

2015 年文化觀光產值估計摘要

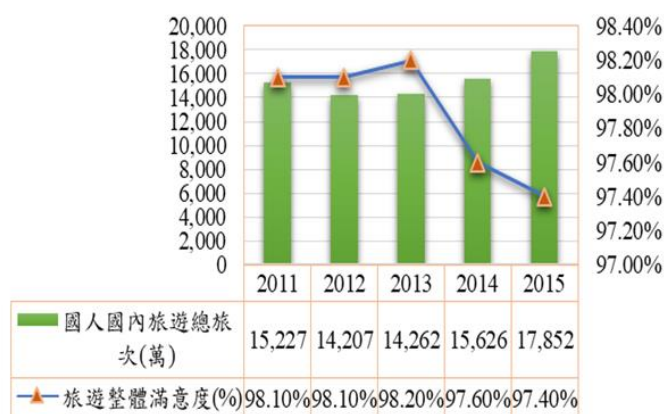
(UNESCO,2001-2003)¹指出，觀光潮流已趨向文化觀光，而文化始能賦予各地強而有力的觀光吸引力。另根據聯合國世界觀光組織(UNWTO)估計，文化觀光產值占整體國際旅遊業的40% (Richards, 2007)²，顯見文化與觀光的結合為強而有力的經濟引擎。惟我國文化觀光帶動的經濟效益純然反饋至文化部門的產值占比不高，為使相關部門瞭解文化觀光對我國永續發展之重要性，本篇透過產值估計以利各界投注相符的核心文化資源供給，重視並致力於我國文化觀光的推進。以下就 2015 年我國旅遊市場概況、文化觀光定義與類型、文化觀光產值結構、2015 年需求面產值估計、我國文化觀光資源整合者調查成果分析等進行摘要說明。

◆ 我國旅遊市場概況

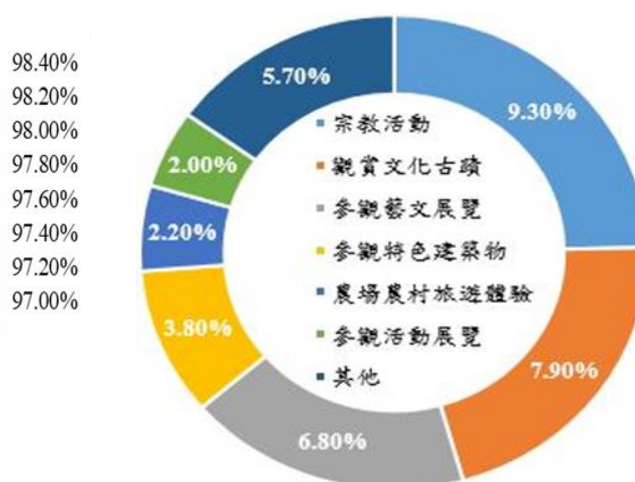
本篇透過觀光局「2015 年國人旅遊狀況調查」與「2015 年來台旅客消費及動向調查」瞭解我國 2015 年旅遊市場概況。

👛 國人旅客旅遊市場

2011-2015 年我國旅遊市場正處過度時期，國人國內總旅次逐年攀升，截至 2015 年達到 1.78 億次。然旅遊整體滿意度卻呈下降趨勢。國人旅客主要從事的遊憩活動如自然賞景活動、文化體驗活動、運動型活動、遊樂園活動、美食活動、其他休閒活動以及純粹探訪親友等。而 2015 年國人文化體驗活動占比為 29.8%，其中，又以參與宗教活動(9.3%)、觀賞文化古蹟(7.9%)以及參觀藝文展覽(6.8%)居多。



圖一、2011 年-2015 年國人國內旅遊總旅次與滿意度



圖二、2015 年國人從事文化體驗活動占比

¹ UNESCO.(2001-2003).Building the new UNESCO: selected speeches 2001 ; 2003

² Richard, G.(2007).Introduction: Global trends in cultural tourism. In G. Richards (Ed.),Cultural tourism: *Global and local perspectives*(pp.1-24).New York: Haworth Hospitality Press

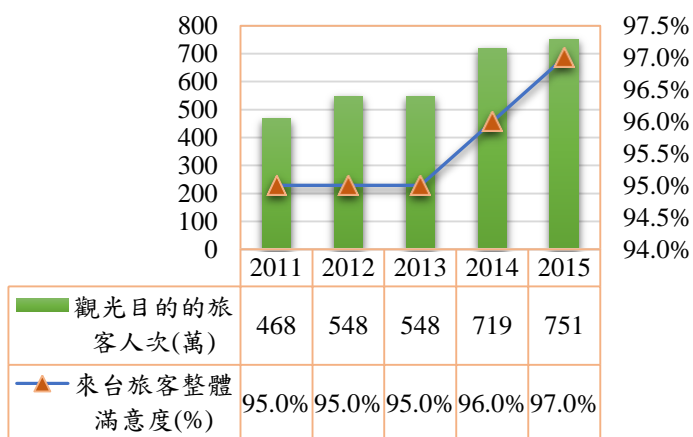
2015 年國人旅客每人每次旅遊總支出為 2,017 元，其中餐飲費為每人每日主要消費支出。與 2014 年相比，成長的消費項目為餐飲費、購物費、住宿費以及其他費用，衰退項目則為娛樂費與交通費。

表一、2014、2015 年國人國內旅遊平均每人每次消費支出(元)

