

## 二十三、高雄市政府觀光局業務報告

日期：112 年 5 月 12 日

報告人：局長 高 閔 琳

### 壹、前言

議長、副議長、各位議員女士、先生：

欣逢貴會第 4 屆第 1 次定期大會，閔琳承邀列席報告並聆聽教益，至感榮幸。承蒙各位議員先進對本市觀光發展的關注、支持與指教，協助各項觀光業務順利推展，謹代表觀光局暨全體同仁敬致謝忱。

為持續挹注高雄後疫觀光成長動能，今年度高雄精彩活動不斷電。繼跨年活動後，本局緊接著熱鬧舉辦高雄蓮潭燈會、內門宋江陣等節慶活動吸引國內外遊客。2 至 4 月國內外知名大咖藝人接連在高雄舉辦共逾 20 場演唱會，市府團隊結合行銷帶動演唱會經濟與旅遊消費商機。本局也將陸續推出一連串特色觀光活動，諸如六龜溫泉推廣活動、乘風而騎單車活動、美食主題活動、經典小鎮、寶來漂漂河、旗津風箏節、熱氣球嘉年華、海線潮旅行、城市野營…等，並積極提升優質旅宿服務及觀光遊憩環境，讓高雄觀光時時都好玩、處處皆好遊，透過多元行銷策略，期能吸引更多遊客到訪，帶動觀光及相關產業復甦與發展。

以下謹就本局觀光業務推動情形與未來工作重點，提出扼要報告，敬請不吝指正。

### 貳、觀光業務執行成果

#### 一、觀光行銷與客源開拓

##### (一)多元行銷策略作為

##### 1.參加國際旅展及推廣活動

##### (1)台北國際夏季旅展

111 年 7 月 15 至 18 日參加「2022 台北國際夏季旅展」，是全台夏日最大旅遊盛會，吸引破 16 萬人次，較去年成長約 7 成。搭配悠遊國旅補助專案及本市「週間補到千、週五又補五」加碼，高雄館亦見超高買氣。

##### (2)高雄市旅行公會國際旅展

111 年 7 月 22 至 25 日參加「2022 高雄市旅行公會國際旅展」，計 300

多個攤位參展，伴隨後疫情國旅商機，及「悠遊團國旅補助」和國人自由行住宿優惠補助等，吸引約 8 萬人次造訪高雄主題館。

(3) 日本東京 Taiwan Plus 2022 台灣吉日

111 年 9 月 17 至 18 日參加日本東京都上野恩賜公園舉行「Taiwan Plus 2022 台灣吉日」活動，為後疫情時期首場實體交流活動，除「高雄大好き」觀光行銷影片分享日本民眾外，更提供最新高雄旅遊資訊及趣味小遊戲、特色贈品與民眾互動，讓大家看到高雄新的觀光意象，2 日共吸引約 20 萬參觀人次。

(4) ITF 台北國際旅展

111 年 11 月 4 至 7 日參加「2022 台北 ITF 國際旅展」，邀本府原民會、高雄市觀光協會、高雄捷運公司、高雄市觀光工廠發展協會、智崙全球股份有限公司、眷村代表（SOHO 工房）等，共同行銷推廣，吸引約 20 萬人次參訪高雄主題館。

(5) 2023 馬來西亞 MATTA 旅展及推廣會

112 年 3 月 16 日至 22 日本局配合交通部觀光局及台灣觀光協會，組團至馬來西亞吉隆坡及檳城，參加 MATTA 旅展及辦理觀光推廣會，推動本市國際觀光，吸引約 25 萬人次參訪。

2.2022 高雄國內旅遊團體補助計畫

(1) 111 年 9 月至 112 年 12 月辦理，旅行社只要組團 15 人（含）以上團體、安排兩天一夜以上行程至高雄旅遊，並住宿高雄合法旅宿業，即可申請補助一晚住宿費，平日（週日至週四）住宿每團補助 5,000 元，假日（週五、週六及國定假日）住宿每團補助 4,000 元。

(2) 為行銷高雄山城觀光，增加【山城觀光版】，在原計畫架構及條件下，帶團至甲仙參加芋筍梅節或至那瑪夏參加賞螢季活動，分別加碼補助 1,000 元及 2,000 元。

(3) 截至 112 年 3 月 25 日止，共有 447 件申請案，累計共 1 萬 3,525 人至高雄旅行。

3. 高雄熊與熊本熊國際觀光行銷

112 年 3 月 9 至 11 日市長帶著高雄觀光大使－高雄熊前往日本力拼高雄城市行銷及國際觀光，並交流參訪熊本縣「熊本熊」部長辦公室和紀念品商店，同時攜手高雄熊提前為熊本熊慶生，祝福「高雄熊」與「熊本熊」雙熊友誼長長久久，也象徵高雄與熊本的台日情誼長存堅定。為加強高雄觀光大使的行銷力度，本局研議開發高雄熊周邊商品，後續將於本市動物園、旅宿、觀光產業通路販售及透過各旅服中心展示推廣。另

採審查授權機制，授權觀光業者印製相關商品，可擴大高雄熊行銷宣傳，增加高雄觀光效益及產值。

#### 4.郵輪岸上觀光

- (1)印製郵輪旅客專屬摺頁，提供 5 條 3-6 小時之建議遊程，另推出「高雄好玩卡 X 打狗逛逛券」遊程產品，整合輕軌沿線及亞洲新灣區，超過 21 家各類景點及商家優惠，憑卡可享交通無限次搭乘，並以一天無限暢遊概念減少交通轉乘，增加停留時間，創造觀光消費。
- (2)推出悠遊旅客優惠手冊，整合食宿遊購行等各項優惠，提供郵輪旅客更便利旅遊服務。

#### 5.無人機迎賓表演

搭配本市會展觀光，特別規劃無人機迎賓活動，鼓勵國內外合法立案公司、旅行社等公司團體申請，預計可創造本市至少 1.6 億元觀光產值。112 年 1 月迎來首批超過 2 萬人的海內外大型獎勵旅遊團（包含星、馬、越及泰等），在亞灣區舉辦活動。

#### 6.透過產官學合作設置旅遊資訊服務站提供貼心服務

- (1)結合在地大專院校及民間團體資源，於高鐵左營站、高雄火車站、小港機場等重要交通節點及田寮月世界景區設立旅服中心，提供國內外旅客更友善之諮詢服務。111 年 7 月至 112 年 2 月提供諮詢服務共計約 23 萬 1,855 人次。
- (2)111 年 11 月於大社觀音山三角公園新增旅遊諮詢站，並將 2022 台灣燈會奇麗幻境部分作品移展，創造大社區拍照、打卡新亮點及旅遊諮詢多元化旅遊服務。
- (3)為擴展旅遊服務據點，提供更便捷、親切的旅遊服務，與知名超商及各地優質店家合作建置「借問站」，截至 112 年 2 月，已完成旗美 9 區、大樹、大社、前鎮、左營、前金、鳳山、三民、茄萣、鳥松、岡山、橋頭、梓官、鹽埕、旗津、鼓山地區等共 68 個服務據點，另今（112）年度向中央申請新設 3 處借問站。
- (4)為提供性別友善旅遊服務，於所轄場域包含高鐵左營站旅服中心、台鐵高雄車站旅服中心、高雄機場國內航廈旅服中心、觀音山旅遊諮詢站、田寮月世界遊客中心、壽山動物園服務中心、旗津、壽山、蓮池潭、金獅湖等管理站，旗津沙灘吧、白色戀人貨櫃、蓮池潭纜繩滑水及崗山之眼等 14 處提供女性生理用品免費索取服務。

