交通部觀光局
阿里山國家風景區管理處

大阿里山觀光圈、235區域觀光圈、大草嶺觀光圈

工作執行計畫成果報告書

110 年 10 月 27 日

壹、觀光圈計畫執行情形

一、 阿里山國家風景區管理處

(一)整體執行成效

《235觀光圈整體執行成效》

1、輔導聯盟提案與執行：9件(「235(太保至嘉義市)區域觀光發展聯盟先期計畫委託案」輔導推動235區域觀光發展聯盟提案)

2、商家輔導家數：280家(包含食購類211家、旅宿類35家、旅遊類34家)

3、成立235+1地接聯盟：計有7家在地旅行社(行易旅行社、酷玩國際旅行社、珠峰國際旅行社、愛玩美旅行社、瘋狂賣客旅行社、喬大旅行社、京寶旅行社)

4、遊程上架推廣：30條

5、來訪遊客人數：29,666人

6、電商合作平臺：3家

7、伴手禮品牌：2項(臺味佇嘉、家鄉嘉箱)

8、商品銷售產值(伴手禮品牌)：2,058,149元

9、遊程觀光產值：69,520,120元

《大草嶺觀光圈整體執行成效》

1、商家輔導家數：「大草嶺區域觀光發展聯盟計畫」觀光產業特色店家風格型塑計畫完成6家特色店家觀光氛圍營造，「草嶺展虹霓行銷推廣案」共串連20家觀光業者合作，規劃觀光體驗活動，共計26家輔導商家。

2、遊程上架情形：計有東南旅行社、雄獅旅行社、易飛網等旅行社，推出雲林草嶺竹林廊道散策、五元兩角一日遊行程；KKDAY結合台灣好行推出雲林草嶺線二日遊車票（含雲林住宿）等行程商品等共計4條。

3、來訪遊客人數：大草嶺區域觀光發展聯盟計畫：透過地質跨年曙光活動、山村市集音樂會、櫻花季系列活動和賞螢活動，來訪遊客共計1萬8,000人次

4、返鄉就業人數：共有16位返鄉就業，包含從事地方產業業者，以及培育3位地方產業營運種子，輔導地方自主提案，持續推動草嶺觀光圈發展產業。

5、遊程觀光產值：透過地質跨年曙光活動、山村市集音樂會、櫻花季活動和賞螢活動，在交通接駁導覽、住宿、餐飲等觀光產業服務，共創造超過270萬元觀光產值。

《大阿里山觀光圈整體執行成效》

1、商家輔導家數：300家

2、遊程上架情形：229項(包含75條主題遊程、12項特色體驗、7項美食、21項票券、3項美食+票券、62項伴手禮-茶、28項伴手禮-咖啡、7項手工藝品、7項住宿套票、5項農特產、2伴手禮)

3、來訪遊客人數：6萬6,691人

4、返鄉就業人數：150人

5、遊程觀光產值：1億9,205萬7,293元

6、產業培訓課程共7項，社區夥伴共479人次參與研習；工作坊16場次，社區夥伴計370人參與。

(二)分項計畫內容

《235觀光圈分項計畫內容》

1、235(太保至嘉義市)區域觀光發展聯盟先期計畫委託案

(1)計畫期程：109年7月-110年6月

(2)計畫經費：2,887,795元

(3)計畫內容：

內容簡述:為推動及整合嘉義縣太保市－嘉義市雙城觀光環境資源，並成立區域觀光產業聯盟,本計畫藉由聯盟組織促進觀光產業間交流、促進觀光產業發展與服務品質提升，以及多元旅遊商品及遊程的提供，並透過觀光議題討論，擬定觀光推動發展共識，以達到推動區域觀光、活絡行銷推廣之效益。

計畫工項：

- 推動成立區域觀光產業聯盟：成立大會1場、辦理3場交流會議、在地營運種子人才培育及永續營運機制。
- 區域觀光資源盤點與分析：包含觀光遊憩資源及

觀光產業組織盤點分析、研擬區域觀光發展課題與對策、研擬區域觀光推動策略及定位。

- 觀光產業聯盟共識推動：辦理2場次地方座談會、辦理2梯次跨區域參訪。
- 輔導聯盟提案與執行：公協會提案共計9案。

(4)計畫效益：希冀藉由政府先期的扶持與協助，促進地方觀光（旅遊）相關民間團體相互結盟與合作，整合觀光資源、建設及行銷，強化合作機制以提升行政效能，並共同提升目的地旅遊整體觀光品質，進一步帶動在地品牌形象。

- 輔導公協會場次：35場
- 跨區參訪交流人次：61人次
- 輔導公協會提案數：9案
- 輔導公協會提案總經費：961萬1,950元

2、2020年嘉義觀光產業市集

(1)計畫期程：109年9月-110年2月

(2)計畫經費：985,000元

(3)計畫內容：

內容簡述:配合中央活化在地產業、復甦與振興在地觀光輔導政策,希冀在疫情趨緩後刺激經濟及提振民間消費力，協助在地特色產業重新發展、活絡經濟；同時運用嘉義市著名亮點景點辦理市集活動，成功結合其他縣市旅行社，將大嘉義及阿里山地區安排規劃為國民旅遊遊程，透過活動整合共同行銷，創造旅客在嘉義停留時間，藉此形塑大嘉義甜蜜產業及阿里山咖啡之城市品牌形象，同時賦予大嘉義全新的觀光城市意象，創造阿里山咖啡及甜蜜產業業者被看見的機會。

計畫工項：辦理1場次記者會、辦理2日嘉義觀光市集活動、辦理1場次產業交流座談、網路新聞露出至少5則及網路社群宣傳行銷至少20則、拍攝精華活動影像紀錄1部。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：30家
- 遊程上架情形:計有15條遊程,包含五福旅行社、

捷利旅行社、山富旅行社、迎家旅行社、易遊網等，共5家旅行社遊程銷售

- 來訪遊客人數：1萬4,794人
- 遊程觀光產值：3,432萬2,080元

3、109年度「桃城嘉宴」整合嘉義美食觀光文化計畫宣傳影片拍攝案

(1)計畫期程:109年9月-109年11月

(2)計畫經費：98,900元

(3)計畫內容：

內容簡述：由嘉義市商圈文化促進協會匯集地區20家名店美食成桌，包含林聰明沙鍋魚頭、小原婚宴餐廳山葵燉雞、半畝田牛肉麵、噴水雞肉飯、北門肉圓、阿來碗粿、巧巧小肉粽等，讓旅客一口氣嚐遍嘉義市美食，並彰顯地方美食與行銷城市魅力。

計畫工項：拍攝形象宣傳影片一部。

(4)計畫效益：

美食是旅行的記憶點，嘉義市飲食文化多元，又富有濃濃人情味，透過熱鬧的「辦桌」文化，展現嘉義人

的熱情。商圈攜手嘉義在地藝文團體阮劇團，藉由輕鬆有趣的戲劇表演，首度呈現木都嘉義市、北門車站與地方美食等三方文化，帶領現場民眾了解當地特色。

- 商家輔導家數：20家
- 遊程上架情形：採預約制（洽詢嘉義市商圈文化促進協會）
- 來訪遊客人數：1,280人(含桌宴及旅行社套裝遊程總人數)
- 遊程觀光產值：296萬9,600元

4、2020年在嘉珍美行銷推廣計畫

(1)計畫期程：109年9月-110年1月

(2)計畫經費：997,500元

(3)計畫內容：

內容簡述：由嘉義市旅館商業同業公會聯合嘉義市立美術館、臺灣古董車發展協會、中華民國藝術藝術文物交流協會、嘉義市媽爸寶貝發展協會與嘉義縣媽爸寶貝發展協會，透過美術館開幕之

際，辦理235區域觀光行銷，用行動美術館的概念以經典古董車為基底，串起嘉義縣市的景點，並宣傳嘉義樸質的城市風貌與自然美景，藉此作為235區域觀光圈首波大型行銷整合跨境跨產業的活動。

計畫工項：辦理3場次創意行銷活動、拍攝宣傳影片製作2部及活動紀錄片1部、行銷推廣計畫(包含網路新聞與社群置入至少20則、電視牆露出、平面雜誌媒體報導、部落客宣傳5則)、規劃1條經典遊程並行銷推廣至少完成250體驗人次。

(4)計畫效益：

在嘉珍美，透過古董車在嘉義市飯店的停留展出，並行經嘉義縣市的景點，希望能藉此讓嘉義被看見，我們更期待各位遊客們可以多在嘉義停留，以達到下列三大目的：整合嘉義市旅館打造行動藝術館，以及輔導旅宿業者辦理文化觀光活動、結合嘉義縣市景點串聯店家與開發相關遊程活動、打造老車文化季為嘉義地區特色品牌活動推動城市行銷與文化觀光發展。

- 商家輔導家數：7家
- 遊程上架情形：「在嘉珍美」一日遊、三日遊(雙

六旅行社）

- 來訪遊客人數：1萬250人次(含活動及遊程人數)
- 遊程觀光產值：2,378萬元

5、2021年嘉義市單車之旅建構案

(1)計畫期程:109年12月-110年5月

(2)計畫經費：990,000元

(3)計畫內容：

內容簡述:由嘉義市旅館商業同業公會聯合嘉義市商圈、嘉義甜蜜產業(咖啡甜點產業)等,透過觀光圈資源與嘉義市政府攜手推動自行車城市自由行，含嘉義市YouBike 2.0(公共自行車)推廣及旅館飯店單車服務提供，並藉由五條主題路線推薦與行銷，帶動城市觀光魅力與漫遊小鎮風情。

計畫工項：盤點嘉義市單車之旅觀光資源、規劃至少5條經典單車路線、國內部落客進行嘉義市經典單車路線踩線，並於其粉絲頁露出至少5則、單車之旅活動護照3,000本、嘉義市單車之旅宣傳影片製作1部、記者會1場次、旅遊雜誌至少露出1則、網路新聞至少露

