

臺中市議會第3屆第2次定期會

臺中市政府
觀光旅遊局
業務工作報告

報告人：局長 林筱淇

中 華 民 國 1 0 8 年 1 0 月

議長、副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會第3屆第2次定期會開議，筱淇應邀列席提出工作報告，至感榮幸。承蒙各位議員女士、先生對各項工作的策勵，使本局各項業務均能順利推展，謹此敬致誠摯謝忱！

壹、前言

臺中位居中臺灣政經、交通及文化之樞紐，本局為提升本市觀光能見度，並晉身重要旅遊目的地，積極行銷本市觀光資源及發展特色觀光，至今到訪本市之旅遊人次逐步增加。估計108年1-6月住宿臺中市之旅客總數約388.34萬人次，較107年同期351.97萬人次增加約36.37萬人次，成長10.33%，顯見相關推動已具成效。

108年4月迄今，本局依循盧市長「富市臺中 新好建設」的政策目標，及本局「打造臺中成為觀光首都」之施政願景，致力推動本市城市行銷、旅宿管理及觀光工程等三大面向之業務工作，包含積極進行國內外行銷及接待踩線、舉辦各式主題活動、提升友善觀光環境及旅遊服務、加強輔導旅宿品質、營造自行車旅遊環境、提升登山步道健走環境等工作，目前更如火如荼積極辦理「2020臺灣燈會」各項籌備工作，期待透過這場年度國際盛會，為本市帶來更多的旅遊人次及觀光效益。

最後，筱淇謹在此提出108年4月至9月間重要工作執行情形與未來施政重點，扼要報告如後，敬請 指教！

貳、108年4月至9月重要施政成果

一、城市行銷

(一)海內外行銷臺中觀光，開拓旅遊市場

- 1、辦理海外行銷活動，推廣臺中觀光亮點：108年4月迄今已赴大陸、香港、韓國及日本推廣本市觀光達7次。

表 1-1 108 年 4-9 月本局赴海外城市交流次數統計表

項次	交流對象	交流事項
1	日本 名古屋	108.8.22-8.25 參訪暨真中祭觀摩，促進兩市觀光節慶交流，並預訂 108 年 10 月簽署觀光友好城市交流協定
2	日本東京	108.8.21-8.24 參加日本旅遊業者拜會暨觀光交流懇親會。
3	大陸上海	108.8.4-8.7 率本市觀光相關產業公協會代表參訪交流，辦理臺中推介會，推廣本市觀光旅遊及 2020 臺灣燈會。
4	日本東京	108.7.26-7.29 參加「台湾フェスタ 2019」設攤宣傳 2020 臺灣燈會及本市各觀光盛會。
5	韓國慶州、 釜山	108.6.26-7.1 參加第 34 屆臺韓(TVA/KATA)觀光交流會議及 2019 韓國釜山與南部城市觀光推廣活動。
6	香港	108.6.12-6.17 參加香港國際旅遊展宣傳首次臺中購物節及 2020 臺灣燈會在臺中等重大活動。
7	大陸廈門	108.4.18-4.21 參加第 15 屆海峽旅遊博覽會(廈門旅展)宣傳首屆臺中購物節及 2020 臺灣燈會活動，並邀請廈門市於臺灣燈會期間設置廈門燈區，增進臺中與廈門節慶交流。

2、接待官方代表及旅遊業者，行銷臺中山海風光：108 年 4 月迄今已接待國內、大陸、港澳、日本、韓國及東南亞各國踩線及參訪團達 26 團次。

表 1-2 108 年 4-9 月本局接待官方代表及旅遊業者次數統計表

項次	接待對象 (官方代表)	交流事項
1	關島觀光局航空策略發展委員會	9/4 接待關島觀光局董事會副主席兼任航空策略發展委員會主任委員密爾頓·森永(Milton Morinaga)拜會本府進行雙邊城市觀光旅遊資源交流。
2	日本沖繩市議會議長小浜守勝及當地議員、企業代表	8/5 雙方就經貿、觀光、文化等議題廣泛交換意見。
3	日本青森縣知事三村申吾及觀光國際戰略局長秋田佳紀	7/25 拜會令狐副市長洽談本市與青森縣雙邊觀光交流。
4	日本山口市交流創造部	6/28 洽詢臺灣燈會相關事宜。
5	日本大分縣觀光局	6/18 接待日本大分縣觀光局阿部万寿夫局長，進行自行車交流。
6	寧波文化廣電旅遊局	6/13 寧波文化廣電旅遊局副局長邱金岳率旅行業者到訪本市，簽訂「臺中寧波觀光旅遊客源地合作協議」及「臺中寧波旅遊客源及觀光住房合作協議」。
7	日本青森縣	5/24 日本青森縣觀光國際戰略局長秋田佳紀及平川市副市長古川洋文拜會本市進行觀光交流。
8	大陸廈門	5/23 接待大陸廈門文化局、旅遊局至本市進行觀光文化交流。