#### 7.多媒體數位行銷

- (1)專人經營高雄旅遊網、臉書、IG 等社群網站，即時發送相關旅遊訊

息，持續提升本市觀光關注度及參與度，截至 112 年 2 月底臉書粉絲團追蹤人數 44 萬 2,016 人，較去年同時期增加 2 萬 7,721 人；IG 追蹤人數 3 萬 8,614 人，較去年同期增加 1,013 人。

(2)高雄旅遊網改版優化，設置 7 個語言版本（中、英、日、簡中、韓、越、泰），提供可適用旅客持有的多元載具之網頁介面服務（RWD），更提供評價建議、旅遊攻略及景點相關資訊。

(3)為推動智慧觀光，除原建置壽山情人觀景台與蓮池潭兩處高解析度觀光即時影像，111 年增設旗津海岸即時影像直播服務，觀光局 YouTube 頻道訂閱人數從 111 年 2 月 8,341 人訂閱，截至 112 年 2 月已有 1 萬 7,554 人訂閱，成長 9,213 人次。

#### 8.2023 斯巴達障礙跑競賽

攜手每年吸引海內外超過 6,000 名運動愛好者參加的國際障礙賽跑領導品牌，於 4 月 15、16 日在高雄小港公七公園舉辦斯巴達「Spartan Race」，預計可為本市帶來近 1 萬人次觀光消費。

#### 9.2023 高雄探戈馬拉松

攜手高雄探戈馬拉松工作室，首度於高雄合辦「2023 高雄探戈馬拉松」活動，於 3 月 2 日起一連 4 天 6 場舞會，吸引 16 國逾 200 位海內外舞者及 6 位國際知名 DJ 共襄盛舉，並藉由參與者個人社群分享傳播，有效行銷高雄國際觀光。

#### 10.國外雜誌露出宣傳

##### (1)海外旅遊專刊合作

主動邀約我國駐匈牙利代表處共推後疫高雄國際觀光，與匈牙利最大旅遊雜誌「Világjáró（世界旅行家）」合作，以單獨 2 頁篇幅介紹港都高雄，更將高雄名勝龍虎塔為封面，通路觸及全歐洲；另也主動攜手台灣觀光協會，於「台灣觀光」日本語版 3、4 月刊的封底，刊登亞洲新灣區絕美夜景，後續亦與（韓籍）釜山航空合作機上雜誌，今年第二季露出 6 頁高雄景點報導。

(2)與 Agoda 合作於 111 年 12 月下旬起至今（112）年 3 月底，在日本、韓國市場共同行銷高雄觀光，在 Agoda 日、韓地區官網曝光高雄，大搶日韓客源市場，讓日韓旅客在搜尋旅遊目的地時，更容易發現高雄的美好。

#### 11.後疫導遊職能加強訓練班

為加強疫情後本市外語導遊更加熟悉高雄觀光景點更新及配合中央相關防疫指引，邀請多位資歷超過 10 年以上師資策辦「後疫導遊職能加

強訓練班」，於 112 年 3 月開課（含線上），計 25 位導遊取得結業證書，為迎接國外觀光客做好接待準備。

## 12. 美食觀光

### (1) 大港閱冰－冰品市集嘉年華

111 年 8 月 6、7 日假哈瑪星新濱駁前封街辦理，邀請近百攤特色冰店及餐車共同參與，吸引超過 2 萬人次參加，參與活動店家營收亦成長約 3 成。

### (2) 全國鹹酥雞嘉年華

111 年 8 月 27、28 日假高雄大遠百追夢廣場辦理，邀請全台知名近百攤鹹酥雞店家參加，吸引近 7 萬人次參加。店家業績明顯成長，周邊商圈也連帶受益，如大遠百營收成長近 3 成，來客數增加 2 成 5。

### (3) 高雄日嚐 366

活動自 111 年 7 月至 11 月，以 13 種美食主題邀請全國民眾推薦心中的高雄味，活動共收到近 2 萬道高雄美食，最終經由「民眾提名推薦」、「肚肚 dudoo 餐飲系統」提供熱門餐點數據、「GOOGLE 關鍵字」及「網路評價」等大數據交叉比對，再結合 36 位「跨界名人」及「美食專家」專業推薦的美食，淬選出 365 道高雄好味，最後一味是民眾自己心中最好的高雄味，並集結製作成日曆型吃貨聖經，讓民眾能夠日日與美食相伴，一起來高雄呷好料。

### (4) 高雄老味

為推廣高雄老店美食，盤點全市超過百家，開業 50 年以上的美食店家，自 111 年 12 月 1 日起舉辦「大港老味飄香半世紀」活動，結合線上與線下行銷宣傳，並提前備戰 2023 米其林指南，把港都令人驕傲的好味道，推向全台及世界各地。

### (5) 高雄美食旅遊專書

邀請知名旅遊作家魚夫合作推出《大高雄時空散策：建築與美食》專書，由魚夫撰稿、繪圖並透過專訪小影片等多元方式呈現，同時發行紙本及電子專書，透過網路、社群平台等媒體通路廣大連結影響力，讓國內外讀者更加認識高雄的城市脈動，以帶動高雄觀光產業發展。該書已於 111 年 12 月 2 日舉辦新書發表會，正式發行並同步於全台各大誠品、青鳥等書局等線上線下通路販售。

## 13. 高雄夜經濟

111 年 12 月結合本市 60 間酒吧店家，推出「高人指點－微醺地圖」及形象影片，搭配輕軌、捷運沿線交通，規劃設計實體文宣及宣傳影片，

後續於觀光局社群通路及 60 間合作酒吧共同宣傳推廣，推廣高雄夜間觀光經濟。

(二)推廣套裝旅遊產品

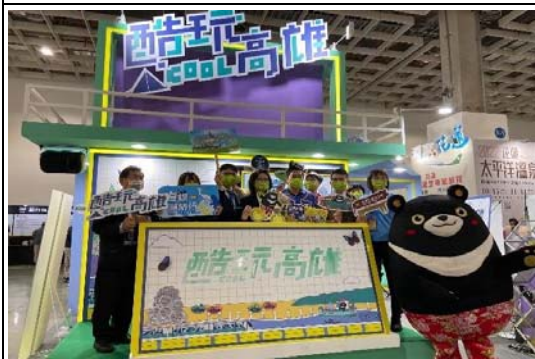
- 1.配合交通部觀光局政策推出高雄好玩卡，截至 112 年 1 月底，已整合超過 300 家優惠商家，發行超過 16 萬張。今年新推出以輕軌漫遊為主的「高雄好玩 x TaKao 逛逛（打狗逛逛券）」及以亞洲新灣區與港區為主的「高雄好玩 x MeNGo 景點暢遊卡（暢遊券 QR-Code）」等兩大產品。
- 2.在地深耕特色遊程則規劃以夜間景點與夜經濟為主的「高雄越夜越好玩卡套票」；主打整合高鐵與高捷，讓旅客一下高鐵從左營一路玩到亞洲新灣區的「高鐵高雄好玩卡」；針對旗津在地遊程規劃的「旗津踩風踏浪趣套票」；歷史、人文、宗教、旅遊購物兼具的「鳳雄旺吉好玩卡套票（鳳山大樹線）」；以東高雄慢活生活為主的「東高山線好玩卡」等新產品，共計 7 種套裝產品，積極搶攻後疫時期觀光商機。
- 3.針對國內外縣市自由行旅客，與高鐵公司合作推出高鐵－高雄好玩卡及高捷交通套票商品，結合高鐵來回車票 85 折起及輕軌周遊好玩卡內各項各項超值優惠商品/體驗，截至 112 年 2 月底已販售超過 1 萬 8 千組。