出15則、遊程商品化：結合旅行社辦理名人或部落客帶路經典單車之旅遊程至少1場次，推廣至少完成300體驗人次。

(4)計畫效益：

透過結合嘉義市YouBike自行車系統、嘉義市旅館旅店、旅行社、店家及特色景點等資源，規劃「木都-老屋散策行」、「嘉義小鎮經典景點」、「甜蜜蜜-咖啡甜點」、「最愛嘉-親子行」、「不只是網紅-IG打卡熱點」等5條經典單車之旅路線，請國內知名部落客及網紅進行「KOL行銷方案」，邀約包含瑪格、熱血玩台南、飛天璇、寶寶溫旅行親子生活、青青小熊、台南人帶路、強尼帶球、快樂雲愛旅行等進行嘉義市經典單車路線踩線，並於其行銷通路露出共80則。並發行抵嘉PASS自行車優惠護照，以自由行旅客騎乘單車為出發點的概念做區域行銷，達成235區域觀光發展產業聯盟在自行車旅遊議題上的曝光及帶動嘉義縣市綠色觀光。

- 商家輔導家數：80家
- 遊程上架情形：「抵嘉漫遊單車PASS護照」5條經

典遊程推薦(包含舊屋力、甜蜜產業、睛亮點、親子遊、IG打卡熱點)，2條漫遊桃城GOGO樂二日遊(愛玩美旅行社)

- 來訪遊客人數：305人次
- 遊程觀光產值：70萬7,600元

6、「台味抵嘉」計畫

(1)計畫期程：110年3月-110年6月

(2)計畫經費：995,275元

(3)計畫內容：

內容簡述：《臺味抵嘉》計畫，為創造出更多觀光旅遊體驗與產值，透過群體合作發揮互補及乘數效應，以強化嘉義小吃為行銷觀光及人文教育為主軸，設計具有深耕教育的臺羅文菜單，不僅僅帶動臺語文學習風潮，將臺語與臺文普及化，讓更多人親近臺灣人的語言，品味在地生活美學，一方面讓更多年輕人、外國人願意學習臺語文，盼藉此為臺語文推廣，並嘗試商業化與普遍推行臺灣各地的可能。

計畫工項：「臺文logo」品牌設計：1式至少輸出8份、編撰羅馬拼音臺語文菜單：至少8個店家，每款至少輸出20張、設計嘉義臺語文美食Ｅ地圖１式、臺語互動教學：每次1時，共4場次，每場次40人次、辦理「臺味抵嘉美食票卷」：線上通路2家、在地飯店2家，至少發行200張美食票卷、辦理記者會1場、部落客踩線宣傳1式(至少6人)、宣傳影片製作1支、宣傳露出，至少2則電臺、6則E新聞。

(4)計畫效益：

在嘉義這個充滿人情味的城市，「臺味佇嘉」運用「臺灣話臺灣味」帶領遊客的味蕾品嘗「越在地，越國際」的美食，並讓遊客透過臺語文的文化更深度認識嘉義。

- 商家輔導家數：9家(臺味友善店家)
- 輔導商品數量：45項(臺味友善店家之嘉義在地特色物產)
- 票券販售數量：275套(包含實體與虛擬票券，涵蓋阿里山EasyGo平臺及3家嘉義縣市飯店)
- 商品銷售產值：111萬3,600元(含票券及商品)

7、台18經典遊程觀光推廣計畫

(1)計畫期程：110年1月-110年9月

(2)計畫經費：987,440元

(3)計畫內容：

內容簡述:由交通部觀光局阿里山國家風景區管理處整合大嘉義地區產業組成235區域觀光產業聯盟，為大阿里山觀光產業發展，以及推廣阿里山六大主題旅遊，由阿里山國家風景區管理處結合嘉義縣旅行商業同業公會、嘉義市旅行商業同業公會、嘉義縣市7家旅行社共同組成235地接旅遊聯盟為大阿里山觀光旅遊行銷團隊，以發展精緻、深度、休閒規劃阿里山特色產業、部落文化、生態體驗為主軸推出經典主題遊程。

計畫工項：規劃至少3條遊程，並完成踩線(至少2天1夜)、至少完成500人次體驗(至少35梯次)、辦理記者會1場、宣傳影片製作2支、活動資訊推廣(包含平面媒體至少2則、網路媒體至少30則、至少20間旅行社平台販售遊程、於臺北捷運車廂張貼海報至少10張、阿里

山EASY GO電商平台露出。

(4)計畫效益：

COVID-19疫情衝擊台灣旅遊業，造成旅遊業一片蕭條。政府一連串的安心旅遊政策促進國旅市場，過程中發現傳統團體旅遊模式或大景點已經不再滿足消費者需求。而小眾特色遊程體驗、自然生態、部落文化等小眾、精緻旅遊型態相對吸引消費者。基於這種趨勢，結合大阿里山的旅遊資源及產業，透過精緻的包裝和密集行銷大阿里山吃、玩、買、住。

- 商家輔導家數：40家(包含旅行社、旅宿餐飲和相關體驗業者)
- 遊程上架情形：阿里山輕旅饗宴，包含樂野部落原味探索2日遊、森林精靈美食禮讚2日遊、櫻姿豐花2日遊(季節限定)，由7家235地接旅遊聯盟、全國13處旅遊經銷站，以及阿里山EasyGo平台聯合銷售。
- 來訪遊客人數:139人次(截至110年5月銷售人次，因COVID-19疫情影響暫停銷售)
- 遊程觀光產值:101萬7,480元(截至110年5月觀光

產值）

8、110年家鄉・嘉箱遊憩商圈雙軌行銷營造計畫

(1)計畫期程：110年1月-110年9月

(2)計畫經費：997,250元

(3)計畫內容：

內容簡述:嘉義市商圈特色在於集合觀光休閒、文創輕旅行及古早味懷舊等元素混搭，因嘉義市地緣及城市特性緣故，商圈有著名老字號店家亦有青年創業的新生商號，且核心區域多有限制性單行道錯綜，對外地訪客而言要完整體驗嘉義市商圈的活力若無在地人帶領稍嫌困難，因此本計畫由嘉義市商圈發展協會推動，旨在透過完整徵選系統，協助商圈夥伴以規格化且系統化來提升商品力，並設計集合式包裹箱來用商品塑造嘉義市觀光圈的故事性。

計畫工項：徵選商圈特色好物至少10家、徵選系統商至少2家、好物抵嘉箱包裝設計、嘉倍券(實體券)設計至少1式並銷售至少200套、記者發表會及好物抵嘉箱

推廣活動至少1場、活動資訊推廣：至少50則、宣傳影片製作：1部。

(4)計畫效益：

促進阿里山國家風景管理處與嘉義市政府共同合作，致力推廣235區域觀光圈在地優質商家，並進一步透過「雲端經濟」店家共同經營品牌的方式來讓遊客可以一次性地購入精選組合，讓疫情時代能夠簡單購入名店商品，一次居家抗疫沒煩惱。

- 商家輔導家數：15家
- 輔導商品數量：45項
- 商品銷售產值：94萬4,549元

9、235・茶文化觀光行銷

(1)計畫期程：110年3月-110年6月

(2)計畫經費：537,600元

(3)計畫內容：

內容簡述：235・茶文化觀光行銷，以旅・食・茶文化之旅帶動阿里山茶與觀光產業，並以觀光產業 促進茶產業的行銷，提高茶產業的附加價值，為嘉義大阿里山觀光

產業串連一起行銷，讓阿里山茶文化產業豐富嘉義觀光旅遊業的內涵，同時觀光旅遊業也帶動阿里山茶產業的發展，開啟阿里山茶產業與觀光業者合作雙贏的規模經濟，進而促進阿里山茶文化產業與觀光旅遊產業的經濟蓬勃發展。

計畫工項：至少辦理遊程行銷活動2場次、媒合旅宿業與觀光體驗活動，邀請相關業者參與至少達25人次，並取得合作意向書、媒體行銷推廣至少5篇文章、創意商品研發乙式，至少100份。

(4)計畫效益：

由阿里山國家風景管理處-235觀光圈產業聯盟，以「前店後村」媒合產業及行銷端，於嘉義旅宿業者設置現代「旅。食。茶文化行動茶席體驗」，帶給旅人第一線接觸與感動，品茗真誠樸實茶湯滋味，進而延伸旅遊動線拜訪高山茶故鄉，縮短城鄉間距離，協助產業與食、宿、遊、購、行發展，共創235區域觀光發展與共榮。

- 29家(簽訂合作意向書)
- 茶席體驗行銷:採客製化於飯店官網露出(包含嘉

義智選假日酒店&蘭桂坊花園酒店）

- 來訪遊客人數：194人次
- 遊程觀光產值：450,080元

10、235咖啡旅遊建構案

(1)計畫期程：110年3月-110年11月

(2)計畫經費：3,462,000元

(3)計畫內容：

內容簡述：因應近來國旅活動的創新與轉型,本計畫希冀結合嘉義市區飯店及嘉義市市區的咖啡廳等合作夥伴,媒合更多屬於在地的特色觀光資源，重新定義屬於阿里山咖啡的深度國內旅遊，期望帶給旅客更多優質的旅遊新選擇。

計畫工項：盤點咖啡產業觀光資源、嘉義咖啡小旅行專書100本、規劃3條體驗遊程、國旅觀光產業夥伴遊程踩線30位、邀請部落客12位體驗並於部落格及FB露出各1篇、宣傳影片製作3部、邀請12家媒體體驗並於該媒體通路露出1篇、遊程推廣結合8家旅館同業至少2500體驗人次、文創商品2款開發製作。

