

四、高雄市政府觀光局業務報告

日期：114 年 4 月 2 日

報告人：局長 高 閔 琳

壹、前言

欣逢貴會第 4 屆第 5 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。

高雄擁有獨特的山、海、河、港美景以及多元族群共融的特色，繼「2024 Kaohsiung Wonderland 高雄冬日遊樂園」以黃色小鴨為主角創造小鴨經濟學，30 天活動吸引超過 900 萬的參觀人潮，創造 140 億觀光經濟產值，今年「2025 Kaohsiung Wonderland 高雄冬日遊樂園」由日本超人氣 IP「吉伊卡哇（Chiikawa）」為主角，全球首度以大型立體化氣膜搭配浮台展示，23 天活動超過 600 萬的參觀人潮，創造逾 100 億觀光經濟產值。

根據前瞻觀光政策研究室及觀光署資料分析，高雄市在 2024 年總計吸引超過 6,794 萬名觀光客，整體遊客人次較 2023 年成長 11.8%，相較於疫情前 2019 年，更大幅增長 97.6% 表現亮眼，高雄已成全台最受歡迎的旅遊目的地！高雄市的卓越觀光表現也獲得許多國內外傳媒廣泛的肯定與認可，不僅榮獲 2024《天下雜誌》卓越治理獎、《遠見雜誌》全國觀光滿意度第一名、高雄燈會「高雄冬日遊樂園」人潮踴躍、網路聲量第一；而國際旅遊訂房平台 Agoda「2024 亞洲最好玩且最經濟實惠」與 Klook「2025 全球新興旅遊目的地」更評選高雄為全台唯一入榜城市。

此外國內外知名歌手接連至本市舉辦演唱會，加上海內外旅遊活絡，成功帶動本市觀光及旅宿住宿產值，除加強行銷帶動演唱會經濟與旅遊消費商機，並督導提升性別友善旅宿、推動環保旅宿及輔導露營場合法化等，期能創造多元化遊憩體驗及增加觀光產值。

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) 2024 國內旅展

A.2024ITF 台北國際旅展，於 11 月 1 至 4 日舉辦，吸引約 36.5 萬人次來訪參觀旅展並造訪高雄館。

B.2024 高雄市旅行公會冬季國際旅展，於 11 月 29 日至 12 月 2 日舉辦，吸引約 10 萬人次來訪參觀旅展並造訪高雄館。

(2)演唱會經濟帶動觀光效應

113 年陸續有 SUPER JUNIOR、Ed Sheeran、五月天、羅志祥、宇宙人、鄭伊健、LISA、Bruno Mars、Energy、ONE OK ROCK 等國內外知名大咖藝人，接連在高雄舉辦演唱會逾 157 場次，吸引超過 171 萬人次，創造逾 57 億觀光產值。

(3)前往韓國辦理高雄國際觀光推介會及多場拜會

A.113 年 9 月，前往韓國辦理高雄國際觀光推介會，並進行 11 場拜會，包含 KKDAY、釜山航空、韓國觀光公社、釜山市政廳觀光會展局、釜山觀光公社、釜山觀光協會、亞太城市旅遊振興機構（簡稱 TPO）等單位，加上 MBC 電視台，從不同面向與議題與韓國產官單位，討論高雄與韓國影視觀光、觀光行銷與導客策略。

B.邀集 30 位高雄觀光業者共同組團，至首爾與當地業者進行 BTOB 與推介會，另邀請台鋼雄鷹啦啦隊韓籍明星「安芝儂」行銷高雄，成為韓國行銷高雄觀光的最佳代言人。

(4)前往越南辦理高雄國際觀光推介會及多場拜會

A.113 年 10 月，前往越南胡志明市辦理 6 場拜會，包含駐胡志明市台北經濟文化辦事處、胡志明市旅遊廳、知名旅行社、越南台商總會及分會、越南航空、飲食文化協會等單位，共同推動簽證簡化、增加直飛高雄航線航班及爭取台商企業員工獎勵旅遊與 MICE 會展旅遊到高雄辦理等。

B.邀集觀光產業及專業職人等 60 位產業代表，至越南胡志明市與當地業者進行 BTOB 與推介會，力邀全球擁有百萬粉絲的越南小天王「呂晉宇」，擔任高雄在越南的觀光大使，推廣成效卓越，吸引媒體報導曝光。

2.高雄旅遊團體補助計畫

(1) 2024 高雄國內旅遊團體補助計畫

113 年 2 月 26 日至 12 月 15 日期間辦理，旅行社組團 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，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 3,000 元，行程必須安排至少兩個高雄景點，其中一個須為本市環境教育場所。至 113 年 12 月 31 日止，共有 434 件申請案，累計引客 12,893 人。

(2) 2024 國際團體旅客至高雄旅遊住宿獎勵計畫

113 年 7 月 1 日至 10 月 31 日止，旅行社組團 15 人（含）以上，入境國際團體旅客至高雄 2 處景點旅遊程，並住宿高雄合法旅宿 1 晚，每人每晚補助 400 元，最多補助 2 晚（不分平假日），且不得超過高雄總住宿費 50%。總計有 312 件申請，累計引客 8,255 人。

(3) 訂定「113 年度高雄市觀光行銷推廣補助計畫」

為促進本市觀光產業發展，依計畫鼓勵各法人、團體或業者提案申請關於觀光活動行銷推廣，113 年總共核准 22 件補助計畫。

3. 高雄熊走跳校園巡迴活動

為使高雄熊知名度深化，使小朋友熟悉高雄觀光大使高雄熊，於 113 年首度舉辦「高雄熊走跳校園巡迴」活動，開放本市各級學校申請、規劃各校師生一起與高雄熊唱跳「愛上我高雄熊」主題曲，截至 114 年 1 月 31 日，高雄熊已巡迴六龜區、茂林區、美濃區、彌陀區、茄萣區、苓雅區、仁武區及鳳山區等，共計 14 區 16 所學校。

4. 郵輪岸上觀光

(1) 印製郵輪旅客專屬摺頁（中英日版），提供 5 條 3-6 小時之建議遊程，另推出「高雄好玩卡」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. 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、觀音山風景區設立旅服中心，提供國內外旅客更友善之諮詢服務。113 年旅服中心旅客人數，總計約 21.2 萬人次。

