

議題四：觀光拔尖

【方案報告】

觀光拔尖領航方案

交通部觀光局



Welcome to Taiwan



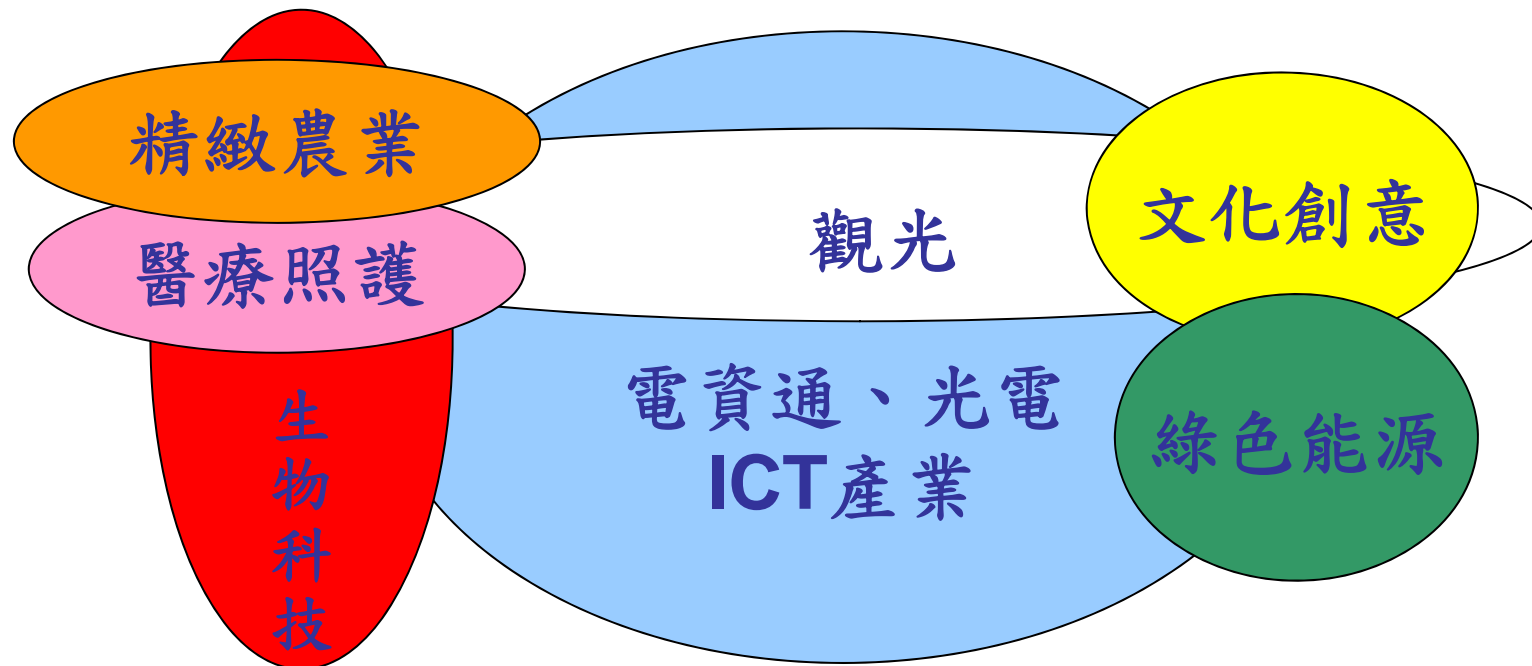
報告大綱

- 壹、前言
- 貳、現況研析
- 參、推動策略
- 肆、具體行動方案
- 伍、至2012年可達成之觀光效益
- 陸、結語



壹、前言

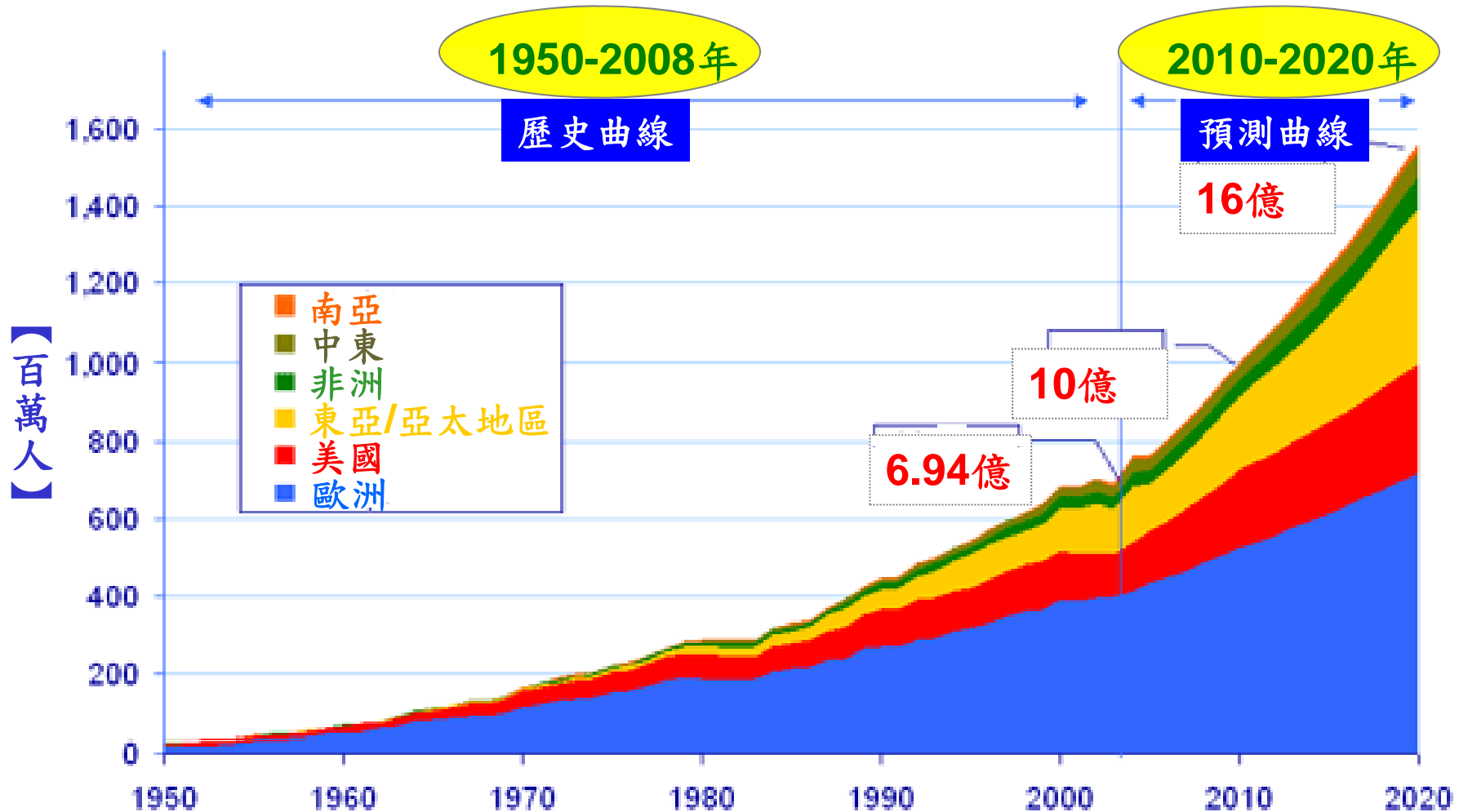
在金融海嘯襲捲全球下，台灣的科技產業亟需轉型。行政院規劃運用ICT產業之厚實基礎及優勢，協助六大新興產業增值提升，並於2009年4月9日通過「觀光拔尖領航方案」，期以「觀光」串連精緻農業、醫療照護、文化創意，以開創產業新契機，提供民眾更美好的生活藍圖，讓全世界看見台灣所有的美好價值。



貳、現況研析

一、觀光發展現況

(一) 全球觀光市場概況



資料來源：UNWTO, 2009 : Tourism 2020 Vision

區域 \ 年份	基準年	預測年期(億人次)		市場規模(%)		平均年成長率(%)
	1995	2010	2020	1995	2020	1995-2020
全球	5.65	10.06	15.61	100	100	4.1
歐洲	3.36	5.27	7.17	59.8	45.9	3.1
亞太	0.81	1.95	3.97	14.4	25.4	6.5
美國	1.1	1.9	2.82	19.3	18.1	3.8
非洲	0.2	4.7	7.7	3.6	5.0	5.5
中東	0.14	0.36	0.69	2.2	4.4	6.7
南亞	0.04	0.11	0.19	0.7	1.2	6.2

