

觀光旅遊局 106 年度施政計畫

壹、願景及任務

一、願景：桃園時時處處好「桃」

- (一)建立全市觀光旅遊系統以引導觀光發展，打造觀光旅遊魅力據點，提升整體觀光旅遊空間環境品質，增進國內外觀光客造訪。
- (二)推動產、官、學攜手協力提升桃園觀光的能見度，建構安全、優質的旅宿環境及旅遊服務，吸引觀光人潮，帶動產業發展。
- (三)創造市立風景區獨特的觀光魅力，提升服務品質，推行園區接駁車服務及自行車遊程，提升遊客的便利並降低對居民生活的衝擊。
- (四)推行多元及生態旅遊之遊程，串連各級產業，發展綠色旅遊，引領綠色觀光產業發展。
- (五)主辦各項特色觀光活動、參加國內外旅展及運用各種媒宣管道，整合行銷桃園特色，提振桃園觀光價值。

二、任務

- (一)魅力觀光：規劃本市觀光發展策略，開發本市觀光魅力據點，盤整觀光資源並塑造地區特色。
- (二)有感觀光：輔導本市觀光產業升級，形塑優質品牌及服務品質，提供有感的旅遊諮詢服務，創造感動旅遊的旅服環境。
- (三)永續觀光：推動市立風景園區永續經營，以生態保育理念為核心，持續營造特色景點，深化環境教育，改善服務設施，提升服務品質。
- (四)綠色觀光：鼓勵使用大眾運輸，推動健康步道及低碳節能的觀光發展，規劃綠色旅遊路線，提供綠色觀光體驗。
- (五)特色觀光：辦理各類特色觀光活動，包裝特色遊程，運用多元行銷手法分眾行銷，營造桃園觀光品牌形象。

貳、年度策略目標

- 一、打造觀光旅遊魅力據點，提升整體觀光旅遊空間環境：發展旅遊環境整備及旅遊環境亮點。
- 二、推動特色活動與行銷宣傳，打造魅力觀光旅遊印象：
 - (一)辦理各項觀光活動。
 - (二)媒體報導。
 - (三)社群媒體即時宣傳。
- 三、強化觀光旅遊管理與服務，提供安全便利之行旅環境：
 - (一)輔導觀光事業合法設立及觀光產業參與家數。
 - (二)旅服中心臨櫃諮詢服務人次。
- 四、推動遊憩園區永續經營，優化旅遊服務品質：

- (一)推動北橫旅遊線及虎頭山風景特定區景點建設。
- (二)建置環境教育設施及辦理環境教育活動，強化推廣服務效能。
- (三)辦理各遊憩園區旅遊服務人員訓練及服務設施改善。

五、推動綠色觀光旅遊服務，落實綠色精神：

- (一)推動健康步道及鼓勵大眾運輸搭乘等作為。
- (二)運用觀光導覽網及各項網路服務管道，提供智慧旅遊服務以降低運輸能源損耗。

參、年度績效指標

策略目標 (權重)	績效指標 (權重)	衡量標準	106 年度目標值
一、打造觀光旅遊魅力據點，提升整體觀光旅遊空間環境(10%)	(一)發展旅遊環境整備及旅遊環境亮點(10%)	石門水庫及大漢溪流域跨域亮點計畫(預算執行百分比)(4%)	20%
		龍潭大池遊憩設施建置工程(預算執行百分比)(3%)	50%
		桃園市觀光導覽指標規劃及設置計畫(預算執行百分比)(3%)	15%
二、推動特色活動與行銷宣傳，打造魅力觀光旅遊印象(10%)	(一)辦理特色觀光活動(4%)	活動參與人次	70 萬
	(二)媒體報導(3%)	媒體露出則數	126 則
	(三)社群媒體即時互動(3%)	粉絲團人數	25 萬
三、強化觀光旅遊管理與服務，提供安全又便利之行旅環境(10%)	(一)輔導觀光事業合法設立(4%)	輔導旅館業或民宿新設立家數	3 家
	(二)輔導觀光產業參與家數(3%)	辦理觀光產業法令政策說明會或教育訓練參與家數	30 家
	(三)旅服中心臨櫃諮詢服務人次(3%)	諮詢或服務人次	12 萬
四、推動遊憩園區永續經營，優化旅遊服務品質(10%)	(一)推動北橫旅遊線及虎頭山風景特定區景點建設(4%)	特色景點建設(2%)	1 處
		近生態工法修建各項設施(2%)	3 處

