

金門縣議會第七屆第 21 次臨時會



「金門大橋建設計畫執行情形專案報告— 產業影響衝擊評估」

專案報告

金門縣政府
中華民國 111 年 9 月 29 日

目錄

壹、前言	1
貳、烈嶼觀光產業資源盤點	2
參、大橋通車後對烈嶼觀光產業之衝擊	5
肆、烈嶼觀光產業輔導現況	7
伍、持續努力方向	22
陸、結語	24

金門縣政府專案報告

壹、前言

金門大橋預定於 111 年 10 月下旬完工通車，完工後烈嶼鄉和大金門本島將聯結成一密不可分之觀光與生活圈，「7 分觀光、3 分交通」的建設願景，有助促進烈嶼觀光整體發展，縣府也已完成金門大橋行銷主視覺。此外，根據行政院核定之「金門中長期經濟發展規劃」指出，金門大橋有助平衡區域發展，透過陸運串連大小金門，縮短大小金門差距，可促進烈嶼發展，並擴大烈嶼生活圈。



圖 1.金門大橋行銷主視覺

惟亦有報告指出，通車後產生的磁吸效應，可能對烈嶼產業造成不利衝擊。而烈嶼以觀光產業為核心產業，為因應金門大橋通車後對烈嶼產業之影響，縣府自 109 年起，執行「因應大橋通車後烈嶼鄉觀光產業發展策略及實施計畫」委託服務案，期能作為未來烈嶼鄉於大橋通車後觀光總體發展與有效提昇之戰略指導，並整合縣府各單位及中央資源，透過「世界咖啡館」公民對話的概念，聚焦地方鄉親的共識，形塑改變未來的行動力，以符合地方、民眾所需，達成公私雙贏、烈嶼鄉未來觀光總合發展符合永續發展目標。

在此，要特別感謝貴會及各位議員，對縣府協助投入烈嶼產業輔導政策及經費的支持，尚祈各位議員持續給予指導，期順利推動烈嶼觀光事業之建設與發展。

貳、烈嶼觀光產業資源盤點

觀光之六大核心構面為「食、宿、遊、購、行、資」，參考最新統計資料及數據，針對烈嶼地區觀光六大構面產業資源分析如次：

一、食

烈嶼鄉餐飲型態以餐廳及傳統小吃店為主，店家所提供之菜色多半會融入芋頭，如：炸芋絲手捲以及芋頭冰，同時兼具特色及風味。目前烈嶼餐飲業者共 44 家，多分布於東林街與西方街，其中東林街佔了 14 家店，是烈嶼餐廳與店家最為密集的地區，其次則是西方街的 7 家店家，其他零星店家則散佈於其餘地區。

二、宿

烈嶼鄉目前住宿皆以民宿型態提供遊客住宿之服務。依據交通部觀光局旅宿網 111 年 9 月統計數據，共計 15 家合法民宿，其中 4 家民宿為好客民宿。

三、遊（重點景點資源）

（一）自然景觀資源

烈嶼鄉的自然景觀資源豐富，沿岸景觀極佳，潮間帶、玄武石、貓公石、綠石槽、沙灘景觀以及海域景觀，多元的自然景觀是烈嶼的一大特色。以夜探烈嶼潮間帶活動之體驗為例，東崗與貴山一帶偏向沙灘環境，能夠觀察到與日間潮間帶不一樣的物種風情，透過解說導覽同時了解潮間帶環境與類型，享受夜晚的寧靜之餘，同時觀察夜間生物的動態，為遊客帶來不一樣的慢活體驗。

（二）人文景觀資源

烈嶼過去和金門一樣同受風災之苦，在金門本島是以風獅爺為精神寄託，但在烈嶼各個村落，情況就顯得相當不同。在這裡，風雞不是佇立在

村口，就是在屋頂上。泥塑的公雞，因身漆白色，村民遂暱稱為「白雞」或「風雞」。相傳風雞能鎮風煞、剋蟻害、護古宅、保平安。

(三)遊憩服務資源

烈嶼鄉目前主要之遊憩服務資源主要可區分為住宿餐飲、交通服務設施及公共服務設施等三大類。其擁有豐富的海岸及富含歷史文情的戰地觀光資源，無論是動態的靶場射擊、自行車體驗、或是潮間帶生態導覽，戰地歷史遺跡，皆為島上觀光發展的最佳優勢條件。

四、購

目前烈嶼的熱門伴手禮除了貢糖、麻荖、芋頭加工製品，還有最具古早味的桶餅、芋泥餅等傳統糕餅。

五、行

(一)島際運輸系統：

烈嶼鄉目前對外交通以海運為主，從大金門水頭碼頭到小金門九宮碼頭之間，每日往返約 54 航班，單趟航程時間約 10 至 15 分鐘。連接大小金門島的「金門大橋」已於民國 100 年 1 月 9 日動工，總長度 5.4 公里，其中跨海域橋約 4.8 公里，橋面淨寬 15 公尺，預計於民國 111 年完工。

(二)島內運輸系統：

過去因戰備任務需求，公路綿密，惟道路縱坡起伏大、彎道亦多、且因戰備之需，形成許多特殊景象。因低碳島嶼規劃，自由行遊客多以租借電動車、搭乘電瓶車方式進行旅遊，遊玩各景點便利性也較高，且電動車聲音較小，除了空氣汙染，同時也減少噪音的形成。

