

高雄港區土地開發股份有限公司出國報告

(出國類別：考察)

參訪韓國文創產業暨考察商業設施

服務機關：高雄港區土地開發股份有限公司

姓名職稱：沈妙姿 董事長

于秀娟 處長

廖育賢 襄理代理副理

謝孟翰 襄理

派赴國家/地區：韓國/首爾、釜山

出國期間：113年10月01日至10月07日

報告日期：113年12月04日

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告書名稱：參訪韓國文創產業暨考察商業設施產業

出國主辦機關/聯絡人/電話

高雄港區土地開發股份有限公司/廖育賢/07-5319000#1120

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

沈妙姿/高雄港區土地開發股份有限公司/董事長/07-5319000#1100

于秀娟/高雄港區土地開發股份有限公司/處長/07-5319000#1110

廖育賢/高雄港區土地開發股份有限公司/襄理代理副理/07-5319000#1120

謝孟翰/高雄港區土地開發股份有限公司/襄理/07-5319000#1108

出國類別：

1 考察 2 進修 3 研究 4 實習 5 洽辦業務 6 參觀訪問 7 出席國際會議 8 其他

出國期間：113.10.01~113.10.07

出國地區：韓國/首爾、釜山 報告日期：113.12.04

分類號/目：交通建設/休閒觀光 關鍵詞：港區開發、舊建築活化、水岸觀光、購物中心

摘要

為推動高雄港舊港區再開發，本公司赴韓國首爾進行實地考察，參訪 LINE FRIENDS 公司及 DINOTAENG 呆萌町插畫家，特別是療癒經濟的崛起及 IP 授權經營模式，並考察韓國文創快閃店的營運模式與行銷策略，透過參訪韓國大型商業設施、觀光運輸工具、歷史建物複合設施活化案例等，蒐集相關經驗，為高雄港舊港區的再開發提供更具前瞻性的規劃藍圖。

透過實地訪查，深入了解韓國百貨業的營運環境、櫃位招商策略及消費者行為，以作為本公司未來招商規劃之參考。考察韓國大型商業空間及觀光運輸設施的空間規劃、動線設計及顧客體驗，以提升本公司場域的吸引力。參訪韓國歷史建物複合設施活化案例，學習其建物保存手法、空間改造策略及多元化的經營模式，作為本公司規劃水岸觀光休閒產業的參考。

建議規劃地標式建物並結合大型裝置藝術，透過主題性活動及行銷策略，提升高雄港的知名度。結合駁二藝術特區的設計能量，將部分棧庫轉型為觀光遊憩產業聚落，並透過說故事的方式，彰顯高雄港的歷史文化價值。並整合城市開放空間系統，創造連續性的人行徒步空間，並打造都市水岸園道，提升民眾的親水性及舒適度。本公司將結合韓國的成功案例，並考量高雄港的在地特色，規劃出更具競爭力及吸引力的開發方案，將高雄港舊港區打造為一個兼具文化、商業及觀光的國際級港灣。

目錄

壹、任務範圍	1
一、考察目的.....	1
二、行程選擇規劃與考察行程.....	2
(一) 行程選擇規劃重點.....	2
(二) 考察行程.....	3
貳、內容重點.....	4
一、韓國文創產業發展趨勢—療癒經濟.....	4
(一) 景點簡介或開發項目特色.....	4
1. 拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.).....	4
2. 拜會 DINOTAENG 呆萌町插畫家	6
3. 考察 LINE FRIENDS SQUARE.....	7
4. 拜會經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心.....	9
(二) 小結.....	10
二、大型商業空間及觀光運輸設施.....	11
(一) 景點簡介或開發項目的特色.....	11
1. 汝矣島現代百貨 The Hyundai Seoul	11
2. Starfield COEX MALL.....	13
3. 全球最大百貨公司—新世界百貨公司.....	15
4. 韓國觀光公社首爾中心 HiKR GROUND.....	16
5. 通往城市天際線的空中纜車—南山纜車.....	17
6. 釜山 BUSAN X the SKY 觀景台	18
7. 海雲台天空膠囊列車、海岸列車.....	19
8. 松島海上纜車.....	20
9. 海雲台遊港船 River Cruise	21
(二) 小結.....	22
三、歷史建物複合設施活化利用.....	23
(一) 景點簡介或開發項目的特色.....	23
1. 聖水洞大林倉庫 CO:LUMN	23
2. 老旅店的華麗轉身—BOAN1942	25
3. 白淺灘文化村.....	27
4. 甘川洞文化村.....	29

(二) 小結.....	30
參、心得與建議	31
一、借鏡韓國文創營運經驗，創造文創療癒經濟商機.....	31
二、優化高雄觀光設施開發，規劃國際級港口城市.....	33
三、高雄港歷史建築活化，營造國際級港灣新亮點.....	34

壹、任務範圍

一、考察目的

高雄市政府積極推動亞洲新灣區計畫，本公司為響應政府政策，並為活化高雄港水岸發展，特赴韓國首爾進行大型商業空間及倉庫考察。此次透過實地參訪，考察深入了解韓國大型商業空間規劃與營運模式，學習韓國在商業空間規劃、招商策略、營運管理等方面的先進經驗。借鏡韓國成功的歷史建物活化案例，考察歷史建物活化案例，為高雄港棧倉庫群的再開發提供可行性方案。參訪韓國知名 IPX 公司及首爾台灣貿易中心，探討文化創意產業發展，了解韓國文創產業的發展趨勢，並為本公司未來營運場域的文創行銷提供參考。

本公司以活化高雄港水岸發展為目標，協助臺灣港務股份有限公司將高雄港 1 至 21 號碼頭後線土地轉型為具備商業、購物、餐飲、休閒與娛樂機能的高附加價值營運特區，進行相關碼頭後線土地開發，與市府共創亞灣願景，活絡地方經濟。

本公司為進行高雄港舊港區碼頭後線土地及大港橋周邊區域之棧倉庫群之開發、再造及招商，本次計畫出國至韓國首爾進行大型商業空間設施及倉庫考察，藉由考察當地大型商業空間規劃及營運模式，以及歷史建物活化型態的多元性，以利後續高雄港區棧倉庫群及相關土地招商標的之經營方向擬定。

