

## 臺南市政府觀光旅遊局 110 年度施政成果報告

重要施政項目	執 行 成 果 與 效 益
壹、觀光及旅遊事業管理	
一、觀光技術	
<p>掌握觀光發展趨勢，整合相關服務與資源，挹注民間資源帶動觀光發展，以擴大遊客客源</p>	<p>1. 辦理觀光事業招商活化事宜：</p> <p>(1) 黃金海岸方舟活化： 108 年 4 月完成招商簽約。規劃打造複合式商場、餐廳及環境教育主題館，提供多元休憩服務。已辦理多場公益淨灘、水上安全教育、環境教育講座及音樂演奏等活動，吸引眾多市民朋友參與。已於 109 年 5 月試營運，110 年 1 月正式營運。</p> <p>(2) 虎頭埤湖濱旅館 BOT 案： A. 虎頭埤原青年活動中心採 BOT 方式委外營運，藉由民間機構投資興建及營運，規劃旅館、旅遊諮詢、會議研習、餐飲展售等服務設施使用，提升虎頭埤風景區觀光服務品質。 B. 前案於 107 年 12 月與民間機構恣遊實業股份有限公司簽訂投資契約，並於 109 年 3 月 31 日終止契約。修正後招商文件已核准確認，後續辦理重新公告相關程序作業。</p> <p>(3) 魚市場活化利用： 為活化舊魚市場，活絡地方發展，本案利用民間參與公共建設方式招商，於 108 年委託顧問公司辦理促參前置作業評估，並已辦理公聽會及招商座談會，招商文件核准後於 110 年 11 月 5 日至 12 月 20 日完成上網公告將重新檢討招商條件後進行後續上網公告。</p> <p>(4) 運河遊河民間自提 BOT 案： 近年持續在運河沿線推動光環境計畫及亮點觀光建設，點亮運河航線及週邊景點，為運河觀光永續發展，期延攬優質廠商，透過民間投資業者之開發資源、創造力及專業經營能力，重現台南運河榮景。本案於 110 年委託顧問公司辦理促參前置作業及招商專業服務案，預計 111 年 12 月底完成招商簽約。</p> <p>2. 觀光景區調查規劃設計： 「黃金海岸水陸域遊憩整體規劃案」，係本市第一個跨水陸域遊憩系統整合之指標型規劃案。規劃範圍從北至南包括漁光島及鯤喜灣等聚落與海岸線，以「北段-濱海遊憩港灣」、「中段-浪漫人文沙灘」及「南段-觀夕沙灘驛站」作為分區段發展構想，作為未來實質建設之規劃藍圖。於 110 年 12 月 6 日辦理成果發表會，更獲遴選為全國執行成效優良之計畫。</p> <p>3. 黃金海岸方舟環境暨教育相關推廣計畫： (1) 「110 年臺南市黃金海岸淨灘暨海洋環境保育教育推廣計畫」，分別於 110 年 9 月 12 日（守護黃金海岸~海洋環境教育專題講座）、9 月 19 日（守護黃金海岸~海洋環境教育影片欣賞）及 9 月 26 日（黃金海岸守護者~減塑淨灘暨海洋保育教育推廣活動）假黃金海岸方舟辦理 3 場主題活動，吸引逾千人次參與。 (2) 「110 年活化黃金海岸方舟暨環境教育推廣系列活動」，分別於 110</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>年 9 月 18 日(夏日海洋音樂祭-Buskers 音樂嘉年華)、9 月 25 日(海灘環境教育日-Beach Art 沙雕嘉年華)、10 月 9 日(自行車旅遊年-BeBike 鯤喜灣小旅行)及 10 月 10 日(家庭親子教育日-BoardGame 公益勸募市集)辦理 4 場主題活動，吸引近 2,000 人次。</p>
<p>二、觀光行銷</p>	
<p>(一)國內觀光行銷推廣</p>	<p>1. 參加國內旅展：</p> <p>(1)110 年 11 月 5 日至 11 月 8 日參與「ITF 臺北國際旅展」(與臺南 4 家觀光業者共組臺南館)。</p> <p>(2)110 年 11 月 12 日至 11 月 15 日參與「大臺南國際旅展」。</p> <p>2. 網路行銷及旅遊商品規劃行銷：</p> <p>(1)本府第 1 季「臺南行春」網站行銷： 彙整市府臺南農曆春節期間活動，建置單一入口網，網站瀏覽 41,210 人次，推廣本市各局處臺南行春活動。</p> <p>(2)社群平臺營運行銷推廣：因應遊客使用社群平臺之趨勢，建置臺南旅遊臉書粉絲頁、Instagram、iTainan 2021 YOUTUBE 影音平臺等社群專頁以創造觀光話題，其中臺南旅遊臉書粉絲達 19 萬 8,423 人，非本國籍粉絲數約 1 萬 8,200 人；Instagram 粉絲數逾 2 萬 1,000 人，Twitter 粉絲數逾 9,337 人，FB 觸及數累計逾 2.1 億人次；YOUTUBE 頻道上傳 423 部觀光影音，觀看次數達 260 萬 1,163 次。</p> <p>3. 記者團、踩線團或部落客行銷：</p> <p>(1)「綜藝玩很大」節目合作拍攝：(110 年 1 月) 與知名綜藝節目「綜藝玩很大」合作拍攝節目，邀請知名主持人吳宗憲及劇組至臺南錄製節目，宣傳當季推薦旅遊景點及活動，收視率為排名之冠。</p> <p>(2)辦理春暖花開 臺南季節主題旅遊踩線團：(110 年 3 月 8 至 9 日)以花季、泥岩惡地極西濱秘境主題觀光路線，結合周邊地區觀光資源與地方特色產業加以報導。</p> <p>(3)「2021 臺南香科年」媒體踩線團：(110 年 3 月 27 日至 28 日) 以 2021 年辦理香科活動之廟宇為主軸，結合周邊景點及各地觀光特色加以報導。</p> <p>(4)「臺南旅·行家」痞客邦金點賞部落客臺南踩線團暨授獎歡迎會(110 年 4 月 18 至 19 日)： 與全臺最大部落客平臺痞客邦合作邀請金點賞部落客至本市進行踩線活動，為藉百大部落客議題及高人氣之行銷，提升城市及景點知名度，並由市長致贈專屬臺南之「臺南旅·行家」徽章。</p> <p>(5)跟著俗女養成記 2 遊臺南，劇中熱搜景點踩線團(110 年 10 月 20 至 21 日)： 搭配夯劇俗女養成記話題，串連劇中觀光旅遊為主之景點辦理兩天一夜踩線行程，邀請全國性媒體旅遊、美食記者及部落客參與及宣傳加以報導。</p> <p>(6)高鐵假期臺南巷弄旅遊(110 年 12 月 9 日)：</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>配合高鐵假期雜誌需求以臺南巷弄及光影特色等文青風格景點，進行踩線以精美雜誌照片視覺行銷本市巷弄文化。</p> <p>(7)冬遊奇幻臺南 流光山林系景點踩線團(110年12月22至23日)：以被譽為最美山林燈節的「龍崎空山祭」為主軸，結合負盛名的冬季森林、花系列美景及新興日系景點為主，邀請全國性媒體旅遊、美食記者及部落客參與及宣傳加以報導。</p> <p>4. 其他有關觀光行銷宣傳之計畫：</p> <p>(1)觀光宣傳照片徵集、宣傳：</p> <p>A. 建置臺南旅遊網圖庫：</p> <p>為了讓世界看見臺南之美，民眾可以在同意遵守「臺南市政府觀光旅遊局觀光文宣與圖片授權申請須知」下，於行銷推廣或公益所需，未有商業及營利行為、註明出處及攝影者姓名後，無須申請及無償進行下載使用，臺南旅遊網圖庫上傳之5,592張觀光圖片。</p> <p>B. 開放觀光文宣與圖片授權申請：</p> <p>為有效整合大臺南地區觀光旅遊資源，推動開放相關觀光文宣及圖片授權申請，於101年4月頒布「臺南市政府觀光旅遊局觀光文宣圖片授權申請須知」，便利旅遊資訊共享。截至110年度共計405餘次由機關團體申請使用。</p> <p>C. 配合本市活動於觀光旅遊局臉書「臺南旅遊」不定期辦理網路快閃或有獎徵答活動增加遊客互動，110年度共推出3次多元主題互動活動，透過民眾分享景點及美食資訊、心得及照片加強推廣觀光資源。</p> <p>(2)配合本市民間團體辦理活動協助宣傳：</p> <p>海安路聖誕市集、奇美博物館辦理聖誕週、南吼音樂季、2021林百貨90歲生日慶「府城時光宴」復古派對活動、後壁田間玩很大、石斛蘭瀑布、各燈節活動等，運用各類行銷方式(官網、社群臉書等)強化宣傳，共同推動本市觀光。</p> <p>(3)配合本府其他局處活動協助宣傳：</p> <p>協助如：農業局辦理「2021臺灣芒果季-臺南國際芒果節」、白河區公所辦理「2021白河木棉花節、白河蓮花季」、經濟發展局辦理「2021新化年貨大街」、文化局辦理「2021月之美術館、龍崎空山祭」等活動，運用各類行銷方式(官網、臉書等)強化宣傳，共同推動本市觀光。</p> <p>(4)吉祥物行銷：</p> <p>A. 為加強本市城市旅遊意象行銷，持續與本市統一7-ELEVEN獅職業棒球隊吉祥物萊恩合作，辦理主場應援表演共計19場次、參與其他機關人民團體觀光推廣活動共計12場次。</p> <p>B. 訂定「臺南市政府觀光旅遊局吉祥物魚頭君出席活動申請須知」及「臺南市政府觀光旅遊局吉祥物魚頭君名稱及專用圖檔非專屬授權合作規範」擴大行銷宣傳。</p> <p>C. 設計魚頭君中英文標準字體及40款主題插畫，運用於本府觀光旅遊局文宣設計及圖檔授權各單位使用。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>D. 魚頭君出道三周年辦理臉書社群抽獎活動，吸引近5萬人次點閱。</p> <p>E. 全台唯一與愛金卡公司合作，推出限量3,000隻聯名商品-魚頭君 icash2.0，已售逾半，持續熱銷中。另設置立體公仔增加行銷宣傳亮點。</p> <p>(5)2021 臺南香科年整合行銷活動： 整合安定蘇厝真護宮王船祭、蘇厝長興宮瘟王祭、鹿耳門聖母廟土城香、鹿耳門天后宮台江迎神祭及西港慶安宮西港香等香科活動，並結合廟宇周邊景點，辦理記者會、媒體踩線及一廟宇一景點集章抽獎活動；活動期程為3月20日~5月19日(原至5月31日，因疫情提前結束)，期間共有至少37篇報導，共有16個縣市之民眾參與集章，計收到1,800多張集章卡。</p>
