

柒、觀 光

一、觀光行銷

(一) 觀光推廣與拓展客源

1. 2025 高雄國內旅遊團體補助計畫

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入境或出境再加碼每團 1,000 元。截至 115 年 6 月共補助 312 團，總計引客 6,890 人。

3. 國內國際旅展

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，本府觀光局攜手農業局、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，結合代表高雄食衣住行育樂之優質業者，共同行銷推廣高雄觀光。

(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。

(2)「2026 TITE 台灣國際旅展秋季展」於 8 月 21 日至 24 日假台北世貿展覽館辦理。

(3)「2026 高雄市旅行公會冬季國際旅展」於 10 月 2 日至 5 日假高雄展覽館辦理。

(4)「2026 ITF 台北國際旅展」於11月6日至9日假台北南港展覽館辦理。

4. 演唱會經濟帶動觀光效應

114年，Kylie Minogue、SUPER JUNIOR-D&E、Maroon 5、RAIN、落日飛車、麋先生、告五人、張學友、孫燕姿、陳奕迅、江蕙、BLACK PINK、TWICE、周華健等國內外知名大咖藝人在高雄舉辦逾109場演唱會，共吸引近163萬人次，創造逾52億觀光產值。

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、麋先生、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。

5. 「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，1-5月共核准12件，總計補助29萬5,000元。

6. 海外推介會與推廣

(1)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。

(2)2026年7月辦理韓國地區觀光推介會

預計於7月由本府農業局、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。

(3)2026年九州地區觀光推廣活動

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。

7. 接待國外踩線團與貴賓

(1)日本：

①1月22日，觀光局出席高雄捷運公司、台灣虎航及日本岡山縣政府共同辦理之輕軌彩繪列車「虎力全開·雄遊岡山」記者會，期透過宣傳推動「高雄－岡山」航線成為定期航線。

- ② 2月3日，觀光局高閔琳局長見證高雄市觀光協會與日本神奈川縣藤澤市觀光協會於寒軒大飯店簽訂協議備忘錄。
 - ③ 2月7日至15日，日本藤澤市觀光協會於「2026 冬日遊樂園」設攤。
 - ④ 2月7日至8日，日本熊本市與熊本城迎賓武將隊於「2026 冬日遊樂園」設攤，並連續2日帶來精彩表演。
 - ⑤ 2月21日至22日，日本東京都八王子市副市長植原康浩一行5人偕東京都立大學啦啦隊17人於「2026 冬日遊樂園」連續2日演出，並由觀光局高閔琳局長於2月21日親自接待參訪高雄燈會。
 - ⑥ 2月25日至3月1日，日本秋田縣於「2026 冬日遊樂園」設攤，觀光局高閔琳局長於2月28日前往與秋田縣誘客推進課三浦潤等4人致意，期許深化雙方交流。
 - ⑦ 4月13日，JACQUES GLORIOUS 合同会社陳俊穎拜會本局，探討邀請日本美食家久住昌之（《孤獨的美食家》原作者）擔任高雄城市美食大使之可能性。
 - ⑧ 4月14日，日本福岡縣福岡市議員浜崎太郎一行5人來訪，了解高雄港灣城市建設經驗。
 - ⑨ 4月17日，三普旅行社謝憲治會長邀請觀光局高閔琳局長出席「三普大感謝祭」活動，局長於會中向台日近百位旅行社、航空公司等觀光業界先進推廣高雄觀光旅遊資源。
 - ⑩ 5月7日至8日，日本大阪府松原市澤井宏文市長偕松原市觀光協會松本光代理事長一行8人拜會林欽榮副市長，為松原市觀光協會與高雄市觀光協會建立合作關係進行交流，並參訪歷史博物館、蓮池潭及高雄熊主題商店。
 - ⑪ 5月8日，日本鹿台台灣祭主辦單位一行3人來訪，說明「2026 鹿台台灣祭」活動規劃，並探討活動合作可能性。
 - ⑫ 5月26日，日本鳥取市工作階層（3人）來訪，交流觀光與物產推廣建議，並期待未來有機會能進一步提升兩市作為旅遊目的地知名度。
 - ⑬ 5月28-29日，參加「2026 台日觀光高峰論壇 in 苗栗」以深入地方，共創台日觀光新高峰為目的，與台日雙方近200位觀光先進就旅遊市場、修學旅行、姊妹城市合作及海外推廣行銷等議題交換意見。
- (2) 韓國：
- ① 3月4日，與韓國台商會朱俊尹會長等5人進行觀光交流。

