

觀光旅遊局 115 年度施政計畫

壹、願景及任務

一、願景：塑造桃園國門之都，創造多元觀光記憶亮點

桃園為國門之都，為接待國際旅客的第一站，每年迎接近 4000 萬出入境旅客，爰規劃結合此優勢，透過各項服務及企劃行銷桃園，展開國際行銷，動態調整吸引旅客來訪方案，讓世界看見桃園，創造桃園觀光起飛契機。此外更持續打造全新的觀光印象，推動包括珍珠海岸計畫、大龍門低碳旅遊帶及探索北橫旅遊品牌等重要計畫，並搭配創新觀光主題活動及相關觀光產業輔導，完善觀光基礎設施，建立桃園觀光品牌形象。

二、任務

(一) 打造在地特色品牌，強化永續效益

1. 大型活動打造品牌價值，帶動在地商圈發展

桃園年度盛事「桃園燈會」、「桃園龍岡米干節」和「桃園萬聖城」為桃園三大特色慶典型活動，參考國外特色祭典的精神，成功的活動需在一固定場域以培植在地認同，因此在特色慶典活動上，未來將固定於桃園南北重要商圈，利用公共交通運具串聯活動與商圈，逐步導入節慶活動、景點與在地體驗等，創造更大的結合。同步打造桃園海岸線大型活動，「桃園珍珠海岸國際音樂節」整合市府各局處音樂人才培訓活動成果，舉辦以夏季音樂慶典為主題之大型活動，擴大整體觀光效益並創造在地業者商機，展現桃園創新與可持續發展的無限性。

2. 珍珠海岸品牌行銷與產業輔導，推動觀光與產業雙向升級

為發掘與發展桃園濱海觀光優勢潛力，推出「濱海觀光行銷」及「特色產業輔導」兩大計畫。以珍珠海岸特色打造統一識別的 LOGO 及標語「逐光、共好、未來」，進行品牌之延伸、推廣及應用，亦將陸續推出「珍珠海岸」品牌之行銷活動，務求提升品牌能見度及熟悉度；轉以由「專家、政府、產業」三方合作之在地特色產業輔導，導入永續發展策略，從精準找尋觀光痛點開始，引進具有經驗之專家進行精準輔導，再由政府投入輔導資金協助業者進行升級與轉型，期能確實改善業者之服務面、產品面、營運面等，達到提升濱海觀光之接待量能與質感之效果，讓珍珠海岸觀光廊帶有效串聯。

(二) 多元行銷整合，增加媒體曝光度

1. 「樂遊桃園」(FB/IG/YT)社群平台導入品牌化經營策略，並串聯府內各單位及基北北桃社群資源，共同推廣北台灣旅遊，擴大觸及層面與訊息擴散

效益，持續提升網路聲量與關注度。

2. 積極運用傳統平面、電子媒體與廣播通路，包括旅遊專題深度報導、活動即時宣傳等，累積媒體版面與曝光度，鞏固品牌能見度。
3. 參與大型國內旅展，設置「桃園觀光主題概念館」，結合桃園意象展示、互動體驗與在地業者等共同策展，呈現多元觀光魅力，強化實體導客效益。
4. 製作觀光文宣摺頁與觀光宣傳影片，推廣桃園景點、美食與活動等新亮點，提升旅客好感度與旅遊意願，並拓展且穩定國內外觀光客造訪本市之動能。

(三) 觀光旅遊產業服務升級

1. 為行銷桃園旅宿，強化本市觀光產業發展，規劃辦理「桃園好棧」評鑑，優化與活化桃園好棧品牌，另外積極媒合桃園旅宿業者連結本市其他觀光產業，透過異業合作，產出有別以往的旅遊產品或創新服務，後續透過實體或線上旅展活動，將特色住宿套裝方案上架推廣，並結合國際品牌企業創造高品質行銷宣傳影片，提升桃園旅宿於國際曝光度，讓遊客深度感受桃園觀光魅力，帶動桃園觀光產業發展。
2. 為提升本市民宿整體服務品質與觀光形象，積極推動民宿參與自主管理及輔導業者取得好客民宿標章，並強化非法民宿稽查與管理機制，確保住宿安全與品質。未來將結合更多與國際知名品牌合作的機會，以強化品牌合作增加曝光行銷桃園。

(四) 補助桃園市觀光發展基金會，提升觀光競爭力

桃園市觀光發展基金會於 113 年成立，在 A8 長庚轉運站打造桃園智慧觀光中心，作為桃園觀光產業鏈媒合基地，推動觀光產業與特色場域之媒合機制，拓展至本市觀光潛力之場域。同時發掘本市各地具發展潛力之觀光特色與文化亮點，開發具代表性之桃園專屬旅遊產品，建立在地特色商品化機制。

