

收文編號：1090007021

議案編號：1090814071001100

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)
中華民國109年10月21日印發

院總第 887 號 政府提案第 16920 號之 3374

案由：交通部函，為 109 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 14 項「行銷及業務費用」預算凍結十分之一書面報告，請查照案。

交通部函

受文者：立法院

發文日期：中華民國 109 年 8 月 10 日

發文字號：交路(一)字第 1098200343 號

速別：最速件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨

主旨：中華民國 109 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 14 項，「行銷及業務費用」編列 40 億 0,320 萬 2 千元，凍結十分之一，俟向大院交通委員會提出書面報告後始得動支一案，檢送書面報告 1 份，請鑒察。

說明：

- 一、依據中華民國 109 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 14 項（第 372 頁）：109 年度觀光發展基金預算「行銷及業務費用」編列 40 億 0,320 萬 2 千元，凍結十分之一，俟交通部觀光局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、交通部觀光局（以上均含附件）

壹、通過決議第 14 項

109年度觀光發展基金預算「行銷及業務費用」編列40億0,320萬2千元，凍結十分之一，俟交通部觀光局向立法院交通委員會提出書面報告後，始得動支。

貳、說明

- 一、本項預算係辦理跨區域、全球市場宣傳，用於國際市場媒體廣告採購，109年原計畫區隔目標客群，針對不同屬性客群，設定不同媒宣主軸等，採購全球知名媒體如CNN、BBC、TIME；於各重要客源國交通節點採購戶外電子看板或製作車站、車體廣告等，配合小鎮漫遊年延續宣傳計畫、脊梁山脈年宣傳計畫等。
- 二、配合中央疫情指揮中心邊境管制措施，本部觀光局於疫情後之國際觀光行銷預計辦理計畫內容如次：

(一) 推動國際雙邊旅遊合作

本部觀光局在啟動防疫旅遊，推出安心旅遊後，配合中央流行疫情指揮中心之邊境管制措施開放期程以及外交部推動國際合作角度，盼針對疫情控制得宜之時，以吸引國際旅客來臺觀光，確保開放國門時，可維持非常安全的旅遊環境，尤其以鄰近國家為主，強化各市場宣傳推廣，以安心來臺旅遊為主軸，振興國內觀光產業。

(二) 掌握國際觀光市場脈動，規劃國際宣傳計畫

- 1、疫情趨勢確實緩解後，本部觀光局視各主要客源市場邊境管制及直航臺灣航班狀況，以「先恢復國際旅客來臺信心、再衝刺來臺旅客數量」方式逐步漸次復甦，除以拍製主題宣傳影片、購買電視與網路通路進行密集宣傳、並結合平面與戶外廣告、電車等傳統媒體通路，提高臺灣觀光曝光度。
- 2、擴大新興媒體通路投入，藉由網路新媒體社群平

臺，與各市場網紅達人等合作，擴大線上宣傳，與大型線上旅行社合作，藉由其對消費者行為及相關產業之數據分析，加強自由行市場推廣，並提升臺灣於線上旅遊消費平臺之曝光度等作為。

- 3、擇定主力客源市場推動深度客源開發計畫，輔以包機及修學旅行獎助，同時推出機票及各種交通運具及旅遊優惠，吸引各主要客源市場國際旅客選擇來臺灣為疫後旅遊目的地，爭取國際旅客入境市場復甦及成長。

三、綜上，本部觀光局為活絡臺灣觀光產業，避免各項宣傳推廣計畫中斷，並提前部署以利爭取邊境開放後之國際旅客商機，未來將持續強化臺灣觀光意象，規劃區域旅遊產品及行銷策略，亦積極推展如特色美食、運動旅遊、生態旅遊等具臺灣優勢之主題旅遊，優化臺灣特色節慶活動，以吸引全球旅客到訪臺灣。

立法院第 10 屆第 2 會期第 4 次會議議案關係文書