

旅館業輔導管理業務報告



Welcome to Taiwan



交通部觀光局
旅館業查報督導中心
楊主任永盛

大綱

- 壹、觀光拔尖領航方案
- 貳、首次星級旅館評鑑說明
- 參、旅館品質提升輔導措施
- 肆、消費者保護事項

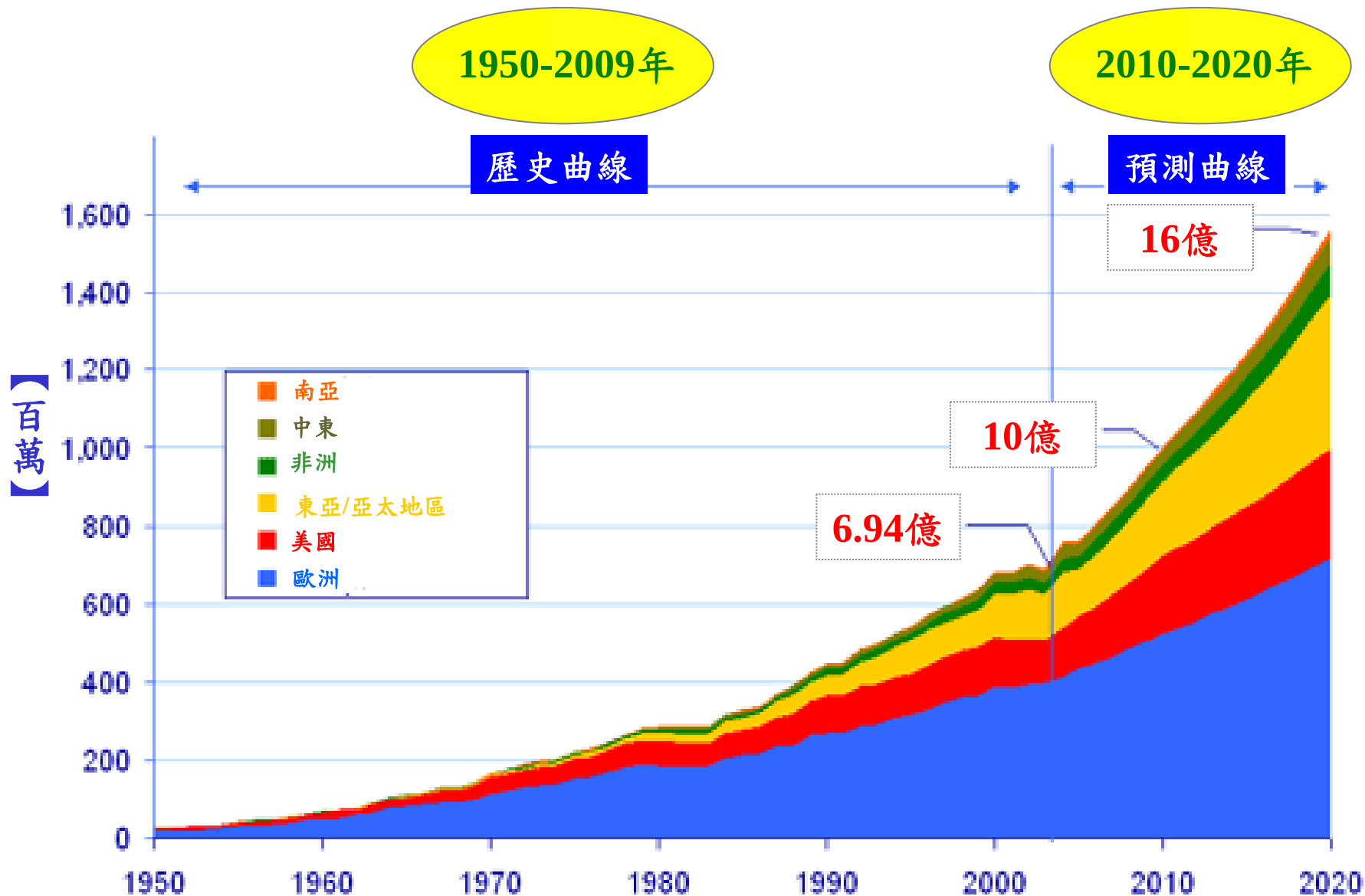


壹、觀光拔尖領航方案

一、全球旅遊發展趨勢



Welcome to Taiwan



資料來源：UNWTO, 2009 : Tourism 2020 Vision

年份 區域	基準年	預測年期(億人次)		市場規模(%)		成長率(%)
	1995	2010	2020	1995	2020	1995-2020
全球	5.65	10.06	15.61	100	100	4.1
歐洲	3.36	5.27	7.17	59.8	45.9	3.1
亞太	0.81	1.95	3.97	14.4	25.4	6.5
美國	1.1	1.9	2.82	19.3	18.1	3.8
非洲	0.2	4.7	7.7	3.6	5.0	5.5
中東	0.14	0.36	0.69	2.2	4.4	6.7
南亞	0.04	0.11	0.19	0.7	1.2	6.2

資料來源：UNWTO, 2009：Tourism 2020 Vision

二、台灣旅遊市場概況



Welcome to Taiwan

國內旅遊市場(2009年)

Domestic

- 9,799萬旅次，較2008年成長1.9%
- 平均每人旅遊4.85次
- 平均停留1.49天

觀光收入

- 每人每次消費1,866元
- 國人國內旅遊總費用1,828億元



- 至少國內旅遊1次之比例為93.4%，較2008年成長1%
- 利用平常日從事國內旅遊比例約26.8%，較2008年成長1%
- 89%旅客以「自行規劃行程」方式出遊，較2008年成長2%
- 選擇或規劃旅遊據點時，以「景觀優美」為首要考慮因素
- 98%對國內旅遊地點整體觀感表示滿意

國際旅遊市場(2009年)

Outbound

- 814.3萬旅次，較2008年負成長3.8%
- 平均每人旅遊0.35次
- 平均停留9.7天

消費支出

- 每人每次消費支出45,030元
- 出國旅遊消費總支出3,667億元



- 至少出國旅遊1次之比例為17.5%，較2008年負成長2%
- 從事國外旅遊以7、8月居多
- 以男性居多(57%)、平均39歲
- 國人出國仍以大陸港澳為最主要旅遊目的地區(50.2%)，其次為東北亞(20.8%)、東南亞(17.5%)、歐洲(4.4%)、美加(4.1%)、大洋洲(2.0%)、非洲(0.1%)

國際旅遊市場(2009年)

Inbound

- 439.5萬旅次，較2008年成長14.3%
- 平均停留7.17天
- 觀光目的旅客229.8萬人次，較2008年成長29.47%

觀光收入

- 每人每日平均消費216.3美元，較2008年成長2.29%
- 觀光外匯收入68.16億美元，較2008年成長14.82%

- 
- 整體滿意度90%，較2008年成長2%
 - 57%來台前曾看過台灣觀光宣傳廣告或旅遊報導
 - 「風光景色」及「菜餚」惟來台觀光主要因素
 - 夜市、臺北101、故宮、日月潭、中正紀念堂為主要遊覽景點
 - 太魯閣、天祥為最喜歡景點
 - 購物、逛夜市、參觀古蹟為主要活動

小結

- 觀光整體收入達新台幣4,081億元。其中，觀光外匯收入佔55.2%，國民旅遊消費支出為44.8%。
- 考量觀光產值結構，及國民旅遊市場近年呈飽和(多在1億旅次上下)之趨勢，遂以爭取國際觀光市場，加強國際觀光市場行銷推廣，以擴大台灣觀光版圖。

三、發展策略



Welcome to Taiwan



願景

施政
架構

施政
作為

東亞觀光交流轉運中心
國際觀光重要旅遊目的地

美麗
台灣

特色
台灣

友善
台灣

品質
台灣

行銷
台灣

1.年度施政計畫、觀光建設中程計畫

2.觀光拔尖領航方案

拔尖

魅力十大
區域旗艦

拔尖

國際客源
開拓計畫

拔尖

無縫旅遊
服務計畫

築底
提升

產業再造
旅館評鑑

99-100
旅行台灣
感動一百

97-98
旅行台灣年

主軸1-美麗台灣

- **核心主軸**：由「點」、「線」呈現風景區「面」新風貌
- **發展策略**：減量原則、維護生態、環境優先、國際水準、便利遊客
- **主要推動作法**：
 - (一)觀光資源點-線-面的規劃建設
 - (二)協助地方發展觀光
 - (三)東部自行車路網示範計畫

(一)整備環島重點旅遊線

以「減量原則、環境優先、國際水準、便利遊客」為原則，辦理旅遊線景點及景觀整建工作



■北部海岸旅遊線

- 目標—打造福隆、野柳為皇冠海岸及濱海度假區
 - 課題—如何使旅客願意停下腳步、多住1天？
 - 完成那些基礎建設來達成目標？
 1. 環境與景觀的改善
 2. 景觀綠美化
 3. 強化野柳地質特色
 4. 增加住宿設施
 5. 推動深度旅遊
 6. 開拓新遊憩據點
- 
- The map illustrates the Northern Coastline Development Project area in Taiwan. It shows the route from Keelung (基隆) in the north, passing through Sun Moon Lake (日月潭), Taichung (台中), and Taipei (台北市), down to Keelung (基隆) again. Key locations marked include Keelung (基隆), Sun Moon Lake (日月潭), Taichung (台中), Taipei (台北市), and Keelung (基隆). The map also shows the Keelung Expressway (基隆高速公路) and the Keelung Expressway (基隆高速公路). The map is titled '北部濱海公路' (Northern Coastline Highway) and '金九礦' (Keelung Expressway).



1.舊景點、新意象-福隆風華再現

- 重塑福隆火車站新風貌
- 與鐵路局合作將舊草嶺隧道轉型為自行車道，結合鐵道文物裝置，重現隧道風華
- 營造福隆濱海度假小鎮休閒意象，帶動便當業及自行車租賃業之發展

福隆火車站



改善前



改善後

改善前



改善後



福隆火車站

改善前



改善後



整建前



整建後



舊草嶺隧道轉型

整建前



整建後



2.三度空間遊憩新樂園-外澳濱海遊憩區

- 與水利署合作，美化海堤並以社區營造概念，主動協調地方居民消除違章，輔導產業轉型，營造優質旅遊環境
- 形塑為衝浪、飛行傘、賞鯨豚的三度空間之遊憩區





龜山島賞鯨豚



外澳遊客中心



飛行傘活動



外澳濱海遊憩區

■ 日月潭旅遊線

- 目標—成為「明湖山色伴杵音」，休閒寧適之渡假基地
- 課題—如何讓遊客便利的到達、悠遊地親水環湖？

如何強化當地休閒與文化特色？

- 完成那些基礎建設來達成目標？

1. 景點風貌融入湖光山色
2. 環湖步道與碼頭整建
3. 深化邵族文化旅遊
4. 增加住宿設施
5. 集集鐵道及木業懷舊文化
6. 質高安全的遊湖體驗



1. 建構環潭步道系統- 完成14條步道及3條自行車道



涵碧步道(1.5km)



水濱步道(1.5km)



2.完善碼頭景觀與設施-

水社、伊達邵、朝霧、玄光碼頭景觀與設施改善及
伊達邵、水社預備浮排設施興建



德化碼頭

立體觀光

• 日月潭-九族文化村纜車系統



產業觀光

• 車埕木業展示館



廠房舊址



(二)舊景點、新意象—地方重要景點風華再現



黃金博物館周邊改善

透過補助方式
與地方政府合作，讓這些民
眾熟悉的地方
呈現新丰采



九份步道



台東森林公園



八卦山大佛區



高雄旗津

主軸2-特色台灣

- **核心主軸**：從發展主題產品著手，鎖定熱門話題，包裝優勢產品
- **發展策略**：
 1. 包裝有競爭力的觀光產品
 2. 彰顯其獨特性、炒熱話題
- **主要推動作法**：
 1. 將相關部會主導之旅遊產品包裝為優勢旅遊產品
 2. 篩選出台灣有競爭力的主題，鎖定並開發相關族群

