

## 高雄市政府 108 年度市政創新提案表

項目	內容
提案名稱 (20 字以內)	親子愛遊高雄趣 APP (提供即時人潮、定位搜尋)
摘要說明 (約 50 字)	推廣高雄親子旅遊 APP，結合高雄幣、闖關集點、人潮現況顯示及定位搜尋等方式，發揚高雄親子愛情產業，讓人進得來，高雄發大財。
提案內容 (約 6 百~1 千 5 百字，可分項次、分段落撰寫；內容若參考國內、外案例、書籍文獻、網站資料等，應敘明引用出處。)	<p>1. 問題描述：</p> <p>高雄具有豐富的觀光資源，但除市府觀光局網頁外，無親子旅遊資源整合 APP 平台，透過國人旅遊調查可以發現家庭旅遊是國民旅遊的主要型態<sup>[2]</sup>，但每到節假日親子出遊景點選擇性少、親子旅遊資訊參差不齊，或到了景點才發現人潮擁擠，為了解決景點人潮分佈不均、親子親善設備資訊披露不足、缺乏親子旅遊資源整合汲取管道，推出旅遊資訊整合 APP，提供親子旅遊資訊(含景點親善設施、適宜旅遊年齡推薦、遊景所需時間、用餐區的設置及住宿商家等)，除了能一指得知親子觀光旅遊資訊外，通過 APP 旅遊心得反饋，刺激商家良性競爭，更能推廣高雄成為全台親子最佳旅遊城市。</p> <p>2. 具體創新作為：</p> <p>APP 重視其用戶反饋能力及即時互動功能，親子出遊最重視方便、快速汲取正確資訊，在孩子哭鬧之際亦能準確提供所需，故本 APP 除了讓民眾放心使用外，整合以下功能，提供高雄易遊、便利、親子樂的優勢：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1)<u>活動商家新消息</u>：定期更新景點活動及商家優惠資訊，和在地旅行社輪流合作，重點推廣親子 DIY 及限定體驗行程，除了增進親子情感外，更能提升親子旅遊過夜率。</li> <li>(2)<u>親子旅遊最詳細</u>：提供母嬰親善設備設置現況、適宜旅遊年齡建議、景點旅遊所需時間預估、提供旅遊實景預覽、親子住宿及用餐設施等資訊，避免推嬰兒車前往遊玩，卻發現都是樓梯的窘境。</li> <li>(3)<u>闖關集遊送金幣</u>：不定期設置闖關活動或打卡評論活動，體驗旅遊景點數達標者，可以獲得高雄幣回饋，增進民眾親子旅遊意願及樂趣。</li> <li>(4)<u>旅客反饋拼第一</u>：參考或結合國際旅遊網站旅客意見反饋及評等方式<sup>[1]</sup>，即時更新評分排名，增加商家良性競爭，並依據排名，給予各景點管理者行政獎勵，打造全台最佳親子旅遊城市。</li> <li>(5)<u>即時人潮助分流</u>：各景區結合 google map 車流量統計，及電子入場人數計數器，即時估計景區人數反應於 APP 上，以利觀光人潮分流。</li> <li>(6)<u>定位親善好簡易</u>：結合手機定位系統，按使用者所需，顯示周圍設置點，如育嬰室、用餐處等，讓家長在急需時，即時提供所需資訊，減少旅遊中不便，提升旅遊樂趣。</li> <li>(7)<u>名人體驗真情意</u>：引用部落客或名人親身體驗之遊記，提供遊玩</li> </ol>

實記及行程建議，增加旅遊安排的便利性。

(8) 推薦景點最便利：首頁設置跳出式連結，推薦今日最適宜親子同遊景點，以距離遠近分類，讓家長不用傷腦筋，出發直達景點後，再尋找下一個遊樂去處，免事先計畫也能玩的盡興。

3. 經費來源：

公務預算

4. 預期效益：

(1) 整合親子旅遊單一窗口：整合鄉鎮市區公所觀光資源，避免經費重複使用，且增加民眾便利性，以既有的觀光行銷經費，推廣高雄成為全台親子最佳旅遊城市。

(2) 增加自由行人數：依據交通部統計資料顯示<sup>[3]</sup>，若能使得行程規劃較為便利，可能會增加自由行意願，自由行不僅可提升當地商家收入，亦可提升本市稅收，並長期影響人口移入意願。

(3) 減輕育兒煩惱：依據研究顯示，高雄市 0-2 歲幼兒送托比率為六都最低<sup>[4]</sup>，而育兒壓力亦為虐兒的主因之一<sup>[5]</sup>，若能提供「手機帶著就出遊」的親子旅遊資訊，釋放累積的壓力，且增進親子親密感，不僅能減輕育兒出遊的煩惱，亦能預防兒童被虐事件的發生，有望增加本市幼兒生育率。

(4) 創造友善育兒文化：透過親子出遊，讓更多沒有生育的年輕夫妻看到可愛的小朋友，增加生育率。

5. 可能的風險或限制：

(1) 民眾使用意願低落：可能原因有 APP 平台設計不良、後續維護不足，如數據無法即時更新、使用不便等，造成民眾使用意願降低。

改善方法：

① 必須達到資料即時、準確及正規化，讓民眾能便捷且有效找到所需要的觀光資訊，只要真正能節省民眾的時間，就能避免無人使用的情況發生。

② 制作親子觀光及高雄幣 QRcode 貼紙供商家購買索取，掃描即安裝 APP，並提供遊戲式的打卡介面，讓民眾有趣的打卡破關(創新作為 3. 闖關集遊送金幣)。

③ 行政單位針對民眾大量回報異常資訊進行監察，確保資料正確及有效性。

(2) 商家使用意願低落：旅遊資源整合問題、旅遊景點的資訊提供管道，皆會影響 APP 內容的真實性。

改善方法：

① 分眾式的市場定位：針對親子需求避免商家過度競爭。

② 制定有效的推廣計畫：分三期，第一期由平台主動輔導高雄知名景區建立資料；第二期和大型商家、旅遊業者合作開設實體課程教導商家如何使用平台行銷；第三期開放給所有種類商家線上申請並提供線上教材(如 youtube)。

③ 資料正確性：若被民眾大量回報異常立刻下架，累犯不得登錄平台。

(3) 親善設置不足，建築法修法前設立之建築物，未符合母嬰親善等

規定。

6. 參考資料出處：

[1]trip advisor

<https://www.tripadvisor.com.tw/Attractions-g297908-Activities-Kaohsiung.html>

[2]吳虹萱 (2008)。親子旅遊中親子關係對休閒體驗之影響。中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。

<https://hdl.handle.net/11296/fvmyga>

[3]交通部觀光局觀光市場調查摘要-中華民國 106 年國人旅遊狀況調查

<https://admin.taiwan.net.tw/FileUploadCategoryListC003340.aspx?CategoryID=7b8dfffa9-3b9c-4b18-bf05-0ab402789d59>

[4]高雄市社會局 106 年度委託研究計畫「高雄市育兒狀況與政策分析研究」期末報告

<https://research.kcg.gov.tw/upload/RelFile/Research/1249/636827169066959029.pdf>

[5]管教停看聽想 避免情緒失控虐兒

<https://www.rti.org.tw/news/view/id/404641>