
特 載

高雄市議會舉辦「縣市合併後，高雄市的觀光發展策略」 公聽會紀錄

日 期：101 年 4 月 23 日（星期一）下午 2 時 2 分

地 點：本會一樓第一會議室

出（列）席：

本 會 - 議員李雅靜、蔡金晏

市府官員 - 高雄市政府觀光局副局長吳明昌

高雄市政府研究發展考核委員會主任秘書朱瑞成

高雄市政府經濟發展局技正呂文豪

高雄市政府觀光局行銷科科长黃坤宏

高雄市政府觀光局行銷科專員柯德宏

學者專家 - 義守大學 EMBA 執行長李樑堅

高雄餐旅大學旅遊管理研究所助理教授吳英偉

高雄應用科技大學觀光管理系暨觀光與餐旅管理研究所王副教授
明元

樹德科技大學行銷管理系副教授黃慶源

公 會 - 高雄市旅行商業同業公會理事長馬一龍

其他人員 - 市民陳郁仁

主 持 人：李議員雅靜

記 錄：蘇美英

甲、主持人介紹與會出席人員，宣布公聽會開始並說明公聽會要旨。

乙、議員、專家學者、各單位陳述意見：

蔡議員金晏

高雄市政府觀光局吳副局長明昌

高雄市政府經濟發展局呂技正文豪

高雄市政府研究發展考核委員會朱主任秘書瑞成

高雄市旅行商業同業公會馬理事長一龍

高雄餐旅大學旅遊管理研究所吳助理教授英偉

義守大學 EMBA 李執行長樑堅

高雄應用科技大學觀光管理系暨觀光與餐旅管理研究所王副教授明元

樹德科技大學行銷管理系黃副教授慶源

丙、主持人李議員雅靜結語。

丁、散會：下午 3 時 35 分。

「縣市合併後，高雄市的觀光發展策略」公聽會 錄音紀錄整理

主持人（蔡議員金晏）：

在這邊跟大家抱歉一下，雅靜議員馬上就到了，因為大家公務繁忙，所以不耽誤各位時間，就先由我金晏主持今天的公聽會。

我們今天公聽會的名稱是縣市合併後，高雄市的觀光發展策略，我先介紹與會的所有貴賓，包括市政府的人員，我先從我的右手邊開始介紹，義守大學 EMBA 的執行長李樑堅教授、高雄市旅行商業同業公會的馬一龍理事長、高雄餐旅大學旅遊管理研究所吳英偉助理教授、高雄應用科技大學王明元副教授、樹德科技大學行銷管理系黃慶源副教授。不好意思，縣市合併以後，整個大高雄市的觀光資源非常豐富，所以相對的，主管機關的責任非常大，今天主要的主管機關是觀光局的吳副局長、觀光局行銷科黃坤宏先生、行銷科的專員柯德宏先生、市府經發局的呂文豪技正。我想研考會在整個也扮演很重要的角色，研考會的朱主秘，今天與會的貴賓，我就暫時介紹到這邊。

大家都知道，在還未縣市合併之前，不管是高雄市或高雄縣，本身的觀光資源都非常的豐富，高雄縣就傍著山，像茂林、六龜，比較山腳下的美濃、旗山，也有一些老街的文化，這都是非常吸引人的觀光資源。另外，在高雄市有山、有海、有水，除了高雄港本身的發展之外，觀光資源相對的也非常豐富，我這幾天就上網去看，網路上最推薦的是去旗津，所以要如何去結合、串聯觀光資源？是一個很重要的工作，再加上兩岸航班的增加，在觀光局陳局長的努力之下，我們的航班、航點都有增加的趨勢，未來...，上星期去韓國，這是商業機密，不知道能不能講？我們想增加對韓國的釜山直航，在這樣的前提之下，高雄市的觀光前景，我個人認為是有希望的，當然所有的配套，包括旅行商業同業公會馬理事長這邊，在旅行業者的結合上，如果有一個很好的串連及對策的話，我相信在未來高雄市的發展，真的是無可限量。我也不多說，至於有許許多多的介紹，各位在緣起這裡都可以看到一些既有的觀光資源，還有一些文化的活動，譬如內門的宋江陣等等，不管是物質上、精神上的觀光資源，說實在的，都已經在那邊了，我們要如何把它串聯起來？這是一個非常重要的工作，我想，這是未來我們的發展策略需要去做的。我們先請市府的主管機關觀光局的副局長，就目前而言，現在合併也一年了，說要有緩衝的時間，其實一年的時間也差不多了，我們現在的觀光發展事業大概是朝哪個方向前進？請

吳副局長說明一下。

高雄市政府觀光局吳副局長明昌：

謝謝主席蔡議員，也感謝在座的所有貴賓，大家都是觀光業的專家，像馬理事長就是在旅遊界最高決策的理事長，謝謝議會為了高雄市的觀光發展，舉辦一個這麼有意義的公聽會，本局率行銷科科長及專員，也很榮幸跟在座的學者專家一起來探討高雄市的觀光發展。

高雄市從去年縣市合併以來，擁有很多的觀光資源，就是山、海、河、港，從高山到海岸觀光資源都非常的豐富，我們剛剛也有說過，觀光局這一年來在政策上，首先積極開拓國際入境的一個觀光市場，增加國際海空、陸空的航班、航線，並開創南進南出、南進北出及北進北出的旅遊模式，在行銷上我們是以多元活潑及創意的方式，來提升大高雄的國際能見度以及南臺灣的觀光特色，現在如何把高雄晉升成亞洲的一個亮點及觀光城市，是我們觀光局目前要努力的目標，在短時間內，本局會建構一個完善的觀光環境，如何提升優質的旅遊品質，及創造觀光的利基、產值為政策，積極執行觀光資源的整合及行銷，發展國際觀光郵輪、參與國內外的旅展、建置旅遊的資訊系統，我們也接待了各國的踩線團，也推動了一些獎勵補助方案，增取國際的航班、航線來高雄，提升我們的旅館品質，整合在地的一些觀光資源，也促銷了一些套裝行程，還有主題性的觀光活動，使我們的觀光客倍增，朝這樣的目標來努力，藉由這個機會，我們也聽一聽在座的專家學者的意見，讓我們未來的政策及目標，看看要如何調整？使高雄市的觀光發展能有更大的進步，以上先做這樣的報告，謝謝。

主持人（蔡議員金晏）：

謝謝吳副局長，針對縣市合併之後觀光發展的一些動作，是頗具體的，大家希望能很快的有好的成效出來，行銷科科長有沒有要補充的？要先聽專家學者的意見。請經發局這邊先發言。

高雄市政府經濟發展局呂技正文豪：

謝謝主席、理事長、各位老師，大家好。我是經發局技正呂文豪，今天的課題最主要就是觀光如何去發展？早期大建設局的時候，觀光局還是在我們這裡，我們對這方面多少都有一些涉略，目前本人管轄的範圍就在商圈及菜市場，當然，如果要發展觀光的話，如何讓這些商圈活絡？變成有特色，像日本的新宿及美國比較好的商圈，因為經發局最近有在做一些盤點計畫，就是去調查商圈，哪些有競爭力，哪些沒有競爭力，有競爭力的當然就凸顯出來變成一個亮點。接下來就是菜市場，傳統市場近年來因為一些大賣場經營的因素，傳統市場比較沒落了，但傳統市場有一些原汁原

