

臺南市政府觀光旅遊局中程施政計畫

(110 年度至 113 年度)

目 錄

壹、使命	P1
貳、願景	P1
參、施政重點	P1
肆、關鍵策略目標及共同性目標	P3

臺南市政府觀光旅遊局中程施政計畫

(110 年度至 113 年度)

壹、使命

觀光旅遊是臺南市的重點產業，因此，如何行銷臺南、把觀光客帶到臺南，讓市民藉觀光客的引入獲得收益，感受觀光產業帶來的幸福經濟，是市政的重要方向，也是觀光旅遊局肩負的使命；同時亦有責任及義務將臺南推向國內外的朋友，讓「臺南觀光品牌」行銷國際，成為國際競爭力的城市，此為觀光旅遊局努力之目標，而中期中也將秉持此一理念，持續提升觀旅加值力，強化臺南觀光品牌。

貳、願景

觀光旅遊局將重新賦予臺南市觀光新生命，強化臺南觀光品牌形象，建立本市旅遊品牌優勢，讓臺南市成為國人旅遊的最佳選擇，更躍上國際舞臺，讓國際遊客發現臺南魅力，讓臺南成為所有遊客旅遊臺灣的首選。

參、施政重點

- 一、臺南品牌形象強化與推廣：結合本市觀光相關產業，積極參加國內重要旅展，推廣臺南觀光。以旅宿為核心規劃整合性推廣活動，發展遊戲觀光推動城市行銷。透過文宣摺頁製作、媒體踩線、吉祥物推廣、網路及社群媒體等多元行銷管道加強宣傳，建立數位品牌行銷平臺，發展臺南品牌內容網站，藉網站流量實質導客至各產業平臺，建立本市旅遊品牌優勢，強化臺南觀光品牌意象，提升市場競爭力。
- 二、發展臺南特色優質旅宿產業：臺南歷經多重文化洗禮，造就深厚文化底蘊，運用此內涵型塑臺南旅館及民宿獨特的文化特色，提升市場競爭力，建立特有品牌意象。鼓勵業者積極參與星級旅館評鑑與好客民宿認證，協助雙城觀光地區及府城歷史街區發展

特色旅宿產業，推動本市旅宿質量提升。

- 三、推廣觀光活動及旅遊商品：整合中央與在地資源，依城市特色規劃四季觀光主題活動，以活動行銷地方特色產業，帶動產業經濟及平衡都市發展；依目標旅遊族群規劃各種主題旅遊推薦行程，結合活動週邊資源推出在地風土遊程，並鼓勵旅行社結合在地觀光產業推出旅遊套裝商品；輔導旅遊產業數位轉型，串接國際訂房平臺、電商平臺、OTA 等，提升觀光經濟效益。
- 四、觀光產業招商活化與管理：盤點觀光產業需求，營造優質觀光投資環境，審慎評估，採用促參、委託經營管理或標租等適當方式招商，吸引民間挹注資源，活化利用觀光資源，並持續督導管理，強化本市觀光發展並減低公帑支出。
- 五、強化溫泉旅遊地品牌：善用及開發本市溫泉資源，提高溫泉產值，加強品牌行銷，帶動觀光發展。強化溫泉遊憩設施品質，靈活經營溫泉取供事業，持續辦理溫泉高值化商品研發、認證及推廣，提升溫泉經濟產值，發揮溫泉地最大觀光效益。並結合周邊資源辦理關子嶺溫泉美食節活動，強化關子嶺名湯地位，形塑臺南溫泉品牌形象。
- 六、推廣臺南美食暨伴手禮：持續舉辦臺南美食節系列活動，吸引美食愛好者參與，結合主廚、說菜人、店家之參與詮釋，深化臺南美食論述，並運用食材物產、料理知識、歷史文化等多樣元素，發展美食旅遊示範，深化遊客與產地連結，吸引美食旅遊族群並擴大產地消費。另輔導美食伴手禮業者參加國內外展覽行銷活動，協助業者拓展品牌知名度、開發市場與商業模式，藉由推廣美食伴手禮產業，進而帶動旅遊周邊相關產業發展。
- 七、建立智慧友善旅遊環境：推動旅客交通 Plus 計畫(公車轉乘資訊無障礙、預約下車提醒服務)、旅遊便利行(旅遊電商產品)、資訊無障礙(建置智慧觀光服務系統、提升問路店服務質量等)及服務無障礙(提供 24 小時線上旅遊諮詢、多語旅遊服務)等策略，並配合第二官方語行動計畫，強化國際旅客英語服務，全面建構智慧友善之旅遊環境。
- 八、跨區旅遊廊帶串聯與景區品質提升：串聯山海特色景點，打造跨區旅遊廊帶，加強觀光景區整體規劃開發及辦理新建工程設計、規劃、執行事宜，持續進行景區設施強化與綠美化維護、優化埤塘環境、完善導覽指標系統等，營造優質旅遊空間，提升觀光景區環境品質。
- 九、拓展國際觀光客源：開發日韓港澳及東南亞旅客新市場，經營社群網路，以開拓城市知名度，同時於國際主要客源城市舉辦推介會、旅展、廣告等，加強臺南觀光品牌之國際行銷，並與當地旅行社合作推出團體送客活動，協助爭取國際客源。另提升接待服務水準以優化遊客旅遊體驗，提升本市國際遊客導覽接待能力，使在地旅遊產業接軌國際。
- 十、宗教觀光推廣：持續維護與更新廟宇觀光導覽資料庫，整合本市年度宗教文化觀光活動，並結合重大宗教觀光節慶活動，推廣具吸引力之宗教文化觀光主題遊程，吸引國內外旅客造訪。

