

旅遊處

壹、前言

澎湖位居台灣海峽樞紐，四面環海之地理位置，觀光資源極為豐富，自然生態人文景觀獨具特色，清澈的澎湖灣以及強勁的東北季風，更使澎湖成為國際風帆船選手年度巡迴必經之地，比美加勒比海與西班牙南部海域，為台灣海洋立國的精神標竿。

除了豐富的自然資源以外，澎湖也擁有深厚的人文底蘊，經歷明、荷、清、日文化的洗禮，在澎湖群島留下許多珍貴的文化資產，因此 2020 年定調澎湖文化旅遊年，縣府推出一系列文化旅遊相關活動，從媽宮城區小旅行到南寮村蒙面主題文化旅遊，神秘的龍門閉鎖陣地體驗旅遊到銅牆鐵壁婚紗拍攝之旅，用創意發掘每個歷史景點，期望展現澎湖文化力，並讓遊客深度探索澎湖之美。

未來我們也持續迎合旅遊市場需求、形塑美麗澎湖灣意象，結合潮間帶、玄武岩及內海生態旅遊，創新旅遊路線，並融入在地人文特色推廣更多文化主題遊程，發展具有魅力的觀光遊程藍圖，創造足以吸引國內外旅客的旅遊特色，延長遊客停留景點時間，活化地區經濟，促進地方特色產業發展是本處的使命。

貳、目標達成情形

一、績效總分

績效面向	績效評分
1. 核心業務 (60%)	52.36
2. 業務創新改良 (20%) (依 96 年度施政計畫績效評估會議決議，本項分數複評時由委員除以 2 計算)	18.95
3. 人力 (10%)	8.51
4. 經費 (10%)	10
5. 整體施政績效 (10%) (依 96 年度施政計畫績效評估會議決議，本項分數授權審查委員由業務創新改良面向除以 2 所得分數酌予給分)	業務單位免填
績效總分	

二、各面向績效分析

(一) 核心業務面向

策略績效目標	衡量指標	原訂目標值	達成目標值	達成度	項目權分	績效衡量暨達成情形析
1. 提升旅遊服務品質 (12%)	(1) 旅遊解說及導覽服務提升計畫(2%)	3	3	100%	2	共計舉辦3場次： 1. 澎湖四大戰役導覽解說培訓活動1場。 2. 109年走尋媽宮城導覽活動及導覽解說員甄訓計畫活動1場。 3. 109年媽宮湖西線導覽人員培訓(含外語)活動1場。
	(2) 澎湖美食推廣計畫(2%)	2	2	100%	2	1. 辦理美食系列行銷活動：眷村美食月、澄澄派對、五星主廚月、菊島好食光美食護照、澎湖故事菜拉霸活動及美食券推廣活動。 2. 辦理餐飲輔導：辦理澎湖文旅故事菜創新推廣暨輔導計畫，徵選出20家故事菜及8家美食輔導店家，完成網路行銷宣傳、店家經營策略輔導等各項美食推廣工作。
	(3) 旅宿業管理(2%)	80	939	1173.75%	2	原預估稽查家次數因109年初受Covid-19疫情影響所訂定的，惟後來國旅大爆發及交通部觀光局補助稽查人力經費(2人)，主動增加稽查家次，計旅館檢查75家次、民宿檢查864家次，合計稽查939家次(110年因應實際需要合理調整稽查家次或指標)。
	(4) 海上平台管理(1%)	15	26	173.33%	1	配合本府海洋保育政策，109年增加稽查家次，共累計實施7場次26家次海上平台聯合稽查。

	(5)觀光發展推動委員會 (2%)	4	2	50%	1	1. 本委員會於109年1月21日、同年3月11日召開2場。 2. 因受疫情影響,致後續會議停止召開。
	(6)文旅年業務推動會議 (1%)	10	6	60%	0.6	1. 本會議業於109年1月10日、2月15日、3月5日、3月20日、9月4日及10月7日召開6場次。 2. 因受疫情影響,致後續會議停止召開。
	(7)辦理營運績效評估(2%)	3	3	100%	2	1. 「澎湖縣馬公第三漁港綜合旅館區興建營運移轉案」108年度營運績效評估於109年10月30日召開,評分結果為「優良」。 2. 「澎湖縣第一漁港遊艇泊區整建營運移轉案」108年度營運績效評估於109年10月26日召開,評分結果為「及格」。 3. 109年7月17日辦理109年「澎湖縣篤行十村眷村文化保存園區整建營運移轉案」營運績效評估會議,評估營運績效「良好」。
2. 行銷推廣澎湖之美,吸引觀光客蒞臨澎湖旅遊(12%)	(1)辦理澎湖海上花火節(4%)	45	52	115.56%	4	2020 澎湖國際海上花火節於7月6日開幕,9月3日閉幕,受疫情影響原訂國際煙火競賽取消,但縣府加碼觀音亭場次每場無人機展演數量為300台,並規劃吉貝、望安、七美等離島專場,此外今年與華特迪士尼合作亦獲得廣大效益,跨界結合觀光活動以及國際