9	大陸上海	5/15 接待大陸上海市臺灣事務辦公室交流處王躍處長及文化旅遊局市場管理處陳德祥副處長至本市進行觀光交流。
10	南華大學旅遊管理學系越南班	5/12 接待南華大學越南班學生至中區修學旅行，感受舊城區百年歷史與多元的文化魅力。
11	日本名古屋	5/1 接待日本名古屋市觀光交流局高岡豐彥部長洽談簽訂觀光友好城市交流合作協定事宜。
12	日本鳥取縣觀光交流局	4/22 接待日本鳥取縣觀光交流局門脇誠司局長來訪洽談 2020 臺灣燈會參展及 2019 好湯溫泉季漫畫行銷等事宜。
13	2021 上海崇明花卉博覽會團隊	4/13 接待 2021 上海崇明花卉博覽會團隊至本市花博后里馬場園區布展及宣傳。
14	貴州省臺辦	4/10 接待貴州省臺辦參訪花博園區及進行觀光交流。

項次	接待對象 (旅遊業者)	交流事項
1	韓國釜山首航班機乘客	9/12 辦理德威航空臺中-韓國釜山直航首航迎賓儀式。
2	韓國德威航空	8/28 接待韓國德威航空營業本部長一行至本市洽談 9 月臺中-釜山航線首航事宜。
3	中華民國旅行商業同業公會全聯會監理事會	7/24 於中華民國旅行商業同業公會全聯會監理事會餐敘向全臺各縣市旅行業代表簡報本市觀光資源及 2020 臺灣燈會活動。
4	泰國知名旅遊行腳節目「Pha Sa BAZAAR」	7/20-7/23 安排泰國知名旅遊行腳節目至本市拍攝及體驗建築藝術、文創市集、觀光工廠、美食 DIY、茶館夜市等景點。
5	香港伙伴教育基金會	7/9 香港伙伴教育基金會帶領近千名中學生海外修學旅行團抵達臺中進行修學旅行，於大安媽祖文化園區舉辦千人小吃宴，介紹海線地區在地美食及體驗獨特的臺灣辦桌文化。
6	昆明首航班機乘客	6/26 辦理臺中-昆明直航迎賓儀式，令狐副市長代表市長參與首航儀式，並率市府團隊搭乘首航班機前往昆明，進行產業及文化觀光交流。
7	柬埔寨旅行業	6/25 本市旅行業者與柬埔寨旅行社合作，邀請柬埔寨 15 家最具規模旅行業主管進行踩線及觀光交流，開拓旅遊市場。
8	全國觀光業者及公協會代表	6/4-6/5 辦理第一屆「全國旅行業高峰論壇暨觀光產業商圈媒合會」，並規劃 6 條踩線遊程邀請全國約 700 家觀光業者及公協會代表體驗。
9	菲律賓媒體及旅遊業者	5/31 接待菲律賓媒體及旅遊業者一行 21 人赴中臺灣知名景點踩線，並與本市在地觀光業者交流。
10	越南旅行業者	5/22-5/23 接待越南旅行業者赴本市踩線及觀光交流。

11	香港沙田蘇浙公學	4/30 接待香港沙田蘇浙公學 140 名中學生海外遊學研習，進行自然生態、休閒農業、環境教育等多元學習體驗。
12	中華民國旅行業品質保障協會	4/21-4/22 辦理大陸廈門、浙江、溫州、寧波、廣東、深圳、江蘇、無錫、徐州、蘇州、昆山、海南城市組團社高層主管至本市踩線交流及參觀花博。

3、深耕國內旅遊市場，發展多元創意觀光行銷

(1) 參與國內旅展推廣本市旅遊資源

表 1-3 108 年 4-9 月國內旅展參展場次統計表

項次	場次	摘要	效益
1	2019 海峽兩岸臺北夏季旅展	7/19-7/22 聯合旅館公會、好禮協會、糕餅公會共同推廣本市相關旅遊資訊。	1. 提升臺中觀光能見度。 2. 「大玩臺中」粉絲團搶先曝光報名，推估接觸民眾超過 6.5 萬名。
2	2019 ATTA 臺中國際旅展	5/31-6/3 偕同好禮協會與產業故事館發展協會及相關業者，共同舉行「集章換好禮」、「粉絲團按讚贈禮」及「消費滿額加碼抽」活動。	
3	2019 臺中國際旅展	4/26-4/29 偕同糕餅商業同業公會、好禮協會、產業故事館發展協會等業者共同展出。	

(2) 網路社群創意行銷，吸引旅客目光

A、持續強化經營臺中觀光旅遊網及大玩臺中-觀光旅遊局 Facebook、Instagram、微博、Youtube，以及 Twitter 等主流社群互動，統計至 108 年 8 月底止，網站社群平臺 FB 粉絲數 19 萬 1,812 人，相較去年同期 12 萬 6,417 人成長 52%；IG 粉絲數 6 萬 104 人，相較去年同期 8,643 人成長 595%，名列六都第 2。

B、於 108 年 4 月至 9 月辦理之各觀光宣傳活動中，首度嘗試邀請知名網紅、部落客及美食節目主持人代言並拍攝相關宣傳影片，於臉書分享直播影片，擴大活動效益。

(3) 多元主題行銷，創造話題

A、以 100 處民眾票選景點結合臺中旅宿、糕餅、婚宴和婚攝產業開發出 30 條推薦遊程，推出「臺中市百大婚紗景點手冊」及電子書；另於 6 月編印「玩美臺中」旅遊手冊，後續將推出「臺中市

