

觀光旅遊局 107 年度施政計畫

壹、願景及任務

一、願景：桃園時時處處好好玩

- (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能見度，建構安全、優質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，提升遊客便利性，並降低對居民生活的衝擊。
- (四)推行多元及生態旅遊遊程，串聯各級產業，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，提供有感旅遊諮詢服務，創造感動旅遊之旅服環境。
- (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之觀光發展，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，提升觀光旅遊環境品質

- (一)改造既有景點，再造旅遊魅力。
- (二)建立魅力新景點，提供旅遊服務設施。

二、舉辦特色活動與行銷宣傳，塑造魅力觀光旅遊形象

- (一)結合在地團體，辦理各季各地觀光特色活動。
- (二)透過各類媒體報導行銷，運用觀光導覽網及社群行銷即時宣傳。

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，協助辦理產業發展訓練。
- (二)透過旅服中心、借問站及台灣好行等，提供便利之行旅服務。

四、推動旅遊線及風景區永續經營，優化旅遊服務品質

- (一)持續推動旅遊線及風景特定區景點建設，辦理服務設施改善。
- (二)建置環境教育設施及辦理相關活動，強化推廣服務效能。
- (三)推動智慧旅遊服務，以優化服務品質並落實綠色旅遊精神。

參、年度績效指標

策略目標 (權重)	績效指標 (權重)	衡量標準	107 年度 目標值	
一、打造觀光旅遊魅力據點，提升觀光旅遊環境品質 (10%)	(一)改造既有景點，再造旅遊魅力 (6%)	桃園市觀光設施及步道改善工程(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)建立魅力新景點，提供旅遊服務設施(4%)	石門水庫及大漢溪流域跨域亮點計畫(預算執行百分比)	20%	
二、舉辦特色活動與行銷宣傳，塑造魅力觀光旅遊形象 (16%)	(一)結合在地團體，辦理各季各地觀光特色活動 (4%)	活動參與人次	71 萬人次	
		(二)透過各類媒體報導行銷，運用觀光導覽網及社群行銷即時宣傳 (12%)	媒體露出則數(3%)	132 則
			粉絲團人數(3%)	26 萬
			FB 粉絲團發文則數 (3%)	550 則
	觀光導覽網瀏覽人次 (3%)	130 萬		
三、強化觀光旅遊管理與服務，提供安全便利之行旅環境 (14%)	(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)辦理產業發展訓練(3%)	參與家數	42 家
	(三)旅服中心諮詢服務(3%)	諮詢或服務人次	13 萬	
	(四)台灣好行搭乘服務(4%)	台灣好行搭乘人次增加率(與 103 年 43,124 人次比較)	7%	
四、推動旅遊線及風景區永續經營，優化旅遊服務品質(10%)	(一)持續推動旅遊線及風景特定區景點建設，辦理服務設施改善 (4%)	特色景點建設(2%)	1 處	
		近生態工法修建各項設施(2%)	1 處	

	(二)建置環境教育設施及辦理相關活動，強化推廣服務效能(2%)	參加人數	2,000 人
	(三)推動智慧旅遊服務，以優化服務品質並落實綠色旅遊精神(4%)	遊客滿意度(2%)	83%
		復興區觀光場域智慧串聯計畫 APP 累積使用人次(2%)	1,500 人次

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、 桃園市觀光設施及步道改善工程	<p>(一)為改善本市步道品質，本府逐年編列預算，修繕步道系統，修補並增設遊憩設施，便利國民接近利用，營造本市步道為觀光亮點，發揮步道健康、休閒功能，達到發展觀光效益。</p> <p>(二)依 105 年度步道調查結果，擇定桃園市公有步道為優先工程改善標的，私有步道引進民間團體力量執行環境維護。</p>	20,000	
二、 桃園市觀光導覽指標規劃及設置計畫	<p>(一)106 年度設置大溪月眉休閒農業區及蘆竹大古山休閒農業區之指標系統。後續規劃辦理龍潭大北坑休閒農業區、大溪花海休閒農業區之整體指標規劃設置。另為發展臺三線沿線客庄文化及觀光旅遊產業，針對本市龍潭區、平鎮區、楊梅區及大溪區既有指標系統，以減量為原則，進行規劃整併、更新，加強指引與導覽功能。</p>	1,900	

