



國立高雄科技大學
National Kaohsiung University of
Science and Technology

2025 高科盃 遊程設計暨導覽競賽

地方創生遊程規劃技巧

鍾任榮(阿諾) 博士

中華民國遊程規劃設計協會 理事長

競賽主題「高雄地方創生 × AI應用」

◦ 遊程主軸與設計理念：

參賽團隊應以**高雄市地方創生**理念為核心，規劃具備地方文化與產業連結價值之創新遊程。遊程應結合高雄「山、海、市」三大區域觀光特色，靈活整合**生態環境**、**傳統節慶**、**歷史文化**、**在地美食**、**產業體驗**及**職人故事**等面向，並可串聯**在地社區**、**青年創業**、**文創基地**等據點，展現高雄在地韌性與創生活力。

何謂「地方創生」？

(一) 地方創生的核心理念

◦ 起源：來自日本「地域創生」概念。

◦ (二) 目標

1. 解決人口外移與地方衰退問題。
2. 促進地方資源永續運用。
3. 建立「產業 × 文化 × 觀光 × 社區」合作生態。



靜岡縣「駿府の工房 匠宿」

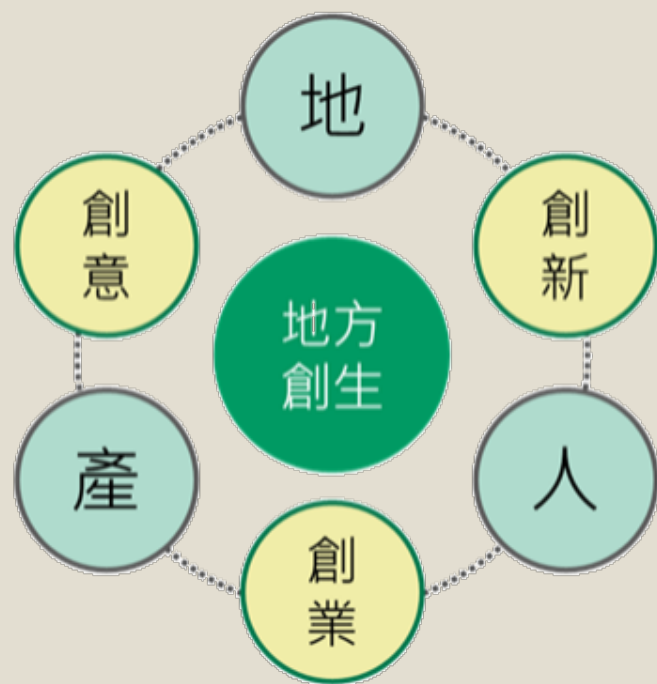
地方創生 四大構面

- 人：在地青年返鄉、外來創業者導入。
- 地：地方文化、自然景觀、歷史聚落保存。
- 產：發展地方特色產業（農業、手作、文創）。
- 遊：透過旅遊導入人流與經濟活水。



國內地方創生

- 面對我國總人口減少、人口過度集中大都市，以及城鄉發展失衡等問題。
- 行政院宣示2019年為台灣地方創生元年，將以人為本，透過地方創生與新創結合，復興地方產業、創造就業人口，促進人口回流。



