

臺中市議會第3屆第4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 9 年 9 月

議長、副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會第 3 屆第 4 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，本局各項業務均能順利推展，謹此敬致誠摯謝忱！

壹、前言

今年全球觀光市場受新型冠狀病毒(COVID-19)疫情影響，產生非常劇烈的質變與量變，中央及地方政府觀光部門，面臨到前所未有的挑戰。觀光旅遊局團隊在疫情最嚴峻期間，迅速應變，整備出「安心旅遊」系列措施，減輕本市旅遊相關產業衝擊，並為後續的振興奠定厚實的基礎。

109 年 4 月至 8 月間，適逢國內疫情漸獲控制，預估即將國旅巨量爆發之關鍵期，本局在盧市長「富市臺中 新好觀光」的政策目標架構下，積極盤點優勢資源，與臺中觀光業及全臺旅遊產業合作，率先提出「三大振興策略、五大計畫」，積極搶攻旅遊市場並振興臺中觀光經濟。在此同時，本局仍不斷蓄積能量，在本市城市觀光旅遊行銷、旅宿管理與輔導及觀光環境整備優化等三大面向之基礎工作依舊全面開展，不只要將疫情衝擊減至最低，更要在這波國旅熱潮站穩第一，成為名符其實的觀光首都。

最後，筱淇謹在此提出 109 年 4 月至 8 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、109 年 4 月至 8 月重要施政成果

一、後疫情時期的觀光振興

因應 6 月 7 日新冠肺炎防疫措施大解封！後疫情時代國民旅遊市場急速復甦，本局積極與臺中觀光業及全臺旅遊產業合作研商、凝聚共識，確立三大振興策略、五大計畫，以達後疫情時代振興觀光措施。

(一)三大策略

- 1、跨業行銷：擴大觀光行銷宣傳推廣
- 2、異業結盟：吸引國旅團客散客造訪
- 3、職能升級：提昇觀光從業人員職能

(二)五大計畫

- 1、擴大行銷廣告宣傳，重塑台中城市品牌形象：
盤點現有行銷資源(如臺中城市觀光行銷影片、臺中好好玩主題行銷影片及臺中 29 區絕景行銷專書)，集結各式優質素材，規劃執行觀光旅遊宣傳，透過電視、網路、廣播、平面等媒體通路，整合行銷臺中觀光旅遊資源，創造討論聲量並觸發遊客造訪本市之動機。影片電視廣告觸及達 5,821 萬 6,000 人次以上。
- 2、強化與國旅業者合作，帶動觀光乘數效果，加速觀光產業異業結盟：
 - (1)透過舉辦購物專車、觀光藝文活動、自行車嘉年華、舞蹈嘉年華、花毯節等活動，以住宿臺中為條件，辦理增值或抽獎活動，增加旅客停留時間，創造觀光乘數效果。
 - (2)6月8日辦理臺中觀光振興暨旅遊優惠宣告記者會，整合本市 38 家旅宿(含觀光旅館、旅館、溫泉旅館)、25 家民宿、14 家產業故事館、14 家好禮業者、9 家旅遊業者及 1 旅遊聯盟，提出超過百項優惠方案，以「安心旅遊 首選臺中」搶佔觀光行銷話語權。
 - (3)安心旅遊加碼送-旅宿業獎勵計畫：與臺中觀光業合作(旅宿業、溫泉業、觀光遊樂業)，打造具質感、創意、價格競爭力的特色旅遊商品。整合臺中觀光旅遊相關資源，進行推廣宣傳，積極搶攻國旅市場；安心旅遊自由行旅客補助 7 月 1 日上路，國人來本市申請住宿補助情形熱烈，至 8 月 28 日止已獲中央核准 4 次補助款共新臺幣 2 億 8 千萬元，執行金額超過 2 億 2 仟萬元，執行數為 6 都第 1，成效顯著。
 - (4)臺中觀光旅遊消費振興計畫：串聯臺中特色商圈周邊觀光資源，設計深度體驗遊程，體現豐富商圈文化觀光底蘊。促進臺中商圈及周邊旅宿合作，擴

