

高雄市政府觀光局 109 年度施政績效成果報告

重要施政項目	執行成果與效益
<p>壹、觀光行銷</p> <p>一、多元行銷策略作為</p> <p>(一)多媒體數位行銷</p> <p>(二)多元觀光文宣</p> <p>(三)透過產官學合作建置旅遊資訊服務站</p> <p>(四)推動智慧旅遊</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 高雄旅遊網全新改版完成，提供可適用旅客持有的多元載具之網頁介面，更提供評價建議、旅遊攻略及景點相關資訊。 2. 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。 3. 強化數位化整合行銷傳播，進行無國界的高雄觀光行銷。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 各類主題旅遊文宣並朝電子化。 2. 與本市觀光協會合作推出「高雄暢遊 GO 觀光護照手冊」季刊，目前已發行 52 期。 3. 結合本市百大景點、歷史建築及美食，以「區域觀光」概念，於年底前推出「漫遊高雄自由行指南」，打造 6 條特色主題旅遊，配合本市旅宿、旅行業者合作行銷推廣高雄。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 結合在地學校及民間團體資源，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設立旅服中心。 2. 與店家合作建置「借問站」，截至目前已完成旗美 9 區、大樹、大社、前鎮、左營、前金、鳳山、三民、茄萣、鳥松、岡山、橋頭、梓官、鹽埕、旗津、鼓山地區等共 68 個服務據點。 3. 設置 line@生活圈即時回覆旅遊系統，提供智慧化旅遊服務，粉絲數已破 9,000 人。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 配合交通部觀光局好玩卡政策，推出高屏澎好玩卡各式套裝旅遊產品。 2. 針對國內外縣市自由行旅客，與高鐵公司合作推出高鐵－高雄好玩卡套票商品。 3. 持續優化「高雄好玩咖 APP」，推動高雄觀光產業。 4. 整合 OTA 平台 KKday 等多家業者資源成立高雄智慧旅遊專區，另有

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(五)美食觀光行銷</p> <p>二、積極開拓國旅客源</p> <p>(一)參加台北國際夏季旅展</p> <p>(二)推動高雄秋冬旅遊行銷活動</p> <p>(三)高雄-桃園雙城交流計畫</p>	<p>景區智慧導覽解說、2.0版智慧借問站、LINE Pay 多元數位支付等功能，提供遊客智慧旅遊服務。</p> <p>1. 「高雄100·百選美饌」美食觀光 以「在地」、「美味」、「多元」為核心概念，於109年5至7月舉辦「高雄100·百選美饌」評選；「老味店家」選出最具特色的83家；「夜市美食」則票選出30攤，完成「百選美饌」拼圖。另於8月至9月由各評審老師及美食達人帶領4團美食輕旅行路線，實際走訪得獎商家；並將資料編輯成電子書供民眾及本市觀光業者自由下載分享。</p> <p>2. 高雄肉燥飯爭霸賽 本市109年首度舉辦的肉燥飯爭霸賽，分為專業店家組以及全民制霸組，經過激烈競賽及評選，於11月選出10大肉燥飯店家及全民制霸組1人，活動期間網路活動參與人數近10萬人，決賽更吸引近30家各大媒體參與報導，觸及數百萬關注人數。經過活動的新聞訊息發布，有效吸引外縣市民眾來高雄觀光旅遊、品嚐美食，參與店家來客量比之前明顯增加，營業額平均成長近3成。</p> <p>看好後疫情時代國人對旅遊需求增加且暑假來臨，組團參加「2020台北國際夏季旅展」，推廣在地深度旅遊及特色超值套裝行程，4天展期約6萬人次造訪。</p> <p>邀請高知名度網紅拍攝宣傳影片及知名作家撰寫旅遊文章，於Youtube自有頻道及個人臉書發布。