

出國報告（出國類別：考察）

澳洲森林生態旅遊與環境教育推廣機制 考察報告書

服務機關：行政院農業委員會林務局

姓名職稱：林務局保育組夏榮生簡任技正

林務局森林育樂組朱懿千科長

林務局造林生產組羅秀雲技正

林務局新竹林區管理處鄭雅文課長

林務局東勢林區管理處吳貞純主任

林務局新竹林區管理處周文郅技正

臺灣生態旅遊協會賴鵬智監事

出國地區：澳洲

出國期間：103年11月13日至11月26日

報告日期：104年1月30日

摘要

澳洲為全球生態旅遊產業發展最發達的國家，在相關的研究、法令規章、產業模式與行銷宣傳上，均為國際翹楚，且政府與民間團體的合作推動模式，亦為世界的典範。故 103 年 11 月 13 日至 26 日規劃至昆士蘭州參訪 2 大國家地景區塊（部分是世界自然遺產地）、7 處國家公園、2 處自然保護區與 7 處民營生態度假村，並拜會政府部門、民間組織人員及經營者，藉以瞭解澳洲生態旅遊推動及場域營運現況。

透過現地考察、參與生態旅遊活動，並與公私部門人員訪談中，瞭解政府與民間組織間合作推動生態旅遊的模式與架構，與生態旅遊地的經營理念與現況，將可作為爾後推動林務局生態旅遊業務參考。就考察內容彙整出政策面、組織面及經營管理面三大面向之心得及建議，概如下述：

一、經營面

- （一）明訂生態旅遊願景與策略，規劃分年策略行動方案。
- （二）委託民間組織辦理生態標章認證，促進生態旅遊國際化。
- （三）訂定生態旅遊遊程分級制度，遊程產品產業化。

二、組織面

- （一）組成跨域推動小組，強化橫向溝通機制。
- （二）建構『政府—民間組織—經營者—社區』關係鏈。

三、經營管理面

- （一）國家森林遊樂區設施維運納入友善環境作為。
- （二）強化與國家森林遊樂區周邊社區聯結的生態旅遊遊程。
- （三）訂定保護區特許制度，資源保護與經濟發展共存。
- （四）環境教育場域營運採自主式學習模式。
- （五）解說內容故事化，解說媒體科技化。

目 次

壹、前言.....	1
貳、考察課題與行程.....	2
參、考察概況.....	4
肆、考察心得與建議.....	15
伍、結語.....	21
陸、附錄.....	22

壹、前言

一、考察動機

國際上生態旅遊從觀念發想到實踐，已近五十年的光景，隨著時代的變遷，生態旅遊從最初的概念性主張，不斷有學者提出相關見解，逐漸形成具體意涵。自 2002 年宣示為台灣生態旅遊年以來，林務局便以國家森林遊樂區為主體與周邊具有生態旅遊資源的民間經營餐飲或社區據點，串連以自然生態體驗為主，促進在地產業為輔的生態旅遊遊程。並自 2013 年起將東眼山、奧萬大、知本、雙流、太平山、大雪山國家森林遊樂區周邊生態旅遊據點，重新檢視與包裝，從產業化的角度與優質的旅遊業者採策略聯盟的方式，推出『森態小旅行』旅遊產品，期能因此提升國內生態旅遊的品質與產值，但仍無法達到預期的效益。

而澳洲昆士蘭州『觀光旅遊』為經濟發展的四大重要骨幹之一，州政府在 2013 年發布了「昆士蘭 2013 年至 2020 年生態旅遊發展策略及行動方案」，並提出在 2020 年前觀光收入要到達 300 億澳幣（約 8100 億台幣）的具挑戰性成長目標。故若能透過考察昆士蘭州生態旅遊推動的實務現況，並與澳洲政府人員及民間業者訪談，從而瞭解政府部門在推動生態旅遊的務實作為，對於後續林務局在推動生態旅遊業務上，將有其參考之價值。

二、考察目的

- (一) 學習生態旅遊景區業者及有生態認證之旅宿業者，其環境管理策略、操作實務、環境教育功能體現及如何評估生態認證成效。
- (二) 學習澳洲政府如何協助民間團體（如澳洲生態旅遊協會）與旅遊業者發展生態旅遊業務、行銷生態旅遊產品及其成效。
- (三) 學習澳洲生態旅遊協會如何推展大眾生態旅遊教育與協助業者行銷生態旅遊業務，如何做好生態旅遊標章認證與追蹤管理工作，並評估其成效。
- (四) 學習澳洲民間機構或業者如何在旅遊解說或服務中加強環境教育功能。
- (五) 拜會昆士蘭州相關政府機關與民間團體，建立台澳生態旅遊推廣合作管道。

貳、考察課題與行程

一、考察課題

- (一) 澳洲政府部門推動生態旅遊業務的制度與行銷策略。
- (二) 澳洲民間組織（澳洲生態旅遊協會）推動生態旅遊現況。
- (三) 具有生態認證標章場域經營管理及環境教育推動作為。

二、考察行程

本次澳洲生態旅遊與環境教育推廣機制考察行程，均依考察目的，由澳洲生態旅遊論壇主席 Angus M Robinson（曾二次受邀來台參加地質公園研討會）與澳洲生態旅遊協會執行長 Rob Hillman，及領有澳洲生態導遊證的資深導遊 Barry Davies 共同規劃，以森林、地景、生態旅遊設施及具有生態認證標章之生態度假村為行程重點，並與公私部門相關人員交流、訪談，摘錄如表 1：

表 1：考察時程、地點與項目摘錄表

日期	路線與地點	考察項目
11/13(四)	台北→澳洲布里斯本	啟程
11/14(五)	布里斯本→凱恩斯	搭國內班機抵達凱恩斯
濕熱帶國家地景(Wet Tropics National Landscape)		
11/15(六)	1. 查普凱原住民文化中心 2. 天軌雨林纜車 3. 住 Jabiru Safari Loge	1. 考察原住民文化展演及經營。 2. 考察世界遺產及國家公園境內民營纜車設施規劃與經營。 3. 考察濕地保護區特許具進階生態旅遊標章民營生態度假村經營理念及現況。
11/16(日)	1. Undara 火山國家公園 2. 住 Undara Experience	1. 考察 Undara 火山國家公園地景資源及與生態旅遊經營現況。 2. 考察經國家公園區內特許經營的民營生態度假村，經營生態旅遊解說遊程內容及設施經營理念及現況。

