

112 年特種考試地方政府公務人員考試試題

等 別：三等考試

類 科：觀光行政 (選試觀光日語)

科 目：觀光學

考試時間：2 小時

- 一、交通部觀光局改制為交通部觀光署後，以「持續提振國旅、布局衝刺國際」為重點，透過「五大策略」展現「臺灣五好」新氣象。請問此處「五大策略」與「臺灣五好」所指為何？(25 分)

《考題難易》：★★★

《破題關鍵》：觀光學- CH1 觀光學導論

《命中特區》：觀光政策決定觀光資源發展走向

【擬答】

9 月 15 日觀光局升格為署後，2023 年後疫情時代是觀光產業調整體質的關鍵期，調整布局以永續、綠色旅遊為方向，透過「打造魅力景點、整備主題旅遊、優化產業環境、推展數位體驗及廣拓觀光客源」等 5 大策略。以「品質旅遊 軟硬兼備」創造「臺灣好魅力」、「政策引導 跨域整合」展現「臺灣好多元」、「轉型優化 鏈結產業」提升「臺灣好服務」、「數位應用 智慧行旅」便利「臺灣好暢遊」、「網路聲量 精準行銷」開創「臺灣好集客」展現臺灣五好新氣象。

(一) 打造魅力景點，盤點臺灣整體觀光資源，訂定區域旅遊主軸，並打造國際魅力景區，營造地方魅力景點，優化地方景點及廊帶旅遊環境品質，維護及宣導旅遊安全，整備景區通用環境，以落實永續、整合、優質之理念。

(二) 整備主題旅遊，整合觀光圈資源，加強跨域合作，精進特色觀光主題活動，如台灣燈會、台灣仲夏旅遊節、台灣自行車旅遊節、台灣好湯等，及露營、水域活動、國家綠道等新興遊憩活動管理；推廣多元主題遊程，包含觀光圈區域旅遊、樂齡及金質旅遊等主題產品，帶動國內旅遊風潮。

(三) 優化產業環境，持續提升觀光產業創新服務，加強從業人力媒合及專業職能訓練、規劃 113 年自辦導領人員評量制度；推廣星級旅館評鑑新制、自行車友善旅宿、環境教育場域、綠色環保旅宿等永續認證，以精進產業服務質量。

(四) 推展數位體驗，強化觀光資料匯流，建置觀光大數據平台，完備網站應用服務；推動景區數位管理，導入熱門景區人流/車流管理機制及景區 AR、VR 旅遊互動實境體驗及 4K 觀光即時影像，提供完善旅遊服務及數位體驗，滿足旅客旅行前、中、後需求；強化 i-center 品牌化，辦理觀光景點公共運輸提升及推動台灣好行、台灣觀巴轉型智慧旅運，提供旅客一站式交通及數位訂票、多元支付等觀光服務。

(五) 廣拓觀光客源，鼓勵開發特色新遊程，拓展國內旅遊市場熱潮，做為後續推展國際觀光的基礎。檢視臺灣觀光品牌未來性及延伸效益，推廣區域觀光發展組織整合資源，並配合國境解封，辦理特定客群獎助、過境半日遊、好禮大相送及「加速擴大吸引國際觀光客方案」等專案促銷活動積極攬客，持續透過網路聲量、創新多元行銷臺灣品牌，加速提升國際來臺市場復甦及成長機會。

為符合世界趨勢，以兼顧臺灣經濟及防疫安全為前提，觀光局將持續落實行政院核定「臺灣觀光邁向 2025 方案」，促進產業轉型、活絡國內旅遊市場，以「品質旅遊 軟硬兼備」創造「臺灣好魅力」、「政策引導 跨域整合」展現「臺灣好多元」、「轉型優化 鏈結產業」提

