



統計應用分析報告

連江縣觀光旅遊發展分析



連江縣政府主計處

中華民國 112 年 6 月

摘要

觀光產業是連江縣重要產業，本縣四鄉五島的戰地文化、自然景觀及人文特色豐富，是吸引各地遊客的重要資源。自 101 年來本縣遊客人次呈現遞增趨勢，遊客人次逐年增加，特別是在國外疫情嚴重而國內疫情相對穩定的情況下，刺激國內旅遊，馬祖旅遊熱度迅速上升。依本文分析遊客主要使用空運至本縣，海運也逐漸受到遊客的青睞。旅宿業方面，本縣總共約 233 家旅宿業者，其中以民宿數量最多。本縣民宿主要提供住宿服務，而旅館則更多元化，包括餐飲服務等。近年民宿和旅館業總營業收入呈現成長趨勢，尤其是民宿業績增長更為明顯，於旅遊旺季，民宿住用率可達 4 至 5 成，高於台灣地區民宿平均住用率。在旅宿房價方面，本縣旅宿平均房價皆較台灣地區低，於國內旅遊仍存在競爭力。而於遊客類型方面，個別旅客約占 6.5 成，團體遊客約占 3.5 成，本國遊客占 9 成 9，顯示本縣的觀光產業尚未拓展至國際市場。隨著觀光永續發展及環保概念興起，本縣也逐步推動環保旅遊，但相關資訊的宣傳仍有待加強。而觀光行銷方面，本縣官方網站的資訊整合程度不高，缺乏提供遊客查閱旅遊相關資訊的單一窗口。綜合上述，本文提供相關建議包含推動「智慧觀光服務並加強收集及分析觀光旅遊數據策略」，使本縣觀光旅遊服務更貼近遊客需求，逐步推展至國際。「整合跨部門資源並加強網路及社群媒體行

銷策略」，跨部門整合旅遊資訊並使用社群媒體作為推廣和互動的工具，讓更多遊客認識馬祖。「規劃及落實永續旅遊策略」則包含綜合評估並制定土地利用計畫，保留自然景觀和生態敏感區域，並進行環境教育和宣傳活動，提高遊客和當地居民對生態保護的認識和意識。期許透過良好的規劃管理及執行，使本縣觀光產業朝向智慧及永續發展。

目錄

壹、前言.....	5
貳、觀光遊憩資源現況分析.....	6
一、節慶活動.....	6
二、觀光景點.....	7
參、遊客分析.....	10
肆、旅宿業營運狀況分析.....	13
一、旅宿業家數、房間數及員工人數.....	13
二、旅館及民宿分布情形.....	15
三、旅宿業住用率.....	17
四、旅宿業營運收入概況.....	20
五、旅宿業住客特性分析.....	21
伍、綠色旅遊設施相關分析.....	22
陸、官方觀光旅遊網站現況.....	23
柒、觀光旅遊發展 SWOT 分析.....	25
捌、結論與建議.....	26
一、結論.....	26
二、建議.....	27
玖、參考文獻.....	28

壹、前言

馬祖列島主要包含南竿、北竿、東莒、西莒和東引五島，位於台灣本島西北方，隔海與大陸閩江口、黃岐半島遙遙相望。大陸政權易手後，馬祖進入近四十餘年的軍管時期，所有皆劃為軍事重地，直至民國 81 年戰地政務終止後開始發展觀光，轉型以「觀光立縣島嶼」為發展目標。馬祖四鄉五島的戰地文化資源豐富，島上各式軍事標語、防禦工事據點等戰地文化地景、豐富的地質地形景觀、海洋漁產、澳口與傳統聚落、動植物生態、閩東文化及媽祖信仰等資源是吸引臺灣及國際旅客到訪馬祖的重要觀光資源。每年約數十萬遊客前來觀光，屬於臺灣新興觀光旅遊路線，近年新冠肺炎疫情崛起，相較於國外，國內疫情相對穩定，刺激國內旅遊，馬祖旅遊逐漸打開知名度。

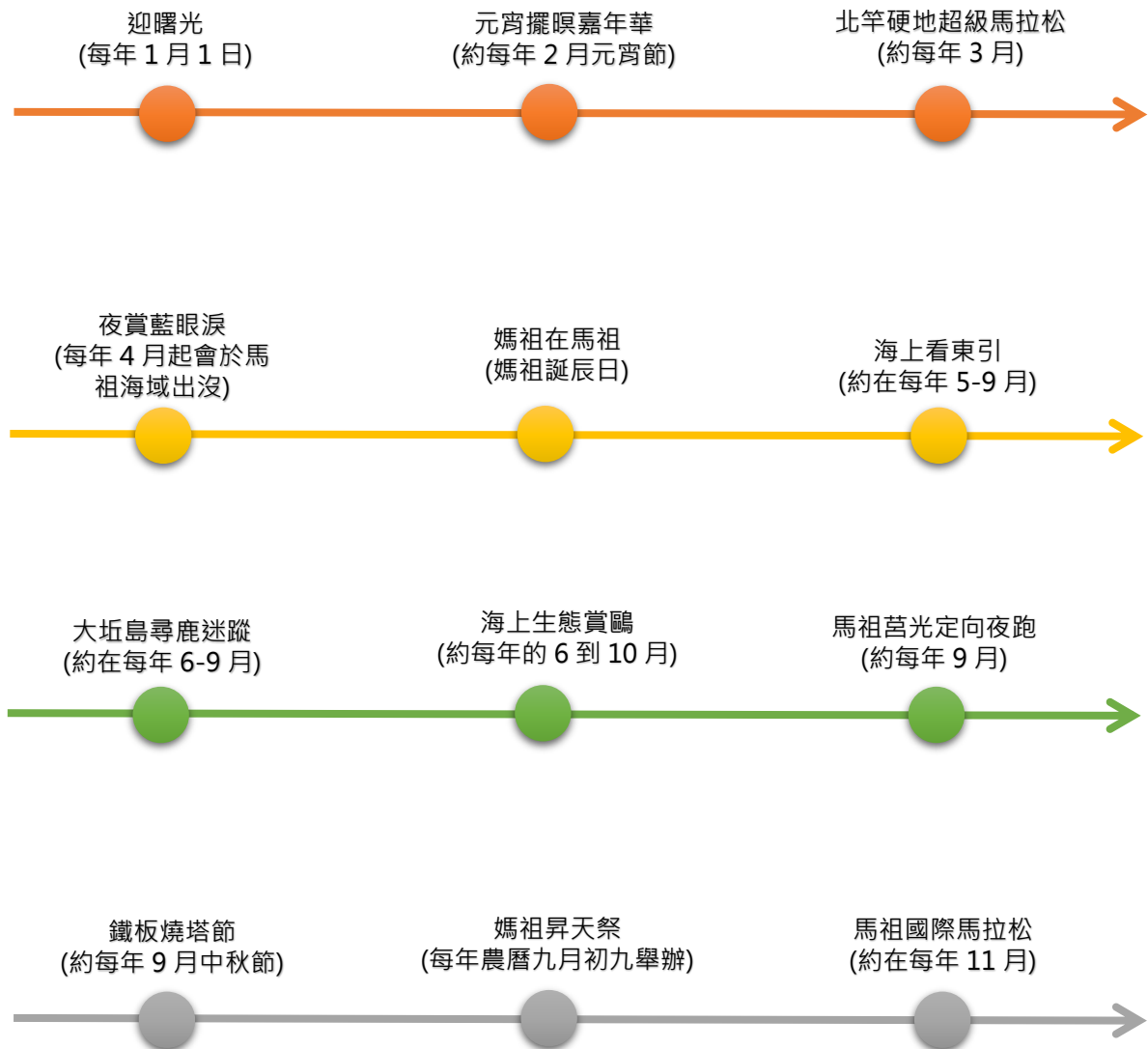
觀光產業已是馬祖重要產業，為瞭解本縣近年來 107 至 111 年觀光遊客數量變動及分布情形，並掌握旅宿業現況，本文根據交通部觀光局及本縣交通旅遊局、環境資源局之統計資料進行分析，俾作為本縣提升觀光旅遊服務品質，制訂觀光行銷策略之重要參據。

貳、觀光遊憩資源現況分析

一、節慶活動

本縣主要節慶及活動包含元宵擺暝嘉年華、媽祖昇天祭等民俗節慶活動、馬拉松及定向夜跑等體育賽事活動及海上看東引、大坵島尋鹿迷蹤等生態活動，如表一。除此之外亦有每兩年舉辦的馬祖國際藝術島及其他不定期辦理活動。

表一、連江縣主要節慶及活動



資料來源：馬祖國家風景管理處、連江縣交通旅遊局

二、觀光景點

本縣各鄉皆有多處觀光景點，包含戰地文化(坑道、據點、紀念公園)、自然觀光(地質、澳口、自然步道等)及人文觀光(傳統聚落、宗教信仰、遺址等)，如表二。景點四季皆可參觀，唯景點多位於海邊或空曠地區，如圖一~四，冬季時受東北季風影響劇烈，觀賞性較差。同島景點間以騎車、開車或搭乘台灣好行等方式，皆在 5~30 分鐘內可到達，十分便利。