日期	路線與地點	考察項目
11/17(一)	1.火山口湖國家公園 2.民間組織世界級蝙蝠醫院 3.Lak Eacham國家公園週邊私人造林地 4.Rose Gums 自然保護區 5.住 Rose Gums Wilderness Retreat	1.考察昆士蘭州公園與野生動物管理局火山口湖國家公園經營現況。 2.瞭解民間保育社團設立的蝙蝠救傷醫院營運現況。 3.瞭解澳洲私人地主造林及私有土地經營理念。 4.考察設在自然保護區內特許民營度假村設施經營及生態旅遊體驗活動。
11/18(二)	1.世界遺產地丹樹雨林區 2.翠鳥公園度假村 3.丹樹國家公園-丹樹河生態體驗 4.住 Daintree Wilderness Lodge	1.考察丹樹雨林區經營現況。 2.瞭解著名賞鳥聖地-翠鳥公園度假村經營理念及現況。 3.考察世界自然遺產地丹樹河第一家遊艇業者經營理念及生態活動。 4.考察世界遺產地民營生態度假村經營現況。
11/19(三)	1.丹樹探索中心 2.凱恩斯→布里斯本	考察世界遺產地民營自然中心設施規劃及經營理念。
「綠色大鍋」國家地景(Australia's Green Cauldron National Landscape)		
11/20(四)	1.Jellurgal 原住民文化中心 2.雷明頓國家公園 3.住 Binna Burra Sky Lodage	1.考察原住民文化展演及經營。 2.考察雷明頓國家公園內澳洲第 1 個獲得 GREEN Globe 認證的民營生態度假村經營理念及現況。
11/21(五)	1.雷明頓國家公園 2.綠山地區及世界遺產岡瓦納雨林 3.住 O' Reillys Rainforest Retreat	1.考察雷明頓國家公園範圍內步道及解說設施規劃現況。 2.考察雷明頓國家公園範圍內民營生態度假村經營理念及夜間生態觀察活動執行情形。
11/22(六)	1.Tamborine 雨林天橋 2.Lillydale Farmstay 農莊 3.Pietro Agnoletto 農莊 4.住 Mt Barney Loge	1.考察雨林區特殊觀察樹冠層設施設置現況。 2.考察植樹復育無尾熊生態廊道的民營農莊植樹現況。 3.考察民營農莊友善環境營造現況。 4.考察獲得 2010 年昆士蘭戶外遊憩獎民營生態度假村經營理念及友善環境設施。
11/23(日)	1.Templin 歷史園區 2.邦吉根葡萄酒休閒農業示範區 3.法國山	1.考察 1870 年代德國移民聚居發展街區，歷史文化保留及營運現況。 2.考察澳洲農產業經營及旅遊體驗活動推動現況。
布里斯本市區-拜會行程		

日期	路線與地點	考察項目
11/24(一)	1. 澳洲生態旅遊協會 2. 昆士蘭州政府公園與 野生物管理局 3. 昆士蘭州政府旅遊及 活動推廣局	1. 拜會澳洲生態旅遊協會執行長 (Rob Hillman) 並聽取簡報及座談。 2. 拜會昆士蘭州政府公園與野生物管理局 事業發展科科長 (Anne Greentree) 並 聽取簡報及座談。 3. 拜會昆士蘭州政府旅遊及活動推廣局景 點與體驗發展科科長 (David Morgans) 並聽取簡報及座談。
11/25(二)	1. 澳洲全球生態研討會 2. 澳洲生態旅遊活動應 用地理資訊系統說明 會場	1. 聽取澳洲生態旅遊協會理事兼全球生態 研討會召集人 Tony Charters 簡報及座 談。 2. 聽取澳洲 App 資通科技 Acahe 公司簡報 及座談。
11/26(三)	澳洲布里斯本→台北	返程

參、考察概況

本次考察行程規劃涵蓋 7 處國家公園、2 處自然保護區，其中拜會 2 個政府部門、2 個推動生態旅遊的民間組織、2 處原住民文化中心、1 處民間保育社團成立的蝙蝠救傷醫院、1 處民間造林復育棲地、5 處民營生態旅遊景區及 7 處具生態標章認證的民營度假村，依考察目的及課題，將考察概況分為：一、政府及民間組織拜會與座談；二、民營生態度假村經營現況；三、民營景區經營現況（含原住民文化中心、天軌雨林纜車及丹樹探索中心等）；四、民間保育組織及私有造林地經營現況，四大類略予說明。

一、政府及民間組織拜會與座談

澳洲昆士蘭州政府推動生態旅遊業務主要由公園與野生物管理局 (Queensland Parks and Wildlife Service) 與旅遊及活動推廣局 (Tourism and Events Queensland) 負責，且與澳洲生態旅遊協會 (Ecotourism Australia) 共同推動生態旅遊認證及行銷活動，並建立全世界第一套生態旅遊認證系統 (Eco Certification)。透過昆士蘭州政府公園與野生物管理局事業發展科科長 (Anne Greentree)、旅遊及活動推廣局景點與體驗發展科科長 (David Morgans)、澳洲生態旅遊協會執行長 (Rob Hillman) 及澳洲生態旅遊協會理事兼全球生態研討會召集人 Tony Charters 的業務簡報及座談討論中，得到以下資訊：

- (一) 1991 年成立的澳洲生態旅遊協會為非政府非營利的獨資組織，工作重點為 1. 辦理認證作業。2. 代表會員向政府協商。3. 辦理業者教育訓練（工作假期）。

4. 網路行銷。

- (二) 澳洲生態旅遊協會辦理的認證費用，視企業的營業額而訂，從 370 澳幣至 840 澳幣。並從 1. 企業管理及經營計畫 2. 可信賴的行銷 3. 顧客滿意度 4. 環境管理 5. 解說及教育 6. 保育貢獻 7. 當地社區之合作和 8. 文化尊重等內容，進行檢視及審查作業。
- (三) 澳洲生態旅遊協會除了推動生態旅遊認證外，亦辦理尊重文化認證、氣候應變企業等認證。這些認證是由政府授權，因此企業也可利用這些標章，再去申請其他認證標章，並代表企業及產品能永續發展。此外，獲得認證標章的企業，均被置於澳洲生態旅遊協會網站、澳洲生態旅遊協會年報及綠色旅遊指南裡，有助於企業行銷。
- (四) 昆士蘭州政府與民間組織（澳洲生態旅遊協會）共同推動生態旅遊，這樣的政府與民間合作的模式已執行 20 年，並已建立了良好合作架構。澳洲生態旅遊協會定期要向昆士蘭州政府提出執行報告，讓政府部門瞭解其推動生態旅遊現況，並據以檢核。
- (五) 昆士蘭州政府公園與野生物管理局對州內公園及森林訂定了總體規劃策略，其中到 2025 年前有以下 5 項核心工作：1. 以生態保育並顧及人類福祉的原則來經營公園與森林。2. 運用保護區資源促進生態旅遊、休閒遊憩及世界遺產的體驗。3. 協同原有所有權人及在地社區提供保護區服務。4. 管理保護區特許事宜。5. 強化經營管理能力。
- (六) 昆士蘭州政府的公園與野生物管理局及旅遊與活動推廣局的人員，會有輪調制度，可減少在推動生態旅遊行銷及生態棲地保育的衝突性。當有專業計畫時，時常有跨部門的工作小組討論會議，充分溝通及分工，共同推動澳洲的生態旅遊。
- (七) 全球生態研討會除進行與生態旅遊相關研究外，並於各地召開論壇與會議，其會議主題多以環境永續、氣候變遷、生態旅遊趨勢為主，迄至 2014 年已經辦理了 22 屆的研討會。參與研討會成員為政府部門人員、研究學者、業者、媒體等，透過研討會議的舉辦，往往可以輔助在地的生態旅遊產業的發展。



圖 1：旅遊及活動推廣局科長簡報及座談



圖 2：公園與野生動物管理局科長簡報及座談



圖 3：全球生態研討會召集人簡報及座談



圖 4：澳洲生態旅遊協會執行長簡報及座談

二、民營生態度假村經營現況

昆士蘭州(Queensland)陸地面積 170 萬平方公里，是澳洲的第二大州，首都布里斯本(Brisbane)為澳洲第三大城市，其地景變化萬千，除珍貴的大堡礁海洋地景外，在陸地上從濕熱帶雨林到較乾的疏林；有蜿蜒的河流、有火山口湖、熔岩洞、火山錐等各式火山形成的地貌。本次考察主要在濕熱帶國家地景(Wet Tropics National Landscape)及「綠色大鍋」國家地景(Australia's Green Cauldron National Landscape)區域。主要考察民間度假村位於濕熱帶國家地景者為：Jabiru Safari Loge、Undara Experience、Rose Gums Wilderness Retreat 及 Daintree Wilderness Lodge；位於「綠色大鍋」國家地景者為：Binna Burra Sky Lodage、O' Reillys Rainforest Retreat 及 Mt Barney Loge。