味在，所以如果能把傳統市場更新、形塑、再創新，讓未來不同層次的觀光客來，會有一些比較返古的想法，以上簡單報告，謝謝。

主持人（蔡議員金晏）：

謝謝呂文豪技正，剛剛講到把一些傳統市場及比較現代化的市場去做活化的動作，增加更多的看頭。我的選區崛江，不好意思，占用大家兩分鐘的時間，現在崛江在五福路又做了一塊招牌，我一直覺得現在年輕人上網去看就知道在哪裡，那個招牌只是一個意象，但是經發局讓我的感覺就是只會做招牌，包括對面又做 LED 牆，一座就花四、五百萬，大勇路那邊也有一座，我個人覺得好像沒什麼效果，經發局可以朝裡面的改善，裡面的店家數有 100 多間，很多東西的同質性都很高，還有很多都是商業行為本身的，經發局是不是能夠介入，跟他們協會做一個…，我想，崛江大家都有去過，崛江賣的東西，第一種就是賣普洱茶，第二種就是賣日本商品，一些小物或小點心之類的，第三種賣衣服，那些衣服我不會去買，可能比較舊一點，第四種就是賣雜物，大概裡面 100 多家，幾乎都是這幾種店，結果我那天有進去看，他是第二代開的，他在賣手機的東西，這讓我眼睛亮了起來，崛江沒有人潮，也許不是市政府沒去照顧它，而是它內部的商業行為，我們是不是能有什麼機會去活化它，可以跟他們坐下來談，叫我跟他們講，我講不出來，我不敢得罪選民，可能有點鄉愿，如果有必要，大家可以坐下來談，有必要我們也可以跟他們協調，重點不是周邊的，內部的商業行為也是一個很重要的原因。不好意思，有一點離題，當然這也跟觀光有關，因為陸客來，有很多住在漢王飯店，如果那邊能夠更…，我想整個商機就可以串聯，那邊跟駁二的串聯，跟港邊的串聯，其實是很難銜接上，如果崛江商場可以活化的話，我覺得這是一個很好的…，接下來請研考會朱主秘，我剛剛說的也是你們研考會的工作，你可以發表一下對我們整個觀光策略發展的意見，謝謝。

高雄市政府研究發展考核委員會朱主任秘書瑞成：

謝謝主席、各位與會的學者專家、府內的各機關代表，觀光這個層面各縣市政府都非常的重視，尤其在整個觀光的脈絡及體系，原來在高雄市的時代，經過民間及政府單位大家一起努力，高雄在國際上已經有某種程度的能見度，這都要感謝大家一起合作努力的。縣市合併把高雄縣融入之後，觀光資源增加更多元，原來只有壽山，現在把田寮月世界、藤枝、河、山的體系建構的更完整，所以從觀光的配套上，觀光局剛才也特別提了，要讓大家了解高雄的資源，都有很大的著墨，我比較有感受到的是，我們這些自然性的，人文性的、文化性的觀光資源，怎樣讓更多的市民來

參與？我時常發現觀光客會到的地方，民眾的參與度並不高，或者覺得這不是我的事，這部分政府部門應該讓民眾積極的了解，如何讓這些地區的資源讓觀光客看得到，而且能更發揮這樣的機能來行銷高雄市。

另外，環境的維護，我感覺我們還是需要再加強，因為一個自然生態的東西，或是一個觀光設施，時常發現不管是使用人或來的觀光客都不是很理想的狀態，應該教育觀光客或者民眾如何使用這些觀光設施，珍惜這些資源，所以我們很期待，要如何保持平衡？我們是要求永續的，不是觀光資源任憑消磨及浪費，民眾來就破壞了，最近也有報導，野柳大家去照相都不重視維護，所以這是未來我們在觀光脈絡體系下要留意的，這是另外一個重點。

第三個重點，如果能夠把活動跟觀光體系做一個連結，因為市府或民間有滿多的活動，政府如果能在這平台上跟民間攜手，譬如百貨業的大促銷、大折價，高雄市政府如果有國際型的活動，就可以帶動國際觀光客到高雄，這是也有可能去發展的部分。另外，整個的風景區，譬如月世界，是很稀有的，如果讓觀光客到高雄，除了購買之外，如果能夠讓他更了解高雄的人文，譬如佛光山的佛陀紀念館也出現了，這些都是很好的觀光資源，如果能跟民間攜手把它弄好，尤其交通動線的這個區塊，也值得我們大家去留意，一個觀光資源的出現，一定要有便利的交通，否則觀光資源畢竟是少數人在用。再來就是環境的維護方面，也需要大家共同去努力，以上是我針對這個議題，提供個人的一點淺見，謝謝。

主持人（李議員雅靜）：

感謝朱主秘，我先跟各位抱歉，因為剛剛去開一個會，所以遲到，也感謝吳副局長及市府團隊的參與，剛剛經發局提到市場活化商場，我剛剛也聽到研考會說，除了月世界以外，我不曉得各位知不知道，就是瀑底山那邊其實很漂亮，我晚上有去過，晚上漂亮、早上也漂亮，不一樣的感覺。我們的鳳山、左營、楠梓、鼓山這個區塊如何串聯出一個文化公車以外，像月世界及瀑底山那邊，其實都是惡地形，這是別的地方沒有的，我們怎麼提升它的深度、質感，真的有待市府團隊做一個橫向的串聯，接下來，我們請高雄市旅行商業同業公會馬理事長。

高雄市旅行商業同業公會馬理事長一龍：

主持人李議員、蔡議員、李執行長、各位市府的長官及學界的教授們，大家好。我是高雄市旅行公會，今天這個縣市合併後，高雄市的觀光發展策略應該分成幾個層面來講，有幾個重點，以業者來講，不外乎外國入境團或本國的國民旅遊這二塊，本國的國民旅遊我也可以把它講成外縣市或

本縣市的居民，在最近一、二年以來，也有很多記者朋友問到，你們業界每次一談到觀光或發展，就是講大陸，你們都是講陸客，好像除了陸客也沒有其他的市場，在這邊也跟各位做一個報告，以高雄市目前的發展來講，我們想要發展陸客以外的其他國家入境高雄，確實是有一點艱辛，因為除了港、澳、日本以外，其他東南亞國家，不要講歐美國家，幾乎是一個禮拜都是一班到二班在飛，像泰國一個禮拜飛二班，本地旅客的位置都已經滿了，新加坡一個禮拜飛二班，這樣的情況之下，馬來西亞本來有飛二班，最近也要停航了，你很難去發展到外國的觀光客入境，以業者經營生存的壓力來講，現在陸客確實是一個非常大的市場。我們曾經開一個玩笑說，在二、三年以前，大陸有一個單位做了一個調查，大陸旅客有能力及有意願來台灣旅遊的人，保守的估計有 5,000 萬人，昨天從學校畢業進來我們公司擔任 OP 的一個小姐，這 5,000 萬人做到他退休還沒有走完，等到他退休之後，另外那 5,000 萬人可能又產生了，這就是業者一直把目標放在那邊的原因，但是憑良心講，開放到現在二年多來，以高雄來講，可能這邊都是學界及政府的單位，其實一般外面的老百姓，對於開放的陸客，已經一年進來 100 多萬人了，高雄市一般的市民，甚至旅遊相關的產業來講，他們不是那麼的有感，因為現在主力都是放在觀光團，因為業界競爭的關係，有一些不健康的發展，我就不做敘述，他們走的都是一些特定的地方，即使有些特定的商家有時候會，但是廣大的一般來講，沒有受惠，計程車還是有空車在街上跑，高雄市很有名的小吃，其實也沒有因此而受惠到。但是從這個月 28 日起，自由行的第二波，又要開放六個城市，加上原先的三個就是九個，在今年年底以前會再開放三個到十二個，所以上星期五，我們跟陸委會張顯耀副主委報告的時候，我也一直在強力的爭取自由行的城市，要有飛機能夠飛到高雄，因為自由行是一個非常大的市場，以法國及香港這兩個國家來比較，法國入境旅遊的人數是本地人的三倍，香港光是大陸一個地方入境香港的人數是香港本地人口的四倍，也就是說，你看到五個人就有四個人不是香港人，所以說是很大的一個市場。高雄在起步上輸台北一點，那是因為我們在條件上、航班上都輸，剛好今天學界也在，因為我們到底不是專業學界的，我們要怎麼去做？其實我也跟很多學界的朋友講過，說實話，高雄一直缺幾個代表性的景點，但是最近有佛光山出來，佛光山變成南部最具代表性的景點，其他以前在高雄講，就是打狗領事館，然後蓮池潭，想一想，真的好像找不到幾個有代表性的，不像台北有一個故宮，它是很強烈的一個景觀，是不是我們要發展一個很有代表性的？憑良心講，我們六合夜市這幾年下來，至

少在陸客這個市場來講，我們已經取得比較有利的地步，其實六合夜市我們大家都去看過，短短一段而已，但是只要肯發展、肯去推動它，它還是可以做成一種擁有代表性的東西，這部分可能需要學界幫我們多去思考一下怎麼樣來推展，我們舉最簡單的例子，陸客來的時候，他們一定要去日月潭、阿里山，沒有去日月潭跟阿里山就不算來過台灣，本地人認為阿里山跟日月潭不是台灣最美的地方、非去不可的地方，阿里山跟日月潭是怎樣去行銷的，能夠在大陸十幾億人的心裡面埋的那麼深，這一部分，如果學界或哪一個年輕的學生能夠在其他的產品上面著力到十分之一或百分之一的力道，那個產品都會變得非常搶手，所以我有時候跟一些年輕學生講，你們如果在讀旅遊應該朝這個部分去規劃，為什麼阿里山、日月潭我們台灣政府沒有花一毛錢，是如何深植在他們心裡面的？