單位:元	交通	住宿	餐飲	娛樂	購物	其他	合計
2014年	514	325	505	114	432	89	1,979
2015年	506	335	532	110	442	92	2,017
趨勢	-1.6%	+3.1%	+5.3%	-3.5%	+2.3%	+3.4%	+1.9%

來台旅客旅遊市場

自2014年以來，以觀光為目的的旅客人次呈大幅成長態勢，截至2015年達751萬人次，且來台旅客整體滿意程度也較往年成長。另為瞭解來台旅客受文化觀光吸引之相關因素，藉交通部觀光局吸引受訪旅客來台觀光因素調查，發現來台旅客大多受我國風光景色、菜餚或購物所吸引，而2015年受台灣民俗和文化吸引之比例為24.36%；歷史文物為16.31%；節慶活動為0.19%。惟受「台灣民俗和文化」與「節慶活動」吸引而來台觀光旅客有逐年下降趨勢，顯示我國在文化資源活化上仍存改善空間。

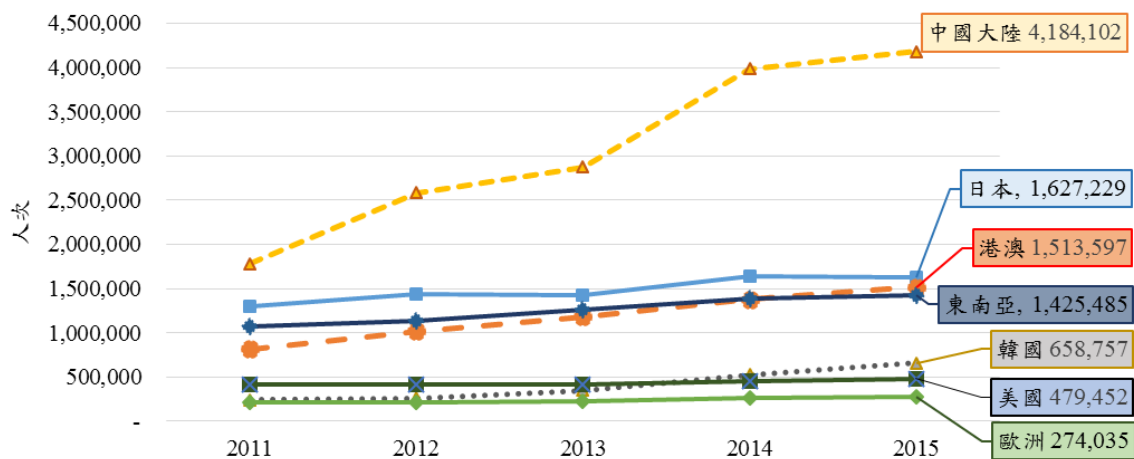


圖三、2011 年-2015 年來台旅客人次與滿意度

表二、2015 年吸引受訪旅客來台觀光因素(%)

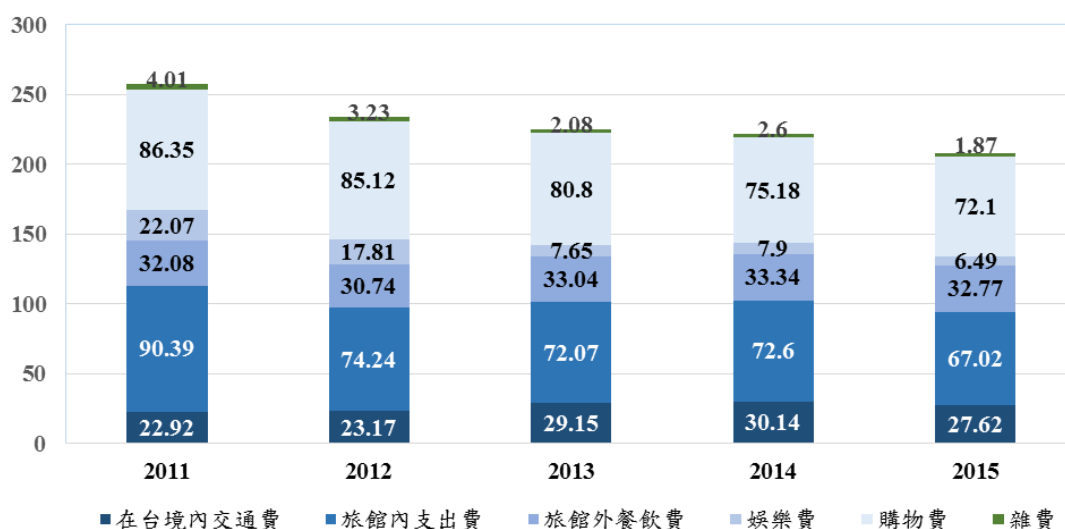
單位:人次/百人次	2012	2013	2014	2015
風光景色	60.38	59.38	64.31	61.29
菜餚	37.25	41.36	39.67	34.46
購物	24.22	29.97	28.56	25.09
台灣民情風俗和文化	31.25	29.39	24.85	24.36
歷史文物	20.57	18.17	15.86	16.31
節慶活動	1.11	0.30	0.20	0.19

來台旅客主要客源國之成長趨勢，2011 年至 2015 年間以中國大陸旅客人次成長最快，截至 2015 年達 418 萬人次；其次為日本旅客。另五年間旅客人次呈正成長之國家有中國大陸、韓國、日本以及東南亞。四年間年複合成長率分別為 38.4%、24.4%、23.0%及 23.4%。