	(二)建置環境教育設施及辦理環境教育活動,強化推廣服務效能(2%)	參加人數	1,700 人
	(三)辦理各遊憩園區旅遊服務人員訓練及服務設施改善(4%)	年服務遊客人次(2%)	530 萬人
		遊客滿意度(2%)	82%
五、推動綠色觀光旅遊服務,落實綠色精神(10%)	(一)推動健康步道及鼓勵大眾運輸搭乘等作為(4%)	健康步道(完成數)(2%)	5 條
		台灣好行搭乘人次增加率(與 103 年 43,124 人次比較)(2%)	6%
	(二)運用觀光導覽網及 FB 等管道,提供多樣低碳的觀光資訊服務(6%)	觀光導覽網瀏覽人次(3%)	10 萬人
		FB 粉絲團發文則數(3%)	520 則

肆、年度重要施政計畫與預算配合對照表

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
一、石門水庫及大漢流域跨域亮點計畫	(一)經由民間參與方式,提升環境共識與環境教育概念,發展多元觀光旅遊體驗。爭取 104 年至 107 年度交通部觀光局補助經費,以地方政府財務分級二級估計約 3.79 億元。 (二)作為本府推廣石門水庫及大漢溪鄰近周邊觀光旅遊服務活動及未來開發經營作為之重要依據。規劃整合具有觀光特色資源,配合地方需求,提供深度體驗之旅遊,藉以吸引觀光人潮,帶動周邊觀光遊憩產業發展。	227,400	
二、龍潭大池遊憩設施建置工程	(一)延續 104 年度「龍潭大池遊憩活動規劃暨經營招商計畫案」辦理觀光吊橋通行復舊工程、九曲橋	48,400	

	<p>連節水岸步道工程、大池休憩綠廊區遊憩升級工程、大池情人庭園區生態水岸改善工程、管理中心活化整備工程及九曲橋外觀與全區指標系統建置工程整備。</p> <p>(二)以重塑龍潭觀光亮點，提高環境遊憩品質為目標，發展具吸引人潮及延長遊憩停留時間之機會，塑造日與夜間舒適安全之池畔氛圍。</p>		
三、桃園市觀光導覽指標規劃及設置計畫	<p>(一)依 104 年度辦理之桃園市觀光導覽指標設施規劃與設計準則規範計畫成果，挑選示範區域進行相關導覽指標設施之建置。</p> <p>(二)105 年已完成示範區包括大溪老城區及觀音區之指標系統；106 年預計接續辦理大園指標案、大溪二期指標系統及其他休閒農業區指標系統之規劃及建置。</p> <p>(三)重新整頓示範區觀光導覽指標設施，強化遊客使用之便利性。</p>	4,000	
四、大溪豆干節	<p>(一)豆干是大溪指標性名產，亦是眾多商家賴以維生的明星商品，惟近來因豆類食品安全案件，造成民眾對市售豆干的恐慌及不信任，致使大溪豆干銷售量受影響。</p> <p>(二)為提升民眾信心，並推廣大溪優質豆干，規劃辦理大溪豆干節，擴大宣傳面並提升活動綜效。未來亦將持續與在地產業結合辦理特色系列活動。</p>	2,000	
五、魅力金三角米干節	<p>(一)本府自 2011 年起以米干為主軸，雲南少數民族節慶為基底，結合美食攤</p>	4,500	

	<p>位、DIY 體驗、主題講座、打歌文化、文物展出、裝置藝術展示、歌舞表演等精彩內容。</p> <p>(二)2014 年米干節成功挑戰「最長米干長龍」金氏世界紀錄，2015 年以「雲南傳統長街宴」邀請在地米干店家一同打造雲南特色料理品牌，2016 年延續長街宴特色，擴大辦理「千人歡舞長街宴」，並邀請駐華大使及駐華機構代表參加火把晚會活動，體驗在地雲南料理、火把慶典，成功將龍岡米干節推向國際。</p> <p>(三)米干節不僅推廣在地雲南料理，更希望推廣當地特色文化，讓民眾了解中壢平鎮八德金三角所代表的歷史意義，未來將以金三角在地特色為活動主元素，持續與在地產業結合辦理。</p>		
<p>六、市長盃海上龍舟競賽活動</p>	<p>(一)早於 30 多年前，大園區即已舉辦海上龍舟競賽，為當地端午節的一大盛事，睽違 30 多年，大園區公所再次復辦海上龍舟競賽，結合在地共同推廣竹圍漁港，吸引社區、機關與企業一同參賽，熱鬧慶端午。</p> <p>(二)105 年活動共計 57 隊報名參賽，吸引 2 萬民眾共同參與，未來將持續邀請全市各區民眾參加，感受不一樣的端午慶祝活動，並將竹圍地區打造為桃園市休閒旅遊的觀光亮點。</p>	<p>5,000</p>	