大留宿與消費。

- (5) 臺中觀光藝文展銷計畫：透過文化觀光藝術展演，串連本市旅宿業、溫泉、觀光遊樂業，共同促銷引客，吸引親子國旅客群聚焦，大玩臺中。
 - (6) 鼓勵至甲安埔辦理活動及推廣在地特色美食：積極協助公協會於甲安埔舉辦各類戶外活動，並結合週邊旅宿等觀光產業，振興並促進在地經濟發展。
 - (7) 中臺灣觀光工廠及產業體驗館走讀趣：透過觀光工廠及產業體驗館的旅遊，讓民眾的休閒富涵活動體驗及學習，也帶動地方觀光資源流動性，開創經濟成長動力。整合旅宿、溫泉、遊樂業、伴手禮與觀光工廠，開拓新興旅遊路線。
 - (8) 搭配臺中購物節全城 on sale 熱潮：
 - A. 舉辦購物專車活動，主推 8 大主題旅遊路線，引客千名至臺中旅遊消費，估計帶動近新臺幣 1 千萬元觀光效益。
 - B. 與旅行業者合作推出「遊臺中只要 1,888，購物抽獎一路發發發」專案，整合旅宿業、觀光工廠及伴手禮業者鼓勵民眾自由行。
 - C. 本局好湯溫泉季活動配合購物節第 6 週主題「旅居臺中意猶未盡」推出山岳勇士住房專案，與溫泉業者共同打造登山留宿之誘因。
- 3、整合旅宿/旅遊商品線上/線下行銷，藉虛實整合刺激銷售：
- (1) 輔導本市旅宿、遊樂、溫泉、觀光工廠、伴手等產業電商化。透過辦理線下觀光藝文相關活動，促進旅遊商品線上線下銷售，如：輔導本市旅宿、遊樂、溫泉、伴手、觀光工廠等相關產業，透過線上購物電商平台之預購消費，增進觀光產業即時現金收入。
 - (2) 舉辦本市觀光藝文展演活動，配合直售展攤設置，舉辦觀光旅宿與伴手好禮展售會等促銷。
- 4、推動觀光公車，改善遊客至臺中旅遊之交通便利性：

(1) 首度推動「台灣好行-谷關七雄線」-未來將持續規劃其他路線，提昇旅遊臺中之交通便利性，活絡臺中觀光發展。

(2) 建構本市觀光公車路線：

A. 盤點觀光類型公車：加強與本府交通局合作，共同盤點本市既有 11 條具觀光性質公車，續擇 4 條適合服務調整路線，進行路線截彎取直、減少站點、統一識別及觀光命名等工作，建構第 1 波臺中市觀光公車路線。

B. 服務轉型並加強宣傳：繪製「臺中市觀光類型公車路線圖」並加強行銷宣傳，便利國內外旅客選搭，提升本市主要觀光景點之可及性與觀光旅遊便利性。

5、逐步輔導觀光產業轉型，提昇數位行銷職能：

因應數位時代來臨，於 8 月 31 日起至 9 月 17 日辦理「臺中市觀光產業因應重大疫情轉型培訓課程」，以提升本市觀光從業人員數位行銷職能為培訓目標，設計模組化課程，邀請石酒雄、吳艾瑪、熱血台中等業界頂尖數位行銷師資，精進本市觀光旅遊業者之數位行銷觀念與實務技能。

(三) 執行期程及效益：

透過行銷宣傳、政策補助、轉型輔導、旅遊合作、旅展行銷五大面向，積極和觀光業界合作，振興臺中國旅觀光市場。預計至 109 年底，誘客目標可達 100 萬旅次，增加近 50 億觀光產值。(依據交通部觀光局 108 年國人旅遊狀況調查結果，過夜支付住宿費者，每人每次旅遊平均費用 4,935 元概估)