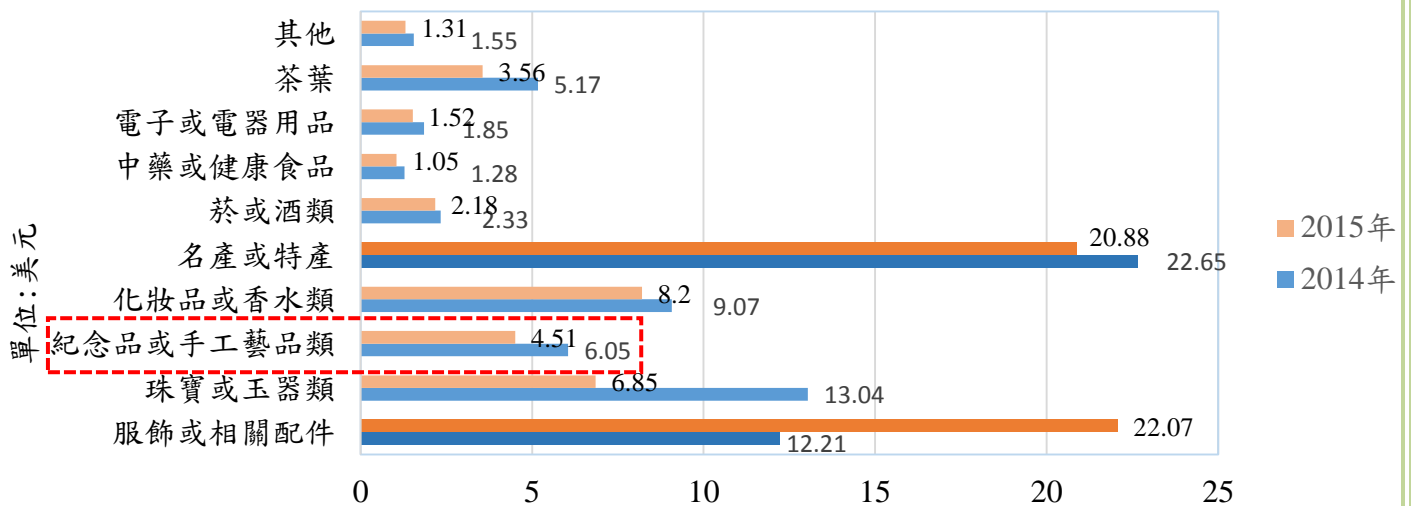


圖四、2011-2015 年來台旅客主要客源國旅客成長趨勢

2011至2015年間，來台旅客平均每人每日總支出呈逐年衰退態勢，截至2015年各項支出總計為207.87美元。其中又以娛樂費衰退最多，年複合成長率為-26.4%，而娛樂費係包含與文化觀光相關之門票費或文化體驗支出等，顯見來台旅客觀光消費直接回饋至文化部門的占比正在逐年下降。另購物費為來台觀光旅客的主要支出，進一步觀察2015年購物費細項如服飾或相關配件、珠寶或玉器類、紀念品或手工藝品類、化妝品或香水類、名產或特產、菸或酒類、中藥或健康食品、電子或電器用品、茶葉及其他，其中以服飾或相關配件支出尤多，且為四年內唯一正成長之項目；其次為名產或特產。與文化觀光相關的支出項目為紀念品或手工藝品類，2015年平均每人每日支出4.51美元，較2014年減少25.5%。



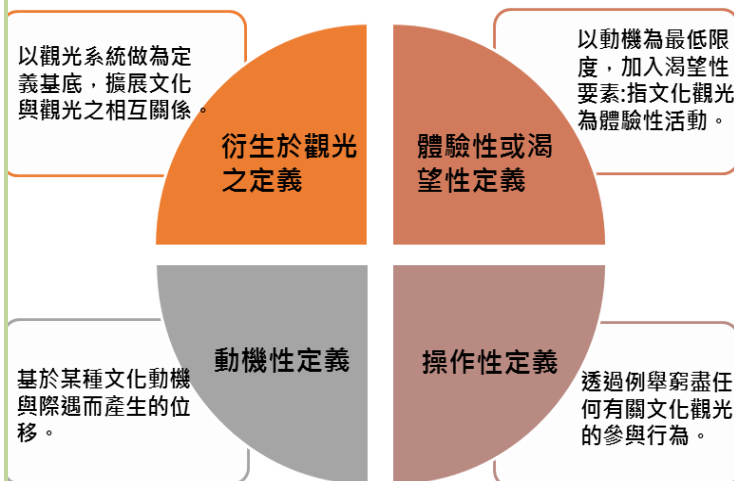
圖五、2015 年平均每人每日消費支出



圖六、2015年平均每人每日購物費消費細項

文化觀光定義與類型

綜合國內外文獻，文化觀光係由各式各樣的產品與活動所構成，具有多元性。從不同角度或構面可延伸出不同導向的定義，顯示「文化觀光」著實為一傘狀名詞。惟本篇將文化觀光視為**動機性定義**，旅客的觀光旅遊動機以文化獲取為出發點，有意識或計畫性地參與及體驗有形、無形之文化活動，並透過此動機性定義來探討文化觀光產值。另在文化觀光發展型態部分，則是透過我國文化部職掌範圍、國內外文獻以及文化觀光實務觀察，顯示我國文化觀光類型應有八種類型如圖八。