<p>七、石門觀光節暨熱氣球嘉年華</p>	<p>熱氣球體驗活動近年於台灣蔚為風潮，除能為地方創造特色亮點外，其所吸引的人潮及創造之觀光效益更為可觀，本市於 105 年起辦理桃園石門熱氣球嘉年華活動，4 天活動共吸引超過 18 萬人次參觀，並有眾多電子、平面媒體報導，相關資訊及活動照片更透過網路社群傳播至全國，成效斐然，106 年將持續結合在地活魚、遊艇、村里、公所等單位，共同規劃辦理，再創石門旅遊風潮。</p>	<p>12,000</p>	
<p>八、北橫探險節</p>	<p>(一)本府自 2015 年起即以「探險北橫」為品牌推廣北橫之美，藉此將北橫塑造為戶外探險旅遊第一品牌，並持續與在地產業合作規劃特色體驗活動。 (二)未來將加強兩大方向深化「探險北橫」品牌： 1. 戶外活動體驗方式多樣化：每年除既有體驗方式外，將引進或開發創新活動，擴大北橫旅遊資源基礎，並將原集中於假日來訪遊客，推廣擴及至平日，以提升旅遊品質及產值。 2. 在地產業化：加強與在地業者合作，強化在地產業與觀光活動結合發展。</p>	<p>4,000</p>	

九、小烏來風景區溫泉美食行銷活動	<p>(一)秋天是適合出遊的季節，不僅北橫山林逐漸染紅染黃，甜柿也成熟了，本案規畫結合時令特產及羅浮泰雅文化公園相關溫泉設施，辦理桃園溫泉美食嘉年華。</p> <p>(二)推廣行銷羅浮溫泉資源及拉拉山甜柿品牌，吸引民眾於秋季到北橫一遊，創造及提升當地觀光產值。</p>	1,000	
十、跨年晚會	<p>跨年晚會將邀請知名藝人演出與市民共同歡慶新年到來，同時結合本市一年來的發展亮點及成果共同宣傳，並透過電視轉播，營造市民榮譽感。</p>	7,500	
十一、2018 桃園燈會	<p>(一)桃園燈會舉辦至今已有 14 年，歷經中壢區、桃園區、蘆竹區及龍潭區，皆有不同地方特色，展現地方多元文化風貌。</p> <p>(二)為推廣在地特色，107 年桃園燈會將繼續辦理，並將周邊景點納入套裝行程規劃，讓民眾賞燈之餘，亦可順道遊，提供民眾春遊桃園的好去處。</p> <p>(三)配合跨年度作業期程自 106 年 6 月起規劃 2018 元宵節活動經費。</p>	20,000	
十二、扶植地方特色活動	<p>本局為協助各區公所發展並推廣各區觀光特色，於 105 年編列委託公所辦理一區一特色相關活動經費，除平均分配經費請各區公所提案辦理外，另邀請專家學者協助檢視並提供建議，後由各區公所執行；為深化推廣地區特色並營造亮點，自 106 年起規劃由各區公所提案爭</p>	6,500	

	取，並以評選擇優補助方式辦理，期使各區公所能完整規劃該區特色發展宣傳面向，並據以執行。		
十三、2017 台灣燈會城市燈區參展	雲林縣政府來函邀請本市共同參與「2017 台灣燈會在雲林」友好城市燈區展出，燈會展期為 106 年 2 月 11 日至 2 月 19 日，台灣燈會為台灣大型重要節慶活動，具有極高之觀光效益，且本市為上屆台灣燈會主辦城市，為展現城市魅力與行銷桃園，將規劃以桃園特色主題參展。	950	
十四、參加國內外旅展推展桃園觀光	<p>(一)國際旅展宣傳打響桃園招牌：桃園掌握台灣絕佳地理環境「國門之都」先機，前往國外旅展參展是最佳國際宣傳方式，透過參展宣傳亦能提高桃園在國際間能見度，邀集本市觀光產業業者共同前往參展，更可創造雙贏局面，並提供國際觀光旅客更優質的台灣旅遊景點選擇。</p> <p>(二)國內旅展宣傳：透過國內旅展宣傳本市觀光特色、新興觀光旅遊景點或活動，同時亦邀集本市合法旅宿業者、在地觀光產業、觀光工廠等業者共同前往參展，掌握旅展帶來的龐大商機。</p>	6,000	
十五、辦理各項踩線活動推展桃園觀光	為推廣桃園觀光，讓民眾知道桃園擁有許多獨特之新玩法及景點新體驗，規劃辦理旅遊線媒體記者及相關團體之踩線活動，持續配合年度觀光活動及具特色之觀光新景點，設計桃園特色專屬推薦行程，推薦不同時期、地區的特	1,000	