因各家民營生態度假村所在地區（國家公園或自然保護區）的自然環境與資源的不同，經營的住宿設施及生態旅遊體驗活動，均不相同。然而，其共同點為均為獲得澳洲生態旅遊協會進階生態旅遊認證，並且除了提供住宿服務外，也有取得認證的導覽人員進行特殊生態環境導覽解說。在生態度假村內的設施規劃上，除了有具有在地特色且與自然融合的住宿與活動空間外，並重視污染物（垃圾）的回收與管理，水資

源的再利用以及節電的設計；並規劃書籍與紀念商品的賣店，或利用住宿遊客參與老建物整修的活動設計，以增加營收。同時，在建築中的解說空間，不單僅陳列自然資源解說的素材，部分生態度假村將在地的開發史與人文歷史完整保存，或設置不同的自然觀察設施，增加遊客的體驗豐富度，成為故事性及自導式體驗解說的最佳媒材。以下謹就 7 處民營生態度假村特色簡要敘述。

(一) Jabiru Safari Loge

位於 Mareeba 濕地保護區範圍內，濕地為五個大小不一，引進灌溉渠道尾水而營造的人工濕地，其中一個維持低水位，並在雨季高水位後，將周邊草原砍除，吸引水鳥以營造水鳥群集與易於賞鳥的環境。該保護區由醫師、律師等成員組成之民間組織倡議，募款並規劃。於向州政府取得經營權後，交由現任經營者（一對夫妻）以每年 5 萬元（經營權 5 年）付給該民間組織的方式經營。區內住宿設施採環保高架大型帳篷，區內電力部分為太陽能，且路燈以太陽能小燈為主，以減少光害，此外，載運遊客遊湖賞鳥的小艇，為避免製造污染與噪音等考量，其動力來源亦採用電力。



圖 5：環保大型帳棚



圖 6：以電力為動力的環保遊湖遊艇

(二) Undara Experience

位於 Undara 火山國家公園內的民營生態度假村經營者，其家族為在地人，因政府規劃國家公園而徵收其土地，目前所經營的範圍為向政府的租地。該經營者為經過澳洲生態旅遊協會生態認證的業者，所以 Undara 國家公園特許，可以由該民營生態度假村的解說員帶遊客進入特別管制範圍內（如：熔岩洞、蝙蝠洞等），進行生態解說，並在國家公園的官網上，推薦特許 Undara Experience 聯絡方式，讓民眾可以用不破壞自然資源的方式，近距離的體驗自然，也可有效管理在地業者，讓自然生態與經濟活動能達到雙贏的局面。此外，Undara Experience 的經營者 Bram 除了經營以舊火車廂為主體的住宿設施外，並與在地 15 家業者（60 個解說員）組成民間解說組織，主要是希望能透過自發性的解說教育訓練，讓遊客能認識特殊的

疏林、火山、熔岩洞及恐龍化石等自然資源，在永續經營的理念下發展生態旅遊。其成員所在的生態區位及特色多不相同，透過互相行銷，向遊客推薦遊程，促進了在地經濟及就業機會。

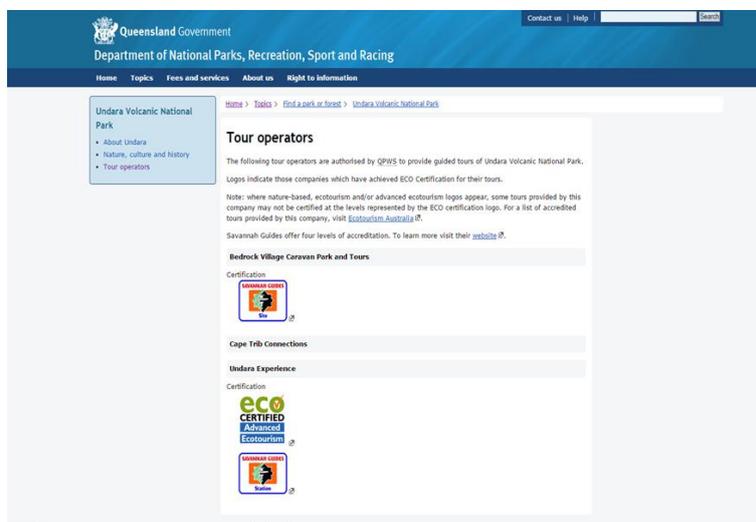


圖 7：Undara 火山國家公園網頁上顯示的特許業者資料



圖 8：自然體驗的早餐場域



圖 9：老舊火車車廂改造的住宿空間

(三) Rose Gums Wilderness Retreat

本民營生態度假村所在地原為煙草田，自 1995 年起開始植樹復育，因造林復育促使森林生態系開始演替，於是 85 公頃土地劃設為「Rose Gums Nature Refuge」，以保護瀕臨絕種的南方食火雞、稀有物種灰鷹、受威脅物種雙眼無花果鸚鵡及森林等。受保護的森林周邊，即為因經濟需求而開發的漫無邊際的牧場，主要以畜養馬及牛為主，所以，此區儼然成了一座「生態孤島」。此處民營生態度假村亦採用租地方式經營林間小屋，從規劃與設施中，亦可看出對環境友善的經營理念。除提供住宿及餐飲服務外，並定時推出鳥類的餵食秀及麝香袋鼠的餵食觀察活動，讓遊客能近距離體驗該地的生物資源。



圖 10：人員餵食觀察麝香袋鼠的場域



圖 11：人員餵食誘鳥活動的場域

(四) Daintree Wilderness Lodge

本區位於世界遺產地丹樹雨林區，因前往該區均需穿越丹樹河，所以物資的補給上較為不便，且無電力系統故住宿地區多以柴油發電。在設施規劃上，除依現地地形地貌，在林間隱閉處設置與雨林環境相融的小量體木構造建物，降低了視線的衝擊外，其所配置的電力設備亦採用節電設施，或因電容量而減少需電設備（如：吹風機及路燈等）。雖民營生態度假村的經營者未規劃生態導覽活動，但在經營的雨林範圍，規劃了自然體驗步道，讓遊客自由觀察與體驗，並在房間內附上大型手電筒及提醒遊客夜間觀察的說明，同時，在服務中心的牆面上，設計簡易互動的觀察紀錄牆，讓住宿遊客可以直接紀錄觀察到的生物種類及數量，並可參與該區的生物資源調查。



