**交通部觀光署「臺灣觀光雙年曆」活動遴選提報表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 提案機關 | |  |
| 參選活動級別 | | □國際級 　□全國級 |
| 活動名稱 | |  |
| 辦理時間 | |  |
| 辦理地點 | |  |
| 主辦單位 | |  |
| 協辦單位 | |  |
| 活動簡介 | | 100字內，包含活動特色、辦理年份、創新性等 |
| 活動內容 | | 1. 活動內涵(30%) 2. **整體活動架構與內涵**：觀光活動之國際化、品牌化、永續化、產品化、產值化。 3. **規模與參與人次**：活動規模（迄今辦理次數、天數、場地區位及空間規模）、過往及預期國內外遊客參與體驗情形。 4. **活動創新策略**：具備異業結盟合作創意（如IP經濟、品牌聯名等）、具創新吸引旅客的策略作法，及與其他活動的差異。 5. **在地文化****連結**：深入挖掘與活化在地資源，結合在地生活與文化意涵，強化活動內涵，提升情感連結與認同感。 |
| 1. 活動配套措施(30%) 2. **具留宿或鼓勵2日以上旅遊**，及規劃結合在地旅遊特色資源、整合旅遊產業，包裝有助於吸引外地遊客之遊程或**將遊程產品化**之措施。 3. **開創觀光淡季商機**：延伸觀光熱潮、延續觀光商機及效益。 4. **營造觀光生態圈：**活動延伸在地產業及商家，建立具辨識度之在地觀光品牌。 5. **納入永續觀念：**活動實踐環保與永續旅遊原則，如推廣免用一次性餐具、整合大眾運輸與套票機制、導入其他永續措施。 6. 安全規劃、無障礙設施、導覽解說服務、交通便利性。 |
| 1. 宣傳行銷(15%) 2. **活動資訊透明與多元：**建置活動網站或社群平臺、多語別介紹、活動宣傳品產品化等。 3. **歷年行銷成果：**活動之平面、廣播及電子媒體報導篇數及網路聲量等情形。 4. **有助於國際行銷或促進外國旅客來臺之具體措施：**規劃國際分眾市場之具體行銷宣傳方式，如：國際報導篇數、聲量及得獎實績。 5. **有助於提升地區知名度與能見度：**結合地方創生概念與周邊景點串聯，有效擴大活動影響範圍。 |
| 1. 活動引客效益(15%) 2. 參與活動**國際**旅客人數及**國內旅客人數**。 3. 住宿、餐飲及購物之觀光**經濟產值(包含推估方式)**。 4. 結合鄰近觀光景點，並與業者聯合提供**多樣化促銷活動**。 5. 創造更多商機，**增加與在地連結性**及**就業機會**。 |
| 1. 其他創意項目(10%) |
| 聯絡人 | 姓名 |  |
| 電話 |  |
| E-mail |  |

備註：請檢附照片及媒體報導或露出畫面摘錄等佐證資料（首次辦理之活動可免提供）。