

臺中市政府觀光旅遊局 108 年度施政計畫

壹、前言

臺中四季氣候宜人，地理位置適中，陸路交通四通八達，為中臺灣政治、經濟、交通、文化重鎮，且有許多深受遊客喜愛的知名觀光景點，城市繁華與鄉村資源兼容並蓄，加上臺中人的熱情友善特質，觀光資源得天獨厚，值得國內外旅客細細品味與發掘。為積極提升國旅人次，自國外目標市場引客，讓遊客留下美好的體驗與印象，打造臺中成為觀光首都，並落實盧市長「人進、貨出、拼經濟」的政策目標，本局提出臺中觀光發展計畫，計畫內容摘要如下：

- 一、觀光工程：完善休閒型自行車道、優化登山步道、提升 3 大風景區遊憩品質。
- 二、旅宿管理：提升旅宿業環境服務品質、加強溫泉使用事業輔導管理、確保觀光遊樂業安全品質、促進遊客到訪臺中旅遊住宿。
- 三、城市行銷：舉辦大型觀光活動、全市觀光資源整合行銷、拓展國際入境旅遊市場、深耕國內旅遊市場、完善旅遊諮詢服務。

貳、年度施政目標及策略

一、觀光工程類

(一)完善休閒型自行車道

持續維護整建深獲市民喜愛的東后豐、潭雅神等自行車道及本局權管公共服務設施，提升服務品質，營造自行車友善城市。

(二)優化登山步道

為提供市民更優質的登山經驗，持續整建太平區、霧峰區及外埔區既有登山步道，並新闢或修復因天災而損壞或自然傾頹之步道公共設施，諸如涼亭、木造階梯、欄杆扶手等，打造優異健走環境。

(三)提升大坑、大甲、大安 3 大風景區遊憩品質

整修大坑風景區 6 條步道，以提升步道整體服務品質及安全性。持續養護及改善大甲鐵砧山風景區及大安風景區遊憩設施，完善大坑風景區登山步道及鐵砧山自行車道建置，另改善雕塑公園整體環境改善。此外，配合國人露營風氣，將新闢大安風景區露營營位 20 個。

二、旅宿管理類

(一)提升旅宿業住宿環境服務品質

為了優化旅客在臺中住宿體驗，針對境內旅宿規劃稽查與輔導雙管齊下。將不定期聯合稽查違規業者，並勒令限期改善或依法裁罰；同

時辦理旅宿業講習訓練，聘請專家成立輔導小組，邀集相關政府單位成立非法旅館或民宿之輔導小組實地輔導。

針對本市旅宿業，目標為稽查 500 家次；裁罰完成件數至少 150 件，以有效打擊日租套房等非法旅宿，保障旅客住宿安全與品質。並辦理年度講習訓練至少 4 場次。

(二)加強溫泉使用事業輔導管理

本市谷關溫泉自日據時代即享有盛名，是能讓旅人身心得到放鬆的幸福景點。為了不讓這份幸福打折扣，本局努力促進溫泉事業合法經營的比例。一方面進行合法業者稽查；一方面聘請專業顧問調查現況，結合相關機關研擬促進合法化之方案，供業者依循。並辦理講習訓練，輔導溫泉使用事業取得溫泉標章。

截至 107 年底止，本市有 19 家溫泉使用事業，其中 12 家領有溫泉標章合法經營，合法比例為 63.16%。108 年度目標為合法業者每家至少稽查 1 次、非法業者每家至少稽查 2 次，講習訓練至少辦理 2 場次，輔導取得溫泉標章 1 家（106 年及 107 年均未有輔導取得溫泉標章實績）。

(三)促進遊客到訪臺中旅遊住宿

透過對本市觀光產業之輔導管理，進而提升觀光旅遊服務品質及觀光能見度，帶動臺中觀光遊憩及住宿人次成長。今年度目標為本市主要觀光遊憩據點遊客人次較 107 年成長 50 萬人次、本市旅客住宿人次較 107 年增加 10 萬人次。

三、城市行銷類

(一)舉辦大型觀光活動

為了努力讓臺中成為「月月有活動，季季有節慶」的旅遊城市，本局辦理中臺灣元宵燈會、花博宣傳行銷、臺灣自行車嘉年華、臺中購物節、臺中珍奶節 X 好茶好餅、大安海觀光推廣活動、大安沙雕音樂季、2019 臺中好湯溫泉季、臺中舞蹈嘉年華，以及臺中國際花毯節等主題觀光亮點活動（年度活動如圖 1），並加強網路及傳媒行銷，擴大活動能見度。