圖 12：遊客參與紀錄生物資源的解說牆

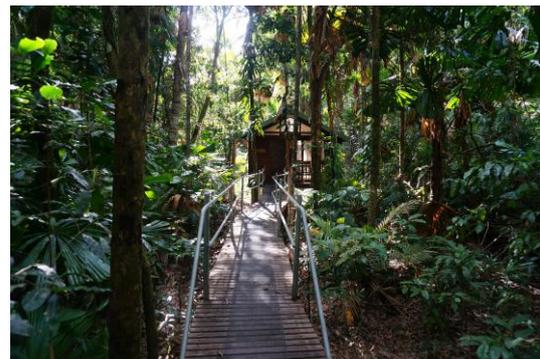


圖 13：融入雨林景觀的環保木屋

(五) Binna Burra Sky Lodage

為澳大拉西亞地區 (Australasia, 泛指澳洲、紐西蘭及附近南太平洋諸島) 第一個獲得 Green Goble 國際性環保標章的民營生態度假村。該區自 1933 年創建山屋以來，是澳洲最早的自然地區旅宿點之一，為被雷明頓國家公園包圍的私人土地。這裡也是綠色大鍋國家地景範圍，位於二個山谷 (Coomera & Numinbah Valleys) 崖緣，故自然地景與動植物資源豐富。區內部分老建築已被列為歷史建築，成為重要的文化資產，在簡易且古意的建築中，除了注意其環保、消防的規劃設計外，在具有歐美風格的客廳解說室裡，紀錄了該區的開發歷史，並詳實記錄推動設立雷明頓國家公園的歷史人物-羅蜜歐·賴的生平事蹟，以及參與經營 Binna Burra 的優秀員工。此外，Binna Burra 的經營體由全體股東推舉出 4 個董事及 1 個主席組成理事會，負責政策監督與管理，現場則有經理人負責執行，區內雇用的員工幾乎是車程 20 分鐘內周邊社區的居民。在度假村住宿的遊客，除了可自由在國家公園的步道上賞鳥、體驗自然及健行外，也可參與由受過訓練的解說員帶領的夜間觀察活動。為了維護歷史建築物的屋瓦，並發起募款活動，以一小片木材 (3X9 公分) 澳幣 5 元，讓遊客捐款並帶回家作為紀念。



圖 14：保存在地歷史照片資料的解說室



圖 15：民眾參與歷史建物維修的解說設施

(六) O' Reillys Rainforest Retreat

位於雷明頓國家公園之中心地帶的生態度假村，其經營場域位於私人土地的範圍內。為提供遊客近距離但不影響植物之自然生長，區內設置有鋼構的高架之步道 (Treetop Walk)，讓遊客能輕鬆的觀察雨林植物之樹冠層。此外，該區另有定點定時專人餵鳥秀，並在固定的範圍內提供親子遊客餵鳥的活動。為避免因人類的餵食造成在地鳥類生態的負面影響，故州政府已訂定餵食的飼料應採用天然材料、餵食應經調查研究以不影響鳥類健康及一般遊客禁止自由餵鳥等原則，管制業者與遊客，以達到親近鳥類而不影響其生態的目標。另於夜間則由有認證的解說員帶領約 10 人左右的遊客，手持手電筒，進入雨林中，以低光害的徒步方式，進行夜行性生物及在地特殊生物-螢光蟲的生態解說 (禁止攝影)，透過大量附著於岩壁的螢光蟲

微光觀察與深夜的寧靜，產生另類的生態體驗。



圖 16：定時專人的餵鳥秀活動



圖 17：觀察樹冠層生態的鋼構高架步道

(七) Mt Barney Loge

Mt Barney National Park 是澳洲人登山健行與攀岩的熱門地區，Mt Barney Loge 即位於其山腳下之私有地範圍內，現任經營者為第二代，從第一代經營者開始便大量植樹造林，吸引了許多野生動物棲息，附近的溪流便有鴨嘴獸定居。為了保護野生動物的棲息環境，生態度假村禁止遊客攜帶寵物進入，所經營的住宿設施有營位、大營帳、森林小屋及具有鄉村傳統風格的舊老木屋，營位考量生態承載量，進行總量管制，也提升了遊憩體驗的品質。除了帶著遊客登山健行外，經營者主動與遊客溝通生態旅遊觀念，並且採用在地食材，減少碳足跡以促進在地農畜產業發展。同時，在區內確實進行廢污水初步淨化處理、資源回收與垃圾堆肥利用，讓入住遊客除了體驗自然外，也把友善環境的觀念帶回家。



圖 18：再利用的鄉村老木屋



圖 19：垃圾再利用製做堆肥場地

三、民營景區經營現況

(一) 天軌雨林纜車

在潮溼熱帶世界遺產地區 (Wet Tropics World Heritage Area) 範圍內，有世界上自然資源最豐富的熱帶雨林，於 1995 年在巴倫峽谷國家公園範圍內，搭設

的全長 7.5 公里的天軌 (Skyrail) 纜車，橫貫雨林，共有 32 個塔台、114 台纜車，最高的 6 號塔台高達 40.5 公尺，每小時承載量 700 人，沿途除可於空中盡覽美麗的雨林植物相風貌外，並可欣賞巴倫河、峽谷、瀑布景色。值得一提的是，經營者在纜車搭建之初，與在地原住民、政府及民眾溝通，建設纜車可減少污染及兼顧環境保護的理念，並以科學調查及數據證明可行性。同時，採用人力施工、直昇機組裝纜車基樁、保持在地植生及施工中不帶入外來種植物種子等工法，再再顯示纜車是為保護雨林生態而設置。雖然經營本體為家族事業，租用國有土地經營纜車（只租用纜車基樁及使用建築物範圍-點狀租用），其員工百分之百為在地人，並且，提撥盈餘成立基金支持雨林的研究，並以「提供全世界最好的雨林體驗」作為營運的宗旨。在園區內設有解說中心，以不同的解說媒體介紹雨林的動植物資源與歷史，其中，並設有環保廁所及雨水回收等環保設施。



圖 20：室內互動式解說設施



圖 21：環保廁所

(二) 丹樹探索中心

經營者為兩夫妻，在 26 年前買下該區土地後建設探索中心，不再砍伐樹木，陸續規劃興建高架棧道完成空中走廊等設施，讓遊客可以在不同的高度位置，觀察雨林的動植物生態環境。同時，招募在地人作為解說服務人員，定期進行接待服務的專業訓練，並規劃中心的解說內容及製作多媒體、解說簡介等。其中心的宗旨是「讓人在自然中快樂學習-寓教於樂」。因此，環境教育的資訊公開放置於網站上，讓帶學童到中心戶外教學的教師可以自行搜尋組合成教案。至於區內的導覽解說，則採用具有多國語言的「自導式語音導覽系統」設備，讓遊客於規劃的自導式學習步道上自主學習，因其永續生態與環境教育的經營理念，於 2014 年榮獲聯合國永續發展獎。



圖 22：觀察雨林生態空中廊道



圖 23：自導式語音導覽系統

(三) 原住民文化中心

澳洲原住民約有 16 萬人，多分佈於澳洲北部、中部魔鬼岩及鄉村地區。本次考察行程中參訪的查普凱原住民文化中心(Tjabukai Cultural Center)及傑立瓜爾原住民文化中心(Jellurgal Aboriginal Cultural Center)，雖然都是私人經營，但因其發展歷史不同，所以展示解說與經營方式亦大不相同，謹概述如下：

1. 查普凱原住民文化中心(Tjabukai Cultural Center)

位於巴倫峽谷國家公園範圍天軌雨林纜車旁，以室內外劇場、傳統聚落營地、傳統樂器演奏、歌唱舞蹈、繪畫及參與傳統迴力標打獵等方式，讓遊客認識生活在雨林中的原住民的發展歷史及生活樣貌。

2. 傑立瓜爾原住民文化中心(Jellurgal Aboriginal Cultural Center)