(4)計畫效益：

運用多元面向深度推廣阿里山精品咖啡，藉由串聯都會地區兩大觀光產業共同行銷，包含飯店與特色咖啡店業者，提供遊客體驗阿里山咖啡，進一步以專書撰寫大嘉義和阿里山地區關於咖啡產地、職人、店家等，提供遊客一覽阿里山咖啡費力，進而開啟咖啡探索旅程的未來。商家輔導家數：50家

- 來訪遊客人數：2,704人次
- 遊程觀光產值：627萬3,280元

《大草嶺觀光圈分項計畫內容》

1、大草嶺區域觀光發展聯盟計畫

(1)計畫期程：109年7月至110年6月

(2)計畫經費：2,097,003元

(3)計畫內容：

內容簡述：草嶺地區為雲林縣山地自然景觀之重要發展區域，其以地質景觀為重點特色吸引遊客參訪，亦是遊客前往阿里山及竹山遊憩系統之旅遊中繼站，觀光圈有別於以往各縣市單打獨鬥，鄰近縣市與國家風景區管理處以共同生活圈的概念，互相支持結合成區域觀光發展聯盟，未來可整合行銷、經營區域性觀光旅遊品牌。

(4)計畫效益：

計畫初期，辦理大草嶺區域觀光發展產業聯盟成立大會，邀請在地協會、公共運輸業者、地方觀光主管機關等超過50位成員與會，透過區域聯盟，整合地方文化、生態、產業等各面向，以深化觀光

品質。透過大草嶺觀光發展產業聯盟產官學座談會，促進產官學的相互交流與經驗分享；計畫執行期間，共培育3位地方產業營運種子，輔導地方自主提案，持續推動草嶺觀光圈發展產業。

- 返鄉就業人數：16位(在地店家、協會、種子)
- 輔導提案件數：4件
- 跨區域參訪參與店家：14家
- 大草嶺區域聯盟大會與會人數：50位
- 大草嶺產官學座談會與會人數：50位

2、109年草嶺地區觀光產業特色店家風格形塑營造計畫

(1)計畫期程：110年1月-110年6月

(2)計畫經費：99萬2,250元

(3)計畫內容：

內容簡述：從地方共識訪談與意見蒐集開始，營造觀光體驗環境空間整體規劃，並進行產業空間改善施作，協助店家行銷宣傳。110年1月12日完成特色店家遴選說明會，110年5月底完成6家特色店家觀光氛圍營造。

計畫工項：6家特色店家進行觀光氛圍營造改善。

(4)計畫效益：

透過本次計畫改善草嶺街店的觀光氛圍，讓遊客能夠在第一眼可以清楚地知道店家的招牌與特色，建立草嶺新風貌，滾動草嶺新客群、增進遊客的旅遊意象及體驗價，進而吸引更多遊客停留消費值提升在地觀光收入。6家特色店家依序為：永利飯店、三斤特產、統嶺餐廳、統來油行、蘇家農場、喬咖啡農莊、草地樓（備取1）。

- 商家輔導家數：6家

3、「草嶺展虹霓」行銷推廣案

(1)計畫期程：109年9月-110年5月

(2)計畫經費：98萬0,451元

(3)計畫內容：

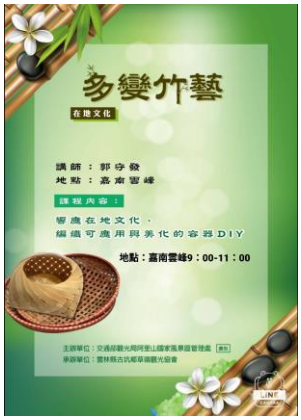
內容簡述：以人才培力為基底，並結合在地特色商店及物產，建立深度體驗模式，如季節性主題體驗活動遊程，另搭配創意行銷，輔助宣傳草嶺地質公園意象。

計畫工項：人才培力課程24小時、創意行銷活動規劃及遊程推廣至少3場次、網路露出至少10則以上、部落客踩線3名

(4)計畫效益：

- 人才培力課程

透過人才培訓辦理各式主題之課程，帶領大家共同學習、相互交流，課程內容豐富多元，包括地質美食、菌種DIY、草嶺地質導覽、草嶺蝴蝶認識、草嶺竹藝手作等。



- 第一場創意行銷活動及遊程推廣

109年12月31日舉辦「地質跨年曙光活動暨遊程推廣活動」，結合全國地質公園公協會及各人民團體共同舉行，並於110年1月1日，共同與全國各地地質公園網路連線，迎接110年第一道曙光。

- 第二場創意行銷活動及遊程推廣

110年3月1日辦理「山村市集音樂會」，市集結合地方體驗產業，包含咖啡體驗、苦茶油爆米花、茶席體驗等，市集額外創造約15萬元觀光產值，花林音樂會則由草嶺國小小朋友演奏小烏克麗麗，以及當地青年表演豎笛與參加活動民眾同樂。

- 第三場創意行銷活動及遊程推廣

110年5月1日辦理「歡螢來我家」活動，帶領遊客前往草嶺秘境觀賞螢火蟲，以及體驗手烘咖啡，當天活動內容大受遊客歡迎，好評不斷，於5月15日追加辦理第二場次，報名人數額滿但因疫情取消活

動，本次活動創造超過14萬元觀光產值。

- 遊程上架情形：東南旅行社、雄獅旅行社、易飛網等旅行社，推出雲林草嶺竹林廊道散策、五元兩角一日遊行程；KKDAY結合台灣好行推出雲林草嶺線二日遊車票(含雲林住宿)等行程商品。當地業者依季節性推出不同主題(螢火蟲、櫻花、竹藝、地質等)的創意活動。
- 來訪遊客人數：計畫舉辦活動報名(地質跨年曙光、山村市集音樂會、歡螢來我家)共計121位，及周邊相關遊程參與約6,000人次。
- 遊程觀光產值：地質跨年曙光約16萬元、山村市集音樂會約21萬元、歡螢來我家約38萬元

4、「草嶺櫻花季」記者會

(1)計畫期程：110年1月26日

(2)計畫經費：9萬9,750元

(3)計畫內容：

內容簡述：

大草嶺觀光圈擁有得天獨厚的自然生態環境，豐富的地質景觀，亦有多樣的花卉，如山茶花、李花、梅花、桃花、紫藤花、櫻花等，透過記者會宣傳大草嶺觀光圈多處賞花地點，讓遊客瞭解原來草嶺也可以欣賞春季百花姿態。

計畫工項：一場記者會

(4)計畫效益

此記者會是自921地震以來，草嶺觀光圈業者首次以櫻花為主題而辦理記者會，草嶺從冬末到春季都有不同種的花卉及樹種可以欣賞，山茶花、李花、梅花、桃花、紫藤花，而櫻花的種類更是多元，寒櫻、白花山櫻、山櫻花、八重櫻、富士櫻…等。記者會活動除了宣傳櫻花季，也推出在地農特

產展示，藉此宣傳咖啡、苦茶油、茶葉等在地農特產，活動媒體露出共計13則，大大提升草嶺觀光圈的曝光度。

- 商家輔導家數：5家(記者會展示攤位)
- 來訪遊客人數：櫻花季約1萬2,000人次
- 遊程觀光產值：櫻花季期間周邊交通接駁導覽、住宿、餐飲等觀光產業，創造超過180萬觀光產值。

《大阿里山觀光圈分項計畫內容》(請依據(四)已結案計畫分項逐案說明)

1、110年阿里山EASY GO電商平台建構案~大阿里山觀光發展產業聯盟成立大會

(1)計畫期程：108年1月至110年12月

(2)計畫經費：新臺幣30萬元(歷年計畫經費共計924萬4,174元)

(3)計畫內容：本處於107年完成電子旅遊套票網站建置，此電商平臺以「阿里山 EASY GO」為名，續邀

集轄區 300 餘家業者共同參與，於 108 年 3 月 28 日正式成立大阿里山產業聯盟，營運維持 200 餘項阿里山嚴選商品(含食、宿、遊、伴手禮、導覽服務等)於平臺銷售，並透過商品的外語翻譯(中、英、日、韓文版)及搭配不同產品的行銷策略，讓國內外遊客透過此平臺，輕鬆便利的選購阿里山專屬且優質的商品及體驗遊程。本計畫持續培育在地營運種子人才、由在地營運種子輔導上架之機制、多媒體行銷設計推廣與銷售、系統持續維運及優化、建立永續自主營運機制等；培養在地業者透過網站銷售開闊國際知名度，並至國內外旅展推廣「阿里山 EASY GO」，讓更多人透過電子旅遊平臺購買屬於自己的阿里山遊程及特色伴手禮。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：300家
- 遊程上架情形：222項(包含75條主題遊程、12項特色體驗、7項美食、21項票券、3項美食+票券、62項伴手禮-茶、28項伴手禮-咖啡、7項

手工藝品、7項住宿套票、5項農特產、2伴手禮）

- 返鄉就業人數：150人
- 遊程觀光產值：108年銷售套票數1萬155套，銷售額1,180萬3,579元，109年銷售套票數2萬4,060套，銷售額1,245萬3,384元，110年1月至9月銷售套票數5萬5,339套，銷售額1,007萬6,809元；總計銷售套票數8萬9,554套，總銷售額3,433萬4,173元。

2、109年度阿里山山脈觀光產業聯盟品牌工作坊計畫案

(1)計畫期程：109年8月至110年3月

(2)計畫經費：新臺幣231萬元整

(3)計畫內容：為豐富觀光資源，協力合作打造強而有力的觀光品牌訊息，本計畫透過工作坊的形式擬定品牌策略，引導大阿里山產業聯盟、235區域觀光發展產業聯盟及大草

嶺區域觀光發展產業聯盟之觀光業者認識聯盟及業者屬性定位、充實聯盟及業者品牌實力、展現聯盟及業者品牌風格的全套流程，使全聯盟各產業夥伴具備一致的目標、一致的流程、一致的方法、團結一致的型塑區域觀光品牌產業風格，呈現聯盟最好的觀光品牌形象及獲得區域觀光的最大效益。

