
邁向千萬旅客觀光大國報告



Taiwan
THE HEART OF ASIA



交通部

報告人：陳部長建宇
104年12月17日

大綱

- | | |
|--------|------|
| 壹、觀光市場 | 蓬勃成長 |
| 貳、觀光產業 | 穩健發展 |
| 參、觀光資源 | 有效管理 |
| 肆、觀光環境 | 友善服務 |
| 伍、觀光行銷 | 國際接軌 |
| 陸、觀光發展 | 未來展望 |



壹、觀光市場 蓬勃成長



Welcome to Taiwan



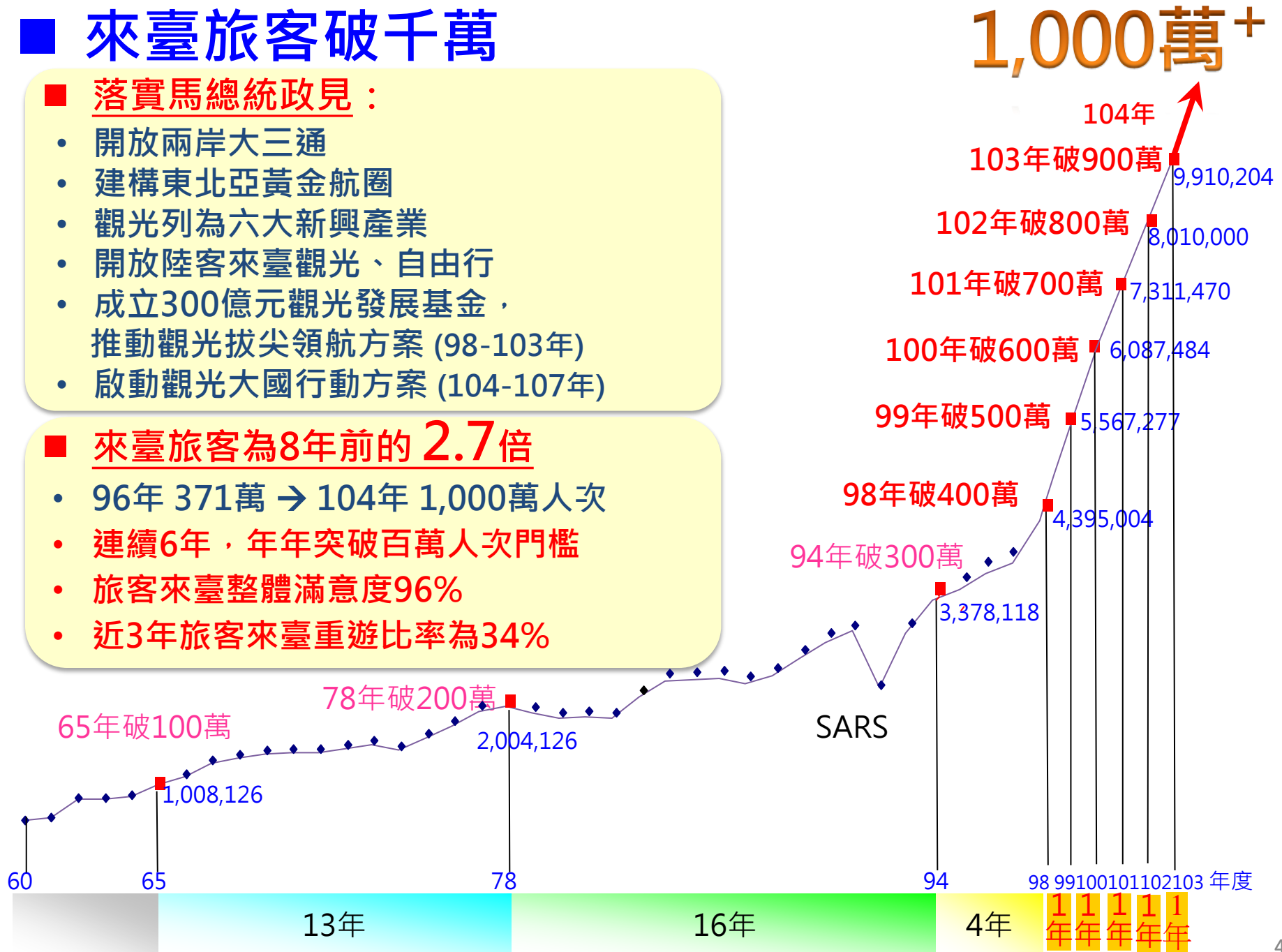
來臺旅客破千萬

■ 落實馬總統政見：

- 開放兩岸大三通
- 建構東北亞黃金航圈
- 觀光列為六大新興產業
- 開放陸客來臺觀光、自由行
- 成立300億元觀光發展基金，推動觀光拔尖領航方案 (98-103年)
- 啟動觀光大國行動方案 (104-107年)

■ 來臺旅客為8年前的 2.7 倍

- 96年 371萬 → 104年 1,000萬人次
- 連續6年，年年突破百萬人次門檻
- 旅客來臺整體滿意度96%
- 近3年旅客來臺重遊比率為34%



■ 觀光外匯創新高

■ 觀光外匯收入預估4,450億元，為8年前的2.6倍

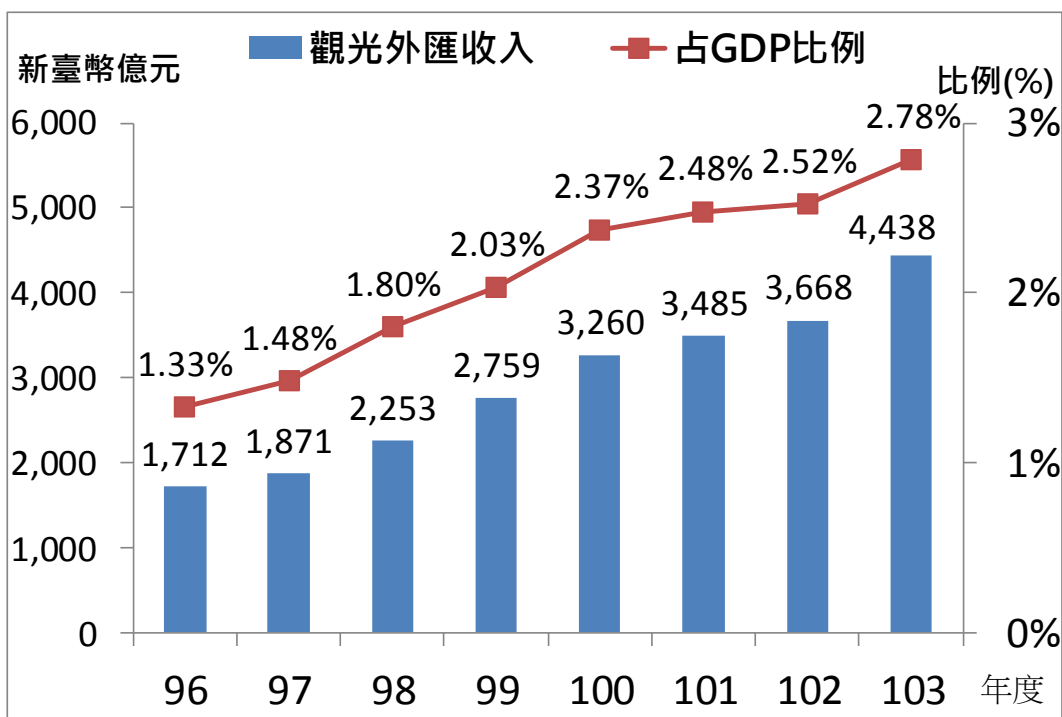
- 由96年 1,712億臺幣 (51億美金)→ 104年預估 4,450億臺幣(148億美金)
- 觀光效益雨露均霑，觀光、運輸、餐飲、特產、百貨、零售等產業均受惠