1.經典行程創新行銷

規劃首次來台必看、必吃、必玩行程之宣傳

2.規劃多元旅遊產品開發

針對重遊者之深度旅遊之創新行銷



運動



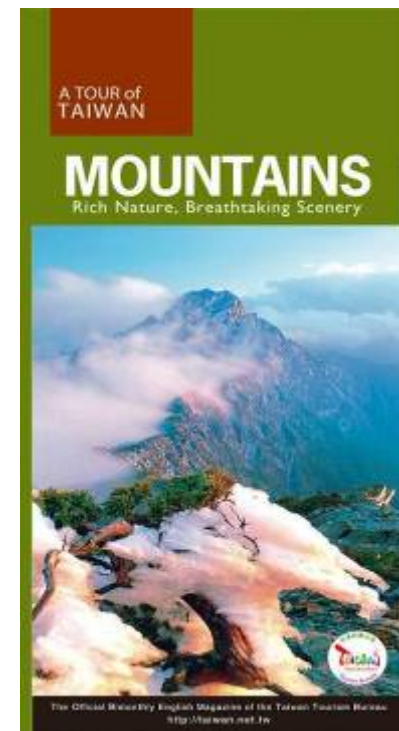
文化



農業

創新產品1-登山健行之旅

- 結合自然生態、地質、古道探尋、人文景觀、原住民等元素，包裝規劃具國際吸引力之中級登山行程6條與初級健行行程14條
- 邀請韓國登山英雄代言玉山，開發日本玉山與雪山產品
- 邀請馬拉松名人林義傑，辦理玉山馬拉松大賽，以形塑台灣為亞洲之登山聖地。



奧地利ASI Wanderreisen登山團登玉山



➤ 邀請韓國登山家嚴弘吉先生擔任玉山登山大使



創新產品2-沙龍攝影與蜜月旅行

利用台灣沙龍攝影場景多變化、造型時尚化、攝影技巧及價格優勢，推出台灣10大婚紗景點，97年辦理久久合歡、98年辦理愛戀101等大型婚紗活動，及管理處活動，打造台灣為沙龍攝影重地及蜜月島形象。



 *Tour*
Taiwan
2008-2009 旅行台灣年

愛
Yes, I do!
在台灣拍婚紗

Love in Taiwan
Bridal Photography



交通部觀光局
Taiwan Tourism Bureau

<http://taiwan.net.tw>



創新產品3-銀髮族懷舊旅遊

將台灣日治時代遺跡整合包裝，以歷史文化情結，以故事性之方式，結合懷舊、溫泉、美食，規劃以樂活步調，並以舉辦國寶級蒸氣火車遊台灣活動，以吸引國際銀髮族等旅客來台旅遊。



太子賓館



文學館



蒸氣火車

蒸氣火車 復駛平溪線

- 台鐵局運用CK124蒸汽老火車，結合鐵道及懷舊二大元素，開發特色遊程。



創新產品4-醫療保健旅遊

利用台灣醫療高超的名聲，與醫療國際化之行動，結合健檢、美容、牙科、洗腎等低侵入性之產品，規劃觀光行程。

97年辦理創金氏世界紀錄之千人足健體驗活動、98年推出經穴按摩體驗活動，以創造台灣健康養生之國際形象。



2009 經穴按摩體驗活動
Acupressure Massage Experience

創新產品5-追星哈台旅遊

利用台灣電影、偶像劇及在華語流行音樂居領先地位之優勢，結合台灣重要觀光景點，包裝哈星追台產品，製作追星手冊，吸引鄰近國家狂熱追星族來台旅遊。



F4の故郷へようこそ!
www.taiwan.net.tw

WISH TO SEE YOU
Taiwan
Touch Your Heart



主軸3-友善台灣

- **核心主軸**：從旅客角度思考，提供便利的導覽解說資訊與產品
- **發展策略**：
 1. 旅客從規劃旅程開始，到遊程結束，都能得到便利的資訊、感受親切的服務
 2. 提供國內外旅客方便與優質的旅遊產品，增加業者收益
- **主要推動作法**：
 1. 整合並推出台灣觀光巴士優良旅遊產品
 2. 建置方便的導覽、指標、解說資訊

- 1.輔導業者營運臺灣觀光巴士旅遊產品計33條，提供各大都市飯店與鄰近重要風景區之交通接駁及旅遊服務。（4成爲國際旅客）
- 2.輔導地方政府與相關單位於機場、火車站等重要交通節點建置統一識別標誌「i」系統旅遊服務中心，提供多語文旅遊諮詢服務。
- 3.輔導地方政府於外籍觀光客出入頻繁都會地區建置地圖導覽牌，提供中、英對照觀光旅遊資訊。



- 4.與中華電信合作設置中、英、日、韓語24小時免付費觀光諮詢熱線(call center) 0800-011-765及建置6種語文版「臺灣觀光資訊網」(<http://taiwan.net.tw>)等旅遊資訊服務
- 5.印發全國性「臺灣觀光交通路網圖」摺頁、區域性「北、中、南、東臺灣觀光地圖」摺頁提供免費索取。
- 6.獎勵觀光業者設置特殊語文(日、韓文)服務，包括指示標誌、導覽解說牌、廣播等，補貼50%製作費，每家最高30萬元。



主軸4-品質台灣

- **核心主軸**：從服務品質著手，利用輔導、訓練與評鑑的方式，提升住宿與第1線人員服務水準
- **發展策略**：讓旅客住得滿意、感受貼心與專業的服務，就能提高滿意度
- **主要推動作法**：
 - 1.提升一般旅館品質
 - 2.輔導訓練觀光從業人員

(一)提升一般旅館品質

- 提供專家諮詢輔導
- 提供貸款利息補貼
- 提供設計規劃費補助
- 辦理研習訓練輔導
- 鼓勵其自行更新
- 自93至98年輔導278家旅館，約18,000間客房改善設施

台北新尚旅店



■觀光從業人員輔導訓練計畫

- 訓練對象：旅行業經理人、導遊、領隊、旅館業從業人員、計程車駕駛、遊覽車駕駛、餐廳從業人員等觀光接待人員
- 訓練內容：專業知識、執業技能、基礎外語、禮儀、服務觀念等訓練



【導遊職前訓練】



【邀請國際大師Chuck Gee開講】



【接待大陸旅客現職導遊實務研討會】

主軸5-行銷台灣

- **核心主軸**：多元開放 全球佈局
- **發展策略**：定位觀光局為台灣觀光經銷商，集中火力針對各市場需求，靈活運用各種通路與宣傳推廣手法強力行銷
- **主要推動作法**：
 - (一)持續耕耘既有目標市場，積極爭取新興市場
 - (二)與業界合作，推出優惠行程及措施
 - (三)積極開發及包裝觀光創意產品
 - (四)利用文宣、報導與網路，增加台灣的曝光度



(一)各市場宣傳策略

不散彈打鳥－針對各目標市場研擬策略

1. 日韓

- ◆以飛輪海為代言人，將觀光景點置入偶像、辦理歌友會、追星之旅活動與廣告宣傳等活動。
- ◆利用組團參加日韓等旅展出席日本大型文化祭典活動，強力宣傳旅行台灣產品，加強宣傳印象。
- ◆與日本4大組團社合作來台旅客招攬計畫。



2.港星馬

- ◆配合「旅行台灣•感動100」宣傳主軸，於港星馬及新興四國（泰菲印越）推廣，除以電子、平面、廣播、戶外媒體行銷台灣，更利用各大旅展、說明會及推廣會向業者及旅客推廣。



3.歐美

- ◆聘請公關公司，加強通路佈局，目前德國第2、第3及第4大旅行社、英國前10大旅行社、法國前4大旅行社、澳洲前10大旅行社之一 Trade Travel及美國地區增加3家主流旅行社均已販售台灣行程。
- ◆邀請國際知名媒體如 Discovery Channel、CNBC等頻道合作，置入台灣觀光節目。
- ◆利用異業結盟與業者國際通路共同宣傳。



4.新興市場

積極爭取包括大陸、印尼、穆斯林、印度與等新興客源市場旅客來台旅遊，尤其針對大陸市場辦理踩線團、業者說明會、大陸推廣會等，主動邀請大陸組團社包裝台灣旅遊產品。

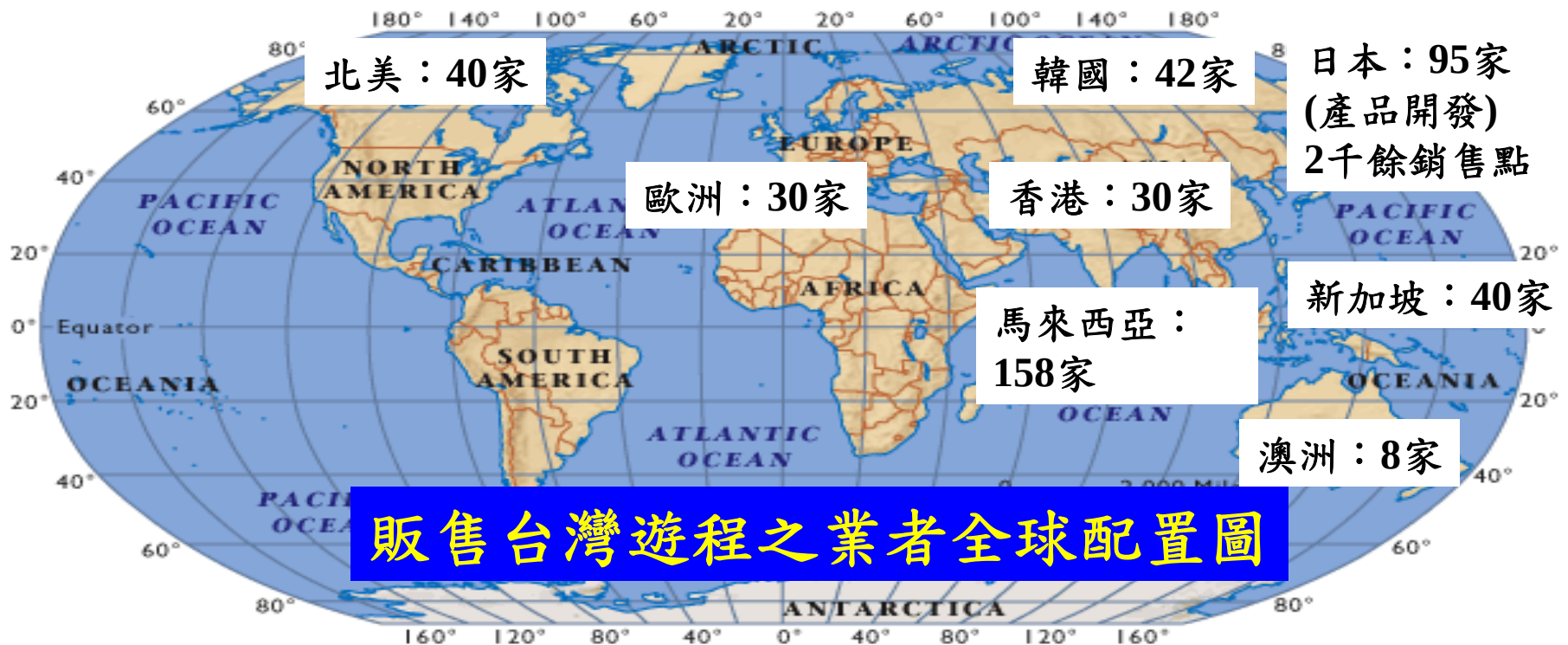




(二)創新手法 擴大通路

1.佈建海外經銷網

- 邀航空公司擔綱與旅行社合作：來台進行熟悉旅遊
提供誘因：分攤廣告費、包機獎助、開發機+酒行程，贈送半日遊行程等
- 結合地方政府、航空公司、產業界海外參展
- 建立11個駐外辦事處績效責任制