公職王歷屆試題（112 地方特考）

升「臺灣好服務」、「數位應用 智慧行旅」便利「臺灣好暢遊」、「網路聲量 精準行銷」開創「臺灣好集客」展現臺灣五好新氣象，讓國旅品質脫胎換骨，國人愛上國內旅遊；展現在地特色，吸引國際旅客來臺，讓在地驕傲，世界知道。期能展現我們投入觀光建設的努力及攜手觀光產業迎接疫後觀光的部署準備，將臺灣在地觀光特色及觀光產業創新能量，化為推展觀光新動能，從國旅升級先行，搶得迎接國際觀光旅遊先機。

二、請問何謂中間化（Intermediation）、去中間化（Disintermediation）、再中間化（Reintermediation）？試以旅行業為例說明其演進階段。（25 分）

《考題難易》：★★★★★

《破題關鍵》：觀光學-CH10 觀光行銷規劃

《命中特區》：中化間介面的觀光發展，觀光商品的間接通路

【擬答】：

所謂中間化、去中間化、再中間化主要是以對於中間商面對新資訊科技應用，所發生的現象及遇到的困境，以及所能採取的策略。

中間化是指新的公司以新提供者、創新服務或是競爭者(相對於傳統中間商)的角色進入價值鏈中以連結買方與供應商的現象，在電子化商務的市場中即提供了資訊聚集代理者的新角色，稱為資訊中間者，它們站在買方為其向賣方做溝通，並透過需求的匯聚造成更大的買方力量，以旅行社為例即為新型態的網路旅行社。

去中間化，當中間商被其它公司排擠開或是中間商所提供的服務在市場上能夠以其他方式所取代且使交易得到相同的結果，便發生去中間化現象。電子商務中，傳統中間商的存在將有可能會使產品的成本增加(來自於對產品服務的索價)，因此背後存在著強烈的誘因排除中間商。

再中間化，發生於傳統的參與者在市場中能夠採用創新的方式執行交易，這種创新的方式通常是藉由資訊科技來增加價值，因此能夠對抗那些造成去中間化的競爭者。

以往的舊時代裡，當我們想出去玩（尤其是出國玩），我們想到的是挑一家品質好、信譽佳的旅行團，它會幫我們安排好交通、機票、住宿、餐飲、景點行程與門票以及各式證件。繳一筆錢，給導遊和領隊一些小費，就自然搞定整個旅遊過程的大小事。

而「中間化」，指的就是這些旅行社所扮演的角色。當然，「去中間化」就是想要弱化這些旅行社，在我們旅遊過程中所扮演的角色地位。這樣看起來很簡單，好像我們消費者只要什麼事都自己來就好了，其實不然。看一下旅遊產業價值鏈，才會知道「去掉」之後，我們面對的是什麼：在旅遊價值鏈中，從一開始決定目的地後，要搶訂飯店和機票，再來就是進行歡樂的旅遊行程。玩得開心的同時，也要順便吃喝購物，最後帶著美麗的回憶回家，心裡想著下一次會再度出遊不知道是何時。在過去的日子裡，「旅行社」是串起整個旅遊價值鏈的重要角色。主要是由於旅遊資訊的不夠發達，一般消費者不知道如何透過一己之力，買到便宜的機票、訂到划算的飯店，以及到了當地該怎麼解決交通、景點、吃喝等等的問題。這時候，所謂的「中間」或稱「中間商」，也只有一個角色存在，就是傳統的「旅行社」。而當旅遊書籍越來越多、主題和目的地遍及全世界，甚至是網路興盛後，各種論壇、討論區、部落客的分享，讓消費者有更多的管道學習如何自己安排行程。

旅行社的「機加酒」包套，成為消費者最容易接觸到較多且較完整訊息的商品。而這個時候，「中間商」的角色只存在於「機加酒」，也就是傳統旅行社是消費者與航空公司／酒店之間的仲介。而旅行社開始無法參與整個旅遊價值鏈的中後段，所謂的旅

遊價值鏈在傳統旅行社眼中，出現「斷鏈」的狀態。但傳統旅遊價值鏈的仲介形式，並沒有完全消失，只是當消費者自主規劃的意識和能力越強，傳統的仲介型式就會慢慢減少。換句話說，旅行社無法完全靠「旅行團」來支撐營收，旅行團的行程設計開始要具有高度獨特性和特殊性，才能讓消費者捨棄自由行而跟團。