其前身為國家公園管理的遊客中心，目前已交由民間經營轉型為靜態展示為主的原住民文化中心，其內的解說媒體多為靜態的解說摺頁與解說牌，並規劃有原住民繪畫的歷史及作品展示，可供學校進行戶外教學活動。



圖 24：查布凱原住民文化中心解說活動

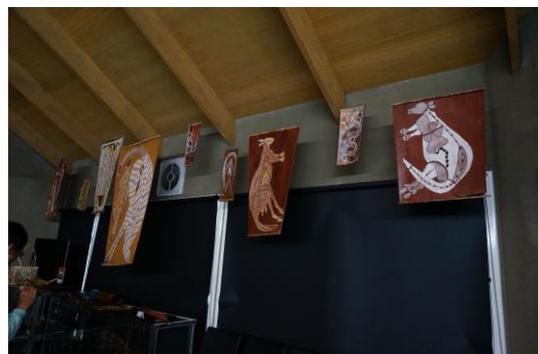


圖 25：傑立瓜爾原住民文化中心樹皮畫作展示

四、民間保育組織及私有造林地經營現況

(一) 蝙蝠醫院

蝙蝠醫院是由民間團體成立，主要的成員為來自世界各地對蝙蝠保育有熱誠的無給職志工。以蝙蝠的救傷及照護為主要工作，近年來製作了影片及設計解說教育課程，讓學童可透過觀賞影片及院內不同齡級蝙蝠的實地照顧與生態介紹，進行環境教育課程。



圖 26：小型解說兼播放多媒體展示區



圖 27：幼齡蝙蝠集體照護情形

(二) 私有造林地

昆士蘭州的私有地主秉持復育造林的理念，運用航照圖片，將每一次造林的面積、樹種及時間，作成紀錄，並以適地適種的觀念選取苗木，但因受限於澳洲的天氣條件，造林地內均設有澆灌設施，並予以施肥。此外，為了能有足夠的人力協助造林，私有地主規劃「造林工作假期」的活動，提供餐點讓有興趣種樹的民眾參加，並召募造林志工（一日志工已有約 400 人次參與）參與種樹，頗受民眾歡迎，已逐步復育在地的森林生態。



圖 28：私有地主說明應用航照圖造林情形



圖 29：私有地復育造林現況

肆、考察心得與建議

透過考察澳洲 2 大國家地景區塊（部分是世界自然遺產地）、7 個國家公園、2 處自然保護區、7 處民營生態度假村、1 處私人造林復育棲地、1 處民間保育社團，並與政府與民間單位共同座談，透過訪談瞭解澳洲政府生態旅遊政策規劃與執行、民間組織與政府部門的互動及民營生態度假村經營者的場域經營理念，提出政策面、組織面及經營管理面之心得與建議，期對日後政府部門在推動生態旅遊業務上有所助益。

一、政策面

（一）明訂生態旅遊願景與策略，規劃分年策略行動方案

昆士蘭州的經濟來源為旅遊、採礦、建築及農業，其中旅遊業為經濟來源之首。澳洲生態旅遊之所以蓬勃發展的主要原因，主要歸功於該國政府自 1994 年提出的國家生態旅遊策略(National Ecotourism Strategy)，為澳洲的生態旅遊發展規劃出一個全盤的架構，並在此架構下所擬定澳洲國家生態旅遊計畫(National Ecotourism Program)，作為執行的依據。

經與昆士蘭州政府公園與野生物管理局及旅遊與活動推廣局的兩位科長訪談瞭解，目前昆士蘭州政府立下了一個具挑戰性的發展目標，希望在 2020 年前，觀光收入要達 300 億澳幣（約 8100 億台幣），並且在 2013 年公布了「昆士蘭 2013 年至 2020 年生態旅遊發展策略及行動方案」，從發展生態旅遊的重要性、面臨的機會與挑戰分析、願景與策略，最後提出短中程的行動方案，讓未來的生態旅遊推動方向明確且具體可行。

而在台灣雖有『生態旅遊白皮書』說明了生態旅遊的定義，以及各部門的分工等，但其內容已規劃多年且不夠具體。在林務局的推動生態旅遊歷程中發現，在 2003 至 2008 年間雖已陸續訂定了「林務局國家森林遊樂區 2003 年度生態旅遊工作計畫」、「林務局國家森林遊樂區生態旅遊遊客守則」、「林務局國家森林遊樂區生態旅遊經營管理守則」、「林務局國家森林遊樂區生態旅遊策略聯盟守則」及「林務局森林生態旅遊發展暨策略行動計畫」，但其願景與策略上，仍可再重新盤點與檢視。故建議後續推動生態旅遊業務時，應先探討目前國內推動生態旅遊的機會與威脅，再酌與修訂林務局推動生態旅遊的願景與策略，對應所擬定的策略，提出短中長程的行動方案，並且落實向內部顧客（林務局同仁）與外部顧客（外部單位及民眾）進行政策溝通，方能據以執行，並達成效益。

(二) 委託民間組織辦理生態標章認證，促進生態旅遊國際化

由澳洲生態旅遊認證系統 (Certification Programs) 及政府部門人員訪談中發現，市場利益是需要花長時間來實現的。民間的生態旅遊業經營者，取得標章認證後增加了客源，且促進當地經濟產業與環境的改善；其中，將近 93% 的業者，願意持續申請或保持認證，以確保自己的口碑和品質。在昆士蘭州的生態標章認證是由政府於 1996 年起委託澳洲生態旅遊協會，建立起全球第一套的生態旅遊認證系統，此生態認證共 4 大類 8 種標章 (生態認證、氣候行動認證、尊重在地文化認證及生態導遊認證 4 大類)，並已獲全球永續旅遊推動聯盟認可。

反觀台灣在推動生態旅遊僅有生態旅遊地的認證，且獲認證的生態旅遊地在推動生態旅遊及促進在地產業與環境保護上，未有後續執行策略。本次的考察行程中，台灣生態旅遊協會與澳洲生態旅遊協會已簽訂合作備忘錄，建議透過台澳雙方的民間組織的交流合作，引進澳洲目前執行的認證系統，並就目前台灣的現行法規、環境保育及市場需求等酌予修訂，透過生態旅遊標章的認證制度建立，將可鼓勵民間團體自主性地提升生態保育的概念，從事自然環境的旅遊工作，讓未來台灣生態旅遊市場機制更健全，並走向國際化。

(三) 訂定生態旅遊遊程分級制度，遊程產品產業化

澳洲生態旅遊協會 (Ecotourism Australia) 所執行的認證中，其中生態認證 (ECO Certification) 分為「進階生態旅遊」(ADVANCED ECOTOURISM)、「生態旅遊」(COTOURISM) 及「自然旅遊」(NATUREM TOURISM) 三種層級的標章。並分別定義如下：

1. 「進階生態旅遊」(ADVANCED ECOTOURISM)：指該旅遊可以彰顯環境價值，可以帶動業者與遊客願意做好自然保育以及幫助當地社區。
2. 「生態旅遊」(COTOURISM)：只於自然地區的旅遊，而業者與遊客能善用資源、參與保育以及幫助當地社區。
3. 「自然旅遊」(NATUREM TOURISM)：只於自然地區的旅遊且業者與遊客對環境的衝擊最小。

