

桃園市議會第3屆第5次定期會

桃園市政府觀光旅遊局
工作報告

報告人：代理局長 王麗娟

中華民國 114 年 4 月

目錄

壹、現階段重要工作執行情形.....	1
一、旅遊行銷業務.....	1
(一)觀光亮點活動.....	1
1. 2024 放假囉！來慈湖	1
2. 2024 桃園萬聖城	2
3. 2025 桃園跨年晚會	3
4. 2025 台灣燈會	3
5. 「2025 台灣燈會在桃園」創造 12 大亮點	4
(二)觀光推廣業務.....	5
1. 2024 國際青年商會世界大會-桃園館設計展佈案	5
2. 2024ITF 台北國際旅展	5
3. 台灣觀光 100 亮點捲動國旅方案.....	6
4. 社群媒體平臺經營.....	6
二、觀光管理業務.....	7
(一)旅館業及民宿輔導管理績效考核 6 連霸「特優」	7
(二)旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況.....	7
(三)遊客服務.....	7
(四)辦理旅宿業專業知能提升計畫.....	8
(五)辦理民宿申設及輔導計畫.....	8
(六)輔導露營場申請許可使用及設置登記.....	9
(七)持續推動臺灣好行並提升服務品質.....	10
(八)辦理桃園好棧行銷宣傳計畫.....	10
(九)環保旅館全國第一，持續輔導低碳旅宿	11
(十)觀光旅宿優惠宣傳.....	11
三、觀光技術業務.....	11
(一)打造大龍門低碳旅遊廊帶.....	11
1. 2024「大龍門旅遊行銷推廣-動漫路跑嘉年華系列活動」	11

2. 桃園追風公園主題裝置藝術.....	11
3. 大溪頭寮北橫遊客中心公共廁所改善統包工程.....	12
4. 大龍門旅遊廊帶觀光發展總顧問計畫暨區域策略規劃案.....	12
5. 溪洲旅遊服務區充電樁.....	13
(二)建設觀光遊憩帶.....	13
1. 市區樂活旅遊帶.....	13
2. 桃園珍珠海岸計畫整體構想.....	14
3. 原鄉生態旅遊帶.....	15
四、企劃暨國際業務.....	16
(一)跨域合作推廣桃園國際觀光，營造國門之都旅遊城市印象.....	16
(二)大溪豆干節.....	21
(三)召開樂遊桃園觀光會報.....	22
(四)桃園觀光推廣第一站，A12 桃園遊客中心提供旅客貼心諮詢服務.....	24
五、風景區管理業務.....	24
(一)虎頭山風景特定區.....	24
(二)大溪中正公園.....	25
(三)慈湖園區.....	25
(四)北橫故事一角板山觀光場域再造計畫.....	26
(五)小烏來風景特定區.....	27
(六)再造桃花源計畫.....	27
(七)桃園風景區停車場充電樁設置.....	27
(八)推動北橫國家級風景特定區.....	28
(九)風景區觀光服務推廣.....	28
(十)遊憩亮點活動.....	29
六、智慧觀光業務.....	31
(一)結合科技運用，升級景區服務.....	31
(二)建置創新科技觀光體驗專區.....	31

(三)桃園觀光 OBS 直播網路服務.....	32
貳、未來努力方向.....	32
一、旅遊行銷業務.....	32
(一)2025 桃園龍岡米干節	32
(二)2025 桃園城市變裝嘉年華	32
(三)桃園珍珠海岸計畫.....	32
二、觀光管理業務.....	33
(一)台灣好行石門水庫線轉型大龍門線.....	33
(二)輔導珍珠海岸旅宿露營場改造體驗升級.....	33
(三)桃園旅宿品質提升暨行銷計畫.....	33
三、觀光技術業務.....	34
(一)發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點.....	34
(二)積極爭取中央建設補助，提升本市各遊憩據點品質.....	34
四、企劃暨國際業務.....	35
(一)持續加強桃園國際觀光推廣及交流.....	35
(二)桃園珍珠海岸遊程推廣結合 IP，打造桃園海岸旅遊新亮點.....	37
五、風景區管理業務.....	37
(一)虎頭山遊憩據點改造活化.....	37
(二)推動北橫國家級風景特定區.....	38
六、智慧觀光業務.....	38
(一)「遊桃園」APP 行動系統智慧化升級	38
(二)持續升級景區智慧化服務.....	38
(三)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析.....	38
(四)桃園珍珠海岸-數位科技應用加值計畫.....	39
參、結語.....	39
【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表	40

欣逢貴會召開第3屆第5次定期會，^{麗娟}列席報告觀光旅遊局113年下半年迄今重要施政成果及未來施政重點，桃園身為國門之都，持續強化國際與國內宣傳，推廣行銷桃園觀光，致力塑造桃園親子、蔬食與東南亞友善城市形象，吸引觀光客到桃園留宿，觀光旅館112年與113年1至9月同期比較，113年國際旅客住宿率成長28.30%，感謝貴會監督與指導，使本局各項工作與業務得以持續精進，在此代表全體同仁致上由衷謝意。

113年下半年迄今，本局辦理2025臺灣燈會、2024桃園萬聖城、2025桃園跨年晚會、探索北橫、植感桃園暨大溪豆干推廣等多項大型活動，透過大型系列活動打造桃園觀光亮點，下半年將透過龍岡米干節、城市變裝嘉年華、大溪豆干節、活魚蠡漫跑，以及珍珠海岸亮點計畫，接續營造品牌與魅力桃園，^{麗娟}謹就本局旅遊行銷、觀光技術業務、觀光產業管理、企劃暨國際業務、風景區管理等各項重要工作執行情形與未來願景，向貴會提出報告，敬請各位議員女士、先生不吝賜教。

壹、現階段重要工作執行情形

一、旅遊行銷業務

(一)觀光亮點活動

1. 2024 放假囉！來慈湖

(1)慈湖園區在本府觀光旅遊局推廣與優化下，成為「夜間觀光、全齡友善、低碳永續、戶外樂活」的重要觀光地標，更是本府推動「大龍門旅遊廊帶」的核心旅遊景點。

(2)本府觀光旅遊局於113年8月9日至9月17日之週末期間，辦理「放假囉！來慈湖」活動，以嶄新的概念「放假囉！來慈湖」，傳達「健康、創新、文化、戶外、自然」形象，結合七夕、中秋打造「兩大節慶週主題夜」，並規劃許多亮點節目，例如浪漫燈光秀、日夜水舞雙重奏、火舞秀、露天電影院、街頭藝人表演、限定餐車市集等；此外，園區亦設置「萌兔登月」與「閃耀愛情」兩大裝置藝術及光環境，以增添整體氛圍感。本次活動期間累計參加逾45萬人次。



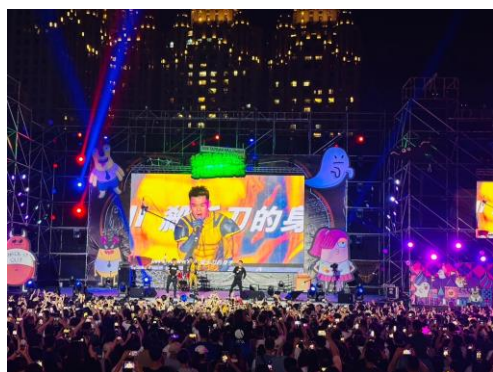
中秋夜間水舞秀



慈湖裝置藝術

2. 2024 桃園萬聖城

2024 桃園萬聖城於 113 年 10 月 26 日至 11 月 3 日於桃園藝文廣場及藝文綠園道舉辦，以「邪惡無害、恐怖可愛」為活動主軸並以「搗蛋鬼學院」為題，帶來四大學院「愛胡鬧學院(物理)、裝糊塗學院(藝術)、惡作劇學院(音樂)、黑白講學院(英語)」及搗蛋鬼校車，以親子及青年族群為主要對象推出系列活動，包含踩街遊行、變裝演唱會、變裝競賽、電音派對、親子主題活動及系列主題之夜等精彩活動，以大型裝置作品、豐富舞台表演、主題市集與萬聖氛圍營造；活動期間更推出「搗蛋鬼學院開學慶」登錄發票抽獎活動，與桃園藝文特區商圈發展協會、桃園市站前商圈文化觀光發展協會及桃園市桃園車站商圈協會結合推出友善合作店家，民眾凡於合作商家消費，並至活動網站登錄發票抽好禮，邀請民眾共同參與活動盛事，增加本市「桃園親子城」意象及國際活動能見度，活動期間累計參加逾 103 萬人次。



萬聖城變裝演唱會



萬聖城商圈快閃活動

3. 2025 桃園跨年晚會

- (1) 2025 桃園跨年晚會於 113 年 12 月 31 日晚間 7 點至 114 年 1 月 1 日零時 30 分在桃園高鐵站前廣場(台灣燈會轉運站區域)舉行。本次晚會主題為「燈燈燈燈~2025 桃園跨年晚會」，邀請由小鐘、何妤玟、短今、潘君倫共 4 人聯手主持，並邀請中國、韓國、馬來西亞及台灣共 4 國 13 組藝人團體到場獻唱，重量級藝人有丁噹(中)、陳芳語(馬)、范逸臣(臺)、姜丹尼爾(韓)等。此外，本次還安排長達 180 秒絢爛的煙火秀，並邀請世界 12 強球星職棒樂天桃猿隊隊長林立與市長一起倒數迎接新年。
- (2) 本次跨年晚會累積逾 19 萬人次到場，中時新聞網 YouTube 頻道及官方臉書、中視新聞官方臉書等多平台直播，總觀看人次突破 262 萬。



2025 跨年晚會

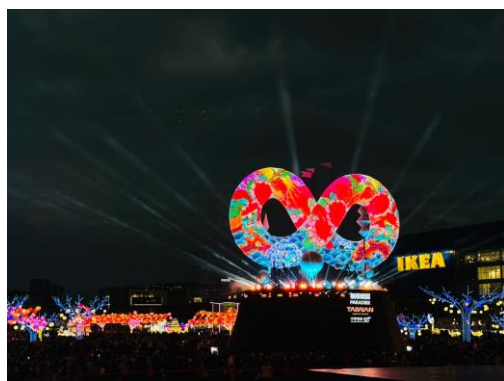


跨年倒數橋段

4. 2025 台灣燈會

本屆 2025 台灣燈會主題「光聚千塘串桃園 LIGHT CONNECT ALL」，以桃園的埤塘地形為靈感，將自然景觀與燈藝融合，映照出桃園作為國際門戶與多元文化交融之地的特色；以「親子、童趣、活力、國際」為主軸，除交通部觀光署在 A18 高鐵站前廣場規劃「主燈展演場」外，本府也特別於機捷 A19 周邊場地打造「光的遊戲場」設置五大主題燈區，並提前於 2 月 7 日開始試營運，五大主題燈區為「活力發光站」、「青春光劇場」、「城市聚光燈」、「光臨千塘國」與「福光滿意讚」等；另與本市各行政區共同辦理響應燈區(元宵特色燈區)，融合各區不同風貌，將族群、科技、親子、藝文、運動及生態環境做為策劃理念，在元宵期間點亮桃園。

