

六大新興產業

觀光拔尖領航方案

交通部
98年10年



Welcome to Taiwan



報告大綱

- 壹、前言
- 貳、方案內容及執行進度
- 參、預期效益



Welcome to Taiwan



壹、前言

一、觀光現況

(一)來台旅客人數穩定成長

97年384.5萬人次(成長3.47%)

98年1-8月282.5萬人次(成長11.63%)

(二)觀光目的別比例突破5成

98年1-8月

觀光目的別佔 51% (成長率 28.6%)

業務目的別佔 18% (成長率 -15.8%)

探親目的別佔 9.7% (成長率 -1.5%)

會議目的別佔 1.3% (成長率 15.5%)

(三)主要客源

98年1-8月 日本(23%)、大陸(22%)、
港澳(18%)、美國(9%)

二、現階段五大施政主軸

美麗
台灣

特色
台灣

友善
台灣

品質
台灣

行銷
台灣

(一) 美麗台灣

- **核心主軸**：由「點」、「線」呈現風景區「面」新風貌
- **發展策略**：減量原則、維護生態、環境優先、便利遊客
- **主要推動作法**：
 1. 整備環島13條重點旅遊線
 2. 舊景點、新意象—地方重要景點風華再現

1. 整備環島重點旅遊線

以「減量原則、環境優先、國際水準、便利遊客」為原則，辦理旅遊線景點及景觀整建工作

套裝旅遊線的遊客量
97年3,727萬人次，與
92年相較，成長
76.14%，創造觀光產
值約新台幣745億元



北部海岸旅遊線執行成果

福隆火車站外觀



舊草嶺隧道轉型



台2線違建拆除



2.舊景點、新意象—地方重要景點風華再現



黃金博物館周邊改善

透過補助方式
與地方政府合作，讓這些民
眾熟悉的地方
呈現新丰采



九份步道



台東森林公園



八卦山大佛區



高雄旗津

(二) 特色台灣

- **核心主軸**：從發展主題產品著手，鎖定熱門話題，包裝優勢產品
- **發展策略**：
 1. 包裝有競爭力的觀光產品
 2. 彰顯其獨特性、炒熱話題
- **主要推動作法**：

將相關部會主導之旅遊產品包裝為優勢旅遊產品

將相關部會主導之旅遊產品包裝為優勢旅遊產品

沙龍攝影&蜜月旅行

登山健行產品



吸引奧地利

ASI Wanderreisen

來台16天、每人團費16萬元



This is a promotional banner for a wedding activity. It features a bride holding a bouquet of white flowers in the foreground. In the background, the Taipei 101 skyscraper is visible against a blue sky with white clouds. The banner includes navigation links at the top: 'Home page | How to participate | View all voices | I want to register | Buy a Taiwan tour package'. The main text reads: '即日起至2009年5月13日止，於活動網站下載您想唸的Love 101誓言，寫給另一半保證可成真，並可抽1克拉鑽戒大獎!' and 'From now to May 13, 2009 upload your creative "Love 101" wedding vows to our website and you'll be eligible to win a Taiwan tour package and enter a lucky draw for a 1-carat diamond ring grand prize!'. A yellow box on the right says '我要報名抽大獎' (I want to register and win a big prize).

98年5月

愛戀台灣101求婚活動

銀髮族懷舊之旅



推出平溪鐵道懷舊之旅

溫泉美食



98年8月 來去台灣吃辦桌活動

農業觀光



生態旅遊



文化學習之旅



原住民文化



自助旅遊



(三) 友善台灣

- **核心主軸**：從旅客角度思考，提供便利的導覽解說資訊與產品
- **發展策略**：旅客從規劃旅程開始，到遊程結束，都能得到便利的資訊、感受親切的服務
- **主要推動作法**：
建置全方位旅遊資訊服務網

■ 建置全方位旅遊資訊服務網

1. 輔導業者營運臺灣觀光巴士旅遊產品計33條，提供各大都市飯店與鄰近重要風景區之交通接駁及旅遊服務。（4成為國際旅客）
2. 輔導地方政府與相關單位於機場、火車站等重要交通節點建置統一識別標誌「i」系統旅遊服務中心，提供多語文專人旅遊諮詢服務。（已有108處）
3. 輔導地方政府於外籍觀光客出入頻繁都會地區建置地圖導覽牌，提供中、英對照觀光旅遊資訊。（204個）



