

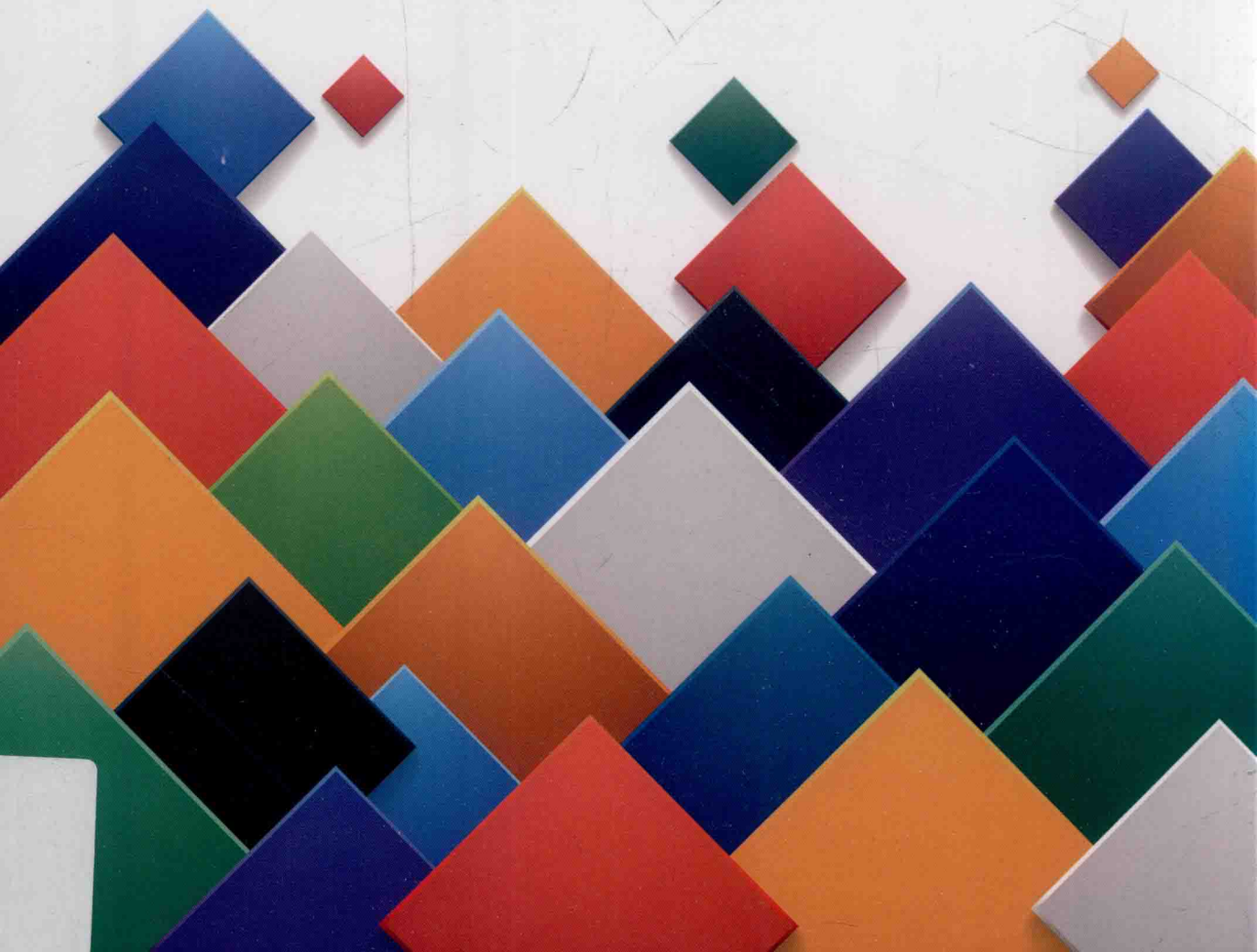
五南出版

觀光行銷學

向觀光大國邁進

● 戴國良 博士 著 ●

- 掌握最新發展趨勢。
- 內容涵蓋層面完整周延。
- 最實用本土化「觀光行銷學」。包含台灣觀光旅遊產業與市場的分析及案例。



觀光行銷學

向觀光大國邁進

• 戴國良 博士 著 •

五南圖書出版公司 印行

國家圖書館出版品預行編目資料

觀光行銷學／戴國良著．——初版．——臺北

市：五南，2016.02

面：公分

ISBN 978-957-11-8480-7（平裝）

1.旅遊業管理 2.行銷學

992.2

105000033



1FW2

觀光行銷學

作 者 — 戴國良

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 王翠華

主 編 — 張毓芬

責任編輯 — 侯家嵐

文字校對 — 鍾秀雲

封面設計 — 盧盈良

出版者 — 五南圖書出版股份有限公司

地 址：106 台北市大安區和平東路二段339號4樓

電 話：(02)2705-5066 傳 真：(02)2706-6100

網 址：<http://www.wunan.com.tw>

電子郵件：wunan@wunan.com.tw

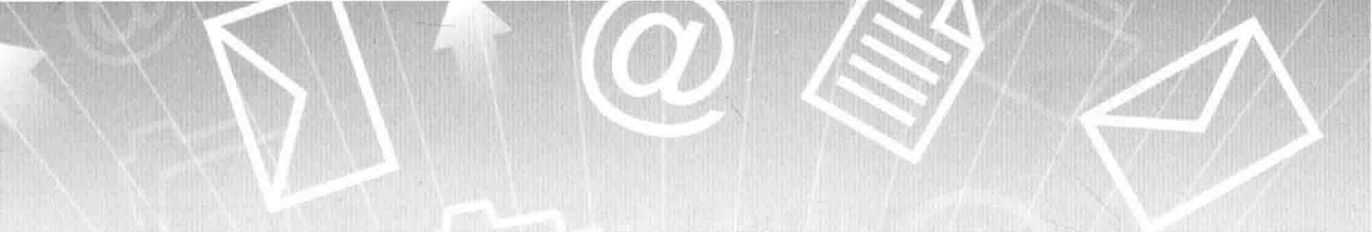
劃撥帳號：01068953

戶 名：五南圖書出版股份有限公司

法律顧問 林勝安律師事務所 林勝安律師

出版日期 2016年2月初版一刷

定 價 新臺幣520元



作者序言

觀光產業的重要性

觀光旅遊產業是任何一個國家很重要的產業。它所帶動的 GDP 經濟成長率、產值規模、就業人口、內需市場發達、國家基礎建設進步等諸多領域，都帶來很好的成效。例如像亞洲國家的香港、新加坡、日本、韓國、中國大陸、東南亞，歐洲的瑞士、法國、義大利……等國家，也都是觀光市場非常發達的『觀光大國』！

