

嘉義縣政府 105 年度縣政人才培訓躍升計畫

4 月 28 日(星期四)「政策方案規劃與評估」－故宮南院參訪報告

組別	第三組	組長	范書銘 科長
組員	蕭慧瑜 科長 陳虹米 科長 張建成 技士 翁書敏 技士 張瑜玲 稅務員		

一、相關政策分析：

自 104 年 12 月 28 日故宮南院開館試營運以來，縣治特區環境、地景的重大轉變，勢將牽動整體空間機能之發展定位。縣治特區（蛋黃區）透過文創產業及低碳交通網絡擴散並相互串連衛星區域（蛋白區），打造在地特色的城市氛圍與優質空間，建構新的生活美學。

根據統計，截至 105 年 3 月下旬，已超過 42 萬人次入館。值此期間，高跟鞋教堂、東石漁人碼頭、布袋觀光漁市及好美里 3D 彩繪村等景點，遊客亦絡繹不絕。顯見故宮南院對本縣的文化及觀光發展助益已漸發酵，發揮了領頭羊的效益。

故宮南院是近幾十年來，南台灣最重大的文化建設，同時又有高鐵及東西向快速道路銜接國道一、三號的交通便利性，人潮勢將不斷。然而，如何掌握這個優勢及脈動，提高遊客停駐時間及回客率，而非一時的新鮮感或走馬看花，進一步刺激文創、觀光週邊產業發展與帶來商機。本縣已有國際馳名的阿里山，加上故宮南院，這二顆國際級的耀星，定是吸引國內外觀光客至本縣觀光的賣點。特別是國際遊客，如何讓他們可以沒有旅遊障礙，輕鬆、簡單的漫遊嘉義，深度體驗本縣文化、景觀、生態等亮點或駐留店家消費，實乃至關重要的吸客關鍵。

綜上所述，如何以故宮南院、阿里山為雙核心，延伸串連本縣的文化觀光產業，發輝加乘效應，將人潮及錢潮留在嘉義，是縣府團隊當前須面對至為重要的課題。

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 具國際規模的文化藝術展館，有助提升嘉義文化教育水平。 2. 帶來海內外觀光人潮，人潮即錢潮。 3. 因會吸引國際觀光客造訪、且已投注龐大資金，中央須打造國家門面並永續經營，可獲得中央較多的資源。 4. 提升嘉義縣能見度，有助各項產業發展。 5. 交通便利性，高鐵及台 82 線東西向快速道路銜接國道。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 因試營運的急就章，造成評價不佳（漏水、無草皮導致風沙、遊客與工程機具同處一個空間、…等），影響觀光意願。 2. 因只有展覽無典藏，降低博物館定位，不利中央經費挹注。 3. 停車空間少。
機會 (O)	威脅 (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 本縣既有文化觀光資源豐富，底蘊雄厚，可加入創意行銷，提升文創及觀光產業競爭力。 2. 故宮南院龐大觀光客源是潛在的消費人群；加以轉化，可促進商業發展，增加稅收。 3. 觀光人潮可刺激文創、觀光週邊產業發展，可望增加就業機會，減少人口外移，吸引年輕人回嘉。 4. 可引進潛力高（引進如 F1 賽車場、主題樂園、Outlet 等娛樂休閒事業） 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 園區的安全性（獸首事件）。 2. 來自台南奇美博物館的競爭（展覽種類、對地方民眾之回饋等）。 3. 園區餐飲選擇性少，價格不親民。

二、延伸政策規劃

(一) 產業及農業面向：

嘉義是農業大縣，農特產豐富，可是除了種植高經濟效益或走設施農業的少數農民外，大部分的農民還是在從事著傳統農業，而這一大群農民卻因產銷過程的層層剝削，無法獲取合理的利潤。因此如何將故宮南院大量湧入的觀光人潮，視為潛在的龐大的消費群，協助農民直銷、直營自己生產的農產品，協助農民解決其最不在行的販售，獲取商業利潤，將是故宮南院帶給嘉義縣農民的另一種契機。

透過生產合作社或產銷班擔任販售窗口，由政府部門輔導設立或鼓勵投資類似遊覽車休息站的遊客休息中心，提供販售地點，再將生產履歷、健康食材等議題加以推廣，搭配網路訂購等售後回購商機，將利潤回歸農民，讓嘉義縣農民成為平均所得最高的縣市，將是施政一項亮點。

(二) 文化觀光面向：

除了利用世界唯一的阿里山之名集結、帶動觀光人潮前來故宮南院外；如何以故宮南院為同心圓帶動嘉義觀光發展，關鍵在於「易遊」程度：

1. 推動智慧型旅遊商務平台，整合食、宿、交通、景、店家等服務，讓遊客來台（嘉）前可先透過網路，輕鬆完成食宿行程安排外，還可先了解本縣特色、美食、美景等，增加其至其他串連景點旅遊及購物消費意願。
2. 規劃阿里山、故宮南院軸線特色套裝行程，吸引旅行業者經營。此外，將嘉義縣具有特色之景點規劃出幾條公車路線，方便遊客搭乘；例如，生態體驗之旅：以濱海濕地、漁村文化規劃公車旅遊路線，讓背包客體驗漁村生活及欣賞濕地之美。