(2) 結合借問站店家，設計大樹、大社、杉林、內門、六龜、甲仙、左營、前金、前鎮、苓雅、茄萣、桃源、鳥松、燕巢、鼓山、鹽埕、岡山、橋頭、路竹、鳳山、三民、永安、梓官、旗山、美濃及旗津等分區旅遊地圖，除有地圖資訊看板與友善的旅遊諮詢服務外，並設有 WiFi

熱點與 QR Code 引導至雲端提供各項旅遊服務，推廣在地深度旅遊，目前共設置 47 個服務據點，114 年預計新設置 2 個服務據點。

- (3)為提供性別友善旅遊服務，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。

6.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，並持續提升本市觀光的關注度及參與度，截至 114 年 1 月臉書粉絲團追蹤人數 50 萬 606 人，較去年同時期增加 3 萬 4,906 人；IG 追蹤人數 5 萬 1,515 人，較去年同期增加 6,972 人。
- (2)高雄旅遊網設置 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 年又增設旗津海岸即時影像直播服務，本局 YouTube 頻道訂閱人數從 111 年 1 月 7,000 人訂閱，截至 114 年 1 月已有 2 萬 3,000 人訂閱，成長 1 萬 6,000 人次。

7.美食觀光

(1) 2024 大港閱冰

113 年 8 月 17、18 日於「新濱·駅前」，舉行冰品市集嘉年華活動，超過 45 家特色冰品與餐車店家共襄盛舉，活動 2 日總計超過 4 萬人次湧入哈瑪星品嚐美味冰品，參展冰店店家業績成長 3 到 5 成不等。

(2) 2024 高雄城市咖啡節

113 年 11 月 23、24 日於凹子底公園辦理，集結山區原鄉部落到海邊、再到市區知名咖啡及甜點店家共計 60 家，與農業局神農市集共同辦理，現場還有咖啡拉花與沖泡體驗並配合食農教育、烹調教學等，活動兩日大約有 4 萬人次湧入參觀。

(3) 2024 鹹酥雞嘉年華

113 年 12 月 7、8 日於大遠百追夢廣場辦理，集結全省近 50 家炸物名店，2 天活動湧入約 10 萬人次，帶動周邊商圈業績成長約 3 成以上，並吸引外縣市與國內外遊客前往品嚐鹹酥雞。

8.東高雄觀光行銷

113 年執行東高雄觀光整合行銷案，規劃 16 場東高雄小旅行，吸引超過 600 人報名參加，並邀請「日本小林賢伍、法國吉雷米、日本高志、加拿大大鬍子」等國外網紅拍攝影片，累計瀏覽人次超過 10 萬，並藉由網紅相關通路及平台，積極行銷東高雄觀光。

(二)推廣套裝旅遊產品

- 1.配合交通部觀光署政策推出高雄好玩卡，截至 113 年 12 月已發行超過 20 萬張。目前 113 年「高雄好玩卡」推出產品有 3 日券，係整合 22 處在地特色景點選擇 5 處參訪，搭配 MeN Go48 小時的高雄全運具交通無限搭乘。另有電子套票 1 日券，產品特色強調即買即用，22 處景點選 3 處，加上捷運、輕軌一日無限搭乘，十分便利。
- 2.另有結合高鐵假期專案，推出「高鐵+高雄交通+亞灣港區」的主題套票「高鐵高雄好玩卡」作為主力產品。
- 3.針對國內外自由行旅客，陸續與 KLOOK、KKDAY、易遊網等 9 個線上平台合作，加上多語系的購買網站，提供更方便、多元的購票及使用體驗，113 年 1 月累計至 113 年 12 月銷售約 2 萬多張套票。



2025 高雄國際旅展



前往韓國辦理推介會



前往越南辦理推介會



高雄熊走跳校園巡迴活動-茄萣國小



二、發展特色觀光活動

(一) 2025 Kaohsiung Wonderland 高雄冬日遊樂園

1. 2025 年高雄冬日遊樂園於 114 年 1 月 25 日至 2 月 16 日假愛河灣及周邊場域舉辦，由風靡全球的日本人氣 IP「吉伊卡哇（Chiikawa）」首度降臨高雄，以立體氣膜方式搭配特製浮台展示，成功締造連續兩年海上 IP 展演的世界紀錄。
2. 市府與臺灣港務公司再度攜手合作，於燈會期間將高雄港 16 至 18 號碼頭一同打造成高雄冬日遊樂園，遊樂園設置 25 座遊樂設施、氣墊及美食市集與親子互動展演等免費遊樂設施及活動，透過多元活動及創意性策展規劃，搭配海洋城市特色，融合陸地、水面等多元展示空間並結合周邊商圈，共同營造高雄溫暖、療癒的城市節慶氛圍，藉此吸引遊客至本市旅遊，創造高雄觀光新亮點。
3. 活動總計吸引超過 600 萬參觀人潮，創造逾 100 億觀光產值。

(二) 2025 高雄內門宋江陣

高雄內門宋江陣已被交通部觀光署評選為「台灣觀光年曆國際活動」，活動訂於 114 年 3 月 28 日至 4 月 6 日假內門順賢宮舉行，以全國創意宋江陣頭大賽吸引各地陣頭參與互相交流，搭配地方一系列活動，如煙火秀、藝陣嘉年華、文史小旅行等，每年吸引超過 10 萬名民眾前往觀賞精湛的文武陣頭表演；另為展現傳統辦桌文化，特別邀請在地總舖師辦理「宋江大宴」，讓賓客體驗宋江大宴熱鬧氛圍與在地人情味。藉由年輕創意、流行元素融入民俗表演文化，吸引遊客尊重傳統、再創流行。

(三) 2024 海線潮旅行

113 年 10 月 19 日及 11 月 10、16、23 日於北高海線地區（茄萣、永安、彌陀及梓官）辦理 4 場次深度遊程路線，其中 11 月 23 日於梓官赤崁海濱辦理音樂市集活動，運用多元管道行銷高雄海線觀光，展現高雄海洋首都的城市特色。另為擴大觀光效益，吸引外縣市遊客至本市茄萣、永安、彌