						影視元素，短短兩個月吸引多達 52 萬遊客蒞澎，同時也結合迪士尼漫威品牌以專屬授權模式推出系列產品大受好評。
(2)辦理或補助 春夏旅遊推 廣活動(2%)	2	2	100%	2	1. 2020「外垵漁火讚元宵」於 2 月 8 日至 10 日假外垵漁港辦理，每日晚間 7 時 10 分、8 時 30 分、9 時及 9 時 40 分展演四場燈光水舞秀，每日並安排兩場演出，分別由鼓陣、火舞、LED 舞團等團體進行演出，3 天活動約吸引近 2 萬人次參與。 2. 辦理澎湖海洋派對「情定澎湖灣」活動，招募 19 對新人前來參與婚禮派對，安排至澎湖各大景點拍攝婚紗並於 9 月 29 日當日規劃沙灘婚禮以及情定晚宴，夜間施放 999 秒煙火。	
(3)辦理或補助 秋冬旅遊推 廣活動(2%)	3	3	100%	2	1. 辦理蒙面主題旅遊活動。 2. 辦理戀戀海味澎湖美食假期 推廣活動。 3. 補助 2020 年澎湖冬季風箏浪板邀請賽。	
(4)影視戲劇行 銷，擴大觀 光效益(1%)	2	2	100%	1	1. 補助風雅國際娛樂有限公司 拍攝製作「孝天食旅」廣告片。 2. 補助鹿路電影有限公司拍攝「港底 Bathe in Sunlight」電影短片。	

	(5)深度文化旅遊活動(3%)	3	3	100%	3	1. 辦理走尋媽宮城導覽活動吸引約1,100人報名參與。 2. 10月27日起辦理龍門閉鎖陣地體驗遊程試營運,吸引超過2,000人參與體驗。 3. 規劃花火體驗館陳展花火節18年歷史3個月展期,吸引超過24,000人次入館,另9月15日起辦理婚紗體驗館,供民眾付費換裝體驗,吸引240組民眾預約體驗。
3. 改善本縣內外交通,並提升服務品質(12%)	(1)改善小離島交通營運虧損補貼(4%)	90%	97.96%	108.84%	4	109年度核定補助金額共5,700萬元,全年度執行5,583萬5,650元,經費執行率為97.96%。
	(2)辦理對外海運船票補貼(3%)	80%	81%	101.25%	3	109年度核定補助金額共400萬元,全年度執行323萬7,987元,經費執行率為81%。
	(3)辦理小船經營業相關研習(2%)	1	1	100%	2	本案業於109年6月11日辦理研習完竣。
	(4)補助本縣2-11歲及65歲以上老人搭乘民用航空器3.5折票補貼(3%)。	90%	100%	111.11%	3	109年度原編列補助金額共1,206萬9,000元,因應縣民實際需要不足追加墊付2,000萬元,至12月底已全數執行完畢,實際經費執行率達100%。
4. 對外航空運能整合及協調機制之建立(5%)	(1)急、重症空中轉診處理窗口(2%)	40	48	120%	2	為立即處理急、重症患者轉台就醫,縮短就醫鄉親候機時間及機位之確定性,透過本機制「急、重症」成功轉診計協助48人次。
	(2)民俗節日交通輸運統合運作(2%,各1%)	5	6	120%	1	109年春節期間於1月23日至24於台北、高雄航空站;1月29至30日於馬公航空站設

)					置聯合候補櫃檯，1月22日於台北、高雄航空站及1月26日於馬公航空站設置服務臺。
		15	50	333.33%	1	109年春節配合鄉親返鄉(或工作地)實際需求增開包機50航班。
	(3)旅遊旺季及重要活動航空運能供需協調(1%)	5	10	200%	1	因應各連續假期鄉親需求，均由本府請民航局協調各航空公司視旅客機位需求及運能調度自主加開航班：清明節10架次、端午節、中秋節及雙十疏運順遂，無加開包機。
5. 促進民間參與觀光建設投資，提振國際觀光服務(4%)	(1)馬公第一漁港休閒漁業區招商計畫(2%)	80%	55%	68.75%	1.38	本案基地因屬馬公市精華地段，需嚴謹辦理可行性評估等各項履約事宜致影響預定期程，109年業已完成可行性評估及公聽會事宜，並已於110年1月5日召開先期規劃審查會；俟後續完成招商文件後將可辦理招商事宜。
	(2)篤行十村ROT二期招商規劃案(2%)	65%	35%	53.85%	1.08	本案因受疫情及兩次招標流標影響後續契約-可行性評估等履約期程，唯於109年評選出專業服務廠商並於同年12月1日訂約。
6. 整備觀光遊憩環境品質計畫(15%)	(1)七美西濱遊憩區整建工程(3%)	75%	40%	53.33%	1.6	本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，工程無法執行。
	(2)虎井島遊憩區整建工程(3%)	75%	40%	53.33%	1.6	本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，工程無法執行。
	(3)東衛坑道遊憩區整建工程(3%)	75%	40%	53.33%	1.6	本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤

						案收回，致使撤回招標公告，工程無法執行。
	(4) 本縣海洋地質公園中心、張雨生館及潘安邦館各項設備維護(3%) (720 萬)	90%	93.17%	103.52%	3	109 年度核銷經費合計 670 萬 8,354 元整。(670 萬 8,354 元/720 萬元=93.17%)
	(5) 各風景區維護管理、夜間照明、公共藝術、小型遊憩設備工程 (3%)	90%	74.86%	83.18%	2.5	109 年度核銷經費合計：109 年度核銷經費合計 748 萬 5,510 元整。(748 萬 5,510 元/1,000 萬元=74.86%。主要因「澎湖海洋地質公園中心遮蔭造型帆布工程(含監造服務)」廠商進度延宕所致，該案契約金額為 212 萬 9,731 元，佔 21.30%。
績效分數	52.36					

