

高雄市議會第4屆第8次定期大會

高雄市政府觀光局 業務報告

報告人 高閔琳

115年8月

高雄市政府觀光局業務報告目錄

壹、前言	01
貳、觀光業務執行成果	02
一、觀光行銷與客源開拓	02
二、發展特色觀光活動	10
三、觀光產業提升與管理	14
四、景區建設與營運管理	22
五、動物園營運與發展	29
參、未來工作重點	37
肆、結語	38

壹、前言

議長、副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會第4屆第8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。

在市府各級同仁的努力下，高雄已成功奠定「台灣觀光首選城市」的領導地位，不僅成功運用山、海、河、港的天然優勢，更致力於將高雄打造成為一個兼具「城市活力」與「永續發展」的國際級旅遊目的地。繼「Kaohsiung Wonderland 高雄冬日遊樂園」成功塑造城市品牌，近年來本市的「演唱會經濟」亦已從短期熱潮發展為常態化的觀光經濟引擎，在吸引海內外樂迷湧入下，更大幅帶動食、宿、遊、購、行之全面性消費，成為城市觀光發展的良好基石。

另外觀光局全體同仁積極推動觀光產業，不僅榮獲行政院金馨獎「性別平等創新獎」，更八度榮獲觀光署「全國旅宿業管理績效」評定為「特優」縣市；在工程品質與生態保育、環境永續以及活動策展面向，更榮獲多項國內及國際設計大獎，使高雄成為全國唯一榮獲Klook評選為「2025全球最受矚目新興旅遊目的地」、Agoda評定為「亞太地區最好玩且住宿平價超值」、「亞洲地區最受歡迎單晚住宿」城市等。高雄已成為完美融合城市地景、人文歷史與流行文化、綠色永續與智慧科技的亞洲新典範，朝著觀光蓬勃發展、產業持續升級、接軌世界強化國際競爭力以及永續共榮的新篇章邁進。

本局除鞏固現有成果外，更將著力於深化永續觀光、打造全齡友善的旅遊環境、結合AI科技應用推動智慧觀光，並發展深度旅遊，期能讓高雄的觀光魅力深入到每個角落，讓海內外旅客都能體驗最具特色的高雄之美！

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)「2026 高雄市旅行公會國際旅展」於 5 月 15 日至 18 日假高雄展覽館辦理。本局聯合本市優質觀光業者共同成立「高雄館」，導入全新「Keep Vibrant! Kaohsiung」高雄城市觀光識別系統(CIS)，以「海洋藍、熱情橘、摩登紫」三大主色，融合港灣意象、潮流設計與城市美學，透過鮮明視覺與多元展演方式，展現高雄城市魅力。展區並設置大型 LED 主螢幕及 4 座透明螢幕，輪播國旅及國際市場(包含東北亞、東南亞、歐美)全新廣告與主視覺動畫，呈現高雄現代城市風貌與多元觀光魅力。此外，本局攜手農業局、原民會等局處，以及東高雄觀光產業聯盟、高雄市觀光協會、高雄市民宿發展協會、旅館商業同業公會等單位，集結 12 家高雄在地特色品牌及觀光業者參展，涵蓋食、宿、遊、購等多元觀光產業，共同行銷推廣高雄觀光。

(2)為持續拓展國旅市場及提升高雄觀光品牌能見度，本局於 8 月參與「2026 TiTE 台灣國際旅展秋季展」、10 月參與「2026 高雄市旅行公會冬季國際旅展」，並於 11 月參與「2026 ITF 台灣國際旅展」等國內指標性旅展，攜手本市觀光產業、公協會及特色業者共同參展，整合高雄多元觀光資源，展現港灣城市魅力與特色旅遊品牌，吸引更多旅客造訪高雄，持續拓展國旅市場並帶動觀光產業發展。

(3)演唱會經濟帶動觀光效應

115 年 1 月 1 日截至 6 月 30 日止，Calum Scott、SUPER JUNIOR、丁噹、戴佩妮、NCT WISH、APINK、CxM、蘇永康、糜先生、盧廣仲等國內外知名藝人在高雄舉辦逾 70 場演唱會，共吸引近 80 萬人次，創造逾 27 億觀光產值。

(4)2026 年 6 月辦理馬來西亞地區觀光推介會

總計安排 6 場拜會、吉隆坡推介會及檳城 Road show，拜會對象包含亞洲航空、駐馬來西亞台北經濟文化辦事處、馬來西亞女性旅遊導遊協會(MWTGA)、馬來西亞華人旅遊業公會(MCTA)、Melody FM 電台（進行當地知名電台訪問）、檳城環球旅遊機構(PGT)，深化業者與馬來西亞旅遊業各界的合作關係。拜會 AirAsia RedQ 總部時，雙方就吉隆坡至高雄直飛航線、航班時刻、AirAsia MOVE 曝光、機加酒產品及 KOL 社群合作交換意見；並與代表處、MWTGA、MCTA 及 PGT 聚焦穆斯林、女性友善、親子、會展獎旅及雙城交流等議題，擴大合作可能。

(5) 日韓海外推廣

- A. 5 月 28 日、29 日，參加「第 17 屆台日觀光高峰論壇」活動，從「慢旅、深遊、共好」為主題，由兩國各地方政府觀光單位及觀光產業代表共同與會。台日雙方近 200 位觀光先進共襄盛舉，針對觀光產業未來發展進行意見交換，內容包括兼顧永續關懷之地方引客策略、觀光軟實力發展、導入硬體升級等議題，透過政府、地方及送客旅行社三方合作，共創旅遊新魅力。
- B. 參與交通部觀光署於 6 月 25 日至 29 日辦理之「2026 年九州地區觀光推廣活動」，藉此展現高雄獨特地景與友善旅遊魅力，強化本市觀光品牌形象，積極爭取日本旅客來高旅遊，實質帶動觀光產值。
- C. 7 月下旬由本局攜手農業局、青年局等相關局處，偕同本市觀光業者前往韓國辦理觀光推廣活動，持續與韓國航空公司、觀光公社及觀光相關產業維持密切關係，積極提升高雄國際觀光能見度，吸引更多韓國旅客來高。

2. 高雄旅遊團體補助計畫

(1) 2025 高雄國內旅遊團體補助計畫

本計畫延長受理暨加碼補助至 115 年 12 月 20 日，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 10,000 元，假日（週五、週六及國定假日）住宿每團補助 8,000 元，行程必須安排至少兩個高雄景點；另至本市環境教育設施場域或澄清湖風景區旅遊者或至東高雄地區（包含甲仙、六龜、茂林、桃源及那瑪夏等區）旅遊者加碼 1,000 元。截至 115 年 6 月，本計畫共計 90 件申請案，累計引客 3,570 人。