2.創新手法，擴大通路

- 運用網路資訊無國界、無時差、普及性及快速性，強化台灣觀光網站實用資訊與提高正確性，將台灣觀光Banner及關鍵字置於國際知名搜尋引擎。
- 邀請網路人氣部落格作家來台體驗，分享台灣旅遊經驗。
- 以創新之通路，如捷運車廂、捷運站、電子牆廣告等，強化型塑台灣觀光意象。



Web [Show options...](#)

Results 1 - 10 of about 7,380,000 for [taiwan trade show](#). (0.22 seconds)

[Taipei Trade Shows - Show Calendar](#)

Taipeitradeshows helps global buyers find **Taiwan** exhibitions and suppliers. Largest importer and exporter database, information on **trade shows** and ...

www.taipeitradeshows.com.tw/ - 39k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

[Show Calendar](#)
[Member Login](#)
[Industry Bulletin](#)
[TAITRA News](#)

[Forgot your password](#)
[Join us](#)
[Visitor Information](#)

[More results from taipeitradeshows.com.tw »](#)

Sponsored Links

[Taiwan Trade](#)

Official Government Site in English
Info on Business, **Trade** & Policies.
english.www.gov.tw

[Taiwan Trade Show](#)

Experience culinary/cultural/scenic
delights all at once. Visit **Taiwan!**
www.go2taiwan.net

日本機場、涉谷、銀座地鐵站廣告



韓國首爾地鐵站廣告



美國紐約時代廣場廣告



英國倫敦地鐵及計程車廣告



Where else but Taiwan

Where else would you find time-honoured cultural traditions that thrive in perfect harmony with the chic and the avant-garde. Where an impressive array of haute cuisine from mainland China and Japan blend with aboriginal specialties. Where the city's skyscrapers act as a backdrop to an astounding natural beauty. With breathtaking scenery, abundant wildlife, fine beaches and rugged coastlines, Taiwan is a nation shaped by the diversity of its people. Warm, friendly and affable to a fault, its welcome is unsurpassed. A nation with a unique juxtaposition of the old and new.

Where else but Taiwan...
'one of the most unsung tourist destinations in all of Asia'*
*World Travel Guide

TAIWAN
Touch Your Heart
For further details please call
01252 849277 or visit
www.taiwan.net.tw

CHINA AIRLINES EVA AIR

A woman with long black hair and a traditional Taiwanese mask is featured in the bottom right corner of the advertisement. The mask is colorful and ornate, with a red and white face and a large, colorful headdress.

香港地鐵站廣告



新加坡地鐵廣告



馬來西亞計程車車身廣告



中國大陸北京台灣街廣告



最近的驚喜
驚艷的開始

灣

See taiwan.net.tw for details

與National Geographic進行雙品牌行銷



Contest

8 Flagship Sites of Taiwan

FASCINATING TAIWAN

Watching "Megacities: Taipei" and "Inside: The emperor's Treasure" produced National Geographic Channel, gives you the inside stories of "Fascinating Taiwan".

Email this to a friend



Contest. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



8 Flagship Sites. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



與Discovery頻道合作瘋台灣節目



TIME雜誌



TEA PLANTATION, HIGHLANDS NEAR SUN MOON LAKE - THURSDAY 14:20

High Tech, High Tea

Tea and Taiwan go back a long way, and it's no small testament to the centuries of diligent cultivation that we're renowned as producing some of the world's finest leaves. A tour of Taiwan's tea-growing districts will take you all over the island, where neatly ordered fields occupy every available corner to

take full advantage of the perfect growing conditions we enjoy. And when you're harvesting tea that has attracted an international clientele for many generations, you will recognise that sometimes traditional techniques remain the state of the art.



TIME

**What's the best way to discover Taiwan?
On two wheels**



Through special arrangements with the publisher this promotional coverwrap has been placed on a limited number of copies of TIME magazine. The coverwrap does not constitute an endorsement by TIME and no endorsement is implied. TIME is a registered trademark of Time Inc., licensed to Time Asia (Hong Kong) Limited.

Economist



Taiwan has more than 1,500 km of coastline.

How do you want to explore it?

There's something to be said about being small. For a start, everything is within easy reach. Yet in Taiwan, "everything" includes quite a bit. Not every holiday takes you to a small green gem of a tropical island—it's easily innumerable to boot.

If you go there yourself, you'll find that the clean sort of freedom found in Taiwan is unparalleled. So go ahead. Pick your adventure.

Hike up Alishan, through the dim green twilight, past the tea plantations and ancient cypress forests. Watch the hauntingly beautiful dawn break through the white morning mists.

Bike along the northern cape of Biliu, through the lush verdant bluffs overlooking the vast East China Sea. Head towards the Biliu Cape Lighthouse, and survey the sea-eroded platforms.

Stroll through Mt. Hsihuan in central Taiwan. The light breezes blow through the grassy hills, as you chance upon wild azaleas and clusters of arrow bamboo.

Trek down the deep marble crags of Taroko Gorge. Climb the Changchun Shrine nestled in the mountainside, and trace the silvery waterfall as it streams into the river below.

Scale the sandstone ocean cliffs at Longdong, which translates into "dragon's hole". Hear the waves crash below you as you make your way up some of the best climbing cliffs in Asia.

Puzzle over the surreal jagged rock formations at Yehliu. The curious hoodoo (also known as fairy chimneys) dotting the landscape include one that resembles a queen's head.

Ambble through the Zongwen river reserve in search of the elusive black-faced spoonbill. In the lagoons and wetlands around the southern village of Chiku, you may be lucky enough to catch sight of one of the rarest birds in the world.

Everything, within easy reach. Yet "everything" includes still much more. Find out for yourself. In Taiwan, you're spoilt for choice.

Taiwan. Take it in.

Taiwan
Touch Your Heart

www.taiwan.net.tw



Newsweek

(SPECIAL ADVERTISING SECTION)

Two travelers. Two very different experiences of one of the planet's most richly varied countries

MY TAIWAN

The Executive: Mixing Business & Pleasure

Taiwan may be best-known as a technological and economic powerhouse, and a major draw for global business. But this island nation has many facets—from the rich culture and glittering nightlife of Taipei to the countryside's astonishing array of natural wonders—and increasingly, business travelers are adding on a long weekend to explore them. Case in point: Rhona Murphy, publisher and managing director of *Newsweek International*. "I came to Taipei to do business," she says. "But I ended up doing so much more."

Taipei's Sweet Spots

How many different experiences can a visitor to Taiwan have between Friday's close-of-business and Sunday's flight home? A lot, it turns out. But Taiwan isn't about cramming in as much sight-seeing as possible. Even in a fast-paced metropolis like Taipei, there's a bent towards slowing down and savoring each moment.

Friday evening Murphy joins colleagues for dinner—many of the city's best dining establishments are found at its hotels, which often invite some of the planet's top chefs in for a stint. But when it comes to cuisine, there are countless other choices. Taipei's restaurant scene is dizzyingly eclectic, the fare on offer both inventive and delicious. While the city is well-known for its street food—served at night markets like Shilin, Shida and Huaxi Street (a.k.a. Snake Alley)—its four-star scene is growing. Just one example: the branch of the Michelin-starred L'Atelier de Joel Robuchon, which opened here last year.

The city's nightlife is equally varied. Visitors can head for Taipei 101, one of the world's tallest buildings, to take in the glittering, panoramic view from one of its observatories, among the world's highest. Then they can zip down to its lower level on a super-fast elevator and sip a postprandial cognac at a club like Mint, a trendy gorgeous lounge with a modular wall of wines and a glowing dance floor. For those seeking a quieter way to wind down, the city's massive 24-hour Eslite Bookstore offers eight stories packed with everything from Japanese novels and British murder mysteries to a slew of international films and music.

Natural Wonders

Saturday morning, a dim sum repast at Ding Tai Peng—known for its savory xiao long bao dumplings—proves a great way to fuel up for the day. After breakfast Murphy and friends take a quick



Rhona Murphy

is publisher and managing director of *Newsweek International*. Responsible for *Newsweek's* interests outside the U.S., she frequently travels to Asia on business.



Taiwan's capital, Taipei, is the country's cultural hub, and its largest city.



(SPECIAL ADVERTISING SECTION)

"I came to Taipei to do business. But I ended up doing so much more."

— RHONA MURPHY, PUBLISHER AND MANAGING DIRECTOR, *NEWSWEEK INTERNATIONAL*

then heads back to the villa for one last indulgence before checking out: a rejuvenating Chinese pressure point massage. Instead of rushing off to the airport for her afternoon flight, she takes the long way there, along Taiwan's stunning coastline, and is richly rewarded with a view of the serene and sun-dappled Pacific. "It was a perfect weekend," says Murphy. "And this was the perfect way to end it."



hop north to visit Yangmingshan, a lush national park unfurling from the slopes of an extinct volcano, studded with steamy hot springs, dramatically smoking fumaroles and green gorges that are decked with azalea blooms and cherry blossoms in the springtime.

Later that day Murphy samples the hot springs herself, checking into Villa 32, a paradisaical retreat in the Beitou district, known for the variety of its pools. The tiny resort, which has just a handful of elegantly appointed rooms, has also earned a following for its world-class cellar, stocked with rare and vintage wines, and for its Italian restaurant—which is exactly where Murphy chooses to dine with friends that evening.

Sunday morning, Murphy takes a stroll around Beitou Hot Springs Park,



Flowers in bloom at Yangmingshan.

Taiwan's top-tier cuisine is flourishing.



TAIWAN TOURISM BUREAU OVERSEAS OFFICES

Germany: p. 49-69-610-743 / f. 49-69-624-618 / johnson@taiwantourism.de
Hong Kong: p. 85-2-2581-0933 / f. 85-2-2581-0262 / tttbva@netvigator.com
Malaysia: p. 60-3-2070-6799 / f. 60-3-2072-3039 / val@treemys.com
Singapore: p. 65-6223-6546 / f. 65-6225-4616 / ttrccs@sigmail.com.sg

TITLE HERE

Ommolorpore dolorper ing essisi ea augiat. Cor sit velestie do dult aute magna atet do dult aute magna
CREONS



Quick history lesson: Taiwan is an island of 23 million that's passed through Dutch, Spanish, Chinese and Japanese hands. The Portuguese, who first stumbled on it in 1544, named it "Formosa" and just kept on sailing, leaving its then-islands an island that was, for centuries, regarded as a cultural backwater. Until, that is, the early 20th century when the Japanese introduced schools, railroads and record players. But the greatest injection of culture shock occurred in 1949 when Chiang Kai-shek and his retreating army arrived from China with, literally, several millennia of imperial Chinese treasures packed in their baggage. The party line then, and since, has been that Chiang was saving the treasures from the ravages of war while safeguarding China's heritage. Of course, Mao Zedong's Communist Party took on the mainland didn't, and still don't, see the picture in exactly the same way; but the fact of the matter is, the treasures have survived remarkably intact—most fit in the National Palace Museum, the island's greatest storehouse of ancient Chinese

treasures—having escaped the worst of the Cultural Revolution when a good deal of China's past was destroyed by over-zealous Red Guards. The island of custodian of China's past is played out precisely by Taiwan. And in a way, it explains why its cultural scene boasts such an easy mix of modern and ancient. Indeed, on trips to Taipei, Hong Kong, Macao and sunny Singaporeans don't, as other Western tourists do, head for a park at Taipei 101. Instead, they make a beeline for the 24-hour Eslite Bookstore. More than just the Barnes & Noble of the Chinese-speaking universe, Eslite is a culture capsule that runs a nonstop schedule of lectures, performances and film screenings while hiding down a spot as Taiwan's top gallery for contemporary art. It's also a reasonably good place to meet any American types at dawn.