(二) 業務創新改良面向

策略績效目標	衡量指標	原訂目標值	達成目標值	達成度	項目權分	績效衡量暨達成情形分析
1. 辦理創新主題性觀光行銷活動 (20%)	(1) 配合交通部觀光局經典小鎮推廣經典小鎮虎井觀光，創造話題 (5%)	1,000	1,000	100%	5	本案配合交通部觀光局 2020 經典小鎮計畫推出虎井深度旅遊推廣計畫，原訂擬推行示範遊程，故設定參與人數為 1,000 人，惟因中央核定計畫時程較晚，為配合行政作業流程，遂進行計畫變更事宜，將本案執行期程訂於冬季，雖該時節深受東北季風影響，惟仍充分藉由淡季時期社區成員空閒時辦理導覽培訓以及社區美食開發研討，並與地方學校合作建置地景藝術，期望社區能以共享、共創、共有資源的概念，打造悠

						<p>然怡人的虎井旅遊氛圍。本計畫成功為虎井打造經典遊程路線，形塑自助旅遊形象，虎井本身以自然資源和神秘歷史故事見長，本計畫推廣成果如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 創作虎井旅遊地圖 2. 盤點虎井旅遊資源 3. 營造虎井特色旅遊路線 4. 設置虎井專屬自助旅行包 5. 成功塑造虎井貓島自助旅遊形象 6. 協助島上店家優化旅遊服務 <p>原訂本案目標值 1,000 人，雖並未按原訂計畫舉辦示範遊程，而係配合冬季推動社區地方旅遊深耕工作事項，並確實達成中央核定計畫目標，另依據虎井岸巡安檢所提供資料，108 年 10 月 1 日至 11 月 31 日虎井登島人數總計 13,961 人，109 年 10 月 1 日至 11 月 31 日虎井登島人數 24,830 人，遊客人數成長超過 70%，計畫期間推廣虎井小鎮旅遊成果倍受遊客歡迎，故本案仍視為達成預期目標值。</p>
	(2) 配合活動主題設計體驗展覽 (5%)	3	3	100%	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本案配合花火節設置花火體驗館吸引近 24,000 人次參觀。 2. 另配合情定澎湖灣設置婚紗體驗館吸引近 240 人付費報名預約。 3. 本項目原定應分為花火體驗館、婚紗體驗館以及復古體驗館等 3 場主題策展，惟為加強婚紗體驗館行銷，故合併復

						古體驗館以及婚紗體驗館策展內容，融合中式12古禮以及傳統旗袍婚紗，並將婚紗體驗館展期延長至11月底，爰此本指標執行數以3場計。
	(3) 錄製景點語音導覽，提昇景點觀光便利性(3%)	30個	30	100	3	本案完成錄製30個語音景點中文導覽，介接於澎湖TRAVEL網站景點介紹頁面，提供方便體貼的導覽資訊。
	(4) 辦理澎湖海洋地質中心多媒體擴充(VR虛擬實境)(5%)	95%	75%	78.95%	3.95	該案施工進度超過50%，惟廠商製作影片成果未如預期，故請其重新製作，致使無法如期完成。依原定施工進度達50%(75%)，故達成75%。
	(5) 台灣好行新闢路線(2%)	1	1	100%	2	本縣台灣好行於109年7月1日新闢媽宮湖西線
績效分數	18.95					

(三) 人力面向

策略績效目標	衡量指標	原訂目標值	達成目標值	達成度	項目權分	績效衡量暨達成情形分析
1. 精實臨時人員進用，強化服務效能(2%)	臨時人員精簡率(2%)	-	-3%	-	1.5	1. (本年度該機關(單位)第1季至第3季運用人數平均值為21.22人-前一年度該機關(單位)第1季至第3季運用人數平均值為21.89人)/前一年度該機關(單位)第1季至第3季運用人數平均值B人×100%=C(以四捨五入方式計算至小數點以下第一位)
2. 型塑學習型組織，提升公務人力素質	(1) 必須完成之課程完成率(3%)	-	81%	-	2.43	受考核人員16(含職員15人+約聘僱1人)達成「必須完成課程」之人數13/受考核人員總數81.25×100%=81%

(8%)	(2) 參加性別主流化訓練課程 2 小時以上之人數比率 (3%)	-	88%	-	2.64	參加各項性別主流化訓練課程 2 小時以上之人數比例為 G%，得 G%×3 分。
	(3) 各項訓練到訓率 (2%)	-	97%	-	1.94	薦送參加本府人事處辦理之各項訓練研習課程 (含行政處辦理之縣政專題講座)，到訓率 H% (到訓人數/分配人數) 按比例給分，得 H%×2 分。(到訓率計算至整數，小數點以下第一位四捨五入)
績效分數	8.51					

(四) 經費面向

策略績效目標	衡量指標	原訂目標值	達成目標值	達成度	項目權分	績效衡量暨達成情形分析
合理分配資源，增進預算執行績效 (10%)	(1) 各機關當年度經常門預算執行率 (7%; 無資本門者為 10%)	95%	124.44%	130.99%	7	1. 達成目標值: 經常門預算實支數/經常門預算數 ×100%=517,980,478/416,262,000*100%=124.44% 2. 達成度: 124.44% / 95%=130.99% 3. 得分: 130.99%×7=7
	(2) 各機關當年度資本門預算執行率 (3%)	80%	85.52%	106.9%	3	1. 達成目標值: 本年度資本門實支數/資本門預算數 ×100%=108,851,064/127,276,000*100%=85.52% 2. 達成度: 85.52%/80%=106.9% 3. 得分: 106.9%×3=3
績效分數	10					

