

臺中市議會第 4 屆第 6 次定期會

「台中海洋館」試營運缺失與改善情況  
及後續營運行銷策略策進作為  
暨市民全面免費  
專案報告



報告人

臺中市政府觀光旅遊局 局長 陳美秀

中華民國 114 年 10 月 1 日

# 目 錄

壹、計畫緣起 .....	2
一、「台中海洋館」緣起 .....	2
二、「台中海洋館」規劃設計構想 .....	3
三、促參OT案辦理情形 .....	5
貳、「台中海洋館」營運展示內容及門票收費機制 .....	7
一、營運展示內容 .....	7
二、門票收費機制 .....	20
參、試營運期間問題與改善情況 .....	22
一、周邊道路違規停車現象及停車位不足等問題.....	22
二、試營運期間其他相關問題.....	25
肆、後續營運行銷策略策進作為 .....	31
三、營運行銷策略 .....	31
四、行銷管道 .....	32
五、各項行銷、促銷或優惠活動方案 .....	34
伍、未來展望 .....	36

## 壹、計畫緣起

### 一、「台中海洋館」緣起

臺中市海線地區擁有豐富的生態觀光資源與景點，本府為推動海線觀光產業發展，著手規劃多項重大建設計畫，其中「台中海洋館」被視為連結海線各觀光景點的重要指標建設。

有鑑於梧棲觀光漁港為中部地區最重要、遊客人數最多之濱海漁業類型遊憩勝地，每年吸引約130餘萬人次遊客前往，主要活動為漁貨採買、品嚐美食海鮮、娛樂漁船搭乘及濱海公園漫步等。近年來，無論是交通部觀光署、交通部航港局、農業部漁業署、本府等，均積極籌思規劃，企盼梧棲漁港周邊能再增加遊憩休閒設施，俾利發展臺中海線多元觀光利用，促進地方繁榮。

因此，為開創臺中濱海觀光發展之魅力，同時深化在地生態資源之環境教育，串聯梧棲觀光漁港、濱海自行車道、高美濕地及大安港媽祖文化園區等觀光遊憩資源，形塑優質旅遊廊帶，帶動海線地區觀光發展，並促進地方就業機會及經濟活絡，於是有了「台中海洋館」的誕生。除可結合梧棲觀光漁港遊憩資源，串聯三井OUTLETPARK、高美濕地等著名觀光景點外，亦可帶動海線地區整體觀光發展，以提升區域均衡發展並促進地方就業機會及經濟活絡。

「台中海洋館」自102年規劃歷經三任市長推動，於108年4月3日與OT廠商簽約，雙方共同致力於建立永續經營之公共設施，公私協力積極啟動各項作業。市府投入新台幣9.2億元建置海洋館建築物，並於113年點交予具備行銷及經營屏東海生館專業經驗團隊組成之「海城股份有限公司」，負責裝修規劃及營運，OT營運廠商原承諾投資金額為新台幣3.8億元，實際投入已逾承諾金額，該館並於114年8月21日正式對外開館試營運。

「台中海洋館」為全國首座由地方政府主導設置、興辦之開放

式水族展示教育場館，市府透過《促進民間參與公共建設法》，採OT（委外經營）模式，場館營運由營運廠商「海城股份有限公司」負責經營管理。市府與OT營運廠商攜手合作，兼顧教育推廣、保育研究及觀光發展，致力打造寓教於樂的優質場域，成為中部海線觀光廊帶的核心據點。

## 二、「台中海洋館」規劃設計構想

「台中海洋館」坐落於臺中市清水區海洋路，是市府積極推動海線觀光發展的重要基礎設施建設之一，場館外部建築美學創意設計係出自臺中知名建築師余曉嵐及其團隊的創意發想，以臺中母親之河「大甲溪的石頭」為設計概念，象徵從山間溪流到港灣礁石的自然遷移，巧妙融合海港與時代的記憶。建築外觀以立面摺板RC構造搭配小塊石材拼貼，不僅展現岩石自然粗獷美感及色彩，也能有效抵禦沿海地區的強風、鹽害與風沙挑戰，兼具實用與美感，且摺板的石材交接處以黑鐵銜接，讓建築整體上增添一份沉穩。（如圖1~圖2）



圖1 建築物外觀圖



圖2 地理位置圖

### 三、促參OT案辦理情形

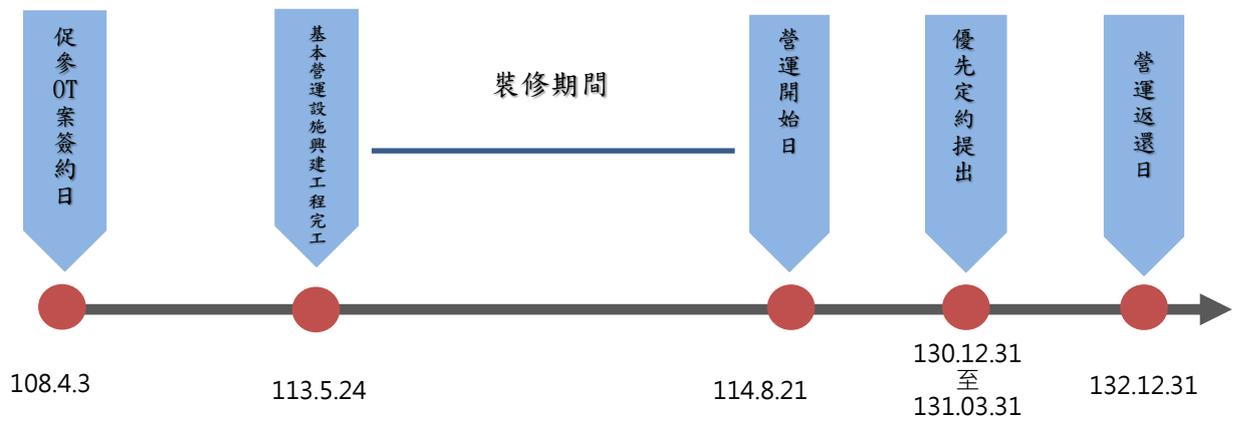
#### (一) OT營運廠商展示裝修工程：

「台中海洋館」促參OT案於108年4月3日與海城股份有限公司完成簽約事宜，公私協力積極啟動各項作業。場館於113年5月24日依約點交予OT營運廠商，OT營運廠商在展示裝修工程期間，適逢營造業人力大幅缺工、天候不佳(颱風及強烈東北季風)以及國外技師來臺延遲等相關因素，仍全力排除全館展示缸及維生系統設備進口、吊掛進館及建置等相關工程作業，並為符合大眾期待，及基於公共利益等考量，本府與OT營運廠商協調，採併行施工及分層查驗方式進場施工，縮短整體作業時程，加速推動「台中海洋館」工程計畫進度，並如期開館。

