

中華民國 114 年 10 月 30 日

第 11 屆第 4 會期交通委員會第 4 次全體委員會議

**「900萬國際旅客達標情形及旅宿業
歇業缺工情形振興改善措施」與「配
合賴清德總統所提『國家希望工程』
與『觀光立國2030年觀光兆元產業』
等目標如何務實達成」專題報告**

交通部觀光署

目 錄

壹、前言	1
貳、900 萬國際旅客達標情形及旅宿業歇業缺工情形 振興改善措施	1
參、配合賴清德總統所提「國家希望工程」與「觀 光立國 2030 年觀光兆元產業」等目標如何務實 達成	8
肆、結語	11

壹、前言

主席、各位委員、各位女士、各位先生：

今天應邀列席貴委員會，針對「900 萬國際旅客達標情形及旅宿業歇業缺工情形振興改善措施」，以及「觀光立國 2030 年觀光兆元產業」等 2 大議題進行專題報告，以下謹就重點說明，敬請各位委員指教。

貳、900 萬國際旅客達標情形及旅宿業歇業缺工情形振興改善措施

一、國際旅客達標情形

(一) 來台旅客現況

1. 來台旅客市場穩健成長，依內政部移民署初估今（114）年 1 至 9 月止，來台旅客超過 605 萬人次，較去（113）年同期成長 9%；另已公布 114 年 1 至 7 月實際來台旅客突破 478 萬人次，較去年同期成長逾 9%，其中，日本成長 12%、中國大陸成長 62%、美加成長 10%及菲律賓成長 35%，表現亮眼。
2. 日本來台人次成長 12%，較去年提早一個月突破百萬人次

日本來台市場持續穩定成長，除因各大航空公司在 114 年上半年陸續恢復航線航班，航空運能提升日本民眾出國成長，觀光署 114 年在日本

市場宣傳推廣亦顯見成效，除透過代言人及舉辦多場觀光推廣活動，並與旅行社合作促銷活動，於重要交通樞紐人潮匯集地刊登台灣觀光廣告、SNS 整合行銷運用等各式管道宣傳，有效提升台灣觀光在日本曝光度，促進今年度日本來台旅客人次有 12% 的成長。

3. 東南亞市場免簽延長、拓點助攻，菲律賓來台將創新高

菲律賓因地理位置鄰近台灣、航程短、航班數多，及試辦免簽政策延續，加以觀光署 113 年在菲律賓馬尼拉設立服務分處（TTIC）深耕市場積極行銷，菲律賓來台人次成長動能強勁，預估 10 月可超越去年（46.7 萬人次）、11 月將超越疫前（108 年 50.9 萬人次），再創新高。

4. 新興市場拓點、推廣齊下，來台旅客成長有感

印度及澳紐市場受惠於觀光署設立駐孟買及雪梨臺灣觀光服務分處，有效提升行銷力道及旅遊資訊服務量能，打開臺灣觀光知名度與在地能見度。今年於 2 月迎來印度市場最大獎勵旅遊團（800 人），該二市場成長幅度均超過 2 位數，超越疫前同期規模。

(二) 年底衝刺作為

1. 東北亞市場

- (1) 日本市場透過大型募客活動，包括將於 12 月 7 日至 8 日辦理「千人放天燈」活動，預計募客逾 1,000 名旅客來台，另與日本旅行業協會轄下各送客台灣旅行社合作「日本國際旅展 TEJ 台灣販售促銷計畫」，獎勵業者自山形縣庄內機場、靜岡富山機場包機送客來台，並與國籍航空合作進行 Black Friday 促銷活動及社群媒體行銷宣傳。
- (2) 韓國市場透過參加駐地「KOREA MICE EXPO 2025」旅展、與韓國主要 OTA（線上旅行社）、各型組團社、航空公司及 NAVER 旅遊平台的合作，結合 OTA 及旅遊平台的高流量與搜尋曝光優勢，推出優惠、限時折扣等方式增加誘因，並於韓國節慶首爾燈節，宣傳 2026 台灣燈會在嘉義，擴大市場曝光與台灣觀光，以有效帶動旅客來台。

2. 東南亞市場

- (1) 東南亞市場於第 4 季已規劃續與航空公司、知名 OTA 或組團社、國際旅遊搜索引擎合作，積極宣傳及送客來台。
- (2) 越南市場另與當地最大遊程生成平台 laka.AI 合作設置台灣專區、開發台灣 AI 旅遊專家，透過釋出台灣旅遊商品折扣碼吸引越南旅客來台；

