柒、觀　光

**一、觀光行銷**

（一）觀光推廣與拓展客源

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。截至113年6月30日止，共有217案，累計引客7,038人。

2.2023獎勵旅行業推廣國際旅客至高雄旅遊住宿實施計畫

112年8月1日至113年6月7日辦理，旅行社組團15人(含)以上入境國際團體旅客至高雄2處指定景點旅遊、兩天一夜以上行程，補助每團住宿一晚平日5,000元，假日4,000元。總計有203件申請案，累計引客4,782人。

3.2024國際團體旅客至高雄旅遊住宿獎勵計畫

113年6月14日開始至經費用罄，凡旅行社組團15人(含)以上入境國際團體旅客至高雄2處景點旅遊程，每人每晚補助400元，最多補助2晚(不分平假日)。

4.2024高雄市旅行公會國際旅展

5月24至27日參加「2024高雄市旅行公會國際旅展」，匯集海內外機構、公私部門約460個攤位參展，吸引約29萬人次來訪參觀旅展並造訪高雄館。

5.演唱會經濟帶動觀光效應

113年1至6月，SUPER JUNIOR、Ed Sheeran、五月天等國內外知名藝人，接連在高雄舉辦演唱會逾77場次，吸引超過79萬人次，市府團隊結合行銷資源，帶動演唱會經濟與旅遊消費商機，為本市帶來約25億觀光產值。

6.「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，鼓勵各法人、團體及業者提案申請關於觀光活動行銷推廣，113年1至6月底止，共核准11件。

7.「第15屆台日觀光高峰論壇」主辦城市

(1)臺日觀光高峰論壇，是臺日兩國觀光旅遊官方及產業界國際合作交流的重要盛事，自2008年首次於台灣舉辦後，由臺日雙方輪流辦理，每年匯聚超過200名臺日雙邊旅遊業界重量級代表，交流意見並透過體驗主辦城市觀光景點和文化魅力，促進雙方觀光業務的推動及合作。

(2)「第15屆臺日觀光高峰論壇」於113年5月30日至6月2日舉行，5月31日的論壇會議，以減緩雙方灣光人次逆差、如何「運用數位科技推動智慧觀光」及「推動永續觀光促進雙方互惠交流」等議題進行討論，期望藉由兩國航班平衡發展、人力資源調配與地區振興舉措促進雙方永續旅遊交流新模式。另安排豐富的踩線行程，配合「永續發展（SDGs）」與「智慧觀光」之論壇主軸，更以「高雄大好．世界王者」、「多彩高雄．族群文化」、「新潮高雄．傳承革新」三大主題，規劃景點踩線體驗、表演團體、參展攤位、特製高雄食材午晚宴及貴賓伴手禮等，藉此讓日本貴賓了解高雄豐富的觀光文化資源及觀光遊憩服務量能等，進而規劃高雄的旅遊產品，為高雄帶入更多日本旅客。

（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、大社觀音山三角公園設立旅服中心及旅遊諮詢站，提供國內外旅客更友善之諮詢服務。113年1至6月旅服中心服務旅客人數總計約6萬3,750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、鳳山、燕巢、鼓山、鹽埕、岡山、橋頭、路竹、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44個服務據點，113年預計新設置3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，113年6月底，臉書粉絲團追蹤人數萬47萬5,399人，較去年同時期增加3萬3,450人；IG追蹤人數4萬6,493人，較去年同期增加5,477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，截至113年6月底，共有1,740萬瀏覽次數；另為推動智慧觀光，目前建置壽山情人觀景台、左營蓮池潭、及旗津砲台等3處，使用4K高解析度觀光即時影像，使本府觀光局YouTube頻道訂閱人數從111年1月7,000人訂閱，截至113年6月底已有2萬1,358人訂閱，成長1萬4,358人次。使海內外民眾不受地域限制，自由觀賞高雄重要景區觀光意象。

（3）將於近期全面改版的高雄旅遊網，打造國際旅遊品牌形象。新網站以設計感、動態感為其特色，提供遊客豐富多彩且即時的高雄旅遊資訊，以暗色作為基底，劇場式的呈現，更能聚焦在重點內容，如同觀看高雄旅遊形象影片饗宴，展示高雄各項特色觀光，提供民眾耳目一新的高雄旅遊資訊