- ② 4月8日，與韓國釜山觀光協會李泰燮會長等18位成員進行觀光交流。
- (3) 馬來西亞：
 - ① 4月25日，參與馬來西亞觀光局推介會並進行國際觀光交流。
 - ② 接待星宇航空邀請之馬來西亞旅行業者踩線團7人。
- (4) 越南：3月19日，交通部觀光署於高雄內門紫竹寺舉辦「台味辦桌盛宴」，由越南人氣偶像Isaac帶領逾400位越南旅客深度體驗內門總鋪師辦桌美食與百年宋江陣文化。
- (5) 美國：2月28日，美國波特蘭市、韓國釜山市及韓國大田廣域市等3個城市代表團齊聚高雄，親自感受2026高雄燈會冬日遊樂園熱鬧氛圍。

(二) 多元行銷策略作為

1. 透過產官學合作設置旅遊資訊服務站

- (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1-5月旅服中心服務旅客總計約5.5萬人次。
- (2) 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。
- (3) 與店家合作建置「借問站」，截至目前已完成六龜、甲仙、杉林、內門、旗山、美濃、大樹、大社、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、彌陀、林園及旗津地區等共50個服務據點。

2. 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5月臉書粉絲團追蹤人數52萬0,034人，較去年同期增加1萬1,172人；IG追蹤人數6萬4,779人，較去年同期增加1萬0,085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 5 月已有 2 萬 4,428 人訂閱，成長 1 萬 7,428 人次。

3. 山城觀光-行銷東高雄九區

今年持續結合東高雄觀光產業及商圈，預計於旗山體育場、甲仙商圈舉辦大型音樂市集活動，同時規劃 20 梯次東高雄深度小旅行，並邀請波蘭安德、英國大豐大哥大、日本麻由 mayu 不是麻油等網紅拍攝影片，並藉由網紅相關通路搭配行銷，積極推廣東高雄觀光。

4. 觀光大使高雄熊

(1)積極規劃高雄熊出席市府各局處大小活動、宣傳影片拍攝及國內外旅展等活動，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。

(三) 推廣套裝旅遊產品

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 5 月底，共計銷售 36,131 套（總累積銷售約達 40 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) 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。

3. 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。

二、觀光產業提升及管理

（一）觀光產業輔導管理

1. 輔導旅館及民宿品質提升

(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「具人文或歷史風貌之相關區域」，可依據民宿管理辦法向本府觀光局申設民宿。公告區域外如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，經本府觀光局審查通過者，亦可依法申請設立。截至 115 年 6 月於本市都市計畫範圍內合法設立民宿共 90 家，其中具人文或歷史風貌之相關區域之民宿計 51 家，眷村民宿計 39 家。

(2) 本府觀光局修正公告本市「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、梓官等共 26 區均可依照民宿管理辦法申設民宿，並舉辦地方說明會。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，本府觀光局訂定「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。另於茂林及那瑪夏區公所辦理 4 場民宿申

設輔導說明會，輔導業者取得結構安全證明文件，已有 4 家業者取得民宿登記證。

(4)「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。

(5)辦理「環保標章旅宿輔導計畫」

- ① 目前計有 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。

(6)辦理「114 年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。

(7)辦理「性別友善旅宿推動計畫」

- ① 112 年首辦「推動性別友善旅宿」座談會，邀請專家學者、性平團體、訂房平台、旅宿及旅行業者齊聚交

流「營造性別友善旅遊環境」及「性別友善旅宿經營實務」。

- ② 112年起至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；期盼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。
- ③ 112、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LGBTI+同志朋友與所有旅客都可感到安全、尊重。
- ④ 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」。

(8)辦理「穆斯林友善旅宿認證計畫」

- 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）。115年預計再輔導10家取得穆斯林友善旅宿認證。
- ② 目前有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。

(9)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，本府觀光局特別推出「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，觀光局於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。

2. 旅宿業房價專案稽查

本市自112年起推動演場會經濟，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，本府觀光局加強房價稽查，並依法裁罰：

- (1)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。
- (2)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。
- (3)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。
- (4)115 年 1 至 5 月共稽查 205 家次，其中非法旅宿 70 家次、合法旅宿 135 家次，房價均符合規定。

3. 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，14 家業者通過聯合審查，13 家通過山坡地變更編定審查會（簡稱坡審），13 家通過用地變更編定，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）後，即可申請旅館業登記證合法營業。