4.與中華電信合作設置中、英、日、韓語24小時免付費觀光諮詢熱線(call center) 0800-011-765及建置多語文版「臺灣觀光資訊網」(<http://taiwan.net.tw>)等旅遊資訊服務（6種語文）

5.印發全國性「臺灣觀光交通路網圖」摺頁、區域性「北、中、南、東臺灣觀光地圖」摺頁提供免費索取。

6.獎勵觀光業者設置特殊語文（日、韓文）服務，包括指示標誌、導覽解說牌、廣播等，補貼50%製作費，每家最高30萬元。



(四) 品質台灣

- **核心主軸**：從服務品質著手，利用輔導、訓練與評鑑的方式，提升住宿與第1線服務人員水準
- **發展策略**：讓旅客住得滿意、感受貼心與專業的服務，就能提高滿意度
- **主要推動作法**：
 1. 提升一般旅館品質
 2. 輔導訓練觀光從業人員

1. 提升一般旅館品質

台北新驛旅店



- 專家諮詢輔導
- 貸款利息補貼
- 補助設計規劃費
- 研習訓練輔導
- 鼓勵其自行更新
- 自93至97年輔導256家旅館，約15,000間客房改善設施

台北新尚旅店



2. 輔導訓練觀光從業人員

- 訓練對象：旅行業經理人、導遊、領隊、旅館業從業人員、計程車駕駛、遊覽車駕駛、餐廳從業人員等觀光接待人員
- 訓練內容：專業知識、執業技能、基礎外語、禮儀、服務觀念等訓練



【導遊職前訓練】



【邀請國際大師Chuck Gee開講】



【接待大陸旅客現職導遊實務研討會】

(五) 行銷台灣

- **核心主軸**：多元開放 全球佈局
- **發展策略**：定位觀光局為台灣觀光經銷商，集中火力針對各市場需求，靈活運用各種通路與宣傳推廣手法強力行銷
- **主要推動作法**：
 1. 不散彈打鳥—針對各目標市場研擬策略
 2. 多元創新宣傳及開發新通路開拓市場
 3. 以大型公關及促銷活動創造話題凝聚焦點
 4. 推出優惠獎勵或補助措施

1.不散彈打鳥—針對各目標市場研擬策略

(1) 日韓

- ◆ 以飛輪海為代言人
- ◆ 組團參加旅展
- ◆ 與日本4大組團社合作攬客來台計畫



(2) 港星馬

- ◆ 以蔡依林暨吳念真為代言人
- ◆ 辦理推廣記者會及主題活動



(3) 歐美

- ◆ 運用當地公關公司之力，打入主流旅行社
- ◆ 加1元住五星級飯店專案



(4)新興市場

- ◆積極爭取包括大陸、穆斯林、東南亞5國新富階級等新興客源市場旅客來台旅遊。
- ◆針對大陸市場辦理踩線團、業者說明會、大陸推廣會等，主動邀請大陸組團社包裝台灣旅遊產品。



2. 多元創新宣傳及開發新通路開拓市場

(1) 運用網路行銷，於國際知名網站刊登台灣觀光Banner，並於知名搜尋引擎購買關鍵字。



(2) 運用創新通路，如捷運車廂、捷運站、公路跨橋廣告等，強化型塑台灣觀光意象。



香港地鐵站廣告



倫敦計程車車體廣告



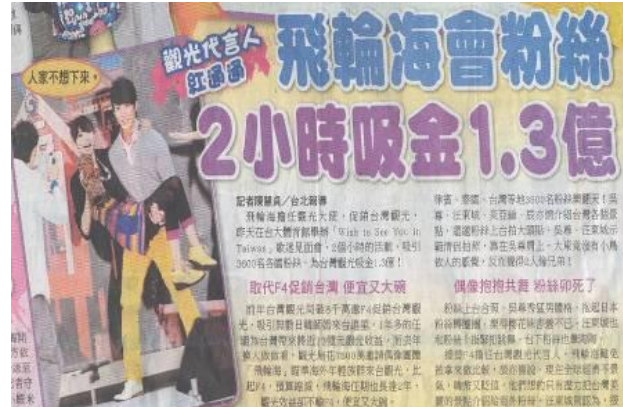
馬來西亞高速公路天橋廣告

3.以大型公關及促銷活動創造話題凝聚焦點



跨年外牆點燈廣告
(98年1月)

