

桃園市議會第3屆第8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 8 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. 2026 桃園燈會國際城市參訪 .....   | 1  |
| 2. 擴大與日本神戶市觀光場館合作.....     | 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.....       | 2  |
| 1. 國外部份.....               | 2  |
| 2. 國內部份.....               | 3  |
| (三) 國內外觀光宣傳.....           | 4  |
| 1. 觀光大使週邊行銷宣傳.....         | 4  |
| 2. 觀光行銷投廣宣傳.....           | 4  |
| 3. 神戶臨海樂園 umie 宣傳活動.....   | 5  |
| 4. 緬甸百人企業獎勵旅遊團來訪桃園.....    | 5  |
| 5. 東京都旅行業協會.....           | 5  |
| 6. 泰國 50 位旅行社及網紅來訪桃園.....  | 6  |
| 7. 長榮航空大阪說明會.....          | 6  |
| 8. 樂遊桃園社群行銷.....           | 6  |
| 二、打造觀光品牌特色活動.....          | 7  |
| (一) 2026 桃園燈會 .....        | 7  |
| (二) 2026 桃園龍岡米干節 .....     | 7  |
| (三) 2026 桃園珍珠海岸國際音樂節 ..... | 9  |
| 三、打造觀光廊帶亮點.....            | 9  |
| (一) 桃園珍珠海岸計畫.....          | 9  |
| 1. 硬體計畫.....               | 10 |
| (1) 竹圍濱海園區計畫.....          | 10 |
| (2) 永安海客文化園區計畫.....        | 10 |
| (3) 新屋綠隧道計畫.....           | 11 |
| (4) 濱海珍珠串聯計畫.....          | 11 |
| 2. 軟體子計畫.....              | 11 |

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| (1)桃園珍珠海岸特色遊程.....                | 11 |
| (2)特色產業輔導.....                    | 12 |
| (3)珍珠海岸旅宿露營場改造計畫.....             | 13 |
| (4)桃園珍珠海岸-數位科技應用加值計畫.....         | 13 |
| (5)桃園珍珠海岸-形象識別系統設計.....           | 14 |
| 3. 其他計畫.....                      | 14 |
| (1)桃林山海地景輕旅營造計畫.....              | 14 |
| (2)觀音地景景觀建置規劃設計案.....             | 14 |
| (二)都會樂活旅遊帶.....                   | 15 |
| 1. 虎頭山風景特定區.....                  | 15 |
| 2. 虎頭山與桃林鐵路生態綠廊休閒驛站計畫.....        | 15 |
| 3. 蕃社嶺古道入口意象建置統包工程.....           | 15 |
| 4. 景區步道環境清潔維護暨安全修繕計畫.....         | 15 |
| (三)大龍門低碳旅遊廊帶.....                 | 16 |
| 1. 桃園大龍門步道系統規劃及品牌發展計畫.....        | 16 |
| 2. 大溪中正公園.....                    | 16 |
| (四)北橫觀光旅遊廊帶.....                  | 16 |
| 1. 硬體計畫.....                      | 16 |
| (1)後慈湖正式開園及後續環境改善工程.....          | 16 |
| (2)拉拉山遊客中心暨周邊環境改善工程.....          | 17 |
| (3)上巴陵停車場公廁設施優化規劃設計監造案.....       | 17 |
| (4)復興區枕頭山步道環境改善計畫.....            | 17 |
| (5)復興區後山觀光廊道系統規劃及整體發展計畫.....      | 18 |
| (6)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..... | 18 |
| 2. 軟體子計畫.....                     | 18 |
| (1)2026「探索北橫。騎行羅馬」櫻花勇士自行車活動.....  | 18 |
| (2)推動北橫國家級風景特定區.....              | 18 |
| (3)桃園市復興區拉拉山暗空認證計畫委託專業服務.....     | 19 |
| (4)宇內溪戲水區野溪溫泉區.....               | 19 |
| 四、跨局處召開觀光會報.....                  | 20 |
| (一)召開樂遊桃園觀光會報，凝聚本府各局處共識與資源.....   | 20 |

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 五、升級旅遊服務品質.....                   | 20 |
| (一) A12 遊客中心服務 .....              | 21 |
| (二) 重要交通節點設旅遊服務中心 .....           | 21 |
| (三) 借問站友善服務.....                  | 22 |
| (四) 台灣好行創意行銷及低碳旅遊新玩法 .....        | 22 |
| 六、打造高品質旅宿環境.....                  | 23 |
| (一) 旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況 .....        | 23 |
| (二) 辦理桃園好棧選拔暨旅宿行銷輔導案 .....        | 23 |
| (三) 辦理低碳環保旅宿輔導行銷案 .....           | 23 |
| (四) 持續輔導露營場合法設置登記 .....           | 24 |
| 七、推動智慧觀光系統.....                   | 24 |
| (一) 「遊桃園」智慧觀光行動服務平台營運內容及績效 .....  | 24 |
| (二) 提供觀光即時影像服務，打造全台指標性應用 .....    | 25 |
| (三) 打造創新智慧觀光服務.....               | 25 |
| 八、公私協力推動觀光.....                   | 25 |
| (一) 提升觀光軟實力，辦理觀光導覽人員培訓 .....      | 25 |
| (二) 經典品牌新升級，石門活魚產業輔導 .....        | 26 |
| (三) 觀光場域再活化，觀光導覽大使培訓基地 .....      | 26 |
| (四) AI 輔助系統進駐宇內溪戲水區，親子戲水首選.....   | 26 |
| 貳、未來努力方向.....                     | 26 |
| 一、持續推廣桃園國內外觀光.....                | 26 |
| (一) 持續推動國際觀光推廣及交流 .....           | 26 |
| (二) 深化與週邊國際城市之觀光交流合作 .....        | 27 |
| (三) 加強國際行銷布局，以提升桃園能見度 .....       | 28 |
| 二、持續打造觀光品牌特色活動.....               | 28 |
| (一) 2026 臺灣設計展-未來願景主題區展館 .....    | 28 |
| (二) 「台灣設計展」及「全民運動會」之旅宿及遊程推廣 ..... | 29 |
| (三) 大溪豆干旅遊節.....                  | 29 |
| (四) 2026 桃園萬聖城 .....              | 29 |
| (五) 2027 桃園跨年晚會 .....             | 30 |
| 三、持續打造觀光廊帶亮點.....                 | 30 |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| （一）珍珠海岸旅遊廊帶.....                | 30 |
| （二）大龍門低碳旅遊廊帶.....               | 31 |
| （三）北橫生態旅遊廊帶.....                | 31 |
| 1. 推動北橫國家級風景特定區.....            | 31 |
| 2. 申請拉拉山暗空勝地國際認證.....           | 31 |
| 四、持續跨局處召開觀光會報.....              | 32 |
| 五、持續提升台灣好行觀光接駁服務品質.....         | 32 |
| 六、持續推動智慧觀光系統.....               | 32 |
| 參、結語 .....                      | 32 |
| 【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表 ..... | 34 |

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8次定期會，<sup>靜芳</sup>列席報告觀光旅遊局115年上半年迄今重要施政成果及未來施政重點。為提升桃園觀光品牌能見度與旅遊競爭力，觀光旅遊局持續推動國內外觀光行銷、特色活動及觀光廊帶建設，整合「珍珠海岸」、「大龍門低碳遊帶」及「探索北橫」等重要觀光資源，並透過改善旅遊環境、升級旅宿服務、推動智慧觀光及跨局處資源整合，打造兼具生態、人文與永續特色的旅遊目的地。同時積極參與國內外旅展、深化與友好城市交流合作，並結合桃園觀光大使葉舒華的國際影響力，加強海外宣傳行銷，提升桃園國際觀光品牌形象。

115年上半年迄今，本局已辦理「2026桃園燈會」、「2026桃園龍岡米干節」及「後慈湖開園」等重要活動，帶動地方觀光及商圈發展。未來將持續辦理品牌活動，推動北橫國家級風景特定區及拉拉山暗空認證計畫，全面提升桃園觀光發展量能與城市魅力。<sup>靜芳</sup>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. 2026桃園燈會國際城市參訪

