

健走旅遊在台灣旅遊未來發展願景

李偲弘*

摘 要

近年健走旅遊風氣漸盛，政府推廣古道健走不遺餘力，旅遊業者該如何在大環境不景氣氛圍中，面對挑戰突破困難，結合政府宣傳管道與資源，將台灣先民拓荒時所留下的古道開墾史，以及周邊部落／社區傳統美食與文化，推廣給喜愛山林的旅客，為現階段業者思考的方向與課題，筆者也期盼政府單位未來能夠將台灣山林之美，推向國際舞台，提供國際觀光客來台旅遊新選擇，提升台灣觀光旅遊競爭力。

關鍵字

古道、健走、旅遊、旅行社、觀光補助

*那米哥國際旅行社 主任

健走旅遊在台灣旅遊未來發展願景

李偲弘

現行努力方向

1. 結合在地部落／協會，聘請在地導覽，以故事行銷地方

台灣近年興起青年返鄉，社區營造，地方創生等，各地社區發展協會重新盤整資源，推出許多優質且獨具特色的地方／部落小旅行。

為能夠讓遊程更具特色，筆者於遊程安排上，優先與在地社區發展協會合作，眼看「自然美景」，耳聽「在地導覽」，口嚐「特色美食」，腳踏「先民之路」，讓古道健行不單是運動健身，更能透過身體感官，重新認識這片土地。

2. 全面提供無線導覽耳機系統

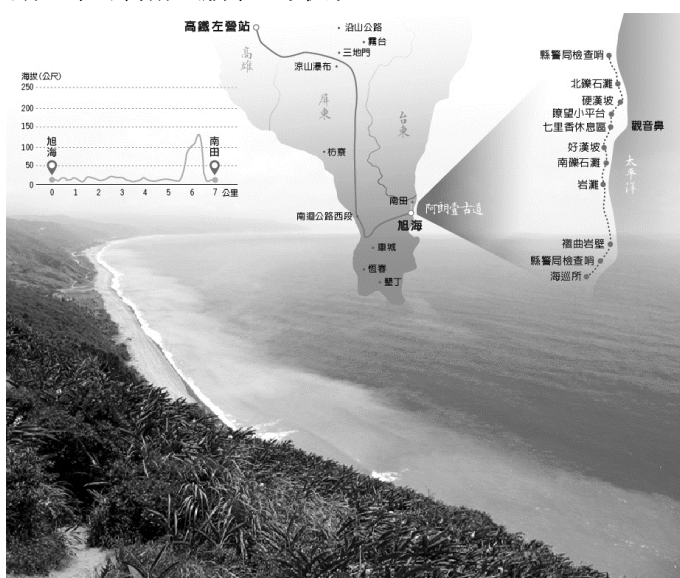
有感於山徑寬度有限，導覽解說範圍有限，故我司特別引進博物館專用之「無線導覽耳機系統」，讓遊客於健走過程中，能夠欣賞美景之餘，也能透過導覽耳機，清楚聽見解說員沿途介紹的先民故事與人文生態。無線導覽耳機，不同於傳統隨身行擴音器(俗稱小蜜蜂)，可有效降低解說音量，不讓聲音放大外擴，對於自然生態干擾更能有效大大降低。



3. 健走路線分級，步道路線／坡度圖

筆者從事商業健走旅遊，最常被旅客詢問到的是「我 xx 歲，能走得動嗎?」筆者近年觀察發現，在山野中遇到走不動的狀況，多為身體狀況不佳／準備不足／對路線狀況不熟悉等，走不動與年齡並非直接關係，反倒常見年輕的旅客，因平日工作或生活環境，鮮少親近自然環境，因朋友邀約或是家人報名前來參加活動，但卻無法勝任的狀況。

