

目錄

壹、	現階段重要工作執行情形	3
一、	旅遊行銷科.....	3
（一）	觀光活動	3
（二）	觀光行銷	4
（三）	辦理 2016 台灣燈會在桃園	5
二、	觀光發展業務.....	11
（一）	全面性觀光發展規劃	11
（二）	虎頭山風景特定區相關規劃暨工程	12
（三）	小烏來及羅浮地區相關規劃暨工程	13
（四）	濱海地區相關規劃暨工程	14
（五）	大溪及龍潭地區相關規劃暨工程	14
三、	觀光管理業務.....	16
（一）	辦理旅遊服務中心營運管理及諮詢服務	16
（二）	持續輔導旅館業及民宿設立登記	16
（三）	編印旅館業設立須知及民宿設立須知	16
（四）	推動好棧選拔輔導旅宿品質提升	17
（五）	推動旅宿結合燈會等文化創意輔導	17
（六）	「台灣好行」服務升級計畫	17
四、	風景區管理業務.....	18
（一）	虎頭山風景特定區	18
（二）	慈湖園區	19
（三）	角板山行館園區	19
（四）	小烏來風景特定區	20
（五）	拉拉山風景特定區	20
貳、	未來努力方向	21

一、	旅遊行銷業務.....	21
(一)	觀光活動.....	21
(二)	觀光行銷.....	22
二、	觀光發展業務.....	23
(一)	觀光政策焦點推動，打造特色魅力觀光景點.....	23
(二)	鼓勵公所與民間共同參與，整備優質服務環境據點.....	24
三、	觀光管理業務.....	24
(一)	105 年旅宿行銷桃園好棧活動.....	24
四、	風景區管理業務.....	24
(一)	積極推動園區綠色旅遊.....	24
(二)	提升園區服務品質.....	25
參、	結語.....	27
【附錄一】桃園市政府觀光旅遊局各科室處連絡電話表...		28

邱議長、李副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會召開第 1 屆第 3 次定期會，勝評列席報告本局工作執行情形，

深感榮幸。承蒙議長、副議長及各位議員女士、先生不吝給予本局業務多方指正及支持、協助與鼓勵，僅代表全體同仁敬致最誠摯的謝意，並預祝大會圓滿成功。

勝評謹就本局旅遊行銷科、觀光發展科、觀光管理科、風景區管理處及辦理台灣燈會等各項重要業務執行情形與未來努力方向，向 貴會提出報告，尚祈各位議員女士、先生不吝批評指教。

壹、現階段重要工作執行情形

一、旅遊行銷科

（一）觀光活動

1. 辦理馬祖文化美食節

結合本府民政局「10 月 3 日馬祖昇天祭桃園遶境活動」於八德藝文廣場、瑞發公園及馬祖會館範圍舉行，活動內容有馬祖特色菜餚及結合馬祖特色八八坑道及東湧燈塔等闖關遊戲，現場還有馬祖傳統舞藝表演，透過娛樂及豐富性的活動讓民眾更加了解馬祖的歷史及風土民情及桃園多元的文化深度。

2. 辦理 2015 石門觀光節

本次石門觀光節首次與漫畫家合作，推出石門水庫專屬漫畫「魔石傳說」，結合石門地區周邊的元素發展角色及故事背景，量身打造五位動漫角色，有喜愛騎自行車的男主角喬伊、反派角色活魚船長、南苑國的梅雅公主、以楓林步道為設計主題的楓寶、以石門勝景為設計元素的阿勝等，設置大型可愛公仔於石門水庫相關景點，以大小朋友都喜歡的動漫卡通元素作為今年的活動特色。活動內容包含：

- (1) 石門騎跑趣(12/5、12/6)：這個主題是今年石門觀光節創新的主題，將運動結合觀光，特別與體育局合作辦理桃園半程馬拉松路

跑及大平紅橋單車日，邀請民眾騎車體驗大平紅橋到三坑自然生態公園的美麗自行車道，感受大平紅橋自行車道之美。

(2) 石門動漫嘉年華(12/12、12/3)：邀請愛好 Cosplay 的朋友們參加 Cosplay 大賽，現場大批人潮前來欣賞 Cosplay 的精彩表演，也幫自己喜歡的 Coser 加油，有精彩的角色扮演大賽及多項創新活動，如解謎逃脫遊戲、桌遊特區、氣墊樂園等大小朋友都能遊玩的樂園，民眾相當開心地在活動現場玩樂一整天。

(3) 石門耶誕趴(12/19、12/20)：於石門水庫南苑生態公園佈置濃濃耶誕元素，現場有耶誕老公公發送耶誕糖果，並辦理耶誕趴抽獎活動，現場民眾皆熱情響應參加。觀光宣傳效益卓著，參與民眾滿意度更高達 93%，重新擦亮石門水庫地區觀光品牌。

(二) 觀光行銷

1. 製作桃園觀光行銷影片推展觀光

桃園處處是美景，經由專業攝影取景，將都市山林四季風光製成主題性觀光宣傳影片，透過網路播送、國內外旅展播送及年度活動露出，可達到最佳宣傳效果。104 年度製作「探險北橫」及「野餐百點」兩大主題影片。

2. 參加國內外旅展推展觀光

為推廣桃園觀光，並提高桃園在國際間能見度，積極參加國內外旅展宣傳桃園觀光，持續行銷桃園特色。

3. 運用媒體及網路宣傳桃園觀光

(1) 透過觀光宣傳影片廣告託播及其他平面報章雜誌或網路等媒體平台進行宣傳，搭配本局舉辦之特色觀光活動宣傳，提高活動能見度，吸引旅遊人潮至桃園旅遊，進而帶動當地觀光，促進桃園觀光產業之蓬勃發展。

(2) 「愛<桃臉書粉絲團」至今已累積近 19 萬粉絲，辦理結合各類型網路宣傳活動、分享與推薦美景、美食以及推廣觀光活動，同時推出粉絲專屬優惠等，便利民眾即時獲得觀光資訊。

4. 編製「一路玩桃園」觀光文宣

(1) 104 年增印「一路玩桃園」系列手冊及地圖，並於各旅遊服務中心、本市旅宿業者、交通站點(機場、高鐵等)及服務資訊站等管道供民眾索取，讓遊客能方便取得輕鬆遊樂桃園，自 104 年 9 月至 105 年 2 月已索取近 5 萬份文宣。

(2) 規劃編製「2016 桃園旅遊書」(中、英、日三語版)，以城市文化觀光景點為主軸，輔以不同運具(散步、開車、單車、計程車、巴士等運具)，規劃多元主題性遊程，從不同旅遊型態之旅客角度介紹本市各地景點之特色玩法，帶領旅客重新體驗桃園的生命活力。