5. 「2025 台灣燈會在桃園」創造 12 大亮點
- (1) A18、A19 燈區成功吸引超過 1500 萬人次到訪，13 響應燈區也超過 550 萬人次。
 - (2) 創造產值超過 270 億。
 - (3) 台灣燈會史上首次與 Google 合作整合 Google map 路況導流，引導用路人提前避開管制路段。
 - (4) 桃捷運量創新高，台灣燈會二週末分創桃捷前二名單日運量，燈會期間載運超過 280 萬人次。
 - (5) 台灣燈會市府成立交控中心，首次串聯高鐵、捷運、接駁車 API 動態資訊，輔以大數據及即時空拍影像，隨時掌握人流、車流、停車場資訊，提高疏運效能。
 - (6) 台灣燈會首創與國際知名動漫、手遊 IP 合作，打造大型氣偶燈組，規劃光的遊戲場親子主題燈區。
 - (7) 首次馬戲團主題專區、首次以棒球場做為燈區，打造最大棒球燈組，進行演唱會規格主題燈光秀，引進世界級馬戲表演。
 - (8) 首次台灣燈會市集規劃蔬食專區，結合本市「植感桃園」品牌，服務素食族群。
 - (9) 台灣燈會網路使用量創新高，官網瀏覽人次超過 1560 萬，遊桃園 APP 會員數已達 10 萬人，下載次數居當(二)月 IOS 與 Android 旅遊類 APP 下載排行榜首位，IOS 更一度登上台灣總下載排名第 2 名的佳績，僅次於 ChatGPT，瀏覽次數超過 690 萬。
 - (10) 培訓導覽老師專業解說及服務，讓民眾獲得更豐富的文化體驗與愉快的燈會之旅，相關團體導覽及定點導覽超過 22 萬人次。
 - (11) 光的遊戲場打造親子樂園，動漫 IP 及互動燈組不限夜晚觀賞，白天除了家長帶小孩、嬰幼兒參觀外，亦吸引許多幼兒園及小學主動組團課外教學，為史上最多年紀最小遊客的燈會。
 - (12) 提供來桃住宿旅客「五星級賞燈體驗方案」，包括提供旅宿接駁車專屬下客站台、旅宿限定小禮袋、住客「觀禮台」賞燈、住宿餐飲優惠及發送小提燈，成功吸引外縣市及外籍旅客入住桃園，燈會期間鄰近之觀光旅館住宿率達 9 成以上，一般旅宿業住宿率亦有超過 2 成的成長率。



A18 主燈展演場



A19 光臨千塘國-卡比獸

(二)觀光推廣業務

1. 2024 國際青年商會世界大會-桃園館設計展佈案

2024 國際青年商會世界大會於 113 年 10 月 29 日至 11 月 2 日在桃園會展中心辦理，為宣傳「2025 台灣燈會在桃園」及推廣桃園豐富的旅遊資訊，結合本次世界大會設立桃園館共同宣傳，展館主要分為四大區域，包含智慧桃園展示區、觀光景點展示暨互動區、伴手禮攤位區、青創區，透過本府觀旅局、農業局、智發會、青年局聯合宣傳，展現桃園豐厚的文化產業、觀光旅遊、智慧科技以及農漁特產等各面向，拓展桃園國際觀光知名度，以吸引更多國內外旅客前來，為 2025 台灣燈會提前暖身。



市長蒞臨現場與業者互動



桃園館展館展示

2. 2024ITF 台北國際旅展

2024ITF 台北國際旅展於 113 年 11 月 1 日至 11 月 4 日在台北南港展覽館舉辦，桃園展館榮獲「最佳創意獎」，展館整體以親子與 2025 台灣燈會為設計主題，打造「桃園親子城」的活力氛圍，同時規劃 17 場舞台活動、9 場彩繪燈籠等 DIY 體驗、集章活動以及有獎問答與現場民眾互動交流，行銷推廣桃園觀光魅力，本

次一同參展的觀光業者包含桃園市觀光發展基金會、桃園大眾捷運股份有限公司、桃園機場凱悅酒店、77 巧克力共和國、第一銀行、桃園大溪笠復威斯汀度假酒店、桃園伴手禮協會-維穀力企業商行、渴望會館、台灣客家茶文化館、隨緣茶空間。



民眾至桃園館互動



桃園展館榮獲最佳創意獎

3. 台灣觀光 100 亮點捲動國旅方案

為打造桃園旅遊印象，本案以在地化、特色化等地方觀光品牌價值為主軸並串連本市獲選之「台灣觀光 100 亮點」景點，包含草漯沙丘地質公園、忠貞新村文化園區、慈湖以及拉拉山國家森林遊樂區，製作具記憶點、渲染力之影片吸引旅客，同時以桃園美食、大龍門旅遊廊帶、珍珠海岸、探索北橫、旅遊體驗結合周邊美食、景點、特色店家、節慶活動等規劃 5 款主題摺頁，並配合交通部觀光署辦理之觀光 100 亮點微策展、風格旅遊節、電子集章等系列活動共同宣傳推廣。



台灣觀光 100 亮點 X 「風格旅遊 Chill」



台灣觀光 100 亮點-桃園觀光影片

4. 社群媒體平臺經營

- (1)114 年度工作重點為宣傳本市觀光旅遊及本府重大觀光政策如大龍門旅遊廊帶、珍珠海岸、探索北橫等，輔以主題式題材內容如體驗桃園、祈福之旅、在地職人和美食快搜，發掘桃園獨

特性及多樣性，運用多元化的宣傳議題包括邀請國內外 KOL、多媒體行銷、網路互動活動，透過豐富吸睛的貼文及短影音，加深遊客桃園多元文化旅遊意象；亦透過社群平台導流，聯合臺北北桃旅遊資訊共同行銷，並與知名旅遊社群平台合作，互相導流以擴大本市旅遊宣傳效益。

(2)桃園觀光社群平臺粉絲人數截至 114 年 3 月 3 日分別為 Facebook：491,756 人；Instagram：87,053 人。

二、觀光管理業務

(一)旅館業及民宿輔導管理績效考核 6 連霸「特優」

交通部觀光署為考核各地方政府對於旅館業及民宿輔導管理業務執行情形，是旅宿業務重要績效指標，本局於 113 年度再次榮獲「特優」殊榮，也是自 108 年起至 113 年連續 6 年榮獲「特優」，在旅宿業務上之努力已深獲肯定，本次獲獎於 114 年 2 月 10 日「觀光節慶祝大會」進行頒獎，表揚本局旅館業及民宿業務執行之成效。

(二)旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況

截至 114 年 2 月 28 日止，旅館共計 202 家，房間數 10,829 間；觀光旅館共計 10 家(其中國際觀光旅館 6 家、一般觀光旅館 4 家)，房間數 2,219 間；民宿共計 133 家，房間數 537 間。

(三)遊客服務

1. 旅遊服務中心服務品質提升

本市共有 3 處旅遊服務中心，分別為桃園火車站、中壢火車站及高鐵桃園站，皆位於重要交通節點，主要工作為協助宣傳本市重要活動資訊、提供旅遊文宣、交通及住宿諮詢，並與本市健行科技大學、萬能科技大學等具有觀光科系學校共同營運管理。

2. 借問站友善服務

本市目前計有 23 處借問站，除可提供簡易諮詢服務外，各借問站亦提供多項便利服務；另為提供更多旅遊服務站點，本(114)年度向交通部觀光署提案爭取補助，新增 2 處借問站，分別為異域故事館及鑫園馬告白吉莎咖啡莊園，屆時將共計 25 處借問站提供在地旅遊服務。

(四)辦理旅宿業專業知能提升計畫

為積極行銷本市旅宿至國際市場，強化本市旅宿業者專業知能，持續開辦相關課程，邀請相關業界專業經理人、講師分享實務經驗，藉以提升業者專業知識與技能，從住宿體驗、餐飲文化到戶外旅遊體驗，全面提供住客完美旅宿經驗。

此外，持續與國際知名運動相機品牌 GoPro 合作，藉由國際級 GoPro 玩家的影音創作，把桃園住宿、好吃、好玩及各式景點宣傳至國際，形塑桃園戶外旅遊城市意象，113 年 9 月 23 日邀請來自全球 16 位國際 GoPro 創作者來桃園 5 天 4 夜深度體驗原民文化、高空彈跳、棒球、食農小旅行等在地遊程，於國際相關社群媒體露出超過 1,300 則，總曝光量超過 400 萬次，大幅提升桃園旅客及觀光資源國際知名度。



國際創作者交流城市行銷記者會



旅宿業專業知能課程開學式

(五)辦理民宿申設及輔導計畫

為提升桃園民宿服務量能，113 年度辦理「桃園市民宿申設及輔導計畫」，成立民宿合法化輔導團隊，透過設立諮詢窗口，協助輔導民眾合法申設，並於大龍門區域(大溪、龍潭、石門)及沿海地區共舉辦 3 場法規說明會，總計約 150 人次參與，有效帶動大龍門區域民宿成長，113 年度至 114 年 2 月底共計增加 15 家民宿，讓本市民宿突破 133 家。



新設民宿（角宿一）外觀



新設民宿（塔斯窩）房間

(六)輔導露營場申請許可使用及設置登記

1. 為配合中央政策推動露營場合法設置登記，本局截至 114 年 2 月 28 日止，已核發 59 案露營場土地容許使用，已有 5 案通過露營場設置登記，轄內合法露營場累計共 14 家。
2. 為加速輔導露營場合法化，本局於 113 年 12 月 19 日辦理露營場輔導申設交流分享會，透過輔導團隊、業者和市府三方，面對面交流及實務經驗分享，協助業者朝向合法之路前進，業者交流分享會相關新聞露出近 20 則。
3. 113 年率全國之先引進科技輔導機制，透過現地空拍攝影技術、地理資訊系統(GIS)、雲端資料統合、地籍套圖等科技輔助，快速掌握桃園露營場現況地貌，精準有效率地輔導業者朝向合法設立方向邁進，大幅提升申請過程的效率與成功率。



露營場輔導申設交流分享會



現地空拍攝影技術

(七)持續推動臺灣好行並提升服務品質

本市配合交通部觀光署推動台灣好行景點接駁服務，共有 4 條台灣好行路線：大溪快線、小烏來線、石門水庫線及東眼山線，為提供國際旅客友善服務，全國首創印製中、英、日、韓、印、越及泰共 7 種語言台灣好行路線導覽摺頁，打造東南亞及國際旅客友善乘車環境；此外，為持續擴大桃園觀光國際能見度，於 113 年 10 月 17 日特別邀請國際知名 Vlogger(包含印尼、韓國、日本、越南等國籍)搭乘「台灣好行」前往著名的東眼山國家森林遊樂區踩線進行戶外探索，期吸引國內外遊客來桃園享受豐富且超值的旅遊體驗。



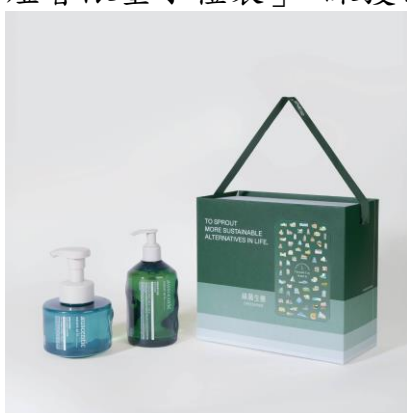
7 國語言路線摺頁



國際知名 Vlogger 踩線

(八)辦理桃園好棧行銷宣傳計畫

針對通過桃園好棧評鑑的 52 家優質好棧，持續以多元合作方式共同行銷，開發桃園好棧聯名商品，開拓品牌知名度。2025 台灣燈會期間，首度結合桃園好棧旅宿和桃園觀光工廠優質產品推出「台灣燈會限量小禮袋」，深獲旅宿業及住客好評。