圖：臺中觀光振興暨旅遊優惠宣告記者會

二、城市觀光旅遊行銷

(一)行銷臺中觀光，開拓旅遊市場

1、振興國內旅遊市場，發展多元創意觀光行銷

表 1 振興國旅辦理情形

項次	日期	辦理事項
1	8-10月	本局為輔導推廣臺中溫泉觀光產業，配合交通部觀光局之脊梁山脈旅遊年政策，融入在地元素，善用跨領域資源整合，舉辦「2020 臺中好湯溫泉季」，推出結合美食、運動、人文及教育等多元且在地化之系列活動，包含「臺中深呼吸漫遊湯旅」、「臺中好湯谷關故事劇場」、「臺中好湯溫泉音樂會」、「臺中溫泉創意寫生趣」、「山岳勇士住房專案」及「媒體及社群行銷宣傳(含啟動記者會)」等重點項目，有效提升遊客到訪臺中溫泉地區「食、宿、遊、購、行」旅遊意願，帶動本市溫泉等觀光相關產業永續發展。
2	8月	辦理臺中創新體驗遊程及購物競賽活動，盤點本市優質景點並串聯具有潛力的必吃、必喝、必玩、必買等遊憩體驗，結合在地商圈、旅宿、觀光工廠及旅行業者操作及購物節主題活動路線推出 8 大遊程，利用購物競賽提高民眾參與度，以帶動觀光人潮並提高觀光產值與深耕臺中印象。
3	7/17-7/20	參加「2020 臺北國際夏季旅展」，為疫情後的第一場大型旅展，以「意想不到的臺中」為策展主題，聯合本市旅館公會、民宿協會、產業故事館發展協會、好禮協會與糕餅公會共同宣傳台中觀光亮點，4 天活動臺中館總觸及 5 萬 8,013 人次。
4	7/8-7/9	為振興台中觀光並促進國旅消費動能，於 109/7/8-7/9 率領超過 20 位本市觀光相關公協會代表，分別於臺北市、高雄市辦理「安心旅遊首選臺中」推介會，兩天超過百家以上國旅業者到場交流，對接討論下半年送客臺中旅遊合作，共同促進觀光發展。
5	7/3	辦理「臺中城市觀光行銷影片及臺中 29 區絕景專書發布會」，呈現台中多元豐富的自然景觀結合人文觀光亮點，期能吸引國內旅客造訪，振興臺中的國旅觀光市場。
6	6/28	接待中華民國旅行商業同業公會全國聯合會至臺中辦理台灣農業觀光教育訓練，2 天 1 夜有超過 500 位旅行社業者到訪臺中東勢林場、軟埤坑休閒農業區、大雪山，將為後疫情時代臺中國旅引入許多人潮。
7	6/8	辦理觀光產業合作記者會，推出三大策略、五大方略觀光振興方案，整合觀光旅遊業界資源，串連旅宿、觀光遊樂、溫泉、觀光工廠、伴手禮等產業，並針對中央振興券與補助方案，推出國旅平日旅遊超值方案，透過產業電商化及宣傳，提高產品曝光度，以及協助觀光產業數位行銷轉型，預期吸引 100 萬國內旅遊人次，創造 50 億觀光產值。

2、網路社群創意行銷，吸引旅客目光

精進網路社群行銷主軸與策略，行銷主軸以食、宿、遊、購、娛、人、文、地、產、景等資源，配合節慶、特殊節日、季節性活動等，設定每月頻道式議題，透

過線上與線下活動虛實整合，串流相關網路社群，強化社群議題與互動，每週滾動檢討績效，持續強化經營臺中觀光旅遊網及大玩臺中-觀光旅遊局官方Facebook(大玩台中-臺中觀光旅遊局)、IG(taichungtravels)、Youtube(大玩台中-臺中觀光旅遊局)、Twitter 日文(大玩台中-台中觀光旅遊局tw@taichungtravels)、Twitter 英文(大玩台中-台中觀光旅遊局tw Taichung Tourism and Travel Bureau)及weibo(大玩台中-台中市觀光旅遊局官方微博)等主流社群，統計至109年7月止(按月更新)網站社群平臺粉絲數如下：

表2 本局社群平臺成長統計

社群平臺	FB	IG	Youtube	Twitter	Weibo
109年7月	232,484	88,548	3,870	2,543	51,612
108年7月	186,689	58,615	225	70	36,529
成長率	25%	51%	>100%	>100%	41.29%

3、國際城市行銷推廣、廣告觸及數達45萬次

針對主要境外客源市場-日本觀光客旅遊資訊習慣，規劃平面與網路電子相關媒體報導，以自行車、鐵道、山岳、品味生活、臺中旅遊記、歷史、古蹟、老街等主題，宣傳行銷本市觀光資源，維持旅遊資訊露出熱度，提升本市國際知名度及能見度，執行情形如下：