(三) 辦理 2016 台灣燈會在桃園

台灣燈會是台灣最大的觀光活動，被國際媒體形容為「沒有雲霄飛車的迪士尼」，受到國內外觀眾喜愛。今年是 27 年來首次在桃園舉辦，市府全力動員經過 1 年的努力，創造結合多元文化與科技夢想的台灣燈會，呈現桃園的熱情和友善。

1. 活動主題及規劃

(1) 活動主題名稱

由於台灣燈會 27 年來首次在桃園，且今年生肖年屬猴、五行屬金，因此，2016 台灣燈會在桃園以「金猴獻桃」為活動主題名稱，此外，桃園擁有閩南、客家、眷村、原住民、新移民等不同族群的文化特色，同時也是重要的產業及科技重鎮，整體活動以「多元文化」及「科技夢想」為主軸，透過國際級燈會活動展現桃園地方特色。

(2) 活動時間及地點

105 年 2 月 22 日(一)至 3 月 6 日(六)，共計 14 天。依台灣燈會歷年舉辦傳統，主燈開燈皆選定元宵節當天，2016 台灣燈會在桃園循往例於元宵節(2/22)點亮主燈，正式熱鬧開展，另自 2 月 19 日針對市府特色燈區提前曝光為活動暖場，整體展區自台灣高鐵桃園站前廣場至青塘園為止，以超過 32 公頃的土地作為活動展區。

(3) 預算規模

為辦理 2016 台灣燈會在桃園，除本府自行編列預算外，另爭取中央補助款及與民間合作，相關預算來源說明如下：

預算來源	金額(元)	說明
市款	324,465,000	104 年編列 170,303,000 元 105 年編列 154,162,000 元
中央款	42,000,000	交通部觀光局 28,000,000 元、 客委會 6,000,000 元、 原委會 8,000,000 元、
企業合作	59,671,200	總計 53 家民間企業團體以現金贊助燈會，另為物資或燈組合作，本府以媒宣配合回饋。
連江縣配合款	1,500,000	本次離島縣市包括澎湖縣、金門縣、連江縣皆有製作花燈展出，其中連江縣政府以行政委託方式委託本府辦理。

2. 燈區介紹

整體活動燈區規劃上分為交通部觀光局的主燈區及市府負責的地方燈區。

(1) 交通部觀光局燈區：

「齊天創鴻運」主燈以家喻戶曉兼具勇氣智謀之美猴王為主題，運用全彩 LED 光源創新搭配 4D 折射模式，打造高達 26 公尺，以現代化嶄新科技風貌，重現人們記憶深刻的猴年代表神話故事。今年除主燈高度再創新高外，中央另設置 4 座副燈、1 座迎賓門、祈福燈林、交流燈區、競賽燈區、傳統燈區及歡樂燈區等。

(2) 桃園市政府燈區：

市府打破歷年超過十個以上地方燈區規劃的方式，以桃園在地特色出發，規劃六大燈區如下：

A. 宗教祈福燈區：

本次共邀請 29 個宗教團體參與，以「好神聯盟護佑」、「多元信仰探索」、「歡度佳節祈福」為核心元素，有耶穌、媽祖、釋迦牟尼、觀世音菩薩及土地公等五大好神 Q 版神尊造型，祈求國運昌隆、民眾平安吉祥。

B. 科技世界燈區：

結合市內重要科技大廠參與，運用光影互動技術，有別於傳統的花燈，包括億光電子的「See The Future」、長榮航空「秘境奇遇土耳其」及台灣創意玻璃團隊的「宇宙塔」、夢想新城 3D 光雕動畫等，展現科技夢想、魅力及台灣的科技實力，讓遊客耳目一新。

C. 童話夢工廠燈區：

結合觀光工廠優勢以童趣為規劃方向，透過積木、磚牆、蛋糕甜品為主題設計三面創意城牆，建構一座大型戶外童話城堡，並有一座交通部觀光局副燈「童話奇緣」位於燈區中間，燈區內有 16 家企業共同參與，設置 22 座特色花燈或造型燈具。

D. 桃園故事燈區：

桃園故事燈區首創移動遊園燈車，透過移動燈車導覽桃園故事燈區的另一大亮點「桃園故事軸」，在長達 600 米的時光光廊中，以「傳統文化區」、「印象桃園區」、「未來展望區」等三大區域作時間軸規畫，以桃園各區的地景為題，串聯桃園的歷史、人文、多元文化融合等特點，搭配科技感的聲光特效，看見桃園的過去、現在及未來。

E. 多元交流燈區：

多元文化是桃園的資產及魅力，多元交流燈區展現文化豐富度，包括：閩南、客家、眷村、滇緬、原民及東南亞四國等文化元素，也邀請離島金門、澎湖、馬祖三縣、港澳、日本千葉縣、成田市、三原市等許多城市參與展燈，展現台灣特色並成為國際觀光焦點，藉此行銷台灣，讓大家看到桃園、看見台灣。

F. 新桃花源燈區：

為台灣燈會 27 年來首創結合特色埤塘地景燈區，量身打造全新製作水上劇場展演「嬉遊桃園」，為台灣燈會寫下嶄新的篇章。劇場旁是大型裝置藝術空間，國內外藝術家們以稻編、竹編、紮燈等手法搭配多元視覺媒材，結合地景藝術呈現別開生面的新桃花源燈區。

3. 燈會方便遊

(1) 轉機旅客半日遊

桃園是進出台灣的第一站，2016 台灣燈會在桃園位居地利之便，方便所有轉機旅客，充分利用候機時間，半日遊覽桃園大溪老街，夜賞燈會好便利。

(2) 十大達人帶路玩瘋桃園

除了夜晚炫爛的花燈，白天的桃園一樣精彩，這次燈會市府規劃出 10 大遊程供國內外旅客前往，也邀請多位「旅遊達人」幫大家帶路，讓來訪的旅客能夠跟著他們一起深入遊歷電影「賽德克巴萊」和「我的少女時代」拍攝場景，及大溪老街、慈湖、龍潭龍元宮、虎頭山公園等各式景點。另外發行「10 大達人帶路 GO」旅遊手冊集合了「北橫原鄉」、「浪漫追星」、「大溪總統鎮」、「濱海嚐蠶」、「異域風華」、「龍潭迎財神」、「糕餅奶茶」、「文青角落」、「都會遊購饌」及「療癒森林」等 10 大遊程，收錄桃園大大小小超過 100 個景點，讓國內外旅客可以按圖索驥，盡情遊玩。