透過這樣的分級，讓澳洲國內的生態旅遊推展尺度更寬，並且有效的管理各遊程對於環境的衝擊程度及對當地社區的貢獻度。

而在台灣的生態旅遊市場中，因為沒有明確的遊程分級，往往許多的自然體驗活動雖號稱生態旅遊，但往往造成保育價值不彰或過度收費的情形，市場上雖充斥

著生態旅遊遊程，但實際符合生態旅遊活動定義及精神者，少之又少。建議林務局可從歷年的生態旅遊遊程，及 2013 年以來生態旅遊產業化的資料中，進行盤點與歸納，從數據資料與現行市場趨勢，將林務局執行或輔導的生態旅遊遊程進行「進階生態旅遊」、「生態旅遊」及「自然旅遊」的分類，並重新定位其產品價格、旅遊業者資格及旅遊行為，重塑台灣的生態旅遊產業價值。

二、組織面

(一) 組成跨域推動小組，強化橫向溝通機制

本次考察昆士蘭州政府的兩個部門-公園與野生生物管理局及旅遊與活動推廣局，訪談業務主管科科長時發現，澳洲生態旅遊活動的業務推動人員，除了有業務輪調的機制外，當推行的業務有相關聯時，雖辦公場所分屬兩地，但已建立業務聯繫與工作會議的制度，藉由不同部門的人員共同討論，簡化行政作業時間，並因充份溝通使得生態旅遊政策，能顧及棲地環境保育與旅遊規劃行銷等面向。

而目前林務局推動生態旅遊業務，雖以森林育樂組為業務主辦單位，但在保育組的社區林業計畫中亦輔導社區，透過在地生態資源調查、保護及在地解說員培訓推行生態旅遊。雖從不同的角度來推動生態旅遊業務，但其成果或推動過程中，往往缺少交流與互動；此外，若生態旅遊業務未來仍然為林務局的核心業務之一，要規劃出具有林務局特色的生態旅遊活動，勢必應加入資源調查、林業歷史、木材利用與生態保育等元素，再考量組織間業務輪調的可能性，建議可籌組跨組室的生態旅遊推動小組，指派召集人並由森林育樂組專人負責，各組室派業務相關或合宜人員擔任小組成員，強化內部溝通機制，凝聚各組室間業務互助的精神，共同推動生態旅遊。

(二) 建構『政府—民間組織—經營者—社區』關係鏈

從昆士蘭 2013 年至 2020 年生態旅遊發展策略及行動方案中，可以看出昆士蘭州政府發展生態旅遊的願景為：成為澳洲第一名的生態旅遊地及世界領導品牌，提供以自然資源為基礎的最佳旅遊體驗，並維護自然源及文化遺產。為了達到願景訂定「強化旅遊業、政府、社區及傳統領域地主之夥伴關係」為執行策略之一，顯現澳洲政府推動生態旅遊除了政府部門外，將操作生態旅遊遊程的業者、自然資源的在地居民串聯成一條推動線，讓生態旅遊的推動成為多數人的事，並從各自的角色定位中，對於自然環境盡到保護的責任，也從生態旅遊的推行中獲得收益。

在目前台灣推動生態旅遊的政府單位，其操作策略往往採經費補助社區（如：水土保持局、觀光局的經費補助）或計畫輔導的方式（如：林務局社區林業計畫），當經費不再補助或輔導人員因計畫結案而離開社區，社區生態旅遊的推動往往因而停滯或變質。而且，參與生態旅遊推動的社區，在遊程規劃與行銷上，因旅遊產品通路管道也不如旅遊業者。為了讓台灣的生態旅遊市場更活絡，鼓勵優質的生態旅遊經營者，雖然林務局目前已突破補助或輔導的概念，建立以國家森林遊樂區為自然資源場域，串聯周邊社區並以策略聯盟概念，委由優質旅行業者負責提供遊程給遊客的『森態小旅行』策略，但以單一公務部門的範疇，仍難影響全台灣的生態旅遊產業。故，建議應定義推動生態旅遊的各公私團體的環境責任與生態旅遊經營角色，並且建構彼此間的聯結與互助關係，使得生態旅遊產業能永續經營。

三、經營管理面

（一）森林遊樂區設施維運納入環境友善作為

考察澳洲民營生態度假村及景區經營現況，並與經營者訪談中發現，設施的規劃與經營均以『環保、節能與再利用』為主要考量，雨水的回收及垃圾分類處理，是經營場所中必有的設施，並依據在地天氣及地形因子，設置太陽能發電及蓄電設施、淨水設施、環保廁所及採用環保商品。經營者對於進入生態度假村或景區的遊客，除了介紹該區的自然生態資源外，同時說明區內的環保設施及永續經營理念，透過經營者的親身示範與解說，讓遊客能瞭解經營者在環境保護的用心。

在林務局所經營的 18 處國家森林遊樂區中，目前雖已有太平山山莊、大雪山山莊及合歡山山莊分別獲得環保旅館的認證，然而，對於污水處理設施、雨水回收或垃圾分類回收等設施，尚未完全在 18 國家處森林遊樂區內規劃設施，建議在後續設施維護上，納入節能、節電與節水的設計，如：規劃施設水利用的循環系統、節電燈具與產品的運用或在供水不易處設置環保廁所等，並將規劃理念透過人員或非人員的解說設施向遊客說明，將更能展現生態旅遊地的友善環境具體作為。

（二）強化與森林遊樂區周邊社區聯結的生態旅遊遊程

從訪談各民營生態度假村及景點經營者中發現，不論在經營管理人力的雇用或區內產品的使用（如：農特產品），均與在地居民與社區產業緊密結合，成為一個互依共存的關係鏈，並且此種互助的型態，讓居民能主動的保育在地資源，並獲得經濟來源。

以林務局推動生態旅遊的策略中，主要是以國家森林遊樂區為提供自然資源體驗的場域，向周邊社區、民宿或特色產業的經營體串聯生態旅遊遊程。經統計 2014 年所推動的東眼山、奧萬大及大雪山國家森林遊樂區森態小旅行活動，約達到 140 萬元的產值，但以此方式進行生態旅遊遊程的規劃，在變化性與多元體驗上，仍嫌不足。故，建議應以生態人類學-人與環境共生的概念為基礎，盤點遊樂區周邊社區（尤其是原住民社區）的資源與產業，建立跨越自然資源的旅遊遊程與活動。

（三）訂定保護區特許制度，資源保護與經濟發展共存

考察中發現澳洲政府公園與野生動物管理局管理保護區的政策中，明列『運用保護區資源促進生態旅遊、休閒遊憩及世界遺產的體驗』以及『管理保護區的特許事宜』的核心工作，並藉由澳洲生態旅遊協會作為平台，對獲得生態認證標章的旅遊業者，給予進入保護區指定區域從事生態旅遊的特許權，對於優質的生態旅遊業者，甚至可延長進入的次數。同時，在政府網站上公佈符合進入保護區從事生態旅遊業者名單，讓遊客可以透過合法的管道，進入保護區體驗自然資源，一方面可有效管理不破壞環境，另一方面則可鼓勵旅遊業者提供符合生態旅遊的遊程。

國內保護區系統依照劃定法規的不同，在管理強度上亦有不同。其中依野生動物保育法劃設的野生動物保護區，及依自然保護區設置管理辦法(森林法)公告的自然保護區，均可依保護區保護標的、資源與環境特色，區劃出核心區、緩衝區、永續利用區。其中緩衝區可容許有限度之環境教育活動；永續利用區則以維護保育對象之生存、繁衍，並促進鄰近社區之發展，區內資源容許有限度之利用。意即在有限度的規範下前者兩區可提供為環境教育解說場域，及由保護區周邊社區發展在地經濟產業的區塊，惟目前尚未有案例。如能參考澳洲政府相關政策，訂定一套可供依循的規範並落實操作於該等區域，讓保護區周邊社區或經主管機關認定合格的生態環教業者能進行合理的利用，此將可減緩在地居民面對劃設保護區時的反彈，達到在地產業、旅遊與保育共存的多方效益。