	色主題與觀光景點，於觀光活動開始前，先行邀請媒體、部落客實地走訪，以親身體驗，作為報導桃園之素材。		
十六、平面、電子、廣播宣傳及觀光影片、臉書經營	<p>(一)桃園市觀光影片託播宣傳：桃園市處處美景，都市山林四季風光與特色主題觀光活動等，經由專業攝影取景拍攝製成本市觀光宣傳影片，包裝本市觀光旅遊特色，將宜人景致傳送至普羅大眾眼前，透過電視廣告託播，達到最佳宣傳效果，吸引民眾目光。</p> <p>(二)各類平面廣告、觀光宣傳配合：一般民眾獲取觀光訊息除網路與電視外，平面報章雜誌亦屬大宗，配合各類活動刊登平面廣告或宣傳等，將觀光訊息有效傳達給民眾。</p> <p>(三)網路行銷宣傳：「愛<桃>」臉書粉絲團以即時性的社群互動方式，提供民眾軟性且最即時的觀光旅遊訊息，宣傳桃園觀光具有高度傳播力，搭配觀光活動進行時規劃創意網路宣傳活動，讓活動訊息能更為快速的轉發分享。</p>	6,000	
十七、製作文宣摺頁及宣傳品，推展桃園觀光	<p>(一)本市遊客數逐年成長，統計機場、台鐵、高鐵旅服中心及轄區內遊客中心等服務站點，每年文宣索取量超過20萬份，觀光文宣為推廣觀光最基本工具，除能有效宣傳桃園特色之美，更是遊客旅行必備指南書。</p> <p>(二)為推廣桃園觀光，並讓旅遊資訊能廣為宣傳，將持續整合全市觀光資</p>	3,500	

	源，編製旅遊文宣，提供更貼心的桃園新玩法，便利來桃民眾即時獲得觀光資訊。		
十八、桃園觀光行銷平台計畫—提高桃園城市知名度（國內外）	桃園為國都之門，每年出入旅客高達 2,000 萬，惟許多國際旅客並不瞭解桃園，另自桃園升格後，城市發展突飛猛進，但國人對於桃園的觀光仍停留在固定景點（如慈湖、石門、拉拉山等），本案以營造整體桃園城市知名度為目標，針對海內外各行銷平台，進行相關宣傳。	10,000	
十九、桃園、中壢都會生活圈觀光亮點推廣計畫	目前桃園發展觀光多聚焦於山線及海線，惟大型飯店多設置於桃園及中壢，且主要交通亦以兩地為主要轉運站，因此兩大會區的觀光發展將深刻影響遊客對於桃園觀光的印象，本案期聚焦二大會區，宣傳相關主題行程，以營造來桃旅客更有趣的桃園印象。	6,000	
二十、桃園城市特色網路行銷計畫	藉由各網路平台，結合社群推薦及主題影片等方式，宣傳桃園城市特色。並利用時尚科技體驗，讓桃園城市特色更具創新及趣味。	5,000	
二十一、輔導旅館業及民宿服務品質提升計畫	（一）結合創意行銷宣傳系列活動，推廣桃園好棧，凝聚業者向心力，激發更多創意思維，帶動本市旅宿及觀光產業發展。 （二）輔導旅宿業者整合提案，爭取中央部會各類補助計畫，或藉由產學合	1,500	

