

# 高雄市議會舉辦『從崗山之眼設立，談如何提振高雄市觀光商機的 港市新策略』公聽會會議紀錄

日期：107年2月27日（星期二）上午10時

地點：本會1樓第一會議室

出席（列）席：

本會一議員黃柏霖

政府官員—高雄市政府觀光局科長孫春良

高雄市政府研究發展考核委員會視察吳素月

高雄市政府教育局專員鄭義勳

高雄市政府交通局技正洪嘉亨

高雄市政府經濟發展局專員黃雅詩

高雄市政府農業局簡任技正陳瑩蓮

學者—義守大學副校長李樑堅

國立高雄餐旅大學觀光研究所副教授吳英偉

國立高雄應用科技大學觀光系教授王明元

國立屏東大學教育研究所教授李銘義

正修科技大學休閒運動管理學系助理教授何秉燦

其他—鳳凰公關顧問有限公司董事長邵志傑

主持人：黃柏霖議員

記錄：李依璇

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、學者、各單位陳述意見：

黃議員柏霖

高雄市政府觀光局孫科長春良

高雄市政府研究發展考核委員會吳視察素月

高雄市政府教育局鄭專員義勳

高雄市政府交通局洪技正嘉亨

高雄市政府經濟發展局黃專員雅詩

高雄市政府農業局陳簡任技正瑩蓮

義守大學李副校長樑堅

國立高雄應用科技大學觀光系王教授明元

國立高雄餐旅大學觀光研究所吳副教授英偉

國立屏東大學教育研究所李教授銘義

正修科技大學休閒運動管理學系何助理教授秉燦

丙、主持人黃柏霖議員結語。

丁、散會：上午 11 時 31 分。

## 高雄市議會舉辦『從崗山之眼設立，談如何提振高雄市觀光商機的港市新策略』公聽會錄音紀錄整理

主持人（黃議員柏霖）：

首先，謝謝各位學者專家，還有我們市府同仁及民間團體，今天一早來到議會，先祝福大家新春愉快。我想每年過年都是一個新的開始，這個新的開始在我們議會就辦了這一場「從崗山之眼設立，談如何提振高雄市觀光商機的港市新策略」，大家知道我們手上的資料是2017年1到10月我們的遊客只有2,700萬，比照2016年，我們事實上是少了，當然這中間還有兩個月的人數沒有加進去，但是整體來講，起碼最少是沒有大量的增加，我們知道人潮就是錢潮，人越多當然就越有機會去創造商機，所以我們如何在量跟質上並進，然後吸引更多有消費能力的人來，當然我們就能創造更多在經濟上的循環，我想這是第一個從經濟面來談。

第二個，事實上從崗山之眼的設立，我們也看到市府有一些企圖心。我常講政府如果什麼都不做，那最簡單，但是要做，怎麼樣做得好？那麼我們需要更多的資源和更多的鼓勵，高雄市民怎麼更多來參與？我想這也是好事，有一個新的地標，我也覺得不只是設立而已，我們也常常看到一個東西設立，短期（3個月、半年）很多人，半年後能不能持續的維護、持續的發光發亮？這才是我們覺得最重要的。不然的話，我們知道一個東西的設立，起初成本很高，後來的管理維護也是成本，所以我們怎麼去創造那個價值就需要大家群策群力來努力，所以我們也邀請了5位學者專家來，我們市府各局處等一下報告完，我們再請學者專家給我們做意見，那麼我們一些市民朋友願意發表意見也可以寫單子給我，等一下我會邀請你們。

我們這個會主要就是希望大家提供一些好的意見，然後我們怎麼讓高雄的觀光策略能夠更好，我們也知道高雄這幾年整體事實上是衰退，譬如說我們如果以去年12月跟兩年前比，我們整體的營利銷售額，也就所謂的包括政府的投資、民間的投資、民間的消費事實上是衰退，但是這個不是我們樂見，但是也不能只是罵一罵，也無濟於事，只是要去做，怎麼有效的做，我想那才是我們要去努力的方向，所以我們就依序邀請相關局處來報告完，然後再請學者專家給我們做建議。我們首先請觀光局，謝謝。

## 高雄市政府觀光局孫科長春良：

今天主持人黃議員，還有各位專家學者、我們市府各位同仁，大家早安。大家好，我是觀光局行銷科科長，孫春良。今天來跟議員這邊做一些報告，也聽看看我們專家學者、教授給我們一些意見，我們回去會再做一些精進的怎麼樣宣傳。

剛剛議員有提到，就是說整個去年真的是因為陸客，我想各位大概知道，尤其這幾天的新聞都有報導，整個遊客包括觀光旅館的住房率都下降很多，甚至很多都要求售，這部分大概是在一個都市推觀光比較不樂意看到的，那麼我們市府也想盡很多辦法，包括到國外去做一個觀光的推展。

中央政府的新南向政策，我想各縣市政府都很努力的要把各縣市的這些觀光旅遊特色能夠去國外做一個推廣，不過新南向因為從去年開始有慢慢的增長趨勢，但是它的base比較小，雖然它的成長率很高，我們看到泰國、越南最近就是因為免簽的關係，越南還沒免簽，泰國有，成長率很高，可是因為它的人數本來base就比較小，所以說帳面上數據是不錯，可是實際的人數還是沒有辦法彌補陸客這麼大量的減少，我們究其原因大概是因為陸客的部分比較少。

國旅的部分，大抵上是減少，可是沒有像國外遊客這麼多，所以說我們當然努力的方向就是往東北亞（日、韓），還有港澳地區都是我們重點行銷的地區，那麼南向的這些國家事實上我們也非常的努力，我剛才跟主持人報告我們也做了很多旅版的這些簡介，甚至我們的網站都已經有做各種旅版的介紹，就希望可以營造一個友善的環境。

另外穆斯林的市場，我想主持人已經聽我講很多次了，公聽會大概也都有講。穆斯林的部分，我們也非常積極努力，因為穆斯林的人口也很多，東南亞包括馬來西亞、新加坡，甚至泰國南部，還有印度，這些國家都是穆斯林國家，穆斯林也是交通部觀光局要去推廣的重點，因為高雄說實在的在過去整個穆斯林環境並不是非常的友善，因為有經過阿拉認證的餐廳跟飯店很少，在去年以前大概只有3家，經過我們去年一整年跟中華民國回教協會來做一個合作去輔導，現在輔導中的都有十幾家，獲得認證的已經有到8家、9家。

我想營造友善的環境這一環會持續不斷地做，包括軟硬體的部分都一定會去做，然後行銷推廣的部分，我們也會把許多包括開放免簽的這些

國家，還有原先本來就是很固定的市場，包括日本、韓國，以往就一直在深耕的市場，包括港澳，幾乎我們每年都會到這些國家跟地區去做一個比較有創意的推介跟推廣會，不管是跟著台灣觀光協會去做台灣館的行銷宣傳，或是我們高雄市政府自己過去，或是聯合區域觀光。

跟議員報告一下，議員可能知道，南高屏澎在去年8月就由這4個縣市的首長帶隊，我們就到東京地區去辦了一場南台灣的推介會，縣市長們都卯足全力去行銷推廣我們整個區域觀光的概念，我們就是包了一個五天四夜的遊程去介紹給大東京地區，那一次包括靜態的推介還有展示。在東京地區，南部4縣市過去有大概一個多禮拜去做行銷推廣，也獲得當地媒體非常多的報導跟好評。我們也做了很多有關的摺頁或是網站的部分都是為了日本，甚至韓國，我們也做了行銷的一些手法；香港是每一年幾乎各個縣市都會去推廣的地方，香港的旅客大部分都是用自由行，所以我們就也弄了很多香港人喜歡的，比方說來這邊喝咖啡、吃冰，我們在夏天、冬天都會舉辦一些小活動來吸引這些港澳的遊客過來。