觀光旅遊產業鏈及其上、中、下游行業，其實關連相當多的行業；包括：航空業、觀光大飯店、一般旅館旅店、景點渡假村、休閒飯店、遊覽車、各地特產品、旅行社、旅遊網、觀光景點以及所帶動的觀光零售消費與餐飲消費等各行各業的有利發展之帶動，都是非常正面的、肯定的且影響很大的！

臺灣是一個觀光寶島，風景美，人的品質文化也很高；自從 2008 年臺灣開放大陸來臺觀光之後，整個外國旅客來臺及陸客來臺人數，每年都大幅度提升及成長。過去幾年前，每年來臺觀光人數不過在三、四百萬人次，但到 2014 年底為止，年旅客人數來臺已高達 990 萬人了，2015 年將會突破 1,000 萬旅客人口大關！另外，國人在國內旅游的人次數，也達到 1.5 億人；這些國內、國外的旅遊人口，對臺灣的每年外匯收入、GDP 經濟成長、就業人口增加、觀光大飯店建設投資增加、交通運輸成長、旅行社及大飯店、民宿等生意也很好，這些均帶動了整個臺灣的經濟景氣活動及市場蓬勃發展之氛圍！

本書的特色

本書『觀光行銷學』有以下幾點特色：

第一：它是一本本土化的『觀光行銷學』。相對於其他書翻譯自國外教科書的「觀光行銷學」教科書，本書則是完全本土化的「觀光行銷學」。本書所取材及撰寫的內容，全部都是臺灣觀光旅遊產業、市場及業者的實際狀況及諸

多案例，使讀者讀起來會有一種本土的親切感及易於閱讀吸收，而達到良好的學習效果。

第二：內容可謂『完整週延』。本書內容計有 16 個章節，包括了：觀光產業現況、觀光環境分析、觀光行銷 S-T-P 架構分析、觀光行銷 4P 概述、觀光行銷顧客滿意概述、觀光業經營管理重點、國內前十大觀光旅遊集團簡介瞭解、觀光業營運績效分析……等，涵蓋層面非常完整、周延，無可遺漏。相信是一本具有高度附加價值的「觀光行銷學」。