3.美食觀光

（1）2024高雄鍋燒麵大賞
「2024高雄鍋燒麵大賞」共有103間店家，吸引近10萬人次參與網路票選，經民眾票選、評審團評審，選出前10大鍋燒麵，最後發表會更邀請50位全民試吃員，選出「2024高雄鍋燒麵人氣王」。

（2）2024大港閱冰
預訂113年8月17、18日於新濱·駅前舉行市集活動，活動前將招募70家以上店家參與活動並協助店家行銷宣傳，後續另邀請35家以上特色冰品店家及餐車參與市集活動。

4.郵輪觀光

（1）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，編印旅客優惠手冊，提供郵輪旅客免費索取。

（2）推出「高雄好玩卡X打狗逛逛券」套票，整合輕軌沿線景點及21家商家優惠，憑卡享交通無限次搭乘，讓旅客輕鬆暢遊高雄，可於旅運中心大廳專櫃購買相關商品。

5.高雄熊BIRTHDAY RUN WAY發表會

113年5月19日觀光局於Pinway駁二八號倉庫2樓，首次為高雄市觀光大使-高雄熊辯理「高雄熊BIRTHDAY RUNWAY發表會」，為高雄熊慶生，並以劇場方式串連整場活動，高雄熊帶領專業舞者首跳高雄熊舞蹈，也同步全球首播高雄熊主題曲MV，此外，亦辦理高雄熊系列周邊商品展示及走秀，正式宣布高雄熊周邊商品全台首賣。

6.東高雄觀光行銷

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、加拿大大鬍子等網紅拍攝影片，累計瀏覽人次超過9萬人次，並藉由網紅相關通路行銷東高雄觀光。

（三）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6月已整合超過300家優惠商家，發行超過18萬張。目前以高雄全運具交通搭配21項在地特色景點體驗為主的2日遊好玩卡「打狗逛逛套票」，及結合高鐵假期專案，推出「高鐵+高雄交通+亞灣港區」的主題套票「高鐵高雄好玩卡」作為兩大主力產品。

2.針對國內外自由行旅客，陸續與KLOOK、KKDAY、易遊網、IBON等平台合作，提供更方便、多元的購票及使用體驗，113年1月累計至113年6月銷售約5,000張套票。

**二、觀光產業提升及管理**

（一）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，以吸引更多遊客到訪。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，可提高投資誘因。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，刻正辦理權利金估算，預計113年8月下旬提送市府財政審議委員會審議，再提送財政部國有財產署審議同意後，辦理第五次招商。。

（二）觀光產業輔導管理

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，14家業者通過聯合審查，12家通過山坡地變更編定審查會（簡稱坡審），12家通過用地變更編定，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）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
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。另寶來第二口井已於112年12月8日驗收完成，且建置溫泉井至寶來大街溫泉管線及儲水桶。

(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6家業者申請用水。

3.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，業公告本市「具人文或歷史風貌之相關區域」，於前揭公告範圍內，可依據民宿管理辦法向本府觀光局申設民宿；位於公告區域外有意願申設民宿之民眾，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113年6月於本市都市計畫範圍內合法設立民宿共78家，其中具人文或歷史風貌之相關區域之民宿計44家，眷村民宿計34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15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。已於茂林及那瑪夏區公所辦理3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3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

為提升本市旅館服務品質，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。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。

目前本市共有五星級旅館5家、四星級旅館2家、三星級旅館25家、二星級旅館4家、一星級旅館3家。。

（5）推動「環保旅宿」

1. 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. 目前計有145家環保旅宿及11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5家。

（6）辦理「性別友善旅宿推動計畫」

1. 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. 辦理2場「性別友善旅宿教育訓練課程」，特邀學界專家、性別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，努力營造性別友善的觀光環境。
3. 輔導20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「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LGBT同志朋友與所有旅客都可感到安全、尊重。

（7）辦理「2024高雄永續觀光力系列培力課程」
2024年本府觀光局特別規劃「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。