<p>(二)開發觀光旅遊文宣，建置智慧觀光服務系統，成立臺南問路店，提供友善便利旅遊環境</p>	<p>1. 臺南問路店營運管理設備維修教育訓練等： 廣邀本市店家加入問路店，由觀光旅遊局於店內設置招牌、導覽地圖及摺頁架等設備的更新維護，定期配送文宣摺頁以提供遊客最新旅遊資訊；辦理問路店教育訓練提升店家服務品質，截至110年本市共有826家問路店。</p> <p>(1)問路店家外語服務識別意象共計183家，其中可提供英語服務有177家、日語71家、韓語5家。</p> <p>(2)問路店家共有581家可提供WIFI服務。</p> <p>(3)辦理問路店溝通技巧、旅遊資訊查詢及景點介紹等教育訓練，中文(2場)、英文(1場)、日文(1場)，合計4場次，人數達187人。</p> <p>2. 臺南觀光主題文宣、旅遊書冊等設計、改版、編輯、印刷及配送： (1)觀光手冊使用書： 發行「臺南使用書」提供最新的旅遊景點資訊，新版依不同旅行需求分為「人文·故事·學智識」、「自然·山水·來七迤」和「丹祿·小點·食飯桌」3大類，一套共3冊，將景點依行政區分門別類歸納統整，也針對銀髮族、追劇迷、親子族群等製作特別企劃，透過深入淺出的介紹讓旅人認識臺南，進而依據個人或家庭需求安排適合的專屬旅程，共發行500套。</p> <p>(2)觀光主題文宣： A. 發行「依山傍海南關線」手冊，彙整南區、仁德、歸仁、關廟、龍崎五大區必訪景點推薦，並依各區特色進行專題介紹及提供各區美食特產資訊連結，發行1萬份。 B. 發行「山海圳國家綠道周邊觀光旅遊手冊」，由臺南社大台江分校執行長吳茂成主筆，針對位於大臺南境內路段「內海之路」及「大圳之路」兩條路線進行深入導覽介紹及周邊景點推薦，發行8,000份。</p> <p>(3)推出《俗女養成記2》追劇地圖，方便民眾按圖索驥，重溫劇中經典場景。</p> <p>(4)印製臺南觀光區域及主題遊程地圖、米其林散步路線(含英日韓語版)，總印製量55萬6,000份，發送至各地旅服中心、本市問路店及觀光相關單位約207處，成為遊客認識臺南旅遊入門。</p> <p>3. 智慧觀光服務系統經營與行銷：</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(1)臺南觀光旅遊網站維護及系統管理： 於110年4月新增LBS適地化服務，透過手機定位功能即時提供附近旅遊資訊，並全面優化外語版頁面(英、日、韓)，提供外語人士更完善之旅遊資訊。自改版日(107年10月1日)至110年12月31日為止，累計逾828萬瀏覽人次。</p> <p>(2)「旅行臺南APP」： 於107年10月1日改版，並於109年7月更新公車動態查詢介面，自改版日至110年12月31日為止，iOS及Android平臺下載次數逾3萬5,000次。</p> <p>(3)於觀光旅遊局各式文宣標示網站及APP之QRCODE推廣遊客使用。</p>
<p>(三)整合中央及地方資源，推廣觀光活動及旅遊商品，營造四季旅遊意象</p>	<p>1. 整合雲嘉南、西拉雅國家風景區、台江國家公園等管理處，辦理或合辦大型觀光活動：</p> <p>(1)楠西梅嶺賞螢季：(110年4月24日至5月9日，每週六、日)</p> <p>A. 110年活動加強防疫措施，遊客採總量管制、實名制報名。配合螢況約在4-5月間辦理，約3週，假日控管每日兩場次，參與遊客計6,910人次。</p> <p>B. 規劃周邊新化老街、走馬瀨農場、鹿陶洋江家古厝、虎頭山公園、玉井老街、龜丹溫泉、永興吊橋等觀光景點，推出1-2日自由行建議遊程，擴大周邊觀光效益。</p> <p>C. 邀請在地農民辦理農夫市集、農事體驗及梅子檸檬DIY活動，提高農民經濟效益。</p> <p>(2)七股海鮮節：(110年9月25日至10月16日)</p> <p>推出「觀光赤嘴園暨挖文蛤體驗」、「揪團遊七GO」、「農特產展售」、「寫生比賽」、「健行」等系列活動，因應防疫將挖文蛤體驗縮減為2日(10月2日至3日)、擴大活動範圍，並採總量管制及預約方式辦理，每場開放1,500人報名，活動期間計吸引7,028人次參與。</p> <p>(3)臺南夏日音樂節(含6分18秒煙火秀)：(110年10月23日至24日)</p> <p>因新冠肺炎(COVID-19)疫情影響，「2021臺南夏日音樂節—將軍吼」活動由暑假延後至10月舉辦，且因應防疫於主舞臺活動觀眾區採總量管制，每場開放3,500人入場，活動兩天逾1萬3,300人次參與(含周邊觀賞區)、兩天直播觀看人數超過45萬人次。演唱會於7大平臺直播，活動期間全國性電視新聞露出4則，SNG即時連線2則，新聞活動快訊11天輪播，30秒電視廣告366檔，廣播、網路社群及電子等其他媒體露出超過300則。</p> <p>(4)關子嶺溫泉美食節：(110年9月18日至10月17日)</p> <p>持續以「溫泉」、「夜祭」、「美食」、「浴衣」等元素為活動發展主軸，辦理為期1個月的活動(每週六、日，含國定假日)，主活動開幕暨夜巡(2座大型主燈及業者花燈一起夜巡)，夜間燈飾營造、平日住宿雞加酒方案及其他整合優惠等活動；國慶連假期間加碼推出慢騎競賽活動，增加活動趣味性及親子互動。另結合白河區、東山區推出4梯次之風土旅行。整體活動約2萬2,414人次參加，9-10月活動期間共約17萬8,256人次造訪關子嶺溫泉區。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(5)臺南五月音樂季：(110年5月1日至2日) 與民間樂團合作，建構一個音樂表演平臺，集結全國各地獨立樂團，以音樂表演的方式進行交流，提升臺南音樂藝術創作的能量，同時讓樂迷朋友到訪虎頭埤風景區，以音樂活動及虎頭埤的美景進行一場城市外交。110年共有27組來自在臺各國表演團隊及臺南在地獨立樂團接力演出，活動兩天入園人數共5,427人。</p> <p>(6)2021虎頭埤阿勃勒生態季：(110年6月5日至6月20日) 原訂6月登場的「2021虎頭埤阿勃勒花季」因新冠疫情三級警戒影響被迫取消，但為讓民眾宅在家裡也能欣賞被阿勃勒黃金兩包圍的療癒感，虎頭埤風景區將花況美照與動態影片呈現在粉絲專頁及虎頭埤官網上，讓喜歡虎頭埤阿勃勒又無法出門的民眾可在家中「線上賞花」，吸引近1,500人次觀賞。</p> <p>(7)2021臺南城市音樂節暨貴人散步：(110年11月26日至28日) A. 運用本市獨有之巷弄與文化創意能量，舉辦音樂展演及產業交流活動，含2場免費主場演唱會、12場線上專業音樂交流論壇、貴人散步音樂節7個場域的Showcase收費展演，共98組國內外樂團演出，邀請超過100位國內外音樂產業界貴賓參與。活動共計吸引3萬4,391人參與。 B. 為聚焦及促進法國與臺灣音樂家間的交流與音樂產業的連結，辦理「法國藝術家音樂進駐計畫案」，與法國在臺協會合作安排法國與臺灣音樂家共創專屬臺南的音樂，並安排於城市音樂節演出。</p> <p>(8)2021森山市集：(110年11月13日至14日) 在臺南美術館2館戶外廣場，結合場域特色、藝術、展覽、市集、音樂表演活動等，營造一個具臺南特色氛圍的創意集客活動，110年吸引逾120攤特色市集，為維參觀品質及因應疫情，現場採進場人數總量管制，活動期間吸引2萬人次入場參觀。</p> <p>(9)2021新營甜蜜節：(110年10月16日及10月17日) 透過現場地景、地貌自然特色，於新營鐵道文化園區舉辦集客創意活動，藉由藝文表演及市集活動等，提升新營區觀光知名度，同時促進溪北產業活絡及觀光發展，活動兩天計吸引1萬5,625人次。</p> <p>2. 辦理特色主題旅遊行銷推廣： (1)與無米樂稻米促進會共同辦理「110年田間玩很大」推廣活動，參與活動名額開放報名後名額即額滿，活動規劃民眾親自體驗DIY窯烤米pizza、享用米食饗宴、下田拔蘿蔔、捉泥鰱等趣味田間體驗等活動，融合對土地永續經營理念，行銷區域觀光與特產。 (2)與林百貨共同辦理「2021林百貨90歲生日慶「府城時光宴」復古派對活動」，以「老臺南職人式時光」作為主軸，邀集臺南在地歷史悠久著名老店及舊貨商店以戶外派對形式展攤同慶，並於館內策畫精湛的「臺南好職人-人間國寶在林百貨」主題展。活動規劃融合府城懷舊與創新，行銷本市觀光、文化與特產。</p>
