

專題 I-II 從「觀光拔尖領航方案」展望台灣觀光發展

爲了與國際接軌，創造台灣觀光的競爭利基，強化台灣觀光品牌的形塑營造，在歷經重新檢視觀光資源、市場、產業與人力等層面之瓶頸，盤點台灣北、中、南、東各區域特性，及一場場產、官、學界座談會的溝通並獲共識後，遂有「觀光拔尖領航方案」的成形，藉由各界力量與資源的整合，秉持質量俱進、多元開放、佈局全球的核心思維，齊力開展台灣觀光更多的可能性。

一、方案緣起

近年政府的觀光政策以「建構質量並進的觀光榮景」爲願景，並透過「美麗台灣」、「特色台灣」、「友善台灣」、「品質台灣」及「行銷台灣」5大策略架構積極落實：

- (一) 美麗台灣・風華再現：透過點、線、面的套裝旅遊路線，在「維護生態、減量設計、環境優先、國際水準、便利遊客」的大前提下，讓舊景點展現新風貌，風華再現。
- (二) 特色台灣・主題旅行：包裝具競爭力的觀光產品，如登山、農場、民俗節慶、溫泉、美食、自行車等活動，配套熱門話題，將台灣獨特優勢內涵讓世界都看見。
- (三) 友善台灣・更加便利：爲了歡迎旅客來訪，讓旅行在台灣更便利，

觀光局積極建置全方位旅遊資訊服務網，提供導覽解說資訊，讓旅客從規劃旅程開始，到遊程結束，都能感受便利與親切的服務。

- (四) 品質台灣・提高滿意：爲了提高旅客滿意度，有形的設施需要改善，無形的服務人才與專業訓練，更要再上層樓。觀光局積極從服務品質著手，利用輔導、訓練與評鑑的方式，提升住宿與第1線服務人員水準，讓旅客住得滿意、感受貼心與專業的服務。
- (五) 行銷台灣・放眼國際：觀光局自我定位爲台灣觀光總經銷商，集中火力針對各目標市場，靈活運用各種通路與宣傳推廣手法，進行強力行銷，讓全世界都看見台灣。

2008年下半年引爆的全球性金融風暴，衝擊了世界各國的經濟，也延燒重創全球觀光旅遊市場。亞洲鄰近國家如日本、泰國、新加坡、大陸等國入境觀光人數均明顯衰退，惟台灣在觀光局、相關政府機關及觀光業界全力衝刺下，2009年全年來台旅客達440萬人次，較2008年成長14.3%，成長率居亞太之冠。此外，觀光目的別旅客所占比例突破5成、平均停留夜數亦成長至7.3夜等數據，更在在顯示台灣旅遊市場的成長潛力可期。爲此，行政院指示觀光局規劃推動「觀光拔尖領航方案」，並以「觀光」串連起政府積極推動

的六大新興關鍵產業，加強塑造觀光獨特性、產業再造、國際觀光人才訓練，以爭取國際旅客來台體驗自然人文資源及產業轉型成功的各項成果。

未來，「觀光拔尖領航方案」將站在觀光施政的既有基礎上，運用大三通兩岸航線的增班的契機，在台灣特殊自然、人文與社經資源優勢下，結合規劃中的國際航空城及高鐵、國道等設施及便利性，透過發揮台灣優勢的「拔尖」、產業轉型的「築底」以及精緻化目前正在推動產品與工作的「提升」等三大行動方案，共同創造台灣觀光產業發展新願景，發展台灣成為「東亞觀光交流轉運中心」及「國際觀光重要旅遊目的地」。

二、方案執行策略

(一) 深化老市場老產品，開發新市場新產品

一方面將原本已經有的觀光產品及市場做更精緻、深化、優質的規劃與行銷包

裝，例如日本市場原有產品為登山、追星、鐵道、溫泉美食、高爾夫旅遊等，為提高重遊率，將進一步開發懷舊、生活美學（包含音樂、民俗與茶藝）、精緻美食及會展產業（MICE）獎勵旅遊等新產品；另一方面針對新興市場及產品做更創新的開發與行銷包裝，例如大陸為新興市場之一，但開放初期普遍為環島旅遊行程，為提升旅客來台旅遊品質，將規劃推動分區深度之旅、醫療保健、自行車、慢遊、溫泉、文化等休閒渡假旅遊新產品。期望透過本方案來深化、開發台灣觀光產品及市場，使得來台旅客人數可以更多（come more）、停留時間更久（stay longer）、在台消費更多錢（spend more），吸引遊客重遊，並開發新市場、新產品，以吸引新客源（觀光市場及產品分析詳見表I-II-1）。