台北國際夏季旅展



高雄市旅行公會國際旅展



ITF 台北國際旅展



日本東京 Taiwan Plus 2022 台灣吉日





高雄熊&熊本熊雙熊交流



後疫導遊職能加強訓練班



2023 高雄探戈馬拉松



2023 斯巴達障礙跑競賽記者會



高雄觀光登上匈牙利旅遊雜誌專刊



高雄鹹酥雞嘉年華



大港閱冰



「高雄日嚐 366」活動

## 二、發展特色觀光活動

### (一) 2022 旗津黑沙玩藝節

於 111 年 7 月 9 日至 9 月 4 日舉辦，以沙雕藝術展－動物狂歡派對為主軸，集合動物園裡可愛的明星動物，結合高雄旗津必吃美食、時下最夯打卡景點創作沙雕藝術作品，現場更擺設沙灘陽傘及網美躺椅點綴旗津沙灘，營造海島度假氛圍。逢假日期間除有啤酒節 DJ 熱鬧演出、熱血陽光沙灘排球，並於暑假加碼推出大型氣墊樂園，包含巨無霸戲水池、急速滑水道以及各式亮麗繽紛的主題蹦跳氣墊，持續將旗津打造為大小朋友的水上遊樂園。

### (二) 旗津風箏節

於 8 月首度辦理為期 2 日活動，以【大魚世界】為主題，各式各樣海洋與陸地系列的動物風箏一齊飛揚在天空，包括最壯觀的 16 米大翅鯨、10 米的虎鯨、8 米的藍鯨等超過 30 隻的鯨魚風箏同時在空中飛翔，還有超大型 35 米巨型章魚風箏領軍 30 米的魷魚風箏、水母、烏賊、螃蟹等海洋系列風箏；而加碼演出的夜光風箏更是將旗津夜空點綴得絢爛美麗，2 天活動吸引超過 7.5 萬人前來觀賞，更為網路熱搜話題。

### (三) 2022 熱氣球繫留體驗暨光影展演活動

1. 於 9 月 2 至 13 日在月世界風景區舉辦，除熱氣球繫留體驗外，新增 25 公尺高全新視野搭乘平台（月球公園），及夜間迷你熱氣球光影展演秀，並優化地景公園入口景觀及玉池環湖欄杆、公車候車亭在地特色創作、遊客中心燈光藝術裝置等，營造如土耳其卡帕多奇亞（Cappadocia）之異國氛圍，打造全台最獨特惡地形熱氣球體驗。
2. 9 月 16 至 25 日則在愛河風景區登場，搭配假日餐車文青市集、夜間迷你熱氣球光影展演秀等，打造全台唯一河畔景觀熱氣球體驗。

### (四) 經典小鎮系列活動

#### 1. 走讀鹽埕

於 8-9 月與在地協會合作，規劃 6 條主題遊程，以文史導覽、古早味美食及網紅帶路，邀請在地店家響應，消費集章兌換禮品活動。

#### 2. 鳳山美食帶路

於 10 月辦理 8 梯次小旅行及復古懷舊野餐日，以小旅行、台式懷舊文青風野餐日方式辦理，另邀請在地店家共同響應。

### (五) 2022 高雄 outdoor 森活節

為推廣本市戶外露營活動，於 10 月 15、16 日結合多家露營品牌及知名美食聯手打造高質感城市戶外露營體驗活動，讓民眾在衛武營都會公園的城市綠地中體驗風格露營，現場除了露營技能示範、露營車體驗及露營選物



販售外，還有活動限定的美食市集及音樂不間斷的草地音樂會，帶給民眾悠閒的午後時光，吸引超過 10 萬人前來朝聖。

(六)挺醫護而騎單車活動

為感謝醫護人員守護高雄，於 10 月 30 日上午攜手衛生局、環保局辦理「高雄 FUN 心遊」挺醫護而騎單車活動，邀請高雄 10 個醫事公會理事長共同率領上千醫護人員與市民朋友，一起騎上單車乘風而行，自夢時代廣場沿路騎乘臨港自行車道，經高雄展覽館、高雄流行音樂中心、駁二藝術特區等景點，除了可欣賞高雄城市與港灣美景，還可以品嚐鹽埕美食，非常適合親子共遊。透過這次的活動推廣城市單車旅遊，希望各地遊客來到高雄，可以租借全市便捷的 YouBike 微笑單車，用最悠閒的速度來旅行，享受秋日微風的高雄海港城市風光。

(七)海線潮旅行

- 1.於茄苳、永安、彌陀、梓官等臨海區域結合在地社區及產業，運用多元管道行銷高雄海線觀光，以展現高雄海洋首都的城市特色。透過特色青創市集及在地品牌參與，用音樂及美食讓更多人認識及體驗高雄最道地的海邊生活與文化，並規劃 8 條套裝行程，讓民眾在微微的海風吹拂中享受美食、體驗 DIY、欣賞特有漁村文化，帶動在地觀光產業創意經營、永續發展。
- 2.「海之味 High 趴音樂市集」結合古厝、海堤地景地貌，讓純樸的漁村聚落充滿活力與創新，首次舉辦即吸引超過 3,000 名遊客前來朝聖。

(八)光之塔聖誕佈置

光之塔位於同盟路與自立路口的三民一號公園內的台電高架鐵塔，於 2022 台灣燈會期間配合燈會主視覺重新上色，為了延續燈會效益，讓美學為城市留下更多美好，於 11 月再次以繽紛色彩再造光之塔新生命力，以【光之塔獻禮】為策畫主軸，吸引觀光人潮。

(九)耶誕森林市集

與清景麟教育基金會合作於 12 月 23、24 日在阿公店森林公園舉辦耶誕森林市集，有從歐洲飛到亞洲的限定聖誕郵局、可愛繽紛的糖果薑餅屋，更集結了北中南東部 80 個以上品牌，一起準備 1,500 顆聖誕樹，在樹林間點亮溫暖燈光，讓民眾感受森林聖誕的魅力，創造出白天到夜晚都精彩豐富的聖誕市集，參與人數約 1 萬 3,000 人。

(十) 2023 高雄蓮潭燈會

- 1.2023 高雄燈會回歸地區燈會，於 1 月 26 日至 2 月 5 日首度移師到甫升級為指定觀光地區的蓮池潭風景區辦理，以蓮池潭的特色景觀，規劃環

潭水陸燈區，並以「越在地越國際」為主軸安排精彩展演活動，結合宗教文化與廟埕藝陣，打造最具生猛台灣味的燈會。整個燈會期間的參觀人次超過 2 百萬，創造近 30 億觀光效益，每日外縣市遊客至燈會展區參觀近四成，周邊住房率 8 成以上，並成功帶動周邊商圈店家。目前榮獲 2023 美國謬思設計大獎「整體燈光設計」鉑金獎，以及謬思創意大獎「文化活動」金獎等國際獎項肯定。