六、資

(一)金門創新智慧友善旅遊服務系統

縣府為在地合法觀光旅遊等產業建置的「金門創新智慧友善旅遊服務

系統」備受期待，在 109 年 6 月底舉辦的業者說明會吸引了超過 150 家在地業者，包含旅宿、美食、購物、伴手禮、出租車行、計程車行及旅行社等行業。該系統首創 PWA 智慧觀光服務，旅客無須下載 APP 即可取得各項旅遊資訊暢遊金門。

縣府已成立業者一站式輔導中心，配置專人專線電話，輔導業者建置資訊、排解系統操作問題，並將透過採訪店家，輔導業者撰寫文案、拍攝照片等，提升業者資訊完整度，為遊客及業者創造雙贏，打造更友善的金門觀光旅遊環境，本案也已協助更多烈嶼鄉在地業者建立店家資訊並上架，配合系統完備相關資料庫。

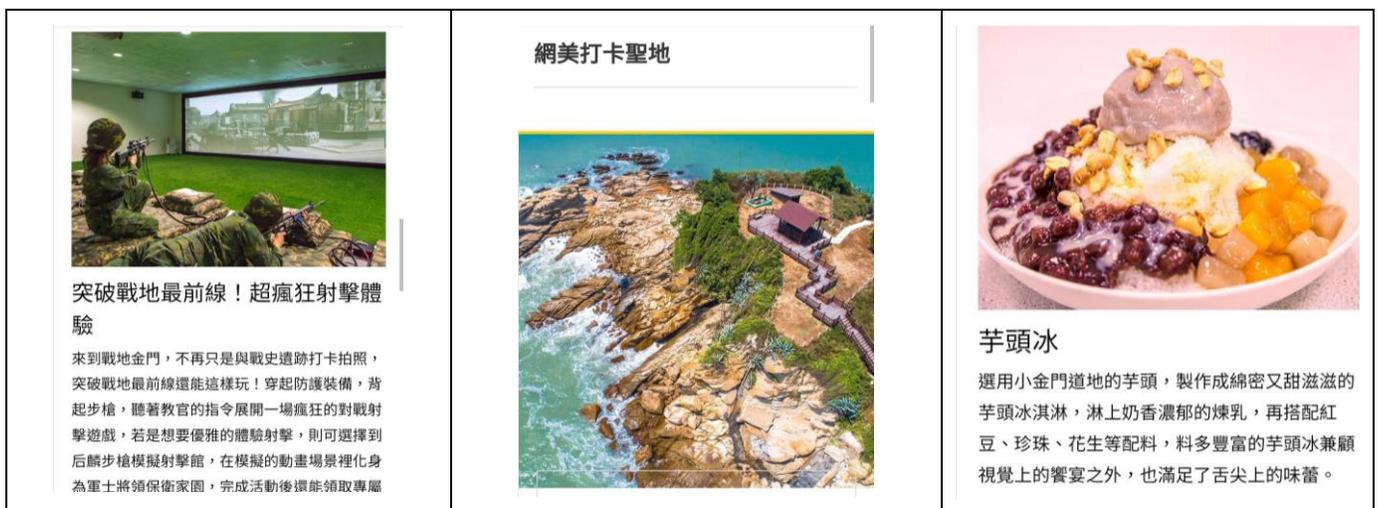


圖 2.行動旅服行銷烈嶼觀光景點及美食

(二)觀光資訊網站

由於使用智慧型手機、平板電腦的人口增加，尋找旅遊資訊更加便利，對於烈嶼的觀光，金門縣觀光處設置的金門觀光旅遊網及烈嶼鄉公所設置的烈嶼旅遊網都有健全的資訊，金門觀光處的臉書專頁「樂遊金門」，也能得到金門包含烈嶼的最新遊玩資訊。

參、大橋通車後對烈嶼觀光產業之衝擊

參考「金門中長期經濟發展規劃」、「金門縣第五期(108-111年)離島綜合建設實施方案」、「金門縣第六期(112-115年)離島綜合建設實施方案」及「金門縣烈嶼鄉經濟振興計畫」等研究報告，大多認為金門大橋通車有助促進地方觀光發展，尤其大橋連接大小金門後，將能吸引旅客至小金門觀光，促進小金門觀光產業之發展，與帶動小金門海上遊憩觀光發展。

惟亦有報告指出通車後可能產生不利影響，主要係因為便捷交通縮短旅客在烈嶼之停留時間，及烈嶼鄉居民原本的在地消費移轉至大金門，造成當地商家營收減少，說明如次：

一、小金門當地產業店家有被邊緣化的風險

大橋通車後，根據「金門縣烈嶼鄉經濟振興計畫」於 103 年對烈嶼鄉親問卷調查顯示，大部分將介紹朋友至大金門的旅館民宿居住，只有少部分願意將朋友介紹到烈嶼當地旅館民宿居住，從此現象可以發現烈嶼鄉親對當地旅館民宿的信心程度明顯不足。另原有在烈嶼的店家若未能積極因應，大橋通車後來小金門的觀光客，很可能只是「到此一遊」，並沒有足夠吸引更多觀光客來烈嶼消費，相對地，大小金門因交通便捷後，反而促使烈嶼店家有邊緣化的風險存在。

二、通車後小金門對大金門的消費移轉

根據問卷調查顯示通車後，將有超過半數的民眾表示會將原本在烈嶼的消費將移轉至大金門，並且根據菁英訪談也有類似這種憂慮。由此可知金門大橋通車後，若小金門現有的當地產業及觀光資源無法同步提升吸引力，例如當地餐飲業、民宿業與傳統小店家若無太多的競爭優勢，通車後反而原本的消費者更易流向至大金門消費，極有可能對當地商家帶來雪上加霜的衝擊。

