

桃園市議會第3屆第7次定期會

桃園市政府觀光旅遊局
工作報告

報告人：局長 陳 靜 芳

中華民國 115 年 3 月

目錄

壹、現階段重要工作執行情形.....	1
一、推廣桃園國內外觀光.....	1
（一）城市觀光交流.....	1
1. 日本關西地區觀光推廣會.....	1
2. 與日本神戶市相互交流.....	1
3. 與日本名取市相互交流.....	2
（二）參加國內外旅展及推介會.....	3
1. 國外部份.....	3
2. 國內部份.....	5
（三）國內外觀光宣傳.....	5
1. 日本京成電鐵彩繪列車.....	5
2. 邀請知名韓團(i-dle)成員—葉舒華擔任桃園觀光大使.....	6
3. 觀光大使週邊文宣品行銷宣傳.....	6
4. 樂遊桃園社群行銷.....	7
二、打造觀光品牌特色活動.....	7
（一）2025 來慈湖·潮復刻.....	7
（二）2025 桃園萬聖城.....	8
（三）2025 植感桃園大溪豆干節.....	9
（四）2026 桃園跨年晚會.....	10
三、打造觀光廊帶亮點.....	12
（一）桃園珍珠海岸計畫.....	12
1. 硬體計畫.....	12
（1）竹圍濱海園區計畫.....	12
（2）永安海客文化園區計畫.....	13
（3）新屋綠隧道計畫.....	14
（4）濱海珍珠串聯計畫.....	14
（5）桃林山海地景輕旅營造計畫.....	14
（6）觀音地景景觀建置規劃設計案.....	14
2. 軟體子計畫.....	15
（1）桃園珍珠海岸特色遊程.....	15

(2)特色產業輔導.....	15
(3)珍珠海岸旅宿露營場改造計畫.....	15
(4)桃園珍珠海岸-數位科技應用加值計畫.....	16
(二)都會樂活旅遊帶.....	16
1.虎頭山風景特定區.....	16
2.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..	17
3.景區步道環境清潔維護暨安全修繕計畫.....	17
(三)大龍門低碳旅遊帶.....	17
1.2025「桃園大龍門蠡漫遊嘉年華系列活動」.....	17
2.桃園大龍門步道系統規劃及品牌發展計畫.....	18
3.大溪中正公園.....	18
(四)北橫觀光旅遊廊帶.....	19
1.硬體計畫.....	19
(1)大溪頭寮北橫遊客中心公共廁所改善統包工程.....	19
(2)舊百吉隧道暨周邊環境改善計畫.....	19
(3)慈湖遊客中心風華再造展示計畫.....	19
(4)前、後慈湖遊憩環境改善工程.....	19
(5)拉拉山遊客中心暨周邊環境改善工程.....	20
(6)上巴陵停車場公廁設施優化規劃設計監造案.....	21
(7)桃園風景區停車場充電樁設置.....	21
(8)復興區枕頭山步道環境改善計畫.....	21
(9)羅馬公路休閒廊帶營造計畫.....	22
(10)復興區後山觀光廊道系統規劃及整體發展計畫.....	22
(11)桃園市復興區義盛溫泉取供管線暨相關監控設施統包工程.....	22
2.軟體子計畫.....	22
(1)2025 探索北橫夏季活動.....	22
(2)「2026 角板山行館梅花季活動」.....	23
(3)推動北橫國家級風景特定區.....	23
(4)桃園市復興區拉拉山暗空認證計畫委託專業服務.....	24
(5)宇內溪戲水區野溪溫泉區.....	24
四、跨局處召開觀光會報.....	24

(一) 跨局處整合推動觀光發展.....	25
(二) 跨部門合作推動觀光行銷.....	25
五、升級旅遊服務品質.....	25
(一) 重要交通節點設旅遊服務中心及 A12 遊客中心服務.....	25
(二) 借問站友善服務.....	26
(三) 台灣好行持續推動並提升服務品質.....	26
六、打造高品質旅宿環境.....	27
(一) 旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況.....	27
(二) 辦理旅宿品質提升輔導暨行銷計畫.....	27
(三) 露營場輔導管理業務考核榮獲優等.....	28
(四) 輔導露營場申請許可使用及設置登記.....	28
七、推動智慧觀光系統.....	29
(一) 「遊桃園」智慧觀光行動服務平台營運內容及績效.....	29
(二) 提供觀光即時影像服務，打造全台指標性應用.....	29
(三) 打造創新智慧觀光服務.....	29
八、公私協力推動觀光.....	30
(一) 耕耘國際市場，深化國際民間交流.....	30
(二) 培力合作民間力量，共同推動桃園觀光.....	30
(三) 辦理特色活動及開發伴手禮，推廣桃園觀光特色.....	30
貳、未來努力方向.....	31
一、持續推廣桃園國內外觀光.....	31
(一) 深化與週邊國際城市之觀光交流合作.....	31
(二) 持續推動國際觀光推廣及交流.....	32
(三) 加強國際行銷布局，以提升桃園能見度.....	33
二、持續打造觀光品牌特色活動.....	33
(一) 2026 桃園燈會.....	33
(二) 2026 桃園龍岡米干節.....	34
(三) 植感桃園暨大溪豆干節活動.....	34
三、持續打造觀光廊帶亮點.....	35
(一) 珍珠海岸廊帶.....	35
(二) 大龍門低碳旅遊帶.....	36

（三）北橫生態旅遊帶.....	36
1. 推動北橫國家級風景特定區.....	36
2. 申請拉拉山暗空勝地國際認證.....	37
四、持續跨局處召開觀光會報.....	37
五、持續打造高品質旅宿環境.....	37
六、持續推動智慧觀光系統.....	38
七、持續公私協力推動觀光.....	38
參、結語.....	38
【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表.....	40

邱議長、李副議長、各位議員女士、先生：

欣逢貴會召開第3屆第7次定期會，^{靜芳}列席報告觀光旅遊局114年下半年迄今重要施政成果及未來施政重點。為展現桃園觀光魅力與多元旅遊體驗，觀光旅遊局持續整合「探索北橫」、「大龍門低碳旅遊帶」及「珍珠海岸」等觀光品牌，並輔導業者提升服務品質、完善觀光基礎建設，全面優化旅客體驗。另透過參與國內外旅展、與多國觀光友好城市深化交流，並結合「桃園觀光大使葉舒華」的國際影響力，讓世界看見桃園豐富多元的觀光特色。

114年下半年迄今，本局已辦理「植感桃園暨大溪豆干節」、「大龍門蠟漫遊」、「2025來慈湖·潮復刻」、「桃園萬聖城」、「跨年晚會」等大型活動，持續提升桃園觀光能見度並帶動來訪人潮。115年上半年將辦理「桃園燈會」、「龍岡米干節」等活動，期望以多元主題行銷吸引更多遊客來桃園觀光。^{靜芳}謹就本局推廣國內外觀光、打造特色活動及觀光廊帶亮點、升級服務品質、推動智慧觀光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、推廣桃園國內外觀光

（一）城市觀光交流

1. 日本關西地區觀光推廣會

本局於114年9月11日至13日與經濟發展局及教育局共同率本市觀光業者於日本大阪辦理觀光推廣會，盤點本市適合日本市場之觀光亮點進行推廣，並促成觀光業者與日本當地旅行業者一對一的實質對接，提升桃園於日本組團旅行業者之能見度。同時也於大阪難波車站投放桃園觀光廣告，增進桃園的觀光知名度及日本民眾的旅遊意願。

2. 與日本神戶市相互交流

（1）修學旅行交流

延續113年由神戶觀光局率領神戶當地旅行業者來訪桃園，參訪學校及具教育意義之景點，本局114年與教育局、經濟發展局共同赴日本神戶辦理修學旅行交流，與神戶觀光局及

神戶市教育委員會交流合作模式，並參訪神戶市立國高中及神戶觀光局推動的 SDGs 修學旅行遊程，了解神戶市針對修學旅行官民共同推動的情形，吸取其推動教育旅遊的經驗，並相互推動觀光產業旅客互送。

(2)燈節交流

本局繼 114 年首度參與神戶光之祭典後，於 115 年 1 月 31 日及 2 月 1 日再度於神戶光之祭典設攤，向參與的神戶市民及遊客宣傳桃園的觀光魅力及桃園神戶的每日直航，成功吸引遊客駐足，索取桃園觀光文宣及紀念品，提升桃園於當地之能見度與品牌印象。另為深化雙城觀光交流，已邀請神戶觀光局參與 2026 桃園燈會，推動桃園燈會與神戶光之祭典之相互交流，強化雙城在節慶觀光領域之合作連結。

(3)雙城馬拉松相互宣傳

本市持續與神戶觀光局推動「桃園 X 神戶」雙城馬拉松合作，今年續辦「桃園市民跑向神戶」活動，號召市民赴神戶參與馬拉松盛事，並於神戶馬拉松博覽會期間設置桃園觀光宣傳攤位，吸引多國跑者及日本民眾關注。另外，持續擴大桃園石門水庫楓半馬與神戶馬拉松之雙向宣傳，邀請神戶馬拉松宣傳大使來桃園參與石門水庫楓半馬，並拍攝宣傳影片，累計觀看逾 7 萬次、按讚數逾 6,500 次；神戶觀光局亦於賽事現場設攤推廣並參與賽事，展現雙城於運動觀光領域之實質交流成果。

3. 與日本名取市相互交流

(1)市政雜誌專欄介紹

本市於 114 年 8 月與日本名取市及岩沼市簽署觀光及產業經濟交流 MOU，正式展開與日本東北地區之合作；名取市政府官方刊物《廣報名取》11 月號首度刊登桃園觀光專題介紹，系統性呈現本市觀光特色與旅遊資源，有效提升桃園於日本東北地區之曝光與能見度。本府亦於 115 年 1 月份《桃園誌》刊登名取市觀光專題介紹，互相合作推動市民互訪。

(2) 市民訪問團來訪

日本名取市山田司郎市長率領該市市民共 34 人來訪桃園，參訪大溪老茶廠、桃園孔子廟、忠烈祠、景福宮、Xpark、橫山書法藝術館及桃園棒球場，促進簽署 MOU 後的市民實質互訪。另外，山田市長與名取市觀光單位一同拜會市長，就 115 年雙方觀光合作進行討論及交流，推動更進一步之互惠合作。