新年期間共**24國**
80家電視台報導
媒體露出價值高



飛輪海國際歌友會
(98年2月)

吸引日韓港星馬
3,600名歌迷參加
觀光收益逾**1億元**



經穴按摩推廣活動
(98年4月)

吸引日韓馬及其他共
350位旅客參與，**44**
家國內外媒體採訪

婚紗攝影旅遊－愛戀101求婚

(98年5月)

招攬130組港星馬旅客來台，
讓優勝者現場實現其創意誓言，
引起網路及媒體矚目

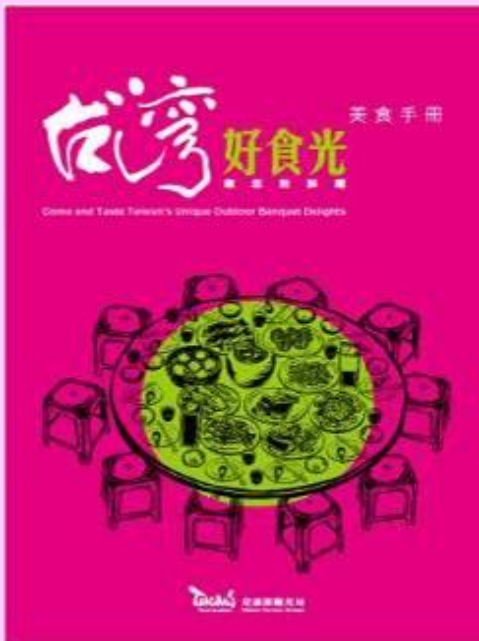


多元台灣－旅遊達人遊台灣

(98年6月)

- 透過國際宣傳，徵求旅遊達人親身體驗台灣旅遊，運用口語傳播及文字暨影音部落格行銷，強化宣傳推廣效力
- 6月底截止報名，吸引1,123組來自5大洲43個地區旅遊玩家報名，超過100萬人投票，近6萬人觀看影片，近4千則留言迴響
- 9月10日公佈最受歡迎獎得獎團隊，9月15日公佈參與第1階段投票者中獎名單。10月1日至31日開放民眾投票百萬獎金比賽





美食之旅—來去台灣吃辦桌活動

(98年6月)

吸引600多名國際旅客，以及美國觀光學院Gee院長、法國美食專家Alain、日本料理鐵人大田忠道及程一彥先生、香港蔡瀾先生等國際級美食家共同來台參加。



運動旅遊—台灣騎跡2009鐵馬自由行

(98年9月)

98年9月28日至10月2日，與台灣自行車產業合作，邀請500名國際旅客來台體驗5條騎乘路線，包括台北淡水八里、南投日月潭、花蓮七星潭、台東池上及屏東大鵬灣。

4. 推出優惠獎勵或補助措施

- ◆ 四季好禮大相送
- ◆ 過境半日遊
- ◆ 百萬旅客獎百萬
- ◆ 包機補助
- ◆ 外籍郵輪彎靠補助
- ◆ 分攤廣告經費補助
- ◆ 獎勵推出優質行程
- ◆ 開發大型公司行號獎勵旅遊
- ◆ 獎助接待修學旅行學校



四季好禮



2009年
第200萬
幸運旅客



獎勵旅遊



修學旅行



分攤廣告獎助

貳、方案內容及執行進度

一、台灣觀光發展新契機及新願景

兩岸大三通



地緣優勢

- 位居東亞中央
- 兩岸航線增班
- 延遠權拓展



新願景

東亞觀光交流轉運中心
國際觀光重要旅遊目的地


(一)檢視台灣觀光市場現況，定位未來發展方向

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

- 國際觀光逐年成長，國內觀光已進入成熟期，產值提升較為有限。

(二)各客源市場來台人次現況及未來4年來台人次預估

國家或地區	97年	98年	99年	100年	101年
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