並於電競英雄聯盟（LoL）太平洋職業聯賽（LCP）賽季總決賽會場(越南峴港)投放台灣觀光宣傳廣告，積極爭取多元客群來台旅遊。

3. 歐美高端市場：鼓勵一程多站

- (1) 持續與經濟部國際貿易署合作推動「順道觀光」補助方案，鼓勵外國商務客來台參加會展（MICE）之際，延長停留時間順訪旅遊，活絡在地觀光和消費。114 年提供每人每次最高新臺幣 2,000 元、每案最高 60 萬元之補助。
- (2) 結合亞洲主要旅遊目的地主打「一程多站」行程，並針對過境或轉機旅客，提供免費遊程。同時，與航空公司合作推廣促銷，包含與國籍及外籍航空公司合作廣告促銷以及推廣活動，共邀旅遊業者來台考察，增進主題旅遊產品包裝及銷售。
- (3) 與歐美知名且具會員流量之線上旅行社合辦促銷活動、數位廣告，共同推動送客。
- (4) 善用戶外廣告，包含於拉斯維加斯雙層觀光巴士廣告、紐約時報廣場 Times square 戶外 3D 廣告、紐約雙層巴士廣告等，全面提升台灣觀光的聲量與知名度。

4. 分眾行銷擴大市場

(1) 修學旅行

114年1至7月日本來台修學旅行為4,314人次，較113年同期2,742人次成長約57%。另截至114年10月份，已收到學校申請表件，年底預計接待之教育旅行團達80團、超過1萬人，其中30團為200人以上之大型團體。

觀光署積極有計畫地推動教育旅行及台灣觀光優質形象，藉以深化台日學生的文化理解，促使更多日本學校選擇台灣作為海外教育旅行目的地，培養未來重遊台灣的「種子旅客」。

(2) 北客南引（高鐵買一送一）

觀光署針對外籍旅客推出高鐵兩人同行一人免費之優惠，旅客於線上指定通路購買目的地為台中以南的高鐵站（包含台中、彰化、雲林、嘉義、台南、左營）之高鐵單程乘車券，可享有一次同區間第二人車票免費之優惠，自114年1月至114年9月共吸引16萬1,550國際旅客使用本優惠活動，有效提升國際旅客前往中南部之意願。

(三) 台灣國際觀光發展受外在因素影響甚大，如美國關稅、匯率波動及天災等，產業也面臨勞動力重建、產品轉型、數位應用與永續發展等多元挑戰。

觀光署於國際推展台灣觀光時，也將關注各項影響因子的變化，適時調整行銷推廣策略與作為，穩健提昇來台旅客人次。

二、旅宿業歇業缺工情形振興改善措施

(一) 旅宿業缺工現況

近年來受到少子化、高齡化及疫情衝擊影響，旅宿業的部分基層人力流失，導致接待量能不足，經觀光署 112 年度委託調查結果，旅宿業房務清潔人員已有 6,600 人力缺口尚待補足，114 年度勞動力供需情形刻正調查。

(二) 優先以本國勞工補足人力缺口

觀光署「補助旅宿業穩定接待國際旅客服務量能」：自 112 年 4 月起至 113 年 9 月期間實施，旅宿業者新聘房務及清潔人員符合薪資條件連續滿 6 個月者，始得申請每月 5,000 元之補助，合計旅宿業者新增聘僱房務及清潔人員共計 2,811 人。

(三) 爭取僑外生畢業後留台

1. 簡化僑外生評點制申請程序：觀光署建議勞動部將僑外生評點制申請書表中「房務專技工作」修改為「勾選制」，簡化並便利業者留用僑外生。經勞動部參採並於自 112 年 2 月完成修改作業上線後，截至 114 年 10 月勞動部勞動力發展署核可人數計 1,153 人。

2. 開放畢業僑外生從事旅宿服務工作：勞動部依交通部建議於 113 年 8 月起，開放取得副學士學位之僑外生從事旅宿業房務、清潔、餐飲、櫃台等服務工作。另觀光署亦辦理「在台僑外生從事旅宿服務工作訓練課程」80 小時課程，以利非觀光科系之僑外生畢業後可以直接投入旅宿業服務工作。另勞動部已於 114 年 7 月公告開放企業自訓，訓練時間及地點更加彈性，增加僑外生意願。

(四) 放寬實習生相關規定

1. 配合經濟部「企業及法人申請外國籍學生來中華民國實習要點」，協助審查觀光旅館業及旅館業申請外國籍學生來台實習申請，其申請在我國實習期間為半年，期滿可再展延半年。
2. 為鼓勵更多外籍生來我國旅館業實習，觀光署於 113 年 10 月公告實施「觀光旅館業及旅館業申請外國籍學生來中華民國實習要點」，放寬實習期間為學制之 1/2，並於 114 年 7 月更進一步放寬科系資格，吸引更多元的外籍生來我國實習，以利旅館業者後續攬才，目前共計申請 1,822 人、核准 1,360 名。

(五) 配合勞動部研議開放外國技術人力

114 年 5 月行政院卓院長聽取勞動部「產業缺工與勞動力因應對策」報告，該部提案將在企業薪資提升的前提下，有條件開放服務業外國技術

人力。觀光署已提交擴大開放外國技術人力評估報告與提案表予勞動力發展署，後續將配合勞動部政策辦理。

參、配合賴清德總統所提「國家希望工程」與「觀光立國 2030 年觀光兆元產業」等目標如何務實達成

一、逐步落實 2030 年觀光兆元產業

遵照賴總統「國家希望工程」國政願景，並呼應國際觀光發展趨勢，觀光署以「永續韌性×數位創新」為發展主軸，積極推動觀光產業數位化、觀光資源整合平臺化及觀光主流化，期以「質量並進」，擴大吸引國際旅客來臺，提高來臺旅客日均消費，並強化國旅市場留宿與消費，以及提升觀光產業取得永續認證數量，逐步實現 2030 年觀光產值達兆元之目標。四大策略如下：