桃園好棧聯名商品



桃園味 X 台灣燈會限定小禮袋

(九)環保旅館全國第一，持續輔導低碳旅宿

為鼓勵本市旅宿業者共同響應環保政策，實踐低碳旅遊服務，輔導大型旅館取得環保旅館標章，本府 113 年訂定「桃園市政府觀光旅遊局低碳旅宿補助申請須知」，補助旅宿業者取得環保旅館標章相關費用，計有 6 家業者(福容大飯店 A8、石門福華渡假飯店、悅徠館、嘉仕特商旅、大溪老城四季行館、秘境 41 民宿)透過本補助順利取得環保旅館標章，截至 114 年 2 月底本市環保旅館數量計有 21 家，在全國排名第 1 名。

(十)觀光旅宿優惠宣傳

為推廣本市優質旅宿，讓旅客住留宿桃園，邀集本市旅宿業者配合各項民俗節慶及特色活動，例如萬聖節、國慶日、春節等重要節慶，以及如歡慶中華隊世界冠軍的「Team Taiwan, 停桃園」、「火球祭」及「2025 台灣燈會」等活動，共同推出優惠住房方案。本局將所有優惠訊息彙整後，透過新聞媒體宣傳，並放置於觀光導覽網優惠情報專區供民眾查詢。自 113 年 8 月 1 日至 114 年 2 月 28 日，共計 162 家次的旅宿業者參與。透過節慶與活動搭配，積極協助業者曝光，進一步提升桃園的住宿率和觀光形象。

三、觀光技術業務

(一)打造大龍門低碳旅遊廊帶

1. 2024「大龍門旅遊行銷推廣-動漫路跑嘉年華系列活動」

113 年 11 月舉辦「大龍門蠟漫跑嘉年華」結合知名動漫雙 IP 與路跑活動，吸引大量觀光人潮，並透過親子派對日及活魚宴等活動，提升當地運動及在地美食觀光效益，活動獲得熱烈迴響，本次活動帶動 15 萬人次至大龍門旅遊地區。針對 114 年度的活動，觀光旅遊局將持續檢討與優化，力求創造更具話題性與品牌影響力的活動形式。

2. 桃園追風公園主題裝置藝術

- (1)本局因應「大嵙崁親水園區(中庄景觀土丘)」因為地理位置的優勢推動以及推廣大龍門旅遊廊帶親子遊程，擬營造中庄追風親子公園意象，今(114)年將設置 2 組裝置藝術，分別為藝術家呂沐茫創作的「追風鳥」，以鋼板製成的鳥群，翅膀隨風擺動，

象徵自由與生命力。以及藝術家王柏霖與呂孜穎共同設計的「游擊追夢 1 號」，融合飛行器與童年夢想元素，喚起人們對冒險與夢想的追求；結合 112 年已設置完成 4 組裝置藝術「乘風小憩所」、「風的介面」、「城市幻想：飛向兒時的路」及「大溪豆干哥」裝置作品，配合當地「風」環境意象，設置「風」主題裝置藝術作品，加強中庄地區場域豐富性，並結合周邊既有自行車道系統串接旅遊景點，連接新北市與大溪、龍潭、石門遊程。

- (2) 本局訂於 114 年 3 月 15 日、22 日、23 日進行「玩風瘋玩」親子系列活動，活動內容包含限量報名之 DIY 體驗「風箏 DIY」、「蜂蠟 DIY」、「風鈴 DIY」、「捕夢網 DIY」「飛盤活動」與「親子體操」互動體驗，以及無需報名歡迎遊客共同體驗中庄風之意象的大型風箏展演與特技風箏展演活動。

3. 大溪頭寮北橫遊客中心公共廁所改善統包工程

大溪區頭寮北橫遊客中心(原經國紀念館)，是國內外遊客進入北橫山林觀光旅遊線第一站，遊客中心有提供遊客休憩服務及旅遊資訊和行程安排，因既有公共廁所衛生設備老舊也未符無障礙設施環境故辦理整體設施及如廁空間整體改善，打造結合性別友善、親子、全齡兼具照顧者或被照顧者使用需求為特色風格的「多功能型廁所」，同時營造隱密、安全及舒適感如廁環境空間，預算為新臺幣 960 萬，已完成統包工程招標作業，目前已進行基本設計作業，預計 114 年 4 月中旬開始工程之施工作業。

4. 大龍門旅遊廊帶觀光發展總顧問計畫暨區域策略規劃案

考量本市地域條件及交通脈絡，以珍珠海岸廊帶、都會旅遊廊帶、大龍門暨北橫山線廊帶發展三條旅遊廊帶系統為觀光發展軸帶，本局所辦理大龍門旅遊廊帶案經由期初階段資源盤查整合、期中階段觀光發展定位目標設定，以及期末階段行動計畫標的擇定，續透過市府團隊合作，進行分期目標之分工，提升遊程節點環境優化及旅遊服務品質提升，整合活動行銷宣傳創造特定主題遊程，且結合自行車系統延伸遊客旅遊遊程及停留時間，達到客留桃園 2 日遊、3 日遊之行程。

5. 溪洲旅遊服務區充電樁

本局配合環境部辦理「桃園市公有場域新增或擴充電動車公共能源補充設施示範計畫」競爭型補助計畫，於本局轄下場域「石門水庫溪洲旅遊服務區」提報配合計畫執行，建置 2 槍 11kW 充電槍，藉以輔助本市擴充區域能源補充設施數量目標，本局據以辦理溪洲旅遊服務區充電樁採購案，預算新臺幣 122 萬 2,943 元，採購案於 113 年 7 月 4 日決標、同年 10 月建置完成、11 月請撥補助款並完成結案。

(二)建設觀光遊憩帶

1. 市區樂活旅遊帶

(1)桃園市大棟山風景特定區大湖之森自然步道周邊環境優化加值計畫

本計畫總經費 3,000 萬元，已於 113 年獲得交通部觀光署「113-114 年度景點優化體驗加值計畫」補助，並於 113 年 11 月 29 日工程發包，113 年 12 月 30 日決標，預計 114 年 3 月中旬開工，10 月中旬完工，12 月完成驗收。本計畫將藉由「雙景。雙機能。三生態」進行整體環境規劃與營造，雙景分為水水之森(既有生態池整理、既有貨櫃改造)及綠舞之氛(打造樹下休憩點)；雙機能分為車轍小道及森之路，步道總長度約 1,214 公尺針對步道鋪面型式、階梯及排水系統進行改善，並擬定步道主線和支線路線路徑；三生態解說站分為岩石(煤礦露頭)、蜻蜓(自然生態)及樹幹(淺山生態)，提出並完善園區內導覽指標性設施，結合植栽綠美化設計，串聯整體休憩環境。

(2)虎頭山風景特定區道路及停車場開闢計畫

111 年完成虎頭山風景特定區都市計畫變更，增加遊客服務相關公共設施用地，其中為解決現有虎頭山公園三聖路攤販及停車需求問題，前於 112 年底邀集本府工務局及交通局研擬後續辦理道路開闢及停車場興建工程，今(114)年編列預算辦理道路及停車場用地取得及拆遷補償作業，本局委託工務局預計 114 年 4 月啟動道路用地取得作業並同步進行新闢道路工程規劃設計，停車場用地將由本府交通局辦理用地取得至興建工程

以及後續維護管理或委託營運等事宜。

(3)楊梅區秀才步道路燈建置計畫二期

楊梅秀才步道路燈建置計畫第二期，將於秀才亭至 845 巷 260 號之間（約 1.5 公里）設置路燈。本局於 112 年 8 月 24 日及 9 月 12 日召開協調會議，會中決議第二期工程經費約 500 萬元，並由本局 113 年預算支應。區公所表示，在獲得經費支援的前提下，將負責設計與施工，而本府養工處則同意，在符合接管規範的情況下，承擔後續的路燈維護及電費支應。

本案的委託代辦契約已於 112 年 12 月 20 日完成簽訂，並撥付第一期款項 100 萬元及第二期款項 400 萬元至楊梅區公所。此外，112 年 12 月 15 日正式委由楊梅區公所辦理，並於 113 年 3 月 11 日公告勞務招標。工程已於 114 年 1 月 6 日開工，工期為 120 日曆天，預計 114 年 6 月完工。

(4)A8 長庚轉運站公益回饋空間

桃園長庚轉運站 5 樓公益回饋空間，設置智慧觀光展示營運場域及青創加速器基地，提供收藏專業觀光圖書功能並結合青創加速器與觀光問題研究團隊進駐。另本局與市立圖書館（下稱總圖）提出合作，由總圖提供巡迴圖書定期更新觀光類書籍，或本局提供觀光類清單作為採購參考，並納入本市閱讀人口。本案於 4 月 1 日開工，113 年 8 月 28 日完工，113 年 12 月 10 日完成驗收，並於 114 年 2 月現場點交予本府青年事務局及財團法人桃園市觀光發展基金會經營管理，現正由接管單位進行進駐前置作業。

(5)八德茄苳霄裡文化廊帶改善

有關八德茄苳霄裡文化廊帶具文化觀光資源，本局整合相關局處於樂遊桃園觀光會報討論打造文化觀光廊帶，硬體部分八德區公所預計 3 月中旬完成路面刨鋪，本府養護工程處預定 3 月底完成標線劃設，軟體部分以文化局針對文資調查，將於 3 月 24 日辦理期末審查，後續由本局行銷推廣。

2. 桃園珍珠海岸計畫整體構想

(1)本計畫已納入樂遊桃園觀光會報，橫向綜整府內各機關共同討

論，透過各局處資源結合運用，達到效益最大化。本計畫依據市長政見結合國內外海岸整體規劃案例，以竹圍、永安漁港為核心基地，「打造南北海岸雙星」，將漁港空間重新塑造、修繕設施，重點打造旅遊新亮點，並規劃以軟體方式將蘆竹、大園、觀音、新屋海岸線藉由生態復育及周邊特色景點(包括許厝港濕地、草漯沙丘、觀新藻礁、牽罟文化、石滬景觀等)，透過包裝手法，納入親子體驗與探索在地特色文化，完善海岸線整體遊程，成為長期特色旅遊活動。

- (2)該計畫已爭取交通部觀光署「體驗觀光地方旅遊環境升級中程計畫(113-116 年)」之「重要廊帶亮點營造計畫」經費補助。全案計畫總經費新臺幣 4 億 9,190 萬元，由觀光署補助新臺幣 2 億 9,961 萬 8,500 元，本計畫分硬體計畫(竹圍濱海園區計畫、永安海客文化園區計畫、新屋綠隧道計畫、濱海串聯計畫)及軟體計畫(特色產業輔導行銷計畫、數位科技應用增值計畫、旅宿露營輔導及行銷、遊程規劃及推廣活動、濱海觀光行銷)。