(三)設定台灣觀光產業發展目標

先進觀光國家及亞洲鄰國2007年觀光外匯收入佔G D P 比例

	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 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%
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%

台灣觀光創匯潛力無窮

- 96年台灣觀光外匯收入達 51億美金
- 觀光外匯收入佔GDP比例為1.34%，優於美、加、德、日、韓、中

挑戰101年觀光外匯收入

- 90億美金
- 佔GDP比重超過2%

二、規劃重點與創新策略

(一) 規劃重點

本方案以發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入為重點

(二) 創新策略

1. 深化老市場老產品
開發新市場新產品

- 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)

2. 包裝立竿見影的旅遊產品

3. 改善支撐系統

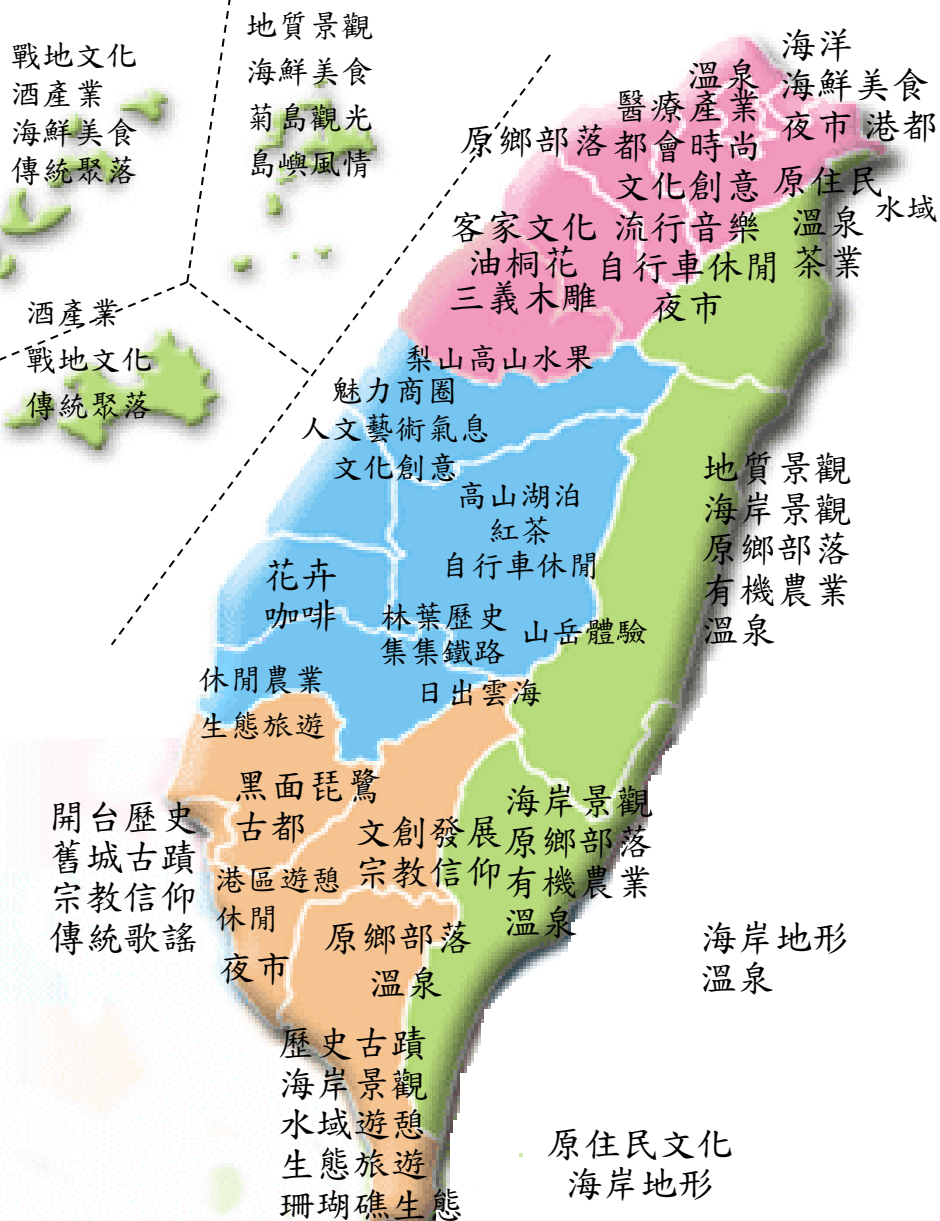
- 突顯觀光特色及吸引力
- 旅遊服務介面友善化
- 觀光從業人員素質優質化

1. 深化老市場老產品，開發新市場新產品

		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(音樂、生活、民俗、茶藝)、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(音樂、生活、民俗、茶藝)、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(音樂、生活、民俗、茶藝)
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、休閒渡假產業深度化(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、休閒渡假產業深度化、醫療保健、高爾夫旅遊

吸引客源
Come more
Spend more
Stay longer

2. 包裝立竿見影的旅遊產品 — 盤點區域資源，定位發展主軸



北部地區：生活及文化的臺灣

- 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：產業及時尚的臺灣

- 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：海洋及歷史的臺灣

- 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：慢活及自然的臺灣

- 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：特色島嶼的臺灣

- 澎湖-國際度假島嶼
- 金馬-戰地風情、民俗文化、聚落景觀

不分區：多元的臺灣

- MICE、美食小吃、溫泉、生態旅遊、醫療保健

3.改善支撐系統

(1)檢視資源面及市場面課題→突顯觀光特色及吸引力

資源面

- 旅遊資源整合不足
- 觀光景點特色不明顯
- 國際化及友善度不足

市場面

- 台灣觀光形象需再強化
- 引進國際客源，平衡離尖峰差異

突顯觀光特色及吸引力

(2) 產業面與人力面檢討 → 服務介面友善化、人員素質優質化

產業面

旅行社	綜合 87家(分公司303家) 甲種1,926家(分公司337家) 乙種 138家(分公司 10家)
觀光旅館	94家 22,022間房
一般旅館	2,672家 106,201間房 (可接待國際旅客474家 38,592間房)
民宿	2,881家 11,203間房
觀光遊樂業	24家