(2) 2026 國際團體旅客至高雄旅遊住宿獎勵計畫

115 年 3 月 1 日至 11 月 30 日辦理，旅行社組團 10 人（含）以上入境國際團體旅客至高雄景點旅遊、兩天一夜以上行程，補助住宿每團每晚 3,000 元至 12,000 元，最多補助二晚。團體自高雄國際機場搭機或郵輪出入境再加碼每團 1,000 元。截至 115 年 6 月總計補助 312 團引客 6,890 人。

(3) 「115 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，鼓勵各法人、團體及業者提案申請關於觀光活動行銷推廣，1 至 6 月共核准 16 件，總計補助 44 萬 5,000 元。

3. 高雄熊行銷案

(1) 高雄熊以高雄觀光大使之姿，持續活躍於各大活動現場，熱情行銷高雄觀光與城市特色，如陪同市府長官拜訪或接見外賓活動、參加 2026 高雄冬日遊樂園活動、知名韓團來台應援舞、2026 高雄市跨年及元旦升旗活動、參加台北及高雄國際旅展、SB19 MV 拍攝、出席海外觀光推介會及各大美食活動等，高雄熊出席活動展現的熱情，均能引起民眾歡迎並爭相合照，達成積極行銷曝光之效果。

(2) 「高雄熊 IP 主題商店」於 115 年 1 月 10 日正式開幕，館內主要販售高雄熊周邊商品及相關聯名商品。為擴大行銷效益，高雄熊周邊商品亦於其他實體店面及線上商城進行販售，銷售據點包含台北、台南、高雄駁二大義倉庫、紅毛港、衛武營、壽山動物園等總計 7 處。另不定期配合各大亮點活動設立高雄熊快閃商店，讓高雄熊曝光度最大化，鼓勵有意願寄售商品的相關業者，共同販售行銷高雄熊商品。

- (3)為深化高雄熊知名度，於 113 年 8 月開始舉辦「高雄熊走跳校園巡迴」活動，並開放本市各級學校申請，並規劃各校師生一起與高雄熊唱跳「愛上我高雄熊」主題曲，截止 115 年 4 月底，高雄熊已巡迴六龜區、茂林區、美濃區、彌陀區、茄萣區、桃源區、杉林區、苓雅區、仁武區及鳳山區等，共計 20 區 30 所學校。
- (4)另高雄熊於今(115)年 5 月 16 日在捷運中央公園站舉辦「2026 高雄熊 Birthday Party」，5 月 11 日開放線上報名。活動以「熊寶同樂會」為主題，推出魔術首秀、舞蹈演出、互動遊戲及限量生日禮包，邀請大小朋友同樂，感受高雄熊療癒魅力。並於生日會上宣布「暖心抱抱計畫」啟動，未來將前往高雄社福及醫療機構與關懷據點，藉由擁抱、陪伴與互動，使更多孩童能享受到溫馨歡樂的時光，讓高雄熊從觀光 IP，進一步成為傳遞城市溫暖的親善大使。

4. 郵輪岸上觀光

為方便旅客岸上旅遊，規劃岸上觀光行程並印製中、英、日語版郵輪旅客專屬摺頁，內容包含交通路線圖、景點及美食推薦；另規劃「輕軌遊亞灣、鼓鹽嚐美食、旗津踩風迎蔚藍、商圈購歡樂及打卡美景」等 5 條，3-6 小時之建議遊程，提供郵輪旅客免費索取。

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，於本市高鐵左營站、高雄火車站、小港機場等重要交通節點及田寮月世界景區、觀音山設立旅服中心，提供國內外旅客更友善之諮詢服務，115 年 1-6 月旅服中心服務旅客總計約 6 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 50

個服務據點，115 年預計於林園新設置 1 個服務據點。

- (3)於本市高鐵左營站、高雄火車站增設 AI 雙向即時翻譯螢幕，提供多國語言服務，讓外籍旅客與旅服人員溝通無障礙，提升旅客滿意度。

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 115 年 6 月臉書粉絲團追蹤人數 52 萬 642 人，較去年同期增加 1 萬 951 人；IG 追蹤人數 6 萬 5,113 人，較去年同期增加 1 萬 0,020 人。
- (2)高雄旅遊網設置 7 個語言版本（中、簡中、英、日、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；為推動智慧觀光，已陸續建置壽山情人觀景台與蓮池潭、旗津海岸等三處高解析度觀光即時影像，使觀光局 YouTube 頻道訂閱人數，從 111 年 1 月 7,000 人訂閱，截至 115 年 6 月已達 2 萬 4,500 人訂閱，成長約 1 萬 7,500 人次。
- (3)本局搭配「2026 高雄冬日遊樂園」同步力推官方《高雄 GO！》觀光旅遊 APP，透過城市吉祥物高雄熊推出 AI 智慧導覽、AR 集章任務，並結合「超人力霸王」主題，讓熊熊化身「港都特搜隊」；以「熊熊能量充電站」、「尋熊大挑戰」兩大主軸讓海內外旅客一機在手、暢玩大高雄。並於「內門宋江陣」、「找一片綠心—春日野餐趣」、「野趣東高雄」、「旗津風箏節」等亮點活動持續上架新任務。

7. 東高雄觀光行銷

本局延續「東高雄 2.0」永續旅遊的綠色招牌，透過大型音樂市集帶動山城觀光，更串聯六大主題、20 梯次深度小旅行，帶領旅客從旗山出發，深入探索美濃、六龜、茂林、甲仙、杉林及內門等東高雄九區特色。

8. 國際觀光廣告

本局推出全新高雄觀光品牌 CIS 視覺設計及「KEEP VIBRANT

KAOHSIUNG」廣告影片，三支國際廣告以「實現夢想的城市」為核心，分別從歐美背包客、亞洲新婚伴侶及穆斯林親子家庭視角，呈現「一日高雄」旅遊體驗，展現旅客穿梭城市街區與山海河港之間，感受摩登都會、鄉鎮部落、多元文化及特色美食的豐富魅力。另於115年2月1日至4月30日，陸續在東北亞及東南亞市場投放國際觀光廣告：

- (1)韓國市場鎖定釜山西面站此一日均數十萬人次往來的交通樞紐，長時段播放觀光影片，並以「台灣感性・活力高雄」(대만감성・활기찬 가오슝)為主打標語，於115年2月1日至28日刊登，觸及人次超過300萬。
- (2)日本市場以「台日友好、情熱高雄」為主題，於大阪道頓堀投放廣告，刊登期間適逢農曆春節，有助提升旅日華人及國際旅客對高雄的關注，觸及人次約超過850萬。
- (3)越南市場於胡志明市核心商圈及地標咖啡公寓前廣場投放廣告，以「高雄打卡」(Checkin CaoHung)為關鍵字，邀請越南旅客來高雄旅遊、拍照打卡並留下美好回憶，於115年3月2日至29日刊登，觸及人次超過1,400萬。
- (4)馬來西亞市場選擇吉隆坡核心商圈及高速公路投放廣告，以「Ria Kaohsiung」搭配穆斯林家庭歡樂旅遊影片，傳達來高雄旅遊的愉悅感受，於115年4月1日至30日刊登，預估觸及人次超過300萬。