(1)海外知名觀光旅遊相關雜誌採訪報導：

完成 Rail Magazine、ガレージのある家、VINTAGE

LIFE、山のトレッキングサポートブック、「IN THE LIFE」等 5 本不同特色主題雜誌之發行，觸及人數約 20 萬。

(2)海外知名觀光旅遊相關網站採訪報導：

對本市觀光旅遊相關景點、流行文化、活動、美食、住宿、購物、娛樂等範疇，於日本知名流行觀光網站刊登報導，觸及約 25 萬人次；日文版雜誌於日本當地國際知名連鎖書店上架，直接向日本民眾行銷臺中觀光。

4、接待官方代表及旅遊業者，行銷臺中山海風光：109 年 4 月迄今已接待踩線及參訪團達 5 團次。

表 3 109 年 4 月-8 月本局接待官方代表次數統計表

項次	接待對象(官方代表)	交流事項
1	新加坡駐台北大使	109/7/3 市府接待新加坡駐台北大使，就各方面業務進行交流。

表 4 109 年 4 月-8 月本局接待旅遊業者次數統計表

項次	接待對象(旅遊業者)	交流事項
1	中華民國旅行商業同業公會全國聯合會	109/6/28 中華民國旅行商業同業公會全國聯合會超過 600 人於東勢林場辦理「台灣農業觀光教育訓練」，本局特到場簡報台中安心旅遊與安心旅宿資訊及贈送本市特色糕餅與農特產。
2	台灣觀光協會	109/6/10 參與台灣觀光協會日本 Inbound 旅行業職能培訓課，行銷臺中觀光資源。
3	台灣國旅發展協會	109/5/18 與國旅協會洽談後疫情時代本市重要觀光相關活動與專案性旅遊合作事宜。
4	台灣觀光協會	109/4/22，參與台灣觀光協會日本 Inbound 旅行業職能培訓課，行銷臺中觀光資源。

(二)舉辦主題亮點活動，打造觀光盛會城市

109 年 4 月至 8 月間亦陸續辦理主題亮點活動，行銷宣傳本市各區觀光景點與優質旅遊，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。

(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 298 人，以「強化溝通、深化交流」為策略，於每年規畫辦理研習交流活動，藉由交流學習以增進志

工導覽及專業服務能力。

- 2、各旅遊服務中心及借問站，提供便利旅遊資訊
臺中國際機場、高鐵臺中站、臺中車站、石岡，109年4至7月共服務1萬4,843諮詢人次。本市目前已設立37處借問站，布點遍及21個行政區，今年將廣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。

三、旅宿管理與輔導

(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，取締日租套房，維護住宿品質及安全

本局致力輔導旅宿業者申請設立登記，自109年4月至8月間，共新增一般旅館6家、民宿2家。

表5 本市合法旅宿家數及房間數統計表(統計至109年8月止)

	新增合法旅宿	合法旅宿	客房數
一般旅館	6家	406家	2萬1,359間
觀光旅館	0家	8家	1,673間
民宿	2家	100家	384間
合計	8家	514家	2萬3,416間

表6 本市查緝日租套房統計表(統計109年4月至8月間)

	稽查家數	裁罰件數	裁罰金額
實體非法經營	100家	16件	160萬元
網路非法廣告		9件	27萬元
合計	100家	25件	187萬元

- 2、鼓勵旅宿業者取得低碳旅館及星級旅館

為落實臺中低碳城市政策，積極推動低碳旅館認證，聘請專家擔任輔導及評審委員，鼓勵業者改善旅館設備及進行節能措施。此外，更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及好客民宿認證，並編列經費邀專家開辦專業課程講座與現地指導，協助業者通過評鑑取得認證。統計至109年8月底止，本市65家通過低碳旅館認證，星級旅館共計45家、並有16家好客民宿。

(二)執行振興國民旅遊補助計畫 提升觀光產值

安心旅遊自由行旅客補助 109 年 7 月 1 日上路，本局透過多元行銷台中，國人來本市申請住宿補助情形熱烈，至 8 月 28 日止已獲中央核准 4 次補助款共新臺幣 2.8 億元，執行金額超過 2.24 億元，執行數為 6 都第 1，全台縣市第 4，成效優異。

(三)強化旅宿業防疫 推動安心旅宿標章

為提供來臺中住宿旅客安全無虞的住宿環境，自 3 月 24 日推出「安心旅宿」標章認證，旅館及民宿只要主動依照本局訂定的防疫標準作業流程做好各項防疫工作，經審核通過者即核發「安心旅宿」標章，全面防護防疫，使來臺中遊客可安心入住。統計至 109 年 8 月 16 日，已核發 250 家旅館業及 34 家民宿業者，共計核發 284 家安心旅宿。