29 區絕景書冊」，全面優化本市觀光文宣。

- B、108 年 4 月至 6 月期間於海外刊登及播出臺中市城市意象廣告，日本晴空塔、香港九龍巴士及泰國 MRT SILOM 站約 230 萬廣告觸及率、泰越捷航空國際航線機上雜誌約 40 萬廣告觸及率、海外網路(香港、日本、泰國)、海外網路新聞(香港、日本、韓國、泰國)及網路貼文約 1,820 萬廣告觸及率。
- C、邀請國內外知名漫畫家為臺中溫泉創作專屬四格漫畫，並首次與日本「漫畫王國」鳥取縣合作，邀請柯南及鬼太郎等家喻戶曉之漫畫人物參加活動，創造全新話題，成功推廣本市溫泉觀光。
- D、邀請超人氣野外攝影師拍攝大坑步道宣傳影片，詮釋步道之美，並透過大坑步道攝影比賽、AR 闖關、命名票選等活動，行銷大坑特色。

(二)舉辦主題亮點活動，打造觀光盛會城市

除了積極籌辦「2020 臺灣燈會」活動外，4 月至 9 月亦辦理多場主題亮點活動，如「首屆臺中購物節行銷宣傳活動」、「我是登山王-大坑步道行銷推廣活動」、「大坑風景區生態教育解說活動」、「幸福在騎中-自行車道行銷推廣活動」、「大安沙雕音樂季」、「臺中珍奶節」、「臺中好湯溫泉季」、「臺中自行車嘉年華-Bike Taiwan」等行銷宣傳活動，並加強網路及傳媒行銷，擴大活動能見度，致力打造本市為觀光盛會城市。(各項活動內容及效益多具創新性質，併入「創新措施」章節說明)

(三)提升旅遊服務，營造便利易遊觀光環境

1、輔導志工增進專業服務能力

本局及所屬風景區管理所之觀光志工目前共有 347 人，以「強化溝通、深化交流」為策略，於 108 年 5 月至 6 月份共辦理 3 場次研習交流活動，參加人次合計約 120 人，藉由交流學習以增進志工導覽及專業服務能力。

2、佈建旅遊服務中心及借問站，提供便利旅遊資訊

本市現於臺中國際機場、高鐵臺中站、臺中車站、石岡、大安濱海樂園及大甲鐵砧山設置旅遊服務中心，108年1月至8月共服務18萬9,763諮詢人次。此外，本市目前已設立29處借問站，佈點遍及21個行政區，今年將賡續向交通部觀光局申請增設借問站，建立綿密旅遊服務網，以深入各觀光節點。

二、旅宿管理

(一)輔導旅宿業強化接待能力，提升服務品質

- 1、輔導旅宿業者合法設立登記，維護住宿品質及安全
為保障本市住宿品質，本局致力輔導旅宿業者申請設立登記，自108年4月至8月底止，共新增一般旅館9家、民宿6家。

表1-4 本市合法旅宿家數及房間數統計表

	108年4月-8月 新增合法旅宿	108年8月底止 合法旅宿	108年8月底止 客房數
一般旅館	9家	394家	1,673間
觀光旅館	0家	8家	2萬619間
民宿	6家	98家	375間
合計	15家	500家	2萬2,667間

此外，亦依法查緝日租套房等非法旅館及民宿，維護本市旅宿公共安全，自108年4月至108年8月底止，共稽查日租套房117家次，合計裁處67件(實體非法經營及網路非法廣告)，累計裁罰金額計445萬元整，相較去年同期裁罰金額409萬元，成長8.8%。

2、鼓勵旅宿業者取得星級旅館及穆斯林友善環境認證

本局致力推動本市旅宿業邁向國際化，近年持續輔導旅館業者參與交通部觀光局星級旅館評鑑，並編列經費邀專家開辦專業課程講座與現地指導，協助業者儘早通過評鑑取得星級旅館認證。統計至108年8月底止，本市旅館業通過星級旅館評鑑共計47家，全國排名第三，至取得穆斯林友善環境

認證者共計 6 家，全國排名第 4。

三、觀光工程

(一)營造自行車友善城市

為發展本市成為自行車友善城市，並推動低碳觀光，本局持續佈建自行車路網串聯觀光資源，營造友善騎乘環境，並爭取教育部體育署「前瞻基礎建設計畫」補助，積極改善既有自行車道設施。

表 1-5 本局 108 年自行車道相關工程計畫

項次	工程名稱	經費 (新臺幣)	摘要介紹	質化效益
1	東后豐自 行車道及 周邊基礎 改善 計畫	4,600 萬	辦理護欄整合暨減量設計、既有自行車道優化、格框植生護坡工程、休憩空間整建及修繕等工項。預計 108 年 11 月底前完工。	可將東后豐自行 車道等 3 處休 憩節點提升為 星級驛站。
2	潭雅神綠 園道基礎 設施改善 暨環島支 線計畫	3,500 萬	辦理鋪面及動線改善、木作設施整修、植栽綠化、路口夜間警示設施、燈具、欄杆修繕、服務設施、改善指示牌、導覽牌及環島支線指標系統等工項。預計 108 年 10 月底前完工。	可將潭雅神綠 園道等 2 處休 憩節點提升為 星級驛站。
3	甲后線自 行車道	3,400 萬	本自行車道係建置串連海線及山線自行車道。已於 108 年 5 月 29 日完工。	串連山、海線自 行車道，途經 多處景點，帶 動觀光廊帶發 展。
4	臺中市松 柏漁港濱 海自行車 道工程	2,300 萬	建置串聯大甲至苗栗縣之濱海自行車道，藉此貫本市濱海自行車道，預計 109 年 6 月底前完工。	向北延伸濱海 自行車道，帶 動松港周邊觀 光產業發展。
5	臺中市大 里區草湖 溪畔自行車 道第三期 計畫	1,700 萬	本計畫係串連草湖溪自行車道一、二期工程，長度約 1.4 公里，預計於堤頂自行車道設置安全護欄、環境綠美化、設置牽引道及休憩節點等。目前辦理委託設計監造案發包中。	串連草湖溪自 行車道一、二 期工程，帶動 大里區自行車 觀光發展。
6	大甲鐵砧 山挑戰型 自行車道	1,200 萬	起點自經國路與中山路口，沿成功路至國軍紀念公園，總長約 3 公里，可與環島一號線串連，為本市首條結合自行車產業、觀光及運動的挑戰型自行車道。	一、提供自行車 愛好者挑戰極 限。 二、帶動海線 觀光與經濟發 展。

