

# 桃園市政府觀光旅遊局 113 年度施政計畫

## 壹、願景及任務

### 一、願景：塑造桃園國際觀光印象，打造國門之都新觀光記憶亮點

桃園為國門之都，為接待國際旅客的第一站，每年有超過 2000 萬出入境旅客及 300 萬轉機旅客，如何結合此優勢行銷桃園，以國際思維企劃新桃園觀光，創造桃園觀光起飛契機，為桃園發展觀光的重要課題，市府將重新詮釋桃園觀光定位，積極展開國際行銷，推動產業升級，動態調整吸引旅客來訪方案，讓世界看見桃園；除了發展國際觀光，桃園更重要的是打造全新的觀光印象，桃園有多元族群文化，也是臺灣產業發展的櫥窗，有很多值得發展的桃園特有觀光品牌甚至代表台灣的觀光品牌，本局將持續發掘桃園價值與旅遊新元素，全面扭轉桃園國旅印象，建構桃園觀光之特殊與不可替代性，再造桃園新觀光記憶亮點。

### 二、任務

#### (一)成立觀光會報平臺，產官學觀光資源整合

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，特別成立「樂遊桃園觀光會報」，將納入各局處一同聚焦觀光課題，讓桃園成為國際客嚮往觀光城市。

「樂遊桃園觀光會報」有 5 大目標，包括智慧觀光治理、跨縣市或中央整合行銷、公私部門合作推動觀光行銷、解決觀光痛點、跨局處整合發展及行銷，觀光旅遊局的重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。

#### (二)攜手各縣市合作觀光，有限預算增加打擊面

面對各縣市大多採單兵作戰的方式行銷，市政府認為橫向連結才能產生更大的優勢，因此桃園將持續跨出縣市轄區橫向合作包括現有的「基北北桃合作交流平台」結合北北基好玩卡，結合新北市政府「青春山海線」向南延伸到桃園的沿海風光，以及未來桃竹竹苗跨域合作等，都能進一步帶動國內民眾甚至國際對桃園的認識，以及旅客造訪的意願，尤其面對國際邊境開放，桃園市亦將結合基北北桃竹竹苗的資源一同前往國外行銷宣傳，建構為一山海文化資源兼具的旅遊目的地，以此吸引更多國際觀光客親身造訪，感受北台灣的觀光旅遊魅力。

### (三)推動國際觀光，促進觀光交流

為拓展桃園國際知名度並加強國際觀光交流，市府積極與各國際城市及團體進行合作互訪，包括今年2月份接待泰國菁英領袖參訪團，市府首度頒贈觀光榮譽大使聘書，期盼借重參訪團之影響力，促進雙方觀光文化與經貿發展，並深化桃園市為「東南亞旅客友善旅遊城市」意象，另6月份更與日本神戶觀光局簽訂觀光交流MOU，互推送客至對方城市，也將加強雙方觀光、體育、文化、藝術等交流，7月還有蒙古駐台大使來訪以及結合旅宿業前往福岡辦理觀光推介會，除就雙方觀光文化與經貿交流等相關議題交換意見外，並深化桃園市為「旅客友善旅遊城市」意象，未來市府將持續推展國際觀光交流合作，走出台灣擁抱世界，為桃園開創觀光新局面。

### (四)友善特色客群，型塑亮點觀光

目前全台各縣市的觀光推廣，鎖定的客群大多以最大化、一般型為主，希望一網打盡所有旅客，然也因此漏了許多特定喜好之族群所需，為做到更細緻的分層行銷，發掘尚未被開發的隱藏客群，以創造藍海市場及掌握議題、本局積極鎖定特色目標客群進行推廣，如漢服、COSPLAY變裝族群已是不容小覷的新文化勢力，本局即藉由引進國際級COSER競賽及表演活動吸引該族群參與，也是首次由政府單位籌辦漢服表演賽推動漢服變裝文化，除擴大客群亦打造桃園特色；另蔬食亦為長期存在但未被強力推動之市場，本局也刻正進行相關推廣活動進行利基行銷，未來也將持續結合其他局處，共同發掘其他特色客群，多面向進行桃園觀光推展。