透過大型商業空間之參訪，可了解營業環境及櫃位招商對象，有助於未來本公司自營場域之營運管理及招商規劃；其次，考察舊建物活化之行程安排，可借鏡其建物保存手法，以及其引入之廠商類別及經營型態，未來亦可作為目前本公司規劃中的最大活化棧庫群品牌招商之參考，以及如何將文創設計轉化為商品銷售型態，進而創造實質經濟效益之經營模式。

本次參訪除進行商業環境及遊憩空間考察外，另安排參訪 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)及經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心，藉由了解目前了解目前韓國文創授權市場現況及韓國療癒經濟特色，可作為本公司未來營運場域之行銷規劃參考。

二、行程選擇規劃與考察行程

(一) 行程選擇規劃重點

本次參訪安排拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)副總裁 KIM KYOUNG DON 及經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心賴登科主任及林怡君副館長，除了解目前韓國文創授權市場現況及韓國療癒經濟特色，交流過程中介紹本公司目前經營標的營運現況，亦說明招商標的及相關招商規劃進程。本次考察期間，與 IPX 公司及經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心進行了深入的交流，雙方就未來合作達成了初步共識，未來將進一步探討在 IP 授權、文創商品開發及招商引資等方面的合作可能性。

並規劃商業設施及場域空間考察，可分為百貨與購物中心、水岸複合設施及市集、旅館及文創中心等。本次百貨與購物中心參訪行程規劃有傳統的百貨商場及複合式經營的百貨商場，藉由百貨商場參訪過程中，可以看出其不同的空間規劃及業種配置，可作為本公司自營商場經營的借鏡。建物活化行程則著重如何透過既有倉庫及建物活化方式，思考如何讓舊建物在經過整修建後，引入不同的使用方式創造出建物的新生命；水岸複合設施及市集的參訪則是考察在港灣碼頭空間如何藉由場域規劃及設施引入以強化休憩機能，以及藉由市集活動辦理引入人潮；旅館及文創中心之參訪則是可以作為廠商規劃內容評審參考，以及如何結合文化創意能量，分期分區發展出港區獨有的商業遊憩模式。



拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)
副總裁 KIM KYOUNG DON



拜會經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心
賴登科主任及林怡君副館長

(二) 考察行程

日期	星期	行程	備註
10/1	二	去程	高雄→首爾
		1. LINE FRIENDS SQUARE 明洞店 2. 汝矣島現代百貨 The Hyundai Seoul	首爾
10/2	三	1. 拜會 DINOTAENG 插畫家 Kim Tae-Eun (LINE FRIENDS SQUARE 明洞店) 2. 拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.) 3. Starfield COEX MALL 4. 聖水洞大林倉庫	首爾
10/3	四	1. BOAN1942 綜合文化空間 2. 景福宮 3. 南山纜車 4. 首爾塔	首爾
10/4	五	1. 拜會經濟部外貿協會—首爾台灣貿易中心 2. 韓國觀光公社首爾中心 HiKR GROUND	首爾→釜山
10/5	六	1. BUSAN X the SKY 觀景台 2. 海雲台 LCT Landmark Tower 3. BIFF 釜山影展 4. 新世界百貨公司 Centum City 店 5. 海雲台遊港船 River Cruise	釜山
10/6	日	1. 海雲台天空膠囊列車 2. 海雲台海岸列車 3. 白淺灘文化村 4. 甘川洞文化村 5. 松島海上纜車	釜山
10/7	一	回程	釜山→高雄

貳、內容重點

一、韓國文創產業發展趨勢—療癒經濟

本次行程拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)副總裁 KIM KYOUNG DON 及經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心賴登科主任及林怡君副館長，除了解目前韓國文創授權市場現況及韓國療癒經濟特色，交流過程中介紹本公司目前經營之營運現況，亦說明招商標的及相關招商規劃進程。本次考察期間，與 IPX 公司及經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心進行了深入的交流，雙方就未來合作達成了初步共識，未來將進一步探討在 IP 授權、文創商品開發及招商引資等方面的合作可能性。

(一) 景點簡介或開發項目特色

1. 拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)

為拓展本公司 IP 授權業務，並尋求具市場潛力的全新角色，本次特別前往韓國，與 LINE FRIENDS 進行 DINOTAENG 呆萌町角色授權洽談，特別由副總裁 KIM KYOUNG DON 接待，並與台灣連友公司崔總經理 Choi Hye-Lin 共同討論未來發展。透過此次參訪，旨在深入了解 IPX 公司的營運模式、角色授權機制，以及 DINOTAENG 呆萌町角色的市場定位與發展潛力，為後續的授權合作打下基礎。

IPX 公司不僅擁有眾多知名 IP 角色，更積極拓展多元化的商業模式，包括實體零售、數位零售、聯名合作等。透過強化數位零售業務，加速 IP 在全球範圍內的擴散，並透過實體快閃店提供消費者沉浸式的體驗。DINOTAENG 呆萌町角色作為 IPX 公司的角色，具有完整的故事系列及廣大的療癒經濟商機，也具備龐大的市場影響力。IPX 公司提供多樣的授權合作模式，包括商品授權、形象授權、主題活動授權等，強調透過合作創造雙贏的局面。



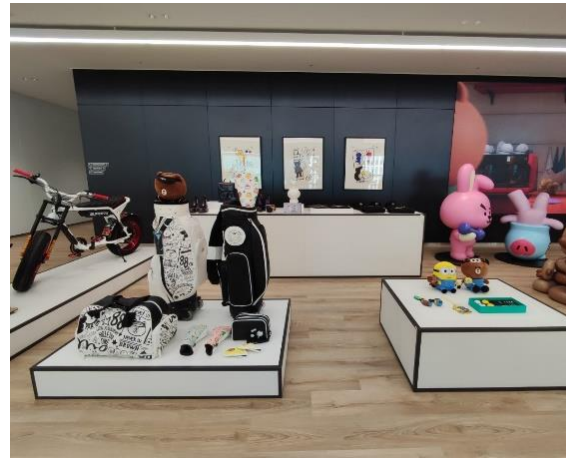
拜會 IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)
副總裁 Kim Kyoung Don