For all its outwardly traditional vibe, Taipei is a marvelous, culturally cross-pollinated metropolis not just because of its remarkable storehouse of antiquity, but because it has spent the last half century establishing itself as a free port, first for

manufactured goods, and more lately for ideas. The Chinese tradition for learning and cultivating the arts remains strong here. Generations of Taiwanese—among them Oscar-winning film director Ang Lee, and Lin Hwai-min, founder of the Cloud Gate Dance Theatre—have studied in the West and returned as extraordinarily accomplished painters, dancers, sculptors and artists. As a result, the cultural melting pot is richly diverse. In pop music, Taiwan's television programmes and singers dominate the Chinese-speaking world. In contemporary art, Michael Lin weaves fabric patterns to an architectural scale and has won commissions from Louis Vuitton, Bly Coffee and Den Haag. Chen Chieh-jen is possibly Taiwan's most famous video artist. On the stage, avant-garde theatre director Robert Wilson—Eisenstein on the Beach, anyone?—has just completed finished his second Taiwan collaboration, this time with U Theatre, a traditional Taipei drum-dance troupe. The subject: Zheng He, the famed 15th century



ARTIST PROFILES

Dong Yang-zu, Calligrapher

While studying in the US in the 1960s, Dong fell under the spell of action painting and returned to Taiwan to develop a style of monumental calligraphy. Like Jackson Pollock, she paints standing on the canvas. But instead of splashing paint on in random patterns, she uses a mop-like brush to swirl out wall-sized Chinese characters. The biggest work so far measures 17 metres. Now 68, her works have inspired modern dance and graced national performance halls. She claims legibility is always a key, but even if it's all Chinese to you, the elegance of her script is a universal language of purity and beauty.

Huang Pei-hua, counter-cultural artist

For his last exhibition "Soft Revolt", Huang surreptitiously replaced the barcodes on standard supermarket items with ones he designed. When scanned at the register, the

codes read out not prices, but words like "anarchy" and "holiness". Though still working on his MFA at one of Taiwan's top art academies, Huang's capitalist culture-jamming has him pitted against some top-tier career artists for best exhibition of the year in the locally prestigious Taichin Arts Awards. Should he win the NT\$1 million prize, his prankster art will prove once and for all that being subversive pays.

Lin Hwai-min, dancer

Given his growing collection of lifetime achievement awards and the recent honing by the French culture ministry, it's hard to imagine that Lin never intended to be a dancer. In the 1960s, he went to the US to study creative writing, but stumbled into the New York studio of Martha Graham and Merce Cunningham, and never looked back. In 1973, he established Taiwan's celebrated Cloud Gate Dance Theatre with an aptitude for interpreting Chinese stories

through modern dance. But it wasn't till he began training his dancers in meditation, martial arts and Tai chi in the mid-90s, that he began producing libretto-driven movements for which his troupe is justly famed.

Tsai Ming-yuan, dancer

After seeing Tsai dance at New York's Kennedy Center earlier this year, one reviewer couldn't help but ask, "Does he have any bones?" The 34-year-old award-winning dancer and choreographer has also been compared to Egon Schiele's twisted, but graceful, figures.

Huang Pei-hua, dancer

Huang's body in motion has been described as flowing water, so it's little wonder that the Cloud Gate Dance Theatre has consistently asked her to interpret any themes like Chinese calligraphy, mist and bamboo. A couple of years ago when she slaked across a film of water as a

4.參與國際旅展及推廣活動

- 積極參與東京等全球重要觀光旅展及4大獎勵旅遊與國際會議展。
- 辦理北美、印度、印尼等觀光推廣活動，及日本各式大型節慶活動如北海道Yosakoi Soran街舞等，搭配宣傳主軸與特色優質產品進行開發與行銷。



東京旅展

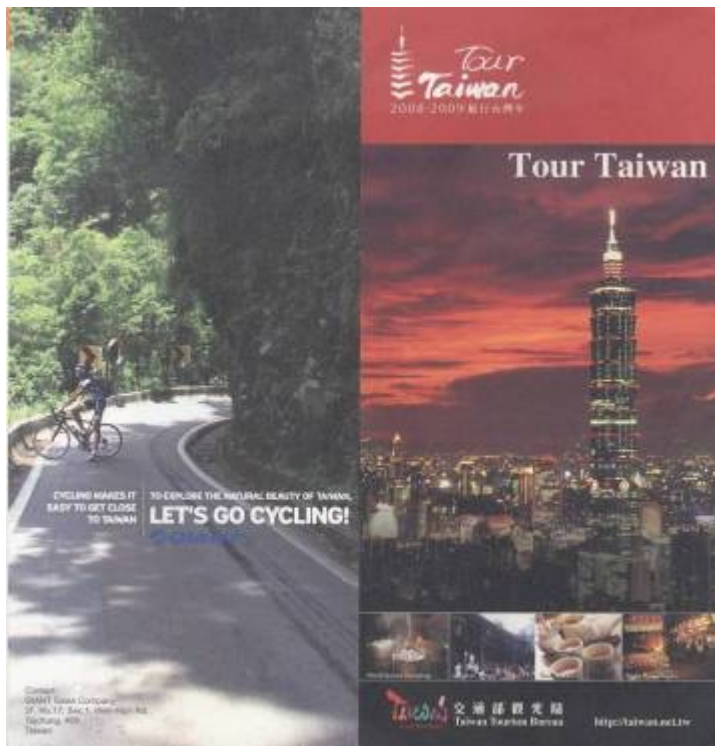


大阪旅展

5.加強異業結盟

與「捷安特」合作，利用其位於英德法荷2,000處銷售據點，置放台灣旅遊文宣並播放觀光宣傳影帶

利用「天仁茗茶」北美12家通路，於飲料杯、杯套、保溫杯、T-shirt放置雙品牌logo，加強曝光效果。另於中國千餘家店面，張貼台灣觀光廣告及放置摺頁。



➤ 拍攝台北101跨年煙火秀，與工研院合作製作並提供國內生產高解析度DVD廠商隨機附送



四、觀光拔尖領航方案



Welcome to Taiwan



【前言】

行政院於去(98)年推出的六大新興產業，將以「觀光」串連精緻農業、醫療照護、文化創意，來開創產業新契機，提供民眾更美好的生活藍圖，讓全世界看見台灣所有的美好價值。



【契機與願景】

兩岸大三通



地緣優勢

- 位居東亞中央
- 兩岸航線增班



願景

東亞觀光交流轉運中心
國際觀光重要旅遊目的地

【推動策略】

(一)、方案規劃方向

本方案以發展國際觀光，提升國內旅遊品質，增加外匯收入為重點

(二)、規劃策略

(1) 深化老市場老產品
開發新市場新產品

- 增加旅客人數(come more)
- 延長停留天數(stay longer)
- 提高每人每日消費(spend more)

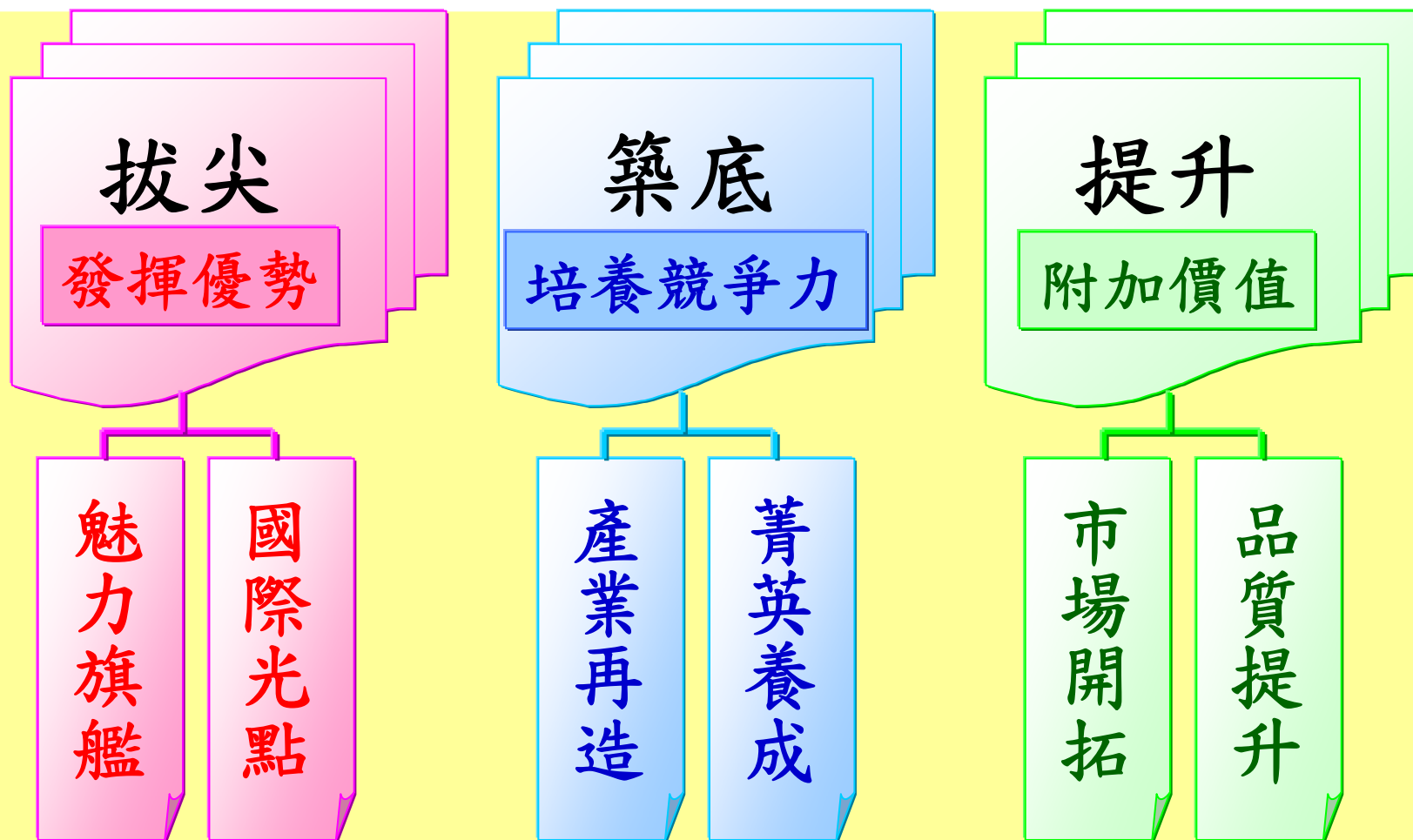
(2) 包裝立竿見影的旅遊產品

(3) 改善支撐系統

- 突顯觀光特色及吸引力
- 旅遊服務介面友善化
- 觀光從業人員素質優質化

【方案內涵】

行政院4月9日院會觀光拔尖領航方案，8月 24日核定行動計畫



2009-2012年總經費新台幣300億元

(三) 築底行動方案



產業再造、菁英養成，
培養觀光產業與國際接軌之競爭力。

築底（培養競爭力）

產業再造

- 協助觀光產業轉型升級
- 引進國際連鎖旅館品牌
- 扶植本土品牌旅館
- 異業結合（結合醫療、農業、SPA、文創、生態、部落等資源，共同開發行程）

菁英養成

- 強化國內職前培訓與在職精進訓練
- 與國際知名學院合作，薦送優秀觀光從業人員及觀光系所教師出國受訓（每年培訓100位）
- 鼓勵開設觀光產業高階領導班或國際專題研習營