其實剛剛幾位都講過，我們高雄有發展觀光的條件，我們高雄有港、河、山，尤其我們的港跟河是非常值得我們去發展的地方，但是憑良心講，我們的高雄港及愛河，目前為止並沒有完全發展到可以發揮的地步，高雄港就在我們的市區裏面，等於是我們市中心的感覺，外國人看到海的機會也許有，但是他們真的能夠到港口、在軍艦旁邊遊過去的這種機會並不多，就是除了高雄以外，台北人大概也很少，所以我們最近幾個社團辦了一些活動，我們去遊高雄港，普遍認同這是一個很難得的機會，他們遊遍全市界，但覺得這一、二小時的遊程是值得發展的，它有很多故事可以講，你看歐洲的一條河兩邊就會弄得很漂亮，但我是認為一定要有商業行為的介入，在好幾年前，愛河邊有一個曼波咖啡是一位難求，我們晚上帶了北部來的朋友、帶了大陸來的朋友要去喝一杯咖啡，是要排隊的，但是突然間因為有各種因素的原因，那個地方商業行為一但撤走，很快就冷清掉了，那麼好的一條愛河，你注意看看，基本上是滿冷清的，這個我覺得非常可惜。

你看，上海的外灘浦西區、浦東區非常熱鬧，燈火通明，大家就非要去一趟不可的感覺，它的位置又好、又方便，我們的愛河跟高雄港我是覺得應該有更大的發展，至少這是高雄領先台灣其他城市的地方，以上謝謝。

主持人（李議員雅靜）：

感謝我們的馬理事長，講得我心有戚戚焉，尤其講到法國那一段，高雄有山、有河、有港，我很擔心阿！未來哪一天被基隆港趕過去了，他們現在在發展台灣第一大港，那我們的優勢在那裡？我說其實我們要把握機會，阿里山、日月潭是怎樣深植國外觀光客的心裡面來台灣一定要去，高雄港就要怎麼發展，感謝馬理事長。我們接下來繼續邀請我們的高雄餐旅

大學旅遊管理研究所的助理教授吳英偉教授。

高雄餐旅大學旅遊管理研究所吳助理教授英偉：

主席，各位與會的先進，大家下午好，我這邊也是要呼應一下我們理事長所提的，還有剛剛我們主席所提的。其實高雄的觀光產業或高雄的觀光發展，我們常常講不進則退，我舉個例子，像台南明天就有一個台南市觀光總體計畫的委託案，明天要公開招標，因為有一家公司在請我幫忙，所以我再反過來說，在 94 年的時候我在研考會有執行過一個案子也是高雄的整體觀光發展，那時候還沒有縣市合併，那時候想說台南已經在做這樣的一個規劃案，那我們觀光局在過去幾年從 94 年到目前是民國 101 年，在這之間我們有沒有陸陸續續的一個政策發展的脈絡？有沒有去做過一個檢討？好像在幾個星期前我們跟議員辦了一個大東文化中心公聽會，類似的問題我也問了文化局，文化局在做藝文人口倍增計畫那時候也差不多是民國 95 年，後來這麼多年就從來沒有再執行過，有時候我覺得我們市府團隊對於所有的活動案包括音樂會也好，煙火也好，花錢非常的不眨眼，對於做基本功的工作、研究好像是少了一點作為，所以我覺得我們是不是把我們自己觀光的動能包括理事長所講的，到底觀光客對我們高雄的這些亮點也好、吸引力也好，他們的觀點是什麼？我們自己有沒有胸有成竹的去想，拍胸脯說我們值得推薦是哪些重要景點？

我呼應剛剛理事長所提的，我會認為說我們是不是可以去舉辦一個全國大專院校對高雄的魅力亮點的一個競賽，現在年輕人，我舉一個例子，像台北他們就有很創新的例子叫康青龍、水金九，這樣一個的旅遊廊道的一個創意發想，我們高雄可以做什麼？我想這個可以從年輕人的角度，我們高雄這麼多的大專院校，這麼多的觀光休閒的科系，我覺得這個是可以讓市府或是說其他相關的這個公協會也可以主動來發起這樣的一個大專院校的一個競賽，打造一個新的亮點，再回到說整個總體的發展計畫，這個觀光政策白皮書，我認為應該是一個方向要去研討的，特別是高雄現在的幅員這麼大，我們怎麼去做一個分區發展構想？我們總不能做一個大拼盤、大拼圖，你怎麼做分區構想？把高雄從山、海、河、港等等這些不同的分區特色找出一個亮點出來、一個發展潛力的因子，我想這個是在分區構想裡面必須去著力的。像台南，他目前已經朝這個方向在做，剛我們主席也有提到說有一天會不會被基隆港趕過我們的高雄港，其實我比較擔心安平港會不會就已經趕過我們高雄港，因為安平港目前在推的是安平港的遊港跟運河遊船，要學習我們高雄的太陽能遊船，所以其實我們在怎麼樣透過這種城市之間的競爭、產業的競爭，把高雄的競爭力趕快提升上來，這是

當務之急。所以整個白皮書也好、分區構想也好，到短、中、長期的這些策略、行動方案，我想在觀光局裡面應該要有一個腹案，東西要怎麼去執行？在未來不管是在我們陳市長，還有後續不管是誰來角逐我們的百里侯，他是不是就有依循的一個依據，讓觀光局也好，讓議會也好，所有的議員在監督這方面進展的時候，是有一個願景出來的。

另外就是我們現在市長一直在大聲疾呼就是說我們要打造一個亞洲的新灣區，這樣的一個定位其實延續了過去的海洋首都也好或海洋城市也好，其實對於城市的海洋印象還是比較薄弱，我們到底要變成怎樣的一個新灣區，只是說我們多了一些摩天大樓嗎？還是我們又多了幾個會展場所？等等這些是不是就代表海洋意象？或者我們看到新加坡也好，看到其他城市也好，其實他們的意象還滿簡單的，怎麼透過文化也好、透過創意也好，譬如西湖，他就透過「印象西湖」就能夠打造人家對西湖不同的一個觀點，我想這個是可以再集思廣益去探討的，我先做以上的一個說明，謝謝。

主持人（李議員雅靜）：

感謝我們吳教授。其實我覺得我有不同的觀點，海洋的意象，我覺得其實高雄市沒有本錢發展海洋的意象，拼得過墾丁嗎？就是我們臨近已經有一個墾丁，其實高雄有高雄可以聚焦、發光、發亮的熱點，就看我們的局處怎麼去把橫向串聯然後把它聚焦起來，不止是高雄港，我們還有很多的文化是除了大陸以外其他國家沒有的，我覺得這個也可以提供給與會的所有人參考。我們是不是先邀請我們的義守大學 EMBA 執行長李樑堅李教授？

義守大學 EMBA 李執行長樑堅：

主席，還有各位與會的市府官員以及我們學者專家，還有馬理事長。我想我們高雄都會發展文教基金會持續辦理在議會的第四場公聽會，這個資料也是我寫的，就是說針對縣市合併之後高雄市觀光發展的策略，事實上我們來思考一下，就是高雄市的土地面積從 150 幾平方公里現在是變成 3,000 平方公里，佔了全台灣的十二分之一，我們的觀光元素跟一些相關的內涵事實上也在做具體的轉變。從一個城市的旅遊變成是一個延伸的旅遊，事實上是我們要去思考到的一個重點，所以剛剛提到過的月世界，像我們鳳山地區事實上有一些特色的商店街，大東藝術文化中心也開始建構起來，以往在城市旅遊裡面似乎是集中在我們高雄市，那鳳山呢？其實他也是有一些滿不錯的內涵能夠去做一個呈現。

