

# 關子嶺溫泉風景區吸引 陸客自由行方案初探

2013勞工領袖大學進階班  
報告人：楊麗金

## 一、研究背景

台灣之國際觀光行銷已行之有年，近期隨著陸客來台，台灣觀光產業競爭日漸白熱化，除各大景點爭相祭出優惠招攬生意之外，各地業者也與政府合作，嘗試提出吸引陸客來台之可能方案。

# 一、研究背景

## 交通部觀光局統計100年與101國人國內旅遊重要指標統計表

項目	101年	100年	101年與100年比較
國人國內旅遊比率	92.2%	95.4%	減少3.2個百分點
平均每人旅遊次數	6.87次	7.42次	減少0.55次
國人國內旅遊總旅次	142,069,000旅次	152,268,000旅次	負成長6.7%
每人每日旅遊平均費用	新臺幣1,293元 (美金43.66元)	新臺幣1,359元 (美金46.10元)	新臺幣：負成長4.9% (美金：負成長5.3%)
每人每次旅遊平均費用	新臺幣1,900元 (美金64.16元)	新臺幣2,038元 (美金69.14元)	新臺幣：負成長6.8% (美金：負成長7.2%)
國人國內旅遊總費用	新臺幣2,699億元 (美金91.14億元)	新臺幣3,103億元 (美金105.27億元)	新臺幣：負成長13.0% (美金：負成長13.4%)

# 一、研究背景

在此情況下，由於兩岸的開放，我國於2008年7月開放陸客來台後，五年內計有623萬名陸客來台旅遊，其中來自上海的旅客達26.8%，位居第一，次為北京的25.5%，廈門8%排名第三，來台旅客又以日籍旅客及陸籍旅客之花費金額最為可觀(交通部觀光局，2013)。2011年6月開放陸客自由行後，對觀光的助益將更為可觀。我國旅遊業若力求發展國際觀光大餅，陸客自由行商機必為兵家必爭之地。

臺南市關子嶺為台灣重要觀光景點，惟受限景點容納量限制，較無法吸收團進團出之陸客團，本研究嘗試了解現有狀況，並以增加陸客來關子嶺「自由行」消費為目標，嘗試提出可能方案。

## 二、研究目的

本研究將檢視目前陸客來台旅遊情況，並探討後續關子嶺溫泉區如何調整模式，把握陸客來台自由行之商機趨勢

## 三、研究問題

本研究之研究問題為：關子嶺溫泉風景區如何吸引陸客蒞臨之相關方案

## 四、資料分析

2013/8/28日再度開啟7個自由行試點城市，至今開放自由行的城市數已達26個，且截至今年大陸客赴台自由行已達27萬人次，商機驚人(工商時報，2013)。同時「陸客優質團」與「陸客自由行」可謂近期觀光局推動業務之首要目標，期待同時提升陸客來台灣旅遊的品質及觀光業界的收益，雙管齊下，更已於今年推出一年多簽措施(中央通訊社，2013)。

## 四、資料分析

交通部觀光局提出之來臺旅客消費及動向調查，發現達六成比例於來台前接觸過相關宣傳廣告或旅遊報導，主要管道及影響如下：

- 1.旅行社宣傳行程.摺頁，平均數**4.16**
- 2.網際網路，平均數**4.09**
- 3.口耳相傳(口碑宣傳)，平均數**4.01**
- 4.報章雜誌，平均數**3.94**
- 5.電視電台，平均數**3.87**
- 6.國際旅遊展覽，平均數**3.52**

★平均數越高代表影響愈明顯

## 四、資料分析

由下表可知，目前國外遊客仍以台灣北部景點為主：

101年受訪旅客主要遊覽景點排名(單位：人次/每百人次)

名次	遊覽景點	相對次數	名次	遊覽景點	相對次數
1	夜 市	77.76	6	野 柳	31.09
2	臺 北 1 0 1	61.71	7	國 父 紀 念 館	30.22
3	故 宮 博 物 院	52.90	8	阿 里 山	28.55
4	中 正 紀 念 堂	38.57	9	墾 丁 國 家 公 園	28.46
5	日 月 潭	37.12	10	西 子 灣	28.23

資料來源：中華民國101年來臺旅客消費及動向調查  
(交通部觀光局，2013)

## 四、資料分析

遊客以臺北市與新北市為主，五都中的臺南市與台中市雖有許多知名景點，卻仍有相當大推廣空間

101年受訪旅客遊覽景點所在縣市排名(單位：人次/每百人次)

名次	縣市	相對次數	名次	縣市	相對次數
1	臺北市	83.09	6	嘉義縣	28.56
2	新北市	58.42	7	花蓮縣	28.01
3	高雄市	39.95	8	台東縣	17.71
4	南投縣	38.60	9	桃園縣	8.88
5	屏東縣	29.04	10	臺南市	6.88

資料來源：中華民國101年來臺旅客消費及動向調查(交通部觀光局，2013)

## 四、資料分析

泡溫泉浴為第5高之外國遊客參與活動，關子嶺特殊之泥漿溫泉更是獨具特色，若能適當宣傳，必定能夠達到吸引陸客效果

101年受訪旅客在臺期間參加活動排名(單位：人次/每百人次)

名次	項目	相對次數	名次	項目	相對次數
1	購 物	86.70	6	參 觀 展 覽	13.70
2	逛 夜 市	77.76	7	按 摩 . 指 壓	11.31
3	參 觀 古 蹟	37.37	8	主 題 樂 園	8.51
4	遊 湖	35.26	9	夜 總 會 . PUB 活 動	5.12
5	泡 溫 泉 浴	15.58	10	參 觀 藝 文 表 演 活 動	3.33

資料來源：中華民國101年來臺旅客消費及動向調查  
(交通部觀光局，2013)

## 伍、結論

關子嶺吸引陸客來台自由行之可能方案：

- 一、結合鄰近景點，創造訪林—古蹟—泡湯遊憩圈
- 二、網路宣傳需貼近陸客使用語言/管道
- 三、結合旅行社業者，增加關子嶺曝光度

報告完畢

感謝聆聽