

# 觀光旅遊局 108 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)強化既有觀光景點，提升觀光競爭力。
- (二)創造優質旅遊環境，提供觀光友善服務設施。

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

業務面策略目標與績效指標一覽表

策略目標 (權重)	績效指標 (權重)	衡量標準	108 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)強化既有觀光景點，提升觀光競爭力(5%)	桃園市觀光景點設施及步道等工程(預算執行百分比)(5%)	80%
	(二)創造優質旅遊環境，提供觀光友善服務設施(5%)	桃園市觀光導覽指標規劃及設置計畫(預算執行百分比)(5%)	80%
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	71.35 萬人次
		媒體露出則數(3%)	138 則
	(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%)	粉絲團人數(3%)	30 萬
		FB 粉絲團發文則數(3%)	600 則
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(5%)	輔導旅館業或民宿新設立家數	4 家
	(二)辦理產業發展訓練(5%)	參與家數	42 家
	(三)旅服中心諮詢服務(4%)	諮詢或服務人次	13 萬
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%)	4 處

策略目標 (權重)	績效指標 (權重)	衡量標準	108 年度 目標值
	(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%)	iOS 及 Android 使用者評分 4.8/4.9%
		復興區觀光場域智慧串聯計畫 APP 累積使用人次(2%)	19,245 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、桃園市觀光景點設施及步道等工程	(一)為強化石門水庫跨域亮點計畫，補足原計畫之不足，編列石門水庫、十一份文創園區等後續工程，將石門水庫導入觀光、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。 (二)為增加龍潭大池夜間活動及周邊夜間安全，整體規劃設置大池吊橋及周邊照明系統，在不影響環境下，提供遊客夜間活動新體驗。	42,469	55,531 千元 於 109 年繼續 編列
二、桃園市觀光導覽指標規劃及設置計畫	(一)107 年度設置蘆竹坑子溪、楊梅富岡休閒農業區等指標系統。後續將持續推動既有指標系統改善，以減量為原則，進行規劃整併、更新，加強指引與導覽功能。 (二)重新整頓示範區觀光	2,500	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	導覽指標設施，強化遊客使用便利性。		
三、大溪豆干節	大溪為桃園著名觀光景點，除大溪文藝季結合在地信仰、陣頭文化、藝文展演等活動外，本計畫以「大溪豆干節觀光國際化」為發想、「全國豆干節在大溪」為目標，邀請全國及國際相關豆類廠商設攤，以觀光行銷、互動體驗、國際接軌、豆干推廣為策略，規劃創意活動宣傳，擴大大溪豆干文化及豐富美食之名氣，讓更多國內、外人士到桃園大溪觀光旅遊。	3,000	
四、魅力金三角米干節	龍岡地區擁有全臺獨樹一格之雲南美食聚落，「米干」更是當地特色小吃，聚集超過40家米干店且擁有獨特雲南文化，自100年起辦理龍岡米干節加以推廣，活動場地自初創時僅利用龍岡國中停車場一角，至近年擴大於雲南文化公園辦理，隨著參與人潮增多，107年再移至龍岡大操場舉辦，活動內容涵括火把節、潑水節、長街宴等滇、緬、雲、泰特色慶典，並提供各項雲南美食、文化體驗及展示。	7,000	
五、大園海上龍舟競賽活動	(一)大園海上龍舟競賽可追溯至日治時期，歷史悠久，雖中斷30多年，於105年由大園區公所恢復舉辦	5,000	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	<p>並擴大為「桃園市市長盃海上龍舟競賽」，總計有 57 支隊伍報名參賽。106 年由本局辦理「2017 大園海上龍舟嘉年華」，海上龍舟競賽共有 48 支隊伍參賽，另有陸上龍舟嘉年華、舞台表演、端午體驗活動及抽獎等。107 年擴大辦理「2018 大園慶端午海陸空龍舟爭霸賽」，包含市長盃海上龍舟競賽、陸上龍舟趣味闖關及空中龍舟風箏競賽等。</p> <p>(二)規劃編列委辦費辦理「2019 大園海上龍舟競賽活動」，邀請各地民眾共同參與，參賽隊伍規劃為 50 隊，並預計於端午節前一周或端午節當周於竹圍漁港辦理，活動除海上龍舟競賽外，亦規劃結合在地特色辦理嘉年華活動，包含舞台表演、體驗闖關遊戲及抽獎活動等。</p>		
六、石門觀光節暨熱氣球嘉年華	(一)辦理熱氣球嘉年華系列活動：為增加石門水庫亮點活動，提高遊客到訪率，並宣傳石門水庫跨域亮點計畫成果，辦理熱氣球嘉年華活動，活動以熱氣球升空體驗及夜間光雕噴火秀為主軸，並配合跨域亮點計畫及建設，辦理主題活動(107 年度以運動觀光為主題，打造石門水庫運動觀光意象)，並安排	13,000	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	<p>相關系列活動，讓參與民眾感受熱氣球的震撼。除辦理熱氣球嘉年華活動外，同時推廣周邊旅遊景點，結合在地觀光產業(如：活魚美食、遊艇業、觀光遊樂業、旅宿業等)推出優惠活動，期能帶動當地觀光發展，並創造觀光效益。</p> <p>(二)辦理事門觀光節：石門地區擁有獨特觀光資源，除美麗自然景觀(如：楓紅、落羽松等)可感受季節、時序變化外，在地也有許多觀光產業是不容錯過的，近年來以活魚為主題打造石門活魚節，並進行一連串行銷宣傳活動，結合在地業者，如：活魚餐廳、遊艇公會等參加並提供活動優惠，吸引民眾參與，共同宣傳石門水庫觀光亮點帶動當地觀光發展。</p>		
七、北橫探險節	<p>(一)北橫為全臺唯一暢通的東西向橫貫公路，擁有豐富自然生態及歷史人文資源，本局自 79 年首辦水蜜桃季，成功推廣拉拉山水蜜桃特產；100 年小烏來天空步道開幕，擴大舉辦為首屆北橫旅遊節；101 年至 103 年間持續行銷北橫深度旅遊；104 年打造「探險北橫」活動品牌，以慈湖、角板山、小烏來及拉</p>	4,000	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	<p>拉山 4 站遊客中心為據點規劃「四園區四主題」活動，創新推出高空彈跳、溯溪等運動型態旅遊玩法。</p> <p>(二) 106 年為持續深化北橫戶外探險印象，活動名稱改為「北橫探險節」至今，並以戶外遊憩產業做為活動主軸，規劃各項北橫探險主題玩法，並與在地觀光業者合作，聯合行銷北橫戶外遊憩活動及觀光景點，讓每年北橫皆有不同亮點、多元的旅遊玩法。</p>		
八、跨年晚會	為迎接新年到來，規劃辦理桃園市跨年晚會活動，邀請國內外藝人及在地表演團體參加晚會演出，並以具桃園特色且富創意性之主題串聯全場，同時設計吸睛的倒數橋段及與民眾互動的跨年活動，帶給到桃園欣賞跨年民眾，一場難忘的跨年經驗。	2,000	5,500 千元於 109 年繼續編列
九、2020 桃園燈節	為讓民眾感受濃濃元宵氛圍，本府桃園燈會舉辦至今已 16 年，燈節活動期待透過多元光影互動技術，創造不一樣桃園光之饗宴。	10,000	35,000 千元於 109 年繼續編列
十、扶植地方旅遊發展推廣	(一)首創「桃園自在遊」小旅行報名平台，藉由導入專業旅行社協助經營管理，結合市府特色活動，輔導及優化在地社區小旅	4,000	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	行，協助小旅遊行銷宣傳及「桃園自在遊」品牌營造。 (二) 扶植地方觀光亮點及特色活動，推廣在地觀光。		
十一、辦理各項踩線活動推廣桃園觀光	為推廣行銷桃園觀光，規劃辦理媒體記者及相關團體踩線活動，設計桃園特色推薦遊程，不同時期推薦特色主題與地區之觀光景點，於觀光活動前先行邀請媒體、部落客實地走訪，以親身體驗作為報導桃園之素材，讓民眾藉由此素材更了解桃園觀光特色景點。	1,000	
十二、平面、電子、廣播宣傳及觀光影片拍攝等	透過平面、電子、廣播及網路等管道進行行銷宣傳，包含本市觀光景點、特色活動等，並透過觀光影片拍攝及託播宣傳，強化桃園觀光印象，並以網路行銷宣傳，維護經營管理愛<桃臉書粉絲團，接觸不同客群及網路使用者，讓桃園觀光旅遊全年不間斷曝光，提高遊客至桃園觀光旅遊。	4,000	
十三、製作觀光文宣摺頁及宣傳品，推展桃園觀光	(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	3,500	



