

臺中市政府觀光旅遊局 109 年度施政計畫

壹、前言

臺中市位居臺灣地理、交通、政經及文化樞紐，產官學齊心努力運用各種行銷推廣方式提升城市知名度，吸引國內外旅客前來欣賞體驗臺中市知名景點、主題活動、人文藝術、特色建築、在地美食之獨特魅力。

盧市長自甫上任後即推行「富市臺中·新好觀光」之施政目標，自 108 年 12 月底開始，臺中市觀光旅遊局擘畫「打造臺中市為觀光首都」之施政願景，積極提升國內外遊客到訪臺中之旅遊人次，並以「強化城市行銷、優化觀光工程、深化旅宿管理」三大面向做為施政策略方針，實施之後，有效提升遊客造訪本市之住宿人次。根據統計資料，108 年 1-6 月住宿臺中市之旅客成長高達 10.33%，住宿人次總數約 388 萬人次，較 107 年同期 352 萬人次增加約 36 萬人次。

關於 109 年施政計畫，本局將延續 108 年所訂定之施政願景及策略方針，將以多元創意及執行力接續推動城市行銷、觀光工程、旅宿管理等各項重點工作，讓臺中市觀光遊憩品質及軟硬體建設得以繼續提升，並且靈活運用各種行銷方式幫助臺中市提升國際知名度，傳遞專屬於臺中的城市特色，讓遊客在旅程中體驗臺中市美好獨特的城市魅力。

貳、年度施政目標及策略

一、強化城市行銷

(一) 打造城市品牌

本局透過平面、電子媒體、網路廣告、名人代言、旅展、推介會、慶典、大型活動、話題行銷，以靈活多元的行銷手法，區隔與其他城市的特色差異，鎖定目標族群，為臺中找出臺中城市品牌定位。

(二) 舉辦大型觀光活動

109 年本局將持續積極舉辦主題亮點活動，致力打造本市為觀光盛會城市，規劃辦理「2020 臺灣燈會」、「大安沙雕音樂季」、「臺中購物節」、「臺中珍奶節」、「臺中好湯溫泉季」、「臺中自行車嘉年華」、「臺中國際舞蹈嘉年華」以及「臺中國際花毯節」等觀光主題亮點活動（如圖 1）。為提升各項觀光亮點活動知名度與能見度，整合廣告、網路行銷、創意活動等規劃，執行「臺中觀光重大節慶行銷宣傳計畫」，以期吸引更多國內外觀光客造訪。

圖 1、臺中市政府觀光旅遊局年度活動規劃（草案）

	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	
本局重點活動	2020 臺灣燈會		大坑風景區生態教育解說活動										
			臺中珍奶節						臺中自行車嘉年華				
			鐵砧山午						臺中好湯溫泉季				
			山城慢遊 心體驗		時取水		臺中購物節						
							大安沙雕音樂季				臺中國際舞蹈嘉年華		
國外旅展				海峽 旅遊 博覽會 (廈門)		香港旅展	東京臺灣				日本旅展 (大阪)	中國國際 旅遊交易 會(昆明)	
						韓國 Hana Tour	FESTA 旅 展						
							北美地區 觀光推廣	新加坡 NATAS 旅展				倫敦 WTM 旅展	
國內旅展			春季臺北 國際旅展			ATTA 臺中 國際旅展					ITF 臺北國際 旅展	高雄 旅展	
							海峽兩岸 臺北夏季 旅展						

(三)創新營造地方特色活動

本局串連大坑風景區、大甲鐵砧山風景特定區、大安濱海樂園等三大風景區，依各風景區特性規劃系列活動，並推出風景區專屬觀光年曆進行整合推廣。更規劃與在地商家、專業導覽團體合作，並搭配媒體及網路社群平臺，加強宣傳行銷，形塑本市風景區識別品牌「甲安坑」，以提振臺中三大風景區觀光市場，創造最佳觀光效益。109 年度目標為總遊客人次較 108 年增加 26 萬人次。

(四)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，本局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、大安港媽祖主題園區，以及后里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（如表 1）。

1、持續加強網路社群行銷

本局持續強化大玩臺中 App、Facebook、Instagram、Twitter、YouTube 及微博等 6 大網路社群經營，定期更新及提供即時資訊；並依各社群特性及目標市場之偏好，訂定不同策略，增