- 振興景氣再創觀光產業商機計畫-獎勵觀光產業升級優惠貸款
- 觀光遊樂業經營升級計畫
- 輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫
- 獎勵觀光產業取得專業認證計畫
- 海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫

- 觀光從業菁英養成計畫

(四) 提升行動方案



市場開拓、品質提升，
增加觀光產業附加價值。

國際市場開拓計畫

配合建國100週年，已規劃【旅行台灣・感動100】
為99-100年之行銷主軸

主軸	內涵	參與
聚點成線 1.催生與推廣百大感動旅遊路線	以10大旅遊元素為主題建置百條感動旅遊路線 (99年前置準備，100年啟動)	全體國人及國際旅客
聚點成面 2.體驗台灣原味的感動	4大系列活動(台灣燈會、國際自行車、台灣美食節、台灣溫泉美食嘉年華) + 年度創意活動	
3.貼心加值服務	旅行前 旅行中 旅行後 :感受台灣歡迎之意 :輕鬆抵達景點 :透過網路分享旅遊經驗 國際促銷優惠措施	

主軸1：催生與推廣百大感動旅遊路線

聚點成線的感動

- (1)確立主題**：以民俗宗教、在地文化、當代文化、創新、追星、生態、溫泉、登山健行、單車及原住民 10大旅遊元素推動主題旅遊
- (2)整合資源**：跳脫以觀光景點為推廣標的思維，整合路線上美食、交通、購物、住宿、伴手禮及旅遊資訊等服務資源及感動元素，串連成百大旅遊路線
- (3)專業遴選**：與台灣好基金會合作邀請名人、達人與資深部落客組成工作團隊進行評選及專業建議
- (4)全民參與**：與天下雜誌合作找出沿線令人感動之友善商家，建構充實百大旅遊路線內涵；建置專屬網站及配合活動舉辦提供民眾參與、建議修正路線之機制
- (5)行銷宣傳**：於天下雜誌刊登25期感動旅遊路線專欄，並預定於100年第1季出版「百大感動旅遊路線專刊」



主軸2：體驗台灣原味的感動

聚點成面的感動

4大主題系列活動

經--以時間為縱軸
天天釋放旅行的感動

臺灣燈會（春）

臺灣美食節（夏）

臺灣自行車節（秋）

臺灣溫泉美食嘉年華（冬）

年度創意活動

緯--以空間為橫軸
各地推出體驗的感動

99年

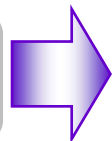
- 迎曙光系列活動
- 幸福旅宿 百種感動
- 台灣挑Tea
- 台灣夜市 Taiwan Yes

100年

- 配合年度重大建設完成辦理國際性活動
- 八田與一紀念園區啟用
- 大鵬灣環灣道路活動橋啟用暨國際風帆邀請賽
- 情訂台灣 甜蜜百分百

預期效益

創造商機

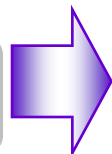


整體觀光收入 5,500億台幣

觀光外匯收入 3,000億台幣
(佔整體觀光收入比例由45%提升至55%)

國人國內旅遊 2,500億台幣

帶動就業

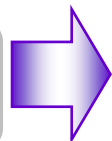


產業就業人口 40萬人次

直接就業人口 13萬人次

間接就業人口 27萬人次

吸引投資



民間投資總額 2,000億台幣

國際進駐



國際知名
連鎖飯店品牌 10個

Only in Taiwan

近年觀光業務的積極推動，透過靈活創新的行銷推廣作法，已展現成果，並成為國際媒體眼中值得全球喜愛自然、文化、美食的旅人前來實地體驗，親身感受的旅遊目的地：

TIME 【最佳太平洋旅遊假期】

National Geographic Traveler 【亞洲祕境所在】

Lonely Planet旅遊聖經 【動人的溫暖與待客之道】

The New York Times 【首都台北是被低估了的亞洲城市】

新加坡聯合早報 【臺北是年輕人最愛的亞洲背包旅遊城市】

貳、首次星級旅館評鑑 (98年至100年) 說明



一、台灣旅館概況

二、旅館評鑑目的

三、評鑑執行情形

四、後續宣導事項



一、台灣旅館概況

◆分類：

國際觀光旅館、一般觀光旅館、旅館

◆家數：

旅館別	家數	房間數
國際觀光旅館	68	20,014間
一般觀光旅館	33	4,277間
旅館	2,680	108,210間

◆民國72年、76年曾以梅花為標識，對國際觀光旅館暨一般觀光旅館辦理梅花評鑑。

二、旅館評鑑目的

1. 提供國際觀光客與國內旅客不同需求之客觀消費選擇。
2. 呈現旅館所提供服務之品質及其市場定位，有助市場區隔及網路行銷。
3. 與國際接軌，帶動旅館軟、硬體品質提昇。



三、評鑑執行情形

◆實施依據

- 觀光旅館業管理規則第14條規定
- 旅館業管理規則第31條規定
- 行政作業流程

97.1.17 奉 鈞部核定「星級旅館評鑑計畫」

97.6.19 發布實施「觀光旅館業管理規則」部分條文修正

97.9.18 發布實施「旅館業管理規則」部分條文修正

98.2.16 公告「星級旅館評鑑作業要點」暨「星級旅館建築設備評鑑基準表」、「星級旅館服務品質評鑑基準表」

◆評鑑機制

➤ 評鑑對象

領有觀光旅館業營業執照之觀光旅館

領有旅館業登記證之旅館

➤ 舉辦年期

每3年舉辦1次

➤ 評鑑等級

以「星級」為標章



◆評鑑前工作事項（一）

1. 辦理委託專業機構辦理評鑑作業

依採購法評選後委託社團法人台灣評鑑協會辦理。

2. 建立各項標準作業程序

就第1階段建築設備、第2階段服務品質實地評鑑作業訂定標準作業程序。

3. 遴選委員名單

由具旅館經營管理、建築、設計、旅遊業及媒體等背景專長之學者專家組成。第2階段服務品質評鑑，並納入企業界具旅遊經驗之高階主管參與。

◆評鑑前工作事項（二）

4. 委員教育訓練凝聚共識

透過講授評鑑基準及各類型旅館實地試評，
並經過達**30場次**的委員諮詢與討論，超過**96
小時**的專業訓練與交換意見，確認委員了解
本局評鑑基準，並以一致的方式執行，評鑑
出具有公信力之結果。



◆評鑑前工作事項（三）

5. 對觀光旅館及旅館辦理評鑑說明會

於全國北、中、南、東區辦理5場次說明會，並針對區域特別需求如台北市、高雄市、宜蘭縣、金門縣及墾丁地區業者辦理5場次說明會，宣導評鑑相關措施並鼓勵業者踴躍申請。



◆評鑑機制（一）：分階段評鑑

➤第1階段「建築設備」評鑑：

由4名評鑑委員直接至各旅館實施實地評分，並依評分結果評定1、2、3星級旅館。



◆評鑑機制（二）

➤ 第2階段「服務品質」評鑑

1. 第1階段評鑑為3星級旅館，自由決定是否接受「服務品質」評鑑，以晉升為4、5星級旅館。
2. 評鑑方法由評鑑委員採不預警留宿受評旅館之方式評核。



◆評鑑機制（三）

➤評鑑項目及配分

總分合計1000分

「建築設備」評鑑	
建築物外觀及空間設計	60
整體環境及景觀	40
公共區域	90
停車設備	25
餐廳及宴會設施	80
運動休憩設施	25
客房設備	125
衛浴設備	60
安全及機電設施	70
綠建築環保設施	25
合 計	600

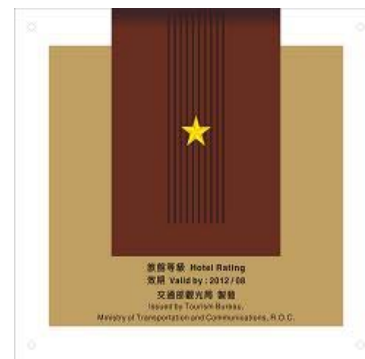
「服務品質」評鑑	
總機服務	30
訂房服務	30
櫃檯服務	60
網路服務	20
行李服務	20
交通及停車服務	10
客房整理品質	60
房務服務	30
客房餐飲服務	20
餐廳服務	50
用餐品質	30
健身設施服務	20
員工訓練成效	20
合 計	400

◆評鑑機制（四）

➤旅館等級評定

- 1、2、3星級旅館以硬體「建築設備」評定，1星級須達60分以上；2星級181分以上；三星級301分以上。
- 4、5星級旅館之評定採取「建築設備」及「服務品質」之合計，4星級旅館須達600分以上，5星級旅館須750分以上。

星級標章示意圖



◆ 申訴制度

- 成立申訴審議小組：由觀光、法律、消費者保護、公平交易等專家及社會公正人士組成。
- 申訴緣由：不服第1階段「建築設備」評定之星級者，可提出申訴。
- 審議結果：駁回或複評。



◆管考機制

➤ 重新申請：

評鑑後1年內，硬體設備經改善者，得申請重新評鑑。

➤ 重新評鑑：

頒發評鑑標章後，有事實足認其有不符該星級之虞者，得重新評鑑其星級。



◆旅館業者受評情形

1. 截至目前為止已有**65家**旅館報名辦理第1階段建築設備評鑑。
2. 99年7月1日已公告第1階段建築設備評鑑結果：
計**11家**取得一星，**10家**取得二星，**19家**取得三星。

旅館類型	觀光旅館	一般旅館	合計
報名家數	22	43	65
受評家數	10	30	40



四、後續宣導作為

1. 已完成受評並取得星等之旅館，將建置專屬網站廣為宣傳，並舉行記者會頒發標章，提昇星級旅館能見度。
2. 規劃獎勵星級旅館參加國內外旅展、「幸福旅宿，百種感動」等觀光推廣活動，並納入本局活動摺頁廣宣。



四、後續宣導作為

3. 經評定為星級旅館，且加入國際或國內品牌連鎖者，自99年起連續3年，每年補助當年度支出之入會費、加盟金、品牌授權使用費等，最高補助上限為新臺幣500萬元。
4. 宣導旅行業及國內、外公私部門優先選用星級旅館住宿。



叁、旅館品質提升輔導措施



一、協助取得優惠貸款

二、優惠貸款利息補貼

三、補助旅館業更新軟硬體規劃設計費用

四、專業認證補助



一、協助取得優惠貸款（一）

➤ 依據：

獎勵觀光產業升級優惠貸款要點。

➤ 資金來源：

行政院經濟建設委員會中長期資金提撥**新**

台幣300億元專款支應或**銀行自有資金**。

➤ 貸款對象：

領有旅館業登記證之旅館業者。



一、協助取得優惠貸款（二）

➤ 融資額度

最高不超過新台幣**3億元**，得於額度內分次申貸。

➤ 貸款優惠利率

中長期資金運用利率（目前**1.21%**），
加承辦銀行加碼機動計息（不超過**1.65%**）。

➤ 貸款期限

最長不得超過**15年**，含寬限期3年



一、協助取得優惠貸款（三）

➤貸款用途

1. 購置（建）機器、設備、土地、營業場所及資本性修繕支出資金。
2. 資訊化所需之軟硬體資金。

➤辦理成效

截至99年7月31日止計有81家旅館業者辦理低利融資貸款。貸款總金額26億7,872萬元。



二、優惠貸款利息補貼（一）

➤ 依據：

獎勵觀光產業升級優惠貸款要點

➤ 資金：

交通部觀光局每年編列預算支應

➤ 補貼對象：

獲銀行核貸獎勵觀光產業升級優惠貸款，且必須經交通部觀光局審核同意補貼利息之旅館業。



二、優惠貸款利息補貼（二）

➤ 補貼條件

1. 用途必須確實投資更新設備、整（修）建、擴建、重建營業場所。
2. 資本性修繕等與提升旅遊及住宿品質有關之項目，且必須已購置完成或完工啟用才可遞件申請。
3. 營運周轉金、購置土地及與提昇品質無關之支出項目，不列入利息補貼。