4. 溫泉取供事業計畫

(1) 寶來溫泉取供事業計畫

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

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。

(二) 輔導露營場合法化

1. 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」，本府觀光局隨即成立露營場輔導小組並成功爭取 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. 本府觀光局自 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、美濃等區地區公所計辦理 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，餘均在審核中。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、集頂山咖啡原、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）。

（三）觀光招商

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。考量權利金估價至 115 年已再逾一定期間，後續將依規定重新辦理權利金估價作業，並配合調整招商條件，俟提送財政部國有財產署審議同意後，續辦第五次招商作業。

（四）超高齡社會因應作為

加強輔導旅館業者設置年長者友善設施，如無障礙設施、坡道、提供長者使用之輪椅或輔具及專為年長者設計的之浴室設備等友善設施。規劃 115 年辦理銀髮族友善輔導計畫，委託專業廠商輔導觀光產業業者並至現場會勘，提供改善意見或友善遊程，提升服務品質。

三、推動觀光發展

（一）辦理多元主題活動

1. 2026 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園

115 年 2 月 7 日至 3 月 1 日於愛河灣及高雄港 16-18 號碼頭辦理，以日本知名 IP「超人力霸王」首度降臨高雄為主軸，致敬全臺灣各個城市角落的無名英雄；以港灣景觀結合大型主題裝置、夜間光影及互動展演等，打造屬於高雄冬日的「超人慶典」。活動期間超過 731 萬參觀人潮，創造逾 126 億觀

光產值；外縣市遊客超過4成，春節期間超過5成；高雄旅宿業春節連假期間住房率平均達8成，市區飯店近滿房，周邊商圈業績較平日成長3至5成。

2. 2026 高雄內門宋江陣

於115年3月21日至4月5日假內門紫竹寺辦理，包含陣頭拜觀音、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、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，同時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，透過宋江陣系列活動，宣傳內門藝陣、總舖師原鄉文化，活動期間參觀人次逾21萬人次。

3. 六龜溫泉推廣活動

以六龜寶來不老豐富的觀光生態及溫泉資源，於每年10月至隔年2月溫泉旺季強化行銷，吸引遊客前往泡湯；另於3月至5月，結合在地業者、導覽與DIY體驗，整合六龜周邊溫泉、花期等元素，發展套裝遊程，並辦理「野人音樂祭」、「山城水樂園」與在地特色市集等活動，吸引遊客至六龜寶來觀光慢遊，行銷推廣六龜寶來不老優質的溫泉產業。

4. 「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，於果嶺自然公園舉行系列活動，串連大型紅球裝置藝術、OB泡泡體驗區、草地市集、親子手作體驗、街頭藝人展演及高雄熊快閃見面會，讓民眾感受城市生活美學，活動5日吸引逾10萬人次入園參與。

5. 大寮特色推廣活動

於115年5月23日至24日大寮捷運站前草地辦理，兩天活動吸引上千組親子家庭參與，以大寮紅豆、菱角及紅磚產業文化為主軸，結合闖關遊戲、DIY手作、市集展售及舞台演出，打造兼具趣味與文化特色的親子盛會。集結超過30家特色美食與文創品牌，人氣焦點「毛小孩漫食活動」吸引許多民眾攜帶寵物同樂。此外，也規劃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，透過紅豆餅製作與古早童玩DIY等體驗，深入認識大寮的人文歷史與農村風情。

6. 2026 乘風而騎

規劃辦理4場次複合式單車遊程，於5月30日、7月11日、9月12日、11月7日，假大社、仁武、三民、楠梓、鳳山、鳥松等區辦理單車主題活動及深度遊程，透過市集、音樂會、親子活動等方式，結合在地社區協會合作導覽，藉由低碳旅遊行銷高雄市特色景點，活絡地方觀光產業發展。

四、景點建設及營運管理

(一) 蓮池潭風景區

1. 蓮池潭纜繩滑水主題樂園

蓮池潭興建臺灣首座國際級纜繩滑水場，期帶動運動觀光人潮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；另打造童遊藝境親子館及羣島餐酒館，提供遊客來到蓮池潭有不同的遊憩體驗選擇。

2. 蓮池潭景觀場域出租案

委託專業民間經營，引進咖啡、輕食、點心等精緻餐飲，打造落地景觀窗，搭配蓮池潭畔景色，提供遊客恬靜悠閒的用餐環境，成功營造為蓮池潭特有之特色餐廳。

3. 蓮池潭物產館招商

自114年1月1日由觀光局接管後，即啟動招商規劃作業，並就場域現況及營運問題進行整體分析與盤整，續辦招商作業，於115年2月2日完成簽約，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. 蓮池潭遊客服務中心