與台灣連友公司崔總經理 Choi Hye-Lin
共同討論多元化的授權合作模式



IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)
規劃展示區能直接配置商品陳列方式



IPX 公司(LINE FRIENDS CORP.)
展示與不同品牌合作之授權商品

韓國在 IP 形象塑造方面擁有豐富經驗，DINOTAENG 呆萌町的成功案例表明，一個成功的 IP 形象是帶動周邊產品銷售和品牌發展的關鍵。將商品與特定的主題結合，營造出沉浸式的體驗氛圍，能夠更好地吸引消費者。據 IP 形象，開發多元化的周邊產品，滿足不同消費者的需求。可以與其他品牌進行跨界合作，拓展 IP 的影響力。除了線上銷售，還可以舉辦線下體驗活動，增加消費者與品牌的互動。可以開發一些可以與消費者互動的周邊產品，增加產品的趣味性。

2. 拜會 DINOTAENG 呆萌町插畫家

為深入了解韓國插畫家 Kim Tae-Eun 所創作的「DINOTAENG」呆萌町角色，並評估其授權合作的潛力，特別前往 LINE FRIENDS SQUARE 快閃店，聽取作者創作設計理念及快閃店空間設計之想法。

DINOTAENG 呆萌町以短尾袋鼠為原型，結合了動物的可愛形象與人類的情感。DINOTAENG 品牌的核心價值在於傳遞快樂、溫暖與夢想。DINOTAENG 定位為一個全球化的可愛療癒 IP，其角色設計獨特，具有強烈的辨識度，且角色個性鮮明，容易引起情感共鳴。在社交媒體上擁有高人氣，顯示其具有全球化的潛力，在全球行銷趨勢顯示，消費者對可愛、療癒型 IP 的需求不斷增長，DINOTAENG 角色的設計獨特，具有強烈的辨識度，且角色個性鮮明，容易引起情感共鳴，角色設定於一個「Marsh Village」的奇幻世界，充滿溫馨與幽默的元素，每個角色都具有鮮明的個性，如 Quokka 的樂觀、Marsh 的夢想家精神等。



拜會 DINOTAENG 插畫家 Kim Tae-Eun



拜會 LINE FRIENDS 首爾經理 Lee Jinhee
及 DINOTAENG 插畫家 Kim Tae-Eun

3. 考察 LINE FRIENDS SQUARE

位於韓國首爾明洞 LINE FRIENDS SQUARE 舉辦的 DINOTAENG 呆萌町「Quokka&BOBO in the WOODS」森林探險快閃店。以可愛的 QUOKKA 和 BOBO 為主角，打造了一個充滿童趣的森林探險場景，快閃店內展示了豐富多樣的周邊商品，包括公仔、文具、服飾等，滿足了不同消費者的需求，透過現場觀察，發現消費者對角色表現出極大的熱情，尤其是年輕女性消費者。

此次活動成功地提升了 DINOTAENG 呆萌町的品牌知名度，吸引了大量粉絲前來參觀。活動期間推出的周邊商品受到消費者歡迎，帶動了銷售額的增長。透過豐富多樣的活動內容和周邊商品，加深了消費者對品牌的認同感，提升了品牌忠誠度。DINOTAENG 呆萌町「Quokka&BOBO in the WOODS」森林探險主題活動提供了一個成功的案例，展示如何打造療癒風格 IP 形象、主題風格營造和周邊產品開發來打造一個成功的文創品牌。



LINE FRIENDS SQUARE 明洞店 1F 展售區



快閃店規劃森林主題拍照打卡牆



LINE FRIENDS SQUARE 明洞店 2F 展區



LINE FRIENDS SQUARE 明洞店牆面展售區



LINE FRIENDS SQUARE 江南旗艦店



LINE FRIENDS SQUARE 展示原神主題商品



LINE FRIENDS 造型裝置與傳統文化結合



LINE FRIENDS SQUARE 仁寺洞店展示IP



KAKAO FRIENDS STORE 江南店大型氣偶



KAKAO FRIENDS STORE 江南店陳列風格

4. 拜會經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心

為深入了解韓國文創授權市場現況、療癒經濟特色，並尋求與韓國企業的合作機會，本公司參訪經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心。針對韓國文創產業現況，韓國文創產業發展成熟，特別是 IP 授權及療癒經濟方面，韓國消費者對產品設計包裝有極高的要求。韓國商務文化偏好與熟人或經由他人介紹的企業合作，韓國財團企業階級分明，人際關係在商務往來中扮演重要角色。首爾台灣貿易中心積極協助台灣企業拓展韓國市場，特別是 IP 文創產業，同時提供市場資訊、媒合商機、組織拓銷團等服務。

透過與首爾台灣貿易中心交流，對韓國文創產業及商務環境有了更深入的認識，也介紹了本公司招商標的，並與貿易中心討論可能的合作方式。應根據韓國市場的特色，調整行銷策略，強調產品的設計、品質和故事性。近年來，台灣食品在韓國市場深受歡迎。有關台灣產品在韓國市場的機會，隨著台韓兩地旅遊交流的增長，台灣品牌在韓國的知名度也隨之提升。



拜會經濟部外貿協會首爾台灣貿易中心
賴登科主任及林怡君副館長



介紹高雄港特色文創伴手禮

（二）小結

本次韓國考察主要為洽談 DINOTAENG 呆萌町角色授權合作，並深入了解韓國文創市場，以期將這些經驗應用於棧貳庫的觀光行銷，深入了解 DINOTAENG 呆萌町角色的授權合作細節，並尋求雙方合作的可能性，透過實地考察及與 IPX 公司交流，深入了解韓國文創市場的發展現狀、競爭格局及成功案例，考察 IPX 公司在 IP 營運方面的成功經驗，特別是 DINOTAENG 角色的市場定位及推廣策略。