陀、梓官及林園等臨海區域旅遊，推出「2024 海線潮旅行團體旅遊補助計畫」，結合旅行社業者辦理團體旅遊補助車資一團 4,500 元。

(四) 2024 乘風而騎

以聯合國 SDGs 永續發展及 2050 淨零碳排為目標，積極推廣低碳旅遊活動，於 10 月 12 日、11 月 9 日、17 日及 12 月 15 日於岡山、鳳山、林園、左營 4 區，辦理單車主題活動及深度遊程，與在地社區協會合作進行導覽，透過市集、音樂會、親子活動等方式規劃「複合式單車旅遊」，藉由 4 場次活動吸引近萬人次參與低碳旅遊，行銷本市特色景點，活絡地方觀光產業發展。

(五) 2024 高雄愛·月熱氣球

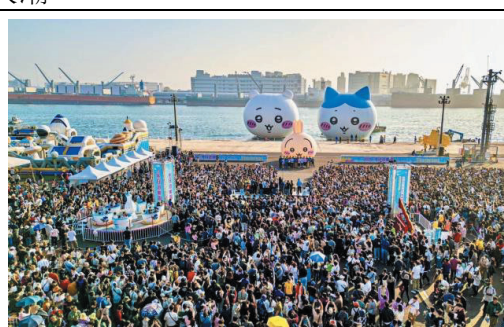
113 年 9 月 14、15 日於愛河辦理「高雄熊」熱氣球立球展演及假日市集；9 月 28、29 日於田寮月世界辦理熱氣球繫留體驗及迷你熱氣球光影展演，營造有如土耳其卡帕多奇亞（Cappadocia）之異國氛圍。活動首度邀請交通部觀光署「喔熊組長」熱氣球一同亮相，結合迷你熱氣球光影展演，讓民眾搭乘升空俯瞰田寮惡地景致，形塑高雄熱氣球品牌形象，打造景區觀光新亮點。

(六) 2024 旗津風箏節暨氣墊水樂園

113 年 7 月 20、21 日及 8 月 10、11 日於旗津海水浴場辦理主題風箏展演，以「高雄熊的海洋派對」為主題，集結各式各樣海洋與陸地系列風箏一同在空中飛揚，首週邀請佛光山寺祥龍燈演出，增添活動新鮮感與獨特性。另 7 月 20、21 日及 8 月 3、4、10、11 日辦理氣墊水樂園活動，並首度延長開放至晚上 8 點，搭配每日夜光風箏、週日火舞表演，將整個旗津打成大人小孩都喜歡的遊樂園，讓民眾在旗津從早玩到晚，合計 6 天活動為旗津地區帶來逾 13.5 萬人次觀光人潮。



2025 高雄冬日遊樂園-開幕式



2025 高雄冬日遊樂園-遊樂園盛況



2024 高雄內門宋江陣成果照



2024 高雄內門宋江陣成果照



2024 海線潮旅行-參訪德興堂中藥房



2024 海線潮旅行-音樂市集



2024 乘風而騎-林園場萌寵共騎



2024 乘風而騎-左營場聖誕變裝派對



2024 高雄愛·月熱氣球-愛河市集



2024 高雄愛·月熱氣球-雙熊相見歡



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，期招商引資興建優質住宿遊憩服務設施，吸引更多遊客到訪。111 年 4 月完成都市計畫（細部計畫）變更，調整土地容許使用項目為住宿服務設施、餐飲業、會議廳、遊憩設施、健身運動設施、展示中心及其他經本市觀光主管機關核可之與發展觀光有關之使用項目等，提高投資誘因。經市場訪查，原規劃期限過長，權利金過高，111 年 11 月重辦理權利金估算，市府財政審議委員會通過，降低地上權權利金為 4.24 億元（原 5.8 億元）、縮短存續期間為 50 年（原 70 年）。113 年 5 月與國產署召開研商會議，因估價時間已近 2 年，財政部國有財產署建議重新估價，經重新辦理權利金估算為 4.86 億元，113 年 8 月下旬提送市府財政審議委員會審議通過，現報市府核定財務分析相關說明及工作計畫修正草案中，後提送財政部國有財產署審議同意後，辦理第五次招商。

(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。截至目前為止，全數業者通過聯合審查，其中 12 家通過山坡地變更編定審查會（簡稱坡審）及用地變更編定，4 家通過加強坡審，5 家取得建築執照；俟取得建築使用執照（旅館用途），即可向本府申請取得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

本局每年編列經費委託寶來地區專業廠商辦理第一、二口井及管線維

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.第二口溫泉井開鑿

高雄市六龜寶來溫泉資源探勘統包工程（二期），業已完成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，已於 112 年 12 月 8 日驗收完成；於 113 年 1 月 1 日委由當地廠商維護管理。另建置溫泉井至寶來大街溫泉管線及儲水桶，並完成「溫泉水權狀」和「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。

(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，區域範圍內公告本市都市計畫區「具人文或歷史風貌之相關區域」，可依民宿管理辦法提出民宿申設。公告區域外如可提出其地點半徑 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 114 年 1 月於本市都市計畫範圍內合法設立民宿 83 家，其中具人文或歷史風貌之相關區域之民宿 47 家，眷村民宿 36 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 114 年 1 月已輔導 19 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。另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 114 年 1 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)為提升本市旅館服務品質並配合交通部觀光署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)本輔導計畫共 15 家旅館通過星級旅館評鑑，評定為五星級旅館者包括義大皇家酒店、高雄承億酒店及高雄福華大飯店 3 家；四星級旅館為高雄福容大飯店及高雄翰品酒店 2 家；三星級至一星級的旅館則有

高雄信宗大飯店、碧港良居商旅西子灣二館、媚力泊飯店、鳥巢旅館、夏優旅居、三華大飯店、巴黎商旅、國眾大飯店、單人房高雄站前館、鈺陽鴻旅館等 10 家。

(3)截至 114 年 1 月，本市共有五星級旅館 6 家、四星級旅館 3 家、三星級旅館 22 家、二星級旅館 3 家、一星級旅館 3 家，合計共 37 家，為全國星級旅館最多之城市。

3.性別友善旅宿座談

(1)為提升高雄觀光軟實力，本局積極推動性別友善旅宿，打造安心友善、性別平權的觀光環境。其中 143 家旅宿響應本局關注「月經貧窮」議題，主動提供生理用品。

(2)另推動彩虹遊程、彩虹旅遊地圖，並在多處風景區設置性別友善廁所及哺乳室、於男廁設置尿布台等，透過落實性別友善的貼心設施，積極營造性別友善的觀光環境。

(3) 113 年辦理 2 場「性別友善旅宿教育訓練課程」，邀請學界專家、性平婦女及人權團體等五位講師，從不同面向切入；期帶領旅宿業者與從業人員認識多元性別、提升性平意識、落實性平三法，努力營造性別友善、親子友善的觀光環境。