表二、連江縣各鄉觀光景點

南竿鄉

八八坑道、馬祖酒廠、牛角聚落、蔬菜公園、枕戈待旦紀念公園、福清自行車道、民俗文物館、經國先生紀念堂、勝利山莊、馬祖境天后宮、媽祖巨神像、白馬文武大王廟、四維村、秋桂亭、勝天公園、津沙聚落、鐵堡、仁愛村(鐵板)、金板境天后宮、馬祖國家風景區管理處&遊客中心、南竿北海坑道、大漢據點、印地安人頭岩、大砲連、雲台山軍情館、藍眼淚生態館、雲津茶坊、津仁與馬港步道

北竿鄉

芹壁聚落、白沙港、坂里沙灘、北竿遊客中心、碧園、壁山、龜島、橋仔聚落、塘后道沙灘、后澳(沃)村、戰爭和平紀念公園主題館、螺山自然步道、戰爭和平紀念公園、三連嶼、大坵

莒光鄉

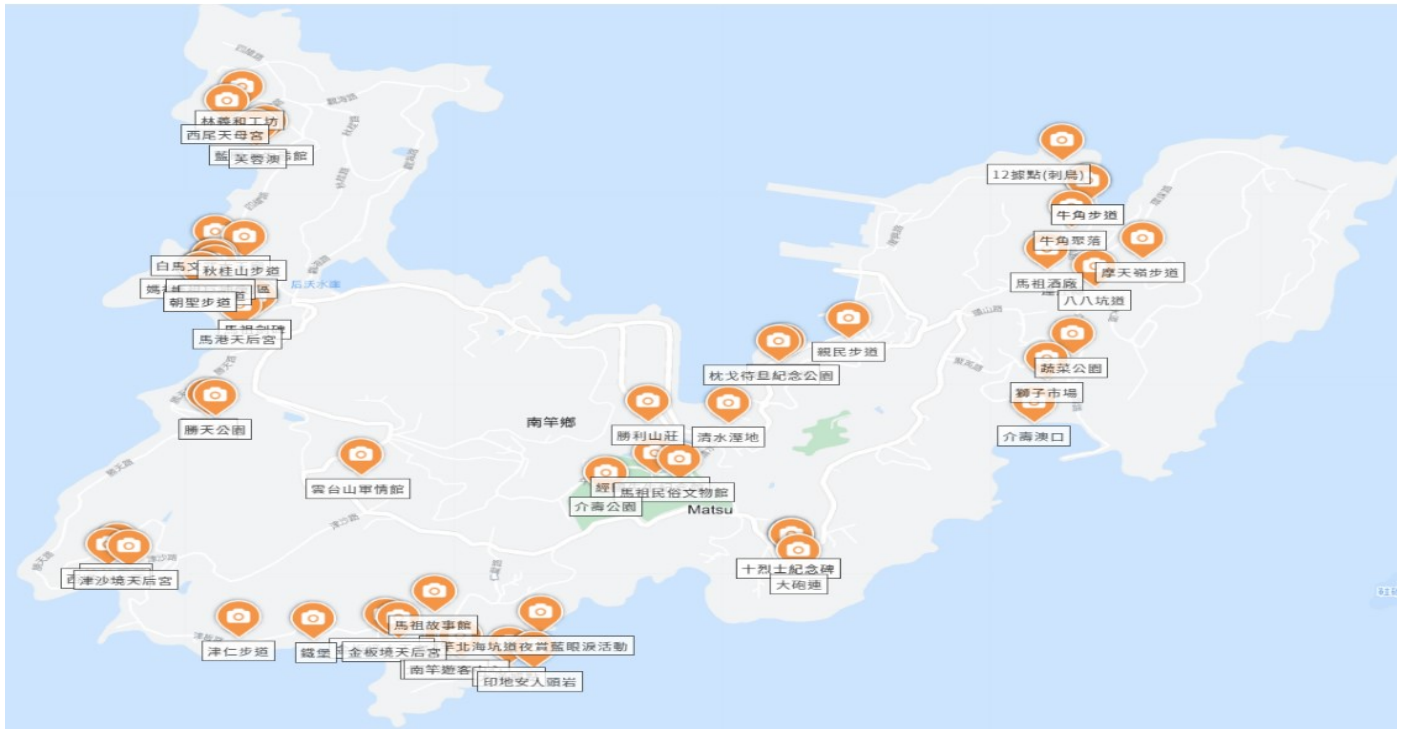
東莒島燈塔(東犬燈塔)、莒光遊客中心、福正聚落、福正沙灘、神祕小海灣、大浦聚落、熾坪隴考古遺址、魚路古道、大埔石刻、林坵嶼、西牛嶼、中流嶼、青帆港、菜浦澳、樂道澳、蛇山

東引鄉

國之北疆、中柱港、東引遊客中心、忠誠門、東海雄風、海現龍闕、馬祖酒廠東引展售中心、安東坑道、燕秀潮音、烈女義坑、一線天、太白天聲、東湧燈塔(東引島燈塔)、中柱島、感恩亭、和尚看經、靜伏鱷魚、羅漢坪、后澳