綜計上述四國國際廣告投放，預估觸及人次逾2,850萬，宣傳效益顯著。

9. 美食行銷

(1)2026 年大港閱冰-冰品市集嘉年華

透過辦理高雄冰品特色市集，打造觀光行銷美食品牌-大港閱冰，訂於115年7月18、19日於臨海三路封街舉辦，預計近50間高雄在地冰品與美食店家參與活動並協助店家行銷宣傳，並與哈瑪星商圈及在地文史協會合作舉辦走讀小旅行，提升民眾對地方的深度認識及整體觀光產值。

(2)2026 高雄咖啡節

訂於 115 年 8 月 22、23 日於凹子底森林公園辦理，預計集結近 70 間特色咖啡、美食品牌與神農市集小農店家共襄盛舉。

(3)2026 高雄奶茶節

訂於 115 年 9 月 19、20 日於大勇路封街辦理，預計邀集 35 家以上特色奶茶品牌及特色餐車共同參與。

(4)2026 高雄鹹酥雞嘉年華

訂於 115 年 10 月 24、25 日於大遠百追夢廣場辦理，預計集結全台人氣炸物名店、與特色餐車共 65 攤共同打造年度主題炸物盛事。除與周邊商圈合作引客活動吸引人潮，也針對健康飲食議題進行宣導。

(二)推廣「高雄好玩卡」套裝旅遊產品

1. 「高雄好玩卡」整合本市「食、遊、購、行」，是自由行旅客來高雄的首選旅遊觀光票卡，其 QR code 方便儲存各式載具，即買即用，景點不需事前預約，輕鬆暢遊高雄，且網站支援中、英、日、韓四種語言，設計友好購買介面，提升海內外旅客的消費意願，朝智慧永續觀光目標邁進。截至 115 年 6 月底，共計銷售 45,070 套（總累積銷售約達 49 萬套）。
2. 目前「高雄好玩卡」推出產品：
 - (1)3 日券，係整合 28 處在地特色景點（選 5 處），搭配 MeNGo48 小時的高雄全運具交通，更贈送限量蓮池潭龍虎紀念杯，輕鬆暢遊大高雄，市價高達 2,319 元，特價 1,400 元。
 - (2)1 日券 QR code 電子套票，產品特色強調即買即用，28 處景點（選 3 處），搭配捷運、輕軌一日無限搭乘，更贈送限量蓮池潭龍虎紀念杯，市價高達 1,620 元，特價 780 元。
 - (3)1 日券超值版 QR code 電子套票，產品特色強調即買即用，28 處景點（選 2 處），搭配捷運、輕軌一日無限搭乘，更贈送限量蓮池潭龍虎紀念杯，市價高達 1,246 元，特價 520 元。
3. 結合高鐵假期專案，推出「高鐵高雄好玩卡」，主打高鐵+高雄

交通+亞灣港區的主題套票，作為主力銷售產品。

4. 針對國內外自由行旅客，陸續與 KLOOK、KKDAY、易遊網等全球 13 個知名線上平台合作，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。



2026 高雄市旅行公會國際旅展



前往馬來西亞辦理推介會



高雄國際觀光廣告



「2026 野趣東高雄」旗山首場



2026 年九州地區觀光推廣活動



高雄熊生日會

二、發展特色觀光活動

(一)2026 Kaohsiung Wonderland 高雄冬日遊樂園

1. 2026 高雄冬日遊樂園於 115 年 2 月 7 日至 3 月 1 日假愛河灣及周邊場域盛大舉辦，以「超人降臨港都」為故事主軸，結合象徵正義、守護城市的「超人力霸王」IP，串聯港灣地景與周邊場域，透過大型主題裝置、夜間光影藝術及互動展演，打造兼具沉浸式體驗與城市特色的冬季觀光品牌活動。
2. 活動期間市府再次攜手臺灣港務股份有限公司，將 16 至 18 號碼頭打造為歡樂碼頭樂園，結合特色餐飲市集、藝文演出及親子互動表演，深受各年齡層民眾喜愛。活動期間累計吸引逾 731 萬人次參觀，創造超過 126 億元觀光產值，並榮獲義大利「Rome Design Awards」金獎國際大獎之肯定。

(二)2026 高雄內門宋江陣

1. 115 年 3 月 21 日至 4 月 5 日於內門紫竹寺舉辦，活動內容包括陣頭拜觀音、全國創意宋江陣頭大賽、羅漢門迎佛祖、宋江大宴、文武藝陣大匯演及文史導覽小旅行等系列活動。創意宋江陣頭大賽總獎金逾 200 萬元，並首度規劃前三名隊伍教練獎金，鼓勵全國教練持續培育宋江陣表演人才，透過系列活動推廣內門藝陣文化及總舖師原鄉特色，活動期間吸引逾 21 萬人次參與。
2. 2026 高雄內門宋江陣獲交通部觀光署評選為「臺灣觀光年曆全國級活動」，透過年輕創意與流行元素融入民俗藝陣文化，並結合在地團體導覽合作，展現傳統文化創新傳承成果，讓遊客深入體驗內門宋江陣熱鬧氛圍及濃厚人情味，展現「傳承中創新、文化中流行」的活動特色。

(三)高雄市六龜溫泉推廣活動

1. 六龜寶來有豐富的溫泉資源及自然生態景觀，每年 10 月至隔年 2 月溫泉旺季強化行銷，吸引遊客前往泡湯；於 115 年 3 月 28 日至 5 月 30 日溫泉淡季期間，整合六龜寶來溫泉、花季及山林景觀等觀光資源，結合在地業者推出套裝遊程、生態導覽、

DIY 體驗、原民野人音樂祭、山城水樂園及特色市集等系列活動，吸引遊客深度體驗六龜慢遊魅力，持續推廣六龜寶來及不老地區優質溫泉品牌。

2.3 月 28 日至 5 月 30 日期間，辦理「寶來不老 Chill Style」生態秘境導覽，帶領民眾走訪浦來溪頭社戰道、神威天台山賞花及巴斯蘭溪秘境，並安排夜間山林生態探索，體驗山城日夜不同風貌；4 月 3 日攜手六龜觀光休閒協會辦理原民野人音樂祭；5 月 2 日至 24 日每週六、日舉辦山城水樂園及山城集市活動，提供親子戲水、市集漫遊等多元體驗，成功帶動六龜地區觀光人潮。