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。

5. 蓮池潭水域遊憩開放

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或至本府觀光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。

6. 龍虎塔建築工區美化

龍虎塔年久老舊，部份結構恐有安全疑慮，龍虎塔權管單位左營慈濟宮於2023年6月間發包整修，已於2025年1月上半年整修完成。為維持景區觀光價值、服務海內外遊客拍照打卡之需求，本府觀光局積極協助慈濟宮進行工區美化作業；此前利用既有施工鷹架搭設巨幅龍虎塔美圖覆蓋綠色尼龍圍網，嗣後也陸續完成引導遊客攝影留念的「最佳拍照建議點」，並於龍虎塔外木棧道設置中英日韓泰越六國語言導覽解說故事牆，期許讓各國遊客能了解龍虎塔整建緣由、蓮池潭歷年整建及公私部門協力成果，以及蓮潭左營地區豐富的

觀光資源，並深入了解蓮池潭風景區以及左營在地豐厚的人文歷史和宗教文化。

（二）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

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。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 至 5 月參觀人數約 1 萬 8,387 人次。

3. 旗津沙灘吧

結合民間資源引入多樣休憩服務，為旗津海岸公園打造沙灘特色場域，營造悠閒環境氛圍，提供民眾賞景、現場演唱、美食服務及沙灘排球、足球等活動場域，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

為提升旅遊服務完整性，將旗津貝殼館前場域打造為海之星俱樂部，並完成招商，提供輕食、飲品服務，加以場域周邊彩虹步道，提供遊客旅遊多元服務，帶動旗津周邊餐飲、交通、旅遊等觀光需求。

（三）愛河風景區

1. 愛河特色公廁推動計畫

新設公廁規劃以「永續經營」、「友善服務」及「綠色營造」為核心理念，將提供性別友善、親子友善、無障礙（含人工造口及照護床）及穆斯林友善等設施，公廁並結合商業服務與旅遊諮詢等功能，提升營運管理與維護效率。（預計 115 年 9 月發包）

2. 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 時至 19 時；於 112 年 6 月 26 日重新公告愛河沿岸 4 處下水點，並規劃於下水點設置告示牌，以標示編號、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。

3. 辦理愛河委託經營案件

愛河水岸於高雄橋至中正橋區段，打造貢多拉船浪漫遊河體驗，東岸設置「白色戀人」、「愛河走走」等貨櫃屋提供簡易餐飲服務，透過各據點之串聯整合，提升愛河及周邊區域之觀光效益。

4. 辦理小樹市集

「小樹市集」與觀光局合作，於12月13日、12月14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，鼓勵親子運用書本知識，自製小書繪本或自創手作產品，並體驗將知識轉化成商品，同時也教育培養從小就學會愛惜物品，以及回收物品再利用、環境友善的環保概念。

5. 申請指定觀光地區

113年度市府以為打造共融、休閒、創新的場域，規劃並進行愛河及蓮池潭景觀優化及產業加值計畫，辦理愛河清疏工程、河岸綠地維護及親水廊道升級計畫及蓮池潭水岸生態景觀及景點優化計畫；為活化愛河及蓮池潭，本府觀光局以愛河為主體，透過整體行銷策略納入品牌思維，設計高雄港灣品牌視覺識別系統（VIS）。另經發局與清大、交大簽署合作意向書，於蓮池潭設立分部，以產業轉型、增加就業為目標。

（四）金獅湖風景區

1. 金獅湖周邊環境營造工程

辦理獅山林相整理及步道環境優化，營造金獅湖舒適友善遊憩景點。（規劃設計中）

2. 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至5月遊客人數約4萬8,418人次。

3. 豐富蝴蝶園導覽資源

為促進民眾瞭解蝴蝶生態，導覽志工以折氣球、摺紙及標本等生動靈活的方式，以及豐富的導覽內容，提升導覽解說及互動的多元性。

（五）壽山風景區

1. 114年度壽山動物園展示館整建工程

整建壽山動物園辦公室、解說教育中心及營隊教育空間，提升園區教育及服務功能。（預計115年9月完工）

2. 115年度壽山動物園整建工程

預計辦理園區供水系統改善、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。（規劃設計中）

（六）澄清湖風景區

1. 澄清湖既有休憩設施改善工程

為優化澄清湖遊園品質，配合營運租約進行澄清湖園區迷宮花園販賣部、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，並進行綠美化，為遊客提供更舒適的休憩空間。（預計115年12月完工）