(五) 持續召開樂遊桃園觀光會報平台會議，進行跨局處觀光資源整合

過往縣市的治理僅仰賴各個局處的各司其職，因此需要一個橫向溝通的交流平臺，為此，「樂遊桃園觀光會報」旨在納入各局處業務權責，一同聚焦觀光課題，讓桃園成為國際客嚮往的觀光城市。

「樂遊桃園觀光會報」以地區分類為 3 大架構，包括本市大龍門旅遊廊帶、珍珠海岸、探索北橫等，期以跨局處觀光治理與公私部門合作推動觀光行銷、解決觀光痛點，觀光會報的最大目標是扮演市府局處的溝通中心 (Hub)，進一步整合產官學資源，藉由資訊、資源的有效整合，進一步強化桃園的觀光競爭力。

(六)推動國際行銷與城市交流，強化桃園觀光品牌

在國際行銷上，本府將持續以多元策略提升城市能見度，除持續與基北北共同辦理海外推介會、參與海外旅展，拓展桃園觀光魅力外，也將深化與友好城市的互動，並強化與媒體、旅行社等合作，拓展市場觸及面，積極開拓國際客源。另將善用觀光代言人及多元宣傳素材，持續塑造國際化城市品牌，展現桃園獨特魅力，帶動觀光產業持續發展。

(七)推動植感桃園，型塑亮點觀光

植感桃園將以「植感 × 職感 × 質感」為核心理念，結合桃園在地農業，如空氣鳳梨、多肉植物、鹿角蕨等長青植物為基礎，並營造生活空間植物沉浸氛圍，讓綠意成為桃園的日常溫度。「植感」代表與自然共生的生活感；「職感」是青農以職人精神灌溉夢想的溫度；「質感」則是當綠意滲入日常，城市變得生氣盎然有活力，打造全新的「植感桃園」品牌意象。

(八)機場創設 A12 桃園遊客中心，零距離面向國際

A12 桃園遊客中心自 113 年 8 月起設立，位於桃園機場捷運第一航廈站至機場通道的人潮樞紐，提供來往國門旅客即時觀光諮詢與推廣服務，近 8 成諮詢民眾為外籍旅客，同時設立本市吉祥物周邊商品展示櫃，讓國內外旅客留下美好印象，成為行銷桃園觀光的重要窗口。

貳、年度施政目標及策略

一、舉辦特色活動與行銷宣傳，塑造魅力觀光品牌形象

- (一)以宏觀與國際化的視野，結合在地故事與地方資源匯聚，透過縱向與橫向資源分享與合作，促進桃園燈會、桃園珍珠海岸國際音樂節、桃園萬聖城及桃園跨年等桃園觀光 IP 升級，塑造城市魅力，達到客留桃園之目標。
- (二)發掘與發展桃園各觀光景點特色並透過市府與地方協力資源整合共享，共同打造本市旅遊熱點，拓展具吸引力之城市旅遊藍圖。
- (三)延伸觀光觸角，掌握旅遊市場趨勢，透過資源重組與創意行銷，重新包裝主題旅遊路線，讓旅遊量能持續增強。
- (四)透過樂遊桃園觀光會報加強跨局處合作，盤點桃園整體觀光資源，尋找地方 DNA 並強化區域旅遊發展，打造景點魅力及桃園旅遊品牌。
- (五)推出桃園觀光套票，邀請景點與觀光店家參與及提供優惠方案，讓旅客以超值價格遊玩桃園，並透過與交通運具結合，以及行銷宣傳，提高桃園觀光特色曝光，吸引國內外遊客購買並停留桃園，達到民營、官方景點、參與遊客三方共好之效益。

二、跨域合作深化城市印象，推動桃園國際觀光行銷

(一)運用基北北桃聯合打造之「北台旅遊品牌」，透過四市共同參與國際旅展、辦理觀光推介會及產業媒合會等方式，整合行銷資源，提升區域整體曝光，並藉由台北的國際能見度，帶動國際旅客認識並選擇桃園作為旅遊目的地，進一步協助在地業者拓展國際市場。

(二)本府積極推動與周邊友好城市之觀光合作，透過官方互訪、簽署觀光合作備忘錄(MOU)、節慶活動合作、文化交流、體育交流及踩線推廣等多元形式，深化雙邊觀光互動與實質連結，並拓展修學旅行、運動觀光及雙向送客合作機制，提升國際能見度與旅遊吸引力。

三、打造特色觀光城市，結合創意推動觀光發展

(一)推廣桃園獨有的特色觀光，強化龍岡、慈湖、大溪、龍潭、北橫及珍珠海岸之觀光主題，積極發掘並深耕在地故事、景觀風情與旅遊特色，用發展觀光的視角來推廣屬於本市的旅遊魅力。

(二)善用國門之都地理優勢，並開拓與航空公司之合作，共同推動轉機旅客停留桃園觀光旅遊。

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

(一)以提高東南亞旅客來桃旅遊友善形象為目標，持續在觀光活動中導入東南亞語系之宣傳內容，配合目標市場旅遊偏好規劃推薦行程，塑造桃園作為對東南亞旅客友善之城市形象。

