

中華民國 108 年 10 月

建構整體交通網絡整合多元產業 提升觀光產值之探析 通案性案件調查研究報告

調查研究委員：蔡培村 江明蒼 楊美鈴 李月德 江綺雯 陳慶財
林盛豐 趙永清 瓦歷斯·貝林 方萬富 楊芳婉
協查調查研究：林 科 劉宜華 高惠君

序 言

我國來臺旅客人次連續3年突破千萬，且遊客數逐年小幅成長，然相對國際觀光產值卻是不升反降，國內觀光消費產值亦未隨人數成長而增加；又近3年（民國104—107年）觀光產值僅占GDP貢獻度平均約4.73%，形成千萬旅客訪臺，但消費卻降低之處境，更有部分旅遊景點遊客數呈現雪崩式下降，顯示我國觀光產業發展已亮紅燈、發展觀光產業不能單打獨鬥，除便捷安全的交通路網外，觀光的內涵同等重要，行政院應澈底檢視國內觀光環境，藉由跨部會合作，整合政府資源，同時強化觀光深度、加強國際行銷、推動體驗旅遊，讓旅客感受臺灣豐富文化內涵，促使臺灣觀光產業發展轉型，提升觀光競爭力，以達永續發展之目標。為了解觀光產業發展全貌，本院特成立調查研究小組，進行通案性案件調查研究，冀從政策面、執行面、法令面中瞭解各相關主管機關對於觀光推廣之作為與措施，及實務上窒礙難行之處，並探討問題癥結和執行成效，促使機關面對問題，籌謀有效因應對策，發揮臺灣獨有的在地產業優勢，讓觀光旅遊不只帶來產值，也能發揮社會力、就業力及國際競爭力，使觀光產業永續經營。

本調查研究，共提出18點之結論及建議，期許政府整合觀光資源提升國際競爭力；透過便捷交通網絡發展觀光基石；完備機場設施，亮眼臺灣門戶；發展郵輪觀光與休閒漁港多元價值；豐富觀光資訊網絡，完備觀光資料庫；形塑城鄉多元文化之旅；善用文化軟實力，行銷我國民俗文化；友善旅遊環境，滿足多元需求；培訓頂尖觀光人才，成為行銷臺灣舵手，進而帶動觀光產業之蓬勃發展。

為完成本調查研究報告，除蒐集研析相關文獻及相關資料



外，並函請行政院、交通部、經濟部、文化部、行政院農業委員會、原住民族委員會及交通部觀光局等主管機關提供相關資料；舉行諮詢座談會議，聽取專家學者之建言及意見；另外為了解地方主管機關實際辦理及工作情形，調查研究小組親赴交通部觀光局所屬北海岸暨觀音山國家風景區管理處、馬祖國家風景區管理處、日月潭國家風景區管理處、東部海岸國家風景區管理處、茂林國家風景區管理處轄區等地，聽取主管人員之簡報及舉行座談，且前往國外考察拜會相關單位，以汲取國外相關單位之工作經驗與心得；嗣依據上開所得資料與相關之中央主管機關主管人員進行座談，共同探討相關課題，報告收錄及整理內容，相當寶貴及豐富。本調查研究報告內容，已函請行政院轉知所屬參考。為利關心我國觀光產業發展之各界先進研究及探討相關議題之便，乃決定出版專書，俾供各界參考，並期待拋磚引玉，讓各界關心我國觀光產業之人士，賡續研究相關議題，進而持續提升與健全我國觀光產業之發展。

本調查研究報告得以順利完成，特別感謝拾己寰教授（國立臺中教育大學文化創意產業設計與營運系）、中華民國旅館商業同業公會全國聯合會、臺灣民宿協會、中華民國旅行商業同業公會全國聯合會、中華民國旅行業品質保障協會、臺灣入境旅遊協會、中華觀光人力資源暨資訊發展學會提供專業之諮詢座談意見，並感謝上開各相關主管機關提供之資料或意見，以及外交部暨駐泰國臺北經濟文化辦事處之費心協助。

通案性案件調查研究委員

蔡培村
方萬富
李月德
林成堂
陳震財
譚永青
江明蒼
楊芳妮
孫其明



目次

壹、題目：「建構整體交通網絡整合多元產業提升觀光產值之探析」	
通案性案件調查研究.....	1
貳、通案性案件調查研究主旨.....	1
一、依據.....	1
二、研究緣起.....	1
三、研究目的.....	4
四、研究對象.....	4
五、研究範疇.....	4
(一)我國推展觀光政策、施政重點及未來展望.....	4
(二)我國旅遊景點之交通網絡與產業整合情形.....	5
(三)我國提升觀光產值與競爭力相關計畫及推動情形.....	5
(四)觀光先進國家推廣觀光之具體作法及可資借鏡處.....	5
(五)瞭解我國觀光相關法令規定，有無檢討改善空間.....	5
(六)政府與經營者面臨課題、發展策略與精進空間.....	5
參、問題背景與現況分析.....	5
一、觀光所涉權責機關與法令.....	5
二、觀光政策歷程.....	7
三、觀光功能系統構成要素.....	9
四、來臺旅客消費與觀光產值及動向調查.....	10
五、臺灣觀光交通網絡串連.....	14
六、旅遊景點交通網絡面臨課題.....	14
七、產業整合與觀光行銷.....	15



肆、研究方法與過程	18
伍、研究發現與分析	20
伍之一、調卷、函詢之發現與分析	20
一、「風景特定區」與「風景區」定義及法制面向	20
二、跨部會權責分工情形	23
三、新南向政策	28
四、跨部會相關政策與整合情形	30
五、各國家風景區之願景、目標與策略	42
六、各國家風景區管理與維護情形	46
七、各國家風景區之行銷推廣與產業整合	59
八、各國家風景區交通網絡串連與資訊網絡	68
九、我國觀光競爭力暨觀光產值	80
十、國外先進國家供我國借鏡	86
十一、政府面臨課題、發展策略與未來挑戰	89
十二、觀光局委託學術或研究單位調查報告及續處作為	93
十三、交通部及所屬出國考察成果及續處作為	99
伍之二、履勘及考察之發現與分析	105
伍之三、諮詢座談會之發現與分析	145
伍之四、期末座談之發現與分析	152
陸、結論與建議	168
柒、參考資料	232
附表	241
附錄、本案履勘工作紀要	251
附錄 1-1 第 1 次履勘紀錄重點	251

附錄 1-2 第 2 次履勘紀錄重點	255
附錄 1-3 第 3 次履勘紀錄重點	258
附錄 1-4 第 4 次履勘紀錄重點	262
附錄 1-5 第 5 次履勘紀錄重點	266
附錄 1-6 出國考察紀錄重點	271



表目次

表 1 臺灣各地縣市政府交通網絡所面臨課題（列舉）	15
表 2 本案調查方法、步驟、架構暨相關實施期程	18
表 3 104 年至 106 年行政院觀光發展推動委員會執行成果一覽表	24
表 4 各期建設計畫奉行政院核定與問題評析	40
表 5 各國家風景區觀光資源保護情形	46
表 6 各國家風景區目前實施相關管制策略	49
表 7 各國家風景區裁處情形（含違反法規依據、事由以及裁處情形）	55
表 8 各國家風景區遊客傷亡統計一覽表	59
表 9 各國家風景區辦理相關活動暨熱門行程與不青睞行程	61
表 10 各國家風景區交通網絡（海、陸、空）串連與相關配套措施	71
表 11 我國歷年來臺旅客人次與觀光產值	80
表 12 國外先進國家供我國借鏡處	86
表 13 觀光局委託學術或研究單位相關調查報告及續處作為	93
表 14 觀光局出國考察成果及續處作為	99
表 15 各國家風景區出國考察成果及續處作為	100
表 16 歷次履勘座談會重大發現與機關表示看法	123
表 17 我國與泰國 OTOP 比較一覽表	136
表 18 泰國觀光業發展歷程	144
表 19 行政院觀光發展推動委員會組織代表與成員	176
表 20 「來臺旅客消費與動向調查」及「國人旅遊狀況調查」比較情形	198
表 21 我國與泰國 OTOP 比較一覽表	219
表 22 來臺旅客人次與觀光外匯收入相關分析一覽表	228

圖目次

圖 1 國家風景區基本資料	45
圖 2 世界經濟論壇 2017 年全球旅遊競爭力評比分析	173
圖 3 我國航空產業歷年產值	185
圖 4 亞洲郵輪市場占比	191
圖 5 我國郵輪港群定位	192
圖 6 105-106 年來臺旅客人次與客源占比圖	200
圖 7 2016-2017 年出國旅遊總人次與成長率暨重要事件	201
圖 8 亞洲國家觀光產業對 GDP 直接貢獻 (%)	231



監察院 107 年度通案性案件調查研究報告

壹、題目：「建構整體交通網絡整合多元產業提升觀光產值之探析」通案性案件調查研究。

貳、通案性案件調查研究主旨

一、依據

本案係民國（下同）107 年 1 月 9 日監察院交通及採購委員會第 5 屆第 42 次會議決議（107 年 1 月 16 日派查）以及同年月 31 日 1070830244 號、同年 4 月 20 日 1070830983 號、同年 5 月 31 日 1070831474 號加派委員調查，由蔡委員培村、江委員明蒼、楊委員美鈴、李委員月德、江委員綺雯、陳委員慶財、林委員盛豐、趙委員永清、瓦歷斯委員貝林、方委員萬富、楊委員芳婉組成通案性案件調查研究，並由蔡委員培村擔任召集人。

二、研究緣起

觀光事業是一項綜合性的事業，尤其近年來我國隨著經濟的發展，國民所得的提高，休閒時間的增長，國人前往各風景區旅遊之需求亦日益增加。旅遊業曾被視為無煙囪的綠色產業，是近年來全球發展迅速產業之一，旅遊人次與產值大幅成長，據世界觀光組織統計（World Tourism Organization，UNWTO）預期西元（下同）2020 年將達到 16 億觀光客（中華民國永續生態旅遊協會，2005）。顯見，觀光產業目前已經是世界上最大的產業之一，未來可能成為臺灣最大的產業之一。據資料顯示，近年來臺旅客逐年成長，顯見我國對推廣觀光發展不遺餘力且負有重要使命，近 3 年遊客人次分別為，2014 年 991 萬人次、2015 年 1,044 萬人次、2016 年 1,069 萬人次。惟 103 年至 105 年觀光收支呈現逆差情形，觀光外匯收入與來臺觀光



人次已出現不升反降現象。

近年臺灣得到知名國際媒體或旅遊網路平台的高度評價，例如，英國權威旅遊指南 Rough Guides 評選臺灣為「2017 年全球 10 大必訪國家」；此外，2017 年 11 月，臺灣也正式成為美國在全球第 12 個「全球入境計畫」（Global Entry Program）的夥伴，代表臺灣是安全、值得國際旅客信賴的旅遊國家，我們的確可以更有自信與世界各國往來。

旅遊產品透過整合形成旅遊供應鏈¹（Tourism Supply Chain Management, TSCM），所包含的食（Food service）、宿（Accommodation）、行（Transportation）、遊（Activities、Excursions、destination）、購（Craft producers）等面向，藉此提升並帶動周邊產業的發展。其中「交通運輸」是觀光旅遊從一地到另一地，必需的工具或設施，交通是觀光的基本元素，更為旅遊之先決條件，它有助於機動性，以及讓旅客自出發地到目的地之間的往返，為觀光之基礎。學者認為形成一個地方的觀光供給之組成因素可從觀光供給面的五大運作系統來看，分別為：觀光吸引力、觀光服務及設施、推廣促銷、觀光資訊及交通運輸，其中吸引力必須在交通運輸系統「可及性²」的提供下，克服空間的障礙，才可發揮目的地的吸引效果。對觀光遊憩地區來說，交通的可及性和易行性必然可以減少旅行時間與成本，促進觀光地區的發展。

隨著休閒活動已成為生活中重要一環，因此遊憩需求

¹ 旅遊供應鏈一詞（Tourism Supply Chain Management, TSCM）最早由聯合國世界觀光組織（UNWTO）於 1975 年提出，又可稱作旅遊業供應鏈合作（Tourism supply chain collaboration）或永續供應鏈（Sustainable supply chain）。旅遊供應鏈是圍繞著滿足旅遊者的需求，而建構的一種包括各供應商（食、宿、行、遊、購）、分銷商、零售商直至最終用戶中的各環節，是一種需求與供給的關係。

² 可及性指接近某一定點的容易程度（例如巷道的可及性最高，最容易到達，其次為次要幹道、幹道，高速公路為可及性最低之道路系統。）

及外出旅遊機會明顯增加，2016年我國運輸及觀光指標世界競爭力排名³，其中基礎設施配置情形（各國企業經理人對該國道路、火車及飛機等設施及服務之配置是否有效率的調查意見進行評比）2016年居第24名（上升1名），表示我國運輸競爭力之實力，惟歐洲在臺商務協會（The European Chamber of Commerce Taiwan, ECCT）政策建議白皮書曾指出，臺灣的交通問題很嚴重，包括車子不禮讓行人、機車騎上騎樓等，甚至國際遊客來臺最害怕問題的第一名就是過馬路。另，近年來我國各地政府推廣觀光時，遇到交通不便等問題，如「雲林縣市民停車痛苦指數很高，外地遊客更找不到地方停」、「臺東發展觀光最大困難是鐵路及離島大眾運輸不足與公路連外交通不便」、「馬祖未來旅遊發展其交通問題首當其衝」，凸顯交通網絡管理與整合，均有探究及全面檢視之必要。

發展觀光產業不能單打獨鬥，公共運輸的無縫接軌及交通運具的管理，影響旅客往返各景點之安全性與便利性，如何建立友善便捷的運輸網及強化安全管理機制，仍待政府正視與檢討。爰此，除了「安全、健全、方便」之交通運輸網絡外，觀光的內涵同等重要。透過整合「食、宿、行、遊、購」等多元產業，推展出特色主題遊程，發揮目的地的吸引效果，提升觀光產值，實為當前政府主管部門、經營者正視課題。

臺灣觀光產業是中央及地方、旅遊業各界分工合作之志業，現階段一方面必須在地化旅遊品質提升，另一方面也應加速將具觀光潛力及獨特魅力的活動與節慶予以整合，透過檢核機制篩選出具國際宣傳效益的觀光亮點活動（臺灣觀光新年曆活動品牌即是其中一例）。推動觀光要齊

³ 瑞士洛桑管理學院（簡稱IMD）發布之「2016年世界競爭力報告」，係按4要素別，採用342項細項評比指標，針對全球61個主要工業或經濟國家進行競爭力評比，使各國能藉由排名掌握競爭對手國政治經貿環境、施政績效及發展潛能，達到良性競出之目的。



備全國努力，創造各種發展的可能性，且需整合地方及產業資源能量與旅遊商品，期能以「特色活動帶動觀光」、「品質帶動重遊」方針與各界持續邁進。

三、研究目的

臺灣觀光資源豐富，具備了發展觀光休閒業的要素與未來潛力，然臺灣觀光產業之國際競爭力之所以無法顯著提升，並非因為臺灣缺乏具吸引力之觀光資源。有鑑於此，臺灣如要搭上國際腳步發展觀光產業，便須重新思考觀光產業之發展，優質完善的交通系統是爭取國際旅客來臺的必要條件，如何善用港灣優勢、優化空運經營環境、強化陸運系統之整體規劃，同時整合多元產業資源，行銷臺灣觀光，提升觀光產值，值得關注與研究，以利籌謀有效因應對策，促使政府、經營者積極面對問題，以確保我國觀光競爭力，從政策面、執行面、法令面三者觀之，藉由整合觀光資源，發揮臺灣獨有的在地產業優勢，讓觀光旅遊不只帶來產值，也能發揮社會力、就業力及國際競爭力，作為政府主管機關及經營者之參考。

四、研究對象

近年觀光政策發現「重要觀光景點中程計畫（下稱該計畫）」具有延續性，包括13處「國家風景區建設計畫」，惟本通案性案件調查研究對象與範圍甚廣，為利研究更聚焦，爰依該計畫「國家風景區」為本案主要研究範圍，藉此瞭解各國家風景區管理處（下稱管理處）轄區範圍內之交通網絡（海、陸、空）與景點結合、產業整合，以及提升當地觀光產值。

五、研究範疇

- (一) 我國推展觀光政策、施政重點及未來展望。
- (二) 我國旅遊景點之交通網絡與產業整合，有無精進空間。

- (三) 我國提升觀光產值與競爭力之相關計畫及推動情形。
- (四) 觀光先進國家推廣觀光之具體作法及可資借鏡處。
- (五) 瞭解我國觀光相關法令規定，有無檢討改善空間。
- (六) 政府與經營者面臨課題、發展策略與精進空間。

參、問題背景與現況分析：

一、觀光所涉權責機關與法令：其劃分層級分為中央主管機關暨相關縣市政府。

(一) 觀光事業管理之行政體系，在中央係於交通部下設路政司觀光科及觀光局；另 6 直轄市及縣(市)政府亦設置有觀光單位，專責地方觀光建設暨行銷推廣業務。

(二) 在觀光遊憩區管理體系方面，國內主要觀光遊憩資源除觀光行政體系所屬及督導之風景特定區、民營遊樂區外，尚有內政部營建署所轄國家公園、行政院農業委員會所轄休閒農業及森林遊樂區、行政院退除役官兵輔導委員會所屬國家農(林)場、教育部所管大學實驗林、經濟部所督導之水庫及國營事業附屬觀光遊憩地區。

(三) 觀光法令規範：主要為「發展觀光條例」(下稱本條例)。

1、第 1 條：為發展觀光產業，宏揚傳統文化，推廣自然生態保育意識，永續經營臺灣特有之自然生態與人文景觀資源，敦睦國際友誼，增進國民身心健康，加速國內經濟繁榮，制定本條例。

2、第 2 條：名詞定義如下：

(1) 觀光產業：指有關觀光資源之開發、建設與維護，觀光設施之興建、改善，為觀光旅客旅遊、食宿提供服務與便利及提供舉辦各類型國際會議、展



覽相關之旅遊服務產業。

- (2)觀光旅客：指觀光旅遊活動之人。
- (3)觀光地區：指風景特定區以外，經中央主管機關會商各目的事業主管機關同意後指定供觀光旅客遊覽之風景、名勝、古蹟、博物館、展覽場所及其他可供觀光之地區。
- (4)風景特定區：指依規定程序劃定之風景或名勝地區。
- (5)自然人文生態景觀區：指具有無法以人力再造之特殊天然景緻、應嚴格保護之自然動、植物生態環境及重要史前遺跡所呈現之特殊自然人文景觀資源，在原住民保留地、山地管制區、野生動物保護區、水產資源保育區、自然保留區、風景特定區及國家公園內之史蹟保存區、特別景觀區、生態保護區等範圍內劃設之地區。
- (6)觀光遊樂設施：指在風景特定區或觀光地區提供觀光旅客休閒、遊樂之設施。
- (7)觀光旅館業：指經營國際觀光旅館或一般觀光旅館，對旅客提供住宿及相關服務之營利事業。
- (8)旅館業：指觀光旅館業以外，以各種方式名義提供不特定人以日或週之住宿、休息並收取費用及其他相關服務之營利事業。
- (9)民宿：指利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。
- (10)旅行業：指經中央主管機關核准，為旅客設計安排旅程、食宿、領隊人員、導遊人員、代購代售

交通客票、代辦出國簽證手續等有關服務收取報酬之營利事業。

- (11)觀光遊樂業：指經主管機關核准經營觀光遊樂設施之營利事業。
- (12)導遊人員：指執行接待或引導來本國觀光旅客旅遊業務而收取報酬之服務人員。
- (13)領隊人員：指執行引導出國觀光旅客團體旅遊業務而收取報酬之服務人員。
- (14)專業導覽人員：指為保存、維護及解說國內特有自然生態及人文景觀資源，由各目的事業主管機關在自然人文生態景觀區所設置之專業人員。
- (15)外語觀光導覽人員：指為提升我國國際觀光服務品質，以外語輔助解說國內特有自然生態及人文景觀資源，由各目的事業主管機關在自然人文生態景觀區所設置具外語能力之人員。

3、第3條：本條例所稱主管機關，在中央為交通部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

二、觀光政策歷程

- (一)近年臺灣觀光發展以「多元開放、全球布局」為理念，搭配兩岸關係的和緩，兩岸航線增班增點、旅遊交流鬆綁、開放陸客來臺觀光、自由行等一連串開放性政策利多下，促成來臺旅客連翻成長，創造可觀的外匯收入。
- (二)行政院於97年推動「六大新興產業」，將「觀光」列為六大新興產業之一，由交通部編列新臺幣（下同）300億元觀光發展基金，推動「觀光拔尖領航方案（98-103年）」，以「發展國際觀光、提升國內旅



遊品質、提升觀光外匯收入」為理念，成功擴大臺灣觀光市場規模、引領產業國際化發展、營造資源分區旅遊風貌等，並於 103 年底創下來臺旅客 991 萬人次的歷史新高。

- (三) 臺灣觀光市場處於從量變到質變的結構轉型階段，在我國將成為千萬觀光大國之際，品質及價值的提升更顯重要。因此，交通部推動「觀光大國行動方案（104-107年）」，秉持「質量優化、價值提升」理念，以「優質、特色、智慧、永續」等 4 大策略，透過搭建觀光平台，促進觀光產業及人才優化、整合及行銷特色產品、引導智慧觀光加值應用、推廣綠色及關懷旅遊，全方位提升臺灣觀光價值，提振國際觀光競爭力，營造臺灣成為質量優化、創意加值、處處皆可觀光的觀光大國。
- (四) 聯合國世界旅遊組織（UNWTO）將 2017 年訂為國際永續觀光發展年，為順應國際觀光發展趨勢，並掌握臺灣觀光轉型契機，交通部啟動「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展策略」（106-109年），以「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」5 大策略，持續促進觀光產業優化轉型、開發在地旅遊亮點、引導智慧觀光加值應用、推廣綠色運輸及關懷旅遊等，以優質觀光服務品質及品牌形象為口碑，吸引更多國際旅客來臺，營造臺灣成為「友善、智慧、體驗」之亞洲重要旅遊目的地形象。
- (五) 觀光局近 3 年施政計畫與重點
 - 1、2015 年：推動「觀光大國行動方案」、「重要觀光景點建設中程計畫」，深化「Time for Taiwan

旅行臺灣就是現在」的行銷主軸，以「優質、特色、智慧、永續」為執行策略，逐步打造臺灣成為質量優化、創意加值、處處皆可觀光的觀光大國。

2、2016年：同2015年。

3、2017年：研訂「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展策略」，以「創新永續打造在地幸福產業」、「多元開拓創造觀光附加價值」為目標，透過「開拓多元市場、推動國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」等5大發展策略，落實相關執行計畫，期藉由整合觀光資源，發揮臺灣獨有的在地產業優勢，讓觀光旅遊不只帶來產值，也能發揮社會力、就業力及國際競爭力。

三、觀光功能系統構成要素

- (一) 觀光吸引力：觀光據點吸引力是觀光系統供給面中最重視的要素，亦是構成觀光系統的原動力，吸引力能形成「拉力」，刺激消費者的觀光旅遊興趣，提供遊客相關程度的滿意度。
- (二) 相關服務：是觀光規劃中主要的輔助者，其中包括了住宿設施、餐飲服務、交通運輸、旅行社等，且相關服務必須與觀光據點以及其他要素相結合，因相關旅遊服務事業可帶動巨大的經濟衝擊，能對當地的市場經濟帶來連鎖影響效應。
- (三) 交通運輸：交通運輸主要功能是將旅客自其出發地運送至目的地，或是將遊憩區內的旅客自某一定點運送至下一個遊憩點。交通運輸系統內可包含多種交通運輸工具，例如飛機、公共汽車、遊覽車、腳踏車、私人汽車等，亦須考量人行步道系統。



- (四) 資訊提供：觀光旅遊資訊包括地圖、導遊手冊、錄影帶/DVD、雜誌文章、摺頁及設計完善的旅遊網站等。
- (五) 宣傳推廣：觀光宣傳推廣是國家、縣市政府及商家的主要策略，其中包含了4種性質活動，即廣告、公共報導、公共關係及銷售促進。

四、來臺旅客消費與觀光產值及動向調查

隨著全球化國際交流互動頻繁，國際間觀光旅遊活動日趨熱絡且成長迅速，世界各國無不費盡心思加強觀光資源開發及行銷推廣，以期吸引更多國際觀光客到來，增加觀光外匯收入。觀光局統計，近10年國人出國旅遊人次均高於國際來臺旅客，且103年至105年觀光收支呈現逆差情形，觀光外匯收入與來臺觀光人次已出現雙逆差現象。據悉⁴，來臺旅客人次逐年增加，惟因陸客團人次減少，導致來臺旅客結構及消費型態改變，影響我國觀光外匯收入，恐衝擊我國觀光市場，應檢討有效整合聚焦推動觀光相關計畫，才能健全觀光市場。

- (一) 調查目的：觀光局為瞭解來臺旅客旅遊動機、動向、消費情形、觀感及意見，以供相關單位研擬國際觀光宣傳與行銷策略、提昇國內觀光服務品質與國際旅遊觀光競爭力之參考，並作為估算觀光外匯收入之依據。
- (二) 訪問地點：臺灣桃園國際機場、高雄國際航空站、臺北國際航空站及臺中國際機場現場訪問離境旅客。
- (三) 旅遊決策分析
 - 1、6成旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導，以親朋好友來臺口碑宣傳、網際網路、旅行社宣傳行程、摺頁及電視、電台影響旅客決定來

⁴ 資料來源：聯合新聞網，去年（2016年）來臺旅客創新高，但觀光收入不增反減，網址：<https://udn.com/news/story/7314/2748638>，取自時間：2018年1月17日。

臺觀光之程度較高。

- 2、旅客來臺後取得旅遊資訊的地方以網站、機場入境處及旅館為最多，希望取得的旅遊資訊以大眾交通資訊、餐飲資訊及旅遊景點簡介為最多。
- 3、「美食或特色小吃」、「風光景色」與「購物」為吸引旅客來臺觀光主要因素。
- 4、2成6觀光目的旅客來臺旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」。

(四) 旅遊動向分析

- 1、5成9旅客為近3年首次訪臺。
- 2、「夜市」、「臺北101」、「故宮博物院」、「西門町」、「中正紀念堂」為旅客主要遊覽景點。
- 3、「墾丁國家公園」為旅客最喜歡的景點。
- 4、「臺北市」為旅客主要遊覽景點所在縣市。
- 5、「購物」、「逛夜市」及「參觀古蹟」為旅客在臺主要活動。

(五) 消費概況

- 1、106年觀光外匯總收入為123億1,500萬美元，較上年減少7.92%；由於受新臺幣升值因素影響，約折合達3,748億5,500萬元，較上年減少13.27%。
- 2、106年全體觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為218.79美元，較上年減少4.74%。
- 3、106年全體非觀光團體旅客在臺平均每人每日消費為170.39美元，較上年減少6.06%。
- 4、旅客中22.70%使用過購物退稅服務，其中9成5覺得退稅手續便利。

(六) 滿意度分析



- 1、9 成 8 旅客對來臺整體滿意度表示滿意。
- 2、9 成 8 受訪旅客有再度訪臺意願，主要原因為觀光。另，9 成 9 旅客會推薦來臺灣旅遊。
- 3、「人民友善」、「美食或特色小吃」、「風光景色」為旅客認為臺灣最具競爭優勢的項目。
- 4、「景點」、「美味菜餚」、「人情味濃厚」、「逛夜市」為旅客對臺灣最深刻的印象。
- 5、旅客以住宿一般旅館為主，對主要投宿旅館的整體滿意程度為 8 成 7。
- 6、旅行社安排觀光團體旅客購物次數以 3-4 次最多，旅客對購物觀感為「實在」者占 5 成 8。
- 7、9 成 5 旅客對旅行社及導遊服務之整體印象表示滿意。
- 8、旅客對在臺境內搭乘之大眾交通工具，均有 8 成 9 以上滿意程度。

(七) 分析發現

- 1、106 年來臺旅客人次再創歷史新高，達 1,074 萬人次，除大陸較上年減少外，其餘市場均為成長，其中以越南成長最高，其次依序為菲律賓、泰國等；觀光外匯達 123 億美元，較上年微幅減少，為歷史第五高；日本旅客平均每人每日消費最高、陸客購物費最多。
- 2、觀光目的旅客來臺人次逐年上升，屢創新高；網際網路滲透率仍居最高，親朋好友來臺口碑宣傳與網際網路影響旅客決定來臺觀光程度最高；各市場滿意程度均達 9 成 5 以上。
- 3、來臺旅客搭乘大眾運具持續增加，均有 8 成 9 以上滿意程度，並對臺灣的景點、美味菜餚、人情

- 味濃厚、逛夜市及海岸風光等印象深刻。
- 4、106年來臺女性旅客持續超過男性，以大陸市場女性占比為最高；男性平均每人每日消費仍高於女性，而女性更愛購物與逛夜市；女性旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導的比率高於男性；女性旅客最近3年首次來臺的比率亦高於男性。
 - 5、106年來臺旅客隨著年收入愈高，平均每人每日消費愈多；30歲以上來臺旅客仍屬消費較高群組。
 - 6、日本旅客因住宿觀光旅館比率減少以及觀光團體的團費減少，日均消費減少，其中以在臺境內交通費減少最多，其次為旅館內支出費。
 - 7、大陸重遊旅客近3年逐年成長；團客偏好購物，花費在「珠寶玉器類」的比重為最高，非團客旅館內支出較高；非團客(自由行)透過網際網路看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導、受美食或特色小吃吸引來臺及來臺後對臺灣最深刻的印象為美味菜餚者均顯著高於團客。
 - 8、韓國來臺旅客人次創歷史新高，達105萬人次，日均消費增加，其中觀光團體以旅館內支出費增加最多，非觀光團體以旅館外餐飲費增加最多。
 - 9、新南向18國旅客因開放免簽政策與觀光行銷發揮成效，來臺旅客大幅成長，日均消費與美國旅客相當，其中購物費超過日本旅客，旅館內支出費、旅館外餐飲費與在臺境內交通費，均高於大陸旅客。

五、臺灣觀光交通網絡串連：臺灣擁有最完善且安全的「海、



陸、空」交通服務網絡，不論選擇任何一款交通方式旅遊臺灣，都可無縫隙轉乘交通工具前往全臺觀光景點，輕鬆暢遊臺灣，運用觀光旅遊方面，則可概分為空中、陸地、海上等交通事業，分述如下⁵：

- (一) 空中交通：全世界大約有 800 多家航空公司，而航空公司有大有小，大者有上百架飛機，小者可能只有一架飛機。105 年桃園機場客運量已突破 4,000 萬人次，晉升 A 級國際機場，106 年更獲得 Skytrax 「世界機場大獎」第 3 名及全球最佳機場服務人員多項肯定。
- (二) 陸上交通：陸上運輸與觀光旅遊比較相關的如鐵路運輸（高鐵、臺鐵、捷運）、出租汽車（Rental Cars）、遊覽車、小汽車和休閒遊憩車（Recreation Vehicles, RV）。
- (三) 海上交通：郵輪、快艇等。根據國際郵輪協會（Cruise Lines International Association, CLIA）報告，104 年臺灣已經超越新加坡，成為亞洲主要客源市場第 2 名，基隆港更被評選為亞洲最佳郵輪母港，高雄港及臺中港亦積極爭取郵輪市場。

六、旅遊景點交通網絡面臨課題：交通運輸提供了觀光景點與市場間的橋梁，其扮演著觀光景點之可及性的重要角色，通常交通運輸不是觀光活動之目的，但卻是觀光活動必需要素，供給面的所有因素均需依賴交通運輸，無論旅館的經營、餐飲服務、娛樂、商店及觀光景點之成功與否，端看交通運輸的規劃是否良好。爰此，由於觀光旅客可能使用不同種類交通工具，在規劃上就必須考量不同交通模式的應用⁶。我國目前各地所面臨課題彙整如下（詳下表 1）。
表 1 臺灣各地縣市政府交通網絡所面臨課題（列舉）

⁵ 資料來源：李貽鴻（2008）觀光學概論，五南出版社。

⁶ 資料來源：從促進區域觀光發展之觀點分析高雄市旅遊服務中心的策略選擇成果報告書（2011 年），主辦單位：高雄市政府觀光局；承辦單位：國立高雄應用科技大學觀光管理系。

縣市政府	時間	內容
花蓮縣	103.11.1	發展花蓮觀光首要改善海、陸、空交通，並開發多元景點，但因欠缺便捷的交通，無法將點連成線、線連成面，致使觀光發展一直無法突破瓶頸。
雲林縣	106.9.22	觀光停車痛苦指數高 斗六市擬新建立體停車場 雲林縣停車最有問題的是斗六市、虎尾鎮，斗六市雲林溪掀蓋後又少五百個停車位，市民停車痛苦指數很高，外地遊客更找不到地方停，縣府表示斗六市立體停車場大多是月租，策略要調整，也將在前瞻計畫提案再新建停車場。
臺東縣	106.10.25	臺東重振觀光 業者喊解決交通問題 臺東觀旅業者感嘆「鐵路及離島運輸不足」等問題不解決，政府挹注再多的資金，成效恐怕有限。業者們反映，臺東發展觀光最大困難是鐵路以及離島大眾運輸不足、公路交通不便，問題不解決，很難突破現況；觀光局長周永暉允諾因應臺東特色將儘速調整計畫內容，配合發展。
臺南市	105.12.1	臺南雙城地區要發展觀光 交通問題怎麼辦？ 臺南雙城地區主要以安平古堡、赤崁樓等古蹟為主，將周邊 5.4 平方公里劃設為觀光地區，未來可能會影響範圍內生活品質、公共安全、古物維護等，尤其舊城區原本即交通壅塞，停車格更是一位難求，若無法解決交通問題，恐讓旅客敗興而歸。
嘉義市	98.2.5	交通運輸網路，無法符合發展城市之旅的需要 該市雖然聯外交通方便，但市區公車不發達，路線不符合城市旅遊之需求，造成旅遊阻礙，降低遊客旅遊意願。

註：日期格式：年.月.日

資料來源：本院據相關新聞媒體彙製。

七、產業整合與觀光行銷

(一) 整合多元產業相關政策：從 OTOP 計畫、家有產業到文創產業的兌變⁷：

1、一鄉鎮一特產之計畫 (One Town One Product, OTOP)：78 年經濟部中小企業處首次推動 OTOP

⁷ 資料來源：謝明瑞 (2012)，臺灣從 OTOP 計畫、家有產業到文創產業的兌變。



計畫，透過全國地方特色產業盤點作業與分析，結合中央政府擬定之政策綱領，以及各縣市地方政府與學者專家，及民間相關輔導團隊等組織之具體發展構想，以開發具發展潛力之地方產業與區域特色，提供必要之基礎輔導，並進一步針對具有深度發展能量及偏遠地區之地方產業與區域特色，提供深度與強化之重點輔導，以朝向「一鄉一特色、全國全產業」的整體願景為主要目標。

- 2、家有產業：2011年經建會提出「家有產業」的構想，並與產業有家的觀念相結合；其做法是藉由座談會意見交流，訂出臺灣未來產業區塊版圖，讓每種產業至少有3個可落腳地點，每地點至少發展3種主打產業；而其發展區域產業包括核心都市、區域內外的通路、品牌的創建與行銷、生產規模、市場及腹地等5大條件；且至少有北、中、南、東部，以及離島等五個產業區塊，讓每個產業都有主打的產業，增加在地就業機會，促進國內外投資，提升國人所得。
- 3、文創產業：文化產業指按照工業標準生產、再生產、儲存以及分配文化產品與文化服務的一系列活動；其主要特徵包括產業文化行為、企業經營方式、文化價值的市場轉換性、文化與經濟雙重功能，以及高技術高智力含量等；其相關產業包括出版發行、影視傳媒、演藝娛樂、工藝美術、文化旅遊等7大類；細項則包括傳媒、動畫、影視、娛樂、遊戲、旅遊、教育、網絡、信息服務、音樂、戲劇、藝術博物館等。

(二) 建國科技大學觀光系主任邱長光在出席觀光行銷論壇

時指出：「行銷觀光不是要爭第一，是取唯一，只要將資源澈底盤點，配合實體空間、行程規劃，就能創造很多資源；而景點也不只是景點，需結合產業。」

(三) 有學者指出⁸，觀光產業行銷與地方文化資源結合重要性，提出建議：

- 1、善用地方文化資源特色，發展「獨特」的地方休閒活動。
- 2、發展地方觀光產業，從當地居民美學教育做起。
- 3、活化保護既有當地文化資源，重建時空轉移的記憶，創造當地文化新產值。
- 4、政府帶動與企業聯手推動地方文化資源之整合與規劃。
- 5、觀光不是消費環境而是當地生活文化的分享。
- 6、培育地方文化資源專業人才，作好地方文化傳承。
- 7、產業文化化，文化產業化，並達國際化。
- 8、資源有限，破壞無窮，珍愛大自然景觀生態。
- 9、觀光產業與當地文化、環保結合，相得益彰，成效更好。

(四) 文化是觀光最大的加值，文創旅遊為近年觀光發展趨勢。觀之泰國在金融風暴後，優先發展文創產業，例如曼谷洽圖洽週末市集的手工藝品等上萬文創商品，廣受觀光客歡迎，媒體喻為「泰流魅力發燒」。泰國旅遊部公布 2016 年外國遊客人數達 3,260 萬人，年成長近 9%，泰國搖身一變為東協創意樞紐，賺進可觀的觀光外匯收入，其他推動文創產業國家尚有英、美、德、法、日、韓、澳、紐等，均成功結合觀光產業發展。他山之石可以攻錯，其成功關鍵值得

⁸ 黃黃鏢、林佑樺、林宜仙、黃舒靖、曾鈺珊、李政陽、何昱霆 (2011)，觀光產業行銷與地方文化資源結合之探討 - 以宜蘭縣為例。



探究⁹。時代雜誌曾用「風格之境」形容泰國所散發的現代感設計魅力，紐約時報指出曼谷將是東京在流行時尚領域最大的競爭對手。這股「泰流」，逐漸成為臺灣消費市場一股新勢力，創新、平價、具質感的手工製品、美妝、香氛等，成功與日韓產品區隔，找到市場新需求。不僅如此，泰國還是全球珠寶加工重鎮，一棟棟時髦綠建築也拔地而起，「Made in Thailand」正向全球展現泰式美學的軟實力。

肆、研究方法與過程

茲將本案採取之調查方法、步驟、時程及架構分別繪製如表 2。

表 2 本案調查方法、步驟、架構暨相關實施期程

調查研究方法、步驟	實施期程
一、文獻蒐集與研閱 (一) 蒐集並整理本院第 4 屆監察委員就任以來就觀光業相關事由進行之調查結果。 (二) 蒐集並研閱相關法令資料。 (三) 蒐集並研閱政府相關委託研究計畫、出版品等。 (四) 蒐集並研閱相關專書著作、學術論文、機關研究報告、公務員出國報告等。 (五) 蒐集研閱機關公開統計資料、媒體報導資料。	107 年 1 月 19 日 ~
二、召開會議 (討論本案調查研究計畫、未來調查作為、出國考察事宜等)	107 年 2 月 13 日
三、本案於 107 年 3 月 1 日分別以處台調壹字第 1070830432 號函，向觀光局調閱本案相關之主責事項、辦理情形及相關檢討。以探討各國家風景區開發與管理維護之政策面、法令面、執行面等面向之現況、成效與檢討及面臨課題。	107 年 3 月 1 日
四、為瞭解國家風景區轄內旨揭專題，辦理機關到院簡報暨座談。	107 年 3 月 22 日

⁹ 資料來源：本院交通及採購委員會第 5 屆第 41 次會議討論事項內容。

調查研究方法、步驟	實施期程
五、第 1 次履勘（北海岸暨觀音山國家風景區管理處）：管理處就轄區範圍內之交通網絡與觀光景點結合情形，以及如何提升當地觀光產值概要說明。	107 年 4 月 27 日
六、第 2 次履勘（馬祖國家風景區管理處）：管理處就轄區範圍內之交通網絡與觀光景點結合情形，以及如何提升當地觀光產值概要說明。	107 年 5 月 21 日至 22 日
七、第 3 次履勘（日月潭國家風景區管理處）：管理處就轄區範圍內之交通網絡與觀光景點結合情形，以及如何提升當地觀光產值概要說明。	107 年 6 月 14 日至 15 日
八、第 4 次履勘（東部海岸國家風景區管理處）：管理處就轄區範圍內之交通網絡與觀光景點結合情形，以及如何提升當地觀光產值概要說明。	107 年 7 月 16 日至 18 日
九、第 5 次履勘（茂林國家風景區管理處）：管理處就轄區範圍內之交通網絡與觀光景點結合情形，以及如何提升當地觀光產值概要說明。	107 年 8 月 20 日至 22 日
十、出國考察行前會	107 年 9 月 19 日
十一、出國考察（內政部社區發展廳、OTOP 產品專區、泰國創意設計中心、河城藝術古董中心、泰國觀光局）	107 年 9 月 26 日至 10 月 1 日
<p>十二、辦理業者、學者、機關諮詢座談會</p> <p>業於 107 年 10 月 16 日辦理諮詢座談會，邀請中華民國觀光旅館商業同業公會、中華民國旅館商業同業公會全國聯合會、臺灣民宿協會、中華民國旅行商業同業公會全國聯合會、中華民國旅行業品質保障協會、臺灣入境旅遊協會、中華觀光人力資源暨資訊發展學會以及 1 位專家學者拾已寰教授等提出相關實務意見，以供研究參考。探討議題如下：</p> <p>（一）業者推動觀光之法令面、執行面、管理面等議題與精進空間。</p> <p>（二）我國觀光推廣與發展遭遇之課題與建議。</p> <p>（三）政府輔導旅行業者轉型計畫內容暨推廣觀光政府與民間所扮演角色與分工。</p> <p>（四）政府補助或獎勵業者相關措施。</p> <p>（五）政府與業者合辦國外觀光客踩線考察經驗。</p> <p>（六）國內外旅行社合作與推廣觀光模式、方式暨相關經驗。</p>	107 年 10 月 16 日
<p>十三、辦理機關座談會</p> <p>業於 107 年 10 月 24 日辦理機關座談會，邀請行政院、交通部、交通部觀光局、經濟部、文化部、行政院農業委員會、原住民族委員會率相關主管人員。</p>	107 年 10 月 24 日



伍、研究發現與分析¹⁰

經綜整本案通案性案件調查研究，分別調卷、函詢、履勘、出國考察、諮詢座談及座談，茲據各機關歷次函復及蒐集研析相關文獻，臚述研究發現與分析。

伍之一、調卷、函詢之發現與分析

一、「風景特定區」與「風景區」定義及法制面向

(一) 國家級風景區之定義及法源依據為發展觀光條例（下稱本條例），本條例第 2 條第 4 款規定，風景特定區係指「依規定程序劃定之風景或名勝地區」，第 11 條第 3 項規定：「風景特定區應按其地區特性及功能，劃分為國家級、直轄市級及縣（市）級。」復依風景特定區管理規則第 4 條第 1 項規定：「風景特定區……等級與範圍之劃設、變更及風景特定區劃定之廢止，由交通部委任觀光局會同有關機關並邀請專家學者組成評鑑小組評鑑之……。」

(二) 「風景特定區」與「風景區」區別實益：本條例與風景特定區管理規則所稱「風景特定區」與都市計畫法規及區域計畫（非都市土地）法規所稱「風景區」之定義、劃設主體與劃設程序均有不同。

1、「風景特定區」：係指經觀光局會同有關機關並邀請專家學者組成評鑑小組評鑑程序劃定之風景或名勝地區，規定如下：

(1) 本條例第 2 條第 4 款規定：「風景特定區：指依規定程序劃定之風景或名勝地區。」第 10 條第 1 項規定：「主管機關得視實際情形，會商有關機關，將重要風景或名勝地區，勘定範圍，劃為

¹⁰ 資料來源：交通部 107 年 5 月 1 日交路（一）字第 1078200210 號函、交通部 107 年 5 月 3 日紙本資料（收文號：1070101295）、交通部觀光局 107 年 10 月 12 日觀宿字第 1070921274 號函、交通部觀光局 107 年 10 月 26 日觀宿字第 1070601305 號函。

風景特定區；並得視其性質，專設機構經營管理之。」第 11 條第 3 項規定：「風景特定區應按其地區特性及功能，劃分為國家級、直轄市級及縣（市）級。」

- (2) 風景特定區管理規則第 4 條第 1 項規定：「風景特定區……等級與範圍之劃設、變更及風景特定區劃定之廢止，由交通部委任觀光局會同有關機關並邀請專家學者組成評鑑小組評鑑之……。」
- (3) 管理處屬本條例第 10 條第 1 項所稱之專設機構；依管理處組織通則規定設置各管理處掌理之國家級風景區各類事項，即為國家級風景特定區各類事務，規定及說明如下：
- 〈1〉本條例第 10 條第 1 項規定：「主管機關得視實際情形，會商有關機關，將重要風景或名勝地區，勘定範圍，劃為風景特定區；並得視其性質，專設機構經營管理之。」各管理處即為本條例第 10 條第 1 項所稱之專設機構。
- 〈2〉管理處組織通則第 1 條第 1 項規定：「管理處，按各國家級風景區之劃定，依本通則之規定，分別設置之。」第 2 條規定：「管理處掌理國家級風景區左列事項……。」所稱國家級風景區，依立法院公報第 82 卷第 63 期第 126 頁第 1 段第 5 行文字記載，係指依本條例第 10 條規定，經過交通部（現已委任觀光局）會同有關機關會勘劃設之國家級風景特定區。



- 2、「風景區」：係指直轄市、縣(市)政府為保持優美風景或因其他目的而依都市計畫法或區域計畫法規劃之特定地區，規定如下：
- (1)按都市計畫法第9條第3款規定：「都市計畫分為左列三種：一、市(鎮)計畫。二、鄉街計畫。三、特定區計畫。」同法第12條規定：「為發展工業或為保持優美風景或因其他目的而劃定之特定地區，應擬定特定區計畫。」第13條第2款規定：「二、特定區計畫由直轄市、縣(市)(局)政府擬定之。」都市計畫法臺灣省施行細則第14條第1項規定：「都市計畫範圍內土地得視實際發展情形，劃定下列各種使用區，分別限制其使用：……七、風景區。……」第25條規定：「風景區為保育及開發自然風景而劃定……。」
- (2)區域計畫法第15條第1項規定：「區域計畫公告實施後，不屬第11條之非都市土地，應由有關直轄市或縣(市)政府，按照非都市土地分區使用計畫，製定非都市土地使用分區圖，並編定各種使用地，報經上級主管機關核備後，實施管制。……」區域計畫法施行細則第11條規定：「非都市土地得劃定為下列各種使用區：七、風景區：為維護自然景觀，改善國民康樂遊憩環境，依有關法規，會同有關機關劃定者。」另非都市土地使用管制規則第2條規定：「非都市土地得劃定為特定農業、一般農業、工業、鄉村、森林、山坡地保育、風景、國家公園、河川、海域、特定專用等使用分區。」

二、跨部會權責分工情形

(一) 行政院觀光發展推動委員會（下稱政觀推）：政觀推任務之一為「觀光資源與觀光產業整合及管理之協調」，綜觀我國觀光景區（點）管轄分散各部會（國家公園、國家風景特定區、國家森林遊樂區、民營遊樂區、觀光產業如觀光工廠、漁業、農業、茶園等、古物及藝術品展示區、古蹟區及遺址區、民俗系統等），重疊性高，倘無有效整合，浪費預算資源。

- 1、行政院為解決觀光發展所遭遇問題，需跨部會協商，同時整合各部會觀光資源，研處跨部會議題，於91年7月10日院會指示將85年11月21日成立之「行政院觀光發展推動小組」提升為政觀推。目前溝通協調與整合，管道暢通，改善整體觀光發展環境，促進旅遊設施之充分利用，以提升國人在國內旅遊之意願，並吸引國外人士來臺觀光。
- 2、觀光局肩負臺灣觀光的責任，觀光建構在各個面向上，需要各部會各司其職，齊力合作才能讓觀光局在行銷宣傳面向努力放送。以國家公園的生態旅遊、觀光工廠的體驗觀光、農林漁牧的食材、農作體驗、古蹟文化的深度探索等皆需各部會專業領域持續經營以完備全面性的臺灣，非僅觀光單位可單一勝任，觀光局擔任整合平台持續行銷，如有各部會需磨合的議題則於政觀推會議上尋求解決。
- 3、為輔導地方政府盤點及整備觀光資源，依據交通部觀光局區域觀光旗艦計畫，以5大分區及27個特色旅遊帶作為臺灣總體旗艦藍圖，補助地方辦理「遊憩據點特色加值計畫」，以強化地方不同



人文及景觀特色，建構優質旅遊環境。後續觀光發展需求，依個案進行盤點，例如：觀光局會同客委會及各縣市政府盤點出台3線沿線觀光資源計67處，並選出50大台3線沿線特色景點，經相關團體踩線後與桃園、新竹、苗栗及臺中市政府共同遴選出台3線8大景點。交通部公路總局、運研所及桃竹苗區域運輸研究發展中心進行研究規劃後續交通串聯方式，觀光局輔導旅行業者包裝套裝旅遊產品。

4、執行成果：摘錄如下表3。

表3 104年至106年行政院觀光發展推動委員會執行成果一覽表

	104年	105年	106年
跨部會機關合作情形	交通部、勞動部、觀光局。	交通部、勞動部、經濟部、文化部、金管會、銀行公會、觀光局。	觀光局、金管會、勞動部、交通部、外交部、經濟部、僑委會、臺中市政府、民航局。
討論議題	觀光檢討、犯罪查緝、進用人力、觀光定位。	新南向、商業旅遊、文創產業、推廣行銷、旅宿業	新南向、國民旅遊、郵輪旅遊、城市旅遊、推廣行銷、旅宿業、交通網絡
重要成果(摘錄)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光檢討：督請交通部及各部會按業管範圍指標排名消長情形，針對問題找出原因提出對策。 2. 犯罪查緝：督請賡續辦理每季定期聯合稽查、購物商店私設銀聯卡刷卡機、稅務、食品衛生、商品標示查核及觀光旅遊犯罪案件查緝等作業。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新南向：儘速召開協商放寬大專院校港澳僑生及外國學生畢業後申請在臺實習及工作事宜，充實新南向人才的培訓。 2. 商業旅遊：督請經濟部推動東協商務人士來臺洽商順道旅遊之各項作法。 3. 文創產業：督請文化部積極協助優良影視 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新南向：放寬規定充實新南向市場服務人力；督促訂定相關獎勵辦法，加強行銷推廣推動新南向國家臺商企業來臺舉辦獎勵旅遊；推動菲律賓免簽之事宜。 2. 國民旅遊：責成各部會全力推動並擴大國旅市場。 3. 郵輪旅遊：成立推動

	104 年	105 年	106 年
	<p>3. 進用人力：勞動部研議儘速開放旅館業進用外勞作為補充性人力。</p> <p>4. 觀光定位：督請觀光局重視旅遊市場發展「質」、「量」平衡。</p>	<p>作品外銷東協，並訂定各項推動措施績效指標。</p> <p>4. 推廣行銷：協調受陸客縮減衝擊最大的 9 縣市推薦景點及優惠，參與整體行銷推廣。</p> <p>5. 旅宿業：協助旅館業轉貸取得資金，並投入 3 億元經費協助中南部及東部觀光產業復甦及增加國旅卡使用限制；請全聯會隨時提報旅館業界缺工情形及需求，由觀光局及勞動部協助媒合，協助解決缺工問題。</p>	<p>郵輪產業發展專案小組，藉由各部會力量。</p> <p>4. 城市旅遊：督請臺中市政府加強研議，並串聯各縣市旅遊行程</p> <p>5. 推廣行銷：督促觀光局邀集業界及相關單位針對擴大日本市場開發及擴大市場之行銷策略進行檢討。</p> <p>6. 旅宿業：讓業界瞭解政府政策，適時邀集各地方政府、相關產業進行溝通。</p> <p>7. 交通網絡-機位不足：督請民航局檢討臺灣到金門機位不足情形，並協調航空公司推動相關事宜。</p>

(二) 行政院聯合服務中心：分為南部、中部、東部、雲嘉南、金馬。

1、各聯合服務中心功能

- (1) 受理民眾各項證照申請及處理事項。
- (2) 提供民眾所需資訊、諮詢、服務及輔導事項。
- (3) 接受民眾對各部會主管事務之陳情及建議等事項。
- (4) 協調各部會及地方政府推動有關地區各項重大建設事項。
- (5) 協調各部會相關政策及計畫須地方政府配合辦理之事項。
- (6) 督導、協調及整合派駐地區之各部會所屬機關，提升為民服務品質事項。



- (7)推動地區資源整合，建立區域整合及協調機制。
 - (8)其他涉及各部會主管權責須協調整合之事項。
- 2、在觀光推廣上所扮演的角色
- (1)協助中央整體觀光政策宣導與發展，如：中部服務中心為配合新南向政策，以「在中臺灣•看見多元觀光文化；在中臺灣•看見多元觀光無國界」的新思維，結合中臺灣四縣市具潛力之特色景點、文化資產，以及新住民(異國)之國服秀、基本問候語教學、傳統特色舞蹈表演、美食、傳統民謠表演、手作DIY體驗活動等辦理嘉年華會，以發展國民旅遊和吸引國外遊客為主要目標，並進而期盼新住民及其第二代能成為政府新南向政策的交流尖兵，以達雙向觀光及文化交流。
 - (2)協助發展區域觀光特色，跨部會與縣市整合協調，如：東服中心與觀光局提案花東基金執行「花東自主門戶整合行銷計畫」，發展區域觀光；雲服中心不定期邀集政府機關、觀光旅遊業者、旅宿業者、地方士紳及專家學者等召開「觀光旅遊相關座談會」作為政府與業者溝通平台。
- 3、向國內各縣市與國際宣傳區域觀光特色，進行觀光推展，如：南服中心近兩年來積極辦理或參與高、屏、澎地區各項觀光推廣、交通建設與用水議題共計66場次，如南橫公路西半段通車及通訊改善、屏東縣可可產業行銷推廣、澎湖龍門與嘉義布袋雙向通航、澎湖海淡廠海水淡化工程進度推動及2018世界最美麗海灣嘉年華會等。

(三) 觀光局業務職掌與分工

- 1、企劃組：國家風景區整體相關政策與計畫研擬。

- 2、國際組：國家風景區國內國際之行銷推廣。
 - 3、技術組：國家風景區之規劃、開發建設與經營管理。
 - 4、國民旅遊組：國家風景區之交通配套措施與行銷。
 - 5、業務組：國家風景區之相關套裝遊程。
 - 6、旅宿組：國家風景區之相關住宿。
 - 7、國外辦事處：國家風景區之國際行銷推廣。
- (四) 國家風景區管理處執掌內容：依據「管理處組織通則」第 2 條規定，掌理下列事項：
- 1、觀光資源之調查、規劃、開發、保育及特有生態、地質、景觀與水域資源之維護事項。
 - 2、風景區計畫之執行、公共設施之興建與維修事項。
 - 3、觀光、住宿、遊樂、公共設施及山地、水域遊憩活動之管理與鼓勵公民營事業機構投資興建經營事項。
 - 4、各項建設之協調及建築物申請建築執照之協助審查事項。
 - 5、環境衛生之維護及污染防治事項。
 - 6、旅遊秩序、安全之維護及管理事項。
 - 7、旅遊服務及解說事項。
 - 8、觀光遊憩活動之推廣事項。
 - 9、對外交通之聯繫配合事項。
 - 10、其他有關風景區經營管理事項。

(五) 管理處業務分工情形

目前各管理處組織編制，依據「管理處組織通則」訂定，組織體系為處長、副處長、秘書，下設企劃、工務、管理、遊憩等 4 課，秘書、主計、人事等 3 室，並依遊憩系統推動及管理的需要設置管理站，在觀光



各面向所需的規劃與用地取得、工程施工、經營維護及活動行銷等均具備，若有跨課室或未列入業務，則由首長及課室主管協調辦理，若有業務調整需求則於定期處務會議提出討論並依結果執行，故業務職掌詳細且完整。

三、新南向政策¹¹

- (一) 源起：蔡總統於 105 年 8 月 16 日召開對外經貿戰略會談，正式提出《新南向政策綱領》，將其定位為臺灣整體對外經貿戰略的重要一環，尋求新的方向和新的動能，並重新定位臺灣在亞洲發展的重要角色。行政院也依此於同年 9 月 5 日提出《新南向政策推動計畫》，期透過促進臺灣和東協、南亞及紐澳等 18 個國家的經貿、科技、文化等各層面的連結，共享資源、人才與市場，創造互利共贏的新合作模式；以及透過建立廣泛的協商和對話機制，形塑和新南向國家的合作共識，進而建立「經濟共同體意識」，使臺灣成為新南向國家經濟發展的繁榮夥伴、人才資源的共享夥伴、生活品質的創新夥伴、及國際鏈結的互惠夥伴。
- (二) 說明：「新南向政策」整合各部會、地方政府，以及民間企業與團體的資源，從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」四大領域建構各項工作計畫。「經貿合作」係強化產業合作與經貿拓展、及促進基礎建設工程合作與系統整合服務輸出；「人才交流」係在「以人為本、雙向多元」的交流原則下，透過雙向人才培養與交流，提升臺灣與新南向國家雙邊人才資源的互補與合作；「資源共享」係發揮臺灣在醫衛、文化、觀光、科技、農業、災防等軟實力優勢，作為臺灣強化與新南向國家開展夥伴關

¹¹ 資料來源：行政院、觀光局座談會前提供資料。

係的利基，建立具包容性的互助合作；「區域鏈結」係推動雙邊與多邊制度化合作，提升雙方協商對話位階，並透過國際合作、國際論壇等形式來建立與區域及新南向夥伴制度性的緊密關係。

(三) 新南向政策資源共享計畫之觀光部分，具體規劃內容與執行成效如下：

1、107 年具體規劃作法：

- (1) 鎖定重點 8 國 (泰、星、馬、越、菲、印尼、印度及澳洲)，尤其以第一線城市的首都圈客源，提升臺灣觀光知名度。
- (2) 提昇旅展及推廣會效果，增加消費者推廣活動，行銷多元產品。
- (3) 協助地方政府城市行銷，促進旅客分流。
- (4) 整合觀光業界赴東南亞拓點工作，加強佛教、穆斯林、英語系及郵輪一程多站等市場開發。
- (5) 簡化來臺簽證：泰國、汶萊及菲律賓等國來臺免簽延長試辦至 108 年 7 月 31 日。

2、執行成效：

- (1) 新南向 18 國旅客 106 年來臺 228.4 萬人次，較 105 年成長 27%，占國際旅客來臺比例由 15% 提升至 21%。107 年 1-8 月新南向 18 國旅客 163 萬 6,360 人次，成長 16.91%。
- (2) 交通便利：107 年 1 至 7 月我國飛航新南向國家 (包含印尼、印度、緬甸、汶萊、柬埔寨、泰國、馬來西亞、菲律賓、越南、新加坡、澳大利亞及紐西蘭等國) 間之每週平均航班數及累計載客人數，分別為每週 600 班及 733 萬人次，與 106 年同期相比分別成長 11% 及 13%，其中定期航線計



飛航新南向國家地區 22 個航點，便利我國與新南向國家之互動往來。

(3)簽證便利：爭取放寬新南向國家旅客來臺簽證，泰國、汶萊及菲律賓等國來臺免簽延長試辦至 108 年 7 月 31 日。

(4)旅行便利：截至 107 年 9 月止，共協助 180 家餐旅取得穆斯林友善認證。

四、跨部會相關政策與整合情形：茲因觀光所涉範圍甚大，僅分別以近年觀光政策中推行之觀光旅遊型態為代表，分別以農委會（休閒農業、觀光漁港）、原民會（部落旅遊）、文化部（文創產業）說明之。

(一) 農委會

1、休閒農業：

(1)為促進農業一級生產、二級加工及三級體驗服務的創新運用，結合在地農村景觀、農業文化創意及食農教育概念等元素，輔導傳統農業升級朝向主題化、特色化及區域化發展，並提升產業服務量能及友善旅遊環境，創造農業多元附加價值。發展重點朝主題特色化、農遊智慧化、市場國際化。

(2)成效

〈1〉營造休閒農業友善旅遊環境，促進農業加值與創新運用，提升整體服務量能，輔導休閒農業朝向主題化、特色化、智慧化及區域化發展。

〈2〉訂定休閒農場經營管理師職能基準及課程地圖，每年辦理產業人力產學合作媒合、在職人力培育、農業導遊訓練及就業媒合。

〈3〉營運全國休閒農業單一入口網 - 農業易遊

網，並善用網路社群、多元整合行銷、開發虛實銷售通路及加強異業合作等。

- 〈4〉吸引前往農業休閒旅遊遊客數由 96 年 997 萬人次增加至 106 年 2,670 萬人次；產值由 96 年 65 億元增加至 106 年 107 億元。

2、觀光漁港

(1)政策：

- 〈1〉臺灣四面環海，目前共有 224 處漁港，隨著國人生活型態的改變及生活品質的提升，漁港必須更積極的多元化，並兼具觀光休閒功能，以提升到港旅遊人數並發揮漁港多元價值。為推動漁港多功能使用，除陸續投入相關資源協助改善漁港內魚貨直銷中心整體環境、漁港周遭環境綠美化、設置遊艇碼頭供遊艇泊靠、甚至與環保署合作辦理漁港環境評鑑，這些都是為了提升漁港整體環境品質，讓漁港展現不同風華面貌。另透過漁港所在地方政府、民間團體、漁會、漁民共同合作，發揮創意，結合漁港環境及人文，除辦理漁業慶典活動，並發展結合漁村之小旅行，使漁港成為民眾活動與親近海洋的場所，並提供採買生鮮或加工漁產之最佳場域。
- 〈2〉另因應海岸及海上遊憩風氣盛行，促進漁港資源共享，打造休閒觀光之遊艇碼頭。利用漁港內現有之水域，重新分配港內泊區，興建浮動碼頭，並打造遊艇專業停泊區和示範級的休閒遊艇碼頭，改造傳統漁港，成為兼具漁業和休閒觀光的現代化漁



