

## 第十二篇 觀光

### 第二章 觀光業務

#### 第六節 執行「觀光大國行動方案」

「觀光大國行動方案（104-107 年）」業奉行政院於 104 年 8 月 4 日核定，以「質量優化、價值提升」為核心理念，透過「優質、特色、智慧及永續觀光」之四大執行策略，落實 18 項執行計畫，打造臺灣成為質量優化、創意加值、處處皆可觀光的千萬觀光大國。截至 104 年底重要執行成果如下：

##### 一、優質觀光

###### （一）旅行業品牌化計畫

- 1、為強化品牌識別及經營體質，已輔導 3 家建立企業品牌、47 家辦理財務報表簽證、30 家旅行業運用網際網路經營業務。
- 2、已輔導成立「中華民國導遊領隊職業工會全國總工會」，強化勞資夥伴關係。
- 3、強化交易安全檢查，共檢查 99 間旅行社，廢止 12 家旅行業執照，經查尚無重大危及交易安全事項。
- 4、為提升陸客觀光團旅遊品質，於 104 年 8 月成立觀光專責稽查單位，擴大行政稽查以遏止違規投機行為，並鼓勵陸客優質團，104 年共 3 萬 7,556 團優質團、85 萬 6,240 人次來臺，占整體觀光團比例達 45%，並於 105 年 3 月 1 日調高比例達 2/3。

###### （二）旅宿業品質精進計畫

- 1、推動「星級旅館」評鑑，針對首次參加評鑑且獲得星級標章之業者，補助評鑑費 7 成，截至 104 年底已輔導 606 家星級旅館，後續將持續輔導異業媒合、成立聯盟或創新本土品牌。
- 2、積極遴選「好客民宿」，已選出 578 家好客民宿（其中 104 年新增 122 家），並抽查複評 100 家好客民宿（其中 84 家通過、13 家取消好客民宿資格、3 家限期改善），維護好客民宿品質。
- 3、擴充「臺灣旅宿網」功能，加強行銷星級旅館及好客民宿。
- 4、加強取締違規旅宿，於 104 年 12 月 30 日實施「交通部觀光局協助地方政府執行違法旅宿取締工作補助要點」，提供執行取締所需人力經費，以增進地方政府稽查頻率及成效。

###### （三）旅宿業創新輔導計畫

- 1、獎勵觀光產業升級，已輔導 221 家業者取得優惠貸款，貸款總額 96 億 8,830 萬元，核准利息補貼 101 家，總額 1 億 9,599 萬元。
- 2、邀請專家學者組成輔導小組，輔導 6 都交通節點客房數 15 間以下小型旅館轉型為青年或平價旅館。

- 3、於 104 年 11 月 12 日發布「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」，與財團法人中小企業信用保證基金合作，每年提撥新臺幣 7 仟萬元作為擔保，協助受災旅宿業取得貸款。

#### （四）觀光遊樂業優質計畫

- 1、輔導劍湖山、六福村、麗寶樂園及義大世界等 4 家建立人才培育機制，並補助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等 21 項創新措施。
- 2、辦理年度督導考核競賽暨擴大辦理聯合稽查，並針對活動之安全管理及種類屬性納入觀光遊樂業管理規則管理，強化旅客安全配套措施。
- 3、加強國內外宣傳，辦理暑假聯合行銷記者會、發表「愛上樂園」主題曲及 MV；邀請中國、新馬媒體及部落客來臺踩線報導；舉辦北京推廣會，強化曝光度及洽談合作，以增進來臺意願。

#### （五）觀光產業關鍵人才培育計畫：

- 1、國內訓練：透過基層、中階、高階分級訓練，已培育 1,314 位關鍵人才(含基層 617 人、中高階 697 人)，並辦理 2 場觀光論壇(頂級客戶服務心法/張伯良；觀光餐旅產業之現況/田桂成)。
- 2、國外訓練：選送旅行業 12 名至日本、觀光旅館業 29 名至曼谷、清邁、觀光遊樂業 16 位至九州、大阪、自行規劃 4 位前往國外參訪觀摩。
- 3、數位學習：購買 eCornell 數位課程，另已完成 14 門數位課程，後續將提供從業人員申請自我進修。