(二)持續推動泰文與越文版觀光文宣修訂與增印，結合東南亞旅客偏好規劃友善內容，並主動提供至本市飯店、旅遊服務中心及交通場站擺放，強化資訊可近性與接待服務，營造桃園作為東南亞旅客首選的友善城市形象。

(三)於桃園觀光導覽網及「遊桃園」APP中持續推動友善東南亞旅客政策，強化東南亞語系旅遊資訊及友善措施。

五、推廣桃園親子友善環境，建立親子旅遊城市目標

(一)透過國內旅展、社群等多元宣傳管道，加強宣傳全齡友善觀光場域、觀光工廠與熱門親子景點資源，強化桃園親子友善旅遊形象，提升家庭客群來訪意願。

(二)推廣桃園珍珠海岸特色遊程，積極與在地協會、業者媒合，串聯觀光資源，打造桃園在地深度體驗型遊程商品。

(三)強化旅宿業兒童遊戲場檢查，提供安全友善親子遊戲環境。

(四)將虎頭山公園打造為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，提供更完善的遊玩體驗。

六、完善景區服務設施，打造友善旅遊環境

- (一)以竹圍、永安漁港形塑「南北海岸雙心」，同時串聯桃園濱海潛力亮點，推動整體「珍珠海岸」計畫，藉此彰顯濱海區域特質，落實生態教育、綠色旅遊，亦期吸引國際旅客到訪，推動桃園濱海地區觀光發展。
- (二)以大漢溪為大龍門旅遊軸線，串接大龍門旅遊廊帶，盤整地方資源深入地方產業，挖掘地方故事與潛在景點，行銷推廣多元旅遊遊程，型塑大龍門旅遊品牌。
- (三)推動全市步道及景區廊帶優化，完善景區觀光設施，提供市民更多遊憩好去處。
- (四)改善虎頭山風景特定區及前後慈湖園區內既有休憩節點設施，更新各項設備，提供民眾遊玩安全又舒適的環境。
- (五)辦理小烏來義盛一號井溫泉取供管線規劃並延續相關溫泉取供管線至桃 117 線沿線，打造小烏來溫泉鄉，開發在地溫泉產業。

七、提升北橫能見度，打造亮點景區

- (一)爭取成立北橫國家風景區，整合中央地方資源活絡北橫整體觀光發展。
- (二)改善景區服務設施，創造友善旅遊環境。
- (三)為深化北橫景區的旅遊深度、文化底蘊與生態豐富度，將依四季主題辦理探索北橫及轄區推廣活動，建立具特色的北橫旅遊品牌，同時持續推廣環境教育，積極發展多元主題與性質的自然觀察教學場域，實踐永續經營目標。
- (四)爭取通過國際暗空認證，打造國際級星空旅遊勝地。

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

- (一)115 年「遊桃園 APP」擬持續更新 APP 現有景點、旅遊、住宿等相關資訊、擴充國際旅客專區英日印泰越語翻譯文字，以及篩選熱門景點置入 AI 互動導覽機等，強化桃園市智慧觀光治理。
- (二)推廣本市珍珠海岸數位景點導覽及多元體驗計畫階段成果，提供國際旅客友善數位服務與旅遊指引，並打造濱海景區智慧化服務。

九、觀光旅遊服務升級，創造有感驚豔之旅遊服務

- (一)於機場第一航廈設置 A12 桃園遊客中心，提供多語言即時旅遊資訊與服務，並不定期配合市府活動辦理行銷推廣，全面提升旅客滿意度並吸引更多國際觀光客來訪。
- (二)補助財團法人桃園市觀光發展基金會，透過結合民間資源，以更具彈性的執行方式，推動桃園觀光產業合作、友善服務及行銷宣傳等，提升桃園觀光競爭力。
- (三)辦理旅館民宿評鑑機制，並引入國際服務思維，重新定位包裝桃園旅宿品牌，

協助觀光產業國際行銷，並透過市府各項活動綜整旅宿業者提供專案優惠，共同行銷宣傳。

(四)配合低碳環保永續政策，宣導旅宿業不得主動提供一次性備品並輔導旅宿業者取得環保標章，讓觀光旅遊同時達到永續目標。

(五)於交通重要站點及觀光旅遊重點地區設置旅遊服務中心、借問站，提供在地旅遊資訊及諮詢服務，並配合政府機關活動宣傳，營造優質友善旅遊環境。

(六)提升台灣好行旅遊接駁服務，針對不同客群推行主題套票、與沿線食、宿、遊、購在地商家異業結盟、主題好行遊程及推動創意宣傳活動等，以持續建立品牌形象及提升服務品質。