■ 占GDP比例達 2.78% > 2% **達標!!**

- 由96年 1.33% → 103年約 2.78% ，逐年提升
- 已於99年 達成院長期許 觀光外匯收入達 90億美金，占比 2% 的目標

WEF (World Economic Forum)
104年最新報告，公布截至102年
各國觀光外匯收入占GDP比例

占比(%)	96年	102年
臺灣	1.33	2.52
日本	0.21	0.31
韓國	0.60	1.04
中國大陸	1.14	0.50
香港	6.65	13.38
新加坡	5.37	6.19
馬來西亞	7.52	6.58
泰國	6.35	11.26



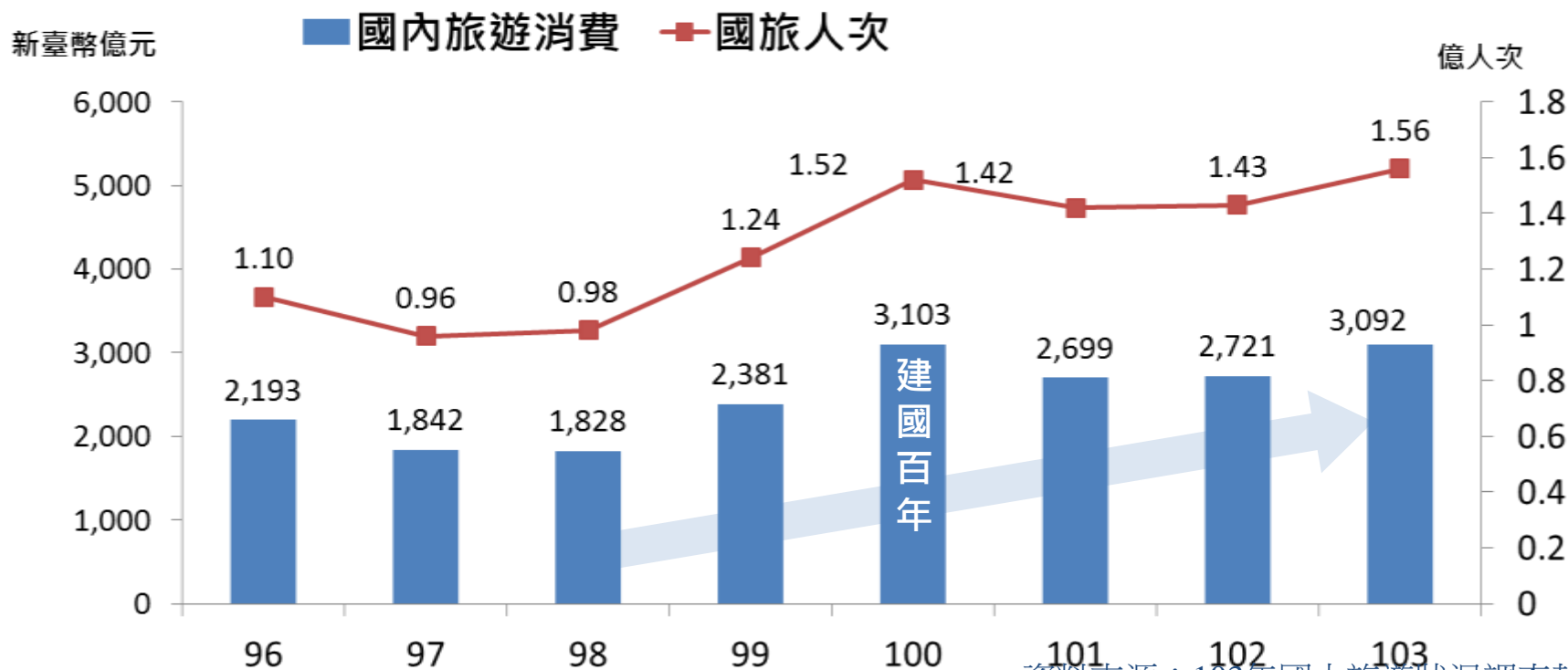
■ 國民旅遊破一億

■ 國民旅遊人次 **1.56億**人次，為8年前的**1.4**倍

- 由96年 1.1億人次 → 103年 1.56億人次
- 100年因建國百年活動眾多，呈現跳躍性成長，整體而言，呈現穩定成長趨勢

■ 國內旅遊消費達**3,092億元**，為8年前的**1.4**倍

- 由96年 2,193億元 → 103年 3,092億元
- 國民旅遊風氣盛，國人消費意願高，新景點不斷竄出，伴手禮更有特色



■ 觀光商機逾7千億

■ 整體觀光收入 7,530億元，為8年前的 **1.9**倍

- 由96年 3,905億元 → 103年 7,530億元
- 整體觀光收入係加計 觀光外匯收入 及 國民旅遊消費，創造可觀商機

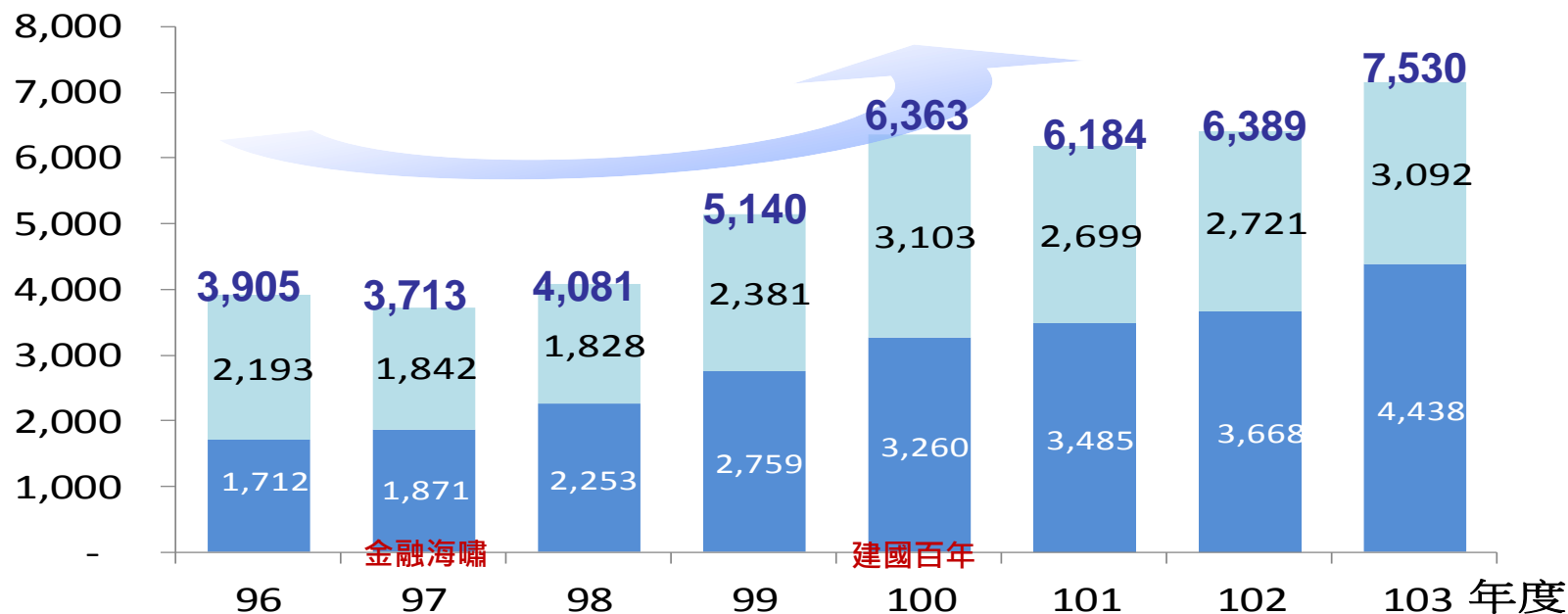
■ 占GDP比例 達4.72%，為8年前的 **1.6**倍

- 由96年 3.02% → 103年 4.72%