（8）推動「穆斯林友善餐旅認證」

1. 為提升穆斯林友善服務環境，辦理穆斯林友善旅宿輔導認證說明會，邀請穆斯林認證單位中國回教協會馬德威秘書長南下高雄，與本市旅館業者分享穆斯林專業知識及教授如何取得認證的經驗。
2. 目前計有15家業者取得20項穆斯林認證，其中擁有「穆斯林友善旅宿」(MFA) 2家、「穆斯林友善餐旅認證(MFT)」6家、「穆斯林友善餐廳認證(MFR)」8家、「穆斯林餐廳(MR)」及「穆斯林友善環境」(MFE)都各2家。

4.旅宿業房價專案稽查

假期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」及「Cold Play」等人氣藝人相繼於112年至本市舉辦多場演場會，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，維護消費者權益，本府觀光局於112年訪查具規模觀光旅館及一般旅館共108家次，查有24家房價超出向觀光局備查房價，均已依法裁罰並予以公告；113年持續辦理房價專案稽查，1-6月份共稽查119家次，查有12家31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府觀光局行政資訊網。

（三）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」，本府觀光局隨即成立露營場輔導小組及爭取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，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113年6月，已輔導59家申請第1階段「非都市土地容許使用」，其中34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6家申請第2階段「露營場設置登記」，4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)。

**三、推動觀光發展**

（一）辦理多元主題活動

1.2024 Kaohsiung Wonderland 冬日遊樂園

113年1月27日至2月25日假愛河灣及周邊場域辦理，迎接黃色小鴨睽違十年光榮重返高雄，以雙鴨傳遞溫暖與加倍幸福，也象徵無限符號，讓民眾看見高雄未來的無限可能。展演期間首創小鴨遊港動態秀，開幕日以水門禮迎小鴨進港、2月14日西洋情人節雙鴨會合放閃、最終日小鴨歡送趴等，完美展現小鴨與高雄間的親密互動。

市府與臺灣港務公司攜手合作，開放高雄港16至18號碼頭，再創市港合作新里程碑，並於燈會期間一同打造成高雄冬日遊樂園，有超人氣的「屁屁鴨」、巨無霸「黃色球池」及集結台日藝術家的「療癒森林」等大型充氣裝置藝術作品，還有免費體驗的大型氣墊、旋轉木馬、小火車等遊樂設施、琳瑯滿目的餐飲市集及兒童劇團、馬戲表演等，受到家長與小朋友的喜愛。

活動總計吸引超過900萬參觀人潮，創造逾140億觀光產值。外縣市遊客高達四成以上，春節期間超過五成；高雄旅宿業住房率超過八成、春節年假市區接近滿房，帶動周邊商圈業績成長三成以上。更創下六都2024燈會活動網路聲量第一，並獲得「2024英國LONDON DESIGN AWARD」概念設計(展覽活動)金獎肯定。

2.2024高雄內門宋江陣

113年3月9至24日假內門紫竹寺舉行，開幕活動由傳統的「文武陣頭拜觀音」開場，邀集內門在地26組文武藝陣於廟前廣場展現訓練成果。3月16、17日迎來「全國創意宋江陣頭大賽」初賽，吸引全台9支隊伍到內門參賽交流，7隊晉級3月23日決賽擂台一決高下，得獎隊伍依序為：國立臺南大學、加樂龍武聯隊、龍華宋江、萬象齊陣、臺南市立歸南國小、永康國中翰林獅隊、雲林縣立西螺國中。

3月16、17、23日於觀亭書院辦理宋江大宴，由林祺銘總舖師掌廚，邀請民眾到內門看陣頭、吃辦桌，品嚐道地的內門手路菜。活動期間與羅漢門文史尋根工作室合作，3月9、10、16、17日推出內門文史導覽小旅行，讓遊客從廟宇、人文、自然地景等三條主題遊程深度認識內門；登錄國家重要民俗的「羅漢門迎佛祖」繞境於3月16、17、23、24日舉行，四方民眾跟隨各庄文武陣頭腳步，走遍內門崎嶇地形裡的大街小巷。總計活動期間吸引約30萬人次造訪，帶動當地觀光產業發展。

3.六龜溫泉推廣活動

以「寶來不老春遊季－浪漫六龜．樂享星辰」為題，於113年4至5月規劃生態導覽、DIY遊程、音樂祭、星空電影院等活動，結合特色餐點、農事體驗、溫泉及原民風情等，打造專屬六龜商圈寶來與不老溫泉區的新記憶。