三、區域間競爭將加劇造成不利影響

經濟全球化使世界經濟的聯繫越來越緊密，在這一個背景下，烈嶼經濟的穩定將不僅取決於國內和金門自身的因素，而且也受到國際景氣波動因素的影響。尤其烈嶼鄉由於市場規模較小，經濟結構比較脆弱，更容易受到外部不利因素的衝擊。且產業間的競爭將越來越激烈，許多不具有優勢的產業，隨著外來商品和直接投資的湧入，將面臨外來競爭者的衝擊。

肆、烈嶼觀光產業輔導現況

一、具體輔導措施

為因應金門大橋通車後之產業發展，縣府於 109 年-111 年辦理烈嶼觀光產業輔導計畫，除受理業者申請輔導診斷，協助聘請輔導顧問團進行現場勘查訪視及相關輔導機制，提供輔導建議外，並針對 8 家具亮點及示範代表性的業者進行陪伴式滾動輔導，藉由多次實地訪視及經營調整建議、引薦媒合所需資源、協助申請補助企劃、共同找問題解決方法等，提升業者經營品質。8 家業者相關輔導項目如表 1。

表 1 輔導成果計畫執行表

項次	業者名稱	109 年計畫	111 年計畫
1	華南汽水廠	<p>硬體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 故事館展示、店內陳列升級 ● 整體營業空間重整規劃施作，動線、燈光氛圍、入口意象、外部視覺、打卡牆面 <p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 梳理汽水廠故事、策展 ● 販售汽水商品版本升級 ● 研發套餐料理，以汽水主題入菜，強調在地特色食材與視覺呈現 	<p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 文化小旅行、體驗遊程、店內體驗DIY活動設計(商品化) ● 同業合作結盟(選物店) ● 數位優化、網路評論提升 ● 上架電商平台販售推廣 ● 相關政府資源媒合申請 ● 網紅踩線推廣、社群頻道露出及媒體行銷曝光 ● 扶植成為烈嶼文化特色景點、質感文創選品店
2	亨式暢遊	<p>硬體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 四維七營區空間規劃，作為體驗遊程據點 <p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 一日深度烈嶼套裝遊程 	<p>硬體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 京站小吃營業空間重整規劃，作為體驗遊程據點 ● 西方老街店面空間重整規劃，增加體驗遊程據點

項次	業者名稱	109 年計畫	111 年計畫
		設計 <ul style="list-style-type: none"> ● 地方創生政府資源媒合申請 ● 遊程上架電商平台販售推廣 ● 媒體行銷曝光 	軟體： <ul style="list-style-type: none"> ● 服務流程優化 ● 單項體驗遊程設計改良版 ● 相關政府資源媒合申請 ● 網紅踩線推廣、社群頻道露出及媒體行銷曝光
3	合成餅店	硬體： <ul style="list-style-type: none"> ● 入口意象、店招優化 ● 店內陳列、燈光氛圍營造 ● 品牌故事牆、職人形象牆 軟體： <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌視覺 CI 設計 ● 百年老店形象強化 ● 提袋、運送包裝設計製作 ● 紀錄片拍攝 ● 媒體行銷曝光 	軟體： <ul style="list-style-type: none"> ● 相關政府資源媒合申請 ● 網紅踩線推廣、社群頻道露出及媒體行銷曝光 ● 紀錄片運用、網路行銷宣傳
4	源興興商店	硬體： <ul style="list-style-type: none"> ● 整體營業空間重整規劃施作，動線、燈光氛圍、入口意象、外部視覺、店內陳列 ● 品牌故事牆 軟體： <ul style="list-style-type: none"> ● 柑仔店故事、角色圖像化 ● 老店品牌視覺 CI 設計 ● 產品點心品項研發 	軟體： <ul style="list-style-type: none"> ● 營運建議與成本控制調整 ● 相關政府資源媒合申請 ● 網紅踩線推廣、社群頻道露出及媒體行銷曝光
5	海霓蜜坊	軟體： <ul style="list-style-type: none"> ● 營運規劃與建置建議 ● 養蜂教學體驗活動建議 	硬體： <ul style="list-style-type: none"> ● 整體營業空間重整規劃施作，動線、燈光氛圍、入

項次	業者名稱	109 年計畫	111 年計畫
		<ul style="list-style-type: none"> ● 異業合作方案 	<p>口意象、外部視覺、店招</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 寵物友善餐廳環境設計 <p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌視覺 CI 設計 ● 包裝設計製作 ● 產品全品項研發 ● 地方伴手禮產出 ● 上架電商平台販售推廣 ● 相關政府資源媒合申請 ● 網紅踩線推廣、社群頻道 露出及媒體行銷曝光 ● 扶植成為遊客必訪點、質 感蜂蜜主題咖啡廳、特色 伴手禮商店
6	新大同 餐飲	<p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 營業空間改造建議 ● 數位優化建議 	<p>硬體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 整體營業空間重整規劃施 作，動線、燈光氛圍、入 口意象、外部視覺、店招 ● 職人形象牆 <p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 服務流程優化 ● 菜單設計重製 ● 數位優化、網路評論提升 ● 相關政府資源媒合申請 ● 網紅踩線推廣、社群頻道 露出及媒體行銷曝光
7	沐珈啡	-	<p>軟體：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 營業空間與工作區改善建 議

項次	業者名稱	109 年計畫	111 年計畫
			<ul style="list-style-type: none"> ● 營運規劃與販售品項調整建議 ● 相關政府資源媒合申請 ● 以高粱與芋頭開發新產品點心品項技術協作，作為地方伴手禮產出 ● 上架電商平台販售推廣 ● 網紅踩線推廣、社群頻道露出及媒體行銷曝光
8	鄉村旅行社	-	<ul style="list-style-type: none"> ● 建立主題式旅遊的遊程品牌－「玩美烈嶼」，定位為烈嶼現代的軍事質感暨海陸特色遊程 ● 優先執行玩美餐盒與特色活動（為和平乾杯）等 2 項行動計劃 ● 交通工具形象設計 ● 遊程品牌識別設計 ● 鄉村旅行社導覽與接待制服規劃設計

輔導前..