資料來源：UNWTO, 2009 : Tourism 2020 Vision

(二) 台灣觀光市場概況

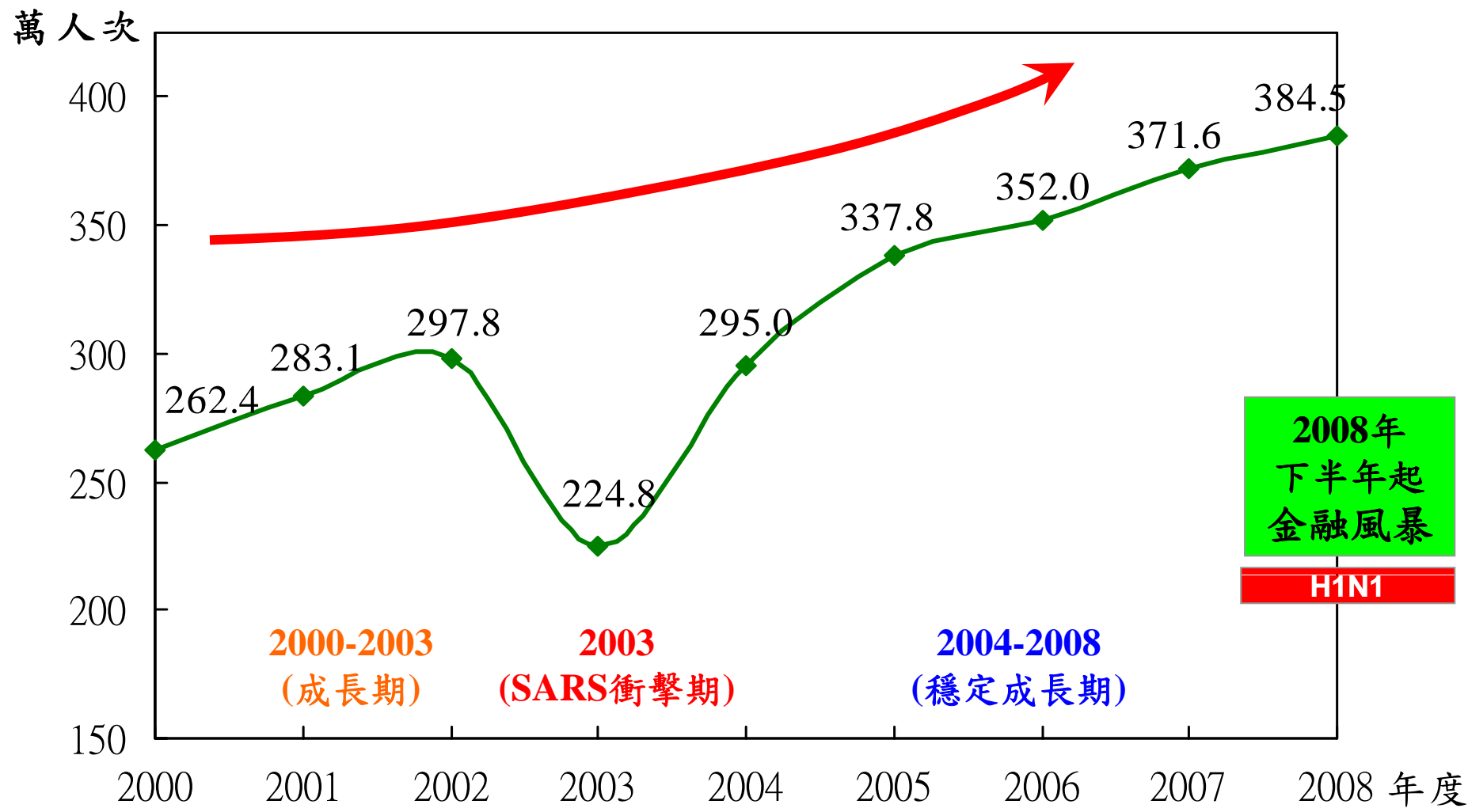
2008年台灣在亞太市場表現亮眼

	規模 (百萬人次)	成長率(%)		
		全年	上半年	下半年
全球	924	1.8	5.4	-1.3
亞太地區	188.3	1.6	6.3	-2.8
東北亞	104.7	0.4	6.0	-4.6
東南亞	61.8	3.6	7.2	0.1
台灣	3.9	3.5	5.6	1.5

資料來源：UNWTO, 2009 : Tourism 2020 Vision

來台旅遊人數成長穩定

2000年262.4萬人次
2008年384.5萬人次(成長46.53%)
2009年1-9月316.6萬人次(成長11.54%)



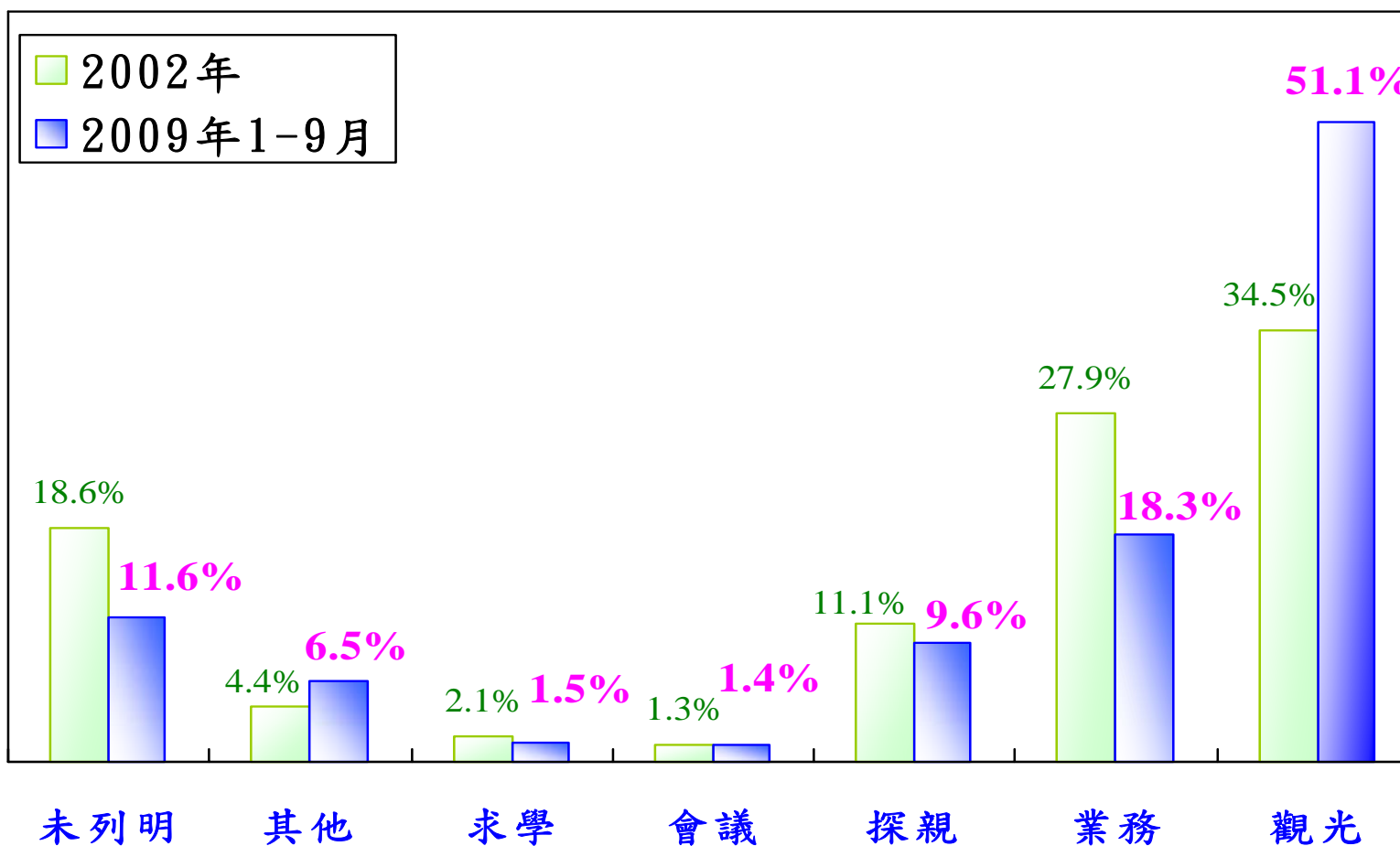
來台觀光目的比例 突破5成

2002年102.86萬人次(佔34.54%)