(四)旅宿業分級管理

為有效管理旅宿業，109 年 4 月起推動分級管理制度，藉由合法旅宿業者自主管理，減少業者須臨時配合不定期稽查之負擔、專注經營，同時能更充裕的人力稽查非法日租套房等業者，提升臺中市旅宿品質及接待能量。旅館有 235 家業者報名、民宿有 41 家，訂於 9 月初公布成績，11 月頒發特優業者獎狀。

四、觀光環境整備優化

(一)營造自行車友善城市

為發展成為自行車友善城市，並推動低碳觀光，持續整建維護自行車路網串聯觀光資源，打造星級自行車驛站，目前自行車道總長度 694.22 公里，自行車驛站 11 處，並爭取教育部體育署「前瞻基礎建設計畫」補助，改善既有自行車道設施，營造友善騎乘環境。

表 7 本局 109 年 4 月至 8 月自行車道相關工程計畫

項次	工程名稱	摘要介紹	質化效益
1	臺中市松柏漁港濱海自行車道工程	<ul style="list-style-type: none"> ■長度：1.5 公里 ■工項：建置串聯大甲至苗栗縣之濱海自行車道。 ■辦理情形：109 年 6 月底完工。 	串連大甲區、大安區等海線地區之濱海自行車道完整度，藉

項次	工程名稱	摘要介紹	質化效益
2	大甲區北堤東路自行車道工程委託設計服務	<p>■長度：6.1 公里</p> <p>■工項：辦理北堤西路與北堤東路及周邊自行車道串連。</p> <p>■辦理情形：預計 109 年 9 月完成基本及細部設計。</p>	此帶動其周邊乃至於整體海線地區的觀光發展潛能，提升自行車道整體環境及旅遊服務品質，從而活絡各項相關產業生息。
3	臺中市大安區觀海橋及串聯高美自行車道路網改善工程	<p>■長度：2.1 公里</p> <p>■工項：辦理大安區濱海自行車道-龜殼生態公園之既有景觀橋重建、自行車道串連。</p> <p>■辦理情形：109 年 8 月完成發包。</p>	
4	臺中市大里區草湖溪畔自行車道第三期建置計畫	<p>■長度：1.4 公里</p> <p>■工項：堤頂自行車道設置安全護欄、環境綠美化、牽引道及休憩節點等。</p> <p>■辦理情形：109 年 3 月開工，預計 110 年 2 月底前完工。</p>	串連草湖溪自行車道一、二期工程路網，總長度約 4.92 公里，帶動大里區自行車觀光發展。
5	109 年度東后豐自行車道基礎設施改善工程	<p>■工項：依遊客需求性及設施存續性來強化本自行車道設施。</p> <p>■辦理情形：預計 109 年 10 月完成工程採購發包。</p>	將東后豐自行車道原有未臻友善或有安全疑慮者加以改善，提升自行車道服務品質。
6	后豐鐵馬道花梁鋼橋橋體塗裝工程	<p>■工項：辦理大甲溪花梁鋼橋全長 382.2 公尺橋體塗裝維護，並增設緊急照明、消防設備、安全監測。</p> <p>■辦理情形：於 109 年 7 月 15 日提報本市文資處辦理審核作業中。</p>	
7	臺中市自行車驛站建置工程(第一期)	<p>■工項：建置自行車驛站，提供停放、休憩、補給服務等多項功能。</p> <p>■辦理情形：預計 109 年 9 月開工。</p>	優化自行車騎乘安全及舒適性，打造自行車友善城市。

(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 102.45 公里，本局持續打造安全、舒適、特色兼具的友善環境及提升既有步道周邊服務品質，「臺中市蝙蝠洞延伸步道」已於 109 年 5 月完工，「豐原區公老坪地區登山步道建置工程」工程於 109 年 7 月 18 日開工，預計 109 年 12 月底前完工，完工後可提供新的戶外優質健行場域。