(二) 參加國內外旅展及推介會

1. 國外部份

114 年下半年迄今，本局共參加 4 場旅展及觀光推介活動，以提升本市於重點海外市場之能見度，並強化國際旅客對桃園旅遊之認識與來訪意願。

(1) 本局於 114 年 9 月 2 日至 9 月 9 日參加「2025 年越南胡志明市 ITE 國際旅展」及相關觀光推廣活動，藉以提升桃園於越南市場之能見度，並強化當地旅客對桃園旅遊之認識與來訪意願。隨著越南經濟持續成長，出境旅遊需求快速攀升，本次行程透過峴港及胡志明市兩場觀光推廣會及參與 ITE 國際旅展，向當地旅行社、航空公司及媒體介紹桃園多元觀光特色。推廣內容以「觀光工廠特色」、「交通門戶優勢」及「山海城市旅遊魅力」為主軸，展示糕餅、茶文化、自行車、樂器等多元觀光工廠體驗，並結合在地美食、節慶活動及北橫旅遊亮點進行整體行銷。相關推廣獲得當地業者與民眾高度關注與正面回饋，不僅深化桃園與越南旅遊產業之交流互動，也有助於掌握當地市場需求與旅遊偏好，進一步強化桃園於國際市場之城市形象，作為後續深耕越南市場行銷策略與城市定位之重要基礎。返國後亦延續雙方交流成果，於 114 年 11 月 7 日邀請越南踩線團至 ITF 台北國際旅展桃園館參觀，並於 11 月 8 日至 9 日安排實地走訪本市觀光景點，透過持續互動奠定桃園與越南間之觀光合作基礎。



峴港臺灣觀光推廣會



越南踩線團至桃園館交流

- (2)鑑於馬來西亞為東南亞國家中來臺第三大客源市場，本局於114年9月3日至9月10日參與馬來西亞年度最大旅展「MATTA FAIR」及觀光推廣活動，透過B2B觀光推廣會與27家當地旅行社深入交流，推廣桃園旅遊資源，積極洽談合作機會，鼓勵旅行社將桃園納入來台行程。同時在旅展期間，藉由文宣發放及專人面對面解說等方式，強化宣傳桃園機場捷運及台灣好行公車等大眾交通運輸接駁服務，提供桃園特色景點與美食串接之建議，提升當地民眾對桃園之認識，期透過旅展的高曝光度，進一步鞏固桃園在馬來西亞市場的吸引力，拓展馬來西亞旅遊客源。
- (3)本局於114年9月25日至9月28日參加於名古屋市舉辦之「2025日本旅展(Tourism Expo Japan 2025)」，該活動4天共計吸引12萬7,677人次參加，本市以「樂遊桃園」為主題，發送日文版觀光文宣，並以面對面向民眾說明本市觀光景點，搭配透過互動拍照活動，吸引民眾近距離接觸。另於9月30日參加B2B商談會，向東京在地旅行社、旅遊雜誌、航空公司等業者介紹桃園觀光魅力，吸引更多業者包裝桃園旅遊產品。
- (4)本府於115年1月參與泰國最具規模之旅遊展會－泰國春季旅展(Thai International Travel Fair, TITF)，該展每年吸引約30萬名參觀者，並於曼谷參加1場台灣觀光推廣會，共計吸引超過百名泰國出境旅行業者參加。此次活動透過面對民眾之觀光形象推廣，以及與產業端進行面對面交流與旅遊產品推介，強化台泰觀光產業連結，提升雙方業界合作效益。藉由參與泰國具指標性之國際旅展及辦理台灣觀光推廣

會，擴大桃園於泰國觀光市場之能見度，提升本市整體觀光品牌形象，並深化泰國旅遊業界及一般旅客對桃園觀光資源之認識。

2. 國內部份

2025 ITF 台北國際旅展於 114 年 11 月 7 日至 11 月 10 日於臺北南港展覽館一館辦理，以五大主題「吃吃的愛－打卡桃園美食」、「山山惹人愛－暢遊大龍門」、「愛橫簡單－探索北橫」、「海蠻喜歡－漫遊珍珠海岸」及「桃人喜歡－旅遊體驗」為策展主軸，結合「桃園觀光大使葉舒華」形塑整體桃園館形象，整合推廣桃園多元旅遊資源，包含特色景點、美食及觀光工廠等內容。旅展期間並攜手本市觀光業者共同規劃舞台互動表演、集章闖關及 DIY 體驗等聚客活動，提升展攤吸引力，引導民眾聚焦桃園、深化旅遊印象，進而帶動來桃旅遊意願。



邀請百萬 YouTuber 推廣桃園觀光



桃園館業者攤位

(三) 國內外觀光宣傳

除了上述與日本多個城市進行觀光交流，並參與泰國、馬來西亞、越南及日本等國際旅展外，本局亦積極運用多元行銷方式向世界介紹桃園，歡迎全球遊客來訪桃園。

1. 日本京成電鐵彩繪列車

本府積極推動國際觀光行銷，拓展日本市場能量，本局攜手日本京成電鐵推出期間限定「発見！台湾桃園の魅力」彩繪列車，自 114 年 11 月起行駛於成田機場與東京都區間。列車以實景照片呈現桃園自然景觀、人文歷史、節慶活動及在地美食，完整展現城市多元風貌，讓日本旅客於往返機場途中即可提前認識

桃園。彩繪設計以「桃園美景」、「人文歷史」、「節慶活動」及「美食饗宴」四大主題呈現，涵蓋拉拉山、大溪老街、桃園燈會及中壢夜市等觀光亮點。此次合作跳脫以往手繪形式，改以真實影像深化城市印象，透過日本重要交通節點行銷桃園，持續提升本市於日本及國際旅遊市場之能見度，並為後續城市交流與觀光合作奠定良好基礎。

2. 邀請知名韓團(i-dle)成員一葉舒華擔任桃園觀光大使

本府首度邀請桃園出身、具國際聲量之 K-POP 藝人葉舒華擔任本市觀光大使，自 114 年 10 月進行全球官宣以來，相關社群內容累積瀏覽次數已逾 1,400 萬次；12 月發布之 90 秒觀光宣傳影片，上線 48 小時內即突破 100 萬次觀看，顯示本案具顯著之國際擴散效益。為持續強化整體宣傳效益並帶動本市觀光熱潮，本局前已規劃結合入住桃園旅宿及走訪本市觀光景點，辦理贈送觀光大使舒華小卡及桌曆等宣傳活動，並同步整合本府跨局處資源推動整體行銷作為，包含與文化局於「2025 富岡鐵道藝術生活節」期間贈送觀光大使舒華明信片；由橫山書法藝術館結合展覽推出 NFT 集點兌換舒華小卡；新聞處出版之《桃園誌》11 月號以舒華擔任封面主角，以及與桃園大眾捷運股份有限公司合作辦理購買一日票贈送舒華限量卡套等宣傳活動。在國外推廣方面，已應用於 2025 神戶馬拉松、2026 泰國春季國際旅展(TITF)及 2026 神戶光之祭典等國際大型活動，結合主題展攤、宣傳素材及現場互動推廣，並透過跨活動、跨場域之整合曝光策略，持續擴大桃園觀光於海外市場之能見度與國際觸及成效。

3. 觀光大使週邊文宣品行銷宣傳

持續運用影響力製作文宣品吸引遊客推動整體觀光行銷，規劃製作觀光大使限定小卡，結合入住桃園旅宿及走訪本市觀光景點，串聯本市六大遊客中心辦理「追景送小卡」活動，引導旅客實地走訪本市，成功帶動旅遊動線與到訪人次。同時製作「2026 舒華樂桃桃」桌曆，於跨年晚會及角板山梅花祭活動中

透過打卡互動方式進行贈送，並於農曆過年辦理社群留言抽獎活動，得獎者可於 2026 桃園燈會現場領取桌曆，有效將線上社群關注轉化為實際旅遊行為，提升本市重點景點之來訪熱度，並延續整體觀光行銷聲量。

4. 樂遊桃園社群行銷

(1) 本局透過「樂遊桃園」Facebook 及 Instagram 社群平台，整合各項觀光資訊與行銷資源，持續推動桃園觀光行銷。114 年度行銷策略除延續推廣本市食、宿、遊、購及各項亮點活動外，並進一步聚焦「珍珠海岸」、「大龍門觀光廊帶」、「探索北橫」等重點觀光政策主軸，從不同族群的旅遊需求與使用情境出發，呈現桃園多元且具層次的旅遊特色。內容規劃上，結合桃園在地文化、生活風景與情感體驗，發展具深度與故事性的旅遊主題與路線，並全面盤點本市 13 區觀光資源，透過宗教文化與祈福場域、美食與市集體驗、特色景觀與熱門拍照據點、職人技藝與在地產業以及實用型與主題式遊程建議等內容方向，呈現各行政區之特色風貌與旅遊亮點。相關內容以圖文與短影音形式呈現，強化敘事性與互動性，並同步串聯本府各局處社群平台及基北北桃觀光宣傳管道，擴大行銷觸及範圍。同時，規劃國內外 KOL 合作、網路抽獎活動、多媒體宣傳、媒體踩線及觀光大使形象宣傳等行銷作為，整合線上與線下推廣資源，全面提升桃園觀光能見度。

(2) 截至 115 年 1 月止，「樂遊桃園」社群平台粉絲人數已達 Facebook 50 萬 1,549 人、Instagram 9 萬 950 人，顯示整體社群經營與行銷推動具穩定成效。

二、打造觀光品牌特色活動

(一) 2025 來慈湖·潮復刻

1. 「2025 來慈湖·潮復刻」於 114 年 10 月 4 日至 11 月 16 日舉辦，活動以「潮復刻」為核心主題，透過系列行銷推廣與活動設計，串聯「大龍門」及「探索北橫」兩大觀光廊帶，吸引國內外遊客

深入大溪地區，延長停留時間，並帶動北橫沿線及周邊住宿與觀光相關產業之發展。活動期間配合中秋節、雙十國慶及光復節等連續假期與例假日，規劃為期 7 週共 16 日之特色活動，藉由持續推出多元主題內容，營造穩定且具延續性的旅遊關注度與參與熱度。亮點活動內容涵蓋日夜水舞秀、夜間光雕投影、民歌懷舊音樂會、露天電影院、大型團康遊戲、交友活動、定向越野、集客型表演、親子手作體驗、假日市集，以及主題裝置藝術與光環境營造等項目。