港，創造臺灣漁港的新風貌。

(2)成效

- 〈1〉為達漁港休閒化及多功能使用目標，已完成31處觀光漁港，除提升到港旅遊人數並發揮漁港多元價值。另藉辦理十大魅力漁港、特色漁港票選活動，不僅改變了漁港原始風貌，更賦予其兼具休閒與文化的內涵，使漁港更多元化，透過魅力漁港選拔不同主題的包裝，成功塑造別具特色的漁港，讓一些名不見經傳的漁港，如「浪跡天涯 烏石鼻漁港」，一夕之間躍升為成為熱門的觀光旅遊景點。並結合漁業慶典活動，發展漁業「套裝旅遊線」，帶動漁村深度旅遊。
- 〈2〉基隆八斗子漁港、宜蘭烏石漁港、臺南安平漁港等3處漁港¹²，利用港內現有之水域，重新分配港內泊區，興建浮動碼頭，打造遊艇專業停泊區和示範級的休閒遊艇碼頭。並與國際接軌，檢討收費標準，改以船席長度及遊艇長度計費。
- 〈3〉在娛樂漁業推廣方面，培訓賞鯨解說團隊，並提供國內外遊客海洋生態活動及娛樂漁業漁船相關資訊。106年度海岸漁業及生態旅遊遊客數為936萬人次，產值34.4億元。

(3)觀光產值：104年至106年吸引至漁港休閒旅遊合計達7,870萬人次，創造產值合計達318億元。

¹² 其中八斗子漁港可提供遊艇50席位，安平漁港可提供遊艇32席位，烏石漁港可提供遊艇32席位，總共增加提供114船席泊位。八斗子漁港、安平漁港及烏石漁港並已分別於101年9月21日、102年2月1日及102年6月23日啟用。

(4)面臨課題：漁港主要維持漁民作業便利環境，亦提供國人觀光遊憩、賞景、購物、用餐、學習、親水、參觀體驗、運動等服務，成為地區產業、休憩、生活的海陸重要據點，我國漁港自 80 年代開始推動漁港多元化以來，在中央及地方縣市政府積極發展下，已有近三分之一的漁港陸續推動發展多元化利用，環視推動過程，目前面臨課題如下：

- 〈1〉周遭環境髒亂：以往漁港之興建都遷就於漁民之就近使用，故相關設備因陋就簡，亦無完整規劃，周遭環境混亂，且無相關公共設施、道路狹窄，皆不利觀光發展之推動。
- 〈2〉面積小規模不足：我國除第一類漁港有較大面積可引進所謂觀光遊憩設施外，其餘各港在原有港區之基礎下，可供引進其他項目或供民間參與公共建設之空間有限。
- 〈3〉發展項目缺乏獨特性：各漁港多元化之發展項目仍以魚貨直銷中心、海鮮品嚐、海釣、海域賞鯨豚為主，許多漁港多元化項目相似性、設施重複性太高，缺乏吸引遊客再次參訪之獨特性。
- 〈4〉缺乏與海岸觀光的串聯：漁港為海岸上單一的據點，許多漁港因港灣規模小及遊憩項目單一，缺乏足夠吸引遊客前往之誘因。
- 〈5〉缺少釋出轉型成功案例帶動潮流：國外有港口轉型或碼頭作為其他用途之案例，我國近年也鬆綁遊艇發展限制，從事水域遊憩活動之民眾也增加，許多有多餘空間之



漁港也具有足夠港埠設施與吸引力，惟目前國內僅臺南市馬沙溝漁港因配合地方發展需要而將漁港釋出案例，後續尚有待觀察，以進一步加強漁港釋出轉型。

(5) 多元化執行對策：由於我國小型漁港較多，近年來生態為旅遊發展的趨勢，漁港具有海洋、海岸、漁業與港灣之優勢，如能發展獨特「目的」活動，如「漁業體驗」、「生態旅遊」等，發展具有獨特生態性的小而美漁港多元化之活動，將較傳統模式具吸引力；另如活動項目應與在地之特色文化相結合，將具發展性及吸磁效應，以臺灣每年各地傳統廟宇精神與遶境祈福活動為例，每每能吸引國內大量遊客參加，甚至國外媒體之採訪，形成有特殊性的文化季熱潮，因此多元化如能與漁業產業之文化相融結合發展，造成故事性及話題性，將更能吸引遊客參訪。未來執行對策說明如下：

〈1〉針對重要觀光景點及海上交通節點之漁港，強化港灣景觀及優質觀光環境。

〈2〉以漁港漁業之發展基礎與優勢，並強化海洋休閒觀光、海洋文化產業，增加海洋活動多樣性，發展產業、觀光、休閒、文化、海鮮餐飲之異業結合，跨域加值產業發展效益。

(二) 原民會：臺灣原住民分為阿美族、泰雅族、卑南族、布農族、排灣族、雅美族（達悟族）、魯凱族、鄒族、賽夏族、邵族、噶瑪蘭族、太魯閣族、撒奇萊雅族、賽德克族、卡那卡那富族及拉阿魯哇族等 16 大族群，因各族群間的傳統習俗和生活方式有所不同，故衍生

出各式各樣的祭典風貌。

- 1、政策：原住民族經濟產業發展 4 年計畫（103 年至 106 年）- 生態旅遊產業示範區；原住民族經濟產業發展 4 年計畫（107 年至 110 年）；大陸地區人民來臺觀光團體參加原住民族部落深度旅遊專案；兩個太陽 1 個月亮- 部落生活體驗計畫（104 年至 106 年）；「部落心旅行」原住民族部落深度旅遊火車專列計畫（104 年至 105 年）；「部落心旅行」原住民族部落主題旅遊獎勵計畫（105 年至 106 年）；「部落心旅行」自強號列車彩繪（105 年至 106 年）；臺紐原住民族青年部落旅遊合作計畫（106 年至 107 年）。

2、願景與目標：

- (1)自 104 年度起形塑原住民族部落旅遊品牌「uhtan'e ho mimimiyo」（鄒族語，意指從一個部落走到另一個部落），藉由帶領民眾體驗部落生活，強調自然與人文資源的保育與永續利用、小眾與深度、部落共同參與經營為主要方向，串連旅遊服務所需之產業鏈，提供消費者體驗部落生活及生態智慧，並增加部落就業機會、提升部落經濟收益。
- (2)依「原住民族部落旅遊中程計畫（107 至 110 年）」執行，期透過不同階段性的產業發展計畫，將部落的自然景觀、原鄉風情、住宿、交通及導覽逐步建設，進而串連起現行推動之旅遊路線。

3、與其它機關合作情形：

- (1)參與交通部觀光局召開「原住民族地區觀光推動會」，業於第 10 次會議決議由原民會與交通部觀



光局輪流主辦會議。

(2)於前一期原住民族經濟產業發展4年計畫(103年至106年)核定嘉義縣阿里山鄉公所、屏東縣政府、屏東縣牡丹鄉公所、宜蘭縣原住民事務所及花蓮縣政府等5地方政府成立生態旅遊產業示範區，並於新一期原住民族經濟產業發展4年計畫(107年至110年)核定臺中市政府原住民族事務委員會、臺東縣政府、宜蘭縣原住民事務所、花蓮縣花蓮市公所與臺東縣達仁鄉公所進行先期規劃。

(3)另各級地方政府推廣原住民族觀光產業有關之活動，得依據「原住民族委員會推展原住民族經濟產業補助要點」第4點規定向該會提出申請補助。

4、量化效益：到訪部落旅遊人次計237萬2,837人；創造產值逾7億元；維持及新增就業機會人數計9,955人次。

5、獎勵措施與輔導：

(1)原住民族經濟產業發展4年計畫(103年至106年)：輔導嘉義縣阿里山鄉公所、屏東縣政府、屏東縣牡丹鄉公所、宜蘭縣原住民事務所及花蓮縣政府等5處成立生態旅遊產業示範區，以強調自然與人文資源之保育與永續利用，以小眾與深度，透過部落共同參與經營，提供消費者體驗傳統部落生活及生態知識學習。

(2)兩個太陽1個月亮-部落生活體驗計畫(104年至106年)：由在地旅遊產業之合法立案組織透過部落共識及族人共同參與規劃設計2天1夜以上遊程主題，並藉由獎勵的機制，加速改善部落

環境、設施、旅遊服務等品質，截至 106 年底核定 26 個執行單位執行。

- (3)「部落心旅行」原住民族部落主題旅遊獎勵計畫：獎勵旅遊業者開發以原住民族部落旅遊為主題之遊程，帶領遊客體驗部落生活，截至 106 年底公告 23 處部落旅遊遊程，參訪人數總計 3,949 人，創造部落產值計 455 萬 6,982 元。
- (4)原住民族經濟產業發展 4 年計畫（107 年至 110 年）：運用原住民族文化特色建構或深化產業示範亮點，並強化跨產業別技術及資源之整合，以營造永續經營的環境，業於 107 年度核定臺中市政府原住民族事務委員會、臺東縣政府、宜蘭縣原住民事務所、花蓮縣花蓮市公所與臺東縣達仁鄉公所執行先期規劃。

6、面臨課題：

- (1)部落有許多接待家庭多屬不合法之住宿空間，除有安全疑慮，更降低旅行社開發及銷售部落旅遊商品之意願。
- (2)國內外旅客對於原住民族部落旅遊認識不足。
- (3)硬體設施未臻健全。
- (4)原住民族文化觀光及導覽人才缺乏。

(三) 文化部

- 1、政策重點：文創產業的基礎來自於國家的底蘊，文化經濟的發展須以文化內容為核心，以提升文化內涵來提振文化經濟，並持續以獎補助及投融資雙軌機制支持影視音等內容產製，同時從振興原創內容、健全產業生態系兩面向逐步落實，並以「國家隊」概念進行資源整合，將在地文化推



向全球，形塑臺灣文化品牌，實現「愈在地、愈國際」的文化價值，帶動文化經濟發展。政策推動重點包括：

- (1)深耕文化內容，厚植產業基礎：著重於盤點在地文化素材、扶持藝文創作，希望透過盤點在地文化素材，從中找出文化價值高且發展程度高的文化元素，優先加值應用，藉以強化在地文化認同與產品發展潛力，創造產業附加價值；加強利用臺灣原生文化，產製多元類型影視內容，並結合新媒體及網路科技等新科技，強化內容發展。
- (2)以市場庇護概念支持新銳新創：持續辦理圓夢計畫，透過獎勵創業者第一桶金、提供實務輔導與業師諮詢服務，協助文創事業檢視產品構想及後續市場發展的可行性；輔導文創產業創新育成，協助創作者得以進駐育成中心專心創作，提供發展歷程中所需的創新研發、創業諮詢輔導、營運管理、政府資源輔導、品牌行銷、市場通路及跨界跨業媒合，及強化在地陪伴機制的輔導網絡，期望新銳新創縮短創業成長學習曲線。
- (3)結合科技創新，豐富文化產業內涵與應用：持續鼓勵業者跨界應用及輔助產業跨域交流整合，加速文化產業結合科技創新應用，包括擴大扶植ACG（Anime 動畫、Comics 漫畫、Games 遊戲）產業，建構從取材、創作、媒合到商轉的產業生態系，促進原創故事跨界應用，帶動漫畫及遊戲產業整體發展。發展跨世代、跨境、跨領域、跨虛實文化科技產業，結合影視音新興垂直應用服務與市場，輔助電影、電視、線上影音、流行音

樂、動畫漫畫 / 遊戲等，以「跨界」為發展方向建立文化科技產業創新價值鏈，創新不同業別之跨界合作模式及分工營運模式。

- (4) 打造國家隊，行銷臺灣文化品牌：將集結文化能量，打造臺灣國家隊，並強化多元文化外交，行銷臺灣文化品牌。以「國家隊」思維加強與各方合作，並結合文化部駐外單位，針對當地市場需求，找到與當地文化之連結及共鳴，安排合適之藝文及產業作策略性切入。另持續以「Fresh Taiwan」國家館形式參加國際展會外，將以主題性策展，詮釋文化內涵，行銷國家形象及特色，積極整合各部會資源及參展業者，以臺灣館形式彰顯臺灣生活文化形象，幫助團隊進入國際市場。
- (5) 建構文化金融專業體系：主動盤點補助案中具投資潛力的優質文創業者，進一步運用國發基金投資，邁向資本市場，並針對具指標性的文創業者，提高國發基金投資比例，透過政府資金挹注，增加民間投資意願，鼓勵民間創投業界積極投資。另將加強投資內容產業，短期內並以影視先行，將其打造為產業火車頭，帶動整體文創產業發展，將持續主動尋找潛力案源，協助提升企劃內容力並加強媒合投融資金，同時逐步建立完善文化金融體系，鼓勵企業投入跨域資源，擴大文創投資動能。
- (6) 成立文化經濟專業中介組織：規劃設立行政法人「文化內容策進院」，作為連結政府與民間之中介組織，積極提升文化內容之應用及產業化，打



造產業共同平台，促進資源整合及資金投入，逐步健全文化產業生態系，並形塑國家文化品牌，協助臺灣文化內容產業提升產製量、拓展國際多元通路，積極向外傳播臺灣文化影響力。

2、量化效益：2014年與2015年約8.3億，2016年約8億。

(四) 觀光局 - 重要觀光景點建設計畫

- 1、計畫緣起：依行政院秘書長96年10月1日院台交字第0960044249號函，為有效發揮政府重大公共建設計畫觀光次類別經費之投資效益，調整歷來依旅遊線方式研提計畫，俾強化具體投資成果，儘速整合既有觀光次類別計畫，並依1. 國際觀光重要遊程景點建設、2. 國內觀光重要景點建設、3. 地方觀光景點改善、4. 國家風景區經營管理維護等4項投資重點與優先順序，研提「重要觀光景點建設中程計畫（97至100年）」之意旨辦理，嗣後以每4年提報1次新的中程計畫。
- 2、各期建設計畫奉行政院核定情形（詳下表4）

表4 各期建設計畫奉行政院核定與問題評析

各期建設	問題評析
97-100年 ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光建設軟硬體並重：過去觀光建設常著重於硬體需求，而忽視後續經營管理的需求，重要觀光景點常因缺乏經營管理等軟體費用之支持，常有空間無法完善使用或造成閒置之憾。 2. 交通運輸接駁服務升級：重要景點常因大眾運輸系統接駁班次不多或轉運設施不足，而影響遊客行程安排。 3. 環境整體配套及國際化：部分重要景點入口意象不明顯、國際化指示標誌及停車休憩據點不足。 4. 觀光設施永續經營：遊客過度集中週末假日，淡、旺季明顯或於部分景點，造成環境承載與遊客壓力日增，區域觀光發展不均。 5. 服務設施及服務品質提升（輔導改善住宿設施品質、加強觀光從業人員服務能力訓練、導覽解說服務再強化深度旅遊資訊）。

¹³ 核定文號：97年6月27日院臺交字第0970024479號（修正文號：99年1月7日交路字第0990000166號）。



各期建設	問題評析
101-104 年 ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光建設延續辦理之必要性：重要觀光景點建設中程計畫（97-100年）採集中資源、景點分級之概念，將景點分為國際觀光重要景點、國內觀光重要景點、地方觀光景點，循序漸進將具國際潛力之國內觀光重要景點逐步提升為國際觀光重要景點。 2. 政府既行政策，彼此相輔相成：歷年政策均奠基於友善、優質之旅遊接待環境之上，中程計畫之落實推動與各項既行政策均息息相關、相輔相成，應配合執行，並互為因應。 3. 觀光建設軟硬體並重：過去觀光建設常著重於硬體需求，或因缺乏經營管理等軟體費用之支持，常有空間無法完善使用或造成閒置之憾。 4. 交通運輸接駁服務升級：部分重要景點因大眾運輸系統接駁班次不多或轉運設施不足，而影響遊客行程安排。 5. 環境整體配套及國際化：部分重要景點入口意象不明顯、國際化指示標誌及停車休憩據點不足，需經由該計畫進行妥善規劃，透過設施減量與景觀美化的手段改善。 6. 觀光設施永續經營：遊客過度集中週末假日或部分景點，造成環境承載與遊客休憩壓力日增，尤其開放大陸地區人民觀光以來，部分熱門景點旅客流量暴增，造成區域觀光發展不均，並衝擊遊憩品質。
105-108 年 ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光遊憩需求日益增加，觀光建設需與時俱進：既有觀光景點服務設施需與時俱進，持續投入觀光景點建設，以塑造旅遊亮點，提升遊憩品質，提供多元遊憩體驗。 2. 觀光景點分級策略見效，分級方式宜適時調整：該計畫將調整景點分級方式，由原有國際、國內、地方三級，改為國際、國內二級，並積極整合零星景點為遊憩區型態景點，將具國際潛力之國內景點轉型成國際景點。 3. 觀光景點遊客過度集中，環境承載已負擔過重：目前遊客仍過度集中於特定假日及熱門景點，常造成遊憩環境承載壓力日增，尤其開放大陸地區人民來臺觀光以來，部分熱門景點如野柳地質公園、日月潭環潭核心區、阿里山森林遊樂區及奮起湖等旅客流量暴增，衝擊遊憩品質。 4. 觀光景點偏重硬體建設，軟體建設應一併考量：過去觀光景點建設著重硬體建設，卻缺乏後續設施維護、經營管理等軟體建設的需求，常見觀光景點完成硬體建設後，因缺乏維護經費，造成設施毀壞、老舊、頹圯、未能與時俱進等問題，影響民眾對政府施政觀感。 5. 觀光資源條件差異極大，發展策略需因地制宜：各地觀光資源條件不同、異質性高，各項發展策略無法一體適用，需因地制宜、訂定合理的發展策略。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

¹⁴ 100 年 8 月 22 日院臺交字第 1000044174 號。

¹⁵ 104 年 5 月 21 日院臺交字第 1040025620 號。



3、國家風景區角色與連結

- (1) 國家風景區發揮在地資源特色，打造在地特色觀光景點，並從點、線、面的串聯，國際級、國內級及地方級等分級建設，擴大觀光景點規模，並包裝在地特色旅遊行程、舉辦特色觀光活動，逐步提升觀光服務品質，吸引遊客參訪，刺激民間投資觀光相關產業，提供符合遊客需求的服務，促進地方發展，帶動地方就業。
- (2) 國家風景區到訪遊客從 97 年 2,918 萬人次提升至 106 年 4,899 萬人次；而國家風景區的觀光產值也從 97 年 671 億元提升至 106 年 775 億元，成長顯著。
- (3) 東北角暨宜蘭海岸管理處 - 以「舊草嶺隧道」榮獲世界旅行與旅遊理事會 (World Travel & Tourism Council, WTTC) 明日旅業大獎旅遊目的地第 2 名；日月潭管理處 - 打造「日月潭自行車道」亦獲 CNNGO 讚譽為全球 10 大最美自行車道。國家風景區以打造國家級旅遊品質，增進旅遊體驗，並提升觀光品牌形象。

五、各國家風景區之願景、目標與策略

- (一) 觀光局呼應全球永續觀光發展趨勢，推動「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展策略」，研訂 2017 年至 2020 年各年度旅遊主軸，落實永續觀光理念。2017 年生態旅遊年、2018 年海灣旅遊年、2019 年小鎮漫遊年、2020 年脊梁山脈旅遊年。
- (二) 各國家風景區重點策略以及成效
 - 1、重點策略
 - (1) 6S (SEIRI【整理】、SEITON【整頓】、SEISO

【清掃】、SEIKETSU【清潔】、SHITSUKE【素養】與 SECURITY【安全】) 管理、一處一特色：確立國家風景區發展方向及聚焦各地特色，採用「景點分級、集中投資」之觀念，提升「核心景點」的旅遊服務品質臻於國際水準，並拓展周邊「副核心景點」，以擴大觀光服務層面為旅遊線與面之串連，並落實 6S 管理，打造一管理處一特色，帶動地方發展。

- (2) 總量管制、引導分流：針對熱門景點建立合宜之總量管制及分流機制，紓解遊憩環境承載壓力過大之景點，並採深度旅遊或拓展副核心景點建設及串聯成遊程，發揮蛋黃集客、蛋白分流之效益。
- (3) 經營管理、配套發展：建構國際級友善旅遊環境，體貼無障礙、銀髮族、兩性、幼童、穆斯林等不同族群之需求差異，以通用設計、綠建築等概念建置友善旅遊服務設施，並輔以各式指標、導引、解說系統與旅遊安全救助系統，全面落實友善旅遊之目標。
- (4) 跨域整合、提高自償：強化跨部會、跨中央與地方之資源整合、分工營運及跨域合作平台。透過跨域合作，尋求公私部門合作機會，並活化與開發國家風景區景點，推動設施出租、促參案件、使用者付費、跨域增值合作等創新財務作法，以提升計畫自償能力。

2、成效與檢討

- (1) 觀光建設屢獲國際肯定：國家風景區透過景點分級建設，提升服務品質，並獲得國際肯定。例如：日月潭環狀自行車道，於 2012 年獲 CNN 旗下網



站評選為「全球 10 大最美自行車道」；東北角「舊草嶺自行車隧道及環狀線」入圍 WTTC2015 明日旅業大獎 (Tourism for Tomorrow Awards) 目的地獎 (Destination Award)，並於 2016 年獲頒「2017 全球百大綠色旅遊目的地」(The 2017 TOP 100 Green Destinations)；而雲嘉南濱海管理處轄區以「井仔腳瓦盤鹽田」，贏得 2016 年「亞太旅行協會金獎」(Pacific Asia Travel Association【PATA】)「環境保育類 環境教育計畫」金獎等，顯見國家風景區景點建設具一定品質。

- (2)訂定分流機制已見成效：為紓緩熱門景點參觀人流，已協調熱門景點之管理單位，實施團體預約等分流措施，針對大陸觀光團造訪之熱門景點，預報當日及未來 1 週大陸觀光團人數及團數，提供各景點管理單位執行流量管制及旅行業者安排行程之參考。目前故宮、野柳、太魯閣及阿里山等熱門景點，預約分流措施紓解人潮，已逐漸發揮成效。
- (3)營造通用友善旅遊環境：建置國家風景區通用旅遊環境，兼顧女性、銀髮族、無障礙等特色族群需求，至 106 年已規劃建置 133 個通用（無障礙）旅遊據點，將持續以「旅遊路線」之概念繼續延伸增加通用旅遊據點，打造優質友善旅遊環境。
- (4)財務自償成長明顯：觀光建設多屬開放型、不收費之公共服務設施之景區，難以將外部財務效益內部化，且建設開發受限於土地取得不易、環境敏感條件限制、環境保護意識高漲、原住民傳統領域議題、執行層面困難等因素，而影響到財務

收益表現，但仍積極透過強化既有服務設施委外租金收入、推動促參案件收益、新增使用者付費機制、跨域加值資源整合、授權或廣告收益等方式提升財務收入。經查 13 個管理處整體財務收入已從 103 年 1.2 億元提升到 105 年 2.25 億元(成長 88%)，而收支比亦從 103 年 4.42% 提升至 105 年 6.3%(增加 1.88%)，自償能力成長顯著，預估中程計畫 105-108 年之整體財務計畫自償率可達 7.05%。

(三)13 處國家風景區介紹：含成立時間、面積、轄管、經營管理主軸、發展定位、願景、未來發展、推動策略及具體策略(附表、圖 1)。

國家風景區之基本資料

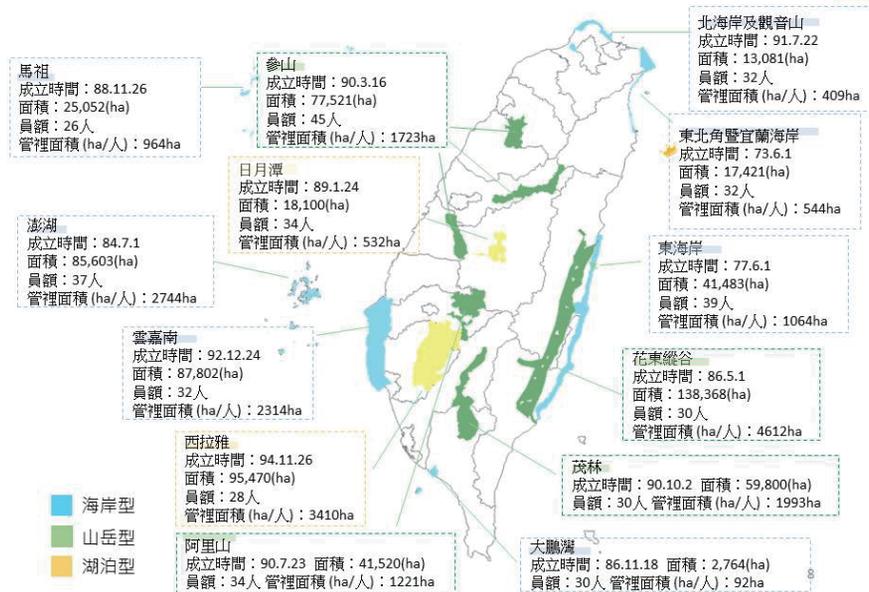


圖 1 國家風景區基本資料



六、各國家風景區管理與維護情形

- (一) 觀光資源保護：觀光局及各管理處為推動永續觀光，辦理海、陸域生態環境調查，成為生態旅遊、環境教育的重要基礎，並且推動環境教育場所認證，推出生態導覽課程，以及發起淨灘（海）活動等，同時透過解說人才培育共同針對國家風景區內之觀光資源進行保護（育）（詳下表5）。

表5 各國家風景區觀光資源保護情形

國家風景區	觀光資源保護情形
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 委託中華鯨豚協會辦理106年「東北角暨宜蘭海岸國家風景區轄域鯨豚海洋永續旅遊規劃案」及「107年龜山島賞鯨豚生態教育先期規劃案」透過鯨豚資源調查、資源盤點與規劃、辦理旅行業者或媒體踩線團，觀察評估市場潛力三大工作，期能提供未來規劃永續旅遊、永續賞鯨業管理等規劃管理制度擬定。 2. 保育龍洞遊隼繁殖：支持基隆鳥會專業建議，「以保育遊隼繁殖為前提」，除加強龍洞遊隼繁殖時期巡查外，同時也加強宣導民眾以安靜、不驚擾方式欣賞鷹姿。復依野生動物保育法第18條設立告示牌。明確告知禁止區域，豎立在步道及攀岩場入口明顯處，提醒遊客勿以任何干擾行為驚嚇遊隼。 3. 百合復育：每年於新北市瑞芳區鼻頭國小與龜山島舉辦「環境教育百合復育活動」種植約1,500株臺灣百合花苗。復育臺灣百合是長期工作，持續在轄區內復育原生種臺灣百合，已漸有成效。 4. 龜山島：定義為生態島，每日登島以四時段分流，每時段不超過450人，每日登島網路申請核准總人數限制，除週三僅供學術及公務登島外，均開放總額1,800人登島。每年12月起至隔年2月底則全島封閉，禁止遊客登島，讓島上生態系統休養生息，並於島上積極復育臺灣百合，以解決自然退化的問題。
北海岸及觀音山國家風景區	關於野柳地質區之保護，依據促參法OT契約督責野柳地質公園OT廠商持續辦理「岩石掃描計畫（97年起）」、「岩石補強計畫（100年起）」2項計畫。
參山國家風景區	轄區橫跨5縣市18鄉鎮市區，蘊含豐富自然生態資源，已完成「參山綠野仙蹤植栽導覽手冊」、「參山景觀植栽選用建議手冊」、「獅頭山風景區南庄遊憩系統自然資源調查」、「獅頭山風景區自然、人文、動植物生態觀光資源調查與地況資訊系統規劃」、「梨山風景區植物資源調查及解說訓練」、「梨山風景區



國家風景區	觀光資源保護情形
	地質地形資源調查研究及解說訓練」及「八卦山風景區自然資源調查」等資源保育調查報告及手冊。相關資源調查納入轄區生態旅遊參考。
日月潭國家風景區	確保資源永續，於 103 年委託專業廠商訂定日月潭國家風景區觀光整體綱要計畫，並將轄區依環境特色及敏感度分別規劃 5 大區（特別保護區、自然景觀區、觀光遊憩區、服務設施區與一般使用區），且就其中特別保護區部分避免開發以落實觀光資源保護（育），惟尚未訂定專門保護（育）計畫。
雲嘉南濱海國家風景區	轄區整體觀光資源豐富且多樣，以自然生態與地景、特殊產業及人文風貌為重要的特色與意象，為使觀光資源能有效利用與永續經營，人為施作與自然資源良善的配搭與融合，亦為透過資源維護計畫的研擬如南布袋濕地改善復育調查規劃案、北門鹽灘濕地改善復育調查規劃及臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃等，促使區內觀光資源能有效確保。
西拉雅國家風景區	為確保資源永續，西拉雅國家風景區內推動親子生態旅遊，首創「蝴蝶遊樂園」，並發展環境教育場域，原為社區型公園之紅葉公園，除了營造蝴蝶生態環境，並創辦「蝴蝶遊樂園」活動，積極發展親子旅遊，訓練專業導覽解說人員。並取得環境教育場域認證核可，辦理觀光及生態環境教育活動。
阿里山國家風景區	自 104 年以來陸續辦理「龍美地區生態調查與生態旅遊規劃」、「阿里山國家風景區鳥類資源調查與賞鳥生態旅遊推廣計畫」、「106 年阿里山賞鳥比賽與鳥類生態之旅推廣計畫」，辦理太興黃頭鷺季系列活動及阿里山賞鳥生態之旅，了解阿里山國家風景區豐富的生態資源，達到環境教育之目的，並推廣阿里山國家風景區與臺灣的賞鳥生態旅遊活動，宣揚臺灣生物多樣性及鳥類資源保育成效之效益。
茂林國家風景區	為確保六龜區十八羅漢山地質生態資源永續，轄區林務局十八羅漢山公告劃設為「十八羅漢山生態保護區」，區域內蝙蝠生態多元豐富，並建立生態導覽制度、訓練專業導覽解說人員，並透過管制人員（每日遊客人數限額 200 名）、專業覽導人員、收費等事宜，積極保護（育）當地生態資源。
大鵬灣國家風景區	目前大鵬灣管理處已與屏東縣政府合作，針對琉球風景區 5 個潮間帶公告劃設為「自然人文生態景觀區」，並建立生態旅遊制度、訓練專業導覽解說人員、成立協會，積極保護（育）當地生態資源，例如：106 年度依專業導覽人員管理辦法培訓專業導覽人員計 25 位，並透過管制人員、專業覽導人員及規劃控制遊客人數等事宜，確保資源永續。



國家風景區	觀光資源保護情形
東部海岸國家風景區	<p>藉由生態維護工程、生態資源調查、環境教育以及低碳旅遊等多方位計畫，打造東海岸永續觀光環境：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 相關工程：積極打造環境教育場域 - 小野柳環境教育場所（已認證）、成功海洋環境教室。 2. 生態調查：103年起每年辦理東海岸鯨豚調查，105年增加綠島潛點生態調查、海陸域生態資源調查，累積基礎生態資料，並引進志工、部落、社區、團體參與，期望建立長期生態監測機制，成為生態旅遊及環境教育的重要基礎。 3. 環境教育：結合志工、民間社團、企業機關、學校、鄉鎮公所等，舉辦常態性淨灘。106年共62場淨灘（海）活動，參與人數2,937人，清理廢棄物5,359公斤。並於小野柳遊憩區舉辦常態性夜間生態與地質導覽解說。 4. 綠島低碳旅遊：透過淨灘、植樹、護蟹及帶1公斤垃圾回家，4種低碳環保小活動，喚起遊客及當地居民對環境保護及資源永續的重視。
花東縱谷國家風景區	<p>以發展永續生態觀光旅遊、社區導覽解說人力之培育及導覽解說為主軸，持續打造花東縱谷永續旅遊環境：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理鯉魚潭生態調查評估及工程環境監測整體規劃委託服務案，針對工程前、中、後辦理環境監測調查，並依據106年初完成之鯉魚潭水陸域環境測量結果，賡續辦理既有污水處理設施及生態池，以及周邊管線系統整體截流等效益評估，並就評估結果進行改善，以改善潭區水質。 2. 環境教育場域認證：鯉魚潭於105年12月2日取得環境教育場所認證後，自106年1月接受環教線上預約申請，環教課程計有濕地淨化、阿美族傳統文化與民俗植物應用、夜間觀察等3項，106年並獲花蓮縣第6屆環境教育品質獎特優，並獲花蓮縣政府推薦參加第6屆國家環境教育獎。 3. 依據「103年羅山遊憩據點環境生態調查委託專業服務案」調查結果，辦理「羅山遊憩區景觀改善工程」清理外來蔓澤蘭及銀合歡，植栽配置原生植物例如：光臘樹、大葉山欖、水黃皮、黃連木等，打造景觀廊道。 4. 配合「花東縱谷螢蝶生態之旅」活動，辦理社區居民及志工人員導覽培訓基礎與進階課程，於活動期間提供行前及現場導覽解說服務。
馬祖國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活化原有資源促進地方觀光，並以原建物整建為主，以達到資源永續。 2. 為推動在地資源保育，積極推動馬祖地質公園劃設，並輔導各社區協會參與，加強社區對在地特殊自然景觀的保護，並能夠自主管理。另外配合縣內各學校，與臺灣大學及臺灣師範大學地理系合作，協助培養解說員，並與臺灣學校交流，加強未來生態解說人力資源。

國家風景區	觀光資源保護情形
	3. 規劃生態賞鷗及大坵島賞梅花鹿旅遊行程，除開發具有生態旅遊性質之觀光方式外，也透過宣導減少對於環境資源的過度使用，達到永續觀光精神。 4. 持續推動馬祖各遊客中心申請環境教育場域認證。
澎湖國家風景區	為確保資源永續，澎湖國家風景區範圍劃設 5 大分區（特別保護區、自然景觀區、遊憩區、服務設施區與一般使用區），做為土地管制之參考。現就熱門景點北寮奎壁山除已公告管理措施外，另刻正著手調查遊憩行為對生態之影響，惟尚未訂定專門保護（育）計畫。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

(二) 遊憩承載量管制：國家風景區透過協調熱門景點主管機關，並依當地遊客屬性及其交通狀況，實施旅客總量規劃及分流措施；委託專業團隊辦理設施營運及遊客行為調查規劃，即透過委託專業團隊辦理設施營運及遊客行為調查規劃，後續再視調查結果、產業能量及交通承載量等面向進行分析後，再逐步調整開放遊客數。另，各管理處推展遊憩觀光景點時，已將遊客流量管制納入營運管理之參考，避免遊客過度集中造成負擔過重問題之產生，各國家風景區目前實施管制策略（詳下表 6）。

表 6 各國家風景區目前實施相關管制策略

國家風景區	目前實施管制策略
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	依據龜山島生態旅遊作業管理要點： <ol style="list-style-type: none"> 1. 為維護島上生態環境，每日登島總人數限制，3-11 月，週一、週二及週四至週日為 1,800 名，週三為 500 名。 2. 為推廣地方觀光國際化，國際觀光客登島申請名額不受第 1 款規定限制。 3. 為疏導同一時段島上遊客人數，每日登島時間分四時段，每時段登島總人數，週一、週二及週四至週日以 450 名、週三以 125 名為原則；逾越前揭承載限額，得對遊客及船舶實施分流措施，管制船舶停靠龜山島碼頭時間。 4. 每日預約登記登島名額如有餘額時，得視登島情形於每時段開放現場登記登島。



國家風景區	目前實施管制策略
北海岸及觀音山國家風景區	<ol style="list-style-type: none">1. 野柳地質公園為維護區內地景與提升遊憩品質，101年10月1日啟動「團客尖峰分流計畫」；分流對象以團客為主，散客不受影響；管制期間(3-5月及10-11月)103年紅燈亮9次、104年黃燈亮35次、105年黃燈亮32次、106年紅燈亮4次、黃燈亮35次，其餘時間遊園皆舒適。2. 野柳地質公園近年在政府與經管廠商共同努力下，參訪遊客熱絡，遊客人次從91至95年平均約60萬、98年首度突破100萬、99年超越180萬、100年198萬、101年269萬、102年278萬、103年333萬、至陸客降溫之104年315萬、105年286萬、106年250萬，遊客量成長衍生觀光品質與海岸地景保育課題。考量資源永續及提供更優質旅遊品質，爰參考故宮遊客管理模式，於101年5月25日邀請產、官、學界舉行野柳地質公園遊客最適承載量管理方式座談會，後續並邀集OT廠商及野柳社區團體研商執行計畫。配合計畫推動，自101年7-9月以公文、網路、文宣等方式向全國旅遊業者及單位宣傳。3. 園區內達2,500人時，入口電子看板即顯示「紅燈」（園區擁擠），不開放無預約團客入園；園區內達1,700~2,500人時，電子看板顯示「黃燈」（接近擁擠狀態），欲入園者可考慮是否入園或先參觀周邊景點設施；園區內在1,700人以下時，電子看板顯示「綠燈」（參觀環境舒適），完全開放入園參觀。計畫實施後團客選擇於離峰時間參訪趨勢增加，尖峰時段(9:30-11:00; 13:30-15:00)遊客人數攀升比率趨緩，已達分流效果，目前持續於旺季期間實施團客分流管制。
參山國家風景區	<ol style="list-style-type: none">1. 為疏緩交通運輸及停車壓力，於獅頭山推動臺灣好行獅山南庄線，並結合獅山線及南庄線共同聯網行銷；梨山則推動高鐵-埔里-梨山之幸福巴士。2. 已於部分熱門景點進行總量管制，如「猴探井遊憩區天空之橋」採用雙向閘門計數器進行遊客總量管制(以150人為上限)，並設有管制人員於閘門出入口維持秩序；執行各連續假期交通疏運計畫，透過廣播、網站加強安全宣導及服務作業，春節期間印製交通疏運摺頁並透過LBS提供即時路況資訊；與連續假期委請警廣電台以「路況蒐報」、「連續假期連線」、「短劇宣導」進行景點分流措施；及推廣臺灣好行等因應作為。
日月潭國家風景區	引導陸客團分別至伊達邵碼頭及水社碼頭登船遊湖、並針對假日及大型活動期間實施停車設施總量管制及免費接駁專車等措施。
雲嘉南濱海國家風景區	1. 依「雲嘉南濱海國家風景區整體觀光發展計畫及財務計畫」，以空間系統分派模擬與承載量推估，推估四核心發展區的每日最大承載量距離最大承載量尚有許多承載量，可容納更多觀光遊憩行為，爰目前無遊憩承載量管制措施。

國家風景區	目前實施管制策略
	2. 另針對特殊敏感地形與生態資源區進行細部之遊憩承載量研究並制定管理機制(例如遊憩人數申請總量管制),並配合經管理處認證與產業聯盟培訓之專業導覽員及地方旅遊業者引導生態旅遊(例如娛樂漁船、觀光管筏、遊樂船等)。
西拉雅國家風景區	辦理跨年活動,考量觀景平台承載量及遊客安全,以預約票及接駁車方式,限制3,000名遊客進入會場,並請警員協助支援交管,以維持現場秩序。
阿里山國家風景區	1. 太平雲梯為遊客分流及現場管理需要,於開放時已規劃一般民眾及團體旅客不同之售票管道。嘉義梅山太平雲梯考量主要道路162甲線多彎道、山上停車位及水資源不足,為遊客分流及現場管理需要,初期採用網站售票,並區分為一般民眾、團體旅客及旅宿業者。一般民眾一次可訂購4張、團體旅客至少訂購15張,並為服務住宿旅客提升觀光產值,亦開放轄區內梅山鄉旅宿業者申請帳號訂票,服務住宿旅客。之後並與太平合作社、臺灣觀巴及易遊網業者合作,推出遊程票。藉由以訂票方式滿足不同族群(散客、團客、住宿客)、不同載具(開車、公車、臺鐵、中巴)及不同天數(1日遊或者多日遊)、不同路線(經由梅山鄉或竹崎鄉)之旅客需要,並達到遊客分流效果。 2. 阿里山森林遊樂區於櫻花季期間,實施團體遊客預約分流申請入園系統,控管遊客承載量以維護遊憩品質。
茂林國家風景區	截至目前尚無遊憩承載量管制措施。惟轄區屬山岳型區域,轄內為交通便利興建多處吊橋設施,為維護吊橋安全及遊憩品質實施吊橋總量管制措施,於適當地點宣導遊客配合遵循。
大鵬灣國家風景區	截至目前尚無遊憩承載量管制措施,惟鑒於琉球風景特定區旅遊人數逐年遞增(據統計資料顯示,遊客已趨近45萬人次),有造成環境、設施及觀光遊憩品質衝擊之虞。另為打造琉球生態學習島、提供良好的遊憩服務品質與優質的遊憩空間,並期許觀光資源永續發展,大鵬灣管理處業於107年3月辦理「琉球風景特定區遊憩承載量調查評估」委託服務案,針對琉球嶼遊憩承載量進行評估調查,以符國家風景區經營管理及環境資源妥善維護之目的,並建立未來經營管理之參考方針。
東部海岸國家風景區	東部海岸風景區並非封閉型風景區,且省道台11線為當地居民交通要道,無法直接進行總量管制,管理處採取下列原則進行遊客管理: 1. 藉由收取清潔費方式可局部改善遊客於特定據點特定時間過於集中之情形,惟遊客仍會選擇其他據點做為替代。 2. 未來藉由各系統發展定位、軟硬體建置及發展特色遊程等方式,轉變遊客旅遊型態為優質旅遊行為。



國家風景區	目前實施管制策略
	3.104年「東部海岸國家風景區觀光整體發展計畫檢討案」所建議遊客承載量為37,100人/日，另推估目標年(112年)尖峰日遊客量為34,750人/日，尚無遊客過度集中造成負擔過重問題。
花東縱谷國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 截至目前尚無遊憩承載量管制措施，依105年「花東縱谷國家風景區觀光整體發展計畫」針對114年之目標年，在地觀光遊憩設施、人力資源、產業結構、交通運輸、遊客住宿、環境承載等，依據目前盤點及參考98年整體發展計畫內容，提出發展課題及未來相關的發展對策。 2. 透過觀光遊憩人數推估、日尖峰觀光遊憩人口數推估、停車數量與每日最高承載量計算、平假日遊客量推估、住宿設施需求推估等承載量評估分析結果，並提出鯉魚潭、鹿野高台發展困境與突破策略。 3. 目前花東縱谷據點之間距離較長，且範圍廣大，囿於聯外交通瓶頸，目前尚無遊客過度集中造成負擔過重問題。
馬祖國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 截至目前尚無遊憩承載量管制措施，惟馬祖海島環境及交通狀況特性，自然形成遊客數量限制情況，另經馬祖管理處101年委託臺灣大學執行生態旅遊策略及規劃建置案(地質及植物部分)，考量各島景點實質空間承載量、住宿、餐點及交通運輸量推估承載量，經推估馬祖國家風景區內合理之遊憩承載量為14萬人，目前馬祖管理處也致力於平衡淡旺季遊客人數並開發高端遊客族群，以提升觀光效益。 2. 經研究目前馬祖地區觀光人次將達到推估承載量，並且有季節分布不均情況，為避免造成當地經濟、文化及生態衝擊，馬祖管理處也積極開發精緻、高附加價值觀光產業，並平衡淡旺季遊客人數，以達到資源保育永續發展。
澎湖國家風景區	截至目前尚無遊憩承載量管制措施。著手調查中的以近幾年已成為遊澎熱點之北寮奎壁山潮汐作用所呈現分海特殊景觀，基於安全與生態等考量，106年已訂定「北寮至赤嶼陸連島摩西分海區域活動禁止事項」，規範遊憩行為，並委請澎湖科技大學老師進行北寮奎壁山地質公園遊客及地景監測，瞭解承載量，後續再評量保育費收取機制。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

(三) 資料庫管理系統

- 1、觀光局：該局規劃建置整體空間資訊系統，未來可研議擴充納入查核管理機制。

- 2、國家風景區管理處：各國家風景區依照業務需求建立所需之資料庫，參考如下：
- (1)地理資訊系統資料庫：完整提供轄區範圍資訊，並與地籍圖資及衛星影像全面套疊，有效作為管理處進行土地開發與規劃建設之參考。
 - (2)設施巡查系統資料庫：完整提供轄區公產、衛生、景觀及維安設施資訊，有效提供管理處進行設施巡查、管理及維護之便利性。
 - (3)生態調查監測資料庫：以日月潭管理處為例，成立迄今，完成 10 份生態調查監測報告，其調查監測期間綿延十餘年，完整記載日月潭國家風景區內之生態特色及變遷。
 - (4)建置 Open Data：開放的資料分為 5 大類，13 個資料庫開放供企業及民眾下載加值。
- (四) 相關裁處情形：國家風景區違法行為懲處依據法令為本條例，相關條例內容如下：
- 1、第 62 條：損壞觀光地區或風景特定區之名勝、自然資源或觀光設施者，有關目的事業主管機關得處行為人 50 萬元以下罰鍰，並責令回復原狀或償還修復費用。其無法回復原狀者，有關目的事業主管機關得再處行為人 500 萬元以下罰鍰（第 1 項）。旅客進入自然人文生態景觀區未依規定申請專業導覽人員陪同進入者，有關目的事業主管機關得處行為人 3 萬元以下罰鍰（第 2 項）。
 - 2、第 63 條：於風景特定區或觀光地區內有下列行為之一者，由其目的事業主管機關處 1 萬元以上 5 萬元以下罰鍰。
 - (1)擅自經營固定或流動攤販。



- (2)擅自設置指示標誌、廣告物。
- (3)強行向旅客拍照並收取費用。
- (4)強行向旅客推銷物品。
- (5)其他騷擾旅客或影響旅客安全之行為。

違反前項第 1 款或第 2 款規定者，其攤架、指示標誌或廣告物予以拆除並沒入之，拆除費用由行為人負擔。

3、第 64 條：於風景特定區或觀光地區內有下列行為之一者，由其目的事業主管機關處 5 千元以上 10 萬元以下罰鍰。

- (1)任意拋棄、焚燒垃圾或廢棄物。
- (2)將車輛開入禁止車輛進入或停放於禁止停車之地區。
- (3)其他經管理機關公告禁止進入之地擅入區之行為。

其他經管理機關公告禁止破壞生態、污染環境及危害安全之行為，由其目的事業主管機關處 5 千元以上 100 萬元以下罰鍰。

4、第 65 條：依本條例所處之罰鍰，經通知限期繳納，屆期未繳納者，依法移送強制執行。

5、各國家風景區裁處情形（詳下表 7）。



表 7 各國家風景區裁處情形 (含違反法規依據、事由以及裁處情形)

國家風景區	違反法規依據	違法事由	裁處情形 (罰鍰)
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	第 60 條 (1 件)。	未投保公共意外責任險。	5 萬元。
	第 62 條 (2 件)。	擅自開挖觀光設施 (草坪) 埋設管路、配置電源線；於東北角暨宜蘭海岸國家風景區內，損壞自然資源。	分別為 5 千元；3 萬元。
	第 63 條 (2 件)。	皆為金沙灣停車場內經營流動攤販，經書面及口頭通知勸導無效。	皆為 1 萬元。
	第 64 條 (2 件)。	未依規定將回填沙篩檢，即連帶工程礫石塊瀝青及廢棄物掩埋於沙灘，嚴重汙染環境；於風景特定區內 (鼻頭公園步道) 任意塗鴉地面、牆壁、土地定著物。	皆為 1 萬元。
北海岸及觀音山國家風景區	第 60 條第 1 項、第 2 項 (1 件)。	違反以水上摩托車拉刈香蕉船之水域活動。	3 萬元。
	第 60 條第 1 項、水域遊憩活動管理辦法 17 條 3 款 (1 件)。	龜吼第一涼亭從事潛水活動攜帶漁槍射魚。	1 萬元。
參山國家風景區	無。		
日月潭國家風景區	第 63 條第 1 項第 1 款、本條例裁罰標準第 13 條第 13 項 (3 件)。	擅自經營流動攤販。	依違規情節輕重分別罰鍰 1 萬元、1 萬 5 千元、2 萬元、2 萬 5 千元。
雲嘉南濱海國家風景區	第 63 條第 1 項 (1 件)。	擅自經營流動攤販。	1 萬元。
	第 64 條第 1 項 (1 件)。	丟棄枯木於井仔腳蒼鷺復育區紅樹林。	5 千元。
	第 62 條第 1 項 (1 件)。	未經許可捕撈魚類。	3 萬元。
西拉雅國家風景區	無。		
阿里山國家風景區	無。		



國家風景區	違反法規依據	違法事由	裁處情形 (罰鍰)
茂林國家風景區	無。		
大鵬灣國家風景區	無。		
東部海岸國家風景區	第 62 條 (1 件)。	損壞風景區自然資源。	罰鍰 15 萬元。
	第 63 條 (3 件)。	擅自經營流動攤販。	分別為 1 萬元 (2 件)、2 萬元。
	第 64 條 (1 件)。	車輛開入禁止進入區。	5 千元。
花東縱谷國家風景區	無。		
馬祖國家風景區	無。		
澎湖國家風景區	無。		

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製，統計時間：104 年至 106 年。

(五) 安全檢查制度：觀光局¹⁶依「各級機關訂定公共安全管理白皮書 16 項重大災害管理項目督導計畫原則」訂定「公共安全管理白皮書」實施計畫（觀光地區遊樂設施安全管理）督導計畫，基於國內觀光地區大致分為「國家公園、國家級風景區、森林遊樂區、農林機構觀光休閒遊憩區、具觀光遊憩活動之水庫、實驗林及國立社教機構、地方級風景區等，分屬各中央機關（國軍退除役官兵輔導委員會、行政院農業委員會林務局、內政部營建署、教育部、經濟部水利署及觀光局）及直轄市、縣市政府」權管，爰由各權責單位依原各區屬所訂公共安全督導考核機制，辦理督導作業，並於每年 6 月 20 日與 12 月 20 日前填報督導成果表，函報觀光局彙整後函送行政院災害防救委員會備查；另查國家風景區係依據本條例第 10 條設置，

¹⁶ 依據行政院災害防救委員會 96 年 7 月 13 日災防減字第 0969960074 號函頒。

為利管理國家風景區相關遊憩行為，遂訂定本條例裁罰標準、風景特定區管理規則、水域遊憩活動管理辦法、觀光地區及風景特定區建築物及廣告物攤位設置規劃限制辦法……等相關法規。

(六) 檢查制度：主要可分為平時檢查、督導考核、秘密客3種方式。為使各管理處對於各國家風景區平時檢查與年度督導考核結果作為後續經營管理精進之目標，缺失部分觀光局將請各管理處依據督導考核委員及秘密客委員建議事項提報辦理情形及依限完成改善。

1、平時檢查：依據觀光局「國家級風景特定區經營管理與安全維護督導考核作業要點」¹⁷，管理處應依年度執行計畫分月定期檢查做成紀錄，並於每季次月(4月、7月、10月)15日前將辦理情形函報觀光局，全年度經營管理與安全維護檢查紀錄表須於次年1月15日前函報觀光局。該局重點檢查發現不合規定或有危險之虞者之續處作為，由督導考核小組及秘密客相關缺失建議事項，觀光局後續均列表追蹤列管至改善完成，並由各管理處將辦理情形函報觀光局。

2、督導考核：為對各管理處經營風景特定區公共設施經營服務成績優異者，進行獎勵或表揚之作為，觀光局業訂定「國家級風景特定區經營管理與安全維護督導考核作業要點」，進行各國家風景區平時檢查與年度督導考核，就優良管理處予以敘獎。每年督導考核由局長指派召集人，並由該局組成考核小組，對管理處辦理督導考核作業，並做成評分紀錄。

(1) 考核小組之組成：觀光局副局長擔任召集人、主

¹⁷ 107年3月27日觀技字第1074000358號函修正。



- 任秘書室簡任技正、國民旅遊組組長、技術組組長及資訊室主任等 5 位簡任人員擔任委員：必要時得外聘專家學者協助督導考核事務。
- (2) 評分標準：督導考核小組委員現場考察項目為提昇遊客安全 (S1- 安全) 15%、設施維護管理 (S2- 整理、S3- 整頓) 8%、環境整潔美化 (S4- 清掃、S5- 清潔) 8%、提升品質及品牌行銷 (S6- 素養) 8%、敦親睦鄰與公共事務 7% (公共關係、善用社會資源)、年度重點工作 14%；以及委託臺灣造園景觀學會擔任秘密客 2 次前往各管理處經營管理之據點實地考核評分 40% 合計。
- (3) 考核結果：106 年督導考核優勝名次日月潭第 1 名、東北角第 2 名、阿里山第 3 名；並就前 3 名管理處執行業務績優人員予以敘獎，處長敘獎部分則由觀光局統一簽辦。
- 3、秘密客：委外辦理各管理處之查核作業。104 年迄今辦理秘密客之查核作業，評核 13 管理處包含初評、複評及不定期之抽查改進情形，並規劃預定前往各管理處之遊憩系統、據點及提供至少 2 人以上秘密客小組成員背景資料，成員須具觀光產業、休閒遊憩、旅遊服務品質等相關專業背景，人員名單應並報請觀光局同意備查，始得進行督導考核作業。評分：針對遊客安全、設施維護、環境整潔及美化、服務品質、行銷推廣等面向。
- (七) 國家風景區內尚無危害觀光推動之重大災害或事故。經檢討分析主要為遊客從事活動或駕駛交通工具不慎發生意外，非因重大災害或事故。國家風景區 106 年遊客傷亡總計死亡 23 人、受傷 54 人；105 年遊客傷

亡總計死亡 26 人、受傷 47 人；104 年遊客傷亡；總計死亡 34 人、受傷 86 人，統計資料依類別與不同傷亡分別說明（詳下表 8）。

表 8 各國家風景區遊客傷亡統計一覽表

遊客傷亡統計	溺水意外		交通事故		動物攻擊		失足或墜落		其他	
	死	傷	死	傷	死	傷	死	傷	死	傷
104 年	28	10	2	55	0	0	1	10	3	11
105 年	19	13	4	14	0	4	0	10	3	6
106 年	14	16	3	13	0	0	0	9	6	16
合計	61	39	9	82	0	4	1	29	12	33

七、各國家風景區之行銷推廣與產業整合

(一) 行銷推廣

- 1、各國家風景區均擁有獨特且具國際級之生態、文化、地質等觀光資源，為整合全臺重要節慶活動並提供一資訊平台方便旅客隨時取得資訊，因此觀光局推出「臺灣觀光新年曆」活動品牌，除有效針對各國家風景區之特色進行國內行銷，同時遴選具國際級潛力活動進行國際宣傳推廣。
- 2、依據觀光新年曆遴選機制及客源市場特性，遴選出具吸引國際旅客潛力活動重點宣傳，2018 臺灣觀光新年曆共遴選出 47 項國際級活動，新晉升的國際級活動有「客家桐花祭」、「臺灣自行車節—日月潭 Come!Bikeday 騎響花火音樂嘉年華」、「2018 鷹揚八卦—bike 訪春天」、「2018 故宮亞洲藝術節」、「菊島澎湖跨海馬拉松」、「第 9 屆亞洲賞鳥博覽會暨 2018 臺灣國際賞鳥馬拉松」、「2018 世界最美麗海灣嘉年華活動」及「2018 臺中世界花卉博覽會」等，47 個活動



內含有多項管理處主辦之活動，結合廣宣行銷觀光新年曆國際級活動，並在北美、英、德、法社群露出訊息搭配特有紀念品等多方向集中火力宣傳，並結合航空或旅遊業者合作包裝各主軸活動行程，炒熱各主打活動話題，鼓勵海外旅客訪臺，有利吸引國際旅客並分流深入至臺灣各地，藉由活動凸顯管理處特色，提升管理處知名度，吸引國際旅客到訪，為地方創造商機。

- 3、臺灣觀光新年曆對於各式活動的整合推廣，除有效將各國家風景區之特色推向國際舞台，吸引國際旅客來臺，同時也豐富國人國內的旅遊體驗。各國家風景區亦根據區內之特質，與配合整體觀光發展趨勢(永續觀光、生態旅遊等)與觀光局之政策方向(海灣旅遊年)，推出不同面向之活動。各國家風景區辦理活動情形暨熱門行程與不青睞行程(詳下表9)。有關不青睞行程，原因分別為交通因素、季節性所致，分別為北海岸及觀音山國家風景區(嵩山社區套裝行程：因包含農村體驗、社區解說導覽及特色農家菜體驗，且社區位置較山區，交通接駁費用偏高)、參山國家風景區(「獅頭山風景區」：保存完整臺灣客家文化，成為近年竹苗地區客家生態慢遊新亮點，惟獅山南庄線僅行經獅山遊客中心、勸化堂及南庄遊客中心三個站點約12公里，在交通運具選擇上較不受旅客青睞)、東部海岸國家風景區(東海岸多以小眾及自由行為主，交通為遊客所在意的問題，而在旅遊旺季期間，易受天候因素影響，相對水域活動亦會受限而不受青睞)、雲嘉南濱海國家

風景區（其他旅遊路線較不為旅客青睞原因多為受季節影響較大，如「南瀛人文生態」及「臺南漫遊鹽鄉 幸福 999」較屬賞鳥行程，候鳥其每年稍有不同，容易影響行銷推廣之效果）。

表 9 各國家風景區辦理相關活動暨熱門行程與不青睞行程

國家風景區	辦理相關活動	熱門套裝行程與 旅客不青睞行程
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	東北角迎曙光 - 光點福隆、福隆國際沙雕藝術季、2018 海灣旅遊年東北角水域遊憩系列活動、騎遇東北角、草嶺古道芒花季、壯圍沙丘四季行銷。	1. 「福隆金沙運動之旅」及「樂遊龍洞趣」因結合「臺灣好行 - 黃金福隆線」成為東北角地區最具代表性之熱門行程，黃金福隆線沿途行經瑞芳火車站、九份、黃金博物館、黃金瀑布、水湳洞、南雅南新宮、鼻頭、龍洞灣海洋公園、龍洞四季灣、藍灣海濱休憩園區、澳底、福隆遊客中心共 12 個站點，四季各有風情，具備多元特色，市場潛力大，不僅有充滿臺灣古早味風情的九份老街、變化萬千的陰陽海景與南雅南新宮的海蝕風化奇景，讓遊客大飽眼福，還有頗負盛名的福隆便當、九份芋圓、草仔粿、紅糟肉圓、澳底海鮮，滿足遊客味蕾。 2. 無。
北海岸及觀音山國家風景區	自行車節活動、體驗觀光 - 點亮村落、觀音觀鷹、金山夜蹦火、野柳石光 - 夜訪女王。	1. 最具代表性的行程為野柳地質公園之遊程，野柳女王頭被美國有線電視新聞網 CNN 及國家地理雜誌票選為最佳旅遊地點，特殊的地質景觀及知名女王頭，吸引各國旅客青睞。 2. 嵩山社區套裝行程：因包含農村體驗、社區解說導覽及特色農家菜體驗，且社區位置較山區，交通接駁費用偏高，故此遊程價位較高，較不受旅客青睞。



國家風景區	辦理相關活動	熱門套裝行程與 旅客不青睞行程
參山國家風景區	梨山地區辦理「梨山幸福巴士-青少年原住民原鄉巡禮活動」、谷關地區辦理「2017-2018 臺灣好湯-中臺灣湯饗」活動、獅頭山地區辦理「賽夏泰雅原鄉小旅行」、八卦山地區辦理「2018 鷹揚八卦 Bike 訪春天」活動續舉辦超過 25 年，並列為臺灣觀光年曆國際活動、配合觀光局「2017 臺灣部落觀光嘉年華 歡迎來作部落客」共同參展、臺灣好行-獅山南庄線行銷計畫預計於 107 年辦理「漫漫南庄步桐凡饗」客家桐花季活動。	1. 谷關溫泉饗宴、八仙山森呼吸一日遊，因吸引銀髮族養身主題旅遊成為最具代表性與熱門行程。 2. 「獅頭山風景區」：保存完整臺灣客家文化，成為近年竹苗地區客家生態慢遊新亮點，惟獅山南庄線僅行經獅山遊客中心、勸化堂及南庄遊客中心三個站點約 12 公里，在交通運具選擇上較不受旅客青睞。
日月潭國家風景區	日月潭金龍山迎曙光活動、櫻舞飛揚環湖路跑賽活動、櫻花季系列活動、星光螢火季活動、日月潭國際花火音樂嘉年華系列活動、臺灣自行車節-日月潭 Come!Bikeday 單車活動。	1. 日月潭環湖公路景色優美，並曾獲得美國有線電視新聞網 (CNN) 旗下生活旅遊網站 (CNNGO) 票選為全球十大最美自行車道之一。最具代表性之路線係為水社至向山遊客中心，途經數個重要知名景點，全程約 3 公里，其中約 400 公尺長之路段建於湖面上，讓人有水上行舟之感，此路線係為國內外遊客必經到訪遊玩之一。 2. 無。
雲嘉南濱海國家風景區	鯤鯨王平安鹽祭、文化季系列活動、新春元宵嘉年華活動、臺灣國際觀鳥馬拉松活動、106 年七夕鸞保育日-守鸞一生、2017 黑面琵鷺親子輕旅行活動、一見雙雕藝術季、漁村風情舟遊布袋港系列活動、跨年三部曲。	1. 「戀上白色雲嘉南」及「北門秘境 虱目魚遊程」較具代表性且熱門。「戀上白色雲嘉南」屬 1 日遊遊程，便利性強，跨景點範圍較大，適合樂齡旅遊客群；「北門秘境 虱目魚遊程」為半日遊遊程，內容包含在地風味餐、自行車體驗，加上導覽解說深度漫遊且極具在地特色，適合自駕來訪的旅客。 2. 其他旅遊路線較不為旅客青睞原因多為受季節影響較大，如「南瀛人文生態」及「臺南漫遊鹽鄉