(四)補助相關機關、民間團體推動臺南	<p>補助本市各機關、民間團體辦理各項觀光行銷、產業活動、推動觀光旅遊等計畫： 如「110年度『防災守護你和我 一起減碳來健走』元旦升旗健走暨環保</p>

重要施政項目	執行成果與效益
觀光行銷產業活動等相關計畫	社會福利宣導活動」、「2021 新丑年鹿耳門天后宮臺灣年文化季」系列活動之「鹿耳門年夜祭」、「2021 臺南眷村美食節暨大林商圈宣傳」活動、「2021 大北門年貨大街~藍調中西樂團嘉年華」、「牛轉乾坤迎新春」花卉促銷活動、「110 年歲次辛丑金牛年活動」、「110 同喜軒北管音樂會」、「辛丑科五朝王醮南瀛王船祭文化節」、「新春開五·與神同行」商圈活動、「110 樂來樂有趣，來迺迺」、「一一〇重回北汕尾鹿耳門—模仿鄭成功登陸活動」、「大同有愛觀光行」、「臺南市左鎮區左中社區玄天上帝四年一科及平埔族太祖會親活動」、「臺南商圈觀光樂活購」、「新化觀光樂活趣」、「友善城市 i 關懷」、「2021 二保半在地生活節活動」、「辛丑科七朝王醮市定民俗《瘟王祭》廟會新文化活動」、「2021 春節蘭花特展」、2021 年「臺南美食展-府城 X 饗食經典」臺南美食伴手禮推廣活動等 31 件補助案，共同行銷本市各景點觀光及產業特色。
(五)其他成果	<p>1. 廟宇觀光導覽資料庫： 建置本市廟宇觀光網站，系統整理並記錄廟宇、藝師及藝品等導覽資料，已建置 45 間廟宇共 270 筆導覽文案及逾 600 張照片。</p> <p>2. 五月天「好好好想見到你」Mayday Fly to 2021 臺南場演唱會(透由行政協助與相信音樂國際股份有限公司共同合辦)： 5 天演唱會場內外共計吸引逾 12 萬人參與，若以交通部觀光局 108 年臺灣每人每次平均旅遊支出消費額新臺幣 2,320 元來計算，估計為臺南帶來 2 億 7,840 萬元觀光財，活動期間連 2 個周末住宿業者住宿率超過 9 成，周邊商圈亦湧進人潮；此外，活動整合 28 家飯店提供歌迷專屬住宿優惠，及 80 家伴手禮、小吃、觀光工廠、古蹟景點、酒吧與餐酒館祭出各式消費優惠，帶動地方產業發展。</p>
三、觀光旅遊服務	
(一)推動臺南城市散步各項主題遊程，以及臺南自由行旅遊無縫隙服務	<p>1. 辦理觀光導覽解說志工培訓、臺南米其林路線導覽解說培訓課程、導覽解說安排等：</p> <p>(1)府城、鹽水及關子嶺區，共有 13 條免費散步導覽路線，各路線梯次及服務人次如下：(原 110 年度預計辦理 850 梯次，因受嚴重特殊傳染肺炎疫情影響，5 月 21 號至 8 月 19 停止導覽服務，爰未達到預期梯次)</p> <p>A. 府城藝文薈街趣(辦理 43 梯次，382 人次)。</p> <p>B. 府城歷史散步孔廟線(辦理 43 梯次，462 人次)。</p> <p>C. 老屋老店老生活(辦理 44 梯次，565 人次)。</p> <p>D. 府城歷史散步赤嵌線(辦理 43 梯次，401 人次)。</p> <p>E. 安平線-安平獅饗曲. 老街五四三. 安平運河南岸(辦理 166 梯次，930 人次)。</p> <p>F. 五條港舊城漫遊-日光及星光線(辦理 167 梯次，1,074 人次)。</p> <p>G. 鹽水月津港漫遊(辦理 87 梯次，543 人次)。</p> <p>H. 關子嶺溫泉鄉散步(含親子路線)(辦理 87 梯次，542 人次)。</p> <p>I. 臺灣第一鹽言散步路線(2 梯次，11 人次)：臺灣第一鹽路線 110 年 10 月啟動，採預約方式於每週六日下午 3-5 時，媒合志工導覽解說。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(2)製作臺南散步導覽線上小旅行影片，提供多元旅遊服務。</p> <p>(3)觀光志工培訓及管理營運： 110年在職服勤志工人數計171位(導覽志工48位、中文29位、越語8位、英文20位、高中生37位、虎頭埤20位、通訊軟體9位)，提供旅服中心諮詢、活動支援、英文導覽、園區導覽解說、花木維護及通訊軟體線上諮詢等服務共2,724人次，總服務時數達1,650小時。通訊軟體線上志工服務包括「Tainan visitor info」Line@及臉書臺南旅遊服務中心粉絲團線上遊客旅遊諮詢服務。</p> <p>2.臺南安平水景公園周邊土地開發案： 本案依促參法第46條辦理，103年10月17日政策公告，105年7月22日公開徵求民間投資人，105年11月21日選出最優申請人，106年4月7日完成簽約，108年5月動土，110年4月會展中心啟用，截至110年12月工程進度完成超過95%，預計111年4月全區營運。</p> <p>3.辦理聖誕點燈節慶佈置：(110年12月5日至111年1月4日)</p> <p>(1)於「運河河樂燈區」、「新營文化中心暨綠川廊道燈區」2大燈區布置大型聖誕樹，及延伸至海安路口「海安鹿」與新營綠川水岸廊道布置光影藝術燈飾，營造夜間景觀帶動水岸休憩觀光。並於110年12月5日及12月11日分別於中西區運河畔河樂廣場及新營文化中心廣場辦理點燈晚會，兩場共吸引2萬多人次參與。</p> <p>(2)為營造聖誕歡樂節慶氛圍吸引遊客參與聖誕燈節活動，110年12月18及19日於河樂廣場辦理聖誕市集，吸引約1萬5,000人次參與。</p> <p>(3)110年12月24日聖誕夜與教會團體合作於新營鐵道地景公園、新營文化中心、運河河樂燈區聖誕樹旁辦理快閃報佳音活動營造歡樂佳節氛圍活絡觀光。</p> <p>(4)110年12月5日至12月31日與本府民族事務委員會合作於安平區札哈木公園設置原民意象聖誕節裝置帶動安平觀光人潮。</p> <p>4.旅遊服務中心之營運及管理：</p> <p>(1)年度旅遊服務中心營運：</p> <p>A.本市至110年底止設置之旅服中心計有臺南火車站、高鐵臺南站、新營火車站、臺南航空站、安平、德元埤、無米樂、左鎮化石園區、虎頭埤、月之美術館等11處駐有人員之旅服中心，另有行動旅服車1臺。</p> <p>B.110年度造訪各旅服中心共計25萬8,848人次，其中諮詢人次本國籍11萬4,025人次，外國籍1,194人次，共11萬5,219人次。諮詢之國外旅客中，以歐美籍人數最多，約35%。</p> <p>C.為擴大旅服務效能，以便隨地、即時解決臺南旅客的旅途大小事，成立旅遊服務中心Tainan visitor info LINE@群組，由志工提供中、英、日、越4語24小時線上真人服務。至110年底線上好友人數為5,524人，110年度線上回覆遊客問題數共計921則，民眾諮詢內容包含近期活動、旅遊景點、交通路線、住宿及美食小吃等各種問題。</p> <p>(2)旅服人員觀光專業培訓： A.110年1月11日至12月底止針對本市各旅遊服務中心旅服人員</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>辦理「臺南的秘藏景點及巷弄美食」、「臺南經典小鎮、無障礙遊程設計培訓」、線上課程-e 等公務園「哈臺南」HOT 英語教室共 17 個主題課程等教育訓練課程及業務檢討。舉辦 2 次旅服中心工作會議暨教育訓練，除宣達本市各項重大觀光政策外，並訓練第一線旅服人員對於景點解說導覽技巧，協助遊客「製定遊程規劃」，提供在地最新旅遊資訊，強化及改善旅服人員服務流程效能，以提供遊客更優質友善服務。</p> <p>B. 強化緊急救護能力，110 年度參與 CPR+AED 急救訓練共 8 人次。</p> <p>5. 觀光公車行銷推廣：</p> <p>(1) 110 年 8 月推出「臺灣好行山博行線」中英、中日及中韓版文宣共 3,000 份，並印製「臺灣好行 88 府城巡迴線、99 安平台江線」中英、中日及中韓版文宣共 3 萬份。</p> <p>(2) 續於臺灣好行 88 府城巡迴線、99 安平台江線及山博行線觀光公車 19 輛公車，車內提供 4G WiFi 無線上網服務。