然而，近年戶外活動興起，郊山步道健走旅遊日趨盛行，有鑑於旅客對郊山健走概念有限，路線分級制度更有其重要性與必要性，經參考國內外專業山徑分級制度，郊山多列於初級路線，對於無高山經驗的一般旅客來說，郊山仍存在許多風險與困難度，遂自行建立 Lamigo 健走等級分類表，再輔以步道路線圖／步道坡度變化圖，提供旅客參考，期讓旅客能於報名前先行評估自身體能後再參加。



Lamigo健走等級分類表					
等級	一等	二等	三等	四等	五等
星等	☆☆☆☆☆	★★☆☆☆	★★★☆☆	★★★★☆	★★★★★
難易度	低	低-中	中	中-高	高
健走時間	1-2小時	2-3小時	3-5小時	5-8小時	8小時以上
體力需求	低	低	中	高	極高
適合對象	老少咸宜	有運動習慣者	有運動習慣者	有運動習慣且體力良好者	有初階登山經驗者

目前挑戰與困境

1. 好的旅遊產品，宣傳資源有限

大環境不景氣旅遊業首當其衝，國人年度旅遊預算下修，健走旅遊屬於小眾市場，廣告預算有限下，往往將宣傳資源編列於海外旅遊，國內旅遊宣傳資源稀少，產品精心策畫後，常因宣傳不足集客效益有限。

未來如能由政府主導，業者提供優質旅遊產品，公部門整合宣傳推廣，勢必能將台灣獨具特色的郊野旅遊推向國際，成為台灣觀光發展重點之一。

2. 政府推廣活動補助過於頻繁

近年政府單位因業務推廣需求，許多單位會推出地區小旅行或大型登山活動，但也因為了創造人流，提供團費補貼或免費活動，導致業者價格無法與政府活動競爭，不僅造成業者無法獲利，更常被消費者質疑，為何公部門活動費用比旅行業者便宜，而且有政府背書，品質掛保證，那又何必參加旅行社行程。

公部門立意良善，卻也因此讓旅遊業者雪上加霜，國內旅遊在低價市場與政府補助優惠雙重夾擊下，業者為了能夠生存下去，只好隨波逐流推出低價路線，或是轉向帶領國人前往海外旅遊，以維持旅行社營運需要。

「最後的伊甸園」
高雄 北溪
深成台灣
阿朗壹
古道健走+部落小旅行三日

榮獲
BEST
GUARANTEED

【107年度教育部體育署優質運動遊程】十大優選行程

阿朗壹古道，是先人翻山越嶺所留下的足跡，擁有全台灣僅存無公路經過的原始海岸。遊走其中，可欣賞壯麗山脈、眺望遼闊太平洋、聆聽海浪拍打礁石所交織出的動人歌聲。好景不常，這條美麗的古道，有著滄桑多舛的命運，當沿海公路取而代之，台灣最後一段天然海岸線也就消逝，純淨原始的阿朗壹古道，只能埋藏旅人記憶中，歡迎來到【最後的伊甸園】。

即將消逝的
阿朗壹古道

古道內保存了台灣少數僅存的海岸原始森林，蘊含豐富的本土低海拔熱帶季風雨林及熱帶海岸林生態系的野生動植物。凡走過阿朗壹的朋友，無不驚嘆此地的自然之美。阿朗壹古道，稱的上是一條兼具自然與文化價值的一段自然文化遺產。

【公里數】全程約7.2公里(單向) 【健走時間】約4-5小時 【海拔高度】5~125公尺
【路面狀況】礫石海灘、陡坡、原始路徑 【高度落差】120公尺 【鐵腿指數】☆☆☆☆

步
道
狀
況

旭海漁港停車場→林道→廢棄工資→石灘→觀音鼻南口→爬坡處→休息點→下坡處→觀音鼻北口→南田石海灘→南田台26線68.6公里處

筆者認為，政府推廣活動，除了團費補助優惠之方式，可朝向輔導地方產業，提供當地導覽人才之培訓計畫，將經費資源用於行銷宣傳，提升曝光率，並長期追蹤其曝光成效。遊程費用之制定，則回歸市場機制，消費者用合理的價格選擇適合的遊程，政府推廣結束後，也才能讓好的遊程能繼續下去，而非補助款結束，有明顯的價格落差，消費者繼續尋找其他政府補助遊程，反倒讓好的旅遊產品無法延續。