旅遊業帶動人潮前往各景區、社區與鄉鎮，為當地帶來餐飲、購物、體驗、導覽、娛樂、住宿等消費活動。



國內案例 《屏東泰武吾拉魯滋部落》

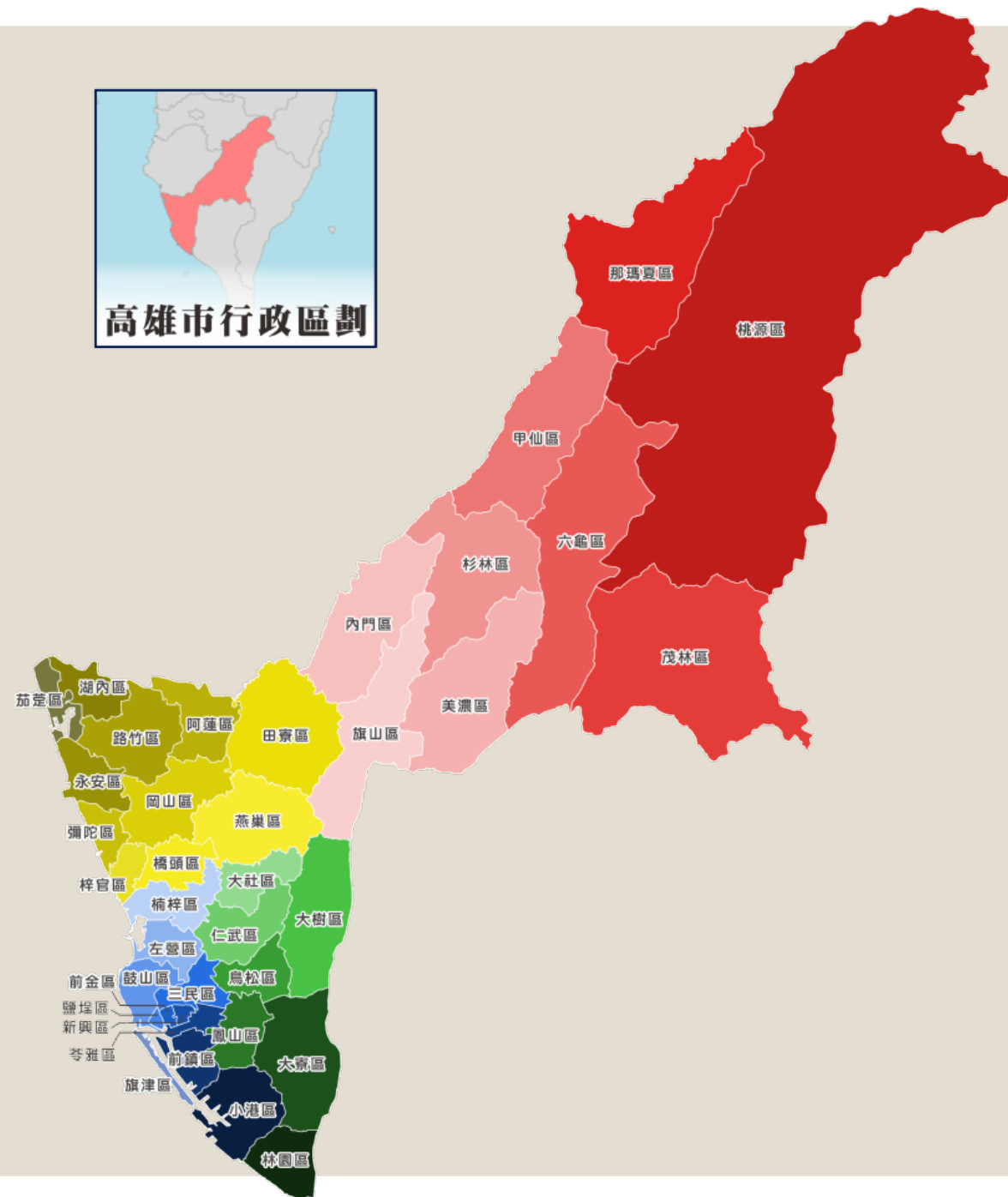
屏東咖啡的地方創生

- 屏東縣泰武鄉的吾拉魯滋部落成立台灣首座咖啡交易中心，幫助咖啡小農透過公平公開的分級交易制度，穩定農村經濟收益。
- 泰武鄉公所更提出結合咖啡產業與排灣文化之原鄉咖啡事業提案，以咖啡產業為主體，串連觀光產業，融入人與土地的動人故事，並整合現有資源，將地方創生的5支箭納入事業加以推動。