2008年177.5萬人次(佔46.17%)

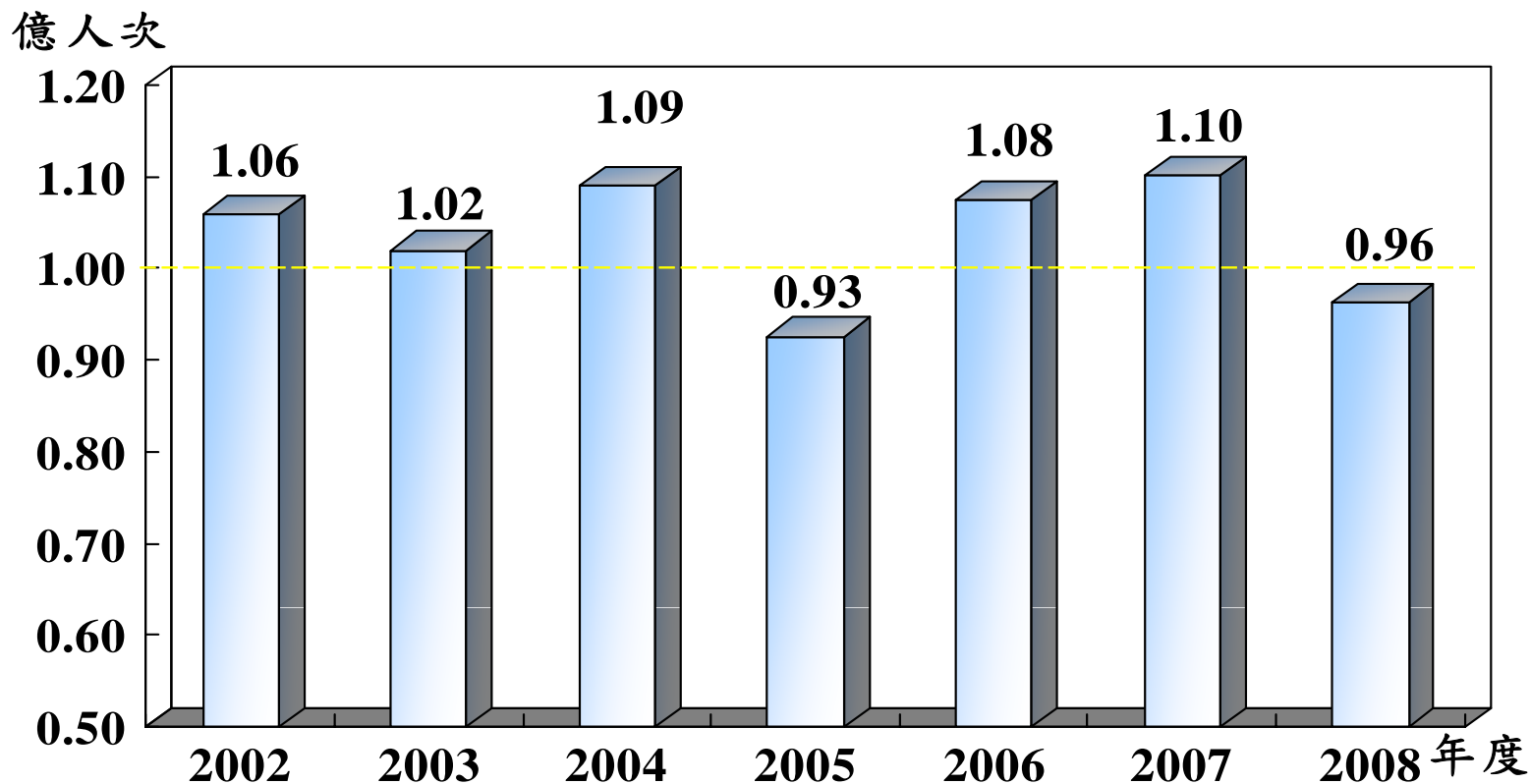
2009年1-9月觀光目的161.9萬 (佔51.13%)

【2002年及2009年1-9月來台旅客各目的別比例圖】



國民旅遊市場成長趨緩

自2002年1.06億人次
至2008年0.96億人次(負成長9.5%)



- 民眾利用國定假日、週末或星期日從事國內旅遊比例(約7成4)
- 當日來回比例增加(約6成9)
- 平均旅遊1.51天 每人每次消費 1,915元

(三) 台灣觀光產業概況

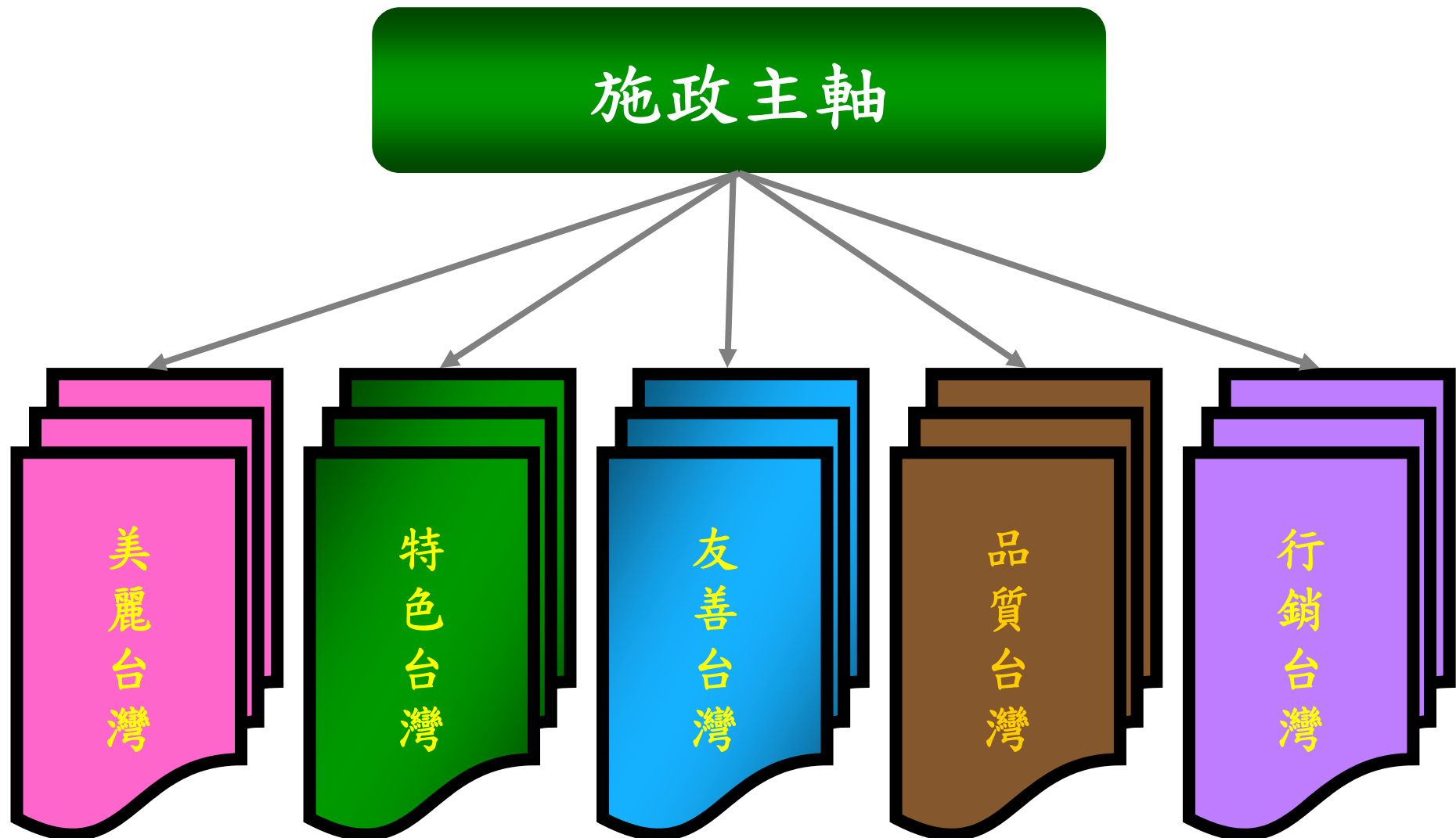
旅行社	綜合 87家(分公司303家)	34,268 人 (含導遊、領隊)
	甲種1,926家(分公司337家)	
	乙種 138家(分公司 10家)	