國家風景區	辦理相關活動	熱門套裝行程與 旅客不青睞行程
		<p>幸福 999」較屬賞鳥行程，候鳥其每年稍有不同，容易影響行銷推廣之效果。</p>
西拉雅國家風景區	<p>臺灣自行車節系列活動 -2018 西拉雅騎跡~水庫連騎 300 極限單車挑戰(法國認證 300K 自行車賽)、西拉雅趣飛車活動、夏至 235 系列活動、臺南市跨年三部曲 - 二寮迎曙光活動。</p>	<p>1. 西拉雅風景區因豐富農特產品，四季不同衍生出來的小旅行，小旅行較受青睞(如：椪柑小旅行、關子嶺泡湯小旅行)。 2. 無。</p>
阿里山國家風景區	<p>鄒族戰祭、櫻花季、與螢共舞、鄒族小米收穫祭、鼓動楓林、鄒族生命豆祭、山美鮭魚節、茶山涼亭節。</p>	<p>1. 「阿里山新印象 - 神木下婚禮山海戀」：舉行為期三天的婚紗、婚禮、蜜月三合一浪漫之旅。國內新人在香林神木下交換愛的誓言外，更有東南亞及大陸之海外新人慕名而來，行程更加入鄒族文化體驗，讓新人們除了享受阿里山的美景外，實際體驗鄒族婚慶迎娶的過程(服役過關、祈福禮、成年訓誡禮以及最重要的團圓舞)，夜晚精彩的營火晚會，加入慶賀婚禮的傳統鄒族歌舞及傳統烤山豬受旅客青睞。 2. 無。</p>
茂林國家風景區	<p>雙年賞蝶、南島婚禮、泛舟活動、山城花語悠遊季。</p>	<p>1. 茂林生態之旅：每年冬天，保守估計至少有超過百萬隻紫斑蝶會乘著滑翔翼般造型的紫翅膀，來到南臺灣魯凱、排灣族人的聖山—大武山腳下溫暖避風的山谷，形成最高可達 100 萬隻以上的越冬集團「紫蝶幽谷」，和太平洋彼端的墨西哥「帝王斑蝶谷」，併列為目前世界兩種大規模「越冬型蝴蝶谷」。「紫蝶幽谷」只分布在排灣、魯凱族人世居的高雄、屏東及臺東縣中低海拔山區，目前已知的紫蝶谷約 30 處，其中最密集的高雄市茂林地區至少有 7 個紫蝶幽谷。 2. 無。</p>



國家風景區	辦理相關活動	熱門套裝行程與 旅客不青睞行程
大鵬灣國家風景區	2018 大鵬灣遊艇帆船系列活動。	1. 小琉球近期成為眾所皆知的綠蠓龜樂園，有關小琉球的特色行程最為暢銷。 2. 無。
東部海岸國家風景區	三仙台元旦迎曙光、2018 海灣旅遊年花東自行車 200 勇闖東海岸自行車 200k.400k ACP 認證挑戰賽、臺東長濱雙浪金剛馬拉松、秀姑巒溪國際泛舟鐵人三項競賽、沓都瑪樣部落樂舞宴、東海岸大地藝術節/月光·海音樂會、親海活動-賞鯨、潛水、浮潛、衝浪、夜訪小野柳、都蘭慢慢走、成功小鎮漁村風情之旅。	1. 原住民文化為東部海岸國家風景區一大特色，部落觀光具代表性行程。 2. 東海岸多以小眾及自由行為主，交通為遊客所在意的問題，而在旅遊旺季期間，易受天候因素影響，相對水域活動亦會受限而不受青睞。
花東縱谷國家風景區	賞螢生態之旅、夏至 235 系列活動、臺灣好湯-溫泉美食嘉年華、臺灣自行車節-縱谷單車野餐日。	1. 賞螢生態為花東縱谷國家風景區最具代表性之熱門行程，主要因為花東地區工業污染較少，生態環境佳，且辦理地點鯉魚潭離花蓮市區近，周邊遊憩設施(食、宿、遊、購)方便及風景優美，吸引國內及港灣遊客參與。 2. 無。
馬祖國家風景區	生態賞鷗暨-海上看媽祖、元宵擺暝-嘉年華、鐵板燒塔節、媽祖昇天祭。	1. 「生態賞鷗暨海上看媽祖活動」為馬祖國家風景區最具代表性之活動，此活動讓遊客來馬祖旅遊，除了體驗藍眼淚自然景觀外，同時觀賞馬祖獨特的燕鷗生態，並可欣賞馬祖獨特的海蝕地景與美麗的芹壁聚落景致。另引入生態導覽解說對遊客進行教育宣導，使其瞭解生態旅遊的意義。 2. 無。
澎湖國家風景區	澎湖元宵乞龜祈福趴趴 go、澎湖自行車季、2018 澎湖灣沙灘嘉年華案、臺灣夏至 23.5 活動~音樂饗宴活動、澎湖秋瘋季系列-2018 菊島澎湖灣跨海馬拉松	1. 石滬環境教育遊程是澎湖最具代表性且熱門遊程，具教育意義，透過邀請吉貝耆老帶課，讓石滬文化隊環境友善之核心價值廣為世人及學子體會，此遊程因受人

國家風景區	辦理相關活動	熱門套裝行程與 旅客不青睞行程
	路跑活動、漁翁島燈塔賞夕陽音樂會活動。	數及場地限制，每梯次參加人數有限。 2. 無。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

(二) 產業整合

1、農委會：

- (1) 創意農特產品：為輔導農業增值，開發地方創意農特產品，農委會透過農業旅遊伴手相關計畫辦理在地農產品運用、農產品加工、食品安全、定價策略、包裝設計等培訓課程，輔導開發具地方特色之旅遊伴手產品，以小型、輕巧、精緻及價格實惠為原則，能吸引遊客赴當地旅遊購買之在地消費為主；截至 106 年度，已輔導開發超過 400 項以上農業旅遊伴手。各縣市透過轄內十大伴手徵選或競賽等，或農委會透過年度主題設定（如水果）遴選已上市之農特產品，納入農特產品或農業旅遊伴手整體行銷，包含旅展、農業易遊網網站及各農漁會農特產展售據點等相關通路推廣銷售。
- (2) 農漁會角色與 OTOP 間合作：在農業發展過程中，農漁會擔任政府與農漁民之間的橋梁，充分發揮了居間協調溝通的功能，使政府各項農業政策得以落實，因此政府特別重視農漁會的生存與發展，也提供種種協助與輔導。農委會自 95 年起，即持續輔導及強化農漁會整合在地產業資源發展經濟事業之能力，包括農漁產品創新開發、強化農產品產銷能力、建置農村社區主題體驗館、設



置直銷場域及電商平台等，增加地區農產業通路，迄今輔導 113 單位。另亦藉由遴選農漁會百大精品，及推薦農漁會及產品參與 OTOP 優質產品推薦登錄、輔導、競賽及行銷等，鼓勵農漁會以在地食材，創新開發特色農產品，加強品牌行銷。相關產品如：輔導梓官區漁會參加 OTOP 計畫，該漁會開發之漁產品（魚造型脆片禮盒及一口切烏魚子禮盒）於 101 年及 106 年獲得 OTOP 計畫產品設計獎項，及參與相關行銷推廣活動。

- (3) 遭遇困難：由於地方特產常囿於產量不穩定，小型自行加工品質不穩且包裝印刷量少，致成本無法有效降低，但委託加工又需有一定規模且成本增加。另產品量少且銷售通路有限，農產品具一定食用效期，致備貨或囤貨風險大。

2、文化部：

- (1) 開發地方文創產品：為協助地方政府發展文創產業，推動「補助直轄市及縣(市)政府推動文化創意產業發展」計畫，鼓勵地方政府聚焦文創人才培育、形塑文創聚落及扶植微型文創業者等事項，部分地方政府亦於申請案內提出縣市文創產品之生產、徵集或行銷推廣規劃，透過本計畫推展該縣市之文創產品。檢視近 3 年受補助縣市政府之執行狀況，包含宜蘭縣、桃園市、南投縣、嘉義市、基隆市……等皆曾提出相關文創商品規劃，惟多數係採以徵集方式開放地方文創業者提出商品提案，接續於如臺灣文博會等平台進行成果展示或協助商品流通。

- (2) OTOP 間合作：文化部座談前提供資料表示，目

前相關計畫尚無與經濟部 OTOP 產品合作案例。
中央與地方推行文創部分說明如下：

- 〈1〉於 99 年起辦理臺灣文博會，作為打造本地業者與國際買家接軌之平台，歷年包含原住民族委員會及各縣市政府等皆會徵集所屬文創業者組團參與展會，透過展會行銷相關文創產品。
 - 〈2〉另，辦理「Fresh Taiwan 計畫」徵選業者以國家館形象參加國際展會，行銷臺灣文化品牌，於各展會之辦理，如遇中央及地方政府參展同一展會，亦於展前協調共同宣傳行銷及展期間之合作形式，以共同打造臺灣文創形象。另 107 年首度與國立故宮博物院進行聯名品牌合作，協助「Fresh Taiwan 計畫」業者與故宮合作開發商品、進駐通路販售，藉此合作將文創商品轉譯加值，以提升文化資產的應用並提升文創產品文化含量。
 - 〈3〉又，辦理「補助直轄市及縣(市)政府推動文化創意產業發展」計畫，鼓勵直轄市及縣(市)政府整合地方資源，推動文化創意產業發展，促進區域產業發展，部分縣市亦於申請案內容提出縣市文創產品之生產、徵集或行銷推廣規劃，透過本計畫推展該縣市之文創產品，相關推展經驗業說明如前。
- (3)遭遇困難：在執行上主要面臨的困難，主要囿於地方政府人力及經費上之限制，致增加推展之困難。



八、各國家風景區交通網絡串連與資訊網絡

便捷的交通，雖不一定是吸引遊客旅遊前往的主因，但一定是影響旅客選擇旅遊目的地的關鍵影響因素。茲分別說明如下：

- (一) 觀光局為協助各國家風景區交通網絡的便利性，透過「臺灣好行」景點接駁旅遊服務，提供國內外自由旅客便捷之交通旅遊服務。自 98 年起針對臺灣地區具國際發展潛力的觀光景點，依旅客使用便利觀點，輔導縣市政府及各管理處規劃推動，提供串接國內主要交通運輸場站至重要觀光景點間之公車接駁服務，並以「短期補貼培養客源，長期輔導自主營運」為目標，104 年起每 2 年均請各縣市政府及各管理處依當地需求規劃申請，且依競爭型擇優汰劣之精神，邀請專家學者組成評審委員會，選出適當服務路線，交由具有路權之客運業者，依使用者付費原則收費營運。
- (二) 107 年度共輔導 19 個縣市政府及 9 個觀光局所屬管理處共 28 個推動單位推動共 46 條臺灣好行路線，目前除馬祖管理處未提案而無臺灣好行路線外，其餘 12 個管理處有臺灣好行路線到達國際旅客時常青睞之熱門景點，提供旅客旅遊交通服務。臺灣好行路線旅遊相關資訊亦於「臺灣好行旅遊服務網站」(<https://www.taiwantrip.com.tw/>) 揭露，提供國內外旅客多語資訊查詢臺灣好行交通訊息，便於前往各國家風景區之參觀。各國家風景區轄內一般景點，允宜由管理處蒐羅轄內公共運輸資訊，於管理處網站披露。
- (三) 臺灣擁有最完善且安全的「海、陸、空」交通服務網絡，為使遊客無縫隙轉乘交通工具前往各觀光景點，強化我國交通運輸網絡與資訊整合。各國家風景區交

通網絡（海、陸、空）串連與相關配套措施（詳下表 10）。

1、交通部業已完整建構「海、陸、空」交通服務路網，其中包括：

(1)陸運部分：

〈1〉目前已建置國道 1,049.7 公里，省道 5,262.3 公里，銜接地方道路（市道及縣道 3,602.3 公里、區道及鄉道 1 萬 1,384.8 公里）。臺鐵已建構環島鐵路網，共計 1,065 公里，並設有 228 個車站；高鐵由臺北南港站至南端高雄左營站興建高速鐵路，沿線設有南港、臺北、板橋、桃園、新竹、苗栗、臺中、彰化、雲林、嘉義、臺南及左營等 12 個車站。形成鐵公路綿密的交通骨幹及服務網絡。

〈2〉因此，臺灣西部以高鐵為主幹，東部以臺鐵為主幹，並輔以公路公共運輸加以連結，有關運輸網絡與遊憩據點之結合，係由觀光單位及地方政府通力合作，透過公共運輸（如臺灣好行）轉乘連結、資通訊及電子票證整合，以帶動地方及觀光相關產業發展。另交通部執行公路公共運輸計畫以來，已持續協助地方政府完善公車動態資訊系統建置，以強化公車資訊之揭露，且考量鐵公路轉乘之便利性。

(2)空運部分：有關國際及兩岸空運部分，截至 107 年上半年止，已有 85 家航空公司（含國籍、外籍及陸籍），共飛航 149 個航點、295 條國際及兩岸



航線、每週班次數計達 5,165 班，便利我國與國際間之交通往來。

(3)海運部分：有關本島與離島、離島島際間、小三通及兩岸直航部分，截至 107 年上半年止，已有 47 家海運公司(含國籍及陸籍)，共航行 38 個港口、30 條國內及兩岸航線、每週班次數計達 1,187 班，便利我國與國際間之交通往來。

2、對於遊客搭乘公共運輸至各交通節點後，可轉乘臺灣好行、臺灣觀巴等無縫隙交通工具前往各觀光景點：

(1)具國際發展潛力的觀光景點，依旅客使用便利觀點，輔導各縣市政府及國家風景區管理處規劃推動「臺灣好行」景點接駁旅遊服務，提供串接國內主要交通運輸場站至重要觀光景點間之直捷公車接駁，107 年度共推動 45 條臺灣好行路線。

(2)觀光局輔導旅行業者推動「臺灣觀巴」，以長途運具之重要交通節點(如高鐵、臺鐵車站、機場)及飯店為接送起迄點，提供國內外自由行旅客，便捷至國內各著名觀光遊樂地區，共有 94 條套裝旅遊行程。

(3)此外，考量偏鄉運輸需求不同於都會區特性，為發展因地制宜之公共運輸系統並提升偏鄉地區公共運輸涵蓋率，公路總局 107 年持續推廣補助各縣市辦理需求反應式公共運輸(DRTS)服務，包括苗栗縣泰安鄉、屏東縣三地門鄉、屏東縣瑪家鄉、屏東縣春日鄉、屏東縣牡丹鄉及臺東縣達仁鄉等地區，另亦結合計程車服務，如屏東市、臺南市、高雄市及基隆市小黃公車等，至 107 年 9

月底止偏鄉地區公共運輸涵蓋率達 77.1%。為持續鼓勵需求反應式公共運輸服務，交通部公路總局已持續檢討精進，並著手規劃幸福巴士計畫，期以更開放、整體多元及彈性方式改善偏鄉交通不便問題。

- (4)另為提供旅客完善搭乘臺灣好行旅遊資訊，已建置臺灣好行旅遊服務網站，提供站點資訊、建議遊程、景點簡介及公車動態資訊等訊息，俾利旅客獲得更多旅遊資訊。

表 10 各國家風景區交通網絡（海、陸、空）串連與相關配套措施

國家風景區	交通網絡相關配套措施
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	除既有公路系統外，持續推動跨機關合作大眾運輸網絡搭乘方案，如公車、臺鐵、觀光列車、臺灣好行黃金福隆線等，若遇連續假期則機動性調整行車班次以服務遊客，並以多管道加強行銷宣傳，例如網路、新聞及社群媒體等。
北海岸及觀音山國家風景區	鄰近大臺北地區，交通可及性比其他國家風景區較為便利，大眾運輸工具目前有公車、臺灣觀巴及臺灣好行等可利用且可接駁至大臺北捷運系統、北北基市區。
參山國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 範圍包括獅頭山、梨山及八卦山風景區，轄域內交通動線多元，遊客可利用大眾運輸工具或自行開車等方式到達轄區賞遊。 2. 連續假期期間規劃各項疏運措施，包括印製參山國家風景區春節及連續假期之交通疏運路網圖，提供 LBS（適地性簡訊廣播）即時訊息廣播、設置臨時指標、規劃替代道路等，並於參山國家風景區網站設置疏運專區，提供遊客充足交通資訊，轄區內除有一般客運行駛路線外，並有臺灣好行路線，提供便利的大眾運輸工具，整體而言，交通網絡尚稱健全。 3. 另積極協同縣市政府共同推動大眾運輸運具，包含臺灣好行-獅山線、獅山南庄線、南庄線、向天湖線、仙山線（通往原住民族區域）、臺灣觀巴系列遊程，以及與公路總局、日月潭管理處、臺中區監理所、臺中市政府、南投縣政府、南投客運、豐原客運、梨山賓館及民意代表服務處等單位跨域合作，串聯南投客運-臺灣好行日月潭線及豐原客運-6506 公車，打造梨山幸福巴士，遊客可直接由高鐵臺中站上車抵達梨山賓館，沿途路程較原路線縮短 90 分鐘等等，提供多元化交通運輸配套措施，提高轄內旅遊景點可及性與便利性。



國家風景區	交通網絡相關配套措施
日月潭國家風景區	交通網絡（交通可及性）尚屬健全，尚無遇到大眾運輸工具少且資訊不完全課題。而為持續完善日月潭國家風景區之交通旅遊及運輸機能，與南投客運持續合作發展臺灣好行日月潭線，並委請專業廠商對此大眾運輸工具廣為行銷傳播，同時管理處官網、官方臉書及平面媒體摺頁皆有提供各種交通旅遊資訊，供遊客完整瞭解並提升旅遊便利性。
雲嘉南濱海國家風景區	轄區大部分為地處人口稀少及偏遠之沿海地區，大眾運輸系統不發達，連續假期、觀光旺季及管理處年度大型活動辦理期間，為強化聯外交通之便利性，交通疏運措施說明如下： 1. 結合專案公車至轄內區各風景點休閒遊憩：臺灣好行鹽鄉濱海線（停靠站有故宮南院、東石漁人碼頭、高跟鞋教堂、好美里3D彩繪村、北門遊客中心等景點）及臺灣觀巴-戀上白色雲嘉南（串連故宮南院、布袋漁市、高跟鞋教堂、好美里3D彩繪村、水晶教堂、井仔腳鹽田等景點）。 2. 辦理春節及連續假期疏運計畫：疏運計畫部分，於每年春節、連續假期及大型活動期間前，邀集相關權責單位召開交通疏運前置作業協調會議，協調道路主管機關及警察單位協助交通疏導；宣導作為則是透過印製摺頁、簡訊通知及網路宣傳等方式，讓遊客了解交通疏運相關即時訊息。
西拉雅國家風景區	積極協同臺南市及嘉義縣政府共同推動大眾運輸運具，包括104-105年辦理「臺灣好行-關子嶺烏山頭線」營運、106-107年辦理「臺灣好行-關子嶺故宮南院線」營運，提供多元化交通運輸配套措施，提高轄內旅遊景點可及性與便利性。另於春節及連續假期辦理疏運計畫措施，提升旅遊便利性。
阿里山國家風景區	1. 管理處三大遊憩系統包括台18線遊憩系統、西北廊道遊憩系統及鄒族文化遊憩系統，交通網絡尚健全，遊客可利用大眾運輸工具或自行開車方式到達，大眾運輸工具目前有公車、臺灣觀巴、臺灣好行阿里山線及DRTS（需求反應式運輸服務）等可利用。 2. 旅遊資訊部分於旅遊網、粉絲頁及旅遊摺頁提供各遊憩區旅遊交通服務資訊。
茂林國家風景區	轄內大部分為地處偏遠之山區，大眾運輸系統不發達，連續假期、觀光旺季及管理處年度大型活動辦理期間，為強化聯外交通之便利性，交通疏運措施說明如下： 1. 設置茂林轉運站、地磨兒公園轉運站、內埔農工轉運站及長治轉運站：為導入完善的大眾交通客運運輸，提前於進入國家風景



國家風景區	交通網絡相關配套措施
	<p>區門戶入口及區內重要交通樞紐位置，興建設置完成四處交通轉運站，遊客可將車輛停放於轉運站，再搭乘大眾運輸公車至轄內區各景點休閒遊憩。</p> <p>2. 活動期間提供假日免費交通接駁服務：雙年賞蝶活動期間提供假日免費接駁專車，串聯新威、茂林與多納地區，遊客可搭乘接駁專車，減低賞蝶活動期間交通衝擊；南島族群婚禮活動期間提供假日交通接駁，行駛三地門，瑪家及霧台鄉各遊憩據點，以減少遊客自行開車進入山區，造成山區塞車與違規停車等問題，達「低碳旅遊」的目的，增進交通便利性，獲得遊客正面肯定。</p> <p>3. 辦理春節及連續假期疏運計畫：疏運計畫部分，於每年春節、連續假期及大型活動期間前，邀集相關權責單位召開交通疏運前置作業協調會，協調道路主管機關及警察單位協助交通疏導。宣導作業則是透過印製摺頁、簡訊通知及網路宣傳等方式，讓遊客了解交通疏運相關即時訊息。</p> <p>4. 臺灣觀巴路線與臺灣好行路線引入：為了方便自由行、背包客暢遊轄區觀光景點，茂林國家風景區內「茂林舞蝶新威森林路線與原住民文化、涼山生態路線」臺灣觀巴套裝旅遊行程，及「臺灣好行 屏北線」，各行程只要一張票串連全程交通、導覽解說和保險。</p>
大鵬灣國家風景區	<p>目前遊客前往大鵬灣國家風景區之大眾運輸工具，主要有臺灣好行-墾丁快線(左營-大鵬灣-墾丁)，遊客至大鵬灣另有環灣綠能巴士(林邊火車站-大鵬灣-東港市區)接駁，遊客可搭乘墾丁快線或臺灣鐵路管理局南迴線抵達大鵬灣國家風景區。另為建構更便捷之屏東觀光旅遊交通，交通部目前由鐵路改建工程局評估規劃，辦理東港觀光鐵道及恆春觀光鐵道之可行性研究，期透過軌道運輸及公路運輸建構區域觀光交通網絡，提高觀光旅遊交通可及性。</p>
東部海岸國家風景區	<p>轄區對外交通包括有公路、鐵路、航空，區內交通則僅有公路(綠島往返則有船運、航空)。</p> <p>1. 區外方面：鐵路、航空可負擔運量有限，故仍以公路交通為主，惟蘇花公路(南下)、南迴公路(北上)易受風(水)災害，影響旺季交通至鉅。</p> <p>2. 區內方面：轄區總長約168公里，僅有公路交通，故僅得以汽車、客運或自行開車方式移動，客運亦因運能、路線過長等因素致班次有限，對於國際旅客之移動頗為受限。</p> <p>3. 配套措施：推動臺灣好行、臺灣觀巴，串連熱門觀光據點；於特殊連假(如春節等)增加區域短程接駁車。</p>



國家風景區	交通網絡相關配套措施
花東縱谷國家風景區	<p>1. 花東地區舉辦活動；如花海季、豐年祭等活動，具有完善的整合規劃與行銷，並且有效推動地方發展。透過主要核心城市間鐵路定時班次調配，突破交通條件較不佳之困境，由核心城市連絡至次核心地區，以綠色運輸系統(鐵路、臺灣好行、自行車等)，強化觀光重點發展區內觀光遊憩及交通可及性。未來在花東各項交通建設計畫到位及區內多元運輸服務的供應下，提供區域性或全面性之無縫運輸服務。</p> <p>2. 擴大國際行銷增加花東縱谷國家風景區觀光的能見度，增加國際遊客的到訪。目前正拍攝以花東縱谷為背景的目標客群的國際行銷影片進行宣導及花東永續旅遊自主門戶整合行銷計畫的執行，以擴大遊客來訪及提升花東觀光產業的升級。</p>
馬祖國家風景區	<p>連江縣區域內主要交通工具為飛機、公車及交通船，其次以租借摩托車、搭乘計程車等方式進行旅遊，目前於馬祖管理處及外部網站(馬祖資訊網、連江縣公共車船管理處等)皆有乘車班次資訊，並於各個景點放置相關搭乘資訊提供遊客參閱，另於旅遊旺季時，配合縣府推動之「觀光公車」派員負責導覽解說，於旅遊旺季、旅客滯留時配合相關單位加開航班協助乘客。</p>
澎湖國家風景區	<p>現對外交通為飛機與輪船，入境後離島間需透過交通船或民間遊艇往返外，輪船運輸易受天候影響停駛。島內除車船管理處固定班次公車服務外，遊客尚可租賃自行車、汽機車或搭程計程車遊澎。此外臺灣好行、觀光巴士及車管處規劃之漫遊澎湖、公車趴GO，「三環三線」玩透透一票到底【發行100元1日票券及200元3日票券，一票限1人使用，效期內可不限次數及路線搭乘澎湖縣公車(限當日公車營運時間)。(藍線：象徵海洋的北環，有中屯風車、赤崁、通梁古榕、小門鯨魚洞、二崁古厝、內垵及外垵等景點。綠線：象徵田園的湖西，有隘門沙灘、奎壁山及沙港等美景。黃線：象徵沙灘的南環，包括山水、嵵裡、風櫃等景致)】，亦可供遊客遊程安排之運用。</p>

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

(四) 郵輪觀光：行政院成立「推動郵輪產業發展專案小組」，藉由各部會力量，讓郵輪產業不是只有停留、度假層次，要讓臺灣郵輪提升至「郵輪產業」、「郵輪經濟」層面。

1、前言：為解決國際郵輪來臺停靠各項問題，已於行政院觀光發展推動委員會設立「推動臺灣郵輪

產業發展專案小組」，並與港口所在地方政府協力創造國際郵輪友善環境。為建立跨域整合機制，創造產業良好發展空間，該專案小組係由交通部常務次長擔任召集人，觀光局及港務局長擔任副召集人，組成成員包含交通部觀光局局長、航港局局長、民用航空局局長、公路總局局長、財政部關務署署長、內政部移民署署長、內政部警政署業管警政委員、行政院海岸巡防署巡防處處長、行政院農業委員會輔導處處長、大陸委員會經濟處處長、臺灣港務股份有限公司董事長以及專家學者 7 人至 9 人，每年上半年及下半年各召開 1 次會議。成員涵蓋政府相關部門及產業專家學者，並整合原「臺灣國際郵輪合作平台」及「Fly-Cruise 高層整合平台」，納入臺灣國際郵輪協會做為合作夥伴，共同研議解決郵輪產業問題，以營造臺灣郵輪產業發展有利環境。該小組由觀光局偕同航港局及臺灣港務股份有限公司共同分工負責，召集各部會相關單位及業者討論各界對郵輪產業發展相關議題，分工內容及最新辦理情形如下：

- 2、觀光局負責「全臺郵輪相關之國際行銷宣傳，擔任小組幕僚單位進行資訊橫向連結」：
 - (1)定期彙整各分工單位辦理情形，並於每年上半年及下半年各召開 1 次小組會議¹⁸。
 - (2)研議開放國際旅客搭乘郵輪來臺觀光免簽入境：現行以內政部移民署之 Web-APIS 系統登記或申辦網簽或落地簽等方式，外交部及內政部回應實

¹⁸ 專案小組業於 106 年 11 月召開第 1 次會議，會前並由 3 分工小組召集業者召開會前會彙整各界對郵輪產業發展相關議題，包含簽證鬆綁、郵輪補給品在地採購、岸上遊程及服務設施強化、進口貨物通關、人才培育等，並決議交由各相關單位回應或帶回研議，再由交通部觀光局定期彙整追蹤進度。107 年 4 月召開第 2 次會議，預定 107 年年底前召開第 3 次會議。



- 務作業尚為順暢，爰暫無調整作為。
- 3、航港局負責「協調航政港政有關郵輪產業發展之服務」：
 - (1)研議郵輪補給品及船用品通關檢疫所遇問題：船用品部分，關務署於107年3月22日公布「簡化國際郵輪商店銷售貨物通關作業規定」，進出口報單合併申報可減少業者花費時間及費用；檢疫部分，防檢局針對現行肉品開櫃補給部分，均依據動物檢疫相關法規執行，爰現行通關檢疫措施無法放寬。
 - (2)確認出境行李貨品檢查之權責，以利後續經費編列：關務署及海巡署仍在釐清權責，後續將請海洋委員會及財政部協議釐清權責及分工。
 - 4、臺灣港務股份有限公司負責「全臺港口硬體設施及服務強化，進行郵輪相關產業招商」：港務公司及移民署共同研議通關設備經費之編列作法；港務公司評估未來運量後，已於基隆港及高雄港編列相關經費協助移民署設置旅客查驗通關設施。
 - 5、107年1~9月來臺郵輪共計503艘次，到港國際旅客99萬人次，較106年同期498艘次及88萬人次，分別成長1%及13%，後續可望達成107年度所設定670艘郵輪及120萬人次目標，相關推動成果如下：
 - (1)臺灣港務股份有限公司研議將基隆港區郵輪旅客計程車服務採委託經營管理服務模式，以改善計程車服務品質，及高雄港新建旅運中心協調入出境權責分工及設備維護等事項。另持續優化南北

雙母港港埠硬體設施，基隆港部分，東岸旅客中心持續進行指標改善、動線優化、倉間及建築外觀美化等多項改善工程；西岸旅客中心刻正添置新旅客橋、增設電扶梯、改善倉間動線以及擴充行李處理空間，預計107年階段性完工，屆時將帶給旅客舒適便捷的全新候船體驗。高雄港部分，棧9-2旅客服務中心於106年3月耗資1800萬元購置旅客橋，提供年長者、行動不便或手提重物之旅客上下船更貼心的服務設施；6月正式啟用新建行李放置專區及具有空調設備之文化藝術廊道，展出高雄市魅力景點及港口歷史照片，加深旅客對高雄在地文化的認識及展現海洋國門嶄新意象。

(2)航港局郵輪跳島成果亮點及後續推動規劃

- 〈1〉英國卡莉多麗郵輪公司於107年3月15日至16日帶領近百位英國旅客搭機來臺(提早來臺為旅客自選行程)，在臺北飯店住宿1晚後，由基隆登上郵輪，展開歷時8天、靠泊7港、遊歷臺灣10個縣市的郵輪旅程，該輪最終由花蓮離境駛往日本，旅客並由大阪飛回英國。
- 〈2〉此為首次有國外小而美的精緻郵輪以fly-cruise(飛機+郵輪)方式安排臺灣本島及離島郵輪旅遊，同時創下了許多「第一次」，包括外國郵輪第一次環島及跳島、第一次在海上以橡皮艇接駁旅客上岸及第一次有外國郵輪靠泊臺東。
- 〈3〉航港局與港務公司及觀光局將共同規劃於



108 年推出具示範性的跳島遊程，並接洽業者及郵輪公司合作參與，期能成為旅遊行銷亮點，促進離島郵輪觀光效益。航港局業於 107 年 10 月 15 日邀集臺灣國際郵輪協會、郵輪公司、船務代理業者及港務公司開會初步研商，經討論有郵輪公司具意願經營國內離島示範性跳島行程，以 4-5 萬噸郵輪為潛在船舶，未來將研擬由上開單位共同研提獎勵方案，以促成旅行業者操作郵輪經營國內離島跳島遊程。

(3) 觀光局推動國際郵輪市場重要成果：

- 〈1〉積極國際行銷：積極參加國際郵輪展銷活動，每年組團前往，並於展攤設立臺灣館，以提昇臺灣六大國際郵輪港口觀光能見度。
- 〈2〉推廣郵輪魅力：蒐集各國際郵輪港口縣市政府提供亮點景點及推薦行程資料，並與臺灣國際郵輪協會合作共同檢視上開行程，後續將安排國際郵輪商及臺灣接待旅行社進行考察探勘及評估作業，創造未來以臺灣為旅遊目的地，停留更久、花費更多的未來機會。
- 〈3〉培養郵輪客源：辦理國際性論壇，增加民眾對於郵輪旅遊印象，鼓勵以郵輪方式進行旅遊。
- 〈4〉Fly-Cruise 客源：交通部觀光局訂定「推動來臺空海聯營旅遊獎助要點」，鼓勵國際郵輪公司共同吸引外籍旅客搭乘飛機來臺

停留後，再搭乘郵輪體驗，擴大產業潛在效益。

- 〈5〉完善交通服務：交通部觀光局正推動岸上行程優化調查案，其中將檢視目前各港大眾運輸服務情形，審視結果將提供港口城市進一步改善岸上行程之參考。
- 〈6〉強化區域合作：透過與香港、海南、菲律賓、廈門及韓國共同籌組亞洲郵輪聯盟 (Asia Cruise Cooperation, ACC)，共同進行聯合宣傳活動，擴大亞洲郵輪市場規模，吸引更多國際郵輪進駐。
- 〈7〉簡化簽證程序：持續與外交部及內政部商討開放國際旅客搭乘郵輪來臺觀光免簽入境。

6、資訊網絡：觀光施政重點分為「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光、推廣體驗觀光」。其中，發展智慧觀光提及「建立觀光大數據資料庫，全面整合觀光產業資訊網絡，加強觀光資訊應用及旅客旅遊行為分析等」。惟因各資訊提供單位觀光資訊不一或因缺乏統一窗口，取得資訊曠日廢時外，對觀光資料的資通訊運用形成一大阻礙。觀之目前中央有觀光局網站、地方有各觀光單位網頁，另內政部、農委會、文化部、經濟部等各有其管理網頁，分屬不同資訊，遊客資訊分散。

- (1)觀光局已建置臺灣觀光資訊資料庫，目前已整合觀光相關各部會、縣市政府及所屬管理處之景點、餐飲、活動、住宿資訊。目前各部會、縣市



政府及所屬管理處提供之景點、餐飲、活動、住宿資訊等超過 1 萬 7,000 多筆資料。另於 106 年新增所屬管理處自行車道及步道資訊，並公開至政府資料開放平台。

(2)觀光資訊資料庫已自 104 年 1 月起上架至政府資料開放平台(下載次數已達 5 萬 7,951 次)，以免費、免申請、開放格式等原則，開放原始資料提供民間分析運用，可提供網站、GPS 導航、行動設備、二維條碼等加值應用。

(3)觀光局未來將持續精進資料品質，開放有使用價值之資料，提升資料應用服務。

九、我國觀光競爭力暨觀光產值(下表 11)：

(一)我國觀光產值：2017 年統計資料，來臺人數微幅增加，旅客達 1,074 萬人次為歷年最高，觀光外匯收入為 3,749 億元，占 GDP 比例為 2.15%。全球化和日益增長的旅遊需求都極大促進了旅遊業的發展，根據世界經濟論壇發佈的 2017 年旅遊業競爭力報告，目前全球旅遊業收入已占到全球國內生產總值的 10%，每 10 份工作中就有 1 份來自於旅遊業，行業發展速度遠高於全球經濟發展的平均水平，在一些國家，旅遊業甚至撐起了整個國家的經濟發展。¹⁹

表 11 我國歷年來臺旅客人次與觀光產值

項目	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
來臺旅客人次	1,074 萬	1,069 萬	1,044 萬	991 萬
觀光外匯收入	123.15 億美元 (NT3,749 億元)	123.15 億美元 (NT3,322 億元)	143.88 億美元 (NT4,589 億元)	146.15 億美元 (NT4,438 億元)
占 GDP 百分比	2.15%	4.84%	4.90%	4.68%

¹⁹ 資料來源：旅遊業貢獻全球 10%GDP，全球各地對旅遊業到底有多依賴，登載時間：2017 年 10 月 24 日，摘自：<https://www.yicai.com/news/5358916.html>，取自時間：2018 年 11 月 8 日。

項目	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
來臺旅客平均每人消費(美元)	1,147	1,251	1,378	1,475
來臺旅客平均停留夜數	6.39 夜	6.49 夜	6.63 夜	6.65 夜
來臺旅客平均每人每日消費(美元)	179.45	197.65	214.04	228.95
觀光目的旅客人次	765 萬人次	756 萬人次	751 萬人次	719 萬人次
觀光目的的旅客平均每人每日消費(美元)	185.44	197.65	214.04	228.95
來臺旅客整體滿意度	98%	98%	97%	96%
旅客來臺重遊比率	41%	37%	34%	34%

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

- 1、負成長原因分析：2017 年來臺旅客 1,074 萬人次，較 2016 年成長 0.46%；而觀光外匯收入 (3,749 億元臺幣) 則較 2016 年同期負成長 13%，茲因受全球旅遊趨勢 (如旅客傾向短程、短天數旅遊等) 及來臺旅客消費習慣改變 (如：自由行旅客增加，電商購買通路選擇多元便利化、體驗旅遊的追求及旅客消費行為趨於成熟等) 以及新臺幣升值 (由 105 年之 32.318 元至 106 年之 30.439 元兌換 1 美元，漲幅 6%) 等因素影響，致觀光外匯下降。
- 2、有鑑於我國觀光發展刻處客源結構盤整及產業關鍵轉型階段，秉持「越在地、越國際」之市場經營思維，積極結合地方及民間資源，打造具在地特色之遊憩據點，包裝更多樣、創新之體驗遊程產品，以提升旅客重遊率及消費意願；另持續穩健開拓高潛力客源，如穆斯林、郵輪等，並依照各市場特性研訂相關行銷宣傳與推廣計畫，以提



升臺灣觀光知名度與集客力。

(二) 國際觀光產值與 GDP 表現：

1、觀光產值²⁰：依據聯合國世界旅遊組織（UNWTO）公開關於旅遊的兩個排行榜，統計 2016 年全世界旅遊人次最多與最賺錢前 10 名國家。資料顯示全球旅遊市場以歐洲最大，美國次之。至於亞洲則是中國大陸與泰國為領頭羊，成為亞洲最會賺錢與最多人拜訪之地方。另指出 2010 年至 2030 年間，全球國際旅遊人數將以每年 3.3% 速度增長，到 2030 年達到 18 億人。

(1) 全國旅遊收入前 10 名：美國（2,059 億）、西班牙（603 億）、泰國（499 億）、中國大陸（444 億）、法國（425 億）、義大利（402 億）、英國（396 億）、德國（374 億）、香港（329 億）、澳洲（324 億）（單位：美元）。

(2) 亞太地區觀光收入前 10 名：泰國（499 億）、中國大陸（444 億）、香港（329 億）、澳洲（324 億）、日本（306 億）、澳門（298 億）、印度（224 億）、新加坡（183 億）、馬來西亞（180 億）、南韓（172 億）（單位：美元）。

(3) 最受歡迎旅遊目的地前 10 名：法國（8,260 萬人次）、美國（7,560 萬人次）、西班牙（7,560 萬人次）、中國大陸（5,930 萬人次）、義大利（5,240 萬人次）、英國（3,580 萬人次）、德國（3,560 萬人次）、墨西哥（3,500 萬人次）、泰國（3,260 萬人次）、土耳其（數據不明）。

²⁰ 2016 年觀光收入排行榜 全球第一是美國，資料來源：中時電子報，登載時間：2017 年 8 月 28 日，摘自：<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20170828005319-260415>，取自時間：2017 年 11 月 1 日

2、GDP 表現²¹：國際觀光收入占 GDP 百分比前十名國家之排序，依序為克羅埃西亞（15.62%）、香港（12.33%），約旦（11.18%）；亞洲國家除了香港外，還包括泰國名列第 4、新加坡第 7、馬來西亞第 8，在前 10 名就占了 4 個，推測可能由於香港、新加坡、泰國、馬來西亞地理位置優越，國際商務人士往來頻繁，加上致力於舉辦各式國際會議、展覽及賽事等，藉由增加國際能見度以吸引更多國際觀光客與商務人士來訪，因此表現相當亮眼，臺灣或許可借鏡其相關政策與作法。

(三) 觀光競爭力：依據世界經濟論壇（WEF）2017 年的「世界旅遊競爭力」報告，排名第 30 名的臺灣，強項是軌道運輸品質、服務業服務品質、飛航高度開放、文化旅遊網路搜尋熱度。弱項是旅遊服務設施、自然資源、政府發展觀光產業的優先度、環境永續度、重視度不足。

1、2017 年臺灣整體觀光競爭力指數較 2015 年上升 2 名，於亞太地區排名第 9，與 2015 年相同。因評比指標涵蓋面廣泛，又有 3 成評比資料來自企業領袖問卷調查，且部分資料來源參採之國際組織報告受限國土大小、人口及產業結構等影響，未臻妥適。爰報告內容僅為觀光發展政策規劃參考，不宜做為臺灣觀光政策成果之直接參據。

2、為積極改進，交通部觀光局循例函請各相關單位研提具體因應對策及改進方式，針對名次後退、與觀光關聯度較大之主要弱項，檢討、因應如下：
(1) 月 / 季觀光旅遊資料提供及時性（最新觀光資料數量）：

²¹ 國研院政策中心（2015 年），政策研究指標資料庫，PRIDE，P.7。



- 〈1〉臺灣於本指標與法國、愛爾蘭、印尼、丹麥、奧地利、紐西蘭等 20 個國家與地區並列第 28 名，較前一名次僅少 0.5 分，顯見本評比競爭激烈。又評比係採區塊式排名，即「遇同分時排名相等，下一名次自動順延」，爰臺灣於本指標排名僅次於第 1、3、6、9、17 名之國家 / 地區。
- 〈2〉本指標包括「國際入境旅客人次」及「觀光外匯收入」等兩項評估。入境旅客數係逐月發布，無扣分可能；觀光外匯收入係每年 8 月發布前一年數據，即時性稍嫌不足。惟查觀光外匯收入統計茲事體大，顧及資料精確度、經費與人力、媒體效應等，建議維持現行發布頻率。
- (2)機票稅及機場稅（乘客購買國際航空客運機票的附加成本）：目前我國政府及機場請航空公司隨機票徵收的稅費僅有機場服務費。前鑑於我國收費額度相較其他鄰近國家競爭機場仍屬偏低，為因應觀光產業升級及推動桃園航空城等航空建設經費需求，爰自 104 年 5 月 1 日起，調整機場服務費之收費額度，由 300 元調整至 500 元。
- (3)缺水底線（常態用水壓力）：經濟部水利署已研提各區域（地區）水資源經理基本計畫並奉行政院核定，作為後續水資源管理及開發相關方案（個案）推動之上位指導計畫。另為因應氣候變遷、強化各地區供水穩定，加速推動智慧水資源管理、強化區域水資源調度、水庫庫容有效維持、加強水庫集水區管理、防災備援水井建置等相關

工作，業檢討相關需求並納入「前瞻基礎建設—水環境建設計畫」辦理，預計完成後可提升供水穩定。

- (4) 自然環境品質（國際觀光客訪問貴國之主要目的之一為自然環境/景觀的程度）：行政院農委會林務局已邀請亞洲生態旅遊聯盟各國專家學者參訪，積極行銷各森林遊樂場域。配合新南向行銷政策，業規劃編製東南亞語系宣傳摺頁，另網站改版將嵌入多國語言翻譯功能。

(四) 相關配套措施如下：

- 1、計畫面：為使觀光產業發展建構在自然資源維持及環境永續的基礎下，交通部觀光局所屬國家風景區轄內之建設或補助各縣市政府之計畫中均重視計畫基地內自然資源盤點、是否存在環境敏感區課題及相對應之開發配套，在未達到標準前均不輕易推薦或核准相關計畫之辦理，務使生態發展在受保護之前提下進行觀光建設。
- 2、工程面：交通部觀光局逐年編列經費補助各縣市政府辦理風景區及觀光地區之遊憩設施建設，皆以自然資源為優先，重視環境永續，以簡樸好維護之工法為原則，並加強後續維護管理機制督導作業，以落實環境永續經營目標。
- 3、管理面：交通部觀光局每年舉辦「國家風景區管理處經營管理及安全維護督導考核」，該考核針對國家風景區旅遊服務設施之遊客安全、設施維護管理、環境整潔美化、提升品質及品牌行銷等指標辦理評核，俾維持國家風景區之服務品質。



十、國外先進國家供我國借鏡（詳下表 12）

表 12 國外先進國家供我國借鏡處

國家	介紹	可資借鏡處
澳洲	<p>澳洲旅遊產業興盛蓬勃，相關風景區（觀光地區）之整體開發建設多能依其資源特性，而有合理之設施規劃設計與適宜之材料運用與施作，從而達成風景區特色之整體營造與資源永續利用；爰就觀光客造訪較多之大雪梨地區（包含都市城鄉型景區、歷史保留型景區及濱海景區）及藍山國家公園等硬體建設為例，作為未來我國觀光建設之參考。</p>	<p>【都市城鄉型景區】</p> <ol style="list-style-type: none"> 雪梨歌劇院 (Sydney Opera House) 周邊：本身即蘊藏豐富的觀光資源及熱絡的商業活動，從歌劇院周邊的景點串聯路徑，可觀察周圍散步道低調的處理手法，不搶歌劇院的風采，反為其打造最佳的觀景點。 皮特街步行空間 (Pitt Streets)：可看到設施在細節上的講究，以及街道家具設計、材料的運用及燈光的巧思都值得學習，也見證透過好的設計可以創造出使用的趣味性。 朱比利公園 (Jubilee Park)、通巴隆公園 (Tumbalong Park)：富有巧思及設計活潑的兒童遊具，著實令大眾喜愛，且達到寓教於樂之效果。反觀國內在兒童遊具的作法，皆以彈性地墊搭配制式玻璃纖維強化塑膠 (Fiber-reinforced plastic, FRP) 遊具，在親子共遊的旅遊型態中，看到澳洲在互動遊戲場域的用心，利用地景或創造地景供孩童更多肢體協調及練習的機會，也提供家長共遊的樂趣，有別於國內大人僅能在旁觀望的模式。 <p>【歷史保留型景區】</p> <ol style="list-style-type: none"> 廢棄鐵道公園 (The Goods Line)：媲美美國紐約高線公園，打造舊鐵道新氣象提供多元的使用元素，由過去運送貨物的功能，成功轉變成為扮演運載人流、串連都市景區的新任務，遊客可從中央車站一路步行至達令港區。施工上，大量運用預鑄工法，呈現高超的施工水準，為臺灣景觀工程少見案例，建造成本或許較為高昂，但對於高品質工程表現應予鼓勵。 潘丁頓蓄水池公園 (Paddington Reservoir Gardens)：可見設計者在融合新舊材料的用心，成功將新設施新材料以延續舊型態的方式呈現。

		<p>3. 舊 BP 氣化煉油廠改建規劃公園 (Waverton BP Parkland)：2006 年獲得澳大利亞景觀學會等獎項，打造低調簡潔的工業風公園，其設施符合簡單且好維護的要求，完整保留歷史空間場域，並將最好的景觀留給民眾。</p> <p>【其它：藍山國家公園】</p> <p>1. 藍山於 2000 年納入世界遺產之列 (Blue Mountains World Heritage Area)，面積廣達 100 萬公頃地區充滿了砂岩懸崖、叢林、瀑布和桉樹林，其豐富之自然景觀及生態，為其最重要之觀光資源。藍山國家公園作為高自然度景區之考察地點，透過既有鐵道及纜車體驗自然環境的方式，相較於大型開發建設來說，對環境衝擊相對較小。</p> <p>2. 區內步道的分級標示，遊客可依體能及遊程安排自由選擇適合的步道。其中也觀察到在步道的材質上，盡量運用與周圍環境色調一致的材料，欄杆的設置也經過評估，錙銖必較地在安全及景觀美質上取得平衡點，選擇適當的欄杆形式，如不設置欄杆、設置警示型透空欄杆，或依安全強度增加橫向鋼索或鋼網等方式，非全面設置相同形式欄杆。</p>
<p>香港地質公園</p>	<p>香港的新界東北沉積岩區海路漫遊之旅，結合赤門海峽海路遊船沿途介紹沉積岩區特殊的地形、地質岩石奇景、荔枝窩客家村豐富的人文、傳統客家小吃、與紅樹林生態，經由 R2G 地質導賞員深入的解說，讓人對於香港繁華外的另一個純樸面貌，有種完全不同的感受，地質公園導覽行程總共有 12 條不同主題內容路線可供遊客選擇。</p>	<p>臺灣地質公園分布於北中南東皆有，地質條件多樣性高，未來亦可以規劃融入臺灣豐富的多元民族文化、生態資源、跨區域結合的地質旅遊路線。香港政府對於海岸公園與海岸保護區的劃設與經營管理，其中有關分區使用管制（核心保護區、特別保護區、綜合保護區），有效控制於海岸公園內進行的活動，以達保育目的概念，對於海岸公園內核心區域既有已存在的居民仍擁有土地房屋所有權，惟採維持現況限制不得再開發利用，並於其他永續利用區另覓地點安置，以兼顧保護與居民權益的作法，值得我國相關單位未來劃設相關保護區時參考。</p>



日本滋賀縣
琵琶湖

1. 琵琶湖佔滋賀縣1/6面積，與古樂器枇杷形狀相似而以此命名，總面積670.33km²(日月潭84倍大)。琵琶湖相關觀光活動，包括環湖、湖面活動及周邊山野活動，目前的遊憩體驗有自行車環湖、公車環湖、琵琶湖遊船、比叡山電纜、空中飛索等，因琵琶湖岸長達241公里，須依選擇活動類型及地點，在不同適合的車站上下車，亦可搭配火車、電車及環湖公車等不同運具。
2. 近年來因經濟的高速度成長，導致水質汙濁與優養化，因此訂有琵琶湖條例保護湖水的潔淨。為保護琵琶湖生態，2003年訂定禁放外來魚回湖的條例，釣客如釣到不屬於“琵琶湖的原生魚種”，將魚投入這個箱子，稱外來魚回收箱，主要針對琵琶湖固有魚種天敵-黑鱸及藍鰔魚。目前湖面上設有29處漁網箱、陸地上有66處回收箱。

琵琶湖周邊擁有眾多觀光資源，利用水上相關遊憩體驗，提供多元的觀光活動，臺灣相關地理環境特質之國家風景區，如：日月潭、雲嘉南濱海國家風景區，可參考日本琵琶湖之做法，將各式遊憩活動結合在地水域文化，形成獨特之觀光活動。另日本對於琵琶湖生態保護之做法，亦可做為臺灣之效法對象，藉此提供我國對於國家風景區整體環境保護作法的多元性。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

十一、政府面臨課題、發展策略與未來挑戰

(一) 面臨課題

- 1、高齡化旅遊：隨著臺灣人口老化，銀髮族休閒旅遊市場乃為未來旅遊市場的發展重點。
- 2、多元國際旅客：新南向政策的推動，日後來臺的國際旅客將大幅提升，也更為多元。
- 3、原住民議題：原住民文化的推廣與保存，與觀光發展之結合需長期規劃與落實。
- 4、網路旅遊 4.0：網路科技的發達，隨時透過網路平台(部落格、臉書、Instagram 等)瀏覽旅遊資訊，新型態旅遊模式出現。
- 5、環境意識提升：環境意識的提升，觀光旅遊對於一地方的影響(空氣、水源、土地承載等)，將有更多人關注觀光發展與環境之間的平衡。
- 6、業務擴充，人力不足：為完善國家風景區之觀光發展，投入更多的觀光資源，如：建設興辦、活動辦理等，觀光局與管理處相關業務將大幅擴增，人力的需求也隨之提昇。

(二) 跨部會整合

- 1、觀光局以布局全球為策略，質量並進推展觀光，開拓多元客源；主要客群包括日韓、港星馬、歐美、紐澳等，並逐步增加亞洲新興市場如東協、印度及中東等地之推廣。近年各市場來臺旅客數均有所成長，透過跨部會合作，持續與文化部、衛福部、農委會、退輔會、客委會及經濟部合作推廣，積極吸引多元國際旅客來臺，相關案例如下：
 - (1)業將台 3 線浪漫客庄大道相關景點納入「新行程



- 開發及優質行程獎助」行程元素，凡符合招徠國際旅客來臺申請條件之國內旅行社得申請獎助。
- (2)邀請海外媒體業者至經濟部認證之觀光工廠、農委會及退輔會推薦之休閒農場、文化部故宮南院等熟悉旅遊，協助業者作成具市場性之旅遊產品，導入觀光客。
 - (3)觀光局駐外辦事處業於轄區舉辦多場面對業者、民眾之說明會及相關推廣活動，針對目標客源進行觀光醫療資訊宣傳，並鼓勵臺灣醫療相關業者參與海外旅展及推廣活動，另亦協助媒合醫院與旅遊業者，鼓勵包裝產品及安排海外業者媒體參訪醫療單位。
 - (4)觀光局訂有「交通部觀光局推動境外獎勵旅遊來臺獎助要點」，藉由經費獎助及行政協助，鼓勵國外企業或法人組織之獎勵旅遊團體來臺，並與經濟部及外貿協會共同合作加強邀訪國外企業團體、會展公司來臺參訪，加強其對臺灣印象，藉以吸引其安排獎勵旅遊來臺。
 - (5)觀光局與國家表演藝術中心所簽署的文化觀光合作備忘錄，涵蓋宣傳、推廣、行銷及培訓等四個面向。未來將以臺灣觀光與國家表演藝術中心之雙品牌形象露出，來強化宣傳力道，開拓多元合作模式，讓旅客走進劇場，品生活、賞建築及看演出。雙方也將共同推薦文藝旅遊行程，鼓勵國內外旅客親近藝文。針對國際旅客，則加強合作以串連交通票券及旅宿、門票優惠及臺灣文化為主題推廣行銷。
- 2、為鼓勵高齡、無障礙等族群出遊，營造友善旅遊

環境，觀光局執行「重要觀光景點建設中程計畫（105-108年）」，落實6S(整理、整頓、清潔、清掃、素養、安全)理念，確立國家風景區發展方向及聚焦各地特色，提升「核心景點」的旅遊服務品質臻於國際水準，並拓展周邊「副核心景點」，以引導遊客分流，帶動地方發展。針對熱門景點建立合宜的總量管制，並兼顧女性、銀髮族、無障礙等特色族群需求，建置國家風景區通用旅遊環境，至107年8月底已完成建置145處通用(無障礙)旅遊據點。交通部觀光局13個國家風景區管理處均積極主動與旅行業合作，結合交通、餐飲等業者，推出銀髮族旅遊套裝產品(計有自由行套票47種、團體旅遊行程28種)，供民眾選購；期以強調「慢活」、「養生」及「保健」之概念拋磚引玉、擴大銀髮族旅遊市場。

- 3、觀光局於102年2月成立「交通部觀光局原住民族地區觀光推動會」，由行政院原住民族委員會、文化部、內政部、教育部、行政院農業委員會、行政院勞工委員會指派代表擔任成員，針對推動原住民族地區觀光開會整合合作。
- 4、為提升環境意識，將生態保育融入遊程及環境教育課程中，交通部觀光局已完成13處環境教育場域，落實「基於自然」、「解說環境與教育」、「永續發展」及「環境意識」等永續環境教育的目標。
- 5、觀光局結合ICT(資訊與通信)科技與創新資通訊服務，開發客製化遊程規劃功能，提升旅客旅遊便利性，並製作VR/AR影片，攜手臺灣尖端科技產業，推廣臺灣觀光特色，強化旅遊體驗，最



後，蒐集社群輿情、電信數據等資訊，建立大數據平台，了解遊客行為偏好，分析觀光需求，再提供更適合旅客體驗之服務。

- 6、觀光局業務多元龐雜，且因應市場多元化及產業轉型等挑戰，機關現有位階及人力實不敷業務需要。而目前與觀光有關事務，所涉領域既多且廣，業務推展均需與各部會協調，現有機關層級太低，成效有限，爰擬藉政府組織改造，整合原交通部路政司觀光政策規劃及該局原有業務，成立兼負政策擬定與執行之觀光署。

(三) 未來挑戰

- 1、安心旅遊：營造安全多元旅遊環境。
- 2、創意行銷：透過創意與話題性吸引國內外旅客。
- 3、在地深耕：在地特色在地參與之提昇。
- 4、智慧觀光：網路科技與旅遊資訊之結合。
- 5、綠色交通：發展多元大眾交通運輸工具。
- 6、跨域加值：整合各區域之資源。
- 7、組織改編：業務重新規畫。

(四) 發展策略

- 1、營造友善安全的旅遊環境，指標語言多元、無障礙空間：強化及更友善化觀光相關軟硬體服務設施，以體貼無障礙、銀髮族、兩性、幼童、穆斯林等多面向所需，以建構安全、舒適、便利之旅遊環境。
- 2、延長旅客停留天數，創造深度旅遊：將國家風景區內自然或人文特色資源，與在地文化特色結合成為亮點，發揮觀光資源的加乘效果，提供多元觀光體驗與在地旅遊。

- 3、參考原住民傳統智慧，朝向共管機制：尊重原住民在地文化、達成共識，政府與原住民共同推廣在地特色與資源。
- 4、旅遊資訊結合網路科技，便捷旅客：網路科技的發達，除建造多語化的觀光資訊平台，提供旅遊資訊，且不定期邀請國內外旅遊部落客、攝影達人於部落格、臉書、Instagram 等平台分享新景點、季節性旅遊活動。
- 5、結合多元低碳交通運具，邁向永續觀光：持續推廣大眾交通運輸（臺灣好行），另也結合無污染之自行車、電動車等運具之使用。
- 6、結合地方與民間產業力量，達跨域整合：廣邀公私部門共同參與合作，促使國家風景區軟硬體建設成果完整性提升。
- 7、改制觀光署，擴編員額：配合政府組織改造，成立觀光署、增置預算員額，兼負政策擬定與執行，以全面整合觀光資源，改善臺灣觀光的環境，提升臺灣國際觀光競爭力。

十二、觀光局委託學術或研究單位相關調查報告及續處作為
（詳下表 13）

表 13 觀光局委託學術或研究單位相關調查報告及續處作為

國家風景區	調查報告名稱	續處作為
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 東北角遊憩調查分析成果。 2. 北部海岸旅遊線計畫之旅遊現況及交通動線技術服務成果報告書。 3. 蘭陽溪至南方澳旅遊帶整體景點改善成果報告書。 4. 烏石港至蘭陽溪旅遊帶整體景點改善成果報告書。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解北宜高速公路通車後，東北角地區台 2 線交通流量、旅客遊憩型態、消費型態等，做為經營策略參考。 2. 據以辦理後續北部海岸旅遊線計畫擬定、交通動線設置及大眾運輸系統接駁規劃。 3. 依規劃結果發展蘭陽溪至南方



國家風景區	調查報告名稱	續處作為
	<ol style="list-style-type: none">宜蘭縣沿海鰻苗資源暨相關人文調查報告。東北角暨宜蘭海岸國家風景區整體觀光發展計畫及財務計畫。龜山島登島收費研究成果報告。	<ol style="list-style-type: none">澳旅遊帶之環境改善及生態旅遊遊程等工作。以台2線、濱海慢行路徑編織串連具在地風貌之低污染、綠色、生態旅遊新價值體驗並融合海岸、濕地及防風林等綠意地景風貌，作為豐富環境教育的學習管道。因應以及推廣海岸族群特有文化的前提下，保有傳統人文與產業價值，調查計畫及內容也作為後續相關行銷活動之參考。依計畫建議調整管理處經營策略並執行東北角轄區永續觀光之經營、發展及行銷政策。據以辦理後續龜山島登島收費作業流程及法規制定之事宜。
參山國家風景區	<ol style="list-style-type: none">參山國家風景區觀光整體發展計畫1份共4冊（整體、獅頭山、梨山、八卦山）。松柏嶺遊憩區天空步道開發評估及周邊景點遊程規劃案。「民間參與臺中縣梨山賓館委外經營管理OT案」勞務採購案成果報告書。「寶藏寺遊憩區委外先期相關作業」勞務採購案-招商文件。	<ol style="list-style-type: none">擬定中程計畫，並據以辦理後續建設及經營。供松柏嶺遊憩區相關地方與民間單位參考。據以辦理「民間參與臺中市梨山賓館委外經營管理案」，委外期間自100年至111年。據以辦理「彰化縣芬園休閒體健園區營運移轉案」，委外期間自101年至109年。
日月潭國家風景區	<ol style="list-style-type: none">日月潭國家風景區整體景觀經營管理計畫。日月潭國家風景區人文資源調查。日月潭國家風景區全區解說系統使用評估暨改善計畫。高速鐵路及國道六號通車後對日月潭國家風景區交通運輸衝擊評估及因應對策研究報告。日月潭國家風景區經營管理範圍檢討暨擴大先期規劃案。	<ol style="list-style-type: none">依計畫對轄內建物、設施、植栽等皆制訂管理規範並進行審議。調查結果將轄區依特色區分為四大遊憩系統，往後並依各遊憩系統特色進行規劃建設及行銷推廣。依計畫進行轄內解說牌、指示牌、公告牌、警告牌及里程樁的規劃建置。依計畫進行停車場收費措施、

國家風景區	調查報告名稱	續處作為
	6. 日月潭國家風景區交通環境改善規劃及中興停車場 BOT 可行性評估暨先期規劃。 7. 日月潭國家風景區觀光整體綱要計畫報告。	鼓勵大眾運輸作為及客運轉運站規劃。 5. 依規劃陳報轄區經管範圍調整申請，此規劃並經行政院於 100 年 10 月 7 日核定通過。 6. 依此規劃導入智慧運輸及電動運具，且規劃將水社地區中興停車場立體化兼做客運轉運站使用。 7. 依計畫將轄區分別劃設為特別保護區、自然景觀區、觀光遊憩區、服務設施區與一般使用區，並依分區特性進行觀光整體規劃。
雲嘉南濱海國家風景區	1. 北門洗滌鹽工廠調查研究。 2. 南布袋濕地改善復育調查規劃案。 3. 雲嘉南濱海國家風景區自行車道路網整體規劃。 4. 七股將軍觀光發展暨地景改造計畫案。 5. 臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃。 6. 北門鹽灘濕地改善復育調查規劃。 7. 七股觀海樓濕地改善復育調查規劃。 8. 四草大眾廟暨周邊地區觀光發展規劃。 9. 布袋鹽業文化園區觀光遊憩整體規劃。 10. 雲嘉南濱海國家風景區水域遊憩活動區域先期調查規劃。 11. 雲嘉南濱海國家風景區整體觀光發展計畫及財務計畫。	1. 依規劃導入歷史建築北門洗滌鹽工廠 B08 及 B10 修復工程，並進行日常管理維護及經營管理規劃，以完成歷史建築永續經營之目標。 2. 依規劃完成嘉義縣布袋鎮新岑公園公共設施工程，揭開生態觀光發展之序幕，塑造國際級之濕地生態環境，強化在地休閒觀光資源特色。 3. 依規劃完成北門自行車道遊憩工程、北門自行車道環狀銜接工程、布袋海風自行車道工程、雲嘉南濱海國家風景區串連自行車道設施工程、布袋南堤自行車道工程等，形塑有意義的資源整合串聯成為自行車聚集節點，發展成為自行車網絡的服務基地。 4. 依規劃導入馬沙溝濱海遊憩區公共服務設施改善工程、七股串聯觀光綠廊整建工程、馬沙溝濱海遊憩區景觀設施改善工程等工程，強化七股將軍區觀光發展之核心價值外，重塑區內重要地景風貌，並打造為國際級的觀光遊憩亮點。