3. 原鄉生態旅遊帶

(1)溪口部落觀光環境營造計畫工程

本案工程於 112 年 12 月 26 日開工，113 年 7 月 23 日完工，並於 113 年 9 月 30 日完成驗收開放。本案整體改善既有步道(竹林步道、水圳步道及環湖步道)共約 700 公尺，並在步道必要區段增設安全護欄等方式提升步道整體舒適度及安全性，並於沿線設置休憩設施及導覽指標牌，讓遊客可以透過清晰的指標安排行程。工程完工後，可透過新溪口吊橋串接角板山商圈與溪口部落，體驗部落文化、商圈特產及在地美食，打造角板山、羅浮及溪口成為北橫廊帶的金三角。

(2)高遠自然步道第二期環境營造計畫工程

本局獲得交通部觀光署 112 年度「體驗觀光—地方旅遊環境營造計畫」補助經費辦理，全案經費 2,400 萬元。高遠溪古圳步道第二期工程增設 1 座 22 公尺跨河繩橋，新設安全護欄約 700 公尺，並設置休憩設施及導覽指標牌，加強步道舒適度及安全

性；另修繕步道入口空間、軍事遺構、跨淺溪流及瀑布旁景點等 5 處，塑造完整遊憩空間。本案工程於 113 年 11 月完工，工程完工後，將高遶溪古圳步道串聯至高遶天空吊橋，全段步道長約 2.6 公里，可增加遊客駐留時間，並配合周邊商家，促進在地經濟發展。

(3)復興區枕頭山步道環境改善計畫

本計畫總經費為 2,000 萬元，已於 113 年獲交通部觀光署「113-114 年度景點優化體驗加值計畫」補助，並於 113 年底完成工程發包。目前正進行開工前準備工作，預計 114 年 3 月動工，7 月底完工，9 月完成驗收。

本計畫將優化現有步道，改善年久失修或中斷的路段，增設明確的入口指引，並於適當地點配置座椅與導覽標示，以提升步道的安全性與舒適度。此外，在休憩據點部分，計劃將改造枕頭山西峰總督府圖根點與南角隘勇監督所的休憩空間，使其成為更友善的停留區域，進一步提升步道環境品質。

本計畫實施將強化步道設施與場地功能，並結合文化、歷史與生態資源，期望打造桃園首條步道維護示範路線，增加北橫的吸引力，塑造具特色的景區亮點。

(4)羅馬公路休閒廊帶營造計畫

本案重新整理羅馬公路起點入口空間、奎輝溪旁休憩區、羅馬公路尾端空間及沿線零星停靠點，改善休憩點為一友善停留處，並種植原生樹種及設置導覽指標牌，以期創造舒適人行空間，並改善設施、空間機能，以提升整體遊憩服務品質。本局向交通部觀光署爭取經費補助辦理「桃園市復興區羅馬公路休閒廊帶營造計畫工程」案，獲交通部觀光署 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」補助辦理，全案經費 1,500 萬元。本案工程於 113 年底完成發包作業，預計於 114 年 3 月工程開工，114 年底前完成驗收開放。

四、企劃暨國際業務

(一)跨域合作推廣桃園國際觀光，營造國門之都旅遊城市印象

1. 參與新加坡、越南胡志明市旅展，提升桃園國際觀光知名度

- (1) 本府分別於 8 月前往新加坡旅展 (NATAS Holidays)、9 月前往越南胡志明市國際旅展 (ITE)，向當地民眾及旅行業者說明、推廣桃園觀光資源及 2025 台灣燈會在桃園訊息。新加坡為歷年主要海外來台旅客國之一，越南則是近年來台旅客增長快速，為極具發展潛力之市場，本府藉由文宣發放、互動活動及專人面對面解說等方式，提升參展人員對桃園之認識，提升組團社將桃園納入來台行程、自由行旅客來台順遊桃園之意願。
- (2) 新加坡旅展期間，總計接觸約 2,000 位新加坡民眾及與當地多家大型旅行業者（如南和、大通、康泰旅行社等）進行一對一深度交流與介紹；越南則與約 60 家越南組團社進行交流、簡介，以及向約千名民眾說明桃園旅遊資訊，以提升桃園國際觀光知名度。

2. 韓國百萬網紅踩線

- (1) 本府與台灣虎航合作，邀請 10 名韓國網紅 (IG 粉絲總追蹤數破百萬) 於 10 月 24 日至 26 日來桃園，展開 4 天 3 夜的踩線行程。此次安排行程涵蓋大龍門旅遊廊帶、珍珠海岸及青埔區等桃園特色景點，透過網紅實地體驗並於 IG 分享，進一步吸引韓國自由行旅客關注桃園觀光資源。
- (2) 本次透過韓國網紅於 IG 分享桃園旅遊心得，共曝光 110 則限時動態、18 則 Reels 短影片及 30 則貼文，累計總曝光量超過 200 萬次，順利拓展桃園於韓國市場的景點知名度及吸引力。

3. 日本、韓國電視旅遊節目及 Youtuber 宣傳

- (1) 日本及韓國向來為來台外國旅客前三名，本局為於日、韓曝光桃園旅遊景點及推薦遊程，規劃由當地知名主持人或偶像團體帶路，於今年上半年來桃園各錄製一集 30 分鐘的電視旅遊節目，韓國部分將於全國性有線電視台 (tvN show) 及其海外頻道播出，日本則於 HBC 北海道放送與 tbc 東北放送撥出，而為延長節目影響力，節目後續將於日、韓當地 OTT 上架，讓更多無法準時於電視收看的民眾可以隨時點選觀看，恣意暢遊桃園。
- (2) 本府同時將邀請日韓知名 KOL 及偶像團體於社群媒體曝光桃園

旅遊訊息，其社群媒體粉絲數合計近 500 萬人。透過每位 KOL 以不同的視角，展現桃園迷人之處，吸引當地觀眾來桃園旅遊，體驗桃園，並透過社群媒體平台擴大宣傳效益，提升桃園在日、韓市場的知名度與吸引力。此外，於 2 月 20 日發行的日本生活風格雜誌「&Premium」台灣特刊中也登載桃園拉拉山巨木、中壢夜市等廣告，並將於其官方網站介紹桃園觀光景點，提升其讀者(目標客群為 20 至 40 歲)對桃園的認識與關注。

4. 「2025 台灣燈會在桃園」國際行銷

(1)本府積極展開跨國行銷，鎖定日本、香港、泰國、新加坡及馬來西亞等重點市場，透過「視覺強效」的街頭廣告與網路投廣進行宣傳，以吸引國際遊客參與 2025 台灣燈會在桃園、擴大全球聲量，包括：

I. 日本：於每日有 18 萬人次通過的日本東京新宿車站聯絡通道刊登巨幅燈會廣告看板。

II. 香港：於叮叮車彩繪燈會資訊及桃字燈籠圖案穿梭於銅鑼灣、中環等繁華街區。

III. 泰國：於曼谷市中心，空鐵 BTS 及地鐵 MRT 交會的 ASOK 阿索克站旁的大型購物中心 Terminal 21 外牆與內部螢幕循環播放台灣燈會動態海報。

IV. 新加坡及馬來西亞：於當地 YouTube 平台強力曝光「去有光的地方」燈會形象廣告。

(2)本府製作 7 國語言(中文、英文、日文、韓文、泰文、越南文及印尼文)文宣介紹桃園、中壢、青埔三大都心旅遊景點，結合交通資訊、美食景點介紹及繪製地圖，並於燈會現場與各旅服中心發送，讓國內外旅客能輕鬆規劃暢遊。另因香港為兩年來海外來台旅客之冠，又距離相近，語言、文化相通，因此邀請 3 名粉絲數合計破百萬的香港 KOL 來桃園拍片宣傳 2025 台灣燈會在桃園與桃園旅遊資訊，影片於 1 月 31 日陸續上線，目前累積 21.2 萬觀看次數。此外，本府亦製作燈會主題扇，結合觀光署國際旅客優惠措施贈送參訪燈會的外國旅客，進一步提升外國旅客參訪燈會的吸引力與宣傳桃園觀光意象。

5. 2025 年大阪南海電鐵號彩繪列車「発見！台湾桃園の魅力」上線開跑

串聯關西機場與大阪南海電鐵與桃園捷運公司自締結友好關係後即積極展開各項合作，並規劃以 2 年為期相互運行以兩地觀光景點為主題的彩繪列車，本府觀光旅遊局協助設計「発見！台湾桃園の魅力」彩繪列車圖案，結合桃園山與海的四季景點，呈現 27 個具代表性的特色元素，包含受日本人喜愛的自大正時期興建的大溪老街、充滿台灣道地庶民小吃的中壢夜市、以及矗立數十棵千年紅檜的拉拉山森林遊樂區，讓南海電鐵成為一本移動的桃園觀光導覽手冊，自 2 月 25 日起於南海本線、空港線、和歌山線運行，提升桃園特色旅遊景點在國際間的能見度。

6. 國際城市交流

(1) 韓國木浦市

本市於去(113)年 4 月與韓國木浦市簽訂觀光合作備忘錄後即積極展開交流互動，並於 11 月首度赴木浦訪問，除參與當地道南飲食文化盛宴活動外，並拜會朴洪律市長與旅遊文化教育局金明俊局長，說明桃園發展現況與觀光資源，也期待雙方能推進修學旅行、體育交流的合作，另一方面，因木浦旁的務安機場也將開設桃園直飛航線，未來雙方交流將更加便利。此行同時參訪木浦海濱建設，包括海上纜車、海上步道、濱海廣場及海水噴泉等，該市因地制宜展開各項濱海遊憩建設，亦可作為本市珍珠海岸推廣之參考。

(2) 日本神戶市

本府觀光旅遊局自 112 年 6 月與日本神戶市觀光局簽訂觀光合作備忘錄後即積極展開交流，神戶觀光局陸續來訪參加石門水庫楓半馬、桃園燈會、修學旅行交流會議後，本府於去年展開回訪，包括：

I. 參訪神戶馬拉松

本市與神戶觀光局合作目標之一即為推動桃園 x 神戶雙城馬拉松合作，目前神戶馬拉松已邁入第 12 屆，每年吸引約兩萬名跑者參加，本府去年即辦理「桃園市民跑向神戶」宣傳活動，並於神

戶馬拉松 Expo 會場設置唯一海外城市推廣攤位，除於現場贈送報名的桃園市跑者紀念品外，亦向 2 萬名馬拉松跑者發放桃園觀光導覽文宣，並參與神戶馬拉松開幕儀式，觀摩沿途應援規劃及交通管制、指引措施，此行同時參訪神戶港口遊憩與運動設施建設、溫泉開發與渠工設施，作為本市未來發展相關建設參考。

II. 參與 2025 神戶光之祭典

本市首次受神戶觀光局之邀，參加 2025 神戶光之祭典。該活動起源於 1995 年阪神大地震後，旨在慰藉災區居民並祈願城市復興，每年吸引超過百萬人次參與。本市作為首度且唯一的海外參展城市，透過設攤宣傳桃園旅遊資訊、2025 台灣燈會在桃園及桃園神戶 4 月直航等，獲得神戶市民熱烈反應，約有 600 位民眾前來洽詢、索取桃園觀光文宣跟紀念品。此外本市代表團也與神戶觀光局進行交流，吸取其在大型活動規劃上的經驗，以及討論未來雙方在相互宣傳觀光、送客之合作模式。