觀光旅館	94家 22,022間房	20,582 人
一般旅館	2,672家 106,201間房	37,551 人
	(可接待國際旅客474家 38,592間房)	
民宿	2,881家 11,203間房	2,881 人

觀光 遊樂業	24家	4,964 人
-----------	-----	---------

**10
萬**

二、現階段5大施政主軸



(一) 美麗台灣

- **核心主軸**：由「點」、「線」呈現風景區「面」新風貌
- **發展策略**：減量原則、維護生態、環境優先、便利遊客
- **主要推動作法**：
 1. 整備環島重點旅遊線
 2. 舊景點、新意象—地方重要景點風華再現

1. 整備環島重點旅遊線

以「減量原則、環境優先、國際水準、便利遊客」為原則，辦理旅遊線景點及景觀整建工作

套裝旅遊線的遊客量
2008年3,727萬人次，
與2003年相較，成長
76.14%，創造觀光產
值約新台幣745億元



北部海岸旅遊線執行成果

福隆火車站外觀



舊草嶺隧道轉型



台2線違建拆除



2. 舊景點、新意象—地方重要景點風華再現



黃金博物館周邊改善

透過補助方式
與地方政府合作，讓這些民眾熟悉的地方
呈現新丰采



南投太極峽谷



台東森林公園



八卦山大佛區



高雄旗津

(二) 特色台灣

- **核心主軸**：從發展主題產品著手，鎖定熱門話題，包裝優勢產品
- **發展策略**：
 1. 包裝有競爭力的觀光產品
 2. 彰顯其獨特性、炒熱話題
- **主要推動作法**：
 1. 將相關部會主導之旅遊產品包裝為優勢旅遊產品
 2. 觀光局開發創新旅遊產品

將相關部會主導之旅遊產品包裝為優勢旅遊產品

農業觀光



生態旅遊



文化學習之旅



原住民文化



青年自助旅遊



醫療保健旅遊



觀光局開發創新旅遊產品

登山健行產品



吸引奧地利
ASI Wanderreisen
來台16天、每人團費16萬元

沙龍攝影&蜜月旅行



98年5月
愛戀台灣101求婚活動

銀髮族懷舊之旅

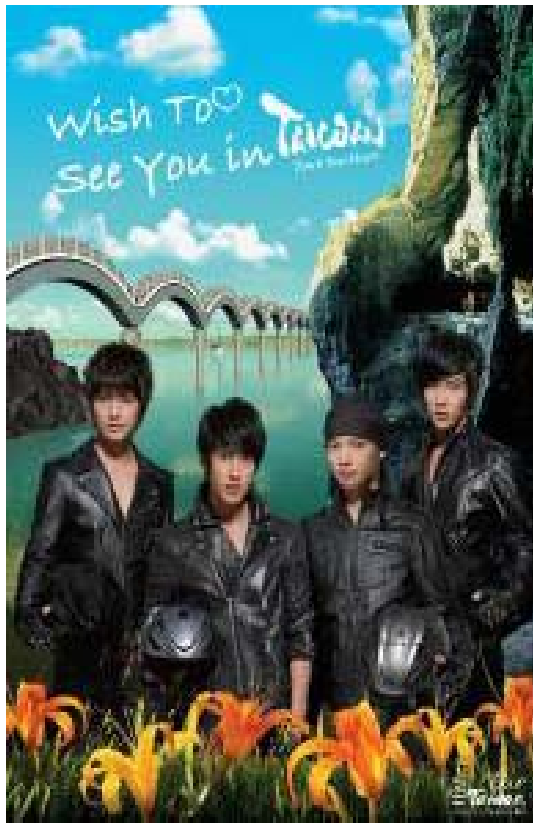


推出平溪鐵道懷舊之旅

追星哈台旅行



歌迷感謝信



運動旅遊



98年9月
自行車環台活動

溫泉美食旅遊



(三) 友善台灣

- **核心主軸**：從旅客角度思考，提供便利的導覽解說資訊與產品
- **發展策略**：旅客從規劃旅程開始，到遊程結束，都能得到便利的資訊、感受親切的服務
- **主要推動作法**：
建置全方位旅遊資訊服務網

■ 建置全方位旅遊資訊服務網

- 1.輔導業者營運臺灣觀光巴士旅遊產品計33條，提供各大都市飯店與鄰近重要風景區之交通接駁及旅遊服務。（4成為國際旅客）
- 2.輔導地方政府與相關單位於機場、火車站等重要交通節點建置統一識別標誌「i」系統旅遊服務中心，提供多語文專人旅遊諮詢服務。（已有106處）
- 3.輔導地方政府於外籍觀光客出入頻繁都會地區建置地圖導覽牌，提供中、英對照觀光旅遊資訊。（204個）



4.建置中(繁/簡體)、英、日、韓、荷、法等6種語文版「臺灣觀光資訊網」
(<http://taiwan.net.tw>)

5.與中華電信合作設置中、英、日、韓等4種語文，24小時免付費觀光諮詢熱線
(call center) 0800-011-765

6.印發全國性「臺灣觀光交通路網圖」摺頁、區域性「北、中、南、東臺灣觀光地圖」摺頁提供免費索取

7.獎勵觀光業者設置特殊語文(日、韓文)服務，包括指示標誌、導覽解說牌、廣播等，補貼50%製作費，每家最高30萬元



(四) 品質台灣

- **核心主軸**：從服務品質著手，利用輔導、訓練與評鑑的方式，提升住宿與第1線服務人員水準
- **發展策略**：讓旅客住得滿意、感受貼心與專業的服務，就能提高滿意度
- **主要推動作法**：
 1. 提升一般旅館品質
 2. 輔導訓練觀光從業人員

1. 提升一般旅館品質

台北新驛旅店



- 專家諮詢輔導
- 貸款利息補貼
- 補助設計規劃費
- 研習訓練輔導
- 鼓勵其自行更新
- 自2004至2009年8月輔導278家旅館，約18,102間客房改善設施

台北新尚旅店



2.觀光從業人員輔導訓練計畫

- 訓練對象：旅行業經理人、導遊、領隊、旅館業從業人員、計程車駕駛、遊覽車駕駛、餐廳從業人員等觀光接待人員
- 訓練內容：專業知識、執業技能、基礎外語、禮儀、服務觀念等訓練



【導遊職前訓練】



【邀請國際大師Chuck Gee開講】



【接待大陸旅客現職導遊實務研討會】

(五) 行銷台灣

- **核心主軸**：多元開放 全球佈局
- **發展策略**：定位觀光局為台灣觀光經銷商，集中火力針對各市場需求，靈活運用各種通路與宣傳推廣手法強力行銷
- **主要推動作法**：
 1. 不散彈打鳥－針對各目標市場研擬策略
 2. 多元創新宣傳及開發新通路
 3. 以大型公關及促銷活動創造話題凝聚焦點
 4. 推出優惠獎勵或補助措施

(一)不散彈打鳥—針對各目標市場研擬策略

既有市場

日韓市場

以飛輪海為代言人
與日本4大組團社
合作旅客招攬計畫



港星馬市場

以蔡依林及吳念真
為代言人
以多面台灣為訴求



歐美市場

聘請公關公司
加強通路佈局
與國際媒體合作



新興市場

鎖定大陸、東南亞新富階級、穆斯林
林等市場，舉辦踩線(熟悉)說明會



(二) 多元創新宣傳及開發新通路

1. 佈建海外經銷網

建立10個駐外辦事處績效責任制

2. 創新行銷通路：



香港地鐵站廣告



倫敦計程車車體廣告



德國大型戶外廣告

3.與國際知名品牌及媒體合作

與National Geographic
進行雙品牌行銷

與Discovery合作製播
瘋台灣節目

FASCINATING TAIWAN

Watching "Megacities Taipei" & "Inside: The Emperor's Treasure" produced by National Geographic Channel gives you the inside stories of "fascinating Taiwan".

MEGACITIES: TAIPEI

What is the source of Taipei's 24-hour vibrant energy? How does Taipei TM, the world's tallest building, maintain peak performance? How do Taipei's culture and cutting-edge semi-conductor industry relate? Find out in Megacities Taipei.

INSIDE: THE EMPEROR'S TREASURE

Inside The Emperor's Treasure takes viewers on a journey into a mysterious cave and a treasure trove within the National Palace Museum. Cutting-edge science combined with centuries-old techniques are used to preserve and display the ancient artifacts. In addition, the exclusive surveillance network and precision control systems of the Museum will be revealed in the global edition.