	(二)重新整頓示範區觀光導覽指標設施，強化遊客使用便利性。		
三、石門水庫及大漢溪流域跨域亮點計畫	本計畫經費 3.79 億，案內範圍橫跨桃園市龍潭區、大溪區、復興區，計畫項下共包含 10 項軟硬體計畫，未來將透過該等計畫，於石門水庫引入觀光、生態與運動低碳環保概念，進而改變觀光旅遊行為模式，使本區成為特色低碳旅遊據點。	151,600	
四、大溪豆干節	(一)大溪為桃園著名觀光景點，為推廣大溪豆干美食及大溪觀光旅遊，規劃辦理「大溪豆干節」，以大溪豆干及相關豆製品為發想，強化大溪豆干品牌形象，透過豆干創意與體驗活動、整合豆干業者行銷宣傳。 (二)2017 年特別邀請日本京都百年老店服部豆腐，與大溪在地豆干產業進行交流，未來將以此方向持續推廣，除深耕在地外，更將拓展至國際，讓在地產業與國際交流，進而帶動大溪觀光發展。	2,500	
五、魅力金三角米干節	(一)本府自 2011 年起以米干為主軸、雲南少數民族節慶為基底，結合美食攤位、DIY 體驗、主題講座、打歌文化、文物展出、裝置藝術展示及歌舞表演等精彩內容。 (二)2015 年以「雲南傳統	5,000	

	<p>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，成功將龍岡米干節推向國際。2017 年首度開放民眾參與長街宴活動，成功創造話題。</p> <p>(三)2018 年預計持續結合在地產業，推廣金三角特有滇緬文化及雲南料理，並以中壢平鎮八德金三角特色元素規劃主軸活動，讓民眾了解金三角代表之歷史意義，期能拓展米干節活動效益，提升國內外旅遊市場知名度。</p>		
<p>六、桃園市市長盃海上龍舟競賽活動</p>	<p>(一)大園海上龍舟競賽為當地端午節一大盛事，活動可追溯至日治時期，睽違 30 多年後於 2016 年恢復舉辦，2017 年由本府觀旅局再次復辦海上龍舟競賽，並擴大加入陸上龍舟嘉年華，包含舞台表演、在地團體表演、龍王闖通關活動及超值大摸彩等。</p> <p>(二)2017 年活動吸引超過 50 支隊伍報名，計有 47 支隊伍參賽，2 天活動約有 1 萬名民眾參與，未來將邀請更多市民及在地團體參與活動，吸引民眾到大園感受不一樣的端午佳節，增加竹圍漁港觀光人潮。</p>	<p>5,000</p>	

<p>七、石門觀光節暨熱氣球嘉年華</p>	<p>(一) 本府自 2016 年起舉辦桃園石門熱氣球嘉年華活動，為石門水庫創造新亮點，並結合在地觀光業者共同宣傳，吸引可觀的人潮及創造觀光效益。</p> <p>(二) 為推廣石門水庫周邊觀光旅遊，2018 年將續辦熱氣球嘉年華活動，吸引民眾體驗熱氣球魅力，並強化在地業者參與。</p>	<p>13,000</p>	
<p>八、北橫探險節</p>	<p>(一) 本府自 2015 年起以「探險北橫」為品牌推廣北橫慢活、探險、生態之美，目的為鼓勵民眾走出戶外、接近大自然，體驗北橫山林魅力，同時持續與在地產業合作規劃特色體驗活動。2016 年以「山野探險王」為活動主軸，推出探險王選拔挑戰賽，並規劃北橫「十大探險亮點活動」。2017 年以戶外遊憩產業為活動主軸，規劃「三大主軸活動」及「六大探險主題」。</p> <p>(二) 北橫擁有多樣自然生態資源，還有豐富戶外遊憩產業及設施，未來將持續以北橫在地產業為活動規劃，深化「探險北橫」品牌，聯合行銷北橫戶外遊憩活動及觀光景點，讓民眾深入了解北橫探險玩法。</p>	<p>4,000</p>	
<p>九、跨年晚會</p>	<p>(一) 桃園跨年晚會已連續辦理 14 年，每年參與人數眾多，去年跨年晚會更吸引超過 28 萬人參加，為桃園青年朋友們提供歡聚跨年時光的好去處。</p>	<p>7,500</p>	

	<p>(二)今年將持續規劃辦理跨年晚會，並邀請知名藝人演出，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，透過電視轉播，營造市民榮譽感。</p>		
十、2019 桃園燈節	<p>(一)為讓民眾感受濃濃元宵氛圍，本府桃園燈會舉辦至今已有 15 年，為推廣龍潭迎財神傳統，2014 至 2017 年於龍潭辦理 4 屆桃園燈會，2018 桃園燈節將移至南崁溪沿岸舉辦，並結合在地特色及地景地貌規劃吸睛燈飾。</p> <p>(二)2019 桃園燈節規劃跳脫傳統燈飾，結合現代先進技術及創意設計燈飾，並將周邊景點納入套裝行程，整體活動升級為桃園燈節，讓民眾感受不一樣的桃園。</p>	40,000	
十一、扶植地方旅遊發展推廣	<p>(一)為推廣桃園各區小旅行，106 年與民間旅行業合作開發「桃園自在遊平台」，規劃永續經營小旅行及配合本市節慶活動推出活動限定小旅行，為民眾提供優質遊憩選擇；107 年持續完善「桃園自在遊平台」，除提供小旅行上架，另有旅遊攻略、線上客服等功能。</p> <p>(二)106 年 3 月底「桃園自在遊平台」上線後，共推出超過 20 條小旅行路線，包含觀音蓮花季、地景藝術節等活動限定小旅行，促進桃園觀光知名度。107</p>	6,175	

