

第六節 執行「觀光拔尖領航方案」

- 一、為配合政府推動六大新興產業，積極掌握大三通兩岸航線增班、臺日開放天空的新契機，發展臺灣成為「東亞觀光交流中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」，以發展國際觀光，增加外匯收入，提升國內旅遊品質為重點，推動拔尖（發揮優勢）、築底（培養競爭力）、提升（附加價值）3大行動方案，落實「魅力旗艦」、「國際光點」、「產業再造」、「菁英養成」、「市場開拓」及「品質提升」等6大主軸，期在103年創造6,585億的觀光收入，帶動43.7萬直接、間接觀光就業人口，吸引2,500億民間投資，引進至少10個國際知名連鎖旅館品牌進駐臺灣。
- 二、本方案透過「拔尖」地方具觀光潛力特色與景點，培養觀光菁英及扶植觀光產業轉型進行「築底」工程，以星級旅館評鑑及好客民宿方案獎勵業者「提升」硬體設施及軟實力，並加強國際市場開拓，提升臺灣觀光能見度等一連串作為，100年度來臺旅客破608.7萬人次，創60年來新高！顯見觀光局以多元創意行銷臺灣有成，全年觀光整體收入達新臺幣5,500億元。觀光產業亦看好臺灣觀光榮景，紛紛加碼投資，預估自97年下半年至104年前完成的旅館新建及更新改建將超過新臺幣2,700億元，在觀光遊樂業的投資也達到400億元，更吸引美麗殿（Le Meridien）、W飯店（W Hotel）等國際知名連鎖旅館品牌進駐臺灣。
- 三、「拔尖」特色—「拔尖」行動方案：

（一）魅力旗艦

- 1、「由上而下」推動5大區域觀光旗艦計畫，99年所核定86件補助計畫，已完成北橫天空步道、彰化埤頭舊鐵道綠色廊道、屏東東港水都、花蓮黃金海岸、離島金門夜間氛圍營造等分區旅遊特色；另一方面，「由下而上」協助縣市政府形塑10大國際觀光魅力據點，已推出新北市「驚艷水金九」、臺北市「孔廟歷史城區」等新亮點，後續有彰化縣「鹿港魅力」、屏東縣「國境之南」及臺中市「綠園道」等，將陸續於101年點亮。



- 2、推出 20 條台灣好行景點接駁旅遊服務路線，輔導 10 個縣市政府及日月潭等 5 個國家風景區管理處推出 1 日券、交通聯票及旅遊套票等不同優惠票券，截至 12 月底搭乘人數逾 110 萬人次，嘉惠地方經濟及觀光發展。



- (二) 國際光點：推動北區（包含康青龍生活街區、陽明山人文溫泉等）、東區（包含原住民部落文化、美食及藝術村）及中區（樂活・品味・中臺灣—新六感深度旅遊）國際光點計畫，以國際級、獨特性、長期定點定時可吸引國際旅客之產品，形塑為國際聚焦亮點，向國際宣傳，至 100 年底，吸引約 2 萬 5,000 名國際旅客到訪。南區及不分區於 9 月 16 日評選完成，並於 12 月 1 日及 12 月 10 至 11 日完成示範行程會勘。





四、「築底」能量—「築底」行動方案

- (一) 產業再造：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軟硬體升級，已補貼利息總額約 6,876 萬餘元；另觀光遊樂業經營升級計畫，已補助 5,927 萬餘元、協助 22 家業者提升服務品質。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、內外認證（如：ISO、HACCP、綠建築標章、溫泉標章等相關認證）所支出之費用，已輔導 56 件通過審查，補助 975 萬餘元，支持業者強化服務能量。為鼓勵海外旅行社開發臺灣旅遊新產品及拓展海外販售臺灣創新旅遊商品市場並給予獎勵金，已有超過 442 件申請，共吸引 74 萬 9,679 人國際旅客來臺旅遊。
- (二) 菁英養成：為提升觀光產業國際競爭及交流能力，架設「觀光訓練網」，提供最新消息、線上報名、心得分享等功能，亦甄選 100 名觀光菁英赴美國夏威夷大學、迪士尼學院、法國藍帶學院澳洲分校等地研習，並透過交流會回饋經驗。另辦理 6 場觀光願景系列講座、培訓個案師資及發展個案教材、觀光服務個案教學、產品設計與企劃培育等。



五、「提升」實力－「提升」行動方案

(一) 市場開拓：國際間經歷日本強震、歐洲債信風暴及泰國水患，國內也發生阿里山小火車翻覆意外及食品塑化劑事件，觀光市場面臨嚴峻考驗，但觀光局放眼全球，以「旅行台灣 感動 100」為宣傳主軸，啟動臺灣觀光新品牌形象，「Taiwan—the Heart of Asia」(亞洲精華 心動臺灣)，並發布全球首支以電影說故事方式呈現的臺灣觀光宣傳影片「Time for Taiwan – My Beautiful Island」，更透過多元開放與彈性靈活的行銷手法，針對大陸、日本、港澳、日韓、星馬、歐美等不同市場客群規劃不同產品行銷，呈現臺灣最令國內外旅客感動的服務與活動。大陸市場鎖定主要送客省市強化與組團社行銷宣傳、加速產品推介、並配合北京辦事處週年慶，推出臺灣觀光美食週，邀請臺灣 10 大名廚舉辦千人辦桌活動，並駐點國際飯店烹製限量套餐販售，推介臺菜美味及好客文化，展出臺灣伴手禮、旅遊文宣品，讓各界認識臺灣之美，成功吸引 178 萬人次來臺，為最大客源市場；日本市場，雖受到 311 災變衝擊，但透過與日本大型旅行社辦理擴大送客計畫，創意發想推動歡迎千名日客來臺體驗「希望之旅」等作為，使日本維持第 2 大客源市場，來臺旅客達 129 萬人次，成長率高達 19.87%。此外，持續加強韓國、港澳等地區包機補助及獎勵旅遊優惠措施，並對全球市場推出「百年好合滿百送百」等促銷活動，成功提高來臺旅客人次破 608.7 萬人次，創歷史新高。



▲橫濱珍局長帶著臺灣觀光業者的心意前往日本震災區。



▲岩手代表居民感謝臺灣。



▲福島代表居民感謝臺灣。

(二) 品質提升：為與國際住宿體系接軌，持續辦理星級旅館評鑑作業，至 100 年底止，計有 111 家取得星級標章，將協助行銷推廣，作為旅客選擇住宿的參考指標。另為提升民宿整體品質，辦理好客民宿遴選計畫，於 100 年 9 月 26 日開始實地訪查，計有 711 家民宿參加輔導訓練，至 12 月底已有 283 家通過初審。



六、為持續吸引國際旅客來臺觀光旅遊，觀光局已將 101 年及 102 年的觀光宣傳主軸定調為「Time for Taiwan-旅行臺灣就是現在」，將推動各項具開創性、突顯臺灣特色的活動及措施，以浪漫、文化、樂活、購物、美食、生態為六大主題，宣告現在就是旅行臺灣的最佳時刻！