二、優惠貸款利息補貼（三）

- 申請期限：100年12月31日止
- 補貼利率：按年利率補貼1.5%
- 補貼期間：5年
- 辦理成效：

截至99年9月24日止審查通過獲得利息
補貼旅館共27件，已撥付利息補貼金額
新台幣2,578萬餘元



二、優惠貸款利息補貼（四）

► 注意事項

1. 補貼利率按年利率補貼1.5%，其餘由業者負擔。
2. 申請者如有不實之申領，即喪失利息補貼資格並追回已給付之利息補貼。



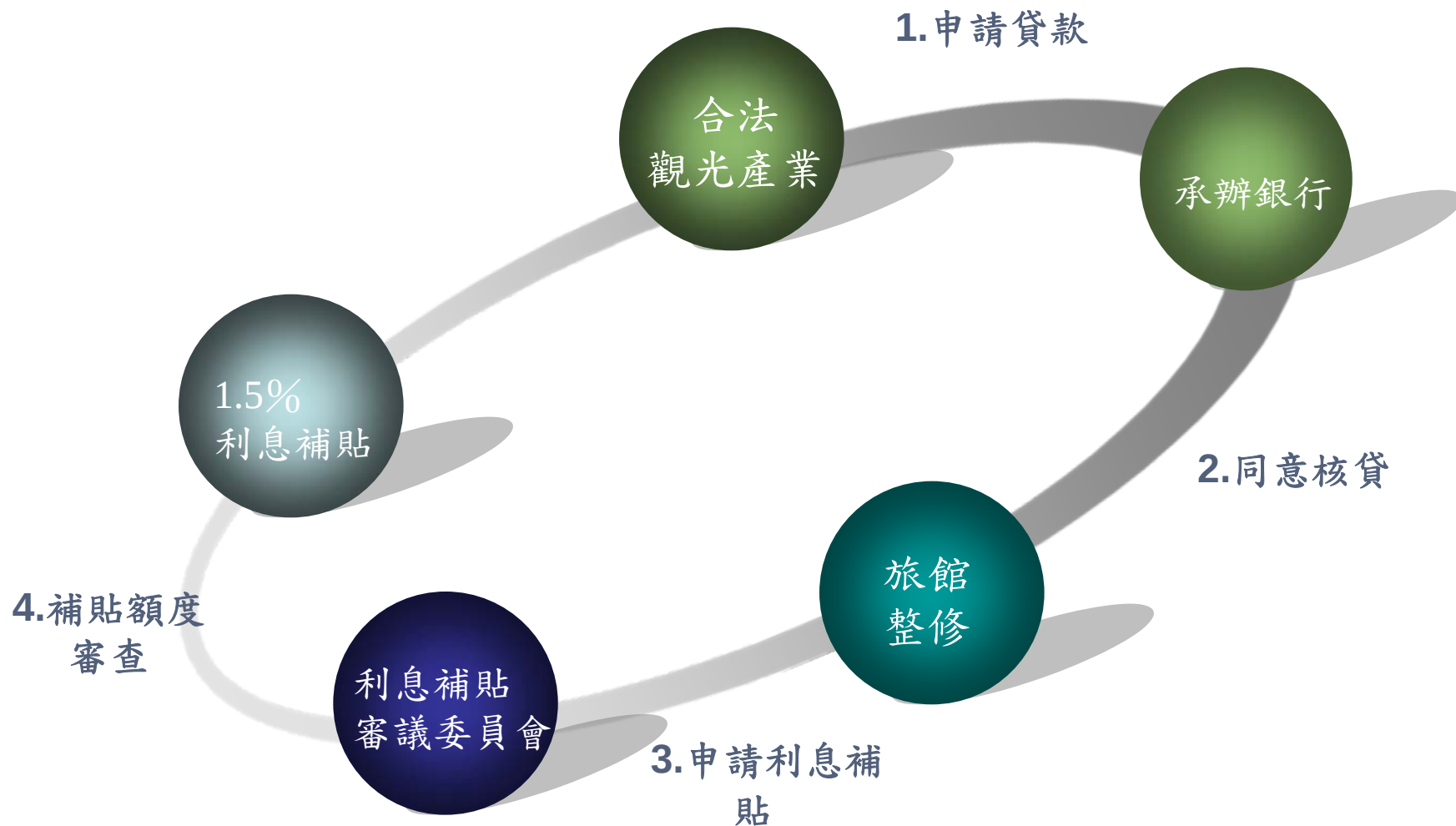
二、優惠貸款利息補貼（五）

► 注意事項

1. 補貼總經費由觀光局編列相關預算內支付。
2. 當年度預算額度用罄時，對於已審核通過之觀光產業，將列入次一年度之優先補貼對象。



優惠貸款利息補貼申請流程



三、補助旅館業更新軟硬體規劃設計費用（一）

➤ 依據

交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提昇補助要點。

➤ 資金來源

交通部觀光局編列預算支應

➤ 補助對象：

領有旅館登記證之業者



三、補助旅館業更新軟硬體規劃設計費用（二）

➤補助條件

客房總數15間以上，配合投入資金達500萬元以上。

➤補助事項

委託依法登記開業之建築師或合法室內裝修業辦理軟硬體規劃之費用。



三、補助旅館業更新軟硬體規劃設計費用（三）

➤ 補助金額

補助事項費用80%為限，但不超過新臺
幣100萬元

➤ 申請時間

隨時受理並召開審查會

➤ 申請期限

100年12月31日止



三、補助旅館業更新軟硬體規劃設計費用（四）

➤ 申請方式

提出完整計畫書（包括計畫名稱，辦理期程，執行單位，計畫內容，作業方式，人員編組及分工，預期效益，經費概算）

➤ 審查方式

交通部觀光局相關人員及建築、室內設計、經營管理等專家組成審查小組審查



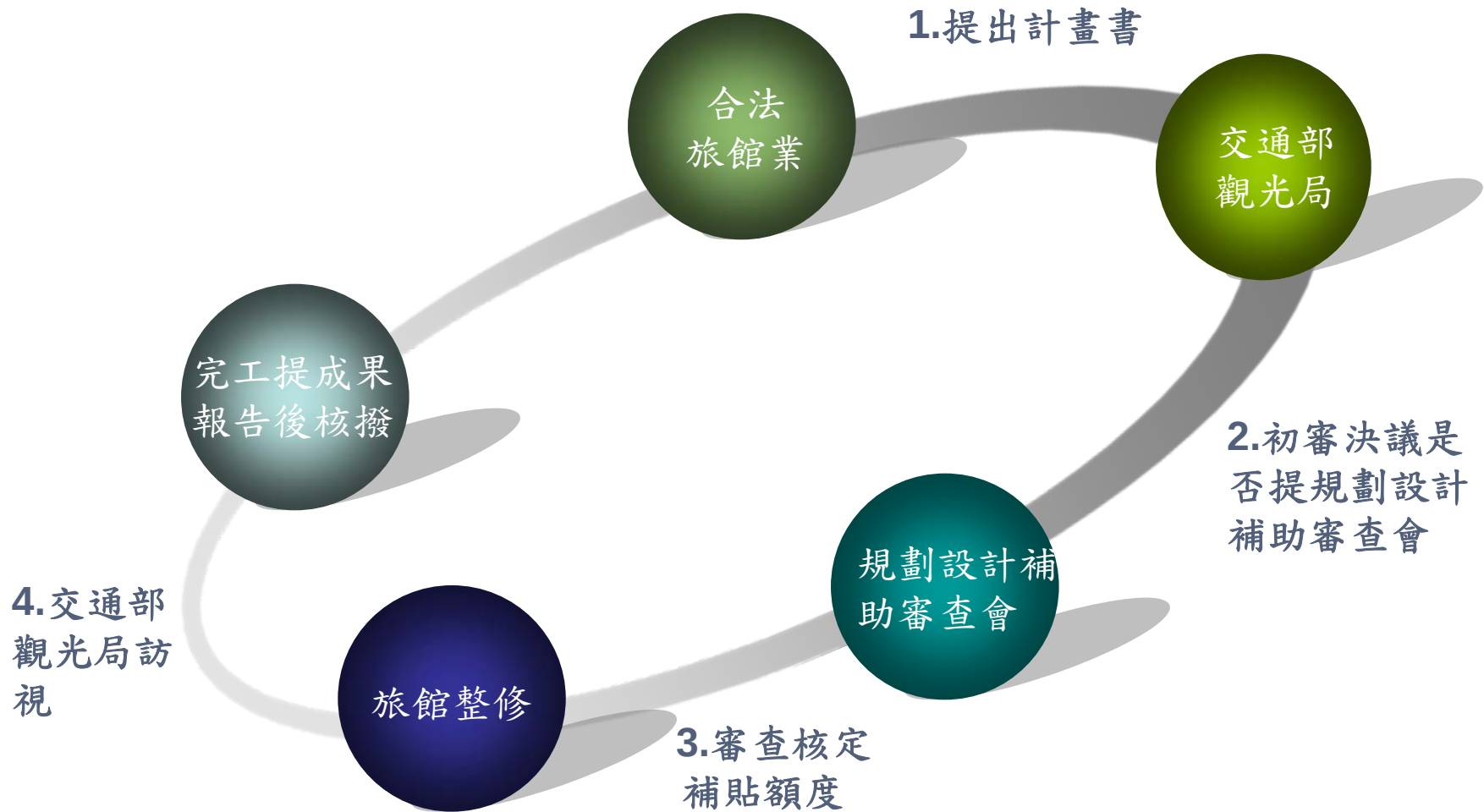
三、補助旅館業更新軟硬體規劃設計費用（五）

➤ 辦理成效：

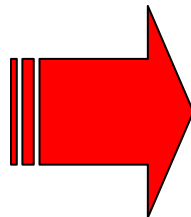
截至99年第3季止計56家旅館業者，經審查核可補助，金額4,502萬2,175元。



補助軟硬體規劃設計費用申請流程

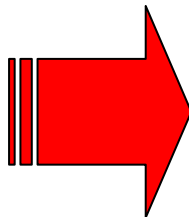


嘉義佳仕堡商務飯店



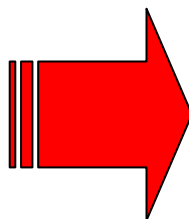
建物外觀及餐廳整修前後

嘉義佳仕堡商務飯店



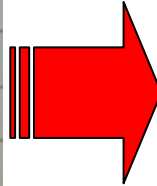
客房整修前後

台北 馥華商旅



外觀整修前後

台北 馥華商旅



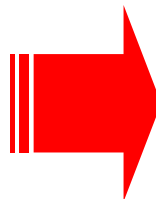
客房衛浴整修前後

台北 馥華商旅



客房整修前後

台北馥華商旅



接待大廳及櫃檯整修前後

彰化縣展亞商務旅館



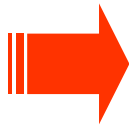
櫃檯改善前後

彰化縣展亞商務旅館



衛浴設備改善前後

彰化縣展亞商務旅館



客房改善前後

台中縣明高溫泉會館



會館外觀整修前後

台中縣明高溫泉會館



櫃檯及大廳整修前後

台中縣明高溫泉會館



客房衛浴整修前後



▲飯店裝修後



▲飯店裝修前

商務旅館 改頭換面 品質形象大提升

觀光局大力協助 聯手打造三安平價旅館

根據交通部觀光局的統計，台灣地區除觀光飯店外，現有一般旅館2622家，客房總數100704間，其中客房30間以上可供接待團體旅客，計1300家，客房總數78883間，品質參差不齊。