第三：每二年更新改版一次，與時俱進。本書所引用的數據及發展內容，都是最新與最近幾年發生的，絕對是一本與時俱進的「觀光行銷學」。

結語：衷心感謝與祝福

本書能夠順利出版，衷心感謝各位老師、各位同學、各位好朋友的鼓勵及鞭策，以及感謝五南圖書出版社的大力協助及安排規劃。

誠摯期盼這是一本有助各位老師及各位同學在學習「觀光行銷學」很有助益的一本書。最後，衷心祝福大家都能有一個快樂、成長、幸福、健康、成功與美麗的人生旅程，在你們每一分鐘的光陰歲月中！感謝大家。感恩大家。

作者戴國良

e-mail: taikuo@cc.shu.edu.tw

tai_kuo@emic.com.tw

目錄

作者序言 i

第 1 章 觀光旅遊產業發展現況概述 1

- 第 1 節 觀光旅遊業對全球及臺灣 GDP、就業人口及外匯收入帶來重大貢獻 2
- 第 2 節 來臺旅客及出國人次成長趨勢分析 6
- 第 3 節 觀光旅遊產業結構分析 10
- 第 4 節 臺灣觀光行政體系及觀光局組織圖 12
- 第 5 節 行政院通過『觀光行動大國方案（104 年～107 年）』 15
- 第 6 節 國內觀光旅館及旅行社統計 18
- 第 7 節 來臺旅客滿意度及景點喜愛度調查 23

第 2 章 行銷的意涵、顧客導向及行銷 4P 25

- 第 1 節 行銷的定義、重要性目標及顧客導向 26
- 第 2 節 行銷 4P 組合的基本概念 31

第 3 章 市場調查與消費者洞察 37

- 第 1 節 市調的重要性類別內容及方法 38
- 第 2 節 消費者洞察 44
- 第 3 節 觀光旅遊業顧客滿意度調查問卷 47

第 4 章 觀光旅遊業行銷環境情報蒐集、分析以及新商機 57

- 第 1 節 觀光旅遊業行銷環境情報蒐集、分析以及新商機 58
- 第 2 節 案例（計 7 個案例） 66

第 5 章 S-T-P 架構分析 73

- 第 1 節 觀光旅遊業 S-T-P 架構分析 74
- 第 2 節 案例（計 10 個案例） 84

第 3 節	臺北晶華酒店 S-T-P 分析案例	92
第 6 章	觀光旅遊業產品概述 (Product)	95
第 1 節	旅遊行程產品規劃概述	96
第 2 節	大飯店業產品規劃——晶華酒店介紹	104
第 3 節	知名旅遊網服務產品項目介紹	108
第 7 章	觀光旅遊業通路概述 (Place)	115
第 1 節	觀光旅遊業的銷售通路概述	116
第 2 節	觀光旅遊新通路——網際網路	120
第 3 節	知名網上訂購全球大飯店平臺通路公司介紹	128
第 4 節	知名旅遊網站通路公司介紹	134
第 8 章	觀光旅遊業推廣促銷概述 (Promotion)	143
第 1 節	銷售推廣理論概述	144
第 2 節	觀光業行銷推廣案例 (15 個案例)	149
第 3 節	觀光業數位行銷及社群經營 (3 個案例)	160
第 4 節	交通部觀光局——國際觀光宣傳與行銷推廣做法	168
第 9 章	觀光業定價概述 (Price)	173
第 1 節	定價理論概述	174
第 2 節	觀光業定價案例	180
第 10 章	觀光旅遊業行銷 4P 組合分析案例	183
第 1 節	臺北晶華酒店行銷 4P+1I 分析案例	184
第 2 節	某旅行社之行銷 S-T-P 分析與 4P 組合分析案例	194
第 11 章	觀光旅遊業顧客滿意經營理論精華	201
第 1 節	顧客滿意經營是什麼	202
第 2 節	日本的顧客滿意經營	209
第 3 節	真實的顧客滿意經營	212
第 4 節	顧客滿意度調查與掌握	215
第 5 節	顧客滿意資料的活用	222
第 6 節	顧客感動經營	224