那麼最近幾年來，我們覺得就是說高雄市有幾個重點特色慢慢去凸顯出

來，第一個，我們美濃小城有入選十大觀光小城；第二個，內門的宋江陣變成是交通部觀光局年度的重點活動；第三個，包括我們原來義大世界外加現在佛光山的啟動。事實上是讓高雄市注入到一個很不錯有特色的元素，當然我們就要去思考我們的主軸，我們講的這個主軸的定位到底何在？交通部觀光局其實有些策略我覺得還不錯，第一個，觀光倍增，那請問一下我們高雄市的觀光倍增在哪裡？我們有沒有定我們的 target、我們的目標量出來，我們吸引的市場定位的顧客是誰？我們這邊的顧客定位裡面有九大類，第一個是國民旅遊；第二個是陸客；第三個是日本客人；第四個是港澳；第五個是東南亞；第六個是歐美；第七個是郵輪；第八個是商務型的旅客；第九個就是現在的自由行加背包客，這九大市場的顧客定位，我們現在的重點到底何在？事實上我們現在這種山海河港，我們還有農村、漁村、溫泉、宗教、客家文化、各月的節慶，其實高雄有沒有元素？有。只是他說叫亮點，還是叫國際觀光景點？也就是剛剛我們馬理事長所講的，阿里山、日月潭是因為教科書有寫，所以他一定要來、一定要看，對不對？林芮唱一首潘安邦的「外婆的澎湖灣」，很多人想去看澎湖灣，所以我有一點突發奇想，我們觀光局或是我們高雄市這邊有沒有可能去編一首高雄觀光景點的歌，把它融入起來，而且叫周杰倫去唱一下，兩岸之間熱賣，人家會不會想來看？喔，周杰倫唱這首歌很不錯，高雄市有什麼啊？就跟「痞子英雄」在拍那個電視劇一樣啊！現在「痞子英雄」電視的那種景點，就跟我們看以前韓國的影片一樣嘛！你到韓國去看什麼？就看那個場景嘛！「痞子英雄」的拍攝地點就有很多人來觀看。今天如果說周杰倫或是什麼蕭敬騰是不是？針對高雄市觀光景點的歌或是說融入到我們在地的一些什麼東西，不是全部觀光景點都移入唱片，我裡面就提三到四個，兩岸都紅起來的歌，那有沒有市場？也許有，也許就是一些可以去思考的想法。

另外要推動的業務裡面，我覺得有幾個策略性的建議，第一個，我們高雄市可以編印觀光月曆啊！月月有活動、月月有特色，這個觀光月曆裡面就是結合我們的農特產、我們的宗教文化、我們當地的水果，我們這個月的主題活動是什麼？每個月都很清楚，如果是我們市長送給我們市民的月曆裡面每一個月就是講高雄市這個月要辦什麼，水果也列出來了，廟會的活動也列出來了，那大家都耳熟能詳，甚至就推動一個變成是全民觀光、全民行銷，人家來到高雄，現在是幾月？現在是2月。2月要去看什麼？看愛河的燈會。想要做什麼、做什麼，很清楚一目了然，我覺得第一個是觀光的月曆。

第二個，到底我們高雄觀光的代言人是誰啊？是壽山的猴子嗎？五月天喔？五月天、信樂團真的是代言人嗎？那個有沒有付費的？有簽約，是不是？就是要行銷，五月天剛在美濃辦那個月光音樂節之外，他能不能針對高雄市一些觀光景觀的特色拍一個宣導短片，這個部分就放在我們市政府的網站上，網站裡面就可以定期的去播放，你點下去就是「來高雄、看高雄、請看五月天為你做解說」，那一出來，就跟關鍵字廣告一樣，你進入到高雄市政府，我就有一個東西讓你去點選，裡面就有影片出來，五月天也許用歌、用什麼方式去帶領，看起來不是比較具有賣點嗎？

另外就是觀光計程車，我們高雄市能不能先具體去突破一下，觀光計程車現在生意不好，讓他創造收入一下，那個車頂上做個高雄市觀光景點的介紹，也是一個特色，我們知道紐約事實上就有這樣的機制，我知道可能要跟監理所要有一點協調，他的領照及他那個每年檢驗的東西只要能夠符合，上面擺個觀光計程車而且是經過 CIS 有特色去設計的，難道不是高雄的新特色嗎？全省都還沒有做的時候，我們可不可以先做？觀光計程車底下，乘客如果坐在後面，後面就有一個觀光地圖，不是擺什麼司機車號、姓名而已，我的觀光地圖就在後面啊！乘客坐過來，外地的觀光客坐過來，開始就可以去看了嘛！

另外我們高雄市的觀光旅遊服務中心，到底有多少人知道設在什麼地方？我們重要路口的節點 - 左營高鐵站、高雄市的火車站、公路客運、機場，這幾個 Entry Point 的部分，我們的觀光旅遊服務，包括我們設計的 DM，包括我們是不是在那個地方都可以把我們高雄市拍攝唯美的這些觀光景點的設施，注入一個短片在那邊不定期的在那邊播放給人家看，這樣對高雄市的體驗跟瞭解是不是會增加更多？另外高雄市也可以發行高雄觀光風景明信片啊！Postcard 也是有一些人願意去寄，你就票選高雄市的十大觀光景點，或是 12 張，每個月都有一張可以放在上面。

再來就是我們之前有推過高雄購物節，其實高雄購物節就是來自於香港的所謂萬象之都，萬象之都事實上就是鼓勵人們到香港去 shopping，那麼我們高雄的購物節最近每年都有開始舉辦，這個在內涵上怎麼來做一個呈現、去做一個調整，而且像我們基金會以前還票選過十大夜間旅遊景點，其實很多人到高雄，晚上不知道要做什麼，除了去六合夜市以外，真的有差啦，我們夜間旅遊景點哪裡可以照相？哪裡可以旅遊？其實剛剛吳教授有提到過，台北市因為交通部觀光局有一個叫做亮點計畫，亮點計畫一次補助是很大，康青龍是一個點，台中裡面的南投不知道哪裡又有一個點，那我們高雄市裡面就在想，你如果真的要針對一個港區的推動跟執

行，駁二特區、香蕉碼頭一直延伸到我們愛河的這個部分，這個是讓它是一個觀光的廊帶，這個觀光廊帶要注入什麼東西？我們能不能去推動所謂的酒吧一條街或是什麼一條街那種機能的部分去注入進去，讓他能夠漫步在其間，事實上也有一些消費旅遊的活動機能，這樣來到這邊旅遊不會看看，坐一坐就結束，當然坐船遊高雄港因為可以看到巨大的軍艦跟大船，那個是滿震撼的，但是萬一船不來的時候，也沒有什麼可看的，因為貨櫃中心臨近的設施那不是很好看，但是愛河旁邊事實上是每年應該要有計畫性的，不管是在所謂的照明系統的部分，另外愛河兩岸的一些設施、景點怎麼去做美化、綠化、亮化的機能，我覺得應該要注入進去。

所以我是建議觀光局這邊，有機會的話，我們的夜間旅遊景點，而且是連高雄縣都要納入進來，搞不好大東文化園區就變成一個新的旅遊景點都有可能，我們壽山動物園不是要推夜間動物園嗎？我們的東帝士 85 大樓、我們的愛河、香蕉碼頭，高雄縣裡面也有很多，你說佛陀紀念館、大東文化園區、衛武營都會公園，那晚上其實搞不好有特定的景緻出來，那這個部分在幹什麼？因為你要把你這個路線規劃出來，現在我們高雄市有一個特色叫做公共自行車，公共自行車裡面就針對背包客，他要走什麼路線？其實我們把這個部分能夠在重要的...，我就想說我們的公車站可不可以有一個觀光導覽系統，我們觀光旅遊路線的部分，觀光客來到公車站，我就按一按、我就會看一看我們到底要怎麼走，這個部分就是不斷的在做去做行銷，讓人家能夠對高雄市的觀光印象能夠強化。

當然，大陸客的觀光團，這個我們無以為力，因為他有特定的像剛剛我們理事長講的他有一些不健康的發展，可是針對自由行，你真的要有特色，因為你要走深度旅遊，你要對城市的內涵要能夠去做深化，你要拿出一些真本事出來，這個真本事出來，他才會幫你廣為流傳，所以我覺得高雄市觀光能夠做的應該很清楚也很明確，你要訂你的觀光倍增計畫，今年你的目標顧客是誰，我們今年要加入什麼樣增加的觀光元素，我剛剛提到過的觀光計程車、觀光月曆，還有我們在公車站裡面可不可以注入一些旅遊設施？我們在重點路口、端點裡面去增設所謂觀光的一個影片，最後每年應該要有一個新的東西叫做高雄四季逍遙遊，我的四季逍遙遊裡面就結合我們的食、衣、住、行、育、樂，那一本結合所謂優惠的套裝券還是每年都要有特色的去建構出來，那自由行來就有可賣的了，對不對？拿了你這一本的四季逍遙遊的東西，我就可以到各地去消費。