圖 1 臺中市政府觀光旅遊局年度活動規劃

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
本局活動	臺中國際花卉博覽會 ~ 4/24					幸福在騎中-自行車道行銷推廣活動			臺中自行車嘉年華			
	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			大安沙雕音樂季						
						大甲鐵砧山劍井午時取水	大安濱海尋寶					
						山城慢遊 心體驗		臺中國際舞蹈嘉年華				
						臺中購物節		大甲秋市集	大安風箏衝浪競賽	臺中國際花毯節		
						臺中珍奶節						
		台中好湯溫泉季										
國外旅展				海峽旅遊博覽會		香港旅展	東京旅展			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		海峽兩岸臺北夏季旅展			ITF台北國際旅展		

(二)全市觀光資源整合行銷

臺中觀光資源多元，硬體方面，除了既有的自然與人文風光，也持續推動觀光建設如：整建自行車道及登山步道，興建海洋生態館、大安媽祖主題園區，以及花博馬場園區與花舞館的轉型營運；軟體方面則透過平面、電視、網路及廣告等不同宣傳方式，讓國內外旅客注意到臺中獨特的觀光資源與特色（表 1）。

表 1 臺中市政府觀光旅遊局觀光資源盤點表

硬體觀光資源	軟體行銷管道		
	網路平台或軟體	廣告	紙本
自行車道及登山步道、海洋生態館、大安濱海樂園媽祖主題園區、花博馬場園區與花舞館	臺中觀光旅遊網、Youtube 影片、Facebook、Instagram、IG、Twitter、Weibo、大玩臺中 App	平面、電視、網路廣告、廣播、戶外廣告	文宣、出版品

本局持續加強網路平臺如：臺中觀光旅遊網、Facebook、Instagram、Twitter、Youtube、IG 及微博等經營，定期更新及提供即時資訊；並依各目標市場之偏好，強化與粉絲之互動；再利用文宣、出版品及各旅遊雜誌等平面宣傳加強廣告行銷，以補足鮮少使用網路社群平臺者之行銷投放缺口。目標訂為網路平台粉絲成長人數成長至少 10 萬、旅遊網瀏覽人數成長 150 萬。

(三)完善旅遊諮詢服務

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處所申設，延伸旅遊服務，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。

(四)拓展國際入境市場

本局規劃透過以下五面向將到訪臺中之國際旅客增加 15 萬人次。

1. 參加國際旅展

考量國際旅客消費力、停留天數及重遊率等，臺中以日、韓、港澳及中國大陸為國際市場主要客源目標，為了積極佈局開拓客源，今年本局規劃參加大陸地區、香港、日本等國際旅展（表 2）。

表 2 108 年國際旅展參展規劃

名稱	簡介	預期效益
第 15 屆海峽旅遊博覽會 (廈門旅展) (4/18-4/21)	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。	7,000 人次
香港國際旅展 (6/13-6/16)	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。	預期 10 萬人次觀展
日本東京 2019FESTA (7/27-28)	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。	預期 10 萬人次觀展
日本大阪 INTEX 旅展 (10/24-10/27)	配合台灣觀光協會組團參展，並於台灣館租賃一處展攤設置臺中展區，以背版、X 展架露出本市重要觀光資訊。並於舞台及展攤進行互動活動，向當地民眾及業者宣傳 2020 台灣燈會。	預期 2 萬人次觀展

<p>中國國際旅遊交易會 (CITM) (11~12 月間)</p>	<p>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、航空公司等旅遊相關行業及大陸 31 個省市自治區。</p>	<p>預期 8 萬人次觀展</p>
--	---	-------------------

2. 國際城市旅遊合作

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，增進國際城市觀光交流及友善互惠，互相送客，創造雙贏。為深化香港市場之經營，促進港客持續造訪，盧市長上任後，即於今年 1 月率領本局至香港拜會香港旅遊發展局，針對香港名聞全球的節慶旅遊及購物節請經，並簽訂臺中節慶活動合作送客備忘錄，積極帶動兩地入出境觀光旅遊成長。續於 3 月參訪福建省福州市、泉州市、廈門市、浙江省杭州市、寧波市等 5 個城市，進行包機、遊輪直航等觀光議題交流。

3. 國際入境接待

接待國際媒體踩線團、外國旅行社踩線團、遊學團；並針對自由行與團體行分別規劃不同遊程。

4. 國際城市宣傳行銷

於日本晴空塔、香港九龍巴士及泰國地鐵 SILOM 站、中華航空及泰越捷航空國際航線機上雜誌、海外網路(香港、日本、泰國)、海外網路新聞(香港、日本、韓國、泰國)刊登及播出臺中市城市意象廣告。另外並與知名出版社合作編印日文旅遊書籍於日本連鎖書店(例如：TSUTAYA 蔦屋書店)販售。