(3) 秋田縣湯澤市長訪桃園 促進城市交流與文化合作

日本秋田縣湯澤市長率隊一行 5 人於 113 年 8 月 20 日拜會桃園市府，促進城市交流與合作。會議後，貴賓團前往大溪考察和平老街的「老街再造」規劃，體驗大溪木藝文化，並參訪六廿四故事館，親身體驗當地特色陣頭「將軍」，留下深刻印象。考量湯澤市與桃園市規模不同，後續將由特色相近的大溪區與湯澤市展開交流。湯澤市以燈籠工藝聞名，大溪則擁有百年木藝，雙方皆致力於傳統文化保存與觀光發展，並運用現代技術賦能傳統產業。此外，湯澤市「七夕繪燈籠祭」與大溪「大溪大禧」活動相呼應，未來可透過文化與技術交流深化合作，促進區域發展並建立長期友誼。

(4) 日本宮城縣名取市來訪拜會市長

日本宮城縣名取市山田司郎市長於 114 年 2 月 14 日拜會張善政市長，進行觀光、經濟產業交流，同時邀請市長拜訪名取，另表達希望與本市簽訂觀光與產業經濟 MOU 之意願，晚間則由本局協助導覽參訪 2025 台灣燈會在桃園。

7. 2025 台灣燈會邀請 MOU 城市貴賓

- (1)本市邀請國際觀光友好城市前來參與 2025 台灣燈會，包含日本神戶市、牛久市及韓國木浦市等。
- (2)本次外賓參訪行程安排於 2 月 11 日(星期二)至 2 月 14 日(星期五)，期間外賓拜會市長、參加台灣燈會開幕及本市景點參訪，外賓皆表示對桃園的熱情接待印象深刻，並對本市的文化特色與觀光發展給予高度肯定。
- (3)訪團重要人員名單

序	來訪團體	姓名	性別	職稱
1	神戶觀光局	中西 里香子	女	專務理事
		河上真吾	男	部長
2	神戶議會	坊恭壽	男	議長
3	牛久市	沼田 和利	男	市長
4	牛久市議會	諸橋 太一郎	男	議長
5	木浦市觀光文化教育局	金明俊	男	局長
6	木浦市議會觀光經濟委員會	宋宣雨	男	委員長

(二) 大溪豆干節

大溪豆干遠近馳名，本次活動以「BEAN FUN STYLE 繽紛大溪，豆樂風格」為主題，藉由黃豆的英文「BEAN」為靈感，融入諧音「been fun (繽紛)」，傳遞出趣味活力的全新品牌形象，透過創意、多元與國際化的方式，重新詮釋經典節慶，將在地文化接軌國際舞台，提升大溪觀光國際能見度。

1. 亮點一：豆樂風格市集 展現在地創意與國際風情

全新升級「豆樂風格市集」集結超過 40 個特色攤位，分為「大溪在地特色區」、「美味蔬食區」及「沖繩石垣島區」三大主題區域，讓遊客一次感受在地文化、國際風情與健康飲食的潮流風格。

2. 亮點二：大溪豆干節成為桃園連結世界的重要交流平台

大溪豆干節透過本市觀光發展基金會協助邀請公益財團法人沖繩縣產業振興公社在台辦事處、在台灣沖繩縣人會及一般社團法人石垣市觀光交流協會等共襄盛舉，帶來限量沖繩ゆし豆腐料理於活動現場限量販售，也邀請沖繩及石垣島吉祥物現場與

大家互動合影，另有沖繩傳統服飾展示與試穿、體驗琉球傳統刺青，透過雙方的跨國文化交流合作，讓大溪豆干節成為桃園連結世界的重要交流平台。

3. 亮點三：鳳飛飛復古派對 穿越時空致敬大溪巨星

本次大溪豆干節特別策劃「鳳飛飛 ERA 復古派對」，現場播放鳳飛飛經典歌曲串燒，搭配復古音樂，並邀請台灣復古舞 SWING DANCE 老師現場帶動大家一起 SWING，一同重溫、認識鳳飛飛時代的經典氛圍，感受不一樣的大溪人文魅力。

4. 亮點四：蔬食友善推薦標章第 2 波推廣活動起跑

本府首創、全台皆可參與的「蔬食友善推薦標章」，第 1 波推廣成果顯著，共有 102 家友善綠標及 13 家金質獎章業者成功入選，展現出蔬食友善的影響力。為持續推廣桃園蔬食生活理念，推出第 2 波徵選活動，預計新增至少 50 家以上的業者加入蔬食行動方案。

5. 亮點五：大溪探店雙軌集章 打卡抽禮券、消費抽機票

規劃大溪探店集章活動，讓旅客放慢腳步，好好品味大溪豐富的在地文史，集章分為數位打卡集章與消費紙本集章兩種方式，活動預計執行至 3 月 20 日為止，並分 3 波抽出沖繩來回機票得主每波各 1 位及超商禮券。

6. 亮點六：桃園國際蔬食科粉專，長期推廣蔬食生活理念

由「蔬保庇 Super Bee」擔任虛擬蜜蜂科長成立國際蔬食科粉絲專頁，「蔬保庇」代表著吃菜有庇佑的意涵，同時也是桃園推廣蔬食行動的重要平臺，截至 114 年 3 月 7 日已有 6,243 粉絲加入，參與桃園蔬食生活。

(三)召開樂遊桃園觀光會報

為整合本府各局（處）觀光資源，共同促進桃園觀光發展，提升桃園觀光旅遊之競爭力，特設樂遊桃園觀光會報，目前已列管 25 項議題，已解列 8 項議題，成立 16 個工作小組，目前執行具體成果，說明如下：

(1)跨縣市或中央及地方合作整合行銷：

I. 2025 台灣燈會為交通部觀光署與本府共同合作推動的重要

活動，透過會報工作小組跨局處協調會議有效確認燈會使用場地範圍。

II. 透過會報討論結合基北北桃四市共赴韓國進行觀光推廣交流，宣傳北台旅遊魅力，吸引韓國旅客來台旅遊。

(2)私部門合作推動觀光行銷：

I. 為使竹圍漁港遊艇碼頭旗艦計畫案，未來整體規劃成果能與業界需求相扣合，透過會報工作小組邀請民間業者針對場域配置進行意見交流，作為農業局內參之意見。

II. 大龍門地區公共自行車佈建系統，目前邀請電動自行車業者對於自行車串接大龍門遊程進行評估規劃。

III. 透過桃園市觀光發展基金會協助邀請沖繩縣產業振興公社在台辦事處、在台灣沖繩縣人會及石垣市觀光交流協會等參與「豆樂風格市集」，帶來沖繩風豆腐料理及演出，透過雙方跨國文化交流合作，讓大溪豆干節成為桃園連結世界的重要交流平台。

IV. 有關古道尋跡計畫初步篩選出 30 條步道，後續將依步道屬性進行分類，如：親子、體能、生態…等，完成古道矩陣分析，再以顧客導向方式進行分眾宣傳。另為維持步道環境品質並鼓勵公所廣邀地方人員或團體踴躍參與，本局擬定「景區步道環境清潔維護暨環境安全修繕計畫」並於 113 年 12 月 18 日發函本市 13 區區公所提案爭取經費補助。

(3)跨局處整合發展及行銷：

I. 凝聚本府各局（處）共識與資源，聚焦大龍門環狀旅遊帶、桃園珍珠海岸計畫、設立北橫國家風景區等重大區域觀光整合計畫，打造桃園新品牌觀光意象。

II. 「桃園珍珠海岸計畫」獲交通部觀光署「113-116 年重要廊帶亮點營造計畫」補助總經費達 4 億 9,190 萬元，將以觀光角度營造提升旅遊友善服務，並主打永續理念及親子客群，讓既有的海岸建設成果更加耀眼。

III. 有關桃園觀光活動整合宣傳案以盤整「性質相似」、「時間相近」的活動討論整合宣傳之方案。其中，性質相似部分以活

動類型區分為桃園 7 大觀光主題活動；另時間相近部分則按時間季度聚焦桃園 4 季特色，作為後續桃園觀光特色宣傳之重點。

IV. 有鑑於崖線景觀串聯計畫的規劃，透過樂遊桃園觀光會報持續跨局處協調推動相關工作，首先八德區茄苳霄裡文化廊帶由工務局（養護工程處）委託八德區公所施作車道鋪面更新或優化事宜，並持續爭取中央建設經費補助，後續視實際爭取情況再予執行。

V. 有關桃林鐵路路廊串聯竹圍漁港以增加珍珠海岸的遊憩活動範圍與深度，本案本府都市發展局已辦理第 5 期路廊建設，而本局則著手辦理桃林路廊第 6 期「桃林山海地景輕旅營造設計」案，爭取全案經費為新台幣 8,750 萬元，並已提報交通部觀光署爭取補助，尚待交通部觀光署審核。

(四)桃園觀光推廣第一站，A12 桃園遊客中心提供旅客貼心諮詢服務

1. 桃園機場捷運第一航廈站至機場通道往來人潮眾多，為了提供出入國門旅客貼心的諮詢服務，自 2024 年 8 月起設立 A12 桃園遊客中心，平均每月服務人次近 8 成為外籍旅客，每月平均服務人次達到 2 千人以上，除了提供諮詢服務、觀光推廣服務外，亦與桃園伴手禮、觀光工廠合作，展示桃園特色產品，讓外籍遊客及國人對桃園留下美好的第一印象。
2. 為豐富服務內容，展現桃園旅遊特色，遊客中心除提供、展示桃園旅遊資訊外，亦會不定時舉辦互動活動，增加國際遊客對桃園的印象，如於今年 1、2 月春節期間辦理「非來 BOOK 立體摺頁」發送活動，鼓勵遊客下載遊桃園 App 及填寫問卷，即可獲得立體摺頁，讓外籍旅客感受農曆春節年味，並了解桃園特色景區。

五、風景區管理業務

(一)虎頭山風景特定區

111 年虎頭山公園兒童森林探索體驗場域委託規劃設計服務案

本案總經費 482 萬 2,910 元，以「奧爾森林學堂」為主題，打造桃園第一座在樹林間遊玩以兒童為主的森林探索場域，並納入歷

史文化與環境教育體驗。已完成現況基地測量與民眾及專家學者參與工作坊，參酌民眾意見及專家學者對於環教場域、生態、考古各面向建議，於 113 年 6 月召開第一次細部設計審查會，因規模達到須提報「桃園市政府公園適性發展審議會」審查，經兩次審查，於 113 年 12 月 20 日大會二審通過，後續召開多次工作會議調整，於 114 年 2 月 25 日提送細部設計書圖，預計 114 年 3 月完成全案規劃設計。

(二)大溪中正公園

1. 大溪中正公園整建工程

為使公園兒童遊戲區符合兒童遊戲場設施安全管理規範並打造新型態特色兒童遊戲區，將設置符合大溪歷史意涵之崁津歸帆特色遊戲場，同時改善大溪中正公園鋪面動線、涼亭、座椅及景觀植栽等設施，遂辦理大溪中正公園景觀整建工程，本案亦獲內政部營建署「兒童遊戲場環境設施改善計畫」補助 350 萬元，工程總經費約 2,500 萬元，目前除兒童遊具尚進行升級改造作業中，預計 114 年 6 月底完工，其餘部分均已完工，並已於 113 年 11 月開放使用。