在觀光客倍增計畫持續階段性有效執行下，近年來台從事觀光及商務的國外旅客大增，國人國民旅遊也蓬勃發展，再加上預期開放大陸人士來台觀光，觀光局預估須從現有一般旅館中，再提升35,000間客房，才能符合市場需求。

交通部觀光局為打造優良旅遊住宿環境，在獲得交通部及行政院的大力支持下，特別擬訂「一般旅館品質提升實施計畫」，成立了旅館輔導小組實地輔導，並訂定「觀光產業升級優惠貸款要點」和「獎勵旅館業品質提升補助要點」，積極輔導旅館業更新轉型，提升軟體服務品質。

交通部觀光局局長賴瑟珍表示，獎勵觀光產業升級優惠貸款，每家觀光產業最高可貸款新台幣1億元，而且凡符合規定者，觀光局補助利息1.5%，為期3年；另品質提升補助要點，凡業者投資500萬元以上經費改善軟體點，提出計畫經觀光局評審通過者，最高可獲80萬元的軟體更新費用補助。

在觀光局政策誘因下，已有363家旅館投入旅館品質提升計畫，一家位於台北火車站對

面的商務旅店，原本是民國六十年代即創立的「老舊飯店」，該飯店姓經理表示，改造前飯店的每間房間都有嚴重的漏水問題，因此當得知觀光局正鼓勵業者加入「一般旅館品質提升實施計畫」時，就提出企劃案。「觀光局在輔導旅館業提升品質方面，不但有專業人士所組成的諮詢輔導小組，同時有實質的補助，讓我們在賦予老旅館新生命的部分，得到相當具體的協助，同時觀光局在招徠國際觀光客方面是有計畫在進行，讓國內旅館業者對於商機有很大的期待。」

這家商務型飯店所提出的完善而周嚴的品質提升計畫，獲得觀光局肯定，順利取得80萬元的補助金額。該飯店委託名設計師規劃，旅館內外觀以時尚為設計主軸，採素色及明亮設計，全部的純淨白色和精緻的櫥色，在老社區中呈現全新視覺感官體驗。每房均有27吋液晶電視，冷氣機、衛浴設施、沐浴用品等，同時免費提供MiniBar使用，同時至館提供免費無線及有線上網。此飯店改造後，深受到日本、香港、新加坡及國內差旅客的青睞及肯定。客房住房率將由五成提升九成平均住房率，平均房價將由NT\$880元提升至NT\$1500元。年營收由一千萬元將提升至二千萬元較裝修前成長約100%，為該飯店創造實質的經濟利益與投資報酬率。

經營慶城街一家商務旅館的劉姓業者也認為，交通部觀光局的「一般旅館品質提升實

施計畫，提供軟體硬體和資金全到位，讓業者可以毫無後顧之憂的放心改善，而且飯店改造完成之後，觀光局在許多行銷管道方面也幫業者做了很大的宣傳，可以說是規劃完善的一套計畫。該飯店斥資2億元承租已歇業的老舊飯店並整修，獲得兩千萬元的優惠貸款，經過大改造之後，目前的住房率幾乎都達到90%以上，且國際旅客佔了八成左右，對於飯店的設備與服務都是讚不絕口，他希望更多的老飯店也能夠把握這個難得的機會，大家一起動起來！

而高雄前金區一位林姓業者也表示，由於該飯店營業已將近二十年，考量到原有的硬體設備因時間久遠已顯老舊，因此需要更新以符合各人的需求，同時也為了提升飯店本身的競爭力，以接待國外旅客，所以提出企劃書參照此計畫，改善成本總共花費將近兩千萬，獲得觀光局軟體品質提升補助，在旅館業諮詢輔導小組成員的大力協助下，整個改造過程相當順利，不但客房設計走向精緻化，格局色彩規劃更加合宜，電視、地板、窗簾、電器設備...等等也全部更新，業者認為這樣的改善就是為了提升業績與競爭力，達到永續經營的效果。

軟硬體與時共進 服務品質物超所值

業者不約而同的表示，舊旅館改建，絕不是只要換換地毯、床單、壁紙就算了，他們的老舊飯店幾乎是建築物全面拆除，所有機

電、水電等設施全部重新來過，這樣一來是維護安全，另一方面也是採用新科技，達到環保、節約成本的效益，同時也配合時代的需求，提供當代旅客最需要的服務內容。

業者認為「一般旅館品質提升實施計畫」，提供優質都市型小旅館住宿空間，與觀光局積極推動觀光事業的發展政策互相呼應，因此他們都希望觀光局能持續推行，並輔導更多的旅館進行品質提升的工程。讓精緻與經濟兼備的旅館能永續經營發展，所有的旅客以最少的花費就能得到最多的溫馨。



獎勵觀光產業升級優惠貸款要點-小辭典

- 一、貸款對象：經觀光主管機關核定合法證照之觀光產業。
- 二、貸款範圍：購置（建）機器、設備、土地、營業場所，資本性修繕及辦理資訊化所需之資金。
- 三、貸款額度：觀光遊樂業，觀光旅館業及旅館業最高不超過新台幣1億元；旅行社業最高不超過新台幣6000萬元。
- 四、貸款期限：期限最長不得超過10年，含寬限期3年。
- 五、貸款利率：按中長期資金運用利率（目前約2.10%），加承辦銀行加碼機動計息，銀行加碼以不超過1.05%為限。
- 六、中貸程序：由借款人依承辦銀行授信規定提出申請，由該銀行依一般審核程序核貸之。
- 七、利息補貼條件：符合條件者直接向觀光局提出申請。
1.須正常還款及繳交貸款利息，逾期繳納本息逾二個月，得終止補貼利息。
2.貸款資金用途必須確實投資於更新設備、整（修）建、擴建、重建營業場所及資本性修繕等與提升旅遊及住宿品質有關之項目。
3.資金用途含購置土地及與提升品質無關之支出項目，不予列入利息補貼之計算範圍。
- 八、利息補貼利率及期限：按年利率補貼1.5%，為期3年。

詳細內容請至觀光局網站查詢(taiwanet.tw) 請點閱行政資訊網-觀光法規 查詢電話02-2349-1523

隨著全球經濟的持續發展及所得提高，全世界的觀光活動也日益頻繁，根據世界觀光組織(World Tourism Organization)的統計，2000年全球觀光旅行6億9800萬人次，至2006年達到8億4200萬人次，成長20.6%。以台灣為例，1999年12歲以上國人國內旅遊7265萬人次，出國旅遊655萬人次，至2005年國內旅遊9261萬人次，出國旅遊821萬人次，分別成長27.5%及25.3%。

觀光活動不僅是衡量國人生活品質的重要指標，同時經由觀光活動所帶動包括生產、就業、外匯收入等经济效益，使得觀光成為世界各國重要施政目標。交通部觀光局自2002年提出觀光客倍增計畫，2008年以外籍旅客來台觀光500萬人次，國人國內旅遊1億2000萬人次為目標，積極推動獎勵民間投資案，全面提升觀光硬體建設，更持續推廣各項軟體服務，如各縣市觀光旗艦計畫，整備現有旅遊線、開發新興旅遊線、架設旅遊服務網等。

品質台灣—旅館再造風起雲湧系列報導(二)

休閒旅館投入改造

開創驚人商機與效益



溫泉旅館 | 締造高顧客回流率

座落苗栗縣泰安溫泉區的溫泉旅館，不僅擁有得天獨厚的山林景緻，更承襲德國BADE溫泉保養的理念，每到假日總是吸引大批遊客前往。

鑒於民國93年，溫泉旅遊市場已趨飽和，呈現供過於求的狀態，業者決定參與觀光局旅館品質提升計畫，針對飯店軟體、硬體設施進行改善。其中一家徐姓業主表示，除了改建原先日式純泡湯設備，以德國溫泉保養理念，依照泡湯目的不同規劃出不同池區，如SPA養生區、KURHAUS池區...等，更提供溫泉蒸氣吸入器、遠紅外線浴池以及香精油浴；同時，前往日本接受溫泉醫學課程訓練，培訓專業入浴指導人員，協助消費者達到泡湯的最佳療效。另外，還包括加強溫泉知識管理，企業內部網站更新等，總投入成本高達1億元，其中獲得獎勵觀光產業升級優惠貸款5000萬元，減輕了許多負擔。

經由旅館改造後的效益，徐姓業主表示，不僅清楚區隔旅館客源，提升高顧客回流率，整體營業收入穩定成長外，在溫泉資源開發的經費上，一年可省下將近六百萬的開銷。



山野渡假村 | 有效提升正面形象

位於嘉義縣大埔鄉的山野渡假村，以原始天然的優美環境著稱，園內搭配自然風的小木屋及舒適的歐風別墅，讓旅客體驗獨有自然、純淨田園生活。

民國93年，業者為因應會議市場帶動高住房率的趨勢，投入3000萬元成本參與觀光局旅館品質提升計畫，其中取得獎勵觀光產業升級優惠貸款2500萬元。程經理表示，除了將原先只容納60人左右的會議廳，擴建為容納300人的寬敞空間外，另重建一棟具鄉村風味的歐式建築，將近20間的溫馨套房，為增加採光度，每戶增設景觀陽台以及乾濕分離的衛浴設備，並重建餐廳增加容量。另外，還包括員工的管理知識、實務技巧操作等訓練。程經理表示，飯店經由改造後，旅客滿意度提高很多，整體營業額相對增加，最重要的是，改變過去旅客對渡假村老舊的印象，全面提升渡假村高品質形象。

遊樂區飯店 | 住宿率逐年成長

位於杉林溪森林遊樂區的飯店，渾然天成的景緻與設備完善的住宿設施，成為男女老少最嚮往的度假勝地。

曾歷經921地震摧殘的飯店劉姓經理表示，從原本預估四億的重建費用，透過方案的專業評估，以二億多將近少一半的經費就達到改善的目標，在獲得獎勵觀光產業升級優惠貸款5000萬元下完成改善，住宿率逐年成長。在飯店主體部分，將原先180間客房，改建成136間舒適溫馨套房，並增設暖氣、全新消防設施、家具裝飾...等。同時，增建多間大型設備完善的會議室，符合各種商務會議的需求；還有，飯店週邊的小木屋、龍球樓，都陸續進行改建中。

經由改善後的效益，劉姓經理表示，不僅大大提升飯店品質，遊客反應相當良好外，由於會議室的擴建，每年都會吸引像教會、公家機關等團體前往，住宿率提高將近二成左右。

連鎖休閒旅館 | 再創企業新氣象

目前旗下擁有四家飯店，成為連鎖休閒旅館龍頭的業者，以物超所值的價格及實在的品質，提供國人一個悠閒度假旅遊的最佳去處。

業者當初為因應旅館精緻化趨勢，以及民宿法開放，造成旅遊市場競爭激烈的狀況下，於民國92年申請觀光局推動的獎勵觀光產業升級優惠貸款2000萬元，進行旗下旅館改善。業主施總經理表示，總投入改善成本約5000萬元。

分別於台東及墾丁兩地飯店，從SPA池、泳池、餐廳、大廳、客房到飯店外觀，全面進行整修裝潢；另外，加強內部員工訓練，以提升服務品質。

兩間飯店經過改善後的效應，施總經理表示，第一，顧客抱怨減少許多，住房率成長5%，總營業額至少有一成的進步。第二，提振員工工作士氣與效率，為飯店注入新氣象。第三，有效提升旅館服務品質，可接待國際旅遊人士。