DINOTAENG 角色的設計獨特，具有強烈的辨識度，其豐富的故事背景為品牌營造了獨特的魅力，在社交媒體上擁有人氣，顯示其具有廣泛的粉絲基礎，為授權合作提供了堅實的基礎，DINOTAENG 定位為一個療癒系 IP，其可愛的形象深受消費者喜愛，特別是年輕女性族群。

韓國文創市場競爭激烈，各類 IP 層出不窮，對品牌創新提出了更高的要求，不斷推出新角色、新故事，保持品牌活力，韓國消費者對產品的特色和療癒感有較高的要求，這也是 DINOTAENG 能夠成功的原因，IPX 公司在 IP 營運方面擁有豐富的經驗，其多元的授權合作模式值得借鑒，DINOTAENG 角色的可愛形象和豐富的故事情節，為周邊商品的開發提供了廣闊的空間，可以與不同產業的品牌進行跨界合作，拓展 IP 的影響力，提升品牌價值，舉辦各種主題活動，如展覽、快閃店、粉絲見面會等，增加品牌曝光度，加深消費者對品牌的印象，持續將 DINOTAENG 打造成一個全球性的 IP，拓展海外市場。

二、大型商業空間及觀光運輸設施

(一) 景點簡介或開發項目的特色

1. 汝矣島現代百貨 The Hyundai Seoul

汝矣島現代百貨於 2021 年開幕，以獨特的建築設計與豐富的品牌進駐，迅速成為首爾最受歡迎的百貨公司。建築特色結合自然採光與綠意植栽，大面積的玻璃屋頂引入自然光，搭配室內瀑布、水池與綠植，營造出彷彿置身於自然公園的購物體驗，多元購物空間規劃囊括時尚精品、韓國特色品牌、美食餐廳、藝術設計空間等，滿足多元化的消費需求。也是韓國流行時尚趨勢指標，集結眾多韓國本土品牌與國際潮牌，能快速感受韓國流行時尚，也舉辦各類主題快閃店，提供消費者新鮮的購物體驗， Waterfall Garden 擁有 12 公尺高的瀑布與多個水池，打造出靜謐的購物氛圍， Sounds Forest 配合節慶主題設計主題布置，不僅是一個購物場所，更是一個結合時尚、藝術、自然與美食的複合式空間，為消費者帶來全新的購物體驗。



Waterfall Garden 擁有 12 公尺高的瀑布與多個水池，打造出靜謐的購物氛圍



Sounds Forest 配合節慶主題設計耶誕節主題布置



店櫃空間結合新潮設計師作品



公共走道營造設計風格創意布置

餐廳長桌創造明亮且通用的彈性空間

考量將棧庫群賦予不同主題性，引入多元的商業消費與體驗休閒模式，讓建物藉由多功能的活動空間吸引不同屬性的民眾與遊客到訪。

2. Starfield COEX MALL

首爾星空圖書館位於 Starfield COEX Mall 百貨內，結合購物、娛樂、餐飲等多功能的複合式空間，以其獨特的建築設計和豐富的文化氛圍而聞名。其中，星空圖書館更是其中的亮點，為繁忙的都市生活增添了一片寧靜的閱讀空間，三座高達 13 公尺的巨型書架，宛如一座藏書的森林，給人震撼的視覺感受，天花板採光設計，讓整個空間充滿溫暖的陽光，營造舒適的閱讀氛圍，提供各式各樣的座位，無論是單人座、沙發區還是團體閱讀區，都能滿足不同人的需求，將閱讀與購物完美結合，讓消費者在購物之餘，也能享受閱讀的樂趣。星空圖書館不僅為 COEX Mall 帶來更多的客流量，也推動了韓國的閱讀風氣。將閱讀與商業結合，不僅能提高商場的吸引力，也能提升城市的文化素養，更成為城市文化地標，一個讓市民和遊客都能享受閱讀樂趣的地方。



高達 13 公尺的巨型書架，宛如藏書的森林



挑空區域可規劃耶誕節慶布置



透過插畫風格展現櫃位導覽圖



既有建物梁柱以 LED 包邊展示商場廣告

3. 全球最大百貨公司—新世界百貨公司

位於海雲台的新世界百貨商店 Centum City 店，不僅是全球最大的百貨公司，更是釜山地標性的購物娛樂中心。除了購物，百貨公司還提供滑冰場、高爾夫球練習場、多功能劇場等多種休閒設施，豐富消費者的購物體驗，KidZania 兒童職業體驗樂園為兒童提供了一個寓教於樂的空間，培養孩子的社會認知能力，ZOORAJI 主題樂園將購物中心打造成一個充滿趣味的娛樂場所，海雲台新世界百貨不僅是一個購物中心，更是一個集購物、娛樂、文化於一體的綜合性商業體。成功案例也能為其他商業地產的開發提供新思路。



室內溜冰場



KidZania 兒童職業體驗樂園



ZOORAJI 打造侏羅紀公園般的奇幻世界



打造奇幻風格的戶外公園

4. 韓國觀光公社首爾中心 HiKR GROUND

HiKR GROUND 作為韓國觀光公社首爾中心推出的全新旅遊宣傳概念館，以其獨特的 K-POP 文化體驗和沉浸式的互動設計，迅速成為首爾旅遊的新地標，HiKR GROUND 2 樓的 K-POP 空間以五個主題式的 XR 攝影棚為主，分別為地鐵站、個人舞台、自助洗衣店、彩色房間和太空船，每個場景都充滿了創意和巧思，讓遊客身臨其境地體驗 K-POP 文化。透過專業的燈光特效、音響設備和 XR 技術，打造沉浸式互動體驗，遊客可以與虛擬場景互動，製作屬於自己的 K-POP MV。

提供多語種的服務，方便來自世界各地的遊客。鼓勵遊客在社交媒體上分享自己的體驗，擴大影響力，HiKR GROUND 將 K-POP 文化與旅遊結合，提升了韓國的旅遊形象。K-POP 是全球年輕人喜愛的文化，以 K-POP 為主題的體驗空間具有強烈的吸引力，HiKR GROUND 作為一個新興的旅遊景點，成功地將 K-POP 文化與科技結合，為遊客提供了一種全新的旅遊體驗。



