

陸客驟減，日韓不如預期，台灣千萬國際旅客目標「破局」 | Whatsnew

觀光目標落差450萬人次，台灣能否重新吸引國際旅客？



2024 5 16

Ann Wang/Reuters/

成為端傳媒會員，支持華語世界優質、可信的獨立新聞媒體：暢讀會員首月5折（\$3美金，可隨時取消），尊享會員85折（領《華爾街日報》全語種會籍，美國地區還可領限時福利）。

2023年底，台灣交通部觀光署訂下來台國際旅客達1200萬人次的目標，預期2024年恢復疫情前水準。不過今年才過不到一半，觀光署便將目標人次下修至1000萬；年底又將目標下修至750萬人次。

12月6日，觀光署表示，12月3日來台旅客已超過700萬人次，雖比去年同期的648萬人次有所增長，但仍被質疑政策「跳票」。且今年1至10月，台灣出境人數達1416萬人次，反觀同期來台的國際旅客僅620萬人次，觀光逆差796萬人次，全年旅遊產值逆差更預計高達7380億元，創下歷史新高。

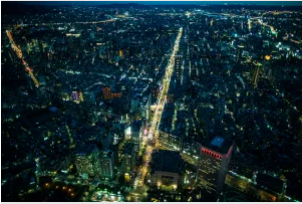
觀光署署長周永暉今年10月於立院備詢時說明，地震、颱風、軍演都會影響國際旅客來台意願，加上日本匯率等因素，讓近年來台旅客的大宗——日本出國旅遊人數明顯減少。但民進黨籍立委蔡其昌質詢時表示，日本的地震、颱風更多，台灣人仍熱衷至日本旅遊，中國對台軍演一直以來也都沒有間斷，不應是國旅疲弱的理由。

中國旅客驟減，台灣觀光轉向日、韓與東南亞

2023年9月，交通部觀光局改制為觀光署，擴編百名人力，2024年經費較去年多出11億元以上。署長周永暉於揭牌儀式上宣布，「深耕國際旅客市場」是未來核心目標之一，包括加速恢復「台日韓北三角」與「台越菲南三角」的旅遊交流，並視印尼與印度為重點市場，積極設立旅遊服務中心，促進觀光往來。此外，觀光署2024年又投入「台灣觀光品牌3.0」，希望透過多元化的宣傳活動提升全球觀光形象。

台灣觀光政策的轉向與中國旅客來台人次銳減息息相關。自2008年馬英九政府開放中國旅客來台起，「陸客」多年來成為台灣觀光主力，當年約有33萬人次，2015年更達到418萬人次的高峰。

2019年，中國文化和旅遊部以「鑑於當前兩岸關係」為由，暫停核發赴台自由行通行證。至疫後全球觀光市場稍復甦的2023年，來台中國旅客僅剩約22萬人次，旅客總數則降至約650萬人次。



【書摘】蔡宏政：陸客觀光的政治與利益

[延伸閱讀 →](#)

此時國際旅遊熱度逐漸回升，各國都在搶搭「報復性旅遊」熱潮。以和台灣地理位置相近的日、韓為例，2024年上半年，日本接待1778萬名國際旅客，創歷史新高；2024年上半年，赴韓外國遊客人數達770萬人次，恢復至2019年歷史高點的91.2%。而台灣2024年1至10月累計觀光人次為620萬，雖與前一年同期相比增長24.5%，但相比於疫情前2019年的1186萬人次，仍有相當幅度的進步空間。

由於當前兩岸關係依舊緊張，觀光禁令的解除難以預期。目前，旅居香港、澳門或海外之中國大陸地區人民來台不需組團，經提出申請並取得入出境許可後即可來台。不過，隨著中國旅客大幅減少，台灣能否透過吸引日、韓等國際旅客來彌補缺口，自然成為重要的觀光政策目標。



2024 12 2 /

只是，今年國際旅客未達預期，就連日、韓旅客還較疫情前有所下滑。觀光署資料顯示，今年截至8月的統計，來台前五名旅客分別來自日本16.5%、香港15.7%、韓國12.6%、美國8.2%、菲律賓6%。2019年1至10月，日本來台旅客達170萬人次，韓國為94萬人次；今年同期，日本旅客降至100萬人次，韓國則為78萬人次。

日、韓旅客人數下滑，究其原因，與兩國內部經濟及旅遊市場變化相關。

根據《日經亞洲》報導，作為衡量海外旅行意願的指標，日本人的護照持有率在2023年為17%，與2022年持平，比2019年下降了約7個百分點。日本國家旅遊局（JNTO）則統計，2024年1月至9月，日本出境遊客總數約為684萬人次，與2019年同期相比下降近四成。《日經亞洲》指出，日圓貶值與國內經濟低迷影響降低日本人出國旅遊的動力，國內旅遊市場也面臨成長乏力的現況。

