



觀光與休閒經濟學

本書特色

- 從經濟學觀點，探討如何透過看不見的手以及看得見的手，使觀光休閒生產活動滿足不同社會層次的需求。
- 本書在分析工具上，主要採用個體經濟中的理論與工具。並把總體經濟中的投資、所得、外匯與國際貿易等原理考慮在內。
- 消費者如何消費？廠商生產什麼？如何生產？如何定價？國家政策會產生什麼樣的影響？如何進行產業管理？如何保障消費者權益？都是觀光休閒經濟關心的重點。
- 大專院校觀光經濟學與休閒經濟學相關課程適用。

鍾起岱 著

五南出版



觀光與休閒經濟學

鍾起岱 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

觀光與休閒經濟學／鍾起岱著．——初

版．——臺北市：五南，2014.10

面：公分

ISBN 978-957-11-7793-9（平裝）

1. 旅遊 2. 休閒經濟學

992

103016925



IMCZ

觀光與休閒經濟學

作 者 — 鍾起岱

發行人 — 楊榮川

總編輯 — 王翠華

主 編 — 張毓芬

責任編輯 — 侯家嵐

文字編輯 — 陳欣欣

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

台中市駐區辦公室/台中市中區中山路6號

電 話：(04) 2223-0891 傳 真：(04) 2223-3549

高雄市駐區辦公室/高雄市新興區中山一路290號

電 話：(07) 2358-702 傳 真：(07) 2350-236

法律顧問 林勝安律師事務所 林勝安律師

出版日期，2014年10月初版一刷

定 價 新臺幣580元



自序

「觀光」與「休閒」這兩個詞彙經常被混著使用，此兩個名詞也的確有共同的特質，通常的解讀，如果我們只是放鬆身心，不做緊湊性的積極活動，不太動腦筋不太費力氣的活動，總時間比較短，可能只是喝個下午茶，或者 2~3 天的休閒農場隱居，我們通常指的是「休閒」；如果我們的活動有積極性的行程安排，對觀光勝地等參訪，對旅遊的地方有積極性的瞭解，有時總時間較長，可能一、兩週或者更長，那我們使用的詞彙可能是「觀光」。雖然也有人主張休閒的範圍比觀光廣，但從台灣政府體制、法制與產業主從關係的層面來看，我們有「發展觀光條例」，有「交通部觀光局」，觀光似乎範圍廣一些。但如果硬要有所區別，我們可以這樣簡單的區分：就現階段顧客市場來說，「觀光」外需市場多於內需市場，「休閒」則是內需市場多於外需市場；就停留時間地點來說，「觀光」一天可能會前往很多地方，「休閒」則通常在一個地方待很多天；就組團形式而言，「觀光」以團客為主要客群，「休閒」則比較少團客；就購物習慣來說，「觀光」常常要求或被要求前往免稅店、觀光商圈或購物團進行購物行程，「休閒」則較少這方面的需求；就飲食習慣來說，「觀光」團膳機會較多，菜色和價格也通常比較固定，「休閒」則較為隨興，菜色與價格的選擇也比較多彩多姿。

根據世界觀光組織（World Tourism Organization，簡稱 WTO）2000 年版的分析，「觀光」已然成為許多國家賺取外匯的重要工具之一，如果將「觀光」視為是 21 世紀台灣的明星產業之一，可能很多人都會同意。從 2001 年觀光局發表「觀光政策白皮書」以來，「觀光」似乎已成為台灣拼經濟的重要良方，2002 年「觀光客倍增計畫」是行政院「挑戰 2008 —— 國家發展重點計畫」中十大重點投資計畫之一；2009 年「觀光拔尖領航方案」，觀光產業又成為行政院「六大新興產業」之一。而根據交通部觀光局統計，從 2010 年 3 月開始，來台的觀光旅客經常單月超越 50 萬人次的關卡，這與過去單月平均很少超過 40 萬人次相較，成長相當值得期待。而台灣每逢假日或連續假日或重要節慶，幾乎所有交通運輸工具及交通路線都大塞車；餐飲業、休閒民宿、觀光工廠、風景區、遊樂區甚至廟宇等等，盛況空前，「休閒」所產生的能量，更不容小覷。既然觀



光與休閒是台灣拼「經濟」那麼重要的工具之一，甚至把「觀光休閒」當成台灣經濟的火車頭產業，從經濟學的角度來學習觀光休閒，或者說從觀光休閒的角度來詮釋經濟學，應該是一個有趣的嘗試，這也是個人編寫這本《觀光與休閒經濟學》的重要動機之一。

