

臺中市議會第3屆第1次臨時會

增加國內外觀光客人數及消費額度  
專案報告



臺中市政府觀光旅遊局  
報告人：局長 林筱淇  
中華民國 108 年 3 月



## 目錄

壹、前言.....	1
貳、觀光市場現況.....	2
一、國際入境市場.....	2
二、國人旅遊市場.....	4
三、旅宿業.....	6
參、現況議題.....	10
肆、觀光市場拓源振興策略.....	10
一、築底.....	11
二、整合.....	14
三、行銷.....	21
四、引流.....	22
伍、結語.....	26



**議長、副議長、各位議員女士、先生：**

欣逢 貴會第 3 屆第 1 次臨時會開議，筱淇應邀列席報告臺中市增加國內外觀光客人數及消費額度規劃，至感榮幸。承蒙各位議員女士、先生策勵與支持，使本規劃相關業務均能順利推展，謹此敬致誠摯謝忱。

## **壹、前言**

臺灣國際入境旅客已連續 4 年達千萬人次，依交通部觀光局來臺旅客消費及動向調查，整體來臺旅客至臺中旅遊之相對次數已由 104 年每百人 10.19 人次，增加為 106 年每百人 12.34 人次，為近年六都中唯一呈正成長趨勢之城市。旅宿業整體住宿人次亦逐年成長，外籍旅客住宿由 104 年 100.4 萬人次，增加為 107 年 138.1 萬人次；國人住宿由 104 年 469.9 萬人次，增加為 107 年 534.3 萬人次。顯見臺中市觀光市場發展蓬勃。

惟受陸客來臺人次減少及交通部觀光局積極推動新南向政策影響，來臺旅客結構已由大陸占比 4 成，逐漸調整為中國大陸、日韓、新南向、歐美港澳各占約四分之一之均衡市場。如何完備臺中觀光旅遊環境，整合市府及民間資源，積極多元行銷，留客、引客，以因應市場調整，為臺中創造更高之觀光產值，是筱淇上任後，最積極投入之作業。

筱淇謹在此提出臺中市增加國內外觀光客人數及消費額度專案報告如後，敬請指教。

## 貳、觀光市場現況

### 一、國際入境市場

#### (一) 整體市場

近 4 年<sup>1</sup>大陸來臺旅客人次<sup>2</sup>雖逐年下滑(107 年較 104 年減少 148.8 萬人次，負成長 35.57%)，惟受新南向政策激勵，來臺旅客結構調整，整體旅客人次仍逐漸增加(107 年較 104 年增加 62.7 萬人次，正成長 6.01%) (圖 1)。

參考交通部觀光局 104 年至 106 年之「來臺旅客消費及動向調查報告」<sup>3</sup>，臺中市為六都中，國際旅客到訪之相對次數唯一逐年成長之城市(104 年至 106 年之相對次數分別為 10.19、11.58、12.34(人次/百人次))，惟僅優於桃園市及台南市，六都中居於第四位(圖 2)。參照來臺旅客人次估算來臺中旅客人次<sup>4</sup>，104 年至 106 年到訪臺中之國際旅客增加 26.15 萬<sup>5</sup>，成長 25.58%<sup>6</sup>，優於來臺旅客成長率(6.01%)，顯見臺中於國際旅客市場略具發展潛力。

#### (二) 次市場

以次市場觀之，104 年至 106 年大陸旅客來臺數雖下跌，惟至臺中之相對次數均高於整體旅客；日本旅客來臺中之相對次數則有顯著成長(104 年為 3.19(人次/百人次))，106 年為 5.03(人次/百人次))(圖 3)，以

