

高雄市政府觀光局 113 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)推廣套裝旅遊產品</p>	<p>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 113 年 12 月臉書粉絲團追蹤人數 48 萬 9,256 人，較去年同時期增加 2 萬 5,917 人；IG 追蹤人數 5 萬 223 人，較去年同期增加 6,325 人。</p> <p>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 113 年 12 月已有 2 萬 2,717 人訂閱，成長 1 萬 5,717 人次。</p> <p>編撰 6 個語言版本 (中、英、日、韓、越、泰)，並結合借問站店家，設計地圖資訊看板與友善旅遊諮詢服務，並設有 WiFi 熱點與 QR code 連結至雲端，提供各項旅遊服務，推廣在地深度旅遊。</p> <p>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。因受疫情影響，113 年旅服中心服務旅客人數總計約 12 萬人次。</p> <p>2. 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、梓官及旗津地區等共 47 個服務據點。</p> <p>1. 配合交通部觀光署政策推出高雄好玩卡，截至 113 年 12 月已發行超過 20 萬張。目前「高雄好玩卡」推出產品： (1)3 日券，係整合 22 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，原價 2,169 元，特價 1,400 元。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(五)美食觀光行銷	<p>(2)1日券QR CODE電子套票，產品特色強調即買即用，22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，原價1,570元，特價780元。</p> <p>(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，作為主力產品。</p> <p>2.針對國內外自由行旅客，陸續與KLOOK、KKDAY、易遊網等9個線上平台合作，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，113年1月累計至113年12月銷售約2萬多張套票。</p> <p>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」。</p> <p>2.2024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，113年8月17、18日於臨海三路封街舉辦，活動前招募70家以上店家，參與禮冰券活動並協助店家行銷宣傳，活動期間有35家以上特色冰品店家及餐車參與市集活動，總共吸引4萬人次前往，參與店家業績成長3到5成不等，鄰近店家業績成長3成以上。</p> <p>3.2024高雄城市咖啡節 113年11月23、24日於凹子底公園辦理，集結山區原鄉部落到海邊、再到市區知名咖啡及甜點店家共計60家，與神農市集共同辦理，現場還有咖啡拉花與沖泡體驗、並配合食農教育、烹調教學等活動，兩日大約有4萬人次參與。</p> <p>4.2024高雄鹹酥雞嘉年華 113年12月7、8日於大遠百追夢廣場辦理，集結全省超過50家炸物名店，2天活動湧入約10萬人次，帶動周邊商圈及業者業績較去年同期成長4成，並有許多外國遊客前往品嚐，體驗高雄美食魅力。</p>
(六)演唱會經濟帶動觀光效應	<p>113年1月1日起至12月31日止，SUPER JUNIOR、Ed Sheeran、五月天、羅志祥、宇宙人、鄭伊健、LISA、Bruno Mars、Energy、ONEOKROCK等國內外知名大咖藝人接連在高雄舉辦演唱會逾157場次，吸引超過171萬人次，創造逾57億觀光產值。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
(七)高雄熊觀光大使	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自 112 年起優化高雄熊 2.0 形象，同步規劃設計高雄熊主題歌曲、舞蹈、LINE 貼圖、影音短影片並建立 FB 及 IG 等社群平台，積極打造高雄熊專屬形象，將高雄熊推往國際 IP 代言人之路。截至 113 年 12 月 31 日止臉書粉絲團追蹤人數 1 萬 7,000 位，IG 追蹤人數 3,200 位。 2. 積極推廣市府各局處及民間產業，開放申請「高雄熊名稱及其專用圖檔非專屬授權使用」製作周邊商品、文宣圖卡等，提升高雄熊品牌效益及其知名度。 3. 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 2024 高雄冬日遊樂園活動、日本知名品牌店開業、高雄輕軌成圓宣傳行銷影片拍攝、2024 高雄市跨年及元旦升旗活動、參加台北及高雄國際旅展、高雄觀光宣傳行銷影片拍攝、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。 4. 陸續開發周邊商品以強化高雄熊知名度，於 113 年 5 月 19 日辦理高雄熊生日發表會，並同步販售十多種周邊商品，銷售通路目前於趣活文創全台通路上架，同步於線上線下販售。同時也鼓勵有意願作為高雄熊商品寄售地點之觀光業者，共同販售高雄熊周邊商品，達成品牌行銷綜效。113 年 10 月以公開招標方式由知名文創公司取得代理授權，可更進一步與異業結合行銷高雄熊品牌。 5. 為使高雄熊知名度深化，使小朋友熟悉高雄觀光大使高雄熊，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 113 年 12 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 14 區 15 所學校。