計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	<p>必備指南書。</p> <p>(二)編製旅遊書籍及觀光文宣，提供更貼心全新遊桃園新玩法，以型塑桃園特色觀光品牌及深度旅遊魅力。</p>		
十四、國際行銷社群宣傳	<p>本局經營愛く桃臉書粉絲團至今已累積 31 萬餘名粉絲，並即時發布觀光相關訊息。為推廣桃園觀光與國際化，持續規劃於國際旅客使用平台（如：Instagram），經營桃園觀光旅遊專屬官方帳號，並以外語發布消息，將桃園觀光旅遊訊息不受國籍與地域限制向國際市場推廣。另規劃結合國際知名旅遊平台(如：全球最大網路平台 TripAdvisor、日本臺灣旅遊資訊站 Taipei Navi 等)合作，並與目標市場(如：日本、韓國、東南亞等地區)觀光旅遊局平台以廣告形式同步推廣，讓桃園品牌形象在國際中脫穎而出。</p>	2,500	
十五、參加國內外旅展推廣桃園觀光	<p>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。</p>	4,500	
十六、辦理桃園金牌好棧行銷暨旅宿業品質提升計畫	<p>(一)辦理桃園金牌好棧選拔暨行銷宣傳案，邀請專業人士採訪各家好棧、舉辦多檔網路主題行銷活動</p>	2,500	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	並舉辦實體好棧微旅展。 (二)配合桃園三金聯合行銷宣傳活動，訂製專屬獎座(牌)，共同舉辦桃園三金頒獎典禮，並打響桃園三金品牌形象。		
十七、辦理民宿輔導計畫	(一)協助休區新設民宿環境特色營造及相關行銷宣傳。 (二)就新設置民宿區域(如：大溪老城區)調查基礎資料及宣傳，並辦理法規說明會，輔導、鼓勵在地民眾申設民宿。 (三)因應民宿管理辦法修正，擬就授權地方政府部分，辦理委託調查，俾研擬相關草案執行。	3,000	
十八、辦理環保旅宿推廣計畫	(一)配合「桃園市發展低碳綠色城市自治條例」第15條規定，本府得獎助觀光相關產業推動低碳旅遊，預計購買超商禮券提供本市環保旅宿行銷宣傳使用。 (二)另辦理網路行銷宣傳活動，鼓勵本市旅宿業踴躍加入環保旅館或環保旅店。	2,000	
十九、辦理本市執行違法旅宿管理工作計畫	(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。 (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。 (三)申請檢舉獎金經費，	1,700	中央補助款