#### (二) 「台中海洋館」空間設施規劃展示

場館 空間 設施 規劃 內容	樓層	展示規劃內容	樓地板面積(m <sup>2</sup> )	展區面積(m <sup>2</sup> )
	1F	大廳服務區、黑潮之海展示區、海洋學院、咖啡飲品吧、禮品區	3,279.86	1,508.0
	2F	企鵝展區，璀璨珊瑚展區、繽紛魚群展區、鯊魚巡遊展區、白海豚特展區	2,691.22	2,010.3
	3F	台中水域展區、水生生物收容中心、水母展區、水母實驗室	3,359.24	2,663.7
	4F	濕地展示區、濕地實驗室、餐廳	2,519.39	1,439.3
	5F	咖啡/輕食區、屋頂平台、屋頂花園	691.04	0
	屋突	-	29.26	0
	合計			12,570.01

(三) 「台中海洋館」促參OT案營運期程規劃



## 貳、「台中海洋館」營運展示內容及收費機制

### 一、營運展示內容

#### (一) 展示主軸

館內以「從台中河川流向世界之海」為策展主軸，規劃八大主題展區，包含國內全臺6大首創，仰望式台中河川展區，以蓮型展示手法呈現；室內濕地體驗潮汐區；規模最大及物種最豐富的水母展示區；開放式企鵝展示缸，遊客可從下方仰望企鵝悠游；360度全透明鯊魚展示缸；精品風格珊瑚展示區，以及重現黑潮生態的大型展示缸與寓教於樂的海洋學園，展示物種逾400種、數量超過2,500隻，兼具創新、教育與觀光價值。

#### (二) 展示主題

「台中海洋館」以八大展示主題，包括台中河川、濕地、水母區、企鵝區、璀璨珊瑚、鯊魚巡游、黑潮之海、海洋學園，呈現從台中河川水文生態到黑潮大洋的海洋生物多樣性面貌。展區設置濕地實驗室、水母實驗室、珊瑚實驗室及水生生物收容中心，讓參觀民眾可近距離觀看飼育員們培育照護生物的工作日常。

展示設計方式，包括：生態模擬重建、情境模擬、親身體驗學習以及生態生命教育，希望藉由多元的生態展示手法，讓參觀民眾接觸水文生態，進而認識海洋、珍惜海洋生態，逐步邁向環境保育、尊重生命的目標。

## 8大展示主題

台中河川	濕地	水母區	企鵝區	璀璨珊瑚	鯊魚巡遊	黑潮之海	海洋學院
台中12景 上中下游 連之水槽季 節變化 3F	潮起潮落 濕地體驗 與多樣性生 物 4F	展示種類最 多與 沉浸式互動 投影 3F	半開放展缸 360度展示 企鵝 2F	二個展區 璀璨珊瑚 與 繽紛魚群 2F	鯊魚展示 與 互動電子展 示 2F	黑潮之海 與 沉浸式投影 1F	海洋學院 三座互動設 施 1F
台中河川 Taichung Water Journey 台中河川	濕地 Wetland ワットランド探訪室	水母區 Jellyfish クラゲ展示室	企鵝區 Penguin ペンギン展示室	璀璨珊瑚 Coral Box サンゴ展示室	鯊魚巡遊 Shark Cruise シャーククルーズ	黑潮之海 Kuroshio-scenery 黒潮の海	海洋學院 Ocean Academy 海のアカデミー