國家風景區	調查報告名稱	續處作為
		<ol style="list-style-type: none">5. 依規劃導入北門鹽業文化園區入口意象工程、北門區保吉段及將軍區口寮段鹽田設施整修工程等，據以活化鹽場遺址，發揮觀光魅力。6. 據以辦理北門舊埕鹽灘濕地整治及安全圍籬設施工程，營造優質之濕地環境。7. 依規劃導入以落實濕地生態環境保育之目的，結合生態保育、蓄洪防災與產業觀光三大構想進行不同層次的發展，同時達成保護珍貴的自然資源與帶動地方觀光遊憩業，促進地方繁榮之願景目標。8. 依規劃完成四草綠色隧道入口停車場新建工程，提供國人自行開車更完善停車空間滿足服務的旅遊。9. 依規劃完成布袋多功能遊客中心整建工程、布袋海風長堤造型漁貨吊架施設工程、布袋海風長堤公共服務設施修繕工程、布袋遊客中心周邊停車場景觀及公共設施改善工程等工程，推動濱海聚落與設施再造。10. 依規劃完成馬沙溝海洋休閒大樓修繕及周邊景觀改善工程、馬沙溝濱海遊憩區植栽綠美化工程、馬沙溝周邊景觀暨遊憩公共設施改善工程等，提供水域遊憩安全活動場址。11. 依計畫將轄區分別劃設為特別保護區、自然景觀區、觀光遊憩區、服務設施區與一般使用區，並依分區特性進行觀光整體規劃。

國家風景區	調查報告名稱	續處作為
西拉雅國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 西拉雅國家風景區觀光綜合發展計畫。 2. 101 年度西拉雅國家風景區旅客承載量調查評估案。 3. 西拉雅國家風景區觀光發展計畫檢討案。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依此計畫對轄內重點發展區之選定與開發規劃，並進行觀光行銷推廣。 2. 探討相關據點可容許的遊客承載量，作為後續管理設施及活動參考。 3. 依此調查結果將轄區依特色區分為三大遊憩系統，依各遊憩系統特色進行規劃建設及行銷推廣。
阿里山國家風景區	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阿里山國家風景區內建築設施規範及圖集研究。 2. 阿里山國家風景區潛在危險區域調查暨應變系統建構規劃。 3. 達邦整體景觀改善規劃設計。 4. 阿里山國家風景區植栽景觀規劃。 5. 阿里山管理處即時旅遊資訊發佈案。 6. 觸口行政中心文化遺址監測。 7. 莫拉克颱風後阿里山地區重要觀光資源黑翅螢棲地改善計畫採購案。 8. 阿里山國家風景區遊客量統計校估模式調查研究。 9. 102 年度「阿里山地區秋冬螢火蟲棲地改善計畫案成果報告書」。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 據以辦理後續建設及經營。 2. 妥善規劃其應變系統，降低未來大自然可造成之危險性，及珍貴自然資源之維護考量。 3. 依此計畫提出達邦居民參與之機制方案，以共同推動社區總體營造精神，辦理未來執行各項工程。 4. 依此計畫對轄內選擇植栽及營造具特色之阿里山植栽景觀，作為栽綠美化及管理維護之參考。 5. 依此計畫辦理後續資訊架構與統整等多重角度分析之規劃。 6. 依此計畫確切掌握遺物在本基地之分布範圍、文化層深度和文化內涵，避免工程施工時造成文化遺物的進一步傷害，以有效保護文化資產。 7. 依此計畫配合風管處之規劃與活動，以期恢復阿里山地區螢火蟲景觀與螢火蟲生態產業。 8. 探討相關據點可容許的遊客承載量，作為後續管理設施及活動參考。 9. 依此計畫傳承螢火蟲棲地改善教育，期能達到長期效益，並進行阿里山地區秋冬螢觀光推廣。



國家風景區	調查報告名稱	續處作為
茂林國家風景區	2016-2017 秋冬活動效益評估調查。	持續進行活動效益評估，俾利了解活動效益。
大鵬灣國家風景區	大鵬灣風景區遊二區後續開發水質改善方案先期研究。	持續進行灣域及人工溼地水質監測。
東部海岸國家風景區	1. 「東部海岸國家風景區海域生態調查計畫」成果報告書。 2. 東海岸觀光整體風貌及永續發展參與式規劃研究案-成果報告。 3. 綠島潛點生態調查及安全服務設施規劃案-成果報告。 4. 東部海岸國家風景區南段陸域生態資源調查計畫結案報告書。 5. 東部海岸國家風景區北段陸域生態資源調查計畫成果報告。 6. 104 年-東海岸自行車友善環境路網整體規劃報告。	1. 持續調查，累積生態資料庫。 2. 續辦「東海岸觀光資源重點景觀風貌參與式設計及示範計畫」，培養駐地研究員，打造地方特色景觀藍圖。 3. 持續調查，累積生態資料庫；辦理繫船浮球規劃設計。 4. 持續調查，累積生態資料庫。 5. 持續調查，累積生態資料庫。 6. 辦理各年度自行車友善環境與設施之建構。
花東縱谷國家風景區	1. 104 年花東縱谷旅遊軸線景觀及服務空間規劃。 2. 103 年羅山遊憩據點環境生態調查委託專業案。 3. 花東縱谷國家風景區主題旅遊計畫規劃案。	1. 據以辦理後續建設及經管考。 2. 據以辦理後續建設及經管考。 3. 依此計畫對轄內重點發展區之選定與開發規劃，並進行觀光行銷推廣。
馬祖國家風景區	1. 馬祖地區目的地意象與遊客行為意向調查暨遊客人次推估模式檢討案。 2. 106 年度馬祖地區近岸遊憩區海域調查工作估案。	1. 遊客人次推估參據。 2. 水域活動管理參據。
澎湖國家風景區	1. 澎湖石敢當發展文化觀光之研究與規劃案。 2. 湖西旅遊線遊程規劃設計案。 3. 澎湖國家風景區告示牌版面檢討更新委託規劃案。 4. 北寮奎壁山地質公園遊客監測研究計畫。	1. 為推廣全臺灣最具魅力的石敢當與石塔文化，辦理「冬遊澎湖·『石』在有意思」活動，期讓更多遊客來見證及探尋澎湖村里或巷弄間的感人故事與神靈傳說。 2. 收集湖西地區景點與旅遊資源，設計湖西據點遊程路線，希望帶動湖西鄉觀光產業經濟。

國家風景區	調查報告名稱	續處作為
		3. 既有告示牌版面使用多年，已有老舊損壞之情況，藉由現況調查與版面設計更新，於後續更換版面時之內容依據。 4. 北寮奎壁山因大量遊客蜂擁而至，該計畫將建置遊客監測系統蒐集長期資料，瞭解園區遊憩壓力，以作為評估本地質公園承載量與經營管理模式之參考。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

十三、交通部及所屬出國考察成果及續處作為

(一) 觀光局 (詳下表 14)

表 14 觀光局出國考察成果及續處作為

報告名稱	成果及續處作為
「香港地質公園、濕地及保護區考察」出國報告書	1. 臺灣地質公園目前相關導覽解說係由解說導覽志工或合格環教師擔任，未來各地質公園管理機關可參考香港之經驗，訂定相關導覽工作準則，讓臺灣地質公園之旅也能成為國人及國際友人的另類深度旅遊選擇。 2. 臺灣地質公園分布於北中南東皆有，地質條件多樣性高，未來亦可以規畫融入臺灣豐富的多元民族文化、生態資源、跨區域結合的地質旅遊路線，相信定能大受歡迎。 3. 香港地質公園相關地質旅遊路線與景點介紹摺頁與相關網站資訊的內容，從路線介紹到地質導賞員預約、行程規劃安排，值得臺灣未來推動地質旅遊參考。 4. 香港政府對於推動環境教育的扎根，出資讓中小學生免費於米埔濕地進行生態教育活動的作法，值得我們效法。 5. 臺灣在推極點燈塔之旅時，有關各個燈塔的背後人文故事倘能蒐集完整，融入遊程安排深入的解說定能讓遊客更有感。 6. 與香港辦事處合作，推廣行銷轄區觀光景點及旅遊行程，吸引更多港澳遊客來臺觀光。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。



(二) 各國家風景管理區 (詳下表 15)

表 15 各國家風景區出國考察成果及續處作為

國家風景區	報告名稱	成果及續處作為
東北角暨宜蘭海岸國家風景區	日本里山社區保育觀摩	<ol style="list-style-type: none"> 1. 解決鄉村及聚落沒落及人口的外流，以「社區營造」模式，並藉由學校及其他社團組織協力，著重於自然資源及環境的保育，達到社區居民共同參與觀光發展及永續經營的機會。 2. 建議未來可結合學術團體協助找出該地區的特色、文化，並研議復舊、維護生態作法及凝具社區之共識，以達到推動里山社區之目標。
澎湖國家風景區	參加「廣東(粵東)地區旅遊推介會」出國報告	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動流程規劃上應保留時間讓澎湖參與旅行社及飯店代表行銷說明自家旅遊產品之行程內容及特色。 2. 推介會著重於澎湖冬季旅遊行銷推廣，應明確告知大陸旅遊業者澎湖冬天好玩、好吃、好看，吸引陸客目光聚焦的觀光旅遊資源。
	參加「第 15 屆海峽兩岸經貿交易會」出國報告	<ol style="list-style-type: none"> 1. 簡化小三通之申請作業，開放海西 20 城市之限度。 2. 澎湖縣政府應儘早輔導於福建地區成立地方特色商品展售專區及旅遊服務平台。 3. 政府部門應掌握大型會展之行銷效益，整合各觀光產業組團參與行銷。
	參加「世界最美麗海灣-臺灣澎湖-江蘇、香港推介會」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不同地區之旅遊需求，應考量以不同的推介方式、內容，及包裝不同的旅遊產品來規劃推廣。 2. 旅遊推介對象之邀請，媒體及旅行同業應分別安排時段說明或行銷推廣。 3. 協助建構友善互動交流的展銷平台，尤以網路社群的開發、分享與大眾媒體置入的操作行銷，以及輔導、整合各觀光產業組團參與推廣等。 4. 應考量離島發展趨勢、地理區位、功能效益等，酌情調整或增編預算的分配，協助拓展兩地觀光商機、開創及帶動澎湖地區產業發展之契機。

國家風景區	報告名稱	成果及續處作為
	參加「世界最美麗海灣～澎湖旅遊推介會」雲南昆明、大理出國報告	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每日來臺觀光人數團客限制 5,000 人、自由行每日 4,000 人，雲南地區往往供不應求。 2. 研處雲南與澎湖直航或規劃高雄澎湖地區套裝旅遊及吸引赴高雄旅遊之自由行陸客轉進澎湖之方案措施。 3. 規劃相關遊程讓雲南民眾前往體驗澎湖之美。 4. 建議安排雙方旅遊產業代表互訪交流，行銷宣傳旅遊產品與內容特色。 5. 建議政府觀光部門應逐年編列對大陸觀光推介預算。
	第 13 屆中國國際中小企業博覽會 - 澎湖推介行銷	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大陸西區視為「國民旅遊」市場，有多元化的行銷計畫。 2. 「世界最美麗的海灣」為行銷口號。 3. 應保留時間讓參與商家行銷自家商品。 4. 現場並應有配合時節的行銷文宣及佈展。 5. 提供多元化商品及伴手禮等。
馬祖國家風景區	赴福建地區行銷馬祖觀光出國報告書	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對大陸各地方觀光單位提出之相關規劃宜務實面對，仍以加強馬祖相關碼頭旅運改善工程、增強本身觀光吸引力為建議努力方向。 2. 馬祖觀光應發揮產品獨特性、建構高品質旅遊，不宜過分強調博弈產業。
	大陸地區觀摩「海峽論壇」及參訪廈門、莆田地區媽祖文化旅遊景點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 鼓勵馬祖旅行業者參加兩岸大型旅遊交易會或博覽會，並推廣馬祖地區戰地風情及媽祖宗教文化旅遊。 2. 大陸旅行業為求利潤，增加大量購物行程，降低旅遊品質，目前馬祖地區並無大型購物商場，旅遊方向應走向保證無購物團。 3. 大陸擇定特定點為宗教文化旅遊之方式及經驗，可供我推動「媽祖在馬祖」活動參考。 4. 應加強海峽兩地媽祖文化及特色美食交流。 5. 兩岸旅行社媽祖宗教文化旅遊行程應互補，以深化旅遊內涵。



國家風景區	報告名稱	成果及續處作為
	103 年福建地區觀光行銷推介活動報告	<ol style="list-style-type: none"> 1. 順應目前與福州市民間日益熱絡的交流(藝文、旅遊)，結合兩馬旅遊服務中心之宣傳力量，在福州地區推廣馬祖旅遊，加強宣傳來馬觀光旅遊，並繼續深耕旅遊相關建設，提高觀光競爭力。 2. 藉參與經貿展，第一線體驗大陸民眾的購物性向(主打馬祖酒類產品)。展館品質參差不齊，藉觀摩澎湖館及金門館之運作方式了解同為離島三縣爭取陸客觀光之企圖心，另馬祖館開幕之方式係以馬祖本地婦女上台表演方式，並運用福州俚語拉近與觀眾的距離。
	參加 2014 年香港旅展暨香港地質公園參訪交流出國報告書	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建議馬祖相關單位活化軍事據點碉堡，並推廣馬祖地區戰地風情及文化旅遊。 2. 香港地鐵及叮叮車於站牌貼有全區路線圖，讓旅客一目了然乘車資訊，可供馬祖推動背包客及低碳旅遊參考。 3. 馬祖生態旅遊(含地質公園)是吸引香港居民亮點，可以利用媒體團行銷馬祖旅遊。
	2015 年馬管處香港旅遊推介暨交流活動	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過活動看見地區旅宿業者之團結力與企圖心，宜趁此時機努力將馬祖行銷至國際舞台。 2. 依建立之當地媒體業者聯絡管道，邀請當地媒體及業者赴馬祖旅遊，協助宣傳馬祖國家風景區之觀光魅力。
	赴大陸參加 2015 年第 11 屆海峽旅遊博覽會	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為提升馬祖旅遊知名度，建議與立榮航空、地區旅行社業者、地區旅宿業者及運輸業者共同配合，利用藍眼淚之知名度，努力將馬祖行銷至臺灣、大陸地區及其他國家。 2. 依建立之媒體聯絡管道邀請大陸旅遊媒體業者蒞馬旅遊，協助行銷馬祖觀光旅遊，並持續深耕馬祖國家風景區旅遊相關建設，建立服務品質觀念，以提升未來觀光競爭力。
	2016 年赴香港旅遊推介暨交流活動	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配合政府新南向政策，國際觀光旅遊部分，將逐漸行銷及推廣馬祖旅遊資源至東南亞等國家(含香港及澳門地區)，並

國家風景區	報告名稱	成果及續處作為
		<p>統整馬祖旅遊資源(閩東聚落、海蝕地景、戰地風情、藍眼淚自然景觀等)，行銷至國際舞台。</p> <p>2. 105年已建立之香港媒體來馬踩線及體驗管道，相關新聞露出超過20則，未來仍建議加強邀請香港媒體業者蒞馬旅遊，協助宣傳，並賡續提升及改善旅遊品質，深耕馬祖地區旅遊相關建設。</p>
	大陸媒體行銷馬祖觀光推廣計畫—與大陸地區地質公園交流	<p>1. 循序漸進行銷及推廣馬祖地質旅遊資源，並統整閩東聚落、海蝕地景、戰地風情等旅遊資源，以強化旅遊行程。</p> <p>2. 持續在地化深耕，結合民眾及社區參與，推動馬祖地質公園建設，並完成環境教育設施場域認證；藉由體驗觀光，點亮村落等具體行動，輔導並發展具地方觀光特色產業，深化生態旅遊，規劃馬祖永續發展概念。</p>
	地質公園營運管理及環境教育推動與生態旅遊發展	<p>1. 以多樣態形式進行小組討論，強化學習成效。</p> <p>2. 研究成果蒐集到形成社區公約並轉化為永續發展的行動方案。</p> <p>3. 培養質優量足的工作坊助教人力及能力，活絡課程參與。</p> <p>4. 文化資產保存法修正後，地質公園的永續發展。</p>
北海岸及觀音山國家風景區	陸域生態旅遊標章認證研究計畫	<p>1. 取得環境教育場域認證之空間與具在地特色之遊憩據點，融入活動規劃，結合在地社區，推出短程旅遊產品。</p> <p>2. 整合國內各遊憩據點與具環境關懷性觀光活動，結合在地社區居民及商家，觀光遊程產品化，並建構行銷平台。</p> <p>3. 參加國際生態旅遊研討會，吸取產業發展及行銷資訊，發表臺灣生態旅遊產業發展現況，提高國際能見度。</p> <p>4. 選定目標客群國家參加國際旅展，推廣行銷臺灣生態旅遊行程，吸引國際旅客來臺旅遊。</p> <p>5. 建構並推動執行臺灣生態旅遊標章認證制度。</p>



國家風景區	報告名稱	成果及續處作為
	與日本伊豆半島地質公園進行業務交流	<ol style="list-style-type: none">1. 加強與日本地質公園之業務交流，甚至締結姊妹公園，均有助於雙方在觀光發展議題上的相互合作。2. 臺灣目前與日本當時推動地質公園，所面臨為因應經濟發展，及少子化趨勢的社會背景極為類似，因此有關日本在推展地質公園的經驗方面，適足可作為借鏡參考。3. 除了世界地質公園網路外，亞洲之各成員國亦成立亞太地質公園網絡 (Asia-Pacific Geoparks Network, APGN)，分別每 2 年定期召開國際研討會，臺灣應鼓勵學術單位或民間參與。4. 地質公園可說是全球共同的語言，雖然我國非聯合國成員，無法申請加入世界地質公園，但在國際交流上，只要提及地質公園，就會有共同話題。5. 參考世界地質公園網絡 (GGN) 理念，推動臺灣地質公園網絡業務。6. 世界地質公園推動係採自下而上的方式 (又稱社區自導型方式)，係由地方相關民間團體、學術單位出於自願與共識，故具有產業或策略聯盟的性質。
日月潭國家風景區	日月潭自行車道與日本愛媛縣瀨戶內島波海道振興協議會友好交流暨參加 2017 年第 10 屆臺日觀光高峰論壇 in 四國會議出國報告書	<ol style="list-style-type: none">1. 有效結合政府、民間資源，全力發展觀光及進行國際友善交流。2. 強化臺日雙方自行車運動賽事互惠參與，促進雙方觀光往來。推展自行車旅遊，規劃全區完整且富在地特色資源意象之自行車路網。3. 形塑臺日交流締結姊妹自行車道意象，創造雙方友好往來歷史紀念。4. 發展智慧旅行，推動自行車環湖認證。5. 結合教育旅遊，推展體驗觀光。
西拉雅國家風景區	日本「水庫觀光及鄉村旅遊」發展觀摩報告	<ol style="list-style-type: none">1. 配合季節資源特色開發旅遊行程，管理處在思考旅遊資源的利用，除旺季活動規劃行銷，更應在淡季下功夫，如夏季溫泉活動。2. 辦理跨年三部曲 - 二寮迎曙光可製作所

國家風景區	報告名稱	成果及續處作為
		經景點的各季景象介紹，吸引不同季節回遊遊客。 3. 以產業、溫泉、西拉雅文化為名，可開發具地方特色限定的伴手禮如西拉雅娃娃等，除推展地方特色，亦可增加觀光收入。
參山國家風景區	觀光旅遊景點收費政策與訂價策略之發展趨勢 - 與運輸科技之整合運用	1. 應鼓勵結合低碳綠能運具，降低城市擁擠外部成本。 2. 核心景區停車空間可考量限制最長停車時間，提升車位周轉率。 3. 藉由資料開放及跨單位資料庫整合，鼓勵景點或風景區採取多元訂價模式及線上預約購票及追蹤應用成效。

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

伍之二、履勘及考察之發現與分析

茲將履勘及國外考察所得與發現之重點，彙析於后（其考察內容、機關發言內容及現場實況詳附錄）：

一、第 2 次履勘（離島地區）

（一）本案調查委員看法

- 1、馬祖可發展企業客戶獎勵員工旅遊（Incentive Tour）之遊程，此具發展潛力市場。
- 2、整體規劃首先需盤點縣觀光資源，如景觀、歷史、文化及生態，在這些條件下觀光又該如何發展，是整體規劃中一環。另，用哪種策略（如：淡季促銷、旅遊補助或發展企業客戶之員工旅遊……）達成預定目標（如：遊客數量、觀光產值）。
- 3、馬祖可發展懷舊之旅，邀請曾在馬祖當兵老兵與家人回訪活動。立法委員是中央與地方間橋梁，將所遇問題彙整成計畫，將需要修法的問題與立法委員討論，並於立法院提出修正案；不需要修法之行政規則，則由各部會協調溝通取得共識後



- 修改。
- 4、小島承載量有限，評估遊客上下線標準與淡旺季容納，不應一味追求遊客數量提升，應考量並推算出各限制性因素承載上限，如交通、住宿、水電、垃圾……等問題。馬管處的任務應為找出島上的「美」，保持並發展其特色，島上地景、生態、軍事文化等永續發展特點，而非大量人造、新型建物與擺放各種酒甕、燕鷗雕塑裝飾。
 - 5、「整體計畫」，首先要提出願景、行動方案，找出核心人物(key players)、重大意義關係人，組成一個工作圈，確認基本核心價值，研究調查出環境承載量，並以此為基礎做規劃建設。整體計畫越完善，效益評估越明確，並提出合理的預算要求，計畫申請時較易通過。

(二) 地方政府

1、北竿鄉公所鄉長陳如嵐

- (1)交通問題：機位訂票不易。
- (2)兩岸對峙四十餘年，形成馬祖地區特有的戰地文化，馬祖的坑道密度世界第一，希望能將戰地文化意象進行整體規劃，目前僅開放北海坑道。
- (3)環境綠美化為重要議題，北竿鄉預算一年約8千多萬，而北竿位於管理處範圍內，希望能夠編列相關經費並與管理處劃分責任範圍，共同進行環境綠美化。
- (4)日本與其他海島國家，海域活動限制較少，而國內對限制過多，希望能夠放寬限制，讓遊客體驗漁家生活。
- (5)開放高登島作為觀光使用，並請觀光局協助保留

島上軍事相關設施，讓遊客了解戰地情景。

2、連江線交通旅遊局科長曹正瑞：指出目前交通問題如下：

(1)目前規劃3千噸南竿-東引島際交通船舶，已通過行政院核定，希望未來船隻以公辦民營方式進行。

(2)爭取第2家航空公司進駐馬祖。

(3)小三通-福州馬尾港線改琅岐港線，船舶大型化且縮短航行時間，預計2019年2月首航。

(4)南北竿大橋興建，約需80億元，縣府需自籌20%配合款對財政負擔過重。

3、北竿航空站主任楊志中：北竿機場改善（如：跑道較短），民航局已在規劃中，初估環境影響評估需2年時間。

4、南竿航空站技正曹榕瑞：有關第2家航空公司進駐問題，民航局對於航空公司家數並無限制，只是各公司對其經營管理有不同考量，現今馬祖地區航空市場第2家航空公司獲利空間有限，進而影響進駐意願。

5、航港局東部航務中心專門委員許神縣

(1)業務主要是辦理船舶檢查、監理業務。未來有關航線規劃，該局表示尊重縣府。

(2)105至106年，小三通旅客減少，個人看法減少原因乃為氣候因素。

6、連江線政府產業發展處：福澳港整建部分，營建署有審查設計，但因不夠國際化及無代表馬祖之意象，修正後將於6月中旬再行提報。

(三)地方團體-連江縣馬祖觀光協會理事長王禮義：分別



指出問題及改善作為。

- 1、臺灣地區都市計畫對馬祖並不適用，馬祖土地變更困難且保護區過大，侷限觀光發展。相對而言阻礙觀光發展：建議都市計畫符合因地制宜。
- 2、目前馬祖開放都是較小營區：廢棄營區其具有絕佳潛在價值，連/營級以上營區善加利用，發想創意多元發展，與在地文藝青年共同配合，共同營造與發展出馬祖在地特色及藝術氣息。
- 3、政府推廣外國人來臺灣旅遊補助政策，但獨漏馬祖地區，無實質推展與實施：應完善設立目標並與地方合作，共同提高馬祖觀光國際化的能見度。
- 4、景點的開發疏忽大型遊覽車停車的規劃：交通安全與和諧開發需雙向溝通以達最佳效益。
- 5、聚落保存的整體規劃，芹壁聚落開發限制、綠地比例的規劃改善：芹壁的歷史遺跡、在地原貌復原，專案小組管理規劃，加強聚落保存的完整性，閩東聚落建築補助款擴大推廣。
- 6、風景區規劃更完整性：各地景點要符合人性化、完整度、前瞻性，希望景區內要有解說告示牌、遮陽休息區、汽機車的停放迴轉規劃、廁所、維護修繕。
- 7、景點開發疏失，各景區都無大型遊覽車停車位：希望在各景區能夠規劃足夠數量之停車空間（包含汽、機車）。

二、第3次履勘（中部地區）

（一）本案調查委員看法

1、部落觀光

- (1)「部落觀光及邵族文化生活復育園區計畫」的推

動很重要，希望生態能成為部落觀光的亮點，創造部落觀光的特色。

- (2)日月潭原住民文化、歷史資產可透過文創活動的舉辦，增加文化與旅遊之結合。
 - (3)部落的觀光發展被忽略，臺灣好行沒有到部落，未來希望觀光局能將人潮引導至部落，並辦理部落觀光經典遊程。另，原住民族委員會「邵族文化生活復育園區計畫」無進展。
- 2、環境美化：縣政府與協會是否教導遊客維持環境整潔，設計有美感的街道，創造在地特色；角板山形象商圈有進行招牌改善，日月潭形象商圈招牌借鏡。
 - 3、交通與資訊網絡：開發觀光蛋黃區及蛋白區景點，並與交通、資訊串聯形成遊程。如：日本於寺廟、表參道等處設有案內所，佈點緊密，對觀光有幫助。如：杜拜的水舞燈光秀創造觀光亮點，日月潭好山好水，應可多方設計亮點。
 - 4、獎勵旅遊：觀光局可考慮補助臺商協會，讓臺商企業獎勵員工至日月潭旅遊。
 - 5、故事行銷：可將在地文化變成故事或活動有獎徵答，促使在地文化或活動亮點融入觀光。建議用故事行銷的方式推展每個地方的觀光旅遊，如南投地名的由來，發展出說故事的產業。
 - 6、跨部會合作：大陸成立文旅部，便於資源整合，日月潭觀光的推動不只觀光局和管理處，也需其他相關機關協助與配合。

(二) 中央、地方政府

1、交通部觀光局周局長永暉



- (1)前言：感謝業界對觀光局的肯定，無論是中央的國家風景區或地方的風景區，交通網絡皆會到達，會以旅遊線概念串連整合，並透過宣傳行銷及發展，不分中央或地方。
 - (2)資訊網絡：觀光旅遊資訊的提供分成4級，第1級在國際機場旅服中心、第2級在重要交通場站旅服中心、第3級在國家風景區內遊客中心，第4級則是在借問站，4級資訊的提供建構觀光資訊網絡，未來會更加強旅遊服務資訊網絡建構作業。
 - (3)觀光政策：2019年觀光政策會結合地方政府、產業合作，推展小鎮漫遊、做地方創生並以6S做法（整理、整頓、清潔、清掃、素養、安全），打造觀光旅遊環境。
 - (4)研議：有關日月潭船票建議售票單一窗口部分，觀光局會再研究推動電子票證、單一窗口、e化旅遊的工作。
- 2、交通部觀光局日月潭國家風景區管理處洪處長維新
- (1)有關故事產業、數位內涵部分，會在水社遊客中心及伊達邵遊客中心（一處一特色）配合處理，過去管理處舉辦日月潭嘉年華活動，煙火所占費用並不高，且主要係配合音樂會演出進行施放。
 - (2)日管處曾在水社碼頭辦理水舞秀，惟水舞設備於使用數年後易故障，維護困難。
- 3、臺灣電力股份有限公司大觀發電廠李廠長彥群：電線桿地下化屬台電公司另一個部門，會把意見轉給電線桿地下化的部門，研究可否配合觀光發

展需求辦理電線桿地下化的設計。

4、集集鎮陳鎮長紀衡

(1)中央各部會多數將觀光景點建設經費讓地方政府來申請，但維護經費無，實務運作上，維護經費是無底洞，觀光景點 2-3 年疏於維護就沒落，希望中央政府再增加維護經費比例。

(2)集集鎮候車亭不足，向交通部公路總局申請候車亭建置的計畫，該部已審半年迄未回復。

5、南投縣政府觀光處林副處長秀梅：縣府是觀光首都，會再爭取建設經費，如道路改善、自行車道改善等經費；資訊網絡部分，縣府設立了 20 多處借問站與旅遊服務中心。

6、交通部公路總局第二區養護工程處黃陳全段長：有關縣內道路狹窄的改善，在該處有限經費內進行改善，如有需要則辦理土地徵收；集集候車亭建置計畫，後續會再協助推動核定進度。

7、南投縣政府陳副縣長正昇：管理處在觀光建設做得很好，期未來多元化推展觀光，如：水上遊憩活動、賞螢、賞蝶、婚紗等活動。

(三) 地方團體

1、大日月潭觀光產業發展協會陳理事長明賢

(1)管理處人力經費有限，但每年辦理建設與活動相當用心。

(2)該協會整合在地協會如：紅茶協會、遊艇公會、街頭藝人協會等推動多元旅遊遊程，惟南投縣道路系統有些屬山區道路，無法直接前往部落做深度旅遊，要到部落須轉車造成 2 次運輸成本，該協會將持續提供給遊客更多元、更加值的遊程。



2、大埔里觀光發展協會廖理事長嘉展

- (1)大陸地區把「文化部」跟「旅遊部」，整合成「文旅部」，是很關鍵的事，部長也曾推動文化旅運跟在地觀光產業結合，建議讓觀光產業成為內需型產業的火車頭，政府部門宜重視觀光產業發展。
- (2)日月潭國家風景區經管範圍內觀光建設皆有相當水平跟效益，惟國家風景區外之鄉鎮則有落差，希望管理處效益能擴大到鄰近地區。
- (3)軟硬體設施有待改善：日本「觀光案内所」無所不在，解說完備，反觀外國遊客到埔里下站後，不知怎麼走；國光客運總站建築頹廢缺少友善空間；街道不友善，亦無腳踏車專用道。整體環境、道路、騎樓、觀光美學等有待改善，希望政府能依據小鎮的發展給予協助支持。

3、桃米休閒農業區推展協會廖理事長永坤

- (1)日月潭管理處推出觀光套票，辦理賞螢與賞蝶活動，串聯日月潭蛋黃區和桃米蛋白區之遊程。
- (2)縣府、公所資源有限，仍有沒錢做道路情形，希望政府予以協助。

4、日月潭街頭藝人協會林理事長沅鴻

- (1)日月潭管理處於伊達邵碼頭、玄光寺，設立邵族街頭藝人展演保障日，在伊達邵碼頭設立邵族街頭藝人展演專區²²，更在去年於伊達邵碼頭辦理跨年活動時，讓街頭藝人參與，街頭藝人也樂於配合，感謝管理處努力，擁有街頭藝人展演環境。

²² 目前日管處轄區內許可提供申請展演場地有：水社碼頭廣場、伊達邵碼頭廣場、玄光寺碼頭廣場、文武廟前廣場及車埕鐵道文化廣場等。除維持以往保障邵族優先展演的場次外，各個場地皆已改採排班制。

(2)部落觀光與文化元素結合，應思考未來方向。

5、日月潭形象商圈發展協會黃副理事長禹諺

(1)伊達邵停車位不足，是商圈會員常反映的問題，管理處伊達邵管理站，對伊達邵街道垃圾問題已積極處理。

(2)經濟部商業司有經費讓日月潭商圈做街道景觀改善，惟實施不理想，建議將商圈景觀規劃更完善，讓遊客來商圈有舒適的感覺，塑造良好的商圈環境。

6、日月潭遊艇公會黃常務理事建州

(1)日月潭有 138 艘遊艇，其中有 20 多艘電動船，管理處也積極推動電動船下午茶、夜航，該公會亦積極配合，惟有小蜜蜂兜售船票的問題，希望能整合推單一售票窗口、發展電子票券。

(2)電動船成本比以前柴油船高，故電動船業者也配合推電動船下午茶、慢遊慢食等多元經營方式，以促進電動船經營發展。

7、南投縣觀光協會

(1)友善街道與產業創新實屬重要，促使縣府成為觀光首都。

(2)希望能將電線桿地下化，改造街道環境。

8、日月潭水上遊憩協會

(1)該協會由 222 艘手划船業者所創立，為增加日月潭的旅遊遊憩活動，引進水上（電動）腳踏車、體驗式獨木舟、SUP 立式划槳……等等，讓旅客能體驗更多親水性活動。

(2)國民旅遊在日月潭停留時間為半天、1 天的遊程，希望能有多元的遊程擴大到 1 天半至 2 天，帶動



日月潭整體消費與觀光產值。

三、第 4 次履勘（東部地區）

（一）團體、協會：

1、花蓮縣奇美部落文化發展協會吳明季總幹事：

(1)花 64 線瑞港公路（起點花蓮縣瑞穗鄉瑞穗，終點花蓮縣豐濱鄉大港口，故又稱瑞港公路，為 4 條橫貫海岸山脈東西向道路之一）交通問題：秀姑巒溪泛舟是國際級的觀光景點，奇美部落也自主發展結合秀姑巒溪生態與奇美部落文化的「文化泛舟」；花 64 線在國際自行車愛好者眼中也認為是世界級的自行車道，然花 64 線（瑞港公路）交通問題，無法配合相關觀光產值之發展與提升。瑞港公路的破洞已經 2 年，至今未補。

(2)建議：花 64 線管理維護權責由花蓮縣政府回歸公路總局，以提升維護管理品質進而促進觀光發展；由於瑞港公路無公車與大眾交通工具致不利觀光發展，爰建議在花 64 線瑞港公路實施需求反應式運輸服務（Demand Responsive Transportation System, DRTS），改善偏鄉地區聯外交通。

2、臺東旅行商業同業公會暨臺東休閒旅遊協會余清福理事長

(1)臺東最大問題為交通，民眾交通方式大多只能選擇自駕，經由蘇花公路或南迴公路到達臺東。另，鐵路購票不易。

(2)東管處、臺東縣政府交觀處等公部門人力太少，轄區太大，以熱氣球季為例，工作人員已長時間超時工作，且因工作與待遇不對等，造成員工離

職率高。希望政府能鼓勵花東偏遠地區辛勞的公務人員及勞工，解決東部「有經費，無人力」的問題，並實際落實解決交通問題。

- 3、臺東民宿協會余和宗理事長：臺東地處偏遠、交通不便，南迴鐵路電氣化遙遙無期，鐵路購票不易，只能選擇站票搭長途車，有時逼不得已也只能或以罰款方式無座位搭乘普悠瑪號等列車。東部整體產業及每年暑假觀光活動的帶動，期望交通問題能加速改善。
- 4、臺東旅館商業同業公會李數妣理事長
 - (1)從高雄搭火車到臺東要3小時，臺鐵配給到臺東的車廂多為老舊車廂，且很難買到票。
 - (2)2年前颱風造成綠島防波堤損壞，紅色燈竿倒塌，至今尚未修復；政府卻在港口無修繕、無改善的情況下，將富岡漁港的船舶停泊費從2,000元/天/艘提高至6,000元/天/艘。相較之下，高雄與布袋及馬公港的停泊費為264元/天/艘。臺東縣政府以囿於因經費不足、補助不夠的理由，在未經縣議會通過的情況下，將停泊費漲3倍，請監察院明查秋毫。
 - (3)綠島及蘭嶼船隻為當地居民的公共運輸交通工具，營收回饋地方居民，近年受遊客減少衝擊影響經營不易，盼望政府勿打壓業者。
- 5、臺東縣農會休閒事業部彭武謙
 - (1)期望台9線與台11線未來交集與互通性更為便利。
 - (2)花蓮縣及臺東縣火車站與附近的公車轉運站銜接不便利，公車轉運站應在火車站旁，增加搭乘大



眾交通工具便利性。

(3)南迴公路有 3 處車速限制為 40 公里，較為不便，建請有關單位檢討是否妥適。

6、花蓮縣豐濱鄉公所林慶龍秘書：豐濱鄉 106 年觀光人次不斷提升，甚至超過太魯閣，建議勿拓寬道路或截彎取直，反造成遊客停留時間減少。惟本鄉轄區全長 31 公里，只能依靠台 11 線公路，建議考量遊客安全下，於該線道路旁增設水溝蓋，以增加安全性。

7、臺東縣成功鎮公所建設課林榮漢課長

(1)建請上級主管機關開放現有二、三級漁港空間建置為遊艇碼頭，以利國家發展藍海公路網絡，以提振東海岸觀光產業。

(2)省道台 11 線交通網，花蓮路段中尚有部分路段未拓寬，為提振東海岸觀光網路之安全，建請應適度改善，以提升東部觀光安全網。

(二) 行政院東部聯合服務中心田永彥副執行長：

1、瑞港公路（花 64 線）為鄉道，是否移由公路總局納管，或協調由公路總局補助維修經費，行政院東部聯合服務中心將於 1 個月內召開協調會，邀請縣政府、鄉公所和東管處研商解決辦法。

2、有關提升公共運輸便捷性方面，建議由花東基金編列預算，改善東部 28 個火車站和小型公車的接駁，先前經計算，概估可提供 60 部的中小型公車投入台 9 線和台 11 線間。

3、有關東部人力不足的問題，建議將中央部會，包括原住民族委員會、客家事務委員會、文化部等單位之解說員及經費做一統整，由行政院東部聯

合服務中心將資源分配給花東縱谷國家風景區管理處及東部海岸國家風景區管理處，以增加服務品質。

(三) 蔡委員培村整體回應

- 1、希望結合交通部、文化部、原民會、經濟部一同改善東部問題。例如：文化部補助豐年祭金額是否合宜（請行政院東部聯合服務中心關注）；在這方面應給予部落重要文化祭典基本補助，並與觀光、休閒、生態、地方特色產業結合；農委會則應評估漁港是否能開放商業使用等。
- 2、請行政院東部聯合服務中心整體考量東部公共運輸規劃，不論是民間的公車、公車式計程車或是電動車，以專案或前瞻計畫方式申請。
- 3、有關東部買不到火車票的問題，已持續追蹤鐵路局，希望至少熱門觀光季節能彈性加開班次。

四、第 5 次履勘（南部地區）

(一) 地方政府

- 1、高雄市政府觀光局吳副局長
 - (1)東高雄是高雄市後花園，擁有多元文化（閩南、客家及原民等），交通便利性仍有加強空間，希望中央單位能予以協助。
 - (2)六龜區轄內部分具特色小景點，目前交通便利性仍嫌不足，僅能配合活動交通接駁，因為活動是短暫的，希望能有定期交通運輸工具。
- 2、高雄市政府交通局林專門委員弘慎
 - (1)冬季空氣品質不佳時，配合寶來花賞公園開放，推出高雄市與寶來往返免費公車 3 個月，有效提高搭乘公共運輸工具人口約 3-4 成。



- (2)推動交通運輸票證，可搭乘多元交通運輸工具（捷運、火車、公共汽車及計程車等），平日是上班上課交通使用票證，假日可搭乘觀光客運，甚至搭乘計程車還有相關優惠。
- 3、六龜區長宋區長貴龍
 - (1)六龜區推動社區營造發展、農村再生及農特產品等觀光旅遊型態，搭配六龜區特色，平埔族夜祭、賞蝶及生態成功吸引觀光客造訪。
 - (2)六龜區最後一哩路（即高 133 線通車）已爭取國發會經費挹注。
 - (3)六龜區觀光旅遊任督二脈（南橫公路通車、林務局藤枝森林遊樂區開園），希望打通。
- 4、屏東縣政府觀傳處蕭科長裕隆
 - (1)屏北三鄉原鄉原民觀光，縣府積極推動創生計畫中。
 - (2)觀光須由交通來串連，原鄉 185 線交通便利，城鄉處亦推動遊程規劃發展觀光。
- 5、屏東縣政府城鄉處江小姐嘉萍
 - (1)城鄉處除推動觀光巴士外，今年著重 185 線觀光套票的推廣，不只涵蓋原民部落，再加上農再社區串連，擴大推廣成效。
 - (2)縣府亦積極推動 185 沿線大露營區，並且與茂管處積極連結與合作。
 - (3)現階段不管原鄉部落、農再部落旅遊均面臨合法性問題，觀光法律未解編，協會推動時尚需經由旅行社來推動旅遊的行程，但透過旅行社要求要營利，有些不是大眾旅遊的行程會被忽略，歷屆縣長均推動生態旅遊，但其屬小眾市場，非旅行

社大推的行程，所以觀光法令若無法解套時，會面臨很多問題。

6、屏東縣政府原民處藍科長信男

- (1)原民處配合觀傳處遊程串聯，包括山川琉璃吊橋、文化園區、地磨兒公園、工藝步道、禮納里等，觀光巴士串聯部落觀光的旅遊。另開發屏北部落 6 個觀光遊程（包括老闆找不到、安坡、青葉、神山及佳暮等）。
- (2)目前原鄉住宿品質不佳，民宿發展亦碰到相關法律限制。
- (3)縣府於山川琉璃吊橋解說服務訓練亦包含外語解說（含日語、英語）。

7、霧台鄉公所杜鄉長正吉

- (1)原鄉要朝看見自己的特色、利用自己的特色及永續自己的特色等 3 原則發展部落觀光。加強人員訓練如：解說員。
- (2)霧台鄉 5 部落目前推動劃設自然人文景觀區，規劃已完成，目前辦理核定中，核定後對部落觀光推動是有正面效益的，後續有關網路行銷、接駁站設置等，尚需上級單位支持。
- (3)觀光推動遇到相關法令限制時，相關單位共同協調解決，另相關建設（如停車場闢建）所面臨相關法令限制，希望能有相關解套方案。

8、三地門鄉公所歸鄉長曉惠：三地門鄉闢建停車場，因土地係私人土地，目前仍待溝通協調。

9、瑪家鄉公所林課長金輝：

- (1)屏 35 線往禮納里部落目前設置禁止甲類大客車進入，造成禮納里發展無法真正活絡起來。



(2)舊筏灣目前擁有 10 棟石板屋是屏北地區最大石板屋遺址，早期由屏東縣政府修建石板屋，未來舊筏灣亦朝向申請劃設自然人文景觀區計畫，藉此推廣文化及保護文化資產。

(二) 團體、協會

1、東高雄產業聯盟吳理事長文豪

(1)東高雄面積占高雄面積約 70%，2,000 多平方公里，惟提升交通網絡經費甚少。

(2)8 月 15 日美濃地區納入茂管處轄區說明會，會中參加民意代表及相關協會等均高度認同美濃區納入茂管處所轄，希望中央單位能協助相關作業及提撥人力及經費，因應美濃納入擴大轄區的茂管處，俾利日後相關業務推動。

2、六龜協會施理事長惠昇

(1)希望相關單位跨局處解決台 20 線南橫公路通車問題。莫拉克風災後，藤枝林道中斷，至今藤枝森林遊樂區尚未開放。

(2)高 133 線(不老→寶來)尚未修復通車，公共交通班次每日 2 班，建議時間調整。高鐵左營站→寶來，客運車行車時間約 2.5-3 小時，時間過長，建議可推觀光公車，且各遊憩據點(如美濃、旗山等)均可上下車等措施。

3、竹林休閒協會吳理事長崇富

(1)挹注茂管處經費，讓所轄各據點儘速恢復。

(2)建議國道 10 號、快速道路 84 線、快速道路 86 線等道路延伸至六龜區。

4、屏東縣原鄉藝文產業聯盟推廣協會劉總幹事正胤：

(1)屏 185 線地形平緩，適合推廣自由行及發展民宿，

台 24 線屬爬山路線，公路兩旁可利用作為停車場，建議發展大眾運輸串連。

- (2) 課題：屏 185 線推廣最重要的是，促使遊客親自前往體驗，惟目前沿線景點尚嫌不足，政府部門應再增加相關據點及豐富性（例：106 年辦理彩鳳節活動，成功吸引大量觀光客）。185 線泰山安坡段沿線公墓，造成視覺衝突，期能美化加強，如種植矩陣式柏樹。

5、臺灣魯凱族產業發展協會李理事長金龍：

- (1) 禮納里至文化園區此段公路約 600-700 公尺，禁止甲類大客車通行，然設置大客車通行是要管制通往舊瑪家，而非管制通往禮納里大客車，現行規定造成大客車至禮納里交通動線大大不便，希望能有變通方式，如臨時開放大客車通行。

- (2) 建議建置完善的市集（名稱：藜享市集），提供遊客安全舒適的遊憩環境，結合目前已完工禮納里步道，成為禮納里新亮點。

(三) 本案調查委員看法

- 1、縣政治理要有大方向，透過交通規劃，多元產業（自然、生態、部落、文創及農村等等）連結，營造典範部落、典範小鎮及典範小村，加上設計感與人文特質培育才能吸引觀光客造訪。
- 2、莫拉克風災後遺症，南橫公路柔腸寸斷，資源需多挹注，但若全冀望交通建設資源，則其數字會非常龐大，應務實看待，發展各種接駁（如：臺灣好行、臺灣觀巴）、組成聯盟共同行銷推動，例：日本、韓國利用提升產品的價值、資源再整合與宣傳，即能吸引觀光客到訪。



- 3、偏鄉觀光最重要的就是交通，若冀望大型交通建設，則同時也會破壞地方在地特色，應該取得一個平衡點，業者與政府間可溝通協調。
- 4、茂管處與縣政府有定期會報平台，該平台是否有完整計畫藍圖作為軟硬體的執行依據。例如：日本東京辦理慶祝 150 周年節慶，相關人員於事前即參與開會，共同規劃行事曆、預算等事宜，定期辦理會議解決問題，計畫要有操盤手，操盤手會帶來改變，爰作戰計畫很重要，定期檢討可行性高項目與相關軟硬體建設、活動。
- 5、任何觀光據點要有讓人願意再來的理由而非要求大眾運輸，而不考量市場供需。直接補貼造成政府財務負擔，例如：日本偏鄉交通亦非常不便，但臺灣人仍喜歡前往，除宣傳外，感動人心才是主因，爰即使交通不便，更需創造去的理由，現在觀光型態屬驚艷的觀光、體驗式觀光、故事性觀光，後續經營管理才是永續觀光關鍵。
- 6、霧台鄉避暑屋經營者若以外地人經營恐未能融入地方特色，建議優先輔導在地經營者較佳，如阿里山山美部落、花蓮縣豐濱部落經營模式。
- 7、飛行傘遊憩體驗若場地設施不理想易發生意外，如：助跑跑道過短、場地不平及跳台空間不足，另飛行傘結構、線頭的接點均要定期檢查，教練要有證照、保險應非一般商業保險等。
- 8、交通網絡分享個人體驗：日本別府動物園，出發前透過上網查詢資訊，當趕不上公車時，火車站旁有提供排班計程車資訊，當計程車進園亦成為遊園車，且可提供平板導覽服務。

五、彙整歷次履勘重大發現（下表 16）

表 16 歷次履勘座談會重大發現與機關表示看法

履勘地區	座談會相關看法 (僅摘錄)	機關表示
離島地區	1. 交通問題：購票不易、增加第 2 家航空公司可行性與可能性。	馬祖航線目前係由立榮航空飛航，惟民航局並未限制僅一家航空公司可經營該航線。民航局每年均不定期調查業者經營南竿航線之意願，經多次詢問業者經營意願；業者均表示考量馬祖機場之特殊地理環境及機隊機型限制或無多餘運能等因素，目前尚無法加入營運。在第二家業者尚未進駐馬祖航線前，民航局已要求立榮航空配合馬祖需求實施淡旺季彈性班表並增加運能，目前尚無一位難求之情形，後續亦將持續瞭解其他業者之經營意願。
	2. 開放高登島作為觀光使用可行性。	高登島隸屬軍方管轄，軍方目前尚無開放計畫，且因碼頭停泊設施不足，遊客上下恐有安全疑慮。觀光局馬祖管理處於 107 年 6 月邀集北竿鄉公所，辦理高登島實地勘察設置賞鷗平台設施地點及研議局部開放高登島之可行性。後續將積極協調軍方，比照澎湖虎井嶼、金門大膽島模式採單邊開放。
中部地區	1. 業者兜售船票彼此削價競爭與攬客：建議售票單一窗口部分。對此，觀光局會再研究推動電子票證、單一窗口、e 化旅遊的工作。	因事涉船舶經營業者及相關法令(公平交易法等)，爰南投縣政府刻邀集相關船舶經營業者研商設立單一售票窗口及聯絡站可行性。另日月潭遊艇業者已加盟南投好好玩電子旅遊票證平台，可至該平台購買旅遊套票。
	2. 部落觀光交通課題：南投縣道路系統有些屬山區道路，無法直接前往部落做深度旅遊，要到部落須轉車造成 2 次運輸成本，如何持續提供給遊客更多元、更加值的遊程。	1. 針對偏(原)鄉公共運輸服務不足之地區，交通部公路總局已有推動需求反應式運輸服務計畫，提供偏(原)鄉地區闢駛公共運輸服務相關補助，並納入小型車輛及預約機制等服務方式，以因應偏(原)鄉地區道路條件及減少轉乘，滿足通勤、通學及觀光交通接駁需求。 2. 為推廣部落觀光旅遊，臺灣好行已規劃需求反應式類型提供申請單位(縣市政



履勘地區	座談會相關看法 (僅摘錄)	機關表示
		<p>府或觀光局各管理處)提案申請，觀光局將於107年11月辦理相關路線評選作業。</p> <p>3. 觀光局日月潭管理處於104年度起輔導華府旅行社推出臺灣巴士-日月潭布邵原鄉一日遊行程，採預約制，2人即可成行。遊程串聯伊達邵、潭南、雙龍等部落，含部落風味午餐。另為創造部落自由行市場，日月潭管理處已規劃於107年度底推出租車自駕套裝行程，遊客可於高鐵車站租車自駕前往信義原鄉部落進行深度旅遊。</p>
東部地區	1. 交通問題：臺東地區車廂老舊、購票不易、部分路線無公車與大眾交通工具不利觀光發展(如：瑞港公路)。	<p>公路部分：</p> <p>1. 交通部對於臺東縣政府所提計畫²³，只要能夠切符實際需求，交通部皆予支持，並優先核列。</p> <p>2. 有關瑞港公路無大眾交通工具部分，該公路正式名稱為花64線，起點為花蓮縣瑞穗鄉、終點為花蓮縣豐濱鄉，全長22.3公里，該公路主要為當地秀姑巒溪泛舟業者迴送橡皮遊艇所用，公路沿線僅奇美部落少數需求，南邊亦有玉長公路(省道台30線)代替，故瑞港公路因營運效益不高尚未有公車營運。客運業者需依公路法向公路總局提出營運申請，核准後始可營運。</p> <p>3. 推廣需求反應式公共運輸(DRTS)，考量偏鄉運輸需求不同於都會區特性，為發展因地制宜之公共運輸系統並提升偏鄉地區公共運輸涵蓋率，交通部公路總局107年持續推廣補助各縣市辦理DRTS服務，另亦結合計程車服務，如屏東市、臺南市、高雄市及基隆市小黃公車等，至107年9月底止偏鄉地區公共運輸涵蓋率達77.1%。為持續鼓勵需求反應式公共運輸服務，交通部公路總局已持續</p>

²³ 交通部「公路公共運輸發展計畫(99-101年)」、「公路公共運輸提昇計畫(102-105年)」及「公路公共運輸多元推升計畫(106-109年)」

履勘地區	座談會相關看法 (僅摘錄)	機關表示
		<p>檢討精進，並著手規劃幸福巴士計畫，期以更開放、整體多元及彈性方式改善偏鄉交通不便問題。</p> <p>4. 臺鐵局配合交通部、交通部運輸研究所及公路總局辦理「花東地區智慧化交通便捷經營輔導計畫」，減少臺鐵局各車站與公車轉乘班表的時間縫隙，使各客運業者能夠即時調整相關班次，並提供民眾掌握即時轉乘資訊，以有效降低民眾於各運具轉乘的停等時間，提升搭乘誘因。</p> <p>鐵路部分：</p> <p>1. 現有臺東站每日停靠 88 列次，經由臺東線往返花蓮 48 列次，由新自強號為主（每日開行 18 列次，佔開行班次 37.5%）；經由南迴線往返新左營站 40 列次，由柴聯自強號 DMU 為主（每日開行 24 列次，佔開行班次 60%）。</p> <p>2. 由於花東觀光旅次平假日及尖離峰需求差異甚大，平日（週一至週四）臺東線列車平均客座利用率約 75.3%，運能供給尚能滿足旅運需求，惟假日（週五至週日）列車平均客座利用率約 78.1%，週日新自強號利用率均達 90% 以上，且具有明顯方向性；因假日、連續假期觀光業者搶訂車票，致當地居民購票不易，臺鐵局已於 103 年 12 月修改 4 階段退票手續費，團體票退票手續費高達 40%、一般票最高亦達 20%，遏止旅行社囤票行為。</p> <p>3. 有關尖峰時段運能不足，臺鐵局除透過例假日及連續假期加開列車、配合縣府辦理花東居民連續假期返鄉專車、開行優惠列車分流旅客、實施花東線末班車無座票等各項營運管理措施，解決現行運能不足而時常產生購票不易的情況。</p> <p>4. 臺鐵局將視整體旅運需求及車輛維保需要，通盤研議調整列車運行計畫。未來</p>



履勘地區	座談會相關看法 (僅摘錄)	機關表示
	<p>2. 據悉，富岡漁港港口船舶停泊費等情，從新臺幣 2,000 元提高至 6,000 元（元/天/艘），究實情為何？</p> <p>3. 海洋觀光發展：建議上級主管開發現有二、三級漁港空間建置遊艇碼頭，以利國家發展藍海公路，提振東海岸觀光產業。</p>	<p>並配合鐵道局「花東線全線雙軌電氣化」工程，完工後可大幅增加路線容量提升運能，以提升花東民眾更好的運輸服務。</p> <p>5. 臺鐵局亦積極開發第四代票務系統，導入各項智慧服務功能，其中智慧劃位功能，讓民眾可自動的透過邏輯演算與判斷來協助旅客找尋是否有適合的座位，並導入收益式管理服務進行即期之旅客需求預測，也會一併考量訂票未果以及實際銷售現況，同時搭配價格方案與列車容量進行座位配售之調整安排，使列車在發車前的座位銷售情形能儘量滿足旅客需求。</p> <p>經查漁港中央目的事業主管機關為漁業署，而富岡港屬第 2 類漁港主管機關為臺東縣政府，本案經洽臺東縣政府表示漁業署訂定港口船舶停泊費之上限，而本次調高船舶停泊費係屬臺東縣政府權責（調高額度尚未超出漁業署訂定之上限）。</p> <p>1. 依據漁港法之規定，漁港分為第一類及第二類漁港，其規劃、建設、經營、管理及維護分別於行政院農業委員會及直轄市、縣（市）政府管理；為促進遊艇活動發展，交通部自 100 年起陸續協調行政院農業委員會漁業署及地方政府開放漁港供遊艇停泊，目前全省可供遊艇停泊之漁港約 20 處，包含烏石、八斗子及安平等熱門遊艇停泊之漁港，其遊艇設施建設皆由漁港管理機關（構）辦理，近期則有馬公第一漁港及淡水第二漁港由民間團體與地方政府、漁會合作開發遊艇設施。</p> <p>2. 針對部分使用率低的漁港，必須轉型多元化使用功能，建議可循淡水第二漁港及馬公第一漁港開發模式，由地方政府視漁港需求尋求民間投資共同合作開發，倘閒置漁港經漁業署、地方政府評</p>



履勘地區	座談會相關看法 (僅摘錄)	機關表示
		估可整合地方觀光資源招商或自辦發展觀光遊憩使用，交通部將協助推廣遊艇活動，以利港口轉型發展。
南部地區	1. 交通問題：部分路線無公車與大眾交通工具不利觀光發展（如：六龜地區）。	為滿足偏鄉地區民行需求，交通部公路總局提供偏鄉或公共運輸不足之地區闢駛公共運輸服務相關補助，未來將持續協助地方完善公共運輸服務。以六龜為例，六龜地區之公路公共運輸主要服務路線為台 27 甲線，包括【8029】(已移撥)、【8033】(已移撥)、【E25】、【H11】、【H12】及【H31】等 6 條市區客運路線。
	2. 農村再造部落面臨合法性問題，具體內容為何？	關於部落民宿未能合法的問題，多因建築物不符建管法令所致，為尊重原住民傳統房屋使用習慣，改善推廣部落旅遊所面臨合法住宿設施不足的問題，交通部於 106 年 11 月 14 日修正公布民宿管理辦法，有下列法規調適： 1. 具原住民身分於「部落」範圍申請民宿者，增訂得以建築物「結構安全鑑定」替代「使用執照」。 2. 民宿客房原則上不得設於地下樓層，惟具原住民傳統建築特色（蘭嶼半穴屋、屏東霧台石板屋，地下室作為起居室）者，有條件放寬客房得設於地下樓層之規定。

六、國外考察心得：

【內政部社區發展廳與 OTOP 專案產品專區】

(一) 泰國 OTOP 介紹：

1、OTOP 源起：泰國勞動人口非常多，因此鄉村之經濟發展對泰國社會的穩定是相當重要，尤其在 1997 年亞洲金融風暴後，泰國經濟受創嚴重，如何提升鄉村地方經濟就成為泰國政府重要的政策。1976 年在詩麗吉皇后的主導之下，由皇家保護署成立「邦賽手工藝中心」，成為日後泰國



OTOP 發展的搖籃。泰國政府於 2001 年開始推動「OTOP」專案，鼓勵每個鄉村開發各自優勢的產品，政府幫助開拓市場，以增加就業機會和收入，這主要用意在於推廣泰國傳承多代的精緻手工業及農產業，希望將泰國多樣化的傳統商品推廣行銷至泰國各地及國際市場，為村民增加收益。

2、OTOP 推廣步驟：

- (1)幫助地方建立長期的產業發展計畫。
- (2)協助地方選擇一項產品發展，該產品需考量到基礎原料的可行性、技術程度與地方認同感。
- (3)協助地方建立可操作之行銷策略。
- (4)蒐集全國 OTOP 業者資訊，予以分級，從「已適合外銷者」、「適合內銷市場者」、「侷限於地方性銷售」進行分類。
- (5)鼓勵業者對特色產品進行智慧財產權登記，以防止仿冒或剽竊情況發生。

3、OTOP 推廣成效：

- (1)尤其是比較有潛力的五大類商品，包括食品、衣物、裝飾品、紀念品以及非食品性草藥。這些商品深受國外市場的歡迎，例如美國、日本、寮國、柬埔寨、緬甸等。
- (2)泰國認為不能再以低廉的勞力成本來與其他國家競爭，所以為了保持在全球市場的競爭力，非常需要利用「創意設計」的產品和服務，以符合市場需求。
- (3)近幾年「泰國設計」在國際創意圈內擁有一些美譽，從「OTOP」到「時尚曼谷」計畫，泰國正吸引全世界的目光，已經成為很多國家「商品採

購」的聖地。

- 4、OTOP 專案產品專區：該展區於 2010 年在北標府成立，為泰國最成功展區之一，展區貨源來自泰國各地鄉村。此展區為北標府直轄並由社區發展廳協助，目前已成為緬甸、越南、柬埔寨學習對象。
- 5、綜上，泰國在手工技藝上有值得學習地方，泰國鄉村勞動人口佔整體勞動人口最多，因此鄉村的經濟發展對泰國社會穩定相當重要，尤其在 1997 年亞洲金融風暴後，泰國經濟受創嚴重，提升鄉村地方經濟便成為泰國政府重要政策，OTOP(One Tambon One Product)「一村一產品」計畫便從 2001 年以專案方式推動。近幾年，泰國設計在國際創意圈內頗享美譽，泰國成為第 2 個以文化創意產業受人注目的國家，從「OTOP」到「時尚曼谷」計畫，泰國正吸引全世界的目光，已經成為很多國家「商品採購」的聖地。

(二) 我國 OTOP 介紹²⁴：

- 1、OTOP 起源：OTOP 意指「One Town One Product」一鄉鎮一特產。構想引自日本 OVOP (One Village One Product) 一村一品運動，此概念是 1979 年由日本大分縣前知事(同等於縣長)平松守彥博士提出，也就是每個鄉鎮結合當地特色，發展具有區隔性手工藝或食品特產的產業。地方特色產業的「地方」範疇是以鄉、鎮、市為主，所發展出的特色產品需具有歷史性、文化性、獨特性等特質，經濟部中小企業處所推廣的內容相當廣泛，包含加工食品、文化工藝、創意生活、

²⁴ 資料來源：經濟部中小企業處網站，<https://www.otop.tw/>。



在地美食、休憩服務及節慶民俗 6 大類，例如：鶯歌陶瓷、新竹玻璃、大溪豆乾、魚池紅茶等特色產業。

- 2、OTOP 發展：經濟部中小企業處為協助中小企業利用特色產業為基礎，配合知識經濟概念為前導，創造高附加價值的新型態群聚式經濟體，特訂定本計畫。經濟部中小企業處自民國 78 年起推動「地方特色暨社區小企業輔導計畫」，至今已累積 20 餘年豐富經驗，而未來輔導的進程，將進一步推動地方特色產品之行銷，並透過策略聯盟及系統整合行銷通路，讓地方特色產品行銷全臺與國際，並且吸引消費者至各個特色產業體驗其特色。OTOP 產品資料庫分為五大類別，分別是「特色食品」、「文化工藝」、「創意生活」、「在地美食」與「休憩服務」。我國截至 107 年 7 月，登錄產品共 4,204 項產品，其中特色食品類 30%、文化工藝 23%、創意生活 11%、在地美食 23% 與休憩服務 13%，OTOP 產品以特色食品為多，在地美食與文化工藝次之，休憩服務與創意生活類別相對較少；泰國登錄產品截至 107 年 8 月，登錄產品共 126,462 項，食品類 35%、飾品與紀念品類 28%、服飾類 20%、草本類 13%、飲料 4%。²⁵

3、OTOP 工作項目：

- (1) 輔導具地方特色在地社區或組織之廠商。
- (2) 輔導特色產業示範廠商空間佈置、設計產品特色、經營管理等項目。
- (3) 辦理國外特色產業觀摩與產品促銷活動。

²⁵ 資料來源：One Tambon One Product-OTOP，內政部社區發展廳簡報資料 P.7。

- (4)協助地方特色產品網路整合行銷與系統建置。
- (5)協助產品包裝設計與產品研發設計或生產技術改良。
- (6)培育地方產業經營管理人才。
- (7)辦理地方產業標竿案例觀摩活動。
- (8)結合社區資源與在地節慶，舉辦產業媒合促銷及媒體廣宣。
- (9)其他足以提升地區小企業經營能力之輔導工作。

4、成功因素²⁶

- (1)現有社會資本 - 群體與地方智慧。
- (2)政府承諾與政策。
- (3)代理商整合。
- (4)人群或社區參與。
- (5)關注基層經濟政策。
- (6)充足與有能力的政府官員與合作夥伴。
- (7)產品開發。
- (8) OTOP 品牌。

(三)我國 OTOP 權責分工

- 1、OTOP 為整合中央及地方政府、輔導團隊、地方特色業者等單位之媒合平台，由中央政府進行整合策略與行銷之規劃工作，地方政府執行區域發展，並媒合輔導團隊、設計單位或國內外通路，協助地方特色業者提升能量與拓展商機。未來可再加強地方資源之投入，以更有效地運用政府資源，避免資源重置與特色弱化現象。
- 2、OTOP 現以產品、企業、遊程、通路及展售為推展核心，多年來透過標竿學習效果，讓地方政府複製中央輔導手法，並擴散效益到各地方鄉鎮、

²⁶ 同註 25，P.16.