肆、關鍵策略目標及共同性目標

一、關鍵策略目標：

(一) 加強觀光旅遊行銷：（業務成果面）

- 1.推動觀光節慶活動：以本市豐富多元觀光資源為元素，結合公私部門資源，配合季節，辦理特色觀光節慶活動，如春季梅嶺賞螢季、臺南High一夏(包括七股海鮮節、臺南夏日音樂節等)、秋冬季臺南城市音樂節、耶誕點燈、德元埤荷蘭村風車節、葫蘆埤童趣節及關子嶺溫泉美食節等，創新臺南旅遊模式，吸引國內外旅客參與。
- 2.臺南特色主題旅遊：結合觀光文化、產業特色、精緻旅宿及美食饗宴等主題，針對不同旅遊族群，規劃不同套裝旅遊路線，如宗教觀光、農鄉及生態旅遊、登山步道、城市博物館等專屬套裝遊程，並開發不同主題遊程，營造四季觀光之旅遊意象；並利用本市生態、歷史、文化、觀光等元素之水域，發展水域遊憩觀光，讓遊客體驗臺南多元的真善美。結合活動周邊旅遊資源規劃在地風土旅行推薦遊程，鼓勵旅行社結合觀光產業與活動推出旅遊套裝行程商品，並利用各式宣傳通路加強行銷，增加旅遊豐富性，提升觀光經濟效益。
- 3.加強國內行銷推廣：積極參加國內重要旅展，與本市觀光相關產業結合，策劃臺南主題館，介紹臺南觀光資源及旅遊商品，推廣臺南觀光。舉辦媒體、部落客及旅行社踩線，協助觀光產業行銷；發展遊戲觀光推動城市行銷。製作旅行臺南主題文宣摺頁，提供多元的旅遊資訊；利用網路資訊平臺、FB粉絲團、IG、Twitter及QR-CODE等資訊科技，提供無紙化的旅遊服務，落實低碳旅遊。藉由多面向之行銷手法形塑本市觀光旅遊特色，奠定本市旅遊品牌優勢，提升旅遊市場競爭力。
- 4.推動臺南城市散步各項主題遊程：持續推動米其林星級觀光景點旅遊行程，以「府城歷史散步」、「安平老街巡禮路線」、「五條港舊城漫遊」及「鹽水月津風華」、「關子嶺百年老街」散步路線導覽服務，並持續推出新興導覽解說路線，讓遊客體驗臺南各景點文化風華。辦理觀光導覽摺頁改版、解說員教育訓練及重新甄選提升服務品質，發展不同時段及對象之主題導覽遊程，提升遊客重遊意願。
- 5.國際遊客行銷推廣：於日韓港澳新南向等主要客源市場，整合旅行業、旅宿業、美食伴手禮、農特產及觀光工廠等業者，參與重點旅展或推介會等城市行銷活動，以加強臺南觀光品牌之國際知名度，針對自由行旅客，積極媒合國際指標性媒體報導，論述臺南「歷史、文化、生活、美食」之臺灣代表性，營造城市品牌形象；並透過多國社群網路、與各國網路意見領袖合作，提高網路聲量、口碑傳播及國際電視與平面媒體見刊率。針對團客，持續投入行銷費用，提升各國旅行社送客意願。另提升接待服務水準以優化遊客旅遊體驗，加強遊客二次造訪意願，如爭取航線至臺南機場飛航、提供國際遊客快捷運輸、加強宣導聯外公共運輸接駁服務等，並辦理觀光計程車輔導課程及多國語言環境優化，強化本市多國語言地接能量，創造國際友善旅遊環境。
- 6.建構內容行銷平臺：因應資訊科技及電子商務發展，整合市內各項優質產業，以城市共同品牌概念進行網路行銷，針對各產業不同消費者屬性區隔，利用各項產業