新臺幣億元

■ 觀光外匯收入

■ 國民旅遊消費



占GDP比例

3.02%

2.94%

3.28%

3.78%

4.63%

4.40%

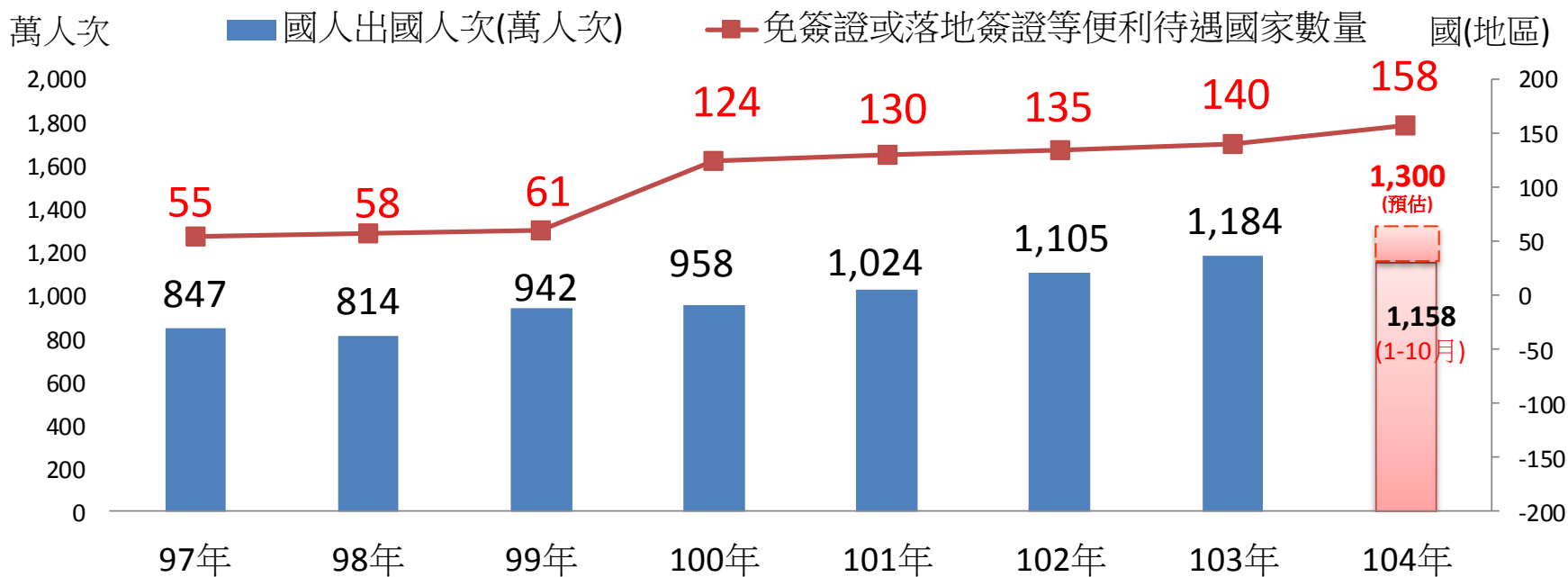
4.39%

4.72%

■ 國人出國意願高

■ 免簽國家大幅增加，提高國人出國誘因

- 出國人次 97年 847萬 → 104年預估 **1,300萬** 為8年前的 **1.5**倍
- 免簽或落地簽證國家 97年 54個 → 104年 **158個** 為8年前的 **2.9**倍
- 國人出國觀光貢獻國內航空、伴手禮、旅行社等產業收益滾滾
(依據101年觀光衛星帳估計，國人出國貢獻國內消費達1,528億元)



貳、觀光產業 穩健發展



Welcome to Taiwan



■ 觀光拔尖領航方案

奠定觀光產業從 量變 到 質變 的轉型基礎

拔尖



發揮觀光魅力優勢
營造暢行無阻旅遊環境

- 5大區域觀光旗艦計畫
- 9處國際觀光魅力據點
- 7大國際光點
- 34條台灣好行
- 觀光資訊資料庫

築底



改善觀光產業體質
提升品質與國際接軌

- 振興景氣再創商機
- 觀光遊樂業經營升級
- 輔導加入品牌連鎖旅館
- 獎勵取得專業認證
- 獎勵創新產品包裝販售
- 觀光菁英養成

提升

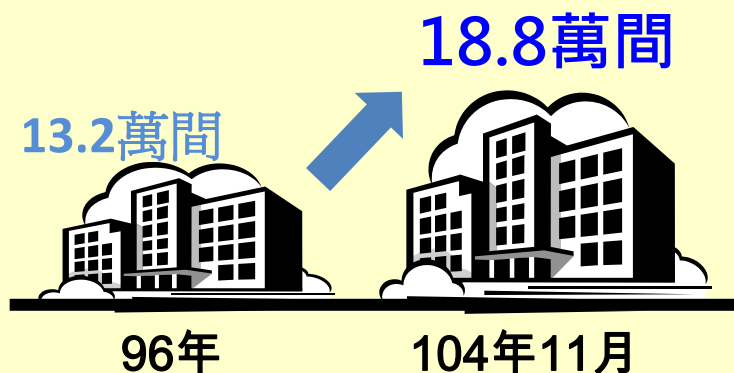


提升產業附加價值
以觀光為行銷平臺及載具

- 國際市場開拓計畫
 - 啟動觀光新品牌
 - Taiwan-the Heart of Asia
 - 訴求Time for Taiwan
- 星級旅館評鑑
- 好客民宿遴選