高雄地方創生遊程

選哪裡合適？



【案例一】旗山老街與香蕉產業再生

1.地方特色：百年老街、旗山糖廠、香蕉文化。

2.創生作法：

- 舊糖廠再利用為文化園區。
- 農青返鄉推「香蕉園體驗活動」。
- 結合「地方食農體驗」與「復古建築導覽」。

3.遊程設計建議：

「旗山慢行：香蕉的前世今生」

半日遊→ 體驗採蕉、香蕉點心DIY、旗山老街導覽。



【案例二】美濃客庄文化再生活化

1.特色：紙傘文化、客家聚落、農村景觀。

2.創生重點：

- 推動青年返鄉，發展文創品牌。
- 以紙傘、藍染、粄條文化為體驗核心。

3.遊程設計建議：

「紙傘藍染的心靈風景」一日遊

→ 傘巷導覽、DIY體驗、客家庄午餐、漫步水圳。



【案例三】內門宋江陣文化再生

1.特色：傳統武陣表演、宗教慶典、鄉土人情。

2.創生作法：

- 以「宋江陣節」為年度品牌活動。
- 結合青少年武陣培訓與遊程導覽。

3.遊程設計建議：

「陣頭的力量：內門文化探源」

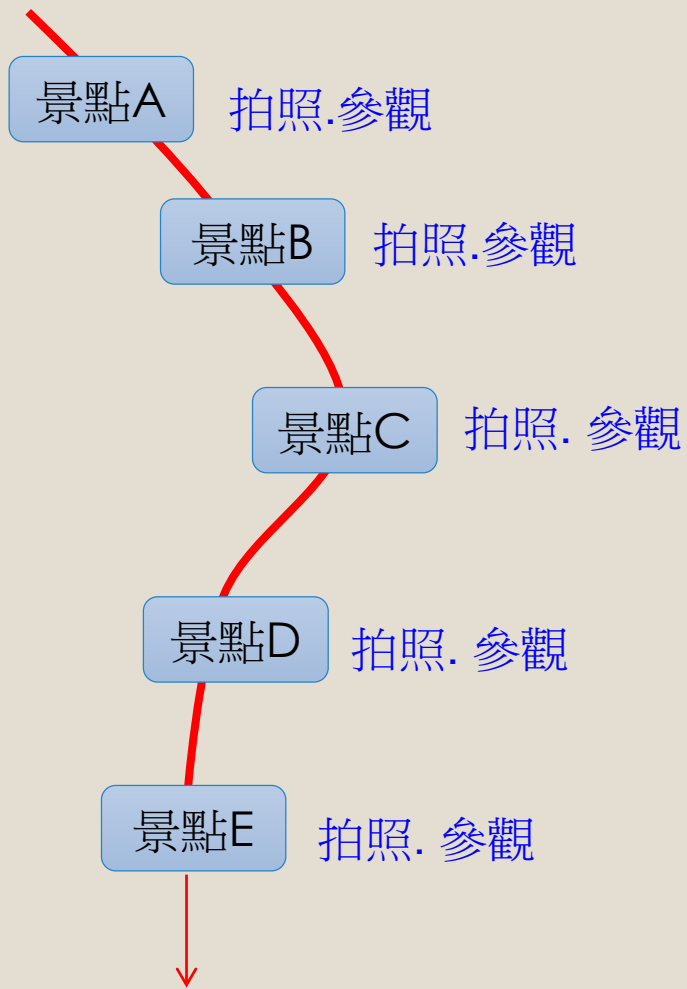
→ 參訪廟宇、觀賞武陣演出、體驗陣頭操練。



【案例四】彌陀漁港與濕地永續生態

1. 特色：海岸濕地、海味小鎮、低碳休閒。
2. 創生方向：
 - 結合藍碳生態與永續旅遊。
 - 推動「漁港小旅行」與「生態解說導覽員」。
3. 遊程設計建議：
 - 「潮間帶與海味饗宴」
 - 潮間帶導覽、漁港體驗、品嚐在地海鮮。