參、未達目標項目檢討（10%以內得免提列檢討）

策略績效目標	衡量指標	達成度 差異值	未達成原因分析暨因應策略
(一) 核心業務面向 1. 提升旅遊服務品質 (12%)	(5) 觀光發展推動委員會 (2%)	-50%	觀光發展推動委員會依規定應召開 4 次，因受疫情影響致未達會議召開次數。
	(6) 文旅年業務推動會議 (1%)	-40%	文旅年業務推動會議原訂召開 10 次，因受疫情影響致未達會議召開次數。
5. 促進民間參與觀光建設投資，提振國際觀光服務 (4%)	(1) 馬公第一漁港休閒漁業區招商計畫 (2%)	-31.25 %	1. 本案基地屬馬公市精華地段，為能妥適辦理可行性評估(含市場、技術、財務、法律、土地取得、環境等相關可行性影響)，以利後續招商順遂，故於可行性評估階段均謹慎辦理研討各項可能(行)性，時程因而延長。 2. 經多次研議下，業於 109 年完成可行性評估及公聽會事宜，現刻辦理先期規劃；待後續完成招商文件後將辦理招商事宜。
	(2) 篤行十村 ROT 二期招商規劃案 (2%)	-46.16 %	1. 財政部 109 年 2 月 3 日核定計畫經費 130 萬元整，至 109 年 6 月完成法定預算程序。 2. 109 年 7 月 13 日至 109 年 7 月 27 日及 109 年 8 月 25 日至 109 年 9 月 7 日辦理 2 次招標，均無廠商投標，嗣後修正招標文件並增加投標廠商資格，109 年 10 月 13 日至 109 年 11 月 2 日重新辦理第 3 次公告招標，由財團法人成大研究發展基金會得標，並於 109 年 12 月 1 日與成大完成簽約。 3. 因受疫情及招標作業致影響後續契約-可行性評估等履約期程。
6. 整備觀光遊憩環境品質計畫 (15%)	(1) 七美西濱遊憩區整建工程 (3%)	-46.67 %	本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，工程無法執行。
	(2) 虎井島遊憩區整建工程 (3%)	-46.67 %	本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，工程無法執行。
	(3) 東衛坑道遊憩區整建工程 (3%)	-46.67 %	本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，工程無法執行。
	(5) 各風景區維護管理、夜間照明、公共藝術	-16.82 %	因本案內有「澎湖海洋地質公園中心遮蔭造型帆布工程(含監造服務)」，該案契約金額為 212 萬 9,731 元，佔預算比例 21.30%。因廠商進度延宕所致，無法如期完成，致

	、小型遊憩設備工程(3%)		影響預算執行率，無法達成預期目標。
(二) 業務創新改良面向 1. 辦理創新主題性觀光行銷活動(20%)	(4)辦理澎湖海洋地質中心多媒體擴充(VR 虛擬實境)(5%)	-21.1%	該案施工進度超過 50%，惟廠商製作影片成果未如預期，故請其重新製作，致使無法如期完成。 依原定施工進度達 50%(75%)，故達成 75%。

肆、績效總評

在核心業務面向，達成度達 100%，或超過 100%之項目包括：1. 「提升旅遊服務品質」中之旅遊解說及導覽服務提升計畫(2%)、澎湖美食推廣計畫(2%)、旅宿業管理(2%)、海上平台管理(1%)、辦理營運績效評估(3%)。2. 「行銷澎湖之美，吸引觀光客蒞臨澎湖旅遊」中之辦理澎湖國際海上花火節(4%)、辦理或補助春夏旅遊推廣活動(2%)、辦理或補助秋冬旅遊推廣活動(2%)、影視戲劇行銷，擴大觀光效益(1%)、深度文化旅遊活動(3%)，3. 「改善本縣內外交通，並提升服務品質」中之改善小離島交通營運虧損補貼(4%)、辦理對外海運船票補貼(3%)，辦理小船經營業相關研習(2%)、補助本縣 2-11 歲及 65 歲以上老人搭乘民用航空器 3.5 折票補貼(3%)，4. 「對外航空運能整合及協調機制之建立」中之急、重症空中轉診處理窗口(2%)、民俗節日交通輸運統合運作(2%)、旅遊旺季及重要活動航空運能供需協調(1%)，皆達成預定目標值。

另辦理「提升旅遊服務品質」中之辦理觀光發展推動委員會(2%)、文旅年業務推動會議(1%)，因受疫情影響致未達會議召開次數，5. 「促進民間參與觀光建設投資，提振國際觀光服務」中之辦理馬公第一漁港休閒漁業區招商計畫(2%)基地因屬馬公市精華地段，需嚴謹辦理可行性評估等各項履約事宜致影響預定期程，及篤行十村 ROT 二期招商規劃案(2%)因受疫情及兩次招標流標影響後續契約-可行性評估等履約期程未達預期，6. 「整備觀光遊憩環境品質計畫」中之七美西濱遊憩區整建工程(3%)、虎井島遊憩區整建工程(3%)、東衛坑道遊憩區整建工程(3%)、各風景區維護管理、夜間照明、公共藝術、小型遊憩設備工程(3%)，因中央補助單位撤案收回經費補助致未能依原期程推動，執行率未達預期；7. 「業務創新改良面向」之辦理澎湖海洋地質中心多媒體擴充(VR 擬實境)(5%)，因廠商製作影片成果未達預期目標值。