	<p>作、產業媒合會、辦理觀光相關訓練等，提升旅宿服務品質及軟硬體住宿環境。</p> <p>(三)輔導旅宿產業善用桃園在地美食、人物、文化、藝術等元素，跳脫既有的服務框架，使服務內涵更豐富化、多元化，開發新市場。</p>		
二十二、辦理本市非法旅宿反行銷專案計畫	<p>(一)以網路互動、懶人包製作、圖文情境漫畫、數據分析等，宣導反日租概念及提供民眾桃園優質旅宿之選擇。</p> <p>(二)增加業務協辦人員，執行旅宿管理業務，以強化業務執行質量。</p> <p>(三)製作旅宿設立及相關法規宣導摺頁。</p> <p>(四)製作旅宿稽查教學影片，協助旅宿新進同仁瞭解稽查業務，及業者員工教育訓練教材，增進稽查工作效率。</p>	2,630	中央補助款
二十三、旅遊服務中心營運管理及提供優質之旅遊諮詢服務	<p>(一)辦理桃園、中壢火車站及高鐵桃園車站旅遊服務中心委外營運管理，提供旅遊諮詢服務，行銷推廣本市觀光旅遊活動與知名度。</p> <p>(二)辦理定期現地無預警考評及神秘客考評雙考核制度，以提升本市旅服中心整體服務品質。</p>	2,400	
二十四、大溪中正公園暨周邊崖線步道整建工程	<p>(一)改善西側大漢溪崖邊舊式護欄、排水設施及邊坡土石崩塌等問題，並設置人行及自行車共構棧道，及大溪旅遊資訊站(兼賣店功能)。</p> <p>(二)透過整體規劃改善崖邊步道，串連大溪老街、公會堂、蔣公行館、武德</p>	28,000	

	殿、木藝生態博物館園區等景點，推廣大溪人文歷史之旅。		
二十五、虎頭山公園與環保公園遊憩動線及空間整建工程	(一)虎頭山公園停車場步道整備。 (二)老人文康中心段低障礙棧道。 (三)森林體驗步道。 (四)桃11線外拓步道。 (五)環保公園行動賣店周邊設施與步道整備。 (六)導覽與指標系統。	5,000	
二十六、小烏來風景特定區義盛遊客中心	(一)為提升小烏來風景特定區觀光發展，積極推動小烏來溫泉資源開發及高空滑降設施規劃等工作。為因應未來觀光發展需要及提升遊客服務品質，興建遊客中心，作為園區遊客服務據點與里民集會場所，並兼做停車場等多功能用途。 (二)建置當地里民戶外休憩場域，連接小烏來風景特定區各項景點設施。	15,000	
二十七、小烏來溫泉取供事業	因應小烏來溫泉開發管理，成立小烏來溫泉取供事業，辦理小烏來溫泉區內取水、供水、加溫及加壓等公共設施建設及使用管理維護工作。	36,400	
二十八、環境教育教學活動暨永續種子計畫	(一)規劃教學方案、主題活動，提供多元環境教育學習，增加民眾學習興趣，辦理教學推廣活動，積極推廣環境教育教學。 (二)培訓境教育種子教師，建立永續發展經營團隊及夥伴關係，形成區域環境教育網絡，增加整體教學活動效益。	600	
二十九、北橫沿線風景區接駁車計畫	(一)風景區內各景點，以接駁車接送，以達節能減碳、串聯遊程之目標。	500	

	(二)藉由暑假、國定假日等熱門期間，設置接駁車改善各大景點周邊區域交通壅塞情形，並增加交通便利性。		
三十、綠色旅遊遊程規劃計畫	(一)配合每年花季時程(拉拉山櫻花季、角板山梅花季)，規劃各式賞花遊程及活動(櫻花勇士完騎認證、踏草尋梅野餐趣)，藉由辦理特色花季等活動，規劃綠色旅遊遊程。 (二)結合在地各級產業串連各類旅遊資源，推廣並利用北橫碧綠的山脈及豐富的林相資源，達到綠色旅遊目標。	1,400	
三十一、桃園市健康步道推動案	(一)建立獎補助執行基準，補助民間申請步道環境整備提案，改善本市步道系統環境。 (二)藉由引進民間團體力量，改善本市各步道環境，期以建構本市完整步道系統，除提供民眾良好休閒環境，亦可提供生態及歷史人文之體驗感受。	2,500	
三十二、台灣好行慈湖線、小烏來線及親子樂園線服務升級計畫	(一)整合旅遊活動中相關食、宿、遊、購、行等各項資源，提供整體性優惠，以提升旅運附加價值，並以創意行銷方式，鼓勵民眾搭乘公共運輸出遊。 (二)串連台灣好行沿線觀光景點及搭配本市舉辦各類活動，提升台灣好行曝光度及搭乘量。	2,000	中央補助款