我想還是回到今天的主題，像崗山之眼，這個就是我們剛才說的，就是除了舉辦大型活動之外，比較有有趣的大概就是一個新景點的創造，那麼可能大家也會說又是一窩瘋，就是一一直在蓋sky walk這種東西，可是我們現在也跟各位報告一下，從2月4日我們有一個試營運一直到2月14日正式營運，這10天左右大概就創造了5萬個遊客到這個景點來，從2月14日正式營運一直到大年初五這樣的一個假期，就是從正式營運到這個假期大概湧入將近10萬個遊客。現在的假日呢？到這個禮拜天，我不知道，等一下可能請受委託的單位——鳳凰國際的負責人邵先生再補充報告一下，據我的瞭解是到了上個禮拜六、禮拜天這個人數並沒有從年假的人數掉下來，甚至還有上揚，所以過了那個尖峰期反而人數還滿多的，好像單日有將近1萬人，所以旅遊品質是一種挑戰，因為人數很多，那個地方腹地又不是很大的狀況之下，所以要靠接駁觀光計程車過去，也造成民眾很多的不方便，因此大概急需改善的是這一塊。不過因為崗山之眼的腹地就是這樣，只有1.8公頃而已，所以你說要能夠像一個很大的景點，它的胃納量可以同時容納非常多的人在這個景區大概也是一件不容易的事情，不過事情就是我們遇到問題一定是要積極去做一些改善，我們也期待今天包括主持人還有專家學者給觀光局一些建議，甚至其他的局處，像交通部分我們就是有麻煩到交通局來共同配合看看要怎麼樣去

改善這樣的一個交通旅遊品質。以上就先做這樣的報告，謝謝。

**主持人（黃議員柏霖）：**

謝謝觀光局，接著請研考會。

**高雄市政府研究發展考核委員會吳視察素月：**

主持人、各位專家學者及各位同仁，大家好。我是研考會視察，吳素月，今天代表研考會做個報告。我們認為崗山之眼園區、六龜、寶來溫泉是最近開發的一個新景點，它爭取中央大量的補助，我們市府的負擔是很少的，所以它是一個極具特色的景點。假如說依循現有觀光行銷方式的話，我們是認為它應該可以達到一個相當的宣傳效果，但是我們認為它的交通運輸串聯對該景點的觀光效應會有影響，所以我們建議是觀光局跟交通局是不是要研商一個接駁的有效性，提供便利、可及性才能吸引更多的觀光客前來，還有它能夠在其他的體驗行程做結合的話就更能增加觀光的亮點。以上是研考會的報告，謝謝。

**主持人（黃議員柏霖）：**

謝謝研考會，接著請教育局。

**高雄市政府教育局鄭專員義勳：**

主席，還有各位學者、市府同仁，大家早安。我是教育局國中教育科的專員，鄭義勳。在教育局的立場來講就是以教育點為出發，因為目前高雄市也遍布山海河港，其實在城鄉文化還有一些文化的部分都很適合教育局這邊為學生去推廣一些遊學的課程。大崗山地區除了阿公店水庫或者是後山的月世界、一些石頭廟等等這些地點，學校在做一些戶外教育的部分都有把它納進去裡面，當然以崗山之眼目前設立的部份的話，學校這邊是多一個戶外教育的景點是可以去的部分，但是除了這個之外其實我們有一個具體的建議，就是說假設他可以提出一個向環保署去提供申請環境教育認證的場域，其實是可以提高更多的人去參加，不管是學生或者是像我們現在公務人員的部分都會有一些環境教育認證的研習時數，這個部分如果有申請過這個場域的認證的話是可以提高一些我們去參與的意願。以上是教育局的說明，謝謝。

**主持人（黃議員柏霖）：**

謝謝教育局，接著請交通局。

**高雄市政府交通局洪技正嘉亨：**

主席、各位專家學者、各單位代表，大家好。交通局其實這邊因為交

通跟提升觀光是滿重要的一環，這個部分我們也持續在跟觀光局做一個配合，新興景點的一些交通設施包括公車、計程車還有停車場等等。為了提供更良好的一個觀光品質其實要針對新興景點周邊的道路特性來做一些相關的管制作為。像最近的崗山之眼因為進去的道路相對的狹小，所以這個部分我們做一些道路的管制，我們會搭配觀光局的一些接駁車輛跟我們的共乘計程車來做接駁的服務。因為它腹地狹小，這個車輛數就會相對的比較多，所以這個部分我們也要求我們的共乘計程車在假日的時候多加派一些班次，然後也要求觀光局的接駁車服務也要達到一定的品質。

另外，年初的寶來、六龜這個溫泉公園的部分也是一樣，因為路程比較遙遠，我們公車其實在假日的時候幾乎是班班客滿，又剛好我們市府也有推動公車免費的這個服務，所以實際上在假日公車基本上是供不應求的。這部分，我們也持續在做一個加班的服務，包括在假日的時間，不僅僅針對這個新景點的部分，包括我們這些原有、既有的景點，包括佛光山、佛陀紀念館的部分，然後旗津、駁二特區、西子灣等等，這個其實我們在連續假日之前都會召開相關的交通疏導計畫，不僅僅在接駁服務，包含各營運區的整合、配合，然後還有停車場相關的服務，以及我們後續的一些管制作為，還有和警察局之間的配合。這個部分我們都有持續在做，每一個連續假日之前我們一定都在召開這樣的會議，然後去觀察上一個連續假日或者是之前交通狀況的情形去做一個搭配來因應，後續這些我們統統都會持續地在關注他的交通狀況做後續的處理，以上做一個報告。

**主持人（黃議員柏霖）：**

謝謝交通局，我們接著經發局黃專員。

**高雄市政府經濟發展局黃專員雅詩：**

議員，還有各位老師、各位市府同仁，大家早。我是經發局，敝姓黃。這個有關於協助觀光的部分，我們局裡面其實因為現在正在推動會展業務，我們已經有設立了一個會展辦公室，除了在介紹各個高雄的場館之外，其實我們也很積極地跟主辦單位這邊來推薦各個觀光景點，然後積極地爭取來開會議或展覽的時候順道旅遊，或者是說來獎勵旅遊的部分。

崗山之眼的部分，因為最近是滿夯的景點，我們的同仁這邊前幾天也都有先去場勘過了這個點。未來的話，我們也是會像比較知名的景點，

像佛陀紀念館，還有崗山之眼這些都是未來我們積極在推的景點跟主辦單位來介紹的部分。

另外，我們也有一個購物節的部分就是一個「高雄雄好康」的APP，其實在這個行銷的部分我們都會納入一些高雄的景點來做一個行銷，也希望可以來帶動一些人潮的觀光跟店家的消費。

商圈整個行銷的部分，我們局內也有編列一些補助款，只要有商圈來申請我們的補助，我們也希望藉由活動來帶動他們附近整個景點的消費及人潮這樣來提振觀光，以上報告。

**主持人（黃議員柏霖）：**

謝謝經發局，接著請農業局陳簡任技正。

**高雄市政府農業局陳簡任技正瑩蓮：**

議員好。各位老師，大家早安。我是農業局簡任技正陳瑩蓮，在這邊很高興能夠有機會跟大家在農業的部分怎麼來跟崗山之眼這邊做結合。高雄一日農夫從102年推出，年年都受到大家的喜愛，這幾年我們也都到海外去做宣傳，所以其實也有很多海外的遊客，包括日本、東南亞，甚至有歐洲的一些交換學生都來參與我們一日農夫的活動。

在大崗山地區，我們有很多農村社區，鄰近最近就是崇德社區，他們也辦理非常多一日農夫的活動，有這樣一個「崗山之眼」的新景點，因為我們一日農夫不僅僅只是農村體驗，還是會有一些賞景，也會有健行，然後DIY，最主要也是把遊客帶進農村去瞭解農業跟農產品生產的過程，當然也直接給我們農村一些經濟的效益，能夠有這樣的一個點，我們也很高興，當然我們會結合我們社區的這些一日農夫的遊程，也希望能夠帶來自全國各地跟海內外的遊客認識高雄，因為從這個地方鳥瞰整個大小崗山可以看到很多的地形跟阿公店水庫，也有一些歷史的部分，所以我想這個部分當然未來在這一年會有很多的活動，我們一年自己辦的大概會超過50場，另外還有社區自行接案，包括海外接案的部分，我們也會把這個點推薦給我們的社區，希望他們在遊程裡面可以把它納進來，也希望能夠透由我們一些自行的活動，包括農業局這邊的鳳荔或大崗山，因為大崗山龍眼蜂蜜文化節基本上就是屬於這個區域的一個節慶活動，也會儘量把這個點能夠納進去，當然也是會考量到現場的容載量，希望能夠在容載量容許的時候，因為我們很多的社區也是用中巴，像農區的道路其實也很小，基本上也不適合遊覽車來進出，所以我們很多一