規劃韓國唯一 XR 攝影棚體驗區



XR 攝影棚可自由調整 LED 特效



韓國地鐵主題拍照區彷彿置身地鐵站內



主題活動深入了解韓國文化

5. 通往城市天際線的空中纜車—南山纜車

南山纜車與首爾塔作為首爾的代表性地標，其在城市觀光、文化傳承等方面扮演著重要角色，首爾塔俯瞰首爾城市風光，視覺體驗極佳，設有多層觀景台，可 360 度俯瞰首爾市區，除觀景台外，首爾塔內還設有餐廳、咖啡廳、紀念品商店等，愛情鎖牆是首爾塔的一大特色，吸引眾多情侶前來。

南山纜車採用全景式玻璃窗，視野開闊，乘客可 360 度欣賞沿途風光，每輛纜車可同時容納 48 名乘客，有效提升運載效率，纜車運行時間彈性，能滿足不同時段的客流需求，乘坐纜車欣賞城市風光，體驗感獨特。纜車站周邊設有便利商店、餐廳等，方便遊客購物和用餐。景點交通便利，周邊山坡規劃傾斜式電梯，方便遊客抵達纜車站，縮短步行時間，建議高雄燈塔可引進傾斜式電梯，方便全年齡層前往高雄燈塔。



戶外傾斜電梯可乘載 20 人



南山空中纜車可乘載 48 人



首爾塔建於 1975 年位於南山

6. 釜山 BUSAN X the SKY 觀景台

釜山 X the Sky 觀景台位於韓國第二高建築海雲台 LCT Landmark Tower，其獨特的地理位置與設計，成功地將觀光與建築結合，使其成為釜山的新地標。透明步道設計極具特色，讓遊客彷彿懸空於城市之上，提供刺激的觀景體驗。步道周圍設置了安全護欄，確保遊客安全，觀景台內設置了多個觀景窗，遊客可以從不同角度欣賞釜山的城市風光。位於 100 樓的星巴克，不僅是世界最高的星巴克，也是觀景台內的一大亮點，紀念品商店內販售各式各樣的紀念品，包括明信片、鑰匙圈、T 恤等，遊客可以將在釜山的回憶帶回家，多媒體展示區透過影片、圖片等方式，向遊客介紹釜山的歷史、文化和發展。

未來可以將棧庫群增加互動性設施，例如 VR 體驗、AR 導覽等，提升遊客的參與度，自營伴手禮店商店可以增加更多具有地方特色的商品，滿足不同遊客的需求。



海雲台 LCT Landmark Tower



可從不同角度欣賞城市風光



透過 LED 藝術策展

7. 海雲台天空膠囊列車、海岸列車

海雲台天空膠囊列車與海岸列車作為釜山海雲台的特色觀光設施，不僅為遊客提供了獨特的乘車體驗，更成為釜山旅遊的新地標。天空膠囊列車為獨立的膠囊式車廂，可容納四人，內部空間舒適，配備有窗戶及通風設備，列車行駛於高空軌道上，沿途可欣賞海雲台的海岸風光，尤其是日出日落時分，景色尤為壯觀。獨特的空中觀光體驗，視野開闊，天氣狀況會影響乘車體驗。

海雲台海岸列車為復古造型列車，車廂內皆設有面海座位，視野開闊，列車行駛於舊鐵道改建而成的路面上，沿途經過多個景點，復古列車充滿懷舊氛圍，沿途可欣賞海雲台的海岸風光，海雲台天空膠囊列車與海岸列車都為遊客提供了獨特的觀光體驗。

高雄港亦可引進類似天空膠囊列車服務，自棧貳庫行駛至大港橋，並可以與周邊觀光景點合作，推出套票或主題遊程。



海雲台天空膠囊列車



提供多語指標引導遊客



透過地貼引導排隊動線



天空膠囊列車沿著空中軌道運行



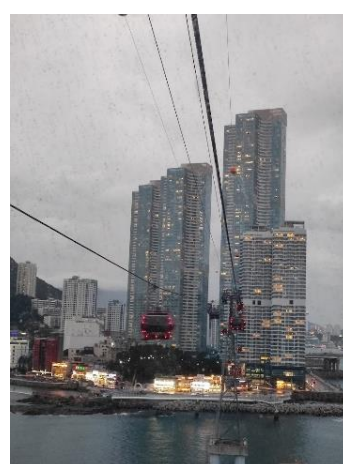
海岸列車皆設有面海座位

8. 松島海上纜車

松島海上纜車作為韓國最長的跨海纜車，其獨特的地理位置和豐富的配套設施，使其成為釜山旅遊的新地標，獨特的空中觀光體驗，可俯瞰整個松島海景，纜車共分為水晶車廂和一般車廂，水晶車廂底部為透明玻璃，可直接俯瞰海景，一般車廂則提供更寬敞的視野，纜車連接松島海水浴場兩側，全長約 1.62 公里，行駛高度最高達 86 公尺，園區內還設有纜車博物館、空中鞦韆、主題樂園等多種設施，纜車兩側均可抵達松島海水浴場，方便遊客進行其他水上活動，成功地將觀光與自然風光結合，為遊客提供豐富的旅遊體驗。



松島海上纜車全長約 1.62 公里



行駛高度最高達 86 公尺

9. 海雲台遊港船 River Cruise

釜山海雲台河遊艇作為釜山首艘市中心遊艇，其獨特的航線設計和優越的觀景位置，遊艇沿著水營江航行，途經廣安大橋、The Bay 101 等釜山地標性建築，將城市美景盡收眼底，從水面上欣賞城市風光，角度新穎，可觀賞到陸地上無法看到的城市面貌，提供白天、日落、夜間等多種航行時段，滿足不同遊客的需求，提供舒適的乘船體驗，遊艇內部設有舒適的座位區，提供遊客休憩的空間。將城市觀光與水上活動結合，夜間航行可欣賞釜山夜景，並結合無人機展演活動，豐富旅遊觀光體驗，釜山海雲台河遊艇作為釜山旅遊的新亮點，成功地將城市觀光與水上活動結合，為遊客提供了一種全新的體驗。