辦理大坑登山步道維護修繕與環境清理等工作，109 年 4 月至 8 月已完成大坑 3、4、5、8 號總長度 695.5 公尺，將持續改善美化步道指標系統及導覽設施等，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，認養包含大坑 2 號步道、9 號、9-1 號步道及 10 號步道，業獲 4 家企業熱情支持，其中有 2 家企業自 109 年 5 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

- 1、大安濱海樂園：「大安風景區海灣遊憩設施改善工程」改善整體環境及相關戲水設施已於 109 年 6 月 12 日完工。另今年 2 月獲交通部觀光局核定補助 2,200 萬元辦理「大安風景區海灣觀光設施改善工程」增設林間步道及休憩廣場等，將可有效提升風景區整體遊憩品質，預計 110 年 6 月即可完工。
- 2、大甲鐵砧山：「大甲鐵砧山雕塑公園觀光服務設施改善工程」(第二期) 增設景觀平臺及遊憩設施，已於 109 年 7 月 8 日完工，另今年 2 月獲交通部觀光局補助 2,500 萬元辦理「大甲鐵砧山劍井遊憩區觀光服務設施改善工程」，將可大幅改善劍井周邊環境，提升風景區整體遊憩品質，預計 110 年 6 月完工。

(五)建置各項觀光及環境改善工程

109 年 4 月至 8 月陸續辦理多項觀光新建、環境改善工程及 OT 計畫，優化本市觀光硬體建設。

表 8 本局 109 年 4 月至 8 月各項觀光新建及環境改善工程

項次	工程名稱	摘要介紹
1	臺中市大甲區遊憩設施景觀改造工程(第二期)	一、內容:打造大甲區之都市休憩廣場。 二、時程:本工程已於 108 年 11 月開工，109 年 4 月完工。
2	大坑生態園區觀光旅遊環境營造計畫	一、內容:生態環境及附屬設施改善。 二、時程:108 年 10 月 28 日開工，已於 109 年 6 月 27 日完工。
3	大甲鐵砧山雕塑公園觀光服務設施改善工程(第二期)	一、內容:大甲鐵砧山雕塑公園內新增設施設備改善。 二、時程:108 年 12 月 11 日開工，已於 109 年 7 月 8 日完工。
4	大安風景區海灣遊憩設施改善工程	一、內容:大安濱海樂園週邊景觀及戲水環境改善。 二、時程:108 年 10 月 25 日開工，已於 109 年 6 月 12 日完工。

項次	工程名稱	摘要介紹
5	臺中市北屯區大坑寧靜海旁觀音亭及大甲鐵砧山風景區劍井旁六角亭公廁改善工程	一、內容:辦理 2 座公廁改善。 二、時程:109 年 4 月 28 日開工，已於 109 年 7 月 14 日完工。
6	109 年度臺中市風景區公共設施整建工程	一、內容:大甲鐵砧山雕塑公園增設運動棧道及弧形遮棚等。 二、時程:109 年 5 月 8 日開工，預計 109 年 9 月 30 日完工。
7	大甲鐵砧山劍井遊憩區觀光服務設施改善工程	一、內容:劍井周邊景觀改善。 二、時程:預計 109 年 10 月 31 日開工，110 年 6 月 30 日完工。
8	大安風景區海灣觀光設施改善工程	一、內容:改善防風林帶、增設步道及廣場等設施。 二、時程:109 年 8 月底發包，預計 110 年 6 月底完工。
9	大坑風景區周邊步道及遊憩設施改善工程	一、內容:大坑步道、平台及遊憩設施改善。 二、時程:預計 109 年 9 月 30 日開工，110 年 6 月 30 日完工。
10	大安濱海旅客服務中心室內整修工程	一、內容:辦理大安濱海旅客服務中心室內空間整體改善。 二、時程:預計 109 年 11 月 2 日開工，110 年 4 月底完工。
11	臺中市大安濱海旅客服務中心及周邊設施 OT 案	一、內容:藉民間創意吸引國內外遊客前往本園區，帶動海線相關景點及經濟發展。 二、時程:109 年 7 月 1 日起正式營運，契約期間為 109 年 4 月 6 日至 124 年 4 月 5 日。
12	后里馬場及花舞館營運移轉案	一、內容:為后里地區打造觀光新亮點，有效發揮其經營效益並延伸重大建設價值。 二、時程:於 109 年 6 月 24 日簽約，6 月 30 日完成資產點交。