(四)「找一片綠心-春日野餐趣」果嶺自然公園推廣活動

115 年 4 月 25、26 日及 5 月 1、2、3 日於果嶺自然公園辦理系列活動，串聯大型紅球裝置藝術、OB 泡泡體驗區、草地市集、親子手作體驗、街頭藝人演出及高雄熊快閃見面會等豐富內容，營造兼具自然、生態與城市生活美學的休憩體驗，活動 5 日累計吸引逾 10 萬人次入園遊憩。

(五)「豆陣來寮寮」大寮特色推廣活動

115 年 5 月 23、24 日於大寮捷運站前草地舉辦，活動以大寮紅豆、菱角及紅磚產業文化為主軸，結合毛小孩漫食活動、闖關遊戲、DIY 體驗、市集展售及舞台演出，打造兼具文化特色與親子互動的地方節慶。現場集結超過 30 家特色美食及文創品牌，並規劃 4 梯次深度小旅行，帶領遊客走訪瑞榮紅磚工廠、百年古厝及新住民聚落，透過紅豆餅製作及古早童玩 DIY 等體驗，深入認識大寮的人文歷史與農村風情。活動 2 日吸引上千組親子家庭參與及攜帶寵物同樂。

(六)2026 乘風而騎

為響應聯合國 SDGs 永續發展目標及淨零碳排理念，115 年 5 月 30 日、9 月 12 日、10 月 17 日及 11 月 7 日，分別於大社、仁武、三民、楠梓、鳳山及鳥松等區辦理單車主題活動，結合周邊景點、特色美食及套裝遊程，推廣低碳旅遊與深度體驗，行銷高

雄特色景點，活絡地方觀光產業。

(七)2026 旗津風箏節暨氣墊水樂園

規劃於 115 年 7 月 25、26 日及 8 月 1、2 日兩週六、日於旗津海水浴場辦理，以主題風箏展演結合大型氣墊水樂園、親子遊樂設施及周邊系列活動，打造旗津夏日遊樂園；並增加夜間展演內容，延長遊客停留時間，提升住宿效益，吸引遊客從白天玩到夜晚，體驗旗津海景、美食及夏日風情。

(八)高雄雄嗨調酒節 Kaohsiung HighBall Day

115 年 8 月 29、30 日於愛河風景區舉辦，邀集特色酒吧及餐酒館共同參與，透過特色調酒、市集及音樂展演等內容，推廣高雄夜間觀光及餐酒文化，打造具城市特色的夜間觀光品牌活動。

(九)2026 海線潮旅行

115 年 8 月 15、22、29 日及 9 月 19 日於北高雄海線地區（梓官、永安、彌陀及茄萣）辦理 4 場深度小旅行，並於 9 月 5 日在梓官赤崁海濱舉辦海潮音樂市集，透過多元行銷推廣海線觀光資源，展現高雄海洋城市特色，帶動沿海地區觀光發展及經濟效益。

(十)岡山特色美食推廣活動

為推廣岡山特色景點、地方美食、人文風情及產業文化，預計於 115 年 10 月辦理特色美食推廣活動，結合在地社區、商圈及觀光產業資源，透過美食展售、音樂演出及網紅帶路等多元形式，打造具地方特色的大型美食活動，展現岡山及北高雄地區觀光魅力，帶動地方觀光發展及產業商機。

(十一)2026 Wild Wild 野生活

115 年 11 月 7、8 日於衛武營都會公園辦理，邀集知名戶外品牌及人氣美食共同打造城市戶外露營體驗活動，規劃露營技巧示範、露營車展示、戶外選物、美食市集及草地音樂會等豐富內容，讓民眾於城市綠地中享受高品質戶外休閒生活，打造兼具風格與生活美學的露營體驗。



2026 高雄冬日遊樂園-IP 展品



2026 高雄冬日遊樂園-碼頭樂園



2026 高雄內門宋江陣



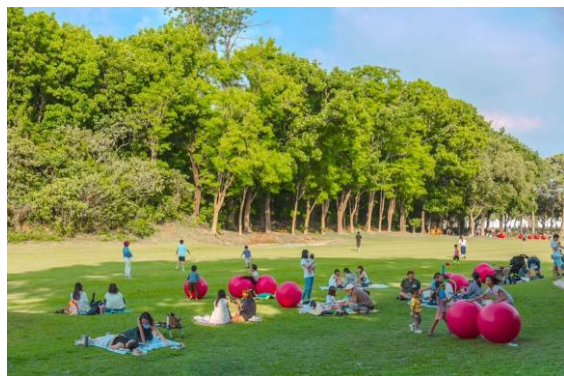
2026 高雄內門宋江陣



六龜溫泉推廣活動-山城水樂園



六龜溫泉推廣活動-生態導覽



找一片綠心-春日野餐趣



豆陣來寮寮

	
2026 乘風而騎-觀音湖生態單車遊	2026 乘風而騎-觀音湖生態單車遊
	
旗津風箏節-風箏展演	高雄雄嗨調酒節
	
2026 Wild Wild 野生活	2026 海線潮旅行

三、觀光產業提升與管理

(一)招商發展觀光

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 月下旬提送本府財政審議委員會審議通過。因本案後續招商條件尚須配合整體招商策略及相關行政程序辦理，致未及續辦招商作業，原 113 年權利金估價成果迄今逾 2 年，考量近期市場行情、土地開發成本、利率環境及不動產市場變動情形等因素，為使招商條件更貼近市場需求並提升招商成功率，將重新檢視市場狀況並辦理權利金評估作業，據以調整招商條件，俟完成相關程序並報經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 13 家通過山坡地變更編定審查會(簡稱坡審)及用地變更編定，5 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 5 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 5 家業者申請用水。

(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 115 年 6 月於本市都市計畫範圍內合法設立民宿 90 家，其中具人文或歷史風貌之相關區域之民宿 51 家，眷村民宿 39 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 115 年 6 月已輔導 22 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 115 年 6 月已有 4 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」輔導計畫暨相關訓練。
- (2)目前本市共有五星級旅館 6 家、四星級旅館 3 家、三星級旅館 20 家、二星級旅館 1 家、一星級旅館 3 家，共有 33 家星級旅館，為六都最多星級旅館。

3. 推動「性別友善旅遊環境」

- (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)112 起至 115 年每年各辦理 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、113、114 年各輔導 20 家，目前共 60 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」。115 年亦規劃再輔導 20 家通過認證；另外獎助 6 家性別友善旅宿裝置藝術及空間改造，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 LGBT+ 同志朋友與所有旅客都可感到安全、尊重。
- (5)邀集旅宿業者及公會代表共同參與 112-114 年「高雄同志大遊行」。
- (6)本局榮獲行政院 113 年「金馨獎-性別平等創新獎」肯定。
- (7)本局榮獲「2025 第二屆台灣同志職場友善指標」評比認證肯定。