為深化桃園燈會國際交流效益，本府邀請日本千葉縣、香川縣、宮崎縣、神戶市、牛久市及韓國木浦市等姊妹縣市與友好城市觀光單位來訪參與2026桃園燈會，透過燈節活動交流及城市觀光推廣，拓展桃園燈會國際知名度。同時規劃3天2夜城市參訪及觀光旅遊行程，串聯本市特色景點、文化場館及在地觀光資源，展現桃園多元旅遊魅力，促進城市間觀光互動與旅客互送合作，持續深化與國際城市之友好關係。

##### 2. 擴大與日本神戶市觀光場館合作

與神戶觀光局開啟文化場館互惠合作

本府更於今(115)年 4 月 1 日至 116 年 3 月 31 日首度推出「桃園x神戶文化場館市民優惠活動」，開啟雙城文化觀光合作新模式。活動期間，桃園市民可免費參觀神戶知名景點「萌黃之館」及「風見雞之館」，神戶市民則可免費參觀「桃園市兒童美術館」及「橫山書法藝術館」。透過文化場館互惠機制，提升雙方市民互訪誘因，促進城市文化交流與觀光互動，未來亦將持續研議與更多海外城市推動互惠合作，拓展國際交流面向。

### 3. 與日本名取市相互交流

本府於 114 年 8 月與日本名取市簽署觀光合作 MOU 後，雙方持續推動觀光交流與宣傳合作。本府提供日文版桃園觀光文宣及觀光大使舒華小卡，置放於名取市相關場域，透過結合當地生活圈之宣傳方式，增加市民接觸桃園觀光資訊之機會，持續深化桃園於日本東北地區之城市印象，並為未來雙方市民互訪及觀光合作奠定良好基礎。

## (二) 參加國內外旅展及推介會

### 1. 國外部份

#### (1) 菲律賓旅展

菲律賓擁有逾億人口且結構年輕，內需消費力強勁，隨其經濟穩定成長，出境旅遊市場蓬勃發展，已成為亞洲不容忽視的新興客源地。本府 115 年 2 月參與菲律賓 TTE 旅展，大力宣傳桃園的多元觀光亮點，藉此打開當地知名度。此外，本府亦赴克拉克與馬尼拉參加觀光推廣會，與菲國旅遊業者深度洽談、交流市場情報，實質提升桃園在當地的討論度與吸引力，為未來引流菲國旅客、開創龐大觀光商機奠定基礎。



和旅展民眾推廣桃園觀光



和旅行社推廣桃園觀光

## (2)2026 北臺灣四市泰國觀光推廣活動

本府與基隆市、臺北市及新北市共赴泰國曼谷辦理「2026 北臺灣四市泰國觀光推廣活動」，向泰國旅行業者、線上旅遊平台及觀光產業代表推介桃園觀光及四季節慶等旅遊資源，多家泰國旅行業者表示，過去多將桃園視為入境臺灣的交通門戶，透過此次推介，更加認識桃園多元觀光資源，未來將評估納入旅遊產品規劃，拓展桃園旅遊產品內容。

此行並拜會泰國旅遊觀光協會（ATTA）徐佩山會長、交通部觀光署駐曼谷辦事處陳憶婷主任，以及泰國出境旅遊協會（TTAA）Kanlayanee Asanee 會長，針對泰國旅遊市場發展趨勢、旅行社產品規劃、團體旅遊與自由行市場需求等議題進行交流，並蒐集泰國市場對旅遊產品、行銷推廣及通路合作等建議，作為拓展泰國客源及優化國際觀光行銷策略的重要方向。

## 2. 國內部份

2026 臺北國際觀光博覽會（TTE）於 115 年 5 月 22 日至 5 月 25 日於臺北世貿一館盛大舉辦，本局以「珍珠海岸」為主軸打造桃園館，透過主題展館與整體視覺設計，整合行銷桃園濱海觀光資源，展現本市推動海岸觀光品牌及永續旅遊之成果。展館內容結合觀新藻礁、草漯沙丘、永安海螺文化體驗園區等代表性景點，呈現桃園濱海地區自然景觀、人文特色及觀光魅力，強化桃園海岸品牌識別度。另結合本市旅宿業者推出住宿及餐券優惠，並規劃互動遊戲體驗及

消費滿額贈禮等聚客活動，提升民眾參與度與展攤吸引力，藉由旅展平台擴大宣傳效益，吸引民眾暑期來桃旅遊。

### （三）國內外觀光宣傳

#### 1. 觀光大使週邊行銷宣傳

本府邀請桃園出身之國際知名藝人葉舒華擔任觀光大使，自去（114）年官宣以來，發布貼文、宣傳影片及短影音成功提升桃園觀光能見度整體瀏覽量逾 2000 萬次。本府持續運用觀光大使影響力製作文宣品，吸引遊客推動整體觀光行銷，持續推出限量「舒華樂桃桃行李箱」，結合楊梅仙草茶、大龍門茶球與珍珠海岸蜂蜜等特產，及觀光大使專屬筆記本、景點小卡與 NFC 鑰匙圈等限定週邊。為將觀光大使魅力轉化為實質旅遊動能，規劃四項推廣活動發放，包含社群短影音徵件抽獎、桃園好棧滿額發票登錄、參與珍珠海岸遊程抽獎，以及贈予完賽神戶馬拉松之市民。透過多元行銷，有效吸引旅客赴桃深度旅遊並延長留宿時間，帶動地方觀光消費，進一步活絡本市觀光經濟。

#### 2. 觀光行銷投廣宣傳

本府持續推動桃園國際觀光品牌行銷，透過桃園觀光大使之國際知名度與高話題性，結合桃園特色景點、城市意象及觀光影片內容，於臺北西門町、日本東京及神戶、韓國釜山、馬來西亞吉隆坡、新加坡及香港等國內外重要城市之觀光熱點投放戶外廣告，加深國際旅客對桃園城市品牌之印象。透過整合式海外行銷布局，持續擴大桃園觀光於重點市場之觸及範圍，提升桃園作為國際旅遊目的地之品牌辨識度與吸引力。



台北西門町3號出口廣告



日本新宿廣告



香港叮叮車廣告



新加坡樟宜機場廣告

### 3. 神戶臨海樂園 umie 宣傳活動

本府與日本大型企業 AEON MALL 株式會社合作，於 115 年 5 月 1 日至 6 月 30 日在神戶臨海樂園 umie 辦理桃園觀光宣傳活動。活動期間除於館內播放《來桃園 舒華的家鄉》觀光影片外，亦推出觀光大使舒華小卡限量贈送活動，結合日本大型商業場域與民眾日常生活圈進行推廣，成功引發當地民眾關注與討論，進一步加深桃園觀光於日本關西地區之品牌印象，持續擴大桃園國際觀光宣傳效益。

### 4. 緬甸百人企業獎勵旅遊團來訪桃園

緬甸知名企業 WI SAR RA INTERNATIONAL 百人獎勵旅遊團來訪桃園，本府於歡送晚宴邀請桃園在地醒獅團演出，並辦理桃園觀光推廣，介紹本市觀光亮點。訪團於赴桃旅遊期間走訪竹圍漁港及青埔商圈等景點，有助拓展東南亞獎勵旅遊市場及提升桃園國際觀光能見度。未來將持續透過踩線團、城市交流及國際觀光推廣等方式，深化東南亞觀光市場布局。

### 5. 東京都旅行業協會

本府持續積極爭取日本旅遊市場，115 年 5 月 21 日「東京都旅行業協會」踩線團赴桃參訪，特別安排訪團走訪新開放之後慈湖及正值花季之大溪百吉金針花海等景點，展現桃園最新觀光亮點及季節旅