十、全方位貼心觀光輔導，提供安全優質旅遊環境

(一)辦理非法旅宿及日租套房查緝工作，維護合法業者經營權，避免民眾入住非法旅宿及日租套房影響社區安寧，並保障民眾住宿安全。

(二)持續輔導露營場合法化，行銷合法露營場並納入本市旅遊行程，增加合法露營場數量，將露營轉換為本市觀光特色新亮點。

(三)於暑假戲水旺季前加強向遊客宣導戲水安全，結合復興區旅宿、露營場共同向遊客宣導水安常識，鼓勵遊客選擇合法且安全的小烏來宇內溪戲水區遊玩。

參、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、龍岡米干節活動	龍岡地區擁有全台獨樹一格的「米干」美食聚落，聚集超過 60 家米干店且擁有獨特文化，本局自 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，至近年擴大於龍岡大操場及魅力金三角商圈舉辦，活動主題融合火把節、潑水節、長街宴、少數民族裝置藝術、魅力金三角文化體驗、國際使節宴及美食文化交流等主題，115 年將加強在地連結，擴大延伸活動豐富性。本活動已榮獲「觀光雙年	17,500	

	曆」國際級活動殊榮，成為本市最具代表性的特色節慶。		
二、桃園扮裝城市嘉年華活動	桃園年輕人口眾多，對具創意、新奇的扮裝文化接受度高，包括桃園國際動漫大展及桃園萬聖城等活動，涉及變裝、扮裝的節目均吸引眾多人潮參與，搭配萬聖城打造桃園多變之城市印象，擬以多種扮裝型態設計競賽活動，如知名扮裝人員見面會、百人扮裝大會、舞台表演活動、扮裝演唱會等，吸引民眾目光。	3,000	
三、大龍門等低碳旅遊觀光行銷及美食推廣活動	以大漢溪沿岸景點與活動為推廣為主軸，結合減少碳足跡之在地美食，如鮮魚宴、有機蔬菜，以及自行車旅遊、路跑健走等戶外永續體驗，並導入動漫 IP 元素，提升吸引力。同步串聯周邊景點，強化大溪、龍潭、石門水庫旅遊帶品牌形象與遊客體驗。	16,000	
四、跨年晚會活動	跨年晚會為本市年度指標性大型活動之一，透過兼具流行與在地特色的多元展演，為本市邁入新的一年營造歡樂氣氛，達到嘉惠市民、創造城市旅遊亮點及帶動區域周邊觀光經濟效益之目標。	29,500	1. 辦理 114 年跨年晚會活動相關費用：總經費 9,500 千元（114 年度已編列 2,000 千元，115 年度續編列 7,500 千元）。 2. 辦理 115 年跨年晚會活動相關

			費用：經費 22,000 千元。
五、桃園燈會活動	桃園燈會自 2003 年開辦以桃園特色進行發想及策展，融合傳統技藝、歷史文化、年度生肖及創新科技等多元面向，搭配傳統年節喜慶氣氛，並加入舞台表演及街頭藝人等動態性演出，打造出嘉年華會般的節慶燈會。	52,000	1. 辦理 115 年桃園燈會活動經費：總經費 52,000 千元(114 年度已編列 3,500 千元，115 年度續編列 48,500 千元)。 2. 辦理 116 年桃園燈會活動經費：總經費 52,000 千元(115 年度已編列 3,500 千元，116 年度續編列)。
六、桃園萬聖節活動	以主題展演秀、變裝演唱會、討糖活動、系列親子活動及具話題性之萬聖節裝置物吸引民眾參與；藉由萬聖節嘉年華慶典式的氣氛，結合本市旅宿業者、商圈協會，打造桃園特色觀光品牌，串聯北北桃年底大型節慶活動，吸引民眾參與、促進消費，提升本市旅遊亮點，帶動周邊經濟效益。	19,500	
七、慈湖觀光主題特色活動	透過園區裝置藝術佈置，夜間光影佈展，以及系列特色表演舞台活動，打造秋季大溪特色亮點活動，吸引外縣市遊客留宿延長停留時間，	5,000	

	並以特色主題展演搭配園區內特色復古風佈展吸引國際旅客參訪。		
八、珍珠海岸濱海觀光遊憩特色活動	結合市府各局處音樂人才培訓活動，並與知名音樂品牌合作，舉辦以青年學生夏季音樂慶典為規劃主題之大型活動，相關場地結合珍珠海岸計畫宣傳，優先以本市濱海沙灘為主。	25,000	
九、平面、電子、廣播宣傳等	為強化桃園觀光行銷效益，透過平面、電子、廣播等多元管道進行整合式行銷，宣傳內容涵蓋本市自然景觀、人文特色、年度亮點活動，提升桃園觀光品牌形象。藉由持續性曝光及行銷，強化桃園在國內外旅遊市場的能見度與吸引力。	3,000	
十、推廣地方旅遊發展	結合桃園特色景點、活動及地方產業等觀光資源，辦理桃園特色及深度遊程推廣活動。持續與旅行業者合作，行銷地方觀光亮點及特色活動，推廣在地觀光。	2,000	
十一、社群行銷宣傳	藉由網路社群平台的內容行銷及日常經營，提升國內外旅客來桃園旅遊之動機，讓民眾了解並認同桃園除觀光活動外，更有許多值得造訪、再訪的旅遊資源，創造桃園觀光旅客人潮。	2,000	