- 產業質量宜再提升與國際接軌
- 旅遊服務品質與消費者期待有落差

人力面

旅行業	34,268人(含導遊、領隊)
觀光旅館	20,582人
一般旅館	37,551人
民宿	2,811人
觀光遊樂業	4,964人

10萬

- 服務素質待提升與國際接軌
- 行政體系國際行銷人力不足，人員聘僱及經費缺乏彈性

服務介面友善化、人員素質優質化

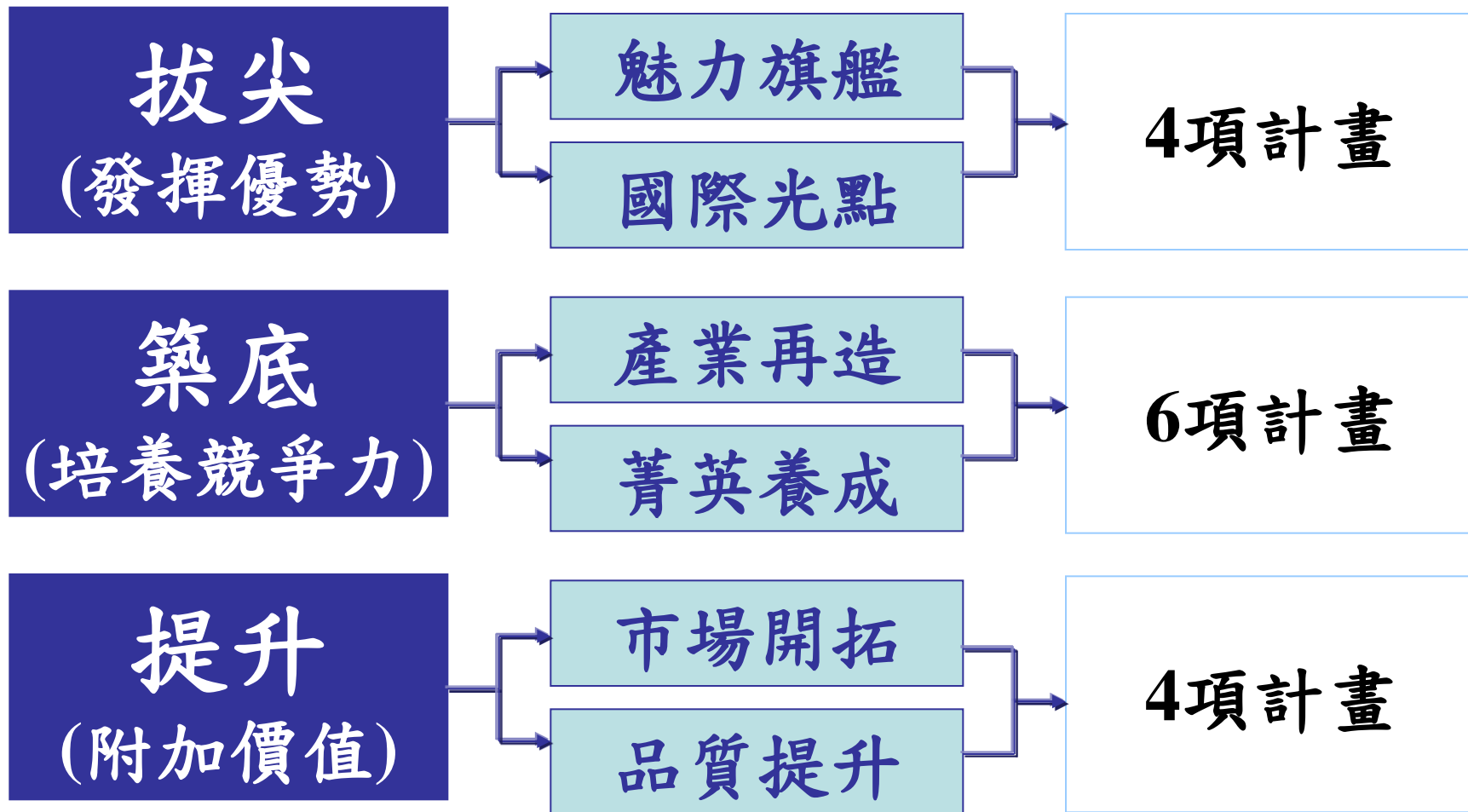
三、具體行動方案及執行進度

行政院4月9日院會通過方案內容，8月24日核定行動計畫

3大行動方案

6大發展主軸

14項計畫



行動方案/主軸	行動計畫	推動重點	推動進度	
<p>1 拔尖（發揮優勢）行動方案</p>	<p>魅力旗艦</p>	<p><u>區域觀光旗艦計畫</u></p>	<p>發展5大區域觀光旗艦計畫，重新定位北、中、南、東及離島之分區發展主軸</p>	<p>總顧問委辦案9月29日開標，預計99年5月完成5項區域觀光旗艦計畫</p>
		<p><u>競爭型國際觀光魅力據點示範計畫</u></p>	<p>輔導地方政府創造10處國際魅力景點，每案以3億元為上限，進行2年觀光環境整備</p>	<p>已於5月23日評選出5案(修正計畫已核定3項)；另外5案預定11月公告受理，99年5月評選完成</p>
		<p><u>觀光景點無縫隙旅遊服務計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> 輔導地方政府推動10處無縫隙旅遊服務 輔導台灣觀光巴士旅遊產品 輔導地方政府運用觀光資訊共通平台，發展各種友善國際旅客之加值服務 	<ul style="list-style-type: none"> 已於8月27日評選10處，修正計畫於10月15日由地方政府提報後審定 依GIS-T規劃期程，於12月底制定共通平台資料交換標準
	<p>國際光點</p>	<p><u>國際光點計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> 深化觀光內涵，每年評選5案(北、中、南、東、不分區各1案)具國際級、獨特性、長期定點定時、可吸引國際旅客之產品 與2010花博、2011世界設計大會、建國100年等大型活動結合，行銷台灣 	<ul style="list-style-type: none"> 政觀推委員會組成之跨機關專案小組已於7月22日成立，8月5日開會 國際光點計畫獎助要點預計10月中旬核定後，將辦理說明會受理申請及評選