輔導、地方培力、社區營造、行銷活動等成果，進行內容行銷，透過向目標受眾提供高質量的內容來建立穩固的關係和信任，其後利用內容行銷產生之流量，導入各產業電商平臺，輔佐平臺進行UIUX優化，提高轉換，擴大銷售。

- 7.宗教文化觀光推廣：持續維護與更新廟宇觀光導覽資料庫，系統整理並記錄廟宇、藝師及藝品等觀光導覽資料，整合本市年度宗教文化觀光活動行事曆，提供遊客得以常態瀏覽本市特有宗教民俗文化及藝術平臺，並結合重大宗教觀光節慶活動推廣具吸引力之宗教文化觀光主題遊程，吸引國內外旅客造訪並認識臺南文化特色。

(二) 打造優質旅遊環境：(業務成果面)

- 1.觀光產業招商活化與管理：盤點觀光需求，加強基礎設施建置，營造優質觀光投資環境，針對觀光發展潛力地區，採適當方式招商活化，吸引民間投資開發，如：安平水景公園周邊土地BOT案、黃金海岸船屋活化、虎頭埤湖濱旅館BOT案及魚市場促參案等；另葫蘆埤自然公園、德元埤荷蘭村、雙春濱海遊憩區、龜丹溫泉體驗池及安平遊憩碼頭等轄管景區，業分別辦理委託經營或標租事宜，未來將持續督導管理，強化本市觀光發展並減低公帑支出。
- 2.重現臺南運河水岸風華：以臺南運河為主軸，持續推動運河光環境計畫，點亮運河航線及周邊重點地標，營造運河「金色流域」感光環境，並完善運河沿線景觀建置，串連週邊觀光景點，打造水岸觀光廊帶與亮點，讓運河周邊的白天、夜晚呈現不同的風貌，增添運河遊船樂趣，並加強遊船品質與安全，重現臺南運河水岸風華，帶動整體觀光發展。
- 3.觀光事業跨域整合：深入探討觀光事業發展阻礙，公私協力尋求解決方案。挖掘本市觀光事業特有優勢及特色，鼓勵業者積極創新，協助異業結盟，藉由多元事業結合，發展整合性觀光商品，提升本市觀光事業整體競爭力。持續加強旅宿業、觀光遊樂業、溫泉業等經營管理，縱向打造健全優良體質，橫向加強事業體串聯，促進本市觀光事業永續發展，提供優質觀光服務品質。
- 4.建立智慧友善旅遊環境：推動「旅客交通Plus計畫」，提供公車轉乘資訊無障礙及預約下車提醒服務；「旅遊便利行」，以遊客體驗出發，持續發展旅遊電商平臺與智慧旅遊服務，滿足遊客旅行前中後的需求；「資訊無障礙」，建置智慧觀光服務系統，包括強化旅行臺南APP資訊功能、加強更新與維護臺南觀光旅遊多語版網站、提升問路店服務質量等；「服務無障礙」，提供24小時線上旅遊諮詢、多語旅遊服務、建置旗艦型旅遊服務中心，開設創新旅遊服務功能；另配合第二官方語行動計畫，針對第一線觀光接待人員辦理英語培訓，建構本市友善便利之旅遊環境。
- 5.跨區旅遊廊帶串聯與景區品質提升：串聯山海特色景點，打造跨區旅遊廊帶計畫，並透過強化景區整體規劃開發，新建觀光工程規劃、設計及執行，如黃金海岸水陸遊憩整體規劃、大新營地景休憩點打造等；檢視現有相關風景區及景點設施，持續進行各景區與景點周邊環境建設、改善與升級、綠美化維護、景觀修景及設施維護改善，優化埤塘環境、完善導覽指標系統等，營造遊客優質休閒旅遊空間，提升觀光景區環境品質。

(三) 提升產業服務品質：(業務成果面向)