加與粉絲之互動與觸及率，Facebook 粉絲突破 30 萬，Instagram 超越 10 萬，各網路平臺合計粉絲數成長至少 20 萬，109 年網路社群成長率預計達 25%。

表 1、臺中市政府觀光旅遊局觀光資源

觀光資源 (硬體類)	觀光資源 (軟體類)			
	網路社群行銷工具	廣告	活動	出版品
<ul style="list-style-type: none"> ●自行車道及登山步道 ●海洋生態館 ●大安港媽祖主題園區 ●后里馬場園區與花舞館 	<ul style="list-style-type: none"> ●臺中觀光旅遊網 ●大玩臺中 App ●大玩臺中 YouTube ●大玩臺中 Facebook 專頁 ●大玩臺中 Instagram ●大玩臺中 Twitter ●大玩臺中 Weibo(微博) 	<ul style="list-style-type: none"> ●報紙 ●雜誌 ●電視 ●網路 ●廣播 ●戶外廣告 ●觀光行銷影片 	<ul style="list-style-type: none"> ●大小活動及旅展(如圖 1) ●推介會 ●官方拜會交流 	<ul style="list-style-type: none"> ●文宣品 ●書籍

2、推動臺中觀光旅遊網改版

本局推動官網改版，將以清晰的操作機能、強化使用者體驗 (UX)，並整合網站內容，首頁即提供遊客即時的旅遊資訊。善用社群資源，介接大玩臺中 FB、IG 貼文內容至旅遊網，及景點介接 Google 社群評價。輔以景點特色撰寫及更新景點照片，創造全新的使用體驗。109 年臺中觀光旅遊網瀏覽量將以突破 1,000 萬為目標。

3、整合與建置 3 大觀光 APP

除了原已建置之「大玩臺中」APP 外，109 年本局將規劃建置本市休閒型自行車道及登山步道智慧 APP，藉由 3 大 APP 建置整合，提供全市旅遊景點、自行車道、步道與週邊旅遊實用資訊，為遊客提供高度便利之旅遊體驗。

4、持續優化本市觀光文宣

本局將持續精進文宣、書籍、出版品及各旅遊雜誌等，加強宣傳行銷，以兼顧國內外遊客之不同需求。

(1) 創意文宣主題規劃

規劃百大婚紗手冊、日文版臺中觀光旅遊專書、29 區絕景手冊。

(2) 文宣語言國際化

主推文宣如「玩美台中」手冊規劃中、英、日、韓版本，以符合國外遊客需求。日文版臺中觀光旅遊專書於國際連鎖通路流通

宣傳。

(3)強化整合行銷能量

加強整合行銷資源靈活運用，尤其將更著重網路行銷傳播方式，節省經費並擴大宣傳效果，提升臺中城市知名度。

(五)擴大中臺灣區域治理

「中臺灣區域治理平臺」原以中、彰、投、苗四縣市為主，自 108 年底開始擴大縣市合作範圍，本市邀請新竹縣、雲林縣、嘉義市加入平臺。中、彰、投、苗、竹、雲、嘉 7 縣市涵蓋的治理人口達 700 萬人左右，約占全臺總人口三分之一，除了可增加中臺灣的能見度，更可爭取中央投入更多資源建設中臺灣，藉此提升旅遊軟硬體品質。初期由本市擔任中臺灣的領頭羊，後續由各縣市接棒主導，期透過此平臺串聯周邊縣市觀光資源，豐富旅客的遊程選擇，臺中市將致力帶動中臺灣之觀光旅遊發展。

(六)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。

另外，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 108 年共設立 29 處借問站，遍及全市 21 行政區，109 年將朝向全市 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。

(七)拓展國際入境市場

本局規劃透過以下五大面向工作的推動，提昇到訪臺中之國際旅客增加 23.2 萬人次(依交通部觀光局 107 年來臺旅客消費及動向調查，107 年來臺旅客 1,106.7 萬人次，旅客造訪本市相對比例為 13.94%，約為 154.3 萬人，較 106 年增加 21.7 萬人次，成長 16.4%；觀察近 3 年造訪本市旅客平均成長 13.3%，預估 108 年增加 20.5 萬人次，109 年成長 23.2 萬人次)。