</p> <p>(3) 110 年 8 月完成 88 府城巡迴線、99 安平台江線及山博行線站牌圖資更新維護作業。</p> <p>(4) 110 年 1 至 12 月，88 府城巡迴線累計搭乘人次為 2 萬 1,049 人次、99 安平台江線累計搭乘人次為 7 萬 1,866 人次、山博行線累計搭乘人次為 990 人次，共計 9 萬 3,905 人次。</p> <p>6. 擴大招募外語志工：</p> <p>英語散步導覽(My Tainan Tour)服務旅客 30 人次，來自 10 國別。</p> <p>7. 新住民地接社輔導及第二官方語推動：</p> <p>(1) 稀少語別旅遊導覽人員培訓：</p> <p>110 年共有越南、泰國、印尼、馬來西亞等國籍 22 名學員參與培訓，並有 20 名學員取得培訓結業證書。</p> <p>(2) 觀光司機培訓課程：</p> <p>為儲備及增加臺南觀光外語接待動能，與南臺科技大學產學合作，以觀光公車客運駕駛以及計程車業者及包車租賃業者為對象，辦理「2021 臺南觀光司機外語(日韓語)及觀光培力回訓課程」。110 年 5 月至 10 月共開設 5 梯次課程，其中全勤結業者共 37 人。</p> <p>(3) 多國語言友善接待服務優化：為協助旅遊業者超前部屬提升觀光接待服務，以迎接後疫情時代國際旅遊潮，與臺灣入境旅遊協會合作進行「臺南市多國語言友善接待優化計畫」，遴選 10 家臺南市具接待國際旅客潛力之旅遊相關業者就軟硬體設備服務及品牌行銷策略等面向進行輔導，並邀請韓國、日本、越南及英語系等各國旅遊達人分享臺南旅遊體驗及進行英日韓泰越網媒觀光行銷宣傳。</p> <p>8. 推動智慧觀光、建置遊客專屬資訊推播系統：</p> <p>109 年已初步完成遊客專屬資訊推播系統，透過手持載具，提供自由行遊客，規劃以公車為交通工具的旅遊行程，包括公車到站提醒、遊程推薦、附近景點、美食、活動、住宿等，支援中、英、日、韓 4 種語言，相關功能於 110 年執行整合，預計 111 年完成納入本府觀光旅遊局「旅行臺南」應用程式，讓遊客可於旅途中隨時掌握臺南觀光即時訊息。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>9. 建置內容行銷平臺：</p> <p>因應遊客旅遊前數位化搜尋行為，製作對應臺南行銷內容，符合遊客搜尋趨勢並導引遊客至電商平臺消費。110年結合全國最大部落客平臺痞客邦資源，舉辦線上招募活動，號召過百位部落客報名參加，完成超過200篇內容，共計超過500項臺南食、宿、遊、購、行等產品導購連結。</p>
<p>(二)辦理國際遊客行銷推廣，建立臺南旅遊目的地國際品牌</p>	<p>1. 舉辦國際旅展參展及城市觀光推介活動：</p> <p>(1)110年10月31日參加由臺灣海峽兩岸觀光旅遊協會北京辦事處及中華兩岸旅行協會共同主辦的「雲嘉南濱海觀光圈與大陸組團社視訊推介會」，大陸主力經營國際旅遊業者共計31間報名，透過視訊推介，將臺南的特色風光、人文美景推介給組團社，引起熱烈回響。</p> <p>(2)與KKday日本合作，於110年8月27日舉辦「臺南市內線上旅遊行程」，透過網路視訊，於疫情期間對日推廣臺南旅遊，報名踴躍活動當日同步上線者超過200人次。</p> <p>(3)與日本臺灣祭執行委員會合作，於110年5次於臺灣祭會場(東京鐵塔、橫濱紅磚倉庫、千葉三井outlet)設置攤位發放臺南觀光文宣品，依主辦單位提供，每場進出人次萬人以上。</p> <p>(4)與日本臺灣祭執行委員會、新光三越臺南新天地合作，於2021年至2022年之跨年，舉辦臺日同步新年點燈儀式(東京鐵塔與臺南新天地同步點燈)，依主辦單位提供，現場觀看人次千人以上。</p> <p>(5)與日本群馬縣臺灣總會合作，於110年7月8日至7月4日舉辦之2021群馬臺灣線上博覽會中，設置「臺南旅遊專區」，撥放臺南觀光影片，另於群馬縣廳1樓縣民大廳會場設置臺南觀光相關文宣品。</p> <p>(6)與KHB東日本放送合作，於110年12月3日至12月5日舉辦之khh長町夜市活動以臺南市文化協會提供之手繪燈籠佈置展場，並於現場發放臺南觀光文宣品，推廣臺南觀光。3日進出人次約5,000人以上。</p> <p>(7)110年10月18日與美國華府臺灣同鄉會視訊分享臺南安心遊，向在美僑胞分享臺南熱門景點與特色遊程，獲得僑胞熱烈迴響。</p> <p>(8)辦理線上國際旅展，針對日本、韓國、港澳、新加坡、馬來西亞、泰國、越南、印尼、菲律賓、歐洲、紐澳、北美等12大國際市場推廣臺南觀光，自110年9月1日開展以來，截至110年12月31日止，臺南展間瀏覽人次總計達4,000人次以上。</p> <p>2. 辦理國際媒體行銷：</p> <p>(1)與金馬影后陳淑芳女士合作拍攝「臺南慢遊」觀光宣傳影片，110年11月5日正式播放，2週達5000次觀看人次。Youtube片頭廣告觀看2萬次以上。廣告曝光逾360萬次，新聞曝光逾60則。</p> <p>(2)與日本插畫家佐佐木千繪合作，於觀光旅遊局方日語SNS及插畫家個人SNS推出「今日臺南」專欄，於110年2月至11月，不定期發布7次臺南觀光景點宣傳插畫，引起熱烈迴響。</p> <p>(3)為因應疫情造成之全球無法自由移動旅遊現況對外推廣臺南觀光，結合Google實景地圖，建置臺南旅遊體驗回應式網站中英日版本，於110年8月30日上線至12月31日，累計9,408瀏覽人次，</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>2,366 使用人次。</p> <p>(4)辦理國際形象廣告案，宣傳臺南的城市品牌，並向海外觀光市場傳播策略和溝通主題，以建立認知度加上關鍵字搜尋為策略，以臺南藝陣為原創性記憶點以及臺劇熱潮「想見你」知名影劇拍攝地為異國感及地景物圖標化加深臺南於國際遊客中的印象，共於 7 國刊登 9 處實體廣告，其中日、韓、港、新、馬 4 國，運用電視劇熱潮宣傳內容與媒體調整提升臺南關鍵字搜尋。此外泰國曼谷 BTS 空鐵標準四節車體大面積廣告，以府城傳統將團之一的西來庵吉興堂為主視覺在國際舞臺做宣傳，引起熱烈討論。</p> <p>3. 辦理國外媒體、業界接待： 110 年 5 月 20 日至 5 月 23 日接待華蕊記者(Louise Watt)走訪本市觀光景點，相關報導刊載於臺北市美國商業公會出版之 TOPICS 工商雜誌。</p> <p>4. 便捷國際遊客交通，穩固國際直接落地客源，延伸國際航空網絡： (1)「臺南-小港機場快線」於 109 年 1 月 15 日正式上路，惟疫情影響，考量國際航班縮減、營運虧損補貼預算額度及營運績效等因素，109 年 3 月 14 日起暫時取消搭乘率較低之 4 班次，並自 109 年 4 月 1 日起迄今暫時取消本路線營運。109 年 1 月 15 日至 3 月 31 日累計搭乘人次為 3,560 人次。後續將視疫情及小港機場復航情形，滾動檢討復駛日期。 (2)開通「麗娜輪」安平澎湖馬公航線，110 年 4 月 21 日至 10 月 31 日開啟每週三、五、日航班累計搭乘人次為 9,245 人次，因應澎湖進入秋冬海象不穩定季節將於 111 年 4 月再啟航。</p>
(三)鞏固臺南美食品牌	<p>1. 舉辦美食節系列活動： (1)2021 臺南國際美食論壇：於 110 年 12 月 3 日假臺南市立圖書館新總館辦理。邀請外籍菁英主廚葛艾睿、米其林主廚林明健、食材達人徐仲、飲食生活作家葉怡蘭、美食記者陳靜宜、營養指標專家李婉萍等 6 位菁英專家進行專題分享，更邀集諾魯共和國大使凱法斯、索馬利蘭共和國駐臺灣代表處文化合作發展組組長艾迪克、日本臺灣交流協會—高雄事務所所長加藤英次、宏都拉斯共和國大使館駐臺參事卡洛思、聖文森及格瑞那丁大使館公使威爾森及超過百位餐飲業者現場參與，更有日本京都市、山形市、亞歷桑那州中式餐飲協會、美國哥倫布市等臺南姊妹城市代表線上參與，形塑一場既國際且在地的的美食論壇饗宴。 (2)臺南米其林占星嘉年華：為因應臺南入選 2022 年米其林評鑑城市，協助臺南美食業者提升網路聲量、國際知名度，於 110 年 12 月 26 日開始至 111 年 3 月 25 日舉辦「臺南米其林占星嘉年華」網路票選活動，截至 12 月 31 日止，共計 77 家廠商報名，9,371 人次參與投票。 (3)米其林交流座談會： A. 於 110 年 8 月 31 日假南紡購物中心錦霞樓餐廳辦理「放眼米其林，臺南潛力餐飲業者交流會」，邀請米其林一星臺北國賓 ACUT 牛排館行政總主廚凌維廉和入選必比登推介的臺中餐苑小料理</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>創辦人鄭乃綱與臺南餐飲業者交流分享，座談會約有 30 位餐飲業代表參與。