遊魅力，亦特別安排本市觀光業者與訪團進行交流晚宴，期透過實地踩線及業者媒合方式推廣桃園觀光產品，積極爭取日本旅客赴桃園旅遊商機。

#### 6. 泰國 50 位旅行社及網紅來訪桃園

為延續泰國觀光推廣成果，由台灣燕府旅行社邀請泰國主力 Formosa 旅行社及泰國主要旅行業者、旅遊媒體及知名網紅等約 50 人組成踩線團，於 7 月 6 日至 9 日來臺進行深度踩線交流，其中桃園特色宗教文化及多元旅遊資源成為此行亮點之一，並實地參訪龜山威天宮、大溪迎富送窮廟、蘆竹五福宮及本市特色觀光景點，不少泰國業者表示，透過實地參訪，更深入認識桃園觀光特色，其中龜山威天宮更被票選為此次北台灣踩線之第一名景點，後續將評估納入赴臺旅遊產品規劃，提升泰國旅客停留桃園意願。

#### 7. 長榮航空大阪說明會

本府於 115 年 6 月 25 日參加長榮航空舉辦之大阪說明會，向日本多家組團旅行社介紹桃園多元觀光亮點及特色旅遊資源，增進當地旅行業者對桃園觀光之認識，並鼓勵將桃園景點納入旅遊商品規劃，持續拓展日本市場客源，促進實質送客效益。

#### 8. 樂遊桃園社群行銷

(1) 本局持續經營「樂遊桃園」Facebook 及 Instagram 社群平臺，透過數位行銷強化桃園觀光品牌形象。115 年除持續推廣本市食、宿、遊、購及年度活動亮點外，亦聚焦「珍珠海岸」、「大龍門觀光廊帶」、「探索北橫」及「2026 臺灣設計展」等重要觀光主軸，依不同族群旅遊需求與興趣，規劃多元主題行銷內容，展現桃園豐富觀光魅力。另結合在地文化、生活風格與情感體驗，盤點本市 13 區特色觀光資源，透過「祈福之旅」、「桃園必吃」、「道地小吃」、「熱門打卡景點」、「職人文化」及「遊程推薦」等內容主題，推廣各區特色景點及旅遊玩法。並運用旅遊圖文、短影音及社群互動等多元形式，加強桃園觀光議題擴散效益。此外，串聯本府各局處社群平臺及基北北桃等跨域觀光宣傳資源，結合國內 KOC 合作、網路抽獎活動、多媒體宣傳及

觀光大使形象宣傳等方式，持續提升桃園觀光能見度與網路聲量。

(2)截至 115 年 6 月止，「樂遊桃園」Facebook 粉絲數已達 501,988 人，Instagram 粉絲數達 94,514 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) 2026 桃園燈會

1. 2026 桃園燈會於 115 年 2 月 25 日至 3 月 8 日於虎頭山創新園區，沿南崁溪水岸及三民運動公園盛大舉辦，結合桃園航空城意象與生肖馬元素，打造全臺唯一金屬機械動態主燈「飛馬耀桃園」，以及「未來光域」、「森韻流域」及「dtto friends 樂園」三大主題燈區，融合科技藝術、互動展演、傳統燈藝、AR 體驗、遊樂設施及美食市集等多元內容，展現桃園兼具創新科技與文化魅力之城市特色。另首度結合桃園舊城區走讀及主題旅遊路線，串聯文化場館、歷史街區與燈會場域，引導民眾由舊城步行進入燈區，進一步帶動地方商圈活絡發展。
2. 12 天展期累計吸引逾 167 萬人次參觀，整體經濟產值估算超過 5 億 8 千萬元，展現本局大型活動整合、城市行銷及觀光推廣能量，並有效帶動周邊觀光與商圈人潮。



飛馬耀桃園—主燈秀



賞燈人潮

### (二) 2026 桃園龍岡米干節

1. 2026 桃園龍岡米干節於 115 年 4 月 25 日至 5 月 2 日於龍岡大操場、忠貞新村文化園區及雲南文化公園等地辦理完成，活動共計 2 個周末。今年活動內容較往年更加豐富，除延續經典「水花火舞」主題

活動，包括潑水節及火把節外，亦新增「忠貞的那條街」、「藍白大集合」及「龍岡米干黑白大廚」等懷舊遊戲體驗特色活動，深化民眾參與感與地方文化記憶。另攜手本府藝文設施管理中心推出由王偉忠監製之大型戶外舞台劇《美味當家》，並結合婦幼發展局辦理「龍岡女力小旅行」，透過跨局處合作，共同行銷龍岡地區獨特人文風貌與多元文化特色。

2. 在國際宣傳方面，「桃園龍岡米干節」於 2025 年再度入選「2026-2027 年臺灣觀光雙年曆」國際級活動。為響應入選雙年曆之殊榮與擴大跨縣市及國際客源，本次活動記者會特別於臺北西門町舉辦，提升活動全國曝光度；同時更邀請韓國龜尾市及泰國貿易經濟辦事處共同參與，藉由攤位交流方式推廣異國文化及美食，展現龍岡地區多元族群融合特色，深化米干節國際文化交流內涵。
3. 為期兩周的龍岡米干節共吸引約 30 萬人次參與，活動期間累計超過 140 則新聞媒體報導、網路圖文廣告曝光數逾 221 萬次、社群媒體 (Facebook、Instagram) 曝光逾 16 萬次，GDN/YouTube 廣告投放曝光逾 570 萬次。另為擴大活動國際宣傳效益，本次活動持續製作泰文及印尼文 EDM，以及日文、韓文及英文 CF 短片，加強對國際旅客及新住民族群之多語行銷推廣，進一步提升桃園國際觀光能見度。



2026 桃園龍岡米干節—長街晚宴



2026 桃園龍岡米干節—火把節



2026 桃園龍岡米干節—戶外劇場



2026 桃園龍岡米干節—潑水節

### （三）2026 桃園珍珠海岸國際音樂節

1. 2026 桃園珍珠海岸國際音樂節預定於115 年 8 月 1 日及 8 月 2 日於大園區竹圍漁港辦理，活動結合本府跨局處資源共同推動，規劃串聯文化局鐵玫瑰熱音賞決賽、體育局全國三對三籃球賽暨球星表演交流活動，並邀集勞動局外國人才藝競賽、青年局桃園星人秀、客家局音樂比賽及原民局 LALAI 原住民族音樂節等音樂培育人才演出，展現桃園多元文化與青年創意能量。另結合經濟發展局冷飲節、文化局地景藝術節及桃園區漁會魚蠺節等活動共同行銷宣傳，透過跨域整合方式擴大活動效益。
2. 本案預估吸引 20 萬人次參與，期透過大型音樂活動結合濱海觀光、運動賽事及多元文化展演，展現本府推動音樂人才培育及城市品牌行銷成果，進一步提升桃園西部濱海地區觀光知名度，吸引不同年齡及族群旅客前來體驗桃園濱海魅力。

### 三、打造觀光廊帶亮點

#### （一）桃園珍珠海岸計畫

本計畫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、數位科技應用加值計畫、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

為配合桃園市政府農業局辦理竹圍漁港整體發展計畫檢討，本局針對「漁（八）」預定用地進行全面規劃，打造桃園海岸線北側全新的觀光服務核心，提升整體遊憩品質與觀光吸引力。

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

強化漁會周邊服務機能，透過停車空間優化、新建觀景廊道，以及整合升級遮蔭與休憩設施，提供遊客更舒適、便利的休憩環境。

#### II. 打造大型活動草坪

規劃至少 2 公頃的多功能活動草坪，作為未來竹圍漁港舉辦音樂祭、展演活動及各類大型戶外活動的重要場域。

#### III. 改善動線與人行空間

串聯海灘與既有公共空間，完善人車分流及遊客動線規劃，提升整體遊覽便利性與安全性，營造更友善的濱海遊憩環境。

透過上述建設，本局將逐步形塑竹圍漁港北側成為設施完善、活動豐富、兼具休閒與觀光功能的海岸新地標。

本計畫 113 年 12 月 30 日決標，第一、二工區於 115 年 1 月 2 日完成基地整理及活動場域草坪鋪設，第三階段廣場及高架景觀廊道與服務性設施，交通部觀光署已於 115 年 6 月 2 原則通過，本案將辦理第三工區開工作業，115 年 8 月竹圍濱海音樂祭活動後將進場施作，預計 116 年 8 月完工。