(4)計畫效益：

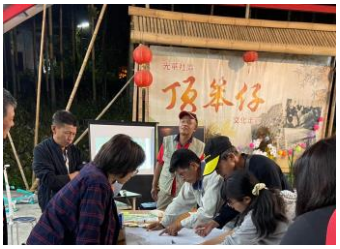
- 完成執行「觀光品牌風格形塑」、「觀光品牌氛圍營造」、「觀光品牌體驗劇本」及「觀光品牌綜合工作坊」等共16場次工作坊，計370人次參與。
- 商家輔導家數：370家

3、光華地區三古五星探索旅程行銷推廣計畫

(1)計畫期程：109年9月至110年5月

(2)計畫經費：新臺幣99萬4,672元

(3)計畫內容：為讓光華社區生態旅遊得以更加精彩豐富和永續，藉由計畫工作坊及技能培訓課程，提高當地生態達人的導覽技能，並增加茶文化的認識，增加旅程豐富多樣性；並以當地特有生態資源結合在地產業辦理創意聚焦行銷活動，並以生態、精緻、深度體驗為主軸推廣經典遊程。



(4)計畫效益：

- 結合社區茶席文化、生態導覽、季節性在地產業，行銷推廣光華社區三古五星經典遊程，提供旅人更深入了解光華社區特色，導入社區農特產品置入性行銷，讓在地五星生態亮點持續發光，創新社區生態觀光發展契機。
- 商家輔導家數：17家
- 遊程上架情形：1條
- 來訪遊客人數：約9,000人
- 返鄉就業人數：3人
- 遊程觀光產值：2,088萬元

4、與嘉義縣番路鄉公所共辦「2020番路鄉柿子節活動」

(1)計畫期程：109年10月17日至18日

(2)計畫經費：新臺幣20萬元

(3)計畫內容：運用番路鄉觀光資源特色，營造「柿子的故鄉在番路」的品牌形象，結合觀光產業與在地農特產品展售，實際行銷推廣在地農特產及在地美食。

(4)計畫效益：

- 來訪遊客人數：約2萬人
- 遊程觀光產值：4,640萬元

5、與嘉義縣阿里山鄉公所共辦「109年鄒族生命豆季系列」

(1)計畫期程：109年10月30日至11月1日

(2)計畫經費：新臺幣19萬9,312元

(3)計畫內容：運用阿里山鄉觀光資源特色，鄒族「生命豆季」系列活動是以鄒族集團婚禮為主軸，今年以「『鄒』一輩子」作為活動主題，取諧音「走一輩子」，飄滿愛情的香甜氣味及營造更浪漫唯美的活動氛圍，活動經行政院列入交通部觀光局所屬的觀光旗艦「原住民族系列活動」之一，原住民族委員會亦將其列入年度原住民族重大慶典活動之一，本活動結合阿里山部落人文、觀光、產業等資源，實際行銷推廣在地農特產、部落在地美食及部落觀光產業。

(4)計畫效益：

- 來訪遊客人數：約5,000人
- 遊程觀光產值：1,160萬元

6、與嘉義縣阿里山鄉公所共辦「2020年愛在阿里山X

達邦玉見你-愛玉季」

(1)計畫期程：109年10月9日至11日

(2)計畫經費：新臺幣19萬4,000元

(3)計畫內容：運用全臺愛玉最大的產地在阿里山鄉的觀光資源特色，結合muni音樂季樂舞展演及部落農特產品展售等，實際行銷推廣在地農特產、部落在地美食及部落觀光產業，讓遊客深度體驗鄒族部落文化魅力。

(4)計畫效益：

- 來訪遊客人數：3,000人
- 遊程觀光產值：696萬元

7、與嘉義縣阿里山鄉鄒族達邦庫巴文化發展協會共辦「鄒族達邦社109年homeyaya活動」

(1)計畫期程：109年7月26日至27日

(2)計畫經費：新臺幣6萬6,200元

(3)計畫內容：homeyaya(小米祭)主要祭祀掌管小米生長的粟女神，感謝祂對農作的照顧，並藉著祭典強化家族的凝聚力、傳承各氏族之關係、

氏族祭典文化永續發展。其活動內容有氏族分食文化再現、小米祭活動再現，深具文化意義及原民特色並可深化部落文化底蘊，對推廣部落文化旅遊具實質助益。

(4)計畫效益：

- 達邦部落為期二天的小米祭活動，首日為神聖的迎神儀式及氏族之間互訪，各家族秉持傳統的儀式，謙誠的完成各項傳統儀式，次日由部落耆老講述小米祭的文化課程，讓10位年輕族人傳承了小米祭傳統儀式文化，深化部落文化底蘊。

8、與嘉義縣阿里山鄉樂野社區發展協會共辦「2020樂野社區產業節聯合市集暨muni音樂季」

(1)計畫期程：109年10月2日至3日

(2)計畫經費：新臺幣7萬元

(3)計畫內容：運用樂野部落冠軍咖啡的觀光資源特色，結合muni音樂季樂舞展演、部落農特產品展售、及不插電咖啡體驗、射箭體驗、品茶趣猜體驗活動等，實際行銷推廣在地農特產、部落在地美食及部落觀光產業，讓遊客深度體驗鄒族部落文化魅力。

(4)計畫效益：

- 來訪遊客人數：約5,000人
- 遊程觀光產值：1,160萬元

9、109年山美寶島鯛魚節之地方產業推廣行銷

(1)計畫期程：109年11月7日至8日

9月

(2)計畫經費：新臺幣4萬8,600元

(3)計畫內容：與嘉義縣阿里山鄉山美社區發展協會共同於達娜伊谷自然生態園區辦理，本活動安排鄒族捕魚方式及搗麻糬體驗，讓遊客親身體驗傳統生活的樂趣及分享部落共同保育鯝魚生態之觀念，並展售鄒特色文化手工藝品、農特產品等特色商品，分享鄒族文化之美，促進嘉129線鄒族部落觀光、生態旅遊與地方產業行銷發展。

(4)計畫效益：

- 來訪遊客人數：2,600人
- 返鄉就業人數：120人
- 遊程觀光產值：6,032,000 元

10、與梅山鄉公所共辦109年度嘉義縣梅山鄉「2020台三明珠梅山亮起來」產業、觀光、文化活動

(1)計畫期程：109年11月14日至15日

(2)計畫經費：新臺幣74萬5,272元

(3)計畫內容：阿里山擁有豐富的自然資源，除茶產業已具有高知名度，咖啡更是近年極具潛力之作物，本次計畫透過辦理製茶、茶藝體驗活動、咖啡豆手搖烘培體驗活動推廣在地農產，並透過攝影照片展覽融合在地美景，推廣深度旅遊新去處，為地方創造旅遊商機，帶動地方經濟。

(4)計畫效益：

- 來訪遊客人數：7,500人
- 遊程觀光產值：1,740萬元

11、與嘉義縣梅山鄉農會共辦嘉義縣阿里山高山茶109年度冬季優良茶競賽暨展售促銷活動

(1)計畫期程：109年10月至109年12月

(2)計畫經費：新臺幣9萬9,000元

(3)計畫內容：為提高嘉義縣高山茶知名度及拓展消費市場，並提升茶農茶樹栽培及製茶技術，以增進成茶品質，建立優良品牌，透過本計畫辦理109年冬茶競賽及辦理展售促銷活動，多元化行銷推廣管道。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：約500家
- 來訪遊客人數：約2,000人
- 返鄉就業人數：100人
- 遊程觀光產值：464 萬元

12、 與嘉義縣阿里山鄉茶山社區發展協會共辦「109年茶山hufu涼亭節產業系列活動」

(1)計畫期程：109年11月28日至29日

(2)計畫經費：新臺幣9萬5,000元

(3)計畫內容：運用茶山部落鄒族、漢人及布農族三族共榮的發展出的分享文化、運用當地自然資源開發的取火傳說體驗活動，以及結合部落觀光資源特色，遊客透過部落巡禮、hufu尋奇、美食品嚐、農特產展售、取火傳說體驗、勇士之路闖關等活動，深度體驗茶山部落hufu分享文化，對實際行銷推廣在地農特產、部落在地美食及部落觀光產業，讓遊客深度體驗鄒族部落文化魅力。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：10家
- 遊程上架情形：1條遊程
- 來訪遊客人數：約1,000人
- 返鄉就業人數：7人
- 遊程觀光產值：232 萬元

13、與嘉義縣梅山鄉太平社區發展協會共同辦理「賞太平2020一抹紅霞迎太平2021雲采飛揚」

(1)計畫期程：109年12月31日至110年1月1日

(2)計畫經費：新臺幣9萬6,000元

(3)計畫內容：透過每年辦理賞一抹紅霞活動，結合茶席體驗、竹樂團、管弦樂團表演、漫步太平老街、夜登太平雲梯等活動吸引遊客深度探索太平之美，感受太平社區的產業多樣化及社區再生活力，並建立太平觀光品知名度，推廣深度旅遊新去處，為地方創造旅遊商機，帶動地方經濟。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：10家
- 遊程上架情形：1條遊程
- 來訪遊客人數：6,200人
- 返鄉就業人數：30人
- 遊程觀光產值：1,438萬4,000元