---

<sup>1</sup> 104 年至 107 年，以下內文同

<sup>2</sup> 依內政部移民署及交通部觀光局入出境統計資料，大陸來臺旅客人次不包含香港、澳門旅客

<sup>3</sup> 依交通部觀光局預告統計發佈時間表，107 年報告將於 108 年 9 月公告，故相關調查數據僅至 107 年

<sup>4</sup> 來臺中旅客人次= 來臺旅客人次\*到臺中相對次數/100

<sup>5</sup>  $(1074*12.34 - 1044*10.19)/100 = 26.15$

<sup>6</sup>  $(26.15/(1044*10.19))*100\% = 25.58\%$

日本來臺旅客數估算，106年來臺中之日本旅客正成長83.46%<sup>7</sup>（表1），市場拓展成果可謂豐碩。

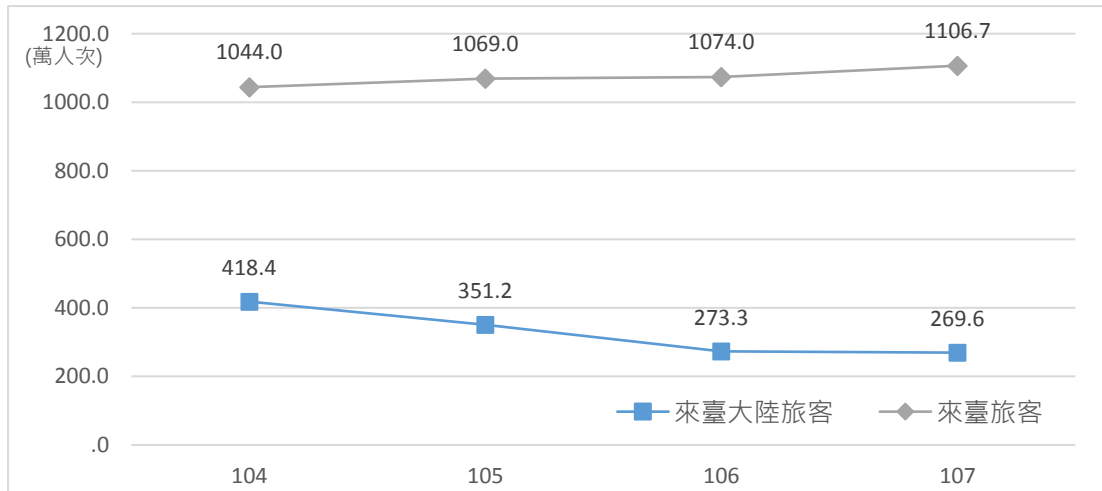


圖1 來臺旅客趨勢圖

資料來源：交通部觀光局，觀光統計資料庫

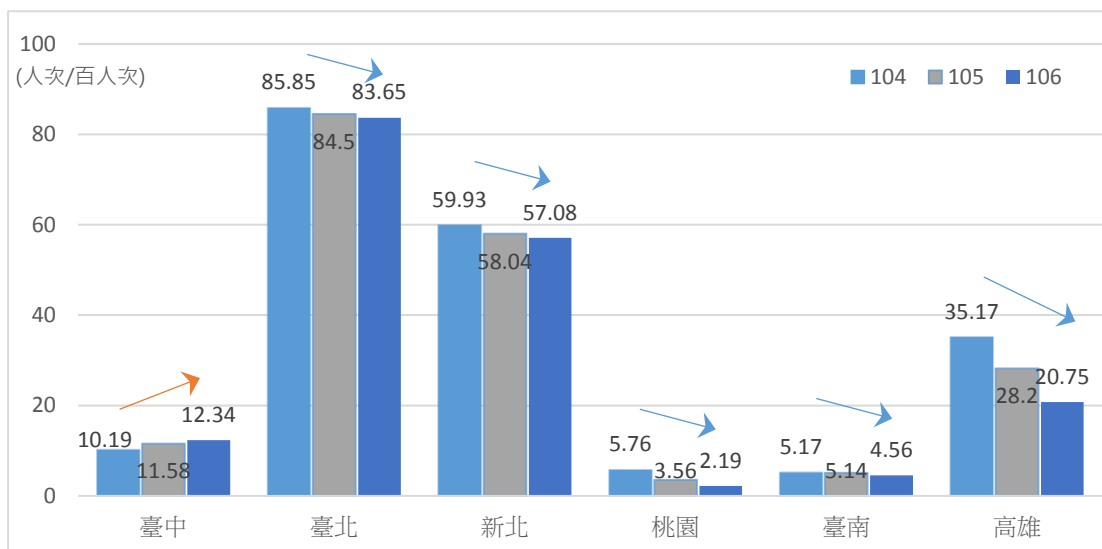


圖2 來臺旅客到訪六都相對人次趨勢圖

資料來源：交通部觀光局，來臺旅客消費及動向調查

<sup>7</sup>  $(95,346 - 51,971) / 51,971 * 100\% = 83.46\%$

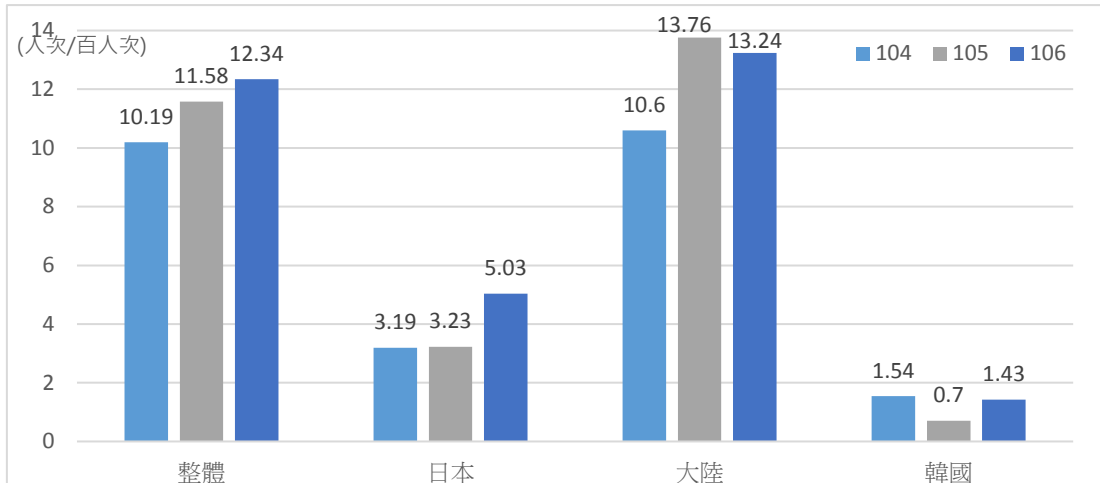


圖 3 來臺旅客主要次市場到臺中相對人次趨勢圖

資料來源：交通部觀光局，來臺旅客消費及動向調查

表 1 日本來臺旅客人次表

年度 \ 項目	來臺人次 (萬人次) A	到訪臺中相對次數 (人次/百人次) B	到訪臺中人次 (人次) C=A*B/100
104 年	162.9	3.19	51,971
105 年	189.6	3.23	61,256
106 年	189.6	5.03	95,346

資料來源：交通部觀光局，觀光統計資料庫及來臺旅客消費及動向調查

## 二、國人旅遊市場

依交通部觀光局國人旅遊狀況調查<sup>8</sup>，106 年國人國內旅遊次數為近 5 年首度負成長（圖 4），惟臺中市國旅市場則以 105 年為低點，國人到訪臺中相對次數於 106 年成長 1.2 個百分點（105 年為 10.4%，106 年為 11.6%），為近年高點（圖 5、表 2），並居六都中，國人國內旅遊市場之首（圖 6）。

以分區來看，北部地區<sup>9</sup>至中部地區旅遊者比例漸增，

<sup>8</sup> 同註解 3

<sup>9</sup> 依交通部觀光局國人旅遊狀況調查，北部地區為臺北市、基隆市、新北市、宜蘭縣、桃園市、新竹縣、新竹市；中部地區為苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區為嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區為臺東縣、花蓮縣；離島地區為金門縣、連江縣、澎湖縣。



中部地區居民則漸偏向至外地旅遊，南部、東部及離島地區居民國內旅遊動向則略有起伏（表 3）。

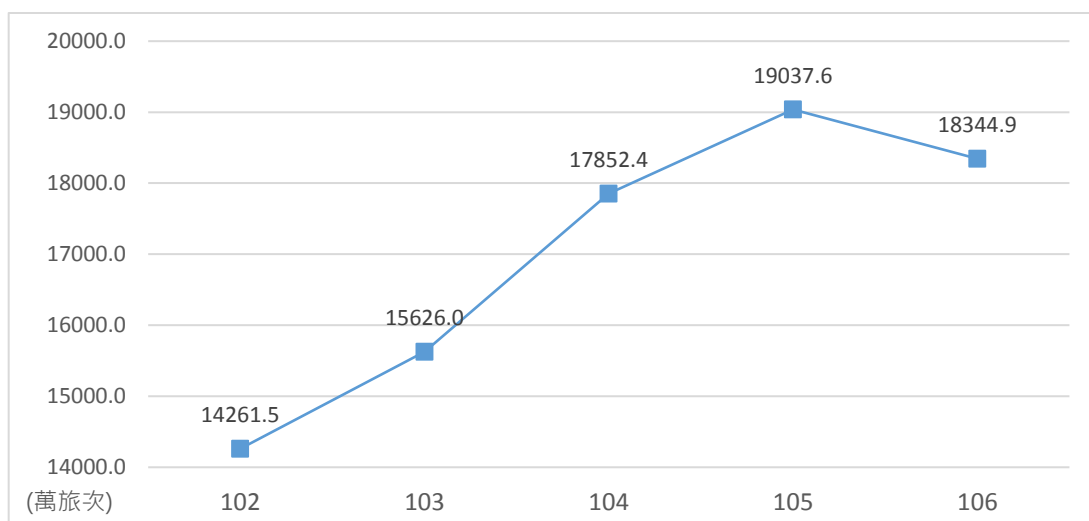


圖 4 國人國旅趨勢圖

資料來源：交通部觀光局，國人旅遊狀況調查

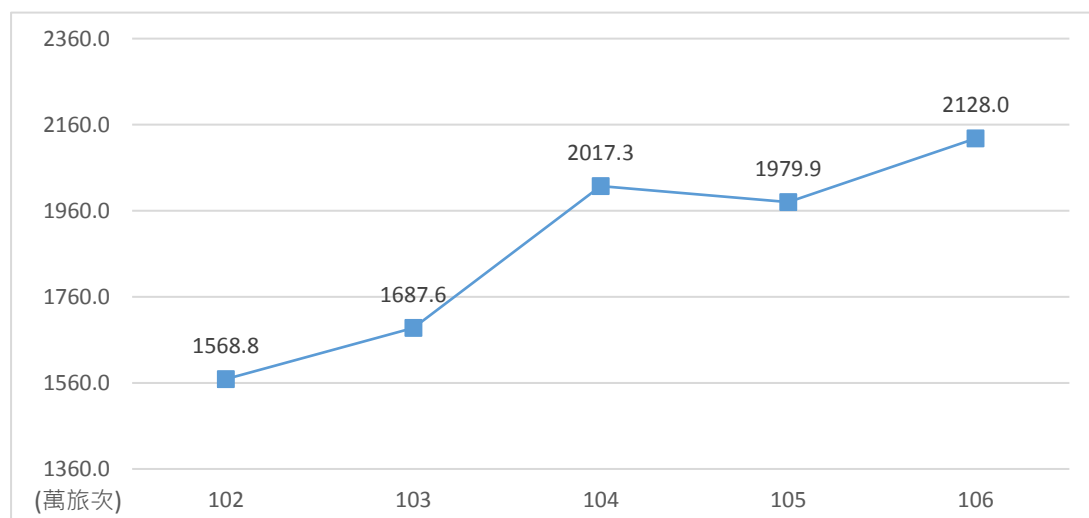


圖 5 國人國旅至臺中市之旅次趨勢圖

資料來源：交通部觀光局，國人旅遊狀況調查

表 2 國人國旅至臺中次數表

項目 年度	總旅次 (A)	到臺中相對比例 (B)	到臺中次數 (C=A*B)
104	17852.4	11.3%	2017.3
105	19037.6	10.4%	1979.9
106	18344.9	11.6%	2128.0