(二) 發揮區域特色，包裝集客旅遊產品

全面盤點台灣觀光發展優勢及資源，運用由上到下（top-down）之指導型執行機制，重新定位區域發展主軸，並篩選出

表 I-II-1 觀光市場及產品分析

		老產品	新產品
老市場	日	登山、追星哈台旅遊、鐵道旅遊、溫泉美食、高爾夫、修學旅行	懷舊之旅、生活美學(音樂、生活、民俗、茶藝)、MICE、精緻美食
	韓	登山、追星哈台、高爾夫	生活美學、MICE
	港星馬	沙龍攝影與蜜月旅行、休閒農業、夜市小吃	生活美學、MICE、精緻美食
	歐美	文化旅遊、宗教之旅、生態旅遊、登山健行	中文學習、慢遊、禪修、MICE、生活美學
新市場	大陸	環島旅遊	分區深度旅遊、MICE、精緻美食(國際大師協助中餐現代化、精緻食材研究、伴手禮包裝)、醫療保健、休閒渡假產業深度化(自行車、慢遊、禪修、溫泉、文化)
	穆斯林	休閒農業	文化旅遊、改善穆斯林接待環境、主題遊樂園、市區觀光購物

老市場老產品深化
新市場新產品開發

資料來源：交通部觀光局。

可立竿見影的旅遊產品，再加以整合包裝，以吸引目標客源市場來台旅遊，進而帶動觀光外匯收入大幅提升（各區域發展主軸及發展重點詳見表 I-II-2）。

（三）改善旅遊支撐系統

重新檢視市場面、資源面、產業面及人力面等旅遊支撐系統現有之發展課題，將運用由上到下（top-down）及由下到上（bottom-up）之雙軌執行機制，提出對應策略加以改善，以突顯觀光特色及吸引力、提升旅遊服務介面友善化，並促進觀光從業人員素質優質化。

三、方案推動架構

本方案規劃推動拔尖（發揮優勢）、築底（培養競爭力）、提升（附加價值）等 3 大行動方案，將落實「魅力旗艦」、「國際光點」、「產業再造」、「菁英養成」、「市場開拓」及「品質提升」等 6 大主軸及 14 項執行計畫，以重新定位 5 大區域之觀光發展主軸、創造具國際話題之獨特景點與旅遊服務、輔導觀光產業與國際接軌、推出光點活動爭取國際曝光度及國際旅客來台意願，並強化國際觀光人才

專業素質，以提升觀光產業國際競爭力及強化台灣觀光品質形象（觀光拔尖領航方案行動計畫示意圖詳見圖 I-II-1）。

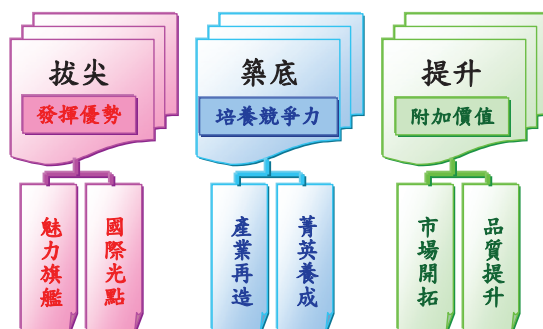


圖 I-II-1 觀光拔尖領航方案行動方案示意圖

資料來源：交通部觀光局。

（一）拔尖（發揮優勢）行動方案

主軸：打造魅力旗艦與國際光點，讓台灣亮起來

「拔尖」行動方案採用「由上而下」（top-down）及「由下而上」（bottom-up）之雙軌執行機制，一方面「由上而下」委託專業團隊協助擬定北部、中部、南部、東部、離島等 5 大區域之觀光發展主軸，並針對觀光景點及旅遊環境不足之處，直接與地方政府合作，加強整備，打造生活