1. 打造無可取代臺南特色優質旅宿：因應現代旅遊型態轉型，旅遊者青睞體驗在地特色的深度旅遊，發揮本市身為臺灣首府的獨特魅力，運用本市觀光地區、歷史街區及歷史風貌園區等在地特色，發展無可取代的臺南特色優質旅宿產業，配合市場趨勢，推升旅宿產業成為旅遊地的吸引力之一，讓觀光客藉由入住本市旅宿業，探索周遭人文風情及自然生態，帶動旅宿業周邊觀光產業發展，同時獎勵旅宿業者參與星級旅館及好客民宿評鑑，維持本市特色優質旅宿品質。
2. 強化溫泉旅遊地品牌：運用全國唯一獨特溫泉資源，除加強行銷溫泉旅遊之觀光休閒遊憩使用，並朝農業栽培、生物科技等領域研發，於「溫泉高值利用供給及品牌授權計畫」基礎下，對溫泉水源及商品製程建立完善管控制度，同時更進一步致力推動「臺南溫泉證明標章」，期藉由商標機制強化臺南溫泉商品品牌形象及知名度，同時導入研發單位進行產學輔導，促進優良廠商投產，協助本市溫泉高值商品暨溫泉區整體行銷。打造溫泉美食節活動，以節慶活動帶動溫泉旅遊地產業發展，持續強化關子嶺溫泉2018年獲評為臺灣十大好湯之首及南湯代表等名湯地位，擴大地方參與，使本市溫泉美名行銷國際，引領溫泉旅遊時尚風潮。
3. 鞏固臺南美食品牌：持續舉辦臺南美食節，深化臺南美食文化，鞏固臺南美食第一品牌。結合節慶、旅遊行程及行銷活動，推廣美食伴手禮，運用社群網路與智慧科技，協助業者拓展商務通路。

(四) 新冠肺炎疫後觀光振興作為：(業務成果面向)

1. 觀光產業紓困與輔導：未來視疫情發展狀況，若影響觀光產業，將積極爭取中央納入紓困，另所轄委外部分，主動協助業者租金、權利金減免等事宜；協助觀光從業人員在職訓練，提高產業競爭力；會同衛生局研議傳染性疾病旅宿業防疫作業標準，辦理旅宿業者教育訓練宣導，將相關防疫作業流程落實於日常經營管理，以提升旅宿業自我防護機制。
2. 觀光產業振興與行銷：因應新冠肺炎疫情，將依中央疫情指揮中心規範，採滾動式檢討各項年度活動舉辦模式與配套防疫作為，適時整合業者推出各式防疫安心旅遊可行方案，並持續辦理相關年度景區行銷振興活動，減低觀光產業之影響；辦理全國主要入境旅行社線控團體踩線，開拓旅遊商機。振興國旅方案，推出企業旅遊獎勵，縣市MOU合作送客，農特產旅遊元件推廣等方案，拓展國旅市場。與國際旅遊電商平臺合作，開發臺南旅遊電商產品，協助業者開拓海外通路，輔導業者數位轉型，提振觀光產業競爭力。盤點臺南各區產業特色，整合食、宿、遊、購、行等旅遊元件，提供旅行業、旅宿業配套整合，深化臺南旅遊。

(五) 提升為民服務品質與內部效率：(行政效率面向)

1. 落實管考市民陳情案件：對市民陳情案件加強處理品質，預計依限（7個工作天）辦結答覆率達80%。
2. 加強為民服務電話禮貌：為提升對市民電話服務品質，於平日隨機對所屬同仁實施電話禮貌普測，並配合本府研考會每年電話禮貌測試，測試及格率達85%。

- 3.加強公文稽催，提升公文承辦效率：依公文管理系統凡公文逾期即加強稽催，並通知主管督導，預計使公文處理平均天數為2天。
- 4.健全採購內控制度，提升採購品質：每年至少辦理1次內部稽核作業，以提升施政品質。

二、共同性目標：

（一）提升人力資源素質，落實終身學習觀念：（**組織學習面向**）

強化本局同仁終身學習觀念，鼓勵參與學習，增進新知能，並以本局同仁終身學習年平均數作為達成本目標之指標，設定本局同仁每年學習時數平均應達 20 小時以上，其中 10 小時必須完成當前政府重大政策、法定訓練及民主治理價值等課程，並以數位學習為優先，其餘 10 小時自行選讀與業務相關之課程。

（二）提高預算執行力：（**財務管理面向**）

有效運用年度分配預算，提高預算執行效率，並擷節各項支出，每年歲出預算執行率達 90%以上，而歲入預算執行率達 90%以上。