日農夫的遊程本身就是中巴，實際上來行駛進入崗山之眼這個點的道路是o.k.的，所以我想這部分我們會來再跟觀光局這邊來做一些協調，如果說我們有遊程的話，是不是讓我們的遊客也可以進入？以上。

**主持人（黃議員柏霖）：**

謝謝。我們市府相關局處報告完了以後，我們接著請我們學者專家，然後等一下有要發言的民眾、貴賓可以寫單子給我，我會來邀請，那麼我們就依照我們邀請的，首先請義守大學李副校長。

**義守大學李副校長樑堅：**

主席，還有我們市府同仁，以及各位學者專家、各位參與的媒體記者跟各位朋友，大家早。當初我在寫這個的時候其實想的只是崗山之眼是一個起點而已，但是好像大家都只著重在崗山之眼怎麼去做整合配套，其實高雄市最重要是整個觀光產業的提升，最近又公布一個數據，就是說去年旅館業整體的住房率61.71%，相關的旅館有的人還要待售，當然也有新旅館的加入，所以台灣在面對這種全球化競爭的過程之中，我們的產業競爭力怎麼去做提升？高雄具有很多元的體制，因為大高雄市的面積是全台灣的十二分之一，全台灣是3萬6,000平方公里，接近3,000平方公里，山海河港很多多元文化的觀光景點，怎麼融入？怎麼塑造？怎麼吸引國內跟國際的旅客願意前來？其實我們更希望看到。

崗山之眼只是一個新的觀光景點跟亮點，但是在這個新的觀光景點跟亮點裡面，我們怎麼把高雄市的觀光形象能夠帶出去？事實上很多人對高雄應該不陌生，可是高雄市在初次旅遊到二次旅遊跟再度旅遊，這種所謂的吸引遊客願意繼續再前來的誘因機制上，事實上我們是要有一些新的亮點，崗山之眼當然設計得有它的特色、有它的view，那一天我看到觀光局長就帶所有的媒體記者去做一個整體的觀光導覽，那個視野當然如果不要有空污就更好，如果沒有空污的話，那就看得更遠，看到海、看到很多的景緻就非常的壯觀浩大，所以其實觀光也是要多元的配合，因為我們看到屏東的琉璃吊橋開始出來的時候，每天真的是車水馬龍。事實上現在的遊客在剛剛的報告裡面我們也知道一開始是春節的人潮，再來就有一些退休族群開始去了，因為我們現在的情形跟以前的情形不太一樣，說真的，我們早期台灣的人平均餘命並不是很高，但是現在已經男生達到79歲、女生達到82歲，而且現在休閒觀念跟以前也不同，所以這一批的退休族群就開始進入到新的觀光旅遊景點，因為他要避開春

節那種比較擁塞的部分，所以他就在春節過後應該沒人會去的時候去，結果大家都趕在這個時間，人潮又湧入，但是這個熱度能夠支撐多久？這才是一個關鍵，也就是說高雄市提一個新的觀光景點，那麼怎麼去帶動周遭的觀光效益？那個叫做外溢效果，就是由這個點裡面順便把岡山、田寮、阿蓮，因為它是鄰近這些鄉鎮，甚至到沿海的梓官，那個都是在鄰近的這種鄉鎮可以去整合的部分，所以其實觀光局只是設了一個景點，但是這個點希望能夠帶動其他的效益能出來。

我們知道到大小崗山那邊很多都是佛教的聖地，在那邊健行旅遊，健行的人就是爬山的人也滿多的。除了你到崗山之眼之外，怎麼去體驗？怎麼去重新檢視、去瞭解這個區域有沒有什麼一些新的、更好的一種體驗的這種設施？包括你的小吃、農特產的部分，所以我們剛請了農業局過來，那麼你怎麼經由崗山之眼這種的人潮，因為人潮就有消費的動能，像我們那個觀音山底下的大覺寺禮拜六、禮拜天每天都是1萬多人去那裡爬山，所以農特產的消費也是非常的多元，所以我覺得說崗山之眼是要做一些聯合行銷的，你不能夠只是看單點的部分，剛剛教育局提到他本來就要做環境教育，對不對？環境教育認證完了以後國中小、高中去那邊做一個體驗，規劃一種新的學習，因為現在的教育體制跟以前不太一樣，以前可能單純的老師就坐在這個教室裡面來授課，現在學生是要主動的去瞭解外面，老師可能要規劃設計一些outdoor的課程讓學生有更不一樣的學習新感受。

我們怎麼增加休閒、文化的體驗？串聯我剛講的那鄰近幾個鄉鎮怎麼做一個叫整合套裝的行銷？所以你的旅遊觀光導覽地圖不應該只有崗山之眼，是鄰近的那些設施怎麼去做？甚至可以標識幾分鐘就可以到、幾分鐘就可以到，它的旅遊特色是什麼，這個部分是要整合起來，變成崗山之眼就是我們講的一個火車頭，對不對？這個火車頭帶來以後有人潮進來，但是其他區域的聯合觀光行銷，你必須要去推動前行，甚至我們岡山、田寮、阿蓮、梓官的特色伴手禮其實也可以讓這些遊客來體驗一下岡山鄰近的這些鄉鎮有什麼不一樣，剛才有提到過，就是有一些小農，還有一些農舍做一些這種民宿或是一種大陸叫「農家樂」，台灣呢？事實上就是農村的社區總體營造，把一些比較具有農村特色的東西也能夠展現出來，所以它不應該形成是一個30分鐘或是1個鐘頭的旅遊，而是延伸出來是有沒有機會變成是一個半日遊、一日遊的遊程，這樣我們高雄

市的觀光價值和產業活力才能夠去做提升，所以我就說有一些小農的市集。

交通的部分責無旁貸，一開始因為他沒辦法直接到點，公車只在下面，再走個5分鐘才可以上去。這樣的交通疏導，尤其是交通安全的防範，我們看網路上很多人禁止進入的區域一樣照常走進去，我們就很擔心真的有人掉下去，怎麼辦？你看最近台鐵，台鐵裡面現在掉落月台的人在這個過年就掉了好幾個，這是不可思議的事情，可是奇怪了，他就是發生了，變成是要用人工的這種柵欄來做阻隔減少這種情況，同樣地那個區域的安全防範跟一些要求，因為我們看到的是說好像警察在那邊或是那個在那邊視若無睹照常進去，如果發生事情，誰來承擔？所以這部分的交通安全和旅遊安全的防範也是有需要。

當然觀光真的就是吃喝玩樂，其實要帶的是3個東西，一個叫「體驗」，第二個叫「記憶」，第三個叫「回憶」，對不對？有記憶，但是還要有回憶，我曾經去玩過什麼，那個回憶裡面是要做什麼事情？就是要你去影響他人願意到這個點繼續再來觀光，所以我們在高雄市本身的網站裡面其實除了既有重要景點的網站，其實你們應該增加高雄市這一年來增加什麼樣的新旅遊景點。我們去新加坡的時候，你看馬尼拉Bay，就是海灣城那個賭城泳池無邊界，他說一年就加一個新的景點，讓曾經來過這邊旅遊的人願意再來，為什麼？因為有新的設施再增加進來，所以高雄市的觀光旅遊網站裡面一個是既有的、主軸的、要推銷的新景點，另外就是新的旅遊景點，這個部分也要去做加強行銷。為什麼？要增加更多有來過的人覺得好像有新東西可以來做一個瞭解，所以我覺得這個是增加記憶跟回憶的部分，其實可能有人有做過遊客的調查，調查遊客來崗山之眼看到的感覺是什麼？他最大的體驗價值是什麼？當然他會想的是說我來這邊希望再增加什麼樣的function，然後我可以讓崗山之眼的價值能夠更加的體會，我講白一點，那邊可不可以做一個天文台？就是一個氣象這種天文的，如果說沒有光害的話，因為晚上我沒有去，晚上我不敢去，不知道會不會有光害？如果沒有光害，那個就是觀星很好的地點，其實要問當地人比較知道，就是在那個區位裡面能夠再創造其他延伸出來什麼新價值的呈現。