### (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。

本案工程經費為新台幣 1 億 4,033 萬元，第一期停車場部分 114 年 9 月 15 日開工，已於 115 年 1 月 30 日完成並開放，第二期「遊客休憩觀海服務空間」及公共廁所等遊客服務設施部分，已於 115 年 4 月 1 日開工，全部工程預計 116 年 7 月 31 日竣工。

### (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

計畫將漁港遊程自北岸彩虹橋串聯引導至南岸旋轉餐廳旁天幕，透過現有自行車道串聯南北，改善環境動線及相關指引，打造多功能遊憩場域及眺景平臺，已於 114 年 10 月 15 日工程開工，預計 116 年 6 月完工。

主要建設內容包括：

- (1)海豚公園及周邊環境優化，提升整體景觀與遊憩品質。
- (2)新增約 110 個停車位，改善假日期間停車需求。
- (3)打造「望之丘」多功能遊憩場域，提供休憩、觀景及活動使用空間。
- (4)設置約 4,300 平方公尺大型活動草地，作為港區辦理各類活動的重要場域。
- (5)強化南北岸步行串聯動線，提升行人通行安全與便利性。

其中，「望之丘」將成為本計畫的重要亮點，遊客可從不同高度與視角欣賞竹圍漁港及濱海景觀，享受更豐富的遊憩體驗。

本工程已於 114 年 9 月 19 日開工，預計於 116 年 7 月完工。

## 2. 軟體子計畫

### (1)桃園珍珠海岸特色遊程

2026 年桃園珍珠海岸結合旅行社自由行套票以及團體「山海大三元」之遊程，使民眾感受桃園珍珠海岸獨特魅力，例如划著獨木舟深入「後湖溪」絕美秘境、騎乘電輔車馳騁壯闊海岸線或登上「五酒桶山」眺望大海與飛機起降，並結合休區如「大王蓮」體驗。

## (2) 特色產業輔導

為提升本市蘆竹、大園、觀音及新屋地區觀光產業服務品質與旅遊接待量能，本局持續推動「桃園珍珠海岸特色產業輔導計畫」，透過整合在地觀光資源、發展特色遊程及強化地方觀光服務能量，逐步形塑珍珠海岸觀光品牌特色，推動濱海地區朝永續旅遊方向發展。目前已完成 13 家業者輔導作業，包含蘆竹 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），並持續辦理成果訪視、遊程推廣及業者交流等工作，同步規劃示範遊程、建置資訊網站及旅遊地圖、推動媒體踩線與旅行社合作送客等行銷推廣作業，藉由整合食、宿、遊、購、行等觀光資源，提升珍珠海岸整體觀光服務品質與旅遊效益。



珍珠海岸輔導業者



珍珠海岸業者輔導共識會議



珍珠海岸產業輔導—媒體踩線



珍珠海岸地圖完成

### (3) 珍珠海岸旅宿露營場改造計畫

I. 為推廣桃園沿海（蘆竹、大園、觀音、新屋）「珍珠海岸」觀光品牌，本計畫透過珍珠海岸品牌識別導入及地方創生團隊媒合機制，結合在地旅宿業者，從空間環境、服務體驗及品牌形象等面向進行輔導改造，目前已完成民宿改造 2 家(羅里濱海民宿、林口維多利亞民宿)，第 3 家旅宿改造執行中(桃園機場凱悅酒店)，另有 10 案周邊觀光場域(如民宿、餐飲、寺廟、公家場館等)改造執行中。並於觀音區打造 1 處改造共創基地—沿海生活實驗室，凝聚在地共識，打造駐地交流平台，具體呈現桃園沿海珍珠海岸新風貌。

II. 專案輔導新屋綠色隧道自行車業者品質提昇，本局已完成前期準備工作，包含拜訪新屋在地自行車業者、里長及協會，另外也蒐集國內外指標案例及辦理假日遊客問卷調查，後續將召開自行車業者輔導說明會，與業者共同提升自行車租賃服務品質。



林口維多利亞民宿-外牆彩繪



羅里濱海輕旅-室內佈置旅人地圖

### (4) 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，珍珠海岸主題網前導專頁於5月5日正式上線，宣傳珍珠海岸願景以及階段成果，預計今年9月將辦理秋遊珍珠海岸活動，推出智慧觀光階段成果亮點，持續提升珍珠海岸濱海智慧旅遊服務。

#### (5)桃園珍珠海岸-形象識別系統設計

為打造北台灣海岸旅遊新亮點，桃園珍珠海岸以鮮明的品牌識別系統為核心，建立獨具記憶點的品牌印象，強化桃園濱海沿線的整體旅遊意象。標誌以鳥瞰視角展現珍珠海岸獨有的海洋紋理與藻礁生態，融合藻礁、沙丘、濕地賞鳥、飛機、黃槿花與象徵海客牽罟文化的海螺，展現桃園海岸豐富的自然地貌與人文記憶。圓形輪廓與流動的線條，象徵珍珠海岸如不斷律動的海、包容並蓄的生命脈動，更是一道圈出永續濱海的行動符號，代表珍珠海岸的共融精神與創新突破的動能。

### 3. 其他計畫

#### (1)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，串接桃林鐵路一至五期自行車道建設成果，向西串聯台61線及竹圍漁港，並透過既有涵洞改善及自行車動線優化，銜接環島1-1線自行車路網，打造兼具休憩、觀光及交通功能之山海自行車旅遊廊帶，進一步完善濱海觀光遊憩網絡。

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，預計於115年8月完工，後續將辦理驗收及相關開放作業，預計於115年底正式開放使用。

#### (2)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，本計畫設計經費為500萬元（公所電協金），預計辦理至少3場地方說明會廣納地方民意。本計畫業於114年12月啟動，於4月辦理第1

場地方說明會，為落實地方需求刻正依民意調整中。

## (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，既有遊戲設施因年久不符現行安全標準，爰辦理「虎頭山風景特定區服務設施改造工程」，計畫經費約 6,300 萬元，以奧爾森林學堂為主題打造森林遊戲空間，並一併改善步道沿線五號公廁。已於 114 年 11 月 5 日開工，期間配合民眾需求已先行開放五號公廁及奧爾森林學堂木棧平台，全區預計 116 年 1 月底完工。

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，全案預計於 115 年下半年完工。

### 2. 虎頭山與桃林鐵路生態綠廊休閒驛站計畫

本局風景區管理處向中油桃園煉油廠爭取「虎頭山與桃林鐵路生態綠廊休閒驛站計畫」補助經費 2,500 萬元，打開既有封閉圍牆串聯桃林鐵路自行車道，設置打卡亮點、辦理公設整建及景觀綠化改善等項目，將其形塑為串接至虎頭山廊帶之重要休憩節點。本案已於 115 年 2 月開工，預計 115 年底前完工。

### 3. 蕃社嶺古道入口意象建置統包工程

本古道承載深厚文史，西接五酒桶山、南連羊稠步道，具備串聯周邊山林與社區之潛力。為轉型為兼具健行與人文價值的休憩步道，市府展開全面優化：針對關鍵路段改善路面以提升行走安全，並維持自然風貌；全線建置結合在地歷史與就地取材的導覽系統；於機捷路一段舊入口處，導入老樹景觀與綠美化設計營造入口意象，並在重要節點設置簡約耐久的休憩空間，期盼以此深化社區連結、帶動區域活化。本案總經費 370 萬 1,770 元整，業於 3 月啟動，預定 8 月設計定稿，9 月施作，11 月完工。

### 4. 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。本計畫總經費 600 萬元，業於 1 月收訖 6 區區公所共 18 案申請案，預計 6 月核定全案補助計畫，10 月完工，11 月辦理結案作業。

### （三）大龍門低碳旅遊廊帶

#### 1. 桃園大龍門步道系統規劃及品牌發展計畫

為延續桃園大龍門旅遊廊帶觀光發展計畫之「山學」的發展概念，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之具觀光資源的歷史脈絡故事線，建構清楚的路網識別與品牌定位，並規劃推出一日遊及多日遊的步道遊程等，串聯周邊聚落與多元遊憩體驗。目前已規劃七大步道旅遊生活圈，並加以串成 60 公里的大龍門環狀路線。本計畫配合大龍門 CIS 視覺設計、硬體及軟體行銷，預計於 115 年 10 月~11 月辦理大龍門步道推廣活動。