4. 推動「環保標章旅宿輔導計畫」

- (1)目前有 27 家環保標章旅館，其中金級環保標章旅館 6 家、銀級環保標章旅館 7 家、銅級環保標章旅館 14 家。
- (2)114 年為輔導本市旅宿業者申請環保標章，進行個別輔導，辦理 2 場次輔導說明會，期透過申請環保標章，推動永續旅遊和環保旅宿，響應 2050 淨零碳排和綠色生活，114 年度已輔導 14 家旅宿取得環保標章。
- (3)115 年預計再輔導 10 家旅宿取得環保標章，5 月及 6 月已分別辦理 2 場次輔導說明會，後續再針對提出申請環保標章業者，進行個別輔導，取得標章。

5. 推動「高雄市永續旅宿輔導暨評鑑計畫」

- (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)114 年辦理「高雄市永續旅宿輔導認證暨評鑑計畫」，制定專屬高雄的永續旅宿認證，並於 114 年 9 月 9 日、9 月 23 日、11 月 27 日及 115 年 1 月 6 日推出 4 個場次研習課程、實地輔導 40 家旅宿業取得永續旅宿認證，協助旅宿業者取得高雄地區永續認證，創造優質旅遊環境，提升高雄低碳旅遊永續觀光形象。
 - (4)本局委託廠商已於 6 月 22 日完成 38 家業者實地輔導與評鑑作業，均達評鑑門檻標準，旅館 165 分、民宿 140 分，預計 8 月辦理成果發表事宜。
6. 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「高雄市穆斯林友善旅宿認證計畫」，114 年已輔導 12 家旅宿取得穆斯林友善旅宿認證（其中 8 家提供穆斯林早餐）。
 - (2)目前本市計有 33 家旅宿業者通過穆斯林友善旅宿認證，其中 14 家通過穆斯林友善餐旅認證。
 - (3)115 年預計再輔導 10 家取得穆斯林友善旅宿認證。
7. 親子與寵物友善旅宿輔導計畫
- (1)親子旅遊及攜帶寵物出遊趨勢逐漸興起，本局特別推出「2025 親子與寵物友善旅宿輔導計畫」；分別於 114 年 8 月 5 日及 8 月 12 日舉辦兩場主題座談說明會，現場超過 70 家

飯店旅宿業者出席。

- (2) 本次輔導計畫分別實地輔導 15 家親子友善旅宿與 10 家寵物友善旅宿業者，由專家親至旅宿現場，針對設備、設施、服務、衛生與安全性等層面提出具體建議與免費輔導，協助業者提升整體友善接待力。
- (3) 本計畫亦設有競賽機制，本局於 115 年 4 月 16 日成果發表會公布輔導成果與競賽得獎名單，親子友善旅宿及寵物友善旅宿前三名旅宿業者分別獲頒新臺幣 5 萬元、3 萬元及 2 萬元獎金，以肯定其在打造友善住宿環境上努力與成果。

(四) 旅宿業管理

1. 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。114 年稽查旅宿 512 家次，裁罰非法業者 106 家次(裁罰 106 件)、合法業者違規 24 家次(裁罰 28 件)，裁罰金額 1,431 萬元。

(2) 旅宿業房價專案稽查

本市自 112 年起推動演場會經濟，邀請「BLACKPINK」、「張惠妹」、「五月天」等藝人至本市舉辦演唱會；112 年 117 場、113 年超過 155 場、114 年計 109 場演唱會，吸引大量旅客到本市。為嚴防旅宿業者哄抬房價，影響本市觀光形象並維護消費者權益，本局加強房價稽查：

- A. 112 年稽查共 1,320 家次，其中非法旅宿 1,186 家次、合法旅宿 134 家次，查有 24 件超收房價。
- B. 113 年共稽查 997 家次，其中非法旅宿 733 家次、合法旅宿 264 家次，39 件超收房價。
- C. 114 年共稽查 512 家次，其中非法旅宿 148 家次、合法旅宿 364 家次，9 件超收房價。
- D. 115 年 1 至 6 月共稽查 251 家次，其中非法旅宿 94 家次、合法旅宿 157 家次，房價均符合規定。

2. 本局榮獲交通部觀光署 114 年「地方政府辦理旅宿業管理輔導績效考核」特優佳績。

(五)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. 本局自 111 年 12 月起至 115 年 2 月，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 9 場說明會，積極邀請業者參加，計有 186 家次參加。另於 113 年 6 月 18 日起至 7 月底於六龜、茂林、桃源、那瑪夏、美濃等區公所辦理 25 場次駐點服務，並邀集露營場業者辦理現場輔導會勘。
3. 截至 115 年 6 月底，已輔導 134 家申請第 1 階段「非都市土地容許使用」，其中 90 家已取得土地許可使用，2 家位於環境敏感區不得申設露營場，其他審核中。另輔導 35 家申請第 2 階段「露營場設置登記」，27 家已取得露營場設置登記(東九道、遠山望月、美濃美真園、銓昶露營區、1233 號放空露營區、星空幽谷、大坪頂露營場、大山拾光、輕風椰林、福濃、老爺的家、泗高露棧、將軍山歐舍營地、飛莫力、緣起農場、梅園秘境、山中水手、集頂山咖啡園、阿桂果園、大學林、谷露瑪哈、貴梅 B、貴梅 A、卜谷嵐、茂林谷、烏巴克、川山境露營區)。



榮獲「台灣同志職場友善」認證肯定



推動性別友善旅宿認證計畫



旅宿業環保標章說明會



實地輔導業者永續旅宿認證



親子與寵物友善旅宿成果發表會



實地輔導業者通過穆斯林友善旅宿認證



辦理旅宿業房價專案稽查



積極輔導露營場合法現地輔導

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，進行旗津風景區環境改造，如改善輪渡站至旗津燈塔步道、海水浴場遊客中心、救生站、公廁暨淋浴區與 Sunset Bar 指標建物，及辦理在地自行車推廣計畫等，整體提升旗津觀光軟硬體設備與服務，與亞灣區串聯促進觀光發展。(執行期間為 113 年至 116 年)

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 千多件貝殼，由志工團隊提供遊客解說服務。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，115 年 1 月至 6 月參觀人數約 2 萬 1,536 人次。

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

引入民間資源於旗津黃金海韻旁打造「海之星沙灘俱樂部」，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. 愛河特色公廁推動計畫

新設公廁以「永續經營」、「友善服務」及「綠色營造」為規劃理念，除性別友善外，亦提供親子友善、無障礙（含人工造口設施及照護床）及穆斯林友善等多元設施，並結合商業服務及旅遊諮詢功能，打造兼具便利性與服務品質的公共空間，進一步提升整體營運管理及維護效能。