我們更希望看到的，其實高雄市更要有什麼東西？就是四季旅遊的一個賣點。我們要分春夏秋冬，對不對？春夏秋冬裡面到底高雄市要賣什

麼？旅遊就是在賣，賣什麼？賣價值、賣亮點。四季旅遊要行銷的部分，我以前有提過說應該要做一個叫「觀光月曆」，每月高雄應該主推的東西是什麼？配套的廟會活動有沒有什麼樣的花、有沒有什麼樣的伴手禮、有沒有什麼樣的特色小吃，就可以涵蓋到觀光月曆裡面去，讓食衣住行育樂全部可以呈現出來。那麼旅行社就可以知道1月份遊客來的時候，高雄市主力要銷售的東西是什麼？如果我們的市民自己本身都琅琅上口，那麼也會影響到外縣市的民眾，他們也會知道每個月各個的主力是什麼，甚至讓它是從四季的旅遊到每月都有各樣觀光月曆的塑造，就是把高雄的亮點和特色創造出來。我知道現在高雄市除了這個之外，還有一個是漁人碼頭，漁人碼頭也砸了一些錢在七賢二路底，因為那邊現在有兩個新的東西注入，應該不是新的，一個是駁二、另外一個是輕軌。駁二加輕軌裡面再加上漁人碼頭的整體規劃，它就是一個觀光的新廊帶；另外在舊有的鐵路上蓋了一間餐廳，這個部分塑造出來就有不一樣新的體驗。

其實就高雄市來講，一個新的觀光景點的亮點，要怎麼去行銷就很重要；不然，大家想的就永遠是壽山、蓮池潭和西子灣，但是高雄市還有新的亮點，不能講秘境，它是新的亮點，這個部分的推動和塑造其實也是滿重要的。當然只要有景點，交通的配套就很重要，那麼交通怎麼去塑造？現在只有觀光計程車，還有它逐步的停車設施。公車部分可不可以有即時叫，做局部短暫的，也許就是一個關鍵，因為現在高雄市拿了兩億元做空污補助，並用這個補助來讓民眾免費搭乘大眾運輸，所以就那個部分來講，也可以做為交通的配套。短期的更請這些客運公司成為短期加班式的交通系統，像這樣去做整合配套，我覺得也是可以去推動和執行的。

再來就是解說和導覽，事實上我們很多的觀光旅遊只能叫做走馬看花，所以深度旅遊，解說導覽就很重要。崗山之眼是一個小提琴的造型，它有特殊的意象呈現；你既然有一個音樂的造型在那邊，那麼以後有沒有機會辦一個叫做「崗山之眼音樂會」的活動，就是一個orchestra，一個音樂社團在那邊舉辦，讓我們岡山地區有一個年度音樂會。你只要想辦法，從你的觀點再加上其他的設施，就可以帶來不一樣的新感受，因為那是一座音樂造型的橋，所以如果你在那邊辦一個音樂會，不是很有亮點嗎？我只是提簡單的例子，當然要兼顧到安全，還要看怎麼去做往外

擴展的部分，1.8公頃有沒有機會？如果它真的是一個很不錯，也具有持續力的影響，那麼可不可以跟其他的鄰近區域再做一個整合，來擴大它的範疇？我大概簡單就提這幾個部分。

我再強調崗山之眼只是一個起點，它是一個整合觀光行銷的過程，千萬不要只看到那一點點，不然半年以後怎麼辦？半年以後就沒有人要去看，因為就只有這樣而已。但是它所要吸引的旅客，我再強調，不應該就只有國內的旅客，它還要有國際的旅客，對不對？你說日本人、港澳地區的人，港澳地區的人大部分都到台北，它不來高雄，其實高雄也有很多不錯的觀光價值的呈現，只是你要怎麼讓人知道？所以我說，你要打破以前的分際，高雄不應該只有壽山、西子灣、澄清湖和蓮池潭，是不是還有一些新的？就是高雄新十大亮點。你就把高雄新十大亮點講出來，那麼可能就有新的遊客願意重返，繼續來這邊做一個觀光旅遊和體驗，我覺得這也是一個思維想法。所以我滿期望觀光局提出，高雄最近這幾年來的新十大觀光亮點是什麼？如果這個能夠塑造出來，就是吸引遊客願意再度旅遊的一個很重要的行銷手法，謝謝。

**主持人(黃議員柏霖):**

剛剛副校長提到那個，我上星期看到一家公司做的月曆，它就是把整個活動做整合。我覺得剛剛談到的年度月曆很好，就是把高雄的春夏秋冬四季裡面的特別景點混在一起，讓看到的人一目了然，然後形成一個刺激。當人有時候不知道要到哪邊去玩的時候，如果看到月曆上的介紹，覺得不錯或許會去試試。而且現在的人很喜歡深度旅遊，就是不只是看看而已，它應該有體驗甚至可以買東西，有得吃又有得帶回去，我想那樣整體的效益會更高。另外一點就是持續，很多東西就像開餐廳一樣，前半年生意好不代表生意就一直很好，搞不好半年後就沒有人了，所以後面要可持續，就需要有一個整體的配套。謝謝副校長，接著請高應大王教授。

**國立高雄應用科技大學觀光系王教授明元:**

主持人黃議員、各位貴賓，在談到這個主題之前，剛才幾位專家學者也提到，過去一年確實在高雄市或台灣整個地區來講，它的觀光數據並不理想，在這當中我要提出我比較關心的，第一個就是在經濟方面的一個課題，政府最近一直在提公教年金改革的問題，我想在經濟蕭條的時候，最主要的一個消費來源，大概就是中間這一層的主力，結果這些人

面對的是什麼?面對未來他的所得，可以想像會被腰斬一半，所以很多的消費力就會下降。第一個就是這樣的經濟問題，它一直困擾目前台灣這樣的一個的生活，所以變成這些中間階層的消費主力減少了消費，這是第一個。比較富有的，他的消費可能是在國外，他有能力就到國外；反而對台灣的觀光發展影響比較大的是這些中間階層，尤其在國民旅遊這個區塊，結果大家的消費減少了，這是第一個。第二個就是這樣一個氛圍，在前一段時間，我一直認為觀光不分是哪個地方來的人，都是我們的客、都是我們非常好的貴賓。我記得在前一段時間有一些地方，只要是外國人或者某些地區來的外國人，在收費上會有不同的差異，就觀光來講這是一種歧視，我沒有騙你，就一個觀光領域來將心比心，如果是我們就不會去。所以以前有這樣的一個氛圍，會不會影響到現在這樣的一個結果?當然還有很多包括政治這樣的一個結果，剛才提到陸客來台，大概就是在團客方面跟政治有相當大的關係。所以再談到消費，像這樣的一個觀光消費，我想目前大概困擾台灣人的，就是改革這件事情。

第二點要談的就是友善的環境，除了剛才所提到的之外，我想我們還有很多地方要加強的。我舉個例子，我接受議員的邀請到崗山之眼，我昨天去發現很多人在那邊等，我問他們等多久，他們說等半個小時了，車子不是15分鐘到20分鐘來一班嗎?為什麼大家在那邊苦等，後來我撥了電話到高雄客運，他們說今天是休園日期，所以大家在那邊都是白等的，我特別再注意一下。第二點，單程費用是25元、半票是13元不找零。我講這個就是關係到友善環境，我們這邊隨時要準備25元，但是我沒有騙你，我在日本搭公車或者搭地鐵、捷運，在公車或汽車上面可以兌換零錢。我一直在想這只是一個小問題，我沒有零錢只有100元鈔票，你為什麼不能找我錢?才25元，我沒有25元的零錢，你偏偏要我丟100元進去。這是一種友善環境的概念，我一直在想這麼簡單的事，為什麼我們一直不願做，只要在車上裝置一個零錢兌換機。當然友善的環境不是只有這樣而已，像剛才講的休園，我們為什麼要休園?我搞不懂，休園是為了機器或者為了什麼維護保養的需要，所以今天休園。如果是人力調度的話，其實機械設施或一些設施是24小時一年365天在營運的，而人力服務是可以調度的。第一點，你們會說，我都有公告了你怎麼不知道?雖然一般是會知道，但還是很多人不知道。第二點，就設施的充分利用來講，你休園一定是為了維護或是為了什麼，可是我不曉得崗山之眼上面是不是