(二)建置及修繕登山步道，打造優質健走環境

本市既有登山步道總長度已達 102.8 公里，本局持續積極打造安全、舒適、特色兼具的友善環境及提升既有步道之周邊服務品質為優先，108 年 4 月至 9 月已陸續完成「大肚區萬里長城串連周邊登山步道建置工程」及「瑞井串連環保公園登山步道建置工程」；另「臺中市蝙蝠洞延伸步道建置工程」亦預計 108 年 10 月開工。

此外，全力辦理大坑登山步道維護修繕、景觀綠化與環境清理等工作，並積極改善美化步道指標系統及導覽設施等，以提供民眾優質的休閒環境。

(三)推動大坑登山步道企業認養

本局近年竭力推動社會各界參與認養大坑登山步道，業獲企業熱情支持，截至 108 年 8 月底止，大坑 2 號步道、9 號、9-1 號步道及 10 號步道已獲認養。且 10 號步道之認養廠商已於 108 年 9 月 1 日起續認養 1 年。

(四)打造大安濱海樂園及大甲鐵砧山成新興觀光亮點

為營造臺中濱海觀光新亮點，於 108 年 6 月 20 日完成建置「大安濱海樂園」露營區。另大甲鐵砧山雕塑公園第一期工程，已於 108 年 8 月 14 日完工，主要辦理雕塑公園內整體環境改善(含步道、廣場及排水工程等)，第二期工程主要辦理公園內之遊憩設施、景觀平臺及照明設備等，預計年底開工，109 年 6 月底完工，可望吸引觀光人潮帶動海線觀光旅遊產業。

另於 108 年 4 月 24 日完成建置「大甲鐵砧山挑戰型自行車道」，起點自經國路與中山路段(環島一號線)路口，沿成功路至國軍紀念公園，總長約 3 公里，可與環島一號線串連，為本市首條結合自行車產業、觀光及運動的挑戰型自行車道。

(五)建置各項觀光新建及環境改善工程

今年 4 至 9 月陸續辦理多項觀光新建、環境改

善工程及 OT/BOT 計畫，優化本市觀光硬體建設。

表 1-6 本局 108 年各項觀光新建及環境改善工程

項次	工程名稱	簡介
1	潭雅神綠園道和平場站及周邊景觀改善工程	整建潭雅神自行車道和平場站為新亮點，老舊設施汰舊換新，增加自行車道使用安全性。預計 109 年 2 月底前完工。
2	大肚及龍井區等自行車專用道路路面及設施改善工程	自行車道設施老舊破損進行汰舊換新，預計 108 年 12 月底前完工。
3	臺中市大甲鐵砧山風景特定區及大安濱海樂園災害復建工程	已於 108 年 4 月 7 日開工，預計 108 年 12 月底完工。
4	「大甲鐵砧山雕塑公園觀光服務設施改善工程」第一期。	已於 108 年 8 月 14 日完工
5	大安風景區觀光遊憩設施改善工程	已於 108 年 6 月 20 日完工。
6	臺中市大安濱海旅客服務中心及周邊設施 OT 案前置作業計畫	目前辦理招商文件研擬，預計 108 年底前完成招商事宜
7	臺中市大甲鐵砧山旅客服務中心及星光露營場周邊設施 OT 前置作業計畫	目前辦理招商文件研擬，預計 108 年底前完成招商事宜
8	臺中市大坑都會森林環境教育與旅客服務中心 BOT 案可行性評估計畫	委託專業服務案已於 108 年 7 月 5 日完成可行性評估，將依評估成果持續推動。
9	后里馬場及花舞館營運移轉案	為延續后里馬場及花舞館於花博展後之價值，規劃辦理營運移轉(OT)作業，期引進民間企業經營管理，創造繁榮產業及地方多贏局面。甫於 108 年 8 月 27 日公告招商。

參、創新措施

為實踐打造臺中成為觀光首都之施政願景，本局積極推動城市行銷、旅宿管理及觀光工程三大面向工作，並透過多樣創新措施，成功行銷本市觀光亮點、提升旅宿業服務品質及優化觀光軟硬體建設。

表 1-7 本局 108 年 4-9 月創新措施

面向	項目	經費 (新臺幣)	摘要介紹	效益
1. 城市行銷	1-1 積極拓展國際入境市	450 萬	一、參加國外旅展及辦理推介會： (一)參加 4 月廈門旅展、6 月香港旅展、7 月臺韓觀光交流會議暨觀光推廣活動及日本第	■質化效益： 一、拓展大陸港澳、日、韓及東南亞客源市場。