#### 2. 大溪中正公園

第二期工程目的在延續第一期工程成果，提升公園整體安全性、無障礙環境與遊憩品質，並兼顧文化保存及景觀美化。將以既有設施維修、環境風貌優化、遊園動線改善、性平指標提升等面向執行，本案計畫經費約 2,900 萬元，除了延續前期整體設計風格辦理步道鋪面更新、座椅及燈具設置，預計將閒置的相撲場活化再利用、新增地景式滑坡、改善水溝缺蓋問題等，因涉及文化景觀保存原則，已函送相關資料至本府文化局審查。預計 115 年 9 月開工、116 年 3 月完工。

### （四）北橫觀光旅遊廊帶

#### 1. 硬體計畫

##### （1）後慈湖正式開園及後續環境改善工程

後慈湖歷經近 3 年封園整修與優化作業，已完成 1 號館全新佈展及 2 號館特色業者進駐，並於 115 年 4 月 22 日辦理試營運，開放民眾免費入園參觀。6 月 27 日起正式營運為重新展現後慈湖歷

史文化與自然景觀魅力，本府觀光旅遊局將持續透過辦理踩線團及整合行銷推廣等方式，進行觀光景點開箱宣傳。

後慈湖既有砂濾池新增洗砂設備安裝及管線系統整理，藉以免除換砂期間無水可用的困境及避免人員進入槽池更換濾砂之作業風險，預計 115 年下半年完工。

#### (2)拉拉山遊客中心暨周邊環境改善工程

為推動「拉拉山國際暗空勝地」認證並與國際生態旅遊接軌，「拉拉山遊客中心暨周邊環境改善計畫」旨在將現有遊客中心陳舊的空間機能轉型升級為具備展示、教育解說與休憩觀星功能的「暗空教育基地」，以作為未來拉拉山暗空觀星遊程的服務核心。

本案本案計畫經費約 3,245 萬元，工程預算書圖已於 115 年 5 月 4 日核定，並於 115 年 7 月 7 日工程決標，刻正辦理訂約開工作業，預計於 115 年底完工。

#### (3)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，本案目前正處於基本設計階段，預計 116 年上半年完成整建。

#### (4)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。已於 115 年 4 月正式啟用。

(5)復興區後山觀光廊道系統規劃及整體發展計畫

本案計畫經費 200 萬元，將整合並深化既有之環境資源與地方現況調查成果，評估復興區整體觀光建設之整體發展藍圖，亦依據地方實際需求與資源特性，訂定且具體可行之短、中、長程行動方案；刻正執行第二階段報告書審查作業，並召開規劃說明會，預計 115 年底前完成各行動方案擬定，俾利爭取相關預算經費執行，以落實復興區之觀光建設願景。

(6)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，目前第一期工程刻正辦理細部設計及送審水保計畫階段，另於 7 月底完成審查進入工程預算書圖階段，並向沿線地主取得第二期工程土地同意書中。

2. 軟體子計畫

(1)2026「探索北橫。騎行羅馬」櫻花勇士自行車活動

本活動於 115 年 3 月 21 日、22 日舉行，今年度活動路線重新規劃，由慈湖遊客中心出發，經羅馬公路至高遠溪古圳廣場後折返，全程約 71.4 公里。相較於以往路線，羅馬公路路段陡坡較少，路況與路寬較佳，且車流相對少，適合自行車族群休閒騎行。今年度開放 800 個名額，共計 741 人報名、646 人報到、635 人完騎。

(2)推動北橫國家級風景特定區

I. 本案係依發展觀光條例第 10 條及風景特定區管理規則第 4 條申請劃設國家級風景特定區，劃設範圍總面積約 4 萬 1,343 公頃，範圍包含本市大溪、復興區、新北市三峽區及宜蘭縣大同鄉部分地區。

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，依原住民族委員會 114 年 10 月 29 日原民土字第 1140054813 號函釋：「本案在尚未確認為國家級風景特定區前，或市府非屬資源治理機關的情形下，市府無法確認或承諾「經營管理及與當地共管事項」時，不宜進行公告閱覽、公聽會及諮商同意等程序，以免衍生適法性爭議。

(3)桃園市復興區拉拉山暗空認證計畫委託專業服務

I. 本案自 114 年執行迄今已辦理 3 場說明會(共計 89 人次參與)；完成復興區國中小天文教育及暗空導覽培訓 3 場次課程(共計 98 人次參與)；115 年 1 月 17 日辦理改燈工作坊(共計 21 人次參與)，並取得在地 22 家業者簽署暗空勝地管理公約。

II. 115 年 3 月 13 日向國際暗空協會(IDA)提送提名書申請認證，經 IDA 預審意見為「戶外光源須先合規 2/3」。預計 8 月完成路燈改善，補正內容後再交付修正後提名書。

III. 115 年 4 月 24 日召開「路燈改善工作會議」，另於 6 月 8 日邀請部落主席、民意代表、在地生態觀光及商業組織、在地民宿業者、當地教會等單位及利害關係人召開路燈改善施工前說明會。

IV. 115 年 6 月 11 日、15 日辦理海外案例實地研析與技術交流工作坊。

(4)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」已完成於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，自 114 年啟用迄今為止已有 5.15 萬人造訪。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

##### （一）召開樂遊桃園觀光會報，凝聚本府各局處共識與資源

為整合跨局處觀光規劃資源，凝聚跨局處共識，深化本市觀光旅遊競爭力，特設樂遊桃園觀光會報，以「大龍門旅遊廊帶」、「珍珠海岸計畫」、「北橫旅遊廊帶」與「優質公共建設」為四大核心，盤點跨局處觀光資源，拓展多元旅遊型態，各項目說明如下：

1. 大龍門旅遊廊帶：聚焦交通、步道、品牌三大重點，盤點大龍門地區公共運輸路線，彈性評估將日常通勤路線於假日調整為觀光專線，改善既有交通痛點；深耕深入盤點在地文史與自然資源，推動大龍門三大步道系統、七大步道生活圈，建立專屬 CIS 品牌識別，邀請國際城市夥伴共同參與，攜手打造大龍門步道的品牌形象，並透過國際合作進行聯合行銷宣傳，全面提升大龍門地區的國際觀光能見度。
2. 珍珠海岸計畫：聚焦永續理念與親子客群，推出 7 大特色遊程商品，將海岸線的自然生態與人文景觀串聯為具吸引力的旅遊商品，吸引國內外旅客實地造訪；彙整並跨局處聯動辦理大型活動，以「桃園珍珠海岸國際音樂節」、「桃園地景藝術節」及「海客文化藝術季」等節慶盛事為核心，打造強而有力的品牌記憶點；建置一站式主題網站，優化導覽服務；爭取中央經費串連自行車道路線，推動周邊環境整備。透過軟硬體計畫結合推動之方式，強化建設效益，擴散珍珠海岸觀光品牌影響力。
3. 北橫旅遊廊帶：以推動「北橫國家風景特定區」為核心願景，整合小烏來風景特定區旅館區細部計畫與拉拉山暗空友善環境認證等專案，結合原鄉文史、深化生態觀星，賦予北橫旅遊廊帶嶄新的國際品牌深度。
4. 優質公共建設：跨局處盤點特色公園、五酒桶山等公共建設與自然場域，將本市優質公共建設轉化為觀光新亮點，提升觀光資源整體整合效益，打破傳統景點框架，包裝為多元旅遊路線，規劃分眾行銷宣傳，讓城市建設成果轉化為實質的觀光新量能。