資料來源：馬祖國家風景管理處

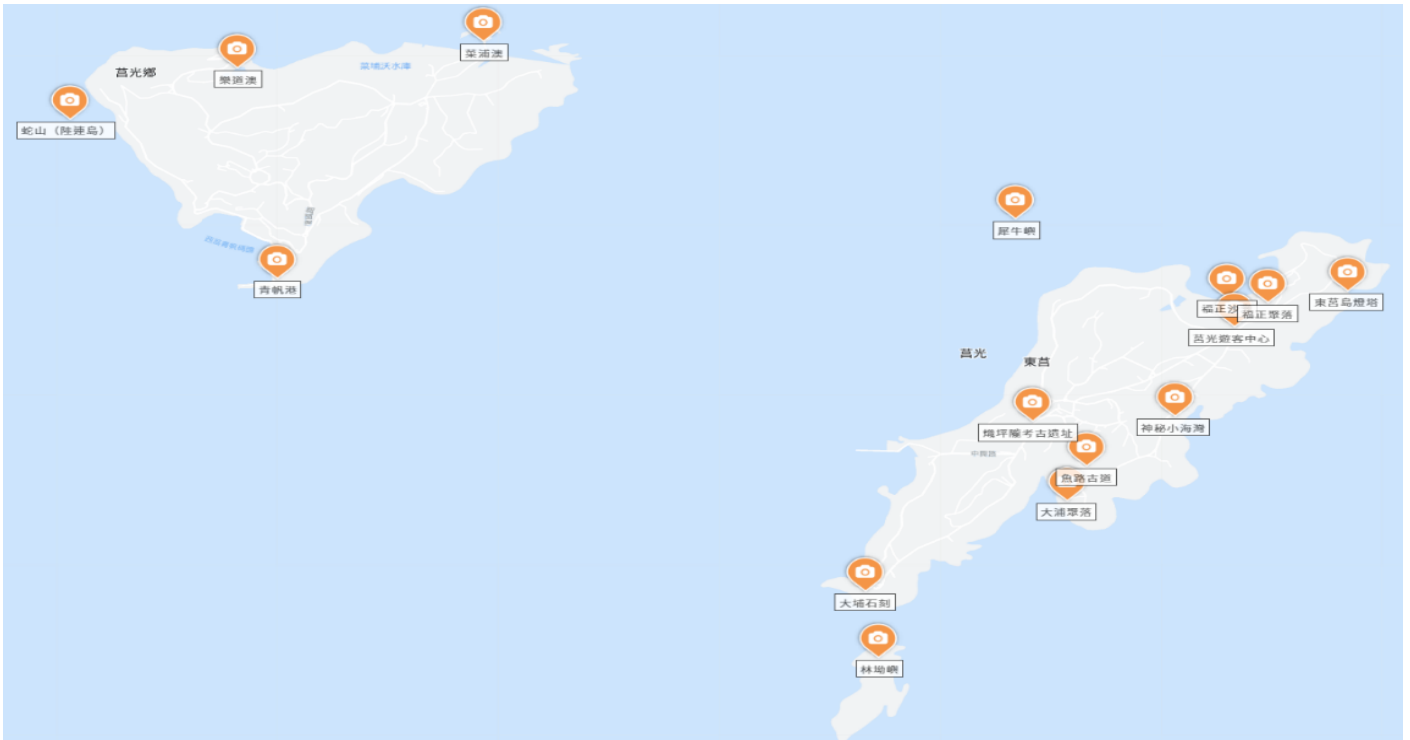
圖一、連江縣南竿鄉觀光景點



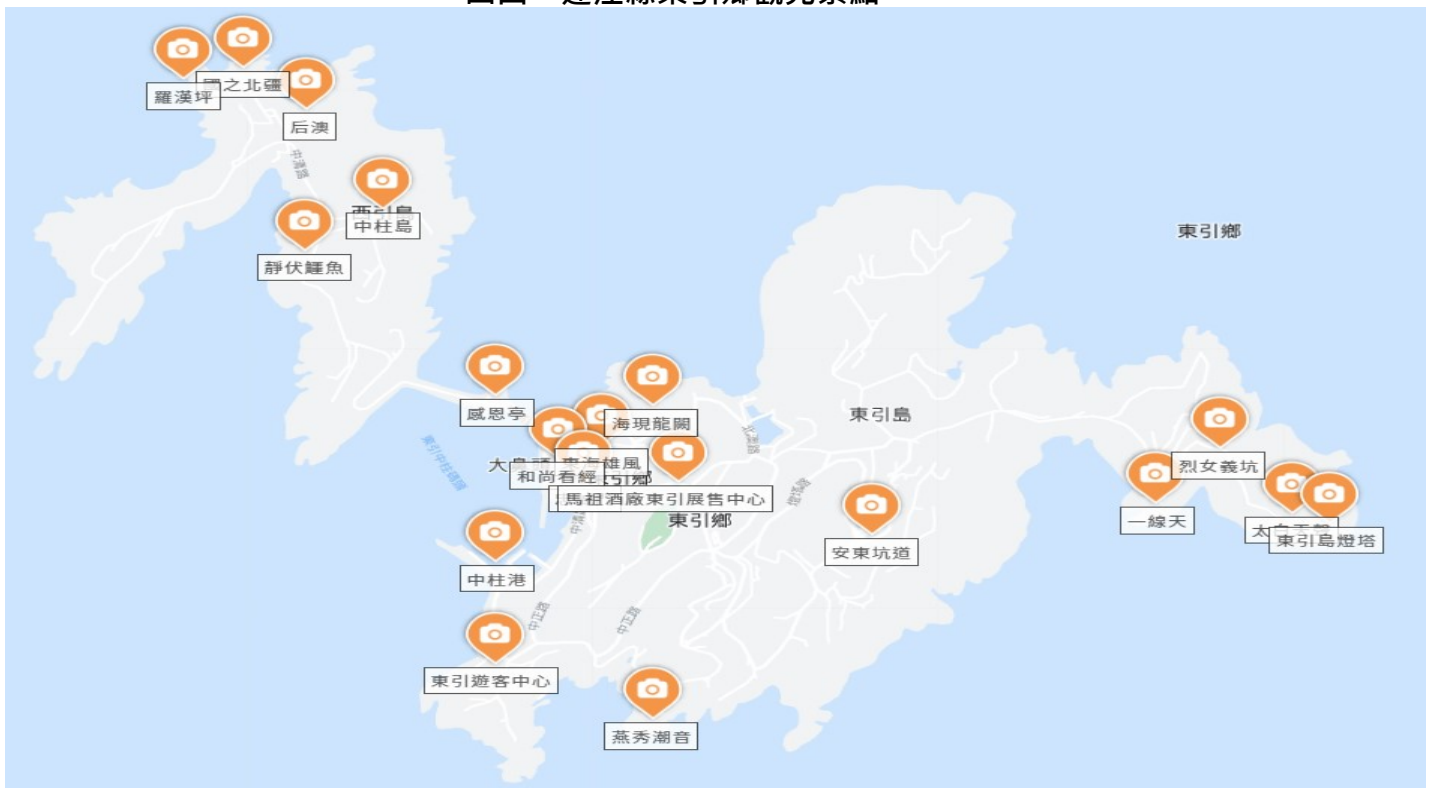
圖二、連江縣北竿鄉觀光景點



圖三、連江縣莒光鄉觀光景點



圖四、連江縣東引鄉觀光景點



圖一~四資料來源：馬祖 e 點通及馬祖國家風景管理處

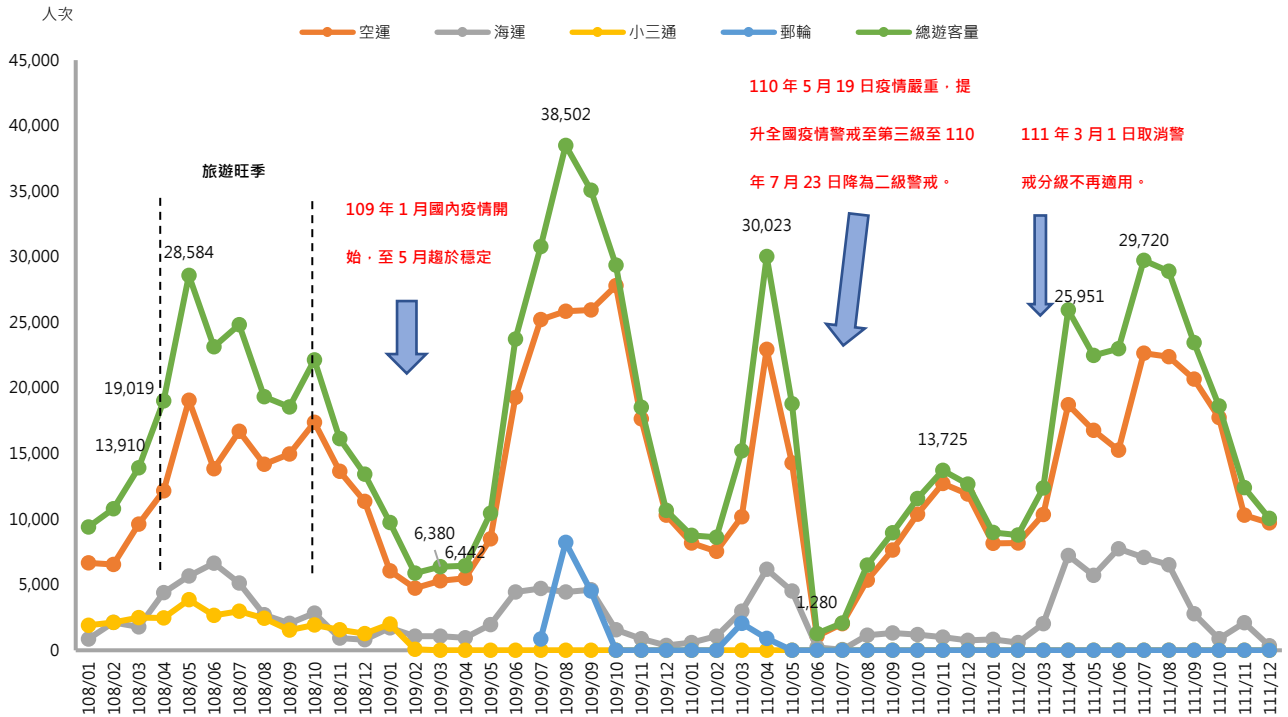
參、遊客分析

自 101 年來本縣遊客人次呈現遞增趨勢，尤其於 107 年遊客人次顯著增加，至 109 年達至最高點。110 年則因國內新冠肺炎疫情轉趨嚴重，年中實施三級警戒恰逢本縣旅遊旺季(4~10 月)，民眾減少出遊，遊客人次大幅減少，故全年遊客人次較 109 年減少 87,329 人次(-38.72%)。111 年新冠肺炎疫情已趨緩，至本縣遊客人次回復接近 109 年高峰。111 年遊客人次為 224,719 人次，較 110 年的 138,194 增加 86,525 人次(+62.61%)，較 109 年的 225,523 人次減少 804 人次(-0.36%)。

近年新冠肺炎疫情延燒至 111 年才逐漸緩和，疫情對本縣遊客人次影響由 108 至 111 年按月的遊客統計，如圖五，可發現從 109 年 1 月因國內疫情開始使至本縣遊客較 108 年減少，109 年 4 月遊客為 6,442 人次相較於 108 年 4 月遊客為 19,019 人次減少了 12,577 人次(-66.13%)。直至 109 年 5 月國內疫情趨於穩定，遊客開始急速上升，至 8 月達高點，單月達 38,502 旅客人次。可能原因為國外疫情趨於嚴重，國人轉而選擇國內旅遊，帶動台灣離島觀光旅遊潮爆發。然而在 110 年 5 月疫情又轉趨嚴重，全國疫情警戒提升至第三級，遊客驟減至最低單月 1,280 人次，直至同年 7 月降為二級警戒，至本縣遊客才逐漸回流。顯示於國外疫情嚴重而國內疫情相對穩定時，馬祖