1區  
特展區



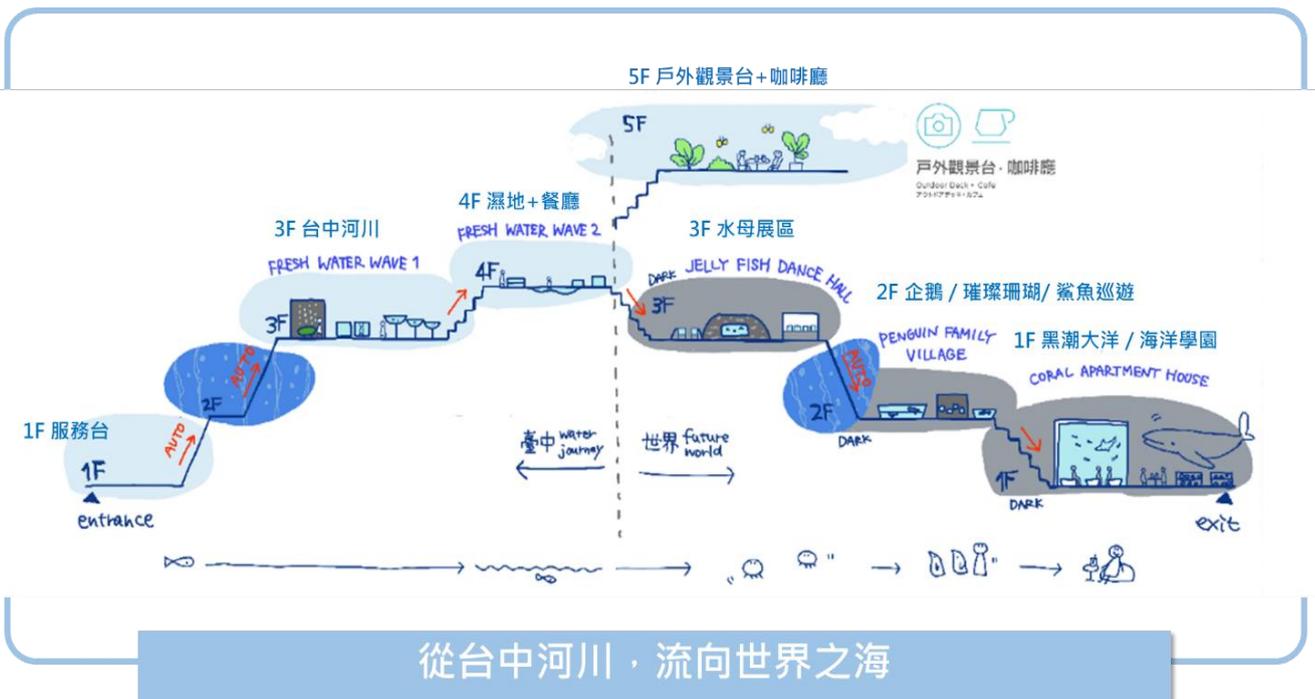
3座  
實驗室



1個  
水生生物  
收容中心



### (三) 展示規劃動線



參觀動線從一樓入口處的暗黑岩石隧道，化身為魚，行經二樓的波紋迴廊，從三樓「台中河川」上中下游獨特的水域生態展開，沿旋轉扶梯上行到四樓，進入模擬河口濕地的水文生態與整面落地窗的臺中港景緻，猶如海天一色的世外桃源，五樓景觀咖啡廳及戶外景觀台，可遠眺梧棲漁港及臺中港外海及高美濕地的風車群，走回室內拾階而下進入三樓繽紛療癒的水母藝廊展區，二樓白海豚特展，邂逅可愛的企鵝、璀璨珊瑚與色彩繽紛的熱帶魚走廊、游速超快的鯊魚巡遊，再從二樓開始探索世界之海，生物多樣性，最終於一樓感受黑潮大洋的震撼。

#### （四）主題展區特色

##### 1、 台中河川（國內首創以蓮型展示手法呈現）【3F】

台中河川區是以大甲溪上中下游為主軸的主題展示區，缸體數量高達41個，物種近50種，以淡水魚為主。高聳奇幻的蓮之水槽模擬台中河川大甲溪上中下游的水文生態，抬起頭從不同視角觀看著魚群悠游的樣貌，提供了超現實的展示氛圍。





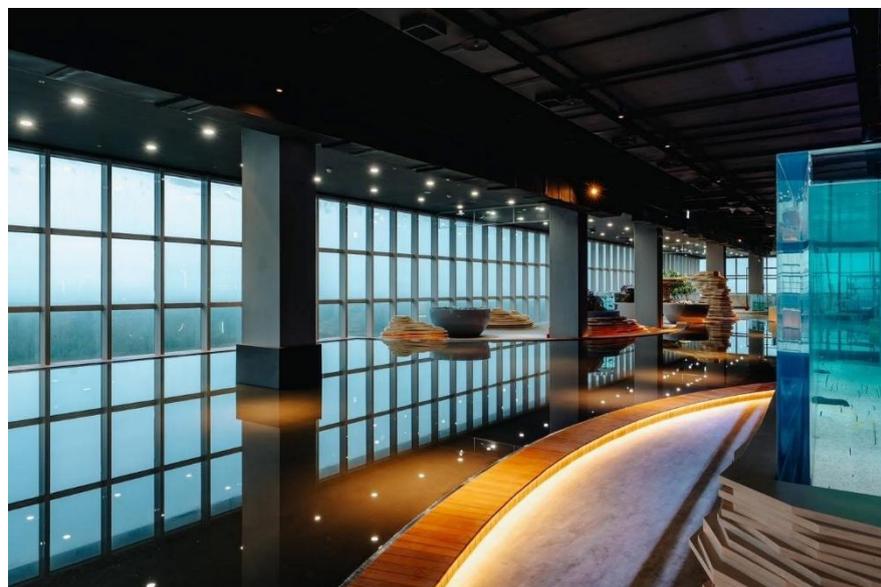
## 2、水生生物收容中心【3F】

「台中海洋館」全臺首創附設水生生物收容中心，設立目的在於收養民眾無法飼養的水生生物，提供適當的水生生物收容場所，期能成為社會教育的平台，傳遞相關知識及資訊，改善國人寵物飼養觀念，可做為最佳的環境教育教材。



### 3、濕地展示（國內首創室內濕地體驗潮汐）【4F】

全臺規模最大的人造濕地展示，不受天候影響，在潮起潮落間認識濕地生態，遊客也可以脫下鞋子踩水體驗，透過整面落地窗與濕地水面猶如天空之鏡，呈現出不一樣的湛藍美景，做為地球上生產力最豐富的生態系之一，物種多樣性便是濕地最大特色，本區展示囊括甲殼類、魚類、棘皮動物、軟體動物等近80個物種。



#### 4、水母展示（國內最大規模、物種最豐富的水母展示）【3F】

「台中海洋館」打造全臺最豐富的水母展示區，擁有全國最大、寬達8公尺的水母展示缸，無論展示種類或數量，皆是全臺之最。水母區展示全臺品種及數量最多的水母群，種類高達20種，數量多達7,000隻。而其中寬8米，高3米的巨型水母展示缸更能容納約4,000隻海月水母悠游於其中，透過沉浸式的電子展示設計，結合光影、音樂、藝術與海洋交會，猶如走進動態水母藝廊的療癒體驗。





## 5、企鵝展示（國內首創開放式展示）【2F】

360度全方位的觀察角度，搭配觀景平台，遊客可從下方仰望企鵝悠游，除了近距離觀察企鵝的生態及群體的互動外聽到企鵝的叫聲、嗅到企鵝的味道，透過開放展示企鵝自然生活中的行為，讓遊客感受活潑的生命力。也可鑽進展缸下向上觀賞享受與企鵝共享的快樂時光，階梯式座位區則可以駐足欣賞企鵝游泳的英姿。





## 6、 國內首創精品風格打造珊瑚展示【2F】

全臺唯一，可360度觀賞的立體珊瑚展示缸，呈現出海底世界最繽紛絢麗的一面。珊瑚主題展缸共計展示約40種形態迥異、斑斕艷麗的珊瑚，如氣泡珊瑚、蕈珊瑚、腦珊瑚等種類；開放式的展示設計提供民眾一個近距離觀察珊瑚的機會。透過藍光照明，激發珊瑚的螢光蛋白，展現如寶石般絢爛的色彩，讓遊客彷彿置身海底，近距離感受珊瑚的千變萬化與繽紛光影。



