第 1 號 類別：教育

案　　由：請審議教育部核定補助市府運動發展局辦理「樂活港都 山海河港遊高雄」計畫，經費計 360 萬元（中央補助款 300 萬元，市政府配合款 60 萬元），擬先行墊付執行案。

委員會審查意見：一、同意辦理。

二、附帶決議：建議未來經費分配應以增加補助實際遊程為主要方向。

大會決議日期：114 年 12 月 15 日

大會決議會次：第 6 次定期大會第 39 次會議

大會決議內容：一、同意辦理。

二、附帶決議：建議未來經費分配應以增加補助實際遊程為主要方向。

復 文 字 號：114.12.18 高市會教字第 1140015786 號函

附　高雄市政府提案

案　　由：敬請審議教育部核定補助「樂活港都 山海河港遊高雄」，中央補助款 300 萬元及本府配合款 60 萬元，總經費 360 萬元，擬先行墊支執行案。

說　　明：

一、依據教育部 114 年 8 月 29 日臺教授體字第 1140101317H 號函辦理（附件 1）。

二、本案業經本府 114 年 9 月 30 日第 737 次市政會議審議通過。

三、旨揭計畫獲教育部體育署（現為運動部）核定補助 83.33%計 300 萬元、本府配合款約 16.67%計 60 萬元，合計 360 萬元，因未及納入 115 年度預算，擬以墊付款方式辦理。

四、本案符合「各機關單位預算執行要點」第 44 點第 4、6 款、第 45 點及第 46 點規定，為避免因預算動支影響補助，擬依前開要點規定提請墊付，由運動發展局納入 115 年度追加（減）預算或 116 年度補辦預算轉正。

五、檢附提請先行墊付執行計畫明細表 1 份（附件 2）。

辦　　法：本案審議通過後，請准予先行動支，並由運動發展局納入 115 年度追加（減）預算或 116 年度補辦預算轉正。

檔　　號:
保存年限:

教育部 函

地址：104703臺北市中山區朱崙街20號
聯絡人：曹曜弼
電話：02-87711829
傳真：02-27520200
電子郵件：imryan@mail.sa.gov.tw

受文者：高雄市政府運動發展局

發文日期：中華民國114年8月29日
發文字號：臺教授體字第1140101317H號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：
附件：

主旨：所報「樂活港都 山海河港遊高雄」經費補助申請案，復如說明，請查照。

說明：

一、復貴局114年8月4日高市運綜字第11431210300號函。

二、旨案核定補助經費、項目、撥款方式及應配合事項如下：

(一)核定補助經費：新臺幣300萬元(補助比率：83.33%)。

(二)核定項目：規劃費。

(三)撥款方式：

1、第1期補助款（30%）：於核定後1個月內或完成發包後(如有涉及採購發包項目)，檢附匯款資訊、納入預算證明、教育部補助地方政府經費請撥單及調修後計畫書函送請款，逾期提送者，本部體育署得逕予撤銷補助。

2、第2期補助款（70%）：於計畫執行完竣後1個月內，檢附匯款資訊、收支結算表及相關成果報告文件函報本部體育署，經審核通過後撥付。

運動發展局 1140829
11431350300

(四)另請依規劃期程完成應辦事項，並於規定期限內函送相關文件或請款作業，案涉媒體政策及業務宣導部分，請依預算法第 62條之1規定及其執行原則辦理。

正本：高雄市政府運動發展局
副本：電子公文交換章 2025/02/20 14:54:16

高雄市政府 114 年度提請先行墊付執行計畫明細表

執行機關：高雄市政府運動發展局

計畫名稱	先行墊付金額(元)			補助單位	補辦預算情形
	中央補助	市府自籌	合計		
樂活港都山海河港遊高雄	3,000,000	600,000	3,600,000	教育部體育署（現為運動部）	115 年度追加（減）預算或 116 年度補辦預算轉正
總計	3,000,000	600,000	3,600,000		

高雄市政府推動發展地方特色運動觀光遊程補助修正計畫書

樂活港都 山海河港遊高雄

計畫總經費：3,600,000元
主辦單位：高雄市政府運動發展局
中華民國114年8月

高雄市政府推動發展地方特色運動觀光遊程補助計畫書

樂活港都 山海河港遊高雄

壹、依據

「教育部運動發展基金補助直轄市縣（市）政府推動發展地方特色運動觀光遊程實施要點」第4點辦理。

貳、 推動運動觀光遊程之目標

(一)遊程背景與發想

高雄市幅員遼闊，族群多元，氣候四季宜人，坐擁豐富的山、海、河、港天然魅力景觀，同時擁有最多元化的交通運具，此外，113年高雄市規律運動人口37.4%，為六都第2，為滿足市民的運動需求，高雄市政府近年積極布建運動中心、優化運動場館設施、籌辦國際運動賽會及發展屬地主義的職業球隊等，充實運動基因，除辦理豐富的品牌運動賽事外，亦積極推廣全民運動，如推廣路跑、騎行、水域、身心障礙運動會等多面向體育活動。「樂活港都 山海河港遊高雄」運動觀光計畫，旨在整合高雄豐富的運動特色與觀光資源，規劃獨特的旅遊行程。我們以三大運動基因發想為願景來進行：