第 7 節	華航的顧客服務	230
第 12 章	觀光旅遊業顧客滿意經營實戰案例	235
第 13 章	顧客關係管理 (CRM)	265
第 1 節	CRM 概述	266
第 2 節	CRM 資料採礦	272
第 14 章	服務品質概論	277
第 1 節	服務的「關鍵時刻」(MOT)	278
第 2 節	服務品質的定義、特性、分類及形成過程	279
第 3 節	Parasuraman、Zeithaml 與 Berry 的服務品質模型 (P-Z-B 模式)	287
第 15 章	經營策略與經營計畫書撰寫	293
第 1 節	三種層級策略與形成	294
第 2 節	波特教授的企業價值鏈、基本競爭策略及產業獲利五力分析	296
第 3 節	成長策略	302
第 4 節	完整的年度經營計畫書撰寫	304
第 16 章	服務業經營績效分析與績效管理	309
第 1 節	損益表概念與分析	310
第 2 節	控制中心型態與控制項目	317
第 3 節	經營分析比例用法與財務分析指標	319
第 4 節	BU 制度 (單位責任利潤中心制度)	323
第 5 節	預算管理	326
第 6 節	現金流量表、投資報酬率與損益平衡點	330
附錄	335	



第1章

觀光旅遊產業發展現況概述

- 第1節 觀光旅遊業對全球及臺灣 GDP、就業人口及外匯收入帶來重大貢獻
- 第2節 來臺旅客及出國人次成長趨勢分析
- 第3節 觀光旅遊產業結構分析
- 第4節 臺灣觀光行政體系及觀光局組織圖
- 第5節 行政院通過『觀光行動大國方案（104年～107年）』
- 第6節 國內觀光旅館及旅行社統計
- 第7節 來臺旅客滿意度及景點喜愛度調查



第 1 節

觀光旅遊業對全球及臺灣 GDP、就業人口及外匯收入帶來重大貢獻

一、旅遊業對全球 GDP 的貢獻——占全球 GDP3.1%，總產值達 2 兆 3,648 億美元

根據全球旅遊觀光協會（WTTC）所發布的統計訊息顯示，2014 年旅行和旅遊業對 GDP 的直接貢獻為 23,648 億美元（占 GDP 的 3.1%）。預計 2015 年將會增長 3.7%，達到 24,511 億美元。這主要反映了由該行業所帶來的經濟活動，例如酒店、旅行社、航空公司和其他乘客交通服務（不包括市郊運輸）。也包括由旅遊業支撐的活動場所，例如餐館和休閒場所。

到 2025 年，旅行和旅遊業對 GDP 的直接貢獻預期年增長率會是 3.9%，達到 35,932 億美元（占 GDP 的 3.3%）。

二、旅遊業對全球就業人口的貢獻——提供全球 1 億 540 萬個就業人口，占 3.6%

2014 年旅行和旅遊業提供了 10,540.8 萬個直接性的工作機會（占全部就業機會的 3.6%）。預測 2015 年旅行和旅遊業提供的就業機會將會增長 2.0%，將提供 10,751.9 萬個工作機會（占全部就業機會的 3.6%）。

所提供的機會包括酒店、旅行社、航空公司和其他乘客交通服務公司（不包括近郊運輸）所提供的機會。還包括，例如餐館和休閒娛樂場所等由旅遊業支撐的商業活動所提供的機會。

到 2025 年為止，旅行和旅遊業將提供 13,069.4 萬個直接性的工作機會，並且在接下來的十年裡年增長率為 2%。

三、臺灣旅館業：2015 年觀光產值上看 2 百億美元（6,000 億新臺幣）

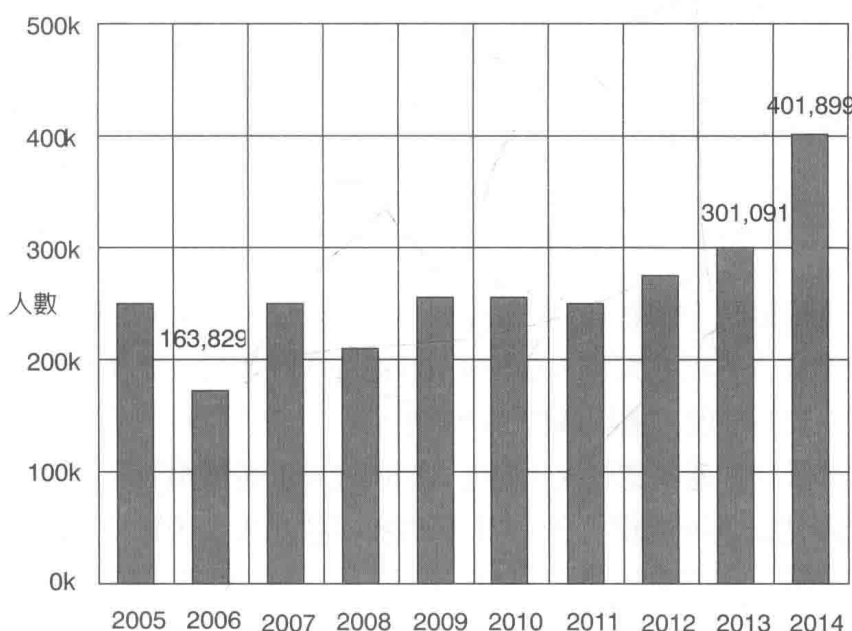
據中央社報導，2014 年境外觀光客來臺總數達 991 萬人次，觀光產值約有 160 億美元，2015 年臺灣即將邁向千萬觀光大關。臺灣「全國商總」理事長、觀光旅館公會理事長賴正鎰預估，2015 年境外旅客帶進的觀光產值可望達到 200 億美元。