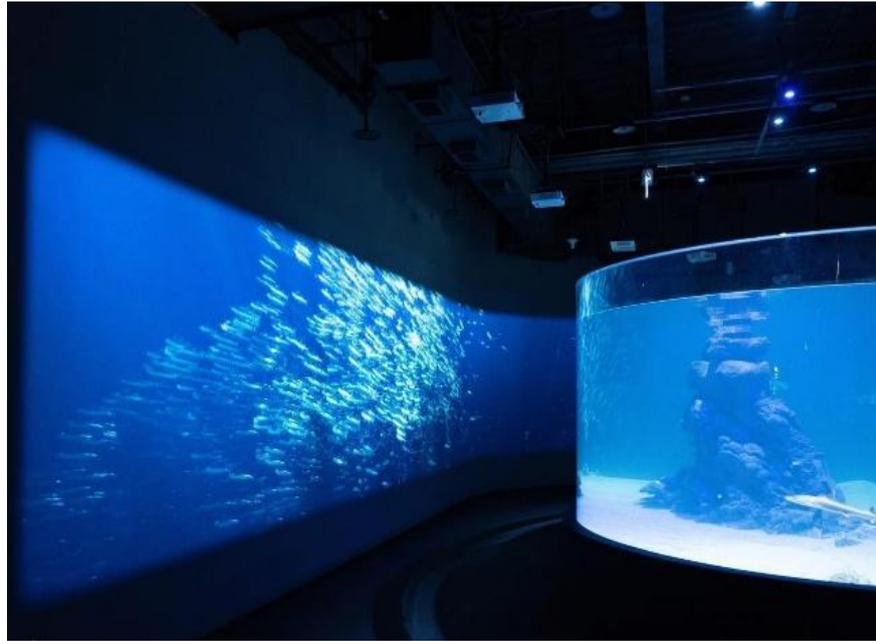
## 7、 尋訪白海豚【2F】

白海豚展區以靜態展示為主，從白海豚的棲息環境、成長史以及人類與白海豚的互動關聯等，提供民眾更了解海洋保育的重要性，讓民眾更認識這群棲息在臺灣西部沿海的海中精靈，展區中央互動台也能透過多媒體呈現漁民或觀察研究者拍攝到的白海豚照片，以及海豚發出的獨特聲音，讓參觀民眾更重視海洋生態保育的重要性。



## 8、 鯊魚巡遊（國內首創360度全透明鯊魚虛實展示）【2F】

穿過繽紛多彩的珊瑚礁生態，迎面而來的是長7米，寬4米，高1.7米的巨型鯊魚展示缸。360度全透明無邊際展缸，將重塑參觀者的視覺空間，並提供一個近距離、無死角觀察鯊魚場域。沉浸在開放環繞式鯊魚展示缸中，結合牆面電子互動設計，讓遊客彷彿置身海洋，親身體驗鯊魚在海中巡遊、與掠食的震撼場景。



## 9、黑潮之海（重現黑潮大型展示）【1F、2F】

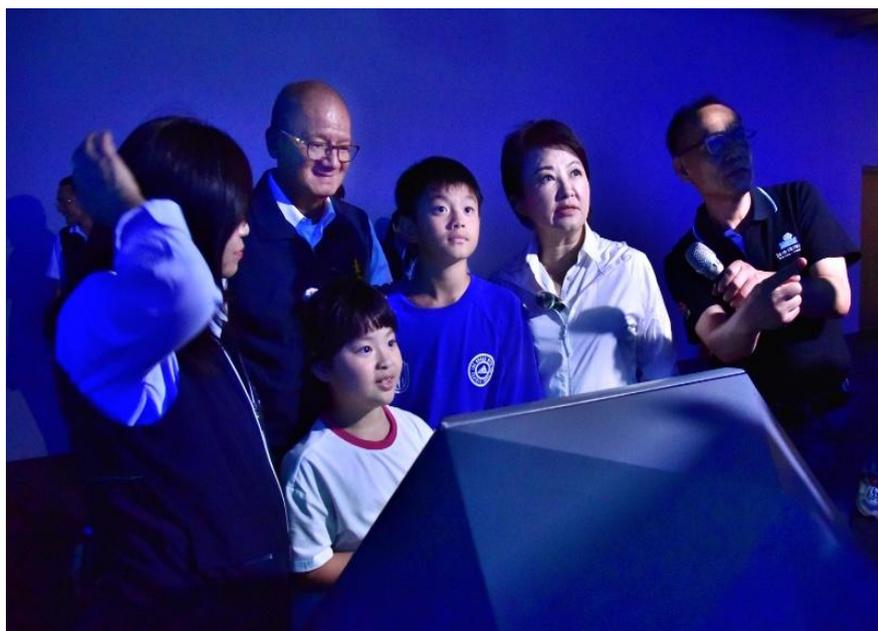
世界之海展區從二樓的璀璨珊瑚、熱帶魚走廊、鯊魚巡遊等展缸，沿二樓階梯步行至一樓，為展館最壯觀的黑潮之海展區，水體量達575噸，展示近40種，共計510隻海洋生物，透過黑潮

大洋缸展示，海洋中上、中、下層呈現不同水層的魚類，上層多為銀白色洄游性鱈科魚類，中層為多種顏色的鯛及鱸鮨科魚類，下層則為偏紅色及綠色的隆頭科魚類，豐富的黑潮生態及生物多樣性盡收眼底，令人讚嘆，搭配沉浸式電子展示讓體驗更升級，讓遊客能夠親自體驗浩瀚大海的奧妙。



## 10、海洋學園【1F】

海洋學園為創新的海洋生物多媒體互動學習區，透過展示器可以點選召喚多種特別的海洋生物出現，饒富趣味的學習互動區延伸黑潮之海之電子展示透過互動的電子展示，叫出想要認識的海洋生物增加更多的知識。



## 二、門票收費機制

### (一) 門票收費機制：

1、 「台中海洋館」因展館空間有限，採全預約制，需於官網或合作平台預約購票，並持電子票證(QR Code)及必要之證明文件驗票入館。

### 2、 各票種票價：

票種	票價	條件
全票	500元	一般民眾（滿18歲以上）
優待票	400元	- 6歲(含)以上之學童(身高達115公分以上)。 - 大學以上(含)持有效學生證。 - 持有效榮民證、公教人員退休證、低收入戶之民眾。 - 設籍臺中市清水區及梧棲區之民眾。
博愛票	250元	滿65歲以上長者。
團體票	450元	20人以上同一機關團體，並於入館3天前辦妥預約手續。
免費	0元	- 身高115公分以下及未滿6歲需與家長/師長同行之兒童(須出示相關證明文件，且家長或師長需購票。) - 本人持有效身心障礙手冊者及必要陪同者1名。