2. 愛河畔特色貨櫃

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)提供異國特色料理，並以純白貨櫃屋、大片透明玻璃與打卡裝置，打造網美咖啡廳。愛河走走(二期)則提供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。

3. 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。

4. 提升壽山動物園旅遊品質

整建壽山動物園辦公室、解說教育中心及營隊教育空間，以期提升園區教育及服務功能，預計於 115 年 9 月完工。另刻正規畫設計辦理供水系統改善、多物種獸舍及展示場域整建、長頸鹿區展場整建等改善項目，以提升園區整體遊憩環境與動物福祉。

(三) 蓮池潭風景區

1. 蓮池潭風景區整建工程

打通環潭步道啟明堂龜池最後一處瓶頸斷點、串聯全線環潭動線，實現更完善的水岸人行空間。同時改善纜繩滑水區周邊老舊鋪面及風景區照明設施，優化水岸環境與安全性，提升整體遊憩品質。(114 年 9 月完工)

2. 蓮池潭旅客服務中心

為提升蓮池潭觀光服務與景區特色，蓮池潭遊客服務中心於 115 年 1 月 10 日正式開幕，並導入「高雄熊」主題商店，結合旅遊諮詢、城市紀念品販售及 IP 行銷，打造兼具觀光服務與城市品牌推廣之新據點。透過高雄熊 IP 結合在地文化、創意設計及觀光體驗，強化景區吸引力，吸引國內外旅客到訪，並

同步推廣高雄觀光國際行銷，為蓮池潭景區注入新觀光動能。

3. 蓮池潭物產館招商

本局為活化蓮池潭風景區空間資源，提升觀光服務品質，本案已於 115 年 2 月 2 日簽約並完成契約公證，後續由承租廠商進行整備與規劃。廠商刻正進行場地整備作業，期透過重新活化經營，打造嶄新的旅遊服務據點。

4. 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

1. 金獅湖風景區整建工程

辦理獅山林相及步道環境整理，提升金獅湖遊憩品質，營造為舒適友善景點，增加觀光效益。(規劃設計中)

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，115 年 1 月至 6 月遊客人數約 5 萬 6,871 人次。

(五) 澄清湖風景區

1. 澄清湖既有休憩設施改善工程

為提升澄清湖遊園品質，配合園區營運租約辦理迷宮花園販賣部、划船場販賣部、蜜蜂生態園、海洋奇珍園及螢光秘境等老舊建物拆除作業，並同時辦理綠美化工程，營造更舒適、友善的遊憩環境，提供遊客優質的休憩空間。(預計 115 年 12 月完工)

2. 澄清湖烤肉區

本局自 114 年 7 月 1 日起代管澄清湖烤肉區，烤肉區使用應繳納清潔維護費，每爐新台幣壹佰伍拾元。

自 115 年 1 月至 6 月底止，累計使用爐數計 671 爐，收取使用費新台幣 100,650 元。

3. 為完善果嶺公園遊憩服務機能，本局協助完成自動販賣設施設置，引進飲品及食品機台共 4 台，提供遊客便利補給服務，並支援多元行動支付，持續提升景區服務品質及旅遊便利性，營造友善舒適之遊憩環境。

4. 鳥松濕地

委託「社團法人高雄市野鳥學會」進行園區認養，落實生態復育與環境教育，並不定期舉辦親子生態推廣活動，提供大小朋友藉由活動融入自然、深化保育意識的機會；此外，導入智慧導覽系統，整合 QR code 與語音解說資源，提供遊客更便利之生態旅遊導覽服務之便利性。在與民間團體共同努力下，榮獲內政部公園署「114 年度濕地標章」之肯定。

(六)寶來花賞溫泉公園

「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，亦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

1. 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專業廠商經營管理，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。
2. 結合教師節、中秋節及雙十節等連假，「2026 高雄愛·月世界熱氣球」活動於月世界與愛河兩地精彩登場。規劃有高雄熊造型熱氣球展演、繫留體驗、迷你熱氣球光影秀及主題假日市集等豐富內容，打造節慶旅遊新話題。民眾可透過繫留體驗自高空俯瞰月世界特殊的惡地地形，愛河場次則呈現晨昏之際的浪漫水岸風情；活動不僅提升高雄觀光熱度，亦創造優質品牌露出與招商合作之契機。

(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整體觀光效益，重塑第一平台入口迎賓區，新設賣店、公廁、遮陽設施與改善既有老舊候車亭，並將第四平台原售票亭擴建為兼具用餐與休憩功能之觀景平台，另參採小崗山登山協會及在地意見，優化周邊登山步道指標系統，提升園區整體觀光機能，同時本局亦再投入預算持續優化園區，辦理塔柱及廊道改善。（預計 115 年 9 月完工）

2. 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，入口平台門戶重塑，翻新老舊候車亭，更增設完善的賣店、廁所與遮陽休憩空間，並將第四平台原售票亭擴建為兼具用餐與遊憩功能之觀景平台。同時亦進行招商作業，期引進民間優質資源，朝品牌化模式營運，強化特色服務並創意活化園區，預計 116 年第一季重新開放。

（九）哨船頭西子灣遊客中心

為發展西子灣觀光並活化建物，引入民間資源開設 Moon 月鯉灣景觀咖啡酒吧，以特色飲品、調酒、甜點及無敵海景，提供遊客優質餐飲服務及休閒去處，增加本市旅遊亮點。

（十）其他景區觀光建設

1. 觀音山登山步道改善工程

改善觀音山主要步道設施包含 RC 步道鋪面、預鑄枕木步道、木棧道及指標系統整合等項目，期提供市民優質登山環境，提升觀音山風景區觀光遊憩服務品質。（規劃設計中）

2. 美濃湖環境營造工程

規劃打造開花喬木主題特色場域、改善水雉工作站周邊生態遊憩設施，並整建東、西岸觀景平台及全區指標系統。藉由完善景觀環境與導覽服務，增進景區旅遊友善度，提升生態觀光資源價值。（預計 115 年 8 月完工）

3. 桃源區復興環保公園改建多功能遊客休憩區工程

於桃源區台 20 線復興里環保公園建置特色市集、停車場及公廁，提供特產展售、舉辦大型活動及遊客休憩功能之場域，為通往南橫公路段天池、埡口等著名景點之遊客提供駐足停留新節點。（115 年 5 月完工）

