

交通部觀光署及所屬、交通作業基金之觀光發展基金 114 年度預算評估報告

一二、「數位體驗加值計畫」預算執行率偏低，允宜積極辦理，以使我國觀光旅遊資訊取得更為便捷，促進旅客來臺旅遊意願

觀光發展基金 114 年度「業務費用」項下編列 1 億 649 萬元辦理「數位體驗加值計畫」，包括：景區數位環境建置規劃及推動 3,100 萬元、觀光科技應用規劃及推動 2,549 萬元、旅遊服務整合規劃及推動 2,500 萬元，以及資訊服務行動畫建置及推廣 2,500 萬元等，另於「一般建築及設備計畫」編列 500 萬元購置相關機器及設備，合共 1 億 1,149 萬元，辦理輔導產業介接及健全數位旅遊整合服務平台等推展觀光智慧旅遊之相關事項。經查：

(一)「數位體驗加值計畫」概要

為因應全球旅遊服務日益提升網路及數位科技應用服務，提供旅客多樣化即時旅遊資訊與智慧體驗之發展趨勢，T2025 方案推動「數位體驗加值計畫」，總經費 4 億 9,949 萬元，期程 110 至 114 年，截止 113 年底已編列 3 億 8,800 萬元，並於 114 年度編列最後一期預算 1 億 1,149 萬元。謹就該計畫主要工作項目說明如下：

1. 健全數位旅遊整合服務平台：整合觀光相關食宿遊購資訊，建立多元通路上架機制，輔導產業介接及健全數位旅遊整合服務平台。
2. 旅遊資訊服務行動化：打造 Taiwan Pass 數位旅遊服務整合平台，提供國內外遊客在台旅遊一站式服務，便利國內外旅客在臺灣旅遊時程規劃及觀光體驗服務。
3. 結合主題旅遊年全景影像拍攝：結合主題旅遊年拍攝 360 全景影像，並於國內外行銷推廣使用，提升臺灣觀光宣傳效益。

4. 推動地質景觀知性觀光：建構全臺地質之旅完整網絡，已完成北部及東部共 25 支影片，將持續推動具有特色之地質景點。

(二) 國內外旅客取得旅遊資訊主要為「網際網路與社群媒體」

據觀光署 112 年來臺旅客消費及動向調查，112 年度來臺旅客決定來臺觀光之資訊來源前 3 名分別為「網際網路(含社群網路服務)」、「親朋好友口碑宣傳」、「旅行社宣傳行程摺頁」，另來臺經驗滿意度評比部分，有關「旅遊資訊取得方便」滿意度排名第 7(詳表 1)；另國人國內旅遊部分，據觀光署 112 年臺灣旅遊狀況調查，國人國內旅遊資訊來源前 3 名分別為「網際網路與社群媒體」、「親友、同事、同學」，及「電子媒體(電視廣播)」(詳表 2)，故網際網路已為國內外旅客蒐集旅遊資訊之最重要管道並影響旅遊決策之判斷。

表 1 112 年來臺旅客消費及動向調查概況表

調 查 項 目					
112 年觀光目的受訪旅客受臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導影響決定來臺觀光程度			112 年受訪旅客對此次來臺經驗的整體滿意度程度		
名次	資訊來源	平均數	名次	項目	平均數
1	網際網路 (含社群網路服務)	4.44	1	臺灣民眾態度友善	4.61
2	親朋好友口碑宣傳	4.34	2~6	境內交通便利、社會治安良好、遊憩環境安全、通訊網路便利、住宿設施安全	4.48-4.54
3	旅行社宣傳行程摺頁	3.84	7	旅遊資訊取得方便	4.41

說明：Likert 五點尺度：1=非常不滿意，2=不滿意，3=普通，4=滿意，5=非常滿意。

資料來源：觀光署來臺旅客消費及動向調查；本中心整理。

表 2 112 年臺灣旅遊狀況調查概況表

單位：%

調查項目：國人旅遊資訊來源			
旅遊資訊來源	112 年	111 年	108 年
網際網路與社群媒體	56.5	57.4	48.9
親友、同事、同學	44.5	43.6	48.1
電子媒體(電視廣播)	7.2	8.2	8.7

資料來源：觀光署臺灣旅遊狀況調查；本中心整理。

(三) 「數位體驗加值計畫」預算執行率偏低，允宜積極辦理

截至 113 年 7 月底止，「數位體驗加值計畫」累計執行數 4,584 萬 2 千元，占累計分配數 2 億 8,525 萬 5 千元 16.07%(詳表 3)，據觀光署說明，主要係因應 Covid-19 疫情將部分經費移撥「觀光業及運輸業因應武漢肺炎相關紓困及改善方案」使用；為擷節預算並因應國際行銷需求，將原規劃自行籌建系統平臺或體驗設施改為合作辦理，另因與國際平台總部溝通需耗費較長時間致延遲執行；基金財務狀況不佳，且疫情影響民眾體驗方式，例如 VR 需戴頭盔較不適宜等，遂改以無接觸式方式推動，致部分經費未執行；另為有效推動智慧景區治理及輔導觀光產業數位轉型，擬先就整體景區及數位轉型進行整體發展藍圖規劃再委外導入相關科技應用，亦致相關經費延遲執行。

表 3 T2025 方案「數位體驗加值計畫」預算執行概況表

單位：新臺幣千元

編號	辦理項目	計畫 總經費	截至 113 年 7 月底			114 年 度預算 案數
			累計 分配數	累計 執行數	累計預算 執行率	
1	健全數位旅遊整合服務平台	269,490	152,255	21,300	13.99%	59,490
2	旅遊資訊服務行動化	121,000	62,000	2,428	3.92%	30,000
3	結合主題旅遊年全景影像拍攝	36,000	27,000	16,441	60.89%	5,000
4	推動地質景觀知性觀光	73,000	44,000	5,673	12.89%	17,000
合計		499,490	285,255	45,842	16.07%	111,490

資料來源：觀光署；本中心整理。

綜上，為因應全球旅遊服務日益提升網路及數位科技應用服務之趨勢，觀光署推動「數位體驗加值計畫」並自 110 年起辦理，惟截至 113 年 7 月底累計預算執行率僅 16.07%，主要係受 Covid-19 疫情影響部分經費移撥相關紓困方案使用及原規劃之計畫執行方式發生異動等因素影響所致，鑒於網際網路已為國內外旅客蒐集旅遊資訊最重要管道並影響其旅遊決策，允宜積極辦理，以使國內外旅客取得我國觀光旅遊資訊更為便捷，促進來臺旅遊意願。