14、藝文創意竹編DIY研習課程活動

(1)計畫期程：110年2月17日至3月17日

(2)計畫經費：新臺幣9萬5,000元

(3)計畫內容：透過藝術的視角將社區特色「茶產業」提升到美學的境界，提升茶席擺設之美感，同時能讓遊客在體驗茶道之餘，欣賞在地藝術的美學，

透過藝文創意課程，將產業經營多元化，不僅賣茶，也推出不同DIY體驗活動並販售周邊商品，增加仁和社區之觀光行銷效益，亦可永續推廣社區之茶藝文化。

(4)計畫效益：

- 本培訓課程共20小時，培訓社區茶產業相關夥伴共20位，參與研習後充分運用學以致用，達到觀光產業人才培植效益。
- 商家輔導家數：20家。

15、 部落文創觀光產業活動

(1)計畫期程：110年1月1-3日

(2)計畫經費：新臺幣99,000元整

(3)計畫內容：鄒族部落的鞣皮、藤編、竹編、皮雕、織品、木雕…等工藝文創商品，在創新設計技術與工法皆呈現傳統文化特色內涵，透過與逐鹿部落合作，共同辦理部落文化創意觀光產業活動，結合部落特色店家、原民部落藝術家及各地文創工作者，共同營造以「梅花鹿」、「動物」、「森林」、「原住民」為主題營造逐鹿部落「一鹿玩到底」之意象氛圍，讓遊客在逐鹿部落旅遊，感受到整體環境氣氛質感更豐富及活躍。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：15家
- 遊程上架情形：1條遊程
- 來訪遊客人數：3,500人
- 返鄉就業人數：10人
- 遊程觀光產值：812萬元

16、嘉義縣阿里山鄉豐山社區磐石節活動計畫

(1)計畫期程：110年1月10日

(2)計畫經費：新臺幣5萬元

計畫內容：豐山聚落俗稱石鼓盤，先民取大地石材砌成一畦畦層疊的梯田，築屋造舍舖院落，拓墾而成，豐山風景自然天成，發展出『石泉食美』聚落，『石泉』指溪流與飛瀑，蔚為大觀，有全國特色的「滴水成金」，閃耀天造地色的光芒。『食美』指石鼓盤出產的愛玉、蜂蜜、蔗糖、竹筍等美食。運用觀光帶動產業發展行銷，推廣地方多元觀光產業，讓遊客認識豐山自然天成之景色，促進在地觀光永續發展。

(3)計畫效益：

- 來訪遊客人數：500人
- 遊程觀光產值：116萬元

17、以茶入菜-茶餐體驗班課程

(1)計畫期程：110年1月18日至19日

(2)計畫經費：新臺幣6萬4,400元

(3)計畫內容：大阿里山地區擁有得天獨厚的自然生態環境，孕育出的優質高山茶，近幾年社區夥伴配合茶旅達人培訓及四季茶旅觀光行銷活動，吸引諸多遊客前來攬勝，本計畫「以茶入菜」以培訓社區餐飲及民宿業者為主軸，使茶文化更深入在地餐飲特色，激盪出研製專屬在地創意特色茶餐，提供遊客多元味蕾饗宴，帶動在地觀光產業發展。

(4)計畫效益：

- 本培訓課程共16小時，培訓社區餐飲相關夥伴共22位，參與研習後充分運用學以致用，達到觀光產業人才培植效益。
- 商家輔導家數：22家

18、三月~我和春櫻的傾城時光

(1)計畫期程：110年3月5日

(2)計畫經費：新臺幣152,750元整

(3)計畫內容：在2020年金獅社區櫻色茗香吸引眾多慕名而來的遊客，為金獅村攢美更多溫柔山水風采，為永續著「一抹茶香，一山櫻花酡紅」與櫻花共茗的美好時光，結合茶席及音樂饗宴，行銷金獅村的傳統紙寮文化、出水坑的幸福步道與觀音瀑布串連成的亮麗旅遊行程，讓遊客不再只是過客，吸引多佇留些時間，慢慢品味金獅村靜謐質樸的雲水風華。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：3家
- 遊程上架情形：1條遊程。
- 來訪遊客人數：500人
- 返鄉就業人數：5人
- 遊程觀光產值：116萬元

19、石棹地區「大地茶點－佐茶品食旅遊行銷推廣計畫」

(1)計畫期程：110年2月至9月

(2)計畫經費：新臺幣99萬7,500元

(3)計畫內容：石棹地區以茶葉為主要產業，近來所種植的咖啡品質優異，深受民眾喜愛，已成為另一項重要的產業，隨著當地觀光日益發展及茶藝文化舉辦活動頻繁，透過以咖啡、茶為茶食、茶點素材，辦理茶食、茶點製作培訓課程，開發出專屬於在地的茶食點心，增加遊客味覺享受，並包裝成地方特色伴手禮商品，增加產業收益；另搭配茶點食盤陶藝製作及大地花藝布置等培訓課程，增加美學素養；再藉由跨區參訪交流特色店家-茶食、茶點及盤飾與餐飲服務，提升在地觀光產業整體之服務品質。

(4)計畫效益：

本培訓課程共30小時，培訓社區觀光產業相關夥伴

共15位，參與研習後充分運用學以致用，達到觀光產業人才培植效益。

- 商家輔導家數：15家
- 返鄉就業人數：5人

20、鄒族特富野社110年度mayasvi傳統文化祭典系列計畫

(1)計畫期程：110年1月至2月

(2)計畫經費：新臺幣9萬6,000元

(3)計畫內容：鄒族mayasvi祭典為鄒族最古老及重要祭典，它所連繫的是各家族的傳統社會階級分工制度，以及承載的祭祀內容包括與神靈之間的聯繫、各家族的結合、過去歷史所展現的英勇事蹟以及部落男子與會所之間的連接為mayasvi最重要特色；透過祭典練唱教育，讓年輕族人真正瞭解祭典深沉的涵意，許多的禁忌以及歷史內容，都記載著先人的智慧，青年人在祭典參與當中學習文化，更瞭解祭

典的意義，達到文化永續傳承的目的，以及增加部落文化觀光之底蘊。

(4)計畫效益：

本計畫mayasvi傳統文化祭儀培訓課程共56小時，培訓部落夥伴共30位，參與研習後充分運用學以致用，達到觀光產業人才培植效益。

- 商家輔導家數：30家
- 返鄉就業人數：3人

21、新住民茶旅達人培訓班第一期

(1)計畫期程：110年3月5日至26日

(2)計畫經費：新臺幣9萬5,500元

(3)計畫內容：本培訓係結合新住民與阿里山茶文化觀光產業資源特色，透過茶旅達人培訓新住民學習在地茶葉產業文化，推廣在地茶葉產業文化，並結合新住民與阿里山社區特色，走入社區發揮力量，吸引遊客前來品茶及遊覽，促進茶產業的發展，共同推廣阿里山的茶文化觀光產業，也讓臺灣民眾瞭解新住民，

體驗不同文化。

(4)計畫效益：

本培訓課程共32小時，培訓社區餐飲相關夥伴共19位，參與研習後充分運用學以致用，達到觀光產業人才培植效益。

- 商家輔導家數：12家

22、大阿里山、235區域及大草嶺觀光圈產業風格形塑暨推廣成果案

(1)計畫期程：110年3月至8月

(2)計畫經費：新臺幣280萬元

(3)計畫內容：本計畫係透過資源盤點，串連三大觀光圈，發展區域性觀光旅遊品牌，創造更多觀光旅遊體驗與產值，並奠基於區域觀光產業提升角度，進行推廣及行銷包裝，強化觀光服務與整體環境美學為主軸，結合本處成立20

年來觀光發展歷程之成果、「茶、咖啡、鐵道、原民、生態、浪漫」六大旅遊主題之推廣及展售活動，以及尋寶遊戲以串連各景點，創意呈現成果展。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：6家
- 遊程上架情形：2條遊程。
- 來訪遊客人數：171人
- 返鄉就業人數：6人
- 遊程觀光產值：39萬6,720元

23、110年阿里山咖啡旅遊推廣案

(1)計畫期程：110年1月至9月

(2)計畫經費：新臺幣179萬389元

(3)計畫內容：阿里山咖啡的優異品質，已被公認為全國品質最佳的產區，農民平均種植水準與後處理技術亦是全台最高。為提升阿里山咖啡產區在臺灣

大眾市場與國際市場的深度及廣度，藉由咖啡生豆後製邀請賽、阿里山莊園咖啡精英交流賽暨生豆媒合會、阿里山咖旅達人培訓、咖啡主題館等系列活動，吸引臺灣民眾與國際買家更多關注，透過咖啡旅遊推廣，提高阿里山咖啡產區的經濟產值。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：50家
- 來訪遊客人數：120人
- 返鄉就業人數：20人
- 遊程觀光產值：327萬8,400元

24、茶文化觀光精品級旅遊推廣活動

(1)計畫期程：110年3月8日

(2)計畫經費：新臺幣9萬9,000元整

(3)計畫內容：策劃一個融合阿里山自然地景，營造時尚現代感的氛圍，推出茶之旅精品級旅遊，藉由在地青年茶旅達人洪

崇倫策展，結合其參加2020年「第三屆世界茶葉大賽」法國AVPA獲獎的限量烏龍茶及紅茶茶款，辦理1場次發表會活動，並將限量獲獎商品上架至阿里山EASY GO電商平臺，透過多元化行銷方式，提升茶文化觀光產業經濟效益，爲阿里山茶之旅精品級旅遊開啟序幕。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：3家
- 遊程上架情形：2項商品
- 來訪遊客人數：100人
- 返鄉就業人數：3人
- 遊程觀光產值：23萬2,000元

25、「隅夷處・耀瑞峰」旭初音樂會行銷活動

(1)計畫期程：110年1月1日

(2)計畫經費：新臺幣14萬7,000元

(3)計畫內容：阿里山有「五奇」-日出、雲海、森林、晚霞、鐵道，其中又以日出最具代表性;位於境內的瑞峰村舊名生毛樹，因此處可見太陽自山後躍出，曙光乍現祥瑞萬千之景色，而命名為「瑞峰」，在瑞峰的「1314觀景台」諧音「一生一世」吸引各地遊客到此地見證堅貞的愛情共度一生一世的浪漫，觀景台更有著360度環繞茶園美景寬闊的視野，遊客除了觀賞日出外更享受居高臨下茶園美景；【隅夷處·耀瑞峰】旭初音樂會，在美麗樂章瀰漫在天地之間迎接2021年第一道曙光，沁人心扉，藉由活動行銷瑞峰1314觀景臺成為大家迎接曙光見證一生一世浪漫愛情的首選好景點。