(4) 112 年輔導 20 家，113 年再輔導 20 家，共 40 家旅宿業通過性別友善旅宿認證，並於「高雄旅遊網」官網設立「性別友善旅宿專區」。邀集旅宿業者及公會代表共同參與 2023 及 2024「高雄同志大遊行」，未來將持續推動性別友善旅宿、廣邀更多旅宿加入性別友善行列，期盼能讓 LGBTI+ 同志朋友與所有旅客都可感到安全、尊重。

(5)本局榮獲行政院 113 年「金馨獎-性別平等創新獎」肯定。

4.永續環保旅宿

(1) 112 年為營造綠色友善旅遊環境，朝永續觀光目標邁進，辦理 2 場環保旅宿說明會，輔導本市旅宿業者取得「環保旅店」及「環保標章旅館」認證。另推動「國際永續飯店認證(GSTC)及綠色旅行標章(GTS)」與國際接軌，讓旅宿業了解未來永續旅遊之趨勢及取得認證之利基。

(2) 113 年辦理「2024 高雄永續觀光力」系列培力課程以「觀光永續」為議題，從觀念、旅宿服務、特色民宿、景點實作、IP 行銷及觀光異業結盟到銀髮族樂齡旅遊、多元旅遊體驗和觀光趨勢，推出共計 8 個場次、12 堂專題講座等系列培力課程，協助觀光業者掌握全球旅遊趨勢與脈動，洞悉旅客及市場需求。

(3)目前已有 10 家環保標章旅館，其中金級環保標章旅館 4 家、銀級環

保標章旅館 2 家、銅級環保標章旅館 4 家。

5.推動「穆斯林友善餐旅認證」

- (1)為提升穆斯林友善服務環境，辦理「113 年高雄市穆斯林友善旅宿認證計畫」委託服務採購案，輔導 12 家旅宿業者取得穆斯林友善旅宿認證，其中 6 家提供穆斯林友善餐飲。
- (2)目前有 24 家旅宿業者通過穆斯林友善旅宿認證，其中 15 家通過穆斯林友善餐旅認證。

6.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，113 年稽查旅宿 997 家次、裁罰非法業者 108 家（裁罰 108 件）、合法業者違規 36 家（裁罰 59 件），裁罰金額 1,601 萬元。

(2)旅宿業房價專案稽查

自 112 年起本市推動演場會經濟，邀請「伍佰&China Blue」、「新好男孩」、「BLACKPINK」、「張惠妹」、「五月天」、「Cold Play」、「Energy」、「宇宙人」、「蔡健雅」、「鄭中基」、「徐佳瑩」、「火星人 Bruno Mars」、「日團 ONE OK ROCK」、「Stray Kids」及「Take That」等藝人至本市舉辦演唱會，吸引大量旅客到本市，部分旅宿業者乘勢哄抬房價，影響本市觀光形象。為嚴防旅宿業者哄抬房價，維護本市觀光形象及消費者權益，本局於 112 年訪查具規模觀光旅館及一般旅館共 108 家次，查有 24 家房價超出備查房價，均已依法裁罰並予以公告。113 年持續辦理房價專案稽查，共稽查 245 家次，查有 17 家 39 房違規超出備查房價，依違規房間數，採逐房裁罰 1 至 5 萬，並公佈違規名單於本局行政資訊網。114 年 1 月辦理市府公安聯合稽查（含房價）共 29 家次，均符合規定。

7.本局榮獲交通部觀光署 113 年「地方政府辦理旅宿業管理輔導績效考核」特優佳績。

(四)輔導露營場合法化

- 1.露營場大都坐落非都市土地山區，屬農牧、林業用地，無法符合土地使用管制，長期無法申請設立登記。內政部 111 年 7 月 20 日，有條件放寬非都土地之農牧、林業用地 1 公頃以下可作露營使用，交通部觀光署同步修訂「露營場管理要點」，本局隨即成立露營場輔導小組、建立單一服務窗口，向中央爭取 350 萬元補助，聘用專案人員進行露營場輔導管理作業，另考量業者不擅撰寫使用計畫書，市府動用二備金 245 萬元；於 112 年 12 月 18 日委託廠商協助露營場業者免費查詢環境敏感地

區及補助查詢規費，並協助撰寫使用計畫書。

- 2.本局聯合市府相關局處於旗山、桃源、那瑪夏、茂林、六龜區等原鄉地區共辦理 5 場說明會，積極邀請業者參加，計有 167 家次參加。另於 113 年 6 月 18 日起至 7 月 31 日於六龜、茂林、桃源、那瑪夏、美濃等區公所辦理駐點服務，並邀集露營場業者辦理現場輔導會勘，共輔導 21 場次，其中原民地區 13 場，共輔導 91 家次。
- 3.截至 114 年 1 月底，已輔導 104 家申請第 1 階段「非都市土地容許使用」，其中 58 家已取得土地許可使用，3 家位於環境敏感區不得申設露營場，餘均在審核中。另輔導 10 家申請第 2 階段「露營場設置登記」，6 家已取得露營場設置登記（東九道露營區、遠山望月露營區、露營樂 2 號店旗津旗艦店、梅園野營秘境露營區、山中水手露營區、美濃美真園）。

	
<p>推動性別友善旅宿認證計畫</p>	<p>推動穆斯林友善旅宿認證計畫</p>
	
<p>聯合稽查未合法旅宿</p>	<p>聯合消保官辦理旅宿業房價專案稽查</p>

 <p>旅館業及民宿管理輔導 績效考核績優縣市 OUTSTANDING HOTEL & HOMESTAY MANAGEMENT AWARD 高雄市政府</p>	
<p>旅宿業管理輔導績效考核榮獲特優</p>	<p>輔導露營場合法偏鄉區公所駐點服務</p>
 <p>2024年7月10日</p>	
<p>積極輔導露營場合法現地輔導</p>	<p>寶來花賞溫泉公園-露營區</p>

