

第二節 第四節 國民旅遊事業管理與推廣

- 一、輔導辦理「臺灣大型觀光節慶活動」墾丁風鈴季、臺灣慶元宵（臺灣燈會、平溪天燈、臺北燈節、高雄燈會旗鼓嘉年華、鹽水蜂炮民俗活動、臺東元宵民俗嘉年華會）、臺灣花卉博覽會、臺灣國際鼓樂節、臺中縣媽祖國際觀光文化節、宜蘭綠色博覽會、高雄內門宋江陣、臺北市傳統藝術季、臺灣慶端陽（臺北國際龍舟錦標賽、臺北縣龍舟錦標賽、鹿港慶端陽龍舟賽）、宜蘭國際童玩藝術節、臺灣美食節、雞籠中元祭、府城七夕國際藝術節、臺東南島文化節、三義木雕、花蓮石雕藝術季、鶯歌陶瓷嘉年華、金門生態美食展等活動，總計參觀人數約為 1,440.7 萬人次，總收益約達新台幣 72 億 696 萬元，而透過各項活動之舉辦所產生之附加價值，包括：（一）吸引大量人潮，增加地方觀光產業及經濟收益（二）增加平面及電子媒體的刊登與報導之曝光度，而廣開知名度（三）促進地方觀光產業的優質化及產品化（四）加強民眾認識台灣固有民俗文化之傳承（五）刺激地方產業研發新商品（六）有助於地方形象提升及連帶週邊環境整治等。
- 二、訂定「臺灣觀光巴士工作計畫」及「交通部觀光局補助臺灣觀光巴士宣傳行銷及提昇服務品質要點」，輔導旅行業者建置「臺灣觀光巴士」旅遊產品，自 93 年 1 月 1 日正式營運迄今，服務國內旅客達 11 萬人次，外籍旅客達 8 萬人次，直接營運收益超過新台幣 1 億 2 千萬元，全臺北、中、南、東部及離島地區合計 40 條旅遊線，提供國內外觀光客從飯店、車站、機場到台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。
- 三、為加強交通旅遊資訊之普及暨提升為民服務效能，結合臺灣鐵路管理局、民用航空局、臺灣區國道高速公路局及中華電信公司共同建立「交通旅遊資訊行銷機制」，就現有之鐵、公路各重要車站、民用航空站，設置 32 處旅遊服務中心，由專人提供雙語旅遊諮詢服務，便利民眾取得各項觀光旅遊資訊；並由中華電信公司於前述交通旅遊資訊場站，共計裝設 66 部多媒體公話機，提供民眾上網查詢。
- 四、為營造友善旅遊環境，優先輔導臺北市政府於信義計畫區、西門町及萬華等外籍觀光客出入頻繁地區，建置完成 25 面觀光導覽地圖牌，提供觀光客立即旅遊資訊，並訂定標準作業規範，作為其他地方政府設置之參考。