### (五)活動轉型升級，累積觀光投資

市政府團隊在大型活動的定位上跳脫原有一月一活動的思維，轉型為具在地特色品牌型的旅遊，策略方面包含：

#### 1. 轉型區域型的活動，主題打造在地特色：

112度起「桃園石門水庫熱氣球嘉年華」、「大溪豆干節」、「桃園國際風箏節」在大溪區舉辦的大活動啟動轉型，石門水庫熱氣球活動改以永續且戶外運動的活動主題，持續深化石門水庫及周邊大溪、龍潭旅遊體驗的精緻度與特別性；「大溪豆干節」則走向強調產業升級，跳脫以往短期活動宣傳，以國際蔬食推廣活動並融入豆干元素，推動桃園為蔬食重鎮；「桃園國際風箏節」轉型為主題裝置藝術及周邊遊程行銷宣傳，設計探索大漢溪左右岸自行車旅遊，讓大漢溪整體觀光效益更長久。

## 2. 大型活動品牌化，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，逐步引導活動、遊客、城市生活有更大的結合。

### (六) 多元整合行銷增加媒體曝光度

透過社群媒體(FB/IG/YT)經營、結合傳統平面、電子媒體、自媒體等多元宣傳管道，分享桃園特色旅遊主題，推廣旅遊新亮點；製作創意旅遊行銷宣傳影片及各類主題文宣品，透過宣傳手段增加特定遊客群遊玩意願，提高遊客造訪本市之動機。

### (七) 營造本市智慧旅遊場域

本市人文觀光資源豐沛、自然景觀渾然天成，國門第一站又具地利之便，而過往因各類資源管理及經費投入分散於各局處，未能整合串連形成觀光死角或是經費投入的浪費，將透過通盤性檢討本市觀光資源分佈，聚焦當前的觀光課題甚或研擬預防觀光痛點的發生，有效創造出讓市民有感的觀光體驗，讓國際客嚮往停駐的觀光城市。

### (八) 機場創設桃園 MALL，零距離面向國際

為讓本市各項物產、觀光資訊及城市意象更貼近市場，本局刻正與機場公司協調展示空間，作為桃園 MALL 先期計劃，將本市特色產業、商品、遊程及文化等進行推廣宣傳，除拓展桃園知名度，也方便出入境旅客更便利體驗桃園，並藉引導觀光客於線上、線下購物或停留桃園，提升本市相關產業產值及未來市場發展空間。

### (九) 推動綠色觀光，塑造永續旅遊環境

為構建綠色生態旅遊新型態，將小烏來風景特定區打造成為綠色旅遊示範區。依不同季節和主題將積極規劃探索北橫活動，以趣味活動與自然生態結合推動綠色旅遊蓬勃發展，進而帶動當地觀光產業發展；另為重現先民於桃園遍植桃樹，花期紅雲搖曳，再現「桃仔園」美景，推廣桃花種植工作，將於虎頭山公園、森綠花園、虎頭山環保公園、角板山行館園區、溪洲停車場等地種植桃樹，以營造植栽亮點，吸引遊客到訪，領略桃花園的美妙與寧靜。

## (十)觀光旅遊產業服務升級

1. 為提升桃園旅宿產業的競爭力，優化與活化「桃園好棧」品牌，積極展開桃園好棧評鑑暨服務品質健檢，邀請國內知名品牌有成功實務經驗之企業家、企業顧問、經理人及專家學者組成重量級顧問團，藉由專業知識與豐富經驗，為評鑑活動嚴選桃園優質旅館，並且提供業者服務品質健檢建議。藉由互相的交流與學習，提升桃園旅宿的品質，讓每一位到訪桃園的旅客都能享受到溫馨舒適的住宿體驗。
2. 為提升本市民宿服務品質，積極向國內外旅客行銷，開辦民宿管家學校，提供多樣服務包括實作及進階服務課程主題工作坊，協助業者規劃屬於自己民宿的特色遊程，從住宿體驗到戶外旅遊體驗，提供住客完美的旅宿經驗，也規劃了東南亞旅客相關的文化、語言等相關課程，提供民宿業者能夠更深入了解東南亞國際旅客的旅遊需求。未來將結合更多與國際品牌合作的機會，包括國際攝影設備品牌 GoPro、國際旅遊平台 Taiwan Scene、國際訂房平台等等，行銷桃園優質旅宿及遊程。