TO BOOK YOUR TRIP TO TAIWAN, PLEASE CONTACT THE TOUR OPERATORS BELOW:

ALLIANCE TRAVEL 626-6141626 www.alliancetravel.com	GRAND HOLIDAYS 600-088-3333 www.grandholidays.com
AMERICA ASIA TRAVEL CENTER 626-577-7888 www.americasiam.com	TRAVEL VACATIONS 408-451-3888 www.travelvacations.com
UNITED VACATIONS 800-288-7178 www.usa.com/taiwan/	HAPPY HOLIDAY TOURS 212-689-7900 www.happyholidaytour.com
HEREDEN TOURS 726-380226 www.hereden.com	CELEBRITY TOUR & TRAVEL INC. 718-520-8888 www.celebritytour.com
GOVINT TRAVEL INC. 900-281-8828 www.govint.com/taiwan/	PACIFIC HOLIDAYS 212-629-3888 www.pacificholiday.com
CHOICEST HOLIDAY INC. 650-289-9999 www.choicest.com	ASIA PACIFIC TRAVEL LTD 847-251-9400 www.asiapacific.com
SILVERWY TRAVEL 800-698-1100 www.silverwy.com/	ASIA CLASSIC TOURS 800-717-7152 www.asiaclassictours.com
LUSSEN TOURS 415-421-2071 www.lussen.com/	

FOR MORE INFORMATION, PLEASE CONTACT A TTS AGENT:

SAN FRANCISCO 1-415-399-9677 info@ttsusa.com	LOS ANGELES 1-213-389-1198 tts@pacadell.net	NEW YORK 1-212-867-4633/4 ny@ttsusa.com
---	--	--

NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL
Think again.

Tour Taiwan
2008-2009 BEST BUY

FASCINATING TAIWAN
NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL
Think again.

Tour Taiwan
2008-2009 BEST BUY

travel living
旅遊生活頻道

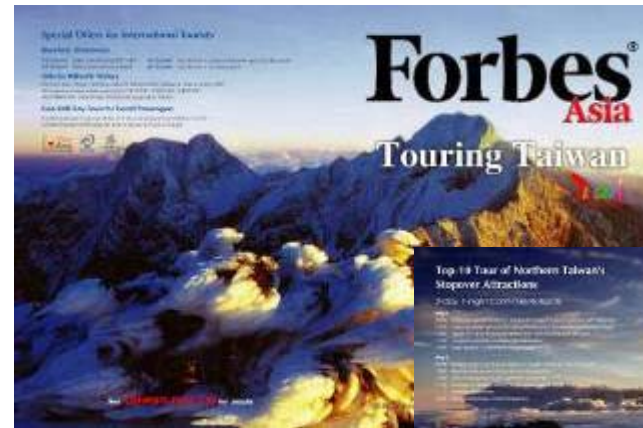
有請老外瘋台灣
導遊 Janet 帶頭玩!

全新一季「瘋台灣」今晚8點鐘播。新一季的瘋台灣，Janet將帶著團隊，用幽默感與大小鮮活的實景畫面，帶你透過幽默的導遊女人，帶你進入品社酒、帶你走入歌壇、帶你進入設計宅邸、帶你進入台灣的文化、帶你進入情人特賞、設計專屬的玩賞行程！看Janet如何帶給你新情、發現新鮮料如何一起登上台灣！

NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL
Think again.

Tour Taiwan
2008-2009 BEST BUY

與Forbes雜誌合作

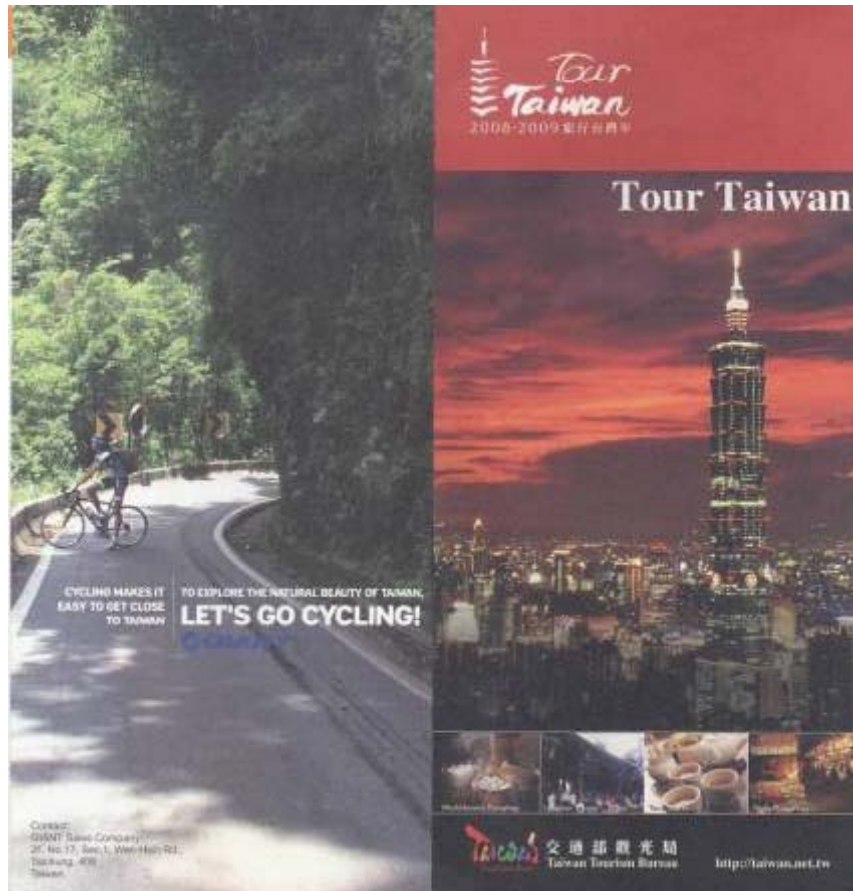


與Monocle雜誌合作創意宣傳



4.加強異業結盟

與「捷安特」合作，利用其位於英德法荷2,000處銷售據點，置放台灣旅遊文宣並播放觀光宣傳影帶



(三)以大型公關及促銷活動創造話題凝聚焦點



台灣燈會
(98年2月)

吸引300萬遊客參觀，100名國際媒體採訪



飛輪海國際歌友會
(98年2月)

吸引日韓港星馬3,600名歌迷參加
觀光收益逾1億元



經穴按摩推廣活動
(98年4月)

吸引日韓馬及其他共350位旅客參與，44家國內外媒體採訪



婚紗攝影旅遊－愛戀101求婚

(98年5月)

招攬130組港星馬旅客來台，
讓優勝者現場實現其創意誓言，
引起網路及媒體矚目

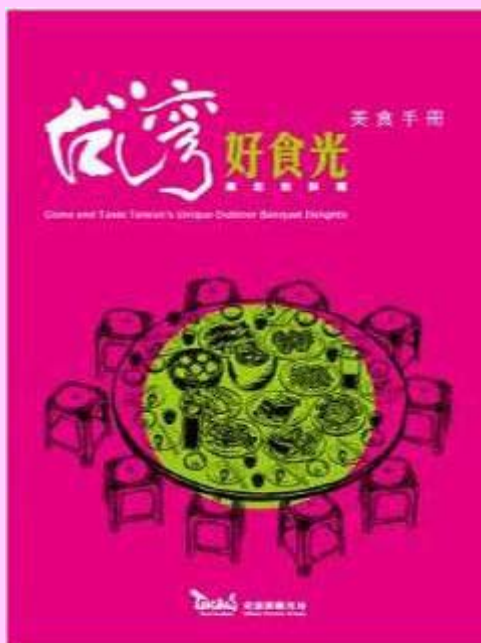


多元台灣－旅遊達人遊台灣

(98年6月)

- 徵求旅遊達人親身體驗台灣旅遊，運用口語傳播及文字暨影音部落格行銷。共吸引1,123組來自5大洲43個地區旅遊玩家報名，超過100萬人投票，近6萬人觀看影片，近4千則留言迴響





美食之旅—來去台灣吃辦桌活動

(98年8月)

吸引58位國際媒體及700多名國際旅客來台，將主要觀光景點未受八八水災影響之訊息，在第一時間傳遞出去，帶動台灣辦桌美食文化。



運動旅遊—台灣騎跡2009鐵馬自由行

(98年9月)

98年9月28日至10月2日，與台灣自行車產業及航空公司合作，邀請500名國際旅客來台體驗5條騎乘路線，包括台北淡水八里、南投日月潭、花蓮七星潭、台東池上及屏東大鵬灣。