2. 整體活動期間共吸引超過 52 萬人次到訪慈湖，顯示透過主題明確且多元化的活動規劃，有助於提升慈湖地區的旅遊吸引力，並有效擴大活動期間之人流規模。



主題日活動



夜間水舞秀

(二) 2025 桃園萬聖城

1. 2025 桃園萬聖城於 114 年 10 月 25 日至 11 月 2 日於桃園藝文廣場及藝文綠園道辦理，定位為桃園新興節慶品牌，以邪惡無害、恐怖可愛風格重新詮釋萬聖節，營造嘉年華式節慶氛圍。活動規劃主題燈光秀、大型演唱會、電音派對、討糖活動、踩街遊行、變裝競賽、系列親子活動，以及多樣萬聖節裝置藝術與光環境布置，並結合在地商家共同參與，打造具辨識度之桃園特色觀光品牌，進一步串聯北北桃年底大型節慶活動，形成萬聖節、耶誕節至跨年之節慶旅遊軸線，吸引全國民眾造訪。
2. 本次活動透過跨局處及跨單位合作，擴大活動規模與城市參與。活動結合桃園區公所「樂活桃園—古堡狂歡·金曲派對」演唱會、社會局「公彩嘉年華」、青年事務局「桃園星人秀」、智慧城

鄉發展委員會「市民卡 APP」推廣活動、勞動局外籍人士才藝競賽、圖書館系列閱讀活動，以及本局 10 月份旅宿優惠方案，形成涵蓋音樂、藝文、青年、社福、數位服務與觀光促銷等多元內容之整體活動架構。此外，臺北市觀光傳播局吉祥物「熊讚」亦主動參與蒞臨現場互動快閃，並串聯本市藝文商圈、站前商圈、車站商圈及青埔商圈等在地協會共同響應，透過城市節慶與在地資源的整合，提升活動能見度與市民及遊客的參與度，展現桃園萬聖城作為大型城市節慶活動之整合效益與擴散影響。

3. 本活動共吸引超過 108 萬人次到訪，其中 11 月 1 日更創下單日逾 22 萬人次參與的新高，展現桃園萬聖城作為大型節慶活動之聚客效益與品牌潛力。
4. 「桃園萬聖城」以創新節慶主題與大型活動規模，成功形塑桃園新興節慶品牌，並首度納入交通部觀光署評選「2026-2027 臺灣觀光雙年曆」觀光亮點活動之全國級活動，顯示本市節慶活動於活動創新、在地文化連結及觀光吸引力等面向，已具備全國推廣之潛力與成效。



桃園萬聖城－魔蛛古堡



魔幻夜光踩街

(三) 2025 植感桃園大溪豆干節

2025 植感桃園大溪豆干節，以『大溪豆干 x 植感生活』(Living in Nature) 為主題，推動「植感桃園 2.0」品牌意象延伸至植感生活領域的轉型升級。「植感桃園 2.0」，代表著「植感 × 職感 × 質感」，除持續深化大溪在地的豆干、木藝文化及長青植物等元素，更結合青年事務局、經濟發展局、農業局、新聞處、桃園市立圖書館之資源，於 114 年 11 至 12 月陸續展開系列活

動，包含植感圖書館、大溪豆干節、大溪豆干宴、植感桃園青年策展等。

1. 大溪豆干節

以「千人白豆腐 PK 豆渣黑蛋糕」分食儀式盛大開幕，不僅延續大溪人吃豆干兜福氣的傳統，更利用創新豆渣技術製作黑蛋糕，藉由傳統與創新元素的結合，建構嶄新的在地文化體驗，在地品牌植感青農亦參與豆樂風格市集活動，透過設置「植感小舖」攤位，強化植感生活理念之推廣。

2. 大溪豆干宴

結合了時下流行的黑白大廚議題，由國際名廚鄭智善攜手在地料理達人及在地大專院校，共同以大溪豆製品為基底，打造 10 桌 11 味的美食饗宴。活動會場皆以鹿角蕨、多肉植物等長青植物作妝點，營造生活空間植物沉浸氛圍，呼應「植感桃園 2.0」品牌形象。

3. 植感青農

青年事務局與中原大學、銘傳大學及五組深具潛力的在地品牌（「植鹿」、「綠植工作室」、「隣人植栽」、「荳荳多肉」及「芳草秘境」）的產官學共同合作下，將植物的生命力融入桃園的每一個角落，推動植感桃園品牌的轉型升級。

（四）2026 桃園跨年晚會

1. 2026 桃園跨年晚會於 114 年 12 月 31 日晚間 7 時至 115 年 1 月 1 日凌晨 0 時 30 分舉行，首度移師「樂天桃園棒球場」舉辦，並同步於「亞洲矽谷 IOT 戶外廣場」設置戶外轉播 Live 觀賞區，採雙場地模式舉行。本次晚會以「ON AIR」為主題，結合科技、在地文化、運動元素與跨界演出。在卡司方面，邀請韓國、馬來西亞、臺灣共 3 國 11 組知名藝人團體輪番獻唱；在節目創新方面，首度邀請日本、我國及桃園在地共 3 組虛擬偶像演出，並邀請樂天女孩參演打造虛實偶像共演舞台，展現桃園多元性與科技力，也邀請中華職棒 36 年總冠軍球隊樂天桃猿隊長林立及副隊長梁家榮共同登台倒數，在長達 133 秒絢爛煙火秀一起迎接 2026

年。此外，也安排「星光美食市集」、主題美拍裝置藝術、跨年限量宣導小物星星手環，讓到場民眾充分享受跨年氛圍。

2. 本次跨年晚會，因應 114 年 12 月 19 日北捷無差別攻擊事件，跨年活動安全維護全面升級，擬訂維安強化計畫，成立安檢小組，於樂天桃園棒球場全面實施人員及隨身物品安全檢查。活動期間，警察局派出特殊任務警力、防暴緝毒警犬隊及刑事快打警力支援，並針對會場進行全面地毯式場檢，運用金屬探測器、「天羅地網」監視錄影系統及無人機干擾槍等裝備，提升見警率，確保市民安全；另於 12 月 29 日舉辦跨年晚會「消防暨維安實兵演練」，整合消防、警察、政風、本局及活動主辦單位，全面檢視火災搶救、人潮疏散及突發事件應變機制，提供市民一個安全無虞的跨年環境。
3. 考量樂天桃園棒球場有人員物品安全檢查需要，為紓緩跨年民眾排隊檢查時間，本次活動於上午 10 時即開放民眾進場，於下午 2 時全面開放，並採多平台轉播，包含電視、網路、OTA 平台及「樂遊桃園」官方 Facebook 粉絲團直播，總觀看人次突破 197 萬。



消防安全演練



啟動大量傷患機制演練



人員物品安全檢查演練



模擬攻擊事件發生



跨年倒數橋段



2026 桃園跨年煙火

三、打造觀光廊帶亮點

(一) 桃園珍珠海岸計畫

本計畫已正式啟動，目標在於全面提升桃園濱海地區的觀光競爭力，並已將此案納入「樂遊桃園觀光會報」進行跨局處協商，計畫透過資源整合與分工合作，最大化施政效益。此計畫獲得交通部觀光署「重要廊帶亮點營造計畫」經費補助，計畫核定新臺幣 4 億 5,704 萬元（交通部觀光署補助經費 2 億 7,839 萬元，本府自籌 1 億 7,865 萬元）。

本計畫的核心是「打造南北海岸雙星」，以竹圍與永安漁港為主要核心基地，進行空間活化與設施優化，透過硬體建設（包括竹圍濱海園區、永安海客文化園區、新屋綠色隧道、濱海珍珠串聯計畫等硬體工程），有效改善遊憩品質，並結合軟體規劃（濱海特色產業輔導行銷計畫、數位科技應用增值計畫、旅宿改造及行銷、遊程規劃及推廣活動、濱海觀光形象識別系統等），深化在地文化與生態體驗，將許厝港濕地、草漯沙丘、觀新藻礁等生態景點，與牽罟文化、石滬景觀等人文特色進行系統性包裝。藉由軟硬體並行，本計畫將設計具備在地深度與親子互動性的主題遊程，預期能將桃園海岸線塑造為具備長期吸引力的特色旅遊廊帶。

1. 硬體計畫

(1) 竹圍濱海園區計畫

為配合農業局的竹圍漁港計畫檢討，本局將針對漁（八）預定用地進行全面規劃，目標是將桃園海岸線北側打造為一個

全新的觀光服務核心。

本計畫將透過一系列優化與新建工程，大幅提升遊客的體驗品質：

I. 優化竹圍南岸核心服務區：本局將強化漁會周邊的服務功能，包括優化停車空間，新建觀景廊道並整合及升級遮蔭和休憩設施，讓遊客有更舒適便利的遊憩環境。

II. 打造大型活動草坪：規劃至少 2 公頃的多功能活動草坪，未來將成為竹圍漁港各類活動的理想展演場地。

III. 改善動線與人行空間：有效串聯海灘與既有空間，分流遊客動線，讓整體遊覽更為順暢。

透過這些措施，本局希望將竹圍漁港北側打造成一個功能更完善、體驗更豐富、更具吸引力的海岸觀光新地標。

本計畫 113 年 12 月 30 日決標，第一階段於 115 年 1 月 2 日完成基地整理及活動場域草坪鋪設，第二階段廣場及高架景觀廊道與服務性設施目前進行細部設計作業中，俟設計定案，115 年 8 月竹圍濱海音樂祭活動後將進場施作，預計 116 年完工。

(2) 永安海客文化園區計畫

桃園新屋永安漁港為珍珠海岸南北海岸雙星計畫中重要之服務核心，本計畫拆除既有漁具倉庫後活化興闢「遊客休憩觀海服務空間」（含半室外觀海觀浪平台）、活動大草坪、公共廁所等遊客服務設施，提供遊客有多元服務休憩空間與設施及兼具觀海觀浪賞景優質遊憩環境，並同時改善優化停車場空間及設施，預期目標結合南北綠色走廊、後湖溪生態園區與觀新藻礁，打造永安漁港綠色與生態旅遊之遊程為區域性特色，創造吸引國內外旅客旅遊新據點。

本計畫工程已完成全案基本設計，核定計畫總經費為新台幣 1 億 1,500 萬元，第一期停車場部分細部設計業已完成，並於

114 年 9 月 15 日開工，於 115 年 1 月 30 日完成後開放使用；第二期部分包括「遊客休憩觀海服務空間」(含半室外觀海觀浪平台)、活動大草坪及公共廁所等遊客服務設施，也已完成細部設計作業，已報請上級補助機關交通部觀光署複審，預計 115 年 3 月初開工，全部工程預計 116 年 3 月底竣工。