<p>銷</p>	<p>場 吸引 國 際 觀 光 客</p>		<p>3 屆臺灣 Festa。</p> <p>(二)8 月 4 日 至 7 日 率 本 市 觀 光 相 關 產 業 公 協 會 赴 上 海 參 訪 交 流。</p> <p>(三)8 月 21 日 至 24 日 赴 日 本 參 加 旅 遊 業 暨 觀 光 推 廣 懇 親 會，並 拜 會 日 本 JTB、ANA 及 華 航 假 期 等 旅 行 社。</p> <p>二、國際城市締盟與合作創新頁： (一)6 月 13 日 促 成 臺 中 市 旅 行 商 業 同 業 公 會 與 大 陸 浙 江 省 寧 波 市 旅 行 社 協 會 簽 訂 「臺 中 寧 波 觀 光 旅 遊 客 源 地 合 作 協 議」及 「臺 中 寧 波 旅 遊 客 源 及 觀 光 住 房 合 作 協 議」。</p> <p>(二)突 破 性 開 拓 臺 中-昆 明、韓 國 釜 山 首 及 日 本 鳥 取 3 航 線，德 威 航 空 臺 中-仁 川 航 線 自 9 月 14 日 起 由 每 週 三 班 增 加 至 每 天 直 飛。</p> <p>(三)福 建 平 潭-臺 中 「海 峽 號」渡 輪，自 4 月 起 每 周 2 航 次 增 加 至 每 週 3 航 次。</p> <p>(四)8 月 22 日 至 25 日 赴 日 本 名 古 屋 市 參 訪 暨 真 中 祭 觀 摩，促 進 兩 市 觀 光 節 慶 交 流。</p> <p>三、國際城市多元宣傳行銷：4 月 至 6 月 期 間 於 日 本 晴 空 塔、香 港 九 龍 巴 士 及 泰 國 MRT SILOM 站、泰 越 捷 航 空 國 際 航 線 機 上 雜 誌、海 外 網 路 (香 港、日 本、泰 國)、海 外 網 路 新 聞 (香 港、日 本、韓 國、泰 國)刊 登 及 播 出 臺 中 市 城 市 意 象 廣 告。</p> <p>四、透 過 海 外 推 介、旅 展 及 相 關 拜 會 行 程，邀 請 境 外 旅 行 業 者 及 媒 體 記 者 赴 本 市 踩 線 計 27 團 次，39 城 市。</p>	<p>二、行銷臺中城市意象， 打響臺中觀光品牌。</p> <p>■量 化 效 益： 一、開 拓 昆 明、釜 山 及 鳥 取 首 航。 二、預 訂 10 月 與 名 古 屋 簽 署 觀 光 友 好 城 市 交 流 協 定。 三、國 際 入 境 行 銷 戶 外 廣 告、機 上 雜 誌、海 外 網 路 新 聞 及 網 路 貼 文 共 計 約 2,090 萬 廣 告 觸 及 率。 四、到 訪 本 市 之 旅 遊 人 次 逐 步 增 加。估 計 108 年 1-6 月 住 宿 臺 中 市 之 旅 客 總 數 約 388.34 萬 人 次，較 107 年 同 期 351.97 萬 人 次 增 加 約 36.37 萬 人 次，成 長 10.33%。</p>
	<p>1-2 籌 辦 2020 臺 灣 燈 會</p>	<p>3.22 億</p>	<p>■時 間：109/2/8-2/23 ■地 點：后 里 花 博 園 區 及 文 心 森 林 公 園。 ■內 容：</p>	<p>■質 化 效 益： 一、透 過 舉 辦 臺 灣 年 度 最 大 節 慶 活 動，將 臺 中 城 市 品 牌 行 銷</p>

		<p>一、108年5月9日成立燈會專案辦公室，積極整合各局處資源，規劃辦理燈會各項準備工作。</p> <p>二、規劃以「璀璨臺中」為主軸，「藝想世界」、「森林秘境」、「童趣樂園」為主題，首創臺灣燈會三大亮點：</p> <p>(一)森林燈會：主展區之森林園區原始林像可融入光影藝術之技術，呈現該區特殊自然風貌。</p> <p>(二)串聯四大節慶：副展區於12月21日開燈，展期橫跨耶誕、元旦、農曆春節、元宵節，將以系列主題策展讓遊客嗨翻臺中。</p> <p>(三)全日賞燈環境：展區規劃包括展館數位藝術策展，民眾可以白天看展，夜間賞燈。</p>	<p>全世界。</p> <p>二、花博場館再利用，創造永續價值。</p> <p>三、活絡在地經濟，帶動地方發展。</p> <p>■量化效益：預估吸引1500萬參觀人次，創造150億元觀光產值。</p>
1-3 臺中自行車嘉年華	本府預算350萬、中央補助350萬	<p>■時間：9/28-9/29</p> <p>■地點：鐵山腳單車運動村及臺中市都會公園。</p> <p>■內容：以「老少咸宜」、「自行車漫遊」及「介紹自行車產業品牌」為特色。規劃「踩繪臺中」、「兒童自行車日」及「臺中自行車嘉年華」三大主題。</p>	<p>■質化效益：行銷本市自行車道，發展低碳觀光。</p> <p>■量化效益：預估吸引超過1萬觀光人次，創造2,200萬元觀光產值。</p>
1-4 臺中好湯溫泉季首創溫泉結合漫畫吸引年輕族群	600萬	<p>■時間：5/1-8/27</p> <p>■地點：谷關、東勢、大坑、烏日溫泉</p> <p>■內容：</p> <p>一、配合交通部觀光局推出春遊專案補助經費及本府首屆臺中購物節擴大舉辦。</p> <p>二、活動包含「谷關溫泉漫畫嘉年華」、「臺中溫泉饗宴實境秀」、「臺中溫泉COSPLAY攝影大賽」、「臺中溫泉歡樂抽獎活動」、「臺中春遊自由行加碼抽獎活動」等。</p> <p>三、首次與日本「漫畫王國」烏</p>	<p>■質化效益：透過漫畫、美食等主題行銷，以及國際城市交流，成功讓臺中溫泉品牌形象年輕化，獲得廣大共鳴。</p> <p>■量化效益：</p> <p>一、活動期間累積2萬2,289人次參加，累計住宿及消費金額5,194萬3,038元。</p> <p>二、另依據交通部觀光局提供主要遊憩據點統計資料，谷關遊憩區108年5-8</p>