旅遊熱度迅速上升，雖 110 年因疫情嚴重遊客減少，但本縣已逐漸打開知名度。

圖五、連江縣108年1月-111年12月遊客人次統計

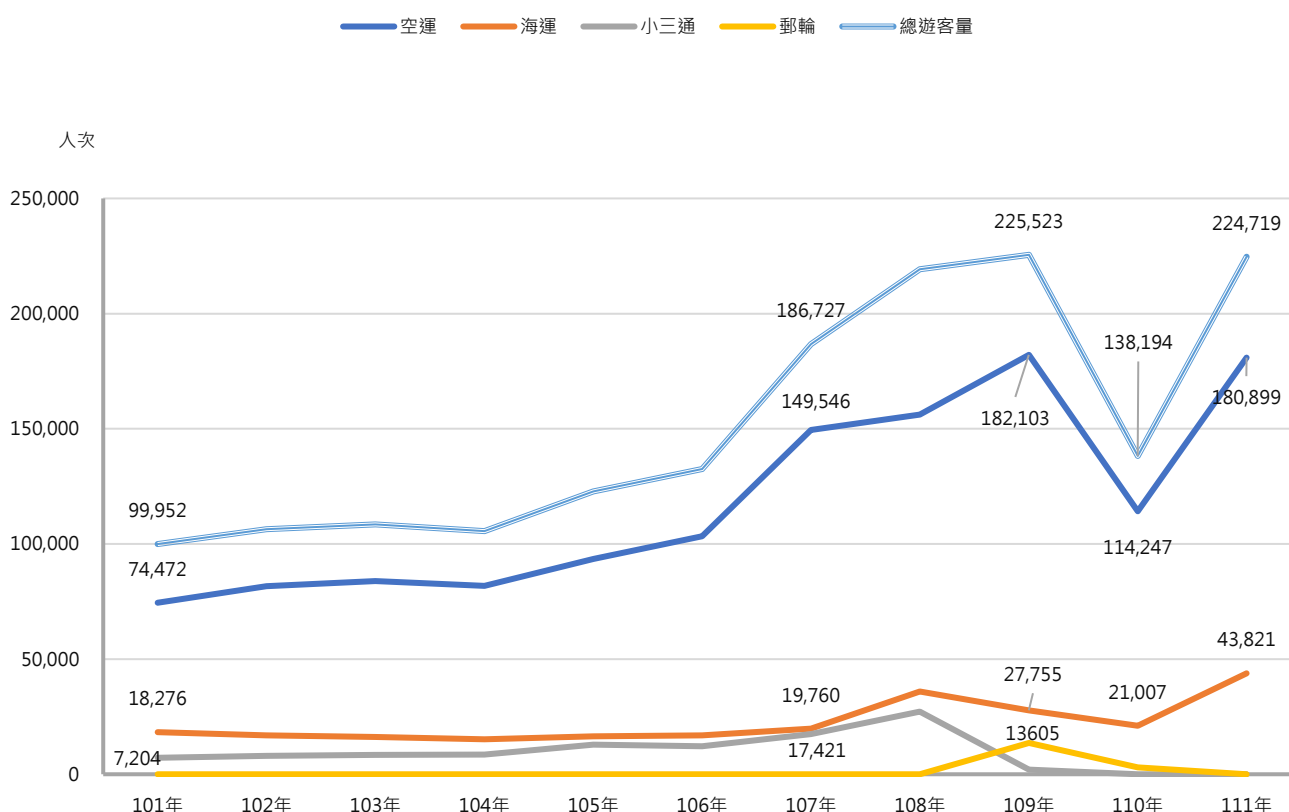


資料來源：馬祖國家風景管理處

以搭乘交通工具分析，從台灣本島至本縣可以空運或海運到達，大陸遊客可由經由小三通到達。空運有定期航班往來台北、台中，海運則有「台馬之星」，航行時間 8 至 10 小時，晚上 10 點基隆上船，次日 7 點到達本縣南竿鄉及 111 年 4 月始營運的「南北之星快輪」，由八里台北港出發，3 小時可達本縣南竿鄉。搭乘飛機為遊客至本縣主要方式，111 年至本縣遊客人次空運占 80.50%，海運占 19.50%，空運較海運多 137,078 人次，主要因飛機班次較多、搭乘時間較短(台

北-南竿約 50 分鐘，台中-南竿約為 1 小時)等優勢。然而春季是馬祖的霧季，飛機航班經常受到影響而延誤甚至停飛，需依賴海運接駁旅客，因此海運仍是不可或缺的運輸方式。111 年也由於「南北之星快輪」開始營運，成為最新的「藍色公路」，111 年以海運載運遊客人數為 43,821 人次，較 110 年的 21,007 人次多出 22,814 人次(+108.60%)，較 109 年的 27,755 人次多出 16,066 人次(+57.89%)，如圖六，顯示於海運逐漸受遊客青睞。

圖六、連江縣近十年遊客數量及搭乘交通工具分析

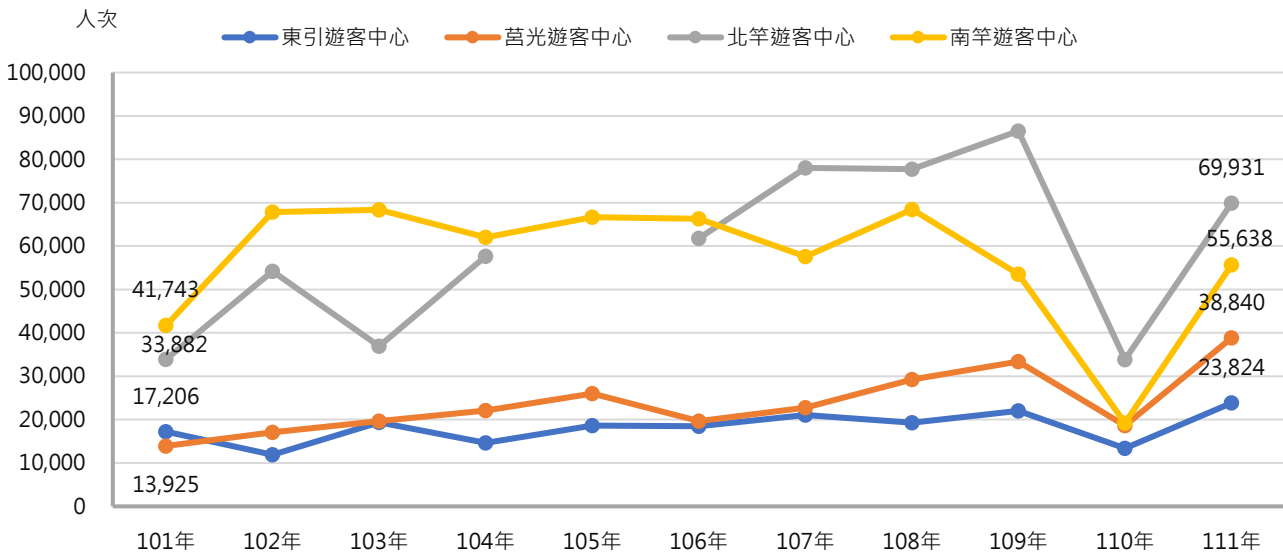


資料來源：馬祖國家風景管理處

備註：遊客計算方式為入境及出境人數分別扣除戶籍於本縣人數再取平均，唯南北之星快輪無提供居民票資料故未扣除戶籍於本縣人數。

依觀光遊憩據點人次分析，目前本縣只有各鄉的遊客中心進行人次統計。111 年遊客中心人次依序為北竿鄉 69,931 人次最多、南竿鄉 55,638 人次、莒光鄉 38,840 人次及東引鄉 23,824 人次，如圖七。此人次統計表示至遊客中心人次並非代表各鄉遊客人次。建議本縣於其他遊憩據點設置電子、人工計數或以電信數據進行人數推估，了解遊客動向，利於本縣旅遊路線及空間規劃。

圖七、連江縣101年-111觀光遊憩據點人次統計



資料來源：交通部觀光局

備註：105 年北竿遊客中心人次數據遺失，故無數值。

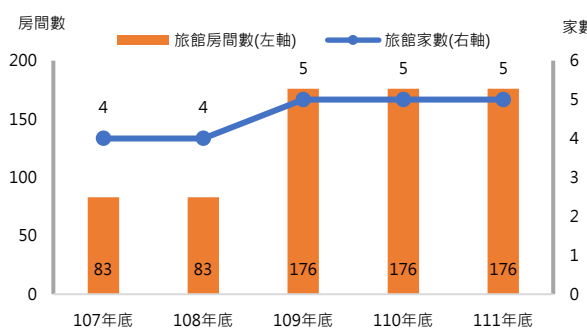
肆、旅宿業營運狀況分析

一、旅宿業家數、房間數及員工人數

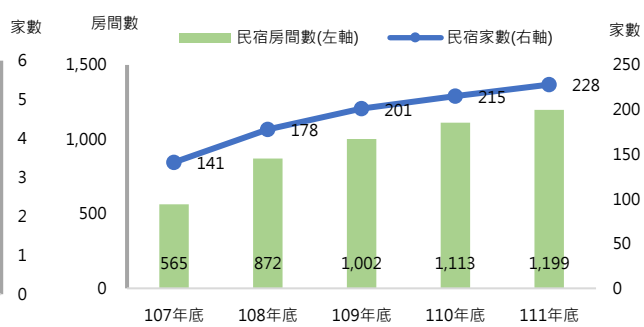
本縣 111 年底旅館家數自 107 年以來家數增加 1 家(+25.00%)，房間數增加 93 間(+112.05%)，如圖八。民宿家數則增加 87 家(+61.70

%)，房間數增加 634 間(+112.21%)，如圖九。旅館員工人數 111 年底為 25 人較 107 年底的 18 人增加 7 人(+38.89%)。民宿員工人數 111 年底為 469 人較 107 年底的 184 人增加 285 人(+154.89%)，如圖十。顯示近五年隨著遊客人數的增加，旅館及民宿家數亦隨之增加，其中又以民宿增加幅度較大，可能原因為民宿業者為利用自用住宅空房，以家庭副業方式經營。大部分的民宿經營在固定成本花費不大，並未因經營民宿而更改建築物和房間的格局，主要是床墊、棉被……等基本住宿的使用設備花費較多，而經營旅館不只需要有較大的建築空間，其負擔的固定及變動成本皆比民宿大的多。因此願意投入民宿經營者較多。