資料來源：交通部觀光局，國人旅遊狀況調查

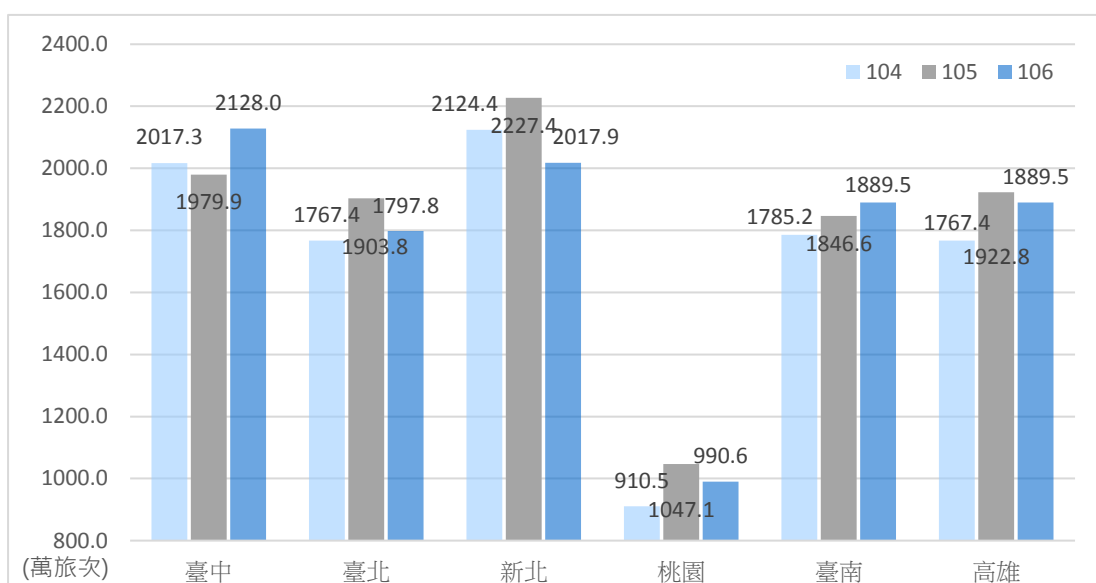


圖 6 國人國旅至六都相對次數趨勢圖

資料來源：交通部觀光局，國人旅遊狀況調查

表 3 國人至中部地區之比率

單位：列%

居住地區 \ 年度	103	104	105	106
全臺	31.3	31.6	30.7	31.8
北部地區	22.0	22.2	22.3	23.8
中部地區	59.6	57.9	55.9	55.4
南部地區	21.7	23.9	22.9	24.4
東部地區	13.7	12.4	11.1	14.3
離島地區	10.6	10.1	13.3	8.3

資料來源：交通部觀光局，國人旅遊狀況調查

### 三、旅宿業

#### (一) 需求面-住宿人次與客房住用數

近 4 年臺中市住宿人次及客房住用數<sup>10</sup>逐年增加，顯示整體需求穩定成長（圖 7）。惟中國大陸住宿人次逐年減少（104 年 114.8 萬人次，107 年 61.0 萬人次，

<sup>10</sup> 客房住用數：實際住用客房數

負成長 46.89%)，占比逐年下降(104 年占 17.49%，107 年占 8.32%)；其他外籍旅客人次及占比均微幅成長(105 年 110.0 萬人次，占 16.33%；107 年 138.1 萬人次，占 18.83%)；國內旅客占比逾 7 成，業為臺中旅宿業之主要客源(圖 8、圖 9)。

以次市場來看，日本旅客住宿人次自 104 年逐漸上升後，107 年反向下跌(106 年 31.1 萬，107 年 25.8 萬)，退居為中國大陸之外，次於港澳之第三大客源市場；港澳客源逐年穩定成長，107 年業躍居中國大陸之外，最大之外籍客源市場；馬來西亞、越南住宿旅客數成長顯著(圖 10)。

## (二) 供給面-旅館家數

近 4 年臺中市一般旅館及民宿家數與房間數成長顯著，一般旅館家數成長 18.77%(104 年 325 家，107 年 386 家，增加 61 家)、房間數成長 21.40%(104 年 16,567 間，107 年 20,113 間，增加 3,546 間)；民宿家數成長 22.37%(104 年 76 家，107 年 93 家，增加 17 家)、房數成長 27.44%(104 年 277 間，107 年 353 間，增加 76 間)，顯見業者對臺中旅宿市場之樂觀。

## (三) 營收

觀光旅館營收漸減，一般旅館營收漸增，且餐飲收入占比漸減(104 年占 18.63%，107 年占 16.54%)，客房收入是主要的營收來源(104 年占 71.83%，107 年占 75.74%)。民宿營收略有起伏，惟 107 年為近 4 年最低點，較 106 年負成長 28.42%(年營收減少 1,021.2 萬元)。近 4 年觀光旅館營收以 105 年為高點後，逐年下滑，107 年較 106 年負成長 5.11%(年營收減少 1,418.2