十二、桃園燈會 小提燈製作	為使市民朋友更能響應桃園燈會氣氛，配合燈會活動以生肖為概念，設計並製作小提燈發放予賞燈民眾，豐富民眾對農曆年節之感受。	7,000	
十三、推廣觀光 踩線活動	規劃邀請國內媒體、網紅及部落客、旅遊業者或工商團體參與，藉由實地走訪桃園景點，或規劃城市間互訪推廣桃園特色，讓與會者可更深入探訪桃園之美，進而帶動後續觀光旅遊商機，並於各式平台露出，有效行銷桃園觀光景點。	500	
十四、國內大型 旅展	透過參與國內大型觀光展覽(如台北國際旅展)，推廣及宣傳桃園觀光特色與節慶活動等，並提供桃園業者宣傳之平台，近距離了解民眾需求，行銷桃園觀光特色。	1,500	
十五、製作觀光 文宣摺頁及宣傳 品	整合全市觀光資源，編製觀光文宣(桃園主題旅遊文宣如自行車旅遊、各類導覽宣傳素材設計及印製摺頁中英語版)，方便國內外旅客獲得豐富的旅遊資訊。	1,500	
十六、2026 台灣 設計展未來願景 主題區展館規劃 及桃園觀光旅遊 推廣	透過於設計展中布置未來觀光願景館，推廣及宣傳桃園觀光特色與節慶活動等，提供桃園業者宣傳之平台，近距離了解民眾需求；並預計與高鐵假期、台灣好行、桃園捷運、旅行社及旅宿業合作，	8,000	

	提供旅客多元旅遊方案規劃，行銷桃園觀光特色。		
十七、辦理觀光景點設施及步道等工程計畫	(一)全市登山步道暨周邊環境設施整備工程。 (二)臺地、山域及原鄉部落觀光地區相關規劃暨工程。 (三)石門山步道串聯暨休憩廊道改善工程。	20,000	總經費 65,000 千元，分 3 年執行，除 113 年至 114 已編列 45,000 千元外，本年度續編列第 3 年經費 20,000 千元。
十八、大龍門觀光遊憩特色場域營造計畫	(一)龍潭區十一份文化園區部分硬體修繕及主題策展。 (二)大溪區薑母島遊客服務中心主題策展。	8,000	
十九、旅遊服務體系營運、管理及輔導業務	(一)辦理桃園、中壢火車站及高鐵桃園站等 3 站旅遊服務中心營運管理，提供旅客旅遊景點資訊、交通食宿資訊、解說導覽資訊、遊程諮詢、文宣、地圖索取、旅遊圖書查閱、放大鏡、老花眼鏡出借、行動電話緊急充電等多元服務。 (二)另配合本府辦理各項活動，提供相關資訊及諮詢服務。 (三)持續優化旅遊服務中心硬體、軟體及服務品質。	4,511	中央補助款 1,428 千元，為墊付轉正經費。
二十、辦理本市執行違法旅宿管理工作計畫	(一)增加業務協辦人員，執行旅宿管理業務，強化業務執行質量。 (二)租賃稽查勤務車輛，提供稽查人員載送服務。	2,410	中央補助款 2,410 千元，為墊付轉正經費。
二十一、台灣好	(一)配合交通部觀光署持續	2,250	中央補助款

行服務升級計畫 —大溪快線、小烏來線、大龍門線、東眼山線行銷宣傳相關費用	推行「台灣好行旅遊服務升級計畫」。 (二)針對不同客群推行主題套票、與沿線食、宿、遊、購在地商家異業結盟、主題好行遊程及推動創意宣傳活動等，以持續建立品牌形象及提升服務品質。 (三)辦理行銷宣傳，拍攝景點導覽影片，吸引民眾多加利用台灣好行觀光旅遊。 (四)製作駕駛外語圖文手冊，為服務人員與旅客之間建立無障礙溝通。		2,250 千元，為墊付轉正經費。
二十二、辦理旅館民宿輔導計畫	(一)協助旅宿營造自身特色，提升軟硬體品質。 (二)結合國際知名品牌共同行銷桃園旅宿。 (三)拍攝國際行銷宣傳影片並推廣至國際市場。 (四)相關行銷及影片宣傳。 (五)辦理指標旅館及民宿交流活動。	3,000	
二十三、辦理旅宿業推動環保計畫	(一)持續配合桃園市推動2050年淨零目標，鼓勵本市旅宿業及觀光遊樂業節能減碳，推動低碳綠色旅遊，辦理本項計畫。 (二)持續配合中央(環保署)禁用一次性備品政策，並積極輔導轄內合法觀光旅館、旅館及民宿業者取得環保旅館認證標章資格。	1,000	