獎勵旅館業品質提升補助要點-小辭典

- 一、補助對象：依法取得旅館業登記證者。
 - 二、補助條件：客房總數應達30間以上，投入改善總資金應達新臺幣500萬元以上。
 - 三、補助事項：以補助對象委託專業團隊辦理軟體硬體規劃之費用為限。
 - 四、補助金額：辦理補助事項費用之80%為限，最高新臺幣80萬元。
 - 五、申請時間：每年6月1日至6月30日及12月1日至12月31日。
 - 六、申請方式：補助對象應於計劃執行前直接向觀光局提出完整改善計畫書。
- 詳細內容請至觀光局網站查詢 (taiwan.net.tw 請點選行政資訊網-觀光法規)
查詢電話：02-2349-1522



隨著政府施行觀光客倍增計畫及週休二日政策後，越來越多人講究生活情調，對於休閒旅遊的品質也愈加重視。

趁著週休假期，安排一趟能夠欣賞美景、大啖美食，以及安全、舒適的優質住宿環境，成為旅程中缺一不可的要件。因此，交通部觀光局於民國93年，推出「一般旅館品質提升實施計畫」，從93年起至今台灣地區共363間旅館業者參與輔導，進行旅館設備及服務品質的改善，不僅創造各家旅館驚人效益，全面提升正面形象外，亦帶動國內休閒旅遊產業，讓國人享受兼具安全、舒適的度假樂趣。



跟上時代的腳步

傳統家族式旅館變身萬人迷

完全改造，訂做現代化品味

民國66年，與大埔買下位於西門町的舊旅館重新裝修經營的蘇姓業者表示，「30多年前的客房裝潢，怎麼可能符合現代人的品味？時代不斷在變，一定要徹底改變，才能創造新氣象。」

該飯店接受觀光局旅館業務輔導小組實地輔導，決心改變的蘇姓業者投入近三千萬元的資金完全改造飯店。「我最堅持安全原則，像以鋼板加強建築結構這樣的細節，絕對不能省略。原本租給別人的一樓收回來建成Lobby，營造整體感；同時擴充客房空間，給予客人更舒適的住宿環境。」蘇姓業者指出，飯店未整修前，住客多為本地人，如今客源擴至香港、新加坡等地，大大提升了住宿率。

另位於台中市北屯區一家80年開幕至今的飯店，也有底消費潮流，於去年4月份取得觀光產業升級優惠貸款2000萬元，整修客房，以滿足消費者多元化需求。一棟位於花蓮市原作為其他公司員工宿舍的建築物，林姓業主也應觀光需求，將建築物改成旅館，並於去年5月份取得觀光產業升級優惠貸款1500萬元後，將原有2房1廳公寓式隔間，改為20間客房，目標年增加營業額550萬元。

開發休閒資源，住旅館也能觀光

現與兒子一同經營座落於阿里山公路旁觀景飯店的鄭姓業者表示，「消費者對於旅館的要求越來越高，旅館的品質當然要越來越好。我們早在民國84年至民國87年間就開始革新，力求提升到一般觀光旅館的水準。」

鄭姓業者共計投入七、八千萬資金，從事改善客房、整修餐廳等改造計畫，除獲得觀光產業升級優惠貸款2,500萬元之外，鄭姓業者亦與觀光局阿里山國家風景區管理處合作，開闢全長800公尺的貓頭生態步道與觀景平台。現在，飯店的客源已從團體戶擴增至團體大戶，其中不乏日本、大陸、美國等國際觀光客，住房率穩定提高三成。

主題式情境，滿足遊客愛嘗新

在公於澎湖開區所創立的飯店中擔任特助的王姓業者指出，「以前只要裝潢氣派，大家就會想來住；現在時代不一樣了，比較很多，想卡在休閒飯店的位置，就必須具備別人沒有的特色。」

該飯店獲得觀光局補助設計規劃費用，目前已花費近七百萬元資金進行內部整修。「飯店外觀設計取材於當年歐美流行的裝飾藝術風格，以現代休閒的角度來看顯得較沉重，在預算不足以重建的情況下，我們以海洋生物的特性命名，裝潢飯店設施與客房、窗簾和床單的圖案設計也融合飯店Logo與海洋氛圍，突顯海島飯店的個性。」

觀光局陸續下猛藥，打造優質住宿環境

鑑於大部分的一般旅館規模較小，同時考量消費者多元化需求，觀光局鼓勵業者往特色及平價旅館的理念來進行更新規劃，以符合市場區隔及加強競爭力。為此，觀光局將修正「獎勵旅館品質提升補助要點」，將客房總數由最低30間下修至不予設限，設計費補助額度由上限新台幣80萬提高至100萬元，並將申請期間調整為每季受理，同時配合行政院2015年經濟發展願景第一階段三年計劃計畫(2007-2009年)，也將修正「獎勵觀光產業升級優惠貸款要點」，延長申請期限。

此外，觀光局配合經濟部中小企業處協助旅館業者發展E化及電子商務服務，建立客房聯合資源流通系統，提供即時訂房服務，更協助業者加入國外訂房連鎖體系，從事國際行銷推廣，提高能见度。

考慮到都會土地取得不易及部份老舊旅館業者保守經營，無意投入資金從事旅館整修工作，觀光局亦正著手建立旅館所有人員專業經營管理團隊投資者的整合機制，由有意願之投資者投入資金改善旅館，同時保障原旅館所有人獲得固定之租金收入，創造雙贏機會。



▲裝修前



▲裝修後



▲裝修前



▲裝修後



▲裝修後



▲裝修前

根據交通部觀光局統計，2005年來台旅客約有337.8萬人，其中又以觀光最為大宗，約有138.2萬人，比例高達40.9%，可見發展觀光產業的商機無限。不少傳統家族式旅館業者覺察到這股新旅遊時代的市場趨勢，紛紛在觀光局相關計畫協助下變身，打造老字號的新名聲，迎向廣大商機。



為

了推動台灣旅館產業向上提
升，交通部觀光局提出補助
計畫，讓全台灣不少經營多年的指標
性飯店，進行翻修改造，從台北市一
路往南，加上東部花蓮地區，在觀光
局的輔導協助下，呈現美麗新風貌，
也受到更多注目。

碧瑤大飯店

說到台北市碧瑤大飯店，連來自
香港的遊客，也知道它的名聲，不少
觀光客看中二、三十年老字號飯店累
積出來的口碑和品質，選這裡當客腳
處。老飯店更新求變，好幾個月的翻
新工程，把每層大約一百五十坪的空
間，維持一樣的隔間，但硬體裝潢
設備，幾乎全改換面，業者使
用空氣清淨淨化系統，把
新鮮的空氣抽風直送
每間客房。而每
個房間都有

風華再現
老店新開



經三十多年歷史，業者砸下千萬，
重新裝潢大翻修，現在再也看不到門
面老舊、水管變壞的問題。自從旅館
翻修後，住房率也大大提升到八成。
櫃台的優質服務，連從美國回來的房
客，都說服務滿意度百分百。走進飯
店迎賓大廳，從裡到外煥然一新，米
色大理石牆面，配上晶瑩剔透的水晶
吊燈，美輪美奐。走進十坪大的套
房，明亮空間，還有亮麗燈飾和牆上
壁畫裝點其中，顯得搶眼；房間內浴
室走歐式宮廷風格，大理石牆面，乾
濕分離設備，奢華又時尚。旅館坐落

型、到內部裝潢，徹頭徹尾翻新，捨
棄傳統老式飯店風味，打造成北歐風
格的新建築，聚集了時尚精華的空
間，連紐約客來台玩樂初體驗，都對
這家超新超乾淨的旅館念念不忘。老
旅館大變身，坪數從最基本的六坪
延伸到十五坪，每個房間除了可以上
網，還加裝O.D.S.，提升住宿享
受。公共區域方面，也比以前多了免
費上網區和健身房，對一個以商務客
為主訴求的旅館來說，這樣的高規格
設計讓業者極面顧客更滿意。



碧瑤大飯店



巧思，平價的六、七坪精緻客房，有
古典歐風、時尚現代的選擇；豪華一
點的，還有KTV套房，多了吧台、超
大按摩浴缸等配備，徹底體現賓至如
歸的精神。加上附近就是台北東區、
辦公商團的心臟地帶，業者還增加會
議室空間，搶佔商務客住宿市場。

觀華商務旅館

位在台北市中山區的觀華商務
旅館，前身其實是一間已經經營
二、三十年的知名老飯店，新業者接
手後，力求轉型改變，花了將近一億
元，用半年多時間，從整棟樓的外



於鬧中取靜的台北車站附近，步行到
南園和西門町只要八分鐘，旅館與旅
行社合作，吸引了不少國外港澳人士
來住宿。

觀華大觀商旅

往台北縣走，新莊第一家老旅社，
以前只有一、二十間的格局，參差不
齊，年久失修，甚至還曾出現漏水問
題。為了贏得旅客芳心，觀華大觀商
旅接手後大改造，隔間重新規劃，管
線、公設等環境設備和行銷定位也徹
頭徹尾重新打造一遍。「清透淨白」
就是這裡的風格主軸，不論是較小坪
數的雅緻客房，還是十坪大的套房，



台中縣明高溫泉會館



台北市台北馥華商旅



彰化縣展亞商務旅館

四、專業認證補助（一）

► 依據

交通部觀光局獎勵觀光產業取得專業認證補助要點。

► 補助對象

領有旅館業登記證之旅館業者

► 補助條件：

1. 取得管理系統驗證(ISO認證)、危害分析重要管制點(HACCP認證)、旅館業環保標章、綠建築標章、溫泉標章、防火標章。
2. 其他經本局審查認可之國內、外相關專業認證。

四、專業認證補助（二）

➤ 補助項目及補助比例

1. 專業認證相關規費全額補助。
2. 顧問費、硬體設施費或檢驗費依實際金額之50%為補助上限。
3. 每一專業認證之補助金額，依前2項合計，每年不得超過新臺幣500萬元。
4. 97年12月31日前取得專業認證且仍於有效期內者，得就補助項目當年度產生經費給予補助。

➤ 申請期限：101年9月30日

肆、消費者保護事項



一、旅館業商品(服務)禮券定型化契約 應記載及不得記載事項



一、旅館業商品(服務)禮券定型 化契約應記載及不得記載事項

➤ 旅館業商品(服務)禮券之應記載事項

1. 發行人名稱、地址、統一編號及負責人姓名
2. 商品(服務)禮券之面額或使用之項目、次數
3. 商品(服務)禮券發售編號
4. 使用方式



一、旅館業商品(服務)禮券定型 化契約應記載及不得記載事項

➤ 旅館業商品(服務)禮券之不得記載事項

1. 不得記載使用期限。
2. 不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。
3. 不得記載免除交付商品或提供服務義務，或另行加收其他費用。
4. 不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制。
5. 不得記載發行人得片面解約之條款。
6. 不得記載預先免除發行人故意及重大過失責任。
7. 不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或欺罔之事項。
8. 不得記載廣告僅供參考。

二、發行人之履約保證責任

1. 必須由金融機構提供足額之履約保證，保證期間及內容應載於禮券正面明顯處。
2. 由同業同級之公司（市占率至少5%以上）等相互連帶擔保，持本禮券可依面額向上列公司購買等值之商品（服務）。上列公司不得為任何異議或差別待遇，亦不得要求任何費用或補償。
3. 商品(服務)禮券已加入由○○商業同業公會辦理之○○同業禮券聯合連帶保證協定，持本禮券可依面額向加入本協定之公司購買等值之商品(服務)禮券。
4. 其他經交通部許可，並經行政院消費者保護委員會同意之履約保證方式。



簡報完畢

敬請指教