2.2023 高雄燈會兼具在地化與國際化，共計 13 組燈飾、66 場表演活動。呼應兔年元素打造全台最大「Y」幾兔及可愛動物們，並打造水上主燈—光舞蓮潭，另結合在地文化廟埕藝陣展演、街藝表演等活動內容，邀請高雄在地民俗陣頭及傳統戲劇，如：高雄地獄殿吉勝堂八家將、高雄市呂柏達涼傘團、舊城十二婆姐陣、歌仔戲、布袋戲…等，於元帝廟、啟明堂及清水宮廟埕演出，讓國內外遊客以不同角度認識高雄蓮池潭。

(ㄅ) 2023 高雄內門宋江陣

1.於 112 年 2 月 25 日至 3 月 8 日假內門南海紫竹寺舉行，首次開放大專院校以外團體報名，共計 8 支隊伍參賽，包括來自桃園、雲林、臺南、高雄等地，參賽成員含括國小聯隊、國中校隊、大學社團科系。經歷 2 月 25、26 日初賽及 3 月 4 日決賽，各隊展現獨有藝陣儀式感，由臺南大學奪得第一名，鳳武薪傳—西螺鳳山館、樹德傳藝分別為第二、三名。活動期間參觀人次約 10 萬人次，創造近 1.5 億元觀光效益，並成功帶動外帶辦桌菜熱賣，帶動周邊觀光產業。

2.2 月 25、26 日及 3 月 4 日傍晚於南海紫竹寺辦理宋江大宴，3 天共計近 300 桌，由阿隆師擔任掌廚，推出十道五星級料理，民眾反應熱烈。

3.2 月 27、28 日舉行陣頭拜觀音，為 3 月 5 至 8 日「羅漢門迎佛祖遶境」前暖身，在地文武陣頭集結匯演，另遶境期間南海紫竹寺前廣場亦安排內門地區中、小學才藝表演，包含內門觀亭、溝坪、木柵、西門等國小的絲竹樂、獨輪車、宋江陣、民俗舞蹈、直笛和合唱團等輪番上陣，而觀音亭長青協會、內門老人福利協進會等也將加入表演行列，展現銀髮樂活族也能元氣滿滿。

(ㄅ) 六龜溫泉推廣活動

規劃於 112 年 4 月至 5 月底，辦理「高雄市六龜溫泉推廣活動」以在地溫泉、宗教文化、自然生態、觀光景點遊程串接東高 9 區深度旅遊，及舉辦夜間導覽、藝文或音樂表演，並在當地布置具特色亮點之裝置藝術，吸引遊客造訪打卡拍照及駐足六龜遊玩，創造當地觀光產值。



2022 旗津風箏節



2022 旗津黑沙玩藝節



2022 高雄愛·月熱氣球（愛河場）



2022 高雄愛·月熱氣球（月世界場）



2022 高雄 outdoor 森活節



經典小鎮系列－鳳山美食帶路



經典小鎮系列－走讀鹽埕



挺醫護而騎單車活動





海線潮旅行



海線潮旅行



光之塔獻禮



耶誕森林市集



高雄蓮潭燈會－光舞蓮潭



高雄蓮潭燈會－萌兔隊長－ㄇㄩˊ幾



2023 高雄內門宋江陣開幕儀式



全國創意宋江陣頭大賽

### 三、觀光產業提升與管理

#### (一)招商發展觀光

##### 1.旗津渡假旅館開發案

為活化舊旗津區公所及舊旗津醫院土地，與國有財產署共同合作開發。為提高投資誘因，於 111 年辦理都市計畫個案變更，放寬本計畫特定觀光發展專用區容許使用項目為住宿服務設施、餐廳、會議廳、商店、展示中心、觀光遊樂業、遊憩設施、健身運動設施及其他經觀光主管機關核可之觀光產業。另於 111 年 12 月辦理下修存續期間為 50 年、土地地上權權利金為 4 億 2,364 萬 1,856 元，已於市府 111 年度第 5 次財審會審議通過，現正修正本府與國產署合作計畫並報請國產署及財政部審議，通過後再重新辦理招商。

#### (二)溫泉觀光產業輔導

##### 1.溫泉合法化輔導管理

輔導寶來不老地區 14 家業者進入聯合審查程序，並獲同意開發，各業者依照非都市土地管制規則辦理土地變更編定程序，目前已有 12 家已完成用地變更編定，3 家業者取得建築執照，俟業者完成旅館建置並取得建築使用執照（旅館用途）後，即可申請旅館業登記證合法營業。

##### 2.溫泉取供事業計畫

###### (1)寶來溫泉取供事業計畫

本局每年編列經費辦理採購案，委由寶來地區廠商辦理維護作業，已核准 6 家業者（含寶來花賞公園）申請用水。

###### (2)不老溫泉取供事業計畫

本局委由不老地區廠商（該廠商為 5 家業者聯合成立公司），以自負盈虧方式經營，現已核准 6 家業者申請用水。

##### 3.111 年度高雄市六龜寶來溫泉資源探勘統包工程（二期）

藉由寶來第二口溫泉井開鑿增加溫泉產量，並建置溫泉原水防垢處理設備，並辦理「溫泉水權狀」及「取供事業經營許可」等行政作業，完善寶來溫泉遊憩產業設施。（預計 112 年 7 月 31 日完工）

#### (三)輔導旅館及民宿品質提升

##### 1.輔導民宿申設

(1)為輔導本市具在地特色之旅宿業者申設民宿，業公告本市都市計畫區「具人文或歷史風貌之相關區域」，於範圍內，可依民宿管理辦法提出民宿申設；位於公告區域外有意願者，可提出其地點半徑 800 公尺內具人文或歷史風貌區域之佐證資料，經審查通過亦可申請設立。截



至 112 年 2 月於本市都市計畫範圍內合法設立民宿共 66 家，其中具人文或歷史風貌之相關區域計 35 家，眷村民宿計 31 家。

(2)修正公告本市「偏遠地區」範圍，包含仁武、大社、岡山、路竹、阿蓮、田寮、燕巢、橋頭、梓官、彌陀、永安、湖內、大寮、林園、鳥松、大樹、美濃、六龜、內門、杉林、甲仙、桃源、那瑪夏、茂林、旗山、梓官等 26 區，均可依民宿管理辦法申設民宿，截至 112 年 2 月已輔導 11 家業者取得民宿登記證。

(3)為輔導原住民族地區觀光產業發展，訂定「高雄市原住民族地區部落民宿結構安全鑑定項目作業要點」，原鄉的特色部落建物如石板屋或高腳屋等，得以結構安全鑑定證明等文件替代建物執照申設民宿，提供旅客具在地特色的住宿體驗。與那瑪夏區公所合作輔導業者取得結構安全證明文件，截至 112 年 2 月已有 3 家業者取得民宿登記證。

## 2.「旅館業品質提昇暨星級旅館評鑑」輔導專案

(1)近期積極拓展疫後觀光，為提升旅館服務品質，及配合交通部觀光局 111 年 7 月實施星級旅館評鑑新制，推動「旅館業品質提昇暨星級旅館評鑑」輔導專案。

(2)於 112 年 2 月 22 日、3 月 2 日辦理辦理 2 場「高雄市旅館業服務品質提昇暨星級旅館評鑑輔導說明訓練會」，課程內容涵蓋旅館業服務品質提升秘訣、交通部觀光局新版星級旅館評鑑項目、永續經營、環保旅館及友善旅館規範等，及實務經驗分享，共 60 家業者參加。預計輔導 20 家旅館參加星級評鑑。

## 3.旅宿業稽查及非法取締

(1)為維護旅客住宿安全，不定期辦理旅宿業稽查，111 年 1 月至 12 月稽查合法旅宿 570 家次、未合法旅宿 55 家次，合計稽查 625 家次，裁罰 63 家未符合規定業者，裁罰金額 673 萬元。