觀光旅館公會說，萬事達卡做出的「全球最佳旅遊城市報告」指出，境外旅客來臺平均消費金額為 1,536.41 美元，成長幅度排名世界第三；境外觀光客在臺北市消費力更是排名全球城市第 11 名，足見海外旅客在臺灣有多愛買。

賴正鎰表示，正籌組觀光產業聯盟，結合旅館、遊覽車、旅行等公會與相關產業協會等，盼透過異業結盟，創造更多商機。

四、歷年我國觀光就業人數：2014 年高達 40 萬人就業人數

觀察我國觀光業的就業人數，除 2006 年的 163,829 人數為最低外，期間穩定維持在 23-25 萬人之間。2009 年後開始持續增加，2010 年增額約 2 萬 8 千人左右；2014 年觀光就業人口為 401,899 人，較 2013 年 301,091 人增加 10 萬人，增加幅度為歷年之最。



資料來源：交通部

圖 1-1 歷年我國觀光就業人數

五、2014 年來臺突破 990 萬人次創新高！估觀光外匯收入突破 4,300 億元

交通部觀光局統計 2014 年來臺旅客突破 990 萬人次，創歷史新高，較前

(2013) 年的 801 萬 6,820 人次大增 190 萬人次，年增約 24%；增幅也創歷年最高，預計帶入觀光外匯收入約新臺幣 4,370 億元。觀光局指出，今(2015) 年將挑戰來臺旅客 1,050 萬人次為目標。

觀光局表示，各主要市場來臺旅客人次皆大幅成長，預估可創歷年新高紀錄，並初估帶入約 4,370 億元的觀光外匯收入，顯示臺灣已逐步成為亞洲重要旅遊目的地之一。

據世界觀光組織 (UNWTO) 最新發布的全球觀光預測，去年前 10 月全球觀光成長率為 4.8%；亞太地區成長率為 6.8%，其中，臺灣的成長率高達 24.68%，優於全球和亞太，在全球前 50 大旅遊目的地中，居全球第 2，表現相當亮眼。

觀光局指出，現階段觀光市場已趨近成熟，展望今年，除持續與各部會透過觀光平臺進行旅遊路線開發，並已研擬「觀光大國行動方案」，將從既有的「點」、「線」擴大至「面」，以觀光做為「整合平臺」。同時，觀光局也將強化跨區、跨業的整合，並推動產業制度變革、營造良好投資環境、鼓勵產業創新升級等，全面提升臺灣國際觀光競爭力，營造臺灣成為觀光大國的旅遊形象。

六、2015 年來臺旅客，估破千萬

交通部觀光局長謝謂君在立法院表示，預期 2015 年將會有超過千萬國際旅客來臺，帶進觀光外匯收入達新臺幣 4,700 億元，並將於 107 年成長至 1,230 萬人次，貢獻觀光外匯收入達新臺幣 5,470 億元。

謝謂君局長在交通委員會就「促進臺灣觀光環境發展規劃」提出報告，並在報告中作了前述表示。他說，自 98 年起推動「觀光拔尖領航方案」，透過「拔尖、築底、提升」等行動方案，成功營造北、中、南、東、離島等五大分區旅遊風貌、擴大臺灣觀光市場規模、引領觀光產業國際化發展，奠定臺灣觀光市場從量變到質變的轉型契機，成功創造 103 年來臺旅客達 991 萬人次，觀光外匯收入達 4,376 億元的歷史新高。而這也讓臺灣榮獲世界主流媒體美國紐約時報 (The New York Times) 與英國衛報 (The Guardian) 列入 2014 必到景點，《孤獨星球 (Lonely Planet)》列入全球十大最超值景點，《國家地理旅行者 (National Geographic Traveler)》列為世界最佳二十個旅遊點等國際肯定。

