



提升我國觀光競爭力從細節做起

◎葉華容／中華經濟研究院第二（國際經濟）研究所 分析師

世界經濟論壇公布2017年觀光競爭力指標（TTCI）的結果顯示，在136個經濟體當中，我國整體觀光競爭力排名第30位，較上一次（2015年）排名上升2位，但未能與鄰近的日本、越南、韓國一併擠入進步最快的名單之列。近年來臺旅客人數大幅躍升，然而細究觀光品質內涵，卻未同步跟上量的成長，對比TTCI的強弱面向，若能針對細節項目固強補弱，可以達到觀光環境升級、旅遊經驗美好化的目標。中長期而言，將有助於提升我國的整體觀光競爭力。

關鍵詞：觀光、觀光競爭力、觀光產業

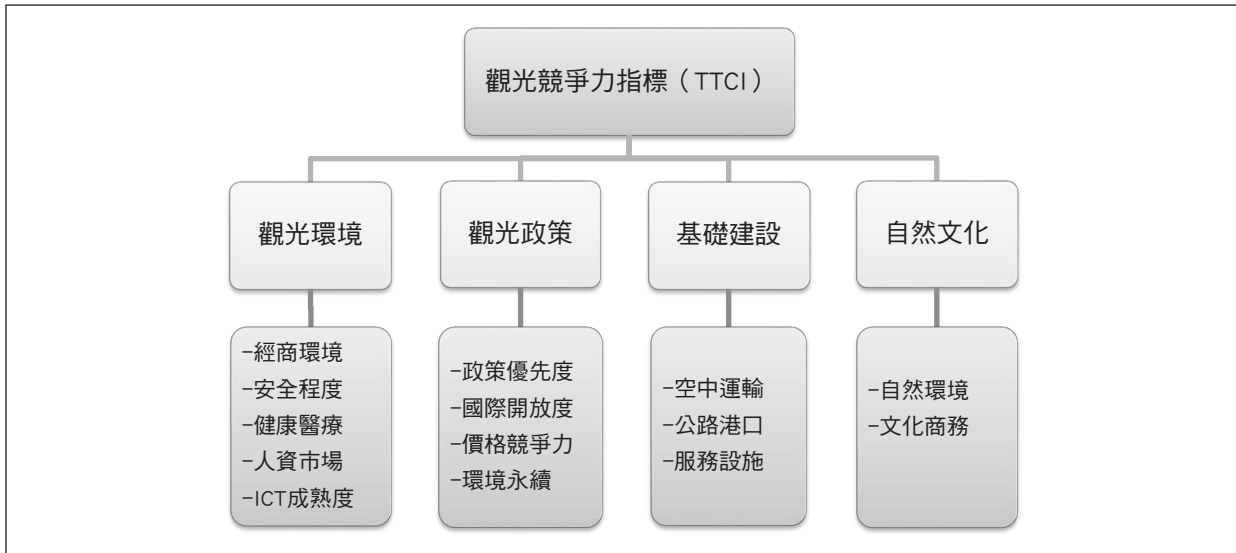
Keywords: travel, travel & tourism competitiveness, travel & tourism industry

全球觀光產業競爭力分析

世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）固定兩年一次進行觀光競爭力指標（Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI）調查研究。根據2017年公布的報告，此次共有136個經濟體納入調查，研究標的為各國觀光部門相關指標，由指標強弱判斷各經濟體在觀光方面的發展潛力與競爭力。TTCI指標分為四大類，分別是觀光環境、觀光政策、基礎建設及自然人文條件，

再區分為14項主要指標，以下又細分90項次要指標，範圍可謂包羅萬象。（見圖1）

TTCI報告的分析內容，以WEF定期調查的結果為基礎，並參考聯合國世界觀光組織（World Tourism Organization, UNWTO）及世界觀光旅遊委員會（World Travel & Tourism Council, WTTC），依觀光衛星帳（Tourism Satellite Accounts, TSA）系統所估算的數據為輔助，另邀集全球觀光產業的意見領袖、國際組織及政府單位分別就觀光各個面向的



資料來源：世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF），《2017年觀光競爭力報告》，2017年4月。

圖1 WEF觀光競爭力指標組成架構

重大議題提出看法，並綜合其效益，藉此更完整的呈現全球觀光產業發展樣貌。WEF在《2017年觀光競爭力報告》的結論中指出，全球觀光競爭力就整體來看呈現改善趨勢，特別是開發中經濟體，其中又以亞太地區最為明顯，研判主因是這一類經濟體在持續工業化過程中，順勢吸引較多國際旅客到訪。