(4)計畫效益：

- 商家輔導家數：5家
- 來訪遊客人數：1,000人
- 返鄉就業人數：5人
- 遊程觀光產值：232萬元

（三）　跨域合作推動情形：

《235區域觀光圈跨域合作推動情形》

1、前店後村－235區域觀光圈與阿里山觀光資源連結合作

阿里山國家風景區，景區環境與觀光資源豐厚，近年來並以「生態、原民、浪漫、茶、咖啡、鐵道」六大主題呈現山區觀光特色，帶動產業耕耘深度體驗(如製茶、手作、茶席等)；235區域觀光圈內涵蓋嘉義縣市20個觀光公協會，並主要以嘉義市區為核心地區，區內為商業密集之地，其餐飲美食、飯店、觀光旅行業甚多。且235區域觀光圈緊鄰阿里山國家風景區，位處交通重要樞紐，並以台鐵、高鐵及林鐵(阿里山森林鐵路)貫穿其中。

「前店後村」(推動嘉義市區作為觀光展銷基地，景區則為產地資源孕育中心)，以235區域觀光圈作為前店(市場)，阿里山國家風景區則為後村(產地)，透過市場與產地之間的互助合作、相互結盟，建立實質合作的新模式，以行銷平台、共同推廣在地獨創商品/遊程為目標，採取前店（共同行銷窗口）後村（生產基地）的合作模式，開發三新（新客源、新通路、新商品）與消費者建構新互動

模式，互助合作、共創商機，擴大與延伸大阿里山觀光旅遊之品牌。

而為了維護共同行銷平台，「前店後村」實質合作過程也採取開發「三新」的觀念，也就是針對新客源、新通路、新商品，與消費者建構新虛實互動模式，如：體驗活動、農產認養、社區支持型農業…等，以共同呈現互助合作、共創前店（共同行銷窗口）後村（生產基地）的網路商機合作模式。

235 區域觀光圈連結阿里山觀光資源之計畫，彙整如下：

序號	執行單位	計畫名稱	計畫經費	跨域連結概要
1	嘉義市觀光協會	2020 年嘉義觀光產業市集	985,000	由嘉義市觀光協會行銷推廣嘉義市甜蜜產業及阿里山咖啡、高山茶，運用『前店後場』為概念模式，向旅客介紹大嘉義的特色，製造深度觀光休閒機會
2	嘉義縣旅行商業同業公會	台 18 經典遊程觀光推廣計畫	987,440	由嘉義縣市兩大旅行商業同業公會共同攜手，以地接角色，梳理與創新阿里山台 18 線周邊社區與部落觀光資源，並強化創新(如秘境)與差異性(如特色美食)體驗，豐富與強化區域遊程
3	嘉義縣茶文化協	235‧茶文化觀光	537,600	為推動 235 區域聯

	進會	行銷		盟成員內資源整合、結合跨領域產業，帶動主題茶席規劃與執行，增加跨域加值效益。由嘉義縣茶文化協進會聯合嘉義市旅館商業同業公會，以前店後村模式推廣阿里山茶文化。
4	一粒沙行銷管理顧問有限公司 (合作單位：嘉義市旅館商業同業公會)	235 咖啡旅遊建構案	3,462,000	因應近來國旅活動的創新與轉型，藉由阿里山咖啡莊園聯手嘉義市區飯店、咖啡廳，媒合開創在地的特色觀光資源，重新定義屬於阿里山咖啡的深度國內旅遊，帶給旅客更多優質的旅遊新選擇

2、府際合作－與林務局、嘉義縣市政府聯手行銷235區域觀光圈

235區域觀光圈（太保至嘉義市）緊鄰阿里山國家風景區，區內交通運輸設有三鐵(高鐵、臺鐵、林鐵)車站，包含嘉義火車站、嘉義高鐵站、阿里山林業鐵路；以嘉義市為觀光核心區，向東可銜接至阿里山旅遊系統，向西則可串聯雲嘉南濱海旅遊系統，身兼入口門戶、交通節點以及轉運核心地區；行政資源則包含嘉義縣政府、嘉義市政府以及行政院農業委員會林務局阿里山林業鐵路及文化

資產管理處(林鐵處)。

阿里山國家風景區管理處建置觀光圈平台，推動235區域觀光發展聯盟與跨縣市、跨部會合作，打破行政隔閡共同推動區域觀光亮點，帶動地方產業發展與推廣，並聯合在地文化、產業特色、環境資源與觀光需求等，化為區域觀光發展的基底，創造更多行政資源的挹注，擴大行銷與媒體效益，共同開創235區域觀光圈的魅力彰顯。

235 區域觀光圈府際合作之計畫，彙整如下：

序號	執行單位	計畫名稱	計畫經費	合作概要
1	嘉義市觀光協會	2020 年嘉義觀光產業市集	985,000	產業市集合作說明: 林鐵處:檜木列車活動日專車行駛(嘉義車站至北門驛)、北門驛站前廣場市集辦理
2	嘉義市商圈文化促進協會	109 年度「桃城嘉宴」整合嘉義美食觀光文化計畫宣傳影片拍攝案	98,900	桃城嘉宴合作說明: 1、 嘉義市政府:文化局補助在地藝文團體阮劇團現場演出、觀光新聞處協助媒體露出與報導 2、 林鐵處:北門驛站前廣場辦桌活動辦理
3	嘉義市旅館商業同業公會	2020 年在嘉珍美行銷推廣計畫	997,500	在嘉珍美古董車嘉年華會合作說明： 1、 嘉義市政府:協助古董車城市

				巡禮站點及交通規劃與安全導引,包含嘉義市立美術館、市府、市議會等,以及媒體露出與報導 2、 嘉義縣政府:延續古董車嘉年華會,於嘉義博茶會辦理古董車會活動,擴大活動效益
4	嘉義市旅館商業同業公會	2021年嘉義市單車旅建構案	990,000	聯合嘉義市政府及嘉義市 YouBike 2.0(公共自行車)共同推廣 235 區域慢活、慢行觀光發展
5	嘉義市商圈文化促進協會	110年家鄉·嘉箱遊憩商圈雙軌行銷計畫	997,250	家鄉嘉箱者會合作說明:嘉義市政府:觀光新聞處協助媒體露出與報導
6	嘉易創中心 (合作單位:嘉義市商圈文化促進協會)	「台味抵嘉」計畫	995,275	台味抵嘉記者會合作說明:嘉義市政府:觀光新聞處協助媒體露出與報導

《大草嶺觀光圈跨域合作推動情形》

1. 大草嶺觀光圈與水保局相關提案

近年來大草嶺地區旅遊型態大多以產業體驗型態為主，由在地業者透過管道或通路招攬遊客，並以接駁方式載送至草嶺地區各遊憩景點，包辦導覽解說、體驗苦茶油製作及提供餐飲服務。業者以中小型巴士全程服務遊客方式，形成草嶺地區另一種新型態的遊憩方式，為提升觀光圈的整體服務品質，及周邊環境之吸引力，觀光圈除了自主經營外，也需要各主管機關的支持及整合，才能將更好的服務提供給遊客，因此在地方農特產品（咖啡、苦茶油、茶葉等）、地方主題活動(竹藝、生態等)、景點周邊環境優化(形塑具美感的景觀)，都與水土保持局有良好的跨域合作成效。

提案單位	提案內容	協調金額
石壁社區發展協會	主要修繕五元二角旁的竹炭窯	56 萬
草嶺社區發展協會	漫遊古坑生態暨生產地景區域亮點計畫 **竹佈草嶺 任我行** 主要為景觀規劃設計(竹工藝體驗規劃、竹藝伴手禮製作)	20-50 萬
草嶺社區發展協會	漫遊古坑生態暨生產地景區域亮點計畫 **化石畫竹畫草嶺** 主要為文化保存與活動規劃(草嶺耆老歷史繪本製作)	10 萬
草嶺社區發	漫遊古坑生態暨生產地景區域亮點計畫	40 萬

展協會	**2021 雲林縣草嶺社區咖啡產業展售推廣活動** 主要為產業行銷推廣(將草嶺農特產至市區百貨推廣行銷)	*此案有外案輔導團隊協助
水保局南投分局	區域亮點工程計畫(競爭型) 主要改善五元二角區域	900 萬

《大阿里山觀光圈跨域合作推動情形》

1. 大阿里山產業聯盟(管理處)與各級政府及地方公協會，跨組織之合作

在大阿里山觀光區聯盟藉由公私部門合力推動區域觀光發展，持續推廣阿里山「茶、咖啡、鐵道、原民、生態、浪漫」等六大主題旅遊，並藉由整合各級政府與地方公協會資源，以創新永續思維及發展策略，提升觀光整體服務品質，推出精緻且多元之旅遊商品及遊程，共同推動阿里山觀光產業發展與行銷推廣之效益。以下為與各級政府及地方公協會跨組織之合作之案件：

序號	案件名稱	廠商或執行單位	經費分攤	總計經費
1、	與嘉義縣番路鄉公所共辦「2020 番路鄉柿子節活動」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	200,000	970,000
		嘉義縣政府	250,000	
		嘉義縣番路鄉公所	520,000	