(3)新屋綠隧道計畫

本計畫將改善新屋綠色走廊觀海亭及其周邊環境，並更新新屋漂流木公園的休憩設施，同時強化笨鯊橋至新濱 1 號橋間海防道路的夜間照明，以提升用路人安全，於 114 年 10 月 17 日開工，預計於 115 年底完工。

(4)濱海珍珠串聯計畫

本計畫是將竹圍漁港南、北岸的公共空間做整體升級與串聯，透過重新配置海豚公園、停車空間與周邊環境，讓遊客能更安全、順暢地從北岸彩虹橋步行至南岸漁港區，同時解決停車與活動空間不足的問題。未來南岸將新增「望港之丘」多功能遊憩場域、約 110 個停車位及 4,300 平方公尺的大面積活動草地，不僅可作為港區舉辦活動的重要據點，也能讓遊客從不同高度與視角欣賞竹圍漁港的海景。整體工程於 114 年 9 月 19 日動工，預計在 116 年中完工。

(5)桃林山海地景輕旅營造計畫

為本府「台鐵林口線路廊活化工程」之延續，將自行車道銜接桃林鐵路第五期末端往台 15 線東側延伸既有鐵道，穿越台 61 快速公路涵洞至對向道路及自行車環道一號線，延伸串接至濱海軸帶與周邊觀光景點，完善的濱海自行車路網系統。本計畫總經費 4,800 萬元(交通部觀光署補助經費 2,592 萬元，本府自籌 2,208 萬元)，業於 114 年 12 月 26 日工程決標，115 年 1 月 10 日開工，預定 115 年 8 月竣工。

(6)觀音地景景觀建置規劃設計案

本計畫將設計觀音地景及周邊場域綠美化，以建立觀音區景觀意象，並型塑多功能性場域，創造具公益性之活動場域，

並預計辦理至少 3 場地方說明會廣納地方民意。本計畫已於 114 年 12 月啟動，預計 115 年 5 月完成基本設計，10 月底完成全案規劃設計。

2. 軟體子計畫

(1) 桃園珍珠海岸特色遊程

2025 年桃園珍珠海岸遊程案為發展親子團體旅遊模式，善用珍珠海岸地區特色及在地景點，與旅行社合作開發特色遊程，強力宣傳行銷桃園珍珠海岸觀光特色。

(2) 特色產業輔導

為協助本市蘆竹、大園、觀音及新屋等濱海地區觀光業者提升服務品質與接待量能，本局於 114 年正式推動「桃園珍珠海岸特色產業輔導計畫」。第一階段已完成遴選輔導案件共 13 件，分別涵蓋蘆竹 1 案（豆趣咖啡）、大園 4 案（陽榮休閒農場、一級棒農場、桃園市溪海休閒農業發展協會、林園居農場）、觀音 2 案（觀音崙坪好客食堂旗艦店、蓮荷園休閒農場）及新屋 6 案（蘭園養蜂場、大日開發有限公司桃園青年體驗學習園區營業所、大地花生工坊、莫內創意花園、卡托米利坊、太平洋自行車博物館），透過專業輔導協助業者優化經營內容與觀光服務模式。後續預計於 115 年啟動第二階段輔導作業，納入更多具發展潛力之業者，逐步擴大輔導規模，促進珍珠海岸沿線業者共同參與，持續強化區域觀光發展能量。



珍珠海岸輔導業者



珍珠海岸業者輔導共識會議

(3) 珍珠海岸旅宿露營場改造計畫

為推動珍珠海岸觀光品牌及沿海 4 區（蘆竹、大園、觀音、新屋）旅宿、露營場服務品質，增加觀光吸引力及旅遊亮點，

本局輔導合法旅宿、露營場挖掘自身特色，透過專業輔導團隊導入創意設計，從軟體、硬體及觀光服務等層面改造，業已成功攜手 2 家合法民宿結合珍珠海岸 CIS 打造出與眾不同旅宿新風貌，讓每個來到珍珠海岸的旅客，留下美好深刻的回憶。

(4)桃園珍珠海岸-數位科技應用加值計畫

珍珠海岸是本市重要觀光亮點，透過 AI 旅遊助理的智慧服務，並結合遊桃園 APP 推出 AR 虛擬實境任務及打卡集章活動，串聯線上活動及線下景點、店家打卡，活化在地觀光；許厝港溼地生態即時影像亦將持續升級，以 AI 服務提升桃園珍珠海岸觀光服務及亮點。

(二)都會樂活旅遊帶

1. 虎頭山風景特定區

因虎頭山公園已建置多年且遊客眾多，但園內既有遊戲設施因使用年久，已不符合現行安全標準。為提升整體服務與遊憩品質，目前進行之「虎頭山風景特定區服務設施改造工程」將以「奧爾森林學堂」為核心主題，打造首座結合林間探索與遊戲體驗的森林遊戲活動空間。工程另包含五號公廁的整修改善，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，已於 114 年 11 月 5 日開工，工期約 420 日曆天，全案預計於 115 年底完工。

同時，為提升遊憩品質，刻正進行「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」，針對虎頭山轄區內重要節點設施及指標性步道進行更新整建，分 114 及 115 年兩年經費進行，工程案已於 115 年 1 月 5 日決標，刻正辦理文件審核及開工前協調會等作業。

此外，為推動地方觀光建設發展，本府風景區管理處亦推動「虎頭山與桃林鐵路生態綠廊休閒驛站計畫」，以新欣綠園作為串接桃林鐵路與虎頭山生態綠色觀光廊帶之窗口，整合桃林鐵路路側綠地空間，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。本案已於 114 年 12 月 12 日完成細部設計，刻正辦理工程三書送審及基地現場點交等開工前置作業，115 年 2 月開工。

2. 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

本工程重點包含規劃與整建步道系統，使其得以銜接並延伸環臺北天際線，完工後將成為風景特定區內首條全面翻新之步道系統。計畫實施範圍主要位於大棟山風景特定區內，其核心目標在於提升整體休憩空間品質及步道環境，並完善園區導覽標示系統，以建構安全且友善的登山環境。此步道不僅具備自然教育功能，更將賦予基地全新內涵，形塑大湖坑地區之整體形象。步道規劃將串聯龜山區大同路與樹林區民和街，並與環臺北天際線大棟山山脈形成完整路網，為桃園地區登山客提供嶄新選擇，同時吸引新北市樹林、鶯歌等地遊客前來探索。本案已於 114 年 11 月竣工並結案，後因連日大雨造成步道入口前道路坍塌，現正辦理緊急搶修作業，已於 115 年 1 月 26 日開工，並於農曆年前完成。未來規劃在大同路入口處新設入口意象，讓遊客能快速連結視覺「空間的門面」意象，達到行銷、文化傳達與環境識別等目的。

3. 景區步道環境清潔維護暨安全修繕計畫

本計畫係為鼓勵區公所積極偕同里鄰地方團體共同合作營造轄內景區步道創造亮點，除各區公所原有依法編列在案之步道環境清潔工作費用，期透過本計畫補助辦理步道環境清潔維護、以及步道環境設施優化修繕工作，共同建構維護景區步道環境，提昇全市步道環境品質，促進本市觀光景區步道發展。

（三）大龍門低碳旅遊帶

1. 2025「桃園大龍門蠡漫遊嘉年華系列活動」

本局已於 10 月 18 至 10 月 19 日及 10 月 24 日至 10 月 25 日兩週末辦理「大龍門蠡漫遊」活動，為期四天共吸引近 7 萬人次到訪參與。本次活動核心亮點為「大龍門秋季旅遊」，並整合農

業局與客家局的筊白筍及茶文化體驗，規劃三條主題路線，串聯十一份文化園區、三坑生態公園與樟之細路大龍門段（清水坑古道、林埤古道）等特色景點。同時，攜手 10 家在地活魚餐廳業者推出以大溪豆腐、龍潭筊白筍及石門活魚為主角的「大龍門秋食三寶」料理，亦舉辦「大龍門秋天的餐桌」，場場滿位，吸引民眾品嚐專屬於秋天的豐盛饗宴。活動更結合親子萌宠共遊設施與在地特色市集，營造「吃秋味、賞秋景、享秋遊」的全方位體驗，展現獨具魅力的秋季大龍門風貌，有效推廣大龍門觀光效益與品牌價值。

2. 桃園大龍門步道系統規劃及品牌發展計畫

本計畫以大龍門地區人文地理為基礎，系統性盤點古道與步道群的歷史脈絡與故事線（如產業發展、先人遷徙、族群聚落界線等生活路徑），建構路網識別與品牌定位，並規劃主題步道旅行，串聯周邊聚落與遊憩體驗，形塑大龍門旅遊地圖，提升整體觀光價值。另將於「大龍門步道系統」重要節點導入登山健行與手作步道工作假期，結合社區餐食與小遊程設計，透過培力工作坊建立社區培力基地，帶動在地產業與經濟活絡，促進環境、文化與社區經濟的永續發展。計畫期程為 115 年 1 月辦理期初階段、6 至 7 月辦理期中階段、10 月辦理期末階段，並於 11 月結案。刻正辦理期初報告，並於 6 至 7 月配合台灣步道日辦理主題推廣活動。

3. 大溪中正公園

本案強調以大溪老城區為發展核心，大溪中正公園作為所屬區位功能為旅遊機能新據點，結合周邊自然、人文資源，以養生、觀光為發展主軸，提供教育、文化、休閒等機能，並藉由歷史文化外溢效果，提升當地休憩品質。第一期整建工程打造以「大船小船」為主題的兒童遊戲場，已於 114 年 8 月 22 日完工開放；第二期整建工程總經費 2,900 萬元，將著重一期範圍外之設施維修改善、環境風貌優化、遊園動線改善，並加強公園安全性與友善性。本案已與相關單位協調及辦理地區說明會，並於 115