活動期間推出「山城漫城好禮贈」，預訂消費夜湯或泡湯行程可享優惠折扣及DIY遊程、特色伴手禮免費送，共計2,000份贈禮全數換畢；4月13日至5月26日辦理「不老Chill Style」導覽活動，安排32場生態秘境導覽，帶領民眾走訪美輪山健康步道及夜巡蘇羅婆59生態秘境，共計715人參與。

4月5日假六龜觀光休閒協會舉行「不老野人音樂祭」，邀請在地原民音樂團體及知名歌手、魔術秀進行表演，入場觀眾約500人；5月每週六、日於寶來親水公園舉辦「六龜山城水樂園」，挑戰巨型滑水道，同時品嚐市集美食，享受在地風味，可憑「浪漫星辰打卡牆」合影打卡兌換市集券；5月4、11日特別安排「浪漫星空電影院」，獲遊客一致好評。

總計今年淡季期間(4至5月)，六龜旅客人次較去年增加54,447人、觀光產業收益增加約6,106萬，成長約30%。

4.2024旗津風箏節暨氣墊水樂園

預計113年7月20、21日及8月10、11日於旗津海水浴場規劃海洋主題風箏展演，讓旗津天空悠遊海洋生物，晚上加碼夜間風箏展演及週日限定火舞，佛光山的祥龍燈也在首週現身旗津夜空；最受小朋友歡迎的氣墊水樂園於7月20、21日至8月3、4、10、11日登場，設置滑水道、戲水池等氣墊設施，讓小朋友可以盡情玩水消暑，打造旗津成為大人小孩都喜愛的盛夏遊樂園。

5.高雄雄嗨調酒節

113年8月10、11日於愛河河西路舉行，以推廣高雄夜經濟活動為主軸，邀集高雄40家以上酒吧及30家餐酒館共同參與，讓民眾現場飲美酒嚐美食、欣賞調酒師現場製作調酒的過程，帶來味蕾與視覺饗宴，以帶動高雄夜間觀光。

6.2024乘風而騎

以聯合國SDGs永續發展及2050淨零碳排為目標，將積極推廣低碳旅遊活動，於113年9至11月於「岡山」、「左營」、「林園」等區區辦理單車主題活動及深度遊程，結合周邊景點、在地美食，規劃套裝行程及推廣特色旅遊活動，使旅客能深度體驗各區之美，藉由低碳旅遊方式行銷高雄市特色景點區，提供不同的遊程選擇吸引國內外遊客造訪，活絡地方觀光產業發展並提升地區觀光產值。

7.2024月世界熱氣球

預計113年10月在月世界風景區舉辦，規劃加入「高雄熊」造型熱氣球，結合熱氣球繫留體驗與夜間迷你熱氣球光影展演秀，營造如土耳其卡帕多奇亞(Cappadocia)之異國氛圍，打造全台最獨特的惡地形熱氣球體驗活動。

8.2024Wild Wild野生活

為推廣戶外活動，預計113年11月2、3日邀集知名戶外品牌與排隊美食聯手打造高質感城市戶外露營體驗活動，讓民眾在衛武營藝文中心的城市綠地中體驗風格露營。現場除露營技能示範、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。

9.2024海線潮旅行

預計113年10至11月於海線臨海四區(茄萣、永安、彌陀、梓官)辦理四場小旅行及團體旅遊補助計畫（含林園），另結合在地社區及產業，邀集美食店家及在地品牌參與，辦理海岸餐桌、海濱音樂市集活動，形塑高雄海線觀光旅遊魅力。

**四、景點建設及營運管理**

（一）蓮池潭風景區

1.112年度蓮池潭風景區環境營造工程

為優化景區友善遊憩環境，改善龍虎塔至春秋閣間水岸景觀步道，擴增陸域分設行人步道與自行車道，打造安全流暢行進動線。(113年1月完工)

2.113年度蓮池潭風景區環境營造工程

為完善蓮池潭環潭動線，規劃將春秋閣烏龜池造成之步道斷點打通，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，以提供遊客更佳的遊憩品質。(預計113年11月開工)

3.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；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。