圖七、文化觀光四大定義

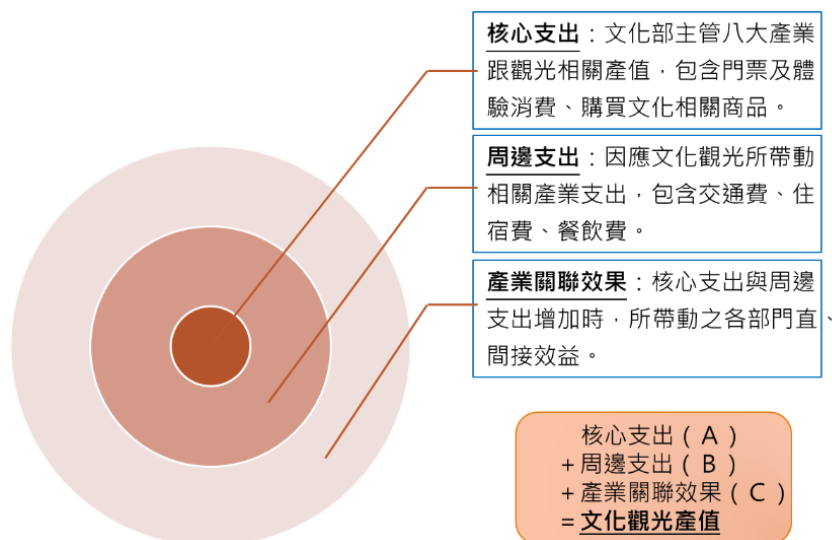
文化資產觀光	傳統/多元民族觀光	節慶觀光
<ul style="list-style-type: none"> 社區文史導覽 藝文參觀如博物館、美術館等 	<ul style="list-style-type: none"> 原民生活體驗 客家生活體驗 	<ul style="list-style-type: none"> 民俗文化節慶 藝文表演活動
藝術觀光		文學觀光
大型博覽會 如書展、藝博會等		<ul style="list-style-type: none"> 參觀獨立書店 參觀文學作家故居
影視音觀光	工藝觀光	其它文化觀光
<ul style="list-style-type: none"> 影視景點觀光 流行音樂相關參與 	<ul style="list-style-type: none"> 工藝品參觀 相關體驗活動 	<ul style="list-style-type: none"> 產業觀光 宗教觀光 地方產業

圖八、文化觀光八大類型

資料來源:McKercher 博士與 Cros 博士所合著之《文化觀光：觀光與文化遺產管理》一書(劉以德博士審譯)。

◆ 文化觀光產值結構

本篇估算文化觀光產值之方法，係藉由與文化產業最直接相關的門票及導覽費等核心支出、以文化觀光為目的的旅程所花費之住宿、交通及餐飲費等周邊支出，以及核心與周邊支出所帶動的產業關聯效果，加總取得我國文化觀光產值。



圖九、文化觀光產值結構

◆ 文化觀光產值估計-需求面調查

本篇藉交通部觀光局「2015 國人旅遊狀況調查報告」以及「2015 年來台旅客消費及動向報告」調查，計算國人旅客與來台旅客予以我國文化觀光之產值貢獻。

🌐 來台旅客文化觀光需求面估算

本篇來台旅客產值推估係運用來台旅客總人次；受我國文化觀光相關因素吸引之比例(藉交通部觀光局「2015 年來台旅客消費及動向報告」調查，「吸引受訪旅客來台觀光因素」中的「臺灣民情風俗和文化」、「歷史文物」以及「節慶活動」三者占比，透過加權平均法求得)；來台旅客平均停留夜數；門票、體驗以及購買文化相關商品的消費支出以及帶動周邊旅遊消費(餐飲、住宿、交通)等參數估算之。

表三、來台旅客需求面產值估算

核心支出		周邊支出	產業關聯效果
來台旅客文化觀光估算	故宮門票消費 + 紀念品/工藝品消費金額	以觀光為目的的來臺旅客，受臺灣民情風俗吸引比例，所帶動周邊旅遊消費(餐飲、住宿、交通)。	核心支出與周邊支出產品增加時，其他產業直、間接所形成之效益。
資料來源	觀光局2015年來臺旅客消費及動向調查	觀光局2015年來臺旅客消費及動向調查	主計總處100年產業關聯表

在來台旅客文化觀光核心支出部份，門票消費為 12.65 億元；文化相關商品消費為 99.58 億元，總計**核心支出**為 **112.22 億元**，較 2014 年衰退 15.76%³。另來台旅客**周邊支出**為 **331.95 億元**，較 2014 年成長 31.22%⁴。總計來台旅客**總支出**為 **444.17 億元**，較 2014 年成長 15%。

表四、來台旅客文化觀光核心支出

來臺旅客文化觀光核心支出			
門票		文化相關周邊商品消費	
A	來臺旅客總人次(1,044萬人)	D	來臺旅客總人次(1,044萬人)
B	來臺旅客前往故宮博物院遊覽比例(48.47%)	E	來臺旅客平均停留夜數(6.63夜)
C	故宮博物院門票費用(250元)	F	來臺旅客平均每人每日紀念品/手工藝品類消費(4.51美元≡新臺幣143.86元)
A x B x C = 12.65億元		D x E x F = 99.58億元	

註: 1. 來台旅客前往故宮博物院遊覽比例係採「104 年來台旅客消費及動向調查報告」表 4-3-6。
2. 本篇所採用之各國幣值換算匯率乃根據 104 年中央銀行各幣別對美元匯率的月平均匯率資料。