產業業者。如辦理通路廠商媒合會，協助 OTOP 業者於實體或虛擬通路上架；亦或辦理品牌經營、產品設計、品牌行銷等人才培力課程，邀請業界成功標竿進行經驗分享，實質提升廠商業者思維與能量；且每年辦理 OTOP 展售會及遊程推廣活動，讓 OTOP 業者有相互交流、曝光的機會。

(四) 我國 OTOP 輔導階段

1、國內輔導情形：

- (1) 第一階段（78 年 -94 年）：目標為「推動企業輔導，打造區域品牌」，先以透過導入地方特色產業發展之概念，挖掘地方資源建立發展基礎，致力建立地方形象，輔導加強企業經營改善及深化特色。
- (2) 第二階段（95 年 -103 年）：目標為「推動 OTOP 通路標章，擴大產品市場效益」，立基於企業經營體質提升，展開以產品創新、通路授權、遊程推廣、展售活動等作為重點主軸之輔導，並辦理 OTOP 系列獎項強化亮點提升。透過「人進物出」以廣度及深度並重為理念，積極協助地方產業提升營運績效，並行銷推廣地方特色產業發展。
- (3) 第三階段（104 年 - 迄今）：致力推動「整合性地方輔導，強化產業資源鏈結」，考量中央業務移轉及產業群聚發展趨勢下，整合多方資源及運用輔導、行銷手法，以發揮最大綜效為現階段推動主軸。故其整合地方特色產業及商圈之資源服務，強化產業資源鏈結，有效帶動整體發展，打造優質地方特色生活圈。

2、國際輔導情形：為協助臺灣特色產業推進至國際

- 市場，臺灣 OTOP 也於 98 年起展開國際化輔導。
- (1) 第一階段(98年-100年)集結中小型企業之力量，甄選出茶、陶瓷及玻璃等三項主題產業，以串連業者共同參展的方式，建立產業形象與增加觀摩機會，著眼於臺灣 OTOP 之國際知名度，也積極爭取產品通路商青睞，增加海外商機。
 - (2) 第二階段(101年-103年)以「建立有效通路」為此階段推動定位，以糕餅、竹為產業主題，與香港、新加坡等地區之實體通路深化合作，共同辦理 OTOP 主題展售活動，掌握通路需求。並於第一階段「臺灣茶」成果基礎上，串聯產業價值鏈，以茶生活為主題，鏈結茶葉、茶食、茶器進行整體推廣，搭配多元推廣平台及工具，以生活主題形式串連各 OTOP 地方特色產業，獲致市場及合作通路的好評，提升國際推廣效果。
 - (3) 第三階段(104年-迄今)目標定位於延續國際展售活動效益之需求，以「OTOP Inside」概念建構 OTOP 專區，用多元生活產業作為推展主軸，持續辦理系列海外通路商來臺之商機媒合活動、創新海外展售模式、規劃辦理海外展售活動、跨境電商協助媒合等，擴大地方產業業者架接國際通路。

(五) 我國推行 OTOP 相關 SWOT 分析 ²⁷

1、外部環境機會

- (1) 亞太地區積極發展地方特色產業：地方特色產業的發展促進了居民就業與生產，活絡地方經濟，也帶動國際間經濟與文化上的交流，成為拓展外交、帶動觀光、建立國家形象的工具。故亞太地

²⁷ 資料來源：經濟部座談前提供書面資料。



區無不紛紛依據產業特色與條件建立發展方針，更相互觀摩學習，藉由各國資訊交流凝聚發展共識，為朝向建立新興的自由貿易區而努力。

- (2)產品趨勢朝向個性化、創意化發展：現在的消費市場，產品功能除了滿足消費者基本需求，更重要的是能夠提供消費者購買後所希望達到的生活型態，小而精緻的差異化商品成為送禮、自用的選擇。一些地方特色商品也都擁有自己的小眾市場等，擁有與別人不同的產品，才能展現自己品味的與眾不同。
- (3)電子商務發展成熟，增加產品銷售管道：網路媒體現為資訊交流之重要管道，電子商務市場蓬勃發展，營業額也逐年成長，主流電子商務網站都已穩固消費族群。加上付款機制日趨健全、取貨方式便利，產品販售類型也越來越多元，對於個人工作室或無店面之事業體，更可以成本最小化、利潤極大化的方式，直接將產品與服務訊息傳遞到消費者手中。

2、外部環境威脅

- (1)國內地方特色產業同質性高：臺灣地狹人稠，故因應氣候條件或自然資源所發展出來的產業也多大同小異。消費者在眾多類似的產品或服務當中，無法清楚分辨各地區產品的差異，而所謂的地方「特色」產業日趨同質。另隨著各縣市積極主打主題活動以來，「特色」似乎是先搶先贏，哪個縣市做了某產業主題活動，其他縣市似乎就必須主打別項特色，因而侷限了當地特色的發展。

(2)國內政策資源未能持續綜效：地方特色產業的發展雖受到政府相當多部會的重視，但各部會皆有其特定輔導對象與發展目標、重點，且多以短期專案執行輔導工作，每年往往因配合政策調整，或預算變動而無法持續推動原有目標。而各部會資源下放與操作模式大不相同，使得地方特色產業的輔導成效無法加以整合，易發生資源重複或沒獲得最有效率運用，使政府資源難以發揮乘數效果。

3、產業內部環境優勢

(1)地方組織運作已具基礎：目前許多地方在推動產業發展的過程中都已成立相關組織，且在政府輔導與地方人士的投入下，已累積相當多的經驗與發展基礎。無論是藉由民宿經營、生態導覽解說、特色餐飲吸引觀光人潮，或透過不斷的試驗、創意激盪研發出特色產品，都帶動了地方經濟的發展，地方特色產業具有國際發展潛力。

(2)多元族群融合，有助於地方特色產業發展：臺灣是一個多元融合的社會，幾十年來在不斷的刺激與融合中激盪出獨特的火花，一方面保存了傳統文化的精神，一方面也創造出新時代的內涵，孕育出特有的民族文化。而臺灣對於異國文化，也都保持著開放的態度，隨時隨地吸收與轉化，蛻變出新的文化元素，帶動了產業與文化的蓬勃發展。

4、產業內部環境劣勢

(1)地方特色產業生產規模有限：無論是多好的原生產業，若無法有一定數量生產，則難以發揮效益。故在推動地方特色產業的過程中，量產化、產業



化和商業化是成功的重要因素。由於國內地方特色產業具多樣性、小型化與分散的特質，若要將特色產品順利推上國際舞台，勢必要從產品力的提升先做起，才能在國際市場與其他產品競爭。

(2) OTOP 產業形象需再強化推廣：有些地區在經過長期的摸索後，可開發出具有地方特性的產品，也建立起生產機制，可有效率的生產出產品，但後續通路與行銷的策略需再加強突破。供給與需求畢竟是市場的一體兩面，需再輔以適當的行銷手法，將產品訊息正確而有效的傳達到消費者面前，特色產品才有市場需求，相對而言，才能帶動供給面成長，建立起完整的產銷機制。

(六) 臺泰 OTOP 比較：我國與泰國 OTOP 皆源自於日本 OVOP，兩者在比較情形如下表 17 所示。²⁸

表 17 我國與泰國 OTOP 比較一覽表

	我國	比較		泰國
推動時間	1989 年 (我國較早)	-		1997 年
政策	源自日本 OVOP	相同		源自日本 OVOP
政策協助	設計輔導、串聯地區 產業資源	-		開拓行銷通路
推動背景	產業外移、協助轉型、 地方經濟衰退	產業轉型 促進經濟	縮短貧富 差距	提升鄉村地方經濟、 縮短貧富差距
目的	強化產業特色、創造 在地就業機會，解決 失業	強化產業 創造就業	解決經濟 問題	解決農村地方經濟問 題、增加收入
負責部會	經濟部中小企業處執 行	三層部會	一級部會 三層部會	約 10 個部會共同推 行，涉 22 個機構與單 位（文化單位、農業 單位、公共衛生單位、 勞動單位、觀光單位、

²⁸ 吳俊儀 (2011)，「臺灣與泰國工藝類地方特色產業發展之比較研究」，國立雲林科技大學創意生活設計系碩士班。

	我國	比較		泰國
				商業單位、財政單位、科技單位、公共企業單位)：NOA 執行，泰國副總理整合、工業部出口促進局、經濟部商業發展廳、內政部社區發展廳等
區域界定	鄉、鎮、市(縣轄市)	三級行政區	四級行政區	村、社區
推動方式	旅遊活動 → 平面與行銷 → 活動與空間、資訊與通訊科技			商品與 E 化行銷 → 平面設計與地方符號 → 技術與管理
設計服務	藉由比賽讓國內設計師與地方特色產業合作	國內設計師	國際設計師	邀請全球頂尖設計師指導產品設計
行銷策略	協助參展、國內設共同實體通路、建置共同網路平台	以國內為主	拓展於國外國際展覽	自行設置主題商展、協助參加國外展、國內設共同實體通路及各別店鋪、建置共同網路平台

【文化加值產業推廣單位 - 泰國創意設計中心 (Thailand Creative & Design Center, TCDC)】

(一) 泰國創意設計中心介紹

- 1、無論是否為設計工作者，都歡迎所有人來此尋求靈感、或是解放深潛於心的生活思想。「歐洲期待巴黎，亞洲只看曼谷」，近年曼谷設計工業蓬勃發展，強大的行銷能力將曼谷包裝為亞洲新興的時尚設計之都，足以與巴黎較勁；2005 年由泰國總理顧問 Pansak Vinyaratn 先生花費一年高達 3 億泰銖打造，位於曼谷 Emporium 百貨附近、佔地一千多坪的泰國 TCDC，讓國際共同見證曼谷正式邁向亞洲設計的標竿典範「Bangkok Fasion



City」！特別選定坐落繁華喧鬧的曼谷市大型購物中心內，其用意就是宣達：「貼近生活、走進生活，才是設計；在吵雜中寧靜、在平凡處顯眼，才是設計。」

- 2、泰國 TCDC 規劃有 10 個主題展區、多媒體室、創意空間、禮品室、咖啡廳等，寬敞的開放空間，幫助設計者靈活轉動腦袋，發想屬於自己的獨創設計概念。這座珍貴的設計文獻圖書城，超過 1 萬 5,000 本以上的設計相關藏書，包括絕版品、國外罕見品，分為攝影、服裝、印花、工藝、設計、服飾等類別，國外旅客只要憑護照就可免費入場閱讀。館中有衣著時尚的大學生、設計人士或群聚討論、或單獨研讀、或就著牆面、柚木地板寫出難得的靈感，看似寧靜、實則密布靈感交織的隱形電流；若要查詢網路資料，十幾台 MAC 電腦自由使用；各個角落的閱讀座椅都是名家設計，有類似懶骨頭的軟墊、日式榻榻米的臥墊、歐式長形沙發等，方便讀者舒適閱覽。
- 3、泰國創意設計中心設立目的是成為泰國設計發展的訊息和資源中心，也是媒合設計者與企業家的重要平台。任務包含：1. 創意願景：透過研究創意執行，提升泰國經濟。2. 創意中心：為人服務。3. 創意企業：讓企業瞭解設計並讓設計與企業結合。4. 創意泰國：讓泰國社會認識創意設計的重要，也效法其他國家老舊城區改造成功的經驗。據 TCDC 創意知識發展部主任 Lerchartm Thamtheerasathian 先生表示，該中心遷至現址後，很重要的工作是與當地社區、社群合作，與學校、

商家、民眾洽談，了解居民對社區改造抱持的態度、想法、需求與願景，加以統整評估後提出具體改造計畫，TCDC 稱之為 " 共創共榮計畫 "。目前此計畫已完成 5 個主要項目調查，也擬具改善方案，主要內容為²⁹：

- (1) 將小巷弄連結小街道，小街道連結大馬路，讓民眾可輕易行走穿梭其間，這將有利於吸引商家進駐。
- (2) 改建老建物，讓老建物有新生命。
- (3) 整合該區域道路指標，便於民眾尋路。
- (4) 綠化美化街道及空間，讓民眾有親近花草公園的機會。
- (5) 整理區域內長達 2 公里的河岸，讓民眾容易親近；串連旅館、餐廳及河岸美景，豐富河岸商業休閒活動，吸引觀光。

(二) 出國考察摘錄：泰國創意設計中心之角色，提供設計者與相關科系學生得到設計養分，以提升國民設計意識，並與世界接軌，提高國人邁向國際新視野。臺灣創意設計中心從 2002 年起啟動文化創意與數位內容產業的發展，契合一個世界的趨勢，也就是「文化、創意、設計、數位」將會是世界各國競爭的新戰場。文化創意需要許多的介面與技術來轉換轉化，才有進入商品化的可能，透過行銷與市場的操作經營，才能產生其價值鏈，其中文化元素已成為全球設計產業角力的武器。反觀我國雖然市場規模不大，但應該善用自身的優勢，文化與生活型態的多元、製造技術的專業、人才供給充足、許多創意的發明或專利等等，足以搭起創意經濟的溫床，讓社會中的藝術家、工藝

²⁹ 資料來源：國立故宮博物院，泰國文化交流參訪出國報告書，報告日期：2017 年 12 月 11 日。



家、設計師、行銷人員、製造管理人員等有交流、對話與激盪的平台，以協助臺灣文化性或藝術性的創作開創出產值效益³⁰。

(三) 泰國文化政策：泰國文化部 (Ministry of Culture) 配合 Thailand 4.0 計畫及泰國第 12 期經濟社會發展計畫 (2017-2021)，公布泰國文化部施政綱要，目標打造泰國成為區域文化交流中心、提高文化創意產業收益等，具體提出 18 項重點施政項目，其中第 5 條為「促進國際社群之文化合作交流」。根據泰國文化部施政報告，具體做法為辦理藝術節、辦理推廣國際文化交流相關活動，並透過備忘錄 (MOU) 簽訂，將泰國認同及文化推往國際社會。泰國現行文化產業及影音產業，有以泰國文化產品 (CPOT, Cultural Product of Thailand) 做專案推動，該計畫目標以泰國文化元素作為產品附加價值用途，運用在飾物、手工藝品、紀念品、瓷器餐具等，推動本地及國家經濟發展；另同時鼓勵本地企業家，運用泰國傳統智慧或藝術遺產，作為文化產品之創新驅動元素。

(四) 概述：

1、泰國為東南亞藝術資源較為豐富之國家，結合其傳統文化及當代藝術，促成泰國傑出之藝術成就，並有多位藝術家享譽國際。「創意經濟」(Creative Economy) 亦為泰國政府力推之產業重點，據聯合國統計，泰國自 2003 至 2012 年，文創產業的出口增加 10%，由直屬泰國總理辦公室的公營機構「知識管理發展辦公室」(OKMD, Office of Knowledge Management and Development) 領導的

³⁰ 資料來源：行政院客家委員會，赴泰國考察地方特色產業輔導與行銷相關經驗，報告日期：99 年 2 月 8 日。

「泰國創意設計中心」(TCDC,Thailand Creative & Design Center) 長期推動文創產業發展，聯合國在 2016 年報告，更將泰國文化創意列為「具競爭力產業」。

- 2、泰國政府著力發展文創產業及文化事務，起於 1997 年亞洲金融風暴重創東南亞，泰國首當其衝，為振興泰國經濟，當局選定文化設計產業，作為帶動國家經濟成長的策略及主要產業之一，泰國政府對文化創意產業計畫包括，曼谷時尚城市 (Bangkok Fashion City) 計畫、泰國創意設計中心 (Thailand Creative & Design Center,TCDC，並直接隸屬總理辦公室指揮)、一鄉一產品 (One Tambon One Product, OTOP) 計畫、泰國世界廚房中心 (Center for Thailand' s Kitchen of the World, CTKW) 計畫與電影產業，亦即將「文化」作為一項推動經濟發展的戰略性產業，須為泰國創造經濟產值。

(五) 臺泰分析

- 1、聯合國報告另指出，2012 年泰國的文創產品 (Creative Goods) 出口排名，世界第 15 名，而臺灣排名第 11，而泰國文創商品在 2003 年出口額約為 29 億美元，2012 年大幅增長至近 65 億美元，該報告指出，主要是泰國文化創意中心 (TCDC) 大幅推動的創意泰國 (Creative Thailand:Building Thailand' s Economy with Creativity) 計畫推動泰國文創產業出口增加；該報告亦提到，泰國文創出口地區，約有 39% 在亞洲、30% 往歐洲、27% 往美洲，而泰國 2012 年出口文創商品前往之主



- 要國家分別為：美國、香港、德國及日本，顯示泰國文創出口目的地分布較為平均在亞、歐、美洲，而臺灣文創商品出口，則 62% 主要銷往亞洲市場。
- 2、針對臺灣文創商品現況，聯合國報告亦指出，臺灣在 2012 年文創商品出口表現最好的領域是新媒體 (New Media)、設計 (Design)、影視 (audio visuals) 及藝術品 (Art craft)，而臺灣進口份額最多的文創項目則是設計 (Design)，若以 2012 年出口比例計算，泰國則為我第 6 大文創商品出口國。
 - 3、以報告結果可看出，泰國在「設計」(Design) 的進出口項目增長最快，但在視聽產品 (Audio Visuals) 卻呈現逆差，顯示外國影視產品大量輸入泰國，而臺灣亦可在影視項目加強對泰之出口，而泰國文化部亦宣告振興本土影音產業計畫，以減少對外國影視作品對本地市場的影響，力圖抗衡外國影視作品對泰國之傾銷。
 - 4、臺灣近年之文創商品出口亦呈現增長，聯合國報告指出，尤其在新媒體、設計、視聽、藝術手工藝品表現強勁，產品設計、數位內容、手工藝品、音樂、表演藝術及電影廣播電視，均為臺灣表現較佳之文創商品。
 - 5、以臺泰雙方之文創商品項目進行分析，泰國在「設計」(Design) 為出口強勢，對於外國設計商品之進口需求亦強，而臺灣之「設計」出口項則低於泰國，臺灣「設計」項目呈現逆差，顯示外國設計產品輸入臺灣比重仍高，臺灣在設計類出口則可持續加強，並扶植本地設計產業發展。

- 6、另外，泰國對於「影視」商品的進口需求高，該項目呈現逆差，顯示臺灣亦可加強此領域之對泰輸出，並同時振興我方影音製作及相關產業人才。
- 7、「新媒體」項目，亦是我國文創商品出口強項，泰國在「新媒體」亦為進口逆差，臺灣亦可針對泰國市場，增加「新媒體」項目之藝文輸出，「出版」項目，亦可顯示泰國市場亦有進口需求。

【泰國觀光局】

- (一) 前言：泰國贏得 2018 年 TTG 亞洲旅遊獎之「年度最佳景點」；在英國康泰納仕旅遊者雜誌 (Conde Nast Traveller UK) 2018 讀者旅遊獎中，被讀者們評選為世界最受人們喜愛的國家，最佳國家類別中泰國被票選為第 3 名，僅次於冠軍義大利和第 2 名希臘之後；據 TripAdvisor 旅遊網站最近的一項調查統計結果，臥佛寺被票選為泰國地標之第 1 名，並被評為全球最受歡迎的旅遊景點之第 17 名、亞洲第 3 名。依據 IMF International Financial Statistics (IFS) 泰國 2015 年國民所得已達 6,017 美元，於東協國家中僅次於新加坡、汶萊及馬來西亞，近年來經濟成長快速，中產階級迅速崛起，泰國人民出國旅遊風氣日盛，為我國推展觀光新南向業務主力市場之一，觀光局已將泰國列為東南亞最具開發潛力之市場，於 105 年 8 月給予泰國民眾赴臺觀光免簽證待遇。另時代雜誌曾用「風格之境」形容泰國所散發的現代感設計魅力，紐約時報指出曼谷將是東京在流行時尚領域最大的競爭對手。這股「泰流」，逐漸成為我國消費市場一股新勢力，創新、平價、具質感的手工製品、美妝、香氛等，成



功與日韓產品區隔，找到市場新需求。不僅如此，泰國還是全球珠寶加工重鎮，綠建築也拔地而起，「Made in Thailand」正向全球展現泰式美學的軟實力。

(二) 臺泰比較：

- 1、根據我國觀光局統計資料，2017 年我國人赴泰人數為 553,803 人次，較 2016 年之 532,787 人次成長 3.94%；2017 年泰人赴臺人數 292,534 人，較 2016 年之 195,640 人增加 50%，顯見我國為推動「新南向政策」、鼓勵泰人赴臺觀光，自 2016 年 8 月 1 日起對泰國旅客試辦 1 年免簽措施甚具正面效益³¹。
- 2、我國 5 個造訪泰國旅遊目的地：曼谷（73.33%）、春武里府（28.79%）、清邁（7.65%）、普吉（6.69%）、班武里府（9%）；我國 5 個造訪泰國購買伴手禮：服飾（61.17%）、泰國食物、點心（50.69%）、紀念品（48.15%）、化妝品（22.63%）、手工藝（17.13%）³²。

(三) 泰國是亞洲最早發展觀光產業的國家之一，在金融風暴影響旅遊意願及政治不確定因素下，觀光業固然衰退不少，泰國政府仍極力推廣觀光，泰國旅遊觀光業依舊獲得許多肯定。

(四) 泰國從 1960 年開始發展觀光業以來，一共歷經 3 個時期（詳下表 18）。

表 18 泰國觀光業發展歷程

年代	特徵	經濟面向	政治面向
1960-1975	觀光業軟硬體基礎建設時期	民間部門進行觀光業的基礎建設	國家先驅而後民間主導

³¹ 資料來源：新南向 臺泰好，駐泰國臺北經濟文化辦事處，出版年月：2018 年 8 月。

³² 資料來源：Thai Tourism Promotion towards Taiwan Market，Deputy Executive Director, East Asia Region Tourism Authority of Thailand (TAT)，p.10-11。

年代	特徵	經濟面向	政治面向
1975-1997	觀光業發展黃金時期	觀光業帶動經濟發展	國家主導
1997-2008	觀光業化危機為轉機時期	觀光業帶動經濟復甦	強調公私合作

資料來源：泰國觀光業的政治經濟分析，臺灣東南亞學刊，7（1），頁 41-74。

(五) 泰國觀光業近 50 年發展趨勢值得注意：1. 大眾化：從個人化到團體旅遊；2. 擴張化：觀光景點從集中到分散；3. 異質化：觀光景點從同質到多元，包括天然、歷史、民族、文化與度假等不同性質；4. 區域化：從孤立到區域整合，進一步整合東南亞其他國家的資源（Cohen 1996: 4-14）。儘管泰國觀光業有著不錯發展，對於泰國經濟層面也有著極大的貢獻，但是在歷經數十年來發展之下，泰國觀光業也呈現出相當多的危機與挑戰，包括愛滋病威脅（性產業）、過多與不當建設、環境汙染以及政治不穩定等（Chon et al. 1993: 47-48; Hall 1997:141-146; Li and Zhang 1999: 297-300）。

伍之三、諮詢座談會之發現與分析

本案諮詢專家、學者及業者有關業者推動觀光之法令面、執行面、管理面等議題與精進空間；我國觀光推廣與發展遭遇之課題與建議；政府輔導旅行業者轉型計畫內容暨推廣觀光政府與民間所扮演角色與分工；政府補助或獎勵業者相關措施；政府與業者合辦國外觀光客踩線考察經驗；國內外旅行社合作與推廣觀光模式、方式暨相關經驗等議題分別說明。

一、時間：107 年 10 月 16 日（星期二）下午 2 點 30 分

二、地點：交通部觀光局

三、與會機關及人員：

（一）交通部觀光局



周永暉局長暨相關主管人員（業務組、企劃組、主計室、國民旅遊組、國際組、旅宿組等）

(二) 專家學者：拾己震教授（國立臺中教育大學文化創意產業設計與營運系）

(三) 團體與協會

- 1、中華民國觀光旅館商業同業公會
- 2、中華民國旅館商業同業公會全國聯合會
- 3、臺灣民宿協會
- 4、中華民國旅行商業同業公會全國聯合會
- 5、中華民國旅行業品質保障協會
- 6、臺灣入境旅遊協會
- 7、中華觀光人力資源暨資訊發展學會

四、會議發言（摘錄）

(一) 前言：在臺灣觀光產業發展上，臺灣觀光產品盤點、品質分析、套裝旅遊組合、差異化行銷、交通通路連結、各部會資源整合及行銷推廣，皆應予以落實，觀光局在各部會整合上如有困難，可提供書面向監察院反映。

(二) 本案調查委員看法

- 1、特殊族群：穆斯林旅客，應研究該族群消費客群、習性、旅遊屬性，藉以決定優先設置穆斯林友善設施；瞭解轉機客源需求，設計相關行程。
- 2、發展臺灣區域性特徵，建立友善環境，讓旅行業包裝套裝行程，以利行銷推廣。
- 3、政觀推暨跨部會整合：文化部的文化臺灣，由院長擔任召集人，2個政務委員進行協助，文化部長則擔任執行長，既然觀光推動是跨部會的議題，觀光局是否能有這樣的組織架構，俾利政務推行。

- 4、專業人才：導遊領隊考試的部分，因涉及政府公權力及公信力應謹慎為之，建議觀光局可先與考試院合作聯繫，俟各項考選工作建置完備後，再由觀光局主辦，最後再研議授權公協會辦理的可行性，因其攸關導遊、領隊專業取才之公正性及公信力，尚需嚴謹看待。
- 5、星級旅館評鑑標準與訂定。
- 6、交通網絡：針對現在臺灣好行成為當地居民的通勤工具，觀光目的失焦，希望觀光局能針對目前作為提供說明。
- 7、觀光旅遊型態
 - (1)生態旅遊：臺灣生態資源豐富，除自行車外，登山健行、賞鳥、賞螢、觀星等也可作為我國觀光發展方向。
 - (2)海洋觀光：臺灣作為海島國家，海港資源頗豐，可思考如何運用閒置的海港使其成為我國觀光資源。
 - (3)部落旅遊：針對原住民部落文化，交通網路必須克服，觀光局可研議與原住民族委員會進行專案計畫的可行性，針對部落的觀光、行銷資源及交通進行盤點，以發展原住民部落文化之旅。

(三) 協會與團體

1、中華民國觀光旅館商業同業公會

- (1)提升觀光位階：觀光局為3級機關，業務執行上遇到困難，希望能協助觀光局儘快提升層級組織。
- (2)稅收問題：103年臺北市政府提高房屋稅及地價稅，對於觀光旅館及大型旅館影響甚鉅，雖106



年修正發展觀光條例第 49 條，得適當減免地價稅及房屋稅，但地方政府不配合辦理。

2、中華民國旅館商業同業公會

- (1)特殊族群：穆斯林旅客，除了推廣行銷吸引更多客源外，應加強對於穆斯林旅客習性之瞭解，並提升我國接待能力、設施及友善程度，如祈禱室、淨下設施的設置、清真認證的推廣等，才能留住客源。
- (2)星級旅館：五星級旅館的評鑑標準要求要有游泳池、備品要多等，惟迄今環保意識高漲，開始提倡環保備品、環保標章等，故星級旅館的評鑑制度應與時俱進，以符合時代變化，並思考森林浴、芬多精等自然生態特色是否可納入星級旅館評鑑的一部分。
- (3)非法日租房議題：涉及各政府單位業務，希望能進行跨部門合作，加強查察非法日租，要求訂房平台將非法日租全面下架，並參考香港、新加坡等國家將非法日租納入刑罰，增加罰鍰之外的嚇阻手段，以保障合法旅館權益。

3、臺灣民宿協會

- (1)前言：民宿是代表臺灣人文特色、深度旅遊的理念，也扮演國民外交及調節性之旅宿產品角色，期觀光局能協助行銷帶入國際。
- (2)分散客源：臺灣東部擁有其特有的觀光資源，希望能將交通架構延伸至東部，將假日的客源分流至臺灣東部。
- (3)國民旅遊市場：臺灣國民旅遊市場受一例一休、年金改革等影響，致消費性結構改變而使市場內

需萎縮，針對此議題去研究。

4、中華民國旅行商業同業公會全國聯合會

- (1)特殊族群：有關穆斯林客群，應提供直覺性的環境建設及服務，如將穆斯林需求設施普及化，將穆斯林餐飲標示統一化與簡潔化；在臺轉機旅客客源，應提供便利、友善的環境，如語言標示、交通等。
- (2)專業人才：領隊及導遊人才的培訓，其素質有相當高的提升，可以再加強國際化上的訓練，以因應國際旅客需求，增加我國接待能量。
- (3)資訊網絡：我國接待能力充足，應充分揭露相關資訊以達到將觀光旅客分流、分時及分區到臺灣各地的目的。

5、臺灣入境旅遊協會

- (1)觀光行銷：行銷臺灣目前過度碎片化，應劃分行銷目的，進行整體規劃並與國際接軌。
- (2)交通網絡：臺灣好行乘車者可能都是在地居民，導致觀光客沒座位無法上車，致設立目的與實際使用現況不一致；交通建設友善化上，應注意語言標示、便利性、連結性、整潔性等問題，如我國捷運站與站之間距離短，但捷運上撥放的語言卻如此多種，有時甚至根本來不及撥放完畢就到下一站，又如語言標示翻譯錯誤等問題，中央應儘速統一國際友善化語言標誌及翻譯等內容，以俾國際旅客辨識；在交通友善化上，建議觀光局可參考日本作法，從機場到旅客目的地之間交通流暢度規劃，讓旅客可順利、連貫、安全抵達目的地。



(3)目的地旅遊，應先將目的地的建設做好，才能開始進行目的地旅遊。

6、中華觀光人力資源暨資訊發展學會

有關近期報導領隊及導遊執照將回歸由觀光局核發的議題，在國際化的部分，可考慮職能認證，如果能透過職能認證來確實地進行職能訓練，未來或許可研議由導遊、領隊協會來核發執照可行性，但在初期會遇到一些困難，因業界對於職能認證不理解，希望觀光局能協助業界對於該議題進行更深入了解。

(四) 專家學者

- 1、各部會都將觀光當成重點，從 2008 年開始由觀光作領航，並利用政策創意加值，達到促進國家產業及國家轉型的目標，如觀光客倍增計畫、觀光拔尖領航方案、千萬觀光大國，及現在的 Tourism 2020 等，幫臺灣創造亮點景點，迄今觀光局透過跨域亮點計畫進行延續，如新竹、苗栗等地區皆有成果。
- 2、政策創意加值：各部會執行情形分別說明之，文化部推動臺南觀光地區及歷史人文風貌地區的設置，有條件鬆綁市區民宿的設置；環保署推動環境教育產業化，使臺灣成為環境教育的國際示範場域；農委會透過農村再生計畫，開放休閒農場經營民宿；經濟部透過觀光工廠、創意生活產業、城鄉創生計畫，鼓勵業者利用經濟資源進行政策加值運用等。在產業促進的部分，則有農業觀光、美食觀光、自行車觀光、觀光工廠、見學觀光、文創產業評估等。最後國家發展，可見勞動部推

動幸福職場、環保署注意國家永續發展，以及消費者保護委員會對於消費者安全及權益的保障等。

- 3、中央與地方政府針對觀光皆有規劃，十分複雜，最後導致見樹不見林，在世界趨勢變遷因應上變得困難。中央應儘速建立系統性研究，才能針對地方創生、跨域加值等計畫進行深入、細節論述，避免各部門資源重複浪費。
- 4、應儘速設立地方創生及跨域加值的機制，透過政策、預算補助、競賽評鑑、政府背書、輔導計畫、行銷推廣等作為誘因，使相關業者願意配合政策的執行，但也同時要建立跨部門的督考、懲罰機制。
- 5、應建立標竿案例，使其成為我國觀光產業發展的模式，如臺中的自行車週，即是國際關鍵零組件廠商，透過經濟部工業局、交通部臺鐵局及觀光局等單位跨部門合作，最後發展成為臺灣世界性環島自行車活動盛事的一例。

(五) 交通部觀光局

- 1、住宿課題：觀光局再三強調禁止非法日租，也有蒐集非法日租資訊轉請地方政府查處，並轉知訂房平台下架；星級旅館與好客民宿：兩者標準乃與國際接軌標準一致，是否將森林浴等納入星級旅館評鑑可再研議，也可以利用特色觀光旅館或民宿來呈現，融合通用設計及因地制宜的原則，但這是否有替代方案，還需要學術界支持。未來觀光局會進行產學合作，目前已從國有財產署移撥華僑會館，希望可成為觀光的產學培訓中心。



- 2、原住民元素屬重要觀光資源，觀光局目前有 5 個重點，未來加強歷史、文化、生態、原住民及休閒體驗力道。
- 3、專業人才：未來導遊、領隊的考試是否由協會來辦理，應考慮公信力問題，觀光局或許可扮演轉折點角色。
- 4、交通網絡：臺灣好行功能兼具旅遊與通勤功能，與會人員所提問題反映我國公共運輸完備上仍有進步空間，未來全面檢討制度面。
- 5、特殊族群：桃園機場過境的旅客約有 120 萬人，有辦理免費過境半日遊，帶領旅客至三峽、鶯歌或臺北 101 的周圍進行城市旅遊，爭取過境旅客觀光統計每年約 8,000 人，逐年成長，後續將持續辦理。另，為爭取過境旅客觀光，與外交部、移民署研議，提供過境旅客免簽證可行性與可能性。

伍之四、期末座談之發現與分析

一、時間：107 年 10 月 24 日（星期三）上午 9 點 30 分

二、地點：本院 2 樓第 1 會議室

三、與會機關及人員：

- (一) 行政院（交通環境資源處、經濟能源農業處、教育科學文化處、內政衛福勞動處、經貿談判辦公室、中部聯合服務中心、南部聯合服務中心、東部聯合服務中心、雲嘉南區聯合服務中心）
- (二) 交通部（路政司、公路總局、臺鐵局、民航局、航港局、航港局東航中心）
- (三) 交通部觀光局（副局長率企劃組、業務組、技術組、

國際組、旅宿組、國旅組、資訊組相關主管人員)

(四) 行政院農業委員會 (輔導處、漁業署)

(五) 原住民族委員會 (經濟發展處)

(六) 經濟部 (中小企業處)

(七) 文化部 (文創發展司)

(八) 臺灣港務股份有限公司

四、會議發言 (摘錄)

(一) 前言：本案為通案性案件調查研究案與一般調查案究責有別，本院年度會對國家政策、實施策略等方案作整體檢視，希望提供相關建議，給行政院各部會作為參考。

(二) 本案調查委員看法

1、跨部會合作暨政觀推角色與功能

(1) 政觀推：透過開會解決跨部會問題，剛提及偏鄉地區交通問題，沒腳到不了地方 (指偏遠地區) 要解決十分困難，有些問題政觀推能解決就解決，無法解決形成長年問題；政觀推角色與定位不明，無法看出政觀推與各目的事業主管機關之總目標，以及達到目標相關行動方案，缺乏協調性與統計性，無總目標管理，各部會各行其是。

(2) 跨部會整合重要性：如原民會與文化部 (原民部落、小村落)；文化部、觀光局、地方政府 (宗教旅遊)。我國單一據點經濟規模、資源皆不夠，需整合到帶狀 (跨部會合作)，透過點、線、面連結，國際宣傳上產生一個新旅遊產品。

〈1〉原民會與觀光局：原住民過去生活型態，輔導原民將原來生活風貌提供國際旅客體驗，並與後端森林連結 (狩獵文化)，以



其時間序加以串連，變成完整觀光廊道，一年四季皆可觀光。另結合原住民服飾、琉璃珠等工藝產業。文化傳承與彰顯，觀光局可去協調，突破現況，而非各自為政。

〈2〉農委會與經濟部：農委會友善農業發展，社區發展協會設計食品形成小農聚集，農委會與經濟部結合，並非僅經濟部本身OTOP或農委會休閒農業而已；漁港空間運用，在非捕漁期間，可評估觀光漁港發展性，讓臺灣海岸更活絡。

〈3〉農委會與觀光局：合作無損當地產業發展，有附加價值，地方農會角色亦為重要。

(3)推行觀光日趨重要，本案主題涉交通網絡與多元產業，重擔不能只放在觀光局身上，我國觀光整體面不足、政府重視程度低，反觀日本推動觀光的力道令人佩服，如財政部推行觀光相關免稅、退稅、減稅措施等。

(4)「聯合服務中心」有重要角色，中央與地方界接，地方需求與中央政策連結變成一個力量；有時地方人力、瞭解度、視野不同，都是小個案在執行，聯合服務中心應可掌握各部會政策，該中心、地方縣市政府及各部會界接形成平台，可發揮大效益。

2、觀光資源盤點與總體檢

(1)各部會應省思資源盤點，讓觀光產業更好前提為完善與多元交通網絡（含海、陸、空），我國有豐富的自然與人文資源（有意義且有價值），藉以發展觀光。公務體系公務人員配合國家政策推

行之，惟觀諸觀光競爭力，日本第 4 名、韓國第 10 名、我國依舊第 30 名，實有精進空間。

- (2)可從產品面、行銷面、通路面、目標族群（客群）、觀光服務面等，首先 1. 產品面，旅客覺得觀光產品好即會到訪觀光，如食宿好並安全，惟偏遠地區交通成本高，部分景區規劃設計未到位。舉例而言，東部產品潛力高，其旅遊產品設計是否到位（包含食、宿、行、遊、購整體安排）；2. 目標族群，因陸客客源消失不見，產生新的目標族群（如：穆斯林）。3. 觀光服務面，如相關旅遊景點 app 程式設計。

3、觀光課題

- (1)觀光亮點：試問我們有無地方像九份觀光地區吸引多數遊客前往，如觀光局、原民會、農委會推動觀光工廠、典範小鎮作為標竿，成為發展觀光潛力。另，地方特產與文化其實也是很重要，文化部為掌握文化資源、文化特色機關，可形塑特殊性、美感性、文化性等不同型態的典範小鎮；觀諸日本有些小鎮與地區，形塑柯南、鬼太郎等，把故事注入小鎮，經過整體規劃、設計，最後再解決交通，發展觀光何其困難。
- (2)遊客人數：我國近 3 年觀光客統計資料，遊客數持續增加，惟產值下降，針對個別景點遊客數（如墾丁、阿里山遊客）都是雪崩式下降。
- (3)觀光政策結合性：2018 年為「海灣旅遊年 - 探索島嶼就是現在」，觀光局提及 2019 年燈會將在屏東、東港、大鵬灣舉辦，惟未能結合海灣旅遊年即產生疑問，倘在大鵬灣、小琉球等皆可連結海



灣旅遊年，並與文化部、屏東縣政府等進行跨部會合作。

- (4)觀光專業人才：推行觀光創意都夠，惟專家與專業不足，缺乏美學與設計概念，整體專家派遣結構上、運用上需重新思考。

4、觀光發展定位

- (1)觀光要提升是整體質與量，不是僅量提升，質亦屬重要（如：衛生、品質等），透過相關部會督導與執行，讓觀光更美好。
- (2)觀光客人數是一個「整體國家國力」展現，爰有賴各部會齊力合作才能帶動整體觀光產業，並提升遊客人次，往例請觀光局主責尚屬不合理，各部會在觀光發展中占或多或少的角色。召集人蔡委員所指，各部會對觀光貢獻，有願景但落實不澈底或邊緣化，文化部角色偏弱、原民會產值低。另，本專案題目在政策上是無法討論，可從執行面來協調。
- (3)農委會林務局森林遊樂區、內政部國家公園等定位不明，地方與中央結合可參酌國家風景區，透過中央與地方合作成功模式。
- (4)我國觀光各類系統如：國家風景區、森林遊樂區、國家公園等，需整合再進行區隔市場族群，讓觀光更完整。「保育」與「觀光」間如何平衡？整合性缺乏導致資源分散，變成觀光據點亮點與力道不足。

5、特殊族群

- (1)我們有豐富的觀光資源，但效果不彰。行政院曾提出6大新興產業，迄今歷經10年，臺灣觀光發

展停滯。

- (2) 穆斯林客群：當時即有提出穆斯林客群發展潛力深具發展性，該族群所得夠高，飲食習慣不吃豬類、酒類，其餘肉食須符合相關清真規範、禱告的空間、注重衛生（如淨下設施），本專案曾赴觀光局座談會，即有業界董事長提及個人看法，我國飯店對於此族群友善設施不夠與配套措施付之闕如。舉例而言，穆斯林客群往返高雄到臺中，我要忍受到某個地方才能如廁，如高速公路、停靠站都沒有，很難吸引自由行旅客。
- (3) 爭取客源 - 轉機旅客：107 年 10 月 19 日赴觀光局座談感觸甚多，針對我國「轉機客源」雖然有做，但沒有做到位，目前安排僅到三峽、101 門口停留。反觀韓國濟洲島觀光興盛，給予相關補助措施如：靠泊費、停機費免費，並安排完善觀光景點旅遊行程。

6、新南向政策

- (1) 資料顯示，新南向政策執行迄今，航班數及累計載客人數均增加，2017 年來臺旅客 1,074 萬人次，較 2016 年成長 0.46%；而觀光外匯收入 (3,749 億元新臺幣) 則較 2016 年同期負成長 13%，主因係受全球旅遊趨勢（如旅客傾向短程、短天數旅遊等）及來臺旅客消費習慣改變（如自由行旅客增加，電商購買通路選擇多元便利化、體驗旅遊的追求及旅客消費行為趨於成熟等）。爰此，全球旅遊趨勢改變如：短天數旅遊，反而可成為優勢，實可著力。
- (2) 韓國、日本以消費者為中心，以需求導向界接臺



灣觀光行程，新南向政策推行，需瞭解當地海外觀光客需求與型態。

- (3)我國可能為整個南島民族的發源地，而整個南島民族又分布在太平洋周邊的廣袤海域及地域。北至日本，南至菲律賓各島、印尼本島及群島、馬來西亞及紐西蘭，西至馬達加斯加，東至太平洋群島乃至南美洲等數億人口，皆與臺灣原住民族有著密不可分的血緣關係。這些區域，絕對是臺灣未來發展策略的出口。爰此，原民亦可透過新南向政策發揮地方特色，促進部落間交流。
- (4)對於穆斯林相關配套措施，與會機關認為已到位，委員認為尚不足。

7、文創產業

- (1)文化部資料表示，目前相關計畫尚無與經濟部 OTOP 產品合作案例，另說明經濟部於 2003 年成立「財團法人臺灣創意設計中心」(Taiwan Design Center, TDC) (以下簡稱 TDC)，並於 2004 年正式啟動營運。本次赴泰國創意設計中心 (TCDC)，設立目的是成為泰國設計發展的訊息和資源中心，也是媒合設計者與企業家的重要平台，該中心提供各種材料，材料旁設有 QR code，藉由行動裝置可直接與廠商連繫，俾利設計者找尋相關材料，我國可參採。
- (2)推行文化臺灣係行政院院長擔任召集人，並由政務委員協助，執行長則是文化部長，有其明確分工，進行跨部會整合，讓各部會政策推動均具備文化思維，讓文化真正在社會深化扎根，建立臺灣主體性；反觀交通部觀光局相關督導成果無法

彰顯。

- (3)經濟部有設計產業，國家發展委員會有文創基金（當時案子數少、申請人數少），我國設計能量強，可透過經濟部與文化部合作，展現文創成品，透過文化創意與設計，與產業連結，泰國即屬之，透過如同「泰國創意設計中心」具整合與媒合的地方，讓國際看到臺灣設計潛力與能量，展現觀光、設計、文化創意等；文化部有很大企圖心，關於在地文化（宗教、客家、原民文化）連結，才不會資源分散。
- (4)臺灣創意設計中心全面發展整合服務平台，2003年由經濟部邀集政府相關單位，2004年正式對外營運³³，應確認該中心的角色與定位，加上伴手禮、文創產品設計，執行上可提升效果，如泰國創意設計中心可供借鏡。
- (5)泰國有些地方贏我們很多，但有些地方輸我們很多；韓國歷史文化元素融入觀光贏我們甚多；日本整體來說服務品質高。

8、觀光旅遊型態

- (1)我國缺少海上運輸部分，如：郵輪、遊艇，臺灣是海島型國家，海洋資源豐富（海岸線、海灣、漁港等），未來可發展海洋觀光；我國生態資源豐富（如：賞蝶、螢、步道、鯨等），可發展生態之旅；運動之旅（馬拉松、自行車、溯溪等）；文化之旅（客家、原住民等）；仿效日本祭典模式將我國公廟文化融入觀光等，皆可結合發展觀

³³ 創意設計是提升國家競爭力的重要關鍵，政府為推動文化創意產業發展，於2003年成立國家級設計中心「財團法人臺灣創意設計中心」（Taiwan Design Center, TDC）（以下簡稱TDC），並於2004年正式啟動營運。



光，可透過短片以 line 宣傳。

- (2)赴泰國考察搭乘郵輪實有感觸，我國為海島型國家，四面環海，發展郵輪旅遊不如預期，如：我國高雄旗津、臺北市基隆河、淡水河，未來允宜規劃相關行程。
- (3)觀光漁港：臺灣四面環海，目前共有 224 處漁港，隨著國人生活型態的改變及生活品質的提升，漁港必須更積極的多元化，並兼具觀光休閒功能，漁港與民間組織合作，形成特有觀光漁港，形成海岸觀光與休憩觀光。
- (4)原民觀光部分，有很多觀光方向需要各部會連結，如蘭嶼文化特色、環境悠美，目前有交通問題、環境街道、特有產品等都需考量，原民會、觀光局與各相關部會合作推行「在地自主觀光產業」實屬重要。狩獵文化與溯溪活動，前者不一定是帶槍，可從動物走向或覓食，單向推動將產值留在部落；友善農業發展亦可搭配國民旅遊共同推行。
- (5)樂齡旅遊：同時以國外旅遊與國內旅遊來論，可發現國外旅遊較多。內政部國家公園、農委會林管處（景色悠美、吸收芬多精、負離子），未來隨著高齡化社會來臨，國內旅遊潛力大，臺灣好山好水潛力無窮，適合祖孫 3 代旅遊，宜重視友善環境。
- (6)離島觀光
 - 〈1〉曾赴金門、馬祖離島地區感觸良多，針對無障礙旅遊環境給予肯定，有關交通網絡，金門是 K-bike，方委員一早騎乘，路面有

高有低，腳踏車僅有 3 段，有改善之處，臺北用悠遊卡刷即可啟動，島內沒此服務。金門免稅商店，目前觀光客有增無減，惟服務人員不足，提供早餐的人力有限，僅發放面額票卷（40 元、80 元）讓遊客消費；馬祖跟海洋大學合作，目前一年四季皆可提供藍眼淚，觀光客逐年增加。

〈2〉我國離島有澎湖、金門、馬祖、小琉球等，有關急重病後送服務為衛福部出面整合，有一定的契約，維護空間安全、緊急運送救醫服務等。依據離島建設條例第 5 條指出，縣（市）主管機關應依據縣（市）綜合發展計畫，擬訂 4 年一期之離島綜合建設實施方案，方案內容含括文化、交通、觀光、醫療。離島建設基金充足，相關部會應共同關心，讓離島變成觀光景點。

(7)多元旅遊活動：我國發展觀光時，應強化交通網路與相關資訊連結性，觀光產品好即能吸引國際旅客。有關文化創意產業如在地文化、宗教文化元素等，可相互整合與連結，如跨部會合作（原民會與文化部、觀光局）因應季節性、差異性而形成多元化旅遊活動，均值得省思。

9、觀光競爭力與觀光產值：世界經濟論壇，旅遊競爭力排名，近 10 年空轉，弱項為「旅遊服務設施、自然資源、政府發展觀光產業的優先度、環境永續度」。對此，對於前揭弱項說明之；觀光產值可透過形塑特產品（各地方特色產品、伴手禮等）、文創產品而提升，可參考日本各區域特



產品。

(三) 行政院

- 1、本次主題為「建構整體交通網絡整合多元產業提升觀光產值之探析」，行政院與交通部、原民會、經濟部、農委會等共同出席，本院部分涉及新南向政策與觀光整合，其中新南向業務推行為經貿談判中心，以及觀光推廣上扮演重要角色「行政院觀光發展推動委員會（下稱政觀推）」，由政務委員擔任召集人、觀光局擔任幕僚機關。
- 2、行政院政觀推性質屬一個平台，財政部亦是成員之一，過去對於財政業務亦有相關討論，誠如委員提及「總目標、行動方案、計畫」皆有，俾利各部會執行依據。然政觀推在執行面上遭遇問題，有些問題可解決，有些無法解決。政觀推近年會議相關待辦事項，無法解決的問題一直延續。另，有關穆斯林特殊族群相關配套措施實有改善之處。
- 3、新南向政策：「新南向政策」係蔡總統於 105 年 8 月 16 日召開對外經貿戰略會談，正式提出「新南向政策綱領」，將其定位為臺灣整體對外經貿戰略的重要一環，尋求新的方向和新的動能，並重新定位臺灣在亞洲發展的重要角色，「新南向政策」整合各部會、地方政府，以及民間企業與團體的資源，從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」四大領域建構各項工作計畫。
- 4、委員提及產業整合、機關整合等皆為重要，會後再針對委員提及部分討論之。

(四) 行政院農業委員會

- 1、整合觀光資源規劃已在地方落實，如花蓮地區（整合噶瑪蘭族與阿美族），有關友善部落、伴手禮品質提升等，透過原民會、林務局、NGO 團體共同合作，惟伴手禮「質」的提升，尚有努力空間，通常農產品量不穩定、OEM 價格高。
- 2、目標族群多元化，休閒農業並非只有休閒農場，有農、林、漁、畜，需要經濟部共同協助與合作。

(五) 原住民族委員會

- 1、部落旅遊：自 104 年度起形塑原住民族部落旅遊品牌「uhtan'e ho mimimiyo」（鄒族語，意指從一個部落走到另一個部落），塑造部落自然、人文、山林。委員提及祭典文化特色部分，部落性質屬單點性旅遊，目前計 177 個部落。目前推行區域型套裝型旅遊，如：三地門（結合藝術與文化）、嘉義阿里山（結合咖啡），透過在地合作社、聯盟共同合作。
- 2、跨部會合作：除行政院政觀推外，原民會與觀光局有「原住民族地區觀光推動會（下稱原觀會）」作為溝通平台，成員有勞動部、營建署等，業於第 10 次會議決議由該會與交通部觀光局輪流主辦會議。
- 3、目前原住民發展觀光遭遇建築、土地不合法問題，對於充滿人文特色的部落想要發展觀光產業卻困難重重，惟感謝各部會幫忙，透過民宿管理辦法與發展觀光條例第 19 條法規鬆綁解套。

(六) 經濟部

- 1、日本節目透過機場問題，瞭解國外旅遊來日本動



機為何？（如：劍道、金魚等），瞭解老外的旅遊原因。

- 2、我國觀光必須跟著產業鏈相結合，如：臺東-沖浪、基隆-磯釣。本人曾赴泰國創意設計中心有感觸，我國需要新創、設計師去創造價值，如果要單談設計產品尚不足夠，如華山、松菸文創等。
- 3、我國夜間觀光活動較少（除夜市文化外），可思考大城市晚上活動為何？如：士林夜市搭起原住民舞台，旅客不一定要深入原鄉才能欣賞。
- 4、高齡化社會，目前有輪椅旅遊，結合計程車可先行預約，我國平地不多，可妥適設計提供給特殊族群，提供優質友善環境。
- 5、經濟部臺灣創意中心培養有創意的年輕人，而委員提及泰國創意設計中心設有類似材料資料庫，目前有在研議辦理中。

(七) 文化部

- 1、臺灣創意中心是經濟部成立，文化部在推行時有與經濟部合作，文創院從文化、創意、產業端，有關市場架接部分，文化部主導。
- 2、文化部角度思考，在找一些說故事的人才，融入在地人生素材形成文化路徑，需要跨部會整合力量，推動觀光整體營運模式需清楚。

(八) 交通部

- 1、行政院已核定「Tourism 2020」，行政院與各部會依此執行，透過「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」5大策略及22項行動計畫，持續厚植國旅基礎及開拓國際市場，期能形塑臺灣成為「友善、智慧、

- 體驗」之亞洲重要旅遊目的地，5大策略與本次議題皆有相關。
- 2、跨部會合作：中央與地方配合是很重要的。「政觀推」作為一個整合平台，邀請各方學者，將整合資源、推廣法令、行銷觀光。過去政觀推開會次數為1年2次，近期會更密集開會，如：醫療觀光、MICE（會議展覽）產業、穆斯林等議題。
 - 3、觀光定位：針對臺灣的特性各區域有不同的主題，北部（生活及文化）、中部（產業及時尚）、南部（海洋及歷史）、東部（慢活與自然）、離島（多元的臺灣），各有其特色，配合年度發展海灣旅遊年、小鎮旅遊年等，皆有相對應政策、策略發展，再配合分區發展，勾出觀光發展藍圖。
 - 4、交通網絡：海、陸、空全面形成無縫交通網絡實屬重要，除交通部例行施政計畫外，尚有前瞻軌道建設。有關高鐵、臺鐵、捷運間之連結，形成無縫交通網絡，是未來努力方向。
 - 5、觀光旅遊型態：我國是海島型國家，目前刻正積極建立臺灣海島旅遊，交通部積極研議中。
 - 6、結語：感謝各委員提供寶貴意見，主管都在座談會現場，回去會針對前揭意見作為改進業務之參考依據。

(九) 觀光局

- 1、前言：本局首先就「觀光」與「交通」相關說明，觀光所涉範圍多，包含食、宿、行、遊、購等，整體來說，需透過組織、資訊等各項整合。
- 2、觀光政策與執行面：近年提出新南向政策，推動相關措施。此外，協調整合面成立政觀推，整合



- 觀光資源，該委員會成員包含中央、地方副首長、各產業團體、學界代表等，每年不定期召開會議（如：工作小組會議、專案會議），共同協調並解決相關課題。
- 3、成立跨部會推廣平台，與各部會加強連繫與協調：成立「交通部觀光局原住民族地區觀光推動會」，由行政院原住民族委員會、文化部、內政部、教育部、行政院農業委員會、行政院勞工委員會指派代表擔任成員，整合推動原住民族地區觀光合作事宜。
 - 4、觀光競爭力與觀光產值：我國世界競爭力位居 30 名，涉及各部會整合如：經濟部、內政部、農委會等，2017 年比 2015 年上升 2 名，弱項要審慎檢視與改進，名次進步有限，涉各部會共同精進與改善，會後書面資料說明。觀光人數維持千萬，究產值變化如何，在產、官、學皆關心，觀光產值最直接是觀光外匯收入，消費額度沒提升實屬問題。
 - 5、觀光資源盤點：我國從國家公園、觀光農場、觀光工廠，發展出各型態旅遊方式如原民旅遊、客家旅遊、休閒旅遊、生態旅遊等。
 - 6、推動臺灣郵輪產業：在觀光發展推動委員會有成立相關推動郵輪產業發展專案小組，該專案小組係由交通部常務次長擔任召集人，交通部觀光局及航港局局長擔任副召集人，組成成員包含交通部觀光局局長、航港局局長、民用航空局局長、公路總局局長、財政部關務署署長、內政部移民署署長、內政部警政署業管警政委員、行政院海

岸巡防署巡防處處長、行政院農業委員會輔導處處長、大陸委員會經濟處處長、臺灣港務股份有限公司董事長以及專家學者 7 人至 9 人。

7、推行智慧觀光：建立臺灣觀光資料庫，促使資料庫更完整與完善。

8、全球旅遊趨勢：

(1)短程旅遊（短天數）、受 OTA（Online Travel Agency）店商影響（上網即可購買旅遊產品）等因素影響，以上不會納入消費額中。

(2)來臺旅客結構改變，過去團體居多，特定購物點安排，迄今來臺自由行旅客達 80%，自由行旅客需透過旅行社介入，再深入各街區消費。新臺幣這段期間升值亦有影響。

9、特殊族群

(1)委員提及觀光總體檢從行銷面、產品面、服務面、目標族群等，其中目標族群部分，可開發高端消費市場客群、會展旅遊、商務旅遊等；全球約 18 億穆斯林人口，穆斯林旅遊人次高達 1.31 億人次，占全球整體旅遊市場 10%，穆斯林市場有其發展性，惟產品需精進，如：免治廁所、祈禱室等，高鐵、機場廠館都有但尚未普及，餐飲是關鍵，輔導餐廳通過相關認證，目前中、南部較少。爰此，整個友善環境塑造有很多努力空間，世界評比穆斯林友善環境，我國 2018 年位居第 6 名（去年 7 名）。

(2)爭取客源 - 轉機旅客：吸引轉機旅客入臺人數少原因，受限入境時間，國際旅客入境轉機停留時間為 48 小時，能給予入境旅遊僅半日安排，未來



期透過外交部斟酌開放延長時間，即可安排 1 日遊行程。

- 10、觀光課題：部分遊客景點下滑如墾丁，茲因國民旅遊人數與陸客人數減少，需透過地方團體與地方政府持續努力推廣，目標客群盤點共同行銷，產品品質提升。

陸、結論與建議：

本案經 1 年調查研究，並函請觀光發展之中央主管機關交通部提供相關卷證。另為實地瞭解地方政府、團體與協會及各國家風景區管理處就轄區範圍內之交通網絡與觀光景點結合、如何提升當地觀光產值情形，及所面臨課題及推廣觀光現況，爰辦理 5 場國內履勘，分別前往交通部觀光局（下稱觀光局）所屬北海岸暨觀音山國家風景區管理處、馬祖國家風景區管理處、日月潭國家風景區管理處、東部海岸國家風景區管理處、茂林國家風景區管理處轄區現地履勘，並與地方民間團體座談。另舉辦 1 場次專家學者、業者、機關諮詢、座談會議與國外考察。最後，於 107 年 10 月 24 日邀集行政院、交通部、經濟部、文化部、行政院農業委員會（下稱農委會）、原住民族委員會（原民會）及觀光局等機關到院座談，復研析各機關歷次函復³⁴及蒐集相關文獻，整理

³⁴ 資料來源：調卷機關查復資料（交通部 107 年 5 月 1 日交路（一）字第 1078200210 號函、交通部 107 年 5 月 3 日紙本資料 - 收文號：1070101295、觀光局 107 年 10 月 12 日觀宿字第 1070921274 號函、觀光局 107 年 10 月 26 日觀宿字第 1070601305 號函）；歷次履勘簡報與座談會紀錄相關資料（各國家風景區提供，分別為北部北海岸暨觀音山國家風景區管理處、離島馬祖國家風景區管理處、中部日月潭國家風景區管理處、東部東部海岸國家風景區管理處、南部茂林國家風景區管理處、交通部觀光局郵輪簡報、臺灣港務股份有限公司郵輪業務推動現況簡報）；出國考察資料（One Tambon One Product-OTOP，內政部社區發展廳、Thai Tourism Promotion towards Taiwan Market，泰國觀光局、駐泰國代表處文化組書面補充資料、駐泰國代表處提供資料 2 份，分別為監察委員訪泰參考資料與新南向臺泰好）；專家學者、業者、機關諮詢座談會議資料；座談會前提供資料（行政院、交通部、觀光局、文化部、原民會、農委會、經濟部）

與統合產、官、學資料，業已調查研究竣事。茲將結論與建議分述如后：

一、政府制定觀光政策，從西元 2002 年「觀光客倍增計畫」起至「Tourism2020 臺灣永續觀光發展策略」，說明政府對觀光產業重視，形成產業與機關的助力與動力。惟我國「觀光政策」在全球觀光競爭力評比中屬落後項目，對於政策穩定性與明確性，攸關觀光整體發展，除重視觀光客數的增加外，亦要兼顧觀光景點遊憩承載量，維持觀光服務品質，以利長期觀光永續發展。

(一) 世界觀光組織 (World Tourism Organization, WTO) 在 21 世紀初期即預測，2020 年全球觀光人口將達到 15 億人次，是前所未有的高峰。而吸納最多的前 3 個區域分別是歐洲、亞洲地區及美洲。而亞洲地區也已超越美洲成為全球僅次於歐洲吸引最多觀光客的區域，已達發展觀光條例第 1 條規定所揭櫫目的：「為發展觀光產業，宏揚傳統文化，推廣自然生態保育意識，永續經營臺灣特有之自然生態與人文景觀資源，敦睦國際友誼，增進國民身心健康，加速國內經濟繁榮，制定本條例。」

(二) 爰此，為達到發展觀光條例之目的，觀光政策之制定尤其重要，應順應世界潮流，因應內、外在環境變遷，在有限資源條件下，兼顧環境融合與永續觀光雙重條件，俾滿足民眾的需求與國家發展的需要。然所謂觀光政策意指³⁵，一國或一地區為達成整體觀光事業建設之目標所從事的權威性價值分配及其所選擇之肯定或否定之行為。換言之，觀光政策必須將觀光資源透過觀光組織體以及觀光從業人員，依觀光目標、環境