## 貳、年度施政目標及策略

### 一、舉辦特色活動與行銷宣傳，塑造魅力觀光旅遊形象

- (一) 打造景點魅力及桃園旅遊品牌，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。
- (二) 整備主題旅遊，開發特色主題旅遊產品，與在地旅遊媒合，推廣桃園節慶活動及深度體驗旅遊。

### 二、深化城市印象，推動桃園國際觀光行銷

- (一) 積極參展國際旅展、辦理國際觀光產業推介媒合會及加強國際交流，擴大桃園國際知名度並協助業者引進觀光商機。
- (二) 加強海外廣告投放、邀請媒體拍攝採訪及旅遊業者踩線，行銷桃園多元觀光特色。

### 三、打造特色城市觀光，結合創意推動觀光發展

- (一) 強化桃園特有觀光體驗，如龍岡滇緬文化、慈湖民國風情、北橫山林探險、萬聖搞怪裝扮等項目之推動，並持續發掘、深耕桃園觀光特點之發展。
- (二) 結合潮流推動、引進如 Coser 變裝體驗、蔬食生活及各項創意行銷媒宣，為本市擴大觀光利基，並與觀光產業結合創造綜效。
- (三) 結合現下健康、減碳議題塑造蔬食友善環境及元素，並運用桃園豆製品產

業優勢，吸引國內外蔬食愛好族群來桃，同時結合各觀光產業設計至遊程體驗，延長旅客停留及消費。

#### 四、完善景區服務設施，打造友善旅遊環境

- (一)改善既有公園設施，更新兒童遊具，提供民眾遊玩安全又舒適的環境。
- (二)整修景區重要館舍，更新展示內容，創造人文和自然相互交織的場域。
- (三)大棟山風景特定區園區整體規劃及清潔綠美化，打造山林步道特色休憩亮點。

#### 五、推動綠色旅遊，建立北橫旅遊品牌

- (一)依四季不同主題，邀請民眾以低碳方式探索北橫山林，進而建立北橫旅遊品牌。
- (二)辦理景觀遊憩統改善，將小烏來風景特定區打造成為綠色旅遊示範區。
- (三)持續推廣環境教育，積極推展不同主題、性質之自然觀察教學場域，以實現永續經營目標。

#### 六、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)導入智慧觀光大數據決策儀表板，整合市府各項觀光指標數據，並輔以多元的第三方數據。
- (二)建置桃園 13 區景點遊憩行為數據、桃園各大商圈消費數據、桃園觀光產值推估，以及人流與車流等數據，掌握觀光資訊以進行智慧觀光治理，讓觀光管理更貼近遊客所需。

#### 七、觀光旅遊服務升級，創造有感驚豔之旅遊服務

- (一)辦理旅館民宿評鑑機制，建置民宿合法設立諮詢平台，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。
- (二)針對旅遊服務中心、借問站、台灣好行進行整體提升，並加強東南亞旅客友善及國際旅客服務，讓到訪桃園的旅客體驗到全新的桃園印象。