「自由行」的消費者，開始嘗試自己掌握所有行程安排。在這個年代裡，消費者自己直接跟航空公司訂票、透過 OTA (線上旅行社) 搜尋及代訂酒店，然後自己走自己的行程，無拘無束。然而，我們會發現旅行社站在「機加酒」中間商這部份的角色，影響衝擊力道最大的，應該是航空公司與旅客之間的關聯，酒店的部份反而影響較小。最主要幾個讓消費者開始捨棄透過旅行社，代訂機票及開票的主要因素，包括以下：

1. 網路資訊發達，消費者可以在網路上輕易查到哪些航空公司，能飛抵自己所規劃的目的地，不再需要透過旅行社的協助。
2. 透過旅行社訂票、開票，消費者需要在票價中 (內含) 給付旅行社傭金或服務費。而當航班有異動或行程必須變更時，消費者必須透過原本的旅行社處理票務問題。然而，旅行社的人員並不是 24 小時 standby。相對的，在電子商務發達的年代裡，消費者直接與航空公司訂票、開票，除了不需要再額外給付給中間商傭金或服務費，任何航班異動或行程更改，消費者可以自己直接與航空公司聯繫。
3. 航空公司在同樣出發日期、同樣航班、同樣艙等所放出給自己官網或其他旅行社的票價，都是一致的。而旅行社所顯示出的票價則是基於航空公司所放出的價格，再加上傭金或服務費。換言之，航空公司的官網票價肯定會是最低 (或者相對較低) 的價格 (當然，這是針對散客，團票就是另外一個操作模式)。

三、提升旅遊服務的數位科技應用範疇是 5G 時代趨勢之一。請問目前政府針對推展數位體驗所採行之數位觀光推動計畫包含那些項目與內容？(25 分)

《考題難易》：★★★★

《破題關鍵》：觀光學-Ch11 觀光解說與科技運用

《命中特區》：觀光科技整合網路科技、數位科技與現代通訊設備解說服務運用

【擬答】：

「智慧觀光」一詞就如同智慧城市、交通、教育、產業、醫療的概念，透過資通訊創新技術導入而使整體作業模式發生重大變化，「智慧觀光」也因為資通訊技術的不斷革新，進而加速了訊息在蒐集、傳遞與處理的速度與，並開展成新的觀光旅遊生態系統。

我國因應 5G 時代來臨，交通部近年以五大策略推動國內智慧運輸發展，包含「5G 交通數據資料服務」、「交通核心路網數位基礎建置」、「智慧交通行動服務生活環境」、「營造永續與幸福運輸服務」及「與世界同步的新交通科技發展應用」，逐步建構出以民眾交通出行旅遊需求為出發點的智慧運輸整合服務平臺，未來更冀望透過創新應用與行銷，吸引更多的遊客體驗與觀光消費，帶動地方經濟發展。我國發展智慧觀光旅運的應用服務如下：

智慧停車服務：整合物聯網應用平臺，協助民眾導航前往停車，亦可整合第三方支付工具，提供民眾線上繳納停車費服務，亦可減少停車管理業者人工開立停車繳費單的時間與經費成本；

票務系統整合服務：整合客運票價資訊及訂票資料庫，發展聯合售票平臺，以整合客運智慧票證、直接查詢等功能；擴增實境 (AR) / 虛擬實境 (VR) 服務：藉由 AR 提供旅客於大型車站之精準定位導引服務，亦可整合車站、觀光景點周邊商圈及站內店家，提供 AR/VR

遊戲、影音、互動導購等服務；智慧綠能觀光服務：在政府機關、遊客中心、旅館等區域設置電動車充電站設備，並於互動多媒體資訊站 (KIOSK) 以電子化方式宣傳且支援多國語言，