1. 推動全齡水域活動

每年為期三天的愛河端午嘉年華暨龍舟錦標賽，是高雄行之有年的水域品牌賽事，113年成功吸引超過165支龍舟隊伍、28萬觀賽人次，今(114)年也達到超過3,500人參賽、22萬觀賽人次的盛況。115年的賽事將持續為高雄帶來熱鬧與活力，此外，每年的SUP立式划槳邀請賽、城市盃龍舟錦標賽、大港創意造筏大賽等，成功創造話題，吸引民眾親自參與或熱衷觀賽，都是有助高雄成功打造運動觀光城市的指標性水域活動。

2. 使用數位科技推廣運動觀光

本局將持續推廣「走跑高雄3.0+」運動政策，透過爭取體育署補助經費，運用

現代數位科技鼓勵更多民眾參與健走、慢跑及登山運動。這項政策的使用人數持續穩定成長，本計畫將規劃數條結合「走跑高雄活動」及在地深度旅遊的觀光路線，並鏈結跨局處祭典活動資源，如文化局、觀光局或農業局主辦之季節性活動，推出用腳步認識高雄的遊程活動。

3. 打造運動平權環境

本局在推動運動平權上不遺餘力，高雄馬拉松、愛河端午龍舟錦標賽納入性別與自強組別，擴大參與族群，今年3月也成功舉辦了全國原住民族運動會，充分展現運動觀光補助計畫成效，今年預計於7月初再辦理2025年高雄市國際帕拉桌球挑戰賽，明年則將於5月舉辦「2026高雄亞洲同志運動會」，展現體育與文化交融的獨特魅力，因此，將持續自各項運動基因中延伸運動平權概念，打造全民及全齡健康城市。

(二)發展目標

本案預計自115年度起規劃豐富的運動遊程，鏈結高雄特色觀光、品牌賽事及高雄特色運動基因，打造「運動旅遊、首選高雄」的品牌，包括藉由遊程行銷高雄在地品牌水域賽事，提升本市走跑高雄全民運動政策參與度，鼓勵多元族群嘗試運動，自由挑選喜愛觀賽或多元體驗的運動項目。

同時藉由專業行銷團隊，加強高雄運動賽事活動曝光，發展在地特色運動旅遊行程，強化遊客對於高雄運動旅遊好感度，並協助落實本市運動政策推廣。

參、運動觀光遊程內容

遊程規劃將運動、小旅行、住宿、交通一網打盡，提供遊客一站式的便利服務，並優化遊程無障礙空間及設施等友善服務，如接駁車無障礙設計及規劃具無障礙廁所景點等，提供各式年齡層及族群輕鬆參與，費用初步規劃可配合體育署青春動滋券使用(折抵遊程費用)，惟費用及遊程將依實際執行狀況酌予調整，僅為初步規劃內容，將依據實際執行狀況調整套裝行程。

（一）遊程規劃—結合高雄高度/廣度/深度的山海河港城旅行

高雄擁有豐富的山海河港資源，水域運動盛行，可結合熱愛健走慢跑的的走跑高雄的跑者，來場秘境的「樂活港都 山海河港遊高雄」遊程，邀請運動愛好者深入走訪高雄運動觀光景點，樂遊高雄。

針對搭乘大眾運輸前來之旅客，本局規劃結合旅行社量能，由旅行社提供巴士接駁服務，統一由旅行社接送旅客運動及觀光地點的便利一日遊，利於民眾享受暢通服務。

1. **高度旅行—登山凹鬥圍・攻頂挑戰 ＋ 專人導覽/社區走踏**

   挑戰高雄小百岳：高雄富有眾多盛名的小百岳，包含：西阿里關山、藤枝山/東藤枝山、白雲山、鳴海山、旗尾山、大崗山、觀音山、壽山（柴山）等，遊程結合走跑高雄任務，挑戰高雄小百岳健行，用不同的高度看高雄。

   主題遊程：回顧 114 年度本局執行「雄原味運動觀光遊程」，深受遊客喜愛的熱門路線「大崗山田寮秘境漫步遊」及「旗尾山客庄走讀漫旅」好評開團，帶領遊客深入社區、走訪秘境。

2. **速度旅行—港都水域體驗.親子一起划吧**

   高雄一年四季適合玩水，結合高雄水域品牌活動或愛河海洋派對，如龍舟、SUP、獨木舟等城市經典水域活動，深入走訪亞灣區及鹽埕特色必比登美食，規劃「小舵手出航去」親子龍舟體驗活動。

3. **深度旅行—河溪解放圍·探訪高雄溪谷秘境體驗**

   挑戰高雄秋冬限定秘境·最狂滑水道的茂林至情谷，來場輕溯溪挑戰，感受跋山涉水的體感樂趣，同時探訪茂林部落的山嵐美景、溪谷風光，大啖部落美食，一覽原鄉區風光。

4. **寬度旅行—結合在地跑團.跑遍港都**

   結合走跑高雄，鼓勵在地跑團一起來 run 遊高雄挑戰向度探行，提供運動補給品，一起邊走邊跑享受微風輕拂的慢活高雄，同時解鎖 APP 任務獲得抽獎券，將好禮帶回家，用雙腳丈量高雄山海河港的寬廣與長路。