在本書付梓之前，要記述我過去修讀經濟學的小史，我的經濟學啓蒙老師追溯到 1975 年，我就讀中興大學地政學系（現稱台北大學不動產與城鄉環境學系）時，當時教授經濟學的班必珍老師，是經濟系的老師，教法可能有點無趣，但非常平實。我的筆記寫得很好，總是坐在第一排，也總是不缺席。第一次期中考時，她給了我一個非常的高分，這對我好像有點鼓勵作用，也因此，我的經濟學筆記一直持續了很多年，而班老師的名字也一直跟著我的經濟學常識，深印在腦海中。第二年我選讀了趙鳳培老師的個體經濟學，選修他的課的人數可能超過 100 人，用的是兩間打通的教室，他的教法跟班老師不同，批評時政花了很多時間，最後才進入正題；在戒嚴時代，對學生來說，這是個更值得期待的課程，因選修人數太多，最後學校被迫設下最高人數的限制。我因登記太晚（因為傻傻的），下學期居然沒選上這門課。最後只好改選「總體經濟學」，是一個剛到學校教書沒多久的吳榮義老師，由於是留歐的學者，對學生非常友善，也很會教。

到了三年級，我修了地政系資深教授蔡殿榮老師的「土地經濟學」，他用了一本土地經濟學大師伊來（Richard T. Ely）的原文書，全英語教學的教法。上蔡老師的課苦不堪言，但他有個好處，上課從不點名，也有個壞處，只要你去上課就會用英文問你。沒多久班上同學想了一個派代表上課的方式，我的經濟學的還算可以，就被拱去當上課同學之一，爲了要搞懂土地經濟學究竟上什麼？於是看了張德粹與林英彥當時市面上僅有的兩本土地經濟學教科書。後來我進了都市計畫研究所碩士班，修讀了周一夔老師的《市地經濟學》、謝潮儀老師的《都市經濟學》、趙捷謙老師的《運輸經濟學》及蔡勳雄老師的《住宅經濟學》。多年之後我在台灣大學攻讀商學碩士，修讀了陳思寬及胡星陽的《管理經濟學》，也選讀了巫和懋老師的「賽局理論」。這些上課的經驗，讓我轉任中州科大觀光休閒領域教職後，由於教學相長，2010 年天空數位圖書公司將我的授課筆記出版了《觀光經濟學》。2013 年冬，五南圖書張毓芬副總編輯邀請我出版《觀光與休閒經濟學》，這本書方能問世。



本書共分為 20 章，約 20 萬字，1.「緒論」；2.「觀光休閒市場結構與價格機能」；3.「觀光休閒需求與供給」；4.「觀光休閒效用與消費行為」；5.「理論的解讀與應用」；6.「觀光休閒生產理論」；7.「觀光休閒成本理論」；8.「市場類型與收益分析」；9.「觀光休閒完全競爭市場」；10.「觀光休閒獨占市場」；11.「觀光休閒寡占市場」；12.「觀光休閒獨占競爭市場」；13.「觀光休閒生產市場」；14.「觀光休閒廠商理論」；15.「觀光休閒工資理論」；16.「觀光休閒地租理論」；17.「觀光休閒利息與利潤理論」；18.「觀光休閒產業賽局理論」；19.「國民所得理論與觀光休閒」；20.「觀光休閒投資與國際貿易」，最後則是與本書有關的附錄。本書的出版，提供修讀觀光經濟學或休閒經濟學輔助教材；利用本書一角記述瑣事，對於曾經教過我的師長們，獻上感恩與感謝。學海無涯，本書疏漏及不足之處，尚期各界先進、方家給予教正。

鍾起岱

謹識於中州科技大學觀光與休閒管理系

2014 年 7 月 1 日



目 錄

1	緒論	1
2	觀光休閒市場結構與價格機能	37
3	觀光休閒需求與供給	59
4	觀光休閒效用與消費行為	97
5	理論的解讀與應用	123
6	觀光休閒生產理論	143
7	觀光休閒成本理論	169
8	市場類型與收益分析	189
9	觀光休閒完全競爭市場	203
10	觀光休閒獨占市場	225
11	觀光休閒寡占市場	249
12	觀光休閒獨占競爭市場	275
13	觀光休閒生產市場	291
14	觀光休閒廠商理論	317
15	觀光休閒工資理論	341
16	觀光休閒地租理論	365
17	觀光休閒利息與利潤理論	383
18	觀光休閒產業賽局理論	403
19	國民所得理論與觀光休閒	423
20	觀光休閒投資與國際貿易	451
	附錄	481