有做維護，應該是沒有。我的意思如果是擴大服務，就好像飯店，它恨不得一年365天都在營業，它不會說哪一天我不接受、我不營業的。這一點，我是從友善環境和服務立場，先提出這樣的一個見解。

再來我要針對主題來談，高雄跟台北就是有地理環境和資源的差異。就吸引國際觀光客方面來講，我們就落在北京的後面，你再做什麼建設都沒有辦法，就像故宮南院搬到嘉義還是沒有人會去看，為什麼？很簡單，因為我要看真的、為什麼要看假的？或者我要看真品、為什麼要看贗品？很簡單，我的看法是這樣，所以那個設施沒有必要。就好像在日本或其他地區，某種紀念品就只有這個地方才有，你離開這個地方，別的地方就沒有了，所以我不曉得當時為什麼要蓋故宮南院？這個當然有它的背景，但是我的意思是說，這種資源的分配，我們高雄確實比起台北來講較為不足，所以自由行的機會都到台北去，這沒有辦法，可是比起其他地區，我們高雄還有其他的優勢。比如說環島遊一定會經過高雄，所以其他地區也不一定會比高雄來得好，但是我們如果跟台北比，確實是沒辦法比較的，這是就國際觀光客這個區塊來看。我們要怎麼去取代？除非像我剛才所提到的，我們的落地就是機場，也就是鼓勵旅客從高雄入境，但是你有沒有辦法讓他們在高雄住一個晚上？這一點旅行業者應該都知道，重要的是卡在我的客人在哪裡？可以讓我有最大的利潤，也就是除了安排客人的行程之外，其實最重要的是從這個行程當中，我會希望客人能夠增加消費，這個消費絕對不是我們剛才講的這些低單價的農產品，它們不是；高單價的產品，我舉個例子像茶葉、寶石、玉石、珍珠等等，這些都是高單價的產品。其實全省每一個地方大概都已經有一個固定的場所，就是哪個地方要買什麼都已經預定好了，所以輪到來高雄，大概就是珠寶了。高雄哪個地方要有寶石，商人就會創造出來，他們會安排旅客來到高雄這個地方就是要買珠寶。團體旅遊在高雄的角色，就是過境然後安排一個景點，因為旅客還要到台東去，所以有這樣一個先天的限制條件。但是觀光發展不是只有國際觀光，我們還有國民旅遊，所以回過頭來談國民旅遊。剛才提到國民旅遊是一整年，所以我們非常肯定，高雄市觀光局能夠增加這樣一個觀光資源的開發，而且從供給面來增加。當然從崗山之眼或天空步道、廊道這一類可以想像，如果純粹靠這樣一個二、三十公尺或者五、六十公尺的地方來吸引顧客，它大概只有一次，更何況我們這邊是有收費的，所以可以預見大概一段時間之

後客人就會減少；因此要怎樣去增加客源或者維持現況，真的是要有一些配套。

國民旅遊，據我觀察，剛好前幾天我到寶來，針對泛舟這個問題，他們一共舉辦了兩次，第一年有賺錢、第二年說沒有賺錢，為什麼沒有賺錢？因為沒有行銷。負責的單位就是廠商，他們以為去年做得很好，所以應該大家都知道了；但是泛舟有一定的課程，所以不斷的行銷和透過管道銷售都是必要的，就像你自己是對外行銷、或組成一個團隊、或透過那些經銷商來幫忙銷售，這完全是不一樣的。但是他們認為第一年的業績很不錯，所以第二年也應該是ok，結果出乎意料之外，大概只是達到打平這樣的一個結果而已，所以這裡面就提到行銷的重要。其實行銷就今天來講，我認為媒體非常重要，除了個別的，針對個人自由行這樣的一個行銷之外，這種團體還是非常的重要。想想我們今天出去旅行，除了小孩子帶著爸爸媽媽外，這樣出去的，其實很多還是由遊覽車來組團的，所以透過這些團體來組團，可行性還是要考慮的，因此行銷的部分可能就要善用現在這個媒體。尤其目前還有不少網紅或什麼的，有人就是很迷信，喜歡看這一類，只要某一個他所崇拜的人去過哪裡，他就一定要跟著去，確實有這樣的事。我們這些人大概都不會，因為我們很有主見，但是很多人還是很崇拜偶像，這是不可否認的。所以除了要善用這一點之外，我認為傳統，就是我剛才講的團體這個區塊，還是要善加利用。

再來我要談資源的部分，在未來可能可以加強的，其實剛才農業局的地方講得非常好，教育局大概也都有提到。我認為今天跟國外，我講的是跟國外的交流，比如說姊妹校、姊妹市這一個區塊，我不曉得以高應大來講，現在是高科大，我們有從日本來的，他們接洽希望來展覽，我想這個以後可以找農業局或經發局來展示他們的商品。只要他來，他至少要住宿就會有消費，所以同樣的它會帶來客人。我想像這種姊妹市之間的互往，或者我們叫做參訪團的方式，學校可以多鼓勵。如果我們可以鼓勵，我們的學校跟其國外所締結的姊妹校做相互之間的參訪，那麼對觀光來講，多少是有幫助的。也就是說不一定只靠旅遊團，還有很多這種團體是可以考慮的，這在行銷或者做法方面，可以多加參考。

最後高雄市的資源，我認為在山的這一邊原住民的文化、或者溫泉資源這個部分，可以多加強。不過，我們觀光局在寶來這個地方，據我所

聽到的，我提供做參考。有些退休的阿公阿婆坐了免費或折半價的公車到了寶來後，他們問免費泡湯泡腳的地方在哪裡？沒有，那邊是不是要錢？要錢的，他不會去泡。所以最重要的是要了解消費者的需要，雖然這只是幾十元而已，但是他就是拿不出來，所以他有來卻沒有消費，也就是有這個觀光客的量，但是消費就是沒有出來，這是我聽當地業者說的。來這個地方一定要收費嗎？要消費泡腳有這樣的一群嗎？結伴到這邊旅遊泡泡腳的，為什麼要跟他們收費？這樣他連來都不想來了。他那麼辛苦從高雄市坐車子到這邊，卻得知要免費泡腳的就必須到那個叫做新發的地方，也就是美崙山那個地方。所以類似這種情況，就如同我講的，可能就是了解消費者的需要，以上這些看法提供大家做參考，謝謝。

**主持人(黃議員柏霖):**

謝謝，教授，請問一下，他們坐公車到那裡不泡湯，那麼他們要做什麼？再坐車回來？不消費？好，謝謝。接著請吳英偉教授。

**國立高雄餐旅大學觀光研究所吳副教授英偉:**

主席黃議員、還有與會各位先進、各位專家學者，我想前面教授已經提到很多專業的意見，我這邊稍微再做一些補充，為整個大高雄的觀光提出三個觀點。一個叫做加料、一個叫做加碼、一個叫做增值。剛剛前面校長也提到很多加料的東西，怎麼在整個情趣旅遊的觀念或區域旅遊的觀念上，去為這個地標：崗山之眼，加上它的附加價值等等這些東西。看你們所提供的資料，其實已經彙整不少，像航空教育館、滷味博物館、觀光館這一類的東西，怎麼樣讓業者們都願意為這個新的地標致力，然後在周邊附帶或增加一些加料，不管在原來的遊程上添加或附帶相關的一些優惠等等，都可以放在整個遊程裡面，這是第一個。另外是加碼，就是在我們手上，觀光局有多少籌碼？像前面王教授也提到溫泉，所以我覺得我們手上的籌碼是茂管處，過去在溫泉觀光的時候，它們在這邊也著力很深，所以現在要做的是，怎麼讓茂管處可以為寶來溫泉這一塊，重新再加入更多的資源。我們也確實查過一些案子，簡處長的重點好像放在屏東比較多，希望我們這邊也能再多爭取，像屏北三鄉還有原住民南島婚禮，這兩個行銷是他們比較重視的。有啦，我們茂林有賞蝶季，這是第一個資源，是手上籌碼的第一個。然後是我們剛剛講到的高雄客運，雄客、高鐵或台灣好行、台灣觀巴，對於這些我們手上可以接觸到的交通旅遊業者，我們怎麼把它們整合在一起，讓這個遊程有更多像高