萬元)，惟仍高於 104 年之收入（表 4）。

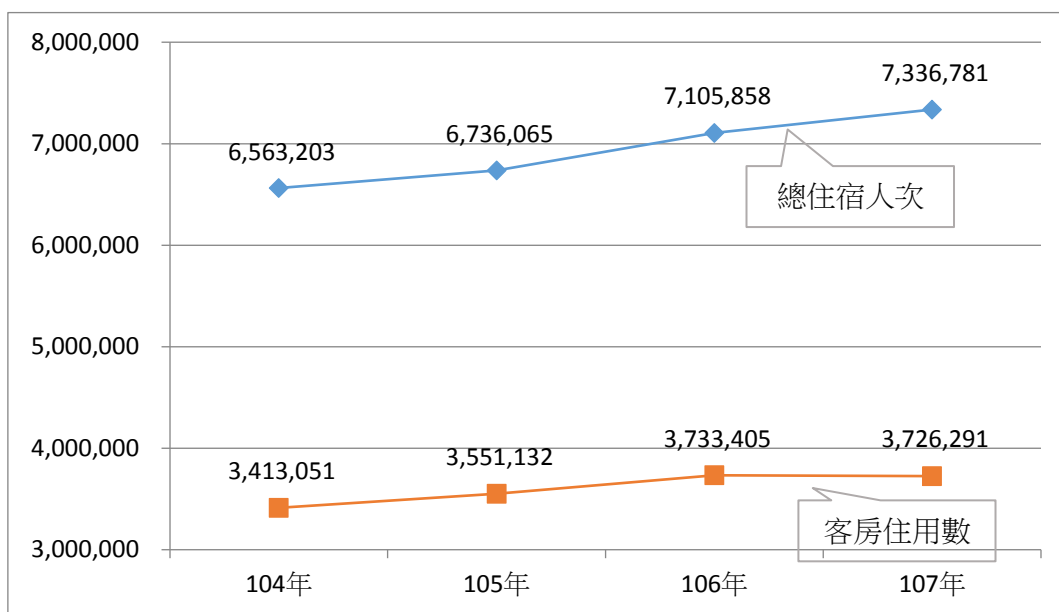


圖 7 臺中市旅宿業總住宿人次及客房住用數趨勢圖

資料來源：交通部觀光局旅宿

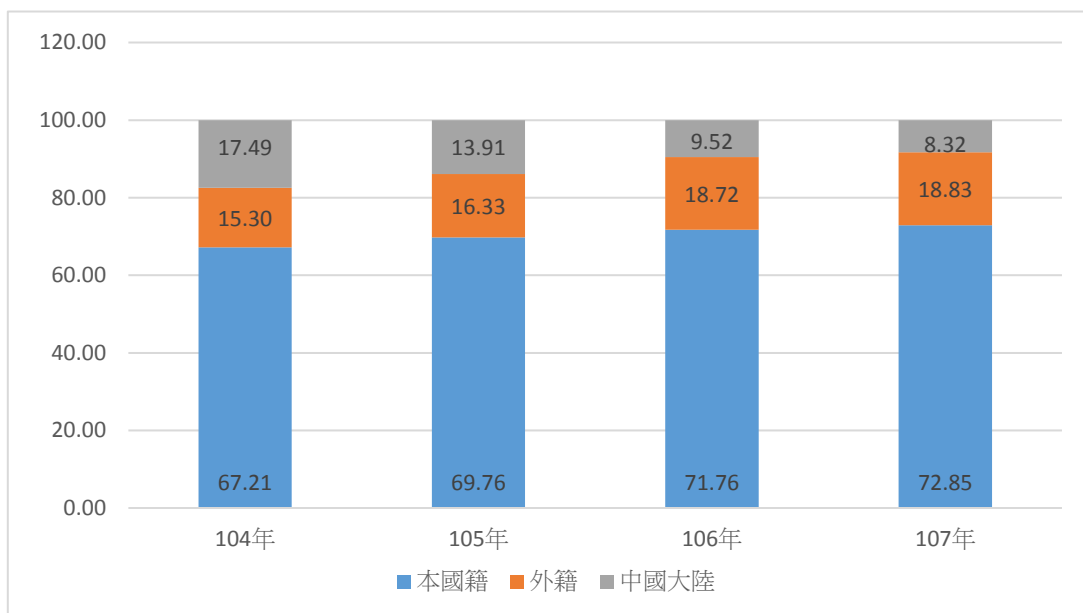


圖 8 臺中市旅宿業住宿人次占比圖

資料來源：交通部觀光局旅宿網

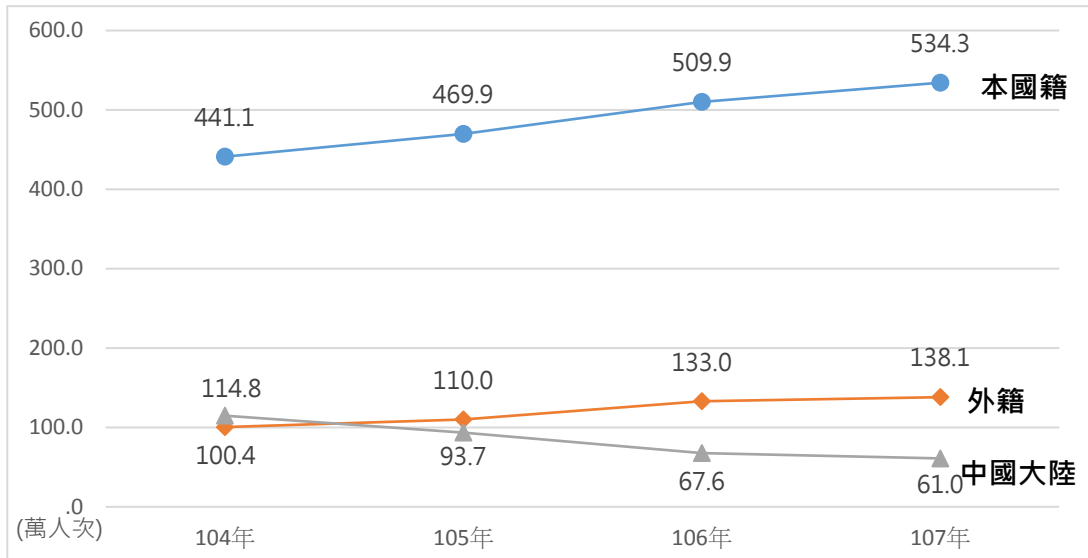


圖 9 臺中市旅宿業住宿人次依國籍統計

資料來源：交通部觀光局旅宿網

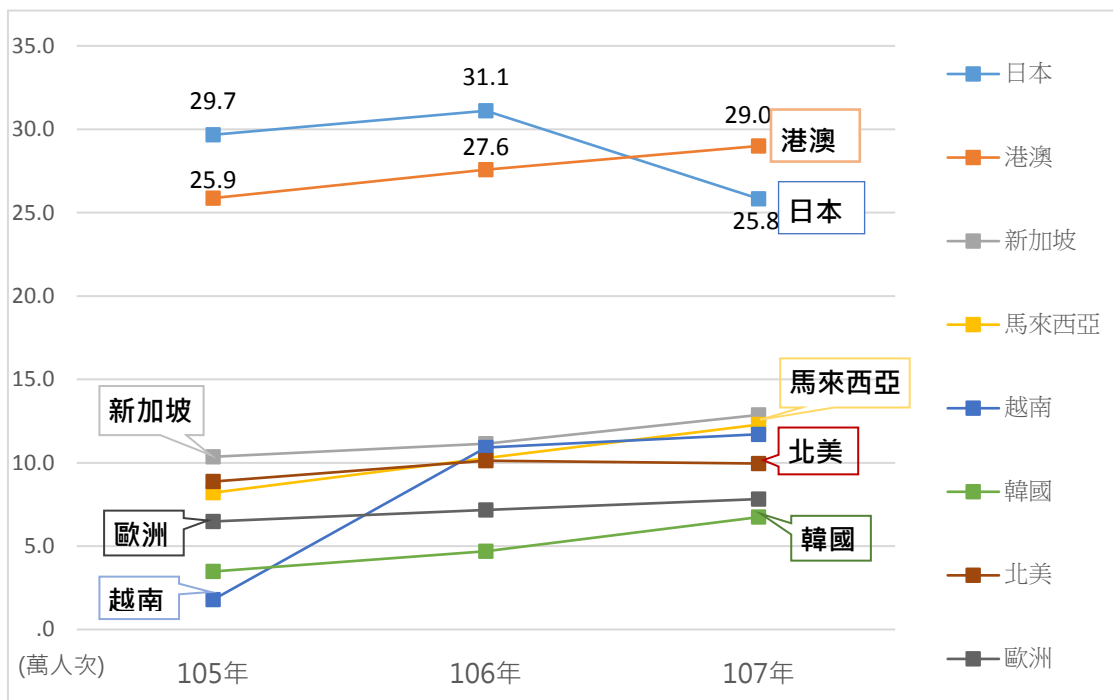


圖 10 臺中市旅宿業外籍旅客住宿人次趨勢圖

資料來源：交通部觀光局旅宿網

表 4 臺中市旅宿業營收統計表

單位：萬元

年度 類別	104 年	105 年	106 年	107 年
觀光旅館	286,424.6	283,122.4	277,609.6	263,427.9
一般旅館	899,500.6	950,686.8	969,088.6	985,599.6
民宿	3,338.5	3,290.8	3,593.5	2,572.3