### (2)旅宿業房價專案稽查

春節期間自外縣市返鄉及旅遊人潮眾多，加上「伍佰&China Blue」、「新好男孩」、「BLACKPINK」、「張惠妹」、「五月天」等人氣藝人相繼於 112 年 2 月至 4 月間至本市舉辦多場演場會，查部分旅宿業者乘勢哄抬房價，影響本市觀光形象。依「旅館業管理規則」第 21 條規定，旅館業應將客房價格報請主管機關備查，且不得收取高於備查客房價格。為嚴防旅宿業者哄抬房價，維護消費者權益，本局於春節、演唱會及清明節前夕稽查旅宿業計 49 家次，其中 7 家查有向旅客收取房價高於備查房價情事，已依發展觀光條例第 55 條第 3 項

處新台幣 1 萬元以上 5 萬元以下罰鍰。

(四)輔導露營場合法化

1. 露營場管理要點係交通部觀光局於 107 年間訂定，該局有鑑於露營場大都位於農牧用地，且大都為非法經營，為輔導露營場合法化，復於 111 年 7 月 20 日修法後，發佈該修訂要點，放寬於 1 公頃以下農牧用地及林業用地上可申設露營場。經查目前本市列管露營場家數為 90 家，其中土地合法使用且營業中有 9 家。
2. 本局於 111 年 12 月 8 日邀集市府工務局、農業局等關單位，辦理露營場申請設立輔導說明會，以利業者了解相關規定及申設流程。
3. 為協助原鄉露營場業者了解露營場申設相關流程及規定，本局業於桃源區、那瑪夏區及茂林區等原鄉地區辦理 3 場露營場申設輔導說明會，邀集原鄉當地業者及市府水利局、工務局、農業局等相關單位及專業輔導廠商。



旅館業星級旅館評鑑輔導說明訓練會



辦理露營場申請設立輔導說明會



會同消保官辦理旅宿業房價稽查



市府聯合稽查遏止旅宿業哄抬房價

四、景區建設與營運管理

(一)旗津風景區

1. 旗津風景區整建工程

延伸濱海觀夕人行步道系統至星空隧道，串連馬雅各自行車道，完善旗津海邊特色人行動線，另進行星空隧道光環境營造，打造景區新亮點，並全面更新指標牌誌，及辦理豐收廣場旁涼亭新設及改善，提供遊客更優質的遊憩環境。（111年11月完工）

2.旗津風景區環境改善工程

營造中旗津露營區至戰爭和平公園沿線夜間照明及觀海遊憩節點（三號公廁前廣場、天聖宮停車場周邊涼亭新建），優化旗津海岸遊客動線。（預計112年8月完工）

3.旗津貝殼館展示近2,000多件貝殼，由志工團隊提供遊客解說服務。111年7月至112年2月遊客人數約2萬1,763人次。

4.旗津沙灘吧

為結合民間資源引入旗津海岸公園多樣休憩服務，打造旗津沙灘特色設施及悠閒環境氛圍，提供民眾賞景、現場演唱、美食服務及沙灘排球、足球等活動，並配合萬聖節及聖誕節推出變裝及主題特色活動，帶動旗津夜間觀光。

5.旗津豪華露營區

為開發特色露營區並引進優質廠商營運管理，辦理「高雄市旗津汽車露營區出租案」，推出豪華帳棚露營區，提供遊客露營旅遊完善服務，打造獨具特色的市區豪華露營渡假區，111年7月至112年2月已吸引4,113帳、約1萬6,450人次入住，帶動周邊餐飲、交通、旅遊等觀光需求。

6.海之星沙灘俱樂部

打造旗津貝殼館前場域為海之星俱樂部，於111年6月5日開放營運，提供輕食、飲品服務，並於場域周邊打造彩虹步道，成為旗津觀光新亮點。

7.推動旗津沙灘觀光

行銷海灘觀光，旗津種植木麻黃波波草620株，及設置希臘風的「愛琴小伊亞」，吸引網美、情侶、年輕族群等前來取景打卡，並持續優化環境，打造成休閒渡假海邊聖地。

(二)愛河、壽山風景區

1.愛河兩岸遊憩環境營造工程

為優化愛河兩岸步行景觀，辦理河岸人行鋪面（河西路）、指標、座椅及公廁等服務設施整建，並增設愛河之心及願景橋浮動碼頭，提升愛河沿線觀光魅力及水域遊憩品質。（預計112年4月完工）

2.壽山風景區觀光再造工程

打造停車場至壽山動物園大門間舒適遮陽的步行環境，並興建停車場公

廁等設施，強化景區運動休憩品質。（111年12月完工）

### 3.申請指定觀光地區

109年10月向交通部觀光局申請指定觀光地區，歷經多次修正，交通部觀光局於111年12月26日公告指定「高雄市愛河水岸周邊」為觀光地區，後續將研擬經營管理計畫，除排除既存法律規定與發展觀光條例之法律適用爭議外，同時也兼顧觀光地區制度理念、居民與遊客合法權益保護。

### 4.推動「還河於民」愛河親水活動

愛河水岸景緻優美，惟以往受限於法令及申請流程，民眾難以親近愛河。經市府相關單位檢討鬆綁法規，於111年5月20日再度擴大愛河水域遊憩活動從高雄橋延伸至愛河之心水域得從事獨木舟、立式划槳等無動力水域遊憩活動，水域開放時間為每日6:00至19:00，民眾只要實名登記就可下水遊玩，同時加強各項安全及防護措施，確保水域活動安全。截至112年2月共計2,990人次下水遊憩。

### 5.打造愛河啤酒花園

委託廠商打造全台首座河畔啤酒花園，以巴伐利亞餐點再搭配德國精釀啤酒的餐飲主題，異國美食和高雄在地品牌的媒合，啤酒橡木桶造型建築更讓愛河畔增添異國風味，增加愛河觀光新特色。

### 6.型塑愛河特色貨櫃聚落

引入民間資源辦理愛河畔增設特色貨櫃租賃案，以常設性貨櫃元素打造愛河畔美食聚落，推出白色戀人貨櫃至今，成為熱門約會景點，吸引民眾打卡上傳社群，型塑愛河水岸藝廊的印象。

### 7.引進愛河假日主題市集

111年2月及3月以「虎市」為主題，引進風格獨具的文創餐車、手作攤位等青創業者，現場還有歌手及街藝表演，營造愛河悠閒休憩氛圍，提供遊客到訪愛河多元旅遊體驗。

## (三)蓮池潭風景區

### 1.蓮池潭風景區整建工程

(1)進行北區孔廟主入口及南區牌樓周邊空間營造，並重塑農田水利會舊址空間，配合委外經營廠商，營造特色水域亮點，藉由遊憩動線串連及設施更新，形塑友善遊憩空間。（111年11月完工）

