

收文編號：1080000593

議案編號：1080119071006500

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4月10日印發

院總第 887 號 政府提案第 16100 號之 3051

案由：交通部函，為 107 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 44 項宣傳媒體採購策略、執行情形與效益書面報告，請查照案。

交通部函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 108 年 1 月 16 日

發文字號：交路(一)字第 1088200031 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 107 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）中，有關本部主管交通作業基金（觀光發展基金）通過決議第 44 項：要求交通部觀光局於二個月內，向立法院交通委員會針對宣傳媒體採購策略、執行情形與效益提出書面報告一案，檢送書面報告 1 份如附件，請鑒察。

說明：

- 一、依據中華民國 107 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）之決議辦理。
- 二、旨揭通過決議第 44 項：「觀光發展基金 107 年度預算『行銷及業務費用』項下『業務費用—服務費用—印刷裝訂與廣告費—廣（公）告費』之『Tourism 2020 臺灣永續觀光發展策略』—國際市場開拓計畫編列 8 億 5,055 萬 2 千元，辦理主要客源市場媒體廣告採購 7 億 2,000 萬元、全球宣傳媒體廣告採購計畫 1 億 3,055 萬 2 千元，以為將臺灣觀光產品向國際推展及提高臺灣的國際視野。惟經查，政府推動新南向政策，但觀光發展基金進行主要客

立法院第 9 屆第 7 會期第 9 次會議議案關係文書

源市場及全球宣傳媒體的採購，仍以日、韓為大宗，對於東南亞及泰印菲等國之經費卻停滯不前；此外，觀光發展基金於 104 年度編列其他新興市場之媒體採購經費，由 104 年度的 6,000 萬元，成長至 107 年度的 2 億 3,000 萬元，卻未說明何謂『其他新興市場』及其預期效益。爰『行銷及業務費用』項下『業務費用—服務費用—印刷裝訂與廣告費—廣（公）告費』之『Tourism 2020 臺灣永續觀光發展策略』—國際市場開拓計畫編列 8 億 5,055 萬 2 千元凍結十分之一，俟交通部觀光局就宣傳媒體採購策略、執行情形與效益，於 2 個月內向立法院交通委員會提出書面報告後，始得動支。」，依審查總報告（修正本）肆、五（三）決議，免予凍結，改提書面報告。

正本：立法院

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

107年觀光發展基金

宣傳媒體採購策略及執行成效報告

交通部
108年1月

壹、通過決議第44項

「觀光發展基金107年度預算『行銷及業務費用』項下『業務費用-服務費用-印刷裝訂與廣告費-廣(公)告費』之『Tourism 2020 臺灣永續觀光發展策略』-國際市場開拓計畫編列8億5,055萬2千元，辦理主要客源市場媒體廣告採購7億2,000萬元、全球宣傳媒體廣告採購計畫1億3,055萬2千元，以為將臺灣觀光產品向國際推展及提高臺灣的國際視野。惟經查，政府推動新南向政策，但觀光發展基金進行主要客源市場及全球宣傳媒體的採購，仍以日、韓為大宗，對於東南亞及泰印菲等國之經費卻停滯不前；此外，觀光發展基金於104年度編列其他新興市場之媒體採購經費，由104年度的6,000萬元，成長至107年度的2億3,000萬元(如下表)，卻未說明何謂『其他新興市場』及其預期效益。爰『行銷及業務費用』項下『業務費用-服務費用-印刷裝訂與廣告費-廣(公)告費』之『Tourism 2020 臺灣永續觀光發展策略』-國際市場開拓計畫編列8億5,055萬2千元凍結十分之一，俟交通部觀光局就宣傳媒體採購策略、執行情形與效益，於2個月內向立法院交通委員會提出書面報告後，始得動支。」一案，依審查總報告(修正本)肆、五(三)決議，免予凍結，改提書面報告。

單位：億元

	日本	韓國	東南亞	泰印菲	歐美	中國	其他	全球
102	1.7	0.5	1	-	1	0.3	-	2.5
103	1.7	0.6	1.5	-	0.7	0.3	-	2
104	1.7	0.6	0.5	0.4	0.7	0.3	0.6	1.7
105	2.2	1	0.5	0.4	0.7	0.2	1.3	1.7
106	2.1	1	0.5	0.4	0.7	0.2	1.3	1.55
107	2.1	1	0.5	0.4	0.7	0.2	2.3	1.30552

貳、說明

- 一、本部觀光局推展國際觀光向以「多元行銷、全球布局」核心思維將臺灣觀光推向全球，重點鎖定日、韓、泰、星、馬、菲、印尼及其他新興市場(越南、印度、紐澳、中東等)，於主要客源市場辦理媒體廣告採購，以提升來客規模、消費力度及深化臺灣觀光品牌印象。107年截至11月底止，

整體來臺旅客達 994.1 萬人次，較 106 年同期成長 3.26%，新南向 18 國旅客突破 228.9 萬人次，成長 14.62%，均創下歷史新高。107 年 12 月 2 日來臺國際旅客達到第 1,000 萬人，連續 4 年突破年度來臺千萬旅客的紀錄，且較 106 年提前近兩週達成目標，並在 107 年 12 月 30 日達到 1,100 萬人次之歷史新高紀錄。為接軌全球永續觀光發展趨勢，積極推動「Tourism 2020-臺灣永續觀光發展方案」，持續運用宣傳、推廣、促銷等手法行銷臺灣，積極打造臺灣觀光品牌，以實現「觀光立國」理念。

- 二、本部觀光局持續透過於國際市場平面、電子等媒體廣告採購、辦理各市場國際宣傳計畫、組團參加海外國際旅展及觀光推廣活動、媒體及業者接待與邀訪等方式，依據各市場喜好，以美食、樂活、生態、文化、購物、浪漫等 6 大觀光宣傳主軸為核心，及參考當年度各市場業者建議及反應、競爭國於當地的作為、旅遊偏好、出國旅遊人次，參酌該地區來臺航班載客量等，隨時調整市場策略，投入宣傳媒體採購，以達經費運用發揮最大效益。
- 三、各項國際宣傳行銷成果包含臺灣魅力獲得國際讚譽，如萬事達卡 2018 年「新月評等—全球穆斯林旅遊指數 (GMTI)」調查，臺灣獲選為在非伊斯蘭教組織中最佳旅遊目的地第 5 名，肯定近年我國在新南向市場所做出的努力。本部觀光局「親山篇」廣告影片獲美國旅遊周刊「2018 麥哲倫獎」-「冒險旅遊目的地」銀獎殊榮。知名商務旅遊雜誌 Global Traveler，在 2018 年票選臺灣為 Best Leisure Destination in Asia。本部觀光局「East of Taiwan 國際行銷影片」獲 2018 葡萄牙國際觀光影片節最佳亞洲影片，是臺灣唯一獲獎的影片等。
- 四、綜上說明，本項預算對於提昇來臺人數及創造永續觀光具顯著效益，未來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，為臺灣觀光產業創造更大商機。

立法院第9屆第7會期第9次會議議案關係文書