（四）環境教育教育場域營運採自主式學習模式

1998 年 4 月開放的丹樹探索中心於 2014 年獲得聯合國永續發展獎，其課程規劃及環境教育推動理念與林務局自然教育中心相仿，經營者之一為教育背景出身，並招募了一批在地居民（淡季 10 人、旺季 15 人）作為解說與服務人員。中心內所推行的課程或解說內容，均為員工共同發想及規劃設計，對於學校的戶外教學活動，則採建立環境教育資訊網站，讓學校教師自行上網蒐尋規劃，並於中心環境內

應用解說設施，自行帶領學生進行戶外教學。

在目前政府公務預算緊縮的情況下，建議林務局的 8 個自然教育中心能參考部分環境教育課程循此模式，除將可減少實地操作戶外教學課程的環教教師人力，並能讓學校老師能參與中心的課程規劃及實際教學，讓具教育背景與實際學校教學者，能提出戶外教學後的意見，對後續的中心營運將有所助益。

（五）解說內容故事化，解說媒體科技化

從 Binna Burra Sky Lodage 及丹樹探索中心的考察中發現，在解說內容規劃上，除了強調『雨林』自然生態資源及保育類生物『南方食火雞』的資源介紹外，並加入在地開發的歷史故事，透過人員解說、平面媒體解說甚至活動參與解說，緊扣遊客的心並引導遊客從好奇到有興趣到感動。從而檢視林務局管轄的國家森林遊樂區或自然教育中心，除了具有樹海、巨木、瀑布、高山、雲海、夕陽或豐富的生物生態資源外，林業歷史的記錄與該區開發及發展的歷史，往往較少或未列入解說內容，若能收集在地的歷史資料，並將在地人文與林業歷史以說故事方式，在生態旅遊遊程中向遊客解說或列為環境教育課程內，將更能打動人心。

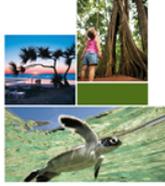
此外，丹樹探索中心在考慮解說人力不足及希望遊客自導學習的經營理念下，評估區內具解說特色點設立據點標示牌，並錄製語音，利用多國語言的「自導式語音導覽系統」對應現地標示牌來進行不同國家遊客的導覽解說。建議國家森林遊樂區的解說媒體規劃中亦可應用「自導式語音導覽系統」，在平日遊客量較少時或遇有外國遊客時，將可提供非人員的解說服務，除可解決現場人力不足的問題外，亦可精簡減志工出勤津貼等人事費用支出。

伍、結語

在面臨全球氣候變遷衝擊及經濟景氣蕭條的現今台灣，生態旅遊應可視為兼具環境保育及經濟發展的產業，而林務局所屬的國家森林遊樂區或轄管範圍中蘊含豐富之自然及人文資源，深具發展生態旅遊之潛力。自 2002 年開始推動生態旅遊以來，在永續經營、生態保育、提升國家森林遊樂區產值與促進周邊社區經濟等經營原則下，已逐步規劃出結合保育、教育、文化及自然體驗的森林生態旅遊，並引領遊客以正確的方式親近大自然，閱讀生態環境特色，體驗森林的價值。未來，若能訂出生態旅遊的願景與策略行動方案、與民間組織合作訂定認證標章制度，對外建構『政府—民間組織—經營者—社區』關係鏈，對內組成跨領域的生態旅遊推動小組，並與其他政府部門共同合力推動，當可提升生態旅遊價值、品質及產值，亦不失為解決台灣環境議題的另一種契機。

陸、附錄

附件一：昆士蘭州政府公園與野生物管理局簡報

 <p>Queensland National Parks</p> <p>How we work with the eco-tourism industry</p> <p>24 November 2014</p> <p>QUEENSLAND NATIONAL PARKS Keep Discovering</p>	<h3>Overview</h3> <ul style="list-style-type: none"> - Queensland Parks & Wildlife Service - Queensland is home to over 1000 national parks, forests and other protected areas, including five World Heritage Areas—more than any other State. - The Queensland Parks and Wildlife Service manages over 12.5 million hectares of land which is an area larger than 50% of the world's countries.  <p>QUEENSLAND NATIONAL PARKS Keep Discovering</p> <p>Visit us at www.qld.gov.au/parks</p>
<h3>What are our parks & forests?</h3> <p>Parks and forests managed by the Queensland Parks and Wildlife Service include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • national parks and regional parks declared under the <i>Nature Conservation Act 1992</i>; • marine parks declared under the <i>Marine Parks Act 2004</i>; • fish habitat areas declared under the <i>Fisheries Act 1994</i>; • state forests and timber reserves declared under the <i>Forestry Act 1959</i>; • the <i>Great Barrier Reef Marine Park</i> (in partnership with the Commonwealth) <p>QUEENSLAND NATIONAL PARKS Keep Discovering</p>	<h3>Strategic Context – our approach</h3> <p>The Master Plan for Queensland's parks and forests outlines the strategic objectives for management to 2025 in five core Service Areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Managing parks and forests for conservation and for people ▪ Facilitating ecotourism, recreation and heritage experiences within the protected area estate ▪ Providing protected area services with Traditional Owners and Indigenous communities ▪ Managing protected area permissions ▪ Enhancing management capability  <p>QUEENSLAND NATIONAL PARKS Keep Discovering</p>
<h3>How we work with the tourism industry - Strategic Context</h3>  <h4>Queensland Ecotourism Plan</h4> <ol style="list-style-type: none"> 1. Delivering world-class experiences 2. Facilitating best practice and innovation 3. Raising the profile of Queensland's ecotourism experiences 4. Fostering thriving operators 5. Embracing a partnership approach between the tourism industry, government, community and Traditional Owners. <p>DestinationQ annual forums</p> <p>Destination Success – 20 year tourism plan</p> <p>QUEENSLAND NATIONAL PARKS Keep Discovering</p>	<h3>How we work with the tourism industry</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Park Management Plans • Visitor Management Strategies • Sustainable visitor capacity • Permissions – short term permits; long term agreements • Destination Tourism Plans • Regional forums 

Working together to deliver world class experiences

- Amendments to the legislation governing national parks
- Creating new and expanded opportunities for ecotourism operators
 - Facilities
 - Activities
 - Partnerships
- Expressions of Interest



Queensland Parks & Wildlife Service Largest ecotourism operator

- An engaging personal experience.
 - Ranger experience
 - Someone to talk to. Old fashioned values of engaging with someone
 - Represent the Queensland character - genuine, passionate and authentic
 - Represent the coalface. Storytellers, translators.
- Experiences and memories that stay with you forever
- Protecting what really matters – to the individual, families, communities.
- Fun, engaging, adventurous.
- Consistent, yet always changing. Surprising.

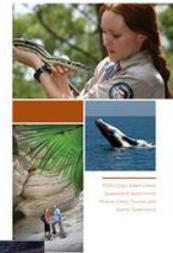


Our Promise:
Experience freedom, a sense of adventure and a true connection with special places and people in nature.