表五、來台旅客文化觀光周邊支出

周邊支出推估			
來臺旅客文化觀光總支出[以觀光為目的]		來台旅客文化觀光周邊支出	
G	來臺旅客總人次(750.5萬人)	K	來臺旅客文化觀光總支出(444.17億元)
H	來臺旅客平均停留夜數(5.71夜*)		
I	來臺旅客平均每人每日消費(214.04美元≡新臺幣6796.2元)		
J	受文化觀光相關因素吸引來臺的比例(14.76%)		
G x H x I x J = 444.17億元 (K)		L	來臺旅客文化觀光核心支出(12.65億元+99.58億元=112.22億元)
		K - L = 331.95億元	

註: 1. 基於交通部觀光局「104 年來台旅客消費及動向報告」之「吸引受訪旅客來台觀光因素」題項為複選題，本篇運用加權平均法，得出「受臺灣民情風俗和文化」、「歷史文物」與「節慶活動」的比例分別為 9.36%、5.34%、0.06%，總計受文化觀光相關因素吸引的比例為 14.76%。
2. 本篇所採用之各國幣值換算匯率乃根據 104 年中央銀行各幣別對美元匯率的月平均匯率資料。

³若 2014 年來臺旅客文化觀光核心支出以此方法估算，則文化觀光核心支出為 133.23 億元。

⁴若 2014 年來臺旅客文化觀光周邊支出以此方法估算，則文化觀光周邊支出為 252.98 億元。

2015 年來台旅客從事文化觀光之**核心支出**所創造的產業關聯效果為 **93.5 億元**；而**周邊支出**所創造的產業關聯效果為 **467.68 億元**，小計 2015 年來台旅客從事文化觀光的產業關聯效果為 **561.18 億元**。總計 2015 年來台旅客從事文化觀光遊程/活動的總產值為 **1005.35 億**。

表六、來台旅客文化觀光產業關聯效果

產業關聯效果-核心支出		產業關聯效果-周邊支出	
M	來臺旅客文化觀光核心支出(112.22億)	O	來臺旅客文化觀光周邊支出(331.95億)
N	藝術、娛樂及休閒服務產業關聯效果原為1.833485，惟其含自身數值，故需減1，因此產業關聯效果為0.833485。	P	住宿及餐飲產業關聯效果原為2.408899，惟其含自身數值，故需減1，因此產業關聯效果為1.408899。
M x N=93.5億元		O x P=467.68億元	

國人旅客文化觀光需求面估算

本篇國人旅客產值推估係運用我國 12 歲以上國內旅遊總旅次、國人旅客參與文化體驗活動占所有遊憩活動之比例、每人每次觀光平均費用以及核心、周邊支出之產業關係數等參數。然由於需求面係採觀光局統計資料，在旅客消費調查中，無法拆分與文化相關領域支出，因此僅能概略估計核心與周邊支出加總值。另透過綜合產業關係數求得總支出的產業關聯效果。

表七、國人旅客需求面產值估算

	總支出		產業關聯效果
	核心支出	周邊支出	
國人旅客文化觀光估算	門票及體驗消費+周邊商品消費金額	因文化動機所帶動周邊旅遊消費(餐飲、住宿、交通)。	核心支出與周邊支出產品增加時，其他產業直、間接所形成之效益。
資料來源	2015年行政院主計總處、觀光局2015年國人旅遊狀況調查		主計總處100年產業關聯表

在國人旅客文化觀光總支出部份，根據 2015 年行政院主計總處與「2015 國人旅遊狀況調查報告」數據，估算 2015 年國人旅客文化觀光總支出為 1073.05 億元，較 2014 年成長 24.37%⁵。另產業關聯效果部份，在 2015 年國人旅客文化觀光總支出(1073.05 億元)與綜合產業關聯效果(0.868293)加乘之下，估算國人旅客從事文化觀光所創造的產業關聯效果為 931.72 億元。總計 2015 年國人旅客文化觀光產值為 2,004.77 億元，較 2014 年成長 24.37%⁶。