2. 大溪中正公園邊坡崩塌災害復建工程

因 112 年卡努颱風過境，大雨沖刷造成邊坡部分土石滑落，沿線均有岩盤露出之情形，危害遊客通行安全，本府於 113 年底完成前揭災害之復建，除在已崩塌之邊坡架設掛網護坡外，沿線一併新增落石防護網，以維護遊客安全。

3. 桃園大溪中正公園景觀電梯設備暨電梯井改善工程

為了減少維修負擔、以達節能環保、延長電梯使用年限及改善乘客體驗，本府於 113 年底完成「大溪中正公園景觀電梯設備暨電梯井改善工程」，施作隔熱玻璃工程、隔熱紙工程、新增通風設備、鋁百葉窗及屋頂口隔熱板，為遊客提供更好的服務與環境。

(三)慈湖園區

1. 後慈湖展演空間營造計畫

為改善及重新營造後慈湖秘境，預計進行後慈湖園區整體氛圍營造，以時間軸方式呈現自民國初年至今各階段歷史風貌，進而規

劃室內裝修作業及戶外環境周邊景觀整理，讓遊客感受全新後慈湖秘境。另外，為兼顧螢火蟲生態復育與夜間活動安全保護，也重新營造後慈湖夜間照明氛圍。本案計畫總經費 3,436 萬元，戶外景觀工程部分於 113 年 4 月 8 日工程開工，已於 113 年 11 月 29 日完工，後續將進行室內裝修作業。

2. 後慈湖辦公室空間營造計畫統包工程

本案辦理室內裝修作業，本次工程主要針對 1 號、2 號辦公室室內空間進行改造，形塑復古風格，依其所在位置，就活動空間及發展潛力，1 號辦公室作為展演活動空間，2 號辦公室則提供遊客足夠的休憩空間。本案預計於 114 年 5 月完成細部設計，114 年 5 月開工，114 年 9 月完工，預計 114 年 10 月開放。

3. 舊百吉隧道暨周邊環境改善計畫

本案著重優化隧道兩端入口廣場設施、隧道內展示空間更新，包含廣場鋪面修繕、水溝改善、入口意象更新、景觀綠美化處理、涼亭頂棚修繕，以及公廁整修等；另為滿足本區遊客停車需求，將於鄰近土地增設停車空間。本案總經費 2,000 萬元，已於 113 年 12 月工程決標，同時辦理土地取得及水保作業，預計 114 年 4 月開工。

4. 慈湖遊客中心風華再造展示計畫

為完善慈湖園區整體遊憩服務設施及設備，將重整慈湖遊客中心展示空間，規劃導覽服務站空間及旅遊服務。本案經費 800 萬元，已於 113 年 9 月決標，預計於 114 年 4 月完成細部設計，114 年 5 月開工，114 年 10 月開放。

(四) 北橫故事—角板山觀光場域再造計畫

全案為交通部觀光署「觀光前瞻建設計畫」—「魅力旅遊據點營造：區域旅遊品牌」補助案，總經費 8,000 萬元，分 112、113 年執行，以樟腦收納所、角板山行館及回字館為主，進行角板山園區空間優化環境整備，透過修復歷史場域，提供互動性、趣味性等展示故事。本案建築及戶外景觀部份已於 112 年 12 月 1 日開工，並採分期分區方式施作，園區戶外景觀已於 113 年 10 月全面完工開放，另完成展示更新之館舍亦於 114 年 1 月 4 日配合今年梅花

季活動開幕同步開展；本案亦獲得中華民國景觀學會「2024 第十二屆台灣景觀大獎-公園綠地/公共開放空間類」佳作獎。

(五)小烏來風景特定區

1. 小烏來風景特定區義盛溫泉 1 號井鑿井工程

小烏來風景特定區內義盛 1 號溫泉井開挖深度 880 公尺，已於 113 年底竣工結案。周邊民宿或旅館使用溫泉取供管線部分，刻正辦理勞務招標作業。

2. 宇內溪戲水區新設野溪溫泉

「羅浮小烏來地區景觀遊憩系統改善計畫統包工程」已完成，並於宇內溪戲水區新設一處野溪溫泉，未來除夏季清涼溪水外，冬季亦有溫暖熱湯挹注，該區後續將委由財團法人桃園市觀光發展基金會營運管理。

(六)再造桃花源計畫

桃園因早期先民遍植桃樹而得名，為再現「桃仔園」美景，推廣桃花種植工作。本府於 113 年 6 月 28 日完成種植 560 株重瓣桃花，於虎頭山公園、慈湖銅像公園、南營區、角板山行館園區、小烏來風景特定區等地種植營造植栽亮點，以吸引遊客前往賞花；另預計 114 年種植 73 株垂枝桃於羅馬公路，並將持續推廣種植。

(七)桃園風景區停車場充電樁設置

為提升本府風景區停車場服務品質，並因應社會對環保日益關注，打造有利電動車輛使用環境，提升民眾使用電動車之意願，以及配合臺灣 2050 淨零排碳路徑「運具電動化及無碳化」計畫推行，規劃在轄管 7 處風景區公有停車場(虎頭山環保公園、北橫遊客中心、慈湖遊客中心、小烏來停車場、義盛遊客中心、下巴陵停車場及拉拉山遊客中心)，設置便捷充電環境，進一步提升停車場的價值與利用率，溪州旅遊服務區已於 113 年底完成充電樁設置，另虎頭山環保公園、北橫遊客中心、慈湖遊客中心、小烏來停車場、義盛遊客中心、下巴陵停車場及拉拉山遊客中心 7 處停車場亦於 114 年 2 月完成充電樁設置，刻正訂定風景區充電樁收費標準，俟本市議會通過後啟用營運。

(八)推動北橫國家級風景特定區

1. 為提升北橫整體觀光，本局推動籌設北橫國家風景區，劃設範圍面積約 4 萬 5,134 公頃，以臺七線為主沿線包含前後慈湖、石門水庫風景區、角板山、小烏來風景特定區、拉拉山等，並包含五大國家森林遊樂區(滿月圓、東眼山、拉拉山、明池、棲蘭)。
2. 本府風景區管理處於 113 年 6 月 7 日已函送修正後評鑑說明書(修正 3 版)予交通部觀光署。該署於 113 年 9 月、11 月、12 月分別發函請本府補充大豹溪流域相關說明資料、要求徵詢宜蘭縣大同鄉原住民族部落之納入意願意見及徵詢大豹溪流域之部落意願(非劃設範圍內)；有關新北市大豹溪流域範圍尚在確認程序與資料中。

(九)風景區觀光服務推廣

1. 遊桃園行動服務營運

(1)「遊桃園」智慧觀光行動服務平台營運內容及績效

藉由升級遊桃園 APP，優化介面、內容、功能等面向進行智慧化升級，聚焦旅客「吃、住、買、賞、玩、行」，並強化行動定位服務旅遊指引，強化適地化觀光指引及數位內容，給予遊客「內容直觀、操作易懂、功能好用」的新體驗，持續滾動調整各項，透過觀光即時影像提升旅遊話題，以資訊加值來活化桃園觀光。目前營運績效為自 113 年 1 月 1 日至 114 年 2 月 28 日為止，iOS 版下載次數新增 93,140 次、Android 版下載次數新增 58,405 次，總計下載次數新增 151,545 次。總瀏覽頁數達 1,016.8 萬、智慧化區域推播 20 萬則。

(2)113 年遊桃園 APP 多項重點升級

113 年創新設置「桃園觀光 OBS 直播網路服務」，在即時影像畫面提供即時航班資訊、天氣及活動跑馬燈等資訊。尤其於 114 年 1 月拉拉山降下 114 年初雪時，透過即時影像直播下雪實況，吸引許多民眾上網追雪。Taoyuan Travel YT 頻道即時影像截至 114 年 2 月 28 日，總瀏覽量達 4,665 萬人次。

以高解析度建立桃園特色景點，113 年建立三民蝙蝠洞數位孿生 VR 場景，完美復刻當地場景，包含溪流瀑布、蝙蝠洞、生態步道等。

利用 APP 內集章功能，讓遊客可於系統內以線上任務方式，結合線下實際旅遊行為，打造桃園新玩法。包含舉辦多項線上線下活動，如結合大溪豆干節、2025 台灣燈會打卡得好禮等線上集點活動，吸引遊客參與。

優化印、泰、越三國語系行動導覽服務，更新版面架構，以旅客需求為導向，著重提高重要資料的易用性，提升使用者操作效率。較上一版本增加了交通懶人包指引，包含提供實用資訊、交通指引，提供外籍客更便利的旅遊服務體驗。另提供主題式旅遊指南，如：必吃美食總覽、購物專題、觀光旅遊推薦等，提供外籍旅客多面向的桃園旅遊攻略。

(3) 打造「遊桃園」APP-2025 台灣燈會專區，串聯光的遊戲場

2025 台灣燈會於 2 月 7 日至 23 日在桃園機場捷運 A18、A19 站周邊舉辦，本局推出「遊桃園 APP」台灣燈會專區，支援多國語言，提供燈區地圖、展演資訊及 LBS 智慧定位，並設有猜燈謎與互動活動。另規劃 12 條特色旅遊路線，讓旅客白天暢遊桃園，夜晚欣賞燈會。另將 APP 結合燈會期間最熱門寶可夢 IP，讓民眾下載 APP 參與抽獎及兌換限定寶可夢提燈。2025 燈會活動期間(2/1 至 2/23)，APP 內頁面總瀏覽量達 690 萬次，會員總數增長量為 10 萬 3,643 個，活動期間 APP 下載量增加 11 萬 3,136 次，APP 總下載量達 34 萬 4,498 次。

2. 山林步道巡護志工業務

目前山林步道巡護志工共 7 支分隊，總人數為 165 人；113 年已辦理 3 場次年度教育訓練，1 場次志工幹部教育訓練，1 場次志工參訪觀摩活動，4 場次戶外走讀講座；異常通報共 152 件，成案 111 件，成案率 73%，多為自然生態破壞通報，約占 52%，隨著巡護勤務趨於成熟，大幅提升維護步道之成果，有效發揮志工隊之功能。

(十) 遊憩亮點活動

1. 「2025 探索北橫冬季活動-角板山行館梅花季」

已於 114 年 1 月 4 日、5 日、11 日及 12 日於角板山行館園區舉行。本次活動共有 2 大亮點，一為首日特邀霹靂布袋戲「素還真」及「一頁書」大偶與霹靂 COSPLAY 聯合演出「梅林獻蹤」主題，二為角板山行館、樟腦收納所及回字館內部以「旅繪角板山」為主題的策展配合梅花季開幕式當日開放民眾參觀！活動期間另外規劃捏麵人、龍鬚糖、畫扇等展現台灣傳統藝術之美及新春揮毫及梅下品茗等濃厚春節氛圍等各式活動，活動已於 1 月 12 日結束，1 月 4 日至 12 日共計吸引約 13 萬 6,000 人次參加。