（二）遊程費用分析

高雄市擁有天然山海景緻，並有豐富的運動基因，考量過往辦理運動觀光行銷經驗，民眾積極參與將以 1 日遊為主，將推出數條遊程，1 日遊費用約 800 元/人，費用含接駁、住宿、遊程、門票、餐食及保險等，其餘由本補助計畫支應，不包含遊程中遊客個人消費。

（三）宣傳行銷

結合市府相關社群網路平台，連結賽事、活動網站，建置運動觀光專區，促進各項不同運動領域民眾體驗運動的深度及廣度體驗。以專業行銷帶動運動賽會及政策參與度，協助宣傳 2026 年高雄愛河龍舟嘉年華、走跑高雄 3.0+政策，同時期盼雙向增加本局社群平台知名度，提高高雄各項運動賽事關注度並擴大體育運動政策宣導量能及活動曝光度，創造運動觀光雙贏，打造全齡樂活港都。

結合社群圖文、短影音等宣傳製作物，另再視預算規劃結合平面廣編、廣播等多元廣告投放，大量曝光運動賽事及觀光規劃遊程方案，促進高雄運動觀光產值。

肆、相關資源整合及配套措施

（一） 運動元素

1. 高雄辦理眾多經典品牌賽事，例如高雄富邦馬拉松、國際自由車環台公路大賽、大高雄經典百K、高雄羽球公開賽、高雄霹靂舞國際大賽等，以及愛河端午龍舟、SUP、獨木舟、海洋派對等，具備多元運動基因，從陸域暢玩到水域。
2. 推廣全民運動、落實運動科技政策，例如向體育署爭取補助執行的「走跑高雄」計畫，將邁向 3.0+階段，已逐年完善並大幅增加參與民眾，透過科技與智慧裝置的應用，鼓勵民眾投入健走、慢跑或登山運動行列。
3. 延伸運動平權概念，除常態性辦理的身心障礙運動會，高雄富邦馬拉松也規劃了視障、輪椅組別，持續推動運動賽事平權，115 年更將辦理 2026 高雄亞洲同志運動會，展現高雄落實運動平權的核心價值。

（二）跨域(部會、地區)資源整合

整合高雄相關局處，盤點高雄市獨有的觀光及運動資源，尋求異業合作，創造運動觀光多元化，吸引人潮促進區域發展。本案將以每年5-6月辦理

的2026高雄愛河端午嘉年華暨龍舟錦標賽為主軸活動，規劃鏈結本市「走跑高雄」運動政策，推出運動賽會結合運動基因之優惠套裝遊程，提高民眾久留觀光旅遊誘因，開發高雄在地特色運動遊程路線，達成運動加乘觀光雙贏效益，讓遊客來高雄不僅是體驗運動看比賽，也駐足高雄觀光旅遊，自由選擇體會高雄市特有山海河港魅力。

跨域單位	資源整合內容
教育部體育署	結合運動 i 臺灣或申請體育署補助經費執行的品牌國際賽事或運動科技政策計畫執行，並可搭配青春動滋券促進運動經濟。
數位發展部	結合中央資源落實運動科技產業發展，申請參與相關計畫，精進高雄運動科技政策應用。
農業部林業及自然保育署	結合農業部的森林療癒師認證平臺，請益森林療育師相關執行經驗，俾提升本案登山健行之高度旅行活動深度。
高雄市政府運動發展局	盤點高雄市各項在地運動基因，結合賽事帶動觀光效益，打造從都會到偏鄉的港都旅遊體驗。
高雄市政府觀光局、新聞局、文化局及農業局等	協助媒合高雄在地觀光資源，盤點大高雄食、宿、遊、購、行等觀光產業鏈，深度解析港都山海河港城市樣貌。另與農業局合作，推廣特色農特產及伴手禮。
高雄市政府社會局	協助媒合及優化高雄多元族群友善環境及設施服務，以提升遊程全民參與親民程度。
高雄市政府資訊處	協助資訊科技政策整合，完善運動科技發展，優化數位科技推廣廣運動觀光。
區公所	最了解高雄在地特有文化、風土民情及社區資源，可協助引薦專業導覽解說服務及安排文化體驗活動，讓遊客體驗秘境又道地的地方特色。

大專院校	高雄具有多間設有運動休憩及水域活動相關專業的大專院校，例如中山大學、高雄科技大學等，透過官產學合作，優化本次賽會及遊程服務。
高雄市體育總會及相關委員會	與專業體育團體合作，例如高雄市體育總會、高雄市體育總會龍舟委員會、高雄市體育總會立式划槳委員會等單位，共同提供民眾親近水域活動所需知識與技能。

（三） 地方觀光亮點結合

高雄具有山海河港天然景致，從都會區玩到東高雄、原鄉區，陸域、海域處處有亮點，捷運、輕軌、Ubike等綠色交通運具亦十分發達，本案將規劃帶領遊客輕鬆體驗「山海河港遊高雄」，慢活、慢旅、慢食的放鬆之旅，一玩就上癮。