四、景區建設與營運管理

(一)旗津風景區

1.「灣區大港·旗津領航」旗艦計畫

規劃以亞洲新灣區向外延伸，進行旗津及愛河灣場域環境改造及行銷推廣計畫，其中包括改善輪渡站至旗津燈塔步道、旗津海水浴場遊客中心（含救生站）、遊客淋浴區暨公廁與 Sunset Bar 指標建物、辦理在地自行車推廣計畫等；提升整體觀光軟硬體設備與服務，串聯旗津、愛河灣與亞灣區區域觀光發展。

2.旗津貝殼館

旗津貝殼館為亞洲館藏數量最多的貝殼展覽館之一，展示近 2,000 多件貝殼，由志工團隊提供遊客解說服務。113 年 7 月至 114 年 1 月參觀人數約 8,268 人次。另本局於 113 年度向內政部國家公園署申請補助辦理「旗津永續環境教育場域養成計畫」培訓課程，建立專業師資群、貝殼館解說志工增能教育、貝殼館教案設計並編印貝殼館志工解說手冊。為推廣海洋教育，旗津貝殼館自 114 年 1 月 3 日起開放民眾免費入館參觀。

3.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，並依不同節慶推出特色活動，提升旗津夜間觀光。

4.海之星沙灘俱樂部

引入民間資源打造旗津貝殼館前場域為「海之星俱樂部」，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。

(二)愛河、壽山風景區

1.高雄燈會主燈「鰲耀龍翔」展出 24 週年

適逢金蛇年，位於高雄愛河的 90 年高雄燈會主燈「鰲耀龍翔」展出 24 週年，本局特別於春節過年期間重新點亮鰲燈，並搭配古典音樂、燈光變化以及旋轉噴煙效果，重現 24 年前蛇年主燈鰲燈的美麗風采。

2.河東路園道服務中心

為持續提供河東路沿岸休憩服務，賡續辦理河東路園道服務中心租賃案，並於 112 年 3 月 14 日與新廠商完成簽約，刻正辦理場域整備作業，未來將結合愛之船與本案餐廳進行市場營銷。

3.愛河白色戀人貨櫃

引入民間資源以常設性貨櫃元素打造愛河畔美食聚落，白色戀人貨櫃屋（一期）以純白貨櫃屋、大片透明玻璃與打卡裝置，打造網美咖啡廳，並配合節慶舉辦特色活動。愛河走走（二期）亦於 113 年 1 月底開始營業，提供異國特色料理及私房無菜單料理服務，營造悠閒 chill 氛圍，形塑愛河特色貨櫃聚落。

4.小樹市集

「小樹市集」與本局合作，於 113 年 12 月 14、15 日假愛河河西路園道舉辦，為全國最大規模的親子用品二手市集，深具親子主題性及呈現適合家庭親子共同參與的氛圍，本次更結合「小老闆文創手作攤位」，鼓勵親子運用書本知識，自製小書繪本或自創手作產品，體驗將知識轉化成商品，同時教育培養從小學會愛惜物品，以及回收物品再利用、環境友善的環保概念。

5.推動「還河於民」愛河親水活動

愛河水岸景緻優美，為使民眾得以親近愛河，經市府相關單位檢討鬆綁法規：愛河水域高雄橋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 時至 19 時；另規劃 4 處下水點並設置告示牌，標示編號、名稱、各點航行距離及登記下水 QR-Code，以利遊客判斷方向及靠岸距離。民眾僅須實名登記即可下水遊玩，同時

加強各項安全及防護措施，確保水域活動安全。

6.壽山風景區整建工程

改善龍巖冽泉人行鋪面、涼亭及平台欄杆，更新西子灣服務中心欄杆，強化景區友善安全環境。（114年1月完工）

(三)蓮池潭風景區

1.蓮池潭風景區整建工程

為完善蓮池潭環潭動線，打通春秋閣烏龜池造成之步道斷點，完成環潭步道的最後一哩路。另營造纜繩滑水區周邊水岸空間，改善既有老舊鋪面，同時加強風景區照明及指標系統的整合優化，提供遊客更佳遊憩品質。（預計114年9月完工）

2.蓮池潭旅客服務中心

出租案已於113年12月31日完成簽約，廠商將規劃打造為高雄熊主題館，販售以高雄熊為主題之周邊商品，並提供簡易旅遊資訊服務。

3.蓮池潭物產館招商

本局於114年1月1日起接管蓮池潭物產館建物即規劃招商作業，針對該場域問題進行場域問題分析，積極邀請潛商至現場會勘，與業者討論交通、硬體與視野等相關事項，未來將繼續邀請潛商評估，以利後續進行招商規劃。

4.龍虎塔建築工區美化

(1)龍虎塔年久老舊，部份結構恐有安全疑慮，龍虎塔所屬左營慈濟宮於112年6月間發包整修，業於114年上半年整修完成並開放，目前已撤除鷹架供遊客打卡拍照。

(2)為帶動景區整體發展，維持景區觀光價值、服務海內外遊客拍照打卡之需求，於龍虎塔外木棧道設置中英日韓泰越六國語言之「導覽解說故事牆」及「最佳拍照建議點」服務國際觀光客；讓各國遊客能了解龍虎塔整建緣由、歷年整建及公私部門協力成果，深入了解蓮池潭風景區以及左營在地豐厚人文歷史、宗教文化的豐富觀光資源。

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，開放蓮池潭水上活動，民眾僅須於湖畔掃描QR-Code或至本局行政資訊服務網填寫資料即可下水活動。開放下水時間，冬季為每日6時30分至17時30分，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。

(四)金獅湖風景區

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，113 年 7 月至 114 年 1 月遊客人數約 4 萬 8,077 人次。

(五) 澄清湖風景區

1. 澄清湖風景區整建工程

整建園區兒童親水主題遊憩場，優化淡水館 2 樓展示區，導入水資源教育概念，打造可以學習的自然遊戲空間。（預計 114 年 12 月完工）

2. 烏松濕地

補助「社團法人高雄市野鳥學會」認養烏松濕地，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；同時引入智慧導覽系統，QR-Code 導覽資源建置並結合語音解說，提供遊客更便利之旅遊導覽服務。

(六) 寶來花賞溫泉公園

規劃有 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，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的觀光資源。

(七) 月世界風景區

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，滿足風景區觀光遊客需求，提升當地民眾更佳的生活機能。

(八) 「崗山之眼」園區

1. 崗山之眼遊憩品質提升工程

為擴大崗山之眼園區觀光效益，規劃打造園區第一平台入口迎賓區，並擴建原售票亭，營造新的眺景和室內休憩區；改善周邊登山步道指標牌，提升整體觀光機能，於 114 年 2 月 17 日開工。