(3) 旅宿桃園 Easy Go 接駁專車

整合市內 13 家旅宿業者，包括大爵商務飯店、桃花園飯店、曖時租旅館(i-hotel)、麗星花園 MOTEL、晶悅國際飯店、桃園福容大飯店、甲桂林商務旅館、水漾時尚旅館、尊爵天際大飯店、中壢米堤大飯店、中壢福容大飯店、古華花園飯店及南方莊園等，自 2 月 19 日至 3 月 6 日止，為住宿旅客安排 4 條路線的接駁專車，暢遊台灣燈會。

(4) 套裝行程輕鬆遊

結合既有台灣好行慈湖線及小烏來線加強宣傳外，更透過台灣觀光巴士安排兩蔣主題遊程及小人國歡樂任意遊行程，讓來桃園旅客可以輕鬆走訪桃園大溪兩蔣文化園區，見證兩蔣時代風華及隨意暢遊全臺最具特色遊樂園之一的小人國，盡情歡笑之後，再至充滿懷舊風情及傳統美食的大溪老街，留下美好回憶。

(5) 旅行業者開發套裝旅遊商品

與旅行社業者共同開發旅遊套裝商品，結合吃喝玩樂、健康樂活、日賞花海等主題行程，鼓勵民眾日遊桃園夜賞燈會，造訪虎頭山風景區、可口可樂世界、南僑桃園觀光工廠(點水樓)、祥儀機器人夢工廠、卡司蒂菴樂園(金格食品)、八德埤塘生態公園、後慈

湖、大溪花海農場、大溪老街、巧克力共和國等桃園知名景點。

4. 活動創舉

2016 台灣燈會在桃園成功創下超過 21 項史上第一的紀錄：

- (1) 展區最大：高鐵桃園站到青塘園，長 2 公里，面積 32 公頃。
- (2) 主燈最高：「齊天創鴻運」高 26 公尺。
- (3) 參觀人次最多：達 2050 萬進出參觀人次。228 當日更達 369 萬進出人次，創下單日最多人次入園紀錄。
- (4) 燈會經濟學：創造消費效益超過 150 億。
- (5) 第一次台澎金馬燈會：台灣燈會第一次設置「離島燈區」。
- (6) 第一次與在地職棒球隊合作：桃園市政府與 Lamigo 桃猿隊合作，打造「桃園大勝、猿氣小子」主燈。
- (7) 第一座全玻璃燈組參展：台灣玻璃創意團隊運用 4 萬才玻璃，打造高 10.25 公尺的水晶玻璃「宇宙塔」。
- (8) 第一次雙主燈秀：在青塘園演出的「水上版太陽馬戲團」水上劇場，創下台灣燈會史上第一次的雙主燈秀。
- (9) 日本最多城市參展：千葉縣、成田市、三原縣、香川縣、北海道、名古屋、三重縣共 7 縣市。(國際燈組：包含香港、澳門及中國江蘇參展)
- (10) 日本國寶百年山車，首次出國：千葉縣成田祇園祭「仲之町山車」參與開幕式踩街。
- (11) 最多企業團體參與：民間以燈組、現金及物資等合作方式參與，總計共達 183 家。
- (12) 最多宗教團體參與：30 個宗教團體，設置 24 組祈福燈組。
- (13) 首次打造遊園燈車：以吉祥物丫桃、園哥點綴的 15 台中型巴士、3 台電動休旅車、1 台復康巴士，行駛於 600 公尺的桃園故事軸。
- (14) 首次登上 Google 街景：桃園市政府透過 Google 的街景拍攝技術，讓台灣燈會的 360 度實景第一次登上全球街景平台。

- (15)史上最多燈區哺乳室：桃園市政府打造 5 間五星級哺乳室，超過 5000 位媽媽使用。
- (16)高鐵桃園站運量破紀錄：228 連假總運量 26 萬人次，228 單日運量超過 14 萬人次，相較一般連假運量增加 330%。對照新竹、台中燈會單日最高運量，增加近 10 萬人次。
- (17)公共交通運輸破紀錄：截至 3/6 晚上 8 時止，公路運量共計接駁車 2 萬 9,125 車次、運輸人次達 80 萬 4,749 人。高鐵運量約為 92 萬人次。
- (18)最多志工參與燈會：志工人數超過 1 萬人。
- (19)大型活動最友善廁所：燈區、停車場、轉運站 12 處，共設置 1620 座。12 處皆設有無障礙廁所。
- (20)最多瀏覽官網、APP 下載次數：台灣燈會官網瀏覽人次 471 萬人次，APP 下載 15 萬 1 千次，成長 3 倍。(往年最高下載次數為 5 萬，去年台中燈會下載次數為 2 萬)
- (21)創造滿意度最高的台灣燈會：對整體活動有表達喜好程度的受訪民眾中，有高達 97%表示滿意。

5. 活動效益

(1) 透過國際級節慶活動展現桃園地方特色

桃園擁有閩南、客家、眷村、原住民、新移民等不同族群的文化特色，同時也是重要的產業及科技重鎮，整體活動以「多元文化」及「科技夢想」為規劃主軸，我們透過國際級燈會活動成功展現桃園地方特色，花燈組數超過 1100 組，雙主燈秀在青塘園演出的「水上版太陽馬戲團」水上劇場，場場爆滿，創造出零負評、五星級的秀，讓桃園埤塘特色發光發亮。

(2) 超過千萬人潮，創造桃園商機

台灣燈會是國內最具國際規模的燈會節慶活動，歷年平均吸引千萬旅客人次造訪，開幕當天(2/22)即吸引了 130 萬人次參觀，台灣燈會在桃園舉辦 14 天，造訪人次打破歷年紀錄，超過 2000 萬人次進出會場，其中，228 當日 369 萬人次，創下單日最多人次入園紀錄，創造消費效益超過 150 億。

(3) 成功營造桃園為「台灣第一站」

桃園為國門之都，未來許多的重大建設將陸續完工，將成為台灣邁入國際的重要基地，因此桃園肩負了國際遊客來台第一站的重要服務，本次活動特別與中央共同規劃多項國際遊客宣傳及服務，包括結合桃園國際機場進行燈會佈置、國際旅客轉機半日遊並於高鐵站設置大型行李寄物服務等，展現桃園在地的歡迎熱忱。

(4) 規劃套裝行程，擴大整體觀光效益

台灣燈會是最好城市宣傳的平台，我們將結合市內旅行業、旅館業及旅遊相關產業規劃套裝行程，包括觀光工廠、旅宿業賞燈接駁車，台灣好行、台灣觀巴及旅行社套行程，並製作觀光導覽及廠家優惠手冊，讓參與民眾白天遊桃園、晚上賞燈會，擴大整體觀光效益並創造在地業者商機。