輔導後..



圖 3. 源興興柑仔店輔導成果

商品開發 (蜂蜜為主餐飲、野餐套組)



施計畫

圖 4. 海霓蜜坊產品開發

輔導成果

- 文化體驗行程數位行銷
- 媒體採訪報導
- 內容數位化 (網路行銷、線上報名)

- 服務品項設計：
- 小旅行深化&圖文化
- 行程調整、實際踩線
- 側拍紀錄、採訪安排

華南汽水廠 (丸樂汽水)
讓老廠房加入新穎文創氣息

1970年代在小金門當兵的人應該都有著共同的回憶，就是「丸樂汽水」，曾是烈嶼最風光的飲料，但隨著人潮的退去，其他品牌的汽水加入競爭，讓這在地產業漸淡落寞。而原是陶藝的退休老師—林清渠，從台灣本島回到小金門照顧年邁的父母，卻在老股東的支持之下，扛下了汽水廠的復興工程，也讓老舊的廠房，多了一份文創的氣息。現在的「丸樂汽水」保留了當初的懷舊沙士汽水，增加當地的水果特產風味，像是百香果、酒香葡萄、桑葚、葡萄柚，或是季節限定的青梅，都是林清渠老婆手工製作，產量雖然大，也成為無法取代的獨特風味。林清渠指出，華南汽水廠除了保留原有的老建築，也利用舊物件作為展示，自己也開始著手文化旅行，推出烈嶼在地風情旅程，包括歷史古蹟、廟宇壁畫、陶塑DIY等的串連，讓旅客了解在地文化，而不只是走馬看花。

▲華南汽水廠 (丸樂汽水) 於1970年代成立。 ▲華南汽水廠 (丸樂汽水) 負責人林清渠 (右) 與老婆合影。

▲「丸樂汽水」保留了當初的懷舊沙士汽水，增加當地的水果特產風味。 ▲華南汽水廠呈現當時生產汽水時的舊機具，有新增機具在當時僅備台北市一間製汽水。

★烈嶼深度文化體驗2日遊行程

NATIONAL KAHSIUNG UNIVERSITY OF HOSPITALITY AND TOURISM
國立高雄餐旅大學

	+ 體驗課程	人數	單價
A	烈嶼地質文化遊程 +手作茶壺課程	10人以上 一日遊	1000元/人
B	烈嶼地質文化遊程 +手繪陶瓷風雅體驗	10人以上 一日遊	1000元/人
C	文史古蹟解說遊程 +手作高粱傳統工藝	10人以上 一日遊	1000元/人
D	烈嶼地質文化遊程 +DIY窯烤披薩	10人以上 半日遊	500元/人

*ABC行程皆附午餐 - DIY窯烤披薩
*交通工具皆需自備

金門縣政府 因應大橋通車後烈嶼鄉觀光產業輔導實施計畫

圖 5. 華南汽水廠行銷及遊程設計

輔導前&專家拜會

沐
珈咖啡



特色套餐

吉樂海鮮醬拌麵線 / 麵 \$130

海鮮干貝蚵干飯 \$200

燉飯套餐

培根燉飯 \$200

花蛤燉飯 \$220

牛肉燉飯 \$250

海鮮燉飯 \$280

港島白醬 / 蒜香雞球 / 那那那紅薯3選1

套餐均附香蒜麵包、飲料 (紅茶 / 綠茶2選1)

更推手工飲料 \$30



金門縣政府 因應大橋通車後烈嶼鄉觀光產業輔導實施計畫

圖 6. 沐珈咖啡輔導成果

二、整合資源推動輔導計畫

為強化輔導績效，以「因應大橋通車後烈嶼鄉觀光產業發展策略及實施計畫」為平臺，整合地方及中央資源共同投入烈嶼觀光產業之輔導。

(一)經濟部中小企業處

1. 烈嶼商圈補助計畫：

- (1)爭取經濟部中小企業處補助「109年商圈振興商圈發展」新臺幣30萬元、「110年商圈行銷活動」新臺幣46萬元、「111年商圈示範輔導」新臺幣120萬元。
- (2)烈嶼商圈於經濟部中小企業處辦理2021故事商圈評選活動獲得全國故事商圈殊榮，有助發掘特有之品牌識別形象，使民眾除於商圈消費外，能夠更加深入認識商圈的經濟與人文內涵，打造獨特之商圈品牌，提升商圈知名度及聚客力。

2. SBIR(小型企業創新研發計畫)：

與業者共同挖掘特色及優勢，並協助研擬計畫，爭取SBIR計畫：

- (1)109年地方型SBIR：嘉年華冰菓室-金門戶外軍事品牌設計與產出計畫，補助新臺幣69萬元。
- (2)110年地方型SBIR：鶴山商店-藝遊笠嶼再探「陶」花源，補助新臺幣31萬元。
- (3)111年地方型SBIR：沐珈咖啡廚房-「芋」上瑪德蓮「酒」幸福計畫，補助新臺幣44萬7000元。