1. 食：

【都會區】河港海鮮、眷村及鹽埕區古早味美食

【原鄉區】 原住民部落風味餐

【東高雄】 客家美食粄條及擂茶

2. 宿：

【都會區】河景飯店、眺望高雄百萬夜景飯店

【原鄉區】 部落渡假村、露營區

【東高雄】 寶來不老溫泉度假飯店

3. 遊：

【都會區】蓮池潭風景區、旗津西子灣區域、亞灣區愛河灣、駁二藝術特區、大港橋、流行音樂中心等

【原鄉區】 茂林林道、茂林情人谷、多納部落、錫安山神木教育參訪等

【東高雄】 漫步美濃中正湖畔、旗山老街、旗山糖廠等田園山嵐風光

4.購：

【都會區】駁二藝術特區、中央公園(新堀江)商區、巨蛋(瑞豐夜市)商圈

【原鄉區】DIY原民特色手工藝產品

【東高雄】 美濃民俗村、DIY手做油紙傘、香蕉伴手禮

5.行：體驗豐富多元綠色運具(捷運、輕軌、渡輪、旗美國道快捷公車)

【都會區】高雄燈會(2月)、岡山籃藿會(4-5月)、旗津風箏節(暑期)、海洋派對(7-8月)、高雄左營萬年季(10月)、大港閱冰等特色節慶

【原鄉區】 茂林紫蝶幽谷雙年賞蝶季(10-2月)、山城花語溫泉季(11月-1月)、拉阿魯哇族聖貝祭(2月底)、那瑪夏螢火蟲季(3-4月)、卡那卡那富族河祭(春夏之際)或茂林祈雨祭(4月)等特色祭典

【東高雄】 秋季美濃水圳漫旅藝術節或旗山香蕉文化節及冬季六龜溫泉季

伍、執行進度及期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 12 月 31 日，預計自經費核定並納入預算起，陸續規劃高雄在地運動觀光遊程等，展現高雄在地特色。

陸、 經費分析

(一)資金需求

項次	項目	原價	數量	單位	複價	體育署補助(88%)
1	樂活港都 山海河港遊高雄-規劃費	2,600,000	1	式	2,600,000	
2	樂活港都 山海河港遊高雄-行銷費	1,000,000	1	式	1,000,000	
					3,600,000	3,600,000 * 88%=3,168,000 補助3,000,000為上限

(二)籌措方式

教育部體育署專款補助核定新臺幣 360 萬元，市府自籌 60 萬元，共計 360 萬元，未重複補助。

柒、預期效益

(一)推動民眾接觸地方觀光人次

1. **年度活動總觸及：預計 60 萬人次以上**。計算參考基準為高雄水域品牌賽事及運動科技計畫推動成果，2025 端午龍舟嘉年華共計 22 萬人次參與，另「走跑高雄 2.0」113 年已達 41 萬運動人次
2. **運動觀光經濟產值：超過 1 千萬元以上。**

(1) 參考 112 年度本局執行 Redbull 羽球鬥拍決賽約帶來 173 萬運動觀光經濟、2024 年愛河龍舟嘉年華結合運動觀光則達約 976 萬運動觀光經濟等成功案例，共計帶來約 1149 萬元運動觀光效益。

＊Redbull 羽球鬥拍決賽參考交通部觀光署 2022 臺灣旅遊狀況調查報告每人每次平均旅遊支出-依旅遊天數分析，所帶來運動觀光經濟為：1,158 元*657（1 日遊人次)+3,831 元*134（2 日遊人次)+ 6,757 元*29（3 日遊人數次)+9,626*28(4 日遊以上人次)，共計 173 萬 9,641 元

*2024 年愛河龍舟嘉年華則參考交通部觀光署 2022 臺灣旅遊狀況調查報告，依照連

續假期旅遊日進行估算，1 日遊佔 60%、2 日遊佔 25%、3 日遊佔 15%，以平均國民旅遊每人平均花費為 1,229 元進行計算，預估 1 日遊 3,074 人次旅遊消費金額達 377 萬 8,438 元、2 日遊旅遊 1,281 人次消費金額達 314 萬 8,698 元、3 日遊 769 人次旅遊消費金額達 283 萬 5,303 元，合計運動觀光旅遊消費金額約達 976 萬 2,439 元。

(2) 另參考本局 113 年度結合 114 年全國原住民族運動會執行運動觀光成功遊程及免費接駁車案例，截至 114 年 7 月，估計帶來 412 萬元運動觀光效益。

*114 年原民運運動觀光遊程及觀光接駁車執行，依據 2023 年臺灣旅遊狀況調查報告*每人每次平均旅遊支出(2,396 元)估算，1,154(1 日遊人次)*1*2,396+ 15(2 日遊人次)*2*2,396 +536(1 日接駁車人次)*2,396，共計 412 萬 1,120 元。

(3) 綜上，參考交通部觀光署臺灣旅遊狀況調查報告及本局年度執行成功案例所帶來運動觀光經濟估算，本案 115 年預計擴大結合本市品牌賽事及多元運動政策推出數條經典運動觀光遊程，運動觀光效益可望超過過往執行，預計突破 1 千萬元以上。