(5) 國際間交流互動，提高桃園能見度

日本千葉縣、成田市、三原縣、香川縣、北海道、名古屋、三重縣共 7 縣市皆來參與本次燈會，加上日本國寶百年山車，首次出國，千葉縣成田祇園祭「仲之町山車」參與開幕式踩街，吸睛亮眼，可說是日本最多城市參展的台灣燈會，加上本次重要貴賓接待來自英、美、法、新加坡、日、澳、莫三比克、奈及利亞、聖多美普林西比及布吉納法索，共計 10 國 165 人。

此外本次特別與 Google 合作的街景拍攝技術，讓台灣燈會的 360 度實景第一次登上全球街景平台

二、觀光發展業務

(一) 全面性觀光發展規劃

1. 觀光發展政策與推動策略計畫

- (1) 委託顧問諮詢團隊，擬定本市整體觀光發展策略及推動機制，同時建立觀光空間發展政策、觀光景點資源分級分類、觀光遊憩系統與發展構想、推動戰略與中長程執行計畫等，以提升本市觀光發展。
- (2) 辦理一區一特色共識會，找出各區的特色主軸，作為各區發展策略，本案已辦理期末審查，預定 105 年 4 月結案。

2. 時時處處好「桃」-野餐百點推動計畫

為帶動本市多元觀光體驗，創造小而美的生活休憩空間，104 年度已完成 5 處示範點的野餐活動，平鎮區新勢公園「流域野餐會」、龍潭區龍潭觀光大池「談畫大池」、八德區楓樹腳休閒公園「草地早餐會」、大園區大園公園「親子野餐日」及桃園區藝文廣場「桃式野餐日」等不同的活動內容與對象，開啟市民對野餐的想像與參與，精選桃園 25 處適合野餐景點並編製桃園野餐生活手冊，持續推廣桃園好「桃」。

3. 觀光導覽指標設施規劃

檢討本市既有觀光導覽指標設施並參考相關案例，評估本市觀光遊憩系統導覽指標設施之型式、規格、材質、設置方式與使用地點等，提出規劃設計準則，研擬識別系統(CIS)之概念。本案正辦理期末審查階段，預定於 105 年 4 月結案。後續可提供既有觀光指標導覽設施之改善建議與後續新設之規劃設計參考。

4. 桃園市步道系統調查暨第一期優先步道整體規劃

針對本市境內步道做基本資料調查，將各步道型態與特性予以系統化分類與分析，並從步道現況中了解未來本市推廣健康步道活動所面臨的問題，另本案目前已先擇定 12 條步道，包括中壢老街溪步道、桃園虎頭山公園步道系統、龜山楓樹坑步道、大棟山登山步道、小烏來風景特定區步道系統、大溪慈湖步道、百吉林蔭步道、拉拉山巴陵古道、蘆竹五酒桶山步道、龍潭石門山步道系統、楊梅秀才登山步道、新屋北岸濱海遊憩區等步道納入本年度需優先完成整理改善的步道，後續規劃成果可供管理維護單位作為改善之依據與參考，以期提升本市步道遊憩品質。本案現正辦理期末報告審查階段，預定於 105 年 4 月結案。

(二) 虎頭山風景特定區相關規劃暨工程

1. 辦理虎頭山直轄市級風景特定區都市計畫變更案

延續風景特定區規劃成果優先以公有土地提供遊憩設施服務辦理都市計畫專案變更，現正與涉及相關法令規定或相關事業主管機關進行研商土地同意使用或撥用。本案草案預定於 105 年 6 月前提送內政部，配合辦理都市計畫變更法定作業程序進行公開展覽與審議的

程序。

2. 虎頭山生態探索無障礙步道工程

因應少子化及高齡化，已於 104 年度爭取交通部觀光局補助，延續奧爾森林學堂的樹屋概念，於虎頭山公園園區內活動人數較多之低坡區興建低障礙友善步道，將既有步道串聯為環狀動線並改善步道沿線節點設施為樹屋，使年長、小孩及行動不便的遊客得更輕鬆遊玩虎頭山公園並擴大環境教育園區範疇。本案已於 104 年 6 月開工，第一工區於 105 年 2 月完工，全部工程預定於 105 年 6 月完工。

(三) 小烏來及羅浮地區相關規劃暨工程

1. 小烏來溫泉分工推動規劃專案

為發展小烏來成為桃園第一處溫泉專區，計畫於 4 年內推動 11 項計畫，包含小烏來溫泉井開挖及管線埋設工程、管線道路用地取得、停車場用地開闢計畫、自來水引水計畫、污水處理廠建置、羅浮泰雅故事公園、羅浮遊客服務中心、天空滑道、義盛里集會所暨遊客服務中心，以及樂信·瓦旦紀念公園步道連結等發展溫泉觀光旅遊，強化小烏來於北橫中繼停駐概念，打造復興區觀光新亮點。本案於每月定期召開跨局處專案會議。

2. 小烏來羅浮地區觀光遊憩服務設施及景觀整備工程

為帶動整條北橫公路的觀光發展，持續於小烏來羅浮地區建置完善的旅遊服務空間(包含公園、公廁及旅遊服務中心等)，在公園部分，以泰雅文化為主軸，並配合今年度啟動之溫泉專區規劃，將部份區域設置為溫泉泡腳池，結合公共藝術、文創、旅遊及社區參與，增加公園之獨特性與藝術性。公園部分於 104 年 12 月施作完成；公共廁所部分，因配合旅遊服務中心建照申請進度，於 105 年 1 月開工，預計 105 年 5 月完工。

3. 小烏來羅浮遊客中心工程

在旅遊服務中心部分，係以特色建築詮釋原住民特色、環保永續及智慧城市為設計考量，並結合公園提供遊客更多元的遊憩體驗，本案於 104 年 11 月取得建築執照，並於 105 年 1 月開工，預計於 105 年 8 月完工。

(四) 濱海地區相關規劃暨工程

1. 新屋綠廊設施整備及照明工程案

串連永安漁港至南岸綠色隧道之觀光遊憩資源，辦理好客莊園(原海巡署閒置營舍)基本服務設備增設、綠色隧道照明及相關設施，完備本區觀光服務設施，本案已於 104 年 10 月完工。

2. 新屋綠色廊帶動線連結與環境設施整備工程

近年陸續於永安漁港南岸各觀光節點進行改善工程，本案將持續推動觀光遊憩服務設施整備及改善，配合跨社子溪自行車道(笨鯊橋)，將永安漁港至綠色隧道自行車道斷點完成連結，並檢討整體服務設施及旅遊動線，美化停車場南側閒置土地及改善漂流木公園，增進綠色廊道整體旅遊服務品質。本案於 105 年 3 月開工，預定 105 年 9 月完工。