教授所講的，有友善的環境、友善的空間、友善的旅遊等等，這個就是加值。我們看到周邊很多旅遊的相關業者，他們有住宿的、也有土雞城、月世界等等，但是沒有一個誘因，讓我除了來崗山之眼外，願意再去其他地方，這方面是否有相關配套套票的誘因，大家各自能不能出一個聯盟的概念？我知道東高雄在甲仙等處，他們有提出一個東高雄的旅遊聯盟這樣的做法，也共同在做行銷。是不是北高雄也可以透過這樣的方式，把所做的旅遊活動讓消費者感受到，我到北高雄不只是單純走馬看花就走了，還有更多的深度旅遊，像觀光工廠、眷村美食、鄉村旅遊蚵仔寮等等，我想這都是整體上可以操作的內容。我在這邊要幫觀光工廠再稍微呼籲一下，我在協助經濟部觀光工廠的輔導和評鑑這一塊，它只是到桃園市、台南市、現在還有新北，可是很可惜，我們就是沒有看到高雄。高雄願意為觀光工廠業者提出向中央爭取三年一千多萬的計畫，來協助觀光工廠的輔導和評鑑。說實在，這個我們必須提一下，因為全國的觀光工廠聯合會辦公室就設在高雄的餐旅大學裡面，我們校長也成為他們的榮譽顧問。我們碰過經發局相關的承辦單位，我們也希望去跟經濟部爭取錢，其實經濟部有這些錢，各縣市也都在利用，台中也做過、新北和桃園都有。問題是高雄經發局，我們一直很懇切希望能拿出這樣的一個資源出來，中央有錢，但是你怎麼去提案？我知道台南是由工研院去提出來的，所以我們是否可以再透過產官學界，看要用什麼方式也向中央拿到這些資源，來讓觀光工廠發揮更大的效果。

在溫泉部分，剛剛前面的教授也提到不少，我們知道現在觀光局所做的是溫泉公園。我舉一個例就是台南的關子嶺，這是大家耳熟能詳的地方，台南管理局我想大家都很熟，因為經常在互動，他們一直在打造關子嶺，希望把它變成是一個溫泉的療養地，它們是做溫泉品牌，那麼我們本身在寶來這個區塊有沒有自己的品牌？因為溫泉對我們而言不是唯一，我們的泉質等等跟其他縣市比，並沒有什麼特色的地方，而且我們要在寶來，打造自己溫泉療養的一個空間場域和品牌，周邊的業者可不可以支持？它的適法性、它的認證和人才素質等等，這些之前我們跟曾局長也都有聊過。所以我想，這是後續在今年年底重新做一個溫泉季的時候，在前置作業上所必須要去做的配套，以上，謝謝。

**主持人(黃議員柏霖):**

請銘義教授。

## 國立屏東大學教育研究所李教授銘義：

謝謝主席，也謝謝這一次的邀請，因為這個其實是很好的提案，提振高雄市觀光商機的港市新策略，所以它只是以崗山之眼設立為範例去導發出來，我們看它的關鍵提到很多，比如高雄山海河港多元的觀光資源，它有沒有特色節慶和觀光亮點？可不可以把它做有效行銷？然後把觀光關聯產業提振起來，透過民間資源和觀光社群的傳播，然後導引出高雄市觀光機能的新氣象。這個邏輯性其實很完整，它的內容也提到盤點，之後再做一些行銷，然後再做一個具體的做法，然後有沒有套裝推觀光的旅遊行程。

我以這樣的資料往下延伸，我們有一個理論上的說法叫SPOR，我們做整理就是一個策略S，S在三角形的最頂端，中間的P，很多前輩都知道6P、4P或7P，我等一下會往下講SP。然後三角形的左邊是個O，O就是組織，組織的部分很多前輩都提到了，後面的右方是R，所以應該是一個三角形SPOR的概念，它是一個很穩定的概念。策略是什麼呢？，策略就是今天提到的推動觀光產業的策略，吸引更多的團客或散客進來，不管東北亞、東南亞或陸客進來。在描述這個理論之前，我先把結論向各位報告，倒過來先講，我認為目前可以做的，交通局的部分是交通串聯，因為看起來去那邊並不便利，因為要經過接駁公車，所以那個交通串聯，我認為便利性是這個產品很重要的象徵，問題是沒人去啊！觀光局要開多少班呢？多少接駁呢？共乘計程車它只是一個可能性，我覺得比較多的是中型巴士，或者團客部分會進來。

這個就會牽涉到第二個部分，觀光局的停車場規劃，我們看到這個圖做得滿詳細的，觀光局提到寶來發展溫泉公園和崗山之眼，其實都做了基本功夫，這是有關交通的部分，可能要往下做的。然後觀光局可能要做幾個，這個可能已經在做，但是成效沒有出來，包括套裝行程的行銷，把寶來、崗山之眼和高雄市區景點能串聯起來，做一日遊、二日遊的行程，因為這個新景點加入，這是一個行銷的套裝。

第二個我覺得很重要，天空步道的安全維護很重要，當人民對安全有疑慮的時候，即使會去他也會有這樣的擔心。第三個，它有做一個廁所和特色市集，我不曉得特色市集長得像攤販還是長得比較像維護好的，這個在整個產值裡面是比較重要的。所以觀光局要做的是行銷套裝、安全維護、廁所和市集，因為這是消費的景點上。

繼續報告6P，所謂6P，第一個就是價格，其實很低啦！我剛才問何教授，有人說幾十元，其實這個沒有促銷的可能性，因為它就是很低，重點是這個景點不大，所以我估計他大約停留1小時到1小時30分，扣除排隊時間，如果排隊排2小時，他就要2小時加1小時30分，那個區域1.8公頃，價格就是這樣，即使給你免費入園也不會再有誘因了。這是價格的部分。

第二個比較重要的就是夥伴，現在找到邵志傑董事長他很精熟行銷，他是民間夥伴，也是委辦的企業廠商。事實上還有很多可以做的，比如7-11、全家的部分，他的套票可不以上加值網，還有山海河的套票和附近寶來溫泉的套票，假設你到崗山之眼就可以憑票到寶來溫泉免費泡腳一次。說不定老先生想說我花了30元去崗山之眼可以去寶來泡溫泉，寶來溫泉說我的溫泉怎麼可以免費讓你泡？中間要有一些政策可能補貼的問題，這是另外一個可能性，夥伴關係的建立。

第三個部分是管道，我們現在看很多手札宣傳品之外，剛才很多前輩提到媒體、新媒體、展銷會這些都是管道，通路很重要，因為通路可以把崗山之眼播出去，現在新聞已經做很大了，可是怕它熱度行銷會不會像琉璃吊橋一樣，半個月、1個月、2個月，熱季的時候一下子，然後就沒有了，這樣會覺得很可惜，所以管道行銷很重要。

第四個是產品，這個產品看起來是一個滿有趣、新奇的產品，這個產品要考慮到幾個，第一個是要考慮到便利性能不能可及，這個看起來還是有困難。第二個看它的連接性，從這個點到另外一個點的連接才有誘因。第三個是故事性，崗山之眼用音樂做造型，它和小崗山有什麼關係？我覺得還是要把它的故事性講出來。第四個是安全性，讓人民去親近它的時候沒有顧慮的考量，像我去黃山步道走一走還是滿害怕的，然後去很多外國的天空步道，那個可能是假的，說玻璃會裂掉，嚇死人了！我就不敢去了，你說沒有問題，保證你這麼胖也絕對不會有問題，意思就是說超過100公斤就不能去了，這是安全性的部分。

第五個是活動性，我們去金門翟山坑道，它舉辦一個坑道音樂節，找張正傑去拉大提琴，每一年都會辦一次類似這樣的活動，崗山之眼這樣的音樂節，你說我不辦活動就有1萬人了，那音樂會會不會把它擠爆，也有可能。那又牽涉到另外一個問題，活動擠爆它的安全性和疏散會不會引起民怨？會不會像搶衛生紙一樣一直搶，這個和搶衛生紙沒有關係。

所以活動本身就是一種促銷，剛才提到價格、夥伴、管道或通路、產品，第五和第六就是促銷，剛才提到寶來溫泉和崗山之眼就是促銷，或者是旗津到蚵仔寮漁港的渡輪的票，然後中間有連接到崗山之眼，山海河一天看完，那也是促銷，但是這個都要有錢。