(2)改善艇庫、孔廟及小龜山三座公廁採光及通風，打造環湖步道入口無障礙通行動線及新設蓮池潭兒童公園迷宮廣場，提升景區遊憩多樣性及通用性。（預計112年4月完工）

(3)整建龍虎塔至春秋閣間水岸步道，打造無障礙水岸空間，並整合蓮池潭風景區指標系統，提升景區遊憩品質。（規劃設計中）

2.高雄市景區特色遊憩場營造工程

為豐富蓮池潭兒童公園共融遊憩特色，規劃打造兼具趣味性、互動性、滿足不同對象探索及發展需求的遊戲場。（規劃設計中）

3.打造蓮池潭兒童公園

透過滑索設施建置，增加蓮池潭兒童公園遊憩豐富性，另打造《愛麗絲夢遊仙境》的「奇幻樂園」，成為適合大小朋友的戶外放鬆空間，吸引許多遊客前往取景拍照。

4.申請指定觀光地區

109年10月向交通部觀光局申請指定觀光地區，歷經多次修正，交通部觀光局於111年12月26日公告指定「高雄市蓮池潭周邊」為觀光地區，刻正研擬經營管理計畫，除排除既存法律規定與發展觀光條例之法律適用爭議外，同時也兼顧觀光地區制度理念、居民與遊客合法權益保護。

5.推動蓮池潭親水活動

為響應中央向海致敬政策，宣示水域解嚴，於110年12月20日起開放蓮池潭水上活動，民眾只要於湖畔掃描QR-Code或至本局行政資訊服務網填寫資料，即可下水活動。冬季為每日6時30分至17時30分，在夏季為每日6時至18時，下水點為艇庫公廁旁草皮區及舊城國小對面遊憩浮台區。111年7月至112年2月共計1,799人下水。

6.蓮池潭纜繩滑水主題樂園

結合水上闖關浮台及水上溜滑梯等遊憩設施，搭配咖啡輕食之販售，提供遊客來到蓮池潭有不同的遊憩體驗選擇，111年7月至112年2月遊客人數約4,700人次。

7.蓮池潭景觀場域出租案

於111年4月15日完成簽約，委託專業民間經營，引進咖啡、輕食、點心等精緻餐飲，搭配蓮池潭畔景色，打造蓮池潭特有之特色餐廳，已於111年11月試營運。

8.辦理小樹市集活動

與全台最大母嬰二手市集品牌一小樹市集合辦市集活動，111年12月3日及4日於蓮池潭兒童公園舉辦小樹市集，場地設施及公廁等環境對於親子家庭友善，共吸引約2萬人次參與。

(四)金獅湖風景區

1.金獅湖風景區整建工程



將管理站周邊營造為親子主題花園，於南區公園新設涵洞遊具設施及洗腳池，提供大人賞花、小孩玩樂的場域。（預計 112 年 6 月完工）

- 2.金獅湖蝴蝶生態園區，為全國規模最大的網室型蝴蝶園，育有約 1,500 餘隻各種蝶類，係全年可見蝴蝶翩翩飛舞的生態園區，111 年 7 月至 112 年 2 月遊客人數約 5 萬 5,755 人次。此外，園區也搭配節日佈置，營造節慶氛圍，吸引親子同遊。
- 3.為增進蝴蝶園志工專業職能，重新設計製作蝴蝶園導覽手冊，豐富志工導覽內容，提升導覽解說及互動的多元性。

(五)澄清湖風景區

1.澄清湖周邊環境整建工程

- (1)提升得月樓、三亭攬勝與湖畔星光綠廊周邊水域環境，並改善鳥松溼地外環人行步道，優化澄清湖周邊親水休憩空間。（預計 112 年 6 月完工）
- (2)重塑澄清湖大門前廣場空間意象，打造綠蔭及休憩空間，並持續改善鳥松溼地外環人行步道，提供優質生態遊憩場域。（規劃設計中）

2.鳥松溼地

補助社團法人高雄市野鳥學會認養鳥松溼地，積極推動生態復育及環境教育推廣，不定期辦理親子生態推廣活動，讓大人、小孩透過活動親近大自然並增進生態保育知識；並於本市動物園、蝴蝶園及鳥松溼地引入智慧導覽系統，進行 QRcode 導覽系統建置，結合語音解說導覽，提供遊客更便利之旅遊導覽服務。

(六)寶來及不老地區

- 1.111 年度高雄市六龜寶來溫泉資源探勘統包工程（二期）藉由寶來第二口溫泉井開鑿增加溫泉產量，並建置溫泉水質處理設備，辦理「溫泉水權狀」及「取供事業經營許可」等行政作業，完善寶來溫泉遊憩產業設施。（預計 112 年 9 月完工）

2.寶來花賞溫泉公園

規劃 SPA 泡湯區、更衣盥洗室、廁間等設施，並透過委託民間專業化之經營管理，延長泡湯時間至晚上 9 時，且全年無休，為提升園區旅遊服務功能，引進露營車及城市探險遊憩設施，結合泡湯體驗及豪華露營，打造六龜寶來地區獨特觀光資源。

(七)月世界風景區

1.月世界遊客中心公車候車亭藝術營造委託服務案

以田寮特色地貌及在地農產進行候車亭藝術創作，宣傳田寮在地特色。

（111年9月完工）

2.月世界風景區整建工程

為提升園區優質遊憩品質，拆除舊旅客中心及重塑玉池環湖欄杆等設施，並配合熱氣球活動進行場地整理。（111年10月完工）

3.月世界風景區遊憩設施整建工程

優化景區熱點設施，辦理弦月眺景台及月球公園觀景平台改善，並重建天梯步道及新設停車場，提供安全舒適的惡地景觀遊憩區。（預計112年6月完工）

4.為帶動當地觀光發展及提供景點解說導覽，月世界遊客中心委託田寮區農會經營管理，設立田寮區第一間超商（7-ELEVEN）、小農市集及農特產品展售中心，另設置諮詢服務台，以滿足風景區觀光遊客需求，並提升當地民眾更佳的生活機能。

5.配合熱氣球活動及中秋節意象，111年於月世界設置空飄氣球及嫦娥兔裝置藝術，創造新打卡景點。

(八)其他景區觀光建設

1.那瑪夏藝術家園彩繪計畫

辦理那瑪夏區達卡努瓦村牆面彩繪，打造村落特色亮點。（111年10月完工）

2.美濃湖東側停車場整建工程

為增加美濃湖停車供給，於美濃湖東岸新建停車場，提升景區遊憩便利性。（111年11月完工）

3.觀音湖內埤生態廊道營造工程

優化觀音湖遊憩功能，串聯觀音湖內埤原有環湖步道及堤頂步道，營造生態棲地及溼地景觀，並設置南入口服務區公廁及停車場，發展觀音湖及觀音山生態休憩旅遊帶。（工程發包中）

4.崗山之眼園區

委託民間廠商經營管理崗山之眼園區接駁市集區及天空廊道平台區的營運，並採用結合在地農特產品方式推出特色商品，滿足遊客多樣需求，111年7月至112年2月參觀人數約27萬2,552人次。

(九)科技導入景區

1.辦理智慧旅遊專案

交通部補助智慧觀光綠能共享運具串聯風景點商業模式推動計畫規劃案，將透過案例分析及需求調查進行可行性評估及未來經營管理相關策略研擬，並整合共享運具相關資訊於旅遊人潮警示燈號系統平台，未來

將提供更便民的觀光資訊及共享運具相關服務。。

2.重點景區人流統計

本局與廠商合作辦理「111 年度重點景區人流統計及 5G 科技應用規劃案」，以電信大數據方式蒐集人流資訊並提供旅遊人潮警示燈號系統供民眾查詢觀光局轄管風景區即時人流、天氣及周遭交通相關資訊，此燈號系統現可查詢景點計 21 處，未來將持續擴充此平台功能，提供民眾更方便及更多元的旅遊資訊及體驗。