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	預計獎勵民眾協助提供充足證據俾裁處日租套房，以維護合法旅宿經營權。		
二十、辦理 i-center 旅遊服務體系營運、管理及輔導業務	<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)為服務更多旅客，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，提供旅客諮詢服務。</p> <p>(三)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、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)為行銷宣傳桃園觀光資訊，於「台灣好行」繪本主題公車內裝置觸控螢幕與車上免費 WIFI 服務，播放最新活動資訊及旅遊宣傳影片，提供旅客來桃園多元旅遊選擇。</p>	2,600	中央補助款 1,500 千元
二十二、大嵙崁環線步道暨水圳景觀園區整建計畫	本計畫沿大漢溪水岸，將河東、河西兩岸觀光帶串聯，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	37,387	中央補助款 18,000 千元

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	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、農村意象為主體，規劃水圳文化景觀園區。		
二十三、小烏來風景特定區義盛遊客中心遊客休憩洽公及戶外展演設備建置費	當地每年有 60 萬以上遊客，然卻缺乏供民眾休憩之適當場所，為加強服務品質並提供友善旅遊環境，並作為宣揚泰雅文化之場所，預計增設義盛里遊客中心並兼具里民集會場地與避難防災空間。預計完工後可增加 700 平方公尺室內休憩面積供當地遊客使用。	5,000	
二十四、虎頭山風景特定區後山遊憩綠廊溪溝跨橋工程案	本計畫地點位於虎頭山公園後山環山步道系統(桃園市龜山區)，該處步道網絡密布，為改善「三聖宮」通往「長壽路 164 巷」主要遊憩路徑之跨越溪溝段，爰規劃設置溪溝跨橋(跨橋長度約 45 公尺)及銜接棧道步道，改善山林遊憩路徑設施安全；規劃設置臨時性步道節點、休憩平台、導覽及解說資訊設施與方向指標，提升山林遊憩服務品質，預期提供遊客更安全山林遊憩環境，同時亦可突破步道節點障礙，將後山遊憩綠廊整體串聯。	887	17,253 千元於 109 年繼續編列
二十五、角板山暨小烏來環境教育設施場所認證	(一)編撰環境教育設施場所認證申請計畫，包含行政資料蒐集、環境資源調	1,500	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
計畫	<p>查、經營管理規劃及編撰會議等。</p> <p>(二)設計規劃環境教育課程教案，包含教案規劃設計會議、聘請環境教育講師、教案試教活動等。</p> <p>(三)辦理環境教育志工招募及培訓，成為環境教育園區永續營運及教學推廣之助力。</p> <p>(四)進行園區現有設施場所硬體設施改善整建，以利環境教育推廣及教學活動執行。</p> <p>(五)通過認證後辦理環境教育設施場所宣傳推廣活動。</p>		
二十六、全市落地導覽服務計畫	<p>在既有導覽基礎、推廣以人帶景之觀光策略至全市13區，為推廣桃園市觀光深度旅遊，辦理全市落地導覽培訓計畫，預計將增加500位導覽人員，針對旅客服務及解說接待能力展開訓練課程，並配合規劃開發新興遊程，藉由課程增進導覽與服務知能，向國內外旅客行銷桃園城市魅力。</p>	2,500	
二十七、北橫四季觀光推廣活動	<p>為永續觀光，友善旅遊環境，規劃辦理北橫梅花季生態旅遊活動、北橫櫻花季活動及泰雅文化展示、前慈湖及銅像雕塑紀念公園表演活動與溫泉嘉年華活動，鼓勵民眾於北橫各景點深度慢遊，認識北橫</p>	5,600	

計畫名稱	實施內容	經費(千元)	備註
	優美自然生態與泰雅人文之美，進而珍惜自然環境，並促進觀光經濟效益。		
二十八、秋遊虎頭山低碳樂活趣計畫	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，欣賞周邊優美環境，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。	950	
二十九、北橫暑假及旺季接駁服務	(一)風景區內各景點，以接駁車接送，達到節能減碳、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	