1、參加國際旅展

109 年本局持續規劃參加大陸及香港地區、日本、韓國、新加坡等國際旅展，另為積極佈局開拓國際客源市場，將首次前進歐美國家參加全球世界三大旅展之一「WTM 倫敦旅展」及「北美地區

觀光推廣會」擴大本市行銷版圖，期吸引全球旅客造訪臺中（如表 2）。

表 2、109 年國際旅展參展規劃（草案）

名稱	簡介	預期效益
第 16 屆海峽 旅遊博覽會 (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臺灣區之策展活動，邀請各會員旅行社及旅遊相關產業等參加，共同推廣臺灣優質旅遊。	預期 7,000 人次
香港國際旅展	2020 香港國際旅遊展(ITE)，綜合第 34 屆國際旅遊展(休閒)及第 15 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
韓國 HanaTour 旅遊博覽會	韓國市場為我國推展觀光重要目標市場，韓國 HanaTour 旅遊博覽會由 HanaTour(在臺灣分公司名稱：哈拿多樂旅行社)主辦，是韓國最大的上市旅行社，全球各主要觀光大國及我國縣市政府機關、民間飯店、旅遊業者踴躍參展。	預期 8 萬人次 觀展
日本東京 2020FESTA 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。	預期 10 萬人 次觀展
新加坡 NATAS 秋季旅展	新加坡屬全球最國際化國家之一，旅遊市場具發展潛力，新加坡 NATAS 秋季旅展藉由辦理臺星兩國業者 專業交流的臺灣觀光推廣會(含旅遊交易會)，強化推廣招徠宣傳效果，增加來臺旅客數量。	預期 10 萬人 次觀展
中國國際 旅遊交易會 (CITM)	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。	預期 8 萬人次 觀展
北美地區 觀光推廣活動	107 年訪臺觀光客約 1,100 萬人，其中美國人士訪臺人數接近 60 萬人，目前芝加哥至臺灣航線幾乎天天有直航，臺灣亦與美國有可免簽證互惠，未	預期 6 萬人次 觀展

名稱	簡介	預期效益
	來訪臺人數仍有很大的成長空間。藉由北美地區觀光推廣活動提供雙方業者最直接的交流平臺，吸引更多北美地區喜愛長程旅遊並體驗亞洲文化、美食精華的客群來訪。	
2020 年倫敦 WTM 旅展及歐洲城市觀光推廣活動	倫敦旅展為世界三大旅展之一，參加單位數及人數最多是僅次於柏林旅展的第二旅展，也是具專業性的歐洲國地區國際旅遊交易平臺，配合交通部觀光局推廣政策結合政府單位、航空公司、旅行社、飯店等相關單位共同組團參加。	預期 6 萬人次 觀展

2、國際城市旅遊合作

本局積極與亞洲及世界各城市合作，透過交流合作備忘錄簽訂，雙方加強主題旅遊、節慶活動、體育觀光及修學旅行等緊密合作方式，增進國際城市觀光交流及友善互惠、互相送客，創造雙贏；同時配合本府交通局及中央主政機關，爭取國際城市直飛/包機航班或國際郵輪直航。

3、國際友好城市團體多元交流

本局接待國際友好城市交流團、媒體踩線團、外國旅行社踩線團、遊學團至本市參訪，針對自由行與團體行分別規劃主題遊程爭取客源。

4、國際城市宣傳及整合行銷

本局持續於主要市場旅客客源國之著名景點、地標、交通工具及交通重要場站，刊登臺中市城市形象廣告，以及於海外網路社群媒體投放宣傳行銷；另為深化國際城市行銷宣傳力道，本局與知名出版社合作編印臺中專屬日文旅遊書籍，並規劃於日本連鎖書店（例如：TSUTAYA 蔦屋書店）販售。

5、國際入境旅客數據分析及引客措施

(1)辦理到訪臺中外籍旅客觀光數據調查

本局為掌握國際旅客到訪本市之觀光基本數據，了解主要觀光市場旅遊特性，做為政策擬訂及修正之參考依據，109 年本局將自辦本市國際入境旅客之消費及動向調查，期精準配置有限之行銷資源。