二十四、辦理桃園好棧品牌再造暨行銷推廣	(一)藉由評鑑及行銷活動，持續推廣「桃園好棧」優質合法旅館及民宿品牌。 (二)規劃品牌聯名商品，推廣桃園味在地選品及拍攝旅宿及城市形象短影音等，以多元方式行銷桃園。	2,000	
二十五、辦理露營場輔導及管理計畫	(一)增加業務協辦人員，執行露營場輔導、管理及稽查能量。 (二)輔導本市位於農牧用地及林業用地之既有露營場取得土地使用許可。 (三)提供無法合法化露營場轉型可能途徑。 (四)提供露營場申設諮詢服務。 (五)行銷推廣本市合法露營場。 (六)持續提供露營場申設諮詢服務，宣傳露營場輔導管道，並辦理法規說明會，輔導業者申設合法露營場。 (七)位於環敏區及非法露營場進行稽查作業。	5,000	中央補助款3,500千元，為墊付轉正經費。
二十六、製作桃園國際觀光文宣及宣傳品費用	製作多語版觀光摺頁與旅遊手冊，內容涵蓋本市主要景點、特色活動、美食推薦、交通資訊等，提供旅客多元且實用的旅遊參考，展現桃園深度旅遊魅力與地方特色。	700	
二十七、辦理國外行銷推廣觀光	透過國際平面、電子管道進行行銷宣傳，宣傳內容包含	4,000	

費用	本市觀光景點、特色活動等，並透過託播宣傳，強化桃園觀光印象，使桃園觀光旅遊不斷曝光，提高桃園能見度並促使遊客至桃園觀光旅遊。		
二十八、辦理植感桃園暨大溪豆干節相關推廣活動費用	結合大溪豆食、木藝、商圈及歷史底蘊，深化大溪豆干節元素及吸引力，另亦將推廣「植感桃園」品牌，結合桃園在地青農，以「植感 × 職感 × 質感」為核心，營造綠意生活風格。	9,000	
二十九、辦理國際遊客套裝遊程串聯與推廣費用	發掘桃園旅遊景點、在地產業以及特色活動、節慶等觀光資源，與國際遊客有興趣之旅遊面向、元素結合，推出經典、特色或客製化遊程，提供外國來台或過境旅客以不同角度、方式深度體驗桃園在地文化。	2,000	
三十、辦理國際團體接待及交流費用	接待國際媒體、網路意見領袖、旅遊業者、踩線團…等實際走訪桃園景點，深入探訪桃園之美，並藉由其宣傳平台宣傳桃園旅遊資訊，除此之外，亦邀請桃園觀光業者相互交流。	1,000	
三十一、辦理桃園觀光護照開發及行銷費用	規劃推出「桃園觀光護照」，納入桃園官方景點並邀請觀光店家參與及提供優惠方案，推出限定優惠價讓民眾以超值價格遊玩桃園，另亦	2,200	

	將推廣至國際旅客客群，促使其停留桃園旅遊，並且透過行銷宣傳及整合推廣。		
三十二、辦理桃園機場捷運A12站遊客中心營運管理費用	為發揮本市位居國門之優勢，桃園機場捷運A12站遊客中心自113年8月啟用，為進出桃機的旅客提供桃園旅遊資訊及外語諮詢服務，未來將持續優化服務，強化桃園國際旅遊形象。	1,800	
三十三、辦理城市國際交流等觀光推廣及行銷活動相關費用	於國際進行桃園城市品牌宣傳及推廣活動，提升桃園國際知名度，同時透過跨產學合作及曝光鼓勵、吸引國際旅客停留入住桃園。	14,000	
三十四、辦理桃園與國際都市雙城觀光宣傳交流相關費用	強化與本市簽訂觀光合作MOU及友好城市互動、交流，同時相互宣傳，鼓勵、吸引彼此市民互訪。	5,000	總經費5,000千元，為墊付轉正經費。
三十五、補助「財團法人桃園市觀光發展基金會」推動桃園觀光發展工作	補助桃園市觀光發展基金會，推動桃園觀光建設、友善服務及行銷宣傳，提升桃園觀光競爭力。	14,600	含資本門500千元。
三十六、拉拉山遊客中心暨周邊環境改善工程	(一)本工程將重新整理遊客中心公共空間及展示空間，以及戶外廣場空間，以提升北橫地區觀光旅遊服務品質，以完善拉拉山整體園區遊憩服務設施。 (二)期透過重整內部公共空間、展示空間及更新相關硬體設備，提供民眾更加舒適	8,000	總經費25,000千元，分3年執行，114年度已編列1,700千元，本年度續編列第2年經費8,000千元，明年度續編列15,300千元。