序號	案件名稱	廠商或執行單位	經費分攤	總計經費
2、	與嘉義縣阿里山鄉公所共辦「109 年鄒族生命豆季系列」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	199,312	3,916,472
		行政院經濟部水利署	2,994,207	
		原住民族委員會	199,400	
		行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	30,000	
		嘉義縣政府	200,000	
		嘉義縣阿里山鄉公所	293,553	
3、	與嘉義縣阿里山鄉公所共辦「2020 年愛在阿里山 X 達邦玉見你-愛玉季」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	194,000	970,000
		行政院經濟部水利署	300,000	
		原住民族委員會	194,000	
		嘉義縣政府	200,000	
		嘉義縣阿里山鄉公所	100,000	
4、	與嘉義縣阿里山鄉鄒族達邦庫巴文化發展協會共辦「鄒族達邦社 109 年 homeyaya 活動」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	66,200	326,200
		嘉義縣阿里山鄉鄒族達邦庫巴文化發展協會	260,000	
5、	與嘉義縣阿里山鄉樂野社區發展協會共辦「2020 樂野社區產業節聯合市集暨 muni 音樂季」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	70,000	573,400
		原住民族委員會	150,000	
		行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	15,000	
		嘉義縣政府	20,000	
		嘉義縣阿里山鄉公所	60,000	
		嘉義縣阿里山鄉樂野社區發展協會	258,400	
6、	109 年山美寶島鯽魚節之地方產業推廣行銷	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	48,600	510,176
		經濟部水利署南區水資源局	20,000	
		行政院農業委員會林務局	24,000	

序號	案件名稱	廠商或執行單位	經費分攤	總計經費
		嘉義縣政府	20,000	
		嘉義縣阿里山鄉公所	60,000	
		嘉義縣阿里山鄉山美社區發展協會	287,576	
7、	與梅山鄉公所共辦109年度嘉義縣梅山鄉「2020台三明珠梅山亮起來」產業、觀光、文化活動	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	745,272	1,733,191
		行政院農業委員會水土保持局南投分局	200,000	
		嘉義縣政府	200,000	
		嘉義縣梅山鄉公所	587,919	
8、	與嘉義縣梅山鄉農會共辦嘉義縣阿里山高山茶109年度冬季優良茶競賽暨展售促銷活動	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	99,000	4,121,037
		嘉義縣政府	1,000,000	
		嘉義縣梅山鄉農會	3,022,037	
9、	與嘉義縣阿里山鄉茶山社區發展協會共辦「109年茶山hufu涼亭節產業系列活動」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	95,000	637,516
		行政院農業委員會	338,320	
		行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	30,000	
		嘉義縣政府	50,000	
		嘉義縣阿里山鄉公所	60,000	
		嘉義縣阿里山鄉茶山社區發展協會	64,196	
10、	與嘉義縣梅山鄉太平社區發展協會共同辦理「賞太平2020一抹紅霞迎太平2021雲采飛揚」	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	96,000	125,600
		嘉義縣梅山鄉太平社區發展協會	29,600	
11、	三月~我和春櫻的傾城時光	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	152,750	181,750

序號	案件名稱	廠商或執行單位	經費分攤	總計經費
		嘉義縣竹崎鄉公所	29,000	
12、	鄒族特富野社 110 年度 mayasvi 傳統文化祭典系列計畫	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	96,000	901,371
		原住民族委員會	188,006	
		行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	50,000	
		經濟部水利署南區水資源局	20,000	
		嘉義縣政府	100,000	
		阿里山鄉公所	100,000	
		嘉義縣鄒族庫巴特富野社文化發展協會	347,365	
13、	新住民茶旅達人培訓班第一期	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	95,500	123,525
		嘉義縣新住民茶藝協會	28,025	
合計				15,090,238

1. 大阿里山聯盟(管理處)與地方公協會之合作

本處與在地公協會合作推動在地經典且深度觀光產業發展策略，藉由盤點各社區觀光資源，運用阿里山「茶、咖啡、鐵道、原民、生態、浪漫」等六大旅遊主題，深掘專屬當地特色之觀光資源，結合返鄉青年創新思維傳承當地產業，傳遞

在地豐富人文及歷史底蘊，提升觀光文化深度，賦予旅遊服務及商品更精緻化、優質化及深度化，以發展在地特色及創新永續為方向，營造遊客感動的體驗氛圍，共同推動阿里山觀光產業發展與行銷推廣之效益。以下為與地方公協會合作之案件：

序號	案件名稱	廠商或執行單位	經費
1、	藝文創意竹編DIY研習課程活動	嘉義縣梅山鄉仁和社區發展協會	95,000
2、	部落文創觀光產業活動	嘉義縣番路鄉逐鹿社區發展協會	99,000
3、	嘉義縣阿里山鄉豐山社區磐石節活動計畫	嘉義縣阿里山鄉豐山社區發展協會	50,000
4、	以茶入菜-茶餐體驗班課程	嘉義縣梅山鄉瑞里社區發展協會	64,400
5、	石棹地區「大地茶點－佐茶品食旅遊行銷推廣計畫」	嘉義縣阿里山鄉休閒農業發展協會	997,500
6、	110年阿里山咖啡旅遊推廣案	嘉義縣咖啡產業發展協會	1,790,389
7、	茶文化觀光精品級旅遊推廣活動	廣成茶業	99,000
8、	「隅夷處・耀瑞峰」旭初音樂會行銷活動	嘉義縣梅山鄉瑞峰社區發展協會、宇程創意整合有限公司、溫娣天使工作坊	147,000
合計			3,343,200

（四） 整體計畫經費：

序號	案件名稱	廠商或執行單位	決標或簽准日期	經費
1、	235(太保至嘉義市)區域觀光發展聯盟先期計畫委託案	禾拓規劃設計顧問有限公司	109.7.21	2,887,795
2、	大草嶺區域觀光發展聯盟啟動計畫	大城環境工程顧問有限公司	109.7.21	2,097,003
3、	109 年度阿里山山脈觀光產業聯盟品牌工作坊計畫案	系品有限公司	109.8.20	2,310,000
4、	2020 年嘉義觀光產業市集	嘉義市觀光協會	109.9.18	985,000
5、	109 年度「桃城嘉宴」整合嘉義美食觀光文化計畫宣傳影片拍攝案	嘉義市商圈文化促進協會	109.9.22	98,900
6、	2020 年在嘉珍美行銷推廣計畫	嘉義市旅館商業同業公會	109.10.20	997,500
7、	光華地區三古五星探索旅程行銷推廣計畫	文茗有限公司	109.9.18	994,672
8、	與嘉義縣番路鄉公所共辦「2020 番路鄉柿子節活動」	嘉義縣番路鄉公所、嘉義縣政府、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處	109.7.15	200,000
9、	與嘉義縣阿里山鄉公所共辦「109 年鄒族生命豆季系列」	嘉義縣阿里山鄉公所、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、經濟部水利署、原住民族委員會、嘉義縣政府、行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	109.7.15	199,312
10、	與嘉義縣阿里山鄉公所共辦「2020 年愛在阿里山 X 達邦玉見你-愛玉季」	嘉義縣阿里山鄉公所、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、經濟部水利署、原住民族委員會、嘉義縣政府	109.7.15	194,000
11、	與嘉義縣阿里山鄉鄒族達邦庫巴文化發展協會共辦「鄒	嘉義縣阿里山鄉鄒族達邦庫巴文化發展協會、交通	109.7.24	66,200

	族達邦社109年homeyaya活動」	部觀光局阿里山國家風景區管理處		
12、	與嘉義縣阿里山鄉樂野社區發展協會共辦「2020 樂野社區產業節聯合市集暨muni音樂季」	嘉義縣阿里山鄉樂野社區發展協會、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、原住民族委員會、嘉義縣政府、行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處	109.9.21	70,000
13、	109 年山美寶島鮭魚節之地方產業推廣行銷	嘉義縣阿里山鄉山美社區發展協會、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、經濟部水利署南區水資源局、行政院農業委員會林務局、嘉義縣政府、嘉義縣阿里山鄉公所	109.11.3	48,600
14、	與梅山鄉公所共辦109年度嘉義縣梅山鄉「2020 台三明珠梅山亮起來」產業、觀光、文化活動	嘉義縣梅山鄉公所、嘉義縣政府、行政院農業委員會水土保持局南投分局、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處(合辦)	109.10.22	745,272
15、	與嘉義縣梅山鄉農會共辦嘉義縣阿里山高山茶109年度冬季優良茶競賽暨展售促銷活動	嘉義縣梅山鄉農會、嘉義縣政府、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處(共辦)	109.10.23	99,000
16、	與嘉義縣阿里山鄉茶山社區發展協會共辦「109 年茶山hufu涼亭節產業系列活動」	嘉義縣阿里山鄉茶山社區發展協會、嘉義縣阿里山鄉公所、行政院農業委員會、嘉義縣政府、行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處(共辦)	109.11.12	95,000

17、	「草嶺展虹霓」行銷推廣案	雲林縣古坑鄉草嶺觀光協會	109.12.4	980,451
18、	109 年草嶺地區觀光產業特色店家風格形塑營造計畫	社團法人草嶺社區發展協會	109.12.3	992,250
19、	110 年度石壁風景區觀光環境維護案	雲林縣古坑鄉石壁社區發展協會	109.12.15	317,565
20、	109 年度石壁地區觀光環境服務設施優化	雲林縣古坑鄉石壁社區發展協會	109.12.29	544,635
21、	與嘉義縣梅山鄉太平社區發展協會共同辦理「賞太平2020一抹紅霞迎太平2021雲采飛揚」	嘉義縣梅山鄉太平社區發展協會、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處(共辦)	109.12.1	96,000
22、	藝文創意竹編 DIY 研習課程活動	嘉義縣梅山鄉仁和社區發展協會	109.12.15	95,000
23、	2021 年嘉義市單車之旅建構案	嘉義市旅館商業同業公會	109.12.31	990,000
24、	部落文創觀光產業活動	嘉義縣番路鄉逐鹿社區發展協會	109.12.18	99,000
25、	嘉義縣阿里山鄉豐山社區磐石節活動計畫	嘉義縣阿里山鄉豐山社區發展協會	110.1.5	50,000
26、	以茶入菜-茶餐體驗班課程	嘉義縣梅山鄉瑞里社區發展協會	110.1.7	64,400
27、	三月~我和春櫻的傾城時光	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、嘉義縣竹崎鄉金獅社區發展協會、溫娣天使工作坊、宇程創意整合有限公司;與嘉義縣竹崎鄉公所(共辦)	110.1.14	152,750
28、	「草嶺櫻花季」記者會	載地創藝股份有限公司	110.1.14	99,750
29、	石棹地區「大地茶點－佐茶品食旅遊行銷推廣計畫」	嘉義縣阿里山鄉休閒農業發展協會	110.2.24	997,500