2. 2024 探索北橫夏季活動

2024 探索北橫夏季活動規劃 6 大主題 15 條路線，包括：樂桃消暑系列、部落輕旅系列、星河山城系列、沐浴山林系列、秘境蒔光系列、行腳北橫系列，總共成行 55 團，1,412 人次參與，讓親子家庭、親朋好友及喜愛戶外探險者享受了一個美好的北橫夏日時光，已於 113 年 10 月辦竣。

3. 「探索北橫-離你最近的芬多精仙境」優質好禮活絡國內旅遊

「探索北橫-離你最近的芬多精仙境」抽獎活動自 113 年 6 月 1 日起開跑，原定活動至 113 年 10 月 31 日截止，惟考量 113 年度遇 0403 地震、多個颱風等天候因素打亂民眾出遊行程，加以冬季溫泉季即將開跑，後續還有梅花櫻花季及台灣燈會等重大活動，故本抽獎活動自 113 年 10 月 31 日起延長至 114 年 3 月 2 日止，並加碼夏普電視 65 吋 3 台、夏普電視 32 吋 3 台，以及星宇航空東南亞航線(不限航點)經濟艙(單人)機票 2 張，活動延長期間將持續配合各旅遊檔期派員至中型、大型旅宿業現地宣傳抽獎活動，期能將抽獎活動曝光更多遊客知悉，本次活動共分成【戲水區溫泉獎】、【北橫大龍門旅宿獎】及【北橫大龍門加碼抽】3 種參加方式，訂於 114 年 3 月 17 日辦理直播抽獎、3 月 18 日於【探索北橫】臉書粉專公布得獎名單，並於 3 月 18 日至 3 月 19 日通知中獎者領獎相關事宜。

4. 「2025 探索北橫春季活動-大龍門 X 櫻花勇士自行車活動」

114 年 3 月 8 日、9 日為櫻花勇士自行車活動在慈湖遊客中心辦理，每日開放 500 人次報名，兩日共計 1,000 人次，至 114 年 2 月 27 日報名截止日共計有 932 人次報名。騎行路線自慈湖遊客中心經北橫公路及桃 116 縣道至拉拉山遊客中心，適合專業騎士，本活動適逢第十週年，規劃於拉拉山遊客中心終點站辦理連續十年完騎小型頒獎典禮。另於 114 年 3 月 15 日舉辦「大龍門自行車活動」，本活動分上、下午場次，每場次開放 500 人報名，共計 1,000 人次，騎行路線自大溪河濱公園至中庄景觀土丘後，原路折返至大溪河濱公園，總路線約 11 公里，適合家庭親子及休閒騎行者。

六、智慧觀光業務

(一)結合科技運用，升級景區服務

1. 為提供人流疏導參考，有效分流人潮，提供民眾舒適旅遊環境，本局運用電信大數據掌握各時段人流數據，持續維運「桃園觀光景區舒適度燈號」，並於人流 70%以下顯示綠燈（景區舒適）、70%-80%顯示黃燈（景區略擠）、80%以上顯示紅燈（景區擁擠），以 3 種燈號顯示，28 處景點每半小時變動 1 次（燈號顯示時間 08:00-17:00）。
2. 另外提供 17 支高解析度即時影像，其中 113 年 5 月推出全臺首支「南、北跑道全視角」即時影像，透過 4K 高解析鏡頭及現場收音，滿足大家 24 小時追飛機的期待，截至 114 年 2 月底機場即時影像總瀏覽量達 935.9 萬人次，可提供國內外遊客即時瀏覽桃園美景，並於出遊前獲取景區現地氣候及人潮現況等旅遊資訊，作為旅遊前參考。

(二)建置創新科技觀光體驗專區

113 年桃園觀光導覽網網站平台進行減法設計、網站架構及選單優化及導入 LBS 區域觀光主題單元，以及新增山林/濱海/都會三區主題專頁，113 年總瀏覽量 861.7 萬人次、較 112 年成長 4%，國際境外流量成長 7%，5 處熱門景點數位孿生及 4 處體驗桃園專區截至 114 年 2 月總瀏覽量達 154.3 萬人次，各項瀏覽數據呈現成

長趨勢，顯示桃園旅遊熱度超越 112 年同期，分析主要原因包含：數位孿生及沉浸體驗專區、Game 遊桃園大龍門活動、桃園觀光 OBS 直播網路服務上線、桃園中文版改版上線及國際版主題專頁中英日韓更新推出。

(三)桃園觀光 OBS 直播網路服務

113 年創新設置「桃園觀光 OBS 直播網路服務」，在即時影像畫面提供桃園即時優惠旅遊資訊、即時航班資訊、天氣及活動跑馬燈等資訊，主要瀏覽客群為臺灣、日本、美國、香港及新加坡，截至 114 年 2 月底瀏覽量達 61.3 萬人次，讓國際旅客關注桃園，營造桃園國際形象，強化桃園國際觀光的品牌力與影響力。

貳、未來努力方向

一、旅遊行銷業務

(一)2025 桃園龍岡米干節

2025 桃園龍岡米干節預計於 4 月 19 日至 27 日舉行，延續活動傳統亮點以水花火舞為主題辦理「潑水節」、「火把節」兩大盛典活動，今年將擴大舉辦長街宴、文化小旅行等體驗活動，強化米干節特色節慶氛圍，深化活動品牌，吸引更多民眾共襄盛舉。另，為持續升級米干節，高度結合眷村元素辦理系列活動，以增加未來之豐富性及廣度。

(二)2025 桃園城市變裝嘉年華

2025 桃園城市變裝嘉年華預計在 6 月 7、8 日於桃園市中壢區置地廣場舉辦，今年規劃 2 大主題競賽活動；2025WCS 台灣代表選拔賽，招募全台最強 COSER 聚集桃園競技，再次挑戰名古屋決賽殿堂，第二種主題競賽以還原歷史人物裝扮為概念，吸引愛好者到桃園參與漢服等變裝競賽，活動場域內將搭配動漫角色扮裝體驗活動及特色同人市集等系列活動，提升親子、青少年健康休閒的文化體驗。

(三)桃園珍珠海岸計畫

1. 特色產業輔導

形塑桃園珍珠海岸的優勢特色，導入顧客模式發展特色遊程：為推展本市海岸獨特觀光資源，本案以竹圍及永安漁港為核心，盤點分析周邊景點、場域、生態人文、交通等量能及具潛力之資源，透過特色產業輔導計畫整合在地業者，共同合作發展特色遊程(如親子、ESG、國際友善、生態)，導入顧客模式以提升服務量能，希冀建立區域聯盟機制打造永續的海岸觀光。

2. 觀光行銷推廣

- (1)形象識別系統設計：透過全新概念設計桃園濱海旅遊的識別系統，串聯竹圍漁港、永安漁港等特色景點。此系統應延伸至文宣、網頁、空間標示等應用領域。
- (2)桃園濱海觀光旅遊形象整體行銷：包含主題觀光影片製作、多元管道行銷宣傳、年度主題活動整合宣傳等。

二、觀光管理業務

(一)台灣好行石門水庫線轉型大龍門線

為配合本市「大龍門觀光廊帶計畫」，以整合大溪、龍潭及石門地區觀光資源，規劃將原台灣好行石門水庫線延駛至大溪，調整改名為「大龍門線」，以利行銷大龍門旅遊帶。

(二)輔導珍珠海岸旅宿露營場改造體驗升級

為輔導推廣桃園珍珠海岸旅遊及住宿，擬輔導沿海 4 區旅館、民宿及露營場結合沿海特色進行主題改造，包含軟體、硬體及服務等體驗升級，吸引國際、親子及東南亞等旅客留宿桃園，體驗桃園海岸、都會、生態等獨特魅力，創造珍珠海岸旅宿及露營場專屬品牌，提升桃園旅遊競爭力，吸引旅客入住桃園。

(三)桃園旅宿品質提升暨行銷計畫

為提升本市旅宿業之服務品質及推廣永續發展，將遴聘專家學者組成專案管理團隊，透過實地輔導與協助業者通過取得好客民宿標章及環保旅宿標章，提升服務品質水準與達成低碳永續之經營理念；另為持續推廣桃園好棧品牌精神，將舉辦創意行銷活動，增加桃園好棧優質品牌曝光機會，吸引旅客入住桃園好棧，促進觀光發展。

三、觀光技術業務

(一)發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點

本市遊憩建設主要推動三大旅遊帶：市區樂活旅遊帶、大龍門低碳旅遊廊帶及原鄉生態旅遊帶。

1. 市區樂活旅遊帶的觀光建設步調，為延續 112 年「大棟山風景特定區」的劃定公告，113 年度持續推動「大棟山風景特定區整體規劃案」及「桃園市大棟山風景特定區大湖之森自然步道周邊環境優化加值計畫」，以提升區域觀光發展與休憩設施服務為主要目標，強化旅遊品質，打造更完善的遊憩空間。
2. 大龍門低碳旅遊廊帶，已成功打造「大龍門旅遊行銷推廣-動漫路跑嘉年華」品牌，提升旅遊行銷效益，112 年已辦理「大龍門旅遊廊帶觀光發展總顧問計畫暨區域策略規劃案」，未來將持續推動大龍門地區的整體規劃，並以大漢溪為旅遊串聯主軸，發掘地方故事，整合在地產業與潛在旅遊資源，持續開發多元觀光景點。
3. 原鄉生態旅遊帶計畫，將結合自然景觀、人文歷史與產業特色，設計更多符合不同旅遊需求的客製化遊程，吸引國內外遊客，提升桃園觀光競爭力，並帶動地方經濟發展。

(二)積極爭取中央建設補助，提升本市各遊憩據點品質

受預算編列限制，本市持續向中央爭取各類專案補助，以提升觀光建設經費，改善老舊設施，優化旅遊環境，打造具有桃園特色的國際觀光品牌，同時積極推動低碳旅遊，提升本市作為國內綠色旅遊首選的形象，並透過觀光產業的發展，帶動地方經濟成長，吸引更多國內外遊客前來體驗桃園的獨特魅力。

1. 桃林山海地景輕旅營造計畫

113 年度已爭取尚未核定，交通部觀光署 114 年度「觀光前瞻建設計畫-魅力旅遊據點營造區域旅遊品牌」辦理「桃林山海地景輕旅營造計畫」，延伸桃林舊鐵路，透過海岸線與鐵道記憶的交織，營造自山林至濱海不同風貌的騎乘體驗，既有的房舍見證西濱的地景變化，凝聚成西濱海岸重要的自行車路網節點。

2. 竹圍濱海園區計畫

為使港區風貌煥然一新，計畫於南岸舊海水浴場周邊辦理環境營

造，將漁港南側草地空間重新整理並塑造為大型活動區域，成為濱海北核心重要活動基地。

3. 永安海客文化園區計畫

為塑造濱海南核心基地，將優化永安漁港南岸場域，提供遊客休憩活動空間、改善既有服務設施及規劃停車步行友善環境，打造具區域性特色及吸引國內外旅客旅遊據點。

4. 新屋綠隧道計畫

計畫於新屋綠隧道遊客眾多觀海亭與漂流木公園周邊節點進行優化改善，將融合地景、眺望、賞景等機能，為自行車民眾提供一處兼具休憩、賞夕、觀海、近海之多元感官體驗活動據點。