³⁵ 資料來源：行政院研究發展考核委員會 (2010)。我國觀光發展政策之研究委託研究報告。受委託單位，世新大學。



與策略作最適配置與運用，並平衡政治、經濟、社會與文化之需要以導向符合大眾生活品質的目的。爰政策目標包含經濟發展、社會文化、市場開發、資源保護與保育、人力資源整合，以及政府運作。另，政策擬訂³⁶係政府在現存之限制條件與預判未來可能變遷之情況下，為因應觀光需求與發展所提出之「指導綱領」。臺灣的觀光產業在 21 世紀初始，將以「掌握優勢」、「提高價值」、「創造品味」為前提，用宏觀角度來訂定策略，展現臺灣豐沛的觀光魅力，行銷全球。當觀光已成為亞洲區域炙手可熱的市場，亦被國家定位為重點產業之一，政府所研訂的觀光政策誠為重要，政策之良窳攸關整體發展，為扶持產業發展與發揮觀光資源永續效用的重要推手，應通盤適切的考慮。

- (三) 交通部擬訂之觀光政策，係以「打造臺灣成為觀光之島」為目標，回顧觀光政策制定，發現政府積極推行各項觀光政策過程，從「重要觀光景點建設中程計畫、2001 年觀光政策白皮書、2002 年觀光客倍增計畫、2002 年臺灣生態旅遊年、2004 年臺灣觀光年、2008-2009 年旅行臺灣年、旅行臺灣感動 100、旅行臺灣就是現在、觀光拔尖領航方案、觀光大國行動方案」，直至目前推行「Tourism2020- 臺灣永續觀光發展方案（106-109 年）、觀光新南向、花東地區整體觀光發展政策環評」。綜整觀光局 2015-2017 年施政計畫與重點：

1、2015 至 2016 年：推動「觀光大國行動方案」、

³⁶ 資料來源：觀光政策 - 觀光行政法規實務與理論，取自：http://www.google.com.tw/url?sa=t&rect=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=2ahUKEwjM_eby0MbeAhVKvrwKHdXSB1wQFjAJegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fwww.wun-ching.com.tw%2Fimg%2FBooks_files%2FHt40-9789864302031-trial.pdf&usq=AOvVaw09GjHBXYoGkrS89pCwhwCE，頁 4-20。

「重要觀光景點建設中程計畫」，深化「Time for Taiwan 旅行臺灣就是現在」的行銷主軸，以「優質、特色、智慧、永續」為執行策略，逐步打造臺灣成為質量優化、創意加值，處處皆可觀光的觀光大國。

2、2017年：研訂「Tourism2020-臺灣永續觀光發展策略」，以「創新永續打造在地幸福產業」、「多元開拓創造觀光附加價值」為目標，透過「開拓多元市場、推動國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光及推廣體驗觀光」等5大發展策略，落實相關執行計畫，期藉由整合觀光資源，發揮臺灣獨有的在地產業優勢，讓觀光旅遊不只帶來產值，也能發揮社會力、就業力及國際競爭力。

(四) 政策必須明確，主管機關才能放手執行，其他配合單位在協調上較沒有模糊地帶，另倘政策時程過長致執行人員更迭影響政策穩定性、政策隱含政治因素等，引起觀光政策相形見絀，觀光成敗重要的是政策。惟據世界經濟論壇（WEF）2017年的「世界旅遊競爭力」報告發現，臺灣排名第30名，其弱項之一即為觀光政策。以泰國為例，該國以觀光狀況來評估，不缺觀光客時，簽證費需收費；需要觀光客時，仍需辦理簽證，但簽證費則為免費，泰國觀光局表示：「發展觀光目標已不強調到訪人數（量），而是品質增加（質），觀光收入必須增加，正因為是國家經濟的一部分，也是我們一直努力的目標。」本次出國考察泰國時，駐泰國臺北經濟文化辦事處觀光組主任巫宗霖表示略以，泰國政府有明確政策與策略且用心經營，重質不重量，魅力泰國的觀光策略，從北到南、由豐



到儉，不管奢華（高價）或廉價（低價），泰國提供不同多樣化選擇，這也是觀光客成長原因。爰此，政府政策需具有市場遠見，理念有務實性與行動力，宜評估計畫期程，避免淪為紙上談兵。

(五) 綜上，政府制定觀光政策，從 2002 年「觀光客倍增計畫」起至「Tourism2020 臺灣永續觀光發展策略」，說明政府對觀光產業重視，對產業與機關形成助力與動力。惟 2017 年我國「觀光政策」在世界經濟論壇（WEF）全球觀光競爭力評比中屬落後項目，故未來宜著重政策穩定性與明確性，政策之良窳攸關觀光整體發展，除重視觀光客數的增加外，亦要兼顧觀光景點遊憩承載量，維持觀光服務品質，以利長期觀光永續發展。爰此，對於觀光在整體政策、定位與發展之制定皆亟應正視之。

二、世界經濟論壇發布「世界旅遊競爭力」，判斷各經濟體在觀光方面發展力與競爭力，指出我國觀光產業弱項指標項目，包含：服務設施、自然資源、觀光產業優先、環境永續等項目，相關單位應全面檢視，以更好觀光旅遊品質吸引旅客再訪意願，提升觀光整體競爭力。

(一) 世界經濟論壇（World Economic Forum，WEF）固定兩年 1 次進行觀光競爭力指標（Travel & Tourism Competitiveness Index，TTCI）調查研究。研究標的為各國觀光部門相關指標，由指標強弱判斷各經濟個體在觀光方面的發展潛力與競爭力。TTCI 指標分為 4 大類，分別是觀光環境、觀光政策、基礎建設及自然人文條件，再區分為 14 項主要指標，以下又細分 90 項次要指標³⁷。

³⁷ 資料來源：葉華容（2017），提升我國觀光競爭力從細節做起，取自：<http://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwjkiPXD-sneAhUGiLwKHQW1B9wQFjAEegQIBRAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cier.edu.tw%2Fsite%2Fcier%2Fpublic%2Fdata>

(二)2017 年全球旅遊競爭力評比，共有 136 個經濟個體納入調查，臺灣在全球 136 個國家或地區中排名第 30 名，在亞洲經濟發展程度相近國家中僅勝泰國，臺灣弱項包括空氣污染、政府預算比重低、國際大型租車公司未進駐，是拉低排名主因（詳下圖 2）。我國歷年排名情形觀察，從 2007 年第 30 名、2009 年第 43 名、2011 年的第 37 名、2013 年的第 33 名、2015 年的第 32 名後，2017 年第 30 名，反觀 2007 年日本從第 25 名提升至第 4 名；韓國從第 42 名提升至第 19 名，我國從 2007 年迄今仍維持第 30 名裹足不前，實需瞭解我國觀光競爭力面臨課題。



圖 2 世界經濟論壇 2017 年全球旅遊競爭力評比分析
資料來源：美麗臺灣行，出版地點：天下雜誌 650 期，頁 46。

(三)學者表示³⁸，臺灣旅遊主要競爭對手都是亞太區國家，

%2F173-12%25E5%259C%258B%25E9%259A%259B%25E7%25B6%2593%25E6%25BF%259F.pdf&usg=AOvVaw106pGieNJVGEZSUiTfwqK0，頁 68。

³⁸ 資料來源：WEF 全球旅遊競爭力 臺排 30，曾喜鵬（註：國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系）分析旅遊業潛力，取自：<https://news.pts.org.tw/article/399551>，報導時間：2018 年 7 月 9 日。



分析其他國家的旅遊特質：中國文化與資源會比臺灣強；日、韓、港和新加坡的人才培育與通訊科技資源比臺灣充裕；馬來西亞的價格競爭力、文化與資源都比臺灣優越。雖然如此，臺灣也有些優勢，臺灣的交通建設、機場建設、開放程度和價格競爭力都比中國好。並指出臺灣旅遊業發展建議，擴大旅遊業的市場，避免過度集中日、韓、中、港澳等遊客；國家應在國際上推廣我國的不同風貌，如國家公園、農業地方和新興發展的部落，吸引外國遊客；政府要多元地推銷臺灣景點，不能單一宣傳臺北；臺灣需要推動多語的環境，才能吸引更多國際的遊客。另，中華經濟研究院學者表示³⁹，針對國內觀光滿意度進行調查，觀光景點壅塞、周遭環境維護欠佳、伴手禮小吃重複率過高、住宿價格偏高、餐飲品質水準不一、路面交通狀況較多，及建築物街景美觀程度有待改善等問題仍待解決。觀光局副局長張錫聰於本院座談時表示，我國世界競爭力位居第30名，涉及各部會整合如：經濟部、內政部、農委會等，弱項要審慎檢視與改進，名次進步有限，涉各部會共同精進與改善。

(四) 綜上，世界經濟論壇（World Economic Forum，WEF）「世界旅遊競爭力」，研究標的為各國觀光部門相關指標，由指標強弱判斷各經濟體在觀光方面發展力與競爭力，由資料發現，我國10年間形成空轉，2007年日本從第25名提升至第4名；韓國從第42名提升至第19名；反觀我國第30名裹足不前，在東亞排名僅勝泰國，其弱項為「旅遊服務設施、自然資源、政府發展觀光產業的優先度、環境永續度」，相關單位應予重視，以更好觀光旅遊品質吸引旅客再訪意

³⁹ 同註35，頁72。

願，以提升觀光整體競爭力。

三、觀光產業必須仰賴各部會整合，才得以發揮整體競爭力，各部會雖訂有相關觀光發展項目，但卻各自執行，難以發揮整體綜效。行政院設有「觀光發展推動委員會」，未來宜積極從政策目標資源整合的角度，以更前瞻的眼光和執行力強化統合，以提升我國觀光政策的高度與競爭力。

(一) 觀光行政系統及組織扮演重要角色，可能扮演觀光發展推動者、政策制定者、規劃者、協調者、經營管理者、推廣宣傳者及投資者1個或多重角色。惟臺灣有許多優勢的觀光資源，卻面臨多頭馬車，各單位政策目標不一，彼此抵銷力量。如：臺灣有連綿不絕的美麗山岳，是國內外登山客眼中的登山天堂。但要推廣登山，玉山、雪霸等國家公園的主管機關是內政部營建署（下稱營建署），國家森林遊樂區主管機關是農委會林務局（下稱林務局）所管，以阿里山地區為例，即有觀光局、林務局兩個主管機關。再者，各單位政策目標不同，不容易協調整合，如同為觀光局努力拍片宣傳臺灣山岳之美，但內政部掌理國家公園目的卻是生態保育。再者，最顯著例子如墾丁，因缺乏統籌規劃，致旅遊品質不佳、負評連連，究該依墾丁國家公園生態保育原則或以觀光局與地方政府產業發展為目標，值得省思。

(二) 國家公園乃以保育為主，戶外遊憩為輔，觀光局則是戶外遊憩為主，保育為輔。爰此，部分主題觀光推廣，行政機關須面臨組織目標與觀光推廣產生認知矛盾或落差。如：國家公園以保育生態為組織目標，生態旅遊在保育環境下「不以熱門觀光景點為訴求」，與商業觀光所強調的「遊客友善」與「經濟效益」目標矛



盾。在此類主題觀光的发展，與以「行銷推廣」為導向的觀光局在產品定位上有所不同，是「商業型」生態旅遊，還是「保育型」生態旅遊，目前國家公園主管機關營建署與觀光局仍各以自己的角度雙軌推動。

(三)「行政院觀光發展推動委員會（下稱政觀推）」任務之一為「觀光資源與觀光產業整合及管理之協調」，綜觀由於國內主要觀光遊憩資源分屬於不同單位主管，除觀光行政系統所屬風景特定區（包括國家級與地方級）、海水浴場、民營遊樂區外，尚有營建署所管轄之國家公園、林務局所轄森林遊樂區、退輔會所屬農（林）場、教育部所管大學實驗林，均為國民從事觀光旅遊活動之重要場所。惟因上述各類觀光遊憩資源設置目標、管理機關及其管理法令均有不同，實因部分主管機關將觀光旅遊視為其多目標經營項目之一，重疊性高，未能有效整合，恐有浪費預算資源。爰此，為整合觀光事業之發展與推動，行政院於91年7月24日提升跨部會之「行政院觀光發展推動委員會」，係以委員會制度及指派政務委員強化組織權力作為跨部會「穿針引線」的平台，政觀推置召集人1人，由行政院指派政務委員擔任召集人，副召集人1人，由交通部部長兼任之，委員30人至34人，除召集人、副召集人為當然委員外，其餘委員由行政院院長就下列人員派（聘）兼之。政觀推組織代表與成員（詳下表19）

表 19 行政院觀光發展推動委員會組織代表與成員

代表	組織成員
行政院	行政院副秘書長。

代表	組織成員
各部會代表	內政部次長、外交部次長、財政部次長、教育部次長、經濟部次長、交通部次長、文化部次長、農委會副主任委員、國家發展委員會副主任委員、行政院大陸委員會副主任委員、原民會副主任委員、客家委員會副主任委員、行政院主計總處副主計長。
6 都	臺北市市長、新北市市長、桃園市市長、臺中市市長、臺南市市長、高雄市市長。
其它	國立故宮博物院副院長、專家學者 7 人至 11 人。

(四) 經查，政觀推任務為 1. 觀光發展方案、計畫之審議、協調及督導。2. 觀光資源與觀光產業整合及管理之協調。3. 觀光遊憩據點開發、套裝旅遊路線規劃、公共設施改善及推動民間投資等相關問題之研處。4. 提升國內旅遊品質，導引國人旅遊習慣。5. 加強國際觀光宣傳，促進國外人士來華觀光。6. 其他有關觀光事業發展事宜之協調處理。透過政觀推協調各相關機關，整合觀光資源，改善整體觀光發展環境，促進旅遊設施之充分利用，以提升國人在國內旅遊之意願，並吸引國外人士來華觀光⁴⁰。惟政觀推成立後運作成效，組織成員既為觀光產業代表，未能代表產業為旅遊產業發聲⁴¹，另發現縣市代表僅為資源較充足 6 都，並無傳統的重要觀光縣市，似無法發揮實質功能；行政院層級設置政觀推，但預算編列和幕僚作業仍由觀光局負責，又觀光局隸屬交通部，層級有限，協調整合能力與資源似乎力有未逮。對此，即有學者表示，政府內部與觀光有關的組織已有 30 年沒有調整，應該隨著時代需要做出改變，在行政院的政府組織改造方案中，建議觀光局未來是否升格為「觀光署」⁴²。

⁴⁰ 依據「行政院觀光發展推動委員會設置要點」第 1 條至第 3 條。

⁴¹ 資料來源：高名塗（2018 年），投書：顛覆思維讓觀光產業脫胎換骨，取自：https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=46901，報導時間：2018 年 9 月 3 日。

⁴² 辜樹仁、陳崢詒、林倖妃（2018）。美麗臺灣行，出版地點：天下雜誌 650 期，頁 230。



(五) 另據相關委託研究報告指出⁴³，政務委員的行事風格與頻繁異動以及部會出席「政觀推」的層級，皆是影響成效原因，也使政觀推不時形成「帶回各部會再討論」的缺憾。各機關的本位主義似乎也難在「政觀推」的平台上消靡。跨部會推動觀光常有「分工不清」、「資源重疊」或「指揮不動」的窘境，於是部會間又常回歸自行其事的情況；行政院政觀推協調機制，大部分解決政策面的問題（觀光局國旅組，時間：98年8月12日）；政觀推是一個任務編組的單位，不是常態穩定機制，雖然協助解決很多事情，但還是必須花很多力氣跟時間去跟各部會做溝通（觀光局企劃組，時間：98年8月27日）；是由政務委員做跨部會的協調，政觀推階級非常高，多是政策性溝通，在日常的行政還是要透過組織觀念的改革才有效（前行政院經濟建設委員會，時間：98年9月2日）等，有關政觀推實際運作上的一些課題。

(六) 另查，行政院在全國各地設置聯合服務中心，其在觀光推廣扮演角色，協助中央整體觀光政策宣導與發展，向國內各縣市與國際宣傳區域觀光特色，進行觀光推展。協助發展區域觀光特色，跨部會與縣市整合協調。聯合服務中心分為南部、中部、東部、雲嘉南、金馬。各聯合服務中心功能如下：

(1) 受理民眾各項證照申請及處理事項。

(2) 提供民眾所需資訊、諮詢、服務及輔導事項。

(3) 接受民眾對各部會主管事務之陳情及建議等事項。

(4) 協調各部會及地方政府推動有關地區各項重大建

⁴³ 資料來源：我國觀光發展政策之研究。行政院研究發展考核委員會編印，99年6月。受委託單位，世新大學。頁64、260、266、269。

設事項。

(5) 協調各部會相關政策及計畫須地方政府配合辦理之事項。

(6) 督導、協調及整合派駐地區之各部會所屬機關，提升為民服務品質事項。

(7) 推動地區資源整合，建立區域整合及協調。

(8) 其他涉及各部會主管權責須協調整合之事項。

(七) 綜上，發展觀光產業必須仰賴各部會協助發揮影響力，惟目前各部會間各本權責行政，及欠缺橫向聯繫溝通與協調，較難形成共識，資源整合遂成最大挑戰，如：觀光局觀光發展「商業型」生態旅遊與內政部國家公園資源保護「保育型」生態旅遊，目標大相逕庭。對此，政府為振興國家觀光發展，協調各相關機關，整合觀光資源，特設政觀推，其任務包含觀光資源與觀光產業整合及管理之「協調」，惟觀諸政觀推組織成員、各部會與會層級落差、運作成效不彰無法發揮功能等問題，未來宜落實政觀推跨部會溝通與行政資源整合，亦可透過行政院聯合服務中心協助中央整體觀光政策宣導與發展，以更具前瞻性及行動力，作為協助我國觀光發展與協調、解決推動觀光面臨課題之平台，並針對我國觀光資源特色與產品定位，釐清權責分工，妥適運用觀光行銷，以建立臺灣觀光競爭力。

四、「交通運輸」為旅遊先決條件亦為觀光基礎，影響旅客往返的便利性及機動性。然臺灣整體觀光交通環境存在陸、海、空運具間易行性與可及性等問題，運具多樣化，但缺乏界接整合，景點間私人運具使用率過高、聯外與景區內之公共運輸服務之「質」與「量」仍待提升，政府允應積極謀求對策，以利遊客景點串聯的進行。



(一) 旅遊產品透過整合形成旅遊供應鏈⁴⁴ (Tourism Supply Chain Management, TSCM)，所包含的食 (Food service)、宿 (Accommodation)、行 (Transportation)、遊 (Activities、Excursions、destination)、購 (Craft producers) 等面向，藉此提升並帶動周邊產業的發展。其中「交通運輸」是觀光旅遊從一地到另一地，必需的工具或設施，交通是觀光的基本元素，更為旅遊之先決條件，它有助於機動性，以及讓旅客自出發地到目的地之間的往返，為觀光之基礎。學者認為形成一個地方的觀光供給之組成因素可從觀光供給面的五大運作系統來看，分別為：觀光吸引力、觀光服務及設施、推廣促銷、觀光資訊及交通運輸，其中吸引力必須在交通運輸系統「可及性⁴⁵」的提供下，克服空間的障礙，才可發揮目的地的吸引效果。對觀光遊憩地區來說，交通的可及性和易行性可以減少旅行時間與成本，促進觀光地區的發展。

(二) 臺灣觀光交通網絡串連：臺灣擁有最完善且安全的「海、陸、空」交通服務網絡，不論選擇任何一款交通方式旅遊臺灣，都可無縫隙轉乘交通工具前往全臺觀光景點，輕鬆暢遊臺灣，運用觀光旅遊方面，則可概分為空中、陸地、海上等交通事業，分述如下⁴⁶：

1、空中交通：全世界大約有 800 多家航空公司，而

⁴⁴ 旅遊供應鏈一詞 (Tourism Supply Chain Management, TSCM) 最早由聯合國世界觀光組織 (UNWTO) 於 1975 年提出，又可稱作旅遊業供應鏈合作 (Tourism supply chain collaboration) 或永續供應鏈 (Sustainable supply chain)。旅遊供應鏈是圍繞著滿足旅遊者的需求，而建構的一種包括各供應商 (食、宿、行、遊、購)、分銷商、零售商直至最終用戶中的各環節，是一種需求與供給的關係。

⁴⁵ 可及性指接近某一定點的容易程度 (例如巷道的可及性最高，最容易到達，其次為次要幹道、幹道，高速公路為可及性最低之道路系統。)

⁴⁶ 資料來源：李貽鴻 (2008) 觀光學概論，五南出版社。

航空公司有大有小，大者有上百架飛機，小者可能只有一架飛機。105年桃園機場客運量已突破4,000萬人次，晉升A級國際機場，106年更獲得Skytrax「世界機場大獎」第3名及全球最要機場服務人員多項肯定。

2、陸上交通：陸上運輸與觀光旅遊比較相關的如鐵路運輸（高鐵、臺鐵、捷運）、出租汽車（Rental Cars）、遊覽車、小汽車和休閒遊憩車（Recreation Vehicles, RV）、臺灣好行⁴⁷、臺灣觀光巴士等。

3、海上交通：郵輪、快艇等。根據國際郵輪協會（Cruise Lines International Association, CLIA）報告，104年臺灣已經超越新加坡，成為亞洲主要客源市場第2名，基隆港更被評選為亞洲最佳郵輪母港，高雄港及臺中港亦積極爭取郵輪市場。

(三) 交通運輸提供了觀光景點與市場間的橋梁，其扮演著觀光景點之可及性的重要角色，通常交通運輸不是觀光活動之目的，但卻是觀光活動必需要素，供給面的所有因素均需依賴交通運輸，無論旅館的經營、餐飲服務、娛樂、商店及觀光景點之成功與否，端看交通運輸的規劃是否良好。爰此，由於觀光旅客可能使用不同種類交通工具，在規劃上就必須考量不同交通模式的應用⁴⁸。惟，本院調查委員與協會團體、機關、學者諮詢座談會時，渠等提出看法，臺灣入境旅遊協

⁴⁷ 觀光局座談會前提供資料表示，「臺灣觀巴」係依據國內外自由行旅客動線，輔導旅行業者提供自國內各主要都市當地之飯店、機場及車站接送至國內各著名觀光遊樂地區便捷友善之半日、1日、2日及環島遊之專人專車導覽套裝旅遊產品，每年透過查核及年度檢討會議，對產品及服務進行考核檢討，期提升服務品質；「臺灣好行」路線規劃原則，觀光局要求提案所提路線原則應規劃行經主要鐵公路車站（含高鐵站）、航站及港口等，並以軌道運輸場站為優先，且提供景點間直捷旅遊接駁服務為主。

⁴⁸ 資料來源：從促進區域觀光發展之觀點分析高雄市旅遊服務中心的策略選擇成果報告書（2011年），主辦單位：高雄市政府觀光局；承辦單位：國立高雄應用科技大學觀光管理系。



會曾表示，臺灣好行乘車者可能都是在地居民，導致觀光客沒座位無法上車，致設立目的與實際使用現況不一致；交通建設友善化上，應注意語言標示、便利性、連結性、整潔性等問題，如我國捷運站與站之間距離短，但捷運上撥放的語言卻如此多種，有時甚至根本來不及撥放完畢就到下一站，又如語言標示翻譯錯誤等問題，中央應儘速統一國際友善化語言標誌及翻譯等內容，以俾國際旅客辨識；在交通友善化上，建議觀光局可參考日本作法，從機場到旅客目的地之間交通流暢度規劃，讓旅客可順利、連貫、安全抵達目的地。對於臺灣好行部分，觀光局現場表示，臺灣好行功能兼具旅遊與通勤功能，與會人員所提問題反映我國公共運輸上完備上仍有進步空間，未來將全面檢討制度面問題。

- (四) 本院調查委員實際履勘時，各團體、協會、機關提出交通問題，如離島地區，北竿鄉公所鄉長陳如嵐表示，機位訂票不易；連江線馬祖觀光協會理事長王禮義認為，景點的開發疏忽大型遊覽車停車的規劃，交通安全與和諧開發需雙向溝通以達最佳效益，並表示各景區都無大型遊覽車停車位，希望在各景區能夠規劃足夠數量之停車空間（包含汽、機車）。如東部地區，臺東旅行商業同業公會暨臺東休閒旅遊協會余清福理事長表示，臺東最大問題為交通，民眾交通方式大多只能選擇自駕，經由蘇花公路或南迴公路到達臺東，還有鐵路購票不易；臺東民宿協會余和宗理事長反映，臺東地處偏遠、交通不便，南迴鐵路電氣化遙遙無期，鐵路購票不易，只能選擇站票搭長途車，期望交通問題能加速改善；臺東縣農會休閒事業部彭武

謙提出，花蓮縣及臺東縣火車站與附近的公車轉運站銜接不便利，公車轉運站應在火車站旁，增加搭乘大眾交通工具便利性。如南部地區，東高雄產業聯盟吳理事長文豪表示，東高雄面積占高雄面積約 70%，2,000 多平方公里，惟提升交通網絡經費甚少；六龜協會施理事長惠昇認為，高鐵左營站至寶來的客運車行車時間約 2.5-3 小時，時間過長，建議可推觀光公車，且各遊憩據點（如美濃、旗山等）均可上下車等措施。由此可知，目前觀光推動上，交通停車容納量與可及性略顯不足。

- (五) 旅客在機場利用捷運、高鐵、臺鐵到臺灣各地（北部、中部、南部、東部地區），透過臺灣好行（人等車）、觀光巴士（車等人）等工具深度到各地旅遊。對於外籍旅客移動性與交通工具相互銜接實屬重要，惟依統計資料顯示，「臺灣好行」外國旅客搭乘率占全體乘客 2 成，營運仍以國旅為主，且淪為菜籃族搭乘、班次少、候車時間長、乘車資訊欠缺等影響搭乘意願。爰此，亟應檢討國內、外國旅客搭乘意願、路線規劃與候車時間、市場區隔與推廣等實有必要，以滿足「行」的需求與提高景點間公共運輸無縫接駁與可及性。整體來說，交通部於本院座談時表示，交通網絡，包含海、陸、空全面形成無縫交通網絡實屬重要，除交通部例行施政計畫外，尚有前瞻軌道建設。有關高鐵、臺鐵、捷運間之連結，形成無縫交通網絡，是未來努力方向。
- (六) 綜上，「交通運輸（Transportation）」，為觀光旅遊目的地從一地到另一地所必需工具或設施，更為旅遊先決條件，影響旅客自出發地到目的地之間的往返取



決於機動性，此為觀光基礎。政府建構健全與無縫交通網絡以維持觀光供給基本構面，然臺灣整個觀光存在陸、海、空運具間交通網絡易行性及可及性問題，景點間私人運具使用率過高、景點聯外與區內之公共運輸服務「質」與「量」皆無法滿足需求，整體來說交通運具多樣化但缺乏整合，公共運輸整體服務品質欠佳，無法提供完整的營運服務，政府允應積極謀求對策，以克服空間移動的障礙。

五、「國際航空軟硬體服務設施」為吸引國際觀光客重要條件，惟桃園國際機場第3航廈與跑道興建進度緩慢，對於提升臺灣航運規模、擴充軟硬體相關服務設施、吸引各類遊客訪臺與轉機客、發展臺灣觀光及建立臺灣形象等，均有直接影響，期待政府能更積極努力完成第3航廈與跑道建設工程；另外，提供訪臺轉機客界接至特色景點之交通規劃，亦應有周延考量。

(一) 在全球化環境，機場已不僅是航空運輸的起點和終點，為不可取代市場地位，飛機省時、安全、便利等特性，都促使航空運輸市場需求日益攀升，不但提供休閒、娛樂、餐飲、購物、搭機多功能的便利設施，對提升經濟、社會發展、政治穩定等方面亦發揮效用。據經濟部航空產業發展推動小組統計，在經濟部相關單位的推動與輔導下，我國航空產業已建構相關民用航空產品之供應鏈體系，與波音、空中巴士、龐巴迪、奇異、普惠、史奈克瑪等世界知名航太大廠建立合作夥伴關係。我國航空產業總產值，2017年度為1,084.99億元，較前一年成長約8.2%⁴⁹，歷年產值（詳下圖3），在國際及兩岸航線部分（含國籍、外籍及陸籍），截至107年上半年止，已有85家航空公司於我國飛

⁴⁹ 資料來源：經濟部航空產業發展推動小組，取自：<https://www.casid.org.tw/Page.aspx?ID=9e2d07e8-9f61-4e7a-8485-63b5dcd16dda>，報導時間：2018年3月2日。

航 149 個航點、295 條國際及兩岸航線、每週班次數計達 5,165 班；國內航線部分，共 4 家航空公司飛航 24 條航線、每週班次數計達 1,026 班。另依勞動部勞動發展署臺灣就業通客服中心認為⁵⁰，我國航空產業推動方向已經從「量 (volume)」轉到「價值 (value)」概念，這都需要新血輪的投入職場，練就專業技術在手，具備多方面整合能力，才能開發系統化、模組化、高值化、高單價化的利基產品。

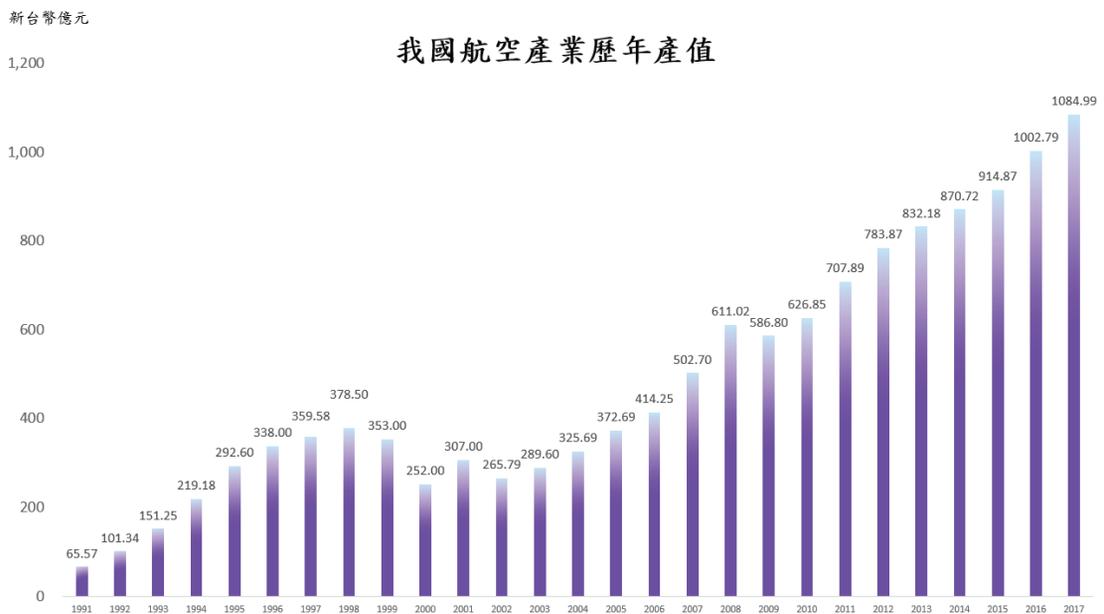


圖 3 我國航空產業歷年產值

(二) 桃園機場屢屢獲獎，依國際機場協會 (ACI) 公布 2017 年機場服務品質排行 (ASQ) 結果，在「旅客運量大於 4,000 萬」等級的類別中，臺灣桃園國際機場的服務品質榮獲排名第 3。此外，每年英國航空運輸研究機構 Skytrax 都會從世界各地約上千萬名旅客

⁵⁰ 資料來源：全球航空市場蓬勃發展、我國航空產業新契機，取自：<https://www.taiwanjobs.gov.tw/internet/jobwanted/docDetail.aspx?uid=1590&docid=32202>。



中調查，並排出當年度最佳空中服務員、機場、航空公司、航空酒廊、飛機餐、機上娛樂……等，在全球百大機場評比，桃園機場在 Skytrax 最佳機場排名中⁵¹，從 2011 年世界第 31、2012 年第 29、2013 年第 24、2014 年第 18、2015 年第 17、2016 年第 20、2017 年第 21、2018 年第 15，歷年最佳成績殊榮，其中細項排名：證照查驗服務全球第 1、機場服務人員滿意程度排世界第 3、機場清潔全球第 4、機場休閒設施全球第 7、最佳安檢全球排名第 4、最佳行李處理全球第 4。行政院指出⁵²，為因應國際航空客貨運量成長趨勢，並提升桃園國際機場整體之服務機能與強化國際競爭力，交通部積極推動「桃園航空城」計畫，期能帶動機場及周邊土地與產業發展，朝東亞空運樞紐目標邁進，俾使桃園國際機場成為「中華文化啟航點，臺灣特色大門」之世界級機場。惟代表國家門面國際機場，卻屢因「各項軟硬體服務設施躑步不前、廉價航空競爭、定位不明」等倍受挑戰。對此，交通部民用航空局表示，正在推動評估機場效用與設施能量，其評估報告利於後續對機場政策決定。學者表示，如果未來臺北松山機場作為兩岸及東北亞主要城市的商務機場；桃園機場負責主要國際航線；臺中機場為廉價航空的主要基地；高雄機場則以東南亞的區域航線為主，部分國際航線為輔，4 個城市可相輔相成，也均有適當發展，或許是臺灣在土地資源有限以及避免過度建設的綜合考量下，最佳的航空運輸方

⁵¹ 資料來源：2018 全球百大機場排名公布：臺灣桃園機場獲近年最高名次，位居世界第 15！取自：<https://www.gq.com.tw/life/travel/content-35604.html>，報導時間：2018 年 3 月 23 日。

⁵² 資料來源：行政院，取自：https://www.ey.gov.tw/state/News_Content3.aspx?n=069440033EDFD033&sms=A7FAAF08DFE5A98E&s=6C39C76AE0A0AD8C，報導時間：2018 年 3 月 13 日。

案⁵³。民航局長林國顯出席「2017年桃園機場論壇」時指出，機場是一個國家的門戶，也是一個城市的門戶，更是競爭力指標，松山機場功能性議題牽涉很廣，民航局的立場與角色很清楚，只要政策明朗，就會配合執行。

(三) 爰此，隨著航空客運量增加，旅客對機場服務品質日益增長，惟學者表示⁵⁴，旅客對機場陸側服務設施之要求已不僅限於其基本功能，隨著生活水準與教育程度的提升，機場大廳、候機室內部藝術櫥窗設置、餐飲購物選擇多樣性、便利性與機場環境美化愈顯重要，另提出桃園國際機場陸側服務評估準則之優先改善順序以「候機室設備舒適度」為首要，依序為「機場大廳設備舒適度」、「餐飲服務價值感與多樣性」與「機場環境美化」。對此，桃園國際機場股份有限公司表示⁵⁵，協助推動臺灣產業國際化是桃園國際機場的重要使命，2030年設定成階段目標，改善與強化軟硬體設備，期許在15年內，讓桃園國際機場從東亞的航空樞紐，晉升為全球航空版圖中的關鍵。

(四) 依交通部運輸研究所運輸政策白皮書指出⁵⁶，政策擬訂需從不同面向來檢討，朝6大面向發展政策：

- 1、國際航空市場：需考量的包括航權、航網、國籍航空公司競爭力、客貨運作業效率、航空產品適航協定、參與國際民航相關組織等。

- 2、國內航空市場：需考量的包括國內本島與離島偏

⁵³ 資料來源：臺灣需要幾個國際機場，取自：<https://www.chinatimes.com/newspapers/20160618000393-260109>，報導時間：2016年6月18日。

⁵⁴ 資料來源：賀天君、顏進儒（2017）。桃園國際機場陸側服務品質屬性與優先改善順序。運輸計劃季刊，46（4）。頁319-342。

⁵⁵ 資料來源：桃園國際機場股份有限公司營運統計，取自：https://www.taoyuanairport.com.tw/company_ch/facts-and-statistics，發表時間：2017年10月13日。

⁵⁶ 資料來源：運輸政策白皮書-空運-肆、展望篇，頁100-10。



遠航線之營運、普通航空業之經營發展、空運相關服務業之發展等

- 3、服務效能：需考量的包括組織人力的統合應用、民航人才訓練、空域結構優化、航空服務之智慧化與資訊化。
- 4、機場發展：需考量的包括桃園航空城計畫核心項目之執行、十餘座國內機場之合理發展與經營等。
- 5、友善綠色：需考量的包括綠色機場、航空產業碳排放管理、航管系統之節能減碳功能等，及航空站各種使用者之通用服務等。
- 6、飛航安全：需考量的包括組織文化、國際標準的飛航安全管理機制、航空保安體系，以及國內日漸活絡的無人駕駛航空器、自由氣球、超輕載具等活動的安全管理。

(五) 觀光局表示，為促進國家經濟成長、帶動觀光產業發展、滿足民眾運輸需求，交通部積極拓展航權、綿密空運網絡，以強化國籍航空公司及機場競爭力，另亦積極提升國內航線服務品質，鼓勵航空公司引進新機。另，為爭取全球各市場旅客包機來臺旅遊，自 93 年起即研訂包機來臺獎助機制，訂有「交通部觀光局推動境外包機旅客來臺獎助要點」，觀光局業結合公協會、航空公司、旅行社及各駐外辦事處、地方縣市政府，並於推廣說明會加強宣傳包機獎助措施與各地觀光資源，並包裝區域特色之旅行商品，鼓勵各市場航空公司與旅行社運用該要點積極送客來臺，增加觀光經濟效益。

(六) 綜上，「航空服務設施」為吸引國際觀光客首要條件，然我國國際航空軟硬體服務設施建設期程遲緩，如桃

園國際機場第3航廈與跑道興建進度延宕。政府應予加速擴充相關軟硬體服務設施、提升臺灣航運規模成為空運樞紐、吸引各類遊客訪臺與轉機客入境觀光，以發展臺灣觀光及建立臺灣形象。

六、「郵輪產業」伴隨經濟發展、旅遊型態、港口轉型，促使郵輪市場蓬勃發展，方興未艾。臺灣為海島型國家，擁有優越地理位置與港埠設施，各部會與地方政府允應加強合作，營造出海上旅遊，並能與本島陸上觀光結合，同時重新檢視港埠效能、碼頭設施、周邊服務等，另一方面，更要加強岸上接駁運輸，將既有港區資源連結地方旅遊特色，吸引海外旅客，帶動郵輪產業整體發展，提升經濟產值。

(一) 郵輪旅遊 (Cruise Tour) 是指以郵輪作為交通載具、旅館住宿、餐飲供應及休閒場所之多功能工具，進行相關觀光、旅遊及觀賞風景文物等活動，故謂之「郵輪旅遊」，根據國際郵輪協會 (Cruise Lines International Association, CLIA) 統計，2017 年郵輪旅次平均成長 20.5，預估 2018 年郵輪旅客將成長到 2 千 7 百萬人次，2030 年可望突破 1 億人次，每年平均以 7.2% 的速度穩定成長，郵輪業表現在未來數年將優於其他類型的旅遊。有鑑於此，郵輪產業可創造觀光產值，亦可帶動港埠作業、船舶維修、船員服務等後勤業務發展，素有「漂浮在海上的黃金產業」的美譽，行政院加強推動我國郵輪產業化發展 - 掌握新商機合作創新局⁵⁷，提出發揮我國郵輪產業發展潛力，交通部積極拓展我國郵輪業務之策略有：1. 加強港口國際行銷、2. 共同宣傳郵輪觀光魅力、3. 培養我國客

⁵⁷ 資料來源：行政院 > 政策與計畫 > 重要政策 - 加強推動台灣郵輪產業化發展 - 掌握新商機合作創新局。取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/f6cc2ca8-266d-42e9-a44d-2722b80d3cd6>。



源市場、4. 爭取 Fly-Cruise 客源（搭乘飛機抵臺，續搭國際郵輪來回，再搭飛機返國）、5. 提供完善交通服務、6. 強化區域合作、7. 簡化簽證辦理程序。爰此，政觀推成立「推動臺灣郵輪產業發展專案小組」，其任務為整合部會資源、優化國際郵輪旅客來臺旅遊條件、提升國際郵輪公司安排航線來臺意願，帶動港口城市及郵輪產業周邊商機。觀光局負責全臺郵輪相關之國際行銷宣傳，擔任小組幕僚單位進行資訊橫向連結；航港局協調航政港政有關郵輪產業發展之服務；港務公司負責全臺港口硬體設施及服務強化，進行郵輪相關產業招商作業。

- (二) 觀光局與香港旅遊發展局在 103 年簽定「亞洲郵輪專案 ACF(Asia Cruise Fund)」，於 104 年更名為 ACC (Asia Cruise Cooperation, 亞洲郵輪聯盟)，目前成員包含海南、菲律賓、廈門及 106 年剛加入的南韓。
- 1、郵輪展共同推廣活動：Seatrade Cruise Global 係全美最大型之郵輪經營者會議，展期間聯盟成員共同舉辦聯合行銷宣傳活動。
 - 2、ACF 聯盟秘書處專責受理國際郵輪獎助案件：透過 ACC 成員所提供經費，提高郵輪公司在部署亞洲航線時將 ACC 成員的港口納入行程規劃之意願。
 - 3、廣告投放：推廣聯盟品牌及推廣聯盟宗旨，由香港統籌規劃，各方分攤經費方式進行廣告投放。
 - 4、郵輪旅遊節目：共同委託電視團隊拍攝郵輪旅遊節目，並於電視頻道播放，提高遊客對於郵輪旅遊及聯盟目的地的印象。
 - 5、工作會議：每年舉辦 2 次，成員輪流主辦，商討

合作事宜及交換情報、擬定多項合作方案。

(三)2017年基隆港榮獲「亞洲最佳郵輪母港⁵⁸」，相關統計資料指出，全球郵輪發展趨勢（詳下圖4），顯見全球郵輪公司已將發展重心逐步轉移亞洲，積極開發亞洲郵輪市場，是目前全球最繁榮的郵輪客源市場。2017年統計數據顯示，中國大陸旅客占全亞洲郵輪旅客比例達到67.8%，臺灣(7.6%)位居第二、日本(7.0%)、新加坡(6.4%)、印度(3.9%)、香港(3.6%)，其他國家均低於3%。我國郵輪定位，目前基隆港、高雄港為郵輪母港及掛靠港；花蓮港、臺中港、澎湖港、安平港為郵輪掛靠港（詳下圖5）。

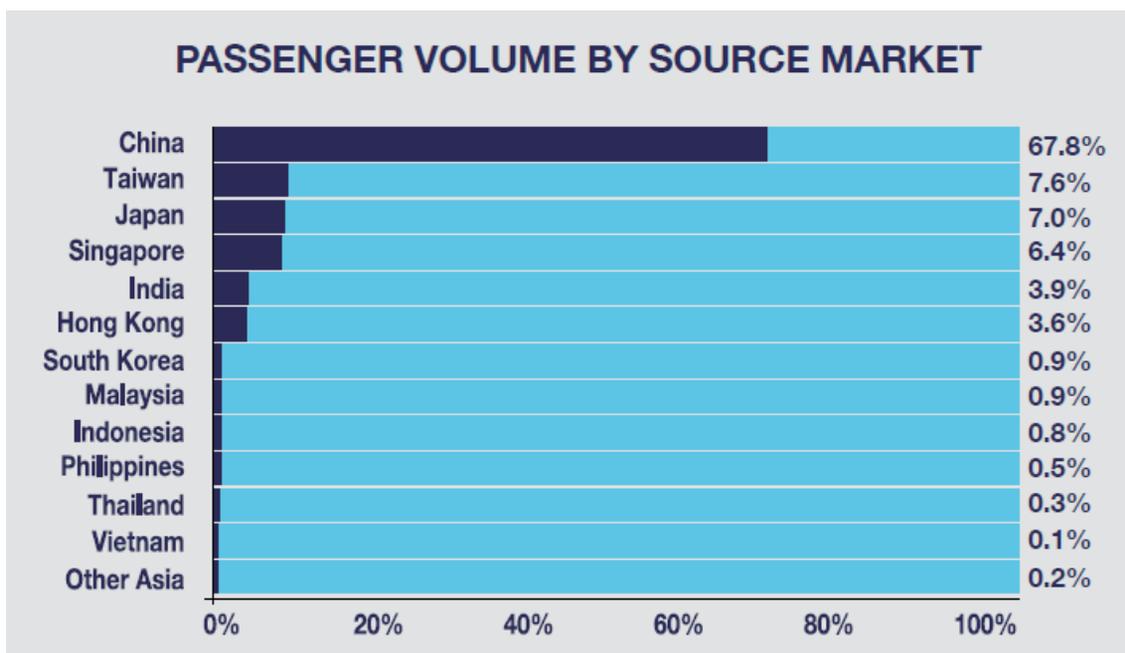


圖4 亞洲郵輪市場占比

資料來源：臺灣港務公司、觀光局簡報資料。

⁵⁸ 母港：旅客出發或回程的港口，如臺灣搭郵輪出去玩，臺灣的港口就是母港，簡言之即搭載國人出國觀光；掛靠港：郵輪航程中的任一停靠港，如外國人搭郵輪來臺灣玩，臺灣的港口就是掛靠港，簡言之即搭載海外旅客來臺觀光。



圖 5 我國郵輪港群定位

資料來源：臺灣港務公司、觀光局簡報資料。

(四) 港務公司認為可將既有港區資源，連結地方旅遊特色，帶動郵輪業務發展；觀光局表示希望可提高亞洲郵輪參與意願、市場規模擴大、爭取國際郵輪青睞、創造亞洲市場成長利多⁵⁹。惟學者表示我國郵輪產業發展策略上，應統籌規劃並區別各郵輪港埠市場定位，非各縣市所在地港埠都可為郵輪母港，建議我國可評估提供優惠費率方式，吸引業者停靠⁶⁰。惟我國發展郵輪產業 SWOT 分析指出⁶¹，我國郵輪港口服務設施待加強、港口城市旅遊友善度不足、岸上套裝行程特色

⁵⁹ 資料來源：臺灣港務股份有限公司、觀光局履勘簡報資料。

⁶⁰ 資料來源：我國及亞洲主要地區郵輪產業發展政策之評估，取自：<https://www.npf.org.tw/2/18423>，財團法人國政研究報告。

⁶¹ S 優勢：多個具特色國際郵輪港口、各港口鄰近景點均近、旅行社接待能力成熟、具備補給/維修能力、政府及產業支持發展郵輪產業。W 弱勢：港口服務設施待加強、港口城市旅遊友善度不足、岸上套裝行程特色不明顯。O 機會：亞洲郵輪市場興起、臺灣位居東亞航線中點、發起亞洲郵輪聯盟國際合作。T 威脅：亞洲競爭國增加、簽證措施便利性不及鄰近國家。

不明顯。對此，臺灣港務公司表示，逐步進行港區裝扮及硬體改建，打造嶄新的國際郵輪港，老舊港口改頭換面與魅力轉型⁶²，顯見，臺灣具備發展郵輪產業條件，但港口仍有改善空間。另，為因應新南向政策，港務公司配合觀光局吸引新南向國家旅客來臺搭乘郵輪旅遊。

- (五) 綜上，伴隨著全球經濟發展、旅遊型態、港口轉型，促使世界郵輪市場興起，近年亞洲郵輪市場蓬勃發展，行政院應加強推動我國郵輪產業化發展，發揮我國郵輪產業發展潛力。爰此，各部會與地方政府允宜加強合作，營造出海上旅遊與本島陸上觀光結合，重新檢視效能不彰港灣港埠、碼頭設施、周邊服務等，並加強岸上接駁，將既有港區資源，連結地方旅遊的特色，吸引海外旅客，帶動郵輪業整體發展，提升郵輪經濟產值。

七、「休閒漁港」已成為新型觀光類型之一，要保有舊有漁業文化、結合新式觀光休閒，並思考「周遭環境髒亂、港區定位不明、面積規模不足、發展缺乏獨特性、缺乏與海岸觀光串聯」等課題，將漸失功能與閒置碼頭形塑成港灣都市新風貌，營造海洋城市魅力景觀，藉以發揮多功能使用、多元價值、休閒觀光之港區新風貌。

- (一) 據農委會陳稱，依據漁港法之規定，漁港分為第一類及第二類漁港，其規劃、建設、經營、管理及維護分別於農委會及直轄市、縣（市）政府管理。為促進遊艇活動發展，交通部自 100 年起陸續協調農委會漁業署及地方政府開放漁港供遊艇停泊，目前全省可供遊艇停泊之漁港約 20 處，包含烏石、八斗子及安平等

⁶² 資料來源：自由時報，老舊的基隆港，急需點亮郵輪「國門」，取自：<http://news.ltn.com.tw/news/life/paper/1126558>



熱門遊艇停泊之漁港，其遊艇設施建設皆由漁港管理機關（構）辦理，近期則有馬公第一漁港及淡水第二漁港均由民間團體與地方政府、漁會合作開發遊艇設施。針對部分使用率低的漁港，必須轉型多元化使用功能，交通部建議可循淡水第二漁港及馬公第一漁港開發模式，由地方政府視漁港需求尋求民間投資共同合作開發，倘閒置漁港經漁業署、地方政府評估可整合地方觀光資源招商或自辦發展觀光遊憩使用，交通部將協助推廣遊艇活動，以利港口轉型發展。

- (二) 臺灣四面環海，目前共有 224 處漁港，隨著國人生活型態的改變及生活品質的提升，漁港必須更積極的多元化發展，並兼具觀光休閒功能，以提昇到港旅遊人數並發揮漁港多元價值，為達漁港休閒化及多功能使用目標，目前已完成 31 處觀光漁港。另打造遊艇專業停泊區和示範級的休閒遊艇碼頭，目前為基隆八斗子漁港、宜蘭烏石漁港、臺南安平漁港等 3 處漁港，利用港內現有之水域，重新分配港內泊區，興建浮動碼頭。隨著國人生活型態的改變及生活品質的提升，漁港已無法僅提供單一的產業功能，因此，漁港必須更積極的多元化利用，讓漁港兼具觀光休閒功能。隨著硬體的提升與建設，漁港更加需要軟體的投入，讓建設好的硬體擁有生命。未來各縣市政府可結合地方資源、環境、文化、漁村社區等，巧思運用，持續發展，讓漁港不僅只是漁民的漁港，而是大眾都可親近、體驗的多元使用處所，讓民眾能夠瞭解漁港的特色及魅力⁶³。惟農委會表示，我國漁港自 80 年代開始推動漁港多元化以來，在中央及地方縣市政府積極發展下，已有近三分之一的漁港陸續推動發展多元化利

⁶³ 資料來源：農委會，趣遊全臺經典魅力漁港，102 年 3 月第 249 期。

用，環視推動過程，目前面臨課題如下：

- 1、周遭環境髒亂：以往漁港之興建都遷就於漁民之就近使用，故相關設備因陋就簡，亦無完整規劃，周遭環境混亂，且無相關公共設施、道路狹窄，皆不利觀光發展之推動。
 - 2、面積小規模不足：我國除第一類漁港有較大面積可引進所謂觀光遊憩設施外，其餘各漁港在原有港區之基礎下，可供引進其他項目或供民間參與公共建設之空間有限。
 - 3、發展項目缺乏獨特性：各漁港多元化之發展項目仍以魚貨直銷中心、海鮮品嚐、海釣、海域賞鯨豚為主，許多漁港多元化項目相似性、設施重複性太高，缺乏吸引遊客再次參訪之獨特性。
 - 4、缺乏與海岸觀光的串聯：漁港為海岸上單一的據點，許多漁港因港區規模小及遊憩項目單一，亦無連接相關觀光景點，缺乏足夠吸引遊客前往之誘因。
 - 5、缺少釋出轉型成功案例帶動潮流：國外有港口轉型或碼頭作為其他用途之案例，我國近年也鬆綁遊艇發展限制，從事水域遊憩活動之民眾也增加，許多有多餘空間之漁港也具有足夠港埠設施與吸引力，惟目前國內僅臺南市馬沙溝漁港因配合地方發展需要而將漁港釋出案例，後續尚有待觀察，以進一步加強漁港釋出轉型。
- (三) 綜上，漁港已無法僅提供單一的漁業產業功能，必須多元化且兼具觀光休閒功能，「休閒漁港」已成為新型觀光類型之一，故如何保有舊有漁業文化，兼顧結合新式觀光休閒，並亟需重新思考「周遭環境髒亂、



港區定位不明、面積規模不足、發展缺乏獨特性、缺乏與海岸觀光串聯」等課題，將漸失功能與閒置碼頭形塑成港灣都市新風貌，營造海洋城市魅力景觀，藉以發揮多功能使用、多元價值、休閒觀光之港區新風貌。

八、「觀光資訊網絡」對旅客而言，係不可或缺的來源管道，不論是主動式「借問站」、「旅遊服務中心」或被動式「旅遊資訊網站」，皆為推展國內外觀光重要途徑。惟我國觀光網頁因資訊提供單位之觀光資訊不一或缺乏統一窗口，致旅客取得途徑之友善程度不足，對觀光資訊取得與運用形成一大困擾。政府允應全面整合與檢視觀光產業資訊網絡，以提供遊客即時與完整資訊。

(一) 國人獲得旅遊資訊管道多元，親朋好友口碑行銷、報章雜誌、旅遊刊物、電視節目、廣播、活動看板、官方網站、旅遊網站、旅行社等，依據觀光局統計 2017 年來臺旅客消費及動向調查，網際網路滲透率仍居最高，親朋好友來臺口碑宣傳與網際網路影響旅客決定來臺觀光程度最高。另旅客來臺後取得旅遊資訊的地方以網站、機場入境處及旅館為最多，希望取得的旅遊資訊以大眾交通資訊、餐飲資訊及旅遊景點簡介為最多。隨著自由行旅客逐漸增加，從行前規劃到旅途過程應變，皆需概括承受，正因如此，自行規劃行程旅遊者在旅遊前更需旅遊資訊來協助他們做出決策，為了提升旅遊品質，降低旅遊的不確定性，遊客在旅遊前實有必要針對旅遊資訊進行搜尋⁶⁴。除虛擬旅遊資訊，尚有實體如借問站、旅遊服務中心⁶⁵，前者為

⁶⁴ 資料來源：賴春茹（2014）。以 AHP 探討旅客參考旅遊資訊的動視因素碩士論文。南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班，嘉義縣。

⁶⁵ 資料來源：交通部觀光局官方網站，取自：<https://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0020448>。

交通部觀光局為回應臺灣人「相借問」的臺式熱情，特別與在地特產店、便利商店、民宿飯店、旅行社、觀光工廠、博物館以及派出所等單位合作推出「借問站」。「借問站」示範點，必須能同時提供「友善、便利、貼心」的旅遊服務，門口將設有「借問站」識別，可以提供簡易的旅遊諮詢服務、推薦在地特色，並設有 QRcode 引導至雲端提供各項旅遊服務。期待藉由交通部觀光局、縣市推動單位與在地借問站合作，共同營造臺灣友善的旅遊環境，提升觀光旅遊服務品質；後者可提供臺灣觀光諮詢服務、旅遊資料索取等服務。

- (二) 觀光資訊網絡對旅客旅遊前、中、後皆扮演重要角色，藉由智慧化旅程規劃，刺激國外旅客。觀諸觀光施政重點分為「開拓多元市場、活絡國民旅遊、輔導產業轉型、發展智慧觀光、推廣體驗觀光等」。其中，發展智慧觀光提及「建立觀光大數據資料庫，全面整合觀光產業資訊網絡，加強觀光資訊應用及旅客旅遊行為分析等」。雖觀光局稱，已建置觀光統計資料庫，提供入出境旅客人次查詢；為精進服務，並增加資訊揭露之完整度，刻正進行網站改版，將納入主要觀光遊憩據點、郵輪等遊客人次統計資料，並提供更便捷的客製化查詢服務。惟因各資訊提供單位觀光資訊不一或因缺乏統一窗口，取得資訊友善程度不足，對觀光資料的資通訊運用形成一大阻礙。目前中央有觀光局網站、地方有各觀光單位網頁，另內政部、農委會、文化部、經濟部等各有其管理網頁，分屬不同資訊，遊客資訊分散。惟觀光局表示，已建置臺灣觀光資訊資料庫，目前已整合觀光相關各部會、縣市政府及所



屬管理處之景點、餐飲、活動、住宿資訊。目前各部會、縣市政府及所屬管理處提供之景點、餐飲、活動、住宿資訊等，未來將持續精進資料品質，開放有使用價值之資料，提升資料應用服務。

(三) 綜上，「實體與虛擬旅遊資訊」皆是旅客旅遊不可或缺的來源管道，我國觀光旅遊輔助如提供友善、便利、貼心的旅遊服務「借問站」與提供觀光諮詢服務「旅遊服務中心」，以及交通部觀光局行政資訊網，皆成為我國推展國內外觀光重要角色。惟我國觀光網頁因各資訊提供單位觀光資訊不一或因缺乏統一窗口，致遊客取得資訊途徑，友善程度不足，對觀光資訊取得與運用形成一大阻礙。爰此，政府允應建置友善可親旅遊環境，及多元便利的旅遊資訊，全面整合觀光產業資訊網絡，以提供遊客即時與完整資訊。

九、「觀光資料庫」的建立與完善，對於觀光產業界規劃未來發展方向為一項重要工具，可瞭解國人旅遊與外籍人士來臺旅遊情形，加強觀光資訊應用及分析旅客旅遊行為動向，對不同國家旅客旅遊動機與習性進行瞭解，透過大數據分析，將歸納結果作為產、官、學、研訂定觀光規劃與行銷策略，以目前國內相關觀光資料庫所收錄之資料較為片段與零散，允宜全面整合。

(一)「來臺旅客消費與動向調查」及「國人旅遊狀況調查」，摘錄調查結果（詳下表 20）：

表 20 「來臺旅客消費與動向調查」及「國人旅遊狀況調查」比較情形

	來臺旅客消費與動向調查	國人旅遊狀況調查
目的	瞭解來臺旅客旅遊動機、動向、消費情形、觀感及意見，以供相關單位研擬國際觀光宣傳與行銷策略、提升國內觀光旅遊服務品	

	來臺旅客消費與動向調查	國人旅遊狀況調查
	質與國際旅遊觀光競爭力之參考，並作為估算觀光外匯收入之依據。	
調查對象	臺灣桃園國際機場、高雄國際航空站、臺北松山機場及臺中航空站。	居住在國內 12 歲以上的國人。
調查期間	106 年度（如 1 月 1 日至 12 月 31 日）	
指標值（摘錄 2017 年結果）	<ol style="list-style-type: none"> 1. 來臺旅客人次 1,074 萬，較上年成長 0.46%。 2. 觀光外匯收入 123.15 億美元，較上年減少 7.92%。 3. 來臺旅客平均每人消費 1,147 美元，較上年減少 8.31%。 4. 來臺旅客平均停留夜數 6.39 夜，較上年減少 0.10 夜。 5. 來臺旅客平均每人每日消費 179.45 美元，較上年減少 6.91%。 6. 來臺旅客整體滿意度 98%，與上年相當。 7. 近 3 年旅客來臺重遊比率 41%，較上年增加 4 個百分點。 	國人國內與（出國）分析： <ol style="list-style-type: none"> 1. 國人國內旅遊比率：91.0%（32.5%）。 2. 平均每人旅遊次數：8.70 次（0.66 次）。 3. 國人國內旅遊總旅次：約 1.8 億旅次（1,565 萬人次）。 4. 平均停留天數：1.49 天（7.97 夜）。 5. 每人每次旅遊平均費用：71.90 美元（1,569 美元）。 6. 國人國內旅遊總費用：131.90 億美元（245.66 億美元）。

1、來臺旅客情形：外界普遍認為，陸客來臺人數減少後，來臺旅客量恐怕會出現的負成長，惟近二年結果顯示，臺灣觀光產業在全球市場已呈現更健康且多元的發展，並扭轉過去過度仰賴單一客源市場集團客為主的現象。根據觀光局統計顯示，2016 年來臺旅客人次突破 1,069 萬，2017 年再成長到 1,073.9 萬人次，主因是新南向、韓國、歐美等非陸客的大幅成長，兩年來已經成長 175 萬人次，足見來臺旅客已不再仰賴單一市場（詳下圖 6）。

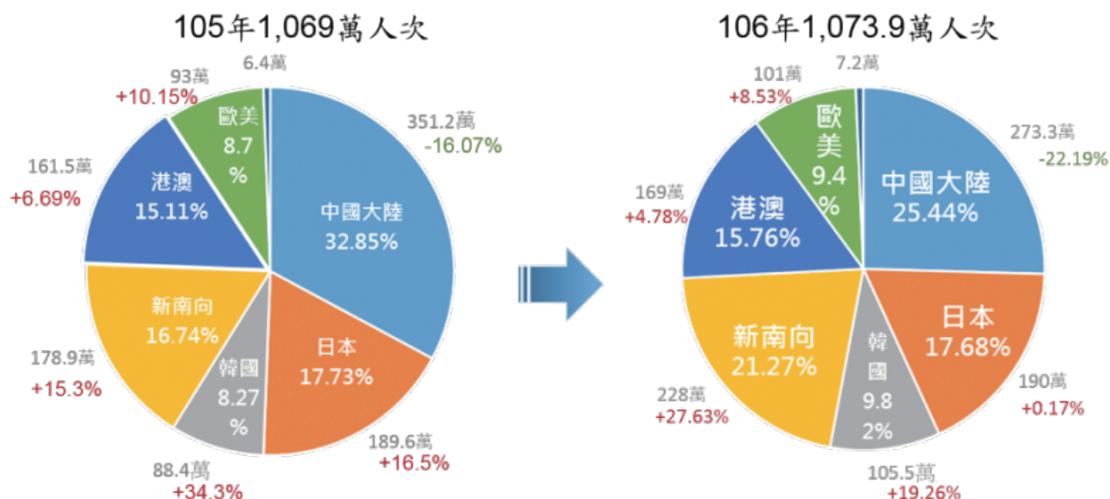


圖 6 105-106 年來臺旅客人次與客源占比圖

資料來源：風傳媒，取自：<https://www.storm.mg/lifestyle/461778>。

- 2、國人旅遊情形：2017 年國內旅遊人數為近 5 年最低，惟出國人次屢屢增加，2017 年突破 1,565 萬人，位居亞太地區第三大。旅遊地偏好，依觀光局統計顯示，逾 1,425 萬人、高達 91% 旅客集中在亞洲地區旅遊，前 10 大出境市場依序為，日本、中國大陸、香港、韓國、澳門、美國、越南、泰國、新加坡、馬來西亞。影響出國旅遊 (outbound) 重要事件 (詳下圖 7)：