資料來源：交通部觀光局旅宿網

### 參、現況議題

綜上所述，臺中市觀光旅遊市場現況初步歸納存有下列四議題應納入未來發展之政策規劃參考：

- 一、來臺旅客結構調整：由大陸旅客占比近 4 成，調整為大陸、日韓、新南向、歐美港澳各占約四分之一，應機動檢討調整各市場行銷策略及資源，以因應各市場旅客偏好、回應市場需求，並極大化行銷效益。
- 二、部分外籍旅客在臺中停留時間縮減：日本旅客到臺中之相對次數增加，然住宿人次下跌，顯示其停留時間縮減，爰應強化遊程行銷，透過帶狀遊程，延長旅客於臺中停留時間，進而提高觀光產值。
- 三、國人國旅市場在臺中比重漸增：臺中仍為國旅市場熱點，宜透過觀光推介、業者踩線等方式積極經營，穩定臺中觀光市場根源。
- 四、國人在地旅遊次數下跌：中部地區國人在地旅遊次數下降(表 1)，宜透過強化觀光旅遊資源、主題遊程包套、擴大宣傳行銷等策略，鞏固中臺灣鄰近縣市造訪本市的國旅市場。

### 肆、觀光市場拓源振興策略

交通部觀光局以「Tourism 2020—臺灣永續觀光發展方案」為臺灣觀光發展策略藍圖，並以「創新永續，打造在地幸福產業」

「多元開拓，創造觀光附加價值」、「安全安心，落實旅遊社會責任」為目標，積極打造臺灣觀光品牌。臺中市政府以其為觀光市場發展之基礎，配合旅遊市場現況議題，由構築完善旅遊環境著手，自下而上，對症處理臺中觀光市場發展議題，積極拓源、發展觀光。

## 一、築底

### (一) 完善休閒型自行車道及登山步道

1. 持續針對本市休閒型自行車道之設施、路面進行整建改善，提升服務品質，營造自行車友善城市。今（108）年度規劃辦理 3 個主題工程：

(1) 東豐自行車綠廊公共設施強化(公共廁所包含男、女廁及親子、無障礙廁所)。

(2) 大甲區、大安區、大肚區及龍井區自行車專用道路面與設施改善。

(3) 環河自行車道新設觀景平台。

2. 持續整修及維護既有登山步道，提升整體服務品質及設施妥善率，打造優異健走環境。今（108）年度規劃辦理 3 個主題工程：

(1) 太平區、霧峰區及外埔區既有登山步道整建及串聯。

(2) 統整各區公所、風管所與本局因天然災害（颱風、豪雨、地震等）造成損壞之步道公共設施復建。

(3) 持續整修及維護大坑登山步道，提升步道整體服務品質及安全性，包含持續更新汰換老舊步道共約 2,500 公尺、新增 9-1 號登山步道公共廁所、新建 10 號登山步道雙層觀景平台。

3. 規劃辦理「臺中市休閒型自行車道服務品質提升暨指標系統整合規劃委託技術服務」案，針對休閒型自行車道設置自行車驛站，提供停放、休憩及智慧服務等功能進

行評估規劃。

## (二) 提升旅宿業住宿環境品質

### 1. 旅館業及民宿稽查作業與輔導

(1) 稽查：不定期聯合稽查，如有違規者，限期改善或依法裁罰。依據交通部觀光局函示規定合法旅館業每年稽查 1 次，非法旅館原則上每年稽查 2 次。

(2) 輔導：

a. 辦理提升專業職能、特色營造、公共安全及服務品質講習訓練。

b. 聘請專家成立輔導小組辦理星級評鑑及好客民宿講習及實地輔導。

c. 邀集相關單位成立非法旅館或民宿之輔導小組實地輔導。

### 2. 舉辦旅宿產業從業人員法規暨專業職能教育講習訓練與研習觀摩活動

本局編列預算，每年辦理「輔導旅館業及民宿提升公共安全、服務品質及整體競爭力計畫委託專業服務案」，委託專業廠商舉辦標章認證(如：星級評鑑、好客民宿、穆斯林友善餐旅認證等)、服務品質及旅宿業相關法令之講習訓練課程(部分課程安排現場觀摩)，以提升臺中市整體觀光住宿產業服務品質及整體競爭力，為本市帶來共榮發展新契機。

### 3. 成立合法化旅宿業輔導小組

針對具有可合法條件者，本局邀集都發局等相關單位成立輔導小組，實地訪談溝通了解未合法之原因，提供建議方案及法規諮詢予各業者，積極輔導業者依循辦理合法化。



### (三) 加強溫泉使用事業輔導管理

1. 截至 108 年 2 月底止，本市現有 19 家溫泉使用事業，其中 12 家領有溫泉標章合法經營，合法比例 63.16%。
2. 輔導未合法業者合法化
  - (1) 委託專業顧問機構完成實地現況調查。
  - (2) 邀集相關局處組成輔導小組至現地與業者溝通，針對未合法之原因及問題研議解決對策。
  - (3) 提供合法化之可行建議方案予各未合法業者依循辦理，加速合法化。

### (四) 完善旅遊諮詢服務

#### 1.1 區 1 借問站，交通節點旅服中心橫縱串連

本市為提供旅客旅遊諮詢服務，依照交通部觀光局設立旅遊服務中心之條件，於「國內主要航空站、火車站、捷運車站、套裝旅遊路線出入門戶及重要交通節點」設置相關旅遊(客)服務中心。目前本局轄管 6 處，分別為臺中車站旅遊服務中心、臺中國際機場旅遊服務中心、高鐵臺中站旅遊服務中心、石岡旅客服務中心、大安濱海旅客服務中心及大甲鐵砧山遊客中心。

另為回應臺灣人「相借問」的臺式熱情並將旅遊服務理念普及至各處，本局亦依循交通部觀光局推動「借問站」之政策，於各類在地特產店、便利商店，民宿、飯店、旅行社、觀光工廠、及派出所等單位申設，延伸旅遊服務。本市自 103 年起至 106 年共設立 19 處借問站，108 年 6 月前預定再設置 10 處借問站，屆時將達 29 處借問站遍及全市 21 行政區，未來將朝向全市 29 行政區均有借問站進行規劃，以邁向優質旅遊服務的目標。

#### 2. 強化「臺中觀光旅遊網」服務功能，發展智慧旅遊服務

臺中觀光旅遊網總訪客數已達 1 億 3 千 8 百多萬人次，平均每日瀏覽流量超過 4 萬人次，是本市最大旅遊權威入口平臺，為國內外旅客安排臺中旅遊行程首選。

為賡續精進臺中觀光旅遊網服務能量，後續將加速辦理架構重整、大玩臺中 APP，平台維運、資訊更新及行銷，透過設計思維，確保平台資訊之正確性及豐富度，提供使用者適時、適地的臺中觀光旅遊資訊。主要項目如次：

- (1) 臺中觀光旅遊網單元架構調整及內容優化
- (2) 數位內容建置、更新景點照片及維護各語系網頁內容
- (3) 升級無障礙 AA 規範、政府網站考評、資安檢核、SSL 加密服務
- (4) 辦理旅遊網創新話題系列活動