4. 桃源區梅山地區環境整體營造工程

馬舒霍爾文化聚落所周邊景觀優化及公廁整建，協助發展部落觀光產業。（預計 116 年 2 月完工）

	
旗津海水浴場遊客中心模擬圖	旗津貝殼館
	
壽山動物園教育中心模擬圖	獐貓區展場模擬圖
	
蓮池潭旅遊服務中心	營造蓮池潭多元友善旅遊環境



蝴蝶園廣場



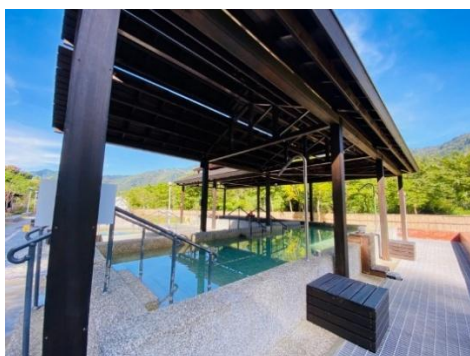
澄清湖迷宮花園販賣部(A棟)拆除後現況



濕地水雉復育成功



鳥松濕地



寶來溫泉



2026 高雄愛・月世界熱氣球



崗山之眼塔柱及廊道模擬圖



崗山之眼園區

	
Moon 月鯉灣景觀咖啡酒吧	觀音山登山步道 RC 鋪面模擬圖
	
美濃湖羌子寮溪橋改善後現況	桃源區復興環保公園改善後現況

五、動物園營運與發展

(一)營運管理成效

園方積極提升壽山動物園軟硬體設施介面及整體遊憩服務品質；並致力於動物生活環境改造與展場營造，加強和國內其他動物園之交流合作，充實展示物種。

1. 園區環境設施及服務品質提升

(1)114 年 10 月著手進行園區解說教育中心整建工程，設計打造滿足多元使用需求、舒適休憩環境、結合策展及智慧運用體驗功能之綜合空間，115 年 7 月已開放遊客使用。另 115 年 4 月整建園區營隊空間，規劃為營隊課程及接待外賓會議使用，同時改善門口售票空間及電梯通風降溫，以提升園區遊憩服務品質及教育軟硬體介面。

(2)動物園例假日遊客數較多，為減輕周邊交通衝擊並推廣綠色運具，本局積極協調交通局 56 號公車加密行駛班次，同時因應動物園暑期夜間延長開放，56 號公車配合延長行駛

時間服務遊客，提供民眾便利遊園交通選擇。另外，於 115 年 3 天以上連假期間行駛接駁專車往返鼓山二路公有停車場及動物園，提升民眾來訪便利性。

- (3) 為維護園區空氣品質，並降低燃油車行駛時所產生之引擎運轉聲與震動干擾，園方 115 年度開始汰換園區公務燃油機車，添購電動機車供園區動物保育員使用，不僅提供遊客更健康的遊園環境，亦能避免燃油廢氣對園內動物之健康造成潛在影響，提升園區環境友善度。

2. 動物飼養管理及交流合作成效

- (1) 為增加園區展示物種，園方著手規劃園區動物展示場整建，針對特定物種，參考國內、外其他動物園之設計，營造符合動物需求及習性，展現動物自然行為之獸舍與展場環境，改善既有老舊獸舍之通風及採光等生活條件，以利爭取動物引進。115 年計畫引進獐貓、藪貓及耳廓狐等小型食肉目動物。在園方悉心照料下，園區沼林袋鼠、兔豚及侏儒羊等皆順利繁衍後代，增加園區展示動物數量同時亦為族群開枝散葉。
- (2) 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、更符合野外食性的食材，增進營養均衡性，並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) 積極辦理園區展示場棲地改善及環境豐富化，提升動物福祉。於波爾羊展場增設食草棚及棲架，提供動物覓食及休憩環境。兔豚舍增建育雛空間，俾利兔豚育幼。河馬區獸舍地坪修復，防止動物腳部受傷。115 年 4 月通過本市動保處審查，核准動物展演許可展延，其動物照養流程、棲地環境、醫療保健等方面皆符合市府動物展演標準。
- (4) 積極與國內、外動物園夥伴交流合作，115 年 5 月陸續至臺北市立動物園及六福村，考察長頸鹿等物種之內舍及展場設施，作為園區整備場地參考，規劃透過台灣動物園暨水族館協會 (TAZA) 共同運作，從國外動物園引進長頸鹿等具高

度吸引力之物種。115 年 5 月東南亞暨水族館協會(SEAZA)動物福利委員來園審查園區動物福利，檢視園區動物飼養流程及棲地環境符合標準，增加後續與其他動物園合作交流機會。

- (5)建置動物管理系統，整合動物基本資料、飼養管理紀錄及現場管理作業（如維修單、工作日誌等功能），以提升園區管理效率及資訊化作業品質，同時克服紙本資料保存不易及無法整合運用等缺點。系統已於 115 年 5 月完成建置後辦理各項功能測試、同仁實際操作並反饋意見進行調整，讓系統與實務應用順利銜接。
- (6)與高雄市政府農業局合作，協助野生動物收容救傷，1 至 6 月總共協助救傷 7 種 68 隻野生動物，其中不乏珍貴的遊隼、鳳頭蒼鷹、大冠鷲等特有保育類物種，協助動物重返自然棲地，落實動物園保育功能。並於 115 年度持續協助市府農業局執行台灣獼猴安置收容計劃，救治受傷個體及收容無法重返野外之台灣獼猴。
- (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，並將醫療成果整理記錄，與其他單位進行經驗交流。

3. 教育推廣與行銷活動

115 年上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。另外為提升入園人數，春節及兒童節連假期間，全國 12 歲以下兒童免費入園，母親節女性及 12 歲以下兒童免費入園，另外針對國中會考考生免費入園及園區餐飲折扣等優惠措施，並安排一系列親子共同參與的活動，加強旅客來園誘因。

- (1)春節連假期間，於親水廣場安排兒童劇團演出馬年特製親子互動劇，結合趣味情節與現場互動，讓孩童在觀賞表演時也能學習動物知識；園區各處亦規劃街頭藝人定點演出，提

供遊客多元藝文體驗。同時與「野森動物學校」合作推出「奧樂雞雙園探險記」數位體驗雙園區串聯活動，透過活動專屬官方 Line 互動遊戲，引導親子認識動物與自然生態，並達到雙園共同行銷之效。