剛才吳英偉老師說的很對，除了講觀光工廠的補助之外，我們旅遊的補助，這個高雄市都可以考量，這個量都會衝起來。你說我現在不需要量，為什麼不需要量呢？現在需要的叫產值，因為你一天一個人收40、50元，1萬個也不過幾十萬元，在整個大環境裡面，高雄市的觀光產業最重要、最大一塊，剛才王教授提到，就是食和住，如果他只是來玩一天，不住在高雄，其實高雄賺不到什麼錢，難怪今天林富男董事長會缺席，因為住宿不在他家，繞過高雄回去那就沒意義了，因為住這個區塊最大的觀光產值，所以高雄旅館的產值不高，然後會關門，這個都很可惜。但是假設透過剛才講這麼多行程、政策補貼促銷，然後他願意多住一天，高雄就賺到了。

政策的部分我呼籲觀光局，我也呼應王教授，這份資料寫得很清楚，為什麼高雄市觀光人數會掉下來，其實是陸客，觀光局的長官也講得很清楚，東南亞的倍值很小，成長很快，可是它的量很小，可能成長200%量還是幾千個人，為什麼為幾千個人放棄幾萬個或幾十萬個陸客產量？我建議觀光局代表回去向你們長官說，有一個學者說，今年如果高雄市要出席廈門、上海、北京各種產銷促進會，請局長帶隊去，不管政治氛圍怎麼樣，高雄做自己的觀光行銷，我覺得很必要。

而且觀光行銷針對陸客部分，因為陸客大幅降低，你告訴他是大陸不來，那我們就去，表示我們誠意，高雄是一個溫暖城市、友善城市，友善城市對陸客沒有排斥，而且非常熱烈歡迎。然後觀光局長官說，我們都講過了，可是講是一回事，你要去做啊！3月跟著黃議員去上海、4月去寧波，再過來有個趙天麟委員要去深圳，要去深圳就都去啊！你會發現高雄市一年去大陸行銷10次，哇！每個月都有活動，大陸也會嚇一跳，高雄市為什麼這麼積極？是不是有什麼特別的野心或用心，不管，我們就是要他們來，希望他們能帶動高雄市的觀光商業的商機。

以上的SPOR，0本身就是存在的，不管是這邊的觀光組織、民間的資源，資源本身比較缺，不管是人員、資金、專案維護或者一些政策補貼，這個區塊可以提供給觀光局做參考，也希望交通或其他經濟發展，教育局

都能協助來推動，如果需要去大陸的管道，黃議員很多，你可以去問他，以上。

**主持人（黃議員柏霖）：**

李教授剛才講到一點，我突然想到，其實我們現在都不能再往低價策略去走，你說40元、80元還能低到多少？其實應該換一個角度，我們寧願收高一點，但是要讓人家覺得值得。重點是值不值得？像我剛從迪士尼回來，一張票多少錢？我買3天要一萬多元，但是你就是會覺得值得。所以重點不在多少錢，是在於你有沒有讓人家覺得值得？像我們很多遊樂區，你為什麼願意花1000元到裡面去？因為它值得。所以我們要怎麼把那個內涵做出來？而不要只是在低價，我覺得台灣現在整個社會最大的問題就是甚麼都低價，對不對？

你想想看，什麼滷肉飯漲5元也要報、排骨飯漲5元也要報，大家都不漲，你要薪水漲，那老闆怎麼活下去？如果你漲到一個合理價格讓市場自動做選擇，有些人要吃好一點，品質好、氣氛好，我多付一點錢是應該的，然後老闆有賺錢他也願意和員工分享，形成一個正增強。我覺得我們的觀念要稍微修正，低價不一定是好，它反而會阻礙很多發展，我覺得都可以討論，怎麼找到自己的目標市場那個定位，把整體綜效出來，這是我們應該要思考的。接著請何教授發言。

**正修科技大學休閒運動管理學系何助理教授秉燦：**

剛才各位老師已經講了很多做法、方法，今天來參加這個會議我覺得非常有趣，因為2年多前我剛好承接高雄市觀光局一個案子，內容是哈瑪星陸客太多了怎麼辦？那時候我做觀光衝擊的案子，案子就是我寫的，當時我在西子灣那邊做了一些調查，我覺得非常有趣，後來交通局做了環保在西子灣這一塊。最近這種議題好像很少聽到，所以今天接到這個議題覺得滿好玩的，有兩面。

有關這個部分要談一個數據的問題，崗山之眼的部分我從另外一個面向來看，現在年輕人很喜歡用網路，不曉得各位有沒有看過數據？崗山之眼的搜尋數據從1月底才開始，它的搜尋數據持續的上升，一直到現在還有在搜尋，我們看大數據，崗山之眼的注目程度不低。第二個，我們從我們從Instagram的Hashtag裡面，它的關注度到照片順序到一千多，哈瑪星才3000，為什麼講這件事？因為在短時間2、3個星期內，崗山之眼可以貼文超過一千多篇，它有很多不同的人，但是我的意思是說

Hashtag很重要。第一，它會增加另外一個能見度，但是它現在有一個問題，我們在Google chain裡面去找一些相關資料就會發現一件事，崗山之眼對我們來講是一個亮點，我也很高興有一個亮點出來，因為它開始分散。

第二，它現在注目的都還是在台灣，我們要把它整體發展策略拉起來的時候，我們不能一直在看台灣這一塊，所以你要把能見度拉起來。行銷上我覺得關注度不低，因為去年的Lonely Planet已經報導過了，但是有一個很大的問題，因為Lonely Planet把崗山之眼的英文翻譯成Eye of Mountain。其實對國外人士來講，看了這篇報導並不知道要來這裡，因為他根本找不到，所以這一塊是一個大問題，即使我們台灣人說，好棒！孤獨星球把我們台灣報導出去了，可是外國人根本不知道這個地方在哪裡。我告訴你，你去搜尋這個東西，根本沒有人搜尋過，如果照這樣來講，表示這個地方的行銷出了問題，我們完全沒有國際行銷。這一點來講，我們國外的旅遊已經報出去了，可是這一塊卻沒有做到，這是在數據上看到的。在數據上來講，或許這是缺乏的地方，有別於前面幾位教授所講的，這個地方我提出來講一下。

第二個，我認為就崗山之眼和整體高雄發展策略的思考面來講，所謂地方價值的部分，陸客為什麼要去阿里山？對我們來講，阿里山是一個斷頭路，上去就不下來。我們現在的崗山之眼呢？他為什麼要花那麼多時間上去？轉車上去下來，我們知道一件事，在Google搜尋大部分的問題只有二個，一個是交通、一個是門票，最近這2星期所搜尋到的都是這個問題，這個問題會影響我們的消費者，因為我們知道消費者在想什麼，消費者問題大都在這二塊。我如果沒有辦法解決一件事情，像阿里山很有價值，它是一個斷頭路，如果我們上去崗山之眼又要回頭了，請問我們要怎麼解決這個問題？這個問題如果解決會比較好，阿里山很有價值是因為陸客對那個地方印象很深，所以要上去，可是崗山之眼要讓人上去，我們不能一直只有國內人士，等一下我們要談一些做法，這些問題是我們需要思考的部分。

我們應該要把地方價值拉起來，然後把地方價值變成一個大型景點，在住宿和相關的措施拉回高雄市，我們現在有捷運，捷運到南岡山站以後再接回去，這個做法是好，但是怎樣增加它的流量很重要，假設高雄人到南岡山站接上崗山之眼這一塊是非常順利的一條路，我想這個會拉

很高。舉例來講，如果每一個地方都把地方價值拉起來的時候，它會變成高雄市整合型扇狀形配套措施，例如日本兵庫縣姬路城就非常有名，它旁邊有一個豐岡市也很有名，甚至孤獨星球建議一定要去的，甚至現在遊客都是外國人比較多，而不是日本人，為什麼要講這件事？因為在兵庫這個地方的地方價值每一塊都拉起來了，整合為整個兵庫的思考。