年 1 月完成基本設計。

(四) 北橫觀光旅遊廊帶

1. 硬體計畫

(1) 大溪頭寮北橫遊客中心公共廁所改善統包工程

大溪頭寮北橫遊客中心為北橫公路觀光旅遊綠廊第一站，遊客中心不僅提供北橫旅遊線觀光資訊服務，設置有北橫山林魅力特色景點解說及經國先生主題特展，也設置有在地特色餐廳及小農市集，是遊客進入北橫旅遊線遊客休憩服務的補給站；本計畫辦理北橫遊客中心公共廁所整體如廁空間及設施改善，打造一座兼具性別友善空間、親子友善設備、全齡無障礙空間、舒適如廁空間與設施、落實全齡共融服務等特色風格的「多功能型廁所」，工程經費為新臺幣 996 萬 9,872 元，已於 114 年 6 月 14 日開工，114 年 11 月 7 日竣工，並於 114 年 12 月 30 日開放使用。

(2) 舊百吉隧道暨周邊環境改善計畫

本案獲交通部觀光署 113-114 年度「景點優化體驗加值計畫」補助辦理「舊百吉隧道暨周邊環境改善工程」，總計畫經費 2,000 萬元，改善工程著重於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、景觀綠美化處理及公廁整修等；已於 114 年 4 月開工，同年 7 月先行開放整修完成之公廁供大眾使用，全區於 114 年 11 月完工開放。

(3) 慈湖遊客中心風華再造展示計畫

本計畫針對慈湖遊客中心進行整體空間優化與功能重整，重新規劃展示動線與內容，透過更完善且具系統性的展示設計，於遊客中心內設置導覽互動及整合人工諮詢、導覽解說及旅遊服務功能，提供遊客即時、友善且便利的旅遊資訊，提升整體服務品質與使用效率。本案總經費為 800 萬元，全區於 114 年 9 月底完工、10 月完工開放。

(4) 前、後慈湖遊憩環境改善工程

I. 後慈湖辦公室空間營造計畫統包工程

本案透過歷史文獻、復古風建築案例分析，以及周邊環境的特色，進行復古風的元素分析，提煉出的復古風元素，並結合歷史文化和現代旅遊需求，塑造一個融合歷史底蘊與現代實用性的多功能休憩空間。融合中西建築元素，打造一個既能保留歷史韻味，又符合現代實用的設計，使每位來訪的遊客都能透過這個場域中，窺見復古風情的歷史記憶與文化韻味。1 號辦公室作為策展空間，將另案進行佈展，預計 115 年 3 月底完成；2 號辦公室空間改造為復古風格，提供遊客足夠的休憩空間。本案總經費 1,700 萬元，已於 114 年 7 月 31 日開工，工程進度達 99.7%，已於 114 年 11 月 14 日部分停工，俟台電申裝作業完成後，復工完成電表安裝作業。

II. 後慈湖既有設備修繕

後慈湖園區周邊的遊憩設施包含沿線步道木平台、扶手欄杆以及砂濾池等。沿線步道木平台及扶手欄杆因長時間風化作用，多數木材已腐化無法使用，故本府風景區管理處辦理前、後慈湖遊憩環境改善工程，主要進行牛角浦埤至後慈湖園區進行設施優化作業，本案經費 1,500 萬元，已於 115 年 1 月完成驗收。另既有砂濾池部分建置年限已超過 40 年，原設施無反沖洗等機械設備及規劃，又既有砂濾池每年更換過濾砂，耗時且費用高，故沿用既有砂濾池體，並補強既有構造體、重新鋪排過濾層及進行管線系統整理。本案經費 1,200 萬元，刻正辦理招標作業。

(5)拉拉山遊客中心暨周邊環境改善工程

拉拉山遊客中心自民國 93 年啟用至今已逾二十載，內部空間及展示設施因建物老舊，導致使用效能不彰。為建構接軌國際的觀光品質，本府特與台灣設計研究院合作，引進專業設計團隊推動「城市美學計畫」。透過空間重整與動線優化，強化場域的串聯性與服務量能，致力將其打造為兼具美感與

實用性的山岳旅遊門戶，本案於 115 年 1 月底交付預算書圖。

(6) 上巴陵停車場公廁設施優化規劃設計監造案

上巴陵停車場既有廁所因過去管線路線設計及既有化糞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，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，本案目前與設計廠商簽約中，預計 116 年上半年完成整建。

(7) 桃園風景區停車場充電樁設置

為提升大眾使用電動車之意願，並配合政策推行臺灣 2050 淨零排碳路徑「運具電動化及無碳化」計畫，規劃建置便捷充電環境，以期提高停車場的利用率與價值。溪州旅遊服務區已於 113 年底完成充電樁設置；另本市管轄風景區，如：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、巴陵二號隧道停車場及拉拉山遊客中心等 7 處停車場亦於 114 年 2 月完成充電樁設備設置，台電公司電力施工、系統建置及測試作業已於 114 年 11 月完成，7 站充電樁已於 114 年 12 月全數啟用營運。

(8) 復興區枕頭山步道環境改善計畫

本計畫總經費新臺幣 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」（中央補助經費 1,080 萬元，本府自籌 920 萬元）。計畫目標在於整合文化、歷史與生態資源，全面提升場域功能與遊憩品質。

本案工程以既有步道之整體優化為重點，施作項目包含改善老舊或中斷之步道路段、完善入口導引標示、增設邊坡防護欄等安全設施，並於沿線適當位置設置座椅及導覽解說牌，以提升步行動線之安全性與使用舒適度。另針對西峰總督府圖根點及南角隘勇監督所等重要節點，進行周邊休憩空間整體改善，營造兼具歷史意涵與友善氛圍之停留環境，進而提升整體步道之遊憩品質與體驗感受。

本案已於 114 年 6 月 9 日開工，並於 114 年 11 月 21 日完工，於 115 年 2 月中前完成驗收。

(9)羅馬公路休閒廊帶營造計畫

本局於羅浮至馬武督區域進行觀光資源整合，重新改善羅馬公路入口空間、奎輝溪旁休憩區及沿線零星停靠點建置，改善各休憩點成為友善的車友停留處，並種植原生樹種，期盼創造舒適的休憩空間，提升設施與空間機能。本案 114 年 3 月 14 日開工，114 年 9 月 9 日完工，並於 114 年 11 月 26 日開放。

(10)復興區後山觀光廊道系統規劃及整體發展計畫

本市復興區有得天獨厚、天成美景的觀光資源及人文氣息，為發展後山地區之高義里、三光里、華陵里等 3 個里，本府風景區管理處將整合更新及深化已調查之環境資源調查及現況調查，進一步評估復興區整體觀光建設之藍圖，並就未來短、中、長程訂定具體可執行方案，協助爭取相關預算經費，以具體落實復興區之觀光建設願景。本案已於 114 年 10 月 22 日決標，於 115 年 1 月審查第 1 階段成果報告書（調研）。

(11)桃園市復興區義盛溫泉取供管線暨相關監控設施統包工程

本計畫總經費 2,300 萬，分 3 年進行，112 年先以 250 萬元完成施作義盛溫泉 1 號井至宇內溪溫泉戲水區之相關管線，113-114 年接續辦理義盛 1 號井溫泉取供管線暨相關監控設施統包工程，工程預計分 2 期進行，先將管線延伸至義盛部落再延伸至和平橋周邊民宿，目前已完成路徑規劃，刻正與私有地地主取得土地同意書中，同時辦理義盛 1 號井之經營管理計畫，以利未來完成後可順利供水，整體計劃預計 115 年底完成。

2. 軟體子計畫

(1)2025 探索北橫夏季活動

2025 探索北橫夏季活動共規劃 17 條主題遊程、超過 45 個場次，以「浪漫」、「放鬆」、「健康」為主軸，行程涵蓋自

然探訪、文化體驗及果園生活。透過本計畫執行，開發可持續性旅遊商品路線，並活絡地方產業經濟。截至 114 年 10 月 31 日，所有遊程均已順利完成，累計報名參加人數達 1,878 人次，整體成效顯著，表現優於往年，尤以今年全新推出之「採果之旅」最受歡迎，深受親子族群青睞。

(2)「2026 角板山行館梅花季活動」

本活動於 115 年 1 月 17 日、18 日、24 日及 25 日舉辦，共計有 4 大主題「迎新春揮毫」、「梅樹下國際茶席」、「梅花市集」及「APP 社群推廣活動」。「梅樹下國際茶席」匯集日式、英式、歐洲花果茶及復興區在地茶席，讓民眾在花香環繞中細細品茗、「梅花市集」集結北橫沿線與復興區特色農產、手作美食。「迎新春揮毫」安排書法家揮毫贈送新春春聯，增添年節喜氣；此外，來參加梅花季活動的民眾只要下載遊桃園 APP 或追蹤本府風景區管理處臉書粉專，即可兌換市面上未販售且限量的角板山梅子康普茶。最後本府與周邊店家串聯推出「角板山梅花季限定優惠」方案，民眾至角板山行館下載電子 DM，憑電子 DM 至指定店家消費即能享有專屬優惠。

(3)推動北橫國家級風景特定區

- I. 為整合北橫綠廊整體觀光資源，依風景特定區管理規則第 4 條籌設「北橫國家級風景特定區」，劃設範圍總面積約 4 萬 1,929 公頃，自大溪三層頭寮地區起為北橫門戶起點，橫跨新北市三峽區及宜蘭縣大同鄉地區。
- II. 交通部觀光署於 114 年 6 月範圍劃設研商會議，請本府於評鑑前先依原基法辦理原住民諮商同意事宜，惟現行法令「原住民族地區資源共同管理辦法」與「諮商取得原住民族部落同意參與辦法」執行方式有衝突之處，本府已於 114 年 7 月函請原民會釋示，並於 114 年 10 月獲原民會回函表示本案應先確認為「國家級」風景特定區後，再行辦理諮商同意事宜（包含公聽會、公告閱覽、部落會議等程序）。

III. 本局於 114 年 11 月拜會觀光署，與該署取得先評鑑確認為「國家級」再行辦理法定諮商同意事宜之共識，已依 114 年 6 月範圍劃設研商會議指示完成評鑑作業說明書修正（修正 4 版），並於 114 年 12 月 22 日函送該署。

(4) 桃園市復興區拉拉山暗空認證計畫委託專業服務

拉拉山風景特定區坐擁得天獨厚的地理優勢，其高度生態多樣性與低光害的清澈夜空，是發展優質星空旅遊的天然基地。為將此珍貴資源推向國際，本府正積極爭取國際「暗空勝地(Urban Night Sky Place, UNSP)」認證，致力將拉拉山打造為國際級的觀光新地標，實踐低碳且具質感的永續旅遊，截至 114 年底已盤點三大觀星潛力點，分別為巴陵大橋、拉拉山遊客中心、巴陵鐵塔，並偕同公路局復興工務段及養護工程處完成周邊公共照明改善；民意溝通及教育培訓方面總計辦理 3 場地方說明會、2 場工作坊及 3 梯次復興區國中小天文教育及暗空培訓，並取得在地 22 家業者簽署暗空勝地管理公約，115 年 3 月下旬向國際暗空協會(IDA)提送申請。