(八)郵輪觀光	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為推動高雄郵輪國際觀光，本府觀光局於 113 年 2 月 24 日首艘威士特丹號郵輪，辦理「黃色小鴨觀賞導覽行程」迎賓活動，由專業外語導遊帶領郵輪遊客漫步亞洲新灣區，並使用高雄好玩卡搭乘輕軌，一覽高雄城市景色，體驗港都熱情與活力。 2. 為方便旅客規劃岸上觀光行程，本府觀光局印製中、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、踩風迎蔚藍、商

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>(九)山城觀光-行銷東高雄九區</p> <p>(十)航班(線、點)爭取</p>	<p>圈購歡樂及打卡美景」等 5 條 3 至 6 小時之建議遊程，及編印旅客優惠手冊，提供郵輪旅客免費索取。</p> <p>3. 推出「高雄好玩卡」套票，讓旅客輕鬆暢遊高雄，旅客可於旅運中心大廳專櫃購買相關商品。</p> <p>除規劃 16 場東高雄深度小旅行，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 10 萬人次，並藉由網紅相關通路，並搭配網路行銷活動，積極行銷東高雄觀光。</p> <p>經本市多位立法委員及本府相關單位持續努力下，113 年 12 月高雄機場國際航線直飛兩岸(含港澳)及國際城市共 27 個航點、每週航班總計 338 班(單向)，相較於疫情前 108 年 12 月共 36 個航點、每週往返航班總計 411 班(單向)，航班復飛進度約 82.24%。</p>
<p>二、積極開拓國內外客源</p> <p>(一)「第 15 屆台日觀光高峰論壇」主辦城市</p> <p>(二)「2024 韓國首爾及釜山觀光</p>	<p>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，交流意見並體驗主辦城市的景點和文化魅力，促進雙方觀光業務的推動及合作。</p> <p>2. 「第 15 屆臺日觀光高峰論壇 in 高雄」於 113 年 5 月 30 日至 6 月 2 日舉行，5 月 31 日的論壇會議，以減緩雙方觀光人次逆差、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，未來為高雄帶入更多日本旅客。</p> <p>為積極開發韓國旅遊市場，並持續吸引旅客至高雄市旅遊，於 113 年 9 月 1 日至 6 日，高閔琳局長率領同仁及邀請各觀光公協會</p>

重要施政項目	執行成果與效益
行銷推廣會」	<p>及觀光產業業者前往韓國首爾、釜山辦理「2024高雄韓國觀光推廣會暨拜訪考察活動」。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 除觀光推廣活動外，更安排 11 場拜會，包含觀光產業:KKDAY、釜山航空，並有韓國觀光公協會:韓國觀光公社、釜山市政廳觀光會展局、釜山觀光公社、釜山觀光協會、亞太城市旅遊振興機構(簡稱 TPO)等單位，加上 MBC 電視台，從不同面向與議題與韓國觀光產業單位，討論高雄與韓國影視、觀光行銷與導客策略。 2. 邀集多位高雄觀光業者至首爾與當地業者進行 B2B 與推介會，另邀請高雄名人「安芝儂」協助行銷高雄，成為韓國行銷高雄觀光的最佳代言人。
(三)「2024 越南胡志明市觀光推廣會暨拜訪考察活動」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為積極開發東南亞旅遊市場並持續吸引旅客至高雄市旅遊，於 113 年 10 月 26 日至 10 月 30 日，高閔琳局長率領同仁及邀請各觀光公協會及觀光產業業者前往越南胡志明市辦理「2024 越南胡志明市觀光推廣會暨拜訪考察活動」，同時透過我方業者與當地業者間互相交流，推廣高雄觀光旅遊特色，提升高雄國際觀光競爭力。推介會現場共吸引超過百位當地觀光業者與會及超過十多位當地媒體參加。 2. 高閔琳局長率領高雄團隊拜訪駐胡志明市台北經濟文化辦事處、胡志明市旅遊廳、SAIGONTOURIST 旅行社、越南台商總會及胡志明市分會、越南航空公司、VIETRAVEL 旅行社、越南胡志明市美食文化協會等單位，促進雙方彼此的瞭解及尋求合作機會。