## 二、整合

### (一) 推動觀光盛會城市

市府及觀光旅遊局將在未來舉辦一系列活動（表 5），透過主題活動大型化、小型活動在地化，讓遊客不論什麼時節到臺中，都能體會最地道的風土人情！

#### 1. 活動主題化

##### (1) 中臺灣元宵燈會

中臺灣元宵燈會為臺中市具指標性民俗節慶活動之一，源自於 88 年(兔年)辦理的大臺中元宵燈節，是時以玉兔迎春嘉年華會為展覽主軸，開啟了臺中市政府舉辦元宵燈會的先河。爾後逐年發展、與時俱進，並於 95 年正式更名為中臺灣元宵燈會。傳承至今，已邁入第 20 屆，極具歷史意義。第 20 屆的中臺灣元宵燈會網路及傳媒能見度非常高，吸引了

表 5 臺中市政府及觀光旅遊局 108 年觀光行銷活動彙整表

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
市府活動			東勢新丁 板節		客家 桐花祭	1.南屯端 午木屐 節 2.巧聖先 師文化 祭	臺中動漫 博覽會			1.爵士音 樂節 2.太陽餅 文化節		跨年晚會
		臺中媽祖國際觀光文化節										
本局活動	臺中國際花卉博覽會~4/24											
	梨山谷關 歲末迎新	1.中臺灣 元宵燈 會 2.泰安櫻 花祭	大坑步道 生態健走 闖關		大安濱海 尋寶	大安沙雕 音樂季	山城慢遊 心體驗	大甲秋市 集	1. OK台 灣自行 車節嘉 年華 2. 大安風 箏節及 風箏衝 浪競賽	臺中舞蹈 嘉年華	臺中國際 花毯節	
						大甲鐵砧 山劍井午 時取水	臺中購物節					
						台中好湯溫泉季						
					台中好茶好餅 - 臺中珍奶節							
國外旅展				海峽旅遊 博覽會 (廈門旅展)		香港旅展				日本旅展 (大阪)	中國國際 旅遊交易 會	
國內旅展			春季臺北 國際旅展	臺中國際 旅展	ATTA台 中國際 旅展					ITF台北 國際旅展		

資料來源：本局彙整

239 萬人次賞燈，也捧紅了好幾處拍照熱點。除了提供市民新春期間，闔家走春知性休閒好去處之外，也吸引了眾多鄰近外縣市遊客，以及在中臺灣工作或居留的外籍人士，成為熱門季節必遊盛事。對於促進本市觀光發展及國際城市形象塑造意義深遠。

為呼應盧市長積極拼經濟的理念，本局積極爭取辦理 2020 台灣燈會，繼 2003 羊年及 2015 羊年，明(2020)年業第三度取得主辦權，是臺北市及合併後的臺南市之後，第三個主辦過三次以上台灣燈會的縣市。其中 2015 年的羊年燈會，遊客量達 1,375 萬人次，經濟效益約達新臺幣 120 億元。即使有過多次成功打造燈會的經驗，臺中市政府仍然會以兢兢業業的態度來延續台灣燈會的優良傳統，期望 2020 台灣燈會帶給國內外遊客精彩紛呈的全新感受。

臺中市具有南來北往、四通八達的優勢，身為中臺灣領頭羊，與中臺灣各縣市有長期的合作機制，未來在籌辦燈會過程中，會特別加強與中部各縣市的合作，不論是燈藝展示、遊程串聯、行銷資源的整合，或是產業互惠，都將以宏觀的區域共好思維，讓中臺灣雨露均霑，創造區域共贏的契機。

## (2) 臺中珍奶節 X 好茶好餅

臺中市富有獨特的嫺雅茶飲文化，喝茶講究在地食材的相互搭配。本局為推廣本市的茶餅文化，自 105 年起舉辦了 3 年的「臺中下午茶生活節」系列活動，普獲好評。

今年為推廣其中最具代表珍珠奶茶，預計以「臺中珍奶節 X 好茶好餅」為推動主軸，舉辦一系列的創意行銷活動，屆時將廣邀民眾參與。

## (3) 臺中好湯溫泉季

本局自 104 年起每年編列預算舉辦「臺中好湯溫泉季」系列活動，積極透過國際溫泉產業交流合作結盟，結合政府及民間資源舉辦谷關溫泉區系列行銷推廣活動，輔導溫泉觀光相關產業提升競爭力等方式，建置優質友善且富含人文歷史之泡湯遊憩環境，吸引國內外遊客到訪，促進本市溫泉觀光產業蓬勃發展。

### A. 國際名湯交流結盟

本局自 104 年起積極與國際名湯合作交流，前後分別促成臺中與日本大分縣由布院溫泉區、別府溫泉區、鳥取縣三朝溫泉區、岐阜縣下呂溫泉區、青森縣溫泉區、南韓大田市儒城溫泉區等簽定官方或業者間溫泉觀光交流合作協議，積極建構東亞完整之溫泉觀光旅遊廊道，奠定共同推動城市

觀光與溫泉觀光合作交流、參與雙方旅遊主題活動及共享觀光宣傳管道之基礎，提升臺中市溫泉觀光產業國際知名度及整體競爭力。

B. 舉辦谷關溫泉嘉年華活動

每年於淡季舉辦谷關溫泉嘉年華活動，由本局邀集本府經濟發展局、水利局、原住民族事務委員會、交通部觀光局參山國家風景區管理處、臺中市和平區公所、臺中市溫泉觀光協會、當地溫泉飯店業者、國內外表演團體、遊客及居民等貴賓，一同步行賞遊谷關溫泉區街巷之美，在熱鬧氛圍中宣示溫泉季開鑼，並展開一連串精彩表演、攤位美食免費品嚐等活動，炒熱溫泉區氣氛協助業者行銷推廣，吸引大量遊客湧入谷關參加，向國內外行銷谷關溫泉觀光特色，帶動夏季泡湯熱潮。

C. 輔導溫泉產業提升知名度及競爭力

邀請日本溫泉觀光產業經營專業技術人才來訪本市，與在地溫泉業者舉辦座談會，提供經營技巧指導與經驗交流分享，具體提升本市溫泉業者經營管理、環境改造及品牌創意行銷等整體競爭力。

D. 積極規劃 2019 臺中好湯溫泉季活動

為輔導推廣本市溫泉觀光產業，本局已爭取預算賡續舉辦「2019 臺中好湯溫泉季」產業推廣活動，以創意性及話題性增進新聞行銷，並整合本市溫泉業者及政府機關資源推出加值活動，期待為谷關相關在地產業創造更多商機，並使國內外觀光客有機會深入瞭解本市溫泉、歷史文化、美食特產、城鄉風情，行銷本市溫泉觀光產業在地特色，以吸引更多觀光人潮，打響本市溫泉知名度，創造溫泉等觀光相關產業最大經濟效益。

#### (4)臺灣自行車嘉年華

本活動獲交通部觀光局納入「臺灣自行車節」主軸活動之一，每年持續規劃一系列自行車相關活動，並擴大招攬港、澳、日等國際觀光客至本市進行自行車旅遊，結合本市觀光景點，行銷大臺中地區旅遊資源，並向國際推廣本市單車活動及自行車產業，提昇活動附加觀光價值，凸顯本市自行車產業重鎮形象。