另邀請羽球球后戴資穎拍攝「2020高雄冬季旅遊—雄冬好玩」影片及眾多數位平台共同行銷高雄。自10月推出，截至12月媒體宣傳觸及數超過220萬人次。</p> <p>109年9月邀請桃園市旅行業者來高踩線，參觀本市亞洲新灣區新興景點，如詩舒曼蠶絲文化園區、i-Ride飛行體驗中心、文化遊艇(棧貳庫—紅毛港航線)、輕軌、哈瑪星台灣鐵道館及臺灣眷村文化園區等景點，由本市與桃園市2位市長共同主持「蓮池潭與龍潭」雙城交流計畫記者會，積極宣傳本市觀光，吸引北部旅客來高觀光旅遊。預計至110年12月交流人數目標為1萬人次。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(四)參加 ITF 台北國際旅展	參加「2020 台北國際旅展(Taipei International Travel Fair, ITF)」，成立高雄主題館，行銷高雄山海河港觀光資源及特色產業。4 天展期吸引約 5 萬人次造訪。
(五)參加 2020 高雄國際旅展	於 12 月 18 日至 21 日在高雄展覽館展出，高雄館共規劃 6 個展攤，由市府相關單位、大高雄市觀光商圈總會、高雄市觀光協會、東高雄觀光產業聯盟、高雄捷運公司（含高雄輪船公司、鈴鹿賽道樂園及義大遊樂世界）、印水涵觀景汽車旅館及 i-Ride 5D 飛行劇院等，共同行銷推廣高雄觀光，4 天展期吸引約 3.5 萬人次參訪主題館。
(六)推動「企業團體旅遊獎勵優惠計畫」案	針對團體旅客(包括旅行社、企業團體)提供優惠方案，包括義大遊樂世界、鈴鹿賽道樂園、夢時代購物中心、i-Ride KAOHSIUNG、十鼓橋頭糖廠文創園區、航空教育展示館、滷味博物館、愛之船、高雄港遊港船等均提供破盤優惠，觀光局轄管景點動物園、崗山之眼及旗津貝殼館亦免門票優惠。受理逾 53 團申請，突破 3,303 名旅客參與。
(七)郵輪(國內)觀光	受新冠肺炎疫情影響，2 月 6 日起已禁止國際郵輪停靠，夏季國內疫情趨緩，於 7 月 26 日起開放國內郵輪跳島及環島航線。其中麗星郵輪「探索夢號」共 6 個航次造訪高雄，帶來近萬名旅客，觀光局也於 10 月首航邀請媒體踩線團熟悉高雄景點，並搭配「2020 決戰高雄肉燥飯爭霸賽」議題，讓旅客到肉燥飯店家嚐鮮。
貳、觀光產業提升及管理 一、觀光旅館相關產業招商	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，以吸引更多遊客到訪。109 年已規劃本案地上權存續期間由 50 年延長至 70 年，權利金新臺幣 5.8 億元為底價，惟受疫情影響及大環境並未改善，仍無有意願之潛商，擬朝都市計畫變更加上土地使用項目後再重新辦理招商。 2. 蓮潭湖畔地上權開發案 蓮潭湖畔地上權開發案委由本府財政局主政招商作業，於 109 年 5 月 27 日至 9 月 23 日公開招標，無廠商投標。經檢討因土地範圍大、土地容許使用項目限制不得作住宅使用及基地上具文化資產價值建物等原因使潛在投資人卻步，爰本案擬先朝辦理基地都市計畫調整，

重要施政項目	執行成果與效益
(四)旅宿業檢查及管理	<p>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，進一步輔導公告區域內之海線四區有意設立民宿者申設民宿，109年12月底已輔導2家業者取得民宿登記證。</p> <p>3. 為輔導原住民族地區觀光產業發展，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」，原鄉的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，那瑪夏區公所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。</p> <p>1. 109年核發新設旅宿業登記證暨旅宿業專用標識共計39家。</p> <p>2. 為維護旅客住宿安全，不定期辦理旅宿業檢查，109年稽查合法旅宿520家次、未合法旅宿234家次，合計稽查754家次，裁罰115家裁罰金額1,715.6萬元。</p> <p>3. 109年城市好旅宿評比獲特優首獎</p> <p>為提升各縣市政府於所轄旅館業及民宿管理成效，交通部觀光局辦理「109年城市好旅宿-縣市政府管理績效評比」，本府觀光局管理執行績效優異再度獲得特優，已連續5年榮獲優特肯定，將持續戮力輔導提升本市旅宿安全及品質。</p>