3. 縣府產業輔導計畫：

- (1)110年-111年海霓蜜坊一場域空間改造，補助新臺幣50萬元。
- (2)110年-111年新大同餐飲一場域空間改造，補助新臺幣20萬元。
- (3)109年-111年京站小吃一場域空間改造，補助新臺幣20萬元。

- (4)109 年-110 年金瑞成貢糖一場域空間改造，補助新臺幣 20 萬元。
- (5)109 年-110 年合成餅店一場域空間改造及企業識別、產品包裝設計，補助新臺幣 30 萬元。
- (6)109 年-110 年源興興商店一場域空間改造及企業識別設計，補助新臺幣 30 萬元。
- (7)109 年-110 年華南汽水廠(鶴山商店)一場域空間改造，補助新臺幣 50 萬元。
- (8)109 年-110 年嘉年華冰菓室一產品包裝設計，補助新臺幣 30 萬元。
- (9)108 年-109 年北街古早味一場域空間改造，補助新臺幣 15 萬元。
- (10)108 年-109 年嘉年華冰菓室一產品包裝設計及網頁建置，補助新臺幣 20 萬元。

三、業者經營能力提升計畫

(一)籌組專家輔導團

成立專業輔導團，邀集熟諳智慧旅遊、觀光及運輸、經營管理等專長或實務經驗之專家學者，進行診斷輔導服務，提升業者經營能力。輔導團名單如下表：

編號	姓名	單位/職稱	專長
01	賴瑟珍	臺灣旅遊交流協會理事長	觀光發展
02	林承毅	林事務所 執行長	體驗設計
03	陳甫彥	易遊網股份有限公司董事長	觀光行銷
04	歐聖榮	朝陽科技大學教授	景觀設計
05	黃位政	臺中教育大學教授	青創及文創
06	拾己寰	臺中教育大學教授	青創及文創
07	張漢寧	中華民國工業設計協會理事長	青創及文創

08	吳健豪	錦霞樓總經理	特色餐飲
09	陳建龍	高雄餐旅大學副教授	特色餐飲
10	葉文琦	裕賀牛觀光工廠執行長	特色餐飲
11	王東昇	高雄餐旅大學助理教授	青創及文創
12	劉喜臨	高雄餐旅大學教授	觀光行銷
13	吳英偉	高雄餐旅大學副教授	觀光行銷