伍、推動成果具體事蹟

一、提升旅遊服務品質

(一) 旅遊解說及導覽服務提升計畫：

1. 除配合觀光淡季期間，提升觀光從業人員服務品質外，另澎湖早年先後發生明荷、明清、清法與清日等四大戰役，遺留下許多豐富文化資產，為讓解說員更深入了解澎湖文化，陸續辦理觀光產業課程、論壇及研習訓練，包括「澎湖四大戰役導覽解說培訓活動」、「走尋媽宮城導覽活動及導覽解說員甄訓計畫活動」以及「媽宮湖西線導覽人員培訓(含外語)活動」等培訓特色遊程導覽解說人員，加強區域亮點行銷。
2. 「109年走尋媽宮城」導覽解說員甄訓課程於2月18日至21日舉辦，室內授課地點於澎湖海洋地質公園中心，室外課程則於媽宮城文化園區、篤行十村文化園區與金龜頭礮臺文化園區進行實地解說，特邀請澎湖資深文史工作者陳英俊、王文良老師，以及實務經驗豐富的李慧龍、杜治理、陳朋杰、李先寧、黃麗琴等解說人員擔任授課講師，報名導覽課程人數20人，最後通過考核者為13人，由本府正式頒發證書並實地安排進行走尋媽宮城導覽解說活動。

(二) 澎湖美食推廣計畫：

1. 109年7-12月辦理「2020澎湖文旅故事菜創新推廣暨輔導計畫」，徵選出20家故事菜，透過本縣餐飲業者運用說故事的方式，包裝形塑美味佳餚，創造澎湖美食品牌形象。及遴選8家美食輔導店家，由縣府委託專業團隊邀請各餐飲領域專家針對店家之不同需求進行個別諮詢與輔導，完成網路銷行宣傳、店家經營策略輔導等各項美食推廣工作。
2. 為推廣本縣秋冬美食，形塑美食主題旅遊意象，本府自109年10月起推出2020戀戀海味澎湖美食假期系列活動，與本府合作廠商推出眷村美食月、澄澄派對和五星主廚月等主題活動，並打造優惠行銷活動「菊島好食光美食護照集章活動」以及「尋找故事菜活動」，另外10月15日起開始發放美食券，提供蒞澎之非澎湖籍旅客持機票（船票）、兩晚以上合法旅宿住宿證明及身份證明文件，可兌領每人500元美食券，一人限領一次，限量兩萬份，獲得民眾熱烈響應，10月25日即全數發放完畢。

(三) 旅宿業管理：

為提供遊客住的安全，持續加強旅館與民宿稽查管理，每年1月至12月期間，由本處會同建設處、消防局、衛生局、環保局等相關單位進行聯合查報作業，針對本縣旅宿業進行查核，原預估稽查家次數因109年初Covid-19疫情影響所訂定，惟後來國旅大爆發及交通部觀光局補助稽查人力經費(2人)，主動增加稽查家次，計旅館檢查75家次、民宿檢查864家次，合計稽查939家次；本處並積極輔導本縣非法民宿及旅館合法化，確保遊客安全。

(四) 海上平台管理：

為維護近海海域清淨及維護遊客來澎旅遊環境公共安全，於每年 4 至 10 月由本處協同警察局、衛生局、環保局、農漁局及交通部觀光局澎湖國家風景區管理處等相關單位進行海上平台聯合稽查作業，109 年因執行海洋保育政策，爰增加本縣海上平台業者稽查次數，共計實施 7 場次 26 家次聯合稽查，藉以確保遊客安全及維護海域品質。

(五) 觀光發展推動委員會：

109 年共召開 2 場，後因受疫情影響，致會議停止召開。

(六) 文旅年業務推動會議：

澎湖縣政府宣布 2020 年為澎湖文旅年，澎湖不僅是碧海藍天，深厚的歷史人文底蘊也是澎湖迷人之處，澎湖縣政府旅遊處與文化局為推動文旅年相關業務，期間召開 6 場次會議，以推廣行銷文旅年經典景點，因受疫情影響，雖未能召開會議，但相關推廣工作並未停滯。

(七) 辦理營運績效評估：

1. 「澎湖縣馬公第三漁港綜合旅館區興建營運移轉案」108 年度營運績效評估於 109 年 10 月 30 日召開，評分結果為「優良」。
2. 「澎湖縣第一漁港遊艇泊區整建營運移轉案」108 年度營運績效評估於 109 年 10 月 26 日召開，評分結果為「及格」。
3. 109 年 7 月 17 日辦理 109 年「澎湖縣篤行十村眷村文化保存園區整建營運移轉案」營運績效評估會議，評估營運績效「良好」。

二、行銷推廣澎湖之美，吸引觀光客蒞臨澎湖旅遊

(一) 「2020 澎湖國際海上花火節」：

2020 年首度延期至夏天訂於 7 月 6 日開幕，9 月 3 日閉幕，總計 21 場花火活動，除 8 月 10 日場次受颱風影響取消外，其他場次皆如期辦理，而因疫情影響原訂國際煙火競賽取消，但本府加碼觀音亭場次每場無人機展演數量為 300 台，並規劃吉貝、望安、七美等離島專場，此外今年與華特迪士尼合作亦獲得廣大效益，跨界結合觀光活動以及國際影視元素，短短兩個月吸引多達 52 萬遊客蒞澎，同時也結合迪士尼漫威品牌以專屬授權模式推出系列產品大受好評。

(二) 春夏推廣活動：

1. 2020 「外垵漁火讚元宵」於 2 月 8 日至 10 日假外垵漁港辦理，每日晚間 7 時 10 分、8 時 30 分、9 時及 9 時 40 分展演四場燈光水舞秀，每日並安排兩場演出，分別由鼓陣、火舞、LED 舞團等團體進行演出，3 天活動約吸引近 2 萬人次參與。
2. 辦理澎湖海洋派對「情定澎湖灣」活動，招募 19 對新人前來參與婚禮派對，