3、 凡購買優待票、博愛票或免費票者，入館驗票時，須出示相關證明文件正本，未攜帶者一律以全票計，相關規定以官網公告為主。

### (二) 展區管控

「台中海洋館」室內參觀人數總量依照實質環境乘載量試算，展區空間每小時容留人數為2,500-3,000人，為確保參觀品質與安全，實際營運中採取事前分流與現場即時控管雙軌併行機制，展館營運採

走動式服務與跨部門協作，落實現場即時應對與人流秩序管理。

### 1、容流人數-事前預約系統管控

- (1) 本館採用線上預約機制，遊客須於入館前透過線上購票系統完成預約，並取得入場電子票證（QR Code）方得入館。
- (2) 每日共分為七個場次時段，每時段開放預約人數設定為1,000人，無論為個人遊客或團體預約，皆須透過系統完成場次預約，以實施分流進場。

### 2、現場即時控管

- (1) 館內設置出入口閘門並搭配容留人數偵測系統，即時了解在館人數。
- (2) 所有前場服務人員均配戴識別證與聯繫裝備，採走動式服務管理，因應現場突發狀況與遊客需求。
- (3) 服務人員熟悉突發事件應對流程。
  1. 展演活動異動：即時更新現場或線上公告資訊。
  2. 設施設備異常：現場人員發現問題即通報工程部搶修。
  3. 服務事件處理：發生涉及遊客行為之異常事件，通報現場人員即時處理。

### 3、連續假期或特定活動日達最大參觀人數控管

- (1) 開幕初期、連續假期、農曆春節等高峰期間，預先評估人流並調度營運人力，增設巡場責任區與人員。
- (2) 因應未預約遊客且館區已滿時，在附近省道台61線資訊可變標誌(CMS)公告即時停車資訊及OT廠商現場宣導，引導遊客前往週邊景點，如梧棲觀光漁港、高美濕地、鰲峰山運動公園、清水文化園區，三井Outlet等，分散現場等候壓力。

## 參、試營運問題與改善情況

### 一、周邊道路違規停車現象及停車位不足等問題

#### (一) 說明：

- 1、「台中海洋館」佔地2.25公頃，基地內規劃之小型車停車格數量配置，係依據基地面積、建築規模及使用性質綜合評估後分配，並參照都市計畫及建築技術規則相關規定，以確保配置數量與比例之合理性，故規劃設置小客車停車格104位。
- 2、場館於規劃階段，除考量館舍基地本身需求外，亦兼顧鄰近公共設施與交通動線之整體效益，例如臺中區漁會停車場設有小客車停車格600位，可共同分擔進出車流，降低尖峰時段交通壓力，避免單一停車場因大量車輛湧入而造成交通瓶頸。
- 3、「台中海洋館」目前平日遊客數約2,500人次，假日遊客數約約7,000人次，改善尖峰時段大量車輛集中排隊於海洋館停車場，形成週邊交通壅塞，規劃同步納入鄰近公共設施停車資源與交通分流措施，以提升整體交通運行效率。

#### (二) 改善情況：

- 1、114年8月27日邀集相關單位辦理現勘，研議改善周邊道路交通問題及增加展館周邊交通告示牌引導。
- 2、114年9月16日邀集相關單位辦理現勘北堤路（梧棲觀光漁港前圓環路口）行車管制號誌運作及標線規劃。
- 3、OT營運廠商研擬開設接駁車或租借臺中港公司閒置土地停車等多方面之可行性，加強接駁引導，增加展館周邊交通告示牌並引導遊客多加利用鄰近停車設施，如停放於梧棲

漁港約600車格、臺中港旅客服務中心約304車格等鄰近停車空間，以紓解假日車潮壓力。

- 4、為鼓勵更多遊客使用大眾運輸，市府目前已規劃台灣好行 679 線、市區公車 309、178、179與 688 等路線直接停靠海洋館。鄰近梧棲觀光漁港有123、307路接送到站，距離「台中海洋館」步行僅300公尺，不僅有效串聯梧棲觀光漁港、高美濕地等熱門景點，更能形成濱海觀光廊帶的順遊動線。館區周邊更設置造型獨特、兼具地標功能的特色公車候車亭，提供旅客舒適的候車環境，營造良好的旅遊體驗。民間業者亦推出 2 人成行即可搭乘的「台中海洋館直達巴士」，從臺中高鐵站及臺中火車站直達館區，每人僅需新臺幣 99 元即可輕鬆抵達海洋館，兼具便利與經濟效益。(如圖3)

