

第十二篇 觀光

第二章 觀光業務

第四節 國民旅遊事業管理與推廣

一、設置旅遊服務中心及遊客中心

為加強交通旅遊資訊之普及暨提升為民服務效能，輔導相關地方政府及單位，依旅遊服務中心識別系統（CIS），於國內重要交通節點、國際旅客往返頻繁之大都市、套裝路線主要出入門戶及風景景點，設置旅遊服務中心及遊客中心。統計全國 47 處旅遊服務中心全年計提供 409 萬 9,580 人次旅遊諮詢服務，其中外國旅客諮詢人數為 163 萬 631 人次，佔總服務人次 39.8%。

二、建置「台灣觀巴」系統

訂定「台灣觀巴工作計畫」及「交通部觀光局補助台灣觀巴宣傳行銷及提昇服務品質要點」，輔導旅行業者建置「台灣觀巴」系統，全臺北、中、南、東部及離島地區合計 64 種套裝旅遊行程，提供國內外觀光客從飯店、車站、機場到臺灣各觀光地區之便捷、友善且具固定行程的導覽旅遊巴士服務，102 年計服務旅客達 30 萬 5,229 人次，其中外籍旅客達 17 萬 3,803 人次，佔總服務人次 56.94%。



台灣觀巴 Fun 4 輕旅行記者會



台灣觀巴 Fun 4 輕旅行記者會

三、建置「台灣好行」旅遊公車系統

以競爭型機制，由觀光局輔導各縣市政府規劃景點交通旅遊路線，串接主要交通場站與景點間（或景區內景點串接），提供以大眾運輸為主的友善、平價旅遊交通服務。102 年度由 15 縣市政府及 7 個國家風景區管理處主導 31 條路線，並與政府相關機關、電視台、網路、報紙、雜誌、廣播電台等媒體及各民間企業團體合作加強宣傳，總旅客量計約 238 萬人次，並輔導各單位發行 81 款交通聯票及旅遊商品（含 13 款區域型套票）。另為彰顯「台灣好行」帶動歡樂旅遊之特性，特別型塑全新虛擬代言人（好行 Q 寶），並整合國內五種主要交通運具（台灣好行、高鐵、臺鐵、北捷、高捷）包裝「臺灣周遊券」，且辦理「台灣好行攏 5 通」行銷記者會，鼓勵旅客多利用公共運具旅遊臺灣。



「台灣好行攏 5 通」行銷記者會



台灣好行-臺灣周遊券

四、辦理連續假期觀光遊樂地區交通疏運作業

辦理 102 年元旦、春節、清明及中秋等連續假期觀光遊樂地區交通疏運作業，經由觀光局所屬各管理處協調道路主管機關、警政機關、主題樂園及公共運輸業者等，針對道路壅塞、停車空間不足等問題辦理交通疏運工作。另透過發布新聞稿、廣播插播帶、派員積極接受電臺專訪等方式加強宣傳各觀光遊樂地區之交通疏運狀況。此外，為提供民眾充足之觀光交通資訊，並於春節連續假期前，建置疏運觀光資訊平臺及編印「102 年交通部春節疏運觀光路網圖」，於各地旅遊服務中心、主要鐵路場站、高速公路服務區、郵局及警廣電臺等地免費分發民眾參用。



春節疏運觀光路網圖



車流疏導實況

五、辦理「臺灣遊購讚 觀光我最行」活動

為激勵各縣市政府積極推動觀光，提昇經濟產值，觀光局結合各縣市政府就「食、宿、遊、購、行」提出競爭計畫，吸引民眾出遊，並於 102 年 10 月 15 日假臺北火車站辦理啟動記者會，期以擴大內需消費，帶動在地產業，提振景氣活絡經濟。啟動後，縣市政府即推出各項核心觀光活動或景點，並整合「食、宿、遊、購、行」相關產業提供民眾好康優惠，一次一次創造話題，也帶動人潮，成功捲動遊客來消費，至 102 年底，締造了 2,683 萬的遊客人次及 93.6 億元的經濟收益。



「臺灣遊購讚 觀光我最行」啟動記者會