(四)參加國內旅展	<p>在國內旅展，聯合本市優質觀光業者，共同成立高雄館，以高雄熊帶大家「大玩高雄」為展場主軸，本府觀光局攜手農業局、經發局等局處及東高雄產業聯盟、高雄市觀光工廠發展協會、高雄市觀光協會、高雄捷運公司、高雄市民宿發展會智威科技、豐趣科技、趣活文創等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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 5 月 24 至 27 日高雄市旅行公會國際旅展，吸引約 29 萬人次來訪高雄館。 2. 11 月 1 至 4 日 ITF 台北國際旅展，吸引約 36.5 萬人次來訪高雄館。 3. 11 月 29 日至 12 月 2 日高雄市旅行公會冬季國際旅展，吸引約 10 萬人次來訪高雄館。

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(五)團體旅遊補助</p> <p>貳、觀光產業提升及管理</p> <p>一、觀光旅館相關產業招商</p> <p>二、觀光產業輔導管理</p> <p>(一)溫泉合法化之輔導管理</p>	<p>1. 2024 高雄國內旅遊團體補助計畫</p> <p>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，行程必須安排至少兩個高雄景點，其中一個須為本市環境教育景點，本計畫總共有 434 件申請案，累計引客 12,893 人。</p> <p>2. 2024 國際團體旅客至高雄旅遊住宿獎勵計畫</p> <p>113 年 7 月 1 日至 113 年 10 月 11 日止辦理，旅行社組團 15 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，補助住宿每人每晚 400 元，最多補助二晚。共補助 312 案，總計引客 8,255 人。</p> <p>1. 旗津渡假旅館開發案</p> <p>(1)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，可有提高投資誘因。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，市府財政局審議通過，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)。</p> <p>(2)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 4.86 億元，113 年 8 月下旬提送市府財政審議委員會審議，目前調整招商條件中，後提送財政部國有財產署審議同意後，辦理第五次招商。</p> <p>1. 溫泉合法化輔導管理</p> <p>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，目前已有 12 家通過坡審並完成用地變更編定，5 家業者取得建築執照，俟取</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(二)輔導旅館及民宿品質提升</p>	<p>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。</p> <p>2.溫泉取供事業計畫</p> <p>(1)寶來溫泉取供事業計畫</p> <p>本府觀光局每年編列經費辦理採購案,委由寶來地區廠商辦理維護作業,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113年1月起開始供水,且建置溫泉井至寶來大街溫泉管線及儲水桶。</p> <p>(2)不老溫泉取供事業計畫</p> <p>本府觀光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6家業者申請用水。</p> <p>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12月於本市都市計畫範圍內合法設立民宿共83家,其中具人文或歷史風貌之相關區域之民宿計47家,眷村民宿計36家。</p> <p>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19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,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,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>4.輔導旅館取得星級評鑑</p> <p>(1)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3家;四星級旅館2家;三星級至一星級10家。</p> <p>(2)目前本市共有五星級旅館5家、四星級旅館3家、三星級旅館23家、二星級旅館3家、一星級旅館3家。</p> <p>5.«2024高雄永續觀光力»系列培力課程</p> <p>以«永續觀光力»為議題,從觀念、旅宿服務、特色民宿、景點</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>(三)旅宿業檢查及管理</p> <p>(四)輔導露營場合</p>	<p>實作、IP行銷及觀光異業結盟到銀髮樂旅遊、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。</p> <p>6. 