■ 產業、人力 質量成長

■ 旅館房間數成長 44.6%

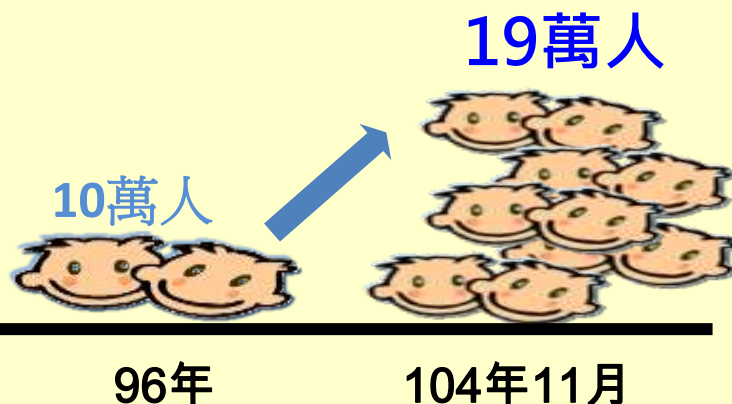


產業面

旅行業	2,776家 → 3,550家
觀光旅館業	90家 (21,171間房) → 116家 (27,179間房)
旅館業	2,645家(102,326間房) → 2,991家(136,932間房)
民宿	2,301家(9,192間房) → 5,709家(23,043間房)
觀光遊樂業	24家 → 25家

註：截至104年11月止

■ 觀光直接就業人力成長 90%



人力面

旅行業	37,733 → 95,853人 (含特約導遊、領隊)
觀光旅館業	20,568 → 27,630人
旅館業	34,658 → 50,770人
民宿	8,568 → 11,906人
觀光遊樂業	3,985 → 4,640人

註：截至104年11月止

■ 促進旅宿投資增加

8年來總投資額達 3,544億元，為8年前的 1.9倍

97年7月 至 104年7月	<u>新建旅館計 853家</u> 56,411間房	1,971億
	· 觀光旅館 31家 6,709間房 · 一般旅館 822家 49,702間房	
	<u>更新設備旅館計1,468家</u>	363億
	· 觀光旅館 510家 一般旅館 958家	
104年8月 至 105年底	<u>預計新建旅館計178家</u> 13,477間房	1,209億
	· 觀光旅館 25家 5,827間房 · 一般旅館 153家 7,650間房	
	合計	3,544億

■ 觀光人才 專業化培育

● 國內訓練，強化實務與管理知能

- 滾動式辦理觀光產業人才供需調查，做為政策及訓練課程訂定參考
- 培育關鍵人才：99年開辦基層、中階、高階分級訓練，共4,450人受訓
- 推動數位學習：98年起推動 E-learning，提供即時方便線上學習管道
- 強化高階管理知能：104年與政大合作引進美國康乃爾大學師資，開設高階經理人訓練班

● 國外訓練，強調國際接軌

- 提升國際觀：每年舉辦「觀光論壇」或「國際大師開講」，邀請國外觀光或管理專家來臺擔任講座
- 中高階人才優化：99年迄今已薦送442名觀光菁英分別至日本JTB旅行社、日本東京迪士尼、美國迪士尼學院、美國康乃爾大學、瑞士赫雷士旅館管理大學、法國藍帶學院澳洲分校等地研習



■ 旅行業 品牌化發展



上市櫃公司已有4家



101年上櫃



102年上市



102年上櫃

■ 旅宿業 國際化接軌

- **建立輔導機制**：提供一系列獎勵、補助輔導措施
- **獎勵產業升級**：輔導217家取得優惠貸款，並補貼利息計101家
- **取得國際認證**：輔導取得國際專業認證計**326家** (包含 ISO、HACCP、綠建築、溫泉標章、防火標章等 (98至104年11月))
- **吸引國際品牌**：70年1個→96年11個→104年**20個**，較96年成長81%
- **整合國內品牌**：促成國內品牌整合創新、多角化經營



20個國際連鎖品牌		國內連鎖品牌
Sheraton	Novotel	雲朗 麗緻
Keio Plaza	Crown Plaza	國賓 凱撒
Nikko	Kagaya	福華 福容
Regent	Le Meridien	福泰 御宿
Hyatt Hotel	W Hotel	友友 麗尊
Shangri-la	Okura Hotel	尊爵 統茂
Westin	Millennium	首都 劍橋
Four Points	Mandarin Oriental	統一企業
Prince	Marriott	臺北旅店
sunroute		
Holiday Inn		

■ 評鑑星級旅館：98年建立制度，目前已有605家

■ 遴選好客民宿：101年透過訓練及遴選，目前已有579家

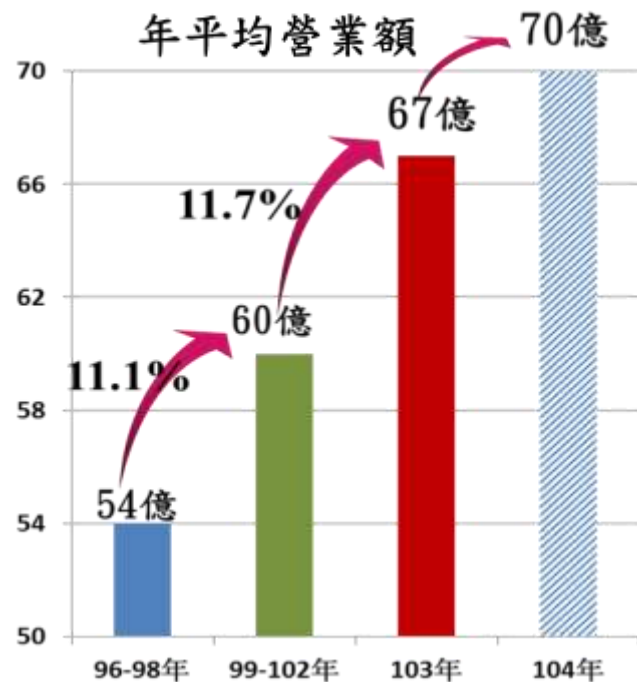
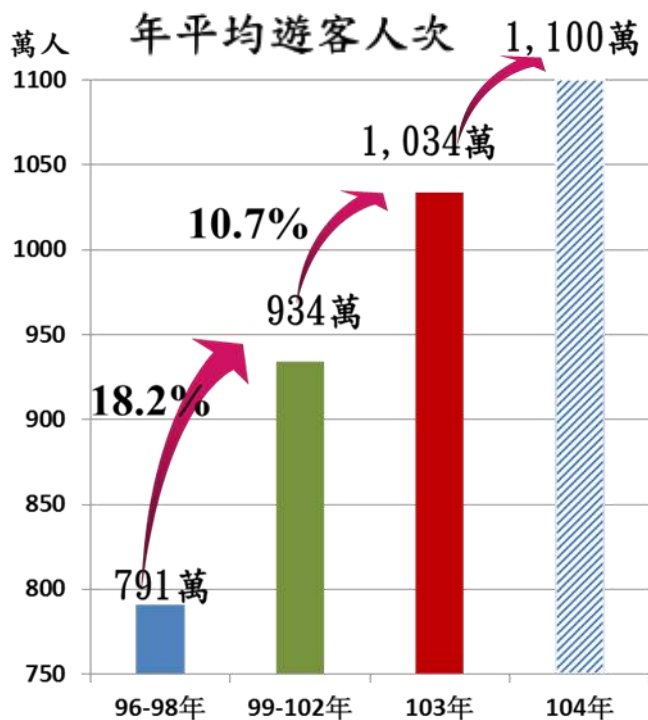