</p> <p>B. 於 110 年 11 月 8 日假福爾摩沙遊艇酒店辦理「米其林美食交流座談會」，從評級制度、評審標準等資訊，引領臺南在地業者更加了解《米其林指南》，接軌國際餐飲趨勢，共同將臺南美食推向國際，座談會約有 100 位餐飲業代表參與。</p> <p>(4) 維也納啤酒節：110 年 11 月 6 日與本市美術館於美術館 2 館舉行，並媒合臺南大飯店、臺南大員皇冠假日酒店 2 家飯店業者推出期間限定奧地利特色料理。活動當日邀請奧地利臺北辦事處處長陸德飛、盧森堡臺北辦事處處長貝檀雅、加拿大駐臺北貿易辦事處代表芮喬丹、新加坡駐臺北商務辦事處副代表王宗翰、瑞士商務辦事處副處長萊貝絲、美國在臺協會高雄分處副處長李明磊、美國在臺協會臺北辦事處領事事務官西馬娜、公益財團法人日本臺灣交流協會高雄事務所主事吉田光、英國文化協會國際教育長徐薇芝等貴賓一同共襄盛舉，活動當日入場人次逾 1,500 人次。</p> <p>(5) 臺南餐酒嘉年華：於 110 年 11 月 20 至 21 日假河樂廣場辦理，為全臺首度公部門與在地業者合作舉辦之餐酒嘉年華活動；邀請臺南星級飯店、知名餐酒館及在地私廚創作時令美食，結合民間企業「TIME OUT 臺傲日調酒&amp;威士忌酒展」年度盛事創造話題活動，吸引國內外高端美食饕客旅行臺南，體驗臺南特有餐酒美食文化及夜間特色觀光，共計吸引逾 3,000 人次參與活動。</p> <p>(6) 「吃旺來抽好運」活動：於 110 年 3 月 22 日至 5 月 30 日，邀集本市 30 家安心餐廳業者推出期間限定「好運旺來餐」，以臺灣優質鳳梨入菜，推出各式各樣的鳳梨料理和創意調飲，邀請民眾一起迎接酸甜美好滋味的鳳梨季節。民眾至本次搭配活動的安心餐廳業者用餐消費指定鳳梨餐點(不限金額)，即可登錄發票或收據參加抽獎，並於 110 年 3 月 21 日假新光三越臺南中山店辦理鳳梨展售會，當日參與活動人數約 6,300 人。</p> <p>(7) 臺南好食 x 山珍 x 海味特色便當開箱活動：疫情期間各大餐廳與店家都在外帶便當下功夫，推出各式特色菜單，兼具美味、營養與質感，讓便當變得不再簡單，便當也能吃出儀式感，為振興本市餐飲業經濟及活絡臺南美食話題，於臺南美食典 FB 粉絲團辦理「呷便當送便當」主題活動，邀請民眾上傳分享臺南美味便當。共計辦理 4 場次線上活動，分別為「便當讓你吃出儀式感!-豪華料理便當」(110 年 8 月 17 日至 30 日)、「便當帶你偽出國!-異國風味便當」(110 年 8 月 31 日至 9 月 6 日)、「便當讓你放肆吃到飽!-滿足佳餚便當」(110 年 9 月 7 日至 13 日)、「便當也文青~-健康活力便當」(110 年 9 月 14 日至 20 日)4 大主題，於活動期間，民眾踴躍推薦 111 家臺南特色便當，業者發揮創意並依各種需求做出調整與轉型，活動共計觸及 2 萬 3,799 人次。</p> <p>2. 結合節慶、遊程、活動、展覽，推廣臺南伴手禮： 110 年 8 月 3 日至 15 日與臺南市府城文化觀光產業協會於 SOGO 百貨忠孝店辦理「臺南美食展-府城 X 饗食經典」臺南伴手禮推廣活動，集</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	結 45 間臺南在地店家共同行銷臺南在地的特色伴手禮及小吃，共同行銷本市美食伴手禮。
(四)其他成果	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 創全臺縣市政府首例，與全球知名旅遊電商 KLOOK、Kkday 合作簽訂 MOU，共同開發臺南遊程商品，並輔導臺南旅遊業者數位轉型。截至 110 年底，KLOOK 平臺目前上架超過 400 種臺南旅遊產品，KKday 平臺超過 700 種。</li> <li>2. 推出「臺南好康券」，整合本市業者共同推出食宿遊購行之各項優惠方案，發送期間為 110 年 9 月 6 日至 111 年 2 月 6 日(優惠至 111 年 2 月 7 日)，旅宿業者配合市府活動免費發送「臺南好康券」熱獲各方好評，民眾對臺南整體觀光資源及旅遊環境滿意度超過 9 成。本次活動參與旅宿業者共計 660 間，提供優惠好康店家計 642 家。</li> </ol>
四、觀光事業	
(一)加強活化觀光事業機能，並提升整體觀光事業品質	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 辦理旅宿業之登記、檢查、輔導管理： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 辦理本市旅館業及民宿設立登記，至 110 年 12 月 31 日止全市已辦理登記旅館業計 260 家，辦理登記民宿計 457 家，整體旅宿業大幅成長，較 109 年相比家數成長約 9.3%，房間數成長約 0.3%。</li> <li>(2) 109 年為提升本市旅宿業者自主管理效能，採取市府聯合稽查及業者自主管理檢查併行，讓優質旅宿業可專注於經營管理，本府稽查人力亦可做更有效運用，而非屬自主管理之業者，市府則每家至少稽查 1 次以上。110 年稽查合法登記之旅館業計 277 家次，未合法登記之旅館業計 17 家次，稽查合法登記之民宿 507 家次，未合法登記之民宿計 1 家次，另稽查日租套房計 88 家次，以確保遊客消費權益及住宿品質。</li> <li>(3) 訂定實施「臺南市政府觀光旅遊局旅館業品質提昇補助要點」，鼓勵本市旅館業提昇硬體設施，以提供國內外旅客優質住宿環境，110 年度共補助 18 家，146 萬元。</li> <li>(4) 110 年度本市計有 20 家業者通過星級旅館評鑑，共獲 58 顆星，藉此提昇住宿品質及強化旅館業經營體質，擴大業者視野與國際接軌。另有 57 家民宿通過交通部觀光局「好客民宿」認證，提升住宿服務品質，型塑臺南旅館及民宿品牌特色。原 110 年度預計星級旅館 21 家，惟因申請星級旅館評鑑，需投入大量資金，部分業者期限到期未繼續申請交通部觀光局星級評鑑，致家數略減。未來將續依「臺南市政府觀光旅遊局輔導臺南市旅館業參加星級旅館評鑑補助作業要點」規定，積極鼓勵業者申請星級旅館評鑑。</li> <li>(5) 為彰顯本市優質旅宿品牌形象，設計製作「民宿合法房間標章」及「旅館合法房間標章」，向民眾宣導，除應選擇入住合法立案之旅宿外，可再認明有「民宿合法房間標章」或「旅館合法房間標章」之客房，以確保自身消費權益及住宿安全。</li> <li>(6) 辦理 110 年度優質旅館評鑑暨提升整體競爭力輔導計畫，以強化旅館經營體質，提供旅客住宿之建議，達到提升本市旅館整體服務品質目標，冀達成保障旅客觀光旅遊住宿品質、創造優質住宿環境，及永續經營之目的，本案已於 110 年 12 月 29 日完成評鑑，擬頒發</li> </ol> </li> </ol>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>36 面標章，目前製作中，預計 111 年 3 月底前，邀請市長頒發。</p> <p>(7) 為營造「臺南觀光地區」友善環境及優質民宿品牌形象，與臺南市民宿文化發展協會推動訂定「臺南觀光地區民宿經營公約」，110 年 9 月 29 日於維悅酒店辦理民宿經營公約教育訓練，宣導節能減廢、敦親睦鄰、品質提升等相關措施，營造臺南地區高素質民宿形象，共創臺南民宿產業榮景。110 年委託臺南民宿文化發展協會辦理評鑑，及邀請專家學者抽樣辦理現場實地評鑑，經審查符合該公約內容之合法民宿業者有 52 家，預訂 111 年 4 月邀請市長親自頒發「臺南市觀光地區民宿經營公約標章」，表彰民宿業者自律及經營用心。</p> <p>(8) 持續推動本市民宿產業發展及質量提升，配合府城歷史街區緩衝區劃設，109 年 3 月 27 日於東區區公所辦理「臺南民宿申設說明會」，進行民宿法規及相關申設說明，讓有意投入旅宿經營領域的民眾預先了解相關申設程序及架構經營藍圖，並透過觀旅局觀光事業科專責諮詢窗口，提供個案輔導，協助迅速取得合法旅宿登記證。輔導本市 57 家民宿業者獲頒「好客民宿 Taiwan Host」標章。另針對雙城觀光地區及具人文或歷史風貌區域，每週二於永華市政中心市民服務中心開設民宿申設諮詢暨收件服務窗口，110 年度總計駐點 51 日，服務 449 人次，收件 66 件，累計核准 375 家民宿設立登記，客房數合計 1,299 間。