推動性別友善旅遊</p> <p>(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。辦理2場「性別友善旅宿教育訓練課程」。</p> <p>(2)112-113年輔導40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2024「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LGBTI+同志朋友與所有旅客都可感到安全、尊重。</p> <p>7. 推動環保旅宿</p> <p>(1)為營造綠色友善旅遊環境，朝永續觀光目標邁進，112年辦理兩場環保旅宿說明會，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。</p> <p>(2)目前計有9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1家、銅級環保標章旅館4家。</p> <p>8. 穆斯林友善餐旅認證</p> <p>(1)為提升穆斯林友善服務環境，辦理「113年高雄市穆斯林友善旅宿認證計畫」委託服務採購案，輔導12家旅宿業者取得穆斯林友善旅宿認證，其中6家提供穆斯林友善餐飲。</p> <p>(2)目前計有24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館證。</p> <p>1. 113年核發新設旅館業登記證暨旅館業專用標識計8家，核發新設民宿登記證暨民宿專用標識計13家。</p> <p>2. 為維護旅客住宿安全，不定期辦理旅宿業檢查，113年稽查合法旅宿264家次、未合法旅宿733家次，合計稽查997家次，裁罰144家，裁罰件數167件，裁罰金額計1,601萬元。</p> <p>3. 旅宿哄抬房價稽查相關防制作為</p> <p>嚴防旅宿業者哄抬房價，於演唱會及連續假期前加強稽查旅宿業計245家次。查獲17家39房超收房價高於備查房價之情事，依發展觀光條例裁處外，並公布違規名單，提供予消費者知悉。</p> <p>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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>法化</p>	<p>地使用管制，長期無法申請設立登記。內政部 111 年 7 月 20 日，有條件放寬非都市土地之農牧、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。</p> <p>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。</p> <p>3. 截至 113 年 12 月底，已輔導 103 家申請第 1 階段「非都市土地容許使用」，其中 55 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。目前 6 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、山中水手露營區、美濃美真園)。另輔導 9 家申請第 2 階段「露營場設置登記」。</p>
<p>參、觀光發展</p> <p>一、推展觀光節慶活動</p>	<p>1. 2024 高雄燈會</p> <p>(1) 1 月 27 日至 2 月 25 日於愛河灣迎接黃色小鴨重返高雄，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，創下六都 2024 燈會活動網路聲量第一。</p> <p>(2) 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碼頭樂園，集結台日藝術家的「療癒森林」等大型充氣裝置藝術作品及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。</p> <p>(3) 活動榮獲「2024 天下城市治理卓越獎」經濟成長組「優選」及 4 座國際大獎：英國「2024 LONDON DESIGN AWARD」金獎、法國「2024 French Design Awards」白金獎、美國「MUSE Design Awards」金獎及「TITAN Property Awards」金獎之肯定，活動期間吸引逾 900 萬參觀人次，創造逾 140 億元觀光效益，活絡觀光商機並帶動產業發展。</p> <p>2. 2024 高雄內門宋江陣</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、發展特色觀光及多元主題活動</p>	<p>(1)3月9日至24日假內門紫竹寺舉行，內容包含開幕式、全國創意宋江陣頭大賽、創意團隊表演、宋江大宴、文武陣頭拜觀音、內門區在地中小學民俗表演、羅漢門迎佛祖遶境等，邀集內門在地26組文武藝陣於廟前廣場展現訓練成果。</p> <p>(2)3月16、17、23日辦理宋江大宴，以在地特色規劃精緻饗宴氛圍，讓賓客舒適品嚐內門辦桌菜新面貌，成功帶動外帶辦桌菜熱賣及周邊觀光產業，活動期間總計吸引約30萬人次造訪，帶動當地觀光產業發展。</p> <p>1. 2024 旗津風箏暨氣墊水樂園 7月20、21日及8月10、11日於旗津海水浴場辦理主題風箏展演，以「高雄熊的海洋派對」為主題，集結各式各樣海洋與陸地系列風箏一同在空中飛揚，首週邀請佛光山寺祥龍燈演出，增添活動新鮮感與獨特性。