3. 白沙岬燈塔暨觀音濱海遊憩區環境整備工程

本案為交通部觀光局「遊憩據點特色加值」計畫補助辦理，為使濱海遊憩廊帶由甘泉寺經白沙岬燈塔至觀音像再至濱海沙灘完整串連，帶動周邊旅遊景點之發展，重新整頓白沙岬燈塔周邊遊憩設施與資源，強化白沙岬燈塔周邊的觀光發展潛力，提升整體遊憩品質，進而讓濱海地區更具觀光競爭力。本案第一期工程刻正辦理工程招標作業，預計於 105 年 8 月完工，第二期工程預定於 105 年 4 月辦理招標作業。

(五) 大溪及龍潭地區相關規劃暨工程

1. 石門水庫跨域亮點計畫

本府提報石門水庫及大漢溪流域跨域亮點計畫於 104 年 10 月獲選補助 3.79 億元於 3 年內執行完畢，計畫包括溪州觀光服務中心與低碳轉運站建置計畫、觀光自行車道及環湖公路綠化與安全改善計畫、運動休憩服務站修繕及周邊環境整備計畫、十一份觀光文化園區活化計畫、南苑夜間及壩頂旅遊服務空間造景計畫、北苑露營地興建計畫、低碳運具產業及輔導推動計畫、石門運動觀光及特色產業輔導行銷計畫、十一份文創平台建置及輔導計畫與石門四季國際觀光活動等 10 項行動計畫，將串聯大漢溪遊憩帶，建構觀光旅遊基礎服務設施系統及健全遊憩產業環境，引入觀光、生態與運動低碳環保

的概念，打造觀光新亮點，進而改變觀光旅遊行為模式，成為本市知名重要之觀光旅遊據點。現正辦理石門水庫及大漢溪流域跨域亮點計畫執行專案管理服務招標文件，預定於 105 年 3 月 31 日完成採購程序。

2. 龍潭石門遊憩區觀光廊帶環境整備工程

今年度由本局爭取交通部觀光局「遊憩據點特色增值」計畫補助辦理，延續前兩期已完成之石門山及石門水庫中線收費站附近地區之民治路及民有路，第三期建置規劃將民有路(台 3 乙入口至森遊館間)尚未建置之遊憩廊帶及休憩節點建置完成，形塑遊憩區景觀風貌及遊憩廊道再造，完成風景地區觀光綠廊環境景觀及營造友善旅遊環境。本案已於 105 年 1 月 15 日決標，預定於 105 年 5 月開放供遊客使用。

3. 大溪老城區觀光「慢城」推動計畫

大溪老城區在觀光定位上是以「觀光慢城」為發展主軸，在市府各單位的努力下，老城區假日來訪遊客越來越多，然而隨著遊客增多，也影響整體遊客服務品質，故針對老城區交通與停車接駁、文化景點活化、商圈及特色商店、農產品展售、老城景觀、公共環境改造、旅客服務等面向進行檢討，期可改造城市意象、保存文化資產並提供更優質之旅遊服務。本案於每月定期召開跨局處專案會議。

4. 大溪步行廊帶(大溪橋)周邊環境整備工程

今年度由本局爭取交通部觀光局「遊憩據點特色增值」計畫補助辦理，由於當地大溪橋具有濃厚的整體觀光環境氛圍並吸引大量的觀光人潮，然其休憩空間環境及相關設施等尚有整頓的空間，將規劃進行本區旅遊環境之整備與包裝，以全面提升整體遊憩品質並具體形塑本區觀光環境氛圍。規劃內容為營造無障礙旅遊環境、塑造綠意盎然的入口景觀及大溪橋右岸既有休憩設施之改善。本案已於 105 年 1 月 15 日工程決標，預定於 105 年 8 月完工。

5. 龍潭大池遊憩活動規劃暨經營招商計畫案

本案以全市重要觀光地景重新檢討規劃大池發展定位並引入觀光設施活動，並評估拆除吊橋後之重建可行性，另規劃導入具有創意與遊憩等水上設施與渡船，並提供輕食的委託營運空間，期望再創本

市觀光新亮點。本案已進入期末階段，預定於 105 年 5 月結案。

三、觀光管理業務

(一) 辦理旅遊服務中心營運管理及諮詢服務

1. 旅遊服務中心

本局於重要交通節點設置桃園火車站、中壢火車站及高鐵桃園車站旅遊服務中心，並結合本市觀光院校產學合作，培育轄內觀光科系學生認識桃園觀光並提供不間斷之旅遊諮詢服務。服務項目包含旅遊諮詢服務、i-Taiwan 免費無線上網、老花眼鏡借用、智慧型手持裝置臨時充電、便利雨衣或愛心傘提供及明信片代寄等友善服務。

2. 旅遊資訊站

提供更稠密完善之旅遊資訊網，結合本市觀光業者(旅館、民宿、餐廳等)及公務機關(公所、消防分隊等)設置旅遊資訊站，提供旅遊文宣及簡易旅遊諮詢服務，全市共計 60 處。

3. 借問站

為更擴大旅遊服務，提供自由行旅客更完善的旅遊諮詢，輔導服務優良之旅遊資訊站點，向交通部觀光局提案爭取設立借問站，補助計畫經中央評鑑核准設置 7 處借問站，提供簡易諮詢服務及免費 wifi、飲水、充電等友善服務，同時設置散步地圖看板及電子摺頁，便於旅客查詢鄰近景點，增加店家與旅客間互動，發揮台灣人熱情服務優勢。

(二) 持續輔導旅館業及民宿設立登記

104 年 8 間旅館設立，年底國際渡假飯店連鎖品牌 Westin 於大溪設立「桃園大溪笠復威斯汀度假酒店」，本市合法旅館正式突破 200 家。105 年初福容大飯店在龜山設立「福容大飯店 桃園機場捷運 A8」新站點。

民宿部分 104 年新申請 4 家，105 年初 1 家新設立。本局將會持續輔導並提供民眾旅宿設立登記相關諮詢服務，以持續增加本市合法優質旅宿質量。

(三) 編印旅館業設立須知及民宿設立須知

旅館業及民宿經營需取得登記證及專用標識，且申請設立土地、建

物等相關規定及流程宜有書面宣導資料供申請人參考。

為便於民眾或產業瞭解旅館及民宿申請相關流程及法規，於 104 年年底印製旅館業設立須知及民宿設立須知 Q&A 供申請人參考使用。

(四) 推動好棧選拔輔導旅宿品質提升

1. 桃園好棧選拔建立桃園優質旅宿品牌

以網路票選、專家實地審查、神秘客評鑑等方式，分組遴選本市商務旅館、汽車旅館、民宿等優秀桃園好棧業者共 20 家，並輔導每個得獎業者設計專屬宣傳品、旅人地圖等。

2. 舉辦餐旅服務競賽獎勵優秀第一線服務人員

為鼓勵旅宿從業人員並提升競爭力，舉辦旅宿從業人員的專業技術競賽，競賽內容包括旅館客房整床組與創意裝飾及餐桌擺設佈置與創意裝飾組，並且首次於競賽中加入學生組，廣邀本市旅宿業者參加以公開表揚本市優秀之旅宿從業人員。