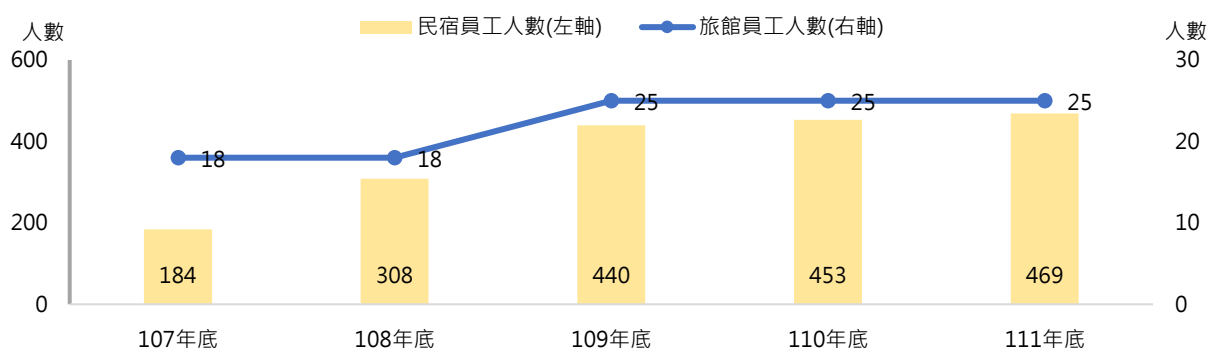
圖八、連江縣近五年旅館家數及房間數



圖九、連江縣近五年民宿家數及房間數



圖十、連江縣近五年旅宿員工人數

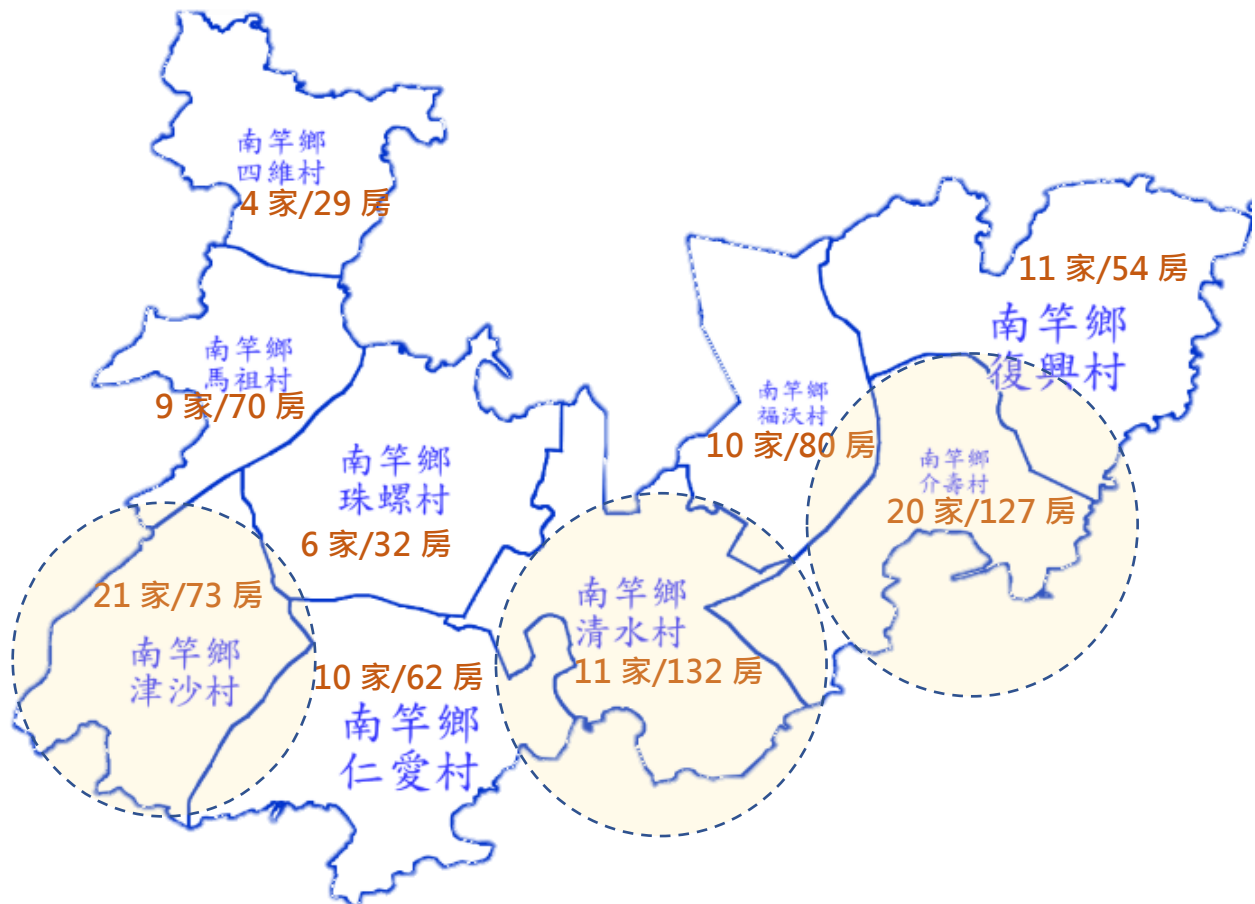


圖八~十資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

二、旅館及民宿分布情形

南竿鄉旅館家數有 3 家，房間數約為 91 間。民宿有 99 家，房間數約為 568 間，主要分布在津沙村、介壽村及清水村。北竿鄉旅館家數有 1 家，房間數約 70 間。民宿家數有 65 家，房間數約 272 間，主要分布於芹壁村及塘岐村。莒光鄉無旅館，民宿有 29 家，房間數約為 174 間，主要位於大坪村。東引鄉旅館家數有 1 家，房間數有 15 間。民宿有 35 家，房間數有 185 間，主要位於樂華村。

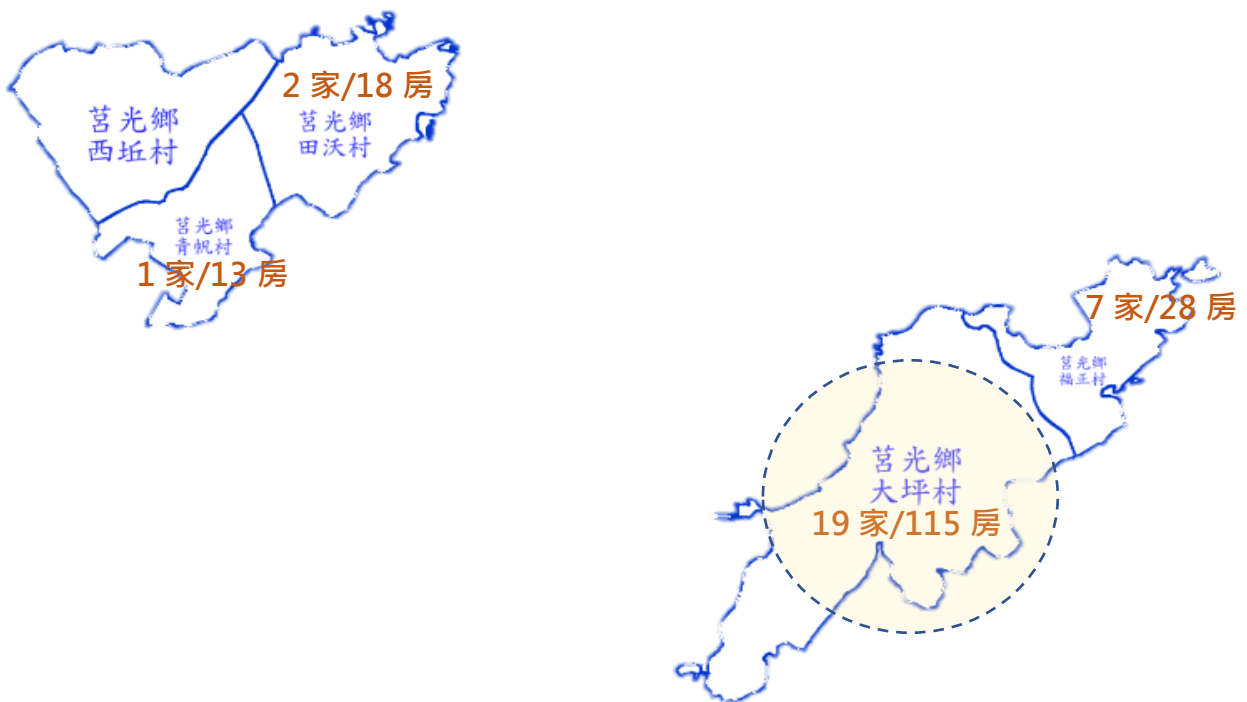
圖十一、南竿鄉合法住宿房間供給分佈圖



圖十二、北竿鄉合法住宿房間供給分佈圖



圖十三、莒光鄉合法住宿房間供給分佈圖



圖十四、東引鄉合法住宿房間供給分佈圖



圖十一~圖十四資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網及本縣交通旅遊局 111 年 12 月資料並由本分析報告繪圖