(5) 宇內溪戲水區野溪溫泉區

「羅浮小烏來地區景觀遊憩系統改善計畫統包工程」已完成的宇內溪戲水區新設溫泉戲水池，並於 114 年 3 月起委由財團法人桃園市觀光發展基金會營運管理，目前該區除夏季可以開放河床區戲水之外，四季皆有溫泉，已成為一年四季皆宜的景點，114 年 4 月至 12 月來客數為 3.7 萬人。為了點亮冬季的「探索北橫」，實現四季皆宜的旅遊新亮點，基金會於 115 年 1 月 10 日、1 月 11 日辦理「宇內溪溫泉嘉年華」，透過市集活動與在地深度合作，同時從 1 月 10 日至 2 月 1 日每週末都各有 2 場專人導覽，帶領遊客深度體驗小烏來四大景點。

四、跨局處召開觀光會報

為整合本府觀光規劃相關資源，結合跨局處相關資源解決問題，共同促進桃園觀光發展，提升桃園觀光旅遊競爭力，特設樂遊桃

園觀光會報，目前執行具體成果，說明如下：

(一) 跨局處整合推動觀光發展

1. 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。
2. 「桃園珍珠海岸計畫」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。
3. 「大龍門旅遊廊帶」為本市觀光重要資源，透過觀光會報跨局處進行整合，以大龍門地區步道、文化資產及觀光景點為基礎，改善交通痛點，提升在地自行車道、人行步道設施，以改善實體觀光體驗，後續亦將整合資訊並建置大龍門旅遊專屬網站，將線下旅遊資源擴大至線上，以提升大龍門觀光能見度。
4. 「北橫旅遊廊帶」為桃園市具代表性的觀光門戶與生態瑰寶。為進一步提升區域吸引力，本府現正積極推動「拉拉山暗空友善環境整備與認證計畫」。本計畫在於有效整合跨局處資源與能量，從燈具管制、光害防制及生態景觀維護等面向著手，致力將拉拉山轉型為符合國際認證標準的暗空聖地。透過自然資源的永續開發，將賦予北橫旅遊廊帶全新的品牌深度，使其成為國內外旅客尋訪星空奇景的首選場域。

(二) 跨部門合作推動觀光行銷

1. 與本市觀光發展基金會合作推出拉拉山星樂園計畫，以觀星為主軸申請國際暗空認證，擇定觀星潛力點為巴陵大橋至遊客中心、巴陵鐵塔、周家農場及上巴陵停車場等 4 處。
2. 古道尋跡計畫初步篩選 24 條步道，依步道屬性進行分類，訂定步道發展策略，首先為加強步道基礎建設，提出補助各區公所偕同里鄰地方團體辦理景區步道環境清潔維護暨安全修繕計畫，現已有 16 條步道核定補助金額與計畫書，同時規劃各類型軟體活動行銷推廣本市步道觀光元素。

五、升級旅遊服務品質

(一) 重要交通節點設旅遊服務中心及 A12 遊客中心服務

本市目前於桃園、中壢火車站及高鐵桃園站等交通樞紐設有旅遊服務中心，配置多語言旅服人員駐站，核心任務為推廣在地活動、提供旅宿資訊與交通諮詢等。此外，中心亦推出多元貼心服務，包括行動裝置充電、老花眼鏡及愛心傘借用、i-Taiwan 無線網路申辦、明信片代寄等，讓旅客在旅途中獲得更便利、周到的支援。

另因桃園身為國門之都，為提供更友善的旅遊服務，機場捷運 A12 第一航廈站亦設置「A12 桃園遊客中心」。根據 114 年度數據顯示，該中心年服務量達 2 萬 9,112 人次（月均逾 2,400 人次），其中外籍旅客高達 9 成，並以港、澳、韓為主要族群。除提供專業多語諮詢外，遊客中心亦結合城市吉祥物展示與互動調查活動，成功塑造桃園優質的國際形象。

（二）借問站友善服務

為營造優質友善旅遊環境並發揚「相借問」的臺式熱情，本市積極推動「借問站」計畫，截至 115 年 1 月底本市借問站共計 24 家，透過串聯在地店家與特色景點，整合食、宿、遊、購、行等旅遊服務，提供旅客即時諮詢、路線建議與在地資訊，並透過站點導覽地圖、QR Code 與多語文宣，強化自助旅遊便利性，讓遊客深入探索桃園多元人文與自然景緻，打造友善便捷的旅遊體驗。

（三）台灣好行持續推動並提升服務品質

1. 為提升本市觀光交通便利性，本局積極推動 4 條台灣好行路線，包含 501 大溪快線、502 小烏來線、503 大龍門線及 506 東眼山線，讓民眾可以從重要交通場站出發，直達桃園各大熱門景點，包含大溪老街、小烏來風景區、三坑老街、石門山、石門水庫、東眼山森林遊樂區等，與全國各縣市共同推動台灣好行交通接駁服務品牌，營造國際友善、低碳旅遊模式，並整合 4 條好行在北橫遊客中心共線，便利旅客轉乘或銜接其他交通工具。
2. 本局也規劃四線聯票 3 日券，並推出 4 款「台灣好行＋石門水庫遊艇＋自行車」水陸串連主題套票，讓旅客一次體驗多元玩

法。宣傳策略則連結大溪大禧等在地節慶，透過乘車憑證兌換限量好禮與文化體驗示範遊程，引導民眾搭乘大眾運輸參與活動，兼顧疏運與減碳；並以短劇連載行銷呈現站點特色與服務亮點，擴大低碳運具推廣及地方產業與文化行銷效益。



台灣好行+自行車多元串聯



結合大溪大禧節慶宣傳

六、打造高品質旅宿環境

(一) 旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況

截至 115 年 1 月 31 日止，旅館共計 194 家，房間數 1 萬 586 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 141 家，房間數 575 間。

(二) 辦理旅宿品質提升輔導暨行銷計畫

1. 本局近年積極推動永續旅遊政策，並持續提升本市民宿及旅館整體接待品質，辦理旅館及民宿「環保標章」與「好客民宿標章」之輔導作業，透過實地訪查輔導及行政費用獎勵機制，協助桃園旅宿業者順利取得相關認證。114 年度共輔導 4 家旅宿業者通過環保標章認證，取得 1 金、1 銀及 2 銅等級；另協助 12 家民宿取得好客民宿標章。截至 115 年 1 月 31 日止，本市環保旅宿累計達 22 家，好客民宿累計達 94 家，展現桃園持續推動永續旅遊與優質旅宿環境的具體成果。
2. 為提升本市民宿永續發展動能，並深化暗空認證理念，辦理南投民宿交流研習會議，邀集南投地區民宿業者進行經驗分享。會中聚焦環保標章、高山星空資源及在地產業串聯等主題，交流永續認證推動、特色經營模式與星空環境營造等實務作法，

藉此激發本市民宿結合在地產業發展經營特色，進一步強化低碳永續經營與星空旅遊理念。

3. 本局 114 年持續與國際知名影像品牌 GoPro 合作，邀請 10 位來自世界各地的創作者實際入住桃園旅宿，並參與「住桃園很可以」遊戲化任務挑戰。創作者以獨特視角與專業影像能力，分組競賽拍攝桃園多元旅宿套裝方案，同時深入挖掘並記錄桃園在地故事，透過影像創作將桃園旅宿線上旅展方案及豐富觀光資源推向國際舞台，吸引更多旅客親自走訪，體驗桃園的獨特魅力。



專業團隊實地輔導旅宿業者



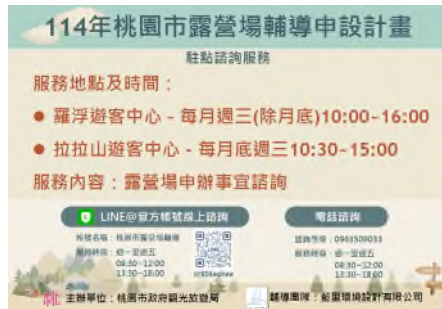
住桃園很可以暨 GoPro 開箱記者會

（三）露營場輔導管理業務考核榮獲優等

交通部觀光署為考核各地方政府對於露營場輔導管理執行情形，針對露營場資訊完整面、輔導成果面、審查機制面、稽查成果面及其他輔導作為等面向進行年度考核，本府榮獲「優等」佳績。

（四）輔導露營場申請許可使用及設置登記

為輔導露營場合法設置登記，本局賡續推動多元輔導措施：包含駐點諮詢、舉辦法規說明會、免費協助既有露營場撰寫第 1 階段土地許可使用、第 2 階段露營場設置登記及簡易水土保持計畫書件等，截至 115 年 1 月 31 日止，已核發 94 案露營場土地容許使用，已有 8 案通過露營場設置登記，加上休閒農場內附屬露營設施，轄內合法露營場累計共 17 家，數量全國第 4。



多元民眾諮詢服務



復興區駐點諮詢

七、推動智慧觀光系統

(一)「遊桃園」智慧觀光行動服務平台營運內容及績效

遊桃園 APP 營運管理部分，每月定期更新確保資料即時正確、持續擴充七國語系內容提升國際旅客使用便利性、搭配問卷調查滾動式調整 APP 介面與功能；在宣傳部分，結合 2025 慈湖夜間觀光活動推出「集金幣遊桃園北橫活動」及在 ITF 台北國際旅展設攤，成功帶動 APP 下載量穩定成長。自 114 年 1 月 1 日至 115 年 1 月 31 日止，iOS 版新增下載 8 萬 7,855 次、Android 版新增 5 萬 8,381 次，總下載量達 14 萬 6,236 人（不重複使用者），新增瀏覽頁數約 364.2 萬次，智慧化區域推播累計 21.5 萬則，整體使用效益穩定成長。

遊桃園 Taoyuan Travel YouTube 頻道部分，利用新建置之巴陵馬崙砲台觀景平台即時影像，於 114 年 10 月及 12 月啟動獵戶座及雙子座流星雨 OBS 直播，並開啟 AI 影像判讀技術剪輯流星雨精華影片，先期帶動拉拉山觀星話題。截至 115 年 1 月 31 日止，頻道總瀏覽量達 5,975 萬觀看次數。