2017年全球觀光產業競爭力指數提升幅度最大的前15名中，位於亞太區的經濟體有5個，包括日本（成長幅度排名第1）、越南（排名第4）、不丹（排名第7）、韓國（排名第9）、印度（排名第12），且15名中屬於開發中市場的經濟體有12個。對照世界觀光旅遊委員會（WTTC）的研究，預計2016至2026年期間，觀光收益成長幅度最高的10個地區，全部集中於開發中市場，以印度為首，

其他位於亞太地區的經濟體包括汶萊、泰國、中國大陸、緬甸及越南等5國，與TTCI調查結果觀光競爭力指數進步最多的兩個特性（屬於開發中市場、位於亞太地區）相符。

我國觀光產業競爭力

2017年調查報告中，我國觀光產業競爭力由2015年的32名（參與調查共141個經濟體），進步至30名（參與調查共136個經濟體），觀光競爭力指標分數從4.4進步到4.5。觀察我國觀光競爭力表現，呈現分數居中上水準、排名緩和提升的趨勢。（見表1）。

我國2017年觀光競爭力在14項主要指標上的表現，表現較佳的項目是公路港口建設（排名第16）、人資市場（排名第19），以及國際開放度（排名第23）。相對的，

表1 我國觀光競爭力變化趨勢

公布年度	2009	2011	2013	2015	2017
排名／參與排名的經濟體數量	43/140	37/140	33/140	32/141	30/136
總指標分數	4.4	4.6	4.7	4.4	4.5

資料來源：整理自世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）歷次公布的觀光競爭力指標（Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI）。

表現較弱的項目，則落在環境永續（排名第75名）、政策優先度（排名第56）、自然環境（排名第55），以及服務設施（排名第53）。由此可見，加強環境保護概念是提振我國觀光競爭力最須著力的項目。

進一步分析90項次要指標，表現最突出的為行動網路覆蓋率、公共衛生改善程度及瘧疾防治等三個項目（排名第1）；雙邊航空服務協定（排名第3）、顧客導向程度（排名第4）、市占率（排名第4）、自動提款機（排名第7）及地面運輸效率（排名第10）等，上述的優勢指標項目顯示臺灣在某些基礎建設方面具有優勢。表現相對較差的，則以細懸浮微粒（PM 2.5）濃度（排名第123名）、大型租車公司（排名第113）、雇用外勞的便利程度（排名第112）等項目最差，其他名次落在百名之後的項目包括政府對觀光支出（排名第110）、機場密度（排名第109）及受威脅物種（排名第107）等。（見圖2）

值得注意的是，雖然我國整體觀光競爭力排名逐次緩升，但部分細項指標卻相當於後段班的水準，特別是環境永續的大項目之下，僅森林覆蓋率改善程度排名第18，其餘



資料來源：同圖1。

圖2 2017年我國觀光競爭力主要指標排名

細指標排名介於第38至第123名之間，均低於整體名次，顯示相關領域有待於短期內加強，以扭轉外界評價。以環境永續項目結果分析，我國雖然花費相當資源在環境資源的保護與復育上，但是在實際進展以及對於國際旅客誘因上還不足以形成重要的因素，而此一部分指標的改善還有賴官民合作體制的健全，使我國未來的觀光產業不僅依賴基礎設施的完善程度，同時也可以以永續環境作為擴大國際觀光客來臺的動機誘因，達到環境永續與產業發展的雙重目標。

此外，在亞洲國家較具優勢的價格競爭力大項目下，我國一級飯店以美金計算的平



均房價排名第89（房價越高，排名越低），日本在該項目排名第72名、韓國排名第76名，泰國排名第35名、馬來西亞排名第18名，高住宿成本無疑成為降低我國觀光競爭力的弱勢項目，廠商在價格策略上應有新的思維。隨著臺灣旅館供給量的增加以及國際住房網站等科技的應用，未來我國觀光住宿的服務價格應可機動參照鄰近國家的住宿價格水準，以合理的住宿價格爭取國際觀光旅客，改善我國在平均房價項目的弱勢現象。

大處著眼小處著手提升觀光競爭力

根據UNWTO於2017年7月公布的《觀光永續發展年報》指出，2016年全球旅客規模已達12.35億人次，較2015年成長4,600萬人次，並已連續7年維持成長態勢，平均成長率為4%，顯示全球觀光產業熱度不減。以來訪外國旅客人次排名最高的前5大國家來看，法國居首（8,450萬人次），依序是美國（7,750萬人次）、西班牙（6,850萬人次）、中國大陸（5,690萬人次）及義大利（5,070萬人次），對照各國觀光競爭力排名，西班牙排名第1、法國排第2、美國排名6、義大利排名8，與國際旅客來訪的人數排名差異不大。