其實高雄還是滿需要纜車的，我知道觀光局要推動一個纜車的計畫，以前有點夭折掉，很可惜。我們義大世界跟佛陀紀念館也希望蓋一條纜車，

那東帝士 85 大樓到旗津這邊也希望蓋一條纜車。我們希望我們的環保團體在反對的過程之中事實上也替高雄市民來著想一下，不要為了反對而反對，你可以提出具體的說明，但是如果說市府的規劃措施，因為我們到聖淘沙有沒有纜車啊？有沒有人講說破壞景觀？沒有，可是我們來了就叫做破壞景觀，我不知道立論原理在什麼地方？我覺得這個部分真的要去推，高雄市加了纜車，我覺得會不一樣。現在有一個佛陀紀念館，應該也會不一樣，但是我們最欠缺的是怎麼讓他能夠多停留一晚，多停留一晚對高雄就有增加更多的消費。我覺得這才是我們要去推動的目標，以上，謝謝。

主持人（李議員雅靜）：

感謝我們的李樑堅李教授，我想他剛提了很多的東西，教授提了很多包含我們的觀光月曆集合當地農特產的一個產季，其實我一直在講，我有跟農業局講說我們的稻之藝可以把它納入到這邊來，不見得說所有的地方來的時候，有時候我們的農特產品產量過剩的時候，也可以在稻之藝這個區塊讓大家去體驗高雄有什麼樣的一個農特產品，或者是說剛好我們這個月沒有什麼特別活動的時候其實都來這邊，我也覺得很不錯，把他拉到其他可以結合當地特色的部分，然後還有一個部分剛剛理事長也有提到，其實觀光客來，基本上只有好到某些團體，真的有些小吃真正好吃的，觀光客吃不到，那計程車，我曾經有問過這些業者，就是我們都會坐計程車去機場或者是回來，我也詢問過他們，其實他們現在素質都很好，他們也有雙語，有些比較有規模、有素質的都要有英文的一個特色。他們也在想說市府團隊怎麼來推動，譬如說背包客來坐計程車或者是什麼樣的一個補助方式或者是文化公車怎麼來推動？我想這個是可以讓我們動腦筋的，我要幫觀光局講一下，李樑堅教授，明信片他們有做了，只是沒有量產，他把它拿來送人家，其實我真的覺得明信片這個東西，剛剛李樑堅教授有提到，這個東西真的是可以做行銷，你看走到哪一個城市其實他們都有他們的明信片可以購買的場所，包含日月潭也有，高雄這麼漂亮，很多很漂亮的景點，其實我們可以朝這個方向來協助，譬如說小型商店或者是我們怎麼推展。

再來一個，剛有提到服務中心，我也要報告，其實服務中心都沒人，我直接講，我沒有按掉，這個部分可能要拜託你們加強一下，我知道你們今年度有在雅靜的拜託之下，有設了幾個譬如說簡易的諮詢站，包含電腦的一個諮詢中心，這剛好也符合剛有提到的就是在公車站裡面，設置一個旅遊系統可以讓他們在等的同時就可以按，沒錯，我也知道你們有設觀光旅

遊的 APP 線上下載，可是服務中心很重要，不見得所有人都會電腦，還是需要有人，李教授這邊提的非常得好。我們接下來是不是邀請我們高雄應用科技大學觀光管理系研究所的王明元王教授，謝謝。

高雄應用科技大學觀光管理系暨觀光與餐旅管理研究所王副教授明元：

主持人李議員，還有我們執行長、理事長、各位與會的貴賓，還有我們高雄市相關局處的長官，我參加這個公聽會，今天算是第二次了，上一次大概有出席過，基本來講這個主題是不太一樣，我今天就針對這個主題來做一個說明，越後面報告越好，為什麼呢？該講的，好像前面幾位都講得差不多了，但是重要的或者沒有補充到的地方，我稍微再提一下。第一個，當然高雄縣市合併之後，對於原來的高雄市來講，在觀光資源、景點這些來講都是增加了，不過未來的一個發展上面，我這邊比較關心的就是如果是旅行團來講，基本上都由旅行社在控制，就是由交通車專人引導介紹，其實我們來看這些旅遊的團體不見得一定就是國外來的觀光客，國內的觀光客也有一種自由行的或者自己開車出來旅行的，我們叫做國民旅遊，這些自己出來旅行的，這些需要的是什麼？第一個就是資訊，所以在未來這方面的資訊或者交通這方面，我想這是非常重要的，如何提供便利的交通接駁或者說如何提供景點相關的資訊揭露，我想這是非常重要的。

那麼我們來看，其實國內也差不多是這樣的，也就是說並不是所有的景點都是可以停留半天、一天的這些景點，很多都是三十分鐘、四十分鐘就結束了，那麼其實我們國內這種小景點也不少，問題就是說這些小景點，我們如何去充實、利用？我舉個例子，像英國領事館我們去大概也是看一下，三、四十分鐘就結束了，也沒有客人抱怨說這邊沒有什麼，事實上他的資源就是這樣，所以相同的我們目前在高雄縣市合併之後有一些景點是屬於這一類的，這一類並不是沒有賣點，這一類以我的經驗，旅行社倒是喜歡這一類的，為什麼？他不用門票，也就是說我今天帶到那邊也可以，只要我把行程規劃好，在整個動線上沒有問題，對遊客來講在整個行程當中也有交代，也提供了這個行程，就他經費的方面來講也節省了一定的經費，其實這個在國外來講，不少也是這樣安排的，所以這個小景點不見得沒有觀光價值，問題是如何充實這些內容。

再來，第二點就是剛才大概幾位貴賓、專家有提過我們資源的充實、建設，那麼我舉個例子，我們看到的，我在遊愛河的時候，我一直在想我們在國外事實上這種遊河的經驗也相當的多，但是一定有景觀讓我來感受到感動，那我們這邊呢？都是綠色的，我的想法是沒有其他可以改變的嗎？我的意思是譬如說它有一定的季節會開花，整個河岸的兩旁都是種這一個

季節開花的樹，不是草喔！樹，然後它有層次的，再來外面才是樹，最後才是最外面的建物，這樣的話，至少在這一個季節裡面是最美的，我想這個在國外來講不少是這樣的，至少不可能是一年四季這個大概比較難，至少有某一個季節是非常吸引人的，我想這個如果就資源充實來講是比較容易的。

另外一個就是人工的一個規劃利用，剛剛我們理事長提到河邊曼波這個地方，以前在經營的時候確實吸引了，我記得大概外國客人來的時候一定帶他們到那邊，至少停留一下、喝個咖啡，至少晚上還有一個地方去，不然就要帶他們去唱卡拉 ok，還是其他的聲色場所，幾乎是這樣，你說要去 shopping 不一定每個人...，shopping 可能安排在別的地方，所以類似這一類晚上的夜間觀光的地方，其實我們可以再加強來做的，所以剛才提到的像駁二、香蕉碼頭這些地區其實可以考量可能性，那麼海鮮或者餐廳，不是說我們有海產嗎？海產只有到餐廳裡面去，我們難道不能在那邊有很多的販賣、在煮，我不知道在國外是不是有這一類的，也就是說遊客到這邊，他可以選一選以後到餐廳來煮，好像跟旗津有點出入吧，旗津大概 100 塊一盤這一類的，我不曉得。其實我的意思，晚上喝酒或者是年輕人聚集的地方其實還是可以創造，就是形成一個夜間遊客喜歡來的地方，這都是可以做的。

那麼另外一件事是新景點剛剛提到，不管是纜車還是高雄塔，類似這樣的，因為我們一直在強調高雄的海港之美，其實我們要看這個海港之美沒有爬到樓上去看是看不到，我不曉得這個，因為我們看到的是一個平面，沒辦法看到一整個的視野那麼漂亮的，這一個在國外也有這一類的建物，譬如說我去過的像多倫多塔，那就是在一個河的旁邊，海岸的旁邊，可以看到很多的島等等的一個建設，非常的一個漂亮，其實這個都可以思考、可以增加整個這方面觀光的吸引力。