公職王歷屆試題（112 地方特考）

提供各區域景點及春夏秋冬活動資訊，增進旅客至該景點旅遊之意願。

政府在促進旅遊業升級中需扮演至關重要的決定性作用，其戰略規劃必須與行業業務相結合，所投入的資源必須轉化為產業升級和經營績效；通過共享旅遊大數據的方式，各級中小企業或學校等研發部門也可以參與增值應用，進而促進創新型旅遊智能服務的發展，改善旅遊的互動性，為旅客提供深度和綜合的觀光經驗。

四、近年來，露營儼然已經成為國人假日喜歡從事的活動之一，惟從事該活動應於符合規定之露營場進行為佳。試說明容許露營場設置之地區有那些？（25 分）

《考題難易》：★★★

《破題關鍵》：觀光學-CH12 觀光行程規劃

《命中特區》：依據各主題行程特色規劃

【擬答】：

(一)為健全露營場設置管理，確保露營場符合水土保持、環境保護、公共衛生、公共安全等相關法令規定，保障從事露營活動者權益，特訂露營場設置管理要點。

(二)本要點用詞，定義如下：

1. 露營場：以露營設施供不特定人從事露營活動而收取費用之場域。
2. 露營場經營者：指經營露營場而收取費用者。
3. 露營設施：指從事露營活動所需之營位設施、衛生設施及管理室等設施。

前項第三款所稱營位設施指露營場內供露營活動之帳篷、停放領有牌照之露營車及供裝載露營用具使用之附掛拖車區域或臨時性建築物等。

(三)露營場之管理機關在直轄市為直轄市政府，在縣（市）為縣（市）政府。直轄市、縣（市）訂有管理規定者，依其規定辦理；未訂有相關管理規定者，得適用本要點規定辦理。露營場位於國家公園、國家風景區所轄據點、森林遊樂區、國軍退除役官兵輔導委員會所屬農場、休閒農場、觀光遊樂業或其他依相關法令劃設之經營管理地區，依各該目的事業主管機關相關管理規定辦理。

(四)露營場管理機關得依轄管露營場發展現況，因地制宜訂定補充規定或自治法規，實施露營場設置總量管制機制。

(五)露營場之設置，須符合各該相關土地使用管制法令之規定，並由土地主管機關或直轄市、縣（市）政府核發土地使用許可文件，其容許使用地區如下：

1. 都市計畫範圍內，且位於下列地區者：
 - (1)風景區。(2)露營區。(3)保護區。(4)農業區。(5)其他分區（依各該分區法令規定辦理）。
2. 都市計畫範圍外，且位於下列使用地之非都市土地：
 - (1)丙種建築用地。(2)遊憩用地。(3)農牧用地。(4)林業用地。
3. 國家公園。不得位於第一級環境敏感地區之災害敏感類型、生態敏感類型、資源利用敏感類型、環境敏感地區之災害敏感類型。
4. 依休閒農業輔導管理辦法申設之休閒農場。前項露營場設置土地之判別，依露營場設置之土地使用管制。



志光 學儒 保成 高普考.地方特考

觀光行政上榜養成規劃



入門前導課

建立學科基礎
構築穩固概念



正規架構課

循序漸進教學
打造扎實實力



高分題庫班

精選試題教學
強化破題能力



考前總複習

重點完整掃描
補足最新修法

詳細課程內容, 歡迎至志光學儒保成全國門市洽詢

志光 學儒 保成

觀光行政題庫班



解析 題目觀念



精選易錯題型
加強觀念解析

強化 解題技巧



以題目授課
加強應考實力

增快 答題速度



加強快速審題
增加取分機會

我有報名參加觀光行政題庫班, 非常推薦考生報名!



在題庫班「歷屆考題」為主要授課內容, 各科老師會針對歷屆考題逐一講解且提供擬答, 也會協助複習類似主題, 在接近考試前的幾個月上題庫班, 是個很好統整之前所學觀念的機會, 不僅能利用題目複習理論, 也更能了解各題目想考之概念, 透過題庫班能更抓住並善用考試重點。

一年考取 | 非本科考取 蔣○好 112 高考觀光行政(選試觀光英語)

歡迎至 志光.學儒.保成 全國門市洽詢