(二)曝光率、點擊人數

主要透過本局社群媒體(FB、Youtube、IG)及賽事官方網站加強宣傳，本局粉絲專頁目前已有高達5萬名粉絲追蹤，主要客群為熱愛運動、關注體育賽事的民眾，另走跑高雄亦有專屬網站及APP專頁，加上在地跑團熱情支持，藉由辦理運動觀光行銷遊程及各項體育運動賽事行銷策略，可望加乘運動發展局政策及活動宣傳成效，將運用多元廣告投放帶來總計逾170萬次總觸及(曝光)率，另影音宣傳則預計達200萬次觀看數。

(三)長期效益

本案藉由高雄在地運動賽事吸引觀光人潮，並結合旅遊及住宿套票規劃，短期效益可培養旅客對高雄運動、文化及觀光等有更進一步認識，長期效益可擴大遊客基數，未來仍願意自發性前往高雄觀光，且近年各縣市政府大力推動國內觀光旅遊，運動觀光在高雄極具發展潛力，如善加利用行銷策略創造

水域運動、平權運動、走跑運動之觀光遊程多元化，將可吸引人潮促進區域發展，隨著民眾所得與生活品質逐漸提高，對於休閒品質的要求也日益提升，在運動、觀光、休閒需求提高與經濟利益誘因的雙重因素作用之下，運動觀光產業已具備開創潛力，整合運動及觀光旅遊之創新資源，由人潮引進錢潮，帶動高雄運動觀光產業經濟。

捌、其他規劃及加值應用：

(一)多元化參與

集結高雄市政府與旅宿業者公私合作，並思考多元行銷管道，如網紅、Youtuber或高雄在地運動選手代言；廣邀高雄市大專院校、體育總會單項委員會襄盛舉，跨域結盟，並推展高雄市多元族群，及陸域水域的運動特色基因，加深運動港都品牌形象及促進遊程觀光人流。

(二)創新與創意

透過高雄市吉祥物(高雄熊)延伸設計，結合各式品牌賽事與政策，推出相關城市主題視覺及推出專屬聯名商品，除可深植運動賽會印象，同步行銷本市吉祥物，同時營造高雄熊運動觀光大使形象。

樂活港都 山海河港遊高雄

行銷及宣傳規劃方案

一、 社群媒體行銷

利用本局及大型賽事經營之社群平台(Facebook、Instagram、Youtube、官網等），整合發佈活動宣傳、高雄市觀光遊程及優惠套票資訊等，並透過社群辦理抽獎活動(獎品以本市運動城市相關商品優先)，透過抽獎活動增進活動熱度及貼文互動分享率。

二、 攜手網紅或高雄在地運動選手合作

與網紅、Youtuber 或高雄在地運動選手等具影響力對象合作，邀請成為活動大使進行系列宣傳，由網紅帶路，體驗高雄在地觀光遊程。

三、 多元媒體廣告投放

發布新聞稿及影音素材曝光運動觀光資訊，另於相關活動社群投放網路行銷廣告，並規劃廣播、平面媒體及異業結合等多元廣告方式，大量曝光吸引更多潛在遊客主動參與，提升遊程知名度，加強活動宣傳力度。

四、 宣傳影片

拍攝賽會活動結合在地觀光亮點，或邀請社群平台網紅/運動員拍攝創意影片(或短影音)，宣傳運動賽事及在地旅遊活動，透過本局及網紅自媒體平台流量有效率地推廣高雄運動觀光遊程，宣傳素材瀏覽總數預計突破 200 萬觀看數。

審查建議回應

審查建議	回應內容
一、目標族群與市場定位 （一）聚焦特定族群：提案需明確鎖定目標群體，如年齡、性別、背景等，並針對森林公園定向越野、沙灘排球等活動進行精準規劃，避免內容過於模糊。 （二）高齡族群市場潛力：台灣高齡化嚴重，高齡者觀光客群是一大商機，但現有規劃未充分考慮其需求，未來需加強相關服務。 （三）行銷管道多元化：行銷策略需考慮不同年齡層的偏好，例如高齡者可能偏好Line或FB，而非IG或抖音，以確保訊息有效傳遞。	一、目標族群與市場定位 （一）本案目標聚焦推廣本市全齡水域活動及數位科技運動，並致力打造運動平權環境，p. 2-3。 （二）本案落實推廣全齡運動，業規劃兼顧高齡族群友善的多元遊程，並在無障礙動線、接駁車與導覽流程等方面優化服務設計，提升高齡者參與意願。p. 3-4。 （三）本局113年度執行策略即以FB及LINE@為主要行銷管道，將訊息確實有效傳遞給高齡族群，且本局FB粉絲專頁透過連續兩年運動觀光計畫補助挹注下，粉絲數約成長13,000人，將持續善用本局臉書自媒體及市府官方LINE@加強行銷，另本案為促進全齡參與，業規劃多元行銷宣傳方案，除吸引潛在遊客主動參與，亦加強活動宣傳力度，p. 12。
二、友善環境與無障礙設計 （一）友善服務優化：建議引入數位元科技元素，改善硬體設施（如廁所無障礙設計），並與相關單位合作，提升對高齡者、身心障礙者等	二、友善環境與無障礙設計 （一）為擴大服務多元族群，完善跨域資源整合，參採委員建議，研議與相關中央單位合作優化數位科技，並提升多元族群友善服