1

緒論

本章重點



觀光休閒不只是風花雪月，也是增長個人見識，促進社會互動，刺激經濟繁榮的良方。

觀光 (tourism; sightseeing)、休閒 (leisure) 和遊憩 (Recreation) 這三個詞彙經常被混著使用，但以觀光一詞，涵義最廣，觀光 (Sightseeing) 無非是去看 (to see)：風 (Wind)、花 (Flower)、雪 (Snow) 和月 (Moon)；去體驗 (to feel)：吃 (Eat)、住 (Reside)、喝 (Drink)、賞 (Enjoy)、玩 (Play)、樂 (Fun) 和買 (Buy)。從經濟學的觀點來看，觀光、休閒和遊憩均是一種衍生性需求 (Derived Demand)。所謂衍生性需求是指相對於基本需求 (Basic Demand) 而言，觀光與休閒經濟學 (Tourism Economics) 探討如何透過看不見的手 (市場) 以及看得見的手 (政府)，使觀光休閒生產活動能滿足不同社會層次對觀光與休閒產品與服務的需求，市場之差異與不完全性，如何影響業者滿足觀光休閒需求之程度，以及政府如何透過觀光休閒政策影響觀光休閒市場。

觀光休閒產業 (Tourism & Leisure Industry) 是一種多功能與複合性的產業，發展觀光條例特別定義了發展觀光的目的是，包括：(1) 宏揚中華文化；(2) 永續經營台灣特有之自然生態與人文景觀資源；(3) 敦睦國際友誼；(4) 增進國民身心健康；(5) 加速國內經濟繁榮等五大目標¹。觀光休閒產業做為政府與民間經營

¹ 發展觀光條例第一條，民國 58 年 7 月 30 日總統 (58) 台統 (一) 義字第 748 號令制定公布，最近一次修正為民國 100 年 4 月 13 日。



的共同事業，稱之為「國家產業（National Industry）」或「國家事業（National Business）」一點也不為過，本章首先探討觀光休閒產業的前景、概念和觀光經濟學談什麼？觀光經濟問題的發生等等基本概念。

一、觀光與休閒

1.「觀光」、「休閒」與「遊憩」這三個詞彙經常被混著使用。此三個名詞也的確有共同的特質，通常的解讀，如果我們只是放鬆身心，不做緊湊性的積極活動，不太動腦筋不太費力氣的活動，總時間期比較短，可能只是喝個下午茶，或者2~3天的休閒農場隱居，我們通常指的是「休閒」；如果我們的活動有積極性的行程安排，對於觀光勝地等參訪，對旅遊的地方有積極性的了解，有時總時間較長，可能一、兩週或者更長，那我們使用的詞彙可能是「觀光」；如果我們講的是半休閒或半觀光，那常使用的詞彙可能是「遊憩」。早期對這些行為的研究統包在「觀光學」中，現代新興的「休閒學」則更重視閒暇的身心放鬆，甚至有戲稱之為「無聊產業」。

2. 以休閒農業來說，早期台灣產官學各界習慣上，向來以觀光農業為主流用詞，政策上使用的是發展觀光農業、觀光農園及觀光果園等用詞。1989年4月，由前行政院農業委員會委由台灣大學農業推廣學系主辦的一場名為「發展休閒農業研討會」。經過熱烈研討後，產官學界逐漸建立共識，改以「休閒農業」一詞為主流用詞，取代過去多年使用的「觀光農業」一詞。至此之後，觀



台灣傳統林農辛苦「木馬道」運輸方式，轉變成有趣的休閒體驗。

光農園、觀光果園就被休閒農園、休閒農場、休閒林場、休閒漁場、休閒牧場、森林遊樂區、森林休閒農場、娛樂漁場、渡假漁村、農林體驗園區、休閒綜合農牧場、休閒花園、休閒蘭園、休閒農莊、花園農場、休閒鹿園農場、生物休閒農場、田野休閒農場、教育農園、教育農場、教育休閒農場、休閒教育農場、養生教育農場、養生舒壓農園、健康休閒農場、有機農場、有機休閒農場、休



間有機農場、有機竹筍園、休閒綜合農牧場、生態農園、生態農場、生態休閒農場、生態教育農場、生態教育休閒農場、昆蟲生態農場、生機休閒農場、自然休閒農場、自然生態休閒農場、養殖休閒農場、觀光休閒養殖區、觀光休閒漁場、市民休閒農場、音樂休閒農場、溫泉休閒農場、部落、生活農場、酒莊休閒農場、科技休閒農場、鴨莊、蓮園休閒農場、絲瓜休閒農場、草莓休閒農場、藥園休閒農場及渡假村等等，以上繁多名目取代；觀光農園和觀光果園只存在非常早期存在的農場。