- ✓ 有【星】就是好旅館！
- ✓ 星級旅館：1~5星級
- ✓ 建築設備：取得1~3星
- ✓ 服務品質：取得3~5星
- ✓ 星級標章效期3年

- ✓ 透過輔導訓練及實地訪查，遴選符合親切、友善、乾淨、衛生、安心之民宿
- ✓ 每一家好客民宿，都是臺灣的觀光大使



■ 觀光遊樂業 優質化升級



強化產業留才機制



深耕品牌創新加值



國內外行銷宣傳

參、觀光資源 有效管理



Welcome to Taiwan



重要觀光景點建設中程計畫

97-100年、101-104年共314億元

執行策略

景點分級
擴大服務

總量管制
引導分流

經營管理
配套發展

跨域整合
提高自償

區域均衡
智慧觀光

推動成果

國家風景區到訪遊客成長**88%** 97年 **2,918** 萬人次 → 103年 **4,139** 萬人次
國家風景區觀光消費成長**40%** 97年 **671** 億臺幣 → 103年 **942** 億臺幣



【舊草嶺隧道】榮獲WTTTC 明日旅業大獎 旅遊目的地 第2名



【日月潭自行車道】CNGGO 讚譽為全球十大最美自行車道

備註：WTTTC為世界觀光旅遊委員會 (World Travel and Tourism Council)

■ 觀光景點展風華 分區旅遊賞風光

北



北觀 白沙灣遊客中心

中



參山 谷關無障礙泡腳池



阿里山 觸口遊客中心



阿里山 愛情絲路

南



雲嘉南 北門水晶教堂



西拉雅 八田與一故居



茂林 賽嘉航空園區



茂林 新威景觀大橋

南



大鵬灣 跨海大橋



大鵬灣 濱灣公園



大鵬灣 賽車場



大鵬灣 東方度假酒店

■ 東部景點串珍珠 離島觀光競出色

臺東



東部海岸-水往上流部落市集



東部海岸-東部自行車道



東部海岸-都歷遊客中心



東部海岸-朝日溫泉

花蓮



花東縱谷-鯉魚潭環潭步道



花東縱谷-鹿野高台



花東縱谷-羅山及六十石山



花東縱谷-玉富自行車道

離島



澎湖-中屯風力園區



澎湖-隘門遊憩區



馬祖-媽祖宗教文化園區



馬祖-戰爭和平紀念公園

■ 區域觀光旗艦景點—由上而下指導型執行策略

- 指導地方政府依區域發展定位，改善觀光環境，打造處處是亮點



北區 桃園市小烏來-天空步道



中區 臺中潭雅神自行車綠廊



南區 東港水都風華



東區 貓公部落



離島 澎湖-馬公漁港觀光設施



金門-莒光樓夜間燈光

■ 國際觀光魅力據點—由下而上競爭型執行策略

- 協助地方政府打造吸引國際觀光客之據點，有效引導遊客分流



新北市「驚艷水金九」



臺北市「孔廟歷史園區」



彰化縣「鹿港工藝薈萃」



臺中市「草悟道」



屏東縣「國境之南」



澎湖縣「澎湖灣悠活度假」



<http://blog.udn.com/yangmei320/12944851>

新竹縣「臺灣漫畫夢工場」



南投縣「太極美地~茶竹的故鄉」



臺東縣「慢活臺東·鐵道新聚落」

■ 臺灣觀光年曆~國際觀光活動代言品牌



臺灣觀光年曆
Time for Celebration
TAIWAN TOURISM EVENTS

<http://www.eventtaiwan.tw>

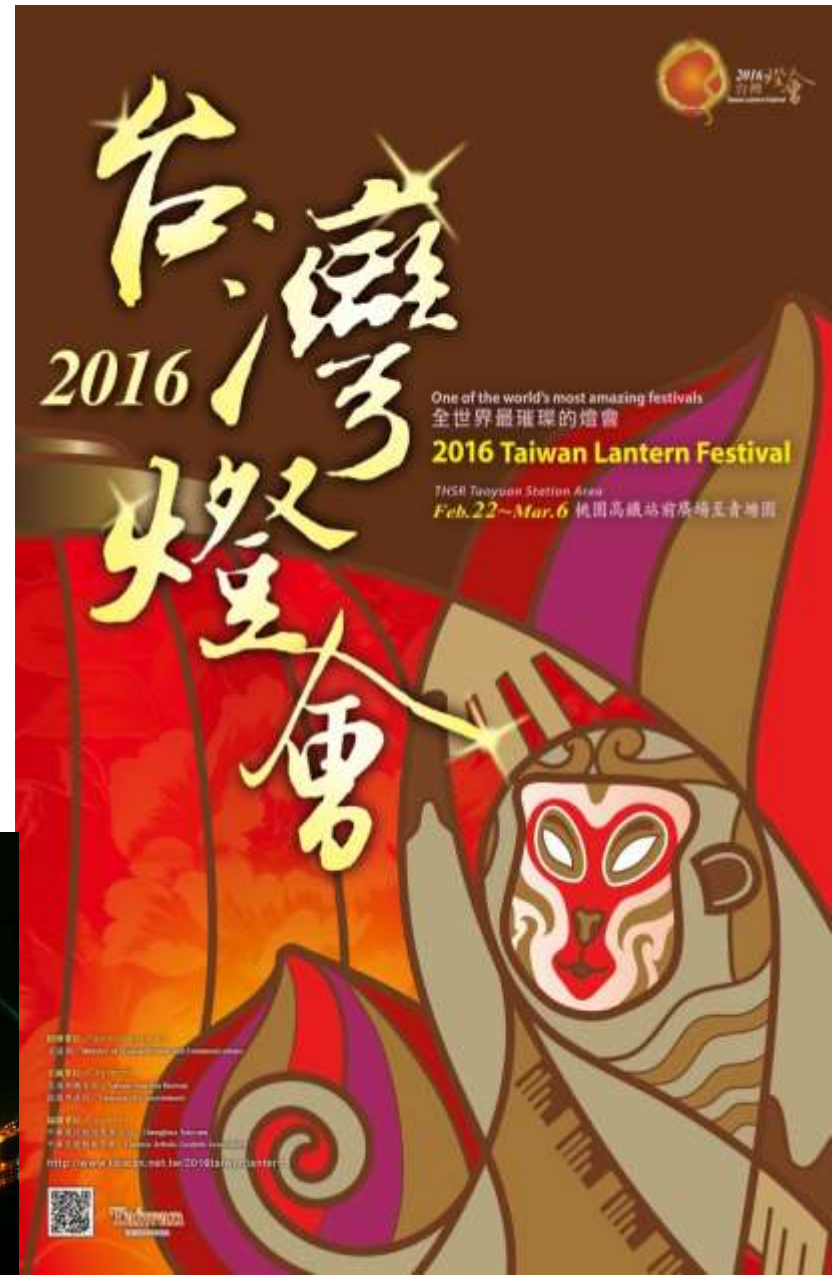
- 102年推出，打造41個國際級觀光活動及47個全國級觀光活動
- 讓旅客「天天有活動，處處有感動」