5. 濱海珍珠串聯計畫

搭配漁港北側入口與漁具倉庫改善計畫及產銷中心即將完工，南岸規劃濱海遊憩計畫，有效串聯成一條南北核心廊道。計畫重新規劃南北核心串聯廊道的空間、規劃一處多功能活動展演空間、設置明確易懂的迎賓導引設施，以創造地景觀海休憩及眺景空間。

四、企劃暨國際業務

(一) 持續加強桃園國際觀光推廣及交流

1. 2025 基北北桃首爾旅展

為爭取韓國遊客來台旅遊商機，去年基北北桃四市首度聯合辦理韓國首爾觀光推廣活動，攜手觀光產業業者以「NEXT TRAVEL 4 CITY」為行銷主題，推出「桃台新基」旅遊品牌，宣傳北台四市的新遊程與創意玩法。為延續「桃台新基」旅遊品牌熱度，四市規劃今年共同參與韓國最大旅展「2025 SITE 首爾國際觀光展」(114 年 6 月 5 日至 6 月 8 日)，並由本局主辦，持續推動、吸引韓國旅客停留北台旅遊。

2. 基北北桃四市新馬推介會

為持續深化北臺旅遊品牌國際影響力，本市與基隆市、臺北市及新北市，預計 7 月 29 日至 8 月 1 日前往新加坡辦理觀光推介會，並邀請馬來西亞主要旅遊業者共同參與，以拓展東南亞市場。本

次推介會將由新北市政府觀光旅遊局主辦，其餘三市共同協辦，期藉由整合行銷提升區域旅遊競爭力，吸引更多國際旅客來訪。

3. 辦理桃園觀光推廣暨宣傳影片拍攝計劃

為持續增進桃園觀光國際知名度，吸引海外民眾旅遊桃園，規劃邀請具國際知名度之名人拍攝桃園觀光影片，並協助宣傳桃園觀光資訊，以期透過其影響力提升桃園的國內外能見度，讓桃園的獨特風光、美食文化躍上世界舞臺，提升城市觀光發展與吸引力。

4. 國際城市交流

(1) 與日本宮城縣名取市簽訂觀光交流 MOU

受日本宮城縣名取市之邀，規劃於今年赴名取簽署「觀光及產業經濟交流 MOU」，展開觀光、產業經濟等領域交流。

(2) 與日本神戶市交流

I. 桃園-神戶首航歡迎儀式

神戶機場將升格為國際機場，並於 4 月 18 日同步開啟桃園—神戶直航航線。屆時，神戶市議會坊恭壽議長將率日台友好聯盟議員團、神戶觀光局人員及當地媒體搭乘首航班機抵達桃園。此行為坊議長就任後第三度訪桃，充分展現神戶與桃園間的深厚友誼。本局規劃於桃園國際機場舉辦歡迎儀式，並接待神戶觀光局及媒體人員進行桃園觀光景點踩線，拍攝桃園宣傳影片，藉此深化城市交流，提升桃園觀光國際能見度。

II. 修學旅行交流

去年 6 月神戶觀光局偕同神戶市教育委員會及日本旅行業協會來桃，就修學旅行事宜進行交流，並認為桃園具備優越條件，極為適合作為修學旅行並持續進行相關聯繫作業。今年，本局規劃帶領本市相關人員、業者赴神戶訪問，以了解當地修學旅行市場，促進桃園與神戶間修學旅行互訪，推動雙向學術與文化交流。

III. 雙城馬拉松相互宣傳

「2025 神戶馬拉松」將於 11 月 16 日(日)舉行，本市邀請桃園跑者前往參加，另本市初步規劃於下半年辦理桃園雙城國際馬拉松，將與神戶合作宣傳，邀請當地路跑好手來桃園共襄盛舉，

以增進城市友好交流，促進雙城觀光推廣。

(二)桃園珍珠海岸遊程推廣結合 IP，打造桃園海岸旅遊新亮點

為提升本市海岸旅遊熱潮，本府規劃推出「桃園珍珠海岸 X 知名 IP」遊程，發展親子團體旅遊模式，藉由遊程包裝，結合親子共同體驗、探索在地文化及特色美食，打造桃園珍珠海岸具話題特色的遊程商品，預計將於 2025 年 4 月推出 1 日遊、2 日遊遊程，並於線上平台販售推廣，透過遊程活動鼓勵民眾踏出家門，享受家庭出遊的美好時光，並且發現桃園海岸旅遊的獨特魅力。

五、風景區管理業務

(一)虎頭山遊憩據點改造活化

1. 虎頭山風景特定區服務設施改造計畫(兒童遊戲場、奧爾森林學堂暨周邊改造)

「虎頭山公園兒童森林探索體驗場域委託規劃設計服務案」，預計於 114 年 3 月完成全案規劃設計，採遺址保護並以既有奧爾森林學堂設計元素，強化與自然環境接觸，完善環境教育與解說系統，打造桃園第一座在樹林間遊玩以兒童為主的森林探索場域，期吸引市民與觀光客到虎頭山探索體驗。

2. 停機坪旅遊服務用地開發

變更林口特定區計畫書(配合虎頭山風景特定區觀光整體發展規劃)(第一階段)於 111 年 1 月完成並公告生效，其中虎頭山風景特定區內之停機坪及停機坪聯外道分別變更為旅遊服務設施用地及道路用地，為符合變更後各公共設施用地依據該計畫於計畫公告實施後 5 年內(民國 115 年)完成興建，本案分別於 113 年 9 月及 114 年 1 月辦理公聽會，後續將接續辦理地上物查估及估價作業，以利後續土地協議價購作業。

3. 虎頭山與桃林鐵路生態綠廊休閒驛站計畫

為因應民間對地方建設之期望，本處於 113 年爭取中油桃園煉油廠地方公益建設補助經費 2,500 萬元，將串接桃林鐵路自行車道至新欣綠園（現為公園），設置休憩打卡亮點並改善公園內公共設施、照明、植栽景觀及排水等項目，以期打造虎頭山綠色觀光

廊帶並帶動地方建設觀光發展，本案已於 113 年 12 月 31 日決標，預計 114 年 3 月辦理規劃設計及取得土地同意作業。

(二)推動北橫國家級風景特定區

本局將持續與交通部觀光署溝通，並協同有關單位加速釐清目前評鑑作業所遇到之問題，目前依法評鑑後須召開部落會議，惟復興區居民多在外地工作，依現行部落會議執行方式須滿足過半數家戶數出席之規定，難達成會門檻。本局、原民局及復興區公所已向原民會提請放寬諮商取得部落同意之程序，該會表示現正研議修法中，並重申本案仍應按現行諮商同意執行方式處理；另本局將配合復興區公所出席相關會議說明北橫國家風景區進度，以提升民眾對於北橫國家風景區認識及支持。至於宜蘭縣大同鄉原住民族部落(梵梵及排骨溪部落)，將擇期前往召開說明會。

六、智慧觀光業務

(一)「遊桃園」APP 行動系統智慧化升級

1. 結合 LBS 技術，與各大活動結合推出遊桃園 APP 活動專區

「遊桃園」APP 支援中、英、日、韓、泰、越南與印尼等七種語言，讓國際旅客也能即時掌握燈會活動與景點介紹。APP 結合 LBS 智慧定位系統，整合活動地圖、展演節目表、接駁資訊及各種宣傳內容等實用功能，讓旅人隨時掌握活動最新動態。

2. 持續優化印、泰、越三國語系行動導覽服務

因應新住民客群，廠商在既有「遊桃園」APP 印、泰、越語系基礎下，繼續優化「遊桃園」APP 印、泰、越三國語系行動服務系統。

(二)持續升級景區智慧化服務

為提供民眾旅遊資訊，本局持續維運 17 處觀光即時影像系統及 28 處熱門景區「桃園觀光景區舒適度燈號」，民眾透過即時影像可於出遊前了解人流即時情況，還可線上觀看飛機起降、欣賞景點現地景色，民眾出遊前了解現地人潮，可避免前往壅塞區域，未來將持續觀察桃園相關熱門景點，納入景區燈號設置考量，提供民眾便利旅遊服務。

(三)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析

本局將持續運用電信大數據，統計桃園熱門景點遊客情形，並提供府內局處(環保局)、中央單位(交通部觀光署)及業務單位，作為觀光決策整合參考。

(四)桃園珍珠海岸-數位科技應用加值計畫

為發展本市濱海觀光，透過本計畫充實珍珠海岸相關內容，推廣珍珠海岸獨有特色，提升珍珠海岸智慧服務，以強化桃園珍珠海岸觀光品牌。

參、結語

本局將持續整合桃園觀光議題，強化市府團隊合作及提升觀光服務品質，針對海外旅客加強國際行銷推廣，推出代表性大型活動，提升城市能見度與競爭力，搭配觀光推廣與海內外宣傳，吸引旅客到訪擴大觀光市場，並建立桃園品牌意象，此外，持續建構友善旅遊環境及設施，提供遊客優質與安全的旅遊體驗，塑造國門之都旅遊印象，本局觀光目標規劃如下：

- 一、舉辦特色活動與行銷宣傳，塑造魅力觀光品牌形象
- 二、跨域合作深化城市印象，推動桃園國際觀光行銷
- 三、打造特色觀光城市，結合創意推動觀光發展
- 四、推動友善東南亞旅客措施，營造東南亞遊客友善城市印象
- 五、推廣桃園親子友善環境，建立親子旅遊城市目標
- 六、完善景區服務設施，打造友善旅遊環境
- 七、推動綠色旅遊，提升北橫能見度及建立旅遊品牌
- 八、推動智慧觀光治理，以跨局處及跨域合作方式，解決觀光瓶頸議題
- 九、推動珍珠海岸及大龍門低碳旅遊帶，強化在地特色品牌
- 十、觀光旅遊服務升級，創造有感驚豔之旅遊服務
- 十一、全方位貼心觀光輔導，提供安全優質旅遊環境

期盼議會及 各位議員鼎力支持與指導，讓市民共享觀光發展榮景，再次感謝 貴會及所有議員女士、先生鼎力支持。

並祝福 各位議員女士、先生

平安健康 萬事如意

報告完畢 恭請指教。

【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表

市府總機：03-3322101

單 位 別	職 稱	姓 名	電話	分機	傳真
局長室	代理局長	王麗娟	3334994	6201	3335479
主任秘書室	主任秘書	呂秀琴	3365001	5280	3335479
專門委員室	專門委員	李復華	3393007	6214	3335479
專門委員室	專門委員	陳琬滢	3393007	6209	3335479
旅遊行銷科	科 長	王修怡	3335001 3335464	6202 6203	3393067
觀光管理科	科 長	饒栢丞	3393002 3379832	5263 5264	3314011
觀光技術科	科 長	張兆斌	3393003 3346607	5265 5284	3332569
企劃暨國際科	科 長	謝鎮全	3321260	6215 6216	3321259
秘 書 室	主 任	陳湘滢	3393005 3393007	6209 6212	3335479
人 事 室	主 任	陳婉旎	3396373	5282	3393067
會 計 室	主 任	林麗玲	3393010	5283	3393067
政 風 室	主 任	李侖臻	3393015	6210	3335479
風景區管理處	處 長	廖育儀	3946061	145	3333184
府會聯絡員	主任秘書	呂秀琴	3365001	5280	3335479
	主 任	陳湘滢	3393007	6207	3335479