高雄港的天然港灣環境，加上未來亞洲新灣區開發案，除了目前既有的高雄文化遊艇、旗津渡輪、愛之船，將可再開發更多水上觀光資源，無人機展演結合節慶活動，提供更驚豔的旅遊體驗感，串接多樣性空間，以多元的服務提升文化、休閒及購物機能。



廣安大橋身結合動態 LED



無人機展演結合節慶活動



遊港船觀景平台



登船碼頭旁之舒適候船空間

(二) 小結

韓國在觀光設施的開發上具有豐富的經驗，首爾與釜山城市地標性建築與觀光設施，充分展示現代城市在建築設計、文化創意、旅遊發展等方面的創新與進步，不僅是城市的名片，更是城市發展的縮影，隨著城市的不斷發展，能看到更多創新性和特色的地標性建築的誕生，如首爾的汝矣島現代百貨、星空圖書館、HiKR GROUND，以及釜山的 X the Sky 觀景台、海雲台天空膠囊列車等，這些案例為高雄的觀光設施開發提供了寶貴的借鑒。

高雄的優勢在於豐富的港口資源、多元的文化底蘊、良好的交通基礎設施，惟觀光資源開發不足、需加強國際知名度及創新性，打造多元化的觀光設施，結合 AR/VR 技術，提供沉浸式體驗，以海洋、港口為主題，打造大型主題樂園，吸引家庭客群，選擇地標性建築或山丘，打造空中觀景台，提供獨特的城市景觀，充分利用港口資源，開發遊艇、水上巴士等水上觀光項目。

持續創新營運模式，提升服務品質，將觀光設施與購物、餐飲、住宿等結合，提供一站式服務，開發夜間觀光項目，如夜間燈光秀、夜市等，延長觀光時間，引入智慧科技，提升服務效率，提供個性化服務，舉辦各種季節性活動，吸引國際性遊客多次造訪。共同打造城市品牌，強化行銷推廣，利用社交媒體平台，進行多元化的行銷推廣，與國際知名旅遊平台合作，拓展國際市場，以節慶、文化活動為主題，打造獨特的城市形象。

三、歷史建物複合設施活化利用

本次參訪韓國首爾及釜山舊建物複合設施活化行程，包括聖水洞大林倉庫、BOAN1942 綜合文化空間、白淺灘文化村、甘川洞文化村等，茲就上述行程及景點進行景點簡介或開發項目的特色分析。

(一) 景點簡介或開發項目的特色

1. 聖水洞大林倉庫 CO:LUMN

位於韓國首爾聖水洞的大林倉庫藝廊，由一座歷史悠久的碾米廠改建而成，不僅是聖水洞地區的地標性建築，更是韓國文化創意產業發展的代表性案例，大林倉庫藝廊原為 1970 年代建造的碾米廠，建築保留了紅磚牆面、裸露的鐵架等原始風貌，充分展現了工業建築的粗獷美感。內部空間高挑寬敞，利用透光天花板引入自然光線，營造出明亮通透的氛圍。同時，保留了部分原始的工業元素，如大型暖爐、鐵柱等，與現代化的藝術裝置形成強烈對比，產生獨特的視覺效果。室內空間陳列著眾多藝術作品，與建築空間融為一體。藝術品不僅豐富了空間的視覺層次，也為空間賦予了獨特的文化內涵。



建築保留紅磚牆面、裸露鐵架等原始風貌



充分展現工業建築的粗獷美感



保留活動空間供快閃店使用



戶外座位區結合工業風格

大林倉庫藝廊的成功改建，為工業遺產的活化利用提供了參考典範。透過將廢棄的工業建築轉化為充滿活力的文化創意空間，不僅保留了城市的歷史記憶，也為當地居民提供了豐富的文化生活。藝廊內設有咖啡廳，將藝術欣賞與消費體驗相結合，吸引了眾多年輕人及外國遊客。這種商業模式的成功，為文化產業的發展提供了新的思路。大林倉庫藝廊的落成，帶動了聖水洞地區的發展。隨著越來越多藝術家、設計師和創意產業人士的進駐，聖水洞逐漸成為首爾最具活力的文化創意產業聚集地。

台灣擁有豐富的歷史建築資源，應加強對歷史建築的保護與利用，使其煥發新的生機，將高雄文化資源轉化為商業價值，提升城市的文化軟實力，借鑒聖水洞的經驗，打造具有地方特色的文化街區，吸引更多遊客，促進地方經濟發展。大林倉庫藝廊的成功改建，為我們提供了許多寶貴的經驗。透過對歷史建築的活化利用，將藝術與商業相結合，打造具有獨特文化氛圍的空間，不僅豐富了人們的文化生活，也促進了區域的經濟發展。我們應以大林倉庫藝廊為借鑒，積極探索文化產業發展的新模式，為城市發展注入新的活力。

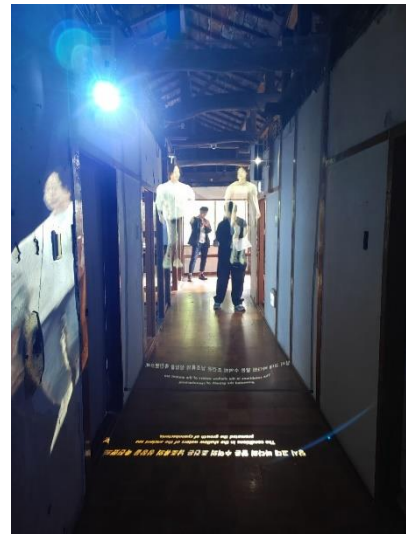
2. 老旅店的華麗轉身—BOAN1942

通義洞保安旅館於 1942 年開業，作為平民住宿設施，見證了韓國近代史的變遷，2007 年，開始進行空間改造，保留了原有的建築風格和歷史氛圍，轉型為一個複合式文化空間，2017 年更名為 BOAN1942，增加了青年旅館的服務，並引入更多的藝術元素。