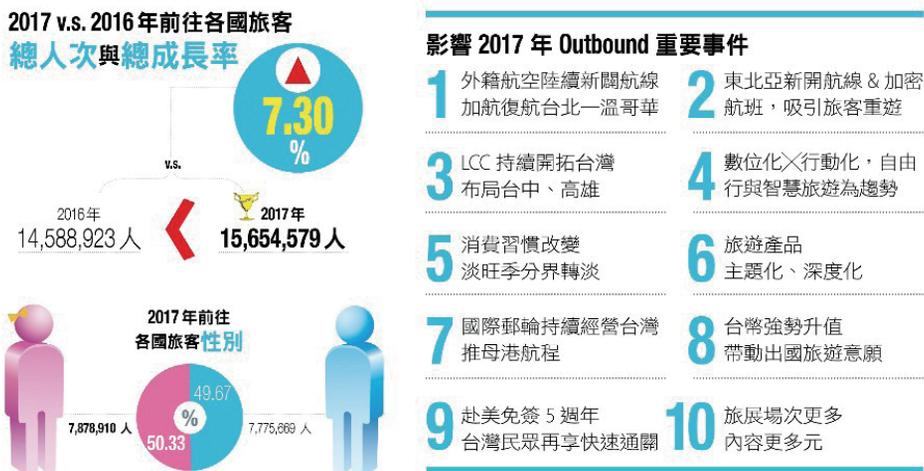


圖 7 2016-2017 年出國旅遊總人次與成長率暨相關重要事件
資料來源：欣傳媒，取自：<https://solomo.xinmedia.com/globaltourismvision/146741>。

(二) 臺灣觀光市場已面臨轉型，產業界與政府分別表示，其中臺灣民宿協會代表曾提及，臺灣國民旅遊市場因受一例一休、年金改革等影響，導致消費性結構改變而使市場內需萎縮，應針對此議題去研究解決之策；行政院表示⁶⁶，受全球旅遊趨勢（如旅客傾向短程、短天數旅遊等）及來臺旅客消費習慣改變（如自由行旅客增加，電商購買通路選擇多元便利化、體驗旅遊的追求及旅客消費行為趨於成熟等）以及新臺幣升值（由 105 年之 32.318 元至 106 年之 30.439 元兌換 1 美元，漲幅 6%）等因素影響；觀光局查復資料亦發現，隨著臺灣人口老化，高齡化旅遊為未來發展重點，新南向政策推動，日後來臺國際旅客更多元等。爰此，為減少陸客人數來臺人次減少，致引起旅遊業者不滿政府作為疑慮，我國並非因陸客不來會有影響，有鑑於我國觀光發展刻處於客源結構改變及產業關鍵轉型

⁶⁶ 資料來源：行政院座談會前提供說明資料。



階段，此時已面臨結構重整階段。然建立資料庫有其必要性，以瞭解國人旅遊與來臺旅遊情形，本院委員赴泰國考察泰國觀光局發現，泰方針對目標客群設計旅遊產品，2017年統計我國5個造訪泰國旅遊目的地：曼谷（73.33%）、春武里府（28.79%）、清邁（7.65%）、普吉（6.69%）、班武里府（9%）；另統計5個造訪泰國購買伴手禮：服飾（61.17%）、泰國食物、點心（50.69%）、紀念品（48.15%）、化妝品（22.63%）、手工藝（17.13%）⁶⁷。惟查「來臺旅客消費與動向調查」與「國人旅遊狀況調查」發現，資料較片段及零散，無法針對特定族群進行分眾行銷。

- (三) 另發現泰國對於國內與國際市場策略明確⁶⁸，泰國觀光局局長育他薩先生於2017年在記者會上表示2018年行銷計畫，泰國觀光局將利用觀光業推廣永續發展讓社區成為最終受益者。我們相信這將為泰國成為國際旅客的首選度假景點鋪平道路，國際行銷計畫策略已將全球範圍內的目標客戶從首度造訪遊客轉到重複造訪遊客、年長遊客、運動愛好者，亦同時還著重在特定市場，包括：婚禮與蜜月、女性遊客、以及繼續創造高端與奢華旅遊景點的品牌形象等；國內市場的策略，泰國觀光局將重點放在增加潛在團體（銀髮族、千禧代、家庭，Y世代、多世代以及女性遊客）的旅遊頻率、疏散壅擠的熱門地區、推廣平日旅遊、加強社會並保護環境等。

⁶⁷ 資料來源：Thai Tourism Promotion towards Taiwan Market，Deputy Executive Director, East Asia Region Tourism Authority of Thailand (TAT)，頁 10-11。

⁶⁸ 資料來源：泰國觀光局-臺北辦事處，泰國觀光局2018年行銷計畫旨在提高泰國成為首選度假景點，取自：http://www.tattpe.org.tw/travelinfo/TravelInfo_detail.aspx?NewsID=1119，報導時間：2017年8月10日。

(四) 綜上，「觀光資料庫」對觀光產業界，係為規劃未來之重要工具，可瞭解國人旅遊與外籍人士來臺旅遊情形，廣泛蒐集數據適時檢討現況，可加強觀光資訊應用及旅客旅遊行為動向分析，對不同國家遊客生活習性，推廣已有優點及特色，檢討存在的缺點與不足，並分別研究歸納成具體產品，作為產、官、學、研訂定觀光規劃與行銷之方向，然觀光局現行「來臺旅客消費與動向調查」與「國人旅遊狀況調查」，藉此瞭解旅客旅遊動機、動向、在臺消費行為情形及對我國觀感與滿意度，資料較片段及零散，無法針對特定族群進行分眾行銷。爰此，建立觀光資料庫，全面整合資訊網絡尚屬必要。

十、我國擁有世界稀少性自然資源及多樣性與多元性人文旅遊資源，而形成臺灣獨有魅力，各縣市亦有形塑特色小鎮或村落的條件，但應避免一窩蜂的複製，如天空步道的搶建，熱潮過後，因特色難以鮮明，無法吸引旅客再次前往，致遊客人數門可羅雀與門庭若市之歧異景象，政府允應盤點我國觀光資源，平衡淡旺季人潮，塑造成臺灣特有的典範小鎮。

(一) 臺灣屬南北狹長型海島，面積約有 3.6 萬平方公里（14,400 平方英哩），位於亞洲大陸東南方、太平洋西岸東亞島弧間，北臨日本、琉球群島，南接菲律賓群島，是往來亞洲各地的樞紐；航空網路四通八達，為非常便利的旅遊地之一，蘊藏觀光遊憩資源⁶⁹。我國具有豐富自然與人文資源如下⁷⁰：

⁶⁹ 所謂觀光資源（Tourism Resource），係指環境中能夠滿足觀光遊憩者之需求，無論是有形或是無形的，均可稱為觀光資源。首先必須有需求存在，而環境中亦需具有某種特質與資源能滿足觀光遊憩需求。惟不論是自然資源、人文資源、觀光節慶、戶外遊憩設施、有形資源、無形資源、觀光吸引力甚至是具有潛在可開發性，足以迎合並滿足觀光客需求的特質及從事旅遊活動的一切事務，皆可稱之。

⁷⁰ 交通部觀光局，臺灣概況，取自：<https://www.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0001004>。



- 1、自然資源：由於地層板塊運動不斷的進行，造成臺灣複雜多變的地形地貌，高山、丘陵、平原、盆地、島嶼、縱谷與海岸等景觀豐富；再加上北迴歸線恰好從中通過，使臺灣同時擁有熱帶、亞熱帶、溫帶等各種自然生態，其中原生特有種的比例相當高，如櫻花鉤吻鮭、臺灣獼猴、臺灣黑熊、藍腹鵲等，已使臺灣成為世界保育的重地之一。為維護優美的自然景觀與保護生態，境內設置9個國家公園和13個國家風景區，將全臺最精華的自然美景和觀光資源集合在內。不僅可探訪太魯閣氣勢磅礴的險峻高山峽谷；乘坐登山鐵道小火車，穿梭林間觀看阿里山的日出、雲海；抑或攀登東北亞第一高峰—玉山，見證雄偉山岳和四季景緻之變幻；來到南臺灣的墾丁，濃厚的海洋度假氣息讓人感到輕鬆自在，享有「亞洲夏威夷」的美譽；日月潭則是一顆耀眼的山中明珠，湖山共融的景色教人嘆絕！而花東海岸和縱谷，保留了東臺灣最純淨的自然氣息；離島的金門與澎湖，則以豐富的地方特色、人文史蹟拼湊出與眾不同的風情……這些都是寶島美麗的召喚與邀約。
- 2、人文資源：兼融閩南、客家、外省及原住民等不同的族群，形成多姿多彩的人文色彩，無論在宗教信仰、建築、語言、生活習慣及飲食風味上，均處處展現和諧共榮的繽紛景象；其中「美食」為最鮮明的一項代表，如：臺菜、客家菜、湘菜、川菜、日式、韓式料理，或傳統小吃、地方特產美食，呈現出多元豐富的美食饗宴，使臺灣「美

食王國」之名備受世界肯定。

- (二) 惟查⁷¹，臺灣各縣市觀光單位設計經常一窩蜂，缺乏對當地文化特色的經營，每個縣市都有類似的老街，賣相同的批發商品。正當南投天空步道受到歡迎，各縣市爭相築道。每個夏天邀請知名歌手辦演唱會，但這也是曇花一現，與當地品牌辨識度毫無關係，別再一窩蜂、不團結拼觀光，需要戰略與資源整合。我國面臨「一次景點、蛋塔景點充斥」⁷²，財團法人商業發展研究院經營模式創新研究所副所長李世珍表示，臺灣各縣市有不少景點，但由於規劃不夠完善，熱鬧一時後往往就消聲匿跡，如：嘉義布袋的高跟鞋教堂，曾創下當日到訪人次5萬人的紀錄。但是針對訪客所做的調查卻顯示，有12~15%的比例表示「以後不會再來」，另外7成則說「若增加設施才會再考慮」，餘者一次景點如：水晶教堂，臺南北門、嘉義布袋、桃園大溪、苗栗通宵、嘉義山門都有；天空步道如：桃園復興、屏東泰武、南投中寮、彰化八卦山、花蓮豐濱、南投清境，還有最新啟用的嘉義太平雲梯。至於「蛋塔景點」則以「彩繪村」為代表，臺中彩虹眷村榮民伯伯的彩繪紅極一時後，各地陸續出現類似觀光景點，旅客也只能走馬看花、拍拍照上傳網路就離開。
- (三) 外籍人士對我國觀光看法⁷³，臺灣非常特別地方是多元文化，在其它亞洲國家找不到，有傳統閩南文化、

⁷¹ 謝明玲、辜樹仁、吳琬瑜（2018）。美麗臺灣行，出版地點：天下雜誌650期，頁36。

⁷² 資料來源：鉅亨網，20年沒進步，盤點觀光業陳年問題，摘自：<https://topics.cnyes.com/travel01/>。

⁷³ 謝明玲、辜樹仁、吳琬瑜（2018）。美麗臺灣行，出版地點：天下雜誌650期，頁29。依序摘錄法國在臺協會主任、日本攝影師熊谷俊之、葉家喜 Joshua Samuel Brwon（Lonely Planet Taiwan 作者）看法。



客家、原住民和最近東南亞文化；全日本超過3,000公尺高山只有22座，臺灣比九洲小一點，就有268座，2-3千公尺以上高山還有林樹特色，對日本人來說是很有魅力的小島；外國人來臺灣可體驗千百種極有特色的小東西，推廣臺灣觀光，要強調Small package, Big experience。觀光局副局長張錫聰於本院座談時曾表示，我國從國家公園、觀光農場、觀光工廠，發展出各型態旅遊方式如原民旅遊、客家旅遊、休閒旅遊、生態旅遊等，都應盤點現有觀光資源。

- (四) 綜上，我國擁有世界稀少性的自然資源，又具多樣性與多元性的人文特色，而形成臺灣特有的觀光魅力。臺灣為面積達3萬6千平方公里的島嶼，擁有高山、海洋、平原、丘陵等變化多端地理景觀；有著熱帶、亞熱帶、溫帶、寒帶氣候孕育豐富自然生態，歷史融合中國、荷蘭、西班牙、日本與西方現代文化；閩南、客家、外省、原住民、新移民族群而形成臺灣魅力，惟未能善用在地優勢特色及整合軟硬體配套資源，形成多數景點風貌雷同、缺乏特色及亮點，致「一窩蜂或一次性遊客」與「一次景點、蛋塔景點充斥」，致遊客人數門可羅雀與門庭若市之歧異景象，政府允應盤點我國觀光資源，平衡淡旺季人潮，避免資源重置與浪費，塑造成臺灣特有的典範小鎮。

十一、政府推廣觀光政策、帶動旅客成長的同時，仍應以平等思維面對各種不同族群需求（如：穆斯林、無障礙、銀髮族、身心障礙、兒童、孕婦等），解決友善空間、基礎設施與配套不足之現況，促使公共建設與旅遊環境之友善程度能滿足多元需求。

- (一) 新南向政策，源自於蔡總統於105年8月16日召開

對外經貿戰略會談，正式提出《新南向政策綱領》，將其定位為臺灣整體對外經貿戰略的重要一環，尋求新的方向和新的動能，並重新定位臺灣在亞洲發展的重要角色。行政院也依此於同年9月5日提出《新南向政策推動計畫》，期透過促進臺灣和東協、南亞及紐澳等18個國家的經貿、科技、文化等各層面的連結，共享資源、人才與市場，創造互利共贏的新合作模式；以及透過建立廣泛的協商和對話機制，形塑和新南向國家的合作共識，進而建立「經濟共同體意識」，使臺灣成為新南向國家經濟發展的繁榮夥伴、人才資源的共享夥伴、生活品質的創新夥伴、及國際鏈結的互惠夥伴。跨部會整合：整合各部會、地方政府，以及民間企業與團體的資源，從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」4大領域建構各項工作計畫。

- 1、「經貿合作」係強化產業合作與經貿拓展、及促進基礎建設工程合作與系統整合服務輸出。
- 2、「人才交流」係在「以人為本、雙向多元」的交流原則下，透過雙向人才培養與交流，提升臺灣與新南向國家雙邊人才資源的互補與合作。
- 3、「資源共享」係發揮臺灣在醫衛、文化、觀光、科技、農業、災防等軟實力優勢，作為臺灣強化與新南向國家開展夥伴關係的利基，建立具包容性的互助合作。
- 4、「區域鏈結」係推動雙邊與多邊制度化合作，提升雙方協商對話位階，並透過國際合作、國際論壇等形式來建立與區域及新南向夥伴制度性的緊密關係。



(二) 新南向觀光政策執行成效⁷⁴，包含 1. 新南向 18 個國家來臺人次 105-106 年成長率 27%。2. 交通便利性，增加航班與航點。3. 簽證便利（免簽）。4. 旅行便利，協助 180 家餐旅取得穆斯林友善認證。有鑑於新南向政策帶動旅遊人次促進觀光發展，究產、官、學對於有關穆斯林客群友善程度之看法為何？中華民國旅館商業同業公會、中華民國旅行商業同業公會全國聯合會（下稱旅行公會）分別表示，「針對穆斯林旅客，除推廣行銷吸引更多客源外，應加強對於穆斯林旅客習性之瞭解，並提升我國接待能力、設施及友善程度，如祈禱室、淨下設施的設置、清真認證的推廣等，才能留住客源」、「有關穆斯林客群，應提供更直觀、直覺性的環境建設及服務，如將穆斯林需求設施普及化，將穆斯林餐飲的標示統一化、簡潔化等。」本院調查委員與機關座談時，觀光局代表認為全球約 18 億穆斯林人口，穆斯林旅遊人次高達 1.31 億人次，占全球整體旅遊市場 10%，穆斯林市場有其發展性，惟產品需精進，如：免治廁所、祈禱室等，高鐵、機場等場館都有但尚未普及，餐飲是關鍵，輔導餐廳通過相關認證，目前中、南部較少。爰此，整個友善環境塑造有很多努力空間，世界評比穆斯林友善環境，我國 2018 年位居第 6 名（去年 7 名）；交通部認為中央與地方配合是很重要的。「政觀推」作為一個整合平台，邀請各方學者，將整合資源、推廣法令、行銷觀光。過去政觀推開會次數為 1 年 2 次，近期會更密集開會，如：穆斯林等議題。整體來說，行政院則認為穆斯林特殊族群相關配套措施實有改善之處。除穆斯林客群外，尚有無障礙旅遊，經濟部中小企業處

⁷⁴ 資料來源：行政院座談會前說明資料。

副處長胡貝蒂認為高齡化社會，目前有輪椅旅遊，結合計程車可先行預約，我國平地不多，是可妥適設計提供給特殊族群，提供優質友善環境。

- (三) 另，轉機旅客部分，旅行公會表示，在臺轉機旅客客源，應提供便利、友善的環境，如語言標示、交通等。學者亦認為⁷⁵，轉機旅客若成長，除可帶動航班數、機場落地規費增加外，旅客在機場等候過程中，也會創造另外收入，有助於機場永續經營。對此，觀光局認為，有關爭取過境旅客觀光作為，據統計桃園國際機場過境的旅客約有 120 萬人，有辦理免費的過境半日遊，帶領旅客至三峽、鶯歌或臺北 101 的周圍進行城市旅遊，目前爭取到的過境旅客觀光，1 年僅約有 8,000 人左右，每年皆有成長，後續將持續辦理。而轉機旅客入臺人數較少原因，係受限入境時間，為爭取過境旅客觀光，有跨部會與外交部、內政部移民署研議提供過境旅客免簽證的可行性。惟審計部指出，以 105 年資料為比較基準，桃園國際機場轉機比率為 10.55%，僅高於中國北京首都機場的 10%，遠低於鄰近的競爭機場香港赤鱗角機場轉機比率 29.5%、泰國曼谷機場 24.8%、新加坡樟宜機場 26.7% 等。再依 106 年年報發現，桃園國際機場轉機旅客比率成長遲滯，低於東亞地區主要競爭機場，且未擬定轉機旅客比率分年分期目標，要求檢討改進。
- (四) 綜上，我國推行各項觀光政策，積極開拓客源、擴大旅遊服務業與周邊產業之輸出，惟業界及學者均表示目前友善空間、基礎設施與政府推廣不足等問題；另，隨著高齡化與休閒意識抬頭，樂齡旅遊產生新契

⁷⁵ 資料來源：聯合新聞網，桃園機場轉機率成長慢，東亞吊車尾，取自：<https://udn.com/news/story/7266/3299245>，報導時間：2018 年 8 月 9 日。



機，惟無障礙旅遊（Accessible tourism）軟硬體顯不足（如：設備需求、服務人員教育等）。因此，針對各種不同族群提供服務，不應造成對任何族群歧視，觀諸大多旅遊產品和行程均針對大眾需求規劃，忽略特殊族群（如：銀髮族、穆斯林、身心障礙、兒童、孕婦等）特殊需求，形成個體主觀知覺不喜歡或無法繼續參與休閒活動阻礙因子。爰此，未來宜加強宣導特殊族群旅遊權益，促使公共建設與旅遊環境友善化為目標，以達觀光推廣之目的。

十二、隨著國人生活型態改變與生活品質提升，臺灣已從農業、工業經濟發展到體驗式經濟時代，將第1級農業產業與第2級工業產業躍升成第3級服務業產業，因此政府應透過多元產業整合，其中休閒農業與觀光工廠即具整合之代表性，促使傳統產業開始轉型，透過觀光體驗讓旅客更瞭解產品製造，提供體驗樂趣機會，深度體驗城市文化與在地生活，並將友善農業與自然生態融入，創造產業觀光價值與傳承文化。

(一) 觀光本質就是提供旅客一次結合美好的想像與實際感受的旅程經驗。不同個體會有不同的體驗，因為體驗是個人心智狀況與事件互動所產生的結果，商品是有形的、服務是無形的，所創造的體驗是令人難忘的。近年來經濟部所推廣的 OTOP（一城鎮一特產）、農委會推廣的休閒農業、漁港旅遊等，皆有此意涵，除導入觀光業概念，另也結合了許多如文創、科技等元素，在眾多跨界融合中，呈現出截然不同的感動體驗。

(二) 由於時代及產業結構的變遷，臺灣許多工廠為求突破營運瓶頸，在經濟部輔導與評鑑後，轉型為保有生產

製造又開放廠區觀光的「觀光工廠」。每一家觀光工廠都擁有獨特的觀光主題，不僅呈現綠美化後的廠區環境，也提供產品製程參觀、文物展示、體驗設施等服務，展現出豐富的產業知識和文化，塑造休閒與美感氛圍，是集知性與休閒於一身的新興旅遊景點。透過轉型成為「觀光工廠」，整合具有地方文化、產業文化的特色，且兼具寓教於樂和增廣見聞的功能，惟發現部分觀光工廠未依法登記，無法有效控管業者所生產商品品質問題⁷⁶，相關單位未來對於稽核內容與標準有其檢討必要。

- (三) 休閒農業，結合生產、生活與生態三生一體的休閒農業，在經營上結合農業產銷、農產加工及遊憩服務等三級產業於一體的農企業，集聚人、住宿、餐飲、場所、農特產品的魅力，亟需審慎評估，惟有「地方特產囿於產量不穩致成本高、產品量少且銷售通路有限致備貨或囤貨風險大」等問題。在農業不斷轉型過程，結合觀光與服務業，讓旅客可以在行程中，藉由許多的體驗活動了解農村，進而了解在地文化。休閒農業其定義就是結合農、林、漁、牧各類生產，規劃農業經營活動，讓民眾實際瞭解農業文化及體驗農家生活，經過專業設計的調查、規劃、設計與建設後，使之成為具農業經營特色的區域，提供國民休閒，對農業經營、農村生活更多體驗的機會，休閒農業結合生產、生活與生態三生一體的農業，在經營上結合農業產銷、農產加工及遊憩服務等三級產業於一體的農企業。農委會代表即表示，為促進農業一級生產、二級加工及三級體驗服務的創新運用，結合在地農村景

⁷⁶ 資料來源：鏡 MIRROR MEDIA，取自：<https://www.mirrormedia.mg/story/20181017soc004>，報導時間：2018年10月20日。



觀、農業文化創意及食農教育概念等元素，輔導傳統農業升級朝向主題化、特色化及區域化發展，並提升產業服務量能及友善旅遊環境，創造農業多元附加價值而形成農業升級加值發展休閒農業旅遊，由相關統計資料顯示，前往農業休閒旅遊遊客數由 96 年 997 萬人次增加至 106 年 2,670 萬人次，其中國外遊客人次亦由 96 年 4.3 萬人次增加至 106 年 50 萬人次，創造產值由 96 年 65 億元增加至 106 年 107 億元。

- (四) 為達農業旅遊國際化之政策目標，農委會加強整合內外部資源。從內部方面，結合該會相關單位之資源，發展森林生態旅遊、海上休閒、魅力農村或漁港深度探訪及在地食材嘗鮮路線等多元旅遊商品，發揮農業軟實力；外部方面，與交通部、經濟部等相關部會及旅運業者合作，開發穆斯林、國際自由行與會展產業遊客，拓展農遊國際市場。農委會代表表示，由於地方特產常囿於產量不穩定，小型自行加工品質不穩且包裝印刷量少致成本無法有效降低，但委託加工又需有一定規模且成本增加。另產品量少且銷售通路有限，農產品具一定食用效期，致備貨或囤貨風險大，該會輔導處處長范美玲於本院座談時認為，整合觀光資源規劃已在地方落實，如花蓮地區（整合噶瑪蘭與阿美族），有關友善部落、伴手禮品質提升等，透過原民會、林務局、NGO 團體共同合作，惟伴手禮「質」的提升，尚有努力空間，通常農產品量不穩定、OEM 價格高。目標族群多元化，休閒農業並非只有休閒農場，有農、林、漁、畜，需要經濟部共同協助與合作。休閒農業是結合農林漁牧生產、農村文化及農家生活，提供國民休閒旅遊與體驗學習的產業，是傳統

農業提升附加價值的新亮點產業。休閒農業具有人力魅力、住宿魅力、餐飲魅力、場所魅力、農特產品魅力及不同旅遊據點的策略聯盟，讓遊客留下深刻印象⁷⁷。

(五) 綜上，隨著國人生活型態改變與生活品質提升，在臺灣從農業、工業經濟發展到服務、體驗式經濟時代，在體驗經濟時代產業，如：經濟部觀光工廠、農委會休閒農業等，即是傳統產業開始轉型，透過歷史文化與休閒觀光結合發展，在服務創新方面讓旅客更瞭解產品製造，提供體驗樂趣機會，創造產業觀光的價值、建立企業品牌與地位、文化傳承等，然疑有工廠未登記，而無法有效控管業者所生產商品品質問題、地方特產囿於產量不穩致成本高、產品量少且銷售通路有限致囤貨風險大等問題，未來宜允檢討並研擬相關配套措施。

十三、我國文化軟實力備受國際肯定，利用「文化元素」作為推展觀光之內涵，整合地方文化資源，形成具有文化的特色觀光亮點，如原民的豐年祭及客家文化風情，若能區域整合、串聯時序，塑造成具有亮點的活動，足以作為觀光行銷的珍珠。其次，臺灣有許多傳統節慶，如慶元宵活動、宗教慶典如燈會、天燈、媽祖出巡、燒王船等大型民俗活動，皆是臺灣觀光與文化亮點，允宜透過跨部會整合與輔導，共同檢視觀光資源，以利推廣與國際行銷。

(一) 「文化觀光 (Culture tourism)」是一種與文化環境，包括景觀、視覺和表演藝術和其它特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動和其它具創造和文化交流過

⁷⁷ 資料來源：林梓聯，臺灣觀光休閒農業與生態旅遊的展開，行政院農業委員會前農業推廣科技正，頁 239-250。



程的一種旅遊活動，與在地連結可重建時空轉移的記憶，並以活化保護既有當地文化資源，創造當地文化的新產值。運用族群間的傳統習俗和生活方式有所不同，衍生出各式祭典風貌。傳統節慶、慶元宵活動、宗教慶典、原住民、客家文化、特色產業形成臺灣特有節慶活動，傳統節慶乃指農曆春節、元宵節、端午節、中元節、中秋節等；慶元宵活動乃指燈會、平溪放天燈、鹽水蜂炮、炸寒單；宗教慶典乃指大甲媽祖文化節、內門宋江陣、東港迎王平安祭、鯤鯓王平安鹽祭；客家文化乃指全國義民祭、客家桐花祭、苗栗火旁龍系列活動等；特色產業活動乃指國際玻璃藝術節、三義木雕藝術節、臺灣溫泉美食嘉年華、花蓮國際石雕藝術季、雲林偶戲節、臺灣國際蘭展等；閩南建築指臺灣傳統建築為閩、粵系，屬於南系的中國建築，雖然與代表中國建築之北式宮殿式建築有異，但兩者之寺廟建築之殿宇均蓋在基壇上，結構、布局都講究對稱之美，主殿與配殿亦有高低之限制等，是我國建築體系之特徵，與儒家文化息息相關。

- (二) 觀光的內涵隨著人類經濟、文化生活的轉變，已逐漸由原先的團體需求逐漸轉變為滿足個別需求的觀光型態。人們開始講求有意義的行程與感性的消費，此一概念的興起逐漸顛覆了傳統上以大眾行銷為主的觀光型態，「文化觀光 (Culture tourism)」即是一種與文化環境，包括景觀、視覺和表演藝術和其它特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動和其它具創造和文化交流過程的一種旅遊活動，與在地連結可重建時空轉移的記憶，並以活化保護既有當地文化資源，創造當地文化的新產值，透過「文化元素」作為推展觀

光的火車頭。爰此，我國應善用文化軟實力重返國際社會，推動觀光產業行銷應與地方文化資源特色相結合，整合與規劃地方文化資源，提高經濟產值與產業競爭力，促進傳統工藝的發展，落實地方文化傳承，並展望國際化為目標。

(三) 參與「慶典性的活動」已經變成當代觀光旅遊經驗的重要一環。節慶與文化觀光存在互相依存的關係，節慶屬於文化觀光的一環，文化觀光亦可帶動節慶的發展，然而兩者最終都必需回到「地方」，才得以永續發展。此外，節慶與文化觀光都具有多樣性發展的特質，但若把其視為單一產業，很容易將某些特定類別特徵推論到所有類別，而忽略文化的獨特性、傳承性與價值性。文化概念的擴張不僅限於建築或儀式本身，還包括周邊的衍生產物。文化不只是意味世代的傳承，同時也包含那些被開發出來的「產品」。

(四) 綜上，我國應透過「文化元素」作為推展觀光的火車頭，整合與規劃地方文化資源，憑藉「傳統節慶、慶元宵活動、宗教慶典、客家義民、閩南建築」等地方文化特色，形成臺灣特有節慶活動，透過跨部會整合與輔導，若僅以零散式觀光活動展現，實不足以形成魅力，故應共同檢視觀光資源，並提供平台協助整合推動，以達文化觀光之目標。

十四、「原住民地區觀光」係因原住民族分 16 大族群，族群間的傳統習俗和生活方式有所不同，故衍生出各式各樣的祭典風貌。然交通便利性、自主經營能力、完整行程規劃、環境生態等因素，致原民觀光發展仍有提升空間，都亟需政府支持與輔導，共同檢視與整合原住民觀光資源，並提供平台協助推動，將生態旅遊與原民文化



整合，促使原鄉部落發展，讓遊客深入瞭解部落生活型態與文化內涵。

- (一) 原住民觀光指「原住民」本身、文化及自然資源做為一種文化觀光的活動型態。臺灣原住民分為阿美族、泰雅族、卑南族、布農族、排灣族、雅美族（達悟族）、魯凱族、鄒族、賽夏族、邵族、噶瑪蘭族、太魯閣族、撒奇萊雅族、賽德克族、卡那卡那富族及拉阿魯哇族等 16 大族群，因各族群間的傳統習俗和生活方式有所不同，故衍生出各式各樣的祭典風貌，將原住民之美食、生活習慣、傳統文化（如：狩獵文化）等結合形成部落深度旅遊，原住民族委員會（下稱原民會）自 104 年度起形塑原住民族部落旅遊品牌「uhtan'e ho mimimiyo」（鄒族語，意指從一個部落走到另一個部落），藉由帶領民眾體驗部落生活，強調自然與人文資源的保育與永續利用、小眾與深度、部落共同參與經營為主要方向，串連旅遊服務所需之產業鏈，提供消費者體驗部落生活及生態智慧，並增加部落就業機會、提升部落經濟收益，並提供相關輔導與獎勵措施。
- (二) 部落觀光發展有 2 大方向，其一為國家政策主導，另外一個是原住民族的自覺，爰此，公部門資源導入，原住民族自身文化知覺也是推動部落觀光一大動力。政府部分，觀光局成立「原住民族地區觀光推動會」作為溝通平台，原住民族地區觀光推動，涉及原民會及相關機關之權責，目的在於提供溝通平台供討論。例如推動部落觀光，該局本於中央觀光主管機關之權責，協助行銷推廣；原民會則以中央原住民主管機關之權責，提供願意發展觀光之部落，並應共同檢視原住民觀光資源，文化部協助推動原住民族部落文創

產業發展結合觀光推動事項、內政部營建署協助國家公園範圍原住民族地區觀光發展事項、農委會協助推廣原住民族地區農產品之行銷、勞動部協助原住民就業、教育部發展署協助原住民青年輔導事宜等。

(三) 部落觀光面臨有些屬山區道路，無法直接前往部落做深度旅遊，要到部落須轉車造成2次運輸成本。再者，目前除交通尚有其他面臨課題，原民會表示：1. 部落有許多接待家庭多屬不合法之住宿空間，除有安全疑慮，更降低旅行社開發及銷售部落旅遊商品之意願。2. 國內外旅客對於原住民族部落旅遊認識不足。3. 硬體設施未臻健全。4. 原住民族文化觀光及導覽人才缺乏。另，學者表示，部落觀光是從部落族人共同經營的角度出發，結合在地原住民族的文化元素，豐富觀光活動的內涵，部落觀光不一定要依附在特殊的景點或是特別為遊客設計的觀光空間裡，也不必刻意塑造「異文化」的體驗，只要把部落內的生活環境，整理成族人也能舒適生活的狀態，並將部落的文化元素，透過分享與體驗的概念，設計相關的觀光活動，發展出適合部落的觀光發展型態。

(四) 綜上，我國原住民分16大族群，因族群間的傳統習俗和生活方式有所不同，故衍生出各式各樣的祭典風貌。惟交通不便、無自主經營能力、缺乏完整規劃、環境破壞等因素致原民觀光發展不如預期，政府成立原住民族地區觀光推動會，亟需支持與輔導，共同檢視原住民觀光資源，並提供平台協助整合推動，將生態旅遊與當地文化整合，促使原鄉部落發展，讓遊客深入瞭解部落生活型態與文化內涵。

十五、我國文化產業豐富多元，且具有潛在設計能量與人才，宜將設計元素與在地文化資源特色結合，整合與規劃地



方文化資源。觀諸我國現行特色商品輔導之部會包括經濟部、文化部、農委會、客委會等，允應運用 OTOP 政策，進行跨部會與跨界整合，協助產業轉型與行銷，推動臺灣各鄉鎮村落文創產品；參考泰國創意設計中心媒合平台，建立推廣平台與材料資料中心，提高文化產值，俾利促進我國文化發展與傳承，展望國際化並向世界展示，以吸引國外焦點。

(一)OTOP 源自於日本 OVOP (One Village One Product)

一村一品運動，我國與泰國受日本影響提出 OTOP 政策，我國以鄉、鎮、市為主，所發展出的特色產品需具有歷史性、文化性、獨特性等特質，然由本院實地考察發現，泰國在國際創意圈內頗享美譽，為第 2 個以文化創意產業受人注目的國家，從「OTOP」到「時尚曼谷」計畫，吸引全世界目光，成為「商品採購」的聖地，反觀我國面臨如 OTOP 產品仍侷限在產地及國內、產品的量產技術及市場行銷與應變能力不足、地方特色產品知名度未能有效呈現，品牌形象塑造力不足、無法自行吸引專業的資源加入與合作等課題，未來有精進空間。據此，經濟部並指出，OTOP 外部環境威脅為國內地方特色產業同質性高、國內政策資源未能持續綜效；產業內部環境劣勢為地方特色產業生產規模有限、OTOP 產業形象需再強化推廣。本院調查委員考察 OTOP 專案產品專區，該展區為泰國規模最大並最成功一鄉一產 OTOP 展區，可欣賞本地村民特色產品生產線及銷售方式，此展區目前已成為緬甸、越南、柬埔寨的學習對象，我國與泰國 OTOP 皆源自於日本 OVOP，兩者在比較情形（如下表 21）⁷⁸。

⁷⁸ 吳俊儀（2011）。「臺灣與泰國工藝類地方特色產業發展之比較研究」。國立雲林科技大學創意生活設計系碩士班，雲林縣。

表 21 我國與泰國 OTOP 比較一覽表

	我國	比較		泰國
推時 時間	1989 年 (我國較早)	-		1997 年
政策	源自日本 OVOP	相同		源自日本 OVOP
政策 協助	設計輔導、串聯地區產 業資源	-		開拓行銷通路
推動 背景	產業外移、協助轉型、 地方經濟衰退	產業轉型促 進經濟	縮短貧富差 距	提升鄉村地方經濟、縮 短貧富差距
目的	強化產業特色、創造在 地就業機會，解決失業	強化產業 創造就業	解決經濟問 題	解決農村地方經濟問 題、增加收入
負責 部會	經濟部中小企業處執行	三層部會	一級部會 三層部會	約 10 個部會共同推行， 涉 22 個機構與單位（文 化單位、農業單位、公 共衛生單位、勞動單位、 觀光單位、商業單位、 財政單位、科技單位、 公共企業單位）：NOA 執行，泰國副總理整合、 工業部出口促進局、經 濟部商業發展廳、內政 部社區發展廳等
區域 界定	鄉、鎮、市（縣轄市）	三級行政區	四級行政區	村、社區
推動 方式	旅遊活動 → 平面與行銷 → 活動與空間、資訊與 通訊科技			商品與 E 化行銷 → 平面 設計與地方符號 → 技術 與管理
設計 服務	藉由比賽讓國內設計師 與地方特色產業合作	國內設計師	國際設計師	邀請全球頂尖設計師指 導產品設計
行銷 策略	協助參展、國內設共同 實體通路、建置共同網 路平台	以國內為主	拓展於國外 國際展覽	自行設置主題商展、協 助參加國外展、國內設 共同實體通路及各別店 鋪、建置共同網路平台

資料來源：「臺灣與泰國工藝類地方特色產業發展之比較研究」

(二) 經查，文化部座談前提供資料表示，目前相關計畫尚無與經濟部 OTOP 產品合作案例。該部規劃成立文化內容策進院（下稱文策院），文策院將作為連結政府



與民間之中介組織，主責振興影視、流行音樂、圖文出版、數位出版、遊戲、時尚設計、藝術支援及文化科技應用等文化內容產業，舉凡文字、符號、圖形、聲音、影像等整合運用之技術、產品或服務等均在服務範圍內。未來並將與經濟部臺灣創意設計中心等文化內容產業中介組織形成策略聯盟，依其不同之專業性進行多元合作，以「國家隊」概念發展資源整合平台，逐步健全產業生態系，並積極投入於國際布局相關工作，俾向國際傳播臺灣文化影響力；經濟部於2003年成立「財團法人臺灣創意設計中心」（Taiwan Design Center, TDC）（下稱 TDC），並於2004年正式啟動營運，TDC之主要任務為提升設計人才原創能力、促進國際設計交流、推動企業發展自有品牌、加強產業市場競爭力與提高產業附加價值。

(三) 泰國創意設計中心（TCDC）其功能⁷⁹，1. 加強文化產業獨特性與創新能量激盪；2. 具有培育媒合平台角色，協助串連產業與市場端之連結，以朝向整合資源與建立產業鏈方式，透過專業分工，協助產業開發商品，有效與國內外市場接軌，其設立目的是成為泰國設計發展的訊息和資源中心，也是媒合設計者與企業家的重要平台；3. 盤點工藝素材（材料旁設有 QR code，藉由行動裝置可直接與廠商連繫，俾利設計者找尋相關材料），設計材質資料之建立與應用，國際流行材料書刊、材質資料書庫，提供企業或設計師、學生瞭解國際設計趨勢，助於腦力激盪，提供各種材料。

(四) 經濟產業結構調整，泰國產業轉型升級策略，積極推

⁷⁹ 張惠珠、連婕、古惠茹（2015）。泰國村落文化文業轉型與加值輔導策略之參訪報告。服務機關文化部文化資源司；報告日期：104年2月12日。

廣設計增值，TCDC 可協助曼谷當地的設計師建立品牌並與世界接軌，因此賣店放置展售當地設計選品，讓設計師透過此管道媒合並與世界接軌；OTOP 一村一特產計畫，運用當地原物料創造出高品質商品，改善農村與民眾經濟生活，在機場皆可看到 OTOP 設櫃。整體來說，可提高經濟產值與產業競爭力，促進傳統工藝的發展，讓國際看見泰國豐厚的文化軟實力。對此，OTOP 與 TCDC 的看法，機關於本院座談時，經濟部中小企業處胡副處長貝蒂表示，經濟部臺灣創意中心旨培養有創意的年輕人，有關泰國創意設計中心材料資料庫，目前有在研議辦理中；文化部文創發展司黃專門委員慧娟認為，從文化部角度思考，在找一些說故事的人才，融入在地人生素材形成文化路徑，需要跨部會整合力量，推動到觀光整個營運模式需清楚。我國經濟部創意設計中心、文化部文化內容策進院，需跨部會合作，如同行政院宋秘書長餘俠提及，產業整合、機關整合皆為重要。

- (五) 綜上，我國文化產業豐富多元，且具有潛在設計能量與人才，宜將設計元素與在地文化資源特色結合，整合與規劃地方文化資源，觀諸我國現行特色商品輔導之部會包括經濟部、文化部、農委會、客委會等，運用 OTOP 政策，跨部會與跨界整合，協助產業轉型與行銷，推動臺灣各鄉鎮村落文創產品；參考泰國創意設計中心媒合平台，建立推廣平台與材料資料中心，提高文化產值，俾利促進我國文化發展與傳承，展望國際化向世界展示，以吸引國外焦點。

十六、導覽解說專業是觀光產業發展關鍵與核心，未來屬於「說故事產業」之世紀，地方故事對於在地行銷尤其重



要，惟在導覽解說人員與服務人員不足且能力欠缺，特別是各國語言導覽人才缺乏，政府應積極重視與培養觀光產業人才，並加強產業、學校、政府間相互合作，對於各景點解說導覽人才培育與發展應為優先考慮，以加乘觀光效能。

- (一) 觀光產業相關需求人才眾多，需找出關鍵人才、給與正確培育方向與強化，才能讓資源集中產生效果，並透過產官學黃金三角，推動培育觀光人才。對於目前觀光人才供需情形，機關分別表示略以，目前確實國際化接待能力不足、產業國際化程度低等。嗣據觀光局查復資料指出，茲因業務擴充致人力不足，為完善國家風景區之觀光發展，投入更多的觀光資源，如：建設興辦、活動辦理等，觀光局與管理處相關業務將大幅擴增，人力的需求也隨之提升，觀光局業務多元龐雜，且因應市場多元化及產業轉型等挑戰，機關現有位階及人力實不敷業務需要。本院委員履勘東部與團體協會、地方政府座談時，均發現業界、政府人力不足情形，以東部為例，臺東旅行商業同業公會暨臺東休閒旅遊協會余清福理事長表示，觀光局東部海岸國家風景區管理處、臺東縣政府交通觀光處等公部門人力太少，轄區太大，以熱氣球季為例，工作人員已長時間超時工作，且因工作與待遇不對等，造成員工離職率高。希望政府能鼓勵花東偏遠地區辛勞的公務人員及勞工，解決東部「有經費，無人力」的問題。對此，行政院東部聯合服務中心田永彥副執行長提出回應，有關東部人力不足的問題，建議將中央部會，包括原民會、客家委員會、文化部等單位之解說員及經費做統整，由行政院東部聯合服務中心將資源分配

給花東縱谷國家風景區管理處及東部海岸國家風景區管理處，以增加服務品質。

- (二) 有關產業界觀光人才運用情形，我國培育觀光、餐旅與休閒相關科系學校眾多，相關科系畢業生服務觀光產業卻是有限，造成人才培育浪費，產業專業人力供需失衡。依據觀光局統計資料顯示，依推估結果，旅宿業及觀光遊樂業在人才供給數量上相對足夠，而旅行業則相對不足⁸⁰。調查發現原因乃為產業人才素質供需情形，缺乏滿足需求素質的基層人力，及因應旅客來源多元化、產品多樣化的專業技術與經營人才。其中專家焦點座談學者建議，可建立觀光研訓院，觀光各產業的專家都有提到「觀光研訓院」，但須針對高、中、低階人才之種類與特性，制定相關專業證照等配套措施與法律規範，由官方/業者規劃學程及訓練課程、學界提供教育訓練，才能因應觀光旅遊產品的快速變化，作出相對應的人才培訓、有效提升觀光人才素質。整體來說需求問題關鍵，業者問題在質不在量，重點是缺乏穩定可用人才⁸¹。觀光產業重視「人」的服務產業，有人築底，觀光產業的發展才能基盤穩固。由此可知，長久以來臺灣在觀光人才培育非量的問題，而是與市場需求不相符。

- (三) 「打工換宿」又稱食宿交換，是一種透過勞動力或專長交換店家食物與住宿的旅行方式，同時結合工作與

⁸⁰ 旅宿業 106 至 108 年平均每年新增需求 1,809~5,640 人，平均每年新增供給 6,723 人；旅行業平均每年新增需求 1,161~3,587 人，平均每年新增供給 1,631 人；觀光遊樂業平均每年新增需求 27~86 人，平均每年新增供給 145 人。

⁸¹ 資料來源：106-108 年重點產業人才供需調查及推估結果摘錄（觀光產業），辦理機關：交通部觀光局；交通部觀光局「觀光產業人才供需調查」研究案結案報告書，主辦單位：交通部觀光局；執行單位：財團法人臺灣地理資訊中心。完成日期：2016 年 11 月 14 日，頁 102-105。



旅遊體驗⁸²，臺灣「打工換宿」一詞的相關起源，來自於受到國外「打工度假」的影響。其中 Uriely 提到「打工度假」(Working-holiday Tourists) 的概念，認為工作活動僅是旅遊經驗裡的一部分，參與者大多選擇從事不同於他們日常工作的工作類型，通常為一些手工勞動、需要運用到既有的知識與技巧的工作，這類休閒活動的工作只是旅遊經驗裡的一部分；「服務學習」是一種經驗教育之模式，強調服務與學習並重，於課程或活動方案中，結合有意義之服務活動及結構化之反思與互惠過程，達到所訂定之學習目標。爰此，皆可透過前揭方式由人與人的互動使自己開拓眼界，體驗當地人文風情與不同旅遊型態。觀光局表示，推廣部落工作假期，102 年起推動辦理「東海岸部落工作假期」，與一般打工換宿或工作度假不同，無車馬費、無免費食宿、無志工服務時數，讓旅客付費「體驗」及「參與」部落生活。基此，政府、產業與學校/訓練機構彼此間如何無縫銜接？人才培養是一個很大課題，面臨國際競爭、旅遊產業內、外在環境與旅遊型態變化，建立產官學合作機制培訓人才，達學用合一。

- (四) 綜上，導覽解說專業是觀光產業發展關鍵與核心，未來屬於說故事產業世紀，地方故事行銷尤其重要，惟在導覽解說人員與服務人員不足與素質良莠（如語言隔閡），政府亟應積極重視與培養觀光導覽解說專業人才，並宜研擬建置觀光人力資料庫與產學合作相關平台，加強產業、學校、政府間合作，以發揮最大效益。

⁸² 資料來源：維基百科，取自：<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%89%93%E5%B7%A5%E6%8F%9B%E5%AE%BF>。

十七、政府允應借重民間觀光協會與團體或 NGO 等組織力量，於推動國內外觀光時，作為政府與外界之橋梁，有效整合臺灣觀光資源與推銷地方特色，同步提升觀光產值與旅客數量，為臺灣觀光產業落實深厚基礎。

- (一) 構成觀光事業之機關和行業是多元且多樣的，大致可分為 1. 行政機構：即中央到地方各級政府部門，主要任務是制定和執行政策、2. 公益團體：為全國性或地方性的觀光組織，公益團體間保持合作，協助國家執行觀光政策、3. 旅遊關聯企業：直接招待觀光客觀光活動的企業，如旅館業、交通業、旅行業、導遊業等，及為旅遊者提供其他服務的附屬旅遊企業，如餐館、酒店、劇院、娛樂活動。此外，另有相關訓練機構及財團法人，為適應觀光產業需要，提高觀光從業人員素質，而產生許多專業人員訓練機構，如導遊協會、領隊協會、經理人協會等⁸³。其中，公私部門介面 (the interface between the public and private sectors) 整合在觀光產業有其重要性，在觀光規劃和發展上相互整合及合作，可發揮整體的效益，因公私部門各自擁有相當龐大的觀光設施、活動和服務，可藉由雙方共同參與的組織，如臺灣觀光協會、各縣市觀光協會來進行對話、相互溝通以找出雙方互利的合作模式，以免各自為政、自我設限而妨礙了觀光地區的整體發展⁸⁴。
- (二) 本案委員為瞭解公私部門整合，以及私部門在發展觀光之角色與功能，前往各國家風景區管理處，包含北海岸暨觀音山國家風景區管理處、馬祖國家風景區管理處、日月潭國家風景區管理處、東部海岸國家風景區管理處、茂林國家風景區管理處，與在地團體與

⁸³ 資料來源：林燈燦、林利徽 (2011) 觀光學概論，全國圖書股份有限公司。

⁸⁴ 資料來源：陳思倫 (2007) 觀光學 - 從供需觀點解析產業，前程文化事業有限公司。



協會座談，對於地方政府之交通網絡與觀光景點結合、提升當地觀光產值情形，及所面臨課題及推廣觀光現況，在歷次座談會提出相關具體建議給政府機關。由此發現，民間觀光協會與團體，對於地方旅遊特色（包含食、宿、行、遊、購）十分瞭解，在推廣觀光為重要媒介與扮演不可或缺角色。未來政府、業界、團體與協會等針對觀光議題執行層面，共同研議改善，由中央與地方政府通力合作，結合民間業界力量，可創造最大效益。

- (三) 另以「財團法人臺灣觀光協會」為例⁸⁵，是臺灣最具規模兼歷史悠久觀光推廣單位，該會成立於45年，是臺灣第1個獲得許可設立的民間觀光事業機構，目前有會員約500個，含旅行業、一般旅館業、觀光旅館業、航空業、運輸業、遊樂園業、藝品業等觀光產業；對內積極做好政府與民間、中央與地方觀光單位溝通平台與橋梁，組成跨組織常態性會議，並由協會與外貿協會、觀光局組成三長會議，近期加入整合各部會資源的角色，與外貿協會、僑委會、客委會、文化總會、博物館及縣市政府合作，深化臺灣觀光的多元性與文化底蘊。透過公私協力推動文化觀光⁸⁶，最具代表性即以日本為例，文化部曾赴日本考察，其考察報告指出，推動文化觀光成功在於公私協力，例如「京都市地域活性化總合特區」由京都市政府與當地民間團體地域協議會共同討論與推動，地方協會負責行銷，亦表示參考日本的作法，文化部與觀光局、經濟部進行跨部會合作，再者與地方政府合作，邀請民

⁸⁵ 資料來源：財團法人台灣觀光協會，取自：<http://www.tva.org.tw/>。

⁸⁶ 資料來源：文化部綜合規劃司，日本中介組織，推動文化藝術與文化觀光情形出國考察報告，報告日期：106年1月10日，頁35。

間參與討論，由下而上集思廣益，納入地方與民間之聲音與需求。

- (四) 綜上，政府允應借重民間觀光協會與團體或 NGO 等組織之力量，於推動國內或國際觀光時，作為政府與外界之橋梁，有效整合臺灣觀光資源與推銷地方特色，同步提升觀光產值與旅客數量，為臺灣觀光產業落實深厚基礎。

十八、我國來臺旅客人次連續 3 年突破千萬，且遊客數逐年小幅成長，然相對國際觀光產值卻是不升反降之處境，國內觀光消費產值亦未隨人數成長而增加；又近 3 年我國觀光產值僅占 GDP 貢獻度平均約 4.73%，形成旅客數成長，但消費卻降低之處境，更有部分旅遊景點遊客數呈現雪崩式下降，顯示我國觀光產業發展已現警訊，政府應予審慎以對。

- (一) 依世界觀光旅遊委員會 (WTTC) 於 2000 年就觀光產業對世界經濟貢獻度所進行的相關統計與預估，該年全球觀光產業規模 (包含觀光相關產業、投資及稅收等) 約占全世界 GDP 的 10.8%，約 3 兆 5 千億美元，並預估至 2010 年止，全球觀光產業的規模將達全世界 GDP 的 11.6%，約 6 兆 5 千億美元。依 2017 年旅遊業競爭力報告，全球旅遊業收入占全球國內生產總值的 10%。惟據觀光統計資料發現，近年來臺人數微幅增加，2017 年 1,074 萬人次，較 2016 年成長 0.46%；而觀光外匯收入為 3,749 億元，則較 2016 年同期負成長 13%。對此，行政院與觀光局皆表示⁸⁷，觀光外匯收入負成長原因，乃因受全球旅遊趨勢 (如旅客傾向短程、短天數旅遊等) 及來臺旅客消費習慣改變 (如：自由行旅客增加，電商購買通路選擇多元便利化、體

⁸⁷ 資料來源：行政院與觀光局座談會前查復資料。



驗旅遊的追求及旅客消費行為趨於成熟等)以及新臺幣升值(由105年之32.318元至106年之30.439元兌換1美元,漲幅6%)等因素影響,致觀光外匯下降,觀光局副局長張錫聰於本院座談時表示,觀光人數維持千萬,究產值變化情形,在產、官、學界皆表示關心,觀光產值最直接是觀光外匯收入,消費額度沒提升實屬問題。其近年來臺旅客人次與觀光外匯收入相關分析整理(詳下表22):

表 22 近年來臺旅客人次與觀光外匯收入相關分析一覽表

項目	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
來臺旅客人次	1,074 萬	1,069 萬	1,044 萬	991 萬
觀光外匯收入	123.15 億美元 (NT3,749 億元)	133.74 億美元 (NT4,322 億元)	143.88 億美元 (NT4,589 億元)	146.15 億美元 (NT4,438 億元)
占 GDP 百分比	2.15%	4.84%	4.90%	4.68%
來臺旅客平均每人消費(美元)	1,147	1,251	1,378	1,475
來臺旅客平均停留夜數	6.39 夜	6.49 夜	6.63 夜	6.65 夜
來臺旅客平均每人每日消費(美元)	179.45	192.77	208.87	221.76
來臺旅客整體滿意度	98%	98%	97%	96%
旅客來臺重遊比率	41%	37%	34%	34%

(二) 因全球化和日益增長的旅遊需求促進旅遊業的發展,根據世界經濟論壇發布的2017年旅遊業競爭力報告⁸⁸,目前全球旅遊業收入已占到全球國內生產總值的

⁸⁸ 資料來源:旅遊業貢獻全球10%GDP,全球各地對旅遊業到底有多依賴,取自 <https://www.yicai.com/news/5358916.html>,報導時間:2017年10月24日。

10%，每 10 份工作中就有 1 份來自於旅遊業，行業發展速度遠高於全球經濟發展的平均水平，在一些國家，旅遊業甚至撐起整個國家經濟發展。依據聯合國世界旅遊組織（UNWTO）公開⁸⁹關於旅遊排行榜，統計 2016 年全世界旅遊人次最多與最賺錢前 10 名國家。資料顯示全球旅遊市場以歐洲最大，美國次之。至於亞洲則是中國大陸與泰國為領頭羊，成為亞洲最會賺錢與最多人拜訪之地方。另指出 2010 年至 2030 年間，全球國際旅遊人數將以每年 3.3% 速度增長，到 2030 年達到 18 億人次。

- 1、全國旅遊收入前 10 名：美國（2,059 億）、西班牙（603 億）、泰國（499 億）、中國大陸（444 億）、法國（425 億）、義大利（402 億）、英國（396 億）、德國（374 億）、香港（329 億）、澳洲（324 億）（單位：美元）。
- 2、亞太地區觀光收入前 10 名：泰國（499 億）、中國大陸（444 億）、香港（329 億）、澳洲（324 億）、日本（306 億）、澳門（298 億）、印度（224 億）、新加坡（183 億）、馬來西亞（180 億）、南韓（172 億）（單位：美元）。
- 3、最受歡迎旅遊目的地前 10 名：法國（8,260 萬人次）、美國（7,560 萬人次）、西班牙（7,560 萬人次）、中國大陸（5,930 萬人次）、義大利（5,240 萬人次）、英國（3,580 萬人次）、德國（3,560 萬人次）、墨西哥（3,500 萬人次）、泰國（3,260 萬人次）、土耳其（數據不明）。

⁸⁹ 資料來源：2016 年觀光收入排行榜，全球第一是美國，取自：<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20170828005319-260415>，報導時間：2017 年 8 月 28 日。



4、GDP 表現⁹⁰：2012 年國際觀光收入占 GDP 百分比前 3 名國家之排序，依序為克羅埃西亞（15.62%）、香港（12.33%），約旦（11.18%）。前 10 名亞洲國家中除了香港外，還包括泰國名列第 4、新加坡第 7、馬來西亞第 8，亞洲國家就占 4 個，推測由於香港、新加坡、泰國、馬來西亞地理位置優越，國際商務人士往來頻繁，致力舉辦各式國際會議、展覽及賽事等，藉由增加國際能見度以吸引更多國際觀光客與商務人士來訪，臺灣或許可借鏡其政策與作法。由此可知，觀光產業乃至於單一國家之經濟發展，在可見未來均扮演重要角色。然從 2014 至 2016 年亞洲國家觀光產業 GDP 占比發現，我國仍屬偏低（詳下圖 8）。

⁹⁰ 財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心（2015 年），國內外觀光比一比，政策研究指標資料庫，PRIDE，頁 7。

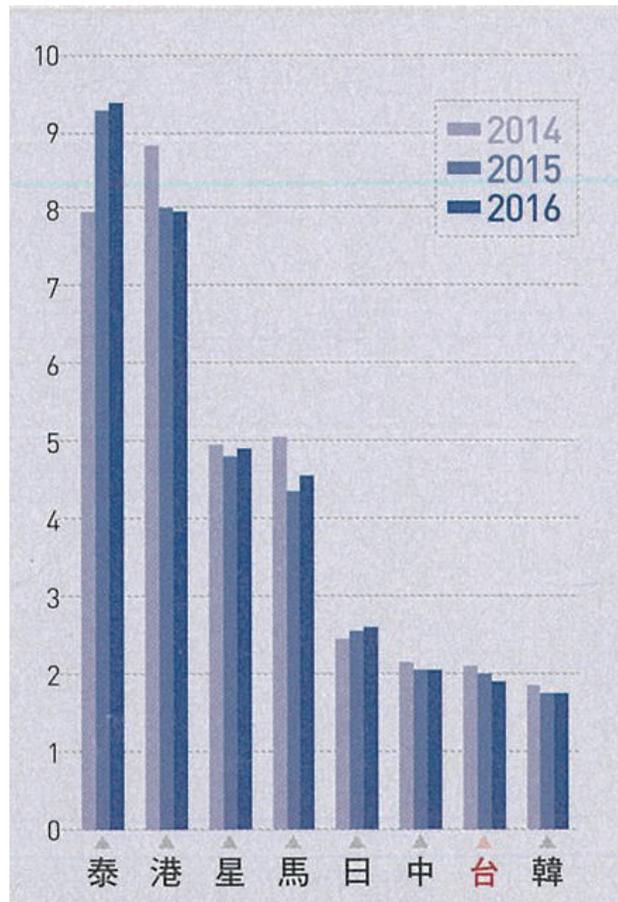


圖 8 亞洲國家觀光產業對 GDP 直接貢獻 (%)

資料來源：世界銀行、世界觀光旅遊委員會。

(三)「觀光雪崩」一詞陸續在部分景點出現，部分景點遊客人數遽降，市場欲振乏力，如：天價滷味墾丁大街、人氣滑落九份老街、乏人問津嘉義高跟鞋教堂等。交通部前部長賀陳旦表示，身為主管機關的交通部責任應是幫助提升臺灣觀光旅遊品質與產值，來臺觀光人數只是參考，真正基礎應是在旅遊的滿意度及品質⁹¹，觀光局副局長張錫聰於本院座談表示，部分遊

⁹¹ 觀光景點遊客雪崩？賀陳旦：不應以人數來衡量，取自：<https://newtalk.tw/news/view/2018-01-15/110670>，報導時間：2018年1月15日。



客景點下滑如墾丁，茲因國民旅遊人數與陸客人數減少。需透過地方團體與地方政府持續努力推廣，目標客群盤點共同行銷，產品品質提升，現階段一方面必須在地化旅遊品質提升，另一方面也應加速將具觀光潛力及獨特魅力的活動與節慶予以整合，後續將再整合地方及產業資源能量，開發及包裝具獨特性、吸引力之地方觀光資源、活動與旅遊商品，強行行銷島嶼觀光，並加強於重點市場客源及國人國內旅遊開拓力度，多管齊下，形塑臺灣優質旅遊形象。惟，全臺風景區面臨遊客「雪崩式」下降，實不應以近3年突破千萬遊客數沾沾自喜，而應找出市場消失原因。

- (四) 綜上，來臺旅客數已連續3年突破千萬，遊客數仍小幅成長，然相對國際觀光產值卻是不升反降之處境，且國內觀光消費產值亦未隨遊客數成長而增加，又近3年我國觀光產值僅占GDP平均值約4.73%，另部分旅遊地區景點遊客數雪崩式下降，加上我國民眾在國內旅遊花費遠低於出國旅遊，顯見我國觀光產業正逢瓶頸，政府應予審慎以對。

柒、參考資料

一、政府出版品、出國報告、委託研究、著作、簡報

【政府出版品】

- (一) 行政院農業委員會，趣遊全臺經典魅力漁港，102年3月第249期。
- (二) 審計部106年度中央政府總決算審核報告（含附屬單位決算及綜計表），頁乙-444。
- (三) 從促進區域觀光發展之觀點分析高雄市旅遊服務中心的策略選擇成果報告書（2011年），主辦單位：高雄

市政府觀光局；承辦單位：國立高雄應用科技大學觀光管理系。

- (四) 我國觀光發展政策之研究。行政院研究發展考核委員會編印，99年6月。受委託單位，世新大學。頁64、260、266、269。
- (五) 財團法人國家實驗研究院科技政策研究與資訊中心（2015年），國內外觀光比一比，政策研究指標資料庫，PRIDE，頁7。
- (六) 交通部觀光局，Tourism 2020-臺灣永續觀光發展方案（106-109年）核定版，106年12月（奉行政院107年1月4日院臺交字第1060044375號函核定）。
- (七) 林梓聯，臺灣觀光休閒農業與生態旅遊的展開，行政院農業委員會前農業推廣科技正，頁239-250。

【出國報告】

- (八) 林坤源、曹逸書（2017）。出席「2017泰國曼谷推廣」交流活動出國考察報告。服務機關：交通部觀光局；報告日期：2017年8月10日。
- (九) 林正儀、王士聖（2017）。泰國文化交流參訪之出國考察報告書。服務機關：國立故宮博物院；報告日期：2017年12月11日。
- (十) 張惠珠、連婕、古惠茹（2015）。泰國村落文化產業轉型與增值輔導策略之出國考察報告。服務機關：文化部文化資源司；報告日期：2015年2月12日
- (十一) 鍾青柏、吳克億、徐臺瑾（2010）。赴泰國考察地方特色產業輔導與行銷相關經驗之出國考察報告。服務機關：行政院客家委員會；報告日期：99年2月8日。
- (十二) 交通部，因應陸客縮減及新南向政策推動，我國



