

第十二篇 觀光

第二章 觀光業務

第七節 推動「旅行臺灣・就是現在」工作計畫

- 一、觀光局於 100 年 2 月推出全新臺灣觀光品牌－「Taiwan - The Heart of Asia 亞洲精華 心動臺灣」，並定調 101-102 年度宣傳主軸為「Time for Taiwan 旅行臺灣 就是現在」，打造臺灣成為「美食」、「文化」、「樂活」、「生態」、「浪漫」、「購物」六大形象之旅遊目的地，推動各項旅遊產品。
- 二、本計畫以 4W1H 為推動面向，包括「Who(爭取客群)－臺灣歡迎您」、「When(旅遊時機)－週週有活動」、「What(加碼誘因)－天天享優惠」、「How(便利旅遊)－時時有感動」，計畫成果如下：
 - (一) WHO(爭取客群)－搭建社群平臺匯聚人氣，網路活動吸引 15 萬粉絲參與
 - 1、建置「旅行臺灣 就是現在」網站，至 102 年 12 月 31 日止，吸引 8 萬 7,128 人成為會員。又於 Facebook、Plurk、Weibo、Twitter、Pinterest 等社群網站成立粉絲專頁，當中 Facebook 粉絲人數達 10 萬 4,168 人次，約有 1 成粉絲為國外民眾。
 - 2、辦理多檔網路行銷活動(「你按讚 我送禮」、「粉絲大風吹快幫我按讚」、「誰是我的最佳旅遊伴侶」、「旅行臺灣 天天感動」、「玩臺灣拼幸福」、「闊嘴吃四方・尚讚臺灣味」、「我的幸福遊記」)，累積超過 15 萬人次參與。
 - (二) WHEN(旅遊時機)－以「文化」、「浪漫」、「美食」、「購物」、「樂活」、「生態」六大主軸活動，分層辦理行銷推廣，吸引千萬觀光人潮，創造百億商機。
 - 1、文化主軸活動「2013 臺灣燈會」：於 102 年 2 月 24 日至 3 月 10 日假新竹縣竹北市之高鐵新竹站特定區辦理，參觀人數高達 1,268 萬人次參觀，經濟效益達新臺幣 110 億元。
 - 2、美食主軸活動「2013 臺灣美食系列活動」：推出「十大夜市美食 PK 讚」，透過網路票選出十大人氣夜市美食；「臺灣美食經典展」邀集全臺 125 家餐廳一同推出促銷優惠，網站點閱率達 109 萬餘人次，業者營收成長 3.8%；「臺灣團餐大車拼」選出 83 家特色餐廳；「臺灣美食擂台賽」則分為飯店組、餐廳組及校園組，各取前 3 名及優勝隊伍。
 - 3、樂活主軸活動「2012 臺灣好湯-溫泉美食嘉年華」：啓動儀式於 102 年 10 月 28 日於新北市金山區水尾停車場舉辦，以「1 次消費，3 重好康」為行銷方案，發行好康護照 5 萬本，摺頁 10 萬份，另可在活動網站及全國十大電子書城免費下載，預估遊客人次及營業額平均成長 5%。

- 4、樂活主軸活動「2012 臺灣自行車節」：以「臺灣自行車登山王挑戰」、「騎遇福爾摩沙 (Formosa900)」及「日月潭 Come Bikeday!」為三大主要活動，結合多元在地文化規劃套裝活動，推廣自行車旅遊，掌握休閒與觀光結合之 LOHAS 國際趨勢。參與人數約 6 萬人，產值估計為 1 億 3 千萬元。

(三) WHAT (加碼誘因) — 獎補助誘因再加碼，有效拓展郵輪及獎勵旅遊，開發修學旅行，培養未來潛在客源

規劃全球型優惠措施，以爭取國際旅客來臺、強化國內旅遊業者與國外業者合作意願。優惠措施包括包機補助 (102 年共 208 架次, 2 萬 4,790 人)、獎勵旅遊 (102 年共 306 團, 6 萬 2,790 人)、修學旅行 (102 年共 221 件, 2 萬 0,862 人) 等。

在郵輪獎助部分，觀光局於國際不定期郵輪之靠泊港口，提供表演活動及場地佈置經費，102 年共 98 航次申請 (共 14 萬 6,893 人)；另同步施行「推動國外郵輪來臺獎助要點」，獎助外國郵輪公司旗下郵輪靠泊臺灣港口，102 年共 10 航次申請 (共 1 萬 2,975 人)。

(四) WHY (非來不可) — 聚焦臺灣獨特據點，搭配創新系列活動，吸引國際旅客專程來臺旅遊

- 1、「國際光點計畫」：設定臺灣不同區域發展特色主軸 (北區—生活與文化；中區—產業與時尚；南區—歷史與海洋；東區—慢活與自然；不分區—特色聚落)，挖掘在地文化與旅遊資源，包裝成國際旅遊產品，提供業者與自由行旅客深度體驗新選擇，至 102 年已有 7 個國際光點，從 99 年至 102 年止，已吸引約 17 萬國際旅客。
- 2、「十大國際魅力據點」：透過競爭型計畫協助縣市政府善用在地特色資源，發展 10 處吸引國際觀光客之據點。已推出驚艷水金九、孔廟歷史城區、草悟道都會綠帶、鹿港工藝薈萃、屏東國境之南文創市集等據點，自 99 年至 102 年遊客量增加 1,258 萬人次，估計觀光收益成長 170 億元。
- 3、「臺灣夏至 235」：為 102 年推出之系列活動，運用「地理空間—北回歸線」及「季節時間—仲夏」元素，整合北回歸線沿線 6 個國家風景區及 7 個縣市政府，規劃 24 條特色遊程及 30 項系列活動提供民眾體驗。此系列活動共計 363 萬人參與，創造新臺幣 124 億元觀光產值。

(五) HOW (便利旅遊) — 台灣好行 31 條路線+台灣觀巴 64 種套裝行程，旅運接駁更便利

- 1、「台灣好行」：102 年評選督導 11 個縣市政府及 6 個國家風景區管理處，推出 31 條路線、81 款優惠套票，並首度整合台灣好行、高鐵、臺鐵、北捷及高捷，發行全區型套票 (臺灣周遊券)。
- 2、「台灣觀巴」：102 年首度將「臺灣自行車節」、「觀光小城」、「臺灣觀光年曆」縣市國際活動、「國際光點」、「觀光工廠」及「原鄉部

落旅遊」等觀光旅遊元素納入行程中，並輔導 16 家旅行社推出 64 種套裝旅遊行程，獲中外人士好評，國外旅客占比已近 6 成。另製作台灣觀巴微電影，於各類交通工具、媒體宣傳行銷，進一步提升搭乘率。