為實現「觀光升級：邁向千萬觀光大國」之願景，謝謂君強調，觀光局將秉持「質量優化、價值提升」的理念，以「優質、特色、智慧、永續」為執行策略，

朝優化觀光產業及人才、推出特色旅遊景點及產品、引導智慧觀光加值應用、推廣綠色運輸及關懷旅遊，全方位提升臺灣觀光價值，提振國際觀光競爭力，打造臺灣成為「觀光質量優化、處處皆可觀光」的千萬觀光大國。

七、觀光業年產值破 6,000 億，8 成 6 民衆望轉行鍍金

無煙囪工業的觀光產業，隨著來臺觀光客增加與國人所得提高，產值大幅成長，「鍍金」的魅力吸引上班族轉行。人力銀行業者發布統計，8 成 6 受訪者有意或已投入觀光業，最想進入的行業為航空公司，最想從事的職務則是導遊。主因在於海外來臺人數創新高，以及臺灣的行銷政策成功，而桃機公司還將舉辦第一屆「徵才博覽會」，釋出 1,300 多個工作機會。

根據觀光局統計，104 年臺灣觀光收入高達 6,589 億元，5 年來大幅成長了 56%，顯見觀光產業快速增長，1111 人力銀行調查發現，有 8 成 6 的上班族有意或已投入觀光業，較 102 年調查上揚 4 個百分點，最想從事的行業是「航空公司」、「旅行社」及「觀光飯店」，最想做的職務則為「導遊／領隊／導覽」、「航空地勤／後勤」及「空服人員」。

至於想進入觀光業的主因，分別為「海外來臺人數持續創新高」（43.7%）、「臺灣全球的觀光行銷政策」（35.9%）以及「各國陸續開放免簽」（32.1%），希望藉此可獲得「拓展視野／增廣見聞」（59.3%）、「幫助旅客／服務人群」（30.5%）及「與世界接軌」（29.2%）等收穫。

1111 人力銀行副總經理李大華表示，來臺觀光旅客數量從 95 年的 151 萬 207 人，激增至 103 年的 719 萬 2,095 人，9 年內增加 3.78 倍。尤其臺灣在國際的觀光形象，以「便利」、「安全」出名，吸引不少遊客到訪。上班族看好產業發展而蠢蠢欲動，希望轉行「鍍金」，打破過去觀光業工作的低薪資、排班制、低成就感的刻板印象。

八、臺灣觀光服務產業吸引投資理由

1. 臺灣觀光服務產業市場快速成長，2015 年觀光總收入達新臺幣 6,363 億元。
2. 臺灣國際觀光競爭力持續上升。
3. 政府在四年內投入新臺幣 174 億元打造千萬國際旅客觀光大國。
4. 2015 年國人國內旅遊的總費用成長為新臺幣 3,103 億元，成長率達 30.3%。
5. 旅館投資需求將隨陸客自由行後朝兩極化發展，高價優質與平價連鎖的旅館

需求成為投資趨勢。

6. 旅行社及觀光大飯店發展將走向大型化與品牌化，陸續有燦星、雄獅、鳳凰、易遊網、京華、國賓等成功上櫃或即將上櫃。
7. 創新型的觀光服務業蓬勃發展，逐漸成為投資亮點。