(二) 提供觀光即時影像服務，打造全台指標性應用

本局持續優化觀光即時影像系統，目前 22 支高解析度即時影像中，「機場即時影像」114 年總瀏覽量達 1,010 萬人次。另 114 年新增許厝港溼地（生態賞鳥）、馬崙砲台（星空）、大古山（夜間星空）及阿姆坪（湖景三色）等 4 處影像，提供國內外遊客即時瀏覽桃園美景、即時鳥況、天候及人潮資訊，大幅提升旅遊便利性。

(三) 打造創新智慧觀光服務

桃園觀光導覽網近年為提升智慧觀光服務，持續導入科技客服，包括：即時影像為六都數量之冠（共 22 支），4 處沉浸體驗（大溪老街、石門水庫、拉拉山、上巴陵）及 6 處數位孿生（拉拉山、三民蝙蝠洞、卡司蒂拉樂園、祥儀機器人夢工廠、手信霧影城、大溪老茶廠）及近期新上線的「問小桃」AI 旅遊助理，讓整體網站年度瀏覽量穩定成長，114 年總瀏覽量共計 1,036 萬人次（平均每日瀏覽量為 2 萬 8,273 人次，較前一年成長約 20%），另 115 年 1 月總瀏覽量共計 62 萬 1,424 人次。此外，受惠於 114 年台灣燈會及海外行銷策略，國際境外流量大幅成長 57%（相較去年國際客瀏覽量每日增加 4846 人次）。

八、公私協力推動觀光

（一）耕耘國際市場，深化國際民間交流

桃園市觀光發展基金會致力推動公私協力行動，涵蓋國際交流、觀光行銷與服務培力。在國際推廣方面，基金會十月受石垣市觀光交流協會邀請赴日參與「石垣島祭」，於活動現場設置桃園觀光推廣展區，結合茄芷袋等具代表性的臺灣文化元素與互動體驗。同期並協助日本琉球放送電視台來桃園拍攝，介紹大溪老街人文風景，透過沖繩在地媒體擴大桃園觀光國際能見度。

（二）培力合作民間力量，共同推動桃園觀光

114 年度辦理「2025 桃園未來旅遊論壇」以「AI 旅遊進行市」為主軸，廣邀國際專家學者與業界領袖，共同探討 AI 如何賦能觀光產業，為桃園觀光業擘劃更具前瞻性的發展藍圖，引領桃園觀光邁向新紀元。此外，為活化桃園老城、中壢舊城區與北橫觀光，基金會於 115 年上半年辦理導覽培訓課程，共三大專班及桃園老城區新住民工作坊，預計於 115 年 3 月底前完成結訓授證。

（三）辦理特色活動及開發伴手禮，推廣桃園觀光特色

基金會去年度以「老景點新活化」為推動主軸，透過活動導入、品牌包裝與遊程串聯，讓老景點展現新魅力。期間「小龍年大

龍門」主題活動，帶動民眾春遊大溪、龍潭、石門區域，提升旅遊停留與消費動能；另「探索北橫夜觀遊程」於 114 年 8-9 月期間辦理拉拉山夜間觀光活動，媒合星空導覽、生態教育講師，並與在地旅宿業者合作，透過活化北橫夜間活動，刺激在地住宿率。在此基礎上，基金會進一步聚焦石門觀光品牌，現正籌備「石門活魚暨十一份文化園區觀光品牌發展案」，將既有的活魚料理觀光品牌再升級，透過產品優化、體驗設計與行銷整合，協助在地業者賦能轉型。

貳、未來努力方向

一、持續推廣桃園國內外觀光

（一）深化與週邊國際城市之觀光交流合作

1. 日本神戶市

本局將持續與神戶觀光局推動多面向交流合作，除延續辦理桃園與神戶雙城馬拉松之相互宣傳，促進雙城市民透過運動賽事進行互訪外，並於 115 年度進一步拓展文化觀光合作，預計於 4 月啟動桃園與神戶雙城文化場館互惠機制。屆時，桃園市民前往神戶北野異人館街之「風見雞之館」及「萌黃之館」可享免費入場優惠；神戶市民亦可免費參觀「桃園市兒童美術館」及「橫山書法藝術館」。藉由深化運動、文化等多面向之交流合作，吸引不同客群互訪，進一步提升桃園觀光之吸引力與國際能見度。

2. 韓國木浦市

本市自與韓國木浦市簽署觀光合作備忘錄後，即持續開展雙邊交流，除曾赴韓觀摩道南飲食文化盛宴外，雙方亦討論邀請本市表演團體參與當地指標性慶典「木浦 Music Play」，雙方建立良好互動基礎。延續此友好關係，未來將積極邀請木浦市代表團來台參與「桃園燈會」並設置特色宣傳攤位，期望透過雙方互訪設攤與聯合行銷，深化城市觀光連結，以擴大韓國市場宣傳聲量，吸引更多韓國旅客造訪桃園。

3. 持續接觸國際城市開發合作機會

本局前已與日本神戶觀光局、名取市、岩沼市及韓國木浦市簽署觀光合作備忘錄，並陸續推動相關交流合作；另刻正持續接洽其他具發展潛力之國際城市，拓展合作與交流機會。今年將以桃園燈會為重要平台，邀請亞洲多個國際城市參與，並與各城市觀光單位代表進行交流，借鏡其推動國際觀光之成功經驗，研議後續合作方向，進一步提升本市國際觀光能見度。

（二）持續推動國際觀光推廣及交流

1. 持續參加國際旅展增加桃園能見度

目前桃園於國際旅遊市場之知名度仍待提升，考量日本、韓國、泰國、馬來西亞、新加坡及菲律賓為我國重要入境客源市場，爰規劃參與前揭國家之旅展，以期透過系統性方式向當地民眾介紹桃園多元觀光特色，逐步深化桃園整體旅遊意象。另從推廣效益面向考量，透過參與國際旅展，除可於第一線向一般民眾推介本市觀光景點、強化品牌印象外，亦可參與觀光推廣會，與當地旅遊業者進行交流及業務媒合，建立合作連結，進而擴大旅客赴桃旅遊之意願與實際轉換效益。

2. 辦理國外推介會

本府將規劃於馬來西亞辦理桃園觀光推介會，考量馬來西亞為我國重要入境客源市場之一，且近年來台旅遊需求穩定成長，具持續深化經營之潛力。本次推介會將以業界交流為核心，規劃邀集桃園相關旅遊業者共同參與，並與馬來西亞出境旅行業者、航空公司及相關觀光產業代表進行交流，透過旅遊簡報、產品說明及業務洽談等方式，促進雙方實質交流與合作媒合，推動桃園旅遊產品納入當地銷售通路，提升赴桃旅遊量能。

3. 開發修學旅行

日本為本市長年主要之國際旅客來源，為進一步增加日本旅客來到桃園之意願，本局預計針對目前日本團體旅行最有成長潛力之學生教育旅行（修學旅行）進行景點盤點及開發，將觀光景點轉型為具有 SDGs 永續發展、多元文化學習等具備教育意義的學習景點，並配合日本修學旅行需求與本市觀光業者共同製

作具備「事前學習」、「現地學習」及「事後學習」的桃園修學旅行學習遊程。另外，本府已於 114 年 10 月與日本第 2 大旅行社—株式會社日本旅行簽署教育旅遊合作意向書，將持續合作推進桃園市成為修學旅行的首選之地。

（三）加強國際行銷布局，以提升桃園能見度

1. 持續辦理桃園觀光大使行銷

本府將持續運用桃園出身、具國際影響力之 K-POP 藝人葉舒華擔任本市觀光大使所累積之國際聲量與行銷基礎，延續自官宣以來之宣傳熱度，強化桃園觀光品牌之國際辨識度與能見度。後續規劃再推出 3 支短影音(Reels)，以介紹桃園多元觀光特色為主軸，並以數位社群及影音內容為核心，持續擴大海外市場之觸及範圍與整體擴散效益。

2. 觀光大使文宣品行銷宣傳

本局將延續觀光大使行銷話題熱度，規劃推出相關周邊產品，包含筆記本、NFC 科技鑰匙圈及在地農特產，設計具代表性之「精裝禮盒」，透過兼具實用性與紀念價值之質感設計，深化旅客對桃園城市品牌之認同。另將同步推動機場捷運 A12 站遊客服務中心改裝及國際觀光文宣改版，納入觀光大使意象及相關設計元素，提升入境旅客接觸本市觀光資源之便利性與服務體驗，擴大桃園於國內外旅遊市場之能見度。

3. 辦理國際觀光整合行銷推廣

本局將持續運用桃園觀光大使葉舒華之高知名度與國際影響力，以「來桃園，舒華的家鄉」作為核心行銷主軸，強化國際旅客對桃園之品牌印象，並建立葉舒華形象與桃園城市品牌之正向連結。此外，同步鎖定本市目標海外市場推動整體觀光宣傳，規劃於臺灣、日本、韓國、香港、新加坡及馬來西亞等地投放戶外廣告，並結合平面媒體及社群平台等多元管道，持續進行整合式推播，擴大桃園觀光之國際能見度與整體宣傳效益。

二、持續打造觀光品牌特色活動

（一）2026 桃園燈會

2026 桃園燈會以「飛馬耀桃園」為主題，將於 115 年 2 月 25 日至 3 月 8 日隆重登場。本次選址於虎頭山創新園區，沿南崁溪水岸佈展至三民運動公園，匯聚國內外藝術能量，呈現多元光影展演、互動式裝置與精緻燈藝作品；同時結合主題表演、特色美食與年節特色體驗，營造層次豐富、氛圍濃厚的年節盛會。

為深化在地連結，另規劃舊城區走讀行程，強化舊城區與燈會場域之整體串聯，結合舊城改造成果、文化場館與在地商圈，透過多條主題旅遊路線由舊城步行銜接至燈會會場之動線規劃，引導人流由舊城進入燈區，帶動街區人潮與消費動能，促進舊城活絡發展，並進一步擴大燈會整體觀光效益與城市行銷能量。