安排至澎湖各大景點拍攝婚紗並於 9 月 29 日規劃沙灘婚禮以及情定晚宴，夜間施放 999 秒煙火，本次活動逐漸為本縣婚禮愛情主題旅遊塑造口碑，自 2019 年招攬 16 對新人參與活動後，2020 年開放 20 對名額，短短十日即報名額滿（後有一對陸籍新人因疫情影響退出，故實際參與為 19 對），另報名之新人中亦有 7 對澎湖籍新人參加活動，足見活動頗受外地民眾及在地居民肯定。

（三）秋冬推廣活動：

1. 本府為推廣秋冬主題旅遊，規劃辦理蒙面主題旅遊活動以及戀戀海味澎湖美食假期推廣活動：

（1）蒙面主題旅遊：本府以「冬至蒙蒙趣南寮」在德國柏林旅展百大綠色旅遊勝地：南寮村推出冬至蒙蒙趣南寮活動，活動由縣府輔導社區辦理，站在輔導社區追求文化轉型遊程的立場，帶領社區優化旅遊服務內容，並結合市場與行銷機制打造社區文化旅遊的新模式，活動自 109 年 11 月 16 日起至 110 年 1 月中旬辦理共 20 場次，吸引超過 600 名民眾報名體驗澎湖傳統冬至習俗中的雞母狗 DIY、菜繭體驗製作以及搓紅花米小湯圓等有趣特色活動，並透過導覽人員帶領認識南寮社區豐富的農村內涵，走訪古厝與菜宅，在傳統魚灶前一起完成魚灶煮蛋的復古體驗，此外亦配合活動設計雞母狗主題蒙面布巾贈送予報名參與遊客，

（2）戀戀海味澎湖美食假期：今年澎湖是國旅熱門選擇地點，為延續這股國旅熱潮同時持續推廣本縣美食主題觀光，本府在秋冬推出「戀戀海味·澎湖美食假期」系列活動，從 10 月到 12 月，為期 3 個月，月月有主題、週週有活動，包含與合作業者攜手推出的三大主題活動：眷村美食月、澄澄派對以及五星主廚月外，本府還推出「尋找故事菜集點活動」及「菊島好食光美食護照集章活動」兩大打銷活動，吸引遊客走訪澎湖，消費集點集章換驚喜好禮，期望協同產業力量將本縣美食旅遊形象行銷推廣予遊客。

（3）2020 年澎湖冬季風箏浪板邀請賽於 109 年 11 月 13 日至 15 日假白坑沙灘舉辦，今年是該活動第三屆辦理，因受疫情影響少了許多國際選手參與，但亦吸引國內各縣市好手赴澎競技，總計有來自 4 國，共計 54 人參賽，這是本縣運用季節風推廣的重要國際賽事之一，也為冬季觀光帶來不同發展契機，同時也彰顯塑造本縣為運動觀光賽事的重要根據地。

（四）推動影視戲劇多媒體觀光行銷：

本府補助風雅國際娛樂有限公司拍攝製作「孝天食旅」廣告片，以當紅明星朱孝天為主角，走訪澎湖經典景點以及介紹澎湖經典美食，全劇共計 3 集，

於 YOUTUBE FUN TV 播出，主攻網路行銷市場，同時播出時間也配合本府「戀戀海味澎湖美食假期」活動期間，加強宣傳廣度及美食旅遊形象營造。另外本府補助鹿路電影有限公司拍攝「港底 Bathe in Sunlight」電影短片，該片以湖西鄉成功村為拍攝背景，藉由故事情節帶出澎湖傳統人文情懷以及舊時澎湖回憶，雖非拍攝熱門澎湖景點，但藉由韻味深長的故事更能帶出澎湖文化韻味。

(五) 深度文化旅遊活動：

109 年為本縣推廣之「澎湖文旅年」，本府以「走尋媽宮城」活動作為文旅觀光先鋒，帶領遊客走訪媽宮城區經典景點，本活動係延續過往媽宮散步小旅行持續推廣馬公舊城區文史景點，並首度採取雙線導覽模式，分別是 3 月至 7 月辦理的「古往今來走尋媽宮發展史」，以及 8 至 12 月辦理的「再現媽宮閩澎歷史話風華」，自 3 月起至年底吸引超過 1,100 人報名參與，另培訓 13 位導覽解說人員加入帶團行列，強化本縣文旅觀光培力。

10 月 27 日開放龍門閉鎖陣地進入參觀，此處由本府自 105 年起及開始進行整修工程，至 109 年 10 月完工後開始規劃經營體驗遊程，初期開放採試營運模式，委由龍門社區協助代管並經營遊程導覽，並向遊客收取導覽費用一人 50 元（澎湖籍半價），廣受歡迎，10 月 27 日開放至 12 月底即吸引超過 2,000 人參與體驗，並且社區在代管過程中也獲得許多遊客讚譽，讓社區獲得高度成就感，並向本府表示自 110 年起將願意採自負盈虧模式，由社區自行收費經營龍門閉鎖陣地導覽遊程用以支付管理閉鎖陣地人力及導覽人員所需費用，對於節省縣庫支出相當有助益，並且此處也成為本縣第一個社區經管公家景點，建構良好社區合作模式。