	及友善之休憩場域，以提升拉拉山周邊地區之觀光遊憩效益及服務品質，吸引更多遊客造訪。		
三十七、大溪中正公園整建工程(二期)	(一)大溪中正公園已於 113 年辦理一期整建作業，改善舊有兒童遊具、優化行人動線、夜間照明等，本次工程預計進行二期整建作業，改善一期範圍外景觀空間之步道老舊、體健設施、地坪濕滑、排水溝外露危險、公園動線瑣碎等問題。 (二)期透過公園硬體設施改善，提供在地居民更加舒適及充滿回憶之休憩場域，亦與大溪周邊景點相互搭配，營造在地特色、人文產業以及歷史文化環境氛圍，吸引更多遊客造訪。	27,000	總經費 29,000 千元，分 2 年執行，114 年度已編列 2,000 千元，本年度續編列第 2 年經費 27,000 千元。
三十八、台七線慈湖至百吉段遊客停車空間規劃設計暨工程	(一)本次工程將於桃 118 線(百吉林蔭步道)出入端點周邊之楠梓溝溪、承恩路旁設置簡易停車空間(汽、機車)，並進行停車場綠美化及遊憩動線串聯。 (二)期透過規劃妥善的停車空間，提供民眾便利、安全之停車選擇，可串接鄰近的舊百吉隧道，以及百吉林蔭步道系統，提供旅客更佳旅遊服務品質。	9,200	
三十九、北橫遊	(一)本工程將進行拉拉山遊	11,450	

憩設施及環境改善工程	客中心公廁改善，優化空間配置與服務機能；另針對角板山行館園區出入口中正路棧道破舊有安全疑慮，亦將進行修繕維護作業。 (二)期透過既有公有空間環境整備及活化，打造更友善、安全與具美感之公共環境。		
四十、拉拉山暗空友善環境設施維護計畫	為配合拉拉山申請「國際暗空勝地（UNSP）」認證，依認證規定，申請範圍內須完成光源燈具改善作業，以達光害管控標準，盤點後認證區域及其周邊影響區，將逐步改善拉拉山風景特定區內道路沿線路燈。	2,500	
四十一、小烏來風景特定區溫泉民宿取供管線工程計畫	依據108年12月3日市長專案報告主席決議事項二「優先於義盛遊客中心旁開鑿義盛溫泉1號井，設置周邊溫泉相關設施，出售溫泉水至周邊山莊使用，以發展該區溫泉形成群聚效應」。故本次預計將113年底完成之義盛一號井發揮最到效益，除提供一旁的宇內溪野溪溫泉外，規劃溫泉取供管線及定點供水等設備，將溫泉水提供之週遭業者，開發溫泉產業，打造溫泉鄉。	14,500	本項計畫原規畫總經費23,000千元，自113年度起分2年編列，因政策變動原因，調整如下：總經費23,000千元，分3年執行，除113年度已編列2,500千元外，114年度續編列第2年經費6,000千元，其餘14,500千元於本年度繼續編列。
四十二、上巴陵停車場亮點廁所	上巴陵停車場既有廁所因過去管線路線設計及既有化糞	8,220	總經費9,220千元，分2年執行，

整建工程計畫	池負載程度有限導致排放的污水行經遊客聚集處及周遭商家，長期下來陸續接獲民眾陳情，爰重新評估拆除後重新整建該公共廁所（面積約 80 平方公尺），善加利用該停車場之景觀優勢，使其成為上巴陵之亮點公廁。		114 年度編列第 1 年經費 1,000 千元，其餘 8,220 千元於本年度繼續編列。
四十三、虎頭山環保公園桃機 1 號及步道、停車場等照明設備改善計畫	虎頭山環保公園佔地約 2.5 公頃，標高雖僅 251 公尺，卻是市區制高點，是在地賞景熱搜景點；虎頭山環保公園內之大型公共藝術-桃機 1 號，點燈時間為下午 6 時至晚上 10 時，更是環保公園除夜景外的另一特色亮點，吸引許多民眾夜間拍照、打卡。桃機 1 號公共藝術因既有燈具及電源線路老舊、多年未更新，導致損壞、脫落等問題，影響夜間照明效果，且有電源線路裸露之虞，故擬編列預算改善，並更新燈光控制系統，新增遠端操控功能，增加與民眾互動性。	4,000	
四十四、轄區列管 U3 橋梁「天空繩橋、義興吊橋、前後慈湖串聯步道橋梁」修繕計畫	本案係延續 114 年度「桃園市政府風景區管理處特別橋梁維護管理、檢測暨設計監造技術服務工作」計畫，並參據內政部國土管理署「人行天橋管理資訊系統」資料，顯示上述橋梁皆列為 U3 評等（需定期追蹤）之結構狀況，急需	2,800	