- 臺灣燈會 (2月)
- 臺灣夏至235系列活動(6月-9月)
- 臺灣美食系列活動 (7月-10月)
- 臺灣好湯~溫泉美食嘉年華 (10月~隔年1月)
- 臺灣自行車節 (10月-11月)

■ 臺灣燈會

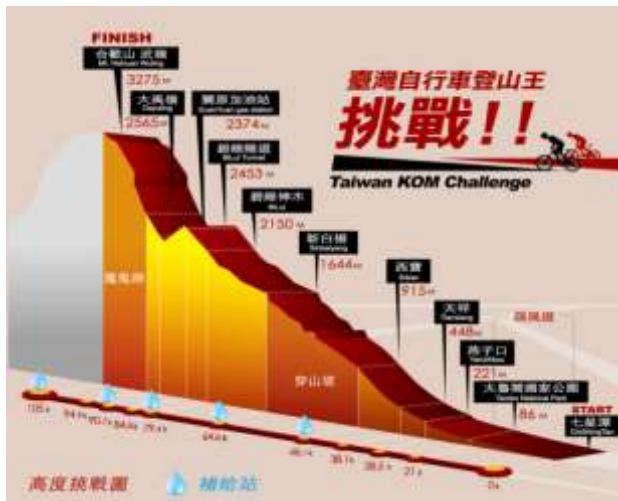
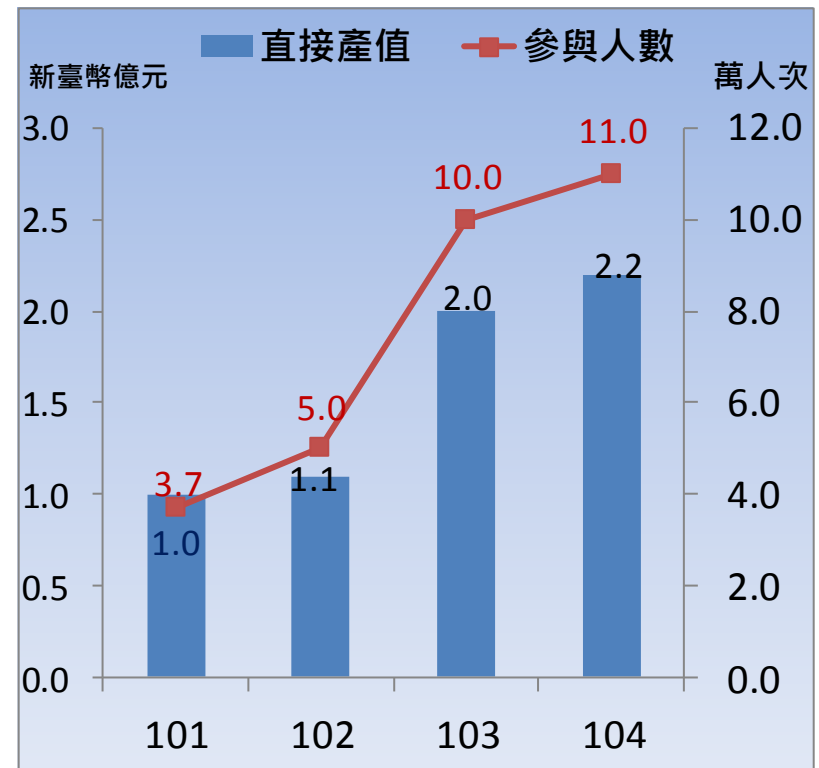
「2015台灣燈會」被國際媒體譽為沒有雲霄飛車的迪士尼樂園

- 105年2月22日(一)~3月6(日)
- 桃園高鐵站前廣場至青塘園
- 適逢「猴」年，以「騰雲寰宇、暢遊金桃」為主軸



■ 臺灣自行車節-KOM

- 2014年澳洲SBS電臺報導，將KOM路線列為全球前6大自行車越嶺騎乘路線
- 2014年法國銷售量最大的自行車雜誌Le Cycle 將KOM列為與歐洲阿爾卑斯山同等級的經典活動
- 已辦理第4年獲國際肯定，參與人數由101年至104年成長近3倍，直接產值成長1.2倍



104年計有來自全球32國的412位車手，踏上總長105公里的KOM國際級天堂路

肆、觀光環境 友善服務



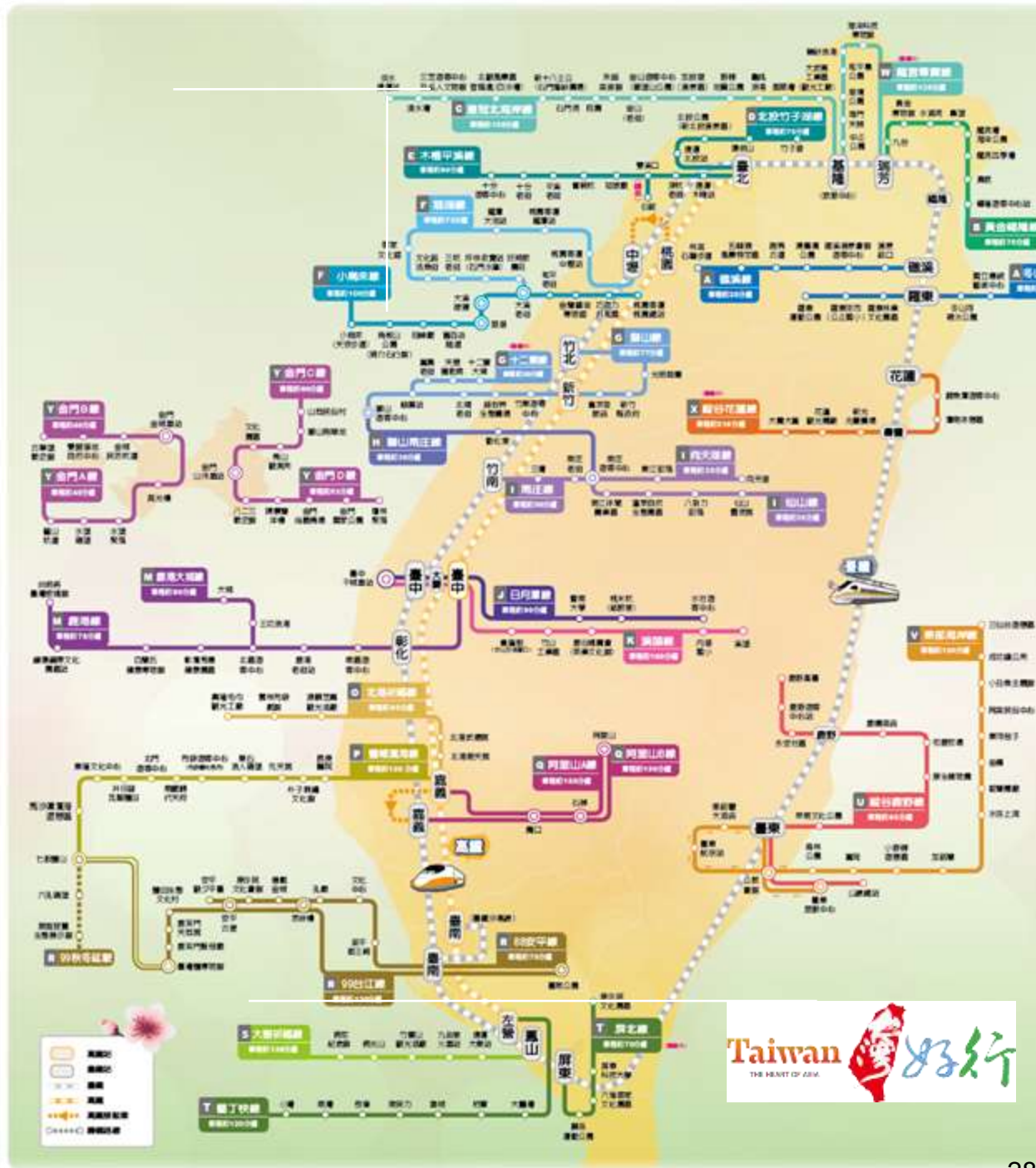
Welcome to Taiwan



■ 台灣好行



- 「台灣好行」景點接駁公車自99年啟動推出20條路線，至104年已有39條路線，超過1,150萬人次搭乘。
- 外籍旅客逐年成長，104年度搭乘比例已達17.9%。