（二）2026 桃園龍岡米干節

舉辦多年之「桃園龍岡米干節」以多元族群飲食文化為核心，結合地方產業與文化體驗，展現桃園獨特人文風貌。2026 桃園龍岡米干節預計於 115 年 4 月 25 日至 26 日及 5 月 1 日至 2 日雙週舉辦，以龍岡地區為核心，串聯龍岡大操場、忠貞商圈等周邊場域，擴大節慶活動的空間規模。邁入第 15 屆之際，龍岡米干節已具備成熟且穩定的品牌基礎，並再次獲交通部觀光署評選入選「臺灣觀光雙年曆」國際級活動，透過納入「臺灣觀光雙年曆」，有助於後續配合中央整合行銷資源，強化活動曝光及跨區串聯效益，持續推升本市節慶觀光品牌形象。未來將在既有成果基礎上，除延續深受民眾喜愛的經典主題活動外，亦進一步規劃懷舊活動復刻、戶外大型戲劇演出、異域歷史策展及趣味互動裝置等創新內容，透過多元形式深化文化內涵與參與體驗，持續擴大節慶影響力。

（三）植感桃園暨大溪豆干節活動

1. 植感桃園

本局擬進一步推動「植感桃園 2.0」品牌之轉型升級，結合既有場域進行空間優化，打造植感桃園品牌示範點，將品牌定位

擴大至「永續發展」、「地方創生」等範疇，並藉由發行植感桃園專書及植感桃園小旅行，推廣符合「植感 × 職感 × 質感」主題之桃園特色景點，引領旅客深度體驗並發掘植感生活美學，將植感與日常結合，打造觀光新體驗。

2. 大溪豆干節

本市擬持續運用桃園豆製品產業優勢，將大溪在地物產、木工藝文化、美食、店家融入推廣，創造多樣化的旅遊體驗，以吸引特色族群前來桃園旅遊。

三、持續打造觀光廊帶亮點

（一）珍珠海岸廊帶

1. 為持續推動桃園珍珠海岸觀光品牌，將透過地方創生結合觀光體驗方式，挖掘珍珠海岸在地的故事與特色，並邀請專業設計團隊駐點輔導、設計導入及整合資源等方式，打造出更具吸引力的「珍珠」及「亮點」，另開設「改造共創基地」，作為珍珠海岸品牌落地及遊客旅程起點，帶給遊客與眾不同且印象深刻的珍珠海岸體驗。
2. 珍珠海岸遊程以竹圍與永安漁港為核心，串聯蘆竹、大園、觀音及新屋等沿海觀光景點，整合許厝港濕地、草漯沙丘、觀音藻礁及新屋百年石滬等四大濱海亮點，並結合觀光工廠、休閒農業區及漁產美食等多元資源，打造永續且具在地特色的濱海旅遊廊帶。未來將進一步擴展至內陸景點，納入五酒桶山、特色農場等，將推出「濱海山海慢旅」、「珍珠海岸騎乘體驗」、「農趣體驗」、「石滬文化生態之旅」、「牽罟文化體驗」等特色遊程。此外，針對自由行旅客，推出珍珠海岸專屬旅遊套票，將珍珠海岸自由行觀光變得更有魅力，同時針對國際旅客市場，開發具桃園特色的入境體驗遊程。
3. 本局規劃拍攝 1 支珍珠海岸形象影片，以微型紀錄片形式呈現珍珠海岸硬體建設前後改變歷程，並拍攝 2 支觀光宣傳影片，以珍珠海岸「食、宿、遊、購、行、育、樂」等多元觀光面向為主軸，結合活動、景觀、生態、地標及人文等「桃園感性」

元素，完整展現珍珠海岸之觀光魅力；同時製作兼具地方文化、生態環境及旅遊導覽等功能之旅遊書，深化國內外旅客對珍珠海岸沿線特色景觀與地方文化之認識，並引導其實際前往旅遊與體驗。另將開發珍珠海岸主題宣導品，作為推廣在地特色商品之行銷媒介，以提升在地商家知名度與曝光度。此外，搭配線上線下整合行銷策略進行宣傳露出，包括 KOL/KOC 合作、廣播或 Podcast 推廣及實體通路宣傳等措施，強化桃園「珍珠海岸」觀光品牌之知名度與識別度，發揮整體觀光行銷綜效。

4. 本局將建置珍珠海岸主題網站，以珍珠海岸計畫為核心，整合蘆竹、大園、觀音、新屋四區獨有的濱海觀光資源，規劃內容豐富、體驗流暢的珍珠海岸主題網，初步架構包含珍珠地圖、景點、美食、伴手禮、住宿、自行車路線、珍珠海岸任務等，並提供中、英、日三語系，吸引國內外遊客到訪桃園。另未來將研議介接其他局處如交通局既有資訊，以豐富網站內容。

(二) 大龍門低碳旅遊帶

目前已成功打造「大龍門蠡漫遊」活動品牌，帶動觀光行銷效益。114 年度完成「大龍門旅遊廊帶觀光發展總顧問計畫暨區域策略規劃」、「2025 桃園大龍門蠡漫遊嘉年華系列活動」，未來將持續推動整體規劃，並以大漢溪為串聯主軸，結合地方故事、古步道群、在地產業與潛在資源，開發更多元的觀光景點。

(三) 北橫生態旅遊帶

1. 推動北橫國家級風景特定區

本局將積極與交通部觀光署溝通儘快辦理評鑑，以加速案件進行，後續仍須於評鑑審查通過後、報請行政院核定前，完成原住民諮商同意部落會議之法定程序。目前劃設範圍內部落數量共 57 個，其中 32 個部落已成立部落會議組織，成立數量已過半數，因山區部落常有籍在人不在之情形且諮商同意權門檻規定高，難達成會門檻；本府將持續與復興區公所研擬提高部落居民出席部落會議意願之方式，並請復興區公所積極輔導部落成立部落會議組織。

2. 申請拉拉山暗空勝地國際認證

(1) 持續輔導在地及特色遊程開發

為確保暗空勝地之永續經營並符合國際協會認證後續檢核，預計於 115 年辦理 SQM 值持續量測、無人機監測與分析、夜間生態調查、地方工作坊與培力訓練（星空導覽培訓及導覽實習）、星空攝影比賽、年度暗空主題活動及網路行銷等工作事項。

(2) 觀星潛力點硬體營造

目前規劃拉拉山遊客中心作為拉拉山生態、地景及星空，以及原民文化與地方特色的樞紐中心，具備足夠的腹地、設備規劃之優異條件，除了滿足遊客休息補給的功能，更有機會轉型為全台指標性的暗空教育基地，未來可結合鄰近之巴陵古道生態園區，推動低碳、低光害的深度旅遊，打造國際級觀星勝地品牌並帶動夜間留宿經濟。

四、持續跨局處召開觀光會報

本局將持續藉由樂遊桃園觀光會報，結合跨局處相關資源，以達到資源整合之目標：

- (一) 持續深化三大旅遊廊帶品牌化建設及營運，將單點建設轉向區域性品牌深化，建構具備國際競爭力的旅遊廊帶體系，並且結合跨局處力量，利用自然資源優勢，發展差異化觀光產品。
- (二) 進行「拉拉山暗空友善環境整備計畫」跨局處整合，落實燈具與光害管制，將拉拉山打造為國際級星空旅遊目的地。
- (三) 針對全市觀光議題進行改善列管並滾動式修正，確保具體方案落實，並主動發掘新興觀光瓶頸。

五、持續打造高品質旅宿環境

為持續推廣「桃園好棧」品牌形象，本局將聘請專家學者辦理桃園旅宿業者服務品質評鑑，確保好棧業者持續提供優質服務，讓旅客住得安心、住得放心。同時，配合中央國旅補助政策，加碼推出桃園旅宿專屬優惠方案，透過豐富多元的行銷內容推廣桃園

好棧，吸引旅客選擇留宿桃園，進一步創造觀光效益。

另為強化旅宿產業專業能量，將規劃辦理實體或線上課程，分享最新產業趨勢及國內外重要觀光政策，並安排國內外指標型觀光旅館或特色民宿之產業交流活動，協助本市旅宿業者持續精進專業知識與實務技能，發展具桃園特色的優質旅宿服務。

六、持續推動智慧觀光系統

為方便民眾因應年節旅遊需求，本局規劃「桃園春節旅遊全攻略」專區，提供「馬年走春遊程推薦」，包括：六馬主題路線、15條走春遊程及「春節假期服務資訊」；另外為了提供不同偏好的對不同區域旅遊資訊需求，本局也規劃建置「大龍門旅遊專區」等旅遊主題資訊專區，鼓勵民眾從線上訪客轉化為親自體驗遊客。此外，為促進復興區觀光，擬增設1支即時影像，推廣復興區白日雲海、夜晚星空景色。

七、持續公私協力推動觀光

本局將持續委託財團法人桃園市觀光發展基金會執行以下事項：

- （一）桃園意象特色伴手禮研發與推廣案將提取桃園特有的自然景觀或城市意象，結合現代設計美學，開發具代表性的特色伴手禮包裝及文創商品。
- （二）石門活魚暨十一份文化園區觀光品牌發展案將針對「石門活魚」產業進行品牌轉型與形象優化，結合永續飲食文化，提升餐飲體驗的質感。
- （三）老城區觀光導覽專業人才培訓案透過專業課程開發，培育導覽人才能力，重現老城區文化韌性與歷史魅力，將「人的溫度」轉化為老城區最核心的觀光資產。

參、結語

本局將持續辦理具代表性的大型活動，展現桃園在地風情與文化特色，並結合國內外宣傳推廣，提升城市能見度，吸引國內外旅客前來體驗本市多元旅遊風貌。另將持續更新觀光導覽網之活動與景點資訊，並整合即時影像、社群媒體及AI科技，提供國內外旅客更全面、更即時、更便利的旅遊資訊。

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、推動友善國際旅客措施，營造國際遊客友善城市印象
 - 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、提升桃園珍珠海岸廊帶、都會樂活旅遊帶、北橫觀光旅遊廊帶、大龍門低碳旅遊帶等觀光廊帶品牌能見度，打造亮點景區
 - 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、觀光旅遊服務升級，創造有感驚豔之旅遊服務
 - 十、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	局長	陳靜芳	3334901	6200	3335479
副局長室	副局長	王麗娟	3334994	6201	3335479
主任秘書室	主任秘書	李復華	3365001	5280	3335479
專門委員室	專門委員	陳琬滢 (府會 聯絡 員)	3321260	6215 6216	3321259
專門委員室	專門委員	林楨理	3335001 3335464	6202 6203	3393067
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