⁵若 2014 年國人旅客文化觀光總支出以此方法估算，則文化觀光總支出為 862.78 億元。

⁶若 2014 年國人旅客文化觀光總產值以此方法估算，則文化觀光總產值為 1611.7 億元。

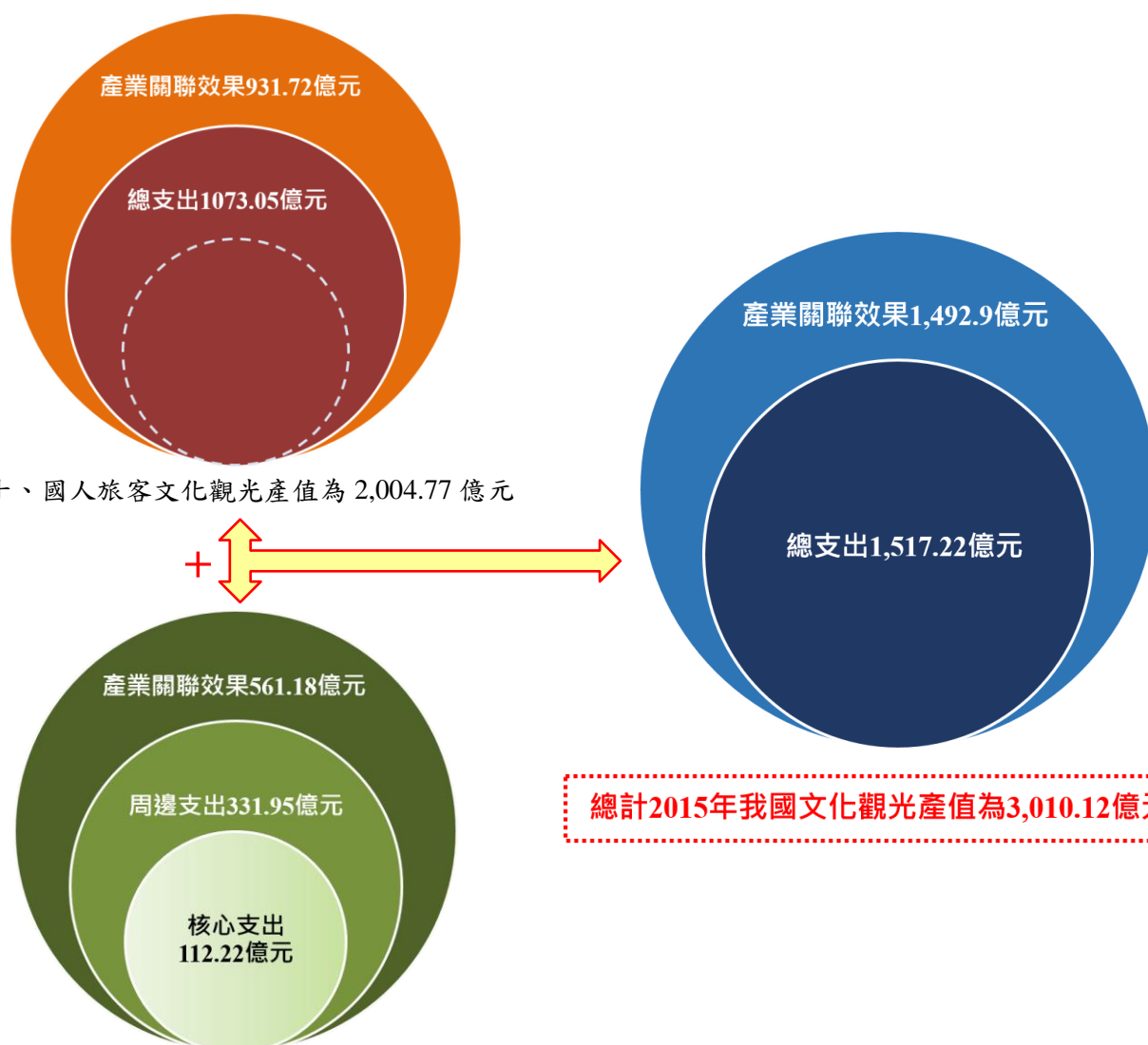
表八、國人旅客文化觀光產值估算

國人文化觀光總支出		產業關聯效果-總支出	
Q	我國12歲以上國內旅遊總旅次 (1.785千萬人)	T	國人旅客文化觀光總支出 (1073.05億元)
R	主要遊憩活動中文化體驗活動比例 (29.8%)	U	產業關聯效果-綜合(0.868293)
S	每人每次觀光平均費用(新臺幣2,017元)		
Q x R x S = 1073.05億元		T x U = 931.72億元	

註: 1. 主要遊憩活動中文化體驗活動比例係採「104年國人旅遊狀況調查報告」表4-3-4。

2. 國人旅客消費係採觀光局統計資料，無法拆分文化相關領域支出，因此逕自以總支出概括核心與周邊支出。

綜合上述產值估算，顯示來台旅客文化觀光產值為 1,005.35 億元；國人旅客文化觀光產值為 2,004.77 億元，**總計 2015 年我國文化觀光產值為 3,010.12 億元。**