2. 委託專業廠商經營管理崗山之眼園區第一、四平台，提供飲品輕食及在地特色伴手禮服務，滿足遊客多元需求，113 年 7 月至 114 年 1 月遊客人數共 6 萬 4,178 人次。崗山之眼園區於 114 年 2 月 10 日起配合「崗山之眼遊憩品質提升工程」進行整建休園，整建完成後將另行招商，委託民間專業廠商經營管理崗山之眼園區市集區及天空廊道，預計朝品牌化模式營運，期引進民間優質資源，強化特色服務並創意活化園區。

(九) 營造風景區 2025 新春打卡點

為迎接 114 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蛇年春聯，並設計具有景區特色之蛇年春聯供遊客索取；除成功打造新春打卡點，也讓各景點增添新春喜氣。

(+)其他景區觀光建設

1.觀音湖內埤生態廊道營造工程

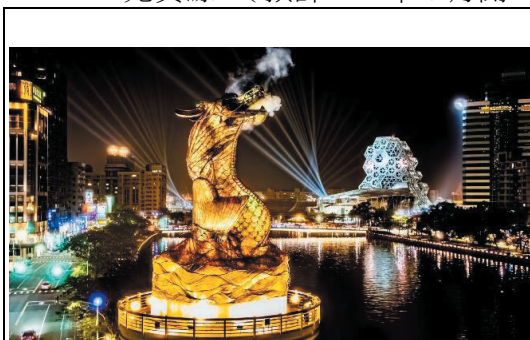
為發展觀音湖及觀音山生態休憩旅遊帶，串聯觀音湖內埤原有環湖步道及堤頂步道，並建置觀音湖入口處公廁、戶外生態解說場域及休憩平台，營造生態棲地及溼地景觀，完善觀音湖遊憩功能。(113 年 11 月完工)

2.觀音山登山步道改善工程

為優化市民登山環境，改善觀音山老舊登山步道階梯、欄杆、指標及環保公園廣場鋪面與公廁，提升觀音山觀光價值。(預計 114 年 9 月完工)

3.美濃湖環境營造工程

規劃打造開花喬木主題特色場域，優化水雉工作站周邊生態遊憩設施及東西岸觀景平台，並整合全區指標系統，增進景區旅遊友善度及生態觀光資源。(預計 114 年 6 月開工)



90 年高雄燈會主燈「鰲耀龍翔」展出 24 週年



小樹市集-愛河畔舉辦



壽山風景區-龍巖冽泉涼亭及平台修繕



114 年龍虎塔全新亮相

	
<p>澄清湖風景區整建-兒童親水主題遊憩場示意圖</p>	<p>114 年新春打卡點-崗山之眼</p>
	
<p>觀音湖湖岸平台</p>	<p>觀音湖環潭步道</p>

五、動物園營運與發展

(一)壽山動物園服務升級

- 1.新動物園運動提升園區休憩品質及動物福祉，遊客對園區整建反應熱烈，113 年遊園人數達 86 萬 26 人，相較於整建前，呈現 40%的成長幅度。114 年春節期間更是吸引超過 6 萬人次入園參觀。
- 2.動物園重新開幕後，因例假日遊客數較多，為避免周邊交通造成衝擊，及解決停車場停車格不足的狀況，本局積極與府內相關單位密切討論交維措施，便利民眾選擇來園交通工具，包含於動物園官網及臉書粉絲專頁大力宣導搭乘大眾運輸來園，並協調 56 號公車加密行駛班次及給予乘車優惠。更於 113 年連假及暑假期間每周例假日，於鼓山二路公有停車場闢接駁專車，提升民眾來訪便利性。
- 3.持續與 ibon、Klook 及 KKday 等票券平台合作，提供多元購票管道，同時亦促進票券無紙化，為永續旅遊盡一份心力。
- 4.於「辜嚴倬雲植物保種中心」協助下，於園區動物棲地及遊客休憩空間種植較為稀有並符合環境條件的植栽，營造獨特的綠帶空間，114 年春節期間於動物園大門口種植稀有的鳳梨科植物，營造新年喜氣氛圍，讓

園區遊客在觀賞動物下同時欣賞植物的美好。

5. 園區持續發展智慧運用

- (1) 113 年再次與亞旭電腦公司合作，爭取經濟部產業發展署「產業升級創新平台輔導計畫」，使用 AI (ChatGPT)、Kinect 體感辨識、4K 高畫質影像空拍等技術，113 年 11 月向數位發展部申請行動寬頻專用電信網路審驗，預計於 114 年 3 月推出多款具教育意義之智慧應用項目。
- (2) 與工研院電子與光電系統研究所合作，申請「亞灣 5G AIoT 場域應用選題：智慧觀光」計畫經費，於台灣黑熊廊道設置可旋轉式透明螢幕與動物動態追跡，解決動物休憩遮蔽造成遊客無觀賞標的之情境。並透過高頻寬即時影像傳輸、結合動物姿態辨識，穩定提供良好 AR 顯示互動服務品質，該設備於 113 年 12 月開始測試使用，114 年春節期間帶動一波互動使用風潮。

(二) 營運管理成效

積極改良壽山動物園軟硬體設施介面，提升整體遊憩品質，進行動物生活環境改造與展場營造，加強與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) 改善園區服務中心及解說教育中心電力系統，提供穩定電源，以資增設更多販賣機等遊客服務設備。
- (2) 為防止野生鳥類撞擊園區展場玻璃受傷，參考臺北市立動物園及諮詢野鳥協會等專家建議，在園區玻璃參觀面張貼防鳥撞擊貼紙，保護棲地內野生鳥類。

2. 動物飼養管理及交流合作成效

- (1) 為充實園區展示物種，並引進多元基因，增加園區既有族群繁衍機率，與 Xpark 合作，於 113 年 3 月份引進一對水豚，在完成檢疫程序後與園區既有水豚進行併群配對，114 年 1 月順利繁衍後代。同時亦積極與臺北市立動物園、六福村野生動物園洽談，預計於 114 年引進狐獾、美洲野牛、非洲獅及孟加拉虎等動物，並持續與屏科大野生動物收容中心洽談紅毛猩猩之交流引進。
- (2) 運用動物認養經費提供園區動物更多元、更符合野外食性的食材，增進營養均衡性，同時藉由較少接觸的食材刺激動物採食意願，促進探索、覓食及採食行為，達到動物行為豐富化效果。
- (3) 積極改善園區展示場棲地，於動物內舍或展場圍籬增設防猴網或電圍籬，避免獼猴搶食食物，維護動物健康。斑馬展場改善出入口地坪，避免泥濘，保護動物腳部健康。狐獾展場改善砂質地，補充花土增加