BOAN1942 不僅是一個住宿場所，更是一個集合咖啡廳、書店、展覽空間、創作空間於一身的複合式文化空間，為遊客提供了多元化的文化體驗，位於景福宮旁，交通便利，周邊文化資源豐富，為遊客提供了欣賞傳統文化和現代藝術的機會，BOAN1942 成功地將一棟老舊的旅館改造為一個充滿活力的文化空間，保留了原有的建築特色，同時注入新的文化元素，內部裝飾著許多韓國當代藝術家的作品，將藝術與設計巧妙地結合在一起，營造出獨特懷舊的空間氛圍。



老旅店空間作為展覽空間



老旅店空間結合新媒體展示



2F 書店可直接眺望景福宮老牆



1F 戶外座位區吸引景福宮遊客駐留

BOAN1942 的改造為韓國文化遺產的保護與利用提供了成功典範，也促進韓國文化創意產業的發展，為其他文化空間的改造提供借鑒，也是韓國城市更新的一個成功案例，為老舊建築的活化利用提供了新的思路。

適逢打狗驛開業 124 周年、高雄港築港 116 周年、高雄設市 100 年、持續推動對歷史建築的保護，並探索多種方式將其活化利用，使其煥發新的生機。將文化與創意產業結合起來，創造出更多具有文化價值的產品和服務，複合式文化空間的設計應注重多元化，滿足不同人群的需求，提供豐富的文化體驗，通義洞保安旅館的成功轉型，證明了歷史建築的活化利用具有巨大的潛力，其在文化產業發展、城市更新等方面所取得的成就，值得高雄港舊港區活化轉型借鑒。

3. 白淺灘文化村

白淺灘文化村最初是韓戰時期難民的聚居地，地處陡峭懸崖，成為難民的避難所，隨著戰爭結束和城市發展，白淺灘逐漸衰落，成為老舊的居民區，受到影島區城市再造計畫的影響，白淺灘開始進行改造，引入藝術家駐村、咖啡廳等，逐漸轉型為一個充滿藝術氛圍的文化村。

位於陡峭懸崖上的聚落，擁有獨特的地理風貌和海景，村內充滿了壁畫、裝置藝術等，營造出濃厚的藝術氛圍，除了藝術空間，還有咖啡廳、餐廳等，滿足了不同消費者的需求，當地居民參與到文化村的建設和發展中，增加了社區的凝聚力。白淺灘文化村與台灣寶藏巖聚落具有相似之處，都是將老舊社區改造成充滿藝術氛圍的文化空間，寶藏巖則位於山城之中；白淺灘位於海邊，擁有獨特的海景資源，白淺灘的轉型也受到政府政策的推動。

白淺灘文化村的成功轉型，證明了歷史建築的活化利用具有巨大的潛力。社區居民的參與是文化村成功發展的關鍵，將文化、藝術、商業等多元業態結合，可以創造出更豐富的文化體驗，白淺灘文化村作為一個成功的文化再生案例，為我們提供了寶貴的經驗，透過對歷史建築的保護和利用，將文化、藝術與社區發展結合起來，可以創造出具有獨特魅力的文化空間。也透過海景與空間的虛實結合，營造獨特的休憩餐飲空間。



白淺灘文化村位於陡峭懸崖上聚落



海景咖啡廳欣賞港口景致



海景咖啡廳造型飲品結合海洋元素



海景咖啡廳結合窗景展現獨特風格

4. 甘川洞文化村

甘川文化村起源於韓戰時期，作為難民的聚居地，其獨特的階梯式建築是為了適應山地地形而形成的。隨著城市發展，甘川文化村逐漸老化，人口外流，面臨衰落的困境。透過「夢想釜山的馬丘比丘」公共藝術項目，結合當地居民與藝術家的共同努力，甘川文化村成功轉型為一個充滿藝術氣息的觀光景點。

設置甘川洞文化村歷史館，展示村落裡的老照片、懷舊的物件外，還介紹聚落歷史，建立在山坡上的階梯式房屋，形成獨特的景觀，與海港城市釜山相映成趣。村內充滿了色彩繽紛的壁畫、裝置藝術，營造出童話般的氛圍。除了藝術欣賞，還提供咖啡廳、工藝體驗等多種服務，滿足不同遊客的需求。當地居民積極參與文化村的建設和發展，增加了社區的凝聚力。

甘川文化村的成功轉型，為歷史建築的活化利用提供了成功的範例，透過童話故事《小王子》，設置小王子與狐狸相關藝術裝置，將藝術與文化元素融入到社區發展中，可以提升社區的文化品位和吸引力，對歷史建築的保護和利用，將文化、藝術與社區發展結合起來，可以創造出具有獨特魅力的文化空間，平衡觀光發展與居民生活，實現文化村的可持續發展，如何帶動周邊產業的發展，形成完整的文化產業鏈



彩色鐵皮屋充滿藝術氣息



以繽紛木板拼貼大魚壁畫指標

(二) 小結

韓國在歷史建築活化方面取得了顯著成就，如首爾聖水洞的大林倉庫藝廊、景福宮旁的 BOAN1942，以及釜山的白淺灘文化村和甘川文化村。這些案例為高雄的歷史建築活化提供了寶貴的借鑒。高雄擁有豐富的歷史建築資源、獨特的港都風貌、政府對文化產業的支持，惟歷史建築的維護成本高、需要專業營運團隊及社區積極參與意識。

為謀求多元發展，將歷史建築轉型為兼具藝術展示、文化體驗、商業運營的複合式空間，充分利用周邊文化資源，打造具有地方特色的文化地標，透過藝術創作，營造獨特的文化氛圍，吸引觀光客，結合社區居民，共同參與歷史建築的活化，提升社區凝聚力。

為產業結合創造價值，將歷史建築與文創產業結合，開發文創產品、舉辦文創活動，將歷史建築納入城市觀光路線，吸引國內外遊客，將歷史建築與在地產業結合，推動地方經濟發展。尋求政府支持及社區參與，政府提供政策、資金支持，鼓勵民間參與歷史建築的活化，政府、民間企業、社區居民共同參與，培養專業的運營團隊，提升管理水平，共同舉辦各種文化活動，提升歷史建築的知名度，用社群媒體進行互動，吸引年輕族群。