(一) 觀光品牌 全球引客

為提升政策執行力與國際行銷效能，以及強化觀光市場研究調查、產業人才培育，將籌設「財團法人臺灣觀光研訓院」，做為臺灣觀光研訓智庫及國際合作平臺；推動臺灣觀光品牌 3.0、國際交流及主題產品等引客行銷計畫，包含旅展或推廣會、線下廣告、線上行銷、社群媒體網紅及引客獎助方案等，擴大行銷宣傳；持續強化各部會合作，拓展高端旅遊、郵輪觀光、會展獎旅（MICE）及數位游

牧等具潛力的旅遊市場，如與經濟部合作推動順道觀光、與運動部合作辦理大型體育賽事之國際行銷及協助辦理國際級演唱會之城市觀光行銷等，以強化臺灣國際觀光品牌形象與價值，擴大國際旅客來臺並提高消費金額。

(二) 環島亮點 捲動國旅

為活絡國旅市場，中央與地方攜手合作，挖掘整合各地特色觀光資源，推動「臺灣觀光 100 亮點」之全國行銷計畫，以每月主打縣市景點推薦，推出主題活動、亮點遊程及旅遊優惠；優化「臺灣觀光雙年曆」大型活動，如臺灣燈會結合 AI 科技與永續理念、臺灣仲夏節結合北回歸線、臺灣自行車旅遊節結合國際賽事、臺灣好湯結合在地美食等，搭配台灣好行、台灣觀巴及 Taiwan PASS 等便捷旅運優惠，以活動帶動人流，捲動國旅熱潮，引導旅客至北部以外地區旅遊，增加國人出遊頻次及留宿消費；此外，輔導觀光產業永續、數位化，以提升服務品質與量能。

(三) 跨域整合 多元旅遊

為落實「均衡臺灣」理念，促進區域繁榮發展，觀光署結合在地特色與資源，推出「北回之巔旗艦計畫—微笑南灣 in 臺灣」，與內政部玉山、墾丁國家公園合作，打造 68 處北回歸線及南臺灣半島周邊觀光景點，以及「永續觀光景區亮點旗艦計畫

2.0」，推動 12 處永續觀光亮點建設，展現臺灣多元魅力。同時，透過跨部會合作，推廣綠色、文化、客庄、原鄉、農遊、通用化、鳳金旅遊等多元主題旅遊，並以「區域觀光圈」做為整合平臺，盤整在地食、宿、遊、購、行等產業資源，打造具國際吸引力的特色旅遊產品；亦持續完備國家風景區軟硬體建設，並取得綠色旅遊目的地認證，積極接軌國際永續觀光趨勢。

(四) 智慧景區 價值升級

為打造「國家智慧景區」，觀光署結合科技與創新，建置「智慧景區綜合管理平臺」，運用數位技術掌握景區運作狀況，提升營運效率，減少人力成本，強化安全保障；同時建置「數據銀行」與「影音銀行」，整合署內觀光資訊網與多媒體資料庫，擴充數據與影音資源，並透過 API 服務提供外界應用，提升旅遊體驗與景區行銷效能；此外，透過「I-center」旅遊服務體系升級，導入智慧化服務模式，從智慧管理、智慧服務到智慧行銷，全面強化旅客服務品質。

二、推動「質量並進」臺灣觀光發展

2025 年臺灣榮獲 9 項「綠色目的地全球百大故事獎」，並於《世界幸福報告》排名領先亞洲多個國家，臺灣美食、美景、治安好、風俗民情及人民友善等多項優勢，可吸引對文化、生活品質有更高

追求的高價值旅客，並維護在地居民的幸福感及生活品質，以及帶來實質的經濟效益。

臺灣觀光不以人次（量）為唯一指標，而是「質量並進」，以「質」為核心，以「量」為助力，追求高品質的永續觀光發展。觀光署已納入兼顧人次與消費力的「整體觀光收入」，以及「取得永續環保認證之觀光產業家數」為指標，展現落實永續觀光的決心。

肆、結語

觀光署將持續掌握各客源市場社經環境條件、目前旅遊市場恢復力度、送客量能及未來成長潛力等資訊，滾動檢討及調整各項行銷廣宣措施，全力吸引國際旅客來台；透過每2年辦理一次的旅宿業人力調查，持續掌握旅宿業勞動力供需情形，透過各項措施紓緩旅宿業缺工情形，並就旅宿業缺工議題與相關部會溝通；持續整合中央與地方觀光資源，優化並共同行銷具在地特色的觀光景點與活動，提高國旅留宿與消費；期以「質」為核心，以「量」為助力，達成「質量並進」的永續觀光發展。以上報告敬請各位委員支持指教。謝謝！