#### (5)臺中舞蹈嘉年華

「2019 臺中舞蹈嘉年華」藉由節慶活動的推廣，建立運動觀光與藝術文化交流平臺，促進臺灣本土舞蹈特色植根在地。本年預計公開徵求全國大專院校及高中職、國中小，民間企業、商圈組織或社區社團，組成特色舞蹈踩街代表隊，將臺中街區化為大型舞台，創造新話題並打造城市觀光特色意象，讓臺中舞蹈嘉年華成為臺中的觀光盛會品牌活動。

#### (6)臺中國際花毯節

利用精緻草花裝置藝術展示及充滿創意性的巨型立體花毯藝術設計，結合每年高度話題舉辦臺中國際花毯節，讓遊客體驗到與眾不同的花卉藝術，帶動本市地方花卉產業、觀光旅遊、農特產等相關產業連動性發展，促進產業升級、活絡在地經濟。

#### (7)大安沙雕音樂季

持續於大安濱海樂園舉辦大安沙雕音樂季活動，將臺中城市意象、花園城市、在地產業等形象融入沙雕創作，並規劃海線地區精緻套裝遊程，推展海線觀光景點及深度旅遊，期藉由沙雕與音樂饗宴，吸引國內外遊客前往海線觀光旅遊，並透過多元觀

光宣傳，逐步將本活動形成中部地區年度觀光活動新亮點，成功實現「北貢寮、中大安、南墾丁」的海洋觀光願景，帶動海線發展與經濟效益。

## **(8)臺中購物節**

為能夠吸引國內外民眾至臺中消費購物及觀光旅遊，活絡本市經濟產值，市府已與臺中百業攜手合作，聯合提出折扣、優惠、獎項誘因，本府經濟發展局預計於今年7至8月間主辦台中首屆購物節，本局協辦整合觀光食、宿、遊、購資源並加強行銷宣傳，搭配合本市節慶與民間活動辦理，暑假期間可預見將吸聚眾多國內外遊客到本市消費購物與觀光旅遊，預計創造新一波臺中暑假購物消費熱潮與觀光旅遊商機。

## **2. 活動在地化，愈在地，愈國際**

### **(1)山城慢遊 心體驗**

配合交通部觀光局小鎮漫遊年，並在本局 107 年「山城慢遊 心體驗」活動基礎下，賡續整合食宿遊購相關產業，推廣經典小鎮的新社及客庄小鎮東勢的慢活、慢遊、慢食旅遊型態。

今年活動規劃辦理「來去山城住兩晚」、「產地餐桌媒合會」及「慢遊程」等相關事宜，期深化旅遊體驗，並藉此行銷山城特色店家及地產風光，引入國內及國際旅客，促進在地經濟。

### **(2)生態休閒大坑遊**

大坑風景區的螢、蛙、蝶等自然生態豐富，是臺中最佳自然生態教育場域。將規劃結合教育與趣味的生態健走系列活動，讓民眾可以在自然無壓力下，於大坑各條步道進行賞蝶、賞螢、觀蛙等學習活動，健

康體驗臺中後花園四時之美。

### (3)大安濱海乘風遊

大安濱海樂園位處本市大安風景區內，規劃初夏及初秋時分辦理相關活動邀請旅客造訪，體驗手造防風林及認識大安區海洋生物等。另在秋高氣爽的 10 月亦將透過海線小旅行、特技特色風箏展示、風箏衝浪競賽、岸上風箏衝浪體驗、大安風市集、風箏 DIY 等活動，引領民眾深度領略大安風光。

### (4)大甲文化體驗市集

大甲鐵砧山風景特定區擁有豐富自然及人文資源，將結合在地資源，分別以節慶文化及在地特產為出發點，於夏季及秋季辦理文化體驗活動。夏季規劃以劍井午時水與端午節傳統民俗活動為主題，結合艾草創藝掛飾手作體驗活動、開運闖關及尋寶活動等，加深民眾對民俗文化意義的認識。秋季則將以「營之作、在地食、秋美景」為主題辦理市集活動，透過人文、藝術與自然景觀展開風景區與民眾的深度對話，感受大甲鐵砧山之美。

## (二)發展觀光特色遊程

### 1. 整合山海屯都觀光資源，發展主題遊程

預計彙整全市觀光資訊建置資料庫，邀請部落客、網紅、業者等進行進行踩線，共同挖掘本市觀光新亮點，並規劃主題遊程，吸引旅客造訪體驗。

### 2. 串連臺中 3 大風景區，形塑特色遊程

針對本市 3 大風景區，將規劃形塑甲安坑整體識別品牌(「甲(大甲鐵砧山風景特定區)、安(大安濱海樂園)、坑(大坑風景區)」)，並依景區定位，發展特色遊程，



且與在地農會、特色商家、專業團體合作，規劃系列活動整體行銷，引領旅客前往體驗。

各風景區定位如下：

- (1)大甲：節慶文化及休閒觀光
- (2)大安：海洋生態及運動觀光
- (3)大坑：登山步道生態及休閒觀光

### 三、行銷

#### 分眾行銷，精準投放

##### (一) 網路社群平台經營

本局經營社群行銷平台計有 Facebook、Instagram、Twitter、Youtube 及微博等，自 108 年 2 月初強化經營，Facebook 粉絲專頁平均每日發文 2-3 篇，每日貼文按讚平均數 404 次、貼文觸及率平均數達 1 萬 9,554 次。目前粉絲數累計 17 萬 1,730 人次，2 月迄今成長 1,365 人次，並持續穩定成長中。本局 Instagram 平均每日貼文頻率 2-3 篇，每日平均 LIKE 數 2,466 次、每日平均觸及數達 1 萬 9,100 次。後續仍會串聯各業務科持續加強 Facebook、Instagram、Twitter、Youtube 及微博等網路平臺經營，定期更新及提供即時資訊，依各市場社群平台使用偏好，強化與粉絲之互動，提高黏著度，以期提升整體宣傳效益。

##### (二) 平面媒體多元行銷

利用平面、電子等媒體及各旅遊雜誌(包括旅遊專業雜誌、機上雜誌及高鐵雜誌)加強廣告宣傳，依各市場需求定位媒體管道，以期補足鮮少使用網路社群平臺者之行銷投放缺口。

##### (三) 知名人士代言行銷

利用平面、電子等媒體及各旅遊雜誌(包括旅遊專業雜

誌、機上雜誌及高鐵雜誌)加強廣告宣傳，依各市場需求定位媒體管道，以期補足鮮少使用網路社群平臺者之行銷投放缺口積極邀請知名藝人、網紅、部落客玩家等參與活動行銷代言或業務聯合推廣，善用聚眾效應行銷臺中觀光景點與特色資源。1 月至今已完成知名藝人 Janet、熊熊、白嘉麗及知名電視節目「週一愛玩客」、「綜藝玩很大」、「女力報到」行銷花博任務。另外邀請國際知名藝人 Janet 擔任本市百大婚紗票選神秘嘉賓、國際知名美食家陳鴻擔任臺中美食及年菜代言等。後續亦將持續與相關知名人士合作，藉助其影響力推廣臺中觀光旅遊。

#### 四、引流

##### (一) 拓展國際入境旅遊市場

###### 1. 參加國際旅展暨觀光推廣活動

為促進觀光產業發展多元市場，本局積極佈局開拓客源市場。業規劃參加日本、大陸地區及香港等國際旅展(表 6)，另衡酌來臺旅客結構調整，馬來西亞、越南等東南亞旅客顯著增加，又交通部觀光局積極推廣新南向政策開拓旅客，將評估前進新南向國家參加旅展，或結合航空公司、交通部觀光局駐外辦事處，主動辦理臺中觀光推介會，讓臺中友善好客之形象、旅遊景點、伴手禮品及文創藝術等特色推廣至國際，並藉以提振國際觀光競爭力。