(四)推出優惠獎勵或補助措施

- ◆四季好禮大相送
- ◆過境半日遊
- ◆百萬旅客獎百萬
- ◆包機補助
- ◆外籍郵輪彎靠補助
- ◆分攤廣告經費補助
- ◆獎勵推出優質行程
- ◆開發大型公司行號獎勵旅遊
- ◆獎助接待修學旅行學校



四季好禮



2009年
第300萬
幸運旅客



獎勵旅遊



修學旅行



分攤廣告獎助

參、推動策略

一、發展藍圖與期程

掌握大三通航線增班及未來延遠權拓展之新契機，
規劃推動觀光拔尖領航方案，打造觀光新願景



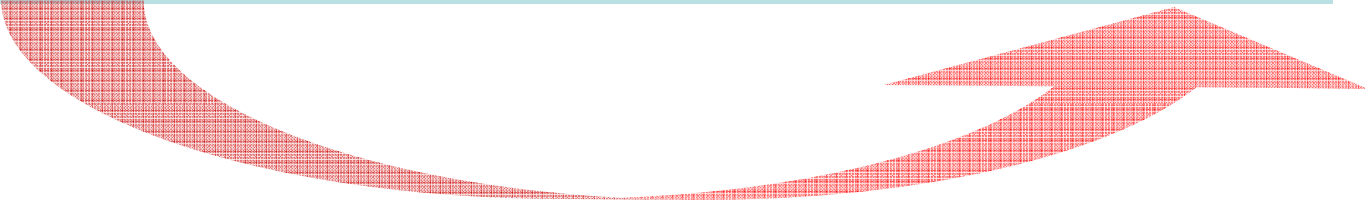
(一)檢視台灣觀光市場現況，定位未來發展方向

年別	觀光外匯收入 (新台幣億元)	國人國內旅遊 (新台幣億元)	整體觀光收入 (新台幣億元)
97	1,871	1,842	3,713
96	1,712	2,193	3,905
95	1,651	2,243	3,894
94	1,585	1,926	3,511
93	1,340	2,478	3,818
92	1,015	2,181	3,196
91	1,585	2,368	3,953

- 國際觀光逐年成長，國內觀光已進入成熟期，產值提升較為有限。

(二)各客源市場來台人次現況及未來4年來台人次預估

國家或地區	97年	98年	99年	100年	101年
日本	1,086,691	1,090,000	1,100,000	1,200,000	1,260,000
韓國	252,266	220,000	240,000	270,000	290,000
中國大陸	329,204	700,000	1,000,000	1,200,000	1,500,000
港星馬	979,899	980,000	1,020,000	1,100,000	1,180,000
歐美紐澳	656,666	610,000	640,000	690,000	720,000
其他	540,461	500,000	500,000	540,000	550,000
總計	3,845,187	4,100,000	4,500,000	5,000,000	5,500,000



(三)設定台灣觀光產業發展目標

先進觀光國家及亞洲鄰國2007年觀光外匯收入佔G D P 比例

	國家	觀光外匯收入 (美金百萬)	GDP (美金十億)	觀光外匯收入 佔GDP比例
WEF 2009年 觀光競爭力前 10名	瑞士	12,182	427	2.85%
	奧地利	18,887	371	5.09%
	德國	36,029	3,321	1.08%
	法國	54,228	2,594	2.09%
	加拿大	15,486	1,436	1.08%
	西班牙	57,795	1,440	4.01%
	瑞典	12,002	455	2.64%
	美國	96,712	13,808	0.70%
	澳洲	22,298	909	2.45%
	新加坡	8,664	161	5.37%
亞洲鄰 國	日本	9,334	4,382	0.21%
	韓國	5,797	970	0.60%
	中國	37,233	3,280	1.14%
	泰國	15,573	245	6.35%
	香港	13,776	207	6.65%
	馬來西亞	14,047	187	7.52%
	台灣	5,137	383	1.34%

- 2007年台灣觀光外匯收入達51億美金 (2008年56億美金)
- 觀光外匯收入佔GDP比例為1.34%，優於美、加、德、日、韓、中
- 2012年挑戰觀光外匯收入
 - 90億美金
 - 佔GDP比重超過2%

➤**資料來源：WEF，2009

二、創新策略

策略1

深化老市場老產品
開發新市場新產品

- 增加旅客人數(come more)
- 延長停留天數(stay longer)
- 提高每人每日消費(spend more)

策略2

發揮區域特色
包裝集客旅遊產品

- 明確區域定位及發展方向
- 整合資源配置及投資
- 強化旅遊產品市場區隔

策略3

改善支撐系統
加強服務深廣度

- 突顯觀光特色及吸引力
- 旅遊服務介面友善化
- 觀光從業人員素質優質化

策略1

深化老市場老產品、開發新市場新產品

		老產品	新產品
老市場	日	登山、追星哈台、鐵道、修學旅行	懷舊之旅、生活美學、MICE、精緻美食
	韓	登山、追星哈台、高爾夫	生活美學、MICE
	港星馬	蜜月攝影、休閒農業、夜市小吃	生活美學、MICE、精緻美食
	歐美	文化宗教之旅、生態旅遊、登山健行	中文學習、慢遊、禪修、MICE 生活美學
新市場	大陸	環島旅遊	分區深度旅遊、MICE、精緻美食、醫療保健、休閒度假產業深度化
	穆斯林	休閒農業	文化旅遊、主題遊樂園、市區觀光購物
	東南亞5國新富階級		精緻美食、購物、主題遊樂園、休閒度假產業深度化、醫療保健、高爾夫旅遊