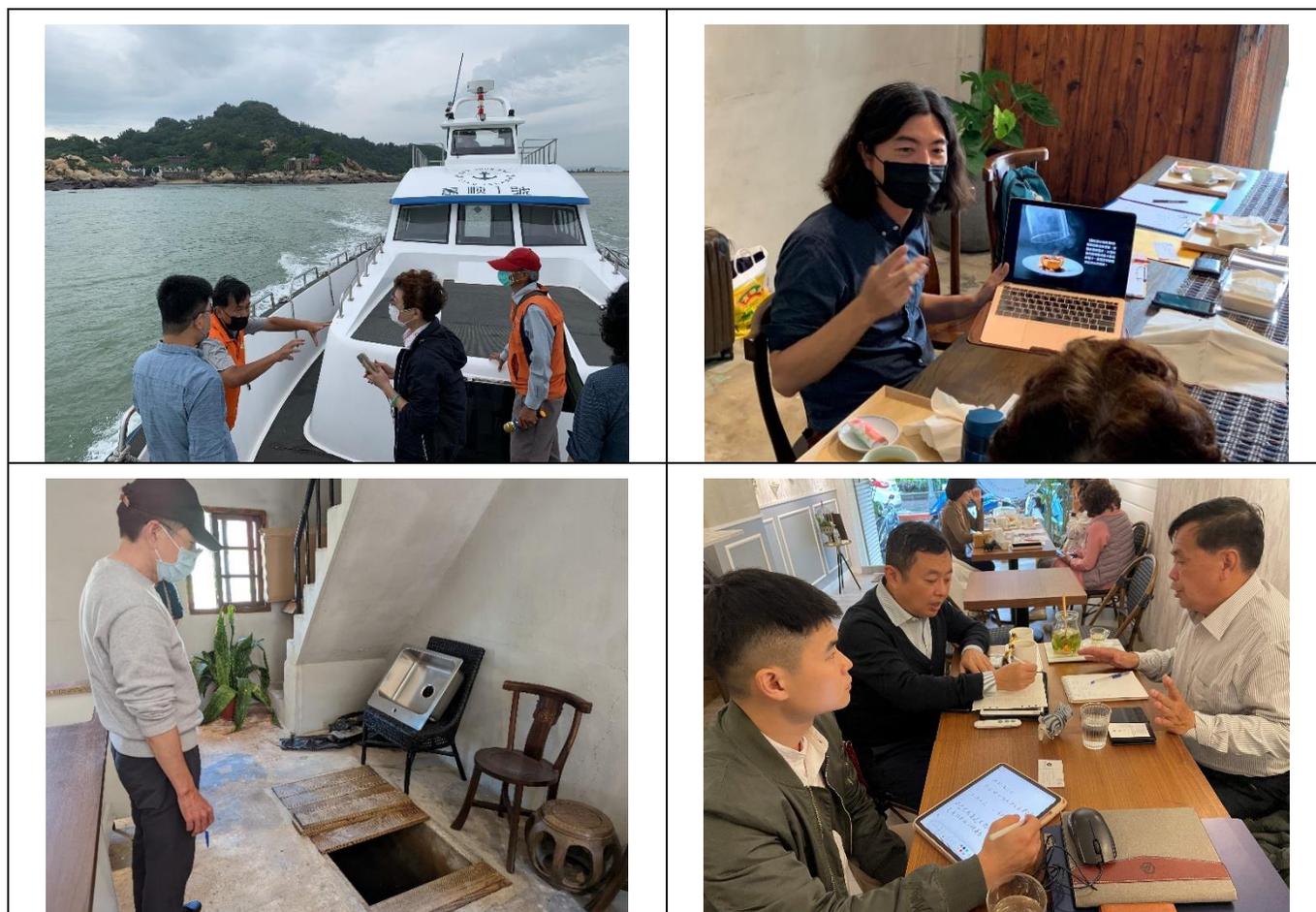


圖 7. 輔導團訪視及輔導行程

(二)辦理大師講堂，5場次逾200人次參加。

場次	時間	課程內容	講師
第一場	2022/6/20 上午	【鍊潮流 活化品牌】觀光趨勢與世界潮流	高雄餐旅大學 劉喜臨 教授
第二場	2022/6/20 下午	【鍊傳承 地創文化】創生未來式：二地居 X 移動創生	創生塾 林承毅 塾長
第三場	2022/6/21 上午	【鍊科技 轉型數位】轉型進行式：漫談如何優化你的旅遊產品	Klook 林耀民 台灣總經理
第四場	2022/6/22 上午	【鍊服務 升級品質】創造感動與唯一	靜宜大學觀光事業學系 王永豪 兼任助理教授 2022 觀光優良從業人員
第五場	2022/6/23 上午	【鍊未來 接軌趨勢】經濟共享學：不能不知的異業結盟	美福飯店 林偉德 總經理

(二)業者參訪計畫

安排烈嶼地區 20 位業者赴臺參訪交流，計參訪 KKday 總部等 12 處學習交流對象，並由參訪業者研提參訪心得，俾供作為未來業者經營及縣府施政之參考。



圖 8. 參訪行程及學習重點



圖 9. 業者赴臺參訪交流情形

四、加強行銷推廣計畫

(一) 結合雜誌行銷：

與旅遊雜誌-旅奇週刊及行遍天下雜誌合作，配合金門大橋及烈嶼鄉推廣行銷宣傳，採人物專訪方式專欄報導，撰寫共 2 篇專題報導及 2 篇 Facebook 貼文，結合 Facebook 及網站宣傳，達到線上結合線下的最大宣傳效益。



圖 10. 雜誌報導(資料來源：旅奇週刊)

(二)邀請網紅踩線：網紅 Youtuber「就是嘟丟笑欸」及部落客韓若紫至烈嶼鄉踩線及規劃二日遊行程，吸引旅客前來烈嶼旅遊。

烈嶼好好玩 DAY 01

- 台北->金門
- 水頭碼頭->九宮碼頭
- 高粱掃把DIY
- 民樂商行/源興興商店
- 午餐:三間院餐飲休閒館
- 營區水彈槍射擊
- 東林北街黑糖剉冰
- 東林濱海公園
- 晚餐【新大同餐飲】
- 合成餅舖

It's time to travel
Fly. Eat. Play. Relax. Love. This is life.

跟著「就是嘟丟笑欸」瘋玩烈嶼 +886-XXX-XXXX
Buy yourself a ticket to Kinmen

烈嶼好好玩 DAY 02

- 民宿早餐-在地廣東粥
- 九宮坑道
- 電瓶車遊烈嶼
- 午餐:妙香小吃
- 華南汽水廠+沐咖啡
- 西方老街
- 嘉年華冰菓室
- 九宮碼頭->水頭碼頭
- 金門->台北

It's time to travel
Fly. Eat. Play. Relax. Love. This is life.

跟著「就是嘟丟笑欸」瘋玩烈嶼 +886-XXX-XXXX
Buy yourself a ticket to Kinmen

圖 11. 烈嶼二日遊推薦遊程(資料來源：「就是嘟丟笑欸」臉書粉專)

韓若紫 Kelys Life
8月11日 7:54

在這個兩岸緊張的時刻，一趟烈嶼(小金門)的旅程，藍色公路航行前線中的前線，更能體會成軍第一線國軍弟兄們的辛勞和壓力，謝謝你們！

說起烈嶼，那個讓從前男子漢之生氣的「金馬獎」，寫著多少從男與愛人生離死別的揪心情節；還有那些前線「水鬼」上岸獵頭的恐怖傳說，對我來說都有著某種，要說我與戰地的淵源，大概是因為以前主持的節目曾在「舊光區地」播放，被阿兵哥粉絲封為「軍中情人」吧(真敢說)🤔

這次終於有機會踏上這曾是戰戰戰地的海中群島，雖然時空變遷早已不同，但一旬構構、一室雕鏤，都帶著深遠的故事...，希望和平如昔。

#烈嶼景點美食遊程懶人包 詳細圖文在這
<https://www.kelyslife.com/liewyu-township/>

#烈嶼 #小金門 #風靡的故鄉 #戰地小島的親愛
#KinmenTravel 金門觀光巡禮行 烈嶼 小島漫遊 鐵遊金門 烈嶼 GO 讓

你、Frank Lu、余政哲和其他1,430人 102則留言 20次分享

韓若紫 Kelys Life
9月3日下午8:38

#只要50元就能體驗的射擊遊戲，還有整套迷彩服可以換，后驗聽真的最好玩到差點直接從軍了！

大概烈嶼戰地故事聽多了，換上軍裝一直有種大兵魂上身的感覺，我根本是被那軍相訓練的女大兵，一不小心就百發百中！以後我就派駐到猛虎崗守護國家安全好了🤔

不過打靶完隔天腰酸背痛，果然菜鳥還是菜鳥，很欠操練！阿兵哥們辛苦了，軍人好快摸~

不僅是全國第一座步槍模擬射擊館，#體驗射擊只要50元，還可以換上迷彩服拍照留念，超佛心!!!