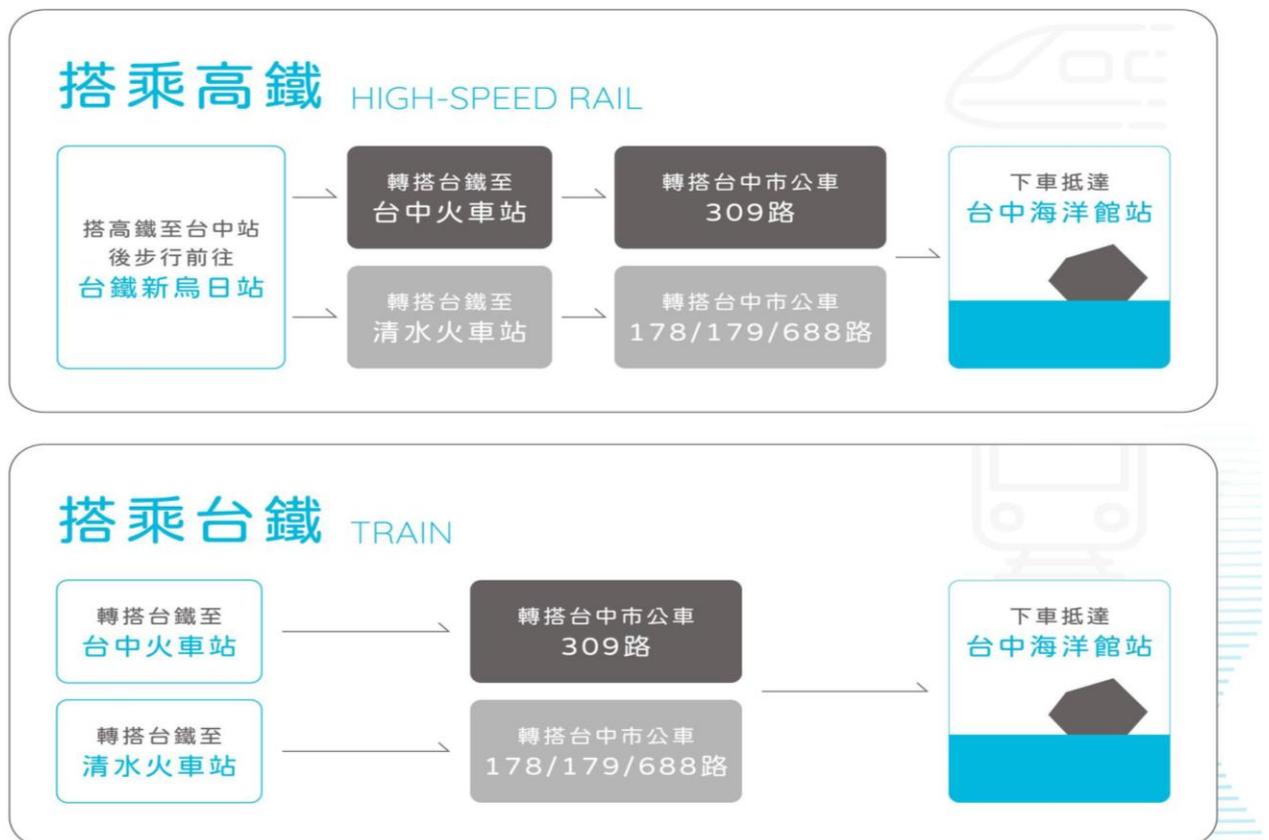


圖3 大眾運輸

## 旅遊業者與海洋館合作直達車



# 台中海洋館直達巴士

輕鬆往返免煩惱！

8/21 - 9/30  
海洋館直達車  
試營運單程優惠價

## 99元/人

(原價200)

**台中海洋館**

首創開放式展示、室內濕地體驗區，全新登場的台中海洋館等你探索！

**台中火車站**

宮原眼科上車

**台中高鐵站**

搭乘火車站、高鐵直達巴士，一票直達海底奇境，省去轉車麻煩，輕鬆暢遊海洋世界！

火車站、高鐵直達海洋館 共乘車班次

早上去回程

A.去程	B.回程
09:00 宮原眼科	12:30 海洋館
09:30 高鐵台中	13:30 高鐵台中
10:30 海洋館	14:00 宮原眼科

下午去回程

C.去程	D.回程
14:00 宮原眼科	17:30 海洋館
14:30 高鐵台中	18:30 高鐵台中
15:30 海洋館	19:00 宮原眼科



**華府旅遊集團**  
HWA-FU TOURISM GROUP

台中市西區公益路367號10樓之2  
TEL:04-23200699 FAX:04-23263066  
交觀發2218號 品保中0159號

立即掃 LINE  
(華府-台灣觀光)  
了解更多





增加引導告示牌



增加引導告示牌



改善周邊道路違停問題

## 二、試營運期間其他相關問題

### (一) 展示及教育解說等問題：

1、展示缺乏生物解說資訊：OT營運廠商已強化生物解說資訊資料庫於官網建置並提供完整展示說明並於展缸合適位置增列原生地、生態習性及保育狀態等資料，結合專業教育課程，強化學童海洋知識與環境保護觀念，以利遊客認識與學習。

2、展示生物數量太少：OT營運廠商已適度增加展示生物數量

並提升展覽多樣性與觀賞性。

## (二) 售票問題：

### 1、現場售票服務：

有鑑於部分遊客未持有信用卡或不熟悉網路預約操作，現場會提供適當比例售票服務，便利多元族群購票需求。

### 2、現場售票窗口及服務人力不足：

OT營運廠商將於尖峰時段增派或加聘臨時人員協助，提升服務效率並縮短遊客等候時間。

### 3、票價問題：

#### (1) 在票價定位方面：

「台中海洋館」屬於國內同級場館的中等水準。相較其他大型海洋館，本館在票價上兼顧親民與服務品質，並以豐富多元的展示內容及多感官沉浸式體驗，提供超值觀展價值。換言之，市民與遊客不僅能以合理的票價入館參觀，更能獲得全臺唯一的多項首創體驗，充分展現本館「教育扎根、保育優先、觀光共榮」的核心價值與定位。

#### (2) 有關是否市民全面免費問題：

1. 「台中海洋館」如同教育部委外「基隆國立海洋科技博物館」及「屏東國立海洋生物博物館」，均依「促進民間參與公共建設法」委外OT營運廠商營運，採行「使用者付費」模式經營。關於票種與票價之訂定，係由OT營運廠商綜合考量市場行情、消費者物價指數、服務品質，並依財務計畫預估營收與成本、分析市場資料及變化等因素，提出相應之收費

機制，據以執行。

2. 為確保設施維護、專業經營與服務品質，「台中海洋館」採行「使用者付費」模式，與各地運動中心的經營模式相同，藉此維持長期營運所需的財務穩健與專業管理。

(三) 館內服務設施問題：

- 1、展示動線及哺乳室與廁所指引不明確：

OT營運廠商已增設告示牌並加強服務人員引導，以利遊客辨識與使用。

- 2、濕地潮汐池旁邊木板鋪面易滑倒：

OT營運廠商已加設止滑條防滑設施，以降低安全疑慮並確保遊客通行安全。

- 3、二樓通往一樓階梯光線太暗：

OT營運廠商已改善燈具配置，以確保遊客通行安全。

- 4、館內餐飲品項有限與價格問題：

OT營運廠商已陸續研究能否增加多元化餐飲品項，以兼顧親子及遊客需求。

(四) 館內動線與無障礙設施問題：

- 1、尖峰時段動線壅擠、輪椅族及嬰兒車家長建議開設專用通道：

OT營運廠商已請現場服務人員加強走動式服務管理，以即時因應突發狀況及遊客需求，館內動線已區分官網預約購票動線、無障礙及嬰兒車專用動線、團體動線及現場購票排隊動線並加派現場服務人員引導，並增設告示牌導引標