► 競爭型國際觀光魅力據點示範計畫第一階段入選計畫：

入選縣市	計畫案	特色
台中市 (經國園道與美術園道)	綠·園·道-都會綠帶再生	<ol style="list-style-type: none"> 1.運用生態景觀綠帶，打造一條串連台中市觀光資源的綠·園·道及全球獨具特色的戶外展場。 2.已有周邊企業同意與市府合作，投入百億金額，共同提升都會觀光魅力。
台北市 (孔廟周邊地區)	歷史體驗·儒道發光-台北市孔廟歷史城區觀光再生計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1.利用孔子正統祀奉官在台灣之唯一性，來發展正統儒道文化為本案之精髓。 2.進行孔廟、花博及大龍峒系統整建。
台北縣 (水金九地區)	台北縣水金九地區國際觀光魅力據點發展整合計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1.運用山城風光、礦工生活體驗及古蹟，打造成為礦業生態旅遊地。 2.以十三層選煉場空間營造計畫、國際終戰和平紀念園區、九份人行徒步環境營造及導覽系統等為整備重點。
彰化縣 (鹿港鎮與福興鄉)	工藝薈萃、追求極致，鹿港魅力再現	<ol style="list-style-type: none"> 1.以台灣傳統工藝體驗、古蹟鑑賞采風為資源，定位為小眾、深度旅遊。 2.以歷史街區漫步(整建)及傳統工藝國際推廣為整備重點。
屏東縣 (恆春半島)	國境之南·看見屏東之美	<ol style="list-style-type: none"> 1.結合影視旅遊、在地民謠音樂，創造旅行與電影、音樂的文化感動。 2.以半島特色街區再生及恆春古城四座城門作為民謠活動舞臺為整備重點。

► 觀光景點無縫隙旅遊服務計畫入選計畫：

名次	縣市政府	計畫名稱	主要提報景點
1	桃園縣	「桃園縣兩蔣文化園區」無縫隙旅遊服務補助計畫	兩蔣文化園區
2	南投縣	「南投風光自悠遊、明潭溪頭行無礙」無縫隙旅遊服務補助計畫	日月潭地區、溪頭地區
2	苗栗縣	「樂居山城、慢活南庄」觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	南庄地區
2	嘉義市	「迎曦阿里山、懷舊諸羅情」觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	嘉義市、阿里山地區
5	宜蘭縣	宜蘭縣觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	礁溪、羅東(傳藝中心、冬山河)、蘇澳地區
5	新竹縣	竹塹好客巴士活動觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	北埔、峨眉、獅山、南庄
7	台東縣	「簡單綠生活 幸福fun花東」觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	台東縱谷(關山、初鹿、知本)、台東市區周邊及東海岸地區(台東火車站-富岡港-綠島)
7	屏東縣	「BMW恆春半島悠遊行~打造無縫隙服務之快捷巴士」觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	墾丁地區
9	花蓮縣	花蓮觀光景點無縫隙旅遊服務補助計畫	太魯閣地區、花東縱谷山海線、市區觀光景點線
9	台南市	「府城觀光深度之旅」旅遊服務補助計畫	府城地區，安平及台江線