觀光發展轉型之檢討，未來如何有效提升觀光競爭力報告，2017年3月20日，立法院9屆第3期會期交通委員會第6次全體委員會議。

【簡報資料】

(十三) 臺灣港務股份有限公司，報告人郭添貴，臺灣郵輪產業化發展策略簡報資料，行政院第3534次會議，2017年2月2日。

二、期刊、研討會論文

- (一) 陳尚懋 (2010)。泰國觀光業的政治經濟分析。臺灣東南亞學刊。7 (1)，頁41-74。
- (二) 金惠雯 (2014)。自主與合作-原住民族部落觀光產業的發展，原教前線，55，頁18-21。

三、大專院校學位論文

- (一) 吳俊儀 (2011)。臺灣與泰國工藝類地方特色產業發展之比較研究碩士論文。國立雲林科技大學創意生活設計系碩士班，雲林縣。
- (二) 賴春茹 (2014)。以AHP探討旅客參考旅遊資訊的動視因素碩士論文。南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班，嘉義縣。

四、電子媒體資料

- (一) 觀光政策-觀光行政法規實務與理論，取自：http://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=2ahUKEwjM_eby0MbeAhVKvrwKHdXSB1wQFjAJegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fwww.wun-ching.com.tw%2Fimg%2FBooks_files%2FHT40-9789864302031-trial.pdf&usg=AOvVaw09GjHBXYoGkrS89pCwhwCE，頁4-20。
- (二) 葉華容 (2017)。提升我國觀光競爭力從細節做起，

取自：<http://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiU8Luyz8TeAhXJUrwKHY8CBTkQFjAAegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cier.edu.tw%2Fsite%2Fcier%2Fpublic%2Fdata%2F173-12%25E5%259C%258B%25E9%259A%259B%25E7%25B6%2593%25E6%25BF%259F.pdf&usg=AOvVaw106pGieNJVGEZSUITfwqK0>，頁 68-72。

(三) 張乃瑄 (2018)。「新南向觀光」政策的進一步思考與策略建議，取自：<http://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwizkMak0cTeAhUHerwKHSIyDwMQFjAAegQICBAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cier.edu.tw%2Fsite%2Fcier%2Fpublic%2Fdata%2F175-15-%25E5%259C%258B%25E9%259A%259B%25E7%25B6%2593%25E6%25BF%259F-%25E5%25BC%25B5%25E4%25B9%2583%25E7%2591%2584.pdf&usg=AOvVaw3at4MbrB92UYTS55oKixZe>，頁 83-86。

(四) 鏡 MIRROR MEDIA，取自：<https://www.mirrormedia.mg/story/20181017soc004>，報導時間：2018 年 10 月 20 日。

(五) 為何臺灣觀光被「玩壞」？真相令人心酸 - 問題二：管理多頭馬車，上位政策不明確，取自：https://blog.hamibook.com.tw/%E6%96%B0%E8%81%9E%E6%99%82%E4%BA%8B%E5%BF%AB%E8%AE%80_%E5%A4%A9%E4%B8%8B%E9%9B%9C%E8%AA%8C650%E6%9C%9F%E7%B2%BE%E8%8F%AF%E7%89%88_%E7%82%BA%E4%BD%95%E5%8F%B0%E7%81%A3%E8%A7%80%E5%85%89%E8%A2%AB%E3%8



- 0%8C%E7%8E%A9%E5%A3%9E%E3%80%8D/。
- (六) 飯店業慘兮兮？觀光局：來臺旅客其實逐年增加！問題出現在兩個關鍵，取自：<https://www.managertoday.com.tw/articles/view/56545>，報導時間：2018年8月23日。
- (七) WEF 全球旅遊競爭力 臺排 30，曾喜鵬（註：國立暨南國際大學觀光休閒與餐旅管理學系）分析旅遊業潛力，取自：<https://news.pts.org.tw/article/399551>，報導時間：2018年7月9日。
- (八) 風傳媒，陸客不來，害慘臺灣觀光市場？2017年來臺觀光人數再次「不減反增」，用數字說真相，取自：<https://www.storm.mg/lifestyle/461778>，報導時間：2018年7月13日。
- (九) 欣傳媒，封面故事 / 2017年臺灣出國突破 1,565萬人次，臺幣升值、航點擴增，出國旅遊動能持續看漲，取自：<https://solomo.xinmedia.com/globaltourismvision/146741>，報導時間：2018年3月19日。
- (十) 高名塗（2018年），投書：顛覆思維讓觀光產業脫胎換骨，取自：https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=46901，報導時間：2018年9月3日。
- (十一) 鉅亨網，20年沒進步，盤點觀光業陳年問題，摘自：<https://topics.cnyes.com/travel01/>。
- (十二) 旅遊業貢獻全球 10%GDP，全球各地對旅遊業到底有多依賴，取自 <https://www.yicai.com/news/5358916.html>，報導時間：2017年10月24日。
- (十三) 謝明玲、辜樹仁、吳琬瑜（2018）。美麗臺灣行，

出版地點：天下雜誌 650 期，頁 29。依序摘錄法國在臺協會主任、日本攝影師熊谷俊之、葉家喜 Joshua Samuel Brwon (Lonely Planet Taiwan 作者) 看法。

- (十四) Thai Tourism Promotion towards Taiwan Market , Deputy Executive Director, East Asia Region Tourism Authority of Thailand (TAT) , 頁 10-11 。
- (十五) 泰國觀光局 2018 年行銷計畫旨在提高泰國成為首選度假景點，取自：http://www.tattpe.org.tw/travelinfo/TravelInfo_detail.aspx?NewsID=1119，報導時間，2017 年 8 月 10 日。
- (十六) 聯合新聞網，桃園機場轉機率成長慢，東亞吊車尾，取自：<https://udn.com/news/story/7266/3299245>，報導時間：2018 年 8 月 9 日。
- (十七) 資料來源：臺灣觀光協會，產官學黃金三角，推動培育觀光專業人才，臺灣觀光雙月刊，取自：<https://blog.xuite.net/tva0379/twblog/399888246-%E7%94%A2%E5%AE%98%E5%AD%B8%E9%B%83%E9%87%91%E4%B8%89%E8%A7%92+%E6%8E%A8%E5%8B%95%E5%9F%B9%E8%82%B2%E8%A7%80%E5%85%89%E5%B0%88%E6%A5%AD%E4%BA%BA%E6%89%8D>，報導時間：2016 年 4 月 6 日。
- (十八) 經濟部航空產業發展推動小組，取自：<https://www.casid.org.tw/Page.aspx?ID=9e2d07e8-9f61-4e7a-8485-63b5dcd16dda>，報導時間：2018 年 3 月 2 日。。
- (十九) 全球航空市場蓬勃發展、我國航空產業新契機，



- 取 自： <https://www.taiwanjobs.gov.tw/internet/jobwanted/docDetail.aspx?uid=1590&docid=32202>。
- (二十) 2018 全球百大機場排名公布：臺灣桃園機場獲近年最高名次，位居世界第 15! 取自： <https://www.gq.com.tw/life/travel/content-35604.html>，報導時間：2018 年 3 月 23 日。
- (二十一) 行政院，取自： https://www.ey.gov.tw/state/News_Content3.aspx?n=069440033EDFD033&sms=A7FAAF08DFE5A98E&s=6C39C76AE0A0AD8C，報導時間：2018 年 3 月 13 日。
- (二十二) 我國及亞洲主要地區郵輪產業發展政策之評估，取自： <https://www.npf.org.tw/2/18423>，財團法人國政研究報告。
- (二十三) 自由時報，老舊的基隆港，急需點亮郵輪「國門」，取自： <http://news.ltn.com.tw/news/life/paper/1126558>，報導時間：2017 年 8 月 13 日。
- (二十四) 維基百科，取自： <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%89%93%E5%B7%A5%E6%8F%9B%E5%AE%BF>。
- (二十五) 106-108 年重點產業人才供需調查及推估結果摘錄（觀光產業），辦理機關：交通部觀光局；交通部觀光局「觀光產業人才供需調查」研究案結案報告書，主辦單位：交通部觀光局；執行單位：財團法人臺灣地理資訊中心。完成日期：2016 年 11 月 14 日，頁 102-105。
- (二十六) 維基百科，取自： <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%89%93%E5%B7%A5%E6%8F%9B%E5%AE%BF>。

- (二十七) 臺灣需要幾個國際機場，取自：
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20160618000393-260109>，報導時間：2016年6月18日。
- (二十八) 賀天君、顏進儒（2017）。桃園國際機場陸側服務品質屬性與優先改善順序。運輸計劃季刊，46（4）。頁319-342。
- (二十九) 桃園國際機場股份有限公司營運統計，取自：
https://www.taoyuanairport.com.tw/company_ch/facts-and-statistics，發表時間：2017年10月13日。
- (三十) 運輸政策白皮書 - 空運 - 肆、展望篇，頁100-10。
- (三十一) 交通部觀光局，取自：<https://www.taiwan.net.tw/>
- (三十二) 行政院農業委員會，取自：<https://www.coa.gov.tw/>。
- (三十三) 原住民族委員會，取自：<https://www.apc.gov.tw/portal/index.html>
- (三十四) 文化部，取自：<https://www.moc.gov.tw/>
- (三十五) 經濟部，取自：<https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/home/Home.aspx>
- (三十六) 泰國觀光局，取自：<http://www.tattpe.org.tw/Main/Main.aspx>

五、相關書刊與雜誌：

- (一) 李貽鴻（2008）觀光學概論，五南出版社。
- (二) 林燈燦、林利徽（2011）觀光學概論，全國圖書股份有限公司。
- (三) 陳思倫（2007）觀光學 - 從供需觀點解析產業，前程文化事業有限公司。
- (四) 辜樹仁、陳崢詒、林偉妃（2018）。美麗臺灣行，出



- 版地點：天下雜誌 650 期，頁 230。
- (五) 謝明玲、辜樹仁、吳琬瑜 (2018)。美麗臺灣行，出版地點：天下雜誌 650 期，頁 36。
- (六) 謝明玲、辜樹仁、吳琬瑜 (2018)。美麗臺灣行，出版地點：天下雜誌 650 期，頁 29。依序摘錄法國在臺協會主任、日本攝影師熊谷俊之、葉家喜 Joshua Samuel Brwon (Lonely Planet Taiwan 作者) 看法。

附表：各管理處相關基本資料（成立時間、面積、轄管、經營管理主軸、發展定位、願景、未來發展、推動及具體策略）

各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
<p>東北角暨宜蘭海岸國家風景區 【73.6.1，約 17,130 公頃（陸域面積 12,040 公頃、海域面積 4,805 公頃、龜山島面積 285 公頃）】</p>	<p>1. 北起新北市瑞芳區南雅里，南至蘇澳鎮內埤海灘南方岬角，西界於烏石港以北以山稜線為界；烏石港以南則以台 2 線省道往南接台 2 戊及台 9 省道為界，海域為鼻頭角至三貂角連接線及烏石港以南之高潮線向海延伸 200 公尺範圍。 2. 「優質」、「特色」、「智慧」及「永續」觀光是經營管理主軸。</p>	<p>1. 建構「安全、永續、幸福」海岸。 2. 建立「永續、綠色觀光」為發展願景，發展具有永續觀光的景觀風貌、友善便利的旅遊環境、國際魅力之優質的服務、推動智慧觀光等，彰顯東北角暨宜蘭海岸國家風景區鮮明整體特色，以發揮轄內各區自然人文特色。 3. 未來發展遊憩景點，以最適宜規模（環境控管），並由環境條件達到開發建設與自然保育並重雙贏的管理價值，發展綠色交通及多元「行」的體驗。</p>	<p>1. 跨域加值：與新北市政府、宜蘭縣政府、臺鐵、大專院校等策略聯盟，合作創造多元收益。 2. 智慧觀光：透過雲端平台、智慧手機、多媒體及自動化停車管理系統強化遊客服務與管理。 3. 旅人環境：結合產官學動能，為東北角灣澳漁村、宜蘭濱海農漁村及漁港，規劃發展新的旅遊路線及在地產業，提升地方聚落素質。 4. 環教認證：將東北角國際級天然資源透過認證打造國際級魅力軟實力（地質公園、永續旅遊）。 5. 創意行銷：創造優良服務環境及在地創意商品，提升地方產業，加強行銷宣傳。</p>
<p>北海岸及觀音山國家風景區 【91.5.15，面積約 12,351 公頃（陸域面積 7,940 公頃、海域面積 4,411 公頃）】</p>	<p>1. 含觀音山、北部海岸（萬里、金山、石門、三芝、水深 20 公尺等深線） 2. 以「減量原則」、「環境優先」、「國際水準」、「便利遊客」及「維護生</p>	<p>1. 打造北海岸為臺灣皇冠海岸及濱海休閒度假區 2. 建立「幸福北海岸·樂活觀音山」發展願景，營造兼具「生態、安全、人性、友善」之優</p>	<p>1. 觀光設施永續經營：定位各遊憩區之發展特色，加強遊憩服務設施整建，規劃多種主題遊程，以核心景點串連周邊景點，帶動整體觀光發展；同時納</p>



各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
	態」之計畫理念，整合地質景觀、自然生態、人文風貌及海濱風情資源。	質旅遊環境；形塑聚落風貌，展現地域特色，帶動地方觀光產業發展，塑造一個具國際級之觀光遊憩區。 3. 加強地景、地形、海洋、寺廟、遺址等人文資源，以生態、文化規劃為首要策略，公共與景觀設施改善為輔，開創國際觀光誘因；並結合觀光相關產業，引進民間資源，提供觀光旅客優質完善的遊憩服務，創造就業機會與遊憩新風貌。	入智慧觀光概念，即時掌握觀光資源變動。 2. 經管範圍環境整體配套國際化與跨域整合發展：北觀國家風景區擴大經管範圍至基隆市，應妥善規劃及建設相關旅遊服務設施，延伸北海岸遊憩帶。
參山國家風景區【90.2.15，面積約7萬7,521公頃（獅頭山2萬4,221公頃、梨山3萬1,300公頃、八卦山2萬2,000公頃）】	1. 獅頭山、梨山及八卦山等3個風景區。 2. 「安心」、「智慧」、「共享」及「永續」。	1. 獅頭山風景區：「獅頭山國際慢城藝桐來作客」；梨山風景區：「梨山浪漫幸福原味山城」；八卦山風景區：「八卦山環境教育參與體驗小旅行」。 2. 建立「心動參山—愛在參山，愛在旅遊」為各區域發展願景，推展健行登山、文化體驗、溫泉養身、高山度假及自行車綠能運動等活動，發展「朝活獅山」、「慢活南庄」、「舒活谷	參山管理處以「安心」、「智慧」、「共享」及「永續」作為觀光服務宗旨的4大策略。 1. 友善安心環境，依據使用者意見改善無障礙友善環境，導入通用設計，提供貼心服務，關懷多元客群。 2. 善用智慧網路科技，首創高科技旅遊警示、梨山花季即時影像線上看及視訊聯網系統，觀光服務不受地域限制。 3. 整合跨域共享資源，串聯不同運輸業者，

各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
		<p>關」、「森活梨山」、「綠活八卦」等主題，以吸引國內外觀光遊客。</p> <p>3. 整合各風景區特色觀光資源，推動各項觀光遊憩據點建設及公共遊憩服務設施之改善，並落實經營管理以提升整體觀光旅遊服務品質。</p>	<p>打造臺灣好行及梨山幸福巴士，提供偏鄉居民及到訪遊客便捷旅運服務；運用八卦山豐富的自然資源，發展環自然教育生態旅遊；配合客委會推動獅頭山風景區成為浪漫台3線重點珍珠；協同地方政府及社區協會，使南庄鄉成為義大利國際組織認證的慢城之一。</p>
<p>日月潭國家風景區【89.1.24，面積約 18,100 公頃】</p>	<p>1. 南投縣日月潭為中心，北接南港溪，南至濁水溪，東接水社大山及姑姑山，西至集集與名間鄉鎮界。</p> <p>2. 以「高山湖泊」與「多元文化」為2大發展主軸，構成「安全、永續、美觀、富文化氣息之21世紀湖畔休閒度假區」，營造國際友善、便利、舒適與魅力之旅遊環境，以吸引國際旅客。</p>	<p>1. 「高山湖泊」與「多元文化」為2大發展定位。</p> <p>2. 打造臺灣中部觀光發展的樞紐軸心，拓展多元文化與產業，以多樣且豐富的遊憩魅力及完善的旅遊服務，塑造出閃耀波光雲彩的山中明珠寧靜湖，成為21世紀人文湖泊度假遊憩區。</p> <p>3. 提升船遊整體服務機能、健全綠能交通系統、強化深度旅遊與旅客疏導、建構國際及友善旅遊環境並依時序特色整合資源行銷傳播。</p>	<p>1. 觀光亮點建設：完備日月潭低碳亮點服務，推動電動船政策及興建相關配套充電設施等。</p> <p>2. 健全綠能交通系統：配合低碳政策，持續推展電動綠色運具，提升轉運、接駁的公共運輸能量及規劃。</p> <p>3. 強化深度旅遊與遊客疏導：結合周邊遊憩區觀光資源特色等，引導民間參與提升地方觀光遊憩服務。</p> <p>4. 建構國際級友善旅遊環境：體貼無障礙、銀髮族、兩性、幼童、穆斯林等不同族群之設施需求。</p> <p>5. 行銷推廣：規劃日月潭四季主軸活動，</p>



各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
			搭配地方性、常態性特色活動，結合整合性優惠及優質服務。
雲嘉南濱海國家風景區【92.12.24，面積約 87,802 公頃（陸域 37,166 公頃，海域 50,636 公頃）。】	1. 北起雲林縣舊虎尾溪，南至臺南市鹽水溪為界（不包含臺南科技工業區），東以省道台 17 線為界（納入南鯤鯓都市計畫特定區及嘉義縣布袋鎮南日本鹽業株式會社宿舍群），西至海底等深線 20 公尺（不含外傘頂洲以北海域）。 2. 以四湖口湖、東石布袋、北門、將軍七股為四核心發展區	1. 白色雲嘉南。 2. 以白色雲嘉南作為色彩意象行銷，打造雲嘉南濱海地區成為歷史、生態、綠能、樂活的國際級景點，並且強化主要遊憩據點之服務功能，塑造優質旅遊環境；加強國際行銷，吸引國外遊客到訪。 3. 將雲嘉南濱海地區打造為歷史、生態、綠能、樂活的國際級景點。	1. 以四湖口湖（濕地生態教育園區）、布袋東石（觀光漁業休閒區）、北門（魅力觀光小鎮）及七股將軍（鹽鄉樂活度假區）做為四核心發展區域。 2. 結合地方特色資源，如王爺信仰、鹽業文化、濕地動植物生態等，舉辦大型觀光活動，推廣深度旅遊。 3. 辦理產業輔導，包裝行銷當地農漁特產，提升遊憩服務品質。
西拉雅國家風景區【94.11.26，面積約 95,470 公頃】	1. 北起臺南市白河區及嘉義縣大埔、中埔鄉，南至臺南市新化區南界及左鎮區西南界，東至南化區界及台 20 線，西至國道第二高速公路及烏山頭風景區西界。 2. 以「鄉村旅遊」為主軸，以「產業與觀光結合」為核心，主推西拉雅「歡樂、浪漫、繽紛」3 條旅遊線。	1. 打造生態鄉村度假王國。 2. 以「樂活西拉雅」為願景。 3. 發展鄉村旅遊：推展鄉村旅遊活動，整合觀光與產業，產業優化兼顧環境教育，並提升旅遊深度。 4. 國際景點串聯：連結八田與一紀念園區、烏山頭水庫、關子嶺溫泉等景點，推向國際舞臺。 5. 國內景點優化：觀	1. 將各層服務據點建設到位，拓展第四層服務據點。 2. 系統化建設經營行銷北中南三大據點，將尖峰時間景點遊客分流。 3. 辦理產業輔導，建置服務據點、辦理鄉村小旅行。 4. 建立合作開發及公共設施認養及設施委外經營。 5. 強化「臺灣好行」、「臺灣觀巴」，及協調輔導地方自主提供接駁。

各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
		<p>光升級、景點優化及亮點化，透過建設妝點及話題行銷，將國內景點優化。</p> <p>6. 行銷「溫泉、水庫、產業、文化」4大類環境元素及觀光亮點，讓遊客都能體驗到繽紛、浪漫、歡樂的鄉村旅遊特氛圍。</p>	
<p>阿里山國家風景區【90.7.23，面積約41,520公頃】</p>	<p>1. 嘉義縣梅山、竹崎、番路及阿里山鄉之部分行政轄區。</p> <p>2. 提升阿里山整體旅遊環境品質，建設阿里山為「安全、樂活、生態、永續的國際觀光度假區」。</p>	<p>1. 自然、生態、文化、永續的國際觀光度假區。</p> <p>2. 原住民文化觀光，形塑「高山青、潤水藍」的鄒族原鄉意境為願景，打造阿里山成為「臺ONE樂活山林度假區」，營造優質旅遊環境與多樣性遊憩空間，深化旅遊內涵與遊憩服務品質，促進觀光產業發展，提升整體觀光效益。推動「資源永續、旅遊生態、產業文化」三大觀光主軸。</p> <p>3. 規劃多元主題遊程，提供精緻、高品質的旅遊服務；發展在地、優質的特色產品，鼓勵民間投資觀光產業。</p>	<p>1. 擬定「入口、延時、分流、融合」發展策略，推動整體觀光發展。</p> <p>(1) 「入口」打造阿里山入口門戶並強化旅遊服務功能。</p> <p>(2) 「延時」營造臺18線旅遊路廊並延長遊客駐留時間。</p> <p>(3) 「分流」串連旅遊路線並提供多元主題遊程。</p> <p>(4) 「融合」鄰近地區之觀光資源並帶動觀光旅遊熱潮。</p> <p>2. 資源永續經營及提升服務接待能量，營造優質旅遊環境。</p> <p>3. 深化旅遊內涵，建立品牌特色，提升觀光遊憩魅力。</p>



各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
<p>茂林國家風景區【90.10.2，面積約 59,800 公頃】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 北界 - 玉山國家公園、東界 - 中央山脈西麓、西界 - 十八羅漢山、南界 - 瑪家鄉涼山村。 持續推動社區部落觀光環境，發展原住民部落深度生態人文旅遊，積極開發在地特色產品及輔導觀光業者經營，並提供便捷交通接駁服務，營造旅遊安全。 	<ol style="list-style-type: none"> 維護自然地質資源及生態環境，發揚原民文化節慶活動，致力產業推廣。 災後在「山林復育休養、人與自然共生共榮」前提下蛻變重生，以打造「南臺灣綠色生態旅遊及原住民文化體驗場域」為發展願景，建構茂林國家風景區成為「生態及文化多元性」之國際觀光形象，成為高屏山麓 - 地理旅遊與部落慢城的綠色休閒勝地。 發展生態旅遊、部落體驗及原住民文化之旅。 	<ol style="list-style-type: none"> 荖濃系統朝體驗地理旅遊之方向發展，以山域景觀及地質生態為發展主題。 屏北系統以部落慢城為發展概念，導入國際慢城理念，將原住民多元文化與特色工藝揉合於生活氛圍中，發展慢食慢遊的旅遊型態。 營造新威茂林遊憩廊道、六龜及寶來不老溫泉廊道及屏北、賽嘉原鄉遊憩廊道。 藉由國際交流及行銷，把轄內生態及原住民文化發揚及提升國際能見度。
<p>大鵬灣國家風景區【86.11.18，面積約 2,764.23 公頃 (大鵬灣：1,438.4 公頃，小琉球：1,325.8 公頃)】</p>	<ol style="list-style-type: none"> 包含大鵬灣及小琉球。 開發大鵬灣為具國際水準之水域型觀光度假區，以豐富多樣的水上遊憩活動並結合陸域、海域活動，往南串聯墾丁國家公園自然生態景觀、四重溪溫泉及恆春古城歷史文化史蹟等魅力景點，營造為臺灣具有熱帶風情之海岸觀光度假帶。 	<ol style="list-style-type: none"> 營造熱帶風情之海岸觀光度假帶，建置國際級船舶水上活動度假勝地，成為珊瑚礁生態學習島。 以「悠遊大鵬灣、慢活小琉球」為發展願景，並形成國際觀光品牌。 以開發遊艇水上活動及多樣化觀光遊憩為主，以滿足國民旅遊及國際觀光需求，發展成為陸、海、空 3D 旅遊之國際型船舶水上活動度假區。 	<ol style="list-style-type: none"> 積極開創具有國際魅力之旅遊系統，依環境及景點資源特性，串聯四重溪、墾丁地區各景點，以恆春半島旅遊線之概念，結合民間觀光產業，共同行銷，改善遊憩環境及設施、強化旅遊內涵等，提供優質服務品質。 推動生態學習島慢活優質旅遊，落實悠遊大鵬灣、慢活小琉球的計畫目標。

各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
<p>東部海岸國家風景區【77.6.1，面積約 41,483 公頃(陸域面積 25,799 公頃、海域面積 15,684 公頃)】</p>	<p>1. 北起花蓮溪口，南迄小野柳風景特定區，東至海平面 20 公尺等深線，西達台 11 線公路目視所及第一條山稜線，另包括秀姑巒溪瑞穗以下泛舟河段及綠島。 2. 主要為旅遊安全維護、環境清潔維護、資源保育及遊樂業者管理等工作。</p>	<p>1. 從「量的增加」到「質的改進」；從「滿足吃喝玩樂旅遊模式」到「滿足養生養性、慢活品味、生態觀察、文化體驗的黃金品質服務之旅」。 2. 輕旅南島風·湛藍東海岸-追求「樸真成長」，心靈、藝術與慢活的低碳生態旅遊地。 3. 推動東部海岸四大主軸觀光產業發展，打造國家風景區為慢遊、樂活、低碳之觀光旅遊天地；建構優質、安全之遊憩環境及服務；促進民間投資，帶動地方觀光產業發展繁榮區域經濟。</p>	<p>1. 經濟面向：擴大觀光與文化整合、發展在地新興產業。 2. 社會面向：加強在地人才培育、鼓勵青壯年返鄉與人才東移、促進多元族群共榮、提供完善服務設施。 3. 環境面向：維護生態多樣性、強化災害監測及防治系統、協助推動生態城鄉、綠色人本交通運輸網。 4. 原住民族面向：推動原住民族特色產業、促進部落發展、增進原住民族地區土地合理運用。</p>
<p>花東縱谷國家風景區【86.5.1，面積約 13 萬 8,368 公頃】</p>	<p>1. 北起花蓮木瓜溪南側，南迄臺東市都市計畫區以北(即卑南溪南側以北)，東臨海岸山脈台 9 線目視所及第一條山陵線，西至中央山脈台 9 線目視所及第一條山陵線，涵蓋花蓮縣境之秀林鄉、壽豐鄉、鳳林鎮、光復鄉、萬榮鄉、瑞穗鄉、卓溪鄉、玉里鎮、富里鄉，以及</p>	<p>1. 「宜居宜遊的國際觀光度假勝地」。 2. 形塑花東縱谷為「宜居宜遊的國際觀光度假勝地」，營造觀光友善旅遊環境，讓遊客享受自在慢活、慢遊或深度旅遊。建構花東優質景觀路廊及營造友善旅遊環境，形塑重要門戶及據點入口意象，提升旅遊服務品質。</p>	<p>1. 低碳旅遊環境整備：持續推展自行車等綠色運具政策、建置步道暨自行車道、結合綠建築設計概念等。 2. 無障礙友善旅遊空間營造：營造無障礙的旅遊空間，讓輪椅族及樂齡族享受輕鬆安全的旅遊環境。 3. 發展淡季旅遊，永續經營觀光遊憩：加強遊憩服務設施</p>



各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
	<p>臺東縣轄之池上鄉、關山鎮、鹿野鄉、海端鄉、卑南鄉、延平鄉等 15 個鄉鎮（不包括 9 處都市計畫區及東華大學特定區）；南北長逾 158 公里，總面積達 13 萬 8,368 公頃。</p> <p>2. 打造花東縱谷地區成為具國際水準之水、陸、空多元遊憩活動景點及觀光度假之慢遊樂活勝地；營造雙鐵低碳旅遊為品牌形象，建構友善自行車旅遊環境；結合在地產業及自然文化資源，推廣生態旅遊、部落深度旅遊，整體行銷縱谷觀光休閒產業。</p>	<p>3. 秉持觀光景點「永續經營」的理念，兼顧軟、硬體建設需求，在硬體建設的同時，即將後續經營管理等需求納入考量，加強觀光景點後續養護及設施零星修護等經營管理工作，並持續推辦深度旅遊（生態地景、部落人文、雙鐵低碳、溫泉養生、運動休閒）等主題體驗旅遊活動，打造花東縱谷特有的旅遊品牌。</p>	<p>整建並規劃多種主題遊程，促進淡季旅遊。</p> <p>4. 推行花東產業六級化發展：以環境優先、特色導向，整合發展、利潤共享為規劃方向，以保存自然人文資源、運用在地特色優勢、解決產業發展困境及創造利潤共享為原則，創造跨域加值合作之契機。</p> <p>5. 部落觀光：協助改善部落環境及美化，營造良善旅遊環境外，加強產業輔導及解說人才培育，藉由體驗經濟將原民元素帶入遊程規劃，促進經濟發展。</p>
<p>馬祖國家風景區【88.11.26，總面約 25,052 公頃（陸域 2,960 公頃、水域 22,100 公頃）】</p>	<p>1. 連江縣全域（處本部、北竿管理站、莒光管理站、東引管理站）。</p> <p>2. 南竿北海遊憩區、媽祖宗教園區；北竿坂里午沙遊憩區、戰爭和平紀念園區、芹壁聚落保存區；莒光福正大埔聚落保存區、大埔石刻、東莒燈塔；東引安東坑道、東引燈塔、國之北疆、三山據點等。</p>	<p>1. 確立觀光定位及行銷、建設主軸，逐年推動辦理各項重點工作，並結合產、官界力量，並促進民間共同參與觀光發展，最終達到觀光資源永續經營。</p> <p>2. 以「國際島嶼、幸福馬祖」為發展願景，並延續既有政策，發展特色及生態旅遊，打造具「生態景觀、軍事體驗、慢活度假、</p>	<p>1. 確立觀光定位及行銷、建設主軸：透過環境資源調查，評估分析各項自然人文觀光資源等基礎調查，確立 5 大行銷主題（媽祖宗教文化、生態賞鷗、樂活新樂園、戰士重返榮耀、戰地密碼）、4 大重點觀光區建設（北竿坂里至午沙遊憩區、戰爭和平紀念公園、南竿北海遊憩區、媽祖宗教園區）、開拓</p>

各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
		宗教禪修」觀光吸引力之離島觀光重鎮。 3. 發展具附加價值、精緻化觀光旅遊(如生態旅遊、地質旅遊)。	新興市場。 2. 逐年推動各項重點工作，如行銷推廣、開發建設、軍事營區活化再利用、傳統建築聚落保存。 3. 結合產、官界力量，並促進民間共同參與觀光發展。
澎湖國家風景區【84.7.1，面積約 73,202 公頃(陸域約 11,004 公頃、海域約 62,198 公頃)】	1. 澎湖縣各島嶼及等深線 20 公尺水域。 2. 建立觀光意象、引進國際品牌度假村或旅館專業團隊投入，拓展澎湖觀光客打開國外市場；推動澎湖觀光亮點運用風景區內具有軍事史蹟之營區；賡續興建中屯風力園區遊憩服務設施，塑造成為風的故鄉，成為度假旅遊勝地。	1. 「世界最美麗海灣」之國際觀光度假島嶼。 2. 以「世界最美麗海灣」之國際觀光度假島嶼為發展願景，打造澎湖具有清新亮麗的整體景觀風貌、友善便利的旅遊環境、國際化優質的旅遊服務品質、碧海藍天、自然悠閒之國際觀光度假島嶼。 3. 利用當地資源發展觀光遊憩活動，可促進澎湖地區經濟再發展，提昇產業附加價值，亦可疏解國內旅遊需求。	1. 加速公共設施建設並整建全區各遊憩據點，以據點式細部規劃及系統性整體分析規劃設計。 2. 配合旅遊市場需求，規劃發展環境教育場域、活化碼頭設施並推展海洋觀光。 3. 以「套裝式」理念，規劃全方位之遊程活動，擴大市場效益，透過多元遊程規劃，達到旅客分流目的，降低重要景點承載量過度集中之衝擊。 4. 推動智慧觀光，以「完備旅遊季節無縫隙」為主軸策略，形塑旅遊無縫隙體驗，以落實「創造友善安全的旅遊環境」為目標，透過相關網站(官網、社群)提供即時旅遊資訊，並與澎湖縣政府、船運公司合作，規劃推出「澎湖好



各管理處成立時間及面積	轄管及經營管理主軸	定位、願景及未來發展	推動及具體策略
			玩卡」，整合熱門景點旅遊資訊、優惠訊息及觀光交通套票。

註：日期格式：年.月.日

資料來源：本院據觀光局函復資料彙製。

附錄、本案履勘工作紀要

附錄 1-1 第 1 次履勘紀錄重點

- 一、時間：107 年 4 月 27 日（星期五）
- 二、地點及履勘範圍：金山與野柳遊客中心、北海岸暨觀音山管理處。
- 三、與會機關出席人員
 - (一) 觀光局：局長周永暉暨相關主管人員。
 - (二) 北海岸暨觀音山管理處：處長張振乾暨相關主管人員。
- 四、與會機關簡報大綱
 - (一) 國內外觀光發展情勢分析。
 - (二) 我國觀光產業發展方向與整體推動策略。
 - (三) 新南向政策相關配套措施。
 - (四) 遭遇困難與建議解決方向。
- 五、現場履勘照片



- 照片 1 本院調查委員履勘獅頭山公園暨現地聽取簡報（入口景觀改善工程 - 規劃設計構思。1. 調整入口配置及意象改以地景式指標取代高聳燭台雙嶼標誌。2. 水泥涵管保留再利用，結合現有地形以通用設計規劃入口左側動線景觀）。



照片 2 本院調查委員履勘野柳風景特定區。



照片 3 野柳風景特定區警示標誌（使用 4 種語言：中文、英文、日文、韓文）。



照片 4 野柳風景特定區警示標誌



照片 5 野柳石光 夜訪女王（夜間活動 Nighttime Evens）所需燈光設備。



照片 6 野柳地質公園園區內之相關指示標誌（使用 4 種語言：中文、英文、日文、韓文）

附錄 1-2 第 2 次履勘紀錄重點

- 一、時間：107 年 5 月 21 日至 22 日（星期一、二）
- 二、地點及履勘範圍：馬祖南竿與北竿、馬祖國家風景區管理處。
- 三、與會機關出席人員
 - (一) 觀光局：副局長張錫聰暨相關主管人員。
 - (二) 馬祖管理處：處長廖源隆暨相關主管人員。
 - (三) 連江縣政府：交通旅遊局秘書曹正瑞暨相關主管人員。
 - (四) 北竿鄉公所：鄉長陳如嵐暨相關主管人員。
- 四、與會機關簡報大綱
 - (一) 馬祖地區交通概況觀光分析。
 - (二) 交通網絡與景點結合情形。
 - (三) 提升當地觀光產值策略。
 - (四) Tourism 2020 臺灣永續觀光策略。
- 五、現場實況照片



照片 7 本案調查委員聽取簡報與委員發言情形



照片 8 本案調查委員履勘大漢據點建設與現況（位於南竿南方的鐵板海岸線上，控制莒光方向水道，戰略地位相當重要。民國 64 年，國軍基於作戰任務需要，由當時陸軍登步部隊官兵弟兄不分晝夜輪流施工；因當時設備簡陋，除用炸藥爆破外，其餘均靠人力一寸一土挖掘而成）。



照片 9 本案調查委員履勘北竿遊客中心建設與現況（提供摺頁索取、旅遊諮詢，還能欣賞以北竿聚落為主題拍攝的介紹影片，以便迅速補充北竿的觀光訊息）。



照片 10 本案調查委員履勘北海坑道建設與現況（民國 57 年，為戰略需要而開始「北海計畫」在馬祖地區開鑿了不少「地下碼頭」，專供游擊戰艇停泊使用，如今在軍方釋出之後，成為馬祖地區特殊的「戰地景觀」）



照片 11 本案調查委員與觀光局、地方政府、業者座談情形



附錄 1-3 第 3 次履勘紀錄重點

- 一、時間：107 年 6 月 14 日至 15 日（星期四、五）
- 二、地點及履勘範圍：日月潭國家風景區管理處、向山遊客中心。
- 三、與會機關出席人員
 - (一) 觀光局：局長周永暉暨相關主管人員。
 - (二) 日月潭管理處：課長林洋廣暨相關主管人員。
 - (三) 南投縣政府：副縣長陳正昇暨相關主管人員。
 - (四) 其他機關：行政院農業委員會南投林區管理處與茶業改良場魚池分場、交通部公路總局第二區養護工程處、交通部臺灣鐵路管理局臺中運務段、臺灣電力股份有限公司大觀發電廠。
 - (五) 南投縣鄉公所：水里、魚池、埔里、集集。
- 四、與會機關簡報大綱
 - (一) 日月潭國家風景區簡介。
 - (二) 轄區交通網絡與景點串聯情形。
 - (三) 日管處提升觀光產值作為。
 - (四) 遊客與觀光產值分析。
- 五、現場實況照片



照片 12 本案調查委員聽取簡報與委員發言情形



照片 13 本案調查委員履勘涵碧通用步道建置及維護管理情形



照片 14 本院調查委員搭乘電動船現場履勘日月潭水域建設現況及水上觀光情形(含水社、玄光碼頭亮點建設、拉魯島浮排整建情形)。



照片 15 本院調查委員履勘及體驗向山自行車道建置及維護管理現況



照片 16 搭乘電動船獲日月潭管理處 105 年補助 (內容包含主要尺寸、交船日、船東、承造廠商、電話等資訊)



照片 17 搭乘電動船有無障礙空間與區域



照片 18 水社碼頭設有公告日月潭水域遊憩活動注意事項。



附錄 1-4 第 4 次履勘紀錄重點

一、時間：107 年 7 月 16 日至 18 日（星期一、二、三）

二、地點及履勘範圍

三、與會機關出席人員

(一) 觀光局：副局長張錫聰暨相關主管人員。

(二) 東部海岸國家風景區管理處：處長洪東濤暨相關主管人員。

(三) 臺東縣政府：副處長王國政暨相關主管人員。

(四) 臺東縣與花蓮縣鄉（鎮）公所：卑南、成功、豐濱、綠島。

(五) 團體與協會：漁會（臺東縣新港區、臺東區）、農會（花蓮縣、花蓮市、吉安鄉、壽豐鄉、光豐地區、瑞穗鄉、臺東縣、臺東地區、成功鎮、東河鄉）、同業工會（臺東旅館、臺東旅行、花蓮縣旅行、花蓮縣旅館）、協會（團體）【花蓮縣觀光協會、臺東休閒旅遊協會、臺東民宿協會、臺東縣觀光協會、臺東知本溫泉觀光發展促進協會、花蓮縣生態文化休閒創意產業永續發展協會、花蓮縣加路蘭撒奇萊雅文化及教育推廣協會、花蓮縣豐濱鄉新社社區發展協會（巴特虹岸飛魚小組）、花蓮縣奇美部落文化發展協會、比西里岸創意工坊、臺東縣原住民各部融岸文化教育促進、臺東縣東河鄉瑪洛阿瀧文化發展協會、阿美部落文化藝術工作團】。

四、與會機關簡報大綱

(一) 東部海岸國家風景區簡介。

(二) 轄區交通網絡與景點串聯情形。

(三) 本處提升觀光產值作法。

(四) 遊客與觀光產值分析。

(五) 未來努力方向。

五、現場實況照片



照片 19 本案調查委員履勘八仙洞



照片 20 本案調查委員履勘靜浦部落生態體驗教室（靜浦部落擁有豐富的出海口資源，早期部落人以傳統工法捕撈技術一直傳承到現在，延伸現在的生態遊程，包括划膠筏、射箭、八卦網、浪花蟹，藉由這些遊程不只讓遊客瞭解部落生態，亦可傳承老人家的生活智慧）。



照片 21 本案調查委員履勘靜浦部落說明部落觀光建設、軟硬體發展情形。



照片 22 本案調查委員履勘鯊魚博物館，海洋環境保育重視（將倉庫改建成臺灣第1鯊魚博物館，免費展示收藏40多種鯊魚牙齒、標本及過去獵捕殺的文化及故事，提供民眾免費參觀）。



照片 23 本案調查委員聽取簡報與委員發言情形。



附錄 1-5 第 5 次履勘紀錄重點

一、時間：107 年 8 月 20 日至 22 日（星期一、二、三）

二、地點及履勘範圍

三、與會機關出席人員

(一) 觀光局：主秘林坤源暨相關主管人員。

(二) 茂林國家風景區管理處：處長簡慶發暨相關主管人員。

(三) 高雄市政府：副局長吳明昌暨相關主管人員。

(四) 屏東縣政府：觀光處、城鄉處、原民處科長暨相關人員。

(五) 屏東各鄉公所：三地門、霧台鄉、瑪家鄉。

(六) 臺灣港務公司：總經理郭添貴暨相關主管人員。

(七) 團體與協會：協會（團體）【竹林休閒農業發展協會、六龜觀光休閒協會、東高雄產業聯盟、臺灣魯凱族產業發展協會、屏東縣原鄉藝文產業聯盟推廣協會】。

四、與會機關簡報大綱

(一) 茂林國家風景區簡介。

(二) 轄區交通網絡與景點串聯情形。

(三) 提升觀光產值作為。

(四) 遊客與觀光產值分析。

(五) 屏北地區交通網絡與景點串聯情形。

(六) 屏北地區部落觀光提升作為。

(七) 郵輪市場概況與我國郵輪港群定位。

(八) 全球郵輪發展趨勢。

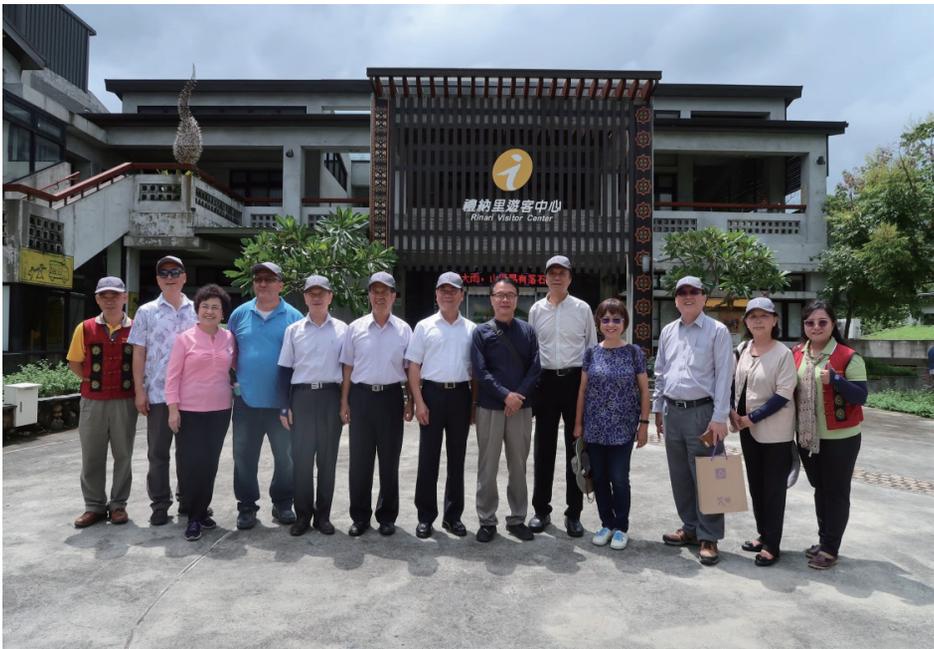
(九) 交通部觀光局推動策略與港務公司業務推動作為。

(十) 結語。

五、現場實況照片



照片 24 本案調查委員聽取簡報與委員發言情形。



照片 25 本案調查委員履勘禮納里遊客中心（館內設有無障礙旅遊諮詢服務櫃檯、多媒體室、哺乳室、漂書站以及智慧型設備充電等服務設施，及到此遊訪必停下腳步換裝拍照之排灣族原民服飾體驗活動。）



照片 26 本案調查委員履勘禮納里-脫鞋子部落（瑪家鄉相鄰三地門鄉與霧台鄉，98 年莫拉克風災造成這三鄉重大災情，爰政府將此三村災民遷至瑪家農場安置，由世界展望會來援建瑪家農場永久屋興建，經部落與各界討論，命名為「禮納里 Rinari 部落」，意為「我們一起走，大家一起往那兒去的地方」）。



照片 27 本院調查委員履勘臺灣原住民族文化園區



照片 28 本案調查委員欣賞娜麓樂舞劇團。



照片 29 本案調查委員聽取簡報與委員發言情形。



照片 30 本案調查委員搭乘郵輪，港務公司說明我國郵輪市場與港群定位、業務推動作為。

附錄 1-6 出國考察紀錄重點

- 一、時間：107 年 9 月 26 日（星期五）至 10 月 1 日（星期一）
- 二、地點：泰國曼谷地區。
- 三、考察泰國機關（機構）：駐泰國臺北經濟文化辦事處，並拜會及考察內政部社區發展廳、OTOP 專案產品展區、泰國創意設計中心、河城藝術古董中心、泰國觀光局。
- 四、本案相關各機關（機構）之考察目的及介紹

（一）考察目的

- 1、瞭解泰國 OTOP 政策、推廣歷程、具體作法暨相關成效。
- 2、瞭解泰國交通網絡串連之具體作法及成效。
- 3、瞭解泰國推廣觀光現況暨提升觀光之深度或品質之經驗與心得。

（二）機關（構）介紹與考察議題

1、中華民國駐泰國臺北經濟文化辦事處

(1)介紹：泰國於 1975 年 7 月 1 日與中國建交，我國於同日中止與泰國之外交關係，並撤回駐泰大使館及領事館。臺泰斷交後，為維持與泰國之實質關係，經與泰方達成協議，臺泰分別在曼谷及臺北設立辦事處。我駐泰新機構「華航代表辦事處」於 1975 年 9 月 10 日在曼谷成立，1980 年 2 月 14 日易名為「駐泰國遠東商務處」，1991 年 9 月復易名為「駐泰國臺北經濟貿易中心」，1992 年 5 月 26 日復易名為「駐泰國臺北經濟貿易辦事處」，1999 年 8 月 23 日再度易名為現在之「駐泰國臺北經濟文化辦事處」。

(2)考察議題：

〈1〉我國與泰國（下稱臺泰）觀光行銷暨政府



與民間推廣情形。

- 〈2〉政府重點施政與推動新南向觀光情形。
- 〈3〉臺泰觀光近年旅遊人次與觀光產值。
- 〈4〉臺泰航空班次與航點分布情形。
- 〈5〉我國免簽證優惠之可行性與可能性
- 〈6〉泰國著名景點與交通網絡（海、陸、空）串連情形。
- 〈7〉其他可供我國借鏡或參考之處。

2、內政部社區發展廳（官方，類似我國：經濟部中小企業處）、泰國政府 OTOP 專案產品展區

(1)介紹：政策擬定由內政部社區發展廳，該廳廳長阿披察認為：「地方民間智慧的產品應加以傳承和發揚，因此要鼓勵更多的年輕人、OTOP 經營商的後代要對繼承地方 OTOP、民間智慧產品的事業抱有熱情，將這個事業當做一個職業、一個收入來源加以經營，讓 OTOP 發展更加發揚光大」；另執行面由商業部商業發展廳長坤拉妮表示：「一鎮一特產精選（OTOP Select）」進駐曼谷素汪納普機場（曼谷機場）、普吉國際機場（泰國普吉島北部的機場）銷售長達4年時間，為泰國商業業者帶來超過3億銖收入。該廳為繼續推廣 OTOP 特產，從2018年4月10日起與泰國機場管理公司合作在機場開設 OTOP 精選店。OTOP 專案產品展區為泰國規模最大並最成功一鄉一產 OTOP 展區，可欣賞本地村民的特色產品生產線及銷售方式。此展區目前已成為緬甸、越南、柬埔寨的學習對象。

(2)考察議題：

- 〈1〉工作職掌簡介。
 - 〈2〉近年推廣 OTOP 政策、願景與目標。
 - 〈3〉近年推展 OTOP 策略與成效。
 - 〈4〉近年 OTOP 產業結構變化與影響。
 - 〈5〉近年泰國 OTOP 產品外銷情形 (品項及出口總值)。
 - 〈6〉OTOP 安全與品質之相關驗證制度。
 - 〈7〉近年 OTOP 產值、產量及行銷通路、進駐機場暨經驗與心得。
 - 〈8〉近年 OTOP 通路改善整體方案之推動情形及成效。
 - 〈9〉近年參與公私合作 (Public and Private Partnership, PPP) 計畫、政府運銷計畫之經費、執行內容及成效。
 - 〈10〉其他可供我國借鏡或參考之處。
- 3、文化加值產業推廣單位 - 泰國創意設計中心 (Thailand Creative&Design Center, TCDC) (半官方)
- (1)介紹：1997 年金融風暴重創泰國經濟，大量外國投資者撤資，國內產量無法提升。面臨此嚴峻挑戰，泰國政府重新思考如何轉型。為改變過去以代工為主的經濟模式，加強產品的競爭力及生產力，2005 年 11 月在前泰國總理塔克辛的政策下，政府出資成立泰國創意及設計中心，直隸於總理辦公室，試圖以社會教育的方式，提升國民設計意識，重新為泰國經濟注入新的活力。泰國政府希望泰國創意設計中心扮演為社會提供廣泛資源和服務平台的角色，透過研究、創意與執行，激



發社會整體創新思維，以促進全國各區域的創新產業，進而帶動泰國經濟發展。

(2)考察議題：

- 〈1〉組織架構及工作職掌簡介。
- 〈2〉近年推廣政策、目標及成效。
- 〈3〉泰國創意設計中心中心之功能、發展策略、近年營運狀況。
- 〈4〉近年參與公私合作 (Public and Private Partnership, PPP) 計畫、政府運銷計畫之經費、執行內容及成效。
- 〈5〉瞭解泰國產業創新與設計發展趨勢與跨界合作，作為我國文創與產業鏈結之參考。
- 〈6〉其他可供我國借鏡或參考之處。

4、曼谷河城藝術古董中心（機構）：以藝術、古董、生活、購物、美食為主軸的曼谷河城藝術古董中心 (River City Bangkok, RCB) 坐落於昭披耶河河畔，閃爍著耀眼光芒。擁有 32 年歷史的曼谷河城藝術古董中心 (River City Bangkok, RCB)，不但是曼谷第一座在昭披耶河河畔的購物中心，也是曼谷文化、藝術、古董的源頭。這座古董藝術文化的殿堂注入嶄新生命力的幕後推手，正是曼谷河城藝術古董中心的第 5 任董事總經理 Linda S. Cheng，有別有前 4 任泰國男性，她以首位外國女性之姿執掌。對 Linda 而言，接下這份挑戰的背後有著更深遠的意義與重任。

5、泰國觀光局（官方）

- (1)介紹：1960 年，泰國政府為了發展觀光而成立的泰國旅遊組織 (The Tourism Organization of

Thailand,TOT)，一開始扮演著先驅者的角色，規劃泰國觀光業往後的發展方向；但隨著總理沙立（SaritThanarat, 1958-1963）下台以及越戰爆發，政府對於觀光業的重視與熱情出現退卻，反而是民間部門主導了這時期泰國的觀光業發展，為泰國觀光業往後的發展打下了良好的基礎。1975年，越戰結束，對泰國觀光業來說反而是一個重要轉捩點。1970年代，國際組織開始強調觀光業對於經濟發展的重要性，泰國政府也在世界銀行（World Bank）的建議之下，配合越戰時期留下的觀光軟硬體設施，大力發展觀光業。泰國政府首先在1975年開始規劃第一次的國家觀光發展計畫（National Plan on Tourist Development,1977-1981），提供政府與民間部門相關的政策指導，共同促進觀光業的發展，並在1977年將觀光業納入國家經濟與社會發展計畫（National Economic and Social Development Plan, NESDP）之中，最後則於1979年將泰國旅遊組織升格為泰國觀光局（Tourism Authority of Thailand,TAT）。

(2)考察議題：

- 〈1〉泰國政府觀光局之簡介。
- 〈2〉泰國觀光施政重點、願景與目標。
- 〈3〉我國與泰國（下稱臺泰）觀光行銷暨政府與民間推廣情形。
- 〈4〉臺泰觀光近年旅遊人次與觀光產值。
- 〈5〉臺泰航空班次與航點分布情形。
- 〈6〉我國免簽證優惠之可行性與可能性



- 〈7〉 泰國著名景點與交通網絡（海、陸、空）串連情形。
- 〈8〉 近年來對於推展觀光旅遊之重點與方式、具體成效、經驗與心得。
- 〈9〉 其他可供我國借鏡或參考之處。

五、現場實況照片



照片 31 本院調查委員與外館大使童振源討論臺泰觀光發展



照片 32 本院調查委員贈與外交部大使童振源監察院銅盤並合影。



照片 33 本院調查委員考察內政部社區發展廳，瞭解 OTOP 權責分工、執行現況、發展歷程等情形可供我國借鏡之處。



照片 34 本院調查委員考察 OTOP 專案產品專區，展區執行長 K.Nong 簡報與影片說明 OTOP 展區情形。



照片 35 本院調查委員考察 OTOP 專案產品專區，該展區為泰國規模最大並最成功一鄉一產 OTOP 展區，可欣賞本地村民特色產品生產線及銷售方式，此展區目前己成為緬甸、越南、柬埔寨的學習對象。



照片 36 本院調查委員考察 OTOP 專案產品專區後合影。



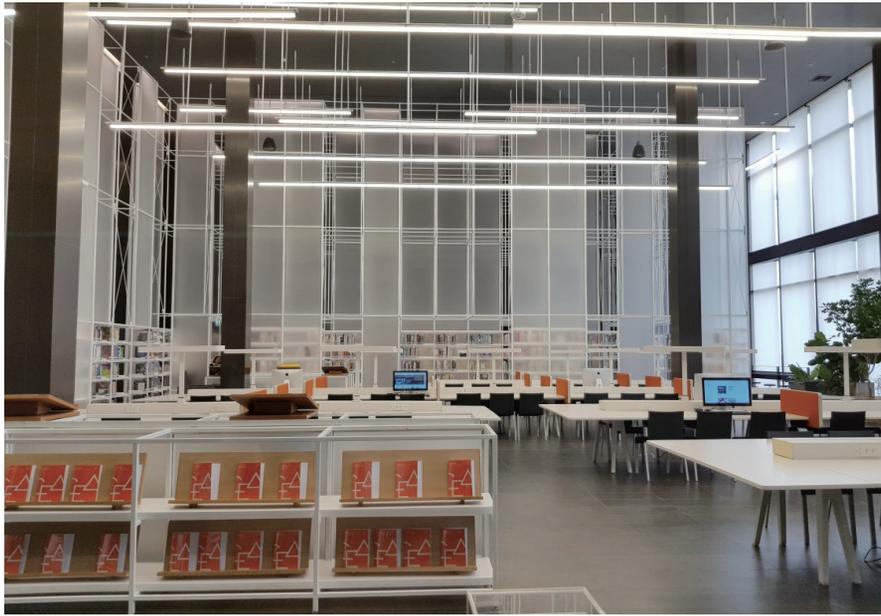
照片 37 本院調查委員考察泰國創意設計中心（TCDC），該中心目的是協助曼谷當地的設計師建立品牌並與世界接軌，因此賣店放置展售當地設計選品，讓設計師透過此管道媒合並與世界接軌。



照片 38 本院調查委員考察泰國創意設計中心（TCDC）後合影。



照片 39 泰國創意設計中心（TCDC）與材料諮詢公司（Material ConneXion）聯手打造亞洲最大材料圖書館（Material & Design Innovation Center），現場展示 2,000 多種材料樣本及線上資料庫，該樣本有 QR CODE 可即時與商家聯繫，締造材料商、設計師、品牌生產三方的合作鏈結，打開在地設計品牌的發展契機。



照片 40 現場藏有 18,000 本藝術與設計書籍，透過書架上的 iPad 就可檢索書目。



照片 41 展區設有文創小物，並設有 QR CODE 可即時出現商家聯繫，透過展區讓國內外設計師作品有機會曝光。



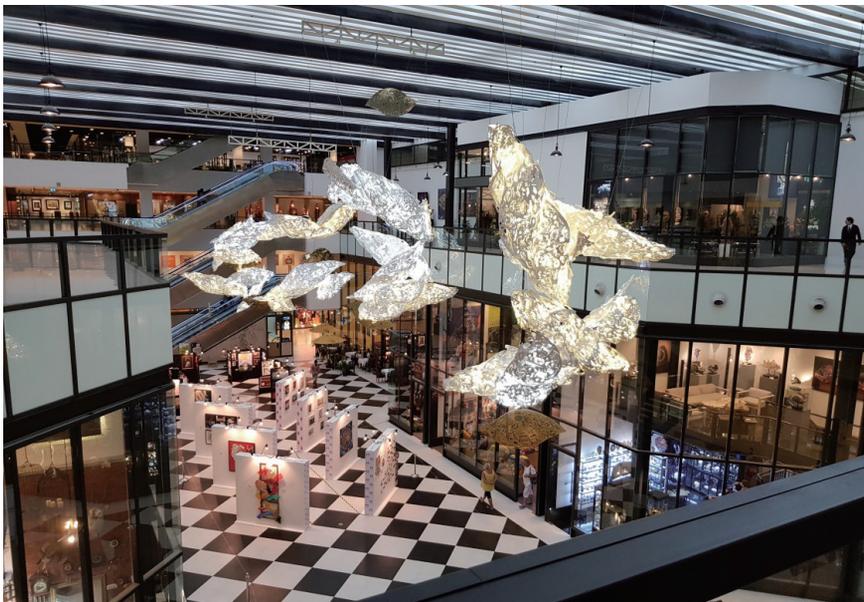
照片 42 本院調查委員贈與泰國創意設計中心（TCDC）接待人員本院郵冊並合影。



照片 43 本院調查委員考察曼谷河城藝術古董中心，由來自臺灣董事總經理 Linda S. Cheng 接待，首位外國女性之姿執掌，Linda 的座右銘「擁抱改變 (Embrace change)」，張開雙臂，以開放的心態去迎接、擁抱每一個新的變化，才能歷久彌新。



照片 44 本院調查委員考察古董拍賣會場地，1985 年起匯聚來自世界各地珍寶，榮登東南亞最大的古董集散地。每月定期舉辦古董拍賣會，不但獲得文物推廣與宣傳協會的認可，更是各界收藏家、鑑賞師及同好者必訪之地。



照片 45 大廳使用黑白相間的菱格紋地板，天花板上高掛著當代雕塑作品。大廳中央不定期陳列有視覺藝術品特展或針對特殊節慶所舉辦的音樂或舞蹈表演活動，旁邊則以餐廳、傢俱、傢飾店和藥妝店為主。



照片 46 本院調查委員考察曼谷河城藝術古董中心，該中心結合當代藝術與古美術的精品，除一般購物中心所包括餐廳、傢俱、傢飾店和一家藥妝店外，同時匯聚有古董店、畫廊、藝術創作空間、會展空間及一家曼谷頂尖的拍賣公司，本院調查委員考察後贈與本院郵冊。



照片 47 本院調查委員考察曼谷河城藝術古董中心合影。



照片 48 本院調查委員考察泰國觀光郵輪後合影。



照片 49 本院調查委員考察觀光郵輪（Wonderful pearl），船上備有美食與表演，途中經過泰國地標。



照片 50 水上市場是泰國特色，利用船舶作為一種觀光交通工具，本院調查委員考察大林江水上市場，位於昭披耶河岸邊，導遊介紹泰國人文風情，在運河上兜售產品，沿途欣賞泰式水上建築，遊客乘著小舟享受此地特有市場風情。



照片 51 本院調查委員考察泰國觀光局聽取簡報，是泰國觀光行銷和推廣組織，在泰國經濟推動面發揮重要作用，該局提供政府與民間部門相關政策指導，共同促進觀光業的發展。



照片 52 本院調查委員考察泰國觀光局後合影。

Main Marketing & Promotion Campaign

1987 Visit Thailand Year



照片 53 泰國觀光局主要行銷與推廣，1987 年為 Visit Thailand Year 如圖所示。



照片 54 泰國觀光局主要行銷與推廣，1998-1999 年為 amazing THAILAND，前期為左上圖示，後期以左下圖示。



照片 55 泰國機場設有 OTOP 專區，提供遊客選擇。

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

建構整體交通網絡整合多元產業提升觀光產值之探析通案性案件調查研究
報告.監察院 107 年度/監察院編著. --初版. --臺北市:監察院, 民 108.10

面;公分

ISBN 978-986-5431-10-5(平裝)

1.運輸系統 2.運輸管理 3.觀光行政

557

108016026

建構整體交通網絡整合多元產業提升觀光產值之探析
通案性案件調查研究報告

編著者：監察院

發行人：張博雅

出版者：監察院

地址：臺北市忠孝東路 1 段 2 號

電話：(02)2341-3183

網址：www.cy.gov.tw

監察院檢舉專用信箱：臺北郵政 8-168 號信箱

傳真：(02)2341-0324

監察院政風室檢舉：

專線電話：(02)2341-3183 轉 539 (02)2356-6598

傳真：(02)2357-9670

展售處：五南文化廣場

臺中市中山路 6 號

(04)2226-0330

國家書店松江門市

臺北市松江路 209 號 1 樓

(02)2518-0207

國家網路書店

<http://www.govbooks.com.tw>

印刷者：盈濤印刷品有限公司

地址：臺北市萬華區艋舺大道 120 巷 11 弄 15 號

電話：(02)2336-0837 傳真：(02)2304-0508

中華民國 108 年 10 月初版

定價：新臺幣 320 元整

ISBN: 978-986-5431-10-5(平裝)

GPN: 1010801609

著作權管理訊息

著作財產權人：監察院

本書保留所有權利。欲利用本書全部或部分內容者，須徵求監察院同意或書面授權。
請洽監察院交通及採購委員會（電話：02-2341-3183）。