</p> <p>(9) 提報「旅行臺南有個家-舊城區民宿推動計畫」，榮獲第四屆「政府服務獎」。</p> <p>2. 辦理觀光遊樂業經營管理及輔導工作：</p> <p>(1) 依據「觀光遊樂業經營管理與安全維護檢查暨督導考核競賽作業要點」，110 年上下半年分別於 4 月 14、16 日及 10 月 14、15 日辦理本市頑皮世界野生動物園及尖山埤江南渡假村等觀光遊樂業衛生、消防、建物檢查相關督導考核作業；配合完成交通部觀光局 110 年觀光遊樂業督導考核競賽暨檢查作業，分別於 9 月 27 及 28 日完成頑皮世界及尖山埤江南渡假村的考核，以增進休憩品質，提升遊客回遊率。</p> <p>(2) 輔導「尖山埤江南渡假村」連續 14 年(97-110 年)獲交通部觀光局評列為特優等之觀光遊樂業，「頑皮世界野生動物園」連續 11 年(100-110 年)獲評列為特優等之觀光遊樂業，持續輔導業者提供優質旅遊環境。</p> <p>3. 辦理溫泉使用事業核發溫泉標章及經營管理輔導、溫泉高值化商品推行：</p> <p>(1) 擴大溫泉服務範圍，核發溫泉標章與用戶水質管理督導：</p> <p>A. 推展區外供水，將龜丹溫泉供應範圍由溫泉區擴大至全市，以增加市內溫泉體驗據點。至 110 年 12 月本市核發之溫泉標章累計達 37 面，為全國第一合法溫泉旅宿業全數取得溫泉標章之縣市，型塑臺南優質溫泉旅遊品牌形象。</p> <p>B. 為維護消費者權益，針對本市 37 處溫泉營業場所安全標示、設備及品質濃度，辦理現場稽查，督導業者維護溫泉利用設施及提昇經營管理品質，保障消費者使用安全，營造舒適安全泡湯環境。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(2)推廣溫泉高值多元運用：</p> <p>A. 委託嘉南藥理科技大學賡續推動臺南市溫泉高值利用供給及品牌授權計畫，刻正向經濟部智慧財產局進行「臺南溫泉高值商品」證明標章申請註冊，以建立證明標章核發機制。並於註冊完成後，進行 2 家業者輔導作業。</p> <p>B. 溫泉高值化商品實體通路：溫泉區內 3 處旅宿業實體販售點(關子嶺統茂溫泉會館、沐春民宿、明園溫泉別莊)，其中 1 處關子嶺統茂溫泉會館並成為旅宿備品體驗點，另結合臺南米其林古蹟小旅行，媒合關子嶺之戀溫泉商品於安平樹屋及赤崁樓等 2 處本市古蹟景點上架展售。</p> <p>(3)溫泉產業永續發展： 結合中央及地方產官學界，落實水權管理及溫泉取供事業，輔導管理溫泉標章，打造在地溫泉特色商品品牌，建立溫泉產業永續發展基石，建立完整產銷履歷。</p> <p>(4)為建立關子嶺溫泉區基礎資料庫，自 104 年起建議經濟部水利署將關子嶺地區納入臺灣溫泉監測網，110 年持續監測記錄關子嶺溫泉相關資料，提供關子嶺溫泉區經營管理參據。</p> <p>4. 辦理臺南市觀光發展基金管理業務：</p> <p>(1)辦理臺南市觀光發展基金管理業務，強化本市觀光活動內涵，推動行銷宣導，以促進觀光產業發展等相關業務。</p> <p>(2)110 年基金收入約 3,231 萬元。</p>
五、觀光地區及風景區管理	
(一)辦理風景區經營管理、設施修繕、清潔維護改善及環境綠美化維護，提升觀光景區環境品質	<p>1. 風景區、景點經營管理：</p> <p>(1)園區活化：完成德元埤荷蘭村、龜丹溫泉體驗池委託經營管理案及安平遊憩碼頭建築物 1、2 樓飲食店空間、葫蘆埤自然公園展售館部分空間出租案續約、葫蘆埤自然公園二樓餐廳出租案，黃金海岸方舟部分空間(1、2 樓)委託營運管理及方舟地下室完成出租點交及整備，有效提升遊客服務及體驗。</p> <p>(2)經營管理： A. 德元埤荷蘭村：110 年入園遊客近 29 萬人次。 B. 龜丹溫泉體驗池：110 年入園遊客逾 3.5 萬人次。 C. 雙春濱海遊憩區：110 年入園遊客逾 6 萬人次。</p> <p>2. 各風景區、景點環境清潔維護：</p> <p>(1)風景區環境例行清潔維護：勞務委外主要辦理共 20 處以上所轄風景區及其他景點環境清潔維護，包括：柳營區德元埤荷蘭村、官田區葫蘆埤自然公園、白河區關子嶺水火同源、左鎮區草山月世界景點、濱海管理站、南區黃金海岸方舟、廊帶公園及轄管沙灘、中西區舊漁市場、安平區大魚的祝福展品等轄管區域及本府觀光旅遊局轄管設施地點周邊及獅額山登山步道、觀音步道、梅龍步道系統等轄管設施…等，建構優質風景區及景點體驗環境。</p> <p>(2)委託區公所辦理風景區環境清潔維護：委託安平區公所辦理安平港</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>國家歷史風景區環境清潔維護。</p> <p>3. 各風景區、景點經常性養護修繕及環境綠美化維護：</p> <p>(1) 辦理年度設施例行性、一般或緊急修繕維護案：共計完成 82 案。</p> <p>(2) 轄管景點設施維修及植栽養護：共完成 31 次派工，辦理德元埤荷蘭村、葫蘆埤自然公園、雙春濱海遊憩區、南關線自行車道、黃金海岸方舟及廊帶公園、安平遊憩碼頭、關子嶺、梅峰古道、左鎮月世界等轄管景區、景點設施修繕。</p> <p>(3) 德元埤荷蘭村風車揚水機運轉保養維護。</p> <p>4. 風景區節慶活動、水域遊憩活動推廣及安全維護：</p> <p>(1) 年度活動：於 2 月 12 日至 2 月 16 日辦理「2021 牛轉乾坤犇雙埤」春節活動、於 8 月 28 日至 8 月 29 日辦理「2021 葫蘆埤自然公園童趣節-夏日童歡」及於 10 月 16 日至 11 月 7 日辦理「2021 德元埤荷蘭村風車節-Revive」，活期間吸引共超過 8.6 萬人次。</p> <p>(2) 「2021 臺南市水域遊憩體驗活動」，於虎頭埤風景區、葫蘆埤自然公園、新營天鵝湖公園、德元埤荷蘭村等水域，提供獨木舟、立式划槳等活動；另於黃金海岸辦理風箏衝浪，讓民眾體驗水域遊憩活動及推廣海域遊憩體驗。活動計 5 場次，共 22 天近 5,000 人次參與。</p> <p>(3) 110 年 6 月 11 日至 10 月 1 日(擇周三、五、六、日巡查，7、8 月份全月巡查)辦理本市近岸及內陸水域安全巡查工作，提升水域遊憩安全預防措施。每個時段 2 人，一天 3 次，2 人中有一位具有開放水域救生員執照。巡查共計 90 日曆天，達 420 人次、3150 小時；其中黃金海岸共宣導勸離 160 次，共 476 人次；觀夕平臺共宣導勸離 263 次，共 770 人次，無相關救溺協助通報或救溺之情事。</p> <p>(4) 透過安全巡查，檢視、維護及更新臨海岸相關警告標示牌及簡易救生設施，共補充 11 具救生圈及 17 個拋繩帶；重新除鏽之告示牌 9 支，觀夕平臺共 6 支，黃金海岸共 3 支；告示牌因遺失重新設立 2 支告示牌；因颱風倒掉重新設立告示牌共 2 支；更換自殺防救面板共 10 面；新設颱風警告告示牌共 5 支。</p> <p>(5) 水域遊憩災害防救教育訓練： 於 110 年 10 月 2 日-3 日，假本市安南區海佃國小及嘉南大圳水域(山海圳國家級綠道旁)辦理水域遊憩災害防救教育訓練，提升民眾水域遊憩防災意識及操作技巧，課程執行 2 日共 4 梯次，計 158 人次參與。</p>
(二)其他成果	<p>1. 載客小船管理：</p> <p>(1) 為維載客小船航行安全，每季辦理不定期檢查督導工作；另於 110 年 3 月、8 月及 12 月，分別對 4 家業者(計 11 艘載客小船)，完成計 33 艘次不定期安全檢查(因疫情影響，業者配合政策停航，故暫停辦理第二季安全檢查)。</p> <p>(2) 為提升載客小船業者災害防救能力，保障遊客搭乘安全，分別於 110 年 10 月 4 日上午(新化區虎頭埤水庫)及 11 月 8 日晚上(安平區安平漁港漁人碼頭)，辦理 2 場載客小船災害防救訓練課程；共計 4 家業者 26 人參與。</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>2. 觀光管筏管理：</p> <p>(1) 全國首創四草水域觀光管筏自治條例及相關法令，完成輔導 3 家觀光管筏業者(四草大眾廟、台江漁樂園、旺羅企業社)21 艘觀光管筏全數合法化。因鑑於環境變遷，相關條文已無法符合實際需求，故於 110 年 9 月 17 日辦理部分條文修正之預公告，並於 110 年 10 月 18 日辦理提文修正草案地方說明會。目前依相關法制程序，賡續辦理本自治條例部分條文修正事宜。</p> <p>(2) 為維觀光管筏航行安全，並每季進行定期、不定期督導及稽查，完善相關服務體驗。另分別於 110 年 5 月 5 日旺羅企業社(2 艘)、110 年 12 月 17 日台江漁樂園(1 艘)之所屬觀光管筏，完成逐艘(計 3 艘)進行定期安全檢查；110 年 3 月、9 月及 12 月，分別對 3 家業者抽檢所屬觀光管筏，完成(計 26 艘次)不定期安全檢查(因疫情影響，業者配合政策停航，故暫停辦理第二季不定期安全檢查)。</p> <p>(3) 分別於 110 年 3 月 29 日四草大眾廟(9 艘)及 110 年 5 月 23 日台江漁樂園(7 艘)之所屬觀光管筏，完成造船技師檢查、丈量及期滿換照事宜。</p> <p>(4) 為提升觀光管筏業者災害防救能力，保障遊客搭乘安全，於 110 年 10 月 8 日(四草水域)辦理 1 場觀光管筏災害防救訓練課程；共計 3 家業者 21 人參與。</p>