中國大陸整體觀光產業競爭力排名第15，但是為全球第四大國外旅客觀光國家，可見，自然環境與文化商務條件是決定來訪旅客人次的首要因素，因此，中國大陸即便在環境永續項目排名第132名、安全程度及服務設施也排名90名以下的情況下，由於具有文化商

務條件排名第1、自然環境排名第5的優勢，吸引外國來訪的旅客人次仍是居高不下。

我國來訪外國旅客繼2015年完成千萬人次的政策目標後，2016年維持成長趨勢，整體旅客成長2.4%達1,069萬人次，但未能延續2009年以來，年年突破百萬關卡的榮景（2008年/385萬；2009年/440萬；2010年/557萬；2011年/609萬；2012年/731萬；2013年/802萬；2014年/991萬；2015年/1,044萬；2016年/1,069萬），主因在於陸客市場受政策影響而劇烈波動，導致中國大陸地區赴臺旅遊人次出現大幅減少的情形，使得整體旅客來臺人次成長逐漸呈現趨緩現象。

以我國觀光市場的基本條件而言，在自然資源（競爭力排名第55）先天條件不充裕，又欠缺世界文化遺產（數量為零）的限制下，若持續執著於衝高來訪外國旅客人次的帳面數字，將錯失得以提振觀光競爭力的機會。對於來臺觀光人次成長趨緩，不失為調整我國觀光產業體質的機會。我國可以參考日本2017年觀光競爭力排名第4、改善程度排名第1的經驗，日本挾著原本文化商務先天條件排名第4的優勢，且其健康醫療之下的次項目除了醫師密度排名較差外，其餘項目均排名第1，加上路面交通排名1、顧客導向排名第1，有效推升其整體排名。因此，為了彌補臺灣先天缺乏自然資源以及世界文化遺產的缺陷，我國應加強對於文化商務市場的開拓，並增加在健康、基礎交通、環境永續等可以操之在己的優勢項目，不但提升觀光產

業整體全球排名，同時也將觀光產業提升至市場質變階段，以更好的觀光旅遊品質帶動後續的來訪人次數量增加。

觀光本質是提供旅客一次結合美好想像與實際感受的旅程經驗，各地風土民情及自然稟賦各不相同，想要針對觀光競爭力大項目進行重大改造，有其先天上的限制。相對而言，若能改善可以調整的小項目並加強具有優勢的特點，必然可以達到觀光環境升級、旅遊經驗美好化的目標。也就是說，在競爭條件大項目的架構之下，若能針對細節部分逐步微調改善，中長期而言，將能發揮提升觀光競爭力的效果。

舉例來說，臺灣夜市一直是國外觀外客的熱門地點，然而，食品環境衛生及價格灰色地帶，卻始終未能妥善解決，而全臺各地大型夜市多已成立管理委員會，為了提升消費品質及完成永續經營的共同目標，主管機關應針對公共環境整潔、食品衛生管理及價格公開透明等項目，與管委會商議強化管理的方式，讓旅客於品嚐夜市小吃之餘，也能感受到環境優質化的誠意，如乾淨的洗手間、便利的垃圾桶設置、提高路面清潔頻率、提供小憩空間等；另價格方面可印製集結夜市內各攤商的簡介及價目表，讓旅客一目了然，也可順便達到宣傳目的。

又如各地老街觀光行程，除強調在地特色外，周邊環境及交通規劃等配套措施也是相當重要，類似夜市管理問題，環境整潔化

與價格透明度都是首要加強改善之處，另街景美化部分，也有待產業輔導團隊提供更深入的整合型協助（諸如舊式招牌更新重整、商品陳列賦予新意、節慶活動細膩規劃、景觀納入文創設計等），才有助提高旅客的再訪意願。便利的小細節設計可以為觀光體驗帶來不少加分效果，而臺灣產業擅長的資訊硬體若能整合觀光服務需求，則更可以為國際觀光旅客帶來驚艷的體驗感受，使消費體驗在社群世界變成口碑，推動我國觀光產業的國際競爭力。

結語

我國觀光政策所列的四大面向：優質觀光、特色觀光、智慧觀光及永續觀光之下包含的策略內涵為：產業制度人才優化、跨越亮點、特色產品、多元行銷、科技運用、產業加值、綠色觀光、關懷旅遊。若從各部會與地方政府執行的計畫內容來看，內容可說幾無遺漏。然而，每當針對國內觀光滿意度進行調查，觀光景點壅塞、周遭環境維護欠佳、伴手禮小吃重複率過高、住宿價格偏高、餐飲品質水準不一、路面交通狀況較多，以及建築物街景美觀程度有待改善等問題仍持續出現。因此，唯有中央及地方政府共同以更細膩用心的態度及方法從根本解決，才是改善我國觀光競爭力的不二法門。