另7月20、21日及8月3、4、10、11日辦理氣墊水樂園活動，並首度延長開放至晚上8點，搭配每日夜光風箏、週日火舞表演，將整個旗津打造成大人小孩都喜歡的遊樂園，讓民眾在旗津從早玩到晚，合計6天活動為旗津地區帶來逾13.5萬人次觀光人潮。</p> <p>2. 高雄雄嗨調酒節 Kaohsiung High Ball Day 8月10、11日於愛河風景區首度辦理，活動邀集43家酒吧及餐酒館(含高雄在地特色酒吧計32家)，以及27家美食餐車共襄盛舉，推廣本市夜間觀光經濟，活動2日吸引近3萬名遊客到場，享受放鬆時光並體驗難得的調酒市集。</p> <p>3. 2024 高雄愛·月熱氣球 9月14、15日於愛河畔辦理「高雄熊」熱氣球立球展演及假日市集；9月28、29日於田寮月世界辦理熱氣球繫留體驗及迷你熱氣球光影展演，並首度邀請交通部觀光署「喔熊組長」熱氣球一同亮相，結合迷你熱氣球光影展演，讓民眾搭乘升空俯瞰田寮惡地景致，形塑高雄熱氣球品牌形象，打造景區觀光新亮點。</p> <p>4. 2024 海線潮旅行 (1)10月19日及11月10、16、23日於北高海線地區(茄萣、永安、彌陀及梓官)辦理4場次深度遊程路線，其中11月23日於梓官赤崁海濱辦理音樂市集活動，運用多元管道行銷高雄海線觀光，展現高雄海洋首都的城市特色。 (2)另為擴大觀光效益，吸引外縣市遊客至本市茄萣、永安、彌陀、梓官及林園等臨海區域旅遊，推出「2024海線潮旅行團體旅遊補助計畫」，結合旅行社業者辦理團體旅遊補助車資一團</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>肆、景點建設及營運管理</p> <p>一、蓮池潭風景區</p>	<p>4,500 元。</p> <p>5. 2024 乘風而騎</p> <p>以聯合國永續發展目標 (SDGs) 為核心，落實淨零碳排理念，於 10 月 12 日、11 月 9 日、17 日及 12 月 15 日於岡山、鳳山、林園、左營 4 區，辦理單車主題活動及深度遊程，與在地社區協會合作進行導覽，透過市集、音樂會、親子活動等方式規劃「複合式單車旅遊」，藉由 4 場次活動吸引近萬人次參與低碳旅遊，行銷本市特色景點，活絡地方觀光產業發展。</p> <p>6. 籌備 2025 高雄燈會</p> <p>(1) 2025 年高雄燈會於 114 年 1 月 25 日至 2 月 16 日假愛河灣及周邊場域舉辦，由風靡全球的日本人氣 IP「吉伊卡哇 (Chiikawa)」首度降臨高雄，立體氣膜方式搭配特製浮台展示，成功締造連續兩年海上 IP 展演的世界紀錄。</p> <p>(2) 市府與臺灣港務公司再度攜手合作，於燈會期間將高雄港 16 至 18 號碼頭一同打造成碼頭樂園，遊樂園設置 25 座遊樂設施、氣墊及美食市集與親子互動展演等免費遊樂設施及活動，透過多元活動及創意性策展規劃，搭配海洋城市特色，融合陸地、水面等多元展示空間並結合周邊商圈，共同營造高雄溫暖、療癒的城市節慶氛圍，藉此吸引遊客至本市旅遊，創造高雄觀光新亮點。</p> <p>1. 蓮池潭風景區整建工程</p> <p>(1) 重塑龍虎塔至春秋閣間水岸步道，擴增陸域分設行人步道與自行車道，打造景區安全流暢行進動線。(113 年 1 月完工)</p> <p>(2) 為完善蓮池潭環潭動線，打通春秋閣烏龜池造成之步道斷點，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 114 年 9 月開工)</p> <p>2. 辦理蓮池潭委託經營案件</p> <p>為提升蓮池潭旅遊服務品質及促進蓮池潭觀光休憩活動，辦理蓮池潭遊客服務中心出租案，並於 113 年 12 月 31 日完成簽約，規劃打造為高雄熊主題館，販售以高雄熊為主題之周邊商品，並提供簡易旅遊資訊服務。於蓮池潭興建台灣第一座國際級纜繩滑水場，期帶動運動觀光人潮；另引進咖啡輕食餐飲，辦理蓮池潭景觀場域出租案(泮咖啡)，開發蓮池潭特色餐廳。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
二、金獅湖風景區	<p>1. 金獅湖蝴蝶園</p> <p>(1)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 12 月遊客人數約 9 萬 1,491 人次。</p> <p>(2)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。</p>
三、旗津風景區	<p>1. 「灣區大港·旗津領航」旗艦計畫</p> <p>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，如改善輪渡站至旗津燈塔步道、旗津海水浴場遊客中心(含救生站)、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。(統包工程規劃設計中)</p> <p>2. 旗津貝殼館</p> <p>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。113 年 1 至 12 月參觀人數約 2 萬 2,253 人次。為推廣海洋教育，於 114 年 1 月 3 日起開放民眾免費入館參觀。</p> <p>3. 辦理旗津委託經營案件</p> <p>於旗津開發特色豪華露營區，提供遊客露營旅遊完善服務，引進沙灘吧餐飲休憩服務及辦理旗津濱海場域出租案，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。</p>