貳、觀光建築及設備	
觀光建築及設備	
(一)強化景區整體規劃開發及提升觀光地區環境景觀設施安全與品質	<p>1. 市內風景區及景點景觀設施新設、裝置等工程：</p> <p>臺灣極西觀光地標設置： 國聖燈塔是海陸界線，也是熱門觀光景點，在海堤上設立「臺灣極西藝術地標」，創造觀光新亮點，也代表著市府偕同中央各機關避免海岸線倒退，協力保護環境的決心。已於 110 年 12 月設置完成。</p> <p>2. 提升觀光地區環境景觀品質：</p> <p>(1) 南關線觀光旅遊廊帶營造工程-第 1 期： 改善關廟森林公園之休憩空間及南關線沿線地區導覽系統，串聯沿線知名景點，創造特色旅遊廊帶，增加觀光人次帶動地方產業發展。已於 110 年 3 月完工。</p> <p>(2) 倒風內海濱海旅遊廊帶串聯計畫-第 2 期： 係交通部觀光局補助案，延續急水溪河濱景觀步道，提供友善環境設施使，遊客停留欣賞學甲濕地的自然生態景觀，並串聯周邊景點，吸引遊客體驗倒風內海濱海文化特色。已於 110 年 6 月完工。</p> <p>(3) 南化區龍湖步道及楠西區梅龍步道更新整建工程： 打造優質登山環境，貼近遊客使用需求、提升旅遊品質並促進觀光發展。已於 110 年 3 月完工。</p>
(二)加強風景區設施維護，	<p>1. 轄管風景區、景點及登山步道設施、設備改善維護暨修繕工程： 完成安平遊憩碼頭(金城活動中心)與黃金海岸方舟防水隔熱改善工</p>

重要施政項目	執行成果與效益
<p>打造優質觀光環境</p>	<p>程、紫竹寺周邊景觀改善工程(含東側觀景臺及竹仔尖水塔平臺整修工程)及南化龍湖寺周邊及其登山步道等設施改善整新工程，以貼近遊客使用需求並有效提昇旅遊及登山遊憩服務品質。另進行永安國小自行車道欄杆及棧道更新、關子嶺寶泉公園旁棧道修繕、關子嶺天梯旁平臺及欄杆修繕，提升園區環境品質，於110年12月30日竣工。</p> <p>2. 安平遊憩碼頭建物安全及外觀整新工程： 完成安平遊憩碼頭建物含括主樓梯之三座樓梯除鏽及抽換鋪面，及全區木作地面及木椅之護木漆塗佈，藉由本案修繕促使建物機能提昇，有效增進遊憩服務品質，全案採仿木鋪面抽換，延長使用年限，減少後續維護頻率及修繕經費。另階梯全面採仿木材質，融入原始環境氛圍，並採內嵌防滑設計，維護遊客使用安全，本案工程業於110年10月19日竣工。</p> <p>3. 雙春濱海遊憩區南側木棧道更新及園區設施修繕工程： 雙春濱海遊憩區西側紅樹林生態豐富、景色獨特，紅樹林中設置之南北兩向棧道、6座涼亭，設施經多年海水、鹽分侵蝕及強風、日曬影響，多處已顯老舊、損壞。北向棧道於107年修繕完成。南向棧道部分損壞嚴重已不堪使用。為提升旅遊服務品質，爰於109年完成整體棧道規劃及第一期工程(約190M)，並將於110年及111年第二期工程完成整體南向延伸段250M棧道之修建。工程預計於111年4月竣工。</p> <p>4. 關子嶺水火同源擋土牆整建工程： 水火同源土牆受109年8月豪雨影響，有持續位移與崩落之潛勢，為確保遊客與用路人安全辦理本案，完成舊有擋土牆整修與更新，同時改善排水問題，降低後續重複致災之可能性，已於110年10月28日竣工。</p> <p>5. 要月吊橋修繕工程： (1)依據臺南市結構工程技士公會辦理之「要月吊橋安全評估鑑定報告書」，評估要月吊橋為左鎮區重要觀光景點，為吊橋外觀美質、安全品質之提升，故辦理「要月吊橋修繕工程」。 (2)工程辦理工項包括主鋼索更換及鐵件除鏽、既有橋柱外觀修繕及橋面木面板修繕，提升安全及旅遊品質，促進觀光發展。已於110年10月28日完工並開放恢復使用。</p> <p>6. 關子嶺碧雲公園整體環境提升案： 辦理朝山木棧道鋪面改善長度115米，本案已於110年9月2日竣工。提升觀光設施安全及遊憩品質。</p> <p>7. 德元埤荷蘭村景觀安全圍籬整修工程： 完成德元埤荷蘭村欄杆更新，本案已於110年12月30日竣工，維護景區遊客安全，提升觀光遊憩品質。</p>
<p>參、一般行政</p>	
<p>行政管理</p>	
<p>提升為民服務品質與內部效率</p>	<p>1. 落實管考市民陳情案件： 110年對市民陳情案件均依規定程序辦理，經統計依限於7個工作天辦結答覆率達80%，符合目標規定。</p> <p>2. 加強為民服務電話禮貌：</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>為提升對市民電話服務品質，110年實施電話禮貌測試1次，測試及格率達80%；市府研考會測試1次，成績獲列「優等」，符合目標規定。</p> <p>3. 加強公文稽催，提升公文承辦效率： 經統計110年全年公文處理平均天數為1.68天，未來將持續加強逾期公文稽催，並通知主管加強督導所屬，以提高公文處理績效。</p> <p>4. 健全採購內控制度，提升採購品質： 110年度配合會計室完成109年度內控制度年度稽核作業，111年度將俟會計室完成110年度內控制度檢討及修正後辦理年度稽核作業。</p>
肆、其他成果	
因應新冠肺炎觀光相關作為	<p>1. 觀光產業紓困與輔導：</p> <p>(1) 辦理「臺南市政府觀光旅遊局旅行社防疫遠距辦公設備整備補助」，協助本市旅行(社)業因應新冠肺炎疫情期間衝擊，給予其營運適當支持提供一次性定額補助金，以利疫情過後加速振興本市觀光產業，共受理205案。</p> <p>(2) 辦理「感心安心住-獨居長者等候新冠肺炎篩檢期間入住防疫旅館補助計畫」，提供本市65歲(原住民55歲)以上獨居長者等候新冠肺炎篩檢期間入住防疫旅館之住宿、餐費及防疫計程車車資補貼，共受理2案。</p> <p>(3) 辦理「臺南好給力觀光產業紓困貸款利息補貼」，補助本市旅宿業者、旅行業者、載客小船及觀光管筏業者貸款利息，補助金額為獲核貸金額之0.25%，共受理2案。</p> <p>(4) 成功協助本市觀光管筏、載客小船業者積極向中央爭取納入交通部紓困補助對象，助業者紓困渡難關： A. 觀光管筏：協助業者(計3家、19人)，向交通部航港局申請紓困補助114萬元。 B. 載客小船：協助業者(計3家、19艘)，向交通部航港局申請紓困補助117萬元。</p> <p>(5) 提供委外合作夥伴適當紓困措施： A. 提供龜丹溫泉體驗池委託經營管理案、雙春濱海遊憩區委託經營專業服務案、德元埤荷蘭村部分空間委託經營管理案、葫蘆埤自然公園展售館一樓部分空間出租案、安平遊憩碼頭建築物一、二樓飲食店空間短期出租案、黃金海岸方舟委託經營管理案等委外合作夥伴免收或減收租金或權利金逾34萬元。 B. 德元埤荷蘭村部分空間委託經營管理案延繳110年租金、權利金，原7月6日繳費期限，延期至9月4日。</p> <p>(6) 110年5月28日本府頒定因應旅宿業防疫整備補助要點：補助本市合法旅宿業執行防疫整備作為，鞏固本市防疫措施，並降低所受衝擊，以協助其度過難關。預計補助旅宿業者共計664家，經費來源係動用本市第二預備金，總補助經費共計新臺幣2,048萬元，截至110年9月24日累計收案645案(97.13%)，645案已完成審查，其中1案申請資料不符予以退件，644案完成撥款，金額1,986萬元。</p> <p>(7) 配合交通部觀光局「交通部觀光局獎助直轄市及縣(市)」府推動溫</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>警防疫旅宿實施要點」辦理防疫旅館補助：</p> <p>A. 109年核准補助經費5,155萬7,000元；同年醫護人員補助自109年5月13日至6月30日，補助1,527人，金額228萬3,548元。</p> <p>B. 109年防疫旅館獎助：自109年4月1日至12月31日，25家業者，補助3,266人次，金額4,812萬0,200元，全數完成撥款，審核通過率100%。