#### 五、升級旅遊服務品質

### **(一) A12 遊客中心服務**

1. A12 桃園遊客中心位於桃園機場捷運第一航廈站至機場通道的人潮樞紐，充分發揮絕佳地理優勢，為來往國門的旅客提供即時觀光諮詢與推廣服務。115 年度平均每月服務超過 2,000 人次，其中近九成為外籍旅客，已然成為行銷桃園觀光的重要窗口。
2. 為展現桃園旅遊特色並豐富服務內容，中心除了常態提供旅遊資訊，亦不定期舉辦互動行銷活動以提升國際遊客的好感與印象，例如推動按讚粉絲專頁及 Google 好評即贈明信片與小卡的活動，以及於春節期間辦理「新春刮刮樂卡」活動，引導旅客刮出桃園代表景點，藉由溫馨的節慶氛圍加深其對桃園的旅遊印象。

### **(二) 重要交通節點設旅遊服務中心**

本市持續落實桃園、中壢火車站及高鐵桃園站等 3 處旅遊服務中心之旅遊諮詢工作，穩定提供多語言旅服人員與東南亞語專長人員駐站諮詢。現場備有多元語系文宣，包含桃園市旅遊地圖、東南亞語美食地圖，以及「台灣好行」7 語版摺頁。此外，旅服中心亦不間斷提供行動充電、愛心傘借用及明信片代寄等貼心服務，並引導新住民與外籍旅客搭乘台灣好行，落實桃園穩健、貼心及完善的國際友善旅遊諮詢服務。

除了實體人員駐站服務外，配合中央智慧旅遊服務政策，本局於今(115)年 10 月於三大旅服中心導入互動式觸控電子看板，建置「旅服 AI 導覽互動系統」針對桃園舊城、中壢舊城及青埔商圈進行適地化深度導覽，以中、英、日、韓四語圖文與語音，即時提供站內設施、周邊大眾運輸與景點資訊，依據遊客需求，推薦個人化旅遊路線，並生成多元風格的視覺地圖。遊客只需掃描 QR Code，即可將專屬導覽與地圖輕鬆帶著走。



中壢火車站旅服中心



高鐵桃園站旅服中心

### (三) 借問站友善服務

為提供旅客簡易諮詢及在地深度旅遊服務，結合民間服務能量，全面整合在地商家、餐廳、旅宿、觀光景點等處所設置借問站，並透過導覽地圖、QR Code 與多語文宣，強化自助旅遊便利性，今(115)年新增知名景點「大溪老茶廠」，使全市站點達到 24 處。為確切掌握服務品質，亦將進行滿意度調查，作為後續優化依據，期盼透過公私協力與滾動式精進，引領遊客深度探索桃園，打造更便捷、溫暖的國門旅遊體驗。



借問站-達文西瓜藝文館

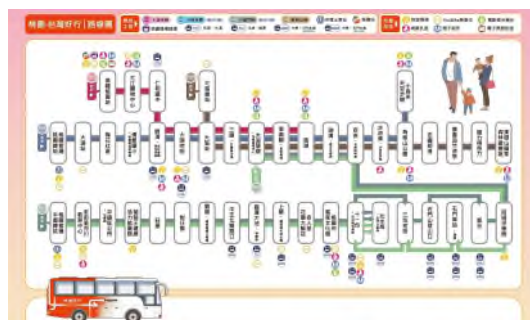


借問站-鑫園馬告咖啡莊園

### (四) 台灣好行創意行銷及低碳旅遊新玩法

配合交通部觀光署台灣好行交通接駁品牌，本市計有 4 條台灣好行路線，包括大溪快線、小烏來線、大龍門線及東眼山線，遊客可從重要交通站點如：火車站、高鐵站、客運站出發，輕鬆直達大溪、龍潭、小烏來、東眼山等熱門景點。此外也將搭配新景點如溪口吊橋，規劃多款好行主題套票，與周邊商家異業結盟推出食、宿、遊、購、娛等期間限定優惠，打造跨域合作商業模式，活絡沿線觀光產

業。另整合 4 條路線於北橫遊客中心交會轉乘，並推出 4 線聯票鼓勵遊客透過好行路網串聯多個景點，創造低碳旅遊新玩法。



台灣好行 4 條線路線圖



旅展推廣 4 線聯票

## 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 5 月 31 日止，旅館共計 193 家，房間數 1 萬 566 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 140 家，房間數 572 間。

### (二) 辦理桃園好棧選拔暨旅宿行銷輔導案

作為國門之都，桃園持續深化「桃園好棧」品牌。今(115)年市府穩健推進旅宿業輔導與行銷管理，除持續辦理「桃園好棧新秀嚴選」，擴充發掘的優質旅宿、健全品牌完整度外，更導入創意行銷以提升整體知名度。在業者培力方面，積極開辦專業輔導課程，全面強化旅宿業的數位科技應用與友善服務知識；同時，透過標竿旅宿的交流觀摩活動，協助業者借鏡成功經驗、創造在地經營特色，以高品質的宿旅體驗接待國內外旅客。

### (三) 辦理低碳環保旅宿輔導行銷案

為配合國家淨零轉型政策，本市推動低碳旅遊，今(115)年將透過專業輔導機制協助旅宿業導入綠色管理並申請環保標章，全面落實節能減碳與資源循環，藉此提升永續經營能力及品牌形象。同時，市府同步辦理綠色旅宿行銷推廣，引導民眾旅遊時優先選擇環保標章旅宿，提高消費端對綠色旅遊的認識。期盼藉由「產業端」與「消費端」共同參與，穩健形塑桃園低碳旅遊環境，促進觀光產業朝向永續發展邁進。

#### (四) 持續輔導露營場合法設置登記

1. 截至 115 年 6 月 11 日，本市已受理 149 件露營場申請案，其中 99 案取得土地容許使用，9 案完成露營場設置登記；另加計休閒農場附設露營設施，全市合法露營場共計 18 家。為加速推動既有露營場合法化，本局持續精進輔導機制，針對復興區業者多為原住民及高齡經營者特性，特於復興區前、後山駐點諮詢服務，並辦理申設法規說明會，亦免費協助業者撰寫第一階段、第二階段申請書件及簡易水土保持計畫。此外，透過府層級跨局處協調明確化露營場相關審認原則，強化行政效率，協助業者加速完成合法化程序。
2. 另於 6 月 3 日、6 月 5 日及 6 月 10 日分別於復興羅浮遊客中心、復興三光里辦公處及龍潭中山第一市民活動中心辦理 3 場露營場申設說明會，會中邀集相關局處(農業局、水務局、環保局、建管處等)共同出席，並有多位民意代表、里長、代辦業者及露營場業者參加，會中除問題交流外，亦傳達本市輔導與管理併進政策，3 場說明會共計吸引 72 家業者，共 147 人次出席。



露營場輔導-諮詢服務多元措施



復興區輔導說明會

### 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

在「遊桃園 APP」營運管理方面，本 APP 採每月定期更新機制，以確保觀光資訊之即時性與正確性，並持續擴充 7 國語系內容，大幅提升國際旅客的使用便利性。在行銷宣傳方面，預計邀請印尼籍與越南籍 KOC 展開為期 2 天的「北橫小旅行」體驗，並配合暑期觀星旺季推出主題集章活動；此外，亦規劃於 ITF 台北國際旅展設攤宣傳，期盼帶動國際客群成長並穩定提升下載量。自 115 年 2 月 1 日至 115 年 6 月 27 日止，iOS 版新增下載 1,650 次、Android 版新增

5,434 次，總下載量達 37 萬 8,128 次(不重複使用者)；另新增網頁瀏覽量約 237.4 萬次、智慧化區域推播累計達 366.3 萬則，整體使用效益呈現穩定成長趨勢。

## **(二) 提供觀光即時影像服務，打造全台指標性應用**

在遊桃園 Taoyuan Travel YouTube 頻道維運部分，預計將 2 支即時影像鏡頭由 1080P 升級至 4K 規格，提升直播畫質與觀賞體驗，並將全新增設 1 支 4K 即時影像鏡頭。針對天文盛事，規劃於英仙座及雙子座流星雨極大期，結合「巴陵馬崙砲台觀景平台」的即時影像進行 OBS 串流直播；直播期間將首度導入 AI 影像判讀技術，自動偵測並剪輯流星雨精華影片，藉此創造話題，強力推廣拉拉山觀星旅遊。截至 115 年 6 月 30 日止，頻道總瀏覽量達 6321.7 萬人次，境外瀏覽量達 1,426.2 萬人次。