<p>參、觀光發展</p> <p>一、觀光節慶活動之推展</p>	<p>1. 2020高雄燈會藝術節</p> <p>於1月29日至2月9日於愛河以「雙春迎金·愛高雄」為主軸，打造七大主題燈區、八天精彩的主題之夜，加上發福市集、愛河水舞音樂展演、20組街頭藝人表演及最具環保創意的愛之鯨裝置藝術，為期12天共吸引147萬人次參觀。</p> <p>2. 2020高雄內門宋江陣</p> <p>於2月22日至3月8日於內門舉行，內容包含傳統文武陣頭拜觀音、羅漢門迎佛祖遶境、全國社會組宋江陣選拔賽(含高中職以上各級學校)、國際週(外籍人士宋江陣體驗、駐台外媒踩線等)、學生創意民俗表演、文史導覽等。後因受新冠病毒疫情影響，2月27日決議後續停辦。開幕當周末2天，約吸引2萬人次參與。</p> <p>3. 2020旗津黑沙玩藝節</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、推動在地特色觀光活動</p>	<p>首度以策展概念與藝術家合作，並留下壁畫藝術星空隧道彩繪作品，而具寓意及時事議題的沙雕展，集結時下流行樂團與高雄在地年輕表團的音樂饗宴及各式各樣的親子及水域活動，結合在地餐飲業者合作推出的沙灘饗宴，更與旅宿業及在地商家共同推出振興三倍券優惠專案，精彩多元活動吸引不同族群參與。來訪遊客達 67 萬 7,420 人次。</p> <p>1. 2020 乘風而騎 以單車旅遊形式，將單車、歷史、人文、美食、文化風情結合，與在地協會、業者合作，推動具在地特色深度套裝遊程，109 年於鳳山、左營、美濃、岡山及茄萣等各區推出 5 條單車深度遊，結合觀光與文化，由導覽人員帶領遊客體驗在地特色深度旅遊，吸引 1,000 名民眾報名參與。</p> <p>2. 鳳山城市博物館 與在地鳳山城文化志工協會合作，打造「城市博物館」區域觀光發展平台，透過網路臉書行銷及實體遊客中心借問站方式，推廣鳳山觀光。推出「鳳山踹踹走-百工百藝遊鳳山」活動，除導覽外並親自動手體驗在地工藝，了解鳳山歷史之趣，共計辦理 6 場次體驗活動，吸引 368 名遊客報名參加，另發行鳳山古蹟、文化、美食等地圖，讓遊客按圖索驥。</p> <p>3. 東高慢食旅特色活動 109 年於東高雄九區辦理東高慢食指標輔導及商家評鑑，評鑑出 16 家認證店家，加上 108 年輔導 9 家認證店家，總計完成 25 家認證店家；推出適合自由行的三軸線主題推薦遊程路線，並結合多元計程車隊與台灣觀巴，便利當地交通；編印作家帶路推薦遊程之東高慢食旅專書 1,000 本；推出物聯網平台 APP，結合店家及景點資訊、溫泉美食、好客民宿、線上購物等功能。</p> <p>4. 推動無障礙友善旅遊 (1) 為推動無障礙友善城市及為孕、老、幼及輪椅朋友方便觀光旅遊，推出「蓮潭一日遊」、「北高一日遊」及「港市二日遊」三條無障礙旅遊路線，結合無障礙通用計程車，串連景區、旅宿業者和餐飲店家。於 109 年 1 月推出「無障礙旅遊地圖摺頁」，並結合本府工務局評鑑合格無障礙優良場所、社會局輔導無障礙餐飲店家、觀光局友善旅宿飯店及本市無障礙通用計程車等資訊，讓無障礙族群索取。 (2) 下半年持續盤點本市觀光景點無障礙清單，整合跨區資源，結合推薦景點、在地美食推出【洞·見】建築藝文之旅、【轉·動】亞灣發</p>

重要施政項目	執行成果與效益