而在市區篤行十村本府也首創花火體驗館，配合花火節期間陳展花火節 18 年歷史並納入科技互動體驗，短短三個月展期吸引超過 24,000 人次入館，另 9 月 15 日起配合海洋派對情定澎湖灣活動辦理婚紗體驗館，供民眾付費換裝體驗婚紗，兩個半月活動期間吸引 240 組民眾付費預約體驗。

三、改善本縣內外交通，並提升服務品質

(一) 改善小離島交通營運虧損補貼及增加離島交通船班次：

由離島建設基金第五期綜合建設計畫(108-111)核定補助，109 年澎湖縣各離島交通船營運補貼總經費共 5,700 萬元，執行期間為 108 年 12 月至 109 年 11 月，本計畫向中央爭取航次補貼執行 13 條航線服務 13 個離島居民對外行的需求保障，109 年度實際申請補貼航次總數為 17,096 航次，服務了 34 萬 8,159 搭乘人次，執行金額為 5,583 萬 5,650 元整。

(二) 對海外海運船票補貼：

有關對海外海運船票補貼，109 年度核定補助金額共 400 萬元，全年度執行 323 萬 7,989 元，經費執行率為 81%，其補助航線包含 5 種：高雄澎湖航線、布袋澎湖航線、馬公-望安-七美延航高雄航線、台南(將軍)澎湖(東吉)航線及台中-澎湖快速船航線，提供鄉親多元選擇來搭乘。

(三) 小船經營業相關研習：

本府業於 109 年 6 月 11 日辦理「109 年度載客小船實務人員研習」完竣。今年為因應新冠肺炎工作特別加強宣導公共衛生及預防因應對策。研習會課程主要為：現行航政法規概述、新冠肺炎(COVID-19)因應與預防作為等面向，並於會中(後)舉辦座談會供與會人員交換經驗與技術。

(四) 補助本縣 2-11 歲及 65 歲以上老人搭乘民用航空器 3.5 折票補貼：

有關補助本縣 2-11 歲及 65 歲以上老人搭乘民用航空器 3.5 折票補貼，109 年度編列補助 3,206 萬 9,000 元，含因應縣民實際需要不足追加墊付 2,000 萬元，至 12 月底已全數執行完畢，實際經費執行率達 100%。以減輕家長負擔、落實愛幼及老人政策及福利政策合理化。

四、對外航空運能整合及協調機制之建立

(一) 急、重症空中轉診處理窗口：

為協助設籍本縣民眾因就醫、奔喪等緊急搭機需求，本府訂有「受理鄉親機位需求服務作業機制」，依輕重緩急請航空公司協助提供機位，隨時依鄉親緊急機位需求之時效性，請航空公司於各機場場站人員即時優先提供機位協助，滿足鄉親應急、緊急就醫搭機需求，運作尚屬順暢，透過本機制「急、重症」成功轉診計 48 人次。

(二) 連續假日及重要節日交通輸運統合運作：

1. 為解決連續假日及重要節日受理鄉親機位需求登記，並採包機疏運。109 年春節受理鄉親機位需求計 8,100 人次，依彙集之需求數量向各航空公司協調再增開包機，計包機 50 航班，提供 11,908 座位數。
2. 因應連假及重要節日空中交通輸運，協請交通部民用航空局、國籍航空公司調度集團公司中大型機隊投入國內航線，故本府雖於清明節受理鄉親機位需求計 149 人次，端午節受理鄉親機位需求計 446 人次，但透過航空公司自行調整機型，增開加班機，無加開包機。中秋節及雙十節疏運順遂，無受理鄉親機位需求。
3. 春節、清明、端午、中秋、雙十等連續假期期間在台北、高雄及馬公機場成立「澎湖鄉親服務處」，視現場候補旅客人數，適時向航空公司提出臨時加班之需求，提供各項諮詢、協助及茶水服務，使鄉親得以順利返鄉及返台，提升空中輸運順暢。

(三) 旅遊旺季及重要活動航空運能供需協調：

因應旅遊旺季及連假期間空中交通輸運，國籍航空公司調度集團公司中大型機隊投入國內航線，主動增加運能，於清明節加開 10 架次，餘視市場機制，旅客搭機需求，自主調整增開航班，整體 109 年旅遊旺季 7 月至 10 月每月提供運能約較 108 年同期增加 10%至 25%左右運能。

五、促進民間參與觀光建設投資，提振國際觀光服務

(一) 馬公第一漁港休閒漁業區招商計畫：

109 已完成可行性評估及公聽會事宜，並於 110 年 1 月 5 日召開先期規劃審查會；俟後續完成招商文件後將辦理招商事宜。

(二) 篤行十村 ROT 二期招商規劃案：

109 年 11 月 12 日召開評選會議，評選財團法人成大研究發展基金會為最優勝廠商，11 月

17 日辦理議約，12 月 1 日訂約。

六、整備觀光遊憩環境品質計畫

(一) 七美西濱遊憩區整建工程：

本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，

工程無法執行。

(二) 虎井島遊憩區整建工程：

本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，

工程無法執行。。

(三) 東衛坑道遊憩區整建工程：

本案已完成規劃設計，並上網公告招標，惟經中央補助單位撤案收回，致使撤回招標公告，

工程無法執行。

(四) 本縣海洋地質公園中心、張雨生館及潘安邦館各項設備維護：

1. 海洋地質公園中心：場館內地下一樓之視聽室，因其設備老舊不敷使用，故汰換投影幕及投影機(120 吋提高為 180 吋)，並對原地墊進行汰換，提升觀賞品質；另再與澎湖科技大學合作，以官學合作共創場館經濟效益，打造岩質精品咖啡等餐飲服務，除使學生有一實習場域，並可提供優質飲品予遊客，創造三贏局面。再對館內各項老舊設施維修，並對公共安全「AED 心臟去顫器」及「保全」重視並設置。