3. 以台灣官方的用語，觀光是涵蓋面最大的用語，所以我們有發展觀光條例，卻沒有發展休閒條例。發展觀光條例第1條規定：為發展觀光產業，宏揚中華文化，永續經營台灣特有之自然生態與人文景觀資源，敦睦國際友誼，增進國民身心健康，加速國內經濟繁榮，制定本條例；本條例未規定者，適用其他法律之規定。特別要注意的是第1條的後段「本條例未規定者，適用其他法律之規定。」，相對的意思是「本條例有規定者應該依照本條例之規定辦理」，此即「特別法優於普通法」的原則，因此，發展觀光條例是台灣觀光休閒產業的母法。

4. 至於「休閒」一詞，通常規定在相關條文或相關子法裡面，如發展觀光條例第2條第六項定義觀光遊樂設施：指在風景特定區或觀光地區提供觀光旅客休閒、遊樂之設施。發展觀光條例第22條規定：觀光旅館業業務範圍如下：一、客房出租。二、附設餐飲、會議場所、休閒場所及商店之經營。三、其他經中央主管機關核准與觀光旅館有關之業務。主管機關為維護觀光旅館旅宿之安寧，得會商相關機關訂定有關之規定。而依發展觀光條例第25條第三項規定訂定之民宿管理辦法第6條規定：民宿之經營規模，以客房數五間以下，且客房總樓地板面積一百五十平方公尺以下為原則。但位於原住民保留地、經農業主管機關核發經營許可登記證之休閒農場、經農業主管機關劃定之休閒農業區、觀光地區、偏遠地區及離島地區之特色民宿，得以客房數十五間以下，且客房總樓地板面積二百平方公尺以下之規模經營之。

5. 在台灣「休閒」一詞除了發展觀光條例之外，散見在農業類、教育類和文化類法規，如：

- (1) 農業發展條例第3條規定：農業是指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒之事業。休閒農業是指



利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。

- (2) 休閒農場是指經營休閒農業之場地。而依農業發展條例第 63 條第三項規定訂定之休閒農業輔導管理辦法第 4 條規定：具有下列條件之地區，得規劃為休閒農業區：一、具地區農業特色。二、具豐富景觀資源。三、具豐富生態及保存價值之文化資產。申請劃定為休閒農業區之面積限制如下：一、土地全部屬非都市土地者，面積應在五十公頃以上，六百公頃以下。二、土地全部屬都市土地者，面積應在十公頃以上，一百公頃以下。三、部分屬都市土地，部分屬非都市土地者，面積應在二十五公頃以上，三百公頃以下。基於自然形勢或地方產業發展需要，前項各款土地面積上限得酌予放寬。本辦法中華民國九十一年一月十一日修正施行前，經中央主管機關核定之休閒農業區者，其面積上限不受第二項之限制。
- (3) 依國民教育法第 10 條第二項規定訂定之機關團體企業機構推展員工體育休閒活動獎勵辦法第 3 條規定：前條獎勵對象符合下列各款規定且績效優良者，行政院體育委員會得予獎勵：一、成立運動團隊且定期舉辦活動者。二、每年舉辦員工運動會或體育休閒活動者。三、每年編列相關經費推展員工體育休閒活動者。四、配合體育政策，經常響應參加政府或民間舉辦之體育研習或活動者。員工人數在五百人以上者，除前項規定外，並應符合本法第 10 條第一項規定外，聘有體育專業人員，辦理員工體育休閒活動之設計與輔導。
- (4) 依公務員服務法第 11 條第三項規定訂定之公務人員週休二日實施辦法第 8 條規定：藝文、社教及休閒旅遊主管機關為提倡優質生活，應妥適規劃辦理假日活動，改善各項設備，加強流通相關資訊。
- (5) 文化藝術獎助條例第 14 條規定：與文化藝術有關之休閒、育樂、觀光方案之規劃。

6. 觀光休閒產業是綜合性的事業，涵蓋人們日常生活中的食、衣、住、行和娛樂，而與觀光相關的產業如：飯店、餐廳和遊樂園等就是為了滿足消費者的需求而存在。通常觀光包括：移動與非移動的部分，而英文的 Tourism，拆開來