族群的服務品質。 （二）特殊族群友善環境：目前許多接駁服務對輪椅族、導盲犬不友善，需加強司機培訓與宣導，避免歧視行為，確保全民參與觀光的可能性。 （三）接駁車無障礙設計：接駁車應配備低底盤與無障礙設施，司機需接受專業訓練，避免對特殊族群造成不便。 （四）全民參與與無障礙設施：各縣市需關注高齡及身心障礙族群的需求，改善公車接駁和無障礙廁所等設施，以提升全民參與度。 （五）無障礙設施的重要性：各縣市需改善無障礙廁所等設施，特別是高齡族	務，p.6。 （二）、（三）、（四）、（五）綜合回應：本案運動觀光遊程落實全齡參與，規劃數條一站式便利的主題遊程，為促進多元族群參與，將參採委員建議，提供接駁無障礙友善服務，另遊程規劃將無障礙設施空間納入考量，以提升全民參與度，p.3-4。
三、活動設計與亮點強化 （一）活動亮點明確化：提案需清楚說明活動亮點，如舞蹈大賽或與大學合作，避免內容過於空泛，缺乏吸引力。 （二）主軸活動設計：活動需有明確主軸（如國際衝浪賽），並圍繞其設計配套行程，吸引特定客群，提升整體效益。 （三）亮點與挑戰：屏東透過東港和屏東市的運動文化營造，如千人瑜珈等活動，成功打造亮點，但需克服	三、活動設計與亮點強化 （一）本案業將運動、小旅行、交通一網打盡，提供遊客一站式的便利服務，結合本市的特色高度/廣度/深度，推出系列山海河港的亮點運動旅行，p.3-5。 （二）本案活動主軸業規劃「愛河龍舟嘉年華」及「走跑高雄3.0+」作為年度主軸，整合城市節慶、品牌賽事及全民運動推廣，並結合運動元素及觀光資源亮點，致力打造運動平權環境，p.2-3、

刻板印象與交通不便的問題。 （四）國際賽事的機會：南灣曾舉辦國際沙灘排球賽，屏東可重新推動此類賽事，提升國際能見度與觀光效益。	p.5-8。 （三）、（四）為針對屏東市審查意見。
四、基礎設施與遊客體驗 （一）遊客承載度考量：需評估在地遊客承載能力，確保大量遊客湧入時能提供優質體驗，並考慮在地服務提供者是否能滿足多元族群需求。 （二）顧客旅程痛點解決：從參與者角度出發，解決交通、接駁等痛點，例如提供無縫接駁服務，確保遊程順暢無阻。 （三）時間與交通安排：屏東需延長活動時間並優化高鐵與台鐵接駁，吸引中北部遊客，克服距離帶來的挑戰。	四、基礎設施與遊客體驗 （一）（二）本局113年度執行推廣主題式運動觀光遊程，成功吸引526位旅客參與主題遊程，透過問卷調查顯示（詳如附件p.19-22），旅客整體滿意度達4.51分（滿分5分），其中遊客對於一站式交通接駁服務評價尤為正面，滿意度高達94.7%；另導覽品質、行程內容與在地體驗亦高達92.5%；並有88.8%表示有意願再次參與本市的運動觀光行程，顯示本局辦理運動觀光遊程具高度口碑推廣潛力與重遊價值。本案業延續規劃結合旅行社量能，由旅行社提供線上報名及巴士接駁服務，確保每梯次遊程人數參與上限以提供高品質服務，亦確保遊程順暢便利。p.3-4。 （三）為針對屏東市審查意見。
五、跨域合作與資源整合 （一）跨域合作：建議結合農業部的森林療癒師認證平臺，提升活動深度	五、跨域合作與資源整合 （一）本局113年度執行即加強跨域合作整合，包含與本府原民會、

與含金量，並思考跨領域合作的可能性。 （二）專業團隊合作：縣市政府可與專業團隊或法人合作，盤點地方DNA，制定更具前瞻性的發展策略，避免資源浪費。 （三）團隊型塑與跨局處合作：需加強團隊合作與跨局處整合，特別是在偏鄉城鎮的發展，以實現資源共用與網絡鏈結。 （四）跨部會合作：各縣市需加強跨部會合作，整合資源與政策，共同打造具有吸引力的運動觀光環境。	觀光局、新聞局、區公所密切合作，另與中央攜手合作，整合中央原住民族委員會資源，完善運動觀光行銷亮點。延續去年成功整合案例，本案除走跑高雄3.0+可整合觀光局、文化局、教育局、資訊處等單位資源，為提升遊程深度，參採委員建議，思考農業部林業及自然保育署跨領域合作，導入森林療癒師專業資源，俾拓展活動深度與健康價值，P.5-7。 （二）本案業規劃結合專業行銷團隊及專業旅行社量能，盤點本市運動及觀光特色資源，形塑具前瞻性的發展策略，p.3-4；P.7-8。 （三）為擴大服務多元族群，實現資源共享，113年度執行即著重偏鄉城鎮發展，精選8條深入原鄉文化及東高雄，與自然景點兼具的深度旅遊路線，並成功吸引2,160人次參與遊程，另於原民運賽事期間推出原鄉免費觀光接駁車，帶領民眾進場觀賽同時也探訪原鄉魅力，本案將延續成功案例，規劃多條深入本市偏鄉城鎮遊程，結合跨局處局處資源實現資源共用與觀光網絡鏈結，P.3-4。