四、愛河風景區	<p>1. 「高雄灣區大港·旗津領航」愛河環境營造統包工程</p> <p>針對愛河河東路段及河西路段之中正橋-七賢橋、五福橋-中正橋、苓雅鐵橋-五福橋進行景觀改善，包含鋪面更新、既有電箱設置美化格柵及沿線喬木、草皮補植等，總工程費 32,000,000 元，預計 115 年底前執行完畢。</p> <p>2. 辦理愛河委託經營案件</p> <p>愛河於高雄橋至中正橋有貢多拉船浪漫遊河、東岸則有白色戀人貨櫃屋、愛河走走、河東路園道服務中心租賃案已完成招商，期藉由各據點串聯以提升愛河及周遭觀光效益。</p> <p>3. 辦理小樹市集</p> <p>「小樹市集」與觀光局合作，於 12 月 14 日、12 月 15 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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>主題性及呈現適合家庭親子共同參與的氛圍，本次更結合「小老闆文創手作攤位」，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。</p> <p>4. 重新公告愛河水域活動範圍</p> <p>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。</p>
五、壽山風景區	<p>1. 壽山風景區整建工程</p> <p>改善龍巖冽泉人行鋪面、涼亭及平台欄杆，更新西子灣服務中心欄杆，強化景區友善安全環境。(114 年 1 月完工)</p>
六、澄清湖	<p>1. 澄清湖周邊環境整建工程</p> <p>重塑澄清湖大門口前廣場意象，打造舒適休憩空間，並接續改善烏松濕地外環人行空間，提升澄清湖景區周邊整體遊憩環境。</p> <p>2. 烏松濕地</p> <p>補助社團法人高雄市野鳥學會認養烏松濕地，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、蝴蝶園及烏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。</p>
七、月世界風景區	<p>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。</p>
八、崗山之眼園區	<p>1. 崗山之眼遊憩品質提升工程</p> <p>為擴大崗山之眼園區觀光效益，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；另將改善小崗山登山步道指標牌，提升整體觀光機能。</p> <p>2. 崗山之眼園區及天空廊道營運</p> <p>於 112 年 9 月 1 日成立新委外案契約，委託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，並引</p>

重要施政項目	執行成果與效益
九、美濃小鎮	<p>進特色服務。113年1至12月參觀人數約12萬8,344人次。崗山之眼園區預計114年2月配合「崗山之眼遊憩品質提升工程」進行整建休園，整建完成後將另行招商，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。</p> <p>美濃湖環境營造工程 爭取「客庄創生環境營造計畫」獲補助3,500萬元，規劃營造開花喬木主題特色場域，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，增進景區旅遊友善度及生態觀光資源。(規劃設計中)</p>
十、申請指定觀光地區	<p>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增值計畫，辦理蓮池潭水岸生態景觀及景點優化計畫。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)。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。</p>
十一、其他觀光建設	<p>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，串聯觀音湖內埤原有環湖步道及堤頂步道，並建置觀音湖入口處公廁、戶外生態解說場域及休憩平台，營造生態棲地及溼地景觀，完善觀音湖遊憩功能。(113年11月完工)</p> <p>2. 觀音山登山步道改善工程 為優化市民登山環境，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，提升觀音山觀光價值。(預計114年9月完工)</p>