2. 張雨生館及潘安邦館：館內各項老舊設施維修，並對公共安全「AED 心臟

去顛器」及「保全」重視並設置。

(五) 各風景區維護管理、夜間照明、公共藝術、小型遊憩設備工程：

針對本縣轄管各景點、涼亭，均有不等程度毀損維修，並擇區辦理重新油漆、水電檢修、鋪面改善工程(金龍頭情人步道、吉貝國中後方步道)、設備添購。另針對地質公園中心露天地坪上方架設造型帆布，辦理「澎湖海洋地質公園中心造型帆布統包工程」，提供鄉親及遊客遮蔭休息場域，提升該園區服務品質。

七、其他業務創新亮點

(一) 配合交通部觀光局經典小鎮推廣經典小鎮虎井觀光，創造話題：

本案配合交通部觀光局 2020 經典小鎮計畫推出虎井深度旅遊推廣計畫，本案執行期程於冬季，深受東北季風影響，惟仍充分藉由淡季時期社區成員空閒時辦理導覽培訓以及社區美食開發研討，並與地方學校合作建置地景藝術，期望社區能以共享、共創、共有資源的概念，打造悠然怡人的虎井旅遊氛圍。本計畫成功為虎井打造經典遊程路線，形塑自助旅遊形象，虎井本身以自然資源和神秘歷史故事見長，本計畫推廣成果如下：1. 創作虎井旅遊地圖、2. 盤點虎井旅遊資源、3. 營造虎井特色旅遊路線、4. 設置虎井專屬自助旅行包、5. 成功塑造虎井貓島自助旅遊形象、6. 協助島上店家優化旅遊服務，後續亦將依據推廣及建構之計畫成果持續推動虎井深度旅遊。

(二) 配合活動主題設計體驗展覽：

本府為加強各活動週邊效益，這兩年開始配合活動主題設置展覽館，2019 年首創婚紗體驗館廣受好評，2020 年則配合花火節期間設置花火體驗館，陳展花火節 18 年歷史並納入科技互動體驗，另外模擬無人機和煙火燃放設計創意打卡區，短短三個月展期吸引超過 24,000 人次入館，另 9 月 15 日起配合海洋派對情定澎湖灣活動辦理婚紗體驗館，委由專業妝髮師及服務團隊進行婚紗換裝服務，全程採預約制，供民眾付費換裝體驗婚紗，兩個半月活動期間吸引 240 組民眾付費預約體驗，另外館內也免費開放參觀，讓民眾可以欣賞舊式復古旗袍、中式結婚 12 禮、新穎西式婚紗，廣受民眾歡迎，吸引超過 4,000 人次入館參觀。

(三) 錄製景點語音導覽，提昇景點觀光便利性：

本案完成錄製 30 個語音景點中文導覽，介接於澎湖 TRAVEL 網站景點介紹頁面，提供方便體貼的導覽資訊，包含：觀音亭園區、金龜頭礮台、澎湖天后宮、中央老街、篤行十村、山水沙灘、嵵裡沙灘、蛇頭山遊憩園區、虎井嶼、城隍廟、桶盤嶼、山水 30 高地公園、隘門沙灘(含林投沙灘)、青螺溼地、裡正角日軍登陸紀念碑、西嶼燈塔、西嶼東臺、西嶼西臺、外垵、員貝、吉

貝、大倉、南方四島、天台山、花宅聚落、網垵口沙灘、雙心石滬、七美人塚、望夫石、鯤鯉灣遊憩區等，優先以文旅年及縣政推廣景點進行語音導覽錄製，後續將持續擴充外語導覽環境並且將網路語音做成 QR CODE 放置於實體景點。

(四) 辦理澎湖海洋地質中心多媒體擴充(VR 虛擬實境)：

科技日新月異，展館呈現方式亦不斷的推陳出新，虛擬實境目前已被許多展館所應用，為此本府辦理「VR 虛擬實境」多媒體擴充，期待澎湖島嶼風光結合體感設施，為遊客提供不同之旅遊體驗。本案係在海洋地質中心佈設一處仿西吉嶼藍洞造型空間，裡面設置 2 座機組供遊客體驗，分別為大、小貓嶼、西吉嶼、東吉嶼、錠鈎嶼、雞善嶼、小白沙嶼、小門嶼桶盤嶼、奎壁山、赤嶼及七美雙心石滬；以空中鳥瞰的角度俯瞰各離島，讓遊客藉由現代科技體會各離島之美。

(五) 台灣好行新闢路線：

澎湖好行公車自 105 起營運，配合文化旅遊年，並開拓台灣好行旅遊路線之豐富性，新闢路線「媽宮·湖西線」，上車地點包括公車總站、石滬廣場、第三漁港(雅霖飯店對面)、元泰百世多麗站(元泰飯店對面)、澎湖機場站等 5 處站點；沿途行經澎湖本島馬公市、湖西鄉各主要景點，如林投貝殼教堂、龍門閉鎖陣地、菓葉灰窯、南寮社區、北寮奎壁山等處。

(六) 109 年度獲獎情形：

1. 109 年「媽宮北環線」與「媽宮湖西線」榮獲交通部觀光局評核兩路線「優等」。
2. 工程績效評核：團體獲評為優良，個人部分技士呂偉立獲評為個人績效評核優良。