(五) 推動旅宿結合燈會等文化創意輔導

1. 各類文化創意活動導入旅宿產業

結合本市在地文化、創意等跨域元素，豐富旅館及民宿多元化之優質服務內涵。104 年與民宿經營者及在地農場合作辦理原住民活動體驗及本市飯店業者免費品酒會。透過跨域合作方式開啟旅宿業者異業結合及長期合作的機會。

2. 賞燈住桃園方便又優惠

結合燈會資源與旅宿服務，鼓勵旅宿業者自發性提供住宿加值專案並彙整各產業別燈會期間優惠訊息，製作 6,000 本「臺灣燈會-吃喝玩樂優惠手冊」，同時發布電子版供民眾自行下載。

燈會期間與 13 家特約旅宿業者合作旅宿接駁專車，讓遊客夠輕鬆遊燈會，為燈會創造加成效益。

(六) 「台灣好行」服務升級計畫

1. 新增親子樂園線

本府 105 年提案獲交通部觀光局核准補助 200 萬元新增「台灣好行親子樂園線」，105 年下半年將結合桃園主題遊樂園新闢全新路線，與慈湖線及小烏來線整合行銷。

2. 配合節慶及季節活動推出乘車優惠及回饋活動

透過議題活動及配合節慶及季節活動，推出乘車優惠及回饋活動，如 9 月部落客好行旅遊體驗行及分享會、10 月親子搭好行及重陽敬老優惠回饋、11 月結合文創產業拍攝 MV 宣傳活動、12 月配合石門觀光節推出歡樂遊石門系列活動。並透過月月有議題的行銷操作方式，累計電視曝光次數。

四、風景區管理業務

（一）虎頭山風景特定區

全區以「都會生態公園」計畫為主軸，提供登山健行、晨操運動、野餐休閒、親子同樂、環境教育等友善環境。

1. 虎頭山公園老舊廁所第二期改建更新工程

以虎頭山公園未來 10 年發展願景，結合綠能永續技術與創意空間設計理念，繼 1、2、3 號公廁整建後再續辦 4、5 號公廁整建，已完成 5 號公廁汙水處理設施，4 號公廁接續動工，預計 105 年 3 月竣工。

2. 節能與生態教育中心建置工程

本工程結合周邊整體環境營造符合節能及生態教育理念建築景觀，具遊客服務中心、生態教育中心及合宜辦公的多功能設施，目前辦理室內空間整修中。

3. 虎頭山新風貌「親水登山樂森活」規劃設計案

本計畫以都會公園概念對園區公共設施與遊憩設施提出規劃，作為分區分期實質建設發展之參考依據，目前辦理規劃設計中，將以尊重環境生態及融合在地生活共存為原則，朝都市之肺「桃園都會生態公園」方向經營。

4. 虎頭山「Tour Bike 單車學校」

與 KHS 單車學校合作，舉辦「Tour Bike 單車學校-2015 秋季班」推展單車旅遊及宣傳，持續推動低碳綠色旅遊行程。

5. 虎頭山環境教育園區推展工作

於 104 年 3 月 16 日通過「虎頭山環境教育園區」認證，推廣環境教育工作，積極辦理自然保育教育活動，如「奧爾森林學堂系列活動」、

「全年度每周六、日園區生態教育活動」、「全年度每周二、四環境教育課程方案」及「與自然做朋友-虎頭山自然體驗」等活動，讓國小學童學習如何親近與尊重自然並與自然和諧共處。

6. 辦理銀髮樂活來趣桃，重陽季北區健行活動

104 年辦理樂活重陽季系列北區健行活動「銀髮樂活來趣桃」，共有 2 千多位長者參與，至虎頭山健行運動，沿途規劃趣味活動、特色服務站及補水站等，並規劃臨時子孫加油團帶動歡樂氣氛，推動桃園市成為樂齡友善、健康安居的美好城市。

（二）慈湖園區

慈湖為兩蔣文化園區的核心區域，亦為北橫旅遊服務中心點，發揮集客、接駁、遊憩功能，每年服務 360 萬人次以上，創造觀光效益。

1. 大溪中正公園暨周邊崖線步道整建

本次計畫以改善大溪中正公園西側大漢溪崖邊之舊式護欄、排水設施及邊坡土石崩塌等問題，並規劃人行步道、自行車道及大溪慢城服務中心，串聯大溪老街、大溪中正公園、公會堂、蔣公行館、武德殿、木藝生態博物館園區等景點，推廣大溪人文歷史之旅，目前完成規劃設計委外招標作業，進行規劃設計中，預計 106 年 12 月底前完工。

2. 無障礙入園日

自 104 年 11 月開始，為讓身心障礙人士也能悠遊後慈湖，規劃每月第一個後慈湖休園日，改為無障礙入園日，採專案申請方式並有專人服務，藉由導覽人員詳細解說後慈湖生態與歷史，至今為止共有 55 位身障人士完成申請並參觀後慈湖，未來也將持續推動，讓慈湖園區成為更友善的觀光園地。

（三）角板山行館園區

角板山行館為兩蔣文化園區一環，亦為北橫旅遊帶的中繼節點，周邊旅遊機能完備。現階段以活化園區，創造梅園景觀、兩蔣親情展覽、營造泰雅原鄉風貌，提供安全、清潔、舒適的旅遊環境。

1. 角板山行館戰備隧道風貌營造工程

利用現有之戰備隧道內部空間改善通風、採光等設備，在戰備隧道

內，規劃設置戰備意象的立體動物兵團雕塑、休憩座椅及互動彩繪壁畫，營造戰備風格，集合自然風貌，成為北橫新亮點，已於 105 年 2 月 5 日(農曆年節前)驗收完成開放供遊客參訪。

2. 辦理 2016 角板山梅花季活動

以角板山行館梅園的特色行銷北橫觀光產業，包含思親梅創意料理、賞梅情報、賞梅野餐等，另為解決花季期間交通壅塞問題，推行角板山賞梅專車、並於 105 年 1 月 7 日至 23 日辦理角板山梅花季，規劃藝術裝置、草地遊戲、文化展演以及樂趣野餐等活動，讓角板山成為北台灣冬季賞梅的最優質地點。