三、旗津風景區	<p>的舒適休憩景點，預計110年5月完工。</p> <p>2. 109年度旗津藝術道營造藝術創作</p> <p>(1) 邀請藝術家於旗津進行藝術創作，分年分期打造「旗津藝術道」，發展《風收·豐收》藝術廣場至星空隧道間成為藝術軸帶，已於109年10月完成第一期「旗津藝術道」打造。</p> <p>(2) 於109年3月辦理「旗津風景區指示牌誌」創意設計競賽，向全國民眾、大專院校學生徵求創意設計牌誌，作品需具創意、可行性、設計美學與環境契合度，並同時將中、英、日、韓等四種語言編排設計讓國際旅客導覽更具便利性，經評選共計4件作品獲獎。目前已依據第一名作品完成設置旗津三輪車告示牌誌，預計110年年底完成全面更新指示牌誌。</p> <p>3. 旗津貝殼館</p> <p>展示近2千多件貝殼，為亞洲館藏數量最多的貝殼展覽館之一，並由志工團隊提供遊客解說服務。108年4月3日至109年4月5日與屏東海生館合作辦理「映象珊瑚~珊瑚特展」，推廣海洋生態保育的觀念。結合周邊彩虹教堂婚攝主題園區及黃金海韻大型裝置藝術等景點，為拍照打卡之人氣景點，營造成為旗津觀光亮點。109年1至12月參觀人數約6萬3,787人次。</p> <p>4. 旗津沙灘餐飲租賃案</p> <p>於旗津打造沙灘吧，營造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，自109年7月起，每周六晚間辦理落日趴，期帶動旗津夜間觀光，並於109年7月新建完工「夕照觀景平台」，營造旗津成為南台灣觀賞夕陽的聖地</p> <p>5. 旗津豪華露營區租賃案</p> <p>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度假區，自109年8月15日營運以來，截至12月底已吸引1,850帳、約7,800人次入住，成功帶動周邊餐飲、交通、旅遊等觀光需求。</p> <p>6. 公告開放全新的旗津遊憩水域</p> <p>為發展旗津多元遊憩功能，於109年7月14日公告全新的旗津遊憩水域，將旗津水域分區規劃為「親水體驗區」、「專業活動區」、「動力區」，開放多元水上活動，期打造旗津成為國際級的水域遊憩基地。</p> <p>1. 月世界多功能服務設施新建工程</p> <p>新建月世界遊客中心，提供結合生態展示、解說導覽、旅遊諮詢服務及在地農特產販售等複合功能之設施、建置停車場及人行道系統，且提供無障礙友善環境，於109年11月22日由市長主持開幕並正</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>四、惡地景觀廊帶</p>	<p>式啟用。</p> <p>2. 月世界多功能服務設施委外經營管理案 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 109 年 8 月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，並設置諮詢服務台，以滿足觀光遊客需求並提升當地民眾更佳的生活機能。</p> <p>1. 崗山之眼園區及天空廊道營運 (1)委託民間廠商經營管理崗山之眼園區接駁市集區的營運，朝品牌化模式進行營運規劃，並結合岡山燕巢在地豐富的農產特色，讓市集服務更多樣化且有在地風味，既滿足遊客需求亦創造在地小農與遊客的雙贏，109 年 1 至 12 月參觀人數約 38 萬 9,981 人次。 (2)109 年 7 月 4、5 日與廠商合作辦理「2020 斯巴達障礙跑競賽」(美國 NBC 評為最佳障礙賽事國際品牌)，障礙關卡原汁原味原裝來台搭建，賽道行經高雄小岡山、阿公店水庫及崗山之眼等，讓參賽者可以飽覽在地美景，吸引國內及旅居台灣的國外運動好手約 5000 人參賽。</p>
<p>五、崗山之眼園區</p>	<p>1. 愛河創作藝術 (1)愛河水舞噴泉 為打造愛河夜間亮點，引入愛河水舞噴泉，於 108 年 12 月 24 日至 109 年 6 月 28 日展出，可變換多種水型及組合效果，營造愛河畔璀璨音樂噴泉光影秀。 (2)「愛河·愛之鯨」環保藝術裝置 由美籍藝術家柯杰生 Jason Klimoski 及新象藝術團隊合力打造，利用高雄的資源回收塑料為素材，組裝創作巨型鯨魚意象裝置藝術，於 109 年 1 月 21 日正式在愛河水面騰躍而出，作品含有重生與保護海洋環境生態的意涵，展出至 109 年 7 月 21 日，吸引超過 250 萬人次，成為愛河拍照打卡熱門景點。</p>