以高雄港舊港區為例，打造成為結合港口歷史記憶、海洋文化、藝術體驗的複合式文化園區，定期舉辦海洋文化藝術節慶等，並與在地文化歷史、地方企業共同合作，共同打造高雄港觀光。

歷史建築活化需要政府、企業、社區居民的共同努力，通過借鑒韓國的成功經驗，結合高雄的獨特資源，將高雄的歷史建築轉化為城市的新亮點，為市民提供更豐富的文化生活，同時促進城市經濟的發展。

參、心得與建議

一、借鏡韓國文創營運經驗，創造文創療癒經濟商機

結合 DINOTAENG 呆萌町角色授權合作及韓國文創市場的經驗，並結合在地元素，將 DINOTAENG 角色與高雄港口、海洋等元素結合，打造出獨具高雄特色的 IP 形象，舉辦 DINOTAENG 主題快閃店，銷售一系列以 DINOTAENG 為主題的周邊商品，如文具、服飾、玩偶等，在棧貳庫設置的互動式主題場景，展示角色故事背景，結合高雄獨有的渡輪廣告行銷，吸引遊客打卡拍照擴大宣傳聲量，並透過社群媒體進行互動，吸引粉絲到訪消費。

未來將繼續跨界合作，提升品牌影響力，與棧貳庫的餐廳、咖啡廳等合作，推出聯名商品，並與其他知名 IP 進行跨界合作，擴大粉絲群，利用 AR/VR 技術，讓遊客與 DINOTAENG 角色進行互動，設計以 DINOTAENG 為主題的實境遊戲，增加遊客參與度，透過 DINOTAENG 角色授權合作，結合韓國文創市場的成功經驗，打造棧貳庫成為獨具特色的文創新地標，透過多元化的行銷策略，提升棧貳庫的知名度和吸引力，將棧貳庫打造成文創旅遊地標。



DINOTAENG 棧貳庫快閃店規劃互動打卡區



商品展示呈現 DINOTAENG 溫馨療癒風格



棧貳庫戶外設有高達 7 米大型氣球裝置



渡輪船身廣告結合高雄港特色

二、優化高雄觀光設施開發，規劃國際級港口城市

韓國在港口觀光資源的開發上具有豐富的經驗，如釜山港的遊艇觀光、海雲台天空膠囊列車等，這些成功的案例為高雄港的發展提供寶貴的經驗，高雄港的擁有豐富的港口歷史、多元的海洋文化、便捷的交通位置，惟須強化觀光資源開發，打造多元化的港口觀光產品，開發水上巴士及遊艇觀光航線，串聯棧貳庫、大港橋、高雄流行音樂燈中心、旗津等景點，提供不同主題的遊艇觀光行程。結合高雄港史館，展示高雄港的發展歷史和文化，在港區設置以海洋為主題的餐廳，提供特色美食，並推薦不同角度的觀景地標，讓遊客欣賞高雄港口風光。

持續結合科技創新，提升觀光體驗，利用 AR/VR 技術，讓遊客體驗港口歷史、感受海洋世界，開發智慧導覽系統，提供多語種導覽服務，設計以港口為主題的互動導覽，增加遊客參與度。舉辦特色活動，營造節慶氛圍，定期舉辦海洋相關活動，包括帆船賽、水上運動比賽、美食節等，亦可於港區舉辦大型燈光秀、無人機展演活動，打造浪漫夜景。

共同打造港口文化品牌，開發以港口為主題的文創系列商品，利用社交媒體平台，進行多元化的行銷推廣，並與觀光產業合作，推出港口觀光套裝行程，棧貳庫打造成高雄港的文創入口，透過 DINOTAENG 等 IP，吸引年輕族群，並與周邊的駁二藝術特區形成文創廊帶，邀請藝術家在棧貳庫舉辦展覽，提升藝術氛圍，高雄港擁有得天獨厚的地理優勢和豐富的文化底蘊，透過借鑒韓國的成功經驗，結合科技創新和在地文化，高雄港可以打造成為一個具有國際競爭力的觀光景點。

三、高雄港歷史建築活化，營造國際級港灣新亮點

韓國在歷史建築活化方面取得了顯著成就，為高雄的文化資產保存提供了寶貴的經驗，高雄港作為台灣重要的歷史港口，擁有豐富的文化底蘊和建築資源。將寶貴的資產活化，並與城市發展相結合，高雄港見證了台灣的經濟發展歷程，承載著豐富的歷史文化記憶，作為本公司規劃中的最大活化棧庫群品牌招商之參考，將高雄港的歷史文化元素融入空間設計與營運規劃中，提升場域的獨特性，除購物、餐飲，更應引進文化、藝術、娛樂等多元業態，滿足不同消費者的需求，以利本公司自營場域之營運管理及招商規劃。

對於高雄港區內的歷史建築、文化資產進行滾動式盤點，評估其歷史價值、保存狀況，制定分期分區開發計畫，明確各項建築的活化與再利用方式，將部分歷史建築改造展示港口歷史、舉辦文化活動，邀請藝術家進駐，將歷史建築轉化為藝術創作的平台，將歷史建築納入觀光路線，吸引在地觀光遊客，並以高雄港的歷史文化為基礎，打造具有地方特色的文化品牌，利用 AR/VR 技術，讓遊客身臨其境地感受歷史建築的魅力，開發智慧導覽系統，提供多語種導覽服務，將棧貳庫打造成為高雄港的文創入口，引入更多文創、餐飲品牌進駐，打造成為夜間觀光景點。

持續將歷史建築轉型為兼具藝術展示、文化體驗、商業運營的複合式空間，充分利用周邊文化資源，打造具有地方特色的文化地標，也將結合韓國的成功案例，並考量高雄港的在地特色，規劃出更具競爭力及吸引力的開發方案，將高雄港舊港區打造為一個兼具文化、商業及觀光的國際級港灣。