左圖：臺中市大安濱海旅客服務中心及周邊設施 OT 案

右圖：后里馬場及花舞館營運移轉案


參、創新措施

為實踐打造臺中成為觀光首都之施政願景，本局不斷針對施政項目推陳出新。透過多樣創新措施，成功行銷本市觀光亮點。

一、形塑大安風景區在地夏季觀光品牌

具體作為	質化量化效益
<p>2020 大安沙雕音樂季</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 打造中臺灣最大型共構式沙雕及主雕 ● 首創熱門打卡熱點 Q 版海洋觀景平台 	<p>(一)35 萬觀光人次。 (二)平面媒體及網路報導露出 105 則。 (三)網路宣傳觸及人數超過 320 萬人次。 (四)創造觀光產值約新臺幣 7.7 億元。</p> 

二、名人代言行銷臺中城市觀光

具體作為	質化量化效益
<p>「Taichung. The Heart of Taiwan.觀光行銷影片」及「臺中市 29 區絕景專書」</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 藝人吳鳳、張景嵐、金馬獎導演陳鈺杰出席記者會代言 ● 徐若瑄錄影宣傳臺中城市觀光影片 	<p>(一)全面優化本市觀光文宣。 (二)影片電視廣告觸及達 2,065 萬 5,000 人次。 (三)社群媒體截至 8 月 17 日累計達 35 萬 6,799 次瀏覽數。另其他頻道(本局臉書及市長臉書)合計露出 10 萬 6,286 次。</p> 

三、創新體驗遊程及購物競賽

具體作為	質化量化效益
<p>臺中市創新體驗遊程及購物競賽活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 配合購物節活動，盤點推出本市 8 條優質主題路線 ● 結合旅行業者推動購物節主題活動路線 	<p>(一)旅遊結合購物，辦理購物競賽帶動旅遊消費產值。</p> <p>(二)平面媒體及網路報導露出 20 則。</p> <p>(三)109 年 8 月底前引客 1,000 名至臺中消費，創造 5,000 萬元產值。</p> 

四、山岳旅遊結合觀光、運動與商圈產業

具體作為	質化量化效益
<p>和平區登山推廣活動-谷關七雄健行森活</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 辦理 6 場登山健行講座 ● 結合本市旅宿與運動商品優惠 ● 鼓勵完登谷關七雄或三雄 	<p>(一)打響和平區山岳旅遊知名度，提升運動觀光經濟效益。</p> <p>(二)平面媒體及網路報導露出 31 則。</p> <p>(三)預計吸引超過 2,000 人，創造 5,000 萬元觀光與運動消費產值。</p> 
<p>和平區登山推廣活動-雙崎部落埋伏坪登山步道</p>	<p>(一)結合社群平台抽獎，贈送住宿抵用券，促進本市觀光旅宿業發展。</p> <p>(二)預計觸及人次達 300,000 次、參加人數達 2,900 人，創造新臺幣 672 萬元觀光產值。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 埋伏坪登山步道位於和平雙崎部落，擁有自然生態及豐富的族群文化 ● 配合 2020 脊梁山脈旅遊年，落實觀光遊憩永續發展的目標 	

<p>2020 我是登山王</p>	<p>(一)推展中台灣山脈旅遊品牌，並藉由產業鏈結合帶動地方旅遊產業。 (二)預計觸及人次達 30 萬人次，吸引超過 10 萬人次參與，創造約 2.2 億元觀光產值。 (三)平面媒體及網路報導露出 26 則。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 今年首度結合在地商圈推出優惠券，帶動大坑及新社旅遊產業鏈。 ● 大坑步道分級認證、大坑步道登山課程與導覽 	

五、溫泉觀光多元創新行銷

具體作為	質化量化效益
<p>2020 臺中好湯溫泉季</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 辦理臺中深呼吸漫遊湯旅、臺中好湯谷關故事劇場、臺中好湯溫泉音樂會、臺中溫泉創意寫生趣、山岳勇士住房專案 ● 臺中四大名湯都有故事劇場或音樂會等精彩活動，並且特別引入定目劇概念。 ● 8月17日舉辦啟動記者會，8月22日及29日、9月12日及19日分別於大坑、烏日、東勢及谷關舉辦寫生比賽、音樂會及故事劇場等活動，9月30日前提提供民眾預約在地導覽及住房專案多項好康。 	<p>(一)深耕「臺中好湯」品牌，行銷在地特色。 (二)8月17日舉辦啟動記者會，吸引至少20家媒體報導。 (三)預估活動期間本市溫泉地區整體遊客超越50萬人次，產值至少新臺幣11億6千萬元。</p> 