<p>六、愛河風景區</p>	<p>2. 愛河水岸市集 (1)愛河三輪餐車市集入口意象景觀創作 打造屬於愛河河畔的入口意象，結合特色貨櫃市集、美食、餐車、打狗等元素設計，塑造愛河成為高雄獨特的城市意象，於 109 年 9 月完工。 (2)引進愛河假日主題市集</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>「愛河假日主題市集」於109年10月23日開始至110年5月底，引進風格獨具的文創餐車、手作攤位等青創業者進駐，結合文創與美食營造愛河悠閒休憩氛圍，提供遊客到訪愛河多元旅遊體驗，截至109年12月底共辦理5場次，共吸引63萬人次參與。</p> <p>(3)型塑愛河特色貨櫃聚落 引入民間資源辦理愛河畔增設特色貨櫃租賃案，以常設性貨櫃元素打造愛河畔美食聚落，109年農曆年前先推出白色戀人貨櫃，並陸續規劃第二座特色貨櫃，預計將於110年年底建置完成，期引入美食、音樂及文創商品，型塑愛河水岸藝廊的印象。</p> <p>(4)打造愛河啤酒花園 於愛河河西廊道打造全台首座河畔啤酒花園，於109年11月28日開幕，以巴伐利亞餐點再搭上德國精釀啤酒的餐飲主題，異國美食和高雄在地品牌的媒合，啤酒橡木桶造型建築更讓愛河畔增添異國風味，增加愛河觀光新特色。</p> <p>3. 愛河水域活動</p> <p>(1)辦理愛河水漾嘉年華活動 為帶動愛河周邊觀光產業鏈，於109年8月1、2、8、9日於愛河舉辦「2020愛河水漾嘉年華」，結合水域遊憩體驗、仲夏音樂派對及河畔風味市集，傳遞高雄海港城市的熱情與魅力。</p> <p>(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法規後，109年11月23日公告開放高雄橋至七賢橋之愛河水域得從事獨木舟、立式划槳等無動力水域遊憩活動，民眾只要實名登記即可下水遊憩，同時加強各項安全防护措施，確保水域活動安全。</p> <p>1. 澄清湖及鳥松濕地整建工程 辦理澄清湖風景區迷宮花園感官體驗區建置及步道整修，另為推動生態旅遊，進行鳥松濕地園區內環境教育設施與生態觀察淺水池改善，提供遊客及民眾休閒遊憩優質場所，預計110年6月完工。</p> <p>2. 鳥松濕地公園經營管理 補助由社團法人高雄市野鳥學會認養鳥松濕地，積極推動生態復育及環境教育推廣，並提供導覽解說服務，且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。</p> <p>1. 寶來花賞溫泉公園升級</p>

重要施政項目	執行成果與效益
七、澄清湖	<p>為提升園區旅遊服務功能，經整建足湯區並增設 SPA 泡湯區、更衣盥洗室、廁間等設施，於 109 年 1 月重新開幕，舉辦「六龜泡湯去·賞花健走小旅行」開幕活動，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，結合全新泡湯體驗及豪華露營，打造六龜寶來地區獨特的觀光遊憩亮點。</p> <p>2. 寶來花賞溫泉公園新建工程(四期) 為提升花賞溫泉公園之觀光服務品質，增設廢水處理設備(遮陽設施、夜間照明)、園區排水系統等服務設施，塑造溫泉觀光優質遊憩環境，預計 110 年 4 月完工。</p>
八、六龜寶來地區	<p>1. 美濃區友善環境改善工程 於東門樓、美濃菸葉輔導站新設貨櫃廁所及周邊環境綠美化，並針對美濃七彩自行車道中-綠線、藍線與靛線，更換設置全新指標及導覽牌面，優化小鎮觀光遊憩設施，已於 109 年 5 月完工。</p> <p>2. 美濃湖水環境改善計畫 辦理美濃湖南區入口地景區整建、配合民間既有水雉復育區，延伸打造美濃湖水雉棲地、提供舒適遊湖環境並發展在地永續生態旅遊，預計 110 年 4 月完工。</p>