看，則包括：「Travel、Organize、Universe、Recreation、Interaction、Service、Management」等字的涵義。台灣地區觀光衛星帳對觀光產業的定義，將其主要分為住宿、餐飲、陸上運輸、航空運輸、運輸工具出租、旅行服務、藝文運動及休閒與零售等八類。

7. 如前所述，觀光休閒產業包含的範圍很廣，主要有五類：運輸業、旅館民宿業、旅行業、休閒娛樂與遊樂業²及餐飲業。觀光休閒對一地的經濟影響，全來自旅客或消費者對觀光休閒活動的消費所創造的乘數效果（參見本書第19章），最大受益人就是休閒接收地或觀光接收國，除上述帶來的經濟效益外，亦能促進經濟多樣性，多元產業有助於增加就業機會，且其提供的機會比一般產業更為廣泛。

8. 雖然也有人主張休閒的範圍比觀光廣，但從台灣觀光法規的層面看，觀光涵蓋休閒，範圍的確比較廣，但如果硬要有所區別，我們可以這樣簡單的區分：就顧客市場來說，觀光外需市場多於內需市場，休閒則是內需市場多於外需市場；就停留時間地點來說，觀光一天可能會前往很多地方，休閒則通常在一個地方待很多天；就組團形式而言，觀光以團客為主要客群，休閒則比較少團客，就購物習慣來說，觀光常常要求或被要求前往免稅店、觀光商圈或購物團進行購物行程，休閒則較少這方面的需求；就飲食習慣來說，觀光團膳機會較多，菜色也通常比較固定，休閒則較為隨興，菜色選擇也比較多彩多姿。

二、觀光休閒產業的前景

1. 觀光休閒業或觀光休閒產業向來有無煙囪工業之稱，也有人形容觀光，就外國觀光客而言，是「無形式外交」；就國民安定生活而言，是「無口號政治」；就學生教育或社會教育而言，是「無教室教育」；就政府施政績效而言，是「無口號宣傳」。觀光休閒人數愈多，旅客停留觀光場所的時間愈長，其消費就愈多，不用設廠，只要觀光客來旅遊，就可以創造觀光休閒產值。

² 娛樂與遊樂業，通常歸類為休閒事業，娛樂業也稱為一般休閒娛樂事業，主要提供一般大眾日常生活所從事的休閒活動，通常不包含郊外踏青或旅遊之類的活動。包括：看電視、玩電玩、看書、睡覺、看電影、喝下午茶或歡唱KTV、運動健康中心、博弈、多媒體娛樂（網路、音樂、圖書）、青少年及幼童遊憩中心、購物中心等屬之。遊樂業也稱為觀光遊樂業，根據觀光遊樂業管理規則第3條規定：觀光遊樂業是指經政府核准經營觀光遊樂設施之營利事業，提供遊客多樣的遊憩體驗。一般又分為主題遊樂園與一般遊樂園兩種。



2. 台灣旅遊與觀光休閒產業從業人口，保守估計至少 22 萬人，若擴大觀察旅遊與觀光休閒所創的就業機會時，觀光休閒活動提供 66 萬個工作機會，表示台灣 6.6% 的工作機會是由觀光休閒活動創造³，即 15.1 個工作機會中就有一個與觀光休閒活動有關。預估台灣到 2015 年時，觀光與旅遊需求為 2.7 兆台幣（約 855 億美元），將增加 78 萬個就業機會，相當於全台 6.8% 的工作由觀光休閒旅遊活動創造，即每 14.6 個工作就有一個是觀光休閒旅遊相關工作。

3. 根據 WTTC⁴ 統計，2000 年全球觀光休閒產業規模（包含觀光與休閒相關產業、投資及稅收等）約占全世界 GDP 的 10.8%，相當於 35,750 億美元。至 2017 年止，全球觀光產業的規模將達到全世界 GDP 的 10.7%，相當於 70,600 億美元。WTTC 亦統計，2000 年全球觀光休閒產業從業人口約有 19,221 萬人，約占總體就業人口之十二分之一，2017 年全球觀光產業就業人口數達 26,260 萬人。WTO⁵ 更進一步預估，至 2020 年，全球觀光人數將成長至 16 億人次，全球觀光收益亦將達到 2 兆美元。全球旅遊及觀光需求將達 10.7 兆美元，可創造 2.7 兆美元的旅遊與觀光產業產值，全球旅遊活動所創造的旅遊與觀光產業規模將達 7.8 兆美元，占全球 GDP 的 11.3%。