	（四）除結合本府跨局處地方資源外，本案亦將加強整合跨部會中央資源，如113年度運動觀光執行即結合中央原住民族委員會資源擴大宣傳亮點，走跑高雄亦申請數位發展部補助計畫，結合跨部會資源推動運動政策，期待結合中央及地方資源，完善運動觀光行銷整合，p.5-7。
六、地方特色與永續發展 （一）地方特色與IP發展：鼓勵各縣市發展獨特運動IP（如臺東熱氣球、衝浪賽），並與企業聯名合作，創造長期效益。 （二）運動型態轉型：觀光型態已改變，運動應融入日常生活，而非僅限一次性活動。 （三）演唱會經濟與運動賽事：高雄市在演唱會經濟和運動賽事方面表現出色，未來需將成功經驗擴展至偏鄉地區，帶動整體經濟發展。 （四）偏鄉城鎮的發展：偏鄉地區需加強發展，透過與都會區的鏈結，提升景點吸引力，實現城鄉均衡發展。 （五）在地代言與文化養成：選擇在地人作為觀光運動大使，強調文化養成需長期投入，避免依賴流量高但風險大的代言人。	六、地方特色與永續發展 （一）（二）本市為水域運動特色城市，並致力發展運動科技運動，因應運動觀光型態改變，特別致力將運動融入日常生活和觀光休閒娛樂中，本案除規劃推廣本市品牌賽事之全齡水域活動外，走跑高雄亦屬推廣旅跑概念，而非僅限一次性路跑活動，期待創造長期運動觀光效益。此外，透過地方特色運動及結合本市吉祥物推出相關城市主題視覺及專屬聯名商品，希永續經營本市運動觀光品牌，p.2-3、11。 （三）（四）本案業完整盤點本市觀光特色，除市區特色外，遊程將深入本市東高雄、原鄉區，實現城鄉均衡發展，另114年度甫辦理114年全國原住民族運動會落幕，賽事分布原鄉區並結合運動

（六）海岸線的經營：桃園海岸線平日遊客稀少，需建立永續經營團隊，如跑團或單車公司，提升觀光吸引力與實際體驗。	觀光資源，帶動本市整體運動經濟發展，p.4-8。 （五）本案業規劃多元行銷管道，如網紅、Youtuber或高雄在地運動選手代言，藉由在地選手帶路，體驗本市運動觀光行程，形塑地方認同與文化共鳴，p.11-12。 （六）為針對桃園市審查意見。
七、永續性與成效評估 （一）計畫永續性評估：若提案多年無顯著成效或無法自負盈虧，應考慮終止補助，轉而發掘更具潛力的新項目。 （二）數位科技應用：透過跑步APP等數位工具吸引全台參與，各縣市可運用此模式，結合科技推動全民運動與觀光。	七、永續性與成效評估 （一）本案依據113、114年度執行成效，預估可延伸擴大觀光效益超過千萬元，未來將持續觀測遊程參與數據與顧客滿意度，並滾動調整活動策略與資源配置，強化計畫永續發展能力，P.9-11。 （二）本案業主軸規劃結合「走跑高雄3.0+」運動政策，推廣數條結合「走跑高雄活動」及在地深度旅遊的觀光路線，透過科技推動全民運動及地方觀光，p.2-3。

附件

本局執行 113 年度「原聚 Takao 湧動未來 雄原味運動遊程」遊客問卷分析

一、問卷內容

線上問卷連結: https://forms.gle/jFzG76pF5RJNmvCF9

19

二、問卷回饋分析

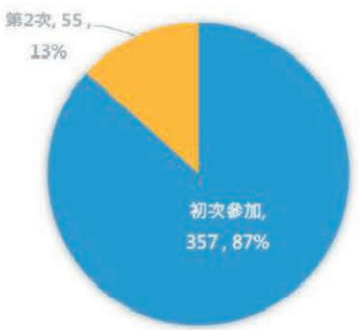
114年全國原住民族運動會 NATIONAL INDIGENOUS GAMES 2025 KAOHSIUNG

全國原住民族運動會觀光「雄原味」主題遊程滿意度調 查顯示，整體評價良好、活動規劃深受參與者肯定。特別在場域安排、遊程內容規劃部分深受遊客喜愛，滿意度均高達97%以上，餐食安排相對偏低，但也高達93.3%的滿意度，反映活動在服務細節、文化內容與整體體驗上的高水準表現，亦為未來策辦類似活動提供重要參考依據。