再來第三個就是我們如何更好的，就高雄市來講，新加的高雄縣原來這些產業加進來之後，我認為還可以再加強的就是產業觀光化的一個推動，也就是譬如說假設它是一個酒廠，這個酒廠對外開放觀光，開放遊客參觀的活動，當然這當中包括產品的銷售等等，這個在國外我想其實相當多，在南投這邊應該也有，酒廠這個地方。其實剛才提到的高雄市目前有很多相關的產業，包括漁業、農業等每一種產品，幾乎我是認為在這方面的輔導推動，還是有一定的觀光價值，這是在第三項方面的介紹。

最後一點，我想提出的就是說，目前在高雄市來講，有不少的硬體建設跟觀光有關，譬如說衛武營的藝術文化中心、大東文化藝術中心，還有高

雄市的海洋文化流行音樂中心，這麼多中心成立之後，我不曉得，當我經過衛武營藝術文化中心，晚上的時候都沒有什麼人，就是說目前還沒有，可是我指的是未來如何充實利用，否則的話因為就南部地區，在文化的層級上面來講，老百姓是距離比較遠的，這個參加度真的是比較低，比起北市來講，又蓋了這麼多，基本上來講我認為不少屬性是非常相近的，如何充實利用。當然如果導引、引入這些觀光的活動的話，那當然是可行，可是就他的屬性來講好像是有問題的，這個衛武營藝術中心是類似國家的兩廳院，就是非常的高檔的可能才能在這邊表演，我不曉得是不是這樣，那海洋文化藝術流行的屬性又相當的明顯，能不能...，剛才提到的就是不是只有白天的，或者是說某一個季節，某一天才來利用，未來有這麼多的這些硬體，還有岡山還有其他地區的，這些我是比較擔心的，如何充實規劃利用才是問題。這是以上提到的四點，謝謝。

主持人（李議員雅靜）：

感謝我們的王教授，最後一點我心有戚戚焉，我跟你有一個相通的想法。這些點怎麼去活化利用，我們曾經在上一個公聽會有提到，我們何不就是只要有觀光客或是背包客來，其實他都可以搭配一個表演，譬如說我們那時候在談大東文化藝術中心，它可能長期培養一個團體在那邊或是幾個團體在那邊，不管是國外的觀光客或是國民旅遊來到這邊，其實他可以針對逛完鳳山或是逛完整個大高雄，時間到了就來我們這邊去看那一場戲，怎麼去利用，其實我覺得這是可以去搭配的，真的是很不錯。

其實剛剛王教授有提到就是產業觀光化，目前都有，這個又回歸到剛剛馬理事長講的，可能又變成特定的廠商有而已，我剛剛提到的稻之友，他可能是結合很多當地的特色小吃或是當地的農特產品加工，可是這些加工不是他做好放在這裡，譬如說他現在聚集在這個地方，有觀光客來或背包客來他可以自己去做體驗，可以在這邊玩個一、兩個小時，一來可以更認識說，譬如說我們是有機或者是我們的這樣產品是怎麼來的，讓他們自己去做體驗，我覺得這個還滿不錯的。感謝王教授提供這麼寶貴的意見。

我們接下來請樹德科大行銷管理系的黃慶源黃教授，謝謝。

樹德科技大學行銷管理系黃副教授慶源：

李議員、李執行長，還有這邊的學者、馬理事長以及政府官員。我是最後發言的，應該是可以講少一點，因為我們本業是在行銷，我大概先從行銷的觀點去提，其實剛剛的學者也好，還是我們的觀光局這邊或經發局這邊，其實我是長期在地的高雄人，我看整個高雄的觀光最近幾年來真的做了非常多的事情。

以觀光來講，就點線面來講，點的部分其實我是覺得已經成熟到一定的程度了，不管是我們的燈會或是內門的宋江陣，甚至有一些大型的節慶活動，基本上其實我們有看到一些不同的，其實我們以前縣市合併，因為我本身是高雄縣人，其實剛開始縣市合併的時候，我心裡面還滿不舒服的，因為我們家裡面就會講說，什麼都變了，高雄縣市合併對我們家最大的影響就是垃圾不落地，以前有子母車可以放，現在不能落地就是要等到那個時間，就是帶來更多的不方便之外。可是我覺得從這次的宋江陣開始，我就感受到其實縣市合併的整合行銷能力還是有提昇，因為就以過去內門宋江陣來講，他的行銷力道，因為畢竟是高雄縣，以前高雄縣要宣導到高雄市，其實在某一個層次上，宣傳的層面比較不夠，這次的宋江陣我就覺得說，整個觀光局在結合度裡面，那個行銷的強度是強到幾乎我們在地內門的人都沒有辦法回鄉，而且還不錯的是，我那天有開警廣，我就被警廣導引到從田寮回去，否則我一、二個禮拜根本是有家歸不得，因為就是說要從原來的 10 號道路回去是回不去的。所以我終於感受到整合行銷如果做得好，那個力道是很強的。

可是內容的部分，就是要回歸到點線面，其實線跟面也同樣的，我們的點都做了，怎麼樣拉到變成線跟面，我是覺得就以這個點完了，你任何一個禮拜天去內門紫竹寺前面，我們感受到什麼，其實我一直感覺到說，其實裡面的總幹事也是我叔叔，我一直跟他講，可是他真的是礙於經費，其實我去過幾次峇里島，就覺得你去峇里島就可以看到它傳統的民俗表演，就是在一個戲場。我覺得高雄如果要一個常態性的，當然不見得就是內門這個地方建一個傳統的民俗劇場，養一個劇團或是養一、兩個劇團交替著去演出，其實也不一定是單單在內門，因為可能觀光客，其實現在就以佛陀紀念館已經成立了，可不可以跟佛光山這個龐大的基金會去養一個團，結合當地的民俗，從當地集結演出，然後再擴散出去，我覺得其實整個大高雄行銷的元素就更多了。

我再舉一個例子好了，我在寒假的時候有一團馬來西亞的學生來，因為他是我們馬來西亞境外的學生，最後必須到我們樹德上十幾天的課，然後他們才回去，因為那個班是我在馬來西亞開的，所以變成我其實是負責台灣這邊的招待，這十幾天其實實在找不出什麼東西可以帶他們去看，其實我高雄幾乎都帶遍了，即使高雄的看家本領--佛陀也去過了，到最後他們竟然跟我講說，他們這十幾天來，因為我想要結束了，我問說你們這十幾天的行程，你們對哪一個東西最有 fu，他們竟然跟我說，老師，那天我們要去三地門文化園區，不期而遇的剛好經過瑪家鄉，剛好他們在辦一個

婚禮，很難得的，瑪家鄉 200 多個村民穿著傳統服飾在那邊跳舞，還好我們不是跟團，跟團的話那個司機就不會讓他們停在那邊，剛好那輛車子是我們學校包的，我就跟司機講說，這個地方他們很有興趣要下來，你願不願意停下來，那個司機也滿配合的就讓他們下來。竟然是他們停在那邊半小時的印象最深刻，他們說這是他們一輩子拿多少錢都換不來的經驗。

其實我覺得剛好是拜李老師之賜，他最近接了一個原住民的案子，我最近常去原住民幫他們上民宿管理，而且很多課剛好是禮拜六，就講一次，前兩個禮拜或兩、三個禮拜吧，這個禮拜也剛好去寶來，前兩個禮拜好像去桃源，我去桃源，車子從五里埔開進去，到那瑪夏長達有 2、30 公里，我會車不超過 5 部，禮拜六，你說那邊的原住民他怎麼生活，而且他們那時候正好是採梅季。我說政府都沒有幫你們行銷嗎？他說有，農業局有幫我們開記者會。我說其實這邊的點出了一點問題，就是說我們的行銷是沒有整合的，其實現在很多的行銷媒介不在於開記者會，因為記者誰會去？其實我會覺得說就以高雄市的整合行銷，其實我們剛剛講的，很多老師剛剛講了很多傳統的行銷模式，我們很少去運用，其實我們知道高雄人，如果以一般年輕人最夯的高雄的 facebook 是哪一個你知道嗎？不曉得議員他們知不知道，最夯的叫做「高雄人」，這個集團很厲害，他全國每個地方都有設一個「什麼人」，就是有在地的光榮感，他總共的會員至少，他一個地方都搭配兩個網站，一個是「高雄人」，一個是高雄什麼網站，一個是只能發訊息不能留言的，各兩個，每一個都是 5、60 萬的粉絲團，全國每一個地方都有，「台南人」、「屏東人」等，可是是同一個機構，一群人在養，當然他們主要是做一些網路和電子商務。