		<p>取縣合作，邀請柯南及鬼太郎等家喻戶曉之漫畫人物參加谷關活動，創造全新話題。</p> <p>四、邀請國內外漫畫家創作谷關專屬 4 格漫畫。</p> <p>五、邀請名廚及美食節目主持人行銷溫泉美食。</p>	<p>月計 475,128 遊客人次，相較去年同期 445,288 遊客人次，成長率達 6.7%。</p>
1-5 首屆臺中珍奶節，行銷「臺中是珍珠奶茶的故鄉」	300 萬	<p>■時間：7/10-8/11</p> <p>■內容：</p> <p>一、廣邀臺中地區茶飲及創意珍奶料理業者參與。</p> <p>二、辦理實體及線上珍奶票選活動，選出臺中十大珍珠奶茶品牌及「年度代表珍奶茶飲」及「年度代表珍奶料理」。</p> <p>三、特別設計珍奶網美專車，號召珍奶控到臺中來趟珍奶主題之旅。</p> <p>四、於臺中車站站前廣場召集臺中珍奶及糕餅業者舉辦主題市集。</p>	<p>■質化效益：強化「臺中是珍珠奶茶的故鄉」之美食之都形象。</p> <p>■量化效益：</p> <p>一、整合相關業者參與行銷，共計 47 個品牌參與(遍及臺中 398 店點)。</p> <p>二、平面及網路報導露出 46 則、電視報導露出 2 則，觸及人數約 807 萬。</p> <p>三、票選活動投票數達 12 萬，活動估計近 7 萬人次參與，帶動約 1.5 億元觀光產值。</p>
1-6 大安沙雕音樂季力求突破，創造吸睛又吸金的海線觀光活動	800 萬	<p>■時間：6/29-7/21</p> <p>■地點：大安濱海樂園</p> <p>■內容：</p> <p>一、中臺灣歷年規模最大，首創 3D 藝術沙雕計 18 座，作品融入在地故事、美食、生態及年度活動等設計概念。</p> <p>二、以網路行銷為主，整合各式行銷資源，大幅增加活動曝光度。</p> <p>三、規劃海洋之聲音樂會，邀請知名藝人演出，並拍攝宣傳影片推廣行銷。</p> <p>四、首次規劃友善無障礙通道，方便身心障礙朋友觀展。</p>	<p>■質化效益：將大安沙雕音樂季打造為夏日海洋音樂饗宴，中大安與北福隆、南墾丁齊名。</p> <p>■量化效益：平面及網路報導露出 88 則、電視報導露出 11 則，觸及人數 250 萬，活動吸引超過 50 萬參觀人次，觀光產值約 11 億元(與去年活動相比增加 7 億)。</p>
1-7 首屆臺中購物節全城	1107 萬	<p>一、透過電視、戶外廣告、平面及電子廣告、廣播、新聞議題操作(含跑馬)、戲劇置入、戲劇冠名宣傳方式，提</p>	<p>■質化效益：宣傳「臺中購物節」，全城拼經濟。</p> <p>■量化效益：宣傳總效益(含曝光及接觸人次)</p>