(2)辦理觀光策略研究及國際入境市場引客措施

本局為加強主要國際入境觀光市場引客，將尋求專業顧問公司協助提供引客策略、媒合各市場關鍵人物(如：重要旅行業者、航空公司、各級政府、公協會等)之觀光交流，並實際領路至國外進行推介，俾增加國際入境旅遊人次及住宿比率，提升觀光產值。

(八)深耕國內旅遊市場

規劃邀請旅遊業者、媒體、名人、意見領袖等，依本市特色旅遊主題進行踩線，增進臺中觀光資源之能見度。透過在地體驗，提高國內民眾對於臺中各景點及遊程之好感，提升業者規劃臺中專屬遊程之動能及行銷力道。本局為增加遊客第一線接觸行銷機會，109 年規劃參加國內旅展 5 場以上（如表 3），並首次規劃參加高雄旅展，由北、中、南 3 縣市出擊擴及全國強力宣傳，持續鼓勵國人到訪臺中旅遊。

表 3、109 年國內旅展參展規劃（草案）

旅展	簡介	效益（以 108 年經驗效益基準）		
		攤位數	參展情形	遊客數
春季臺北國際旅展	春季全臺最大國際旅展，已舉辦 13 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 320 家廠商	約 26 萬
ATTA 臺中國際旅展	已舉辦 11 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 17 萬
2020 海峽兩岸臺北夏季旅展	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 35 個旅行單位及業者參與	約 22 萬
ITF 臺北國際旅展	為國內規模最大、國外單位最多之旅展，已舉辦 27 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
高雄旅行同業公會國際旅展	高雄市旅行公會國際旅展為南臺灣最大規模的旅遊盛會，涵蓋海內外觀光機構、航空公司、旅行社、旅館業、渡假村、民宿、溫泉業者、主題樂園、郵輪、高速鐵路、旅遊雜誌及旅遊相關產業參展。	470 格	泰、日、韓、菲律賓官方及旅行單位、大陸省市旅遊協會共 164 個單位	約 30 萬

二、優化觀光工程

(一)建置自行車驛站

為強化本市休閒型自行車道服務品質，109 年度本局預計於潭雅神綠園道、東豐自行車綠廊及后豐鐵馬道等 3 條休閒型自行車道完成 4 處自行車星級驛站，另規劃建置「臺中市自行車道智慧 APP」，藉由提供路線說明、景點、住宿、餐飲、美食小吃、醫療院所、自行車租賃站、便利商店等實用資訊，打造臺中為自行車友善城市，同時提升本市觀光旅遊品質。109 年度目標為本市休閒型自行車道遊客人數較 108 年成長 30 萬人次。

(二)完善休閒型自行車道

本局積極維護整建本市休閒型自行車道及公共服務設施，同時努力爭取中央補助挹注資源，持續佈建自行車路網串聯本市觀光景點，推動低碳觀光，營造自行車友善騎乘環境。

(三)優化登山步道

本局持續整建改善本市各區既有登山步道之公共設施，包含：大肚、龍井、烏日、沙鹿、太平、霧峰、北屯、豐原、后里、石岡等區之涼亭、木造階梯、欄杆扶手等，為遊客打造優質登山健行環境。109 年度檢視及更新 10 區的 25 條登山步道約 60 公里。

(四)美化大坑、大甲鐵砧山、大安三大風景區

本局整修大坑 4、5、5-1、6、8 及 9 號等 6 條步道，以及大坑生態園區內步道、植栽等環境改善，提升整體服務品質及安全性。此外，本局亦持續依風景區整體規劃爭取中央補助，增設大甲鐵砧山雕塑公園遊憩設施，改善大安風景區停車場、游泳池、旅客服務中心及沙灘戲水環境。

三、深化旅宿管理

(一)提昇旅宿業服務品質

為了優化國內外旅客在臺中住宿體驗，本局針對市內旅宿輔導與稽查雙管齊下，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；同時，不定期聯合稽查違規業者，並勒令限期改善或依法裁罰。

針對本市旅宿業，目標為稽查 700 家次；裁罰日租套房件數至少 180 件(實體經營及網路廣告)，以有效打擊日租套房非法旅宿業，保障旅客住宿安全與品質。並辦理年度講習訓練至少 6 場次。