三、旅宿業住用率

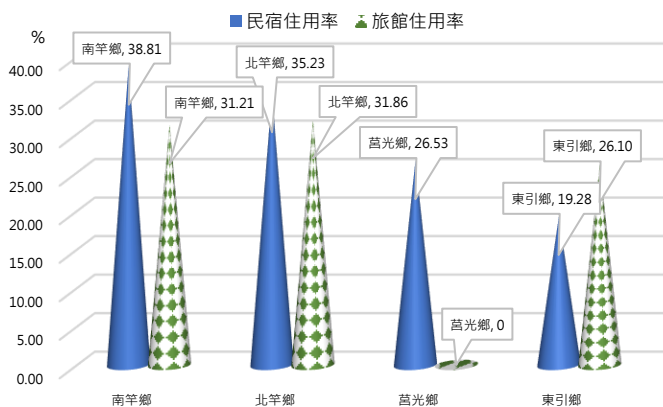
住用率為實際住用客房累計數與可供出租客房累計數之比率，為住宿業常見之指標，住宿率越高代表客房空間使用效率越高。111 年本縣民宿住用率為 33.27%，旅館住用率為 31.03%。以各鄉觀察，南竿鄉的民宿住用率為 38.81% 最高，後面依序為北竿鄉 35.23%、莒光鄉 26.53% 及東引鄉 19.28%。旅館住用率則以北竿鄉 31.86% 最高，其次為南竿鄉 31.21% 及東引鄉 26.10%。南竿鄉及北竿鄉民宿住用率分別高於旅館住用率 7.60 個百分點及 3.37 個百分點，東引鄉則是旅館較民宿住用率高 6.82 個百分點，如圖十五。

以 111 年各月觀察，民宿於 7 月住用率 48.09% 最高，於 1 月住

用率 12.24% 最低，與 7 月相差 35.85 個百分點。旅館則於 5 月住用率 52.95% 最高，12 月住用率 10.67% 最低，與 5 月相差 42.28 個百分點，如圖十六。整體來說於 4 月至 8 月因逢本縣旅遊旺季，住用率可達 4~5 成。與台灣地區比較，本縣民宿住用率高於台灣地區平均住用率 4.98 個百分點，於全台排名第四高，如圖十七。旅館住用率則低於台灣地區平均 8.91 個百分點，如圖十八，旅館客房使用效率尚有提升空間。

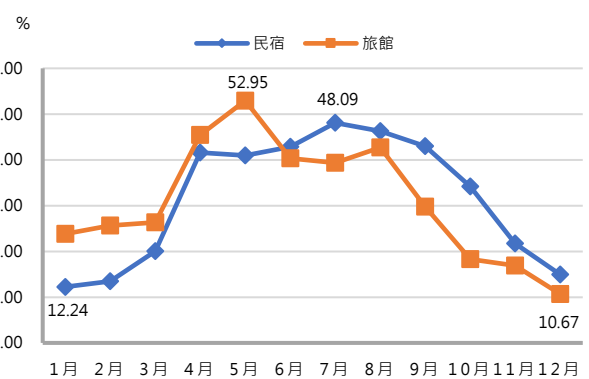
以平均房價觀察，本縣民宿平均房價為 1,945 元，台灣地區為 2,761 元，本縣民宿平均房價低於台灣地區 816 元，如圖十九。旅館方面，本縣旅館 111 年平均房價為 2,219 元，台灣地區為 2,522 元，本縣旅館平均房價低於台灣地區 303 元，如圖二十。平均房價為客房總收入與可供出租客房累計數的比率，可以了解本縣在市場上與競爭對手的價格差異，本縣無論民宿及旅館之平均房價皆低於台灣地區，於國內市場上仍存在競爭力。

圖十五、連江縣111年民宿及旅館客房住用率



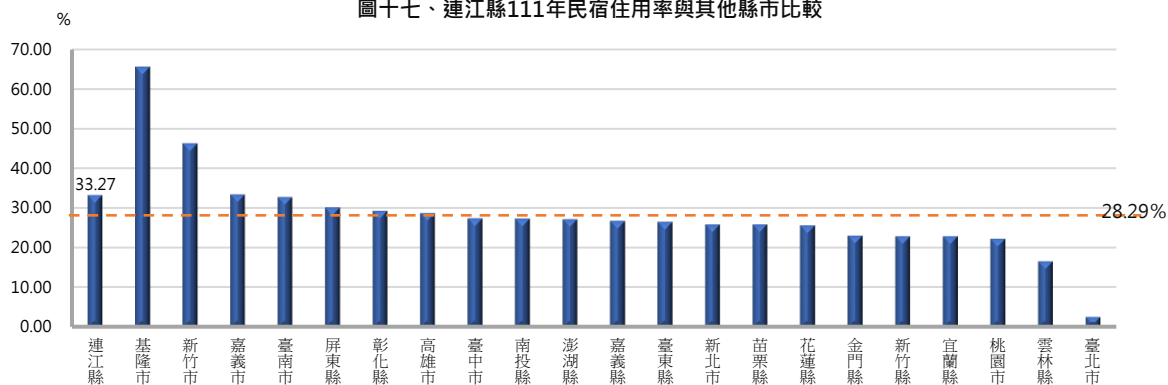
資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