4.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。

5.蓮池潭物產館招商

本府農業局預計於113年底將物產館移交由觀光局接管並規劃招商作業，觀光局業已針對該場域問題進行場域問題分析，持續探詢並邀請民間專業經營團隊現場走訪，以利後續進行招商規劃。另有關物產館交通動線，本府交通局已著手研議翠華路南向及國道10號西端匯入物產館等動線優化之可行方案。

6.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。113年1月至6月共計132人下水。

7.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，龍虎塔所屬左營慈濟宮於2023年6月間發包整修，預計於2025年上半年整修完成。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；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，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）金獅湖風景區

1.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1至6月遊客人數約5萬2,464人次。

2.豐富蝴蝶園導覽資源

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。

（三）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，如重塑豐收廣場、旗津海水浴場救生站、公廁與Sunset Bar指標建物，及辦理在地自行車推廣計畫等，整體提升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。(工作計劃書核定中)

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2000多件貝殼，由志工團隊提供遊客解說服務。113年1至6月參觀人數約1萬3,985人次。另觀光局於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」，辦理培訓課程建立專業師資群、貝殼館解說志工增能教育、貝殼館教案設計及貝殼館志工解說手冊。

3.旗津露營區

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，成功帶動周邊餐飲、交通、旅遊等觀光需求。

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，並依不同節慶推出特色活動，提升旗津夜間觀光。

5.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，已完成招商，提供輕食、飲品服務，並於場域周邊打造彩虹步道，成為旗津觀光亮點。

（四）愛河風景區

1.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；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。截至113年6月30日共計4,770人次。

2.型塑愛河悠閒漫遊氛圍

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，提供特色餐飲服務，營造悠閒chill氛圍，型塑愛河特色貨櫃聚落。

3.申請指定觀光地區

 113年度市府為打造共融、休閒、創新的場域，規劃進行愛河及蓮池潭景觀優化及產業加值計畫，投入經費5,654萬4,000元，辦理愛河清疏工程、河岸綠地維護及親水廊道升級計畫，另辦理蓮池潭水岸生態景觀及景點優化計畫，投入經費4,800萬元。另 為活化愛河及蓮池潭，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)，投入經費600萬元；另市府經發局與清大、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。

（五）澄清湖風景區

1.澄清湖周邊環境整建工程

重塑澄清湖景區大門口前廣場意象，並接續改善鳥松濕地外環人行空間，提升澄清湖景區周邊整體遊憩環境。(113年4月完工)

2.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）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。

（七）寶來及不老地區

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，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。

（八）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觀光效益，本府觀光局申請交通部觀光署「景點優化體驗加值計畫」獲4,200萬元補助，規劃打造園區第一平台入口迎賓區，並將原售票亭擴建，營造新的眺景和室內休憩區；另將改善周邊登山步道指標牌，提升整體觀光機能。(預計113年11月開工)

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；後續將配合「崗山之眼遊憩品質提升工程」整建規劃及期程，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。113年1至6月遊客人數約8萬人次。

（九）其他觀光建設

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，規劃建置觀音湖入口處公廁、景區戶外生態解說場域及休憩平台，並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，提升觀音湖遊憩功能。(預計113年10月完工)

2.觀音山登山步道改善工程

規劃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，藉以優化市民登山環境，提升觀音山觀光價值。(預計113年11月開工)

**五、動物園營運管理**

（一）新動物園運動-壽山動物園正式營運

1.市府完成新動物園運動，園區休憩品質及動物福祉皆有顯著改善，尤其針對改善動物棲地方面，首度採用動物混養概念，放大動物活動空間，並改善室外展場環境。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天光，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內舍生活空間。整建後遊客反應熱烈，113年1至6月遊園人數達53萬4,501人，春節期間更是吸引6萬4,338人次入園參觀。

2.重新開幕後，考量遊客數較多，為避免對周邊交通造成衝擊，市府相關單位密切討論交維措施，包含56號公車加密行駛班次，提供民眾便利遊園交通選擇。同時配合鼓山二路公有停車場啟用，二月起觀光局於每周末例假日闢駛接駁專車，並於連續假日增班服務，解決民眾遊園交通問題。

3.動物園持續發展智慧運用，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」，結合動物AR提供合影，設計多款富教育性質互動遊戲，並提供智慧互動式服務，113年再次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，預計於年底推出更多具教育意義之智慧應用項目。另外，工研院電子與光電系統研究所，申請「亞灣5G AIoT 場域應用選題：智慧觀光」計畫經費，與壽山動物園合作，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。多元的智慧應用項目，讓壽山動物園獨步全球，成為全國全球首創科技互動、導入智慧觀光的「智慧動物園」，提供遊客科技新體驗。