(二)加強溫泉使用事業輔導管理

本市市內溫泉享有盛名，是能讓旅人身心得到放鬆的幸福景點。本局努力宣導推動溫泉事業合法經營，一方面進行合法及非法業者稽查；一方面聘請專業顧問調查現況，結合相關機關研擬促進非法業者合法化

之方案，供業者遵循。並針對合法業者辦理講習訓練，提升服務品質，另輔導溫泉使用事業取得溫泉標章。

109 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。

(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。109 年度目標為本市主要觀光遊憩據點遊客人次較 108 年成長 110 萬人次、本市旅客住宿人次較 108 年增加 46 萬人次。

參、年度重要計畫

工作計畫名稱	重要計畫項目	實施內容
強化城市行銷	打造城市品牌	透過平面、電子媒體、網路廣告、名人代言、旅展、推介會、慶典、大型活動、話題行銷，以靈活多元的行銷手法，區隔與其他城市的特色差異，鎖定目標族群，為臺中找出臺中城市品牌定位。
	舉辦大型觀光活動	一、規劃辦理「2020 臺灣燈會」、「大安沙雕音樂季」、「臺中購物節」、「臺中珍奶節」、「臺中好湯溫泉季」、「臺中自行車嘉年華」、「臺中國際舞蹈嘉年華」以及「臺中國際花毯節」等觀光主題亮點活動。 二、執行「臺中觀光重大節慶行銷宣傳計畫」，整合廣告、網路行銷、創意活動等規劃，提升各項觀光亮點活動知名度與能見度。
	創新營造地方特色活動	一、串連大坑風景區、大甲鐵砧山風景特定區、大安濱海樂園等三大風景區，依各風景區特性規劃系列活動。 二、推出風景區專屬觀光年曆進行整合推廣。 三、規劃與在地商家、專業導覽團體合作，並搭配媒體及網路社群平臺，加強宣傳行銷。
	全市觀光資源整合行銷	一、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、大安港媽祖主題園區，以及后里馬場園區與花舞館的轉型營運。 二、軟體方面： (一)持續加強網路社群行銷。 (二)推動臺中觀光旅遊網改版。 (三)整合與建置 3 大觀光 APP。 (四)持續優化本市觀光文宣。
	擴大中臺灣區域治理	推動「中臺灣區域治理平臺」，串聯周邊縣市觀光資源，豐富旅客的遊程選擇，帶動中臺灣之觀光旅遊發展。
	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」。

工作計畫名稱	重要計畫項目	實施內容
	拓展國際入境市場	一、參加國際旅展。 二、國際城市旅遊合作。 三、國際友好城市團體多元交流。 四、國際城市宣傳及整合行銷。 五、國際入境旅客數據分析及引客措施。
	深耕國內旅遊市場	一、邀請旅遊業者、媒體、名人、意見領袖等，依本市特色旅遊主題進行踩線，增進臺中觀光資源之能見度。 二、規劃參加國內旅展。
優化觀光工程	建置自行車驛站	一、於潭雅神綠園道、東豐自行車綠廊及后豐鐵馬道等3條休閒型自行車道完成4處自行車星級驛站。 二、建置「臺中市自行車道智慧 APP」，提升本市觀光旅遊品質。
	完善休閒型自行車道	一、維護整建本市休閒型自行車道及公共服務設施。 二、爭取中央補助挹注資源，持續佈建自行車路網串聯本市觀光景點，推動低碳觀光。
	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、大甲鐵砧山、大安3大風景區遊憩品質	一、整修大坑4、5、5-1、6、8及9號等6條步道及大坑生態園區內步道及植栽等環境改善。 二、增設大甲鐵砧山雕塑公園遊憩設施，與改善大安風景區停車場、游泳池、旅客服務中心及沙灘戲水環境。
深化旅宿管理	提升旅宿業服務品質	一、辦理旅館業及民宿稽查與輔導。 二、舉辦旅宿業講習訓練。 三、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。
	加強溫泉使用事業輔導管理	一、輔導溫泉使用事業取得溫泉標章。 二、溫泉使用事業稽查與輔導。 三、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。
	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。