

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)	運用本市捷運空間，創造文化與觀光的互動。
摘要說明 (約 50 字)	運用地下化的軌道空間與架高的軌道外牆(隔音牆)，以鑲嵌分鏡的圖片，將高雄景點串聯成一連續的動畫，促進使用流量與帶動觀光文化。
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： 高雄捷運建成並開始營運迄今十年有餘，人次以及搭乘載量漸增多，顯見本市市民開始培養多搭乘大眾運輸的觀念，及宣傳觀光有成，觀光客也多利用捷運至各景點，惟僅固定搭乘至某些地點(如：美麗島站、西子灣站等)，造成部分站點閒置，使用人次稀少，似可結合文創，宣導觀光促進更多使用流量。</p> <p>2.具體創新作為：(請確認您的提案於本市或本府政策尚未編列預算或交辦執行。)</p> <p>(1)以本市捷運網絡(紅、橘線)各站，運用地下化的軌道與架高的隔音牆，捷運行駛站對站間目前牆外(或隔音牆)是沒有任何東西的，將高雄市各區景點或者觀光資源以文化創作方式，以連環圖片分鏡方式，張貼於外面，當捷運行駛至下一站間，行進達到一定速率，靜態的各圖片將會以類似動畫的形式栩栩如生地呈現本市各觀光特色，彷彿在欣賞一部短片，使乘客在腦海中留下深刻的印象。</p> <p>(2)紅線規劃由北至南的觀光景點，諸如將小港機場飛機起降延續至岡山的岡山之眼等(南北向)；橘線則可以延伸至內門、六龜或桃源的自然風景以及特色文化，如宋江陣、螢火蟲或客家文化等(東西向)，使更多市民朋友及各地觀光客重新認知高雄的美與高雄的創新創意。</p> <p>(3)舉辦高雄景點攝影大賽，邀集全國各地攝影愛好者拍攝高雄各區的景點照片或者特色文化，從中選出最具代表該區的相片，並實際至該地考察探勘，後請職業專家結合文創，發揮構思，構想出分鏡動畫呈現的模式，並將該分鏡動畫置於各站間，使其蘊含厚底文化，但不失年輕的活力與創造。</p> <p>(4)舉辦踩點、打卡活動，在各站設置集點印章或打卡點，持有為此發行的觀光護照，並搭乘捷運紅線及橘線各站途中，觀看分鏡動畫，猜出動畫所示的地點及觀光資源名稱，至各站外觀看在地歷史文化後，可以集點，並至該地點打卡，後可換得本市捷運一年免費搭乘票或者其他等值的觀光獎項，增加話題性與趣味性。因景點眾多，不會僅來幾次就完成挑戰任務，持續性的探索高雄各地，也可藉此發現更多不為人知的在地特色。</p> <p>(5)為增加趣味性及吸引元素，固定每季或者半年不等更換景點或者站點故事，使市民及觀光客了解本市各地點的歷史與娛樂，使挑戰者有在拼拼圖的感受，慢慢地摸索與解鎖，完成整幅拼圖(高雄景點及在地故事)，充分了解高雄市。</p>

- 3.經費來源：(公務預算、基金、民間或財務自償性等。)
捷運工程局、觀光局、文化局公務預算及民間出資合作。
- 4.預期效益：(例如：人力、物力、經費之節省或行政效能、經濟效益之提升等，以量化為佳。)
- (1)提升搭乘捷運流量，使各站的搭乘人次趨於平均，不至於某些站因為缺乏知名觀光景點而乏人問津，可使觀光客與在地市民更充分了解本市的文化風貌與觀光資源。
- (2)帶動觀光文創，創造文化經濟，因為觀看分鏡動畫而產生對動畫中的內容有興趣而至當地旅遊探索，達到宣傳高雄的目的。
- (3)活用公共空間設施、結合動態與靜態，將高雄帶向全世界。
- 5.可能的風險或限制：
- (1)各站間の間距不一，得考量是否能夠形成動畫。
- (2)由於活動較具規模，不是一次性完成，可能得考慮到有些人會挑戰倦怠，造成宣傳上的反效果。
- (3)某些捷運站可能本身係因距離關係而設計，若要落實每站皆有故事及動畫，可能會虛構創造或者本身的價值不夠吸引人，而未能達到目的。
- (4)可能有些人事先挑戰成功便會將過關資訊給外流，造成大家不親自前往觀光旅遊，僅靠網路上的資訊就取得過關資訊，顯失初衷。
- (5)如在各隔音牆或者地下軌道外牆上貼上分鏡，恐有破壞工程設計，影響捷運安全。
- 6.參考資料出處：
無