4. 2013 年 3 月 7 日《自立晚報》報導台灣觀光產業穩健成長，根據 WEF⁶ 發表的第 5 屆《觀光競爭力年報》，台灣觀光排名全球第 33 名，較 2011 年進步 4 個名次，在亞太地區則排名第 7。2013 年觀光競爭力指數，全球觀光競爭力前十名的國家依序為，瑞士、德國、奧地利、西班牙、英國、美國、法國、加拿大、瑞典和新加坡，台灣則排第 33 名。亞太地區方面，台灣排名第 7。前十名則依序為新加坡、澳洲、紐西蘭、日本、香港、南韓、台灣、馬來西亞、泰國和中國大陸。而預期政府部門提升觀光競爭力排名的方法，包括：強化機場建設、培養旅遊（或服務）亮點、持續推動文化遺產、創造遊客喜好的開放環境、旅遊價格低廉之優勢及各公私相關部門協同努力等等。就總體觀點（如政府）而

³ 譚瑾瑜（2005）：〈台灣觀光產業的現況與未來發展〉，財團法人國家政策研究基金會國政報告科經（研）094-023 號，民國 94 年 12 月 1 日。參見 <http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/TE/094/TE-R-094-023.htm>

⁴ WTTC 是世界觀光旅遊委員會（World Travel & Tourism Council, WTTC）的簡寫，參見交通部觀光局觀光政策白皮書（2008）及重要觀光景點建設中程計畫（97-100 年）P.1。

⁵ WTO 是世界觀光組織（World Tourism Organization）的簡寫。

⁶ WEF 是世界經濟論壇（World Economic Forum）的簡寫。



言，外國政府如何作為，我們可能無能為力，但政府當局卻可以從這些數字所顯示的競爭排名中，找到自己的競爭國家，而就個體觀點（如公司、企業）而言，這些大環境的變化，我們可能無能為力，然而學習觀光休閒經濟學的目的，就是觀察這些大環境的變化，從環境中，找到自己的競爭優勢。

5. 行政院 2009 年將觀光產業列為台灣六大新興產業⁷之一，而依據交通部觀光局（Tourism Bureau）「發展規劃觀光拔尖領航方案」，台灣的觀光，將朝「建構質量並進的觀光榮景打造台灣成為亞洲重要旅遊目的地」邁進，核心主軸為：由「點」、「線」呈現風景區「面」的新風貌，發展策略包括：減量原則、維護生態、環境優先和便利遊客，其後包括 2012 年促進就業實施計劃（101 年 3 月），2012 年黃金十年國家願景（101 年 7 月），2012 年經濟動能推升方案：優化觀光提升質量（101 年 9 月），2013 年旅行台灣就是現在（102 年 1 月）等均將觀光產業列為國家重點投資。

6. 觀光休閒作為行政院六大新興產業之一，不僅是台灣產業的契機，亦是串聯其他五大新興產業（生技、綠色能源、醫療照護、精緻農業以及文化創意）的關鍵產業。預估每年將創造 5,500 億觀光收入，帶動 40 萬觀光就業人口，吸引 2,000 億民間投資⁸。觀光休閒旅遊業除了為我國帶來經濟效益，亦提升台灣與他國民眾的交流往來，更重要的是，讓世界看到台灣的軟實力。了解一點點觀光的大環境，我們知道政府做了什麼？沒做什麼？然後我們就可以認真學習觀光小環境，例如：我們的專長如何搭配商機？我們的競爭對手想什麼？我們要訂的價格在何處？我們的客人在哪裡？我們怎麼找到他們？我們怎麼從競爭對手中，找到自己的弱點，加以改進。

7. 據交通部觀光局統計⁹，102 年全年來台旅客累計 801 萬 6,280 人次，創歷年來台人次新高，與 101 年同期相較成長 9.64%。主要客源市場人次及與 101 年同期比較之成長率分別為：日本 142 萬 1,550 人次（-0.75%）、港澳 118 萬 3,341 人次（16.43%）、韓國 35 萬 1,301 人次（35.59%）、中國大陸 287 萬 4,702 人次

⁷ 根據行政院規劃「六大新興產業」包括：生物科技、觀光旅遊、綠色能源、醫療照護、精緻農業、文化創意及新興智慧型產業（雲端運算、智慧電動車、智慧綠建築、發明專利產業化）。

⁸ 參見行政院六大新興產業主題網及交通部觀光政策白皮書，http://admin.taiwan.net.tw/auser/b/wpage/page1_20090902.htm，2009/4/9。

⁹ 參見觀光局（2014）：102 年 12 月暨全年觀光市場概況概要。<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp> 2014/03/01 搜尋。