六、搭配知名評鑑行銷臺中美食

具體作為	質化量化效益
<p>搭配米其林首次前進臺中，行銷臺中幸福美食</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 邀請知名美食家、部落客暢談臺中米其林/必比登名單，向各界推薦臺中美食之旅。 ● 與旅行業者合作，整合獲獎美食業者、旅宿，規劃饕客、家庭、小資等各式美食主題遊程 	<p>(一)藉美食名家推薦與分享，提聲討論聲量，結合旅遊、旅宿業，帶動美食觀光消費商機。 (二)平面媒體及網路報導露出 20 則。</p> 

七、推動觀光運具服務、提升本市觀光旅運服務

具體作為	質化量化效益
<p>觀光計程車</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 舉辦觀光友善計程車駕駛英、日、韓語培訓，發予認證標章 	<p>(一)英、日、韓語課程，訓練人數累計已超過 140 位。</p> <p>(二)規劃逐年倍增訓練人次，開發多元授課管道。</p> 
<p>觀光公車</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 爭取獲交通部觀光局補助「台灣好行-谷關七雄線」計畫 ● 與交通局共同聯手盤點繪製臺中市觀光類型公車路線圖，含 11 條便利旅客搭乘路線 ● 針對 4 條觀光公車潛力路線(11、91、111、201)，積極洽詢公車業者調整路線、班次、時刻表 	<p>降低國際旅客對於本市觀光旅遊交通不便的刻板印象，提升旅客造訪臺中觀光旅遊便利性。</p> <p>搭乘公車暢遊臺中景點</p> 

備註：觀光產值計算係依據交通部觀光局「108年國人旅遊狀況調查報告」108年國旅一日遊無住宿每人平均消費 NT\$2,320，過夜住宿每人每日平均消費 NT\$4,935 估算。

肆、未來規劃願景

一、根植「三大振興策略、五大計畫」強化振興力道

市府經過多次與觀光業界研商、凝聚共識，確立三大振興策略、五大計畫，以達後疫情時代振興觀光目的。透過完整的布建，在國旅先行復甦的模式下，有效搶得先機。以交通部觀光局對於安心旅遊自由行旅客的住宿補助為例，臺中市在申請房間數上領先六都，成為旅客首選。

二、持續運用多元行銷管道，讓臺中成為嚮往觀光品牌

隨著臺中城市觀光行銷影片-Taichung. The Heart of Taiwan. 的發表，將有超過百萬人次從世界各地矚目臺中，下半年各大型活動即將全面展開，從「臺中自行車嘉年華」、「大安海觀光推廣活動」、「國際舞蹈嘉年華」到「臺中國際花毯節」，本市將月月有活動，熱鬧到年底。另一方面，網路社群資源及媒體宣傳資源也將廣泛整合，加強國內目標市場行銷推廣的同時，也不遺漏境外目標市場持續關注及經營。以靈活多元的行銷作為，讓臺中成為遊客心中最嚮往的觀光品牌。

伍、結語

從此次新型冠狀病毒(COVID-19)疫情爆發初期，藉由辦理台灣燈會的大型活動整備，讓本局率先將「消極的防疫作為」迅速轉變成「積極的安心旅遊」成功「化危機為轉機」。

隨即本局整合各方有利資源，提出地方政府中最周延的「三大振興策略、五大計畫」，以宏觀思維，擴大觀光行銷宣傳推廣、吸引國旅團客散客造訪、提昇觀光從業人員職能。輔以擴大行銷宣傳、強化業者專案合作、結合商品線上/下行銷、推動觀光公車，及提升數位行銷職能等具體作為，搭配第四季活動熱鬧紛呈，必能一舉「化轉機為契機」。

後續總體觀光市場仍存在諸多不確定因素，但本局仍將持續對深化於國內外趨勢的掌握以及超前因應，期以在每段觀光景氣復甦的浪頭上都能捷足先登。同時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，落實富市臺中 新好觀光的理念，並將成果回饋給市民。

最後敬祝

各位議員女士、先生身體健康、萬事如意。