普通麵包

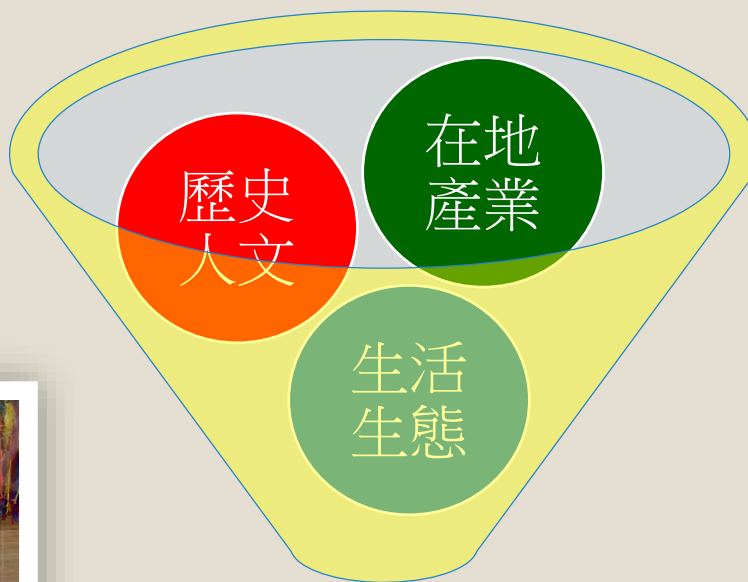
《遊程規劃不是景點連連看》



藝術麵包

遊程結合地方創生(在地體驗)

結合在地產業、歷史人文、生活生態，發展出具有地方風味的旅遊體驗。



旅遊體驗



相關案例(一)

苗栗公館拔芋頭體驗 (隱姓埋名的大甲芋頭、在地品牌再造)



相關案例(二)

屏東新埤鄉~客家大風草農園體驗 (延續即將被遺忘的傳統藥草文化)



遊程吸睛元素 — 「創造記憶點與獨特性」

吸睛元素不是指最熱門的打卡點，而是能讓旅客在旅程結束後，依然津津樂道的「Wow Moment」。

1. 賦予主題與故事性

為整趟旅程設定一個主題，讓所有活動都圍繞這個主軸展開。

2. 設計「五感體驗」讓人深刻的記憶，往往來自感官的刺激。

- (1) 視覺：不只看風景，安排在絕佳的時間點（日出、日落），或私房的觀景角度。
- (2) 聽覺：在寺廟聽鐘聲，在海邊聽浪濤，或安排一場在地音樂表演。
- (3) 嗅覺：參觀傳統市集、走進一間咖啡烘焙廠、在森林中呼吸芬多精。
- (4) 味覺：「有故事的吃」。例如：拜訪釀酒廠品酒、跟著主廚去市場買菜並學習烹飪、吃一頓產地到餐桌的晚餐。
- (5) 觸覺：親手體驗手作（陶藝、藍染）、感受微風拂過臉頰。



遊程吸睛元素 — 「創造記憶點與獨特性」

3. 創造「獨佔性」與「稀有性」

讓人感覺「這是我專屬的」，是客製化的最高境界。

- 預約困難的餐廳或活動：提前為客人搞定一位難求的體驗。
- 非公開的行程：透過人脈關係安排不對外開放的匠人工坊、私人園林。
- 達人帶路：安排當地攝影師、文史工作者、或美食家。



4. 製造「驚喜」與「反差感」

- 在平凡的行程中，放入意料之外的亮點。
- 例：整天城市導覽後，最後景點是可以俯瞰城市夜景的隱密酒吧，已預留了最好的位置。
- 例：步道行程終點，不是停車場，而是預備好的山林野餐，有美食和冰鎮的飲料。
- 個人化驚喜、神秘感的營造。