</p> <p>C. 110年防疫旅館獎助：</p> <p>a. 110年原先補助至6月30日因疫情持續延長補助至12月31日。</p> <p>b. 110年第1次核准補助經費1,056萬元，第2次核定補助經費1,635萬元，第3次核定補助4,518萬元，合計補助7,209萬元。</p> <p>c. 110年防疫旅館獎助申請，自110年2月22日至12月31日止，計有51家業者6,686筆送件，已核撥3,374筆，補助金額4,539萬6,400元，審核通過率64.1%，持續辦理撥款。</p> <p>(8)觀光發展基金水火同源八家店舖本期(110年5月至7月)租金減收3個月租金3成，計7萬7,400元，以減緩疫情對業者的衝擊。</p> <p>(9)溫泉水使用費減收：109年關子嶺溫泉區29家業者減收3個月3成溫泉基本費，計24萬7,050元，並延期至110年12月底前繳納；110年關子嶺及龜丹溫泉區36家業者擬採減收3個月5成溫泉基本費，計48萬9,300元。</p> <p>(10)辦理安心旅宿認證，本府參考中央疫情指揮中心及臺南市政府衛生局防疫手冊，訂定「臺南市政府觀光旅遊局旅宿業防疫自主管理檢查表」，推行「臺南市安心旅宿」認證標章，由業者依照SOP自律防疫，並委請臺南市旅館商業同業公會、臺南市直轄市旅館商業同業公會及臺南市民宿文化發展協會等三個旅宿公協會現地輔導評鑑，共有140家旅宿業者通過認證，並邀請市長頒發認證標章及協助宣導，提供旅客安全安心的旅宿環境。</p> <p>(11)會同本府衛生局對旅宿業者加強防疫宣導，針對防疫旅館加強聯合稽查，並訂定「臺南市旅宿業發生確診足跡防疫清消處理原則」，明確處理原則，以利業者依循。</p> <p>(12)會同本府衛生局於110年11月9日辦理「防疫旅館111年春節營運工作宣導會議」，檢討防疫措施及提高業者防疫作為，另會同本府衛生局、工務局及消防局邀請有意願加入防疫旅館的旅宿業者，於110年11月12日辦理防疫旅館招募說明會，以增加防疫旅館量能，提供本市回國市民居家檢疫使用。</p> <p>(13)辦理110年度優質旅館評鑑暨提升整體競爭力輔導計畫，於110年11月3日辦理1場說明會，並於110年11月8、9日辦理2日培訓課程，本案已於110年12月29日完成評鑑，擬頒發36面標章，目前製作中，預計111年3月底前，邀請市長頒發。</p> <p>(14)110年9月30日辦理民宿公約標章教育訓練，並委託臺南民宿文化發展協會辦理評鑑，及邀請專家學者抽樣辦理現場實地評鑑，經審查符合該公約內容之合法民宿業者計有52家通過，標章目前製作中，預計111年4月底前，邀請市長頒發。</p> <p>2. 觀光產業振興與行銷：</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>(1)安心餐廳與建置線上點餐平臺：</p> <p>A. 安心餐廳：</p> <p>a. 因應新冠疫情，為了讓遊客能放心享受臺南美食，本府觀光旅遊局邀集臺南美食業者共同簽署「安心宣言」，共同宣示強化用餐環境防疫管理作為、提供各項貼心服務、並推出「養生安心餐」，強化消費者信心。共371間餐廳加入。</p> <p>b. 邀集本市安心餐廳業者推出各式外帶外送限定美食餐盒，並於本府觀光旅遊局官網建置安心餐廳外帶外送資訊供民眾查詢，截至110年8月15日活動日止安心餐廳外帶外送計73家業者登錄資料。</p> <p>B. 防疫安心標章-安心內用：</p> <p>配合微解封後恢復餐飲內用，與臺南市旅館商業同業公會、臺南市直轄市旅館商業同業公會及臺南市民宿文化發展協會共同研議，110年7月20日至12月31日推動旅宿業附屬餐飲「防疫安心標章-安心內用」，至12月31日止共43間旅宿附屬餐飲獲得認證。</p> <p>C. 輔導餐飲業建置線上點餐平臺：</p> <p>因應疫情持續延長，餐飲業全面轉為外帶外送，為加強宣傳並吸引民眾訂購品嚐臺南美食，並為業者帶來商機、提高產值及週邊觀光效益，輔導本市餐飲業者數位轉型，提供多元化數位平臺管道供餐飲業者使用，至110年12月31日止，共計178家餐飲業者於平臺上架營業。</p> <p>(2)獎勵旅遊：</p> <p>A. 獎勵旅行社辦理臺南地方產業低碳旅遊：110年2月至5月31日辦理「110年臺南地方產業低碳旅遊小旅行振興計畫」，鼓勵全國旅行業者包裝遊程送客至本市37個行政區農特產行銷活動、休閒農場、觀光工廠、觀光遊樂業，並搭配環保旅店、低碳餐廳及大眾運具等低碳旅遊元素，共計3,317人參與。</p> <p>B. 獎勵企業團體辦理推動企業團體福委會員工旅遊計畫：110年8月31日至12月31日辦理，鼓勵全國企業至臺南辦理員工旅遊，結合古蹟景點以及奇美博物館、十鼓文創園區，及臺南遊、食、購各商家、觀光工廠等，共計101團體申請，核准並實際出團人數共計5,227人。</p> <p>(3)推動安全旅遊戳記國際認證：</p> <p>110年9月至10月推動本市觀光營運業安全旅遊戳記認證計畫，總計輔導本市風景園區、觀光遊樂業、觀光工廠、休閒農場、博物館及觀光公車等共30家觀光業者取得世界觀光旅遊委員會(World Travel &amp; Tourism Council, 簡稱WTTC)安全旅遊戳記之國際認證。</p> <p>(4)休閒農業旅遊行銷推廣計畫：</p> <p>A. 輔導休農業者交通、餐食、購物、導覽解說與活動進行等旅遊接待能量，使其更切合旅遊市場的需求與實際操作，以達有效吸引旅客至臺南觀光旅遊，促成在地休閒農業觀光產業永續發展。</p> <p>a. 輔導十大休農團客接待團客能量，並提升服務品質。</p> <p>b. 辦理臺北、臺中旅行業說明會及臺北成果發表會，民視新聞、</p>

重要施政項目	執行成果與效益
	<p>東森電視及聯合報等電視及平面媒體露出超過50則。</p> <p>c. 與東森娛樂(粉絲133萬)旅遊節目今晚住誰家合作,拍攝行銷影片,以職人精神及旅遊實境推廣臺南休閒農業。</p> <p>d. 臺北車站高鐵乘車處廣告燈箱,每月共吸引1200萬乘客觀看。</p> <p>B. 推動送客機制4,996人,以109年每人每次平均旅遊支出為2,433元計算(臺灣旅遊狀況調查報告,交通部),本計畫共創造1,215萬5千元產值。</p> <p>(5)110年11月22日至24日辦理全國主要入境旅行社日韓線控團體10家旅行社踩線,開拓臺南旅遊商機。</p> <p>(6)與新竹旅行公會簽署安心國旅團遊互惠MOU合作送客,共計31團,1,277人次旅遊臺南。</p> <p>(7)因應中央振興五倍券加碼券,針對未抽中之民眾(共27組身分證末2碼),以網路流行語「國家級邊緣人」作為行銷話題,推行「國家級邊緣人臺南限定優惠活動」,邀請本市包含食、宿、遊、購、行各式觀光相關業者提出限定優惠,優惠使用期限最晚至111年4月30日(同五倍券使用期限);自12月19日發布新聞稿起,至12月31日止,共68家業者參與,且活動頁面累計逾8萬點閱。</p> <p>(8)防疫安心旅遊:</p> <p>A. 2021臺南將軍吼音樂節,因應防疫於主舞臺活動觀眾區採總量管制;活動也與KLOOK、可樂旅遊、雄獅旅遊、馬沙溝觀光休閒協會等旅行業者合作,推出限量的將軍吼專屬的套裝遊程、機+酒自由行、交通接駁、在地小旅行等,滿足不同的旅遊需求,共計超過200人報名參與。</p> <p>B. 知識健康自在遊 臺南盛夏光年踩線團(110年9月7至8日):110年因應疫情降級,以親子教育景點、博物館國際特展為目的地,並結合公視熱映電視劇「斯卡羅」之拍攝場景及臺南西濱景點,邀請全國性媒體旅遊、美食記者及部落客參與及宣傳加以報導。</p> <p>(9)因應疫情推出線上觀光:</p> <p>A. 配合各公私部門視訊會議需求,110年6月9日推出臺南37區美景視訊會議背景美圖,鼓勵民眾下載運用於線上會議。</p> <p>B. 推出「防疫在家不無聊系列」:三級防疫期間,於110年6月透過臺南旅遊臉書粉專推出贈獎互動活動持續行銷臺南。</p> <p>C. 宅南一起挑戰:設計網路互動小遊戲,推出美食篇、活動篇及景點篇,逾4萬的觸及人次、382人次參與抽獎。</p> <p>D. 想念臺南味:邀請粉絲寫下最想念的臺南店家及料理名稱,行銷臺南美食,觸及人數1萬826次。</p> <p>E. 「線上美術館-跟著志玲姊姊走進南美館」:由本府觀光旅遊局攜手臺南市美術館共同推廣防疫與線上觀光,邀請林志玲為「線上美術館」獻聲擔任主講人。影片分別於110年6月21日、6月24日、7月1日、7月5日於臺南市美術館及臺南旅遊臉書同步播出,臺南旅遊粉專觸及人次逾13萬,於防疫期間持續行銷臺南。</p>