(11.15%)、美國 41 萬 4,060 人次 (0.64%)、新加坡 36 萬 4,733 人次 (11.45%)、馬來西亞 39 萬 4,326 人次 (15.63%)、歐洲 22 萬 3,062 人次 (2.30%) 和紐澳 7 萬 6,471 人次 (2.88%)。由於台灣觀光「多元布局・放眼全球」策略明顯奏效，在靈活觀光行銷手法下，繼 101 年突破 700 萬人次，102 年更突破 800 萬人次，全年來台旅客總數上衝 801 萬 6,280 人次新高，較 101 年成長 9.64%，為台灣觀光里程展現全新格局。102 年全年各主要客源市場，「觀光」目的旅客為 547 萬 9,099 人次，成長 17.14%，「業務」目的旅客為 92 萬 7,262 人次，成長 3.75%。

8. 更進一步分析¹⁰，在日本市場方面，觀光局除持續與航空公司及旅行社合作促銷來台觀光，雙方對飛航班增加、台灣觀光四大主軸（美食、購物、樂活及浪漫）等強力宣傳推廣作為影響下，也邀請旅日球星陽岱鋼及名模林志玲擔任台灣觀光親善大使，爭取多元日本旅客族群來台。在港澳市場方面，主要是連續假期的促銷，觀光局並推出「台灣就是精彩 冬遊台灣養生趣」系列，以來台溫泉冬暖遊為主要訴求，也成功創造全新里程碑。在韓國市場方面，由於韓幣相對升值，以及 2013 年 4 月廉價航空 t'way、EASTER 聯航金浦松山航線，有利韓人出境旅遊；觀光局透過「噗通噗通 24 小時台灣」抽獎活動及花漾爺爺系列，使來台旅遊宣傳效益明顯發酵。而在中國大陸市場方面，由於兩岸簽訂 ECFA 等多項利多方案，來台旅客持續成長。在美國市場方面，由於 2013 年美國市場受到經濟不景氣、高失業率等負面因素衝擊，國內消費信心降低，並影響海外旅遊市場，觀光局透過與航空公司合作辦理旅遊業者邀訪，增加台灣旅遊產品市場能見度，另運用異業結盟行銷觀光產品，持續協助旅遊業者包裝優惠來台行程，並拓展旅遊通路與提升台灣觀光知名度，來台觀光旅遊人次略有成長。在新加坡與馬來西亞市場方面，由於 2013 年 NATAS 旅展來台行程熱銷，加上台星廉價航空航班有增加趨勢，有利自由行旅客來台；觀光局採取之策略包括持續協助旅遊團體來台觀光及深化自由行市場行銷，加強來台網路行銷平台。在歐洲市場方面，觀光局與歐洲各旅遊業者合作促銷來台觀光優惠之方案，刺激歐洲來台旅遊人數，全年歐洲市場來台旅客維持穩定正成長。

9. 2013 年 12 月國人出國計 80 萬 4,953 人次，成長 6.84%。全年累計國人出國 1,105 萬 2,908 人次，與 101 年同期比較成長 7.94%。

¹⁰ 參見觀光局 (2014)：102 年 12 月暨全年觀光市場概況概要。<http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp> 2014/03/01 搜尋



三、觀光？觀什麼光？

1.「觀光」一詞，原本出自《易經》¹¹的第20卦六四爻，所謂「觀國之光，利用賓于王」。意思是到先進國家去觀光，可以瞻仰王朝廣大的盛德，將對自己的知識、學術乃至人生經驗非常有幫助。象辭說：所謂可以觀光於上國，這是說君王有尊重賓客之德行，故有利。

2.〈觀卦〉是《易經》的第20卦，上風下地，所以稱為風地卦，卦辭說：觀，盥而不薦，有孚，顒若。「觀」的意思是「認真的訪視」，也就是所謂「諦視」，「諦視」是「有以示人而為人所仰也」。



3.「盥」是「盥洗」的意思，原來中國古代，古人祭祀之前必先洗手以示尊敬，現在我們去日本觀光，如果參觀他們的神社、廟宇，仍可以看到這樣的遺風，「薦」的意思是祭祀時奉獻上的祭品，「不薦」的意思