(四) 小烏來風景特定區

小烏來風景區為北橫旅遊帶一日遊景點首選之一，年遊客量達 62 萬人次以上，提供完善賞景遊程及改善河岸工程，增加遊趣與舒適性。

1. 安排賞景遊程

以天空三景三瀑、溯溪探險及森呼吸負離子健行為主軸，提供生態探索的深度體驗旅遊，串聯水圳古道、龍鳳瀑布、神秘瀑布、天空繩橋至風動石、天空步道等景點，形成循環步道。

2. 進行小烏來風景特定區宇內溪戲水區及河岸景觀改善工程

利用戲水區原地貌地物，活化遊憩功能，並規劃各年齡層遊憩空間，讓遊客安心戲水及美好體驗，預計 105 年 6 月完工。

(五) 拉拉山風景特定區

拉拉山風景區為北橫 1 至 2 日旅遊首選景點，本局逐步發展上、中、下巴陵步道系統，展現當地民風特色、人文及自然美學，建構拉拉山地區完整旅遊地圖，提供優質服務品質。

1. 拉拉山巴陵古道生態園區建設

串連巴陵古道生態園區、下巴陵商圈，及巴陵 1、2 號隧道、巴陵吊橋等風景點形成一環狀遊程，帶動下巴陵地區觀光產業發展。

2. 拉拉山秋之夜晚會

為推廣甜柿及拉拉山秋遊體驗，104 年於上巴陵停車場辦理慶豐收的「秋之夜」甜柿晚會，慶祝年甜柿豐收，期望藉此拋磚引玉，將秋季北橫之美及拉拉山甜柿特產向全國推薦。

3. 北橫櫻花季活動

辦理 105 年春季北橫櫻花季活動，推廣櫻花勇士認證活動，於各遊客服務中心設 Tour Bike 驛站，完成慈湖經角板山至巴陵全長 42.9 公里之騎士，可獲櫻花勇士完騎認證，藉此行銷拉拉山櫻花季及推展運動觀光。105 年度更配合台灣燈會，辦理夜賞燈會，日遊櫻花道活動，讓前來賞燈民眾也能一併賞櫻，感受拉拉山之美，推展桃園在地觀光。

貳、未來努力方向

一、旅遊行銷業務

(一) 觀光活動

1. 辦理 2016 龍岡米干節

(1) 在地力量凝聚，成功發揚龍岡米干特色

龍岡米干節辦理至今已達第 6 屆，最初自民國 100 年起舉辦龍岡米干節，初步辦理時僅為在籃球場舉辦的小活動，隨著在地米干業者強大的凝聚力及向心力投入米干節活動，活動內容從最初僅推廣米干美食文化，擴展至推廣在地特色雲南少數民族文化及異域孤軍文化，103 年起，龍岡米干節結合雲南特有「火把節」及傣語民族(含雲南、緬甸、泰國及寮國)的「潑水節」辦理「水花火舞」雙慶聯歡，成為全臺唯一結合 2 項少數民族慶典的特色活動。

(2) 邀請國際貴賓體驗傳統雲南節慶，將米干節推向國際

今年除延續去年主題辦理各項經典活動，如千人歡舞長街宴、潑水節與火把節活動外，將邀請國際貴賓(包含駐華使節代表、歐洲在臺商務協會、美僑商會、日僑商會代表等)參與年度盛會，將此項活動提升為國際性活動。

2. 辦理熱氣球嘉年華活動

熱氣球活動近年於台灣蔚為風潮，不僅吸引媒體、民眾注意，更能吸引眾多人潮參與為當地創造觀光產值，台灣北部因區域、地形、法規限制，適合辦理熱氣球活動之地區有限，石門水庫園區為少數場域開闢適合辦理熱氣球活動之區域，且當地具有獨特之山水美景，與熱氣球相映成趣，規劃於 5、6 月份結合石門在地在地產業及特色

辦理熱氣球繫留體驗活動，並於夜晚舉行熱氣球光雕秀，創造石門多元旅遊主題。

3. 辦理 2016 北橫旅遊節

北橫沿線自然及人文觀光資源豐富，本年將進一步從原鄉秘境特色出發與在地產業合作，結合既有森林古道、觀光景點如天空繩橋、天空吊橋、部落獵人學校、民宿及農特產品等觀光資源，以原鄉慢活的深度旅遊為行銷亮點，整體連結綠色旅遊產業，共同推動北橫觀光發展。

4. 辦理大溪豆干節

豆干是大溪名產，為宣揚大溪豆干，建立豆干食安及品牌形象，規劃辦理大溪豆干節活動，將結合大溪文藝季活動，整體包裝在地美食、傳統藝陣與宗教文化，並邀請在地業者共同參與，設計豆干及相關製品，邀請民眾參與賞味品嚐、手作體驗、故事展示及導覽等活動，以加深大溪豆干在來往遊客心中之印象並促進當地產業發展。

5. 辦理八德馬祖美食文化節

桃園八德約有 5 萬個馬祖人，是馬祖人的第二個故鄉，2015 年本市辦理第一屆的八德馬祖美食文化，活動結合馬祖與桃園二地的共同的「媽祖信仰文化」，辦理媽祖昇天祭，今年度的活動更深入在地化，由八德區公所提案，邀請在地馬祖人及團體共同參與，結合媽祖信仰文化及馬祖美食宣傳八德觀光，期活動未來能逐步成為知名節慶知觀光活動。

（二）觀光行銷

1. 參加國內外旅展

為推廣桃園觀光，並提高桃園在國際間能見度，2016 年將積極參加國內外旅展宣傳桃園觀光，持續行銷桃園特色。預計參加 2016 台北國際春季旅展(3 月)、2016 台北國際觀光博覽會(5 月)、2016 香港旅展(7 月)、2016 新加坡秋季旅展(8~9 月)、東京旅遊博覽會(9 月)、中國旅遊交易會(11 月)、台北國際旅展(11 月)等旅展。國外旅展參展訴求主要鎖定交通部觀光局統計來台觀光旅客前五名地區國家前

往參展，並以十大遊程主題吸引國外旅客；國內旅展則於北部地區四季旅遊旺季前參展宣傳，並在旅展中強力宣傳本市豐富旅遊主題，吸引國內外旅客來桃園旅遊，積極行銷桃園觀光特色。

2. 辦理媒體及其他團體踩線行程

為推廣桃園觀光之全新亮點，推出多種新玩法及景點感動體驗，規劃相關媒體與單位踩線活動，邀請旅遊線媒體記者、相關在地團體及旅遊業者等來桃園實地走訪，並設計桃園特色專屬推薦行程，推出不同的桃園特色遊程與旅遊品牌產品，以親身體驗作為報導桃園之素材，結合媒體之宣傳並同時發布於本局愛〈桃〉粉絲團，集中及加倍宣傳效益，為桃園觀光創造熱門話題並結合產業交流與資源整合，以開發創新服務或旅遊相關產品，有效行銷桃園深度觀光品牌。