3. 優質運動遊程徵選活動

筆者以教育部體育署「十大優質運動遊程」徵選活動為例，相關徵選活動行之有年，但業界資訊鮮少流通，直至 2018 年委由品保協會承辦，承辦單位舉辦北中南多場說明會並廣邀同業參加，旅遊同業才得知此相關活動與訊息。據悉該年參加徵選遊程大幅提升，可見台灣優質運動遊程眾多，過往資訊傳播過於封閉，造成許多業者並不了解相關規則，失去參與徵選與曝光機會，實屬可惜。

筆者投稿之遊程中，「阿朗壹古道+部落小旅行 3 日」有幸受評審青睞，獲選為十大遊程，透過政府徵選活動與後續宣傳，遊程獲得旅客青睞。

4. 政府補助優惠措施與觀光產業輔導機制

近年因陸客限縮，觀光局大力推廣國內旅遊，提供各項補助優惠，短期快速帶動國人旅遊風氣，提升飯店住房率與旅行業者成團率，一旦補助期限結束，飯店住房率與旅行社成團率急速降低，甚至比過往同期，沒有補助活動更慘淡，消費者開始期待下一次的補助優惠措施，造成國內旅遊前所未有之亂象。

筆者建議，團費／住宿費補助雖能短期創造效益，但以長期觀光發展而言並非好事，如能將其經費妥善運用，輔導業者創造產品差異化，提升服務競爭力，客群分眾，對於國內旅遊與入境旅遊產業之國際競爭力勢必能有大幅提升。

5. 臺灣永續觀光發展方案之延續性

觀光局 2016 年「2020：臺灣永續觀光發展方案」，定調四年觀光發展主題：2017 生態旅遊年 Tourism、2018 海灣旅遊年、2019 小鎮漫遊年、2020 脊樑山脈旅遊年，筆者以業界資訊經驗，提供幾點參考：

a) 徵選時程過短：遊程規劃非紙上談兵，需經過實地勘查，成本分析，活動企劃發想，才能夠設計出好的產品提供消費者參加，但徵選流程過於倉促，往往於公告至收件截止時間僅 1-2 週，業者收到相關規則後，礙於時間過短，不一定能夠來的及參與徵選，甚至得知相關資訊後，以超過收件截止日期。

b) 宣傳期限過短，缺少延續性：旅遊觀光年，獲選之遊程，大部分宣傳資源僅限於當年度，多為記者會／廣宣／海報，但主題旅遊應是延續性，是長遠性，比如 2017 年獲選的生態旅遊遊程，如何於 2018-2020 年仍繼續推廣，讓國際旅客能夠快速且準確地獲得相關資訊。

結語與建議

1. 健走旅遊，如能與周邊社區／部落結合，放慢步調，聘請在地導覽員，感受在地文化，品嚐特色美食，將能使旅遊過程更加豐富，也能幫助在地就業與社區發展。
2. 政府宣傳管道相較於旅遊業者，更具資源與公信力，政府之角色應是透過篩選機制，挑選優質旅遊行程，給予輔導與推廣，讓優質遊程能更廣為人知。
3. 政府補助經費之運用，建議用於提高宣傳廣度與高度，扶植在地產業／社區／部落發展，讓旅遊價格回歸市場，減少直接旅費補貼，創造短期人流，卻無法帶動長期回流。
4. 台灣永續觀光發展方案，是否能更有延續性，帶動台灣特色主題旅遊發展，而非單一年度主題推廣即結束，也讓主題旅遊有更多想像力與價值，民間願意持續推廣，吸引國際旅客前來，創造更多外匯收益。
5. 台灣自然資源豐富，古道山徑眾多，值得政府與民間一起合力推廣。