圖十六、連江縣111年各月民宿及旅館住用率

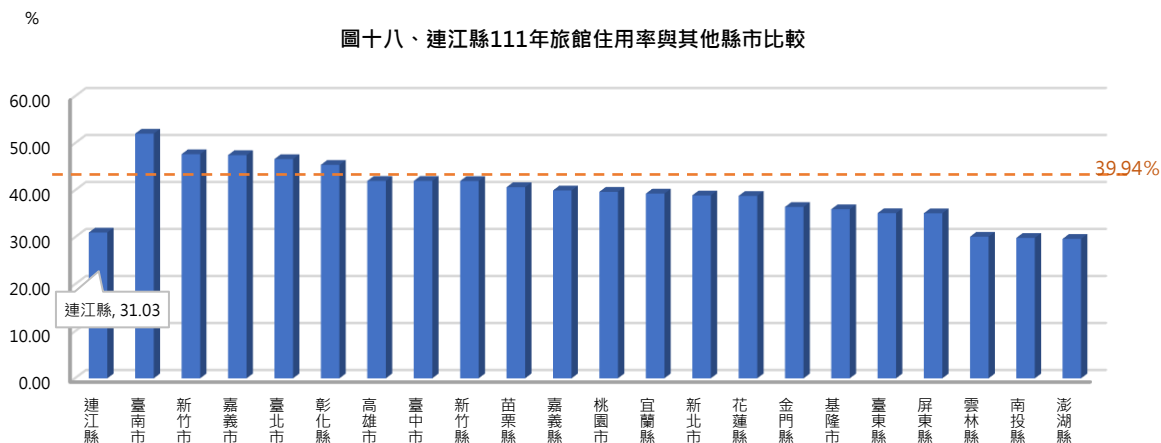


資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

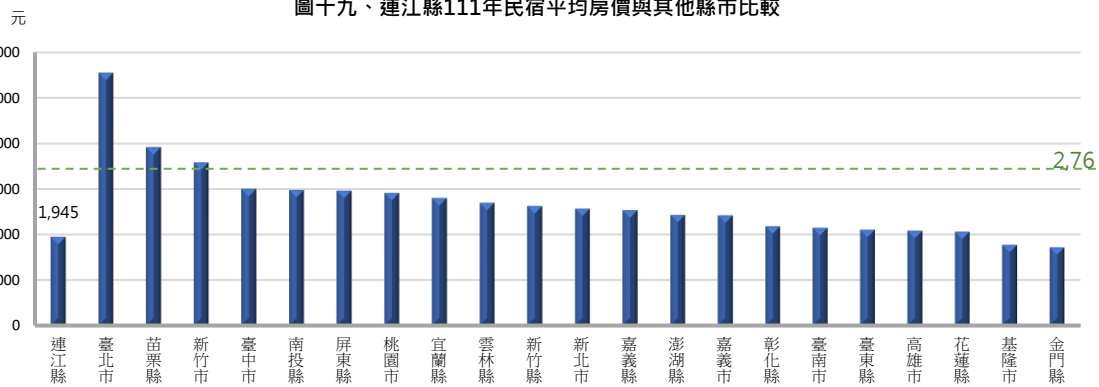
圖十七、連江縣111年民宿住用率與其他縣市比較



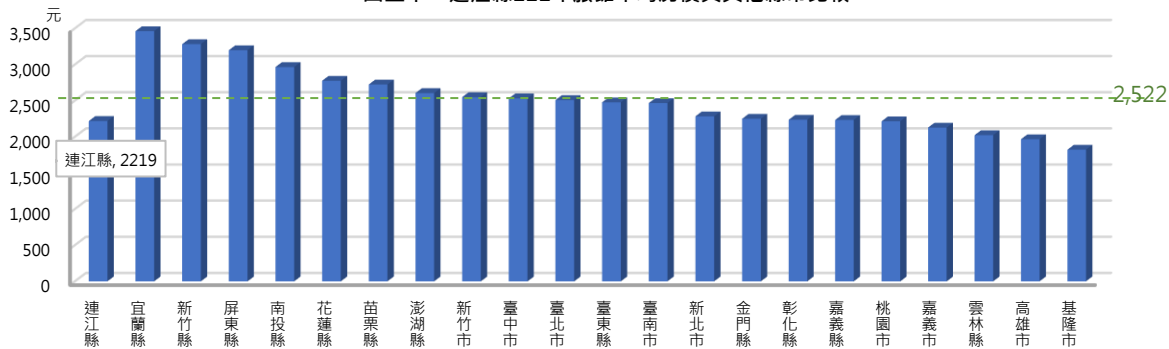
圖十八、連江縣111年旅館住用率與其他縣市比較



圖十九、連江縣111年民宿平均房價與其他縣市比較



圖二十、連江縣111年旅館平均房價與其他縣市比較



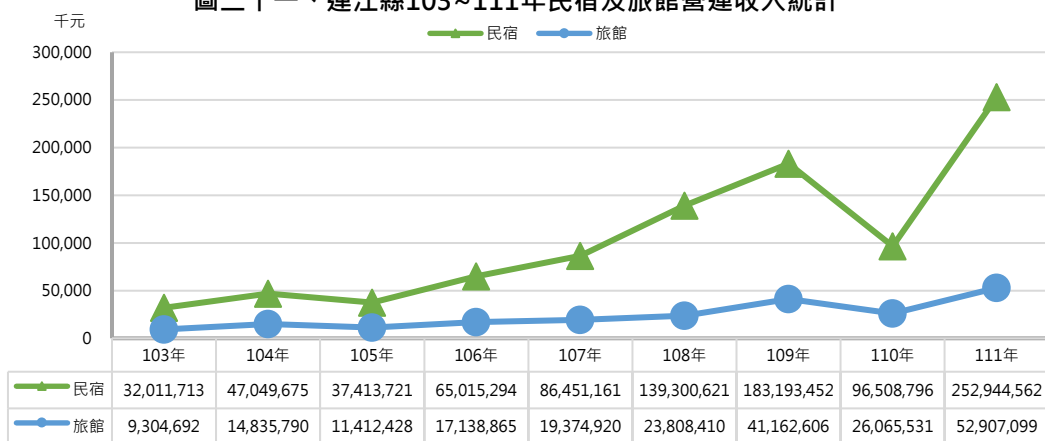
圖十七~圖二十資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

四、旅宿業營運收入概況

111年民宿業總營業收入為2億5,294萬4,562元，較110年的9,650萬8,796元增加1億5,643萬5,766元(+162.09%)，較107年的8,645萬1,161元增加1億6,649萬3,401元(+192.59%)。111年旅館業總營業收入為5,290萬7,099元較110年的2,606萬5,531元增加2,684萬1,568元(+102.98%)，較107年的1,937萬4,920元增加3,353萬2,179元(+173.07%)，如圖二十一。顯示無論是民宿及旅館業總營業收入皆呈成長趨勢，其中因民宿家數增加較多總營業收入成長幅度更為明顯。

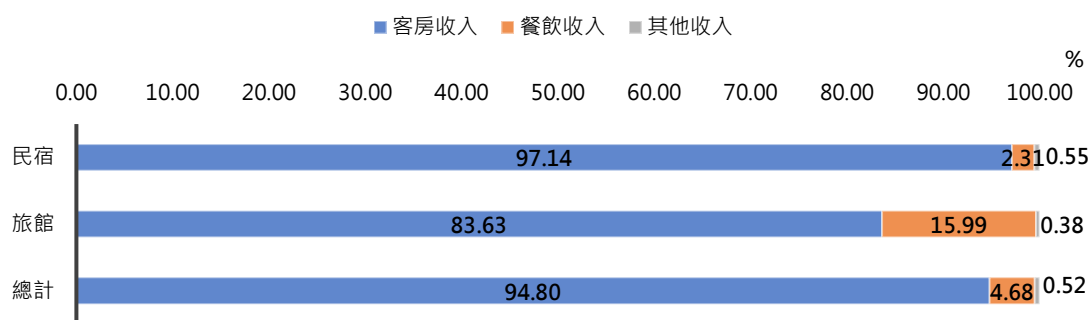
由各類收入占比觀察，民宿業主要收入來源為客房收入(占97.14%)，其次為餐飲收入(占2.31%)及其他收入(占0.55%)。旅館業主要收入來源亦為客房收入(占83.63%)，其次為餐飲收入(占15.99%)及其他收入(占0.38%)，如圖二十二。顯示民宿多單純提供住宿服務，旅館經營項目則較多元還包含餐飲服務。

圖二十一、連江縣103~111年民宿及旅館營運收入統計



資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

圖二十二、連江縣111年旅宿業各類收入占比



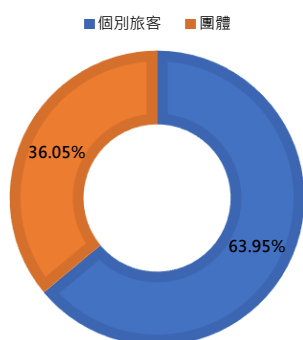
資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

五、旅宿業住客特性分析

本縣 111 年旅宿住客類別主要以個別旅客為主，占 63.95%，團體遊客則占 36.05%，如圖二十三。個別旅客占比較高可能原因為本縣各島景點多可以機車、汽車、公車或步行到達，島與島之間可搭乘島際交通船到達十分便利，因此遊客可依個人喜好規劃行程自行前往。

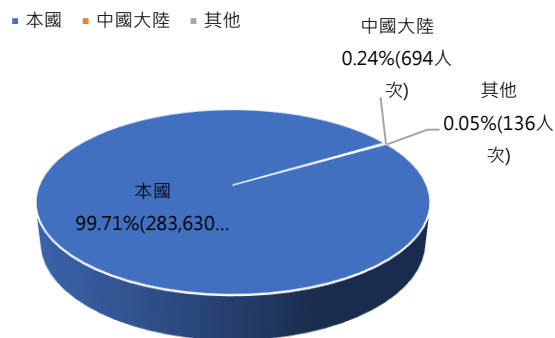
以住宿國籍分析，至 111 年本縣旅宿住宿者以本國人為主(占 99.71%)，其次為中國大陸(占 0.24%)及其他國家(占 0.05%)，如圖二十四。中國大陸遊客方面，中國旅客以小三通方式至本縣旅遊最為便利，小三通為於 2001 年 1 月 1 日開始施行「金門—廈門」與「馬祖—福州」間的「通郵、通商、通航」。然而由於受新冠疫情影響，109 年 2 月 10 日暫停小三通直至 112 年 1 月 7 日復航。而於 108 年疫情發生前，大陸遊客為 3,396 人(占 2.00%)，比例仍不高。表示本縣觀光產業尚未推展至國際。

圖二十三、連江縣111年旅宿住客類別



資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

圖二十四、連江縣111年旅宿住宿國籍占比



資料來源：交通部觀光局台灣旅宿網

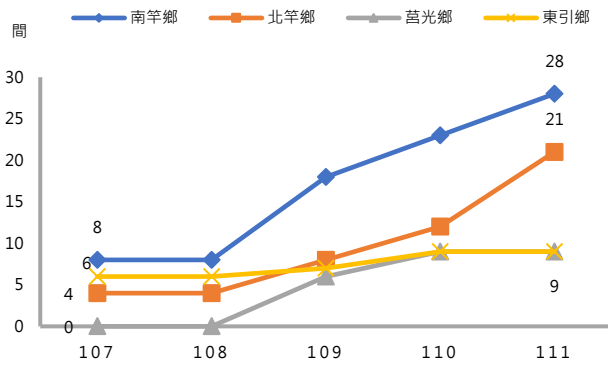
伍、綠色旅遊設施相關分析

於「Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書」中提及綠色旅遊、低碳旅遊是繼生態觀光之後，逐漸受到世人關注的旅遊模式，是全球發展觀光趨勢，行政院環境保護署近年亦持續推廣在旅遊過程中選擇對環境友善的方式，依環保、低碳方向規劃旅遊行程，降低環境負荷、維護自然景觀生態，體會更深度的綠色旅遊模式。

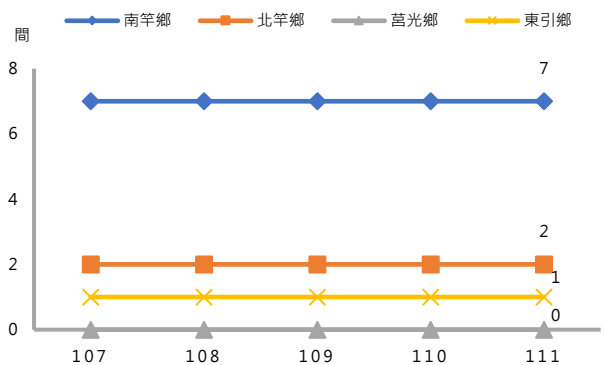
本縣 111 年環保旅店數量共有 67 間，較 107 年的 18 間增加 49 間(+272.22%)。依各鄉觀察，南竿鄉 28 間、北竿鄉 21 間、莒光及東引鄉各 9 間，如圖二十五。綠色商店數量近五年皆無增減皆為 10 間，如圖二十六。綠色餐廳數量由 107 年 0 間增加至 111 年 23 間，其中又以南竿鄉增加 17 間最多，如圖二十七。低碳旅遊路線 111 年增加至 3 條路線，如圖二十八。規劃的 3 條旅遊路線，多結合縣內環

保旅店、綠色餐廳、環教場所等形成低碳環保路線。然而路線相關資訊主要以海報方式張貼於機關部門公告欄、碼頭機場、環保旅店合作店家或綠色餐廳等地，外地遊客較難得知相關訊息。