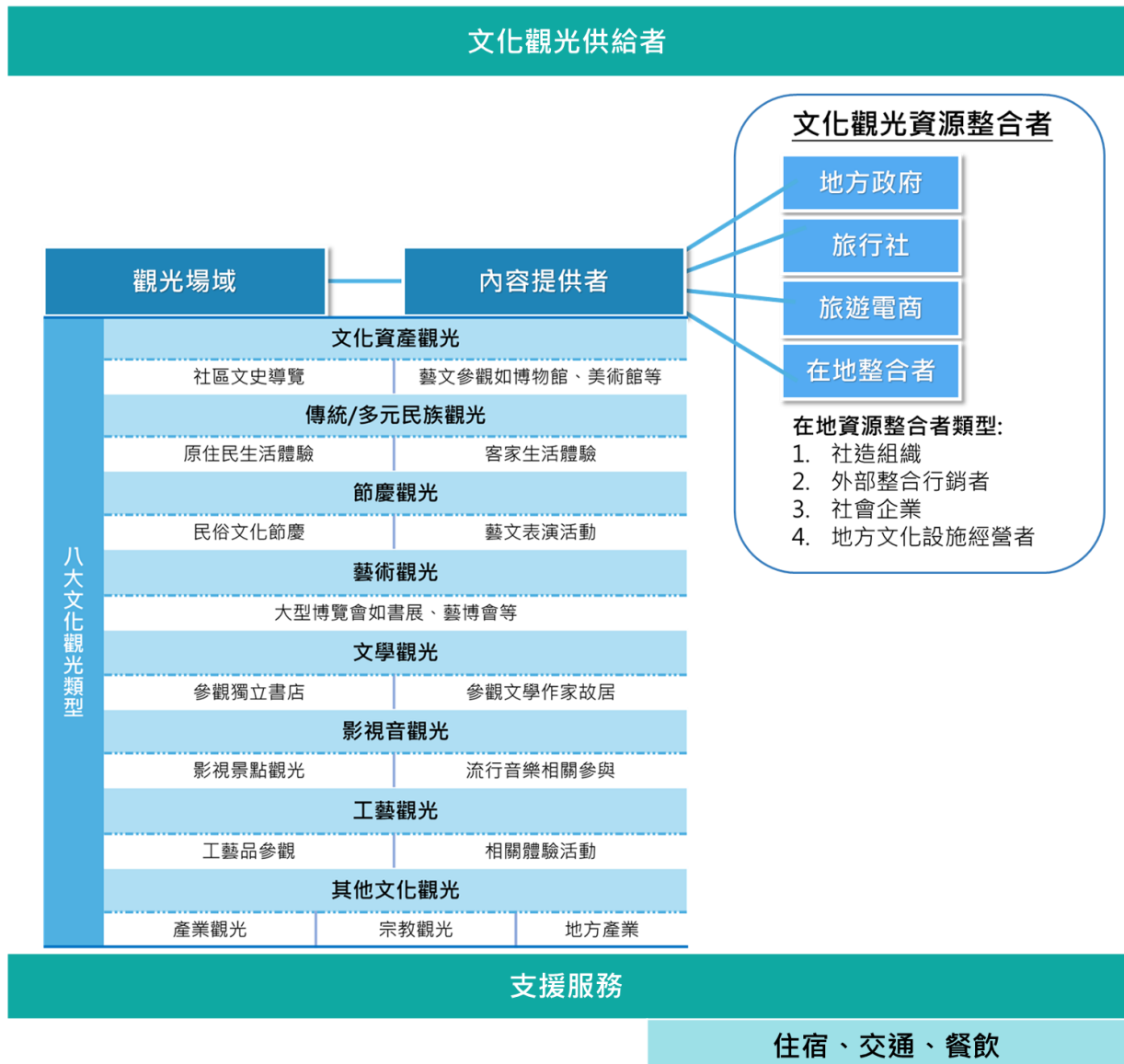


圖十、國人旅客文化觀光產值為 2,004.77 億元

圖十一、來台旅客文化觀光產值為 1,005.35 億元

◆ 我國文化觀光資源整合者調查成果分析

文化觀光主要由八大類型(如圖十二所示)提供的核心服務，以及周邊支援服務如住宿、交通、餐飲所組成。其中，核心服務除觀光場域外，亦包含內容提供者，本篇稱之為文化觀光資源整合者。依整合範圍與形式的不同，區分為地方政府、旅行社及旅遊電商、在地資源整合者等三類。其中，在地資源整合者又可分為社造組織、外部整合行銷者、社會企業以及地方文化設施經營者等四類型。然本篇針對文化觀光資源整合者進行調查並摘要研究成果。



圖十二、文化觀光供應鏈

文化觀光提供類型方面，地方組織主要提供文化資產觀光與其他文化觀光；旅行社則是提供傳統/多元民族觀光與節慶觀光；另地方政府提供文化資產觀光與節慶觀光。由此可知，地方組織與地方政府因致力於在地經營而著重地方有形、無形文化資產的活化；而旅行社帶領旅客多為外縣市或國外旅客，係以我國文化特色為主的傳統/多元民族觀光或節慶觀光為主。

表九、文化觀光提供類型

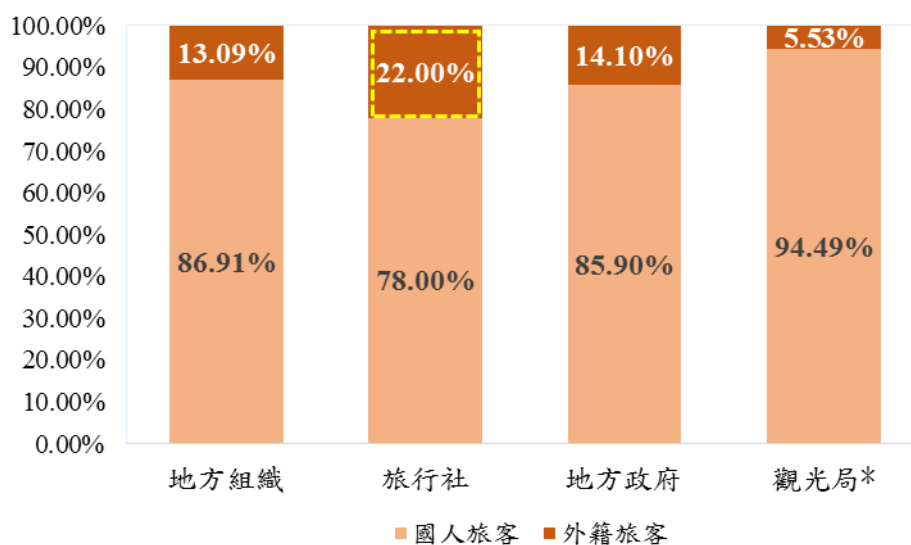
	文化資產觀光	傳統/多元族群觀光	節慶觀光	藝術觀光	工藝觀光	影視音觀光	文學觀光	其他文化觀光
從事文化觀光-地方組織	25.81%	9.68%	15.05%	4.30%	12.90%	4.30%	7.53%	20.43%
從事文化觀光-旅行社	16.67%	20.83%	20.83%	4.17%	12.50%	0.00%	8.33%	16.67%
從事文化觀光-地方政府	20.78%	6.49%	18.18%	15.58%	7.79%	9.09%	10.39%	11.69%