行動方案/主軸

行動計畫

推動重點

推動進度

2 築底（培養競爭力）行動方案

產業再造

菁英養成

振興景氣再創觀光產業商機計畫

- 獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼
- 協助旅行業復甦

- 至8月底已輔導79件貸款(總額33餘億元)，利息補貼22件(平均每年1133萬餘元)
- 至8月底已輔導45件貸款案(總額1.2億元)，利息補貼140萬元

觀光遊樂業經營升級計畫

- 獎勵督導考核競賽優良業者(名次為前1/3且屬列特優等、優等)，發給獎金
- 補助提升服務品質事項

- 7-9月辦理督導作業，預計11月發給獎金
- 補助要點已於9月核定，預計10月受理申請

輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫

- 星級旅館新(已)加入國際或本土品牌連鎖旅館所支出之相關費用，最高500萬元

- 補助要點已於9月核定，配合星級旅館評鑑於9月實施，將自99年開始受理申請

獎勵觀光產業取得專業認證計畫

- 獎勵取得ISO、HACCP、旅館業環保標章、旅建築標章、5S或防火標章等相關認證，最高500萬元

- 補助要點已於9月核定，預計10月受理申請

海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫

- 鼓勵開發創新產品且販售者，分攤所需宣傳推廣促銷費用50%以下(不含)

- 補助要點已於9月核定，預計10月受理申請

行動方案/主軸	行動計畫	推動重點	推動進度
---------	------	------	------

2 築底 (培養競爭力) 行動方案

產業再造

菁英養成

觀光從業
菁英養成
計畫

1. 國外受訓：(原則每年100名)
- (1) 旅館業及觀光旅館業(原則40名)：團送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、藍帶學院等知名學校，為期10-40天專業訓練課程
 - (2) 觀光遊樂業：團送參加迪士尼管理學院開辦20人以上專業訓練
 - (3) 大專教師、旅行業(原則40名)：可報名團送或自行選洽出國訓練
2. 國內訓練：(人數不限)
- (1) 補助觀光院校或相關協會開辦觀光產業高階領導課程或國際專題研習營
 - (2) 辦理國際大師開講活動

1. 國外受訓
- 已委託迪士尼學院規劃專案課程，成為迪士尼學院在亞洲地區第一個政府合作對象
 - 「交通部觀光局徵選觀光菁英赴國外訓練補助要點」預訂10月核定，11月委託專業廠商辦理
2. 國內訓練
- 旅行業中高階經理種子教師培訓課程：預定於11月推動(為期2個月)
 - 國際大師開講：於8/26、9/1、10/27、11/12，共辦理4場

行動方案/主軸

行動計畫

推動重點

推動進度

3 提升 (附加價值) 行動方案

市場開拓

品質提升

國際市場開拓計畫

深耕目標客源市場及開拓新興市場

持續依預定計畫推動中

成立「台灣國際觀光發展中心」計畫

突破行政機關缺乏彈性之組織編制，借重法人團體延攬國際專家及行銷、推廣、研發、訓練之專才

刻正規劃該中心組織成員及架構，將配合行政院組織再造期程，持續推動法制作業

星級旅館評鑑計畫

- 為提供消費者選擇住宿依據，並與國際接軌。每3年辦理1次，分依「建築設備」及「服務品質」2階段評鑑，評定1-3星級及4-5星級
- 首度推動不收評鑑費用，並辦理說明會、製作文宣、廣告、網站、參加國際旅館廣為宣導

- 已於9月正式實施宣導、申請及評鑑作業
- 預定10月在台北(2場)、台中、高雄、花蓮，共辦理5場說明會
- 預估98年完成400家

民宿認證計畫

- 輔導提升服務品質及接待能力，提供所需資訊，並與國際接軌。鼓勵民宿經營者，通過「民宿認證訓練」及「專家實地評核」，則頒發民宿認證標章
- 為加強參與誘因，首次推動免收認證費用，並將建置專屬網站、運用媒體加強宣傳

- 預定10月召開第2次推動小組會議，於11月委外推動認證作業
- 預估98年輔導100家民宿經營者參與認證訓練，並建置專屬網站

參、預期效益

民國101年可達成之觀光效益

創造商機

整體觀光收入 5,500億台幣

觀光外匯收入 3,000億台幣
(佔整體觀光收入比例由45%提升至55%)

國人國內旅遊 2,500億台幣

帶動就業

產業就業人口 40萬人次

直接就業人口 13萬人次

間接就業人口 27萬人次

吸引投資

民間投資總額 2,000億台幣

國際進駐

國際知名
連鎖飯店品牌 10個