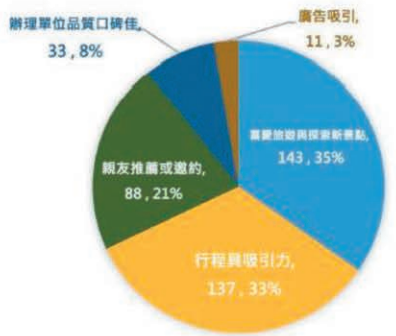
- **場域安排：滿意度高達98.7%**，顯示活動在安全、動線與環境整潔上的安排深獲肯定。特別是在高齡參與者比例高的情況下，活動場地的可及性與參訪動線、衛生設施品質等因素，成為參與體驗的重要指標。
- **遊程內容安排：滿意度高達97.4%**，顯示遊程規劃貼近參與者期待。活動設計涵蓋運動行為(走路、登山、滑水等)、文化導覽、互動體驗與靜態欣賞之間的平衡，節奏安排適中，並透過具深度的在地導覽提升文化厚度。
- **交通接送服務：滿意度高達94.7%**，顯示交通接送服務安排深得人心。本次活動特別針對高齡參與者需求，安排至大眾交通匯聚點(新左營站)進行接送，並由工作人員協助引導上下車，減少移動負擔；同時依照參與者需求安排中途休息時間，使整體行程節奏舒適，正是成功提升參與意願與活動體驗的關鍵因素。
- **餐食安排：滿意度為93.3%**，雖為各指標中相對偏低，但仍屬高水準。餐食品質與口味廣獲好評，未來可思考在「文化餐食設計」方面更進一步發展，如融入部落特色食材、傳統飲食故事或增加高雄必比登美食地圖，深化餐飲的文化記憶，並強化活動品牌的文化辨識度。

整體活動滿意度達96%，透過數據佐證與定性分析，本次觀光遊程展現出高齡友善、文化深度與服務細緻的特點，代表參與者對活動整體感受高度正面，顯示本次觀光遊程在規劃與執行層面皆獲得成功，不僅提升了原鄉文化的可見度與參與感，也為活動品牌建立穩固基礎，透過活動紀錄影片呈現成果，強化品牌價值亦作為後續推廣、行銷與跨年延續發展的素材資源。

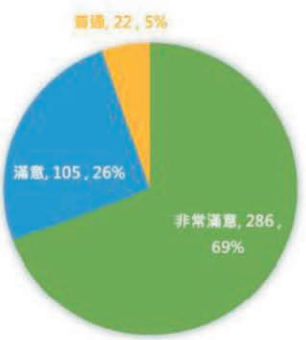
1.您是第幾次參與「 雄原味運動遊程 」?



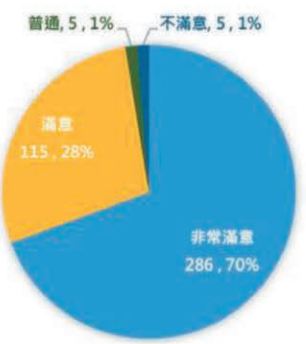
2.您參與本遊程的動機(可複選)



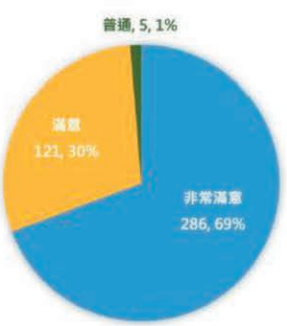
3.本遊程活動滿意度(交通接送服務)



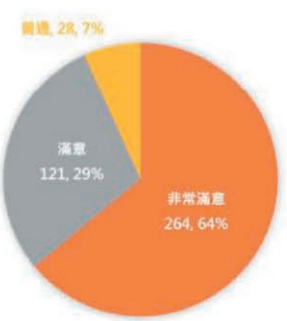
4.本遊程活動滿意度(遊程 內容安排)



5.本遊程活動滿意度
(場域安排)



6.本遊程活動滿意度
(餐食安排)



7.本遊程活動滿意度
(活動整體滿意度)

114年全國原住民族運動會

整體效益評估與績效成果

本計畫結合2025年全國原住民族運動會，透過策劃與推廣主題式運動觀光遊程，成功吸引526位旅客參與主題遊程調查結果顯示，旅客整體滿意度達4.51分（滿分5分），其中對於導覽品質、行程內容與在地體驗的評價尤為正面。另有高達92.5%受訪者表示願意推薦遊程給親友，並有88.8%表示有意願再次參與高雄類似的運動觀光行程，顯示本次遊程具高度口碑推廣潛力與重遊價值。

從年齡結構來看，參與者中41歲以上的族群占比近七成，顯示高雄在開發針對中高齡族群之健康、文化及運動主題旅遊具高度可行性，亦符合交通部觀光署「旅行臺灣年」強調友善、高齡無障礙觀光的政策方向。

依據「2023年臺灣旅遊狀況調查報告」國人國內旅遊每人每次平均旅遊支出資料（新臺幣2,396元）以主題遊程526人次、東方足跡登山團628人次、搭乘觀光接駁車536人次推估，高雄運動觀光總體觀光產值達新臺幣412萬1,120元，有效帶動地方經濟效益。

根據Gibson（1998）提出之「運動旅遊三類型」（active sport tourism, event sport tourism, nostalgia sport tourism）與近年Hinch & Higham（2011）所指出運動觀光能強化城市品牌、促進健康生活與文化互動的多重價值，高雄擁有獨特的山海河港自然資源與多元族群文化條件，極具發展運動觀光之潛力與永續性。

因此，建議未來可持續以大型賽事為平台，搭配主題性觀光遊程行銷，打造「城市即賽場、旅遊即生活」的高雄運動觀光品牌印象，進一步達成「旅行台灣，首選高雄」之目標。