九、美濃小鎮	<p>1. 柴山環境營造工程 辦理西子灣海堤人行步道景觀及動物園登山口周邊環境改善，使得場域人行動線更安全且舒適，提升場域休憩品質。預計 110 年 6 月完工。</p> <p>2. 二仁溪周邊環境整建工程 二仁溪出海口紅樹林步道改善及河堤新設無障礙坡道，提供遊客安全參訪生態教育之環境。預計 110 年 6 月完工。</p>
十、其他觀光建設	<p>1. 109 年度壽山動物園污水管線改善工程 延續 108 年園區外至污水處理廠段之污水管線換新，109 年施作園區內污水管線探勘、疏通及更新工程，改善因管線老舊衍生之外漏等情形，已於 109 年 12 月完成。</p> <p>2. 109 年度噪犀鳥展場興建工程 為迎接與國立自然科學博物館鳳凰谷鳥園生態園區進行動物交換之</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>三、動物飼養管理與醫療保健</p>	<p>動物健康狀況。</p> <p>(2)配合政府防範禽流感、登革熱及其他疫情等疾病政策，定期執行園區防疫消毒工作，並安排同仁施打公費流感疫苗。</p> <p>3. 展示場環境豐富化及動物訓練</p> <p>(1)積極辦理園區展示場環境豐富化及動物訓練，於大象展場設置吊桶、犀牛展場設置磨角椿、波爾羊展場設置獨木橋及蹺蹺板等設施，讓動物可在展場展示自然之探索及休憩等行為。</p> <p>(2)另首次邀請專家辦理非洲象動物訓練課程，除理論課程外亦實際操作園區非洲象訓練，成效良好，保育員持續操作，增進動物與保育員之間信賴感與親密感</p>
<p>四、行銷招商暨教育推廣</p>	<p>1. 參觀人數統計</p> <p>動物園軟硬體改善及行銷推廣活動，獲得廣大民眾肯定與支持，在受到疫情衝擊之下 109 年度入園人數仍達 61 萬 2, 321 人次。</p> <p>2. 推動動物認養計畫</p> <p>(1)積極推動壽山動物園動物認養計畫，結合各界資源與力量，提升園內圈養動物的福祉。109 年度共有 586 位民眾、5 家企業參與動物認養活動，認養金額計 103 萬 8, 400 元。經費投入雲豹保育及大象動物訓練、保育類野生動物收容等計畫，為保育動物盡一份心力。</p> <p>(2)透過一系列動物認養活動，於年終舉辦動物認養人回饋活動，分享動物園搶救瀕危動物暖心計畫案例(孟加拉虎、黑熊與馬來熊)，傳遞推廣保育可以從每個人做起，除能提升參觀人數，更能形塑專業形象並發揮動物園重要的保育教育功用。</p> <p>3. 舉辦推廣教育活動</p> <p>(1)配合新生動物及節慶主題動物解說，推出 6 場教育推廣活動、1 場暑期大型遊園活動、6 場暑期展演系列活動、40 梯次營隊(夜宿與一日遊)及農曆年間系列展演與闖關活動。</p> <p>(2)首次結合園區自然環境，推出攀樹營隊及露營營隊，在專業攀樹教練引導下，各年齡層之民眾皆可在安全的環境下體驗攀樹，享受登高望遠，俯瞰動物之樂趣。同時亦推出露營體驗，透過安排生態導覽等活動，讓民眾在動物園露營，能觀察到與白天遊園不同之動植物生態景觀。</p> <p>(3)行動動物園首度與新竹動物園合作前進校園，共同推廣保育知識，落實雙方締結姊妹園後之實質合作，透過分享動物知識、結合時事等趣味話題與抽獎活動，更進一步與大眾互動，增加粉專人數 1 萬 2, 468 人。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>4. 志工服務 招募志工協助園區導覽解說、廣播協尋、園區巡邏、園區綠美化等工作，以提升園區公共服務水準及效率。109年志工共計服勤3,964人次逾1萬3,732小時，提供各縣市國民中小學及幼兒園導覽解說服務50團次，導覽人數計約3,102人次。</p> <p>5. 