###### 2. 國際城市旅遊合作，互相送客

積極與亞洲及世界各城市合作，透過交流合作備忘錄等簽訂，增進雙方城市觀光交流及友善互惠，互相送客，創造雙贏。本局近 2 年簽訂之城市旅遊合作備忘如下表 7。

為深化香港市場之經營，促進港客持續造訪，盧市長上任後，即於今（108）年 1 月帶領筱淇至香港拜會香港旅遊發展局，對於香港名聞全球的節慶旅遊及購物節進行請經，對於本市後續觀光政策規劃，獲益良多。另亦拜會香港經營旅遊服務先鋒之安達旅運，簽訂臺中節慶活動合作送客備忘錄，將強化彼此支援合作，期帶動兩地入出境觀光旅遊成長。

### 3. 國際入境行銷

臺中獲評為世界百大旅遊城市，並已躍居臺灣第二大之城市。為積極促進國際旅客造訪，提振本市國際觀光知名度及能見度，107 至 108 年規劃執行整合行銷媒體宣傳計畫，大幅提升本市國際能見度，期創造穩定成長之國際入境觀光客源造訪本市及中臺灣。國際入境廣告效益說明如下：

- (1) 國外機場廣告或戶外廣告及海外交通工具廣告，約 1,090 萬廣告觸及率。
- (2) 國際航線機上雜誌廣告，約 182 萬廣告觸及率。
- (3) 海外網路行銷廣告，約 6,708 萬廣告觸及率。
- (4) 海外網路新聞聯播，約 966 萬廣告觸及率。

表 6 108 年國際旅展參展規劃

名稱	簡介	107 年效益		
		攤位數	參展情形	遊客數
香港國際旅遊展	2019 香港國際旅遊展(ITE)，綜合第 33 屆國際旅遊展(休閒)及第 14 屆商務會獎旅遊展，ITE 主要涵蓋中國內地和香港兩大重要出境市場。ITE 的專業日就是一個專業展，觀眾需辦理登記入場，約 70% 的買家和專業觀眾來自香港，30% 來自中國內地和其他亞洲市場，為行銷臺中觀光市場於港澳旅客最佳平臺。		約 670 家參展商	約 11 萬
2019 日本旅展	日本旅行博覽會 JATA Tourism EXPOJapan(又名日本旅展)，係亞洲最大且具指標性的旅展，2019 年將邁入第六屆，去年計日本全國都道府縣、世界 136 個國家地區、1,310 家企業團體參加。		約 1,441 個參展單位	約 21 萬，較 106 年成長 8.23%
廈門旅展	由福建省旅遊發展委員會、廈門市人民政府聯合主辦，每年由品保協會承辦台灣區之策展活動，邀請各會員旅行社及旅遊相關產業等參加，共同推廣台灣優質旅遊。	總展位約 2,200 個，台灣館及金門館展攤 110 個	共有 43 個國家或地區參展	超過 21.5 萬
中國國際旅遊交易會	中國國際旅遊交易會(CITM)是亞洲地區規模最大的旅遊交易會，每年分別於上海及昆明兩地輪流舉辦，參展單位來自世界各地的旅遊機構、旅行社、飯店、航空公司等相關行業及大陸 31 個省市自治區。	展位總數 2245 個	107 個國家及地區參展，交易簽約金額達 46 億人民幣。	8 萬

資料來源：本局自行彙整

表 7 107 年至 108 年國際城市旅遊合作備忘錄簽訂明細表

簽署年月	名稱	我方代表	他方代表	備註
107 年 2 月	臺灣臺中市與日本長野縣駒根市觀光友好交流合作協定書	觀光旅遊局 局長	日本長野縣駒根市產業部 渋谷仁士部長	
108 年 1 月	臺中市政府觀光旅遊局與安達旅運 臺中慶典旅遊合作備忘錄	觀光旅遊局 局長	安達旅運董事 余仲行	
108 年 1 月	臺中市旅館商業同業公會與香港專業旅運有限公司 觀光住房合作備忘錄	臺中市旅館商業同業公會 鄭生昌 理事長	香港專業旅運有限公司總裁 鄭杏芬	觀光旅遊局局長見證簽署

資料來源：本局自行彙整

## (二) 穩固國旅市場

### 1. 四季踩線團，在地感受，深化感動

規劃邀請旅遊業者、媒體、部落客等，依本市各季觀光旅遊主題，進行踩線，增進臺中觀光資源的國內旅遊能見度。透過在地體驗，深化各景點及遊程之感知，提升業者規劃臺中專屬遊程之動能及行銷之力道。刻業安排全國旅遊業者於6月初來臺中辦理媒合會及旅遊踩線，增進國內外旅行社對臺中觀光旅遊資源瞭解，提升旅遊產品包裝行銷推廣契機。

### 2. 參加國內旅展，增加遊客第一線接觸行銷機會

為增加觸及國內自由行旅客，規劃參加國內四大旅展（表 8），結合本市觀光旅館商業同業公會、旅館商業同業公會、民宿協會、溫泉觀光發展協會、糕餅商業同業公會、好禮協會、國際觀光發展協會、產業故事館發展協會等推出優惠方案，滿足遊客食、宿、遊、購等各面向旅遊需求，積極引客臺中，預計觸及 96 萬名遊客。

表 8 國內旅展參展規劃

名稱	簡介	107 年效益		
		攤位數	參展情形	遊客數
春季台北國際旅展	春季全臺最大國際旅展，已舉辦 12 屆，展內匯聚全臺品牌旅行社、觀光局、知名飯店、民宿、午茶、美食伴手禮等業者齊力推出賞春、暑假早鳥優惠，為行銷臺中春季及暑期觀光最佳平臺。	1000 格	約 300 家廠商	約 25 萬
台中國際旅展	為中部地區歷史最悠久且最為盛大之國際旅展，已舉辦 18 屆。展內匯聚國內外旅行業者、飯店餐廳、渡假村、遊樂園、住宿泡湯業者等推出旅遊優惠。	550 格	約 450 家廠商	約 18 萬
ATTA 台中國際旅展	已舉辦 10 屆，展內匯聚國內外旅遊、縣市政府單位、伴手禮、餐券業者、戶外運動休閒用品推出優惠。	360 格	約 150 家廠商	約 16 萬
ITF 台北國際旅展	為國內規模最大、國外單位最多之旅展，已舉辦 26 屆。展內匯聚國內外觀光相關單位、國內外旅行業者、航空公司、五星級飯店餐廳、五星級渡假村、遊樂園、住宿泡湯業者齊推優惠。為增進國際知名度最佳場域。	1,700 格	195 家廠商、60 個地區國家	約 37 萬

資料來源：各旅展官方網站

## 伍、結語

盧市長就任後，不斷強調「貨要出去，人要進來」，積極拼經濟，為市民謀福利。本局負責觀光旅遊推動業務，係為吸聚人流及金流的平台載具，戮力推動方能促進產業獲益及觀光旅遊發展，並進一步落實落實市長政見。

本局將在議會及各位議員的指導及支持下，以既有觀光資源

為基礎，完善環境、整備體制，並持續整合各界資源，積極多元行銷，開拓國際及國內之旅遊客源，以人潮帶動錢潮，增進臺中觀光產值。

最後敬祝

各位議員女士、先生身體健康、萬事如意。