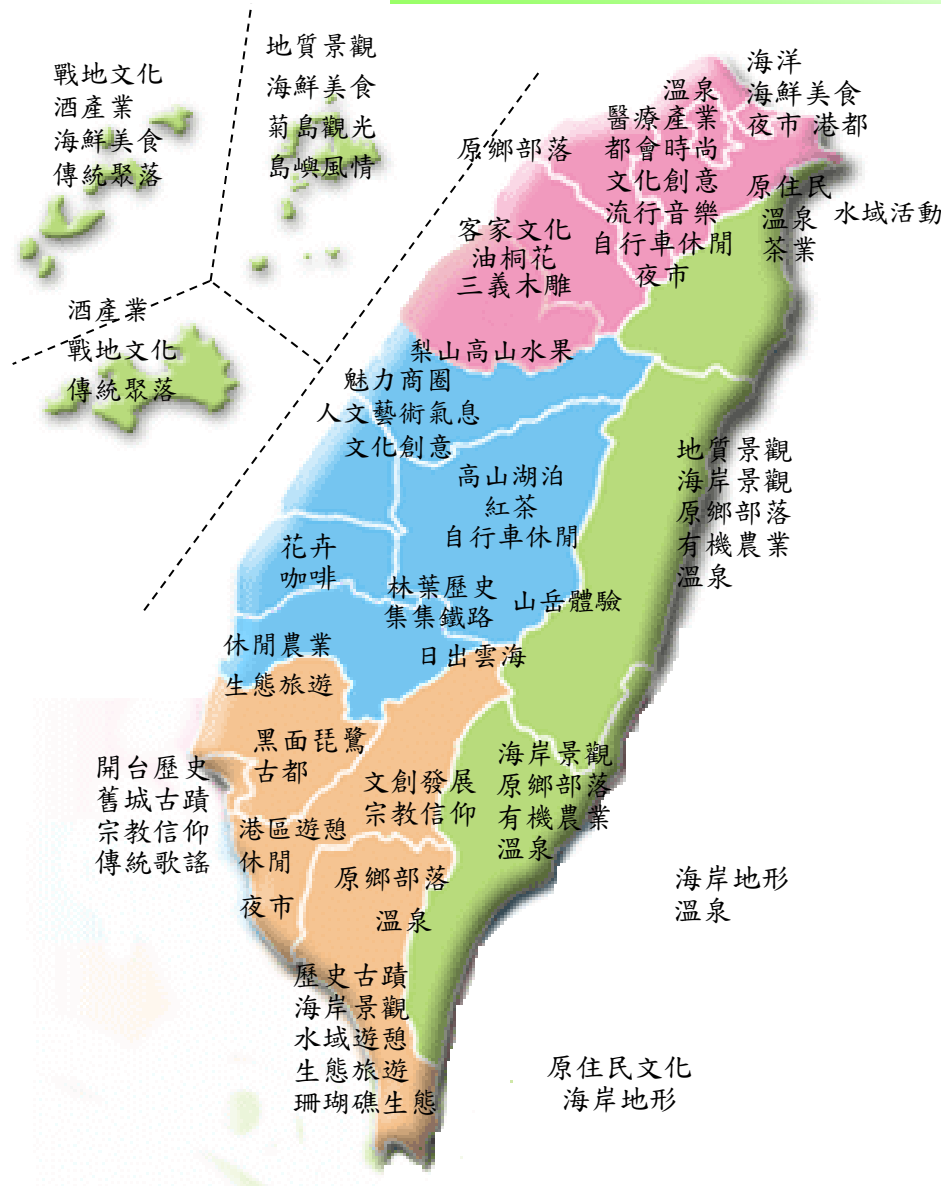
來更多

花更大

停更久

策略2

發揮區域特色，包裝立竿見影產品



北部地區：生活及文化的臺灣

- 華人文化藝術重鎮 (含時尚設計、流行音樂)、時尚都會、自行車休閒、客家及兩蔣文化

中部地區：產業及時尚的臺灣

- 茶園、咖啡、花卉、休閒農業、林業歷史、森林鐵道、自行車休閒、文化創意

南部地區：歷史及海洋的臺灣

- 開台歷史、舊城古蹟、宗教信仰、傳統歌謠、原住民文化

東部地區：慢活及自然的臺灣

- 鐵馬+鐵道旅遊、有機休閒農業、南島文化、鯨豚生態、溫泉養生

離島地區：特色島嶼的臺灣

- 澎湖-國際度假島嶼
- 金馬-戰地風情、民俗文化、聚落景觀

不分區：多元的臺灣

- MICE、美食小吃、溫泉、生態旅遊、醫療保健

策略3

改善支撐系統，加強服務深度與廣度

(1) 檢視資源面及市場面課題→突顯觀光特色及吸引力

資源面

- 旅遊資源整合不足
- 觀光景點特色不明顯
- 國際化及友善度不足

市場面

- 台灣觀光形象需再強化
- 引進國際客源，平衡離尖峰差異

突顯觀光特色及吸引力

(2) 產業與人力改善 → 服務介面友善化、人員素質優質化

產業面

- 產業質量宜再提升與國際接軌
- 旅遊服務品質與消費者期待有落差

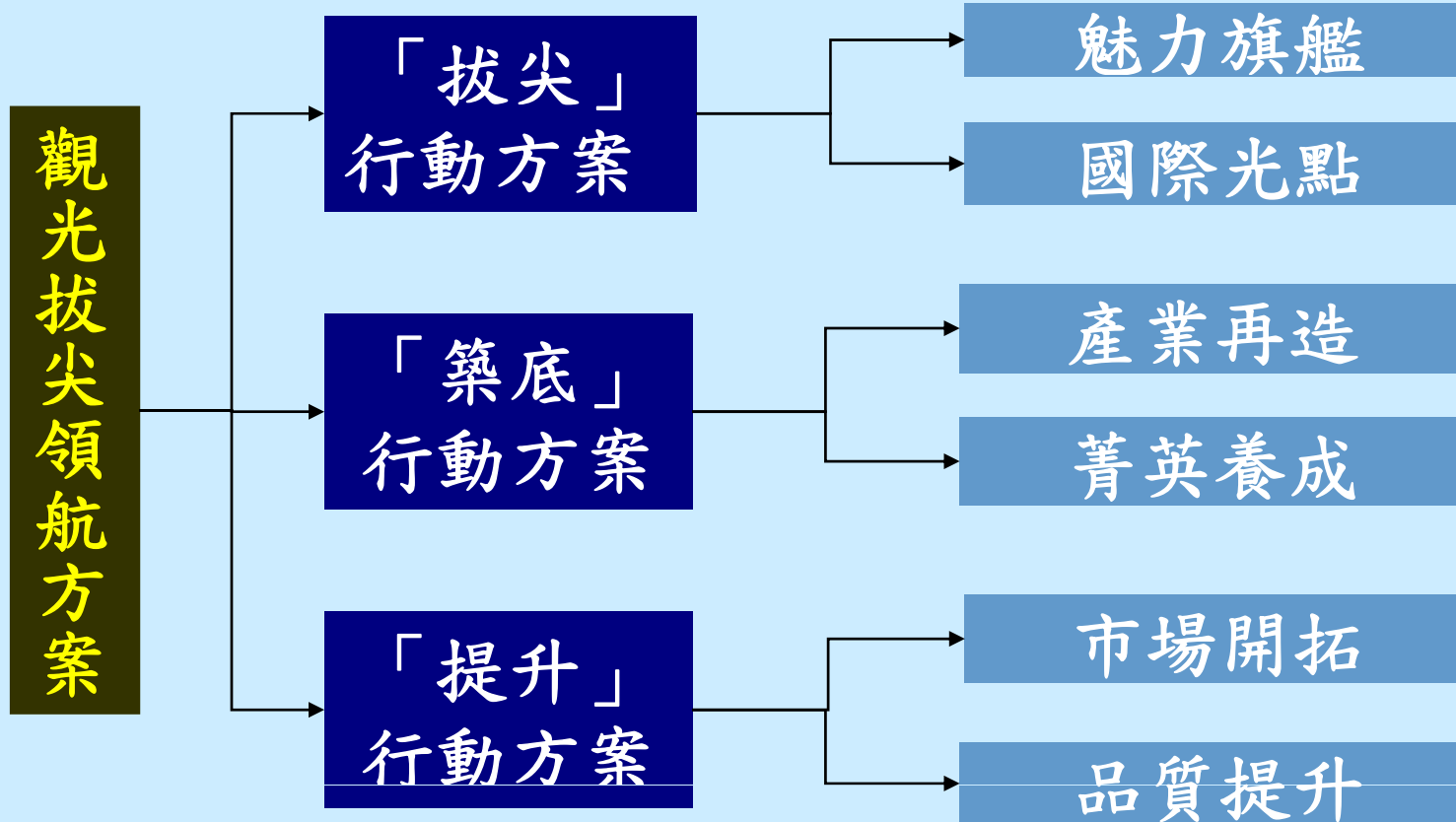
人力面

- 服務素質待提升與國際接軌
- 行政體系國際行銷人力不足，人員聘僱及經費缺乏彈性

服務介面友善化
人員素質優質化

肆、具體行動方案

行政院4月9日院會觀光拔尖領航方案，8月24日核定行動計畫



2009-2012年總經費新台幣300億元

■ 完成各項要點法制作業：

7 個新(修)訂實施要點、作業要點或獎補助要點，已於10月中旬全數核定公告實施，受理申請中。

■ 凝聚產官學界共識，加強宣傳：

持續邀請產官學界參與座談，凝聚共識；並配合各項行動計畫推展過程，適時發布新聞稿、刊登專題報導、製作星級旅館評鑑宣導文宣、影片及廣告、出版【觀光拔尖領航方案宣傳手冊】等，加強各界對本方案的了解與支持。



(一) 拔尖行動方案



魅力旗艦、國際光點，
發揮台灣立足國際之觀光優勢。

行動方案/主軸	行動計畫	推動重點	推動進度	
<p style="text-align: center;">拔尖 (發揮優勢) 行動方案</p>	<p style="text-align: center;">魅力 旗艦</p>	<p>1-1 <u>區域觀光 旗艦計畫</u></p>	<p>由上而下(top-down)指導型 發展5大區域觀光旗艦計畫， 重新定位北、中、南、東 及離島之分區發展主軸</p>	<p>總顧問委辦案9月29日開 標，預計99年5月完成5 項區域觀光旗艦計畫</p>
		<p>1-2 <u>競爭型國際 觀光魅力據 點示範計畫</u></p>	<p>由下而上(bottom-up)競爭型 輔導地方政府創造10處國際 魅力景點，每案以3億元為上 限，進行2年觀光環境整備</p>	<p>第一階段已於5月23日 評選出5案</p>
		<p>1-3 <u>觀光景點 無縫隙旅 遊服務計 畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • 輔導地方政府推動10處無縫 隙旅遊服務 • 輔導台灣觀光巴士旅遊產品 • 運用科技發展各種友善國際 旅客之加值服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 已於8月27日評選10處 • 已推出台鐵+觀巴套票
	<p style="text-align: center;">國際 光點</p>	<p>1-4 <u>國際光點 計畫</u></p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 深化觀光內涵，每年評選5 案(北、中、南、東、不分 區各1案)具國際級、獨特性 、長期定點定時、可吸引國 際旅客之產品 • 與2010花博、2011世界設計 大會、建國100年等大型活 動結合，行銷台灣 	<ul style="list-style-type: none"> • 行政院觀光發展推動委 員會已成立專案小組推 動 • 獎助要點已於10月核定