對我們來講高雄就是一個中心點，岡山拉起來了、桃源拉起來了，然後小港拉起來了，變成每一塊區域連結起來，連結起來變成我們適合去做一個整合型的配套措施，這是我們在策略上應該去思考的。策略思考你的遊客來源到底定位是誰？我們現在提南向，南向的人進來多嗎？其實還滿多的，就正修來講。我們去印尼或泰國，光昨天就有很多印尼學生來到台灣，我們甚至讓印尼學生修完課以後請他繼續念研究所，他也願意留下來繼續念研究所，還全部招滿。為什麼？也就是這裡是有吸引力的，就這一點來講，我們這一塊的思考到底在哪裡？這個可能要想一下。我剛才提到崗山之眼的英文名稱是什麼？我們要怎麼去行銷沒有人知道，光這一點這個是我們要去想的，遊客定位來源的部分我們要先想好，再去想一些做法的部分。

根據這個地方價值，我們剛才在講一個思考模式的時候，我們要想一個東西就是這個地方的傳統是什麼？其實小崗山我很熟，我在那邊當兵，阿蓮下來有一個戰車營，我在那邊待了一陣子。那個地方有嘉新水泥廠，所以附近的整體環境我算是熟，我覺得這個地方有本身傳統的觀念，或是這個地方應該有的東西是什麼？我們把它重新思考起來再來想怎樣去做這個部分，就是如何媒介可能潛在的遊客和這個地方做整合。

我們會著重這一塊是因為剛好今年教育部有USR社會責任計畫，剛好我們這邊也拿到這個計畫，不過我們的主軸是在桃源，如何把桃源行銷出去，我們的做法可能是桃源和六龜一起做行銷，這是教育部的計畫，我們學校主力去推的部分，這邊可能有很多行銷相關的計畫，但是我們嘗試把這個地方價值拉回來的時候，或許它會變成一個實質成熟的亮點。

既然這樣來講我們做法就有好幾種，剛才很多老師有提過了，我覺得現在最大的問題是，不會來或沒有辦法來，有問題的都是因為大部分人只知道點不知道怎麼玩。不知道怎麼玩有幾個做法，剛才提到網紅，達人帶你走，怎麼做？現在來講不一定要達人，所謂達人可能是地方的人，地方的人可能是部落客或網紅，我覺得這一塊的成效上或宣傳上，知曉

的人不夠多，這個情況下他就會拼命的問問題，不知道去哪裡看東西，然後就會一直產生問號，他就不會去了。

在策略做法上我們還有一個想法，最近這2年在資訊科技上用得很頻繁，一個叫飯店系統、一個叫Handy手機，這個Handy手機在香港推得很重，為什麼？因為你拿到這支手機以後就可以到處去玩，包括折價券等等，當然我們在這邊不一定有辦法做到這個，但是它能做一件事，第一個，我們可以藉由旅客使用我們整合性的WiFi系統知道旅客在哪裡，他使用的軌跡和他交通移動習慣。藉由這個部分我們可以知道我們的遊客怎麼走，我們怎麼樣在這個地方推播。各位去日本旅遊會發現一件事，日本的每一個點都有WiFi，提供非常充足的免費WiFi給你用，包括景點、一般的案內所和飯店一定有，我覺得這一塊我們做得比較弱。

當然租借手機這個可能在市場成熟上還要做，因為現在都是飯店在做，現在高雄也有飯店在做了。另外一個是APP控制，如果我們從手機APP去控制部分，所謂控制就是了解遊客GPS的定位資料，使用的系統習慣，有辦法去抓出可能性遊客的走法，這個部分要提供給外國人，因為外國人最不知道怎麼辦，像我們去日本，我是外國人，我也不知道怎麼辦。在做法上這個東西可以嘗試去把它結合整合起來的，所以我們在這個地方做一些思考，或許可以有一些做法，我們剛才就數據策略的做法上供大家參考和討論。

**主持人（黃議員柏霖）：**

何教授，你委託的現在就要改，現在陸客太少了怎麼辦？請孫科長補充說明。

**高雄市政府觀光局孫科長春良：**

回應吳教授二個問題，剛才提到崗山之眼怎樣讓它多增加一些附加價值，聽完專家教授非常多的建議我都有記錄起來，我們回去一定會向長官們報告，怎樣去處理這一塊。議員提到的那個思考模式本來就是觀光局想要做的，門票就是少，一開始要量，最後你應該走到高附加價值，你不能說廉票之後又溫泉加崗山之眼，本來門票已經很便宜了又把它打折，這個就沒有意義，因為我們現在根本不缺量。

而且我覺得北岡山的觀光資源非常豐富，現在包括國內外，國外有一些踩線團、網紅都有和我們聯繫這些，很多市區和北岡山的觀光產業都有在聯繫，我們會去篩選比較高附加價值的過來。邵董在這邊，事實上

我們希望崗山之眼一天最適的遊客量大概2100人，結果現在一天湧入將近5倍，所以量的問題不是這個階段要考慮的，應該是教授所說的，把那個質做好，然後高附加價值，來住宿才給你門票優惠，其他的我覺得都不需要，交通的花費不多，對高雄市的產值不會增加太多，所以我們大概會用這樣的策略。

回應吳教授剛才講的觀光工廠這一塊，我們都有和陳秀卿理事長搭配，他們就有一套遊程要到崗山之眼，他們也都把市區這些合法觀光工廠做遊程安排。另外，溫泉的品牌很重要，關子嶺是一個值得效法的區域。至於寶來不曉得吳老師和各位教授知不知道，事實上寶來溫泉合法化還沒有確定，一些業者沒有取得旅館的使用執照他還是不安心，不知道到時候政府會如何對待，萬一不准營業畢生的心血就化為烏有了。可能寶來這個地方會創造另外一個不同的質感或品牌，可能要等到業者放心，如果他不安心，你叫他投資會有顧慮，現在談這個階段稍微太早了，可能要等拿到使用執照才會明朗。

現在還有一些問題，包括國產局可能用租的方式，它不願意專案讓售，大部分的土地都是向國家租的，這些都是有待解決的問題。

**主持人（黃議員柏霖）：**

昨天載我媽媽去六龜拜拜，然後就前往寶來，我覺得那邊還滿熱鬧的，比我想像中熱鬧很多，吃完飯我就請老闆推薦一間來泡一下溫泉，推薦我去國蘭花園那個Villa，很不錯，我一去，哇！客滿呢，剛好剩下2間，我們3個人分成2間，泡一泡溫泉，我覺得也滿好的。所以那個價值怎麼出來，怎麼透過各種通路讓很多人勾起他們想來的心，事實上，現在不缺那幾十元、幾百元，重點在那個質感，我一直覺得不要把他們弄得太便宜，結果我們管理維護都有困難，然後也不能增加內容，結果來一次回去就罵，這麼爛！不會那麼爛啦！事實上真的花了很多心力，我們怎麼讓它更好，透過不同通路。我們的公聽會是公開的，市民就是老闆，所以有意見，只要來參加我都會有機會讓大家發言，只要你們想發言。各局處和學者有沒有要補充？請李副校長發言。

**義守大學李副校長樑堅：**

剛才提到英文譯名的問題，是不是向孫科長提一下，可以在網路上做一個票選？就是崗山之眼的英文名稱要怎麼翻譯？是The Eye of Kaohsiung或The Kaohsiung Skyworld Park，就是取個名字讓大家去選，

把它當成一個活動，這樣也可以增加知名度，那個對國際行銷的時候我覺得可以這樣。因為現在的譯名，我剛才看那一本小崗山Skyworld' s Park外國人哪會知道什麼小崗山，它應該不知道。但是你如果是高雄Skyworld Park或Kaohsiung' s Eye或是Eye of Kaohsiung，那種感覺應該會不一樣，我覺得國際化的程度會更高，大家比較有可能會去搜尋這樣的部分。做一個簡單的票選，在網路上提一提，其實這個很快就引起另外一個思考，因為這樣翻譯外國人應該不了解什麼小崗山Skyworld' s Park，他們會搞不清楚，我做一個簡單建議。

**主持人（黃議員柏霖）：**

去到國外如果你把它寫得很小，他根本不會有誘因。我希望各局處和這些學者專家保持意見交流，有什麼問題就隨時聯絡，我們都希望高雄更好，隨時注入正能量，今天的公聽會到此結束，謝謝大家。