<p>伍、動物園營運管理</p> <p>一、新動物園運動-壽山動物園正式開幕</p>	<p>1. 完成新動物園運動計畫 市府完成新動物園運動後，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，符合草食性動物混養需求，同時為避免搶食，設置多處餵食區，改善室外展場環境，使動物展現多元社交行為。打造山脈意象建築，利用既有獸舍展場整建，重新設計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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>及展示功能兼備之獸舍展示型態與內舍生活空間。將原先住在鐵籠裡的黑猩猩移到環境舒適的新居；取而代之遊客隔著鐵籠向外眺望，象徵以人類視角省思動物心境。新設置的空橋提供遊客更友善的無障礙參觀動線，也讓動物多了遮蔭休息空間，走入 4 座動物觀察廊道還能與動物近距離接觸。整建後遊客反應熱烈，113 年遊園人數達 86 萬 26 人，為本市極具吸引力之親子旅遊景點。</p> <p>2. 園方與辜嚴倬雲植物保種中心合作，在該中心協助下，於園區動物棲地及遊客休憩空間種植較為稀有並符合環境條件的植栽，營造出獨特的綠帶空間，讓遊客來園區不僅能觀賞動物，亦能欣賞植物的美好。</p> <p>3. 動物園重新開幕後，考量遊客數較多，尤其例假日，為避免對周邊交通造成衝擊，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，提供民眾便利遊園交通選擇。更於 113 年 1 月至 8 月，配合鼓山二路西側公有停車場啟用，擴大服務為每周末例假日執行，並於連假期間增班行駛，解決壽山動物園自身停車場車位不足的問題，同時提升民眾來訪便利性。</p> <p>4. 歷經試營運期間門票預購制，考量入園人數及園區動物情況漸趨穩定，全面開放現場購票，並提供 Klook 及 KKday 等多元購票管道，滿足民眾購票選擇。</p> <p>5. 動物園持續發展智慧運用，112 年和亞旭電腦公司合作，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，113 年 11 月向數位發展部申請行動寬頻專用電信網路審驗，預計於 114 年 3 月推出多款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，於台灣黑熊廊道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，該設備已於 113 年 12 月開始測試使用，預計帶動小朋友互動使用風潮。種種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</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>二、推動內門觀光休閒園區開發計畫</p>	<p>的「智慧動物園」，提供遊客科技新體驗。</p> <p>內門觀光休閒園區為市府重要政策，同時深受內門當地居民期待，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12月底工程進度86.01%，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，招商公告已於113年12月開始公告，114年1月底甄選出未來營運廠商，3月完成簽約程序。同時動物購置作業亦同步辦理於114年1月完成動物採購簽約。</p>
<p>三、動物飼養管理與醫療保健</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 安排園區動物健檢，執行血液生化檢查及X光、內視鏡等檢驗，確實掌握動物健康狀況；參考國內外其他動物園之動物飼料配方，針對園區動物生理與年齡狀況予以調整飼料配方，同時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. 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及新冠肺炎疫苗。 3. 為提升保育員專業知能，積極派適當人員參與農業部林業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護品質。 4. 積極辦理園區展示場棲地改善及環境豐富化，9月份與台北動物園共同舉辦「2024動物環境豐富化及Keeper's talk工作坊」，吸引全台各單位近50位保育員齊聚壽山動物園，施作台灣黑熊、長鼻浣熊、沼林袋、陸龜等動物展場環豐設施，增加動物棲地空間利用效率，使動物有表現覓食、躲藏、探索等自然行為之合適環境，增進動物福利。同時持續改善動物棲地，改善斑馬展場鋪面，減少泥濘；改善狐獾展場沙質地，增加硬度，符合動物習性；改善袋鼠展場地坪，減少石礫，維護動物腳部健康。 5. 與高雄市政府農業局合作，協助野生動物收容救傷，1至12月總共協助救傷25種130隻野生動物，其中不乏珍貴的魚鷹、黑面琵鷺、蜂鷹等特有保育類物種，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畫，收容無法重返野外之台灣獼

重要施政項目	執行成果與效益