表 I-II-2 各區域發展主軸及發展重點

區域	發展主軸	發展重點
北部地區	生活及文化的台灣	華人文化藝術重鎮（含時尚設計、流行音樂）、時尚都會、自行車休閒、客家及兩蔣文化
中部地區	產業及時尚的台灣	茶園、咖啡、花卉、休閒農業、林業歷史、森林鐵道、自行車休閒、文化創意
南部地區	歷史及海洋的台灣	開台歷史、舊城古蹟、宗教信仰、傳統歌謠、原住民文化
東部地區	慢活及自然的台灣	鐵馬 + 鐵道旅遊、有機休閒農業、南島文化、鯨豚生態、溫泉養生
離島地區	特色島嶼的台灣	澎湖—國際度假島嶼、海洋生態旅遊 金馬—戰地風情、民俗文化、聚落景觀
不分區	多元的台灣	MICE、美食小吃、溫泉、生態旅遊、醫療保健

資料來源：交通部觀光局。

及文化的北台灣、產業及時尚的中台灣、歷史及海洋的南台灣、慢活及自然的東台灣、擁有特色島嶼的台灣；另一方面，輔導地方政府「由下而上」打造或更新具獨特性、唯一性之觀光據點，以創造至少 10 處具國際魅力的觀光特色景點，並由觀光局協助國際宣傳行銷。

而為積極打造友善的觀光旅遊環境，規劃提升國內已臻成熟且具國際發展潛力之觀光景點（區）聯外交通接駁、景區內景點交通串接等旅遊服務品質，推出「台灣好行景點接駁旅遊服務」，透過各項整體性優惠措施，提供旅客較「自行駕車出遊」為佳的旅遊交通方案。另整合各地方政府原有的觀光資源，進行各種增值運用（如 PDA、手機），方便民眾快速取得資訊，鼓勵透過資料庫平台，建立國際宣傳及提供國際觀光客友善服務之系統，例如：二維條碼 QR code 與智慧型手機整合運用等。

除此之外，為深化台灣觀光內涵，從北部、中部、南部、東部、不分區（含離島）各推選出具國際級、獨特性、長期定點定時、每日展演之產品，型塑為國際聚焦光點，供國內外旅行社包裝成深度旅遊產品，期每半年吸引 1,000 名國際旅客，並與 2010 年台北花卉博覽會、2011 世界設計大會、建國 100 年大型活動結合，創造國際話題，吸引國際旅客來台旅遊，點亮台灣。

（二）築底（培養競爭力）行動方案

主軸：落實產業再造與菁英養成，厚實觀光產業競爭力

「築底」行動方案從產業面與人力面

轉型再造觀光產業，包含推動 5 項產業再造計畫，並加強培訓優秀觀光人才，提升台灣觀光產業的國際競爭力。5 項產業再造計畫包括：

1. 振興景氣再創觀光產業商機計畫：為鼓勵觀光產業改善軟硬體設施，以利息補貼方式提供觀光產業設備升級貸款，或旅行業紓困貸款，使業者能重獲商機。
2. 觀光遊樂業經營升級計畫：輔導觀光遊樂業經營能力升級、塑造優質投資環境及提升服務品質，依據交通部觀光局每年度辦理觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查督導考核競賽評比等級結果發給獎金；另補助其辦理經營升級及提升服務品質相關事項。
3. 輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫：為鼓勵國內旅館業者參與星級旅館評鑑，同時協助其提升競爭力，補助星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館。
4. 獎勵觀光產業取得專業認證計畫：激勵業者提升服務品質，獎勵觀光業者取得各項國內外證照（如：ISO、HACCP、旅館業環保標章、綠建築標章、溫泉標章相關認證）。
5. 海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫：為開發台灣旅遊新產品及拓展海外販售台灣創新旅遊商品市場，透過本計畫鼓勵海外旅行社積極開發台灣旅遊新產品，並發給獎勵金。

而為加強觀光從業人員專業素質與國際交流能力，導入國際觀光產業經營管理職能，推動「觀光從業菁英養成計畫」，薦送優秀觀光從業人員及國內觀光相關科

系現任專任教師赴國外受訓，並鼓勵國內觀光相關系所成立觀光產業EMBA課程或辦理國際專題研習營，以強化國際觀光人才專業素質與國際視野，提升觀光產業人才軟實力。

（三）提升（附加價值）行動方案

主軸：推動市場開拓與品質提升，創造觀光產業附加價值

「提升」行動方案之目的在善用兩岸大三通之利基，打造台灣成為東亞觀光交流轉運中心，積極針對主要客源市場及潛在新興市場特性，規劃具國際性、競爭性宣傳推廣及促銷活動，同時與國際知名媒體合作、參與國際重要大型旅展及會議展、辦理推廣活動，並與國內外旅行業者合作開發新行程及優質旅遊產品，持續提升台灣觀光知名度。