#### 八、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)與就業服務處合作辦理觀光產業徵才，協助解決缺工問題，並透過旅宿業

者共同防治毒品、阿米巴腦膜腦炎、登革熱等，維護本市安全旅遊環境。

### 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、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)大棟山環境整備及休憩亮點營造計畫。 (三)楊梅保甲古道及秀才步道周邊環境整理	25,000	總經費 90,000 千元，分 3 年執行，本年度編列第 1 年經費 2,500 萬元，其餘 6,500 萬元分以後 2 年繼續編列。
二、本市風景區整體規劃計畫	(一)本市低碳旅遊整體規劃，以低碳為主軸規劃相關軟硬體設施。 (二)大棟山風景特定區整體規劃，大棟山風景特定區預計於今(112)年完成劃定公告，本案續辦理該風景區劃設後之相關建設規劃。	5,000	
三、龍岡米干節活動	龍岡地區擁有獨樹一格的雲南美食聚落，「米干」更是當地的特色小吃，聚集超過 60 家米干店且擁有獨特的雲南文化。本局自 100 年起以水花火舞的活動主題辦理 2 大慶典活動，融入長街宴、少數民族文化體驗、裝置等主題，整合龍岡在地店家營造特色文化觀光節慶氛圍，推廣金三角、東南亞等多元美食，深化活動品牌，邁向國際性活動升級。	8,000	
四、桃園扮裝變身體驗推廣活動	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，為打造桃園多變之城印象，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	113 年新增

五、風箏節暨大溪、龍潭、石門水庫等旅遊觀光行銷及活魚推廣及活動	以大漢溪沿岸遊程推廣為主軸，串聯整合周邊觀光資源，搭配低碳、永續等概念如自行車旅遊、風箏意象，強化大龍門整體之區域觀光行銷，打造大溪、龍潭、石門水庫旅遊帶品牌意象。	13,000	原為熱氣球嘉年華暨溪洲音變會調整
六、台灣燈會桃園燈區	為展現桃園城市魅力與觀光特色，將結合年度重大建設及活動為主題前往參展，期望結合燈藝設計佈置，突顯桃園觀光豐富性，創造獨特的燈會體驗，宣傳桃園主題特色。	950	
七、跨年晚會活動	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。	7,500	1. 辦理 112 年跨年晚會活動相關費用 7,500 千元 (112 年度已編列 2,000 千元)。 2. 辦理 113 年跨年晚會活動相關費用 7,500 千元，其餘 5,500 千元於 114 年繼續編列。
八、桃園燈會活動	為了讓民眾感受濃濃元宵氛圍，規劃以特色和傳統的燈飾融合光影互動技術展現桃園在地意象，呈現獨具桃園特色的光之饗宴戶外布展，活動亦結合周邊商圈和景點特色共同宣傳，活化城市意象，藉由燈會造景同步推廣夜間觀光，達到活動帶動商機和傳達市政成果等目標。	40,000	辦理 113 年桃園燈會活動經費 52,000 千元 (112 年度已編列 12,000 千元外，113 年度續編列 40,000 千元)
九、2025 台灣燈會活動	2025 台灣燈會將致力於提升台灣燈會的品牌價值，推動更多的國際策展與藝術團隊參與環境地景的特色利用並且朝向融合環保、藝術、在地、創新等多項元素，讓台灣燈會成為一個讓國內外參觀民眾都感到幸福的重要節慶活動，點亮桃園、點亮台灣。	60,150	辦理 2025 台灣燈會活動相關費用 (總經費 332,000 千元，其餘 271,850 千元於 114 年度繼續編列)。113 年新增
十、桃園萬聖節活動	藉由萬聖節嘉年華慶典式的氣氛，結合在地商家，打造桃園特色	17,500	

	觀光品牌，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。		
十一、慈湖特色光影活動	透過園區裝置藝術佈置，夜間光影布展，以及系列特色表演舞台活動，打造秋季大溪特色亮點活動，增加旅遊之記憶點，吸引外縣市遊客留宿延長停留時間，並以特色主題展演搭配園區內特色復古風布展吸引旅客參訪。	7,500	113年新增
十二、平面、電子、廣播宣傳等	透過平面、電子、廣播等管道進行行銷宣傳，宣傳內容包含本市觀光景點、特色活動等，並透過節目製作及託播宣傳，強化桃園觀光印象，使桃園觀光旅遊全年不間斷曝光，提高桃園能見度並促使遊客至桃園觀光旅遊。	4,000	
十三、扶植地方旅遊發展推廣	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。透過與旅行社業者合作，挖掘桃園地方特色性旅遊、開發不同旅遊路線，並強化宣傳，以吸引民眾本市旅遊。	2,000	
十四、推展社群行銷宣傳	為持續深化國內外旅遊推廣，並拓展本市國際觀光知名度，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	
十五、各項踩線活動推廣觀光	規劃邀請媒體、網紅及部落客、旅遊業者等參與，藉由實地走訪桃園景點、串聯整合基北北桃資源，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，並增加與產業合作之契機，有效行銷桃園觀光景點。	1,000	
十六、國內大型旅展	透過參與國內大型觀光展覽，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	