<p>四、動物園維護管理</p>	<p>猴。</p> <p>6. 協助收容蓮池潭烏龜池的外來種烏龜，動物園整建馬來熊展場水池，打造合適棲地，並於 12 月進行移置作業搬回園區，進行隔離檢疫，預計 114 年搭配工程完成後進行展示。</p> <p>1. 持續進行動物園園區及廁所環境維護清潔，委外清潔人員於每日 9 點前完成園區環境清潔，並定時進行園區巡邏，隨時注意環境清潔，並例行進行花草樹木修剪等維護工作，動物園亦有持續督導環境及公廁整潔工作。</p> <p>2. 為維護園區安全，動物園設有保全系統及每日保全人員值班，進行公務門進出檢驗、園區巡邏和園區工程巡查，維護園區安全。</p> <p>3. 每月針對園區高壓電氣設備進行巡檢，年度進行一次不斷電紅外線檢測及一次停電檢測，並依檢測結果改善電氣設備，穩定園區供電及用電安全。</p> <p>4. 動物園在重新開放後仍持續提升的腳步，園區孟加拉虎參觀面進行改善，移除既有欄杆，鋪設塑木地板並增設座椅，增加遊客觀賞視野同時兼具休憩功能，並使整體參觀面更加美觀。</p> <p>5. 為維護遊客安全及縮短事故應變時間，園區監視系統進行更新及擴增，由保全人員協助監看，在第一時間提供遊客協助。</p> <p>6. 1 月招募一批新的志工夥伴，歷經紮實的培訓及實習，開始陸續投入園區遊客服務及導覽解說，提升園區服務品質。另外志工是各領域具備專業技能的優質人才；借助不同領域專長的志工加入，提升志工隊的活力和解說導覽的技巧與知識廣度，並透過多元背景的志工讓動物保育概念觸及更多客群。</p>
<p>五、教育推廣暨行銷招商</p>	<p>1. 113 年度園區結合節慶辦理多場行銷教育活動，於春節、兒童節連假、萬聖節等節慶，在園區辦理行銷教育活動，包含動物保育繪本導讀、兒童劇團、動物園寫生活動、手作 DIY 等，富含教育意義並成功行銷動物園。另外為提升入園人數，動物園推出暑假期間全國 12 歲以下兒童免費入園優惠活動，並與福容飯店、福華飯店、御宿商旅、河堤商旅、花鄉旅館、鬮嗨文旅集團等 28 間旅宿業者推出暑期動物園住房專案，共創雙贏。</p> <p>2. 辦理行動動物園 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，導讀園區非洲象阿里故事繪本，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。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>六、積極與國內外動物園或其他動物園養機構進行交流</p>	<p>3. 人猴友善共存教育宣導 持續與台灣獼猴共存推廣協會合作，舉辦教育訓練，讓園區人員及委外廠商員工認識獼猴並具備應對能力。在園區內設置多面獼猴相關教育宣導牌面，並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，有效降低遊客與獼猴之衝突，打造人猴友善共存環境。</p> <p>4. 持續與高雄科技大學合作，辦理「2024 設計未來式」動物主題商品提案競賽，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紀念商品。11 月舉辦商品設計成果發表，除邀請獲獎設計團隊到場分享創作理念，亦與「響座劇場」合作推出動物同理心肢體體驗，並安排動物糞便再利用體驗活動。</p> <p>5. 為加強針對國際旅客行銷動物園。8 月透過合作的飯店業者邀請泰國網紅來園體驗並拍攝宣傳影片，也攜手交通部觀光署、康福旅行社等，辦理 2 場馬來西亞穆斯林踩線團來園區體驗，皆得到正面肯定與迴響，大力行銷動物園。</p> <p>6. 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。</p> <p>7. 動物教材設計 壽山動物園利用動物認養計畫經費設計動物教育解說教案，並由園區導覽志工或保育員進行現場定點導覽，增加遊客來園之知識吸收，同時讓親子共同參與學習。</p> <p>8. 12 月與福華飯店合作，至茂林國小舉辦「偏鄉有愛書香營養午餐活動」。園方以動物小學堂形式將食蛇龜、紅腿象龜等動物帶至現場與學童互動，並與學童分享相關知識，課程生動活潑引起熱烈迴響。</p> <p>9. 壽山動物園響應聯合國永續發展目標 (SDGs)，邀請漂流木藝術家王偉權打造高達約 2 米「萌萌的守護者」一狐獴演奏樂器的藝術裝置，成為園區最吸睛的打卡點，亦透過藝術作品傳達環境永續與動物保育理念。另外園區亦利用風災傾倒的樹幹樹枝打造雪人及麋鹿等聖誕節藝術裝置，擺放園區增添過節氣氛，並在聖誕節活動時吸引大人小孩拍照留念。</p> <p>1. 為充實園區展示物種，並引進多元基因，增加園區既有族群繁衍機率，園方與 Xpark 合作，於 3 月份引進一對水豚，完成檢疫程序後園區既有水豚進行併群配對，期望能順利繁衍後代。同時園方亦積極與六福村、台北動物園、屏東科技大學</p>

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
<p>陸、整體風險管理 (含內部控制) 推動情形</p>	<p>野生動物收容中心等國內其他動物園洽談動物交流合作機會，預計 114 年引進紅毛猩猩、野牛、孟加拉虎等物種，亦辦理動物購置以充實園區教育展示物種。</p> <p>2. 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。並在 7 月針對第一線動物照護人員安排教育訓練，讓同仁對於 SEAZA 的動物福利標準都能清楚了解。</p> <p>3. 積極與其他動物園或動物醫療機構合作，加強與屏科大獸醫學院及高雄在地獸醫院所技術合作，提升園區動物醫療品質。</p> <p>觀光局已依「行政院及所屬各機關風險管理及危機處理作業原則」，將風險管理(含內部控制)融入日常作業與決策運作，考量可能影響目標達成之風險，據以擇選合宜可行之策略及設定機關之目標(含關鍵策略目標)，並透過辨識及評估風險，採取內部控制或其他處理機制，以合理確保達成施政目標。</p>