而為營造與國際接軌的旅遊品質，推動辦理星級旅館評鑑，鼓勵旅館業者參加，並依評定結果核發1至5星不同等級標識，同時運用媒體、網頁、國內外旅展、觀光活動等廣為宣傳台灣星級旅館。另外在民宿部分，亦推動辦理民宿認證工作，提升業者之服務品質及接待能力，塑造優質形象，並提供國內外消費者所需資訊，以輔導民宿與國際接軌。凡通過民宿認證者，將由交通部觀光局頒發認證標章，並透過媒體廣為宣傳。

四、推動情形

「觀光拔尖領航方案」之「拔尖」行動方案，目前已評選出98年度及99年度共10處國際觀光魅力據點，包括98年度台北市孔廟歷史城區觀光再生、台北縣水

金九地區國際觀光魅力據點整合發展、台中市經國園道與美術園道都會綠帶再生、彰化縣鹿港魅力再現、國境之南看見屏東之美，以及99年度新竹縣風華再現打造漫畫夢工場、台東縣慢活台東鐵道新聚落、南投縣南投太極美地、苗栗縣客家桃花源與澎湖縣海峽風華平湖美學。而台灣好行景點接駁旅遊服務則持續輔導台灣觀光巴士旅遊業者，並已於99年7月啟動各觀光旅遊路線，積極打造友善的觀光旅遊環境，包括桃園縣（兩蔣文化園區）、南投縣（日月潭、溪頭地區）、苗栗縣（南庄地區）、嘉義市（嘉義市、阿里山地區）、宜蘭縣（礁溪、羅東地區）、新竹縣（北埔、峨眉、獅山）、台東縣（台東縱谷、市區周邊）、屏東縣（墾丁地區）、花蓮縣（太魯閣、縱谷地區）與台南市（府城、安平、台江）等；另已啟動北區與東區2處國際光點，完成中區國際光點產品之評選，並持續辦理中。

為厚實觀光產業競爭力，「築底」行動方案7項應配合新（修）訂實施要點或獎補助要點業於98年10月全數核定公告，至99年10月已輔導觀光業者申請優惠貸款47億元，補貼利息總額3,763萬餘元，協助旅行業復甦已輔導98件貸款案，核發利息補貼779萬元，協助觀光遊樂業經營升級已補助19家業者，獎勵金發給0.35億元，另獎勵觀光產業取得專業認證已有36家業者提出申請，輔導星級旅館加入連鎖旅館計劃以及獎勵海外旅行社創新產品包裝販售則陸續受理申請中。觀光局亦持續培訓具備國際觀的專業人才，包括辦理旅行業中高階經理種子教師培訓課程、委託商業發展研究院辦理個案發展師資培訓課

程、98年8月至11月辦理4場國際大師開講活動，以及於99年薦送70名優秀觀光從業人員及觀光系所教師出國受訓等。

在「提升」行動方案部分，配合建國100週年，規劃「旅行台灣·感動100」為行銷主軸，持續開拓國際市場。另委請台灣評鑑協會執行星級旅館評鑑，至99年11月受理82家業者報名，完成48家第1階段建築設備實地評鑑與17家第2階段服務品質評鑑作業，並於11月16日舉行星級旅館標章頒發記者會；並邀請專家學者組成好客民宿推動小組，持續執行推動相關事宜。

五、預期效益

未來，「觀光拔尖領航方案」將進一步落實「拔尖、築底、提升」之核心價值，朝「發展國際觀光、提升國內旅遊品質、增加外匯收入」之目標邁進，並預期創造下列效益：

- (一) 吸引客源：來台旅遊人次由97年384.5萬人次成長至101年達550萬人次。
- (二) 創造商機：觀光外匯收入由97年59.36億美元（約1,871億台幣）至101年增為90億美元（約3,000億台幣）、國民旅遊支出由97年1,842億台幣增為2,500億台幣，合計創造整體觀光收入自97年3,713億台幣提高至101年達5,500億台幣之商機。
- (三) 帶動就業：觀光產業就業人口自97年10萬人次成長至101年13萬人次；觀光相關產業就業人口自97年26.6萬人次成長至101年27.7

萬人次，合計至101年創造40.7萬人次。

- (四) 吸引投資：吸引民間投資觀光產業，總投資額自97年1,834億台幣提升至101年2,000億台幣。
- (五) 品牌進駐：吸引國際知名連鎖飯店品牌進駐，由97年4家國際知名連鎖飯店品牌，至101年增加為10家。