## **(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）自 113 年 6 月 6 日上線以來至 115 年 6 月 30 日總瀏覽量達到 430.9 萬人次，114 年新上線的「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，較前一年成長約 20%，國際境外流量成長 57%，各項瀏覽數據呈現成長趨勢，平均每天比去年多出約 4,846 次的瀏覽，網站內容在海外市場或特定境外族群中的影響力正在快速擴大。

# **八、公私協力推動觀光**

## **(一) 提升觀光軟實力，辦理觀光導覽人員培訓**

為厚植在地觀光人才實力，桃園市觀光發展基金會推動「桃園觀光導覽大使培訓計畫」，針對桃園老城、中壢舊城、新住民及枕頭山四大主題開設專班。全案培訓課程已於今年 3 月圓滿落幕，共計培育出 249 人次的合格導覽人才（內含新住民學員）。後續基金會將

積極發揮功能，協助優秀導覽人才與在地觀光產業進行媒合對接，為桃園旅遊注入新動能。

## **(二) 經典品牌新升級，石門活魚產業輔導**

「石門活魚」為大龍門觀光廊帶的指標性品牌，為引導在地業者轉型並契合當前消費趨勢，基金會現正推動「石門活魚產業輔導計畫」。該計畫以食魚文化與活魚料理的職人精神為核心，除協助傳統活魚料理進行品牌升級外，更進一步串連周邊的十一份文化園區，引領地方產業朝「文化慢遊小鎮」轉型發展。

## **(三) 觀光場域再活化，觀光導覽大使培訓基地**

為活化「A8 長庚轉運站智慧觀光場域」，觀光發展基金會持續投入空間維護與服務優化，並結合導覽大使培訓及大專院校合作，將其打造為「導覽培訓基地」與實務學習平台。現正推動之「115 年度桃園智慧觀光場域活化案」，透過創意策展、主題布置與跨界資源整合，強化場域的「可閱讀性」、「可參與性」與「可延展性」，將原本的單一展示空間，升級為兼具知識傳遞、城市行銷及公共交流功能的複合式智慧觀光平台。

## **(四) AI 輔助系統進駐宇內溪戲水區，親子戲水首選**

自觀光發展基金會接手營運「宇內溪溫泉戲水區」後，已成功培植由 7 位在地原住民組成的管理團隊。為建構更完善的遊憩環境，今年首度導入「AI 水域安全監控系統」，打造全桃園首座戶外 AI 水域安全示範場域。目前硬體設備正進行架設，預計於今年 6 月戲水區開放時同步上線試運轉，藉此優化與調校 AI 系統，全面升級場域的防溺與安全監控效能。

# **貳、未來努力方向**

## **一、持續推廣桃園國內外觀光**

### **(一) 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**

持續參加日本、韓國及馬來西亞等重點國際客源市場旅展與觀光推介活動，透過第一線面對民眾之觀光推廣、城市行銷及業者交流等方式，並結合桃園觀光大使宣傳素材，加強國際旅客對桃園觀光之

認識，建立桃園旅遊目的地意象。

## 2. 開發教育旅遊市場

教育旅遊為目前日本團體旅客重要市場之一，為持續爭取日本學生來桃旅遊，本府於 114 年與日本第二大旅行社株式會社日本旅行簽署教育旅遊合作意向書後，雙方持續推動相關合作，日本旅行已完成桃園教育旅遊專屬遊程企劃，並向日本各地高中進行推廣。未來將持續結合本市特色景點及教育資源，打造兼具文化體驗及學習意義之教育旅遊內容，預期於 116 年逐步展現推廣成果，提升桃園於日本修學旅行市場之競爭力。

## 3. 國際遊客自由行遊桃園計畫

桃園為國境之門機場城市，為將桃園觀光之美推薦給國際遊客，本府將結合桃園在地優質旅宿，針對國際入境旅客推出「具吸引力的桃園專屬旅遊產品」，引導國際觀光客深入桃園景點，以期有效拉長國際旅客留桃時間，帶動地方觀光經濟。

# (二) 深化與週邊國際城市之觀光交流合作

## 1. 日本神戶市

本府將持續與日本神戶觀光局推動各項主題性觀光合作，除延續雙城馬拉松、燈節交流及文化場館互惠等既有合作成果外，未來將進一步拓展文化、運動及教育觀光等多元面向，透過持續交流與互動，深化雙城夥伴關係，建立長期穩定之合作機制。

## 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，即持續深化雙邊交流。今年度木浦市參與「桃園燈會」開幕典禮，藉由現場文宣發送，落實雙向觀光行銷。於參訪交流之際，本局首倡締結「姊妹步道」之構想，獲該市正面允諾與支持。未來雙方將以姊妹步道締結為下階段重點推動項目，並將邀約木浦市再度來訪參與締約儀式。期盼藉由聯合推廣步道觀光品牌，進而擴大國際行銷聲量，吸引更多韓國旅客造訪桃園。

## 3. 日本名取市

日本名取市已連續 2 年辦理市民訪問團來訪桃園，透過實地走訪體

驗本市文化魅力，促進雙方市民交流，預計 116 年初將邁入第 3 年。目前亦正與名取市研議推動文化場館互惠及運動觀光合作，持續落實雙方觀光合作 MOU 精神，打造更多旅客互訪誘因，深化雙方觀光交流成果。

### **(三) 加強國際行銷布局，以提升桃園能見度**

#### **1. 桃園觀光大使整合行銷推廣**

為持續深化桃園國際觀光品牌形象，本局擬擴大具國際影響力之觀光大使合作效益，將規劃拍攝全新觀光形象照與短影音，期藉由延續性之行銷力道，多面向展現桃園豐富之觀光特色與城市魅力，進一步擴大國際市場宣傳效益，實質提升海外旅客來桃旅遊之吸引力。

#### **2. 辦理國際觀光議題行銷**

為延續桃園觀光話題熱度，本府規劃於下半年針對大龍門觀光廊帶、老城區順遊及桃園萬聖城等主題辦理議題行銷，結合 KOC 踩線、社群互動及抽獎活動等多元推廣方式，於暑假及活動期間擴大宣傳聲量，吸引更多遊客來桃旅遊，帶動觀光人潮及整體旅遊效益。

#### **3. 桃園海岸運動賽事國際推廣**

為提升本市珍珠海岸之國際能見度，並結合運動觀光熱潮，本局規劃自本年 8 月起，配合「桃園珍珠海岸」系列運動賽事（含馬拉松與自行車賽），推出外籍旅客專屬之行銷獎勵方案。凡報名參賽之國際旅客，於活動現場出示賽前一週內搭機抵台之登機證憑證，即可兌換「桃園珍珠海岸好禮套票」及限量「舒華樂桃桃行李箱」。期盼透過此行銷策略與專屬誘因，有效吸引海外熱愛運動之旅客來桃參賽，進而帶動本市海岸線周邊觀光產值與國際品牌聲量。

## **二、持續打造觀光品牌特色活動**

### **(一) 2026 臺灣設計展-未來願景主題區展館**

本案透過整合地方文化策展，以「大龍門」、「珍珠海岸」及「探索北橫」三大戰略觀光廊帶為主軸，設置具代表性及城市象徵意義之觀光展區，並以「五感體驗」互動式策展方式，結合視覺、聽覺、觸覺及沉浸式體驗內容，突破傳統靜態展示形式，帶領民眾認識及

體驗桃園多元觀光資源，展現桃園山海城之轉型樣貌與未來觀光願景。另藉由臺灣設計展所帶動之參觀人潮，提升國內外旅客對桃園觀光品牌之認識與探訪意願，進一步強化城市觀光能見度，帶動地方旅遊及觀光產業發展。