過去三年國人與外籍文化觀光旅客的人次變化部分，地方組織認為國人文化觀光旅客具增加趨勢，外籍旅客則呈現持平；旅行社認為國人旅客與外籍旅客在過去三年皆為成長趨勢，係因旅行社能親自接觸文化觀光旅客，故較持樂觀看法；地方政府則認為過去三年國人旅客與外籍旅客呈持平狀態。整體而言，近年內我國文化觀光旅客確實呈增加態勢。

表十、過去三年文化觀光旅客人次變化

趨勢	國人旅客				外籍旅客			
	增加	持平	減少	總計	增加	持平	減少	總計
從事文化觀光-地方組織	53.85%	42.31%	3.85%	100.00%	33.33%	54.17%	12.50%	100.00%
從事文化觀光-旅行社	66.67%	33.33%	0.00%	100.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
從事文化觀光-地方政府	42.86%	57.14%	0.00%	100.00%	33.33%	58.33%	8.33%	100.00%

在國人旅客與外籍旅客比例部分，顯見旅行社接待外籍旅客的比例較高，占比約 22%，而交通部觀光局調查一般觀光的外籍旅客人次比例僅 5.53%。此調查結果說明外籍旅客更傾向於深度文化旅遊，且旅行社較瞭解外籍旅客市場並具備接待外籍旅客經驗。



*國人旅客人次為參考國人國內旅遊總旅次；外籍旅客人次為來台旅客人次(不含商務人士)。

圖十三、國內外文化觀光旅客比例

依本篇與觀光局「2015年來台旅客消費及動向調查報告」的受訪旅客年齡層分布，可發現一般旅客的年齡層集中於20歲-29歲(占比26.18%)，而參與文化觀光資源整合者提供遊程之旅客則上移一個年齡層，地方組織集中在30歲-39歲(34.5%)；旅行社/旅遊電商集中在40歲-49歲(28.75%)；而地方政府集中在50歲-59歲(34.1%)。本篇調查之差異性，來自於青年在人生經歷與經濟能力到達一定程度後，會開始尋求更加深度的文化觀光體驗。

表十一、文化觀光旅客年齡層分布

		12-19歲	20-29歲	30-39歲	40-49歲	50-59歲	60-69歲	70歲以上
國人旅客比例	地方組織	7.86%	5.39%	24.70%	24.61%	18.26%	10.98%	7.61%
	旅行社	2.50%	3.25%	13.75%	30.00%	27.50%	11.75%	8.75%
	地方政府	3.7%	10.0%	18.4%	20.3%	23.3%	18.1%	4.5%
	觀光局	10.60%	15.70%	19.80%	17.70%	17.60%	11.20%	7.50%
外籍旅客比例	地方組織	1.18%	1.88%	34.50%	26.88%	22.88%	10.75%	1.56%
	旅行社	0.00%	0.00%	17.75%	28.75%	27.25%	21.25%	5.00%
	地方政府	0.9%	3.6%	20.9%	19.6%	34.1%	13.6%	6.3%
	觀光局	2.20%	26.18%	21.63%	18.41%	17.42%		14.16%

在旅客消費支出部分，透過我國文化觀光資源整合者瞭解旅客參與文化觀光遊程/活動時的各項消費支出。在當日來回遊程/活動的每日消費支出中，國人旅客普遍低於外籍旅客。主要差異項目為餐飲費、娛樂費(文化觀光相關門票)與購物費(文化相關商品)，主因為外籍旅客來台觀光，會希望深入體驗在地文化，另文化商品對外籍旅客而言，是值得紀念並極具代表性的文化商品。

表十二、文化觀光旅客單日來回消費概況(天)

平均金額(元)	餐飲費	交通費	娛樂費		購物費	合計
			文化觀光相關門票	文化觀光體驗費用	文化相關商品	
國人旅客	900	867	500	1,000	500	3,217
外籍旅客	1,425	1,167	1,000	1,250	1,000	5,142

◆ 小結

根據文化觀光產值結構得以察覺，雖然與文化直接相關的核心支出占整體產值比例不高，惟受文化吸引而從事的觀光行為所創造之經濟效益仍非常可觀，本篇欲藉此數據示意各界投注心力，加以重視我國有形、無形文化資源的維護與活化。

另雖然動機型外國旅客有逐年下降趨勢，惟其在娛樂及購物等核心支出上較國人旅客高，顯然除文化資源的活化，對外行銷宣傳亦十分重要。透過以下文化觀光轉化示意圖，可知我國文化觀光的國際拓展需要多方資源的協力扶植，文化部首要積極維護並活化文化資源，以求公私部門整合，藉轉化機制賦予我國文化資源相當的觀光吸引力，最後由文化部與交通部觀光局合力於國際行銷平台上推廣。確信經過文化內容強化與宣傳管道的應用，俾使具能量的文化資源轉化為甚富吸引力的文化觀光資產，吸引外國旅客前來以活絡我國文化觀光消費市場。



圖十四、文化觀光轉化示意圖