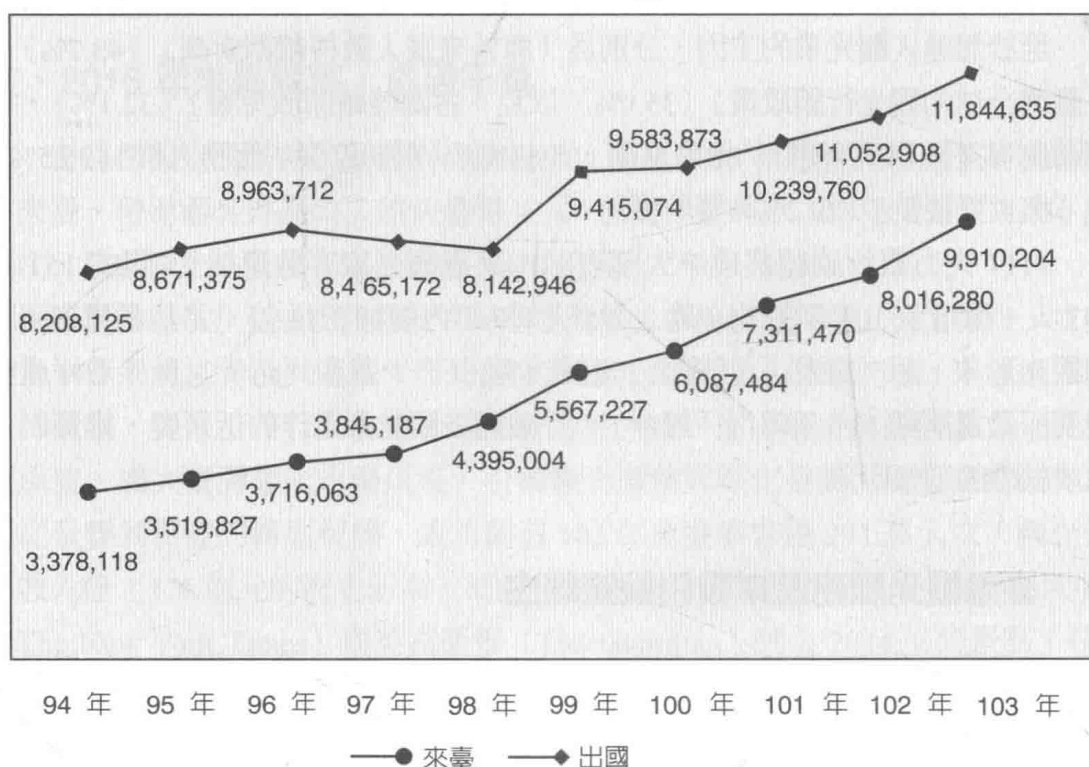
第 2 節

來臺旅客及出國人次成長趨勢分析

一、2014 年來臺觀光人口突破 990 萬人

如下圖所示，近十年來，外國來臺旅客人數，從十年前的 337 萬人次，快速增加到 2014 年的 990 萬人，在 2015 年將會正式突破 1,000 萬人次。同樣的，國人出國人次也突破 1,184 萬人，顯示出國旅遊的國人也成長不少。不管來臺旅客或國人出國這都帶給臺灣相關觀光旅遊業者的大生意。

單位：人次



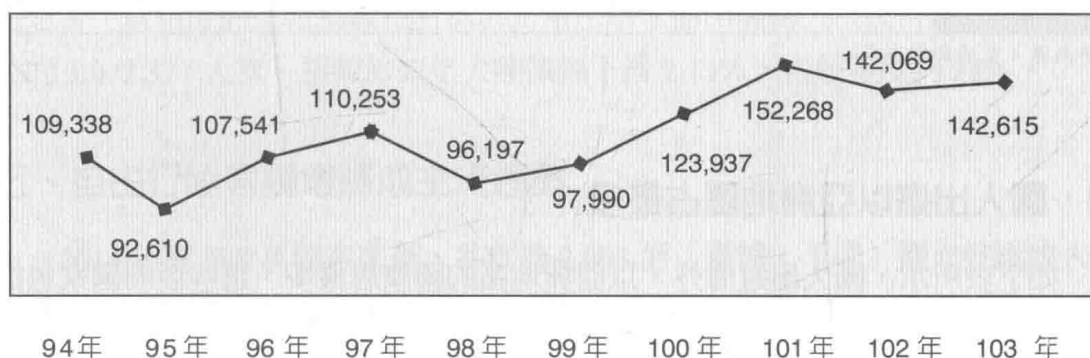
資料來源：交通部觀光局

圖 1-2 近十年來臺旅客及國民出國人次變化

二、國人國內旅遊次數也突破 1.4 億人次

如下圖所示，近十年，國人在國內各處旅遊景點的出遊人數，也從十年前的 1 億人次，成長到 1.42 億人次。此顯示出，國內不僅在出國旅遊次數有所增加，即使在國內旅遊的次數也有所增加。這兩方面都帶動了國內觀光旅遊產業的快速蓬勃發展了。

單位：仟人次



資料來源：交通部觀光局

圖 1-3 近十年國人國內旅遊總旅次變化

三、來臺旅客以中國大陸居第一，日本居第二，東南亞居第三，港澳居第四

從下表來看，由於自 2008 年臺灣開放兩岸觀光旅遊往來，使得目前來臺人數，以中國大陸位居第一位，日本居第二位，東南亞居第三位，以及港澳居第三位。顯示，來臺旅客，主要集中在亞洲地區的人口。

表 1-1 近五年外國人來臺人次、地區

單位：人次；%

年度 國家	98 年 (2009)	99 年 (2010)	100 年 (2011)	101 年 (2012)	102 年 (2013)
日本	1,000,661	1,080,153	1,294,758	1,432,315	1,421,550
港澳	718,806	794,362	817,944	1,016,356	1,183,341
韓國	167,641	216,901	242,902	258,089	351,301
中國大陸	972,123	1,630,735	1,784,185	2,587,428	2,874,702