3.建置遊客登山通訊訊號指引

結合國家自然公園管理處與電信業者實施 66 處行動電話訊號測試及可通訊地點增設標示牌事宜，為降低民眾因陡峭岩壁地勢險峻發生迷途、傷亡及危安觸法情事機率，提供民眾便利使用手機可通訊地點，確保園區內手機通訊品質及發揮急難救助功能。

(+)營造風景區 2023 新春打卡點

為迎接 2023 年春節連假，與素人設計師合作於蓮池潭、金獅湖、崗山之眼、月世界及旗津等景區布置手繪風巨型兔年春聯，並提供具景區特色兔年春聯供遊客索取，除成功打造新打卡點，也讓各景點增添新春喜氣。





## 五、動物園營運與發展

### (一)新動物園運動－壽山動物園升級計畫

#### 1. 打造友善動物與適合親子共遊之動物園

- (1)為改善壽山動物園休憩品質並提升園區動物福祉，全力推動新動物園運動，以「動物的自由之地」、「親子的同樂天堂」及「空中漫步長廊」等三大亮點主軸發展，針對園區大門入口、親水廣場、動物展場及內舍進行改造，另打造一全新空橋來串接園區內的動物展區及亮點設施，遊客可於樹冠層中以不同視角欣賞動物；同時利用空中長廊解決動物園本身高程差距，符合無障礙遊園需求；另外空中長廊連結 4 座全新打造的動物展廊，坐落於動物展場中間，以最接近的視角欣賞動物日常，搭配園方精心規劃的動物混養區及人氣動物水豚、台灣黑熊，創造園區新亮點。
- (2)考量動物福祉及保育工作需要，在工程規劃設計期間，多方參考國內外其他動物園設計，並與園區保育員同仁討論，同時邀集國內野生動物領域各方專家及動物保育團體召開說明會，聆聽各界意見，供設計單位納入規劃設計，俾利打造出以動物為本的動物生活環境。



- (3)首度採用動物混養概念，放大動物活動空間，並改善獸舍外棲地展場。打造山脈意象建築，利用既有獸舍展場整建，以符合草食性動物混養需求，另透過百葉窗結構增加空氣對流及引入大自然光，改善獸舍內通風及採光環境，創建符合動物福祉、保育及展示功能兼備之獸舍展示型態與空間。
- (4)為降低工程對動物之影響，於工程期間滾動式調整動物休憩空間，將工區動物遷移至其他展場，保護動物健康，並密切監控園區動物狀況，調整飼養管理。
- (5)除園區動物展場及公共服務設施等硬體建設外，市府養工處協助園區及周邊道路柏油全面重新鋪設，並加強植栽佈置，提升園區整體美感及舒適性。
- (6)爭取交通部觀光局觀光前瞻預算辦理整建動物園停車場及周邊人行步道，改善停車場鋪面、加強綠美化、整修人行步道及公共廁所，並於停車場及沿途人行步道設置多處裝置藝術打卡點。
- (7)另與工研院合作，在大門口設置裸視 3D 顯示器，並在全新動物展廊架設電子紙、透明投影及觸控螢幕等設備，豐富展示解說內涵。同時也與亞旭電腦公司合作，爭取經濟部 A+企業創新研發淬鍊計畫－前瞻技術研發計畫補助經費，提案「5G 專網及室內外 WiFi6 之技術整合計畫－以壽山動物園為驗證場域」，提供智慧互動式服務，預計 112 年 7 月陸續推出在園區使用的應用服務。
- (8)在歷經 1 年多的休園整建，於 111 年 12 月完工，並辦理三場壓力測試，邀請動物園周邊國小學童、動物認養人及動物園友善企業－中國鋼鐵股份有限公司之員工來園體驗，測試包含票務系統、園區新建設施及園區餐飲服務等面向，皆大受好評。
- (9) 111 年 12 月 16 日壽山動物園開始試營運以嶄新面貌重新對外開放，民眾反應熱烈，亮點設施親水廣場及空橋等深受民眾喜愛，成為知名拍照打卡熱點，在網路蔚為風潮。動物展廊提供沉浸式觀賞視角，深入動物展場，遊客可靜靜觀賞動物最自然放鬆的行為表現，成為園區最療癒的小角落。試營運首三日即累計破 1 萬 7 千人次入園參觀，截至 112 年 2 月底入園人數達 35 萬 2,453 人，二二八和平紀念日 4 天連假入園人次高達 3 萬 7,898 人，平假日參觀人數約為休園整建前 2 倍。
- (10)除遊客服務面設施大受好評外，動物獸舍及棲息環境改善亦備受肯定。3 月特邀請獸醫師公會、福爾摩沙獸醫臨床醫學會、建築師公會、自然生態學者等代表，深入動物獸舍，並透過與保育員互動更加了解



動物的習性與生活樣態。專家學者們對於內舍設施給予肯定，也讚賞園方營造動物展場棲地環境，讓動物行為更自然展現，以不驚擾的方式近距離觀察動物，潛移默化中達生命教育功能。

## 2.重新開園準備

- (1)在工程完成後為檢視園區軟硬體設施是否完善，並同時進行動物園重新開幕之行銷宣傳，特邀請親子網紅部落客一鳥先生&鳥夫人、林叨囡仔、吳鳳等人來園進行搶先體驗，影片曝光後讓大眾對壽山動物園熱潮持續發燒。
- (2)與不二繳果、崙背鮮乳、皇冠冰城、乖乖食品及 Uniqlo 等單位洽談異業合作，製作動物園視覺意象包裝之聯名商品，並在市面通路販售，提升園區知名度，同時豐富園區紀念品內容。與一卡通公司合作發行開園紀念一卡通，限量推出 1,000 張，掀起搶購熱潮。另與義大遊樂世界、SKMpark、環球影城、高雄福容大飯店等單位以共同行銷、推廣動物認養及門票互惠等方式共創雙贏；同時以促參方式招募民間夥伴投資園區餐飲及紀念品店，在 6 月底前引進攤車市集餐飲選擇更多元，紀念品店質感相較以往亦大幅提升。
- (3)為維持舒適的遊園品質，並使園區動物逐步適應人潮，採預購門票制管控人數，透過官網的購票系統民眾可預購 14 天之入園門票，同時亦與 ibon 及 KKDAY 等平台合作共同販售入園門票，提供民眾更多購票選擇，並搭配多元智慧支付方式，讓入園程序更便捷。
- (4)在試營運期間，因預期遊客數較多，為避免對周邊交通造成衝擊，邀集市府交通局及警察局等單位討論交維措施，並請交通局加密 56 號公車行駛班次，提高民眾搭乘大眾運輸之意願。同時於連假期間向鄰近動物園之台灣水泥公司商借土地做為臨時停車場，並闢駛接駁專車，解決民眾遊園交通問題。
- (5)歡慶動物園試營運重新對外開放，舉辦系列表演活動，邀請義大世界吉祥物、open 醬、電影動漫角色人物、街頭藝人等來園區陪伴小朋友共度歡樂時光。