#世界和平 #PeaceAndLove
#小金門 #烈嶼必去景點 #前線中的前線
#這麼帥你們會不會愛上我
金門觀光巡禮行 烈嶼 小島漫遊

后驗步槍模擬館
地址：金門縣烈嶼鄉1號后頭后驗館
電話：082-363455
營業時間：08:00-20:00

Frank Lu、跟著喬倫麗出走和其他827人 146則留言 23次分享

圖 12. 烈嶼景點推薦(資料來源：韓若紫臉書)

(三) 臉書粉專行銷：

1. 建立「烈嶼 小島漫遊」FB 粉專發布烈嶼觀光旅遊訊息，搭配遊程原創性貼文、分享轉貼文章素材持續曝光，透過互動貼文、定時貼文、消費者喜好撰文、適度投放廣告、選擇最佳貼文時間、回覆留言保持互動、舉辦小型互動遊戲等七大方式，提高貼文的瀏覽率，計 64 篇貼文。



圖 13. 「烈嶼 小島漫遊」FB 粉專

2. 於觀光處臉書粉專「金門觀光逗陣行」、「樂遊金門」等處，行銷烈嶼觀光及推薦商家。

(四) 新聞報導：

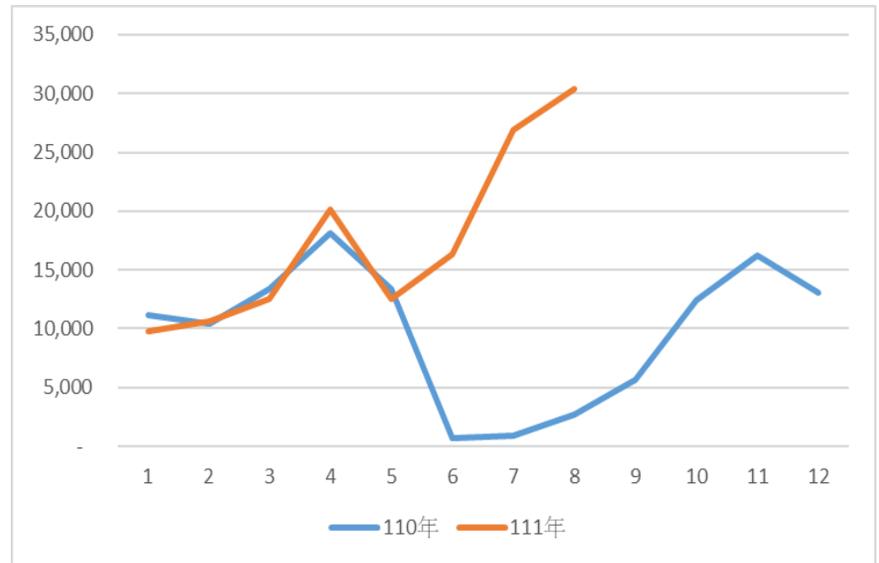
藉由新聞稿發布及邀請記者報導，共計 40 餘篇新聞媒體報導。透過新聞媒體報導及曝光，行銷烈嶼觀光產業，吸引旅客前往旅遊及消費。

五、輔導成果

近二年多來受新冠肺炎疫情影響，國旅市場旅客量有不穩定情況。惟分析 110 年 1 月至 111 年 8 月之大小金船運載客統計，使用「全票」搭乘人次及「機踏車」數量有上升趨勢，顯見在疫情趨緩、烈嶼產業輔導及觀光行銷推介等多重因素下，烈嶼旅遊人次有上升趨勢。

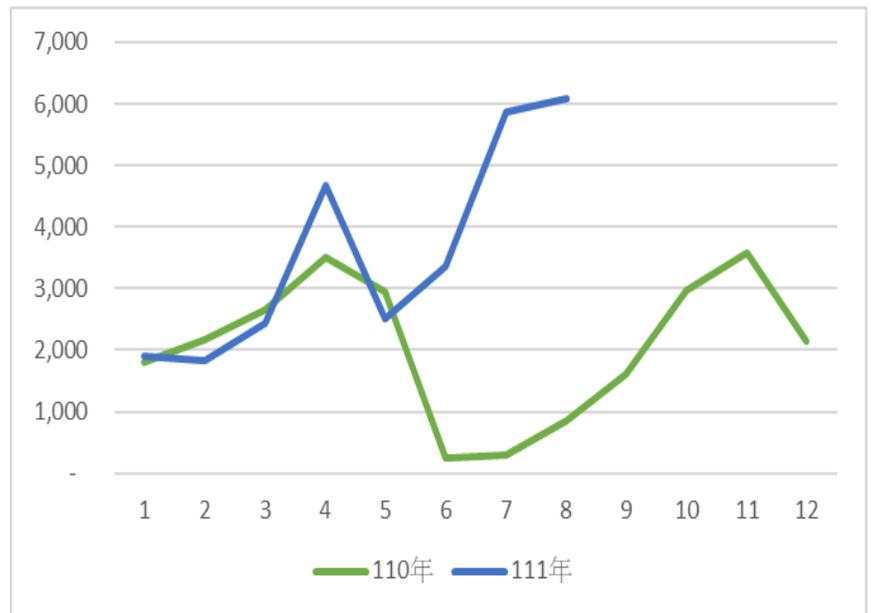
使用「全票」搭乘大小金船運人次

月份	110年	111年
1	11,146	9,763
2	10,423	10,619
3	13,418	12,521
4	18,145	20,109
5	13,325	12,496
6	681	16,327
7	852	26,924
8	2,701	30,360
9	5,634	-
10	12,447	-
11	16,208	-
12	13,063	-