十七、製作觀光文宣摺頁、觀光影片拍攝及宣傳品	整合全市觀光資源，編製觀光文宣，方便旅客獲得豐富的旅遊資訊，同時透過觀光影片等素材製作，作為桃園觀光旅遊多元宣傳管道之行銷素材，將桃園觀光旅遊融入民眾的日常生活，強化桃園觀光印象。	2,000	
十八、辦理 i-center 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。	4,212	中央補助款 1,212 千元
十九、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)委託律師協助辦理違反發展觀光條例相關訴願及訴訟案件，並提供諮詢。 (三)租賃稽查勤務車輛，提供稽查人員載送服務。 (四)委外執行訂房取證。 (五)製作反日租宣導品。 (六)針對透過結構安全鑑定方式申設或完成備查之合法民宿，補助民宿結構安全鑑定費用。	2,115	中央補助款
二十、台灣好行服務升級計畫—大溪快線、小烏來線、石門水庫線、東眼山線行銷宣傳相關費用	(一)配合交通部觀光局持續推行「台灣好行旅遊服務升級計畫」。 (二)針對東南亞友善，改善旅運環境，增設東南亞語言之軟體設施：動線指引、車站資訊、車內裝置、教育訓練等。 (三)辦理行銷宣傳，製作中文英文及東南亞語版文宣、拍攝影片等，吸引民眾多加利用台灣好行觀光旅遊。 (四)整合各種類型運具、開發出具東南亞客群吸引力之沿線	2,250	中央補助款

	觀光產業等，推出套票旅遊行程，期以提升運量。		
二十一、辦理民宿旅館輔導計畫	<p>(一)持續於可設置民宿區域(如：休閒農業區、具人文或歷史風貌相關區域)調查土地分區及編定等基礎資料、宣傳民宿輔導管道，並辦理法規說明會，輔導及鼓勵在地民眾申設民宿。</p> <p>(二)為提升本市旅宿業服務品質並加強整體行銷，辦理民宿旅館輔導計畫，透過媒合旅行社及網路平台等行銷資源，推廣本市優質旅宿，吸引旅客留宿桃園，提升本市旅宿業住房率。</p>	3,000	
二十二、辦理環保旅宿推廣計畫	<p>(一)配合「桃園市發展低碳綠色城市自治條例」第15條規定：「本府得獎助觀光相關產業推動低碳旅遊。」辦理本項計畫。</p> <p>(二)配合環保署禁用備品政策，訂定桃園市低碳旅宿補助作業辦法，補助桃園市合法旅宿購買使用綠色產品。</p>	1,000	
二十三、辦理桃園好棧品牌再造暨行銷推廣	<p>(一)鼓勵旅宿業者創新、發展自身特色，並提供旅客驚豔的服務。</p> <p>(二)透過桃園好棧嚴選評鑑機制，提供合法旅宿經營改善建議，重新塑造令旅客驚豔的桃園好棧品牌。</p> <p>(三)與國際旅遊平臺合作，行銷推廣桃園好棧。</p>	2,000	
二十四、桃園市露營場品質提升及行銷推廣	<p>(一)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。</p> <p>(二)提供無法合法化露營場轉型可能途徑。</p> <p>(三)提供露營場申設諮詢服務。</p> <p>(四)行銷推廣本市合法露營場。</p>	1,500	
二十五、製作桃園國際觀光文宣及宣傳品費	製作多國語言桃園介紹文宣，透過參與國際旅展、推介會之場合發送予與會人員，並廣發各遊客	500	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)