（二）園區設備提升、動物飼養管理及交流合作

1.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。

2.為充實園區展示物種，並引進多元基因，增加既有族群繁衍機率，園方與Xpark合作，於3月份引進一對水豚，目前已完成檢疫程序，正與園區既有水豚進行併群配對，期望能順利繁衍後代。

3.園方積極與國際動物園夥伴交流合作，今年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班，了解目前動物園對動物福利的要求與發展趨勢，並藉此機會與各國夥伴聯繫，尋求物種合作機會。

4.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12種66隻野生動物，其中不乏珍貴的遊隼、黑翅鳶、紅隼等特有保育類物種，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。。

5.為提升保育員專業知能，參與農業部林業及自然保育署委託台灣動物園暨水族館協會(TAZA)辦理的提升動物展演產業專業知能計畫課程，以利提升園區整體動物照養品質。

6.偕同觀光產業工會、臺北市立動物園與各級民意代表努力爭取保育員調整危險加給，歷經兩年努力終獲行政院同意，於今(113)年正式實施，給予更好的薪資待遇，留住保育員人才，穩定動物照養第一線工作。

（三）辦理各項教育推廣及行銷活動

113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，並積極與企業洽談合作。

1.於今年6月28日邀集本市旅宿、旅行業者公協會及優質旅宿業，總計50家業者參加說明會，討論園區優惠行銷方案，以及媒合旅宿業者運用園區資源協助遊客規畫遊程，例如福容飯店推出動物園主題房贈門票、小火車票券及園區紀念品方案；福華及和逸飯店則以住房專案附贈門票及動物園聯名點心等合作內容，共同行銷並開發聯名商品。並與旅行業者合作，將動物園納入包裝遊程，以公私協力模式加強推廣在地觀光資源。

2.結合農曆春節、兒童節等節慶，在園區辦理大遊行、街頭藝人表演、動物園手做DIY、劇團及音樂會演出、寫生比賽等，氣氛熱鬧吸引遊客前來，並成功行銷動物園。

3.持續與高雄科技大學合作，辦理「2024設計未來式」，本次除動物主題商品提案競賽外，更增加活動企劃組，由學生為園區設計融入園區特色及學生創意的紀念品，及開放遊客參與之教育活動，期望透過學生的創意激盪，開發更具創意並兼具園區特色及可行性之行銷方案。。

4.壽山動物園與高雄科學工藝博物館、高雄市立圖書館三方合作，於今年4月期間推出具場館特色圖案的磁吸鐵片，並搭配三方場館折扣優惠，共同行銷高雄具特色之親子教育場域。

5.與市府勞工局博愛職業技能訓練中心合作，針對身心障礙學員開立訓練班，讓學員到園區實習環境清潔及園藝等技能，訓練一技之長以利後續投入職場，給予學員暖心關懷及協助。

6.與Xpark合作，於7-8月在Klook平台獨家推出特惠之雙園聯票，並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.為持續向下扎根推廣動物保育觀念，5月份辦理6場「行動動物園」活動，前進阿蓮、路竹、彌陀等地區，導讀由插畫名家「玉子」創作的非洲象阿里繪本，也安排爬蟲動物及鳥禽等動物相關習性及知識解說，給學童帶來難忘的生動課程。

8.園區委託專業團隊辦理教育營隊，設計多元化的課程，除國小學童參與的教育營隊外，亦有適合親子共同參與的動物園露營體驗活動課程，滿足遊客不同的規劃需求。

（四）推動內門觀光休閒園區開發計畫

1.觀光局持續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。園區工程於111年11月開工，113年市府持續編列1億5,939萬元投入園區工程，截至6月底工程進度63.27%，預計114年8月完成園區開發作業。另本案擬採ROT促參模式進行招商，招募民間企業夥伴投資及營運。

2.期程規劃部分，7月16日辦理政策公告上網，9月5日於地方舉行公聽會，11月8日辦理上網公開徵求，12月中旬召開甄審會選出最優申請人，預估114年第一季完成簽約。