3. 媒體及網路宣傳

(1) 運用媒體宣傳

為有效行銷本市新興觀光景點與建設、地方特色活動及多樣旅遊資源，以促進本市觀光產業發展，規劃電子、平面、網路等多媒體通路進行觀光宣傳，加強宣傳本市年度特色活動，透過觀光宣傳影片及其他平面報章雜誌或網路等媒體平台，提高活動能見度，吸引人潮至桃園旅遊並帶動當地觀光產業之發展。

(2) 強化網路宣傳

強化網路宣傳平台，本局經營維護之愛〈桃〉粉絲團目前已有超過19萬粉絲，並持續增加中，為使網路宣傳效益最大化，將規劃辦理各類型網路宣傳活動，多元行銷桃園觀光產業各個面向，推薦桃園美景與特色活動，以便利與即時回應的網路互動，給予民眾桃園最新的旅遊動態，同時亦搭配各時節不同主題之觀光特色活動積極行銷桃園。

二、觀光發展業務

(一) 觀光政策焦點推動，打造特色魅力觀光景點

本市觀光發展主要分為濱海遊憩帶、台地人文帶及山域生態帶三大主軸遊憩帶，持續推動亮點區域，如濱海之觀音濱海遊憩區、新屋綠色廊帶；台地部分的虎頭山風景特定區服務設施開發及蘆竹、龜

山、楊梅等台地邊緣步道系統；山域部分將辦理工門水庫跨域亮點及小烏來羅浮溫泉專區等計畫。

此外老店新開計畫推動包含大溪老城區觀光『慢城』及龍潭大池後續工程改造等，透過觀光政策焦點推動發展計畫，積極向中央爭取經費建設本市魅力觀光景點，進而啟動三大遊憩帶觀光發展，打造本市更具特色魅力的觀光景點，提供高品質及友善旅遊環境空間，同時引進觀光產業，吸引遊客造訪。

（二）鼓勵公所與民間共同參與，整備優質服務環境據點

為提供本市市民更多元友善的旅遊服務體驗，已規劃十三行政區一區一特色及盤整十三區健康步道，本年度將執行楊梅秀才步道的更新與改善，另將研擬獎補助機制，強化地方居民的在地認同形塑區域性旅遊活動空間，鼓勵民間團體共同參與，整備優質服務環境據點，達到休閒生活與永續環境概念，發展出桃園具特色魅力小而美的休閒環境，進而滿足並增加旅客停留的時間，並帶動周邊相關觀光產業。

三、觀光管理業務

（一）105 年旅宿行銷桃園好棧活動

104 年本局首度辦理『桃園好棧』選拔活動，希冀奠定桃園優質旅宿新品牌，透過民眾票選、專家實地審查、秘密客審查等評選方式，並納入最美味、最舒適貼心、最創意、最好玩、最在地特色元素，分組遴選出 20 家優質旅宿業者。為推廣『桃園好棧』之品牌性，成為更多國內外旅客選擇住宿時之重要參考，擬持續規劃相關行銷宣傳，帶動本市住宿產業與觀光產業之商機；另與獲獎業者交流互動並輔導鼓勵旅宿業者提升整體旅宿品質，同時廣納更多實務建議，建立更具公平且符合實際需求之考核機制，以延續桃園好棧之推動。

四、風景區管理業務

（一）積極推動園區綠色旅遊

1. 新建小烏來風景特定區遊客中心及義盛里民活動中心

「小烏來風景特定區」目前開發面積約 50 公頃，各景點及步道均集中於義盛部落，知名景點如天空步道、天空繩橋等。為提供每年 60 萬人以上的遊客服務，將於義盛里新建遊客中心及里民活動中心，以提供友善旅遊環境，提高服務品質，預計 106 年 12 月底完工。

2. 營造小烏來森呼吸步道整建及巴陵吊橋風貌

小烏來風景特定區內具有豐沛的自然生態，完整的森林溪流生態環境，其中森呼吸步道，全長有約 3.5 公里，步行大約 1.5 小時，為一環狀的遊程，而外巴陵吊橋為復興區著名觀光景點更是當地最具代表性之景觀地標。

為提升遊客觀光旅遊品質，本次計畫以改善森呼吸步道內之沿線腐朽枕木棧道及土石流失情形，美化巴陵吊橋周邊景觀，再造桃園新亮點。

3. 虎頭山公園已於 104 年 3 月 16 日通過行政院環保署認證成立「虎頭山環境教育園區」，以發展成為本市都會生態公園及環境教育中心為建設主軸，未來將以綠建築概念建構生態教育中心，園區工程採用近生態工法，並持續推動 Tour Bike (旅遊單車) 領騎活動，核發「單車安全導騎人員訓練證書」及「河岸香榭遊桃園·虎嶺輕騎遊楓谷」路線領騎證，以推展低碳綠色旅遊行程。

4. 兩蔣文化園區包含大溪中正公園及公會堂、頭寮經國紀念館、前後慈湖與角板山行館，未來將結合四大區域特色推動生態導覽遊程，同時推展以步道、自行車及低碳綠能的園區接駁為主的生態旅遊型態。

5. 小烏來及拉拉山風景特定區具有地質景觀、生態資源及原住民歷史與文化，未來所有工程建設將納入原住民文化元素，並積極結合在地產業，推動具有原鄉特色及生態探險的綠色遊程，形塑北橫原鄉生態綠色旅遊新品牌。

(二) 提升園區服務品質

考量各園區的環境承載量，假日維持目前適宜的遊客量，平日則以增加 1 成的遊客人數為目標；再利用北橫沿線優異的生態環境，發展四季賞花及特色遊程，如梅花、櫻花、根節蘭及紅葉等，用多元

行銷管道推動 E 化園區讓遊客上網即可了解各風景區週邊交通、園區遊客容留人數及景區即時旅遊情報，以利遊客預先規劃及更動旅遊行程，提升園區接待服務品質。

參、結語

觀光旅遊的各項業務在貴會督促策勵下，均能順利推展並創造桃園獨有的特色，如同今年台灣燈會在桃園所打造的感動與城市光榮感，深深感謝議會及所有議員的支持與鼓勵，勝評當竭盡心力，全力以赴，與本局全體同仁持續努力，以期未來能更提升觀光旅遊的接待服務，改善旅遊環境品質、建設各區優質觀光亮點；誠摯期盼各位議員女士、先生能持續給予支持與鼓勵，共創桃園觀光發展的新願景。

並祝福 各位議員女士、先生

身體健康 萬事如意

報告完畢 恭請指教