用。	中心及觀光局駐外辦事處提供各國旅客索取，另於觀光導覽網上傳電子檔供遊客下載，提高接觸、宣傳面向。		
二十六、辦理各項國外行銷推廣桃園觀光費用。	打造桃園旅遊品牌形象，加深各國旅客印象，吸引目標客群於規劃台灣旅遊行程時能將桃園納入目的地，提升桃園國際人潮，進而增加觀光產業產值，同時透過提前宣傳 2025 台灣燈會在桃園，吸引旅客於規劃行程時能將燈會旅遊納入行程，創造燈會國際遊客人潮。	5,000	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)
二十七、辦理大溪豆干節暨相關行銷活動費用。	結合當下健康、蔬食趨勢為桃園開創旅遊新主題，並延伸至 ESG 內涵，以大溪豆干產業作為基底，讓豆干品牌升級，接軌國際蔬食市場，再結合桃園在地食品、住宿、餐飲等業者合作共同推廣，並營造桃園優良蔬食環境，吸引國內外素食族群注目，並將桃園旅遊形象賦與多元元素，進而延伸至遊程體驗，延長旅客停留及消費。	7,550	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)。
二十八、辦理觀光資源及套裝遊程串聯及交通改善(觀光交通)費用。	透過增加桃園觀光資源間的串連性，提供交通接駁及各景點票面、服務的聯合優惠，提供民眾方便、划算的遊桃選項，提高遊客造訪桃園之意願，同時藉此推動、鼓勵民眾多方面、深度參與桃園旅遊特色項目，有利相關觀光產業發展。	5,000	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)
二十九、辦理「特色客群集客暨推廣計畫」相關費用。(依議會 112 年 8 月 17 日桃議議建字第 112000512 8 號函同意墊付)(增額中央普通統籌分配	特色客群集客計畫有別於全台各縣市的觀光推廣，鎖定的客群係特定喜好之族群，目前推出桃園城市變裝嘉年華、國際蔬食客集客計畫及慈湖民國風推廣等活動，分別針對年輕族群、蔬食人口及喜好民國風的人士打造特色旅遊活動，希望創造觀光旅遊的藍海市場。	14,500,000	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)

<p>稅款 14,500,000 元)(收支並列)</p>			
<p>三十、辦理「桃園地方特色營造計畫」相關費用。(依議會 112 年 8 月 17 日桃議議建字第 1120005128 號函同意墊付)(增額中央普通統籌分配稅款 9,500,000 元)(收支並列)</p>	<p>(一)「再見桃花緣計畫」規劃於溪州停車場、森綠花園、角板山行館園區、虎頭山環保公園等地種植桃花苗，使遊客賞花能夠野餐、漫步等進行活動並停留，將另鋪設森綠花園草皮，打造桃花林美景。</p> <p>(二)「後慈湖特色展演活動」結合後慈湖園區修復及環境再造，創作特色展演，為園區營造旅遊新主題。未來規劃邀請專業編導及表演團隊與在地學生團體合作，以後慈湖為主軸量身訂做專屬的表演，如定目劇等，創造話題及關注度。傳承劇目內涵傳承予在地學生表演團體，使劇目能持續在後慈湖展演，加深慈湖園區深度並深化在地連結。</p>	<p>9,500,000</p>	<p>新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)</p>
<p>三十一、辦理「觀光推廣暨海外行銷計畫」相關費用。(依議會 112 年 8 月 17 日桃議議建字第 1120005128 號函同意墊付)(增額中央普通統籌分配稅款 13,100,000 元)(收支並列)</p>	<p>(一)日文旅遊書刊登宣傳計畫係考量日本長年居外籍來台旅客前 3 大來源國，且自由行比例達 8 成，又日本人於旅遊時偏好依旅遊書籍推薦景點作為行程規劃參考，為吸引更多日本觀光客於訪台時前來桃園旅遊，增加桃園景點國際曝光度，規劃邀請日本全國性出版商來桃採訪，以日本人角度推薦桃園景點並於日本販售之台灣旅遊書露出桃園旅遊資訊，提升桃園於日本市場之曝光及知名度，吸引更多日本遊客來桃旅遊。</p> <p>(二)國際宣傳計劃係為爭取國際旅客赴桃觀光，將擇定部分國家加強宣傳，增加桃園知名度及能見度，強化目標客群對桃園旅遊產品之認識，規劃將以名人代言，並於商</p>	<p>13,100,000</p>	<p>新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)</p>