## (二)營運管理成效

積極提升壽山動物園軟硬體設施介面，提升整體遊憩品質；動物生活環境改造與展場營造，並加強和國內其他動物園之交流合作，充實展示物種。

### 1.園區環境設施提升

- (1)增設園區哺乳室提高數量至 3 間，讓親子公共服務設施更加便利貼心。
- (2)改造親水廣場營造多樣性的戲水空間，結合淋浴間、親子廁所、哺乳

室等遊客服務設施，成為最適合親子共同休憩的親水場地。

## 2.動物飼養管理及交流合作成效

- (1)運用動物認養經費進行動物食物豐富化，提供園區動物更多元的食材，增進營養均衡性，並同時刺激動物採食意願，達到環境豐富化效果。
- (2)積極辦理園區展示場環境豐富化及動物訓練，在孟加拉虎、狐獴及全新的台灣黑熊展場皆施作大量環境豐富化設施，增加動物棲地空間利用效率，使動物有表現覓食、躲藏、社交、探索等自然行為之合適環境，增進動物福利。同時利用動物混養的方式，使單獨個體也能融入社交群體生活。
- (3)與高雄市政府農業局合作，協助野生動物收容救傷，1至12月總共協助救傷20種89隻野生動物，其中不乏珍貴的領角鴉、灰面鵟鷹、穿山甲等台灣特有保育類物種，協助動物重返自然棲地，落實動物園保育功能。此外，9月開始協助市府農業局執行林務局台灣獼猴安置收容計劃，協助收容無法重返野外之台灣獼猴。
- (4)與高雄市福爾摩沙獸醫臨床醫學會加強合作，111年8月該學會捐贈最新型無線防水DR數位影像系統及移動式高頻動物用X光機，提升園區動物的醫療水平。
- (5)持續與國內其他公、私立動物園交流合作，建立夥伴關係。111年11月從頑皮世界引入水豚及斑馬，豐富園區展示物種，並將園區之二趾樹懶送往頑皮世界進行動物交流。
- (6)持續參與國際動物園組織，111年11月東南亞動物園協會由台灣地區委員來園視察，對於改造後的壽山動物園在動物福祉面的提升也給予肯定，並針對動物行為豐富化、動物營養、展示環境等面向提供寶貴建議，期許壽山動物園能持續在各面向精進。
- (7)加強與在地獸醫院及屏東科技大學等醫療單位合作，支援園區不足之醫療設備及人力，以動物認養計畫，與民間專科獸醫院合作，共同進行園區動物與收容救傷動物疾病診療，提供不同之醫療觀點與切入點，並將醫療成果整理紀錄，與其他單位進行經驗交流。

## 3.教育推廣與行銷活動

111年度配合新動物園運動工程進行，壽山動物園7至12月中旬仍持續休園，但園區行銷推廣及教育活動不停歇，改以線上動物園方式持續與民眾互動，宣導保育觀念，並積極與企業洽談合作，開發聯名商品或共同行銷等模式，為園區重新開放暖身準備。

- (1)臉書教育貼文

製作動物小知識相關圖卡，或發布動物醫療或保育等知識性文章，達良好的寓教於樂效果，並增加觸及率。

(2)與環球購物中心合作，由園區說故事志工到全國各分店導讀園區編製之介紹台灣梅花鹿兒童繪本，傳達動物保育觀念，並讓民眾更加了解動物園之使命及存在的意義。

(3)與台灣獼猴共存推廣協會合作，在園區內設置多面獼猴的教育宣導牌面，教導民眾理解台灣獼猴習性並習得正確與台灣獼猴相處的方式。同時由園區保全及志工同仁以手提式擴音設備機動巡邏宣導民眾注意獼猴，建立人猴友善環境。

(三)推動內門觀光休閒園區計畫

1.本局持續辦理內門觀光休閒園區，112 年市府編列預算 5,000 萬元辦理園區工程，園區第一期水土保持工程於 111 年 12 月完工，園區第一期主體工程於 111 年 7 月決標發包，11 月開工，目前按進度進行，預計 113 年底完成園區開發。

2.本局同時積極辦理內門觀光休閒園區營運招商作業，本案預計採 OT 模式辦理促參，招募民間夥伴參與投資及營運，112 年啟動招商程序，預計 113 度完成招商簽約程序。

3.內門觀光休閒園區採低度開發模式，維持現地自然生態景觀，規劃為親子、多元休憩及親近可愛溫馴動物之觀光休閒園區，除串連東高雄區域旅遊軸帶外，更將與內門在地組織，例如地方社區發展協會、馬頭山自然人文協會等，合作推出更深度探索、多元之遊程體驗，達到與地方共榮之觀光效益。



壽山動物園休園整建後正式對外開放



獸醫師及建築師公會訪視動物園改造成果





進行動物交流迎來水豚新成員



狐獴展場施作環境豐富化設施



屏科大獸醫系老師協助園區動物診療



會同獸醫師公會檢視動物飼料及內舍



黑熊山房獸舍



動物園異業合作推出聯名 T-shirt

### 參、未來工作重點

- 一、啟動後疫觀光「國際化、數位化、分眾化、主題化」策略，以多國語言文宣及各式通路強化高雄國際觀光意象與旅遊行銷宣傳，以接軌國際提升觀光品質。
- 二、發展寶來、不老溫泉取供事業及輔導溫泉產業合法化，結合溫泉打造東高雄旗美九區觀光旅遊廊道。
- 三、辦理城市節慶活動，強化在地特色帶動觀光吸引力，提升城市能見度。
- 四、優化景區軟硬體服務設施及景觀，打造景區亮點與特色，提升觀光遊憩環境

與功能。

- 五、辦理內門觀光休閒園區規劃設計與招商，結合生態教育與觀光休閒功能，帶動旗美九區整體觀光發展。
- 六、結合 5G 發展亞灣區為智慧旅遊示範區，利用沈浸式體驗，結合導遊導購，提升多元旅遊服務便利性及體驗。
- 七、結合多媒體數位行銷並運用大數據分析，針對不同屬性旅人設計多樣化遊程。
- 八、推動觀光行銷計畫，與目標市場之大型組團社、線上旅行社（OTA）合作推介旅遊產品，積極參與海內外旅展，行銷高雄觀光品牌。
- 九、加強旅宿業督導管理及提升其服務品質，並輔導市區、原住民及偏鄉地區等具在地特色之民宿、露營場合法化設立。
- 十、運用閒置公有土地招商引資，帶動整體觀光產業發展。
- 十一、串聯區域特色觀光，結合在地及特色產業，推廣特色旅遊活動。
- 十二、推動風景區公有設施委託經營管理，引入民間資源及活力，並規劃辦理行銷活動，增進觀光經濟效益。
- 十三、積極與國內外動物園共同執行物種保育交流計畫，豐富園區展示物種，提升動物照養及保育研究之成果。
- 十四、推行智慧動物園計畫，發展園區智慧導覽及體感科技等多元遊憩服務，提升園區遊憩功能。

#### 肆、結語

隨著疫情趨緩、邊境開放，為掌握疫後觀光振興契機，觀光局攜手觀光業者及相關局處共同努力，除持續搶攻國旅商機外，更要積極爭取國外旅客來台市場。為期打造高雄成為國際觀光城市，首要之務係建構便利的空、海運聯外通路，方便國際旅客來高雄旅遊。本局除偕同觀光公協會積極接洽航空公司力促高雄國際航線復飛與擴增，另配合高雄港旅運中心於今年 3 月啟用，本局搭配海洋局合作行銷推廣郵輪觀光迎接國際郵輪旅客。透過國際觀光多元行銷及特色活動，輔導優質旅宿提升軟硬體品質，營造友善觀光遊憩環境，推動景區開發與優化串聯觀光旅遊帶等策略作為，期整體提升觀光服務質量，以迎接國內外遊客到訪。

敬請各位議員先進持續給予觀光局最大的支持與鼓勵，共創高雄觀光共好、共榮的未來。

敬祝

各位議員女士、先生      身體健康    萬事如意  
大                                  會      圓滿成功