2. 鳥松濕地生態保育及推廣成果

補助社團法人高雄市野鳥學會認養鳥松濕地，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、蝴蝶園及鳥松濕地引入智慧導覽系統，進行QR code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。「115年度濕地標章」評鑑作業結果為「優等」，獲內政部公園署公開表揚（鳥松重要濕地(地方級)生態旅遊暨濕地環境保育推廣教育計畫）。

3. 接管及整建情形

本府於114年7月接管澄清湖風景區後，逐年爭取預算，並於相關契約到期後，拆除藝品館、迷宮花園販賣部、划船場票房、蜂蜜生態園、螢光秘境等建物，且園區全面導入設置智慧販賣機，支援多元支付功能，解決傳統服務據點不足問題，大幅提升遊客便利性。

（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，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。

（八）寶來及不老地區

「寶來花賞溫泉公園」設有足湯、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，且全年無休；為提升園區旅遊服務功能，引進狩獵帳、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。

（九）崗山之眼

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，同時本府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 114 年 2 月配合「崗山之眼遊憩品質提升工程」進行整建休園，整建完成後將委託民間專業廠商全區經營管理崗山之眼園區及車輛接駁服務，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，預計116年上旬重新開放。

（十）其他觀光建設

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
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及種植開花喬木，增進景區旅遊友善度及生態觀光資源。（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
於桃源區復興里環保公園建置特色市集、停車場及公廁，提供農特產展售、舉辦大型活動及遊客休憩功能之場域。（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）

（十一）超高齡社會因應作為

1. 於金獅湖蝴蝶園及旗津貝殼館等場域推動志工導覽服務，目前65歲以上志工占比達63%，定期辦理教育訓練或域外教學活動，增進志工專業知能、促進交流及凝聚團隊向心力。高齡志工於服務高齡遊客時，亦較具同理心與溝通親和力，有助提供更貼近長者需求之導覽與旅遊服務，持續發揮專長與經驗，參與觀光服務及生態教育推廣工作。
2. 愛河特色公廁
 - (1)設有專門的無障礙廁所（空間加大方便輪椅進入），內有扶手、可動扶手、拐杖架、洗手盆、無障礙洗手台組、無障礙照護平台、人工肛門污物盆等。
 - (2)其餘廁間設有拐杖架，且皆為坐式馬桶。
 - (3)所有設施地板無高低差，方便輪椅進出。
3. 「灣區大港・旗津領航」旗艦計畫
於相關場域導入無障礙設計，設置無障礙廁所，並優化步道安全性及通行便利性，以提升整體遊憩空間之可及性與使用友善度。

4. 本府因應超高齡社會來臨，持續於各風景區營造友善休憩環境，透過步道、公廁、照明、指標及無障礙等設施改善，提升高齡者旅遊便利性與安全性。

五、動物園營運管理

（一）園區設備提升、動物飼養管理及交流合作

1. 動物園自 114 年 10 月底著手進行園區解說教育中心整建工程，規劃營造多元使用需求、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 年暑假開放遊客使用。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. 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、侏儒羊及來自六福村的孟加拉虎等皆順利繁衍後代，增加園區展示動物數量同時亦為族群開枝散葉。
3. 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，刻正辦理各項功能測試、操作調整，期與實務應用順利銜接。
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. 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. 園方持續改善動物棲地環境，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。

7. 園方妥善運用動物認養經費，辦理動物展場棲架維修、動物食物豐富化、動物醫療後送計畫等項目，提升動物圈養品質，給予更多元且營養均衡的食物，同時改善刻板行為。並在園區醫療儀器及人力不足時，啟動後送計畫與地方獸醫院合作，給予動物最佳醫療照護。
8. 動物園連假遊客數較多，為減輕周邊交通衝擊，觀光局積極與府內相關單位密切討論交維措施，包含協調交通局 56 號公車加密行駛班次及給予乘車優惠，並於 115 年 3 天以上連假期間闢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。

（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，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，追蹤犀牛即時畫面並可與遊客互動問答，讓遊客認識犀牛生態，還能透過影像辨識，生成具有個人特色的藝術風格犀牛人像，象徵每位參與者都是保育行動的重要夥伴。

（三）辦理各項教育推廣及行銷活動

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，母親節則是女性及 12 歲以下兒童免費入園，針對國中會考考生免費入園及園區餐飲折扣等優惠措施，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，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，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，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「重辦彎子木」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。

（四）推動內門觀光休閒園區開發計畫

1. 觀光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、狐獾、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。