底	3.45	7.34	7.89	8.41	27.09
(1) 產業再造	2.95	6.84	7.39	7.91	25.09
(2) 菁英養成	0.50	0.50	0.50	0.50	2.00
3 提升	19.60	24.73	25.86	28.07	98.26
(1) 市場開拓	19.25	24.23	25.36	27.67	96.51
(2) 品質提升	0.35	0.50	0.50	0.40	1.75
合計	29.86	77.57	90.00	102.57	300.00

陸、 預期效果與影響

(一) 吸引客源：

來台旅遊人次由 97 年 384.5 萬人次成長至 101 年達 550 萬人次。

(二) 創造商機：

觀光外匯收入由 97 年 59.36 億美元(約 1,871 億台幣)至 101 年增為 90 億美元(約 3,000 億台幣)、國民旅遊支出由 97 年 1,842 億台幣增為 2,500 億台幣，合計創造整體觀光收入自 97 年 4,022 億台幣提高至 101 年達 5,500 億台幣之商機。

(三) 帶動就業：

觀光產業就業人口自 97 年 10 萬人次成長至 101 年 13 萬人次；觀光相關產業就業人口自 97 年 26.6 萬人次成長至 101 年 27.7 萬人次，合計至 101 年創造 40.7 萬人次。

※ 觀光產業就業人口指觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業、旅行業(含導遊、領隊)從業人員；觀光相關產業就業人口指餐飲、交通、零售業等實際提供觀光客服服務的產業從業人員。

(四) 吸引投資：

吸引民間投資觀光產業，總投資額自 97 年 1,834 億台幣(含 26 件民間參與觀光遊憩設施建設 162.8 億元、57 件興建中觀光旅館 1031.8 億元、19 件籌設中觀光旅館 283.8 億元、6 件籌設中旅館 63.9 億元、10 件籌設中觀光遊樂業 291.9 億元)提升至 101 年 2,000 億台幣。

(五) 品牌進駐：

吸引國際知名連鎖飯店品牌進駐，由 97 年 4 家國際知名連鎖飯店品牌，至 101 年增加為 10 家。

柒、 附則

(一) 替選方案之分析及評估

本計畫歷經多次產官學界之密集研商，據以研擬成可行之計畫，因此無替選方案，若推動過程遇特殊因素致部分執行成效無法如期達成，將邀請專家學者召開滾動式修正計畫內容；若遇經費拮据，將檢討經費運用方式，積極爭取其他預算來源或減列補助項目或金額，作為替代方案。

(二) 有關機關配合事項

本計畫鼓勵地方政府、觀光產業、學界、協會共同參與，並將整合各公私（政府相關部會投入之計畫、業者、民間）部門共同參與合作，以擴大發揮執行成效。