動物園暑期延長開放 於7-8月暑假期間每周六、日延長開放時間至傍晚6點半，規劃辦理多元類型之兒童展演，安排四大兒童劇場「風船劇團」、「缺席舞團」、「玩具島劇團」、「豆子劇團」於解說教育中心旁廣場輪流進行演出，帶領小朋友進入不一樣的動物世界。開放期間配合舉辦7梯次「夜宿動物園-動物森林探險營」活動，規劃夜間生態探索及導覽解說，讓小朋友認識日間與夜間不同的動物園風貌。</p> <p>6. 異業結盟行銷 (1)與大魯閣草衙道合作，推出鈴鹿賽道與壽山動物園暢遊券，帶動雙邊旅客人潮，創造政府與民間業者雙贏。 (2)與扶輪社合作，於壽山動物園舉辦親子日及藝術競賽活動，在園區留下彩繪牆，並協助推廣動物認養。 (3)持續與愛種樹協會合作，由愛種樹協會在園區舉辦植物知識闖關活動，讓親子共同參與，同時協助製作園區植物生態解說牌3面，讓遊客欣賞動物之餘亦可習得有趣的植物知識。</p> <p>7. 加強網路行銷 壽山動物園官網及臉書專頁持續更新動物資訊及活動訊息外，加強行銷Instagram及Line@等社群平台，提升觸及率，臉書追蹤人數及按讚數都有明顯提升。</p> <p>1. 為充實動物園內動物展示內容，加強與國內公私立動物園進行動物交換及協助收容作業，與新竹市立動物園、花蓮新光兆豐農場、國立自然科學博物館鳳凰谷鳥園生態園區等機關持續進行保育合作，延續珍稀野生動物在臺灣的保種族群，109年陸續完成引進長鼻浣熊、黑肚綿羊、藍冠鴿及噪犀鳥、絨鼠，並協助行政院農業委員會林務局收容孟加拉虎、台灣黑熊、馬來熊、阿拉伯狒狒等保育類動物，豐富本市動物園展示內容。</p> <p>2. 109年10月在高雄市及新竹市雙方市長見證下，壽山動物園與新竹動物園正式簽約締結姊妹園。除現階段的物種交流外，未來雙方將在動物保育、人才培訓、展場設計及教育推廣等各方面密切交流合作共同攜手邁向現代化動物園。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>五、與國內外動物園或其他動物園養機構進行交流</p>	<p>3. 積極與其他動物園或動物醫療機構合作，加強與在地獸醫院所技術合作，提升園區動物醫療品質。另於9月份安排員工參加臺灣動物園暨水族館協會(TAZA)之野生動物營養工作坊，強化同仁在照養動物上及動物營養方面的知識與技能。</p> <p>4. 積極參與國際保育計畫，透過本園動物認養計畫，支持泰國國家動物園管理局(ZPO)在貓科動物的保育工作，保育成果資訊陸續分享給本市動物園，作為保育教育應用，以進行更密切交流合作。</p>
<p>六、推動內門觀光休閒園區開發計畫</p>	<p>1. 本園區定位於南台灣山城綠色生態門戶，規劃包括四大特色：(1)結合「溫和動物區」與「生物多樣性區」提供遊客與動物零距離的遊憩體驗；(2)與「財團法人辜嚴倬雲植物保種暨環境保護發展基金會」合作設置全台首一「原生植物園」，除原生樹種，並結合園區規劃「原生動物區」及「水鳥生態區」，營造原生動植物生態秘境；(3)融入內門宋江陣陣式與兵器意象，打造具有宋江陣「內維治安，外禦入侵」的在地特色建築亮點；(4)利用現地特有之高低起伏地形，引入飛越叢林單點式體驗設施，提供遊客多樣性山林體驗。</p> <p>2. 本計畫已取得「水土保持規劃書」、「環境影響說明書」及內政部核發園區開發計畫許可，目前已著手進行園區工程細部設計作業，俟新建工程處聯外橋梁於110年3月完工後辦理用地變更編定，接續進場施工，預定112年底完成全園區開發作業。</p> <p>1. 109年底動物園推出公共藝術打卡點行銷活動，在園區設置5處結合動物元素藝術創作打卡點，搭配一系列宣傳行銷活動，讓更多遊客看到改變中的動物園。</p> <p>2. 109年底委託專業建築師團隊辦理動物園整體規劃，未來動物園將以「動物的自由之地」、「親子的同樂天堂」及「空中漫步長廊」等三大亮點主軸來發展，預估整體經費約需新台幣5億元，除市府既有資源，也會積極爭取中央經費挹注，再結合民間力量共同推動。</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
七、啟動新動物園運動	