國家 \ 年度	98 年 (2009)	99 年 (2010)	100 年 (2011)	101 年 (2012)	102 年 (2013)
美國	369,258	395,729	412,617	411,416	414,060
歐洲	197,070	203,301	212,148	218,045	223,062
東南亞	689,027	911,174	1,071,975	1,132,592	1,261,596
其他	280,418	334,922	250,955	255,229	286,668
總計	4,395,004	5,567,277	6,087,484	7,311,470	8,016,280
成長率	14.30	26.67	9.37	20.11	9.64

資料來源：交通部觀光局

四、國人出遊以亞洲地區占最多

如下表所示，國人出遊海外，以亞洲地區的國家居最多，這些亞洲國家包括了：中國大陸、日本、韓國、港澳及東南亞國家等。

表 1-2 近五年國人出國人次及首站抵達地之資訊

單位：人次；%

地區 \ 年度	98 年	99 年	100 年	101 年	102 年
亞洲	7,179,431	8,642,677	8,762,214	9,367,597	10,388,937
美洲	477,468	499,518	473,259	537,014	446,595
歐洲	236,782	172,405	239,062	240,760	119,800
大洋洲	103,115	95,845	101,614	89,166	97,120
非洲	2,838	1,110	238	1,826	14
其他	143,312	3,519	7,486	3,397	442
總計	8,142,946	9,415,074	9,583,873	10,239,760	11,052,908
成長率	-3.81	15.62	1.79	6.84	7.94

資料來源：交通部觀光局

根據交通部觀光局對國人出國人次及地區之統計資料，近五年除 98 年受金融海嘯影響國人出國人次呈現衰退外，其餘年度國人出國之人次皆有成長；100 年度雖受到許多國際天災人禍如阿拉伯之春、日本 311 大地震、泰國水患等影響，然因我國與多國簽定免簽證協議、台日開放天空協議及兩岸經濟文化交流成長等，致使 100 年度發生之天災人禍未實質降低國人出國人次。若就消費者旅遊

目的地為市場區隔而言，96年至100年以亞洲地區成長最快速，所占比重維持在八成以上，主因為亞洲地區占地利之便，且近年來如中國、港澳地區積極發展其旅遊觀光事業，帶動國人前往消費。

另根據內政部移民署統計資料，101年度出境總人次首度突破千萬，102年度出境總人次更達到11,052,908人次，較101年度10,239,760人次，成長7.94%。其中日本拜天空開放之賜，出境達2,346,007人次，相較去年成長幅度高達50.36%。就成長幅度來看，泰國以成長65.48%居冠，不過泰國在100年飽受水患之苦，當年度的比較基數相對低於正常水準。而出境總人次拔得頭籌的則是大陸的3,072,327人次，相較於去年大陸微幅下滑2.13%，占該年度約28%。

五、自由行陸客續增將成主流趨勢

2014年有398萬陸客來臺，共創造2,098億（臺幣，下同）觀光外匯收入。2015年1到5月，估計已經創造966億元外匯收入，預估2015年全年更將突破2014年，且自由行所占比例也持續升高，占全體陸客三分之一。

「陸客來臺模式正在逐漸轉變，自由行將成為未來的主要趨勢。」旅遊業者李昆玉說，從最近向移民署申辦入臺證的現況，已經可見到團客和自由行申辦人數將出現「黃金交叉」。他說，過去一向都是團客塞車比自由行嚴重，但因來臺的自由行人數多，等待審件的時間也有增無減，30日自由行送件塞到9月1日，已經「追平」一般團；也就是說，未來陸客想來臺灣自由行，申辦入臺證的等待時間會比團客更久，二者申辦入臺證人數的曲線於是出現「黃金交叉」。

就以30日向移民署申辦入臺證人數看，團客合計約3,200人，自由行則超過4,300人。旅行業認為，增加自由行人數從每天4,000人到5,000人已是早晚的問題。觀光局則表示會依據人數彈性調整。

李昆玉認為，儘管大陸旅行社一直對臺灣限制陸客來臺配額有怨言，甚至今年暑假就有不少陸客因為排不到來臺配額，就轉往日本和泰國，但對多數陸客來說，只要有機會，「臺灣還是要來看看的」，因此即使大陸赴韓、日、泰的旅客都比臺灣多，但陸客對臺灣的喜愛「不會降溫」。