■ 台灣觀巴

- 自93年5月正式啟動，於103年11月輔導成立觀巴協會，加強國際宣傳。
- 搭乘人數自98年10萬人次，至103年已超過30萬人次；外籍旅客近六成。



104年開行106條行程

北部	九份、東北角半日遊等26條
中部	后豐鐵馬道、美術大臺中1日遊等32條
南部	港都山海精華1日遊等29條
東部	太魯閣峽谷景觀半日遊等13條
離島	海上桃花源-閩東風情北竿1日遊等3條
環島	環島深度自由行-遊你的精彩等3條



■ i³ travel

- 由交通部運輸研究所與日月潭國家風景區管理處所共同推動執行的i³ travel 愛上旅遊計畫，整合智慧運輸服務以及低碳運輸系統（包括纜車、電動公車、電動車、電動船、自行車等），同時改善日月潭當地的空氣污染與交通壅塞問題。



- i³ travel 愛上旅遊計畫參與2015 APEC 能源智慧社區倡議中的最佳實踐獎大賽，獲得了智慧運輸類別的金牌獎殊榮（銀牌獎為韓國首爾無車日計畫 Car-free days in Seoul）。

2015 ESCI Best Practices Awards Competition

2015-12-15, Honolulu, Hawaii, USA

The judges have come back and announced the winners of the 2015 ESCI Annual Best Practices Awards Competition. Judges selected the top two winning projects in each of the ESCI pillars from among over 200 submissions.

Congratulations to all of this year's winners! If you would like to be considered for the 2nd Annual competition, submit your projects here.

Pillar	Case	Rank	APEC member
Smart Transportation	i3 Travel Project - Promoting Low Carbon Tourism and Intelligent Transportation Services in Sun-Moon-Lake Area	GOLD	Chinese Taipei
Smart Transportation	Car-free days in Seoul	SILVER	Korea



- 103年11月23日在毛院長的見證下，啟動日月潭成為全國首座低碳旅遊、智慧觀光國家風景區

■ 自行車環島1號線旅遊地圖

- 交通部於98-101年推動「東部自行車路網示範計畫」成果豐碩，並協同東部4縣市完成1,203公里路網。
- 103年奉核定於104年~107年推動「全國自行車友善環境路網整體規劃及交通部自行車路網建置計畫」，於104年協同體育署及各縣政府完成「自行車環島1號線」，主線長約968公里，另建置環支線約235公里。
- 該線除設計專屬的指示標誌標線外，另於沿線規劃122處補給站(含11處兩鐵轉運站)。截至104年底全臺自行車道總長度增為5,689公里。



伍、觀光行銷 國際接軌



Welcome to Taiwan



BUSINESS INSIDER

【2016年必去新興旅遊景點第6名】！



12 emerging travel destinations that you have to visit in 2016

Anisha Shah, Contributor

🕒 Dec. 6, 2015, 9:04 AM 🔥 395,022 💬 9



6. Taiwan



With a dazzling display of spring cherry blossoms, the best food in Asia and lush mountainous island setting, Taiwan is Asia's best-kept secret. The Northeastern nation 180kms off the southeastern coast of China is clean, green and peaceful. Forward-thinking and progressive, the isle is a safe-haven, where cultures and beliefs co-exist in harmony. Home to Chinese Buddhism, the movement resides in a 100-acre high-tech countryside monastery, warm and welcoming to the public. The island nation may neighbor China but feels a world apart. Sun Moon Lake's architecturally-intricate temples, Jiufen's hilltop teahouses and Taipei's foodie night markets are famed.

Why Now? The Presidential election in January 2016 looks set to materialize an undercurrent of change. Eco-tourism is taking off in a big way, as the Taiwanese take healthy interest in nature, conservation and organic produce.