其實我要告訴大家的是說，現在行銷的媒介在改變了，即使我自己是行銷的老師，我都隨時知道說我只要沒有上網隨時去 update 我的 information，我改天就變 LKK 跟學生沒辦法溝通，我是花在 facebook 很長時間的老師。其實不止 facebook 跟學生互動，另一個部分其實也接收很多的訊息，我覺得其實有些傳統媒介，當時有些功能已經不如以前了，因為以前我也是政府官員，不是官員啦，我以前在高雄縣勞工局，我們很多傳統的活動就是開個記者會，明天馬上有很多人會來參加你的活動，因為像以前的媒體，這幾年來變化很多，像其實開記者會，那個平面媒體報的東西如果電子媒體沒再去做報導，那則新聞就幾乎沒人看了，因為現在年輕人根本不看報紙的。所以其實我反而在乎的是上中央通訊社的資訊網，其實我可以去看看，我們這裡有觀光局的，你回去看一天高雄市政府上中央通訊社的新聞有幾條，搞不好比樹德科大還少，為什麼？為什麼我

們要上中央通訊社，因為中央通訊社是所有入口網站會去捉他的資料會再傳播，很多人譬如說我上了 yahoo 的新聞被中央通訊社捉到 yahoo，yhao 會再被導引到按 facebook，他又會在 facebook 再傳播，那個速度是像病毒式的行銷，我覺得這個部分在這一塊裡面做得太少。這次我們就感受到日月潭那幾個櫻花為什麼在櫻花開前，以前都是盛開了，記者報了，很多人才去，可是為什麼這一、兩年，尤其今年最特別的就是說，櫻花為什麼從含苞待放就有一個粉絲粉友就是 24 小時的跟監、跟拍，所以說造就了整個往埔里、霧社的路，塞十幾公里，是從來沒有過的，就是靠這個粉絲團幫它打造出來的績效。

我一直告訴人家，甚至我也開始發覺好多高雄市政府真的很用心，連那個駐點的都滿多的，我覺得駐點的那些學生站在那邊，他是一個植物，我覺得我們那些學生都像植物坐在那邊，因為有一次我剛好訪視學生在那個地方的一些商家，那個時候好像是實踐負責美麗島站的服務台，他就是坐在那邊，很盡責，沒打瞌睡也沒有看自己的書，就在那邊，我就去跟他聊一聊。其實我覺得這些學生為什麼要賦予他這樣子的任務，他應該當個小記者，去光之穹頂之下去訪問那些在拍照的遊客，然後市政府給他一個行動裝置，ipad 也好，直接照相然後直接傳上 facebook，你即時的，只要高雄市有 10 個點隨時有人在傳訊息上 facebook。每個景點都是動的，不用你政府的員工禮拜一到禮拜五工作，你每一個點每個時間都是動的，甚至你可以找一堆學生，給他實習機會，今天你就負責去逛新堀江，你今天就是找 50 個人照相、留言傳上去，整個影響出去的效益是上千上萬倍的，比你一年要花的經費還要來得恐怖，可是我覺得這一點我們高雄市是沒在做。

其實很多的傳播靠的是民眾，政府太有限了，因為就以觀光局的編制也是後期才編制的，你們做的其實有限，所以說我覺得應該多多去整合一些傳播行銷的工具，尤其是網路這一塊。其實最近有一個專有名詞，我也是最近才知道，不瞞大家說我們行銷系的老師有時候也是後知後覺不會很快的知道，叫做「LBS，Location-Based Service」，這種東西就是很特別，其實好幾個全世界大的品牌都在用了，譬如說今天可口可樂就跟中華電信合作，只要在新堀江那邊，只要接近新堀江 1 公里的人，你的手機是中華電信的，你就會收到簡訊，可口可樂就會告訴你說在這個一公里的範圍內有哪些可口可樂的點，你只要拿著這個條碼，QR Code 也好，你就可以買到半價的可口可樂。其實這個用的不止在可口可樂，其實中國大陸幾個商圈已經用這個在做促銷了，新堀江商圈協會只要跟中華電信合

作，跟他買廣告，只要進到新堀江一公里以內的民眾，他的手機只要是中華電信的，自動會告訴你，我們新堀江有哪幾家最近在促銷，你只要拿這個QR Code就可以去那一家店。

就是說會把那些遊客轉換成有效的提袋率，這個商圈其實也做過，甚至最近動腦雜誌已經調查過全中國有幾個商圈他其實帶動這種QR Code的使用狀況。講到這個我又想到，為什麼只要任何從高鐵從北到南的，只要到高鐵，為什麼不能在高鐵站設一個，只要跟中華電信合作，只要進高鐵站的人馬上就會收到一封簡訊，是陳菊市長對這些民眾的問候，「歡迎您到高雄市，這邊是我們的左營高鐵站，我們高雄市最近為你們這些遠自不同地方來的旅客，我們這個禮拜有哪些藝文活動」，其實你說這個講起來會很貴嗎？其實應該不會。所以我覺得反而應該把我們整合行銷的工具更落實在現在年輕人，可以做病毒行銷的一個領域，我覺得這樣的一個運用，不管是在費用上或是傳播的力量上會更好。

第二個我要講的議題就是說，其實剛剛從馬理事長也好，還是很多老師，其實都講到說，我們剛剛一直在講說好像國外觀光客比較值錢，好像國外觀光客比較可貴，其實我覺得，依我的學歷我覺得完全是錯誤的觀念，其實沒有一個地方是在地民眾不願意去而國外觀光客願意來的，這是一個非常根本的道理，所以我覺得反而應該是觀光局這邊應該整合跨部會的資源，應該先去落實在地旅遊。其實我都覺得說，教育局有在做的一些本土教材，有時候我都被小朋友要求說這個禮拜要去看過幾個名勝古蹟，我覺得這是一個最好的行銷，因為其實有時候在地人都不了解在地的狀況之下，我老實跟大家講，因為我這幾年是負責馬來西亞的招生，所以我對高雄市才有更深一層的認識，光佛陀紀念館整個寒假我就去了四、五次，去到我閉著眼睛都能逛，為什麼？因為其實我有需求我才會去，以前我對高雄的景點不會有那麼大的興趣，所以我變得會特別去注意這些景點。所以我會覺得說從教育教材，或許可以推動全市的國小學生，每一個月只要去我們高雄市的某一個地方定點，不管是打卡也好，或是每個地方都有一個地標，我去領一個符號標籤回去交給老師也好，我覺得先帶動我們本身市內的，然後再從市內的活動再推廣到整個外縣市，然後再推展到整個國際。如果說我真的就像六合夜市一樣，大家覺得說六合夜市是另一個國外觀光一個新的很熱門的景點，其實我反而對六合夜市有一個新隱憂，因為我覺得六合夜市這幾年來陸客觀光並沒有提昇六合夜市的層級，他的層級是在降，他的飲食品質，他的東西的亂哄抬，他的產品的品質，我覺得並沒有，我覺得對政府而言反而去管控品質基本上是更重要的，只

要你提供一個媒體發酵的還是民眾發酵的點讓他們去傳播，我覺得這個是市政府該去導引的。

這邊大概提一下就是說剛剛也有學者提到台南，其實台南最近也是因為我在高雄常常帶這些外國的學生，高雄已經玩到沒有什麼景點，所以就到台南，結果到台南就上癮了，台南我以前還沒有涉入那麼深，雖然以前我曾在台南讀過書，我還沒有這麼深入，所以我覺得整個台南的旅遊品質感覺是比高雄好很多。