## **(二)「台灣設計展」及「全民運動會」之旅宿及遊程推廣**

### **1. 旅宿推廣**

為鼓勵旅客留宿桃園並行銷本市優質旅宿，本局已邀集旅宿業者以「台灣設計展」及「全民運動會」為主題，共同推出優惠住房專案，並公布於桃園觀光導覽網優惠專區，方便民眾查詢，提升旅宿量能與曝光度住宿誘因，藉此推動本市觀光發展。

另外，為藉由 115 年全民運動會期間推廣桃園珍珠海岸計畫輔導之合作店家，規劃購置桃園珍珠海岸計畫合作店家之商品致贈全民運動會選手作為專屬迎賓加碼禮，透過迎賓加碼禮之實體誘因，提升參賽選手來桃園旅遊之動機及帶動桃園觀光人潮。

### **2. 遊程推廣**

配合「2026 臺灣設計展」及「全民運動會在桃園」兩大活動，推出「5 大主題 10 條遊程 串遊 13 區」之旅遊推廣計畫，推出多條一日遊及二日遊旅程，要帶領民眾體驗桃園山海城特色與魅力；此外也將推出相關優惠，並透過線上線下資源整合行銷，讓民眾在今年 9 至 10 月可以「看設計 挺賽事 玩桃園」。

## **(三) 大溪豆干旅遊節**

本市將整合大溪地區多元且豐富的地方產業、文化資源、有機農業與觀光場域，規劃具在地特色與市場吸引力的遊程產品，透過深化旅客與地方文化及產業的互動連結，提升觀光附加價值，創造兼具文化傳承、環境永續與經濟效益的發展模式，實現地方觀光共榮的目標。

## **(四) 2026 桃園萬聖城**

「2026 桃園萬聖城」預計於 115 年 10 月 24 日至 11 月 1 日於桃園藝文廣場及藝文綠園道盛大舉辦。今年除延續「邪惡無害、恐怖可愛」的經典活動風格外，更首度邀請國際知名 IP 跨界合作，規劃

獨家主題燈光秀、大型演唱會、大型活動派對、劇團表演及系列親子互動活動，打造兼具話題性與沉浸感之節慶觀光體驗。透過國際級 IP 的吸睛魅力，搭配多元萬聖節裝置藝術及精緻光環境營造，形塑具國際視野之桃園特色節慶觀光品牌，更擴大串聯北北桃年底大型節慶活動（桃園萬聖城、新北歡樂耶誕城、臺北新年城），共同帶動北臺灣節慶觀光熱潮，預期將吸引全國及國際旅客前來參與，提升桃園城市觀光能見度及商圈經濟效益。

#### **（五）2027 桃園跨年晚會**

「2027 桃園跨年晚會」預計於 115 年 12 月 31 日至 116 年 1 月 1 日辦理，目前暫定於機場捷運 A16 站周邊空地舉行，規劃結合大型演唱會、跨年倒數、燈光煙火秀及周邊主題活動等多元內容，營造熱鬧歡樂之城市節慶氛圍，打造桃園年度指標性亮點活動，並帶動周邊觀光及夜間經濟效益。

### **三、持續打造觀光廊帶亮點**

#### **（一）珍珠海岸旅遊廊帶**

1. 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。
2. 本案宣傳珍珠海岸「食、宿、遊、購、行、育、樂」等多元觀光面向為主軸，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 推廣及旅行社包裝行程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。
3. 本局規劃建置珍珠海岸主題網站預計今年 10 月上線，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。珍珠海岸主題網前導專頁已於5月5日正式上線，宣傳珍珠海岸願景以及階段成果。

## （二）大龍門低碳旅遊廊帶

115年則進一步深化「大龍門步道品牌推動計畫」，持續推動桃園大龍門步道系統規劃及品牌發展計畫、大龍門步道系統清水漫遊線環境整建暨指標解說建置統包工程、桃園大龍門步道系統宣導品與旅遊書編印暨行銷宣傳案、桃園大龍門步道系統視覺設計暨影音拍攝案，透過系統性步道規劃與品牌定位，整合軟硬體資源，推動步道旅遊服務優化、交通接駁串聯及轉運節點整合，打造兼具「可讀、可玩、可體驗」特色之深度且永續的山徑步道旅遊品牌。

## （三）北橫生態旅遊廊帶

### 1. 推動北橫國家級風景特定區

為加速案件推動，本局持續與交通部觀光署協調儘速辦理評鑑作業。依諮商取得原住民族部落同意參與辦法規定，本案於評鑑審查通過確認為「國家級」、報行政院核定前，必須完成原住民諮商同意程序。本府於114年12月22日提送評鑑報告書（修正4版）予交通部觀光署。本府已於115年5月再函復觀光署應先行辦理評鑑確認為國家級後，再由資源治理機關依原住民族基本法、諮商同意辦法及原住民族地區資源共同管理辦法等規定進行諮商同意事宜以及再通盤檢視組織業務發展及預算員額需求，循序專案報院核定新增預算員額。

### 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，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)觀星教育基地及潛力亮點硬體營造

轉型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「暗空教育基地」，巴陵鐵塔廣場及巴陵大橋北端路口則為觀星潛力亮點，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

本府將持續召開樂遊桃園觀光會報，聚焦各局處特色資源、軟硬體建設與觀光潛力區域之整合。觀光會報除延續過往規劃，將延伸研討「大龍門步道品牌暨國際聯合宣傳」、「珍珠海岸整體開發策略」、「龍潭轉運站觀光運輸配套」、「文化力觀光品牌建立」及「露營場輔導管理」等多元議題，透過跨域資源的深度串聯與豐富化，形塑桃園深度文化觀光品牌，吸引國內外旅客造訪。

## 五、持續提升台灣好行觀光接駁服務品質

配合 115 年 10 月龍潭先導轉運站啟用，本局將會同交通局及公車業者盤點周邊景點資源，調整台灣好行 503 大龍門線銜接龍潭先導轉運站，並優化路線班次及停靠站點，同時整合多元運具(如公路客運、火車、ubike 等)轉乘資訊，完善大龍門地區觀光交通路網，營造大龍門地區低碳旅遊新風貌。

## 六、持續推動智慧觀光系統

為提供不同區域旅遊資訊需求，本局規劃建置「大龍門主題網站」及「珍珠海岸主題網站」等旅遊主題資訊專區，並已推出大龍門及珍珠海岸旅遊資訊前導專頁，鼓勵民眾從線上訪客轉化為親自體驗遊客。預計 9 月份辦理秋遊珍珠海岸活動，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，並宣傳智慧觀光階段成果亮點，持續提升珍珠海岸濱海智慧旅遊服務。

## 參、結語

本局將持續推動珍珠海岸、大龍門低碳旅遊廊帶及北橫觀光廊帶等重點觀光建設，並辦理珍珠海岸國際音樂節等具代表性之品牌活動，同

時積極拓展國內外觀光市場，深化國際交流合作，提升桃園觀光品牌能見度。另將持續精進旅遊服務品質，整合觀光資訊平台、即時影像、社群媒體及 AI 智慧應用，提供旅客更即時、便利且優質的旅遊體驗，吸引更多國內外旅客走進桃園、認識桃園。

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、大龍門低碳旅遊廊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<br>(府會聯絡員) | 3321260            | 6213         | 3321259 |
| 專門委員室  | 專門委員 | 林楨理            | 3335001<br>3335464 | 6214         | 3393067 |
| 旅遊行銷科  | 科 長  | 謝鎮全            | 3335001<br>3335464 | 6202<br>6203 | 3393067 |
| 觀光管理科  | 科 長  | 饒栢丞            | 3393002<br>3379832 | 5263<br>5264 | 3314011 |
| 觀光技術科  | 科 長  | 張兆斌            | 3393003<br>3346607 | 5265<br>5284 | 3332569 |
| 企劃暨國際科 | 代理科長 | 林楨理            | 3321260            | 6215<br>6216 | 3321259 |
| 秘 書 室  | 主 任  | 陳湘滢            | 3393005<br>3393007 | 6209<br>6210 | 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  | 李侑臻            | 3393015            | 6212         | 3335479 |
| 風景區管理處 | 處 長  | 廖育儀            | 3946061            | 145          | 3333184 |