示，確保不同需求的遊客皆能順暢參觀。

## 2、排隊區域遮陽不足：

OT營運廠商已請現場服務人員預先告知遊客進場等候時間，並適時引導至陰涼處排隊，以維持遊客舒適與秩序。

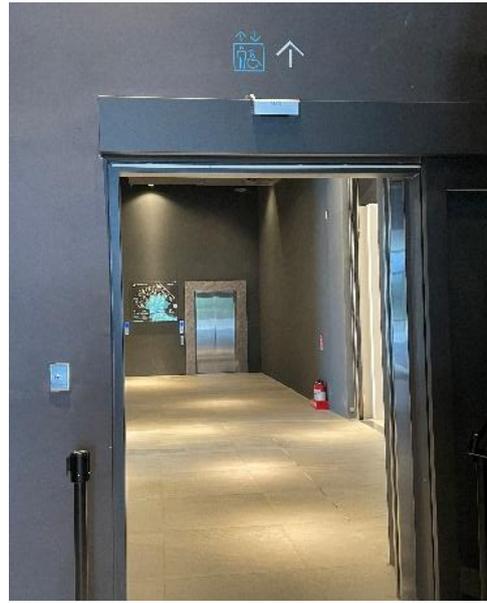
### (五) 交通導引部分問題：

因館前海洋路屬新闢道路，Google定位及部分導航系統尚未及時更新，已請OT營運廠商協助修正定位資訊，指引牌面將滾動檢討，逐步完善導引設施。

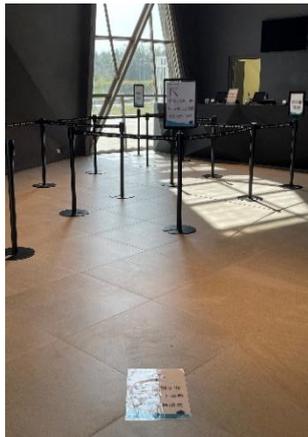
 <p>生物解說資訊</p>	 <p>現場服務人員加強走動式服務管理</p>
 <p>現場服務人員加強走動式服務管理</p>	 <p>現場服務人員加強走動式服務管理</p>



現場預先告知遊客進場等候時間



無障礙及嬰兒車專用動線、增設告示牌



現場售票服務



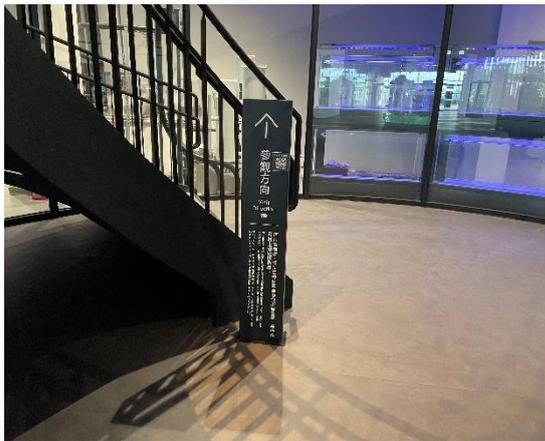
增設告示牌



增設告示牌



增設告示牌



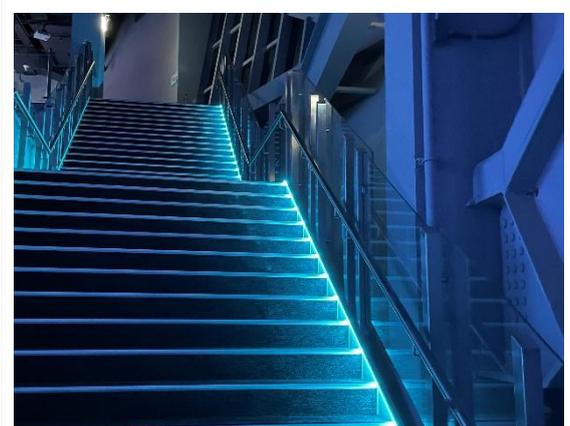
增設告示牌



增設告示牌



加設止滑條防滑設施



改善燈具設施配置

## 肆、後續營運行銷策略策進作為

### 一、營運行銷策略：

#### (一) 掌握目標客層，串聯臺中海線觀光景點，帶動遊客人潮：

「台中海洋館」展示繽紛豐富的水生生物及海洋生物，為中臺灣唯一的河川與海洋生態展示場館，從台中河川水文與濕地生態，串聯中臺灣海線景點，如梧棲觀光漁港、濱海自行車道、高美濕地及大安港媽祖文化園區等，帶動遊客人潮並提升觀光效益。

#### (二) 透過在地生態展示，推廣環境教育：

「台中海洋館」以台中河川及濕地生態的展示，讓參觀民眾更能了解在地環境生態，藉由環境教育推廣，讓民眾更能瞭解自身所處的環境生態，重視環境保育與資源永續。

#### (三) 藉由主題展示，傳達海洋保育：

規劃完善的展示主題，搭配飼育體驗活動，讓民眾近距離觀察，透過飼育海洋生物，從認識到喜愛，進而學習保護海洋生物，潛移默化深植海洋保育的理念。

#### (四) 多元生態體驗，創新休閒指標：

面對緊張的課業、工作或生活壓力，需要合宜的休閒活動來舒緩，海洋的湛藍遼闊，加上海洋生物的悠閒巡遊，搭配多元生態體驗活動，讓人們紓壓解悶，將海洋與休閒活動結合，提供嶄新的遊憩選擇，建立休閒的新指標。

#### (五) 規劃創新經營模式，活絡在地發展：

「台中海洋館」以海洋生態、環境教育、休閒娛樂相互交會，

匯流出以海洋休閒為主題的旅遊模式，將吸引大量遊客到訪，透過與在地產業交流合作，活絡在地發展，與在地共榮共享。

## 二、行銷管道：

### (一) 活動行銷：

- 1、到校推廣：以「台中海洋館」的展示主軸「從台中河川，流向世界之海」，將臺中河川大甲溪的故事，以繪本故事方式帶到中部偏鄉學校，讓偏遠地區的學子在「台中海洋館」開幕前搶先瞭解展示內容，兼具海洋教育意義，為「台中海洋館」開幕預熱曝光。除媒體新聞發佈，增加活動曝光度外，將以自營社群媒體作為活動曝光主要平台並鎖定對於海洋館以及教育議題有關切的群眾進行推播。「台中海洋館」開幕當日，將以活動執行內容及成果及影像紀錄形式進行曝光。
- 2、主題促銷活動：針對不同節慶與主題，規劃各式促銷優惠或聚客活動。
- 3、城市行銷合作：配合城市行銷，如台灣好行679、臺中國際踩舞嘉年華等活動，與在地共享資源，創造地方共榮。