30、	台 18 經典遊程觀光推廣計畫	嘉義縣旅行商業同業公會	110.1.18	987,440
31、	鄒族特富野社 110 年度 mayasvi 傳統文化祭典系列計畫	原住民族委員會、經濟部水利署南區水資源局、交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、行政院農業委員會林務局嘉義林區管理處、嘉義縣政府、嘉義縣阿里山鄉公所、嘉義縣鄒族庫巴特富野社文化發展協會	110.1.27	96,000
32、	新住民茶旅達人培訓班第一期	交通部觀光局阿里山國家風景區管理處、嘉義縣新住民茶藝協會	110.1.29	95,500
33、	110 年家鄉‧嘉箱遊憩商圈雙軌行銷營造計畫	嘉義市商圈文化促進協會	110.2.25	997,250
34、	「台味抵嘉」計畫	嘉易創有限公司	110.3.17	995,275
35、	235‧茶文化觀光行銷	社團法人嘉義縣茶文化協進會	110.3.5	537,600
36、	235 咖啡旅遊建構案	一粒沙行銷管理顧問有限公司	110.3.22	3,462,000
37、	草嶺觀光風景區登山步道刈草維護	雲林縣古坑鄉草嶺形象商圈發展協會	110.2.9	98,900
38、	大阿里山、235 區域及大草嶺觀光圈產業風格形塑暨推廣成果案	紫銨整合行銷有限公司	110.3.17	2,800,000
39、	110 年阿里山 EASY GO 電商平台建構案	豐趣科技股份有限公司	109.12.25	300,000
40、	110 年阿里山咖啡旅遊推廣案	嘉義縣咖啡產業發展協會	110.1.19	1,790,389
41、	茶文化觀光精品級旅遊推廣活動	廣成茶業	110.3.4	99,000
42、	「隅夷處‧耀瑞峰」旭初音樂會行銷活動	嘉義縣梅山鄉瑞峰社區發展協會、宇程創意整合有	109.11.17	147,000

		限公司、溫娣天使工作坊		
合計				29,964,962

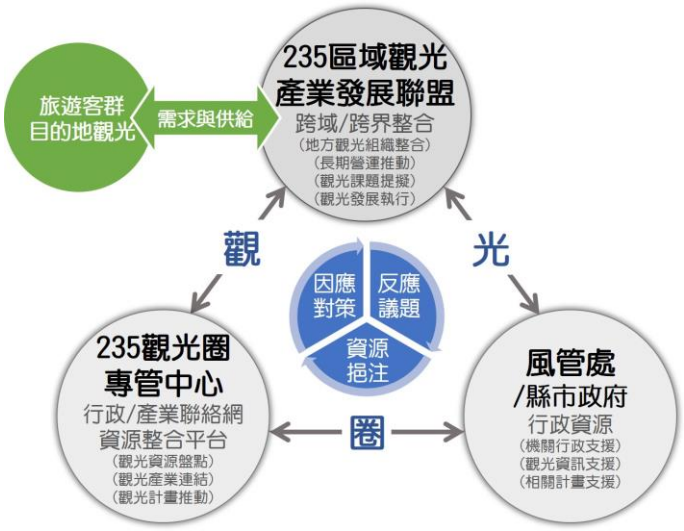
（五）永續經營計畫：（說明內容涵蓋受輔導遊程、商家、交通接駁等自主營運方式）

《235觀光圈永續經營計畫》

- 235區域觀光圈自主營運推動策略

1、產業鏈結｜永續觀光

區域觀光產業發展聯盟應朝向「可運作的區域觀光聯絡網」，不應只有聯絡網本身的設置，還應包含推動上之相關支援體系，形成有機鏈結網絡。聯絡網的價值在於一個具體存在的形式（實體組織或合作團隊），且長期可發展出自行運作的機制，以便在未來被廣泛的運用，而非只能短期的在本補助計畫上運作。因此235區域觀光圈推動聯絡網，應包含產業組織-235區域觀光產業發展聯盟、風景區管理處/縣市政府、專管中心-跨域協



力觀光圈推動事宜和政策銜接（詳圖3）。235觀光圈設立目的為透過產業與公部門共同觀光推廣與執行，進而帶動觀光人流、金流與產業/組織/公私部門行銷推廣機制。執行之初，先以專業團隊帶領執行，慢慢建立運作機制，協助地方提擬與推動觀光行銷計畫與執行，後續逐步彙整區域觀光議題對接政府或民間資源投入解決。

2、便捷服務｜提升觀光產品線上線下智能便捷販售

透過235區域觀光圈整合商店資源(嘉義市商圈文化促進協會、嘉義諸羅街區科技發展協會)，串聯實質通路旅宿業(嘉義市旅館商業同業公會)與虛擬電商通路，並與旅行業(嘉義縣/市旅行商業同業公會)共同合作，推動235區域觀光圈提升觀光產品線上線下智能便捷販售。提供旅客便捷且含有智能服務之觀光產品採購為近年來之旅遊目的地發展趨勢，並積極推動以人為本的服務型觀光轉型，設計更符合遊客需求的服務流程、發展整合式數位觀光採購服務；透過線上電子平台與線下產品及實體商店之整合，推動一站式觀光服務(包含實質服務的集成、整合，如商家(平台)提供旅遊目的之特色商品讓消費者在單一平台上採購商品)。

3、創新遊程｜策劃主題活動與融合創新體驗

鏈結大阿里山聯盟與235區域觀光圈兩大組織建立合作模式，推動235地區旅行業(嘉義縣/市旅行商業同業公會)，以旅遊目的地(阿里山地區)規劃富含「文化加值」之旅遊產品，賦予其核心特點，運用地方產業和自然人文資源相互結合，孕育出主題特色體驗，提升產品價值與市場獨特性；並以策劃主題活動與融合創新體驗，規劃創意/特色遊程，包含期間限定(季節/節慶等)與經典遊程(常年度)兩大類。

藉由成立235地接小聯盟，以旅行社以地接角色，梳理與創新阿里山社區與部落觀光資源，並強化創新(如秘境)與差異性(如特色美食)體驗，豐富與強化區域遊程；以產業為基底聯合情境氛圍(涵蓋自然與人文環境)規劃蘊含故事化的特色體驗，如茶席(產業)聯合石棹櫻花(自然與情境)規劃石棹櫻之道茶席品茗，賦予地方文化特點與產業雙重體驗。

《大草嶺觀光圈永續經營計畫》

1. 在地種子人才培育

藉由大草嶺觀光圈計畫種子人才培育，協助3位草嶺在地種子青年自主提案，以延續阿里山國家風景區管理處「精緻、深度、小眾」旅遊為中心思想，大草嶺觀光圈以地質遊程行銷推廣及特色店家設計兩大主軸，打造優遊地質觀光生活圈為目標。

草嶺觀光圈109年至110年推出以櫻花、螢火蟲、地質為主題之創意行銷活動，也開設多元的培訓課程，並推動景點周邊環境改善及優化，未來將以過去的計畫為基礎，提出更具專業及豐富之提案，未來規劃提案如下。

- 草嶺特色店家產業風格形塑及品質提升第二期
- 以地方產業為主題，推動秋冬特色遊程，例如：油然自得-苦茶油節和草嶺咖啡節
- 地方產業進階人才培育，課程主題包含：茶席美學、溯溪體驗教學、計畫撰寫工作坊、產業體驗活動設計等
- 石壁風景區觀光環境維護案

2. 與台灣地質公園網絡合作

草嶺地質景觀特殊，為國內極具獨特性之觀光體驗資源，亦是國際級自然景觀，為推廣草嶺地區的地質活

動，草嶺地質公園協會長期與台灣地質公園網絡合作，109年底，大草嶺觀光圈與臺灣地質公園學會共同推出地質跨年曙光活動，而草嶺地質公園協會不定期舉辦工作坊，並邀請地理環境相關專家學者講說，開設實務導覽解說課程，未來將持續推出多元化地質小旅行。

《大阿里山觀光圈永續經營計畫》

1. 建立「阿里山EASY GO」電商平臺自主營運機制

為輔導大阿里山產業聯盟及行銷大阿里山地區創造共榮共利，可運用地方創生概念，「強化在地特色產業發展，吸引更多優質人才，推動地區產業經濟永續發展，提升服務品質，創建在地品牌」，媒合企業投資，協助產業夥伴持續獲利。

透過人才培育計畫並遴選營運種子，由分布在阿里山台18線、西北廊道、鄒族地區的各區營運種子代表，協助阿里山各區產業業者輔導及商品上架，未來輔導朝向在地營運種子自立營運此平台，建立「阿里山EASY GO」電商平臺自主營運機制。

2.多元化自主創意行銷

持續辦理創意行銷人才培訓，培育及打造小農、民宿業者或觀光產業夥伴成為自我行銷的網紅，訴說家鄉觀光旅遊資源、家鄉故事、茶之旅體驗內容及介紹自家產品，讓遊客感受到是最真實的分享，多元管道行銷阿里山觀光旅遊商品。