<p>打折，運用創意行銷拼經濟</p>		<p>升曝光率。 二、為宣傳首屆臺中購物節，辦理相關行銷宣傳活動，於7月13日記者會現場安排300架無人機動態展演。 三、於華航國際線機上雜誌及日本、韓國、泰國、中國、香港等各大入口網路刊登及播出宣傳廣告。另參加4月廈門旅展、6月香港旅展、7月臺韓觀光交流會議向當地民眾及業者宣傳臺中購物節。</p>	<p>達2.04億次，40天的活動創造20萬次APP下載，臺中購物節締造超過25億元經濟產值。</p>
<p>1-8 導入AR擴增實境行銷大坑及休閒自行車道</p>	<p>「我是登山王」98萬；「幸福在騎中」140萬</p>	<p>一、「我是登山王」-大坑步道行銷推廣活動 ■時間：6/5-7/31 ■地點：大坑風景區 ■內容： (一)於大坑登山步道辦理登山分級闖關活動，(親子級、休閒級及健腳級)，結合AR擴增實境及攝影競賽與步道命名等活動。 (二)邀請野外攝影師Paul拍攝大坑步道影片，於YouTube、大玩臺中、活動網頁、臉書粉專及本局FB強力放送。 (三)邀請網紅Mika於臉書宣傳號召粉絲登大坑行銷。 二、「幸福在騎中」-自行車道行銷推廣活動 ■時間：6/16-7/13 ■地點：潭雅神綠園道、濱海自行車道(高美濕地)、136線自行車道 ■內容： (一)舉辦自行車闖關活動，搭配AR擴增實境，創造騎乘賞景的樂趣與附加價值。 (二)邀請網紅領騎，宣傳本市休閒型自行車道。</p>	<p>■質化效益：首次嘗試以網路行銷及新科技推廣大坑步道及休閒型自行車道，打造專屬品牌。 ■量化效益： 一、「我是登山王」-大坑步道行銷推廣活動：平面媒體及網路報導露出共47則，觸及人數超過40萬人次，估計參加活動人數達10萬人次，創造約2億2,000萬元觀光產值。 二、「幸福在騎中」-自行車道行銷推廣活動：平面媒體及網路、電視報導露出共66則，觸及人數超過120萬人次，估計參加活動人數逾5,000人次，創造約1,100萬元觀光產值。</p>

<p>1-9 編印主題旅遊手冊 銷臺中浪漫幸福景點</p>	<p>174.9 萬</p>	<p>一、以 100 處民眾票選景點結合臺中旅宿、糕餅、婚宴和婚攝產業開發出 30 條推薦遊程，推出「臺中市百大婚紗景點手冊」及電子書。 二、另於 6 月編印「玩美臺中」旅遊手冊，後續將推出「臺中市 29 區絕景書冊」。</p>	<p>■質化效益：全面優化本市觀光文宣。 ■量化效益： 一、預計觸及超過 3 萬 2,000 位目標市場讀者。 二、數位電子書透過社群網站露出，預計吸引超過 60 萬觸及人次。</p>
<p>1-10 力推臺中教育旅行 海外學子走讀 中初體驗</p>	<p>本局預算 39.4 萬；教育局分攤 39.4 萬</p>	<p>一、5 月 12 日接待南華大學越南學生參訪。 二、7 月 8 日接待香港千名中學生至本市修學旅行。 三、與日本 JTB 旅行社合作積極爭取日本學生至本市修行旅行。</p>	<p>■質化效益：成功行銷本市特色景點及伴手禮、農特產。 ■量化效益：創造伴手禮及農特產品百萬銷售商機。</p>
<p>1-11 網路社群多元行銷 百萬粉絲助推 臺中觀光</p>	<p>200 萬</p>	<p>經營臺中觀光旅遊網及大玩臺中 APP，FB 粉絲專頁、IG、微博、Twitter、YouTube 等網路社群平臺分享本市旅遊資訊，不定時辦理直播、抽獎吸引粉絲關注。</p>	<p>■質化效益：透過網路社群行銷，靈活有效推廣臺中觀光。 ■量化效益：統計至 108 年 8 月底止，網站社群平臺 FB 粉絲數 19 萬 1,812 人，相較去年同期 12 萬 6,417 人成長 52%；IG 粉絲數 6 萬 104 人，相較去年同期 8,643 人成長 595%，名列六都第 2。</p>
<p>1-12 「全國觀光產業高峰論壇」 首次移師臺中盛大舉行</p>	<p>39 萬</p>	<p>一、爭取第一屆「全國觀光產業高峰論壇暨觀光產業媒合會」至臺中舉行，產官學界 700 餘人於 6 月 4 日齊聚，跨界會師交流，創造更多合作機會。 二、安排 6 條踩線行程，由旅遊業者組團踩線，體驗臺中好風景及規劃相關旅遊產品。透過業者、地方政府及中央三方協力，為觀光產業帶來無數商機。</p>	<p>■質化效益： 一、透過產官學界交流，創造跨界合作機會。 二、安排業者踩線，增進臺中觀光資源能見度，提升業者規劃臺中專屬遊程之動能及行銷力道。 ■量化效益：吸引 700 餘位觀光先進來訪，並進行 6 條觀光踩線行程，有效宣傳本市觀光。</p>