韓國的情況則與日本不同，出國旅遊人次已恢復至疫情前的九成，只是韓國旅客較少選擇台灣，反而將消費轉向其他國家，如日本、越南等地，導致韓國觀光赤字創新高。

此外，天災也對台灣觀光造成重創。今年3月，觀光署原對達成1000萬人次目標抱持樂觀，但受到403花蓮地震影響，4月來台旅客從3月的81.1萬人次驟降至61萬，來台人次大幅下滑；接著，5至7

月的單月來台人次都不及60萬人，直到8月才重新站上60萬人次，回到61.6萬。不過，9月則回落到57.5萬，10月才又站回66.1萬人。



花蓮大地震之後：「我們真的住在斷層上，要學著與斷層共生」

[延伸閱讀 →](#)

評論指出，台灣過往雖同為「千萬觀光大國」之列，卻極度仰賴中國市場，使觀光署設定的1200萬國際旅客目標面臨不小挑戰。觀光署則表示，歡迎中國旅客的立場從未改變，希望中國同樣對等開放，未來將持續以「日韓主攻、歐美深化、南向布局、大陸為守」為方針，將台灣觀光推向國際。

高住宿費及觀光亂象，台灣國旅觀光陷困境

事實上，台灣觀光的困境並不僅限於外部因素，就連台灣人對「國旅」本身的信心也普遍不足。

台灣國內旅遊長年受同質性高、價格高昂等詬病，如今年流行「去墾丁不如去沖繩」的說法，網路上出現墾丁陽傘業者占用沙灘並驅逐自備帳篷遊客、以及種種備受旅客質疑的高物價等討論。國旅住宿費用同樣居高不下，根據觀光署今年公布的觀光旅館業平均房價顯示，2023年觀光旅館業的平均房價為4660元，年增11.08%，較2022年增加465元，其中有34%的觀光旅館住房費用高於平均房價。

旅宿業認為，自由市場機制、物價上揚與觀光產業缺工，都是住宿費用短期內難下降的原因。交通部長陳世凱也承認「缺工」是疫後旅宿業的一大問題，根據觀光署統計，國內旅宿業目前缺工約8000人，其中房務及清潔人員缺口約5500人，2025年缺工人數將超過1萬人，房務及清潔人員也將擴大至8000人以上缺額。



「人手不夠，你要怎麼SOP？」——台灣餐飲缺工大潮下的食安危機

[延伸閱讀 →](#)

內外困境夾擊下，1111人力銀行今年9月公布「觀光旅宿產業現況調查」，指出和2023年同期相比，逾五成的觀光旅宿業者表示業績下滑，平均衰退幅度達到20%。

此外，缺乏區域景點品牌也會影響國際旅客觀光意願。為推動觀光品牌，觀光署在今年發布的「觀光施政重點」中，表示將整併各地觀光圈，打造北、中、南、東部及島嶼型之五個「區域觀光圈品牌」；規劃推動「台灣百景在地亮點」，引領旅客發現在地旅遊新價值，並強化國家風景區的國際行銷；朝符合當今全球趨勢的「永續 X 數位」雙軸轉型目標邁進，同樣是觀光署設定的未來重要課題。

配合今年發布的「台灣觀光品牌3.0」新視覺形象與「台灣四季，都是觀光季」之國際行銷訊息，未來能否達到吸引國際旅客的效果，還需時間觀察。

12月18日，立法院交通委員會安排「如何提升過境及轉機旅客入境台灣觀光品質並增加觀光人數」專題報告。陳世凱坦言，台灣疫後國際觀光恢復確實慢了一些，觀光署已針對國外宣傳及觀光亮點努力；並表示墾丁吸引力下滑、住宿費用價格高昂等問題都必須解決；並不排除之後效仿日本，設定入境遊客的每人平均消費額目標；他也說，今年沒有達成的千萬人次，將是明年的目標。

關於台灣觀光如何轉型，在台灣社會已是長年問題，在過往以陸客為大宗下，台灣的國際旅客創下千萬人次的新高紀錄。然而，在兩岸關係進入冰凍期後，「陸客不來」也從觀光與經濟議題，成為藍綠政治攻防的焦點。

在兩岸關係現狀下，台灣難以透過陸客維繫國際旅客的人次，如何精進台灣旅遊品質以及對國際進行宣傳，預料將會是2025年政府以及民間業者持續的考驗。