## 二、特色觀光：

### （一）跨域亮點及特色加值計畫

- 1、跨域亮點計畫：選出雲林、苗栗、新竹、嘉義、桃園、彰化等 6 項計畫案，將請入選地方政府依照核定內容加速推動。
- 2、遊憩據點特色加值計畫：補助地方政府針對既有遊憩據點進行區域特色加值，已核定 60 項計畫，陸續發包執行中。

### （二）特色觀光活動扶植計畫

- 1、輔導 9 處國際觀光活動提昇品質，包含鹽水蜂炮、臺中媽祖國際觀光文化節、內門宋江陣、鹿港慶端陽、臺灣國際熱氣球嘉年華、三義國際木雕藝術節、臺灣夏至 235、旗津沙雕藝術節、宜蘭國際童玩藝術節等。
- 2、輔導 4 處國內觀光活動提昇品質，包含高雄燈會藝術節、宜蘭綠色博覽會、臺南市國際龍舟錦標賽、花蓮原住民族聯合豐年節等。
- 3、促進經驗傳承，舉辦「2015 如何籌辦國際性節慶觀光活動之研討會」，邀請日本、德國及國內專家就美食、慶典、活動安全管理及國內活動 4 大主題案例分享，參加人數達 110 人。



舉辦「如何籌辦國際性節慶  
觀光活動」研討會



全媒體的網實整合行銷擴大臺灣  
觀光年曆品牌知名度

### (三) 多元旅遊產品深耕計畫

- 1、國際光點推廣計畫：已促成北區 1、中區、南區、東區、不分區等 5 處自主營運，持續輔導不分區 2、北區 2 朝向自主經營。
- 2、臺灣觀光年曆推廣計畫
  - (1) 臺灣觀光年曆 41 項國際觀光活動，估計吸引逾 2,000 萬人次參加，創造 200 億元觀光收益。
  - (2) 與 Google 合辦「Anytime for Taiwan 臺灣旅行無攝限」全球網路影片徵件活動，並選出香港籍的 Andy Kong 獲贈環球機票大獎，共吸引 60 萬人次觀賞影片。該 Youtube 頻道累積超過 137 萬觀看次數，官方 G+ 專業累積超過 100 萬人主動追蹤。
- 3、觀光平臺資源整合計畫
  - (1) 與外交部合作東南亞 5 國簽證便捷措施：104 年 11 月 1 日實施東南亞 5 國優質團簽證便捷措施，62 團 1,257 人次符合資格，實際入境 47 團 699 人次。
  - (2) 與文化部合作推廣故宮南院：104 年 12 月 28 日開院，持續協助辦理遊程規劃及行銷，包含於平面媒體、旅展、推廣會、記者會等活動行銷，並辦理國際業者媒體熟悉之旅。
  - (3) 與衛福部合作協助媒合觀光與健康兩大產業：由駐海外辦事處宣傳我國觀光醫療資訊，及提供業者廣告分攤與獎助促銷。

### (四) 臺灣觀光目的地宣傳計畫

- 1、發表 2015 年全新臺灣觀光宣傳影片，開拓「過境」、「自行車」及「郵輪」3 大主題客源市場。
- 2、以「喔熊」萌意象海外代言臺灣觀光，包含與日本千葉縣、西武獅棒球隊等合作 4 場吉祥物推廣活動、參加美國裙襖搖搖 LPGA 高爾夫球公開賽、紐約自行車節 Bike Expo、韓國首爾噗通噗通 Festival 等 9 場公關推廣活動、參加 48 場旅展及推廣會，並與航空公司、旅行社合作開發 4 件喔熊贈品等。
- 3、各客源市場分眾行銷

- (1) 日本：以「美食、浪漫、樂活、購物」為主軸，善用臺灣親日友日的印象及氛圍，如邀請吳宇森導演、偶像明星木村拓哉合作臺灣觀光宣傳影片「Time for Taiwan」。
- (2) 韓國：以「美食、樂活、文化」為主軸，運用代言人公關活動，並與韓國 Hanatour 等大型旅行社簽署擴大送客計畫、開發高爾夫行程。
- (3) 歐美：以「美食、文化、樂活、生態」為主軸，建立臺灣旅遊目的地印象，包含與名人 Malan Breton 合作紐約時尚周與紀錄片、Smithsonian 公司合作美國博物館日、Orlando 動物園合作喔熊日、參與當地自行車活動露出等，擴大臺灣觀光品牌知名度與滲透力。
- (4) 大陸：強調「塑品牌、推亮點、促感動」，以臺灣獨特魅力與人情味，聯合優質臺商通路策略聯盟，並藉由社群傳播、邀訪、踩線等，吸引高端人士來臺。
- (5) 東南亞：以「美食、浪漫、樂活、購物」為主軸，深化經營目標市場，提高重遊話題，簡化簽證措施，包含組團參加菲、泰、馬等旅展及推廣會、辦理旅遊達人講座及香港感謝有您特惠專案、實施東南亞 5 國優質觀光簽證便捷措施等。