- (2)動物園為加強園區動物明星 IP「壽 Q 家族」行銷力度，114 年底完成「壽 Q 家族」設計改版，115 年春節期間正式亮相。新版壽 Q 家族由高雄觀光大使「高雄熊」領軍，攜手台灣獼猴、狐獾、犀牛及水豚等夥伴，於兒童節連假期間搭配拍照打卡及線上票選活動，大力推廣壽山動物園。
- (3)配合植樹節活動，於園區打造「自然實驗室」，結合植物生態導覽、傳統工藝體驗及創意手作，讓大小朋友透過觀察、觸摸與創作，深入認識植物生命。同時攜手「財團法人辜嚴倬雲植物保種中心」進行「重瓣彎子木」異地復育，增添園區美麗多元的植物風光，並象徵環境教育永續傳承。
- (4)兒童節連假期間，於園區辦理寫生比賽及「壽 Q 家族」人氣票選活動，亦與國立科學工藝博物館合作，完成指定任務即可獲限量「恐龍數獨寶盒」科學玩具，共同行銷高雄觀光。另同樣由市府主辦的「2026 高雄兒童節—恐龍酷樂園」活動，深受小朋友喜愛，活動結束後部分恐龍移展至壽山動物園，延續恐龍熱潮。
- (5)為持續向下扎根推廣動物保育觀念，115 年 5 月至內門區內門國小及美濃區吉東國小舉辦行動動物園校園巡迴活動。除導讀動物園繪本外，特別與民間業者合作，帶著陸龜、守宮、蜥蜴、球蟒等動物前進校園與小朋友近距離接觸，課程生動活潑，小朋友反應熱烈。
- (6)園方 115 年 5 月與蘭陽動植物王國合作，在園區羊駝廊道展出「世界蟑螂特展」，集結來自全球的特色物種，顛覆大眾既有印象，兼具教育性與話題性，吸引眾多遊客參觀討論。
- (7)園區 115 年上半年與公視《獨立特派員》、公視台語台《台灣記事簿》、客家電視台《福氣來了》等多檔知名節目合作，介紹園區高齡動物照養，正面宣傳動物園生命教育形象及

保育成果。另外由知名藝人邵雨薇及王柏傑主演，並於壽山動物園取景拍攝的影集《動物園》於115年2月正式播出，園區順勢推出共同行銷活動，吸引民眾來園參觀。

（二）園區智慧運用發展

動物園持續發展智慧運用，因應數位資訊時代，為提升動物園觸及率，於園區狐獴及孟加拉虎等明星動物展區裝設高解析度攝影鏡頭，24小時直播動物可愛畫面，讓民眾在家就能持續關注動物園。後續亦將視點閱率，評估增加園區其他動物直播。另動物園持續與工研院合作，114年委託工研院建置「智慧導覽互動服務」系統，提供AI人物角色即時客服服務，結合定點互動服務機台與移動式線上即時客服功能，並兼具中、英、日等多語系特色，分擔園區客服人員諮詢壓力，並提升國外旅客服務效能，115年1月已開放測試提供旅遊服務。另與工研院合作於犀牛廊道設置「犀牛魔鏡」體驗設備，結合互動式動物影像追蹤、自然語言生成與AI影像技術之智慧影像導覽系統，定位動物位置並透過互動方式了解動物習性，亦可發揮創意設計屬於自己的犀牛圖像，象徵每位參與者都是保育行動的重要夥伴。

（三）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. 建立遊客入園規範：園方明確將不拿塑膠提袋、食物不掛娃娃車、勿餵食野生獼猴等事項，列入園區禁止事項中，運用圖像化標示提升遊客理解，並以大型帆布輸出懸掛於大門入口處，搭配現場客服人員勸導提醒，以降低遊客遭獼猴騷擾搶食。
2. 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。同時在園區入口處不斷播廣播，持續提醒民眾注意。

3. 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。近期持續將宣導範圍向園區外擴張，在志工人力許可情況下，從停車場到門口公車站牌皆派員宣導，降低民眾步行至園區時遭獼猴搶食的機率。
4. 設置室內用餐區：為避免民眾於室外用餐遭獼猴騷擾，園方持續於園區適當地點增設室內用餐空間及共食區，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，於例假日由該協會志工來園宣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。115 年 6 月由市府農業局主辦，邀請該協會講師來動物園辦理「解開獼團—小小宣導員」活動，帶領民眾探索獼猴生態，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. 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。

(四)推動內門觀光休閒園區計畫

1. 本局辦理本園區開發計畫，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。園區已於 115 年 1 月完成整備，開始試營運對外開放，民眾反映熱烈，並對園區體驗給予正面評價。

2. 園區引入狐狸、狐獴、土撥鼠、兔豚、臭鼬、小食蟻獸、紅頸袋鼠、法拉貝拉馬及樹懶等可愛動物，由專業的動物保育員帶領遊客親近動物，確保動物福祉並專注維持課程品質。園區提供內門區舒適、新穎又具教育內涵的戶外公共遊憩空間，除串連東高雄區域旅遊軸帶外，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。



園區 114 年底引進的兔豚順利繁衍後代



「壽 Q 家族」IP 完成設計改版，以可愛形象推廣行銷動物保育。



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、更符合野外食性的食材。



植樹節於園區打造「自然實驗室」，結合植物生態導覽、傳統工藝體驗及創意手作。



台灣獼猴共存推廣協會來園辦理活動，帶領民眾共同瞭解獼猴習性。



運用園區志工人力加強獼猴友善宣導



與屏東科技大學獸醫學院醫療合作，共同進行園區動物疾病診療。



至內門區內門國小及美濃區吉東國小舉辦行動動物園校園巡迴活動。

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、配合世界綠色及智慧旅遊規劃「高雄好玩卡」，同步發行實體卡與數位卡，減少旅客碳足跡。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，推動環保永續旅宿，響應減碳淨零新旅行概念。
- 三、辦理城市大型節慶活動，帶動在地特色及觀光吸引力，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、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。
- 六、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。
- 七、持續推動「灣區大港・旗津領航」旗艦計畫，提升旗津風景區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。
- 八、精進各風景區服務設施及景觀，如提昇觀音山步道品質及整理金獅湖周邊環境，以打造景區觀光新色與友善遊憩環境。
- 九、為優化景區觀光能量與強化服務品質，全面推動系統性環境維護及設施升級，並多元引進民間企業之專業團隊與營運資源，落實公有資產轉型活化、創造優質旅遊環境，以促進在地觀光經濟永續發展之總體目標。
- 十、建置「高雄 Go！」觀光旅遊 APP，以高雄熊為導覽角色，導入 AI 智慧導覽與 AR 技術，串聯城市景點與主題活動，打造互動旅遊體驗，推動智慧觀光並帶動深度旅遊。

十一、持續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。

十二、持續管理內門觀光休閒園區營運情形，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

觀光局持續打造高雄成為國際觀光大城，並積極與觀光公協會及相關局處合作行銷高雄，努力爭取海外旅客觀光市場；透過觀光亮點行銷及推廣特色活動、打造舒適遊憩環境、輔導優質旅宿提升品質、營造景點氛圍、串聯觀光旅遊帶及運用科技智慧觀光等，期能加強觀光產業鏈搶占觀光市場，持續創造高雄觀光旅遊榮景。

感謝各位議員先進對觀光局的鞭策與鼓勵，支持本市觀光質量持續精進，共創高雄觀光發展美好與共榮的未來。

敬祝

各位議員女士、先生	身體健康	萬事如意
大	會	圓滿成功