	年將持續推出桃園各區深度體驗小旅行，吸引民眾到桃園觀光。		
十二、辦理各項踩線活動推展桃園觀光	為推展桃園觀光、行銷桃園，配合年度觀光活動及具特色之觀光新景點，規劃辦理旅遊線媒體記者及相關團體踩線活動，設計專屬桃園在地行程，推薦不同時期、地區的特色主題與觀光景點，於觀光活動開始前，先行邀請媒體、部落客實地走訪，提供眾多獨特新玩法及景點新體驗，作為報導桃園之素材。	1,000	
十三、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：本市處處美景，擁有繁華都市、原鄉山林、舒活海洋等不同風情，以及許多主題特色觀光活動等，經由專業攝影取景拍攝，將本市觀光旅遊特色製作成觀光宣傳影片，透過電視廣告託播，將怡人景致傳送至普羅大眾眼前，吸引民眾目光，達到最佳宣傳效果。</p> <p>(二)各類觀光宣傳資源行銷：除配合各類活動及季節遊程刊登平面廣告宣傳，亦規劃電子、網路與電視廣告露出，並運用時下熱門新媒體手法(如 FB 網路直播、Instagram 等)，以多樣角度將觀光訊息有效傳達給民眾。</p> <p>(三)觀光網路行銷宣傳：「愛<桃>」臉書粉絲團以即時性社群互動方式，提</p>	3,000	

	供軟性且最即時的觀光旅遊訊息，並運用議題行銷提高民眾參與度，宣傳桃園觀光，具有高度傳播力；另規劃創意網路宣傳活動，行銷本市觀光特色活動，擴大效益。		
十四、製作觀光文宣摺頁及宣傳品，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源，編製多樣旅遊文宣品，提供更貼心桃園新玩法，便利來桃民眾即時獲得觀光資訊。</p>	3,500	
十五、國際行銷社群宣傳	為提高桃園國際曝光度，規劃桃園特色旅遊品牌或強打產品，除運用本局「愛〈桃〉」臉書粉絲團進行宣傳推廣，並藉由國際熱門社群平台擴散傳播(如FB、IG、twitter)進行廣告投放合作；此外，結合國際知名網站或旅遊平台放置廣告、特惠方案(如訂房送遊程、訂遊程送優惠)等，並以創意之其他媒體通路(如口碑行銷、出版品廣宣、影片投放等其他類型廣告手法)，強力播送桃	3,000	

	園旅遊資訊，以吸引國際觀光客旅遊桃園。		
十六、參加國內外旅展推展桃園觀光	結合業者共同組團，推展海內外觀光市場，辦理國內外推介會，建立本市業者與各地旅行社等產業及媒體合作平台，促進本市觀光產業發展。	6,000	
十七、輔導旅館業及民宿服務品質提升計畫	<p>(一)配合桃園三金品牌聯合對外行銷，透過創意宣傳活動，推廣桃園金牌好棧，凝聚業者向心力，塑造桃園優質旅宿品牌，帶動本市旅宿及觀光產業發展。</p> <p>(二)輔導旅宿產業善用桃園在地美食、人物、文化及藝術等元素，跳脫既有服務框架，讓服務內涵更豐富化、多元化，開發新市場。</p> <p>(三)配合桃園三金品牌聯合對外行銷，107年將製作桃園三金網站，讓三金產業成為官方品牌，對外城市行銷。</p>	2,500	
十八、本市民宿輔導計畫案	<p>(一)協助復興區符合坡地安全及消防安全條件之旅宿業者取得合法登記。</p> <p>(二)配合「休閒農業區」劃設及推廣休區內設置民宿，規劃辦理相關法規說明會及訓練輔導課程。</p>	3,000	
十九、辦理本市非法旅宿反行銷專案計畫	<p>(一)辦理旅館業自主檢查，減少業者須臨時配合不定期稽查之負擔及人力。</p> <p>(二)增加業務協辦人員，執行旅宿管理業務，強化業務執行質量。</p> <p>(三)辦理入住查察蒐證，作為行政處分之要件及有</p>	1,980	中央補助款