大小金船運「機踏車」數量

月份	110年	111年
1	1,793	1,890
2	2,178	1,826
3	2,652	2,432
4	3,498	4,672
5	2,936	2,517
6	238	3,364
7	287	5,865
8	856	6,089
9	1,599	-
10	2,968	-
11	3,586	-
12	2,152	-



伍、持續努力方向

未來將持續秉持「創新跨域整合」思維，以跨域加值理念，注入創新手法與元素，擴大並延伸一二三級產業的價值鏈，讓原有一級、二級產業與當地人文、歷史、生態景觀、美學密切結合，再加入服務、餐飲、休閒旅遊的經濟活動，建立「烈嶼產業」為核心場域，邁向全新三級產業，為大橋通車後的烈嶼創造全新的商機與吸引力，並吸引青年族群返鄉工作，形成更完整的產業價值鏈，提升產業經濟產值。推動方向如次：

(一) 推動合作事業：在地產業跨域合作加值發展

1. 整合在地產官學研資源，提供產業由生產研發至經營銷售之完整產業鏈輔導，促進產業跨域合作及加值發展，強化產業發展能量。
2. 主動發掘具潛力之社區聚落，全力推動合作事業，形成「自益—互益—共益」之合作型經濟體，讓經濟體內的成員經由共同合作與決策，獲取經濟發展紅利。

(二) 人才加值培訓：學以致用，培育就(創)業力

1. 配合地方產業發展需求與課題，邀請有實務經驗之創業達人、專家學者及政府代表組成顧問團，針對有意願前往烈嶼地區發展之在地青壯年，開辦創業培訓課程或地域產業發展學程，提供實作場域訓練，進行訓練，讓其具備就業或創業能力。
2. 落實「人力加值培訓產業發展方案」，建立人才培訓供需對話機制，邀集產官學共同組成對話機制，針對產業所需人才缺口，推動培訓計畫與就業媒合。

(三) 服務升級加值：貼心服務賓至如歸優質享受

1. 推廣旅遊達人服務，培訓在地旅遊業者，提供客製化之無縫旅遊服務；並透過整合中央、地方及民間旅遊資訊，建立地區旅遊資訊網及 APP 應用軟體，提供便利的遊程規劃服務。

2. 落實貼心住宿，輔導訓練民宿服務從業人員，以加速提升其服務品質，縮減服務品質與消費者期待落差，並與政府管理標準與評鑑機制接軌。
3. 推動產地餐桌，引進研發創新能量，結合在地文化與食材研發具地方特色料理，並規劃讓消費者直接到產地採買兼旅遊，從認識食材到農業體驗，滿足消費者從旅遊、美食品嚐到伴手禮一次到位的需求，落實地產地消理念。

(四) 亮點串連整合：島嶼亮點有機鏈結群聚發展

以實體及虛擬網絡加強串聯地方產業發展亮點，包括有機農業、文化創意、觀光旅遊、社區及產業，並整合「食、宿、遊、購、行」等關聯性產業，發展增值創新服務，並藉由實地展覽的形式，帶動產業群聚發展。

陸、結語

金門縣觀光歷經 30 年來不同階段的影響與轉變，已逐漸從著重遊客量、團客旅遊為主思維轉變成分眾旅遊及強調主題化、精緻化、年輕化、自由行、深度旅遊，縣府也同步朝此思維推動烈嶼觀光發展。

縣府從 109 年啟案，深入烈嶼與產業溝通，聘請觀光專家學者以陪伴式輔導的駐村形式，協助在地的業者們轉型與升級，輔導店家擴及食、宿、遊、購、行等產業，包括百年手工餅舖的合成餅店轉型成觀光伴手禮、青岐社區柑仔店結合西式點心坊的複合式經營、華南汽水廠結合鶴山窯的文創故事館、亨氏暢遊的四維營區水彈體驗、烈嶼高粱掃帚編織的文化體驗等，並透過行銷推廣，逐漸成為旅客喜愛之參訪景點，並打造成為烈嶼觀光產業示範點。

此外，針對觀光及交通運輸產業，進行輔導轉型，如烈嶼鄉藍色公路海上遊程、結合視聽感官的綠色迷彩電瓶車智慧語音導覽遊程等，未來，縣府也將持續協同烈嶼鄉公所，以公私協力及跨域整合方式，針對不同客群推出各種型態的烈嶼主題遊程，如地質景觀深度旅遊、藍色公路體驗遊、海濱綠能行動咖啡、露天海灘酒吧等，以打造烈嶼成為低碳度假生活島，並在兼顧傳統與創新之間，賦予烈嶼鄉觀光產業的新契機。此外，縣府將持續從產業面著手提升烈嶼產業服務品質、結合產業資源發展轉型成六級產業，發展烈嶼的標竿品牌，協助更多有意願的業者提升經營品質。同時，開發烈嶼特色遊程，以落實金門大橋「三分交通、七分觀光」之建設願景。

未來，期許在貴會的督促與鞭策之下，持續戮力推動執行，打造烈嶼永續發展之島嶼願景。