主持人（李議員雅靜）：

感謝黃教授。我想您真的是沒有好好的去認識高雄的美，光一個鳳山就比台南好很多，只是說我們的觀光局、我們的市府團隊怎麼去行銷，包含我們的民意代表怎麼去協助推動，還有我們與會所有的學者，還有我們的旅行商業同業公會，我們所有的幹部，怎麼去推動，怎麼去讓他更有質感，更有深度，這是大家的責任。所以你說哪邊好，我一定會說我們高雄好，而且鳳山更好。鳳山發展得更早，不輸台南，鳳山發展 300 多年了。我說廟宇好了，去日本自助旅行的人都一定去跑廟宇，去看他的文化之美，廟宇的美所有的什麼，可是你去日本一趟再回來高雄一趟，光鳳山，就覺得原來寶都在我的家鄉鳳山，300 多年的廟 2、3 間；200 多年的廟好幾間，裡面通通都有故事性，你只要站在下面往上看天花板，每一個都有不同的表情，從來沒有看到他們重覆過，那你要怎麼去把他挖掘出來，讓他更有深度。我覺得這是大家的責任，我也在做這個區塊。

所以我今天也非常感謝就是我們的李樑堅李教授，其實我們是不約而同的，我做了一個大東的商業圈的公聽會，怎麼樣把文創，把所有的文化，或者觀光產品化的一個公聽會，再加上樑堅教授的這個部分，跨各區這樣整個把它融入進來，我覺得這樣會更完整。其實剛剛慶源教授有提到很多行銷的手法，我剛剛學了很多很好，我也看到我們的市府團隊一直在抄，我想這也真的是很不錯，不過希望不是只抄在紙上，真的是要把它運用到我們的行銷手法，讓整個高雄更不一樣，至少不用走到哪裡，不知道要去哪裡玩，就像剛剛教授有提到一個 LBS 類似的那種行銷手法，來到這裡手機馬上會收到簡訊，可以提供他哪邊可以玩，或者是打卡的方式。

我想再請教一下與會的，不管是市府團隊或者是教授，或者是現場與會的所有人士，還有沒有一些意見要提供的？還是我們觀光局這邊有沒有？

高雄市政府觀光局吳副局長明昌：

謝謝主席李議員，也謝謝我們貴賓的一些建言。事實上觀光的發展有很多面向要去考慮，包括我們的通路、我們的行銷還有我們的活動，這個都

要有很多的議題去推動。我們很感謝在場多位的教授以及我們的理事長都有很多的建議，事實上有一些我們也在做，有一些是傳統性的就每年都在做，像我們的燈會、宋江陣，當然這些有時候看久了，又會覺得看膩了，所以每年都要增加一些創意進去才會更加的吸引人。

在我們的旅遊市場來講，剛才我們與會的貴賓也談到，不管是國外或國內當然要重視，你國內旅遊的點自己國人都來了，外國人更不可能來。要比較更深更細的旅遊，我認為是要讓我們國內旅遊的觀光客自己來認識我們自己這些比較深入的景點，像我們李議員一直在關心的這個 300 多年歷史的鳳山古城，這個我們認為優先要考慮要怎麼把我們國人優先帶進來，讓我們國人騎自行車可以從我們的大東站一直騎，然後繞我們的一些古蹟行程，有現代的也有古代的，有一些歷史文化的，這個都要加進去，如果我們大東文化藝術中心有活動更好，如果能結合這個活動在那邊欣賞一個節目，那是最好。

事實上很多的夜間活動，我們這邊也都有努力的在做，有一些硬體的建設，譬如以愛河來講，我們去年也在愛河兩岸傳統的欄杆上面，我們就是加強了一些燈光，讓我們的一些遊客在遊河的時候，從愛河上面看兩岸夜間的景色，能更加的美麗，當然我們是從中正路做到愛河出海口，我們將來如果還有經費，我們會繼續再往上游來做，至少要做到建國路或是中都濕地公園。我希望將來的願景就是，事實上我們的船也可以開到愛河之心，就是這一條線也可以做，潮汐水位夠的話，我們晚上都會開，當然現在輪船公司夜間也有一個遊港的活動，就是餐船的活動，聽說那個反應也非常的不錯。

我們的壽山來講，壽山就是我們的動物園，壽山的忠烈祠前面我們也去找了一塊地，可能我們在七夕情人節前，我們盡量來努力去完成一個新的觀景台，讓我們不用跑到英國領事館，在壽山公園就可以看到高雄的夜景，至少可以看到我們旗津的一些景觀，還有我們往鹽埕區方向看到夢時代的夜景，因為這樣沒有辦法 360 度，至少也有一個 270 度的景觀這樣來看，我們是盡量來努力。

剛才我們的教授也有提到一些自動傳輸的簡訊，我們市政府內部也有在討論就是當觀光客一進到高雄，譬如說進機場，剛剛有提到高鐵站，來就有簡訊說「代表高雄市政府歡迎我們的貴賓蒞臨」，事實上這個去香港、澳門他們好像都會自動去傳，我們也有去接洽，上個月去問電信局，光一通簡訊費就要 2 點多元，如果觀光客一年 3、4 百萬人來，這個預算就要將近 1 千萬以上，所以這也是一個費用。當然我們會努力，至少這個也

是一個現代化歡迎的計畫，只要我們這邊的預算可以爭取到，我們來跟電信業者談談看能不能合作，把那個費用降低，那我們都很希望這樣來做。

我們李教授執行長也提到，事實上觀光月曆，這個農特產品，每個月的活動，我想這個我們可以跟市政府內部跨局處，我們自己可以來討論，因為事實上每個單位都有在辦活動，農業局辦農特產品，新聞局辦一些行銷像跨年晚會，還有像上禮拜五月天在美濃的活動，各局處都由各局處來辦，我們看要如何把我們各局處的這些整合出來，我想我們的觀光月曆會非常精彩，因為事實上每個局處每個月絕對不會冷門，絕對會有在辦活動，而且五都競爭這麼激烈，你說一個禮拜沒有活動就已經很不得了了，不要說一個月都沒有活動，真的，我們真的是各單位都有在辦理。

剛才有提到我們的旅遊服務中心，事實上我們的旅遊服務中心，我們在主要的景點，從高鐵站火車站，我們的貴賓，我們的主席應該都知道，我們都有設，但是因為我們大部分都是建教合作，像今年我們就跟我們執行長的學校，跟義大來合作，最主要就是讓我們的學生有一個學習的機會。不過就是比較不主動，我們的同學都坐在裡面，不會出來，像我們剛才黃教授也有建議說，應該出來做一些題目，讓遊客給我們建議或是一些意見的調查，讓我們的觀光行銷方面或市政建設方面有哪一些的建議，這樣加乘的效果就不純粹就只有在那邊放一些高雄市觀光景點的一些簡介，可能會對高雄市的一些建設會有一些建言，因為畢竟年輕的頭腦，我都自認為我們老年人的頭腦會輸給年輕人，他們的創意會比我們多，當然 100 個建言如果有 2、3 個我們可以採用，等於是多賺到了，我是真的就很希望我們的行銷科在這一方面可能再跟學校的老師這邊來談，看怎麼來讓我們的旅遊中心的同學走出去，也可以增加他們的一個經驗。

還有很多的就是，事實上我們高雄市在服務外來的觀光客，還是我們自由行就是國內旅客，我們自行車的租賃是一項很強的政策，是非常的優勢，我們看將來在我們一些網路行銷或是一些摺頁，還是我們的一些公車站要不要去增加一些觀光導覽的一些介紹，這個我們來加強，盡量讓遊客到高雄市來，不管在食衣住行育樂各方面，都可以很快的獲得各項的資訊。這個有一些我們還有努力的空間，我們都要承認。

還有包括我們的觀光政策，到底我們的目標、我們的倍增計畫，我們的一些計畫，我們要以什麼來跟人家競爭，我想這個我們內部都會用比較嚴謹的一個角度，嚴謹的一個思維來訂定，事實上都有在做，不過要有一個系統化，將來的願景和目標是什麼，是不是有達到，這樣才能來做一個追蹤，來做一個檢討，以上跟各位先做這樣的回應。

主持人（李議員雅靜）：

感謝我們的副局長。我想最後還有沒有人願意提供？經發局？沒有。拜託你們的那個，剛剛講的很多都是你們家的，商店圈、商業圈，拜託啦！

也感謝我們的高雄都會發展文教基金會李樑堅李執行長，給我們這麼好的內容，讓我們不管是市府團隊或學者都能提供很好的意見，讓他們的意見都可以整合，在這裡還是要拜託我們的市府團隊，我們的觀光不是說全仰賴你們，但是我們一起努力，我想如果需要我們學者或者是理事長或者是李執行長可以協助的部分，我相信他們會很樂意協助大家，也感謝大家今天的參與。謝謝你們，謝謝。