<p>1-13 舉辦大型活動觀光年曆說明會及國旅秋冬遊推介會</p>	<p>12 萬</p>	<p>一、7月3日舉辦大型活動觀光年曆說明會，向本市觀光產業相關公會介紹本府定期舉辦大型活動，以利其提早包裝產品共同行銷，增進本市觀光產值。 二、於8月28日、9月9日及9月11日，分別於高雄、臺北及臺中舉辦三場國旅推介會，向全臺旅行社介紹本市豐沛之觀光資源及本府即將舉辦的大型觀光節慶活動，讓旅行社規劃包裝多元的臺中主題性旅遊套裝遊程，並媒合兩地業者，彼此合作。</p>	<p>■質化效益： 一、有效串聯本市官方與民間各協會，促進交流互惠。 二、國旅秋冬遊3場推介會，合計近300名全臺旅行社從業人員參加，對臺中觀光資源及大型節慶活動深入瞭解，進而包裝主題性遊程引客來訪，另亦成功媒合本市觀光產業與旅行業者間交流合作。</p>
<p>1-14 海峽兩岸國際標準舞蹈公開賽首屆移師臺中</p>	<p>48 萬</p>	<p>8月17日於臺中科技大學舉辦海峽兩岸國際標準舞蹈公開賽，超過800位好手競技交流及至本市觀光旅遊。</p>	<p>■質化效益：透過運動行銷推展城市觀光。 ■量化效益：吸引超過800人次參與，預估創造近1,700萬元觀光產值。</p>
<p>1-15 規劃觀光公車串聯重要景點間的交通接駁</p>		<p>一、首次規劃「本市觀光運具服務規劃構想」，包含： (一)觀光公車：規劃7條觀光公車路線，行經山海屯都及3條主題遊程路線，以顏色區分及統一識別，並適時導入導覽解說服務，便利旅客搭車賞玩。 (二)觀光計程車：挑選優良計程車，透過培訓及認證，補足觀光公車服務縫隙。 (三)類捷運公車：挑選現行幹道公車路線，重新彩繪及命名，形塑類捷運公車路網，便利旅客辨識及使用。 (四)機場快捷公車改善：建議調整現行預約搭乘方式，改採固定班次發車，以符旅客期待。 二、上開規劃多次洽商交通局共</p>	<p>■質化效益： 一、提升旅客造訪臺中觀光旅遊的便利性。 二、降低國際旅客對於本市觀光旅遊交通不便的刻板印象。</p>

			同改善，期提升觀光旅運服務，滿足旅客行旅所需。	
	1-16 辦理到訪臺中外籍旅客觀光數據調查	150 萬	辦理本市國際入境旅客之消費及動向調查，取得本市入境觀光基本數據，了解主要觀光市場(中、港、澳、日、韓、東南亞…等)旅遊特性，作為政策擬訂及產業佈局之參據。	<ul style="list-style-type: none"> ■質化效益：首次針對到訪本市外籍旅客自辦抽樣調查，掌握觀光旅遊特性，俾提高精準投放及資源投入效益。 ■量化效益：預計 108 年 6~10 月調查 1 萬 8,000 份問卷，親自掌握觀光數據。
2. 觀光工程	2-1 首創海景露營區打造童趣積木貨櫃屋營位	3000 萬	打造全臺中首創海景合法露營區：於大安濱海樂園設置貨櫃營位、海景營位、野奢營位、家族營位共 26 席及新建衛浴廁所等設施，並同步美化園區內植栽景觀。	<ul style="list-style-type: none"> ■質化效益：打造觀光新亮點，提升大安濱海樂園整體遊憩設施品質，強化觀光推廣強度。 ■量化效益：平面媒體及電視報導露出共 24 則。
	2-2 設置愛心鎖意象裝置，創造本市浪漫打卡新亮點	40 萬	於七夕情人節前夕選定望高寮夜景公園及豐原公老坪觀景平臺兩處觀賞夜景的知名景點增設公共藝術裝置。	<ul style="list-style-type: none"> ■質化效益：搭配本局臉書粉絲團舉辦上傳合影抽獎活動，塑造熱門打卡景點，提升本市愛情觀光休憩品質，促進觀光發展。 ■量化效益：網路及電視報導露出共 22 則，活動觸及超過 4.5 萬人次。
	2-3 大甲鐵砧山彩繪牆	10 萬	<p>一、以巨大超萌灰面鷺鷹風箏、大甲自行車的故鄉、鄭成功傳說色彩的劍井、大甲芋頭等為主題，彩繪美化大甲鐵砧山成功路邊坡，創造打卡互動亮點。</p> <p>二、邀請自行車網紅直播於彩繪牆打卡拍照。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■質化效益：創造網紅網美打卡點，提升大甲鐵砧山彩繪牆及挑戰型自行車道的知名度。 ■量化效益：民眾參與臉書票選抽好禮活動，觸及人數達 5 萬 6,982 人次。平面媒體、網路及電視報導露出共 15 則。

備註：觀光產值計算係依據交通部觀光局「107 年國人旅遊狀況調查報告」每人每次旅遊平均費用 2,203 元。

肆、未來規劃願景

一、持續優化觀光軟硬體服務，強化觀光體質

觀光的本質為「生活體驗」，本府的责任是行銷臺

中，吸引全球觀光客造訪臺中，體驗臺中之美。本府各局處針對人、文、地、產、景建設與盤點，並進行食、宿、遊、購、行的整合與串聯，提升整體觀光競爭力，讓臺中變好。本局亦將致力推動權管業務的觀光工程及旅宿管理等工作，強化觀光體質。

二、運用多元創意整合行銷策略，打造城市品牌

為使國內外旅客發現本市獨特的自然景緻及人文風貌，並進一步來訪，感受臺中的城市魅力。本局將持續致力於創意行銷，讓臺中在地特色走向國際，傳遞專屬臺中的美好，讓旅客在遊程中體驗幸福感動。

伍、結語

為打造臺中成為觀光首都，本局致力與本府各局處攜手完善各項軟硬體建設，從國內外觀光交流推廣到跨區域合作，全方位發展觀光。另為傳遞在地特色及營造城市魅力，致力舉辦各式亮點主題活動，透過整合觀光產業及創意行銷，吸聚旅人目光，提升本市觀光產值。

本局將戮力持續推動各項業務，並在議會及各位議員的鼎力支持及監督指導下，讓臺中的觀光特色及品牌愈加發光發熱。

最後敬祝

各位議員女士、先生身體健康、萬事如意。