臺灣的好～ 全世界都知道

National Geographic Traveler

【2015年世界最佳20個旅遊點】

Lonely Planet 【2015年全球10大最超值景點】

New York Times 【2014年必去地點第11名】

CNN 【臺灣做得比別人好的10件事】

CNN 【讀者票選美食旅遊地 臺灣居冠】

萬事達卡 【2015年10大穆斯林旅客首選旅遊地】

Lifestyle9 【世界最安全國家第2名】

4Travel 【日本人心中最佳單獨海外旅行國家】



■ 開發多元旅遊產品

臺灣觀光品牌概念

BRANDING

Taiwan
THE HEART OF ASIA

LOGO



SLOGAN

旅行臺灣
就是現在

文化



美食



浪漫



生態



樂活



購物



六大觀光宣傳主軸

■ 目標市場

既有市場

日韓市場

代言人策略
與日韓組團社
合作擴大送客計畫



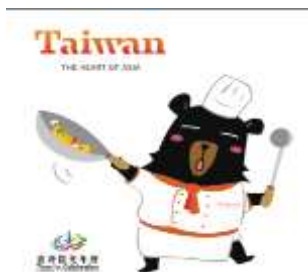
港星馬市場

配合「旅行台灣
就是現在」，
加強重遊客開發



歐美市場

聘請公關公司
加強通路佈局
與國際媒體合作



新興市場

鎖定大陸、東南亞新富階級、
穆斯林、郵輪等市場，舉辦踩
線說明會



■ 開放陸客來臺觀光

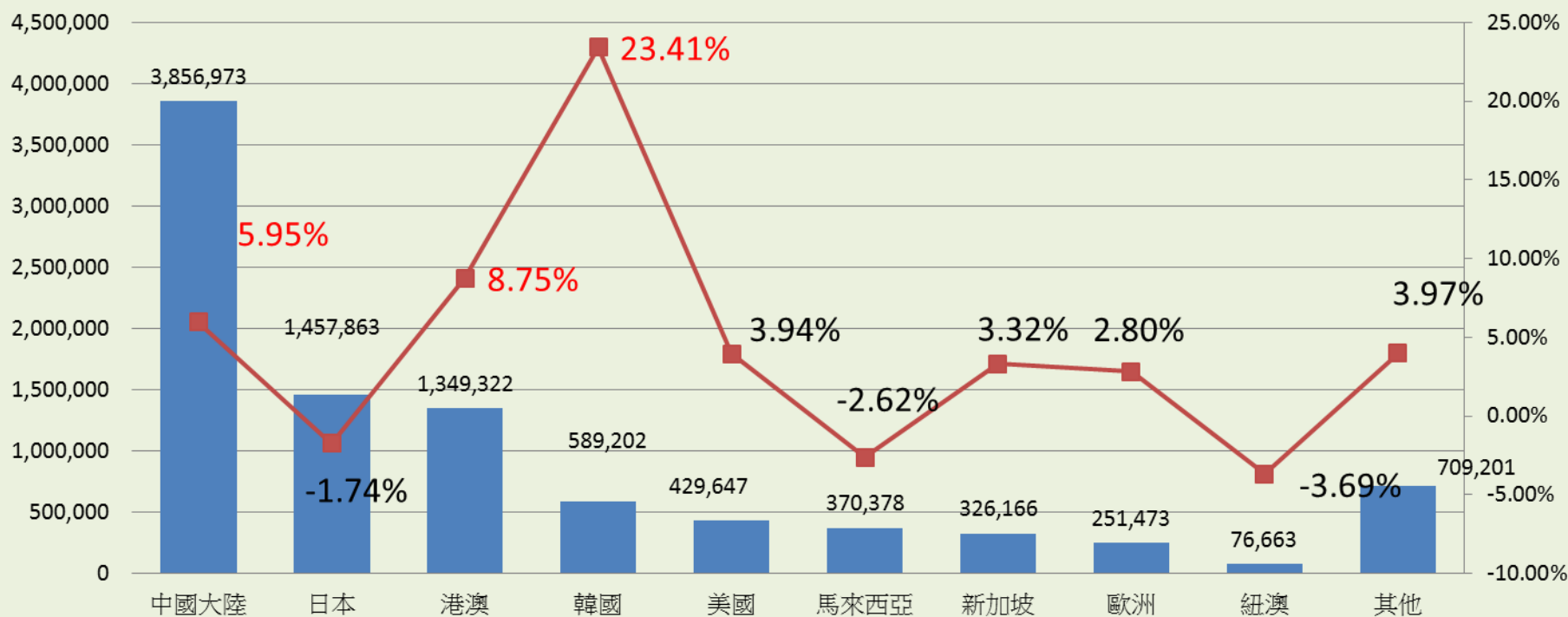
開放原則：穩妥安全、循序漸進

優化方向：落實配額管制、擴大自由行規模、推廣優質行程、鼓勵深度旅遊

	觀光團	自由行
開放時間	97年7月18日	100年6月22日
管理原則	團進團出、總量管制	循序漸進、逐步放寬
每日上限	3,000 → 5,000 人 (102.4.1)	500 → 5,000 人 (104.9.21)
開放地區	13 省市 → 31 省市	3 城市 → 47 城市
優先支持 (不受總量管制)	郵輪團 獎勵員工旅遊團 部落深度旅遊團 直航客船旅遊團 小三通轉赴臺灣團(每日1,000人) 高端團(104.5.1)	

■ 各目標市場全面成長(1-11月)

104年1-11月份各市場旅客人數及成長率



前3大市場中國大陸385萬人次 (成長5.95%)、日本145萬人次 (負成長1.74%) 及港澳134萬人次 (成長8.75%)。韓國成長23.4%為最大幅度成長地區，長程線歐、美亦呈穩定成長趨勢；日本市場自9月份起均已呈正成長，臺灣成為日本人今年底明年年初最喜愛海外旅遊地

■ 分流旅客 確保品質

熱門景點預約 及分流措施

- **針對熱門景點分採不同預約管制措施**
- 封閉型景點採預約制，如故宮、野柳地質公園
- 開放型景點採分流制，使用不同運具分流遊客，如日月潭引導陸客團至朝霧碼頭登船遊湖

交通接駁 旅運服務

- **串聯各地交通節點(含偏鄉地區)，提供景點接駁旅遊服務**
- 如「台灣好行」北港虎尾線、金門線等服務偏鄉地區

輔導地方 特色活動 平衡地區發展

- **倡導深度旅遊，分散並導入人潮，平衡地區發展**
- 輔導嘉義縣辦理「布袋遊艇港水上活動」、臺東縣辦理「原民觀光」等，導入深度旅遊人潮

■ 高潛力客源明顯增加

獎勵旅遊

- 依據交通部觀光局獎勵來臺旅遊措施，邀請績優之外商企業、大陸組團社來臺辦理獎勵旅遊
- 103年來臺獎勵旅遊計49,366人次；截至104年11月底已有50,597人次，包括大型藥廠、汽車、金融保險、化妝品等跨國企業



寶健集團萬人來臺獎勵旅遊

郵輪推廣

- 與香港旅遊發展局簽訂兩地郵輪合作協議，成立亞洲郵輪基金(ACF)，促成海洋水手號於102年兩航次帶進6,000人次來臺
- 103年透過簽訂「亞洲郵輪專案」，促成麗星郵輪處女星號開闢臺港航線
- 104年更名為亞洲郵輪聯盟(ACC)



103年共169艘郵輪來臺，超過24萬人次

穆斯林市場

- 目前全臺已累計80家餐廳取得清真餐飲認證。
- 萬事達卡「2015年全球穆斯林旅遊指數」，臺灣榮獲非伊斯蘭組織國家第10名



103年吸引18萬穆斯林旅客來臺觀光

■ 強化雙邊觀光交流

臺日觀光高峰論壇(今年第8屆)



目標互訪500萬人次

臺韓觀光交流會(今年第30屆)



目標互訪200萬人次

臺越觀光合作會議(今年第4屆)



排除旅遊障礙，促進觀光互訪

海峽兩岸圓桌會議(今年第7屆)



持續整頓大陸來臺團客市場秩序

圖片來源：中央社

陸、觀光發展 未來展望



Welcome to Taiwan



觀光大國行動方案(104-107年)

願景



觀光升級：邁向千萬觀光大國

理念

質量優化、價值提升

在量的增加，順勢而為、穩定成長

在質的發展，創新升級、提升價值

目標

打造觀光質量優化、處處皆可觀光的觀光大國

提升臺灣觀光品牌形象，增加觀光外匯收入

104年來臺旅客1,030萬人次，觀光外匯收入4,450億元

107年來臺旅客1,170萬人次，觀光外匯收入5,000億元

觀光升級 四大策略

優質觀光

產業優化
服務增值

觀光人才
接軌國際

特色觀光

跨域整合
特色亮點

多元創新
行銷全球

智慧觀光

完善智慧
觀光服務

引導產業
增值應用

永續觀光

推廣綠色
觀光體驗

營造有感
旅遊服務

展望 107年

質量優化

開創質量優化的觀光榮景，營造優質觀光品牌形象，提升國際觀光競爭力及國際排名

處處觀光

打造國際觀光亮點、特色旅遊產品及完善資訊服務，營造處處皆可觀光旅遊環境

外匯收入

吸引高消費旅客來臺，貢獻觀光外匯收入由103年4,438億元成長至107年5,000億元

國旅消費

促進區域經濟均衡發展，國民旅遊消費由103年3,092億元成長至107年3,300億元

就業機會

促進國內就業機會，帶動觀光就業人口由103年18萬人次成長至107年20萬人次

簡報結束



Taiwan

THE HEART OF ASIA