競爭型國際魅力十大據點示範計畫 第1階段入選5項計畫



臺北縣政府

台北縣水金九地區
國際觀光魅力據點
發展整合計畫



臺北市政府

歷史體驗·儒道發光
-台北市孔廟史城區
觀光再生計畫



臺中市政府

綠·園·道-
都會綠帶再生



屏東縣政府

恆春古城-
看見屏東之美

彰化縣政府

工藝薈萃、追求極致-
鹿港魅力再現



觀光景點無縫隙旅遊服務計畫 10大入選計畫



桃園縣政府

兩蔣文化園區

宜蘭縣政府

礁溪、羅東地區



新竹縣政府

北埔、峨眉、獅山

花蓮縣政府

太魯閣、縱谷地區



苗栗縣政府

南庄地區

南投縣政府

日月潭、溪頭地區



嘉義市政府

嘉義市、阿里山地區

台東縣政府

縱谷、市區



臺南市政府

府城、安平、臺江

屏東縣政府

墾丁地區



(二) 築底行動方案



產業再造、菁英養成，
培養觀光產業與國際接軌之競爭力。

行動方案/主軸	行動計畫	推動重點	推動進度
<p style="text-align: center;"> 築底 (培養競爭力) 行動方案 </p> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; background-color: #e0f2f1;"> <p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright; font-size: 24px; font-weight: bold;">產業再造</p> </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; background-color: #e0f2f1;">  </div> </div>	<p>2-1 <u>振興景氣再創觀光產業商機計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> •獎勵觀光產業升級優惠貸款之利息補貼 •協助旅行業復甦 	<ul style="list-style-type: none"> •至8月底已輔導79件貸款(總額33餘億元),利息補貼22件(平均每年1133萬餘元) •至8月底已輔導45件貸款案(總額1.2億元),利息補貼140萬元
	<p>2-2 <u>觀光遊樂業經營升級計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> •獎勵督導考核競賽優良業者(名次為前1/3且屬列特優等、優等),發給獎金 •補助提升服務品質事項 	<ul style="list-style-type: none"> •升級獎勵補助要點已於10月核定公告受理申請
	<p>2-3 <u>輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> •星級旅館新(已)加入國際或本土品牌連鎖旅館所支出之相關費用,最高500萬元 	<ul style="list-style-type: none"> •輔導要點已於9月核定,配合星級旅館評鑑於9月實施,將自99年開始受理申請
	<p>2-4 <u>獎勵觀光產業取得專業認證計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> •獎勵取得ISO、HACCP、旅館業環保標章、綠建築標章、5S或防火標章等相關認證,最高500萬元 	<ul style="list-style-type: none"> •獎勵要點已於9月核定公告受理申請 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">      </div>
	<p>2-5 <u>海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> •鼓勵開發創新產品且販售者,分攤所需宣傳推廣促銷費用50%以下(不含) 	<ul style="list-style-type: none"> •獎勵要點已於9月核定公告受理申請

行動方案/主軸	行動計畫	推動重點	推動進度
---------	------	------	------

築底
(培養競爭力)
行動方案

菁英養成

2-6

觀光從業
菁英養成
計畫

1. 國外受訓：(原則每年100名)

(1) 旅館業及觀光旅館業(原則40名)：團送如瑞士旅館管理大學、新加坡塞思酒店與休閒管理學院、澳洲國際旅館管理大學、藍帶學院等知名學校，為期10-40天專業訓練課程

(2) 觀光遊樂業：團送參加迪士尼管理學院開辦20人以上專業訓練

(3) 大專教師、旅行業(原則40名)：可報名團送或自行選洽出國訓練

2. 國內訓練：(人數不限)

(1) 補助 觀光院校或相關協會 開辦觀光產業高階領導課程或國際專題研習營

(2) 辦理 國際大師開講 活動

1. 國外受訓

- 已委託迪士尼學院規劃專案課程，成為迪士尼學院在亞洲地區第一個政府合作對象
- 「交通部觀光局徵選觀光菁英赴國外訓練補助要點」已於10月核定

2. 國內訓練

- 旅行業中高階經理種子教師培訓課程：預定於11月推動(為期2個月)
- 國際大師開講：於8/26、9/1、10/27、11/12，共辦理4場

(三) 提升行動方案



市場開拓、品質提升，
增加觀光產業附加價值。

行動方案/主軸	行動計畫	推動重點	推動進度	
提升（附加價值）行動方案	市場開拓	<u>3-1</u> <u>國際市場開拓計畫</u>	深耕目標客源市場及開拓新興市場	配合建國100週年，已規劃【旅行台灣·感動一百】為未來2年之行銷主軸
	<u>3-2</u> <u>成立「台灣國際觀光發展中心」計畫</u>	突破行政機關缺乏彈性之組織編制，借重法人團體延攬國際專家及行銷、推廣、研發、訓練之專才	刻正規劃該中心組織成員及架構，將配合行政院組織再造期程，持續推動法制作業	
	品質提升	<u>3-3</u> <u>星級旅館評鑑計畫</u>	<ul style="list-style-type: none"> 為提供消費者選擇住宿依據，並與國際接軌。每3年辦理1次，分依「建築設備」及「服務品質」2階段評鑑，評定1-3星級及4-5星級 	<ul style="list-style-type: none"> 已委請台灣評鑑協會執行評鑑事務 預估98年受理400家申請
	<u>3-4</u> <u>民宿認證計畫</u>	<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵民宿經營者，通過「民宿認證訓練」及「專家實地評核」，頒發Taiwan Host認證標章 建置專屬網站、運用媒體加強宣傳 	<ul style="list-style-type: none"> 已組成推動小組，預定11月委外推動認證作業 	

伍、至2012年可達成之觀光效益

質化效益

發展國際觀光，增加外匯收入，提升國內旅遊品質

打造台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」

量化效益

創造商機

整體觀光收入 5,500億台幣

觀光外匯收入 3,000億台幣
(佔整體觀光收入比例由45%提升至55%)
國人國內旅遊 2,500億台幣

帶動就業

產業就業人口 40萬人次

直接就業人口 13萬人次
間接就業人口 27萬人次

吸引投資

民間投資總額 2,000億台幣

國際進駐

引進國際知名
連鎖飯店品牌 10個

國內觀光產業加碼投資：

1.投資興辦觀光遊憩設施：

共**35**件申請案，總投資額**646**億元，創造**11,852**個就業機會。

(1)觀光旅館業：**18**案，投資額**300**億元，**5,345**個就業機會。

(2)旅館業：**6**案，投資額**48**億元，**1,289**個就業機會。

(3)觀光遊樂業：**11**案，投資額**297**億元，**5,218**個就業機會。

2.籌建觀光旅館：共**55**家，**14,715**間房，總投資額**1,013**億元。

(近期另有雲品**40**億、晶華**50**億、福容**100**億)

3.促參案件:已簽約**20**件，推動中**6**件，總投資額**442.783**億元。

陸、結語

一、兩岸直航後，台灣將積極掌握大三通兩岸航線增班及未來延遠權拓展的新契機，推動「觀光拔尖領航方案」，以發展國際觀光、提升國內旅遊品質、增加外匯收入為重點，打造台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。

二、透過拔尖、築底、提升等3大行動方案，落實6大主軸及14項執行計畫，將重新定位5大區域之觀光發展主軸、創造具國際話題之獨特景點與旅遊服務、輔導觀光產業轉型升級與國際接軌、推出光點活動爭取國際曝光度及國際旅客來台意願，並強化國際觀光人才專業素質，以提升觀光產業競爭力及強化台灣觀光品質形象。

【討論題綱】

- 一、台灣觀光在文化歷史、原住民族、閩客傳統、山岳海洋、農業等資源多元豐富，如何透過跨業（跨部會）合作與支援，共同發展台灣觀光優勢與特色？
- 二、為強化國際人士來台旅遊誘因，台灣是否仍有簽證、入境或相關接待瓶頸待放寬或改善？可以如何改善？
- 三、第一線觀光接待人員的服務將帶給國際旅客對台灣的第一印象，如何讓學校教育與人員培養符合業界人才需求？
- 四、縣市政府如何運用及包裝自身特色與資源，並適度結合中央政策規劃，持續推動觀光發展？