(五)深耕國內旅遊市場

規劃邀請旅遊業者、媒體、部落客等，依本市特色旅遊主題，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。並參加國內旅展，增加遊客第一線接觸行銷機會。規劃與旅行商業同業公會等合作舉辦觀光論壇及安排踩線，108 年 6 月 4 日及 5 日合作辦理第一屆「全國旅行業高峰論壇暨產業媒合會」，除第一線交流，亦接待超過 700 名國內旅行業者踩線，對於臺中景點串聯與推廣助益匪淺！並規劃參加國內旅展 5 場以上(表 3)，持續鼓勵國人國內旅遊到訪臺中。

表 3 108 年國內旅展參展規劃

旅展	簡介	效益 (以 107 年經驗效益基準)		
		攤位數	參展情形	遊客數
春季台北國際旅展 (3/22-25)	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。	1,000 格	約 300 家廠商	約 25 萬
台中國際旅展 (4/26-29)	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 (5/31-6/3)	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
2019 海峽兩岸台北夏季旅展 (7/19-22)	107 年舉辦首屆旅展。展內匯聚大陸省市旅遊協會、國內旅行社、五星級飯店及餐廳。	250 格	大陸 24 個省市旅遊協會及單位、臺灣 29 個旅行單位及業者參與	約 23 萬
ITF 台北國際旅展 (11/22-25)	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

參、年度重要計畫

施政綱要	重要計畫項目	實施內容
觀光工程	完善休閒型自行車道	維護整建本市休閒型自行車道及公共服務設施。
	優化登山步道	針對老舊、損壞之公共服務設施進行整建修繕。
	提升大坑、大甲、大安 3 大風景區遊憩品質	1. 整修大坑風景區 6 條步道。 2. 辦理大甲鐵砧山挑戰型自行車道建置工程、雕塑公園觀光服務設施改善工程。 3. 辦理大安風景區觀光遊憩設施改善工程。
旅宿管理	提升旅宿業住宿環境服務品質	1. 旅館業及民宿稽查作業與輔導。 2. 舉辦旅宿產業從業人員法規暨專業職能教育講習訓練。 3. 成立合法化旅宿業輔導小組。
	加強溫泉使用事業輔導管理	1. 輔導溫泉使用事業取得溫泉標章。 2. 溫泉使用事業稽查作業與輔導。 3. 輔導溫泉業者自行辦理或參與本局辦理營業場所安全、品質及衛生之教育訓練。

施政綱要	重要計畫項目	實施內容
	促進遊客到訪 臺中旅遊住宿	透過臺中觀光產業之輔導管理，提升觀光旅遊服務品質及觀光能見度，帶動臺中觀光遊憩及住宿人次成長。
城市行銷	舉辦大型觀光 活動	辦理中臺灣元宵燈會、花博宣傳行銷、臺灣自行車嘉年華、臺中購物節、臺中珍奶節 X 好茶好餅、大安海觀光推廣活動、大安沙雕音樂季、2019 臺中好湯溫泉季、臺中舞蹈嘉年華，以及臺中國際花毯節等主題觀光亮點活動，並加強網路及傳媒行銷，擴大活動能見度。
	全市觀光資源 整合行銷	1. 硬體方面，持續推動觀光建設：整建自行車道及登山步道，興建海洋生態館、大安媽祖主題園區，以及花博馬場園區與花舞館的轉型營運。 2. 軟體方面，透過平面、電視、網路及廣告等不同宣傳方式，讓國內外旅客注意到臺中獨特的觀光資源與特色
	完善旅遊諮詢 服務	持續輔導 6 處旅遊服務中心提供旅遊諮詢服務，並協助增設「借問站」。
	拓展國際入境 市場	1. 赴日、港，及大陸地區參加國際旅展或辦理推介會等觀光交流活動，行銷本市觀光資源。 2. 與國際城市簽訂交流合作備忘錄。 3. 接待國際媒體踩線團、外國旅行社踩線團、遊學團；並針對自由行與團體行分別規劃不同遊程。 4. 於日本晴空塔、香港九龍巴士及泰國 MRT SILOM 站、中華航空及泰越捷航空國際航線機上雜誌、海外網路(香港、日本、泰國)、海外網路新聞(香港、日本、韓國、泰國)刊登及播出臺中市城市意象廣告。並編印日文旅遊書籍於日本連鎖書店(例如：TSUTAYA 蔦屋書店)販售。
	深耕國內旅遊 市場	接待國內旅行業者踩線團、參加國內旅展。