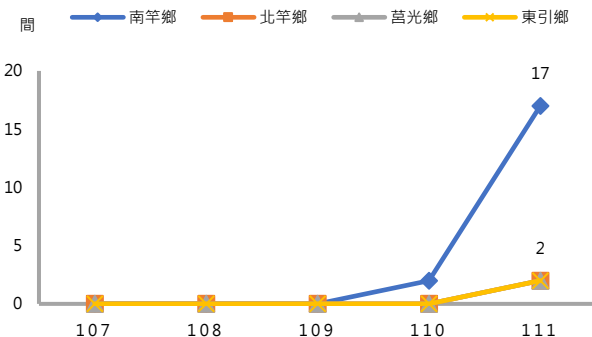
圖二十五、連江縣111年環保旅店數量



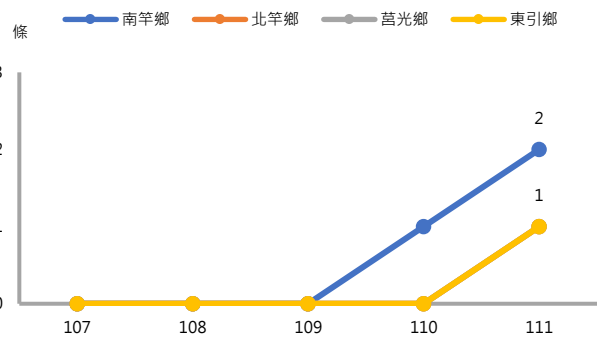
圖二十六、連江縣111年綠色商店數量



圖二十七、連江縣111年綠色餐廳數量



圖二十八、連江縣111年低碳旅遊路線數量



圖二十五~圖二十八資料來源：連江縣環境資源局

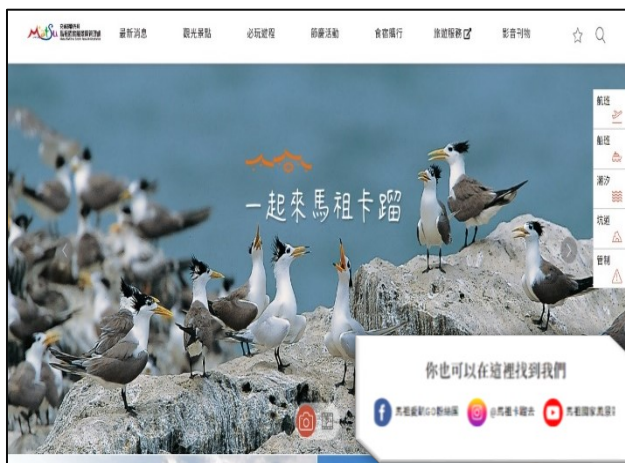
陸、官方觀光旅遊網站現況

交通部觀光局公布的「110 年臺灣旅遊狀況調查報告」顯示國人旅遊資訊來源以「網路網絡與社群媒體」為主，依其抽樣調查結果，遊客之旅遊資訊來源有 55.3%由網路網絡與社群媒體得知，其次為

45.8%由親友、同事、同學得知。顯示網際網路及社群媒體的發展逐漸改變消費者獲取資訊的管道，因此如何經營及管理網站及社群更貼近旅客需求日趨重要。

本縣觀光相關政策及管理主要由本縣政府交通旅遊局及交通部觀光局馬祖國家風景管理處進行，觀光旅遊官方網站主要有「馬祖國家風景管理處網站」、「連江縣交通旅遊局的「馬祖 e 點通」網站及本縣府網站設有觀光活動資訊專區，如圖二十九~三十一。上述網站皆有放置本縣觀光景點、節慶、住宿、美食、活動及交通等資訊，但各網站皆只呈現其機關單位承辦的活動，且提供的景點及美食亦不完全相同，旅遊相關資訊並無整合。因此建議由跨部門成立官方網站或臉書、Line 等社群平台，整合及推播各部門旅遊資訊。

圖二十九、馬祖國家風景管理處網站



圖三十、連江縣政府網站



圖三十一、馬祖 e 點通網站



圖二十九-圖三十一 資料來源：各網站網頁截圖

柒、觀光旅遊發展 SWOT 分析

優勢

1. 地質景觀、動植物生態資源及獨特之戰地文化。
2. 傳統聚落、特色閩東建築、宗教信仰及傳統節慶活動。
3. 藍眼淚特殊自然景觀。
4. 民宿及旅館平均房價低於台灣地區平均房價。
5. 島內景點間距離近。
6. 鄰近中國大陸，大陸旅客可利用小三通航線至本縣。

機會

1. 因國外疫情嚴重刺激國內旅遊，馬祖旅遊熱度增加。
2. 中央近年推動智慧觀光政策。
3. 中央近年推動綠色旅遊。
4. 網路及社群媒體發展使訊息傳遞迅速。

劣勢

1. 觀光數位科技化不足。
2. 跨部門觀光及活動相關資訊未整合。
3. 觀光景點、傳統節慶及主題活動推廣不足，無建立長期行銷策略。

威脅

1. 春夏之際易起霧使飛機停飛。
2. 冬季受強烈東北季風影響，沿海景點觀賞性較差。
3. 冬季風浪大時船無法行駛。
4. 於各島間觀光需再搭乘島際交通船。
5. 小三通航線易隨中央政府政策變動。

捌、結論與建議

一、結論

(一)本縣擁有豐富的戰地文化、自然景觀和人文特色，吸引著各地的遊客。遊客人次逐年增加，特別是在國外疫情嚴重而國內疫情相對穩定的情況下，馬祖旅遊熱度迅速上升。然而民俗節慶活動及觀光遊憩據點多無進行人次、滿意度及年齡相關統計，無法進一步了解遊客資料及觀點。

(二)本縣民宿和旅館業總營業收入呈現成長趨勢，尤其是民宿業績增長更為明顯。民宿主要提供住宿服務，而旅館則更多元化，包括餐飲服務等。本縣的民宿住用率高於台灣地區平均水平，但旅館的住用率則稍低於台灣地區平均水平，顯示旅館客房使用效率還有提升的空間。平均房價部分，本縣民宿及旅館平均房價皆低於台灣地區，於國內旅遊存在競爭力。

(三)在遊客類型方面，個別旅客占了占比 63.95%，團體遊客則占 36.05%。在住宿國籍方面，本國遊客占 99.71%，其次是中國大陸遊客占 0.24%，其他國家遊客占 0.05%，顯示本縣的觀光產業尚未拓展至國際市場。

(四)本縣持續推動環保旅遊，環保旅店數量逐年增加，綠色餐廳和低碳旅遊路線也有相應的發展。然而，綠色旅遊相關資訊的宣傳仍有待

加強，遊客對相關訊息的獲取仍相對困難。

(五)本縣的觀光旅遊相關資訊可透過交通部觀光局的「馬祖國家風景管理處網站」、「連江縣縣府網站」以及連江縣交通旅遊局的「馬祖 e 點通」網站獲得。然而，上述網站的資訊整合程度不高，缺乏提供遊客查閱旅遊相關資訊的單一窗口。

二、建議

(一)推動智慧觀光服務並加強收集及分析觀光旅遊數據策略

本縣智慧觀光基礎建設尚不足，因此建議與交通部合作強化本縣智慧基礎建設為首要之務，例如無線網路覆蓋、智慧導覽系統、QR 碼或電子票證應用等。這些設施能夠提供遊客方便的資訊和互動體驗，同時也為數據收集打下基礎。另外建議設置多個觀光旅遊數據收集點，例如遊客中心、景點入口等地方，收集遊客的訪問行為、使用偏好、停留時間等數據。整合不同來源的數據，例如門票銷售、旅館預訂等，以獲得全面的觀光旅遊數據。再利用數據分析揭示遊客的偏好和行為模式，幫助本縣了解旅客的需求，制定更有效的營銷策略和服務優化案，並逐步將觀光推展至國際。

(二)整合跨部門資源並加強網路及社群媒體行銷策略

由連江縣政府交通旅遊局及交通部觀光局馬祖國家風景管理處跨部門組成連江縣觀光發展小組，建立有效溝通管道共同打造馬祖品

牌，整合觀光旅遊資源、活動等相關資訊。例如共同推出馬祖觀光旅遊的官方網站或臉書、LINE 等社群媒體，於此社群媒體平台提供本縣全年之活動、旅遊資訊並推播熱門活動及馬祖特產。並於遊客中心、熱門遊憩據點或本縣活動舉辦時推出加入本縣官方社群媒體送小禮物活動，藉此推廣本縣官方社群媒體。將社群媒體作為推廣和互動的重要工具，與粉絲和追隨者進行互動，發佈有趣、有價值的內容、提供解決方案和回應問題，以提高參與度和忠誠度，讓更多人認識馬祖。

(三) 規劃及落實永續旅遊策略

由於本縣受限於先天環境的限制，土地、水、電及天然資源等皆有限，因此需綜合評估及制定相關計畫以使本縣光觀業能永續發展，例如由本縣工務處、環境資源局及交通旅遊局共同研擬土地利用計畫，保留自然景觀和生態敏感區域，限制開發和建設活動，確保生態系統的完整性和生物多樣性。另外由本縣環境資源局、交通旅遊局及旅遊業者合作進行環境教育和宣傳活動，提高遊客和當地居民對於生態保護的認識和意識。強調可持續旅遊的重要性，鼓勵遊客遵守當地的環境規範和文化習慣，減少對環境的負面影響。

玖、參考文獻

一、連江縣第六期離島綜合建設實施方案，2022，連江縣政府。

二、Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書，2020，交通部觀光局。

三、民宿產業與民宿策略聯盟，2006，留梅芳。

四、中華民國 110 年臺灣旅遊狀況調查報告，2021，交通部觀光局。

五、「小三通」的實施成效與續存需求，2006，李嬌瑩。