

## 休閒遊憩概論

申論題（共五題，請自選其中四題回答），每題 25 分，滿分一百分  
不需抄題，但需註明題號

### 第一題

針對台灣主要的觀光遊憩區（如國家風景區、國家公園、公營觀光區、民營觀光區等）任選其中一處為主要旅遊目的地，規劃三天兩夜特色遊程，吸引陸客自由行，並估算出旅遊費用，評估此一價格可吸引的客層。（同行人數、交通方式、住宿設施皆請自訂）。

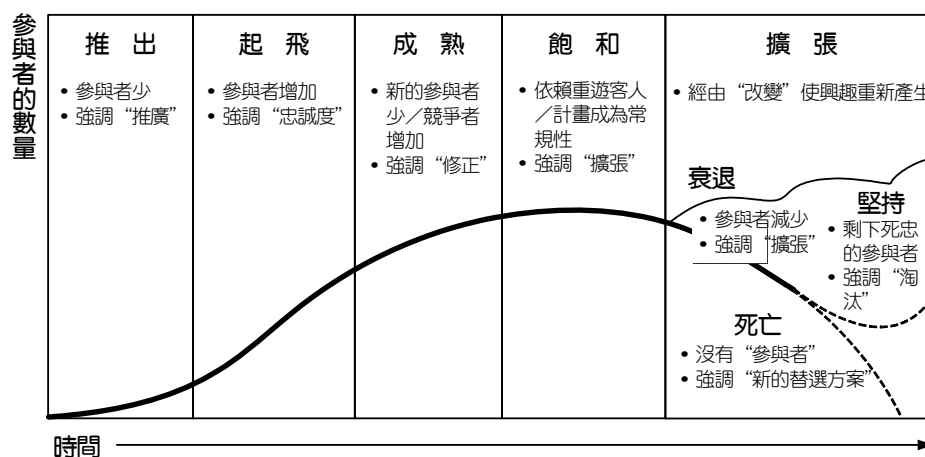
### 第二題

上海迪士尼樂園將於 2011 年五月全面動工，投入一千億元台幣，你認為上海迪士尼樂園完工開幕後，亞洲地區的主題遊樂園（例如新加坡聖陶沙 resort world、台灣的主題遊樂園、或是日本與香港的主題樂園等），會受到什麼樣的衝擊？試分析之。

### 第三題

產品生命週期（Product Life Cycle，簡稱 PLC）是產品規劃時很重要的一個概念，Henry & Spink（1990）認為產品在市場上的開發（Development）、適應（Adoption）、成長（Growth）、與衰頹（Decline）都有一特定模式。在休閒遊憩市場競爭中，規劃者應在原產品成長或最初成熟階段，就開始研發替代性產品，以備原產品開始衰退時，替代性產品才可達到成長階段。

產品生命週期也是休閒遊憩重要的規劃技巧之一，可用以檢視產品的壽命與發展階段，是遊憩規劃者一項強而有力的工具，透過產品生命週期的觀念，可以有效反應產品的變化，同時促進資源的最佳利用。Howard & Crompton（1980）將產品生命週期進一步細分為下列八種階段：推出、起飛、成熟、飽和、擴張、衰退、堅持、死亡等，其內容如下圖所示。請舉一個休閒遊憩事業，檢視其發展階段。



產品生命週期圖（Ellen L. O'Sullivan, 1991）

#### 第四題

隨著全球化與知識經濟時代的來臨，學習也成爲休閒遊憩的一部分，甚至是觀光旅遊的動機。請問你認爲台灣最適合推動遊學之旅的地區在哪裡？理由爲何？可吸引哪一個國家、哪一個年齡層的族群？

#### 第五題

日本每年的國際觀光支出約 250 億美元、出國旅遊人次約 1,600 萬，其中到訪台灣者約一百萬人次。台灣雖然佔日本旅遊目的地國家的第六名，但仍有很多日本人未選擇到訪。在全球旅遊市場競爭中，臺灣旅遊市場並未造成日本觀光客行程選擇上的競爭優勢。若想吸引更多日本人來臺灣旅遊，可擬定哪些市場行銷策略？