〈觀卦〉上風下地故稱風地卦，為《易經》第20卦。

是祭祀用的祭品要量力而為，不必打腫臉充胖子，太過講求奉獻上祭品，神明也不會特別保佑。例如台灣常見的教師節祭孔，以及最近突然慢慢風行於客家地區的「天穿日」祭典都可以看到這種遺風。「天穿日」原本是客家人才有的節慶，就是在元宵節後五天的正月二十日，這天，一般客家農村婦女用過年用的甜粿，以油煎熟，或用油堆子蒸好，在上面插上針線，稱做「補天穿」。傳統上，農民在補天穿時都會在家做其他的工作，而不下田耕作，因深信「這天下田會觸怒天神，全年將出現天旱」的古老傳說，由於客家婦女十分勤勞，幾乎竟日工作，沒有休息，古代的客家人就想出這個方法讓客家婦女休息一天，而且還信誓旦旦的說「這天下田會觸怒天神」¹²。不過，客家人來到台灣之後，已逐

¹¹《易經》是中國最古老的文獻之一，據說《易》的繫辭為孔子所作，《易經》的重要文獻之一《十翼》，也被認為是春秋時期孔子的弟子與再傳弟子的作品，《易經》因被儒家尊為「五經」之首；司馬遷寫《史記》，〈報任安書〉中有：「文王拘而演《周易》」之說，認為《易經》乃周文王所著。《易》事實上是集合了古代的《連山》、《歸藏》和《周易》，但《連山》和《歸藏》已經失傳。《易經》表現了古典中國的哲學和宇宙觀。它的中心思想，是以陰陽兩種元素的對立統一去描述世間萬物的變化。

¹²「天穿日」相傳是女媧補天的日子。相傳遠古時代，水神共工與火神祝融戰鬥，戰敗的水神因羞憤而撞倒了撐天之柱，將天撞出了一個大洞。造人的女神女媧因憐憫生民、救贖災苦，於是煉五色石補好了天窟窿，解救人間災禍。人民感念女媧之仁慈，於是在這個曾經「天



漸淡忘這種行事，目前只存有「天穿日」的節慶名稱而已。而在早期的農業社會中，天穿日是十分重要的節日，一般民衆要過完元宵節才算過完農曆年；但在農業社會的客家民族來說，過完了天穿日才會開始收拾心情打田插秧，展開一年的農忙時節。不過在現代工商社會，這些習俗都已式微；近年來行政院客家委員會把天穿日列爲客家重要節慶，這項節日又慢慢被人們所重視。



客家民族「天穿日」祭典，成為文化體驗的賣點。

4. 祭祀有兩種過程，焚香典禮者稱爲「盥」禮，後面奉獻祭品者稱爲「薦」禮。「盥」是「盥洗」的意思，原來中國古代，古人祭祀之前必先洗手以示尊敬，然後才可以祭祀請神，現在我們去日本觀光，如果參觀他們的神社、廟宇，仍可以看到這樣的遺風。「薦」的意思是祭祀請神後，奉獻上的祭品，在古代「盥禮」時必須肅穆莊嚴；「薦禮」時，則萬頭鑽動，雜亂無序，「不薦」的意思是不用太過「重視」奉獻祭品。孔子認爲觀宗廟之禮重要是前面焚香行禮如儀的「盥」禮，而不是後面奉獻祭品者的「薦」禮，所以說「盥而不薦」。因此《論語·八佾》孔子說：「禘自既盥而往者，吾不欲觀之矣。」正所謂：外行看熱鬧，內行看門道，從外觀當中學到精髓，正是「觀」卦所要表達的意思。

5. 「孚」的意思是「孚信」，也就是「相信」的意思，「有孚」的意思是「發自內心的相信或信任」的意思。「顯（ㄣㄌㄣˊ）若」是「莊嚴肅穆」的意思。〈觀卦〉上說：「觀，盥而不薦，有孚，顯若」，意思是我們出國觀光，就像去參觀別人的祭典，觀察的重點是在「祭祀前是否有齋戒或盥洗」，而不必著重在「祭品是否豐盛」，如果「祭祀前有齋戒或盥洗」，自然表現出莊嚴肅穆的樣子，即使祭品不豐，也會令我們發自內心的「肅然起敬」，如同有了孚信於人心內，不必另

「穿地漏」的日子紀念女媧，這就是「天穿日」的由來。蘇軾有詩句說：「一枚煎餅補天穿」，正是指客家人過天穿的情形。據清代俞士燮《癸巳存稿》卷11〈天穿節〉條中考辨，認爲「天穿日」就是24節氣中的雨水，取「雨水屋穿漏」的意思。宋代以前的風俗，是用紅絲線繫住煎餅投到屋頂上，爲「補天」。所以宋代李觀有：「媧后歿後幾多年，夏伏冬愆任自然，只有人間閑婦女，一枚煎餅補天穿」的詩句。如今客家婦女在煎餅上插紅絲線就是這樣沿用下來的。