

收文編號：1080002527

議案編號：1080304071006000

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)  
中華民國108年3月27日印發

院總第 887 號 政府提案第 16450 號之 565

案由：交通部函，為 108 年度中央政府總預算決議，檢送觀光局決議(六)「觀光業務」項下「觀光國際事務」預算凍結五分之一書面報告，請查照案。

交通部函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 108 年 2 月 20 日

發文字號：交路(一)字第 1088200119 號

速別：最速件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨,attch1

主旨：中華民國 108 年度中央政府總預算案審查總報告(修正本)中，有關歲出部分觀光局及所屬決議(六)，第 2 目「觀光業務」項下「觀光國際事務」編列 6,293 萬 7 千元，凍結五分之一，需向大院交通委員會提出書面報告始得動支一案，檢送觀光國際事務費用預計達成績效書面報告 1 份，請鑒察。

說明：

- 一、依據中華民國 108 年度中央政府總預算案審查總報告(修正本)之決議辦理。
- 二、旨揭歲出部分第 14 款第 4 項決議(六)(第四冊 1226 頁)：交通部觀光局及所屬 108 年度預算第 2 目「觀光業務」項下「觀光國際事務」編列 6,293 萬 7 千元，主要業務為辦理駐外辦事處轄區內經常性一般公務費用，包括聯繫媒體記者及觀光資訊蒐集分析等，經查，該科目 104 至 106 年度決算介於 5,628 萬元至 6,075 萬元，顯見 108 年度預算編列過於寬列，且各駐外辦事處之預算配置、支用情形及執行成效於預算書中皆無揭露，無法判斷預算編列之預計達成績效、必要性及合理性，爰該筆預算凍結五分之一，俟交通部觀光局於 1 個

立法院第 9 屆第 7 會期第 7 次會議議案關係文書

月內，向立法院交通委員會提出書面報告後，始得動支。

正本：立法院

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

### 壹、通過決議第六項

交通部觀光局及所屬 108 年度預算第 2 目「觀光業務」項下「觀光國際事務」編列 6,293 萬 7 千元，主要業務為辦理駐外辦事處轄區內經常性一般公務費用，包括聯繫媒體記者及觀光資訊蒐集分析等，經查，該科目 104 至 106 年度決算介於 5,628 萬元至 6,075 萬元，顯見 108 年度預算編列過於寬列，且各駐外辦事處之預算配置、支用情形及執行成效於預算書中皆無揭露，無法判斷預算編列之預計達成績效、必要性及合理性，爰該筆預算凍結五分之一，俟交通部觀光局於 1 個月內，向立法院交通委員會提出書面報告後，始得動支。

### 貳、說明

- 一、「觀光國際事務」費用主要作為參加亞太旅行協會(PATA)、國際會議協會(ICC)等國際組織會費估計約新臺幣 1,443 千元；駐外館處行政作業維持費包括給付東京、大阪、首爾、新加坡、馬來西亞、泰國等非合署駐外辦事處與釜山、名古屋臺灣觀光資訊服務中心辦公室租金估計約新臺幣 18,221 千元，及東京、大阪、首爾、新加坡、馬來西亞、泰國、法蘭克福、紐約、舊金山、洛杉磯等當地雇員薪資估計約新臺幣 41,508 千元，加上新加坡辦事處搬遷、新設越南胡志明辦事處、首爾及東京辦事處老舊館舍須適度裝修等估計約新臺幣 1,765 千元。
- 二、108 年設定來臺旅客 1,150 萬人次目標，觀光局積極開拓主力及潛力市場，於重點十國日、韓、星、馬、菲、越、泰、印度、印尼及澳洲等，運用創新宣傳、推廣、促銷等手法行銷臺灣，加強城市行銷及國際交流，透過明星/網紅代言、友好締結、國際權威媒體曝光、行動網路及 OTA(線上旅行社)推播新訊。潛力市場積極推動簡化簽證、媒合資源，如配合外交部試辦俄羅斯簽證措施，參加俄羅斯旅展、辦理 B2B 推廣會並規劃委託公關公司深耕俄羅斯市場。

- 三、除此之外，加強營造國際行銷新賣點及話題效應，如藉由本部觀光局自創代言人喔熊熱氣球參與各國熱氣球節慶活動，成為全球媒體注目，以提昇臺灣觀光品牌世界知名度，預定於108年辦理喔熊熱氣球國際行銷；另配合客源市場及考量運送問題，選定春(東南亞)、夏(歐洲)、冬季(日本)，計畫進行多場次國際行銷活動，透過系列活動宣傳廣告之廣大媒體轉播效益，向世界宣傳臺灣觀光，以有效吸引國際旅客來臺旅遊。
- 四、本部觀光局配合2019小鎮漫遊年，塑造臺灣各地區來臺旅遊亮點，觀光局已精選30個經典小鎮，結合4個國際慢城及10個客庄等特色小鎮，推薦給喜愛主題旅遊之國際旅客，來臺灣探訪體驗，期藉由2019年小鎮深度旅遊風氣，展現臺灣鄉鎮在地特色，共創小鎮越在地、越國際的觀光體驗新魅力，吸引更多的國內外旅客造訪，一同感受臺灣小鎮在地風景文化，體驗濃厚人情味。另於各主要客源市場推廣重點城市辦理之臺灣觀光新年曆活動，發送文宣及網站訊息，宣傳各活動亮點，吸引海外遊客至臺灣各地區旅遊。
- 五、綜上，本部觀光局駐外辦事處於海外第一線推廣臺灣觀光，係引入外籍旅客活絡臺灣觀光產業之重要關鍵窗口，且參加海外國際觀光相關組織有助臺灣觀光國際曝光，未來觀光局將持續依各市場屬性，訂定市場策略，以吸引全球旅客到訪臺灣。