### (二) 媒體公關策略：

- 1、波段議題露出：根據重要活動節點新聞露出，包括到校推廣、開幕活動。
- 2、定期媒體發布：定期發佈涵蓋生物知識、飼育趣聞、展館活動等議題外，針對臨時生物訊息及促銷活動隨機發布新聞。

### (三) 社群媒體深耕：

- 1、平台建置與經營：Facebook、Instagram、LINE等台灣市場常用社群平台的設立外，透過經常性發佈海洋相關知識、議題與活動資訊，增加互動聯繫，保持曝光熱度及顧客關係維護。
- 2、影音內容製作：拍攝製作「台中海洋館」簡介長影音及各展區特色短影音，以多元形式吸引消費者注意並強化品牌記憶點，並透過長短影音相互導流，提高整體曝光率與觀看次數。

### (四) 廣告託播投放：

- 1、燈箱、戶外廣告看板、大眾交通運輸廣告：根據不同的分眾、使用的平台習慣及檔期活動於臺中市民生活消費及顧客旅程地圖上的接觸點進行廣告投放，如公車車身廣告、臺中捷運站體及車廂廣告等增加曝光度。
- 2、網路廣告：針對檔期活動、生物及優惠活動等內容，規劃藉由Facebook、Instagram等社群及搜尋引擎等平台，透過影音、圖文、遊記、關鍵字等形式曝光，逐步累積大數據後與官網連結，提升參觀意願。
- 3、報章雜誌：現今使用者獲取資訊來源的管道業已從傳統的報章雜誌轉向網路媒體，利用特定節令、主題活動或促銷優惠曝光於各大電子新聞及雜誌平台。
- 4、影音廣告：根據不同分眾的社群使用習慣於各大社群平台與影音串流平台，如Facebook、Instagram及Youtube等進行廣告投放，透過不同影片相互導流，提供觀看率及消費

者互動。

(五) 異業合作：

- 1、多元平台整合：開幕初期將以展館營運為主，目前正因應消費者使用模式改變與旅遊電子商務平台洽談合作，提供遊客更多元的選擇。後續評估與網路OTA旅遊電子票券平台Klook、KKDay、iBon以及高鐵假期等異業合作。
- 2、異業戰略合作：開幕初期將以展館營運為主，後續邀請零售、交通運具、旅宿等不同產業別的品牌，結合雙方的優勢並提供自身資源，透過促銷優惠或產品，以1+1>2的概念，達成增加顧客與營收等營運目標，並透過媒體資源互惠提升曝光，以擴大「台中海洋館」品牌知名度。

三、各項行銷、促銷或優惠活動方案：

(一) 試營運期間優惠：

- 1、優惠期間：自114年8月21日起至114年10月7日止。
- 2、優惠方案：
  - (1) 票價：票價全面8折。
  - (2) 餐飲：購買相同飲品兩杯可享第二杯半價優惠（限1F咖啡飲品吧、5F景觀咖啡廳適用）。

(二) 臺中市各國民小學海洋教育推廣專案：

- 1、優惠期間：自114年10月8日起至115年1月16日止，限平日週一、三、四、五，共計59天；例假日、國定假日及連續假期不適用（114年10月10日、10月24日、12月25日及115

年1月1日不適用)。

- 2、優惠對象：臺中市國民小學學童20人以上團體。
- 3、優惠票價：每人320元（原優待票400元），並加贈海洋生態教育學習單。
- 4、申請方式：透過「台中海洋館」官網（[www.tcaqua.com.tw](http://www.tcaqua.com.tw)）團體預約平台辦理，並於訂單備註「校外教學優惠專案」以享優惠票價，或洽服務專線 04-2657-0518。

## 伍、未來展望

分析國內各展覽館觀光人潮趨勢，其中屏東海生館每年可維持110萬以上遊客人次，僅次於臺中國立科學博物館（近年皆維持300萬人次）及高雄國立科學工藝博物館（近年皆維持120萬人次），顯見海洋主題展覽館為吸引觀光人潮的熱點之一，加上遊客需求意願及地方支持度十分高，已突顯出臺中港區推動「台中海洋館」的利基點。

「台中海洋館」自114年8月21日開館營運，首日即吸引約3,500人次入場，首週末熱門時段更是一票難求，顯示民眾高度興趣與支持，截至114年9月15日，總入館人數突破11.67萬，其中身心障礙及幼童等免費優惠人數佔比約20%，展現其親子友善與教育推廣功能。

「台中海洋館」位處臺灣中部核心，腹地廣闊具發展潛力並鄰近梧棲觀光漁港、高美濕地、三井Outlet Park、大安濱海樂園等知名景點，加上大臺中都會區交通便利與周休家庭出遊需求，具備串聯一至二日遊程的條件，能帶動濱海地區餐飲、住宿及伴手禮產業，全面振興地方觀光經濟。

未來「台中海洋館」將不僅是海線的新亮點，更能與市府既有活動資源緊密結合，例如：結合高美濕地國際賞鳥活動，讓遊客同時體驗陸域與海洋生態，並配合踩舞祭、臺中購物節、臺中媽祖國際觀光文化節等觀光品牌活動，將館區納入節慶推廣主軸，擴大觀光效益；同時與旅行社、社區及學校合作，推出生態教育遊程、親子體驗營隊，深化海洋保育教育。

「台中海洋館」以中部首座海洋活體展示館的定位，結合全臺首創的開放式展示設計與沉浸式體驗，不僅提升臺中海線的觀光能見度，更加分整體城市形象。未來市府將持續透過多元行銷、跨域合作與特色活動串連，讓「台中海洋館」成為推動臺中觀光國際化的重要基地，並落實「寓教於樂、保育永續」的核心價值，讓臺中在國內外觀光版圖中發光發熱。