文化館與地方觀光—以高雄市的地方文化館爲例*

謝雲嬌** 王御風***

摘要

地方文化館自2002年開始推動以來，陸續在各縣市建立相當多的館舍。而地方文化館創建以來，其主要目標之一就是推動地方觀光，在7年之後，究竟獲得如何的成果？本文透過民意調查，以高雄市及全台灣民眾爲主，針對高雄市文化館與觀光相關議題進行分析。

經過民意調查的結果發現，高雄市地方文化館具有一定的知名度，也有許多民眾曾經前往，同時更具有相當的市場潛力，能吸引相當多的民眾再次前往。但也同時發現，以現階段而言，民眾會前往的文化館主要集中於觀光帶周邊的館舍，其他館舍的參訪情形則顯得零星，由觀光區「帶動」文化館參訪似乎比文化館帶動觀光的情形明顯。

如何讓文化館吸引更多人潮？本調查發現，對外縣市的民眾而言，與其他觀光資源整合（如交通方便等條件）的館舍，才是最主要的參訪據點。其他館舍則需要在「興趣」與「學習」的支撐之下，以深化專業與特色的方向，才能夠持續發展。因此，從長遠來看，若期盼高雄市的文化館能夠發揮調查、資訊提供、活動舉辦、進而成爲旅遊據點，則似應以分階段，分路線的發展方式，作爲後續的經營與發展策略。

---

* 本文改寫自高雄市政府文化局委託之「文化館高雄學與文化館觀光：中長程文化生活圈規劃暨行銷推廣」計畫，其成果可見謝雲嬌、王御風(2009)，**文化館高雄學：中長程文化生活圈規劃，**高市：高市文化局。

** 義守大學公共政策與管理學系兼任講師。

*** 高雄海洋科技大學科技與社會教學計畫專案助理教授。