硬度，提供狐獴挖掘地道空間躲藏，以符動物習性。印度大犀鳥及豬尾猴展場更新增遮陽板，提供舒適環境。侏儒河馬水池更換高密度遮陽簾，減少日照直射動物眼睛。優化友禽天地水池循環系統，提供水禽類自在戲水空間。

- (4)參加台灣動物園暨水族館協會（TAZA）2024 動物行為豐富化比賽，於馬來猴及紅毛猩猩展區設置餵食遊具，增加動物採食難度，達到行為豐富化效果，榮獲比賽佳作肯定。
- (5)與高雄市政府農業局合作，協助野生動物收容救傷，113 年 1 至 12 月總共協助救傷 25 種 130 隻野生動物，其中不乏珍貴的魚鷹、黑面琵鷺、蜂鷹等特有保育類物種，協助動物重返自然棲地，落實動物園保育功能。並於本年度持續協助市府農業局執行台灣獼猴安置收容計劃，收容無法重返野外之台灣獼猴。
- (6)積極與國際動物園夥伴交流合作，113 年 4 月派員參加東南亞動物園暨水族館協會（SEAZA）於泰國舉辦之動物福利評鑑人員訓練，該協會近年推動協會會員的動物福利評鑑，園方亦於 7 月針對第一線動物照護人員安排教育訓練，讓同仁對於 SEAZA 的動物福利標準都能清楚了解。
- (7) 113 年 9 月壽山動物園與台北動物園共同舉辦「2024 動物環境豐富化及 Keeper' stalk 工作坊」，吸引全台近 50 位保育員齊聚壽山動物園，共同學習解說技巧及實作動物環境豐富化道具，不僅提升保育員的專業能力，也激發他們對動物保育的熱情，同時將動物園保育工作價值，透過第一線保育員解說來傳達訊息，擴大動物園影響力。
- (8)加強與在地獸醫院及屏東科技大學等醫療單位合作，充實園區醫療設備及人力；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，並將醫療成果整理記錄，與其他單位進行經驗交流。
- (9)為收容蓮池潭烏龜池的外來種烏龜，整建馬來熊展場水池，打造合適棲地，並於 113 年 12 月進行移置作業搬回園區，進行隔離檢疫，預計 114 年搭配工程完成後進行展示。

3.教育推廣與行銷活動

113 年下半年度園區結合節慶辦理多場行銷教育活動，同時與其他單位共同舉辦教育活動，將保育觀念觸角擴及更深更廣。另為提升入園人數，動物園推出暑假期間全國 12 歲以下兒童免費入園優惠措施，並與福容飯店、福華飯店、御宿商旅、河堤商旅、花鄉旅館、鬚嗨文旅集團

等 28 間旅宿業者推出暑期動物園住房專案，共創雙贏。同時動物園積極與企業洽談合作，共同行銷並開發聯名商品，加強行銷力道：

- (1)結合萬聖、聖誕等節慶，在園區辦理變裝派對大遊行、走秀比賽、植物樹葉及種子手做 DIY，氣氛熱鬧吸引遊客前來，並成功行銷動物園。
- (2)針對國際旅客加強行銷動物園。8 月透過合作的飯店業者邀請泰國網紅來園體驗並拍攝宣傳影片，也攜手交通部觀光署、康福旅行社等，辦理 2 場馬來西亞穆斯林踩線團來園區體驗，皆得到正面肯定與迴響，成功行銷動物園。
- (3)持續與高雄科技大學合作，辦理「2024 設計未來式」動物主題商品提案競賽，透過學生的創意，開發更具創意思維，及兼具園區特色、可行性之紀念商品。11 月舉辦商品設計成果發表，邀請獲獎設計團隊分享創作理念，與「響座劇場」合作推出動物同理心肢體體驗，並舉辦動物糞便再利用體驗活動。後續將安排得獎作品生產並在園區紀念品店供民眾選購。
- (4)為響應聯合國永續發展目標（SDGs），壽山動物園邀請漂流木藝術家王偉權打造高達約 2 米「萌萌的守護者」－狐獴演奏樂器的藝術裝置，成為園區最吸睛的打卡點，透過藝術作品傳達環境永續與動物保育理念。另園區亦利用風災傾倒的樹幹樹枝打造雪人及麋鹿等聖誕節藝術裝置，擺放園區增添過節氣氛，於聖誕節活動時吸引大人小孩拍照留念。
- (5)為持續向下扎根推廣動物保育觀念，12 月與福華飯店合作，至茂林國小舉辦「偏鄉有愛書香營養午餐活動」。園方以動物小學堂形式將食蛇龜、紅腿象龜等動物帶至現場與學童互動，分享相關知識，課程生動活潑引起熱烈迴響。
- (6)與 Xpark 合作，於 7-8 月在 Klook 平台獨家推出特惠之雙園聯票，可憑雙園聯票票根享有園區內餐飲及紀念品優惠，達到共同行銷之效。
- (7)為感謝動物認養人對動物園的支持與愛護，園方舉辦動物認養人回娘家參與動物環境豐富化的道具設計創作，讓認養人感受親自為動物盡一份心力的滿足及成就感。
- (8)園區與「嗨!營業中」、「效廉出發吧」及「阿猴出任務」等多檔知名綜藝節目合作，透過藝人介紹園區明星動物及亮點設施，體驗園區保育員工作，正面宣傳動物園觀光魅力及保育成果。
- (9)園區委託專業團隊辦理教育營隊，設計多元化的課程，規劃國小學童的教育營隊及適合親子共同參與的動物園露營體驗活動課程，滿足遊