	維護與補強，爰儘速辦理橋梁結構檢測、修繕與景觀改善工程，確保遊客人行通行之安全性與舒適性。		
四十五、桃園市虎頭山風景特定區重點遊憩設施整建暨遊憩品質提升計畫	桃園市虎頭山風景特定區係桃園市重要淺山觀光遊憩景點，擁有豐富的自然生態和人文景觀，每年吸引眾多遊客到訪，然而轄區內多處設施老舊失修，且部分登山步道及轄區道路因地震暴雨等天災影響受損，已嚴重影響遊客遊憩品質與安全性。 為提升本區遊憩品質，本計畫擬針對虎頭山轄區內節點設施舉凡幸福亭、八角亭、逸仙園等指標性設施進行重新整建，另外評估其他轄區老舊設施、登山步道及轄區道路進一步進行修繕，為加強園區導覽性， 賦予節點與步道之間新的串聯語彙，以通用設計為原則評估增設各類型友善服務設施，期以符合不同年齡層及族群之使用。 此外，虎頭山擁有3大步道系統及6條登山路徑，每條步道都有其服務設施以供遊客使用，尤其公共廁所更為重要，其中虎頭山6號公廁與7號公廁之污水管線系統仍有改善空間，爰此計畫除改善前	8,600	總經費21,000千元，分2年執行，114年度編列第1年經費12,400千元，其餘8,600千元於本年度繼續編列。

	述管線外，同時加強既有公廁之遊憩服務，優化整體環山遊憩品質。		
四十六、探 索 北橫及轄區推廣活動	北橫四季風景獨特迷人，沿線觀光資源豐富，特以春夏秋冬規劃北橫全年度活動，從一年之始的角板山行館梅花盛開規劃「冬季北橫」的角板山行館梅花季活動，春季櫻花綻放時節，規劃「春季北橫」系列活動的櫻花勇士騎行活動，花系列活動為民眾帶來季節限定的北橫美景。 「夏季探索北橫活動」擬規劃不同類型的主題遊程，讓喜愛玩水、爬山及夜間活動的民眾們，來一場森林芬多精之旅、山川溪流消暑之旅或高空彈跳極限挑戰之旅等，夜晚停留在北橫民宿，沉浸在滿天星斗與螢火蟲螢光點點之夢幻美景中。「秋季北橫」山楓轉紅、氣候涼爽，適合於角板山行館大草皮區野餐欣賞秋日光景，另規劃於慈湖辦理民歌活動，吸引民眾前來旅遊。隨著冬季到來，氣溫轉冷，角板山行館內梅園的梅花越冷越盛開，故配合花期擬規劃「冬季北橫」系列活動，將以角板山梅花季與羅浮溫泉推廣為活動主軸，吸引想泡湯賞梅的民眾	11,500	

	踴躍造訪北橫一帶。		
四十七、環境教育設施場所營運推廣等相關費用(虎頭山、角板山、小烏來)	(一)為推廣所轄虎頭山風景特定區、小烏來風景特定區與角板山行館之生態遊憩資源及宣導環境教育理念，已通過環保署認證，成立虎頭山環境教育園區、小烏來環境教育園區及角板山環境教育園區。 (二)本計畫係各園區營運推廣工作，包含：執行環境教育課程、辦理專案宣傳推廣活動、多元課程方案開發編修、園區志工增能培訓、現有設施維護整建及行政資料、環境資源調查等文件編撰。 (三)為落實「大龍門環狀旅遊帶」之觀光政策，以永續經營作為發展願景，積極營造不同主題、性質之自然觀察教學場域，期能發展為桃園環境教育學習基地。	1,000	
四十八、全市落地導覽設施及服務計畫	(一)為提升各風景區導覽服務品質，規劃所轄場域特色景點生態資源調查及導覽解說內容編撰，優化環教場域標示內容，建置主要風景區導覽系統。 (二)為落實觀光政策，以觀光客觀點提升旅遊服務，預計辦理導覽人員旅客服務及解說接待能力訓練課程，並配合規劃開發新興遊程，藉	860	

	由課程增進導覽與服務知能，向旅客行銷桃園城市魅力。		
四十九、桃園市風景區特色活動	(一)本計畫以拉拉山風景特定區低光害及生態資源豐富之場域為核心，結合國際暗空保育理念，推動友善照明與光害防制措施，並同步納入夜行性動物保育與棲地維護觀念，打造兼顧星空觀測與生態保育的特色旅遊環境。 (二)整合天文觀測與生態解說內容，規劃星空暨生態導覽培訓課程，培育具備天文、夜間生態與環境教育知能之複合型導覽人員；並結合國中小學校推動天文與自然生態課程及夜觀體驗活動，提升民眾對暗空保護、生物多樣性與永續旅遊的整體認知。 (三)結合旅行業、在地民宿、社區團體與專業導覽人員，規劃結合觀星、夜間生態觀察與自然體驗之主題式套裝遊程，並辦理年度星空與生態主題活動，透過整合行銷與跨域合作，提升桃園作為星空生態旅遊目的地的知名度，促進在地產業發展，實踐永續型觀光。	3,500	