

收文編號：1060002078

議案編號：1060426071008300

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)
中華民國106年5月10日印發

院總第 887 號 政府提案第 15350 號之 2206

案由：交通部函，為 105 年度中央政府總預算附屬單位預算決議，
檢送交通作業基金決議第 12 項書面報告，請查照案。

交通部函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 106 年 3 月 9 日

發文字號：交路(一)字第 1068200133 號

速別：最速件

密等及解密條件或保密期限：普通

附件：如主旨

主旨：有關中華民國 105 年度中央政府總預算案附屬單位預算營業及非營業部分案審查總報告（修正本），非營業部分有關本部主管交通作業基金之通過決議第 12 項觀光發展基金 105 年度於「行銷及業務費用」項下「印刷裝訂與廣告費-業務宣導費」中「觀光大國行動方案」之台灣觀光目的地宣傳計畫，本部就經費運用內容，向大院交通委員會提出書面報告一案，檢送書面報告如附件，請鑒察。

說明：依據中華民國 105 年度中央政府總預算案附屬單位預算營業及非營業部分案審查總報告（修正本）之會議決議辦理。

正本：立法院

副本：立法院交通委員會、本部部、次長室、秘書室、會計處、路政司、交通部觀光局（均含附件）

交通部觀光局
105年度交通作業基金預算
有關印刷裝訂與廣告費-業務宣傳費
書面報告

交通部
106年3月

觀光發展基金 105 年度於「行銷及業務費用」項下「印刷裝訂與廣告費-業務宣導費」中「觀光大國行動方案」之台灣觀光目的地宣傳計畫編列 5 億 8,500 萬元，主要包括辦理國際宣傳活動、駐外辦事處業務推廣費用、組團參加國際大型旅展、接待國際媒體及觀光業界外賓等費用。然從近年來台觀光客之各國客源分布來看，似乎集中在某些地區或國家，看不出國際行銷的實質效益：為活絡我國觀光市場，此等宣傳不應淪為官方形式的宣傳，而拿不出績效，觀光主管機關應審慎考慮結合民間業者的活力，透過與民間的共同參與，來強化國際行銷宣傳的績效，而不是編列相關費用流於形式卻拿不出好成績，誠有浪費公帑之嫌。爰此，向立法院交通委員會提出書面報告。

說明：

一、國際觀光宣傳之成效

為提升臺灣國際觀光競爭力，本部觀光局以「多元開放、全球布局」思維將臺灣觀光推向國際。持續耕耘既有主要目標客源市場如日、韓、港星馬及歐美等市場，亦積極開拓東協及南亞等客源市場旅客，已成功擴大臺灣觀光客源市場規模，帶動來臺旅客倍增。來臺旅客數由 97 年 352 萬人次穩定成長至 105 年 1,069 萬 279 人次，各主要市場皆呈正成長，並非只集中在某些地區或國家。

二、國際媒體讚臺灣

各項宣傳推廣作業，已帶動來臺旅遊人氣及創造外匯收入，成功擴大臺灣觀光市場規模。近年來國外知名媒體持續關注臺灣旅遊，也大幅提升臺灣能見度，包括國際權威旅遊指南「孤獨星球」(Lonely Planet)評選台灣為「全球9大最超值旅遊目的地」、英國旅遊服務網站Skyscanner評選臺北為全球十大「新興旅遊地點」、美國紐約時報(New York Times)所選全球52個旅遊景點，臺灣列為必去地點為第11名、美國有線電視新聞網(CNN)讀者票選美食旅遊地，臺灣居冠，亦專文報導臺灣做到世界第一的10件事情。InterNations網站外籍人士評最宜居地評比，臺灣奪全球榜首，是全球最宜居住地。柏林日報網站旅遊秘笈大力推薦臺灣，認為這個亞熱帶東亞小島上，結合中國傳統美食文化、日本與歐洲料理潮流，讓這裡處處有美食，盛讚臺灣是綜合味覺與視覺的天堂。

三、在105年度因大陸限縮團客人數，又涉有兩岸政治關係問題，陸客縮減之困境下，本部觀光局仍致力開拓多元市場，創新產品並穩固陸客，全年來臺旅客達1,069萬279人次，較104年同期成長2.4%，非大陸市場旅客成長14.75%，各主要市場均呈現正成長，其中，仍以近年成長幅度最大之韓國市場持續大幅成長34.25%最

高；其次為日本市場成長 16.5%及歐洲成長 9.39%；美國成長 9.27%；港澳則成長 6.69%；中東市場成長 5.91%；南向市場泰國成長 57.26%，菲律賓成長 23.89%，越南成長 34.33%，成績均創新高。

四、綜上說明，本項預算對於提昇來臺旅客質量及創造優質永續觀光具有顯著之效益，未來仍須致力國際宣傳行銷，提昇我國國際能見度並形塑臺灣為亞洲重要觀光旅遊目的地。

立法院第 9 屆第 3 會期第 13 次會議議案關係文書