客不同的需求，113 年共計辦理營隊 203 梯，總計 4,314 人次報名參加。

4.台灣獼猴友善共存教育宣導

壽山地區為台灣獼猴的自然棲地，區域內常見野生獼猴活動，近年來因人類不當餵食導致獼猴族群靠往登山步道之區域覓食，因動物園緊鄰壽山故常見獼猴群於園區活動，並已養成向人索取食物之習性，故來園遊客若手提袋裝食物，易遭獼猴騷擾搶食。壽山動物園肩負保育、教育責任，為建立遊客正確保育觀念並防止遊客遭獼猴騷擾搶食，園方積極採取下列措施，以期建立人猴友善共存環境：

- (1)設置解說告示牌面及園區廣播：在園區廣設告示牌面提醒民眾將食物收妥於不透明包包內，並與「台灣獼猴共存推廣協會」合作，輸出解說牌面向遊客介紹台灣獼猴的習性以及正確應對方式，建立民眾正確保育觀念。同時於每小時進行雙語全園區廣播，持續提醒民眾注意。
- (2)安全維護小組：由保全及志工組成安全維護小組，近期已加強巡邏、宣導頻率，遇到民眾手提食物主動上前提醒，並在獼猴搶食當下介入提供協助。113 年在園區人力許可情況下更進一步到門口公車亭進行宣導，114 年春節期間特地派員至接駁車乘車處宣導，多方宣傳降低民眾步行至園區時遭獼猴搶食的機率。
- (3)拍攝獼猴防治宣導影片：邀請市府發言人來園區拍攝獼猴防治宣導影片，上傳壽山動物園臉書等平台供民眾點閱，傳遞來園防猴妙招，並建立正確人猴相處觀念。
- (4)提供室內用餐區：為避免民眾於室外用餐遭獼猴騷擾，園方提供一室內共食區，讓攜帶食物入園的遊客有安全的地方用餐。
- (5)辦理獼猴宣導活動：與「台灣獼猴共存推廣協會」合作，在園區周邊道路及園區內辦理獼猴宣導活動，以生動活潑的方式傳遞遊客獼猴小知識，使民眾了解並願意共同愛護獼猴。
- (6)提供防猴背包租借服務：與「台灣獼猴共存推廣協會」合作，於園區服務中心提供防猴背包供遊客借用，將食物收妥有效避免獼猴搶食。
- (7)設置防猴垃圾桶：考量園區垃圾桶亦為獼猴覓食熱點，參考國內其他森林遊樂區作法，將於園區設置防猴垃圾桶，保持環境清潔並保護獼猴健康。
- (8)水彈槍協助嚇阻獼猴：113 年 11 月園區導入市府農業局推薦的水彈槍進行園區獼猴搶食時的嚇阻工具，同時不會對獼猴造成傷害，在人猴友善共存中取得平衡。

(9)加強違規取締：與市府野生動物權管部門－農業局密切合作，針對壽山地區違法餵食野生動物之行為加強蒐證並依法開罰，遏止餵食風氣，建立人猴正確相處模式。

(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，113 年編列 1 億 5,939 萬元，114 年再編列 1 億 2,207 萬 8,000 元投入園區建設，截至 114 年 1 月底工程進度 86.65%，預計 114 年 8 月完成園區開發。
- 2.本局同時積極辦理內門觀光休閒園區營運招商作業，本案採 ROT 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，113 年 7 月進行政策公告，9 月舉行地方公聽會，12 月辦理上網公開徵求，114 年 1 月召開甄審會選出最優申請人，預計 114 年度第一季完成招商簽約程序。
- 3.內門觀光休閒園區採低度開發模式，規劃為親子、多元休憩、親近可愛溫馴動物並結合地方文化特色之觀光休閒園區。除串連東高雄區域旅遊軸帶外，本園區計畫提供內門區舒適、新穎又具教育內涵的戶外公共遊憩空間，未來將規劃與內門在地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。

	
<p>「2024 動物環境豐富化及 Keeper' stalk 工作坊」</p>	<p>萬聖節大遊行及變裝走秀</p>
	
<p>馬來西亞穆斯林踩線團來園區體驗</p>	<p>引進水豚與園區既有族群配對</p>

	
協助農業局收容保育類野生動物黑鳶	114 年春節園區志工進行防猴宣導
	
進行園區動物與收容救傷動物疾病診療	內門觀光休閒園區施工現況

參、未來工作重點

- 一、積極參加東南亞、東北亞國際旅展，辦理高雄國際觀光推廣活動，與不同目標市場之大型組團社、線上旅行社（OTA）等合作推介高雄旅遊產品，積極行銷高雄國際觀光品牌。
- 二、配合世界綠色運輸趨勢規劃「高雄好玩卡」，同步發行實體卡與數位卡，並輔導旅館取得星級評鑑及具在地特色民宿合法化，落實性別友善旅宿，推動環保旅宿，響應減碳淨零新旅行概念。
- 三、辦理城市節慶活動，帶動在地特色及觀光吸引力，並提升城市觀光經濟產值。
- 四、打造東高雄旗美九區觀光旅遊廊道，推動寶來、不老及原鄉地區觀光產業發展，輔導溫泉產業及露營場合法化。
- 五、加強旅宿業督導管理及提升其服務品質，輔導市區、原住民及偏鄉地區等具在地特色之民宿、露營場合法設立。
- 六、推動「灣區大港·旗津領航」旗艦計畫，整體提升旗津及愛河灣場域觀光軟

- 硬體設備與服務，串聯亞洲新灣區形成觀光旅遊軸帶。
- 七、提升崗山之眼遊憩品質，打造景區新意象，擴大觀光效益以達永續經營目標。
 - 八、維護景區設施及環境，營造優質休憩旅遊環境，並持續引入民間資源及活力，推動風景區公有設施委託經營管理，增進觀光經濟效益。
 - 九、改善動物園軟硬體設施，提升遊憩品質，並加強與其他動物園交流合作，豐富園區展示物種，提升動物照養及保育成果。
 - 十、持續推動內門觀光休閒園區計畫，促進旗美地區之觀光休閒產業暨經濟活絡，提升區域整體觀光效益。

肆、結語

觀光局肩負打造高雄成為國際觀光城市重任，除與觀光公協會及相關局處共同努力搶攻國旅商機外，更積極爭取海外旅客觀光市場，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、打造友善觀光遊憩環境、營造景區特色氛圍及優化串聯觀光旅遊帶等策略作為，期能打造優質觀光產業鏈以搶占市場先機，再創本市觀光旅遊榮景。

敬請各位議員先進持續給予觀光局更多支持與鼓勵，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