#### (五) 高潛力客源開拓計畫

- 1、郵輪市場：強化區域合作，透過亞洲郵輪專案(ACF, Asia Cruise Fund)結合臺灣、香港、菲律賓及海南於邁阿密郵輪舉辦聯合宣傳活動，並首次參與國際郵輪協會 CLIA 舉辦之 Cruise3sixty 郵輪展，直接針對郵輪業者教育訓練，104 年吸引郵輪旅客達 26 萬人次，成長 7.5%。
- 2、獎勵旅遊市場：參加國際 4 大獎勵旅遊及會議專業展覽、客製化提供文化表演及伴手禮，104 年吸引 344 團，成長 6.5%。
- 3、穆斯林市場：輔導 81 間穆斯林友善餐廳；於 13 處國家風景區及交通場站設祈禱室及淨下設備；辦理熟悉旅遊；104 年共 20 萬穆斯林旅客來臺，成長 7%。
- 4、修學旅行市場：補助臺灣學校接待費用、製作文宣紀念品、駐外辦事處舉辦推廣說明會，104 年共吸引 3 萬 6,698 人次，成長 45%。
- 5、整體獎勵優惠促銷措施：104 年已發行 20 萬張悠遊卡(內加值 50 元)、機場巴士接駁券 8 萬張、溫泉券 3 萬張、高捷單次搭乘券 3 萬張、遊樂園門票抵用券 2 萬張。

### 三、智慧觀光

- (一) 智慧觀光推動計畫：已建置臺灣觀光資訊資料庫，累計 1 萬 7,100 筆資料，OpenData 觀光資料下載達 1 萬 9,411 次，旅行臺灣 APP 下載人次累計達 80 萬 5,000 人次。
- (二) I-center 旅遊服務創新升級計畫：已輔導各地業者設置 115 處借問站，觀光局針對自發加入的業者進行教育訓練，建立「借問 SOP」，並提供借問站專屬招牌、地圖資訊看板、服務手冊、該站專屬的中英日文介紹摺頁檔案

等；設置期間也會有專業輔導團隊提供諮詢，以及舉辦分享會，讓參與業者分享經驗、互相學習。

- (三) 臺灣好玩卡推廣計畫：104 年已推出高屏澎限定卡(發行逾 2 萬 3,000 張)及宜蘭限定卡(發行逾 2 萬張)，並辦理產品上市記者會，廣邀民眾前來體驗。

#### 四、永續觀光

- (一) 台灣好行服務升級計畫：104 年已核定 39 條路線，82 款套票，並吸引 335 萬人次搭乘，較去年同期成長 17%，尤其已有 15 條路線導入車內 e 化導覽解說服務，並為配合公路總局「大專院校公車進校園」計畫，已辦理屏北線、礁溪線路線變更駛入校園，增加學生客源。
- (二) 台灣觀巴服務維新計畫：104 年度輔導 26 家業者營運 106 條種套裝旅遊行程，行程範圍除涵蓋全臺各地重要景點，並包裝台灣觀巴旅遊護照，建置免費無線網路及中英日韓語音導覽服務，搭乘的國際旅客已近 6 成，滿意度達 91.56%。
- (三) 旅宿業綠色服務計畫：計輔導 76 家旅館取得星級、溫泉或環保標章。
- (四) 無障礙及銀髮族旅遊推廣計畫：已推出國家風景區 30 條無障礙旅遊路線；與旅行社合作包裝成 21 種銀髮族旅遊產品（含自由行套票 12 種、團體旅遊行程 9 種），供民眾選購。
- (五) 原住民族地區觀光推動計畫：已成立「原住民族地區觀光推動會」，並積極辦理旅遊行程規劃、部落導覽訓練，共完成 682 人次訓練，輔導部落觀光產業 128 家，創造產值達 3.35 億元，協助部落就業人數達 684 人次；並強化交通接駁服務，如參山管理處與臺中市政府合作辦理「環山部落至武陵農場」觀光巴士遊程。