	力證據。		
二十、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)配合桃園機場捷運及台灣好行，服務更多旅客，彙整資料製成相關QA、公車轉乘資訊、鄰近觀光景點及住宿資訊，提供民眾旅遊諮詢並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>	2,607	
二十一、桃園市觀光巴士行銷計畫	<p>(一)藉由動漫故事創造話題，結合觀光巴士 CIS 識別系統設計行銷宣傳活動，打造觀光巴士為本市觀光新亮點。</p> <p>(二)維運觀巴網站及APP、製作多語版文宣品及語音導覽服務，提供友善觀光巴士服務，讓國內外自由行旅客輕鬆遊桃園。</p>	2,500	
二十二、台灣好行慈湖線、小烏來線及親子樂園線服務升級計畫	<p>(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，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。</p> <p>(二)串聯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。</p> <p>(三)為維護並提升「台灣</p>	2,600	中央補助款 1,500 千元

	好行」品牌整體行銷意象，結合本市吉祥物丫桃、園哥，進行「台灣好行」車體佈置，打造為本市觀光新亮點。		
二十三、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)培訓環境教育種子教師，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。	570	
二十四、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。 (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。	500	
二十五、秋遊虎頭山低碳樂活趣計畫	(一)藉由辦理自行車活動，推廣低碳、綠色旅遊，讓參與民眾依虎頭山風景特定區自行車道網絡騎乘(繞至楓樹坑與南坎溪)，欣賞周邊 21 公里優美環境，結合沿線優質景點，促進整體觀光發展，透過人力騎乘單車微旅行，強化各景點間深入旅遊及遊憩體驗，創造賞景樂趣，推廣「虎嶺連峰·河岸香榭」自行車道遊程，發展虎頭山風景特定區為都會公園特性。	950	

	(二)主題活動有 21 公里自行車輕旅行及環山健行等 2 項活動，預計可邀請 5,000 位民眾參加，型塑「虎嶺連峰·河岸香榭」自行車騎乘及健行活動特色。		
二十六、綠色旅遊遊程規劃計畫	(一)配合每年 2 次花季時程(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、梅花野餐樂)，辦理特色花季等活動及規劃綠色旅遊遊程。 (二)結合在地各級產業，串聯各類旅遊資源，推廣並利用北橫碧綠之山脈及豐富林相資源，達到綠色旅遊目標。	1,900 (拉拉山櫻花季 1,425、角板山梅花季 475)	
二十七、復興區觀光場域智慧資訊串聯計畫(第二階段)	(一)建置管理平台、應用服務 APP 及多元資料串接之更新及維護。 (二)API 物聯網整合。 (三)建置停車場動態資訊管理系統。 (四)建置智慧交通資訊看板與數位電子看板。 (五)建立社區特色網購商城。 (六)人流、車流感應設施設計。 (七)系統規劃諮詢。 (八)提供最適遊程建議。	7,215	
二十八、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)老人文康中心通往忠烈祠步道段低障礙棧道。 (三)森林體驗步道。	38,000	17,100 千元 為交通部觀光局補助

	<p>(四)桃11線外拓步道。</p> <p>(五)環保公園行動賣店周邊設施與步道整備。</p> <p>(六)導覽與指標系統。</p> <p>(七)以「虎頭山風景特定區新風貌親水登山樂森活」為主軸，將景觀步道、登山步道田野道路、自行車道等系統，形成全長21公里休憩綠廊，串聯風景特定區內景點，建構720公頃都會公園，提供大桃園市民及全臺遊客休憩、生態、健康與舒適之旅遊新選擇。</p>		
二十九、小烏來溫泉取供事業	因應小烏來風景特定區羅浮溫泉開發管理，成立小烏來風景特定區溫泉取供事業，辦理羅浮溫泉區內取水、供水、加溫及加壓等公共設施建設及使用管理維護工作。	28,675	
三十、大嵙崁環線步道暨水圳景觀園區整建工程委託規劃設計案	本計畫沿大漢溪水岸，將河東、河西兩觀光帶串聯，結合生態、文化與休閒，未來往北可沿大漢溪水岸與新北市三峽、鶯歌系統相結合，往南則可銜接石門水庫及新竹縣關西系統，形成跨縣市觀光遊憩動線，並以月眉古圳為主體，規劃水利文化景觀園區，呈現在地農業文化。	2,613	
三十一、虎頭山風景特定區後山遊憩綠廊溪溝跨橋工程委託規劃設計案	為改善虎頭山風景特定區內步道間，因自然野溪橫切影響通行情形，規劃設置溪溝跨橋工程加以改善，跨橋長度約45公尺，	1,805	

	並改善兩側步道約 164 公尺，突破步道節點障礙，將後山遊憩綠廊整體串聯，形成環狀步道系統。		
--	--	--	--