Brand Platform - Queensland National Park Rangers

... are key

- Authentic
- Fun loving
- Genuine, down to earth
- Friendly & welcoming



- WE GENUINELY INVITE OUR AUDIENCE; SHARE OUR **STORIES**; LET VISITORS DISCOVER **HIDDEN WONDERS**.



Visit us at www.qld.gov.au/parks

Brand Implementation – Traditional Print Channels



Brand Implementation – Destination/RTO & Media Editorial Initiatives



Brand Implementation-Events Kit Collateral



Digital Strategy - The customer journey

Digital media and devices are used during **all stages** of the customer journey.



Digital Strategy

VISION.... To be the... **Market leader in (digitally) promoting National Parks (in Australia)**

OBJECTIVES....

- Convert interest of target audiences to **visits/ bookings**
- **Streamlined and cost-effective online customer service**
- Enhance visitors' physical and online experiences of National Parks
- Inform and educate our audiences to grow community use, enjoyment and support (fan base) of National Parks



Plan & Book – Online Bookings

Key facts:

- Over 530 active campgrounds on over 140 parks and forests
- Nearly 300,000 permit transactions in 2013-14
- Revenue split 52% camping / 48% vehicle access
- Over 1.2 million camper nights
- 83% of camping at Top 20 parks
 - 60% at Top 5 parks

Rank	Regional Name
1	Franklinid (Green Sands) National Park
2	Indio Park/Ida Recreation Area
3	Coobee Recreation Area
4	Morison Island National Park
5	Carrollia State Forest (Throssy)

Digital Strategy - Implementation

- Implementation of the 3 year staged strategy informed by consumer insights on the preferred and best-practice digital solutions
- Significantly changing the way we present and market Queensland's national parks and the experiences offered.
- Enabling us to profile the brand through contemporary, cost effective and measurable media channels
- To date, successful launch of consumer-facing Parks Discovery microsite, Parks Facebook Page and YouTube Channel.



Facebook

(www.facebook.com/qldnationalparks)



- Currently **20,00 Likes** (and climbing)
- Reaching **200,000+ ppl /month**
189,000 from Australia, 7,000 from US, 4,000 from UK, 2,000 from NZ
- Achieving **+10% engagement**
10 times the industry benchmark for success

YouTube
(www.youtube.com/user/qldnationalparks)



- Video's (insert link)
- 2,536 Views
- 35 Likes/0 Dislikes



附件二：昆士蘭州政府旅遊與活動推廣局簡報

Taiwan Ecotourism Study Tour

Ecotourism in Queensland

David Morgans
Tourism & Events Queensland
Monday 24th November 2014

Tourism in Queensland

- **Tourism 1 of 4 pillars of Queensland economy (tourism, mining, construction, agriculture)**
- **Visitors: 18.1m + 1.4m = 19.5m (23% of Aust)**
- **Expenditure: \$18b (24% of Aust)**
- **\$22b Gross State Product (7.8% of Qld)**
- **235,000 Jobs (10.2% of Qld)**
- **55,700 tourism businesses**

What is Ecotourism?

"Ecotourism is ecologically sustainable tourism with a primary focus on experiencing natural areas that fosters environmental and cultural understanding, appreciation and conservation."

Ecotourism in Australia & Queensland

NATURE-BASED DOMESTIC OVERNIGHT VISITORS AS SHARE OF STATE/TERRITORY MARKET, FY 2013

State/Territory	Share (%)
NT	35%
TAS	32%
WA	22%
NSW	20%
QLD	19%
VIC	19%
SA	17%
ACT	14%

NATURE-BASED INTERNATIONAL VISITORS AS SHARE OF STATE/TERRITORY MARKET, FY 2013

State/Territory	Share (%)
NT	92%
TAS	86%
WA	78%
NSW	73%
QLD	71%
ACT	69%
VIC	68%
SA	68%
WA	68%

Ecotourism in Australia & Queensland

INTERNATIONAL VISITORS AVERAGE TRIP LENGTH, FY 2013

Category	Average Trip Length (Days)
Nature-based visitors	~45
All visitors	~35

INTERNATIONAL VISITORS AVERAGE TRIP SPEND, FY 2013

Category	Average Trip Spend (\$)
Nature-based visitors	~\$4,000
All visitors	~\$3,000

DOMESTIC OVERNIGHT VISITORS AVERAGE TRIP LENGTH, FY 2013

Category	Average Trip Length (Days)
Nature-based visitors	~3.5
All visitors	~2.5

DOMESTIC OVERNIGHT VISITORS AVERAGE TRIP SPEND, FY 2013

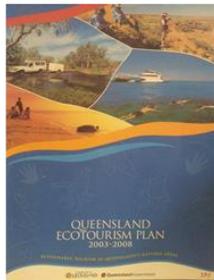
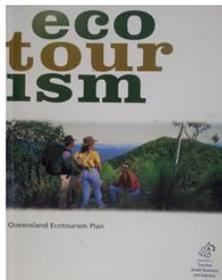
Category	Average Trip Spend (\$)
Nature-based visitors	~\$4.5
All visitors	~\$3.5

Ecotourism in Australia & Queensland

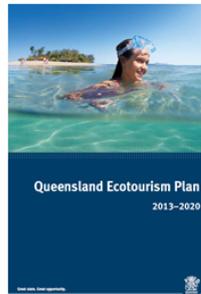
NATURE-BASED INTERNATIONAL VISITORS AS SHARE OF COUNTRY MARKET, FY 2013

Country of Residence	Share (%)
Germany	84%
Switzerland	83%
Netherlands	81%
Korea	81%
France	81%
Italy	80%
Scandinavia	79%
Taiwan	78%
China	77%
UK	74%
Canada	73%
Japan	72%
USA	67%
Malaysia	64%
Hong Kong	62%
India	62%
Thailand	58%
Indonesia	58%
Singapore	53%
NI	37%

Queensland Ecotourism History



Queensland Ecotourism Plan Vision



Queensland is Australia's number one ecotourism destination and recognised as a world leader in ecotourism, delivering best practice nature-based experiences that contribute to the conservation of our natural resources and cultural heritage.

Qld Ecotourism 2013



Opportunities

- Capitalising on **Qld's natural assets**
- Well **established ecotourism** industry
- Improved **access to National Parks**
- **Indigenous** ecotourism potential

Challenges

- **Expensive** travel destination – 'value-for-money'
- Higher cost to **invest**
- 'Strong **competition** from quality **less expensive** South-east Asia destinations
- '**Nature deficit disorder**'

Queensland Ecotourism Plan Strategic



1. **Delivering World-Class Experiences**
2. **Facilitating Best Practice & Innovation**
3. **Profiling Qld Ecotourism Experiences**
4. **Fostering Thriving Operators**
5. **Establishing Effective Partnerships**



TEQ QEP Actions



Delivering World-Class Experiences

- Innovative **interpretation** mediums
- Quality **interpretation & 'story telling'**
- Operator **certification** standards

Facilitating Best Practice & Innovation

- Ecotourism **market, trends & benchmarks**
- '**Experience**' development & innovation
- Iconic visitor **experiences in National Parks**
- **Indigenous** ecotourism experiences
- Ecotourism **investment** in National Parks
- Ecotourism **events** in National Parks

TEQ QEP Actions



Profiling Qld Ecotourism Experiences

- Ecotourism **marketing**
- **Regional ecotourism** opportunities – Destination Tourism Plans
- Queensland & destination **brands** & National Parks
- Partnering with **Tourism Australia** in national ecotourism marketing



Questions & Discussion