	<p>場或人潮聚集處投放桃園旅遊廣告，藉由大量宣傳，並搭配期間限定之線上線下活動，達成全面性宣傳，以吸引國際旅客赴桃旅遊。</p>		
<p>三十二、 辦理「桃園遊程推廣計畫」相關費用。(依議會112年8月17日桃議議建字第1120005128號函同意墊付)(增額中央普通統籌分配稅款 10,500,000 元)(收支並列)</p>	<p>(一)國際文宣：疫後國際旅遊熱絡，本局為積極爭取國際觀光旅客來桃園旅遊，規劃製作桃園觀光文宣。桃園擁有豐富的觀光資源，匯集絕美的自然風光景色、特色美食、歷史人文及多元民族文化，同時，也有許多觀光景點、特色花季及節慶活動，期透過文宣綜整桃園的食、宿、遊、購、行資訊，展現桃園的觀光旅遊魅力。同時，本案將製作桃園專屬宣導品，做為旅客旅遊回憶的紀念，並形塑桃園特色觀光品牌及深度旅遊魅力。</p> <p>(二)桃園永續旅遊推廣宣傳案：近年民眾旅遊目的多元，可接受之旅遊型態及觀念亦更寬廣，依台灣經濟研究院發布的「永續旅遊生活趨勢調研報告」顯示，有近5成的台灣旅客支持永續旅遊概念，且更有超過9成的旅客樂意支付更多金錢參與永續旅遊的行程，顯見永續旅遊已成為觀光推廣的新方向且極具市場潛力，本案規劃開發及推廣本市永續旅遊，提升桃園旅遊吸引力及觀光產值。</p> <p>(三)桃園特色遊程、商品展示服務：設計並於網路販售桃園特色套裝遊程，同時於機場展示桃園各式產品、提供旅客桃園旅遊諮詢服務，以增加桃園曝光及知名度，讓更多國際遊客認識桃園，也讓桃園優質商家、觀光產業增加展售通路及收益。</p>	<p>10,500,000</p>	<p>新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)</p>

三十三、成立「財團法人桃園市觀光基金會」。	透過成立「財團法人桃園市觀光基金會」推動桃園各項觀光建設、觀光服務及觀光行銷，結合民間相關資源解決問題，共同促進桃園觀光發展，提升桃園觀光旅遊之競爭力。	5,000	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)
三十四、補助「財團法人桃園市觀光基金會」推動桃園觀光發展工作	推動各項觀光建設、觀光服務及觀光行銷，結合民間相關資源解決問題，共同促進桃園觀光發展，提升桃園觀光旅遊之競爭力。	20,000	新增計畫。(新成立企劃暨國際科之業務)
三十五、北橫故事-角板山觀光場域再造計畫	(一)本計畫構想以打造北橫-角板山場域，創造新形態的遊憩據點，提供遊客進入角板山園區，能增加遊憩趣味，並能休憩停留之景區。 (二)將針對角板山園區樟腦收納所進行整修，角板山行館、回字館及樟腦收納所進行展示更新，提供遊客嶄新的角板山園區遊憩內容。	80,000	總經費:80,000千元，中央補助56%:44,800千元，市配合44%(含自償率30%):35,200千元，其中40,000千元為墊付轉正經費。
三十六、大溪中正公園整建規劃設計暨工程	(一)現有公園內之兒童遊具因年代久遠，無法符合現有法規，本案將配合本府文化局文化景觀之設計規範及同時滿足TAF認證重新規劃兒童遊戲場。 (二)另針對園區內老舊設施(如涼亭、護欄杆、排水溝蓋等)進行改善及雜亂物清理，亦加強園區內開放空間及行人步道夜間照明設施，以營造舒適的夜間活動環境。	23,250	總經費 25,000千元，分3年執行，除111年度已編列 1,750千元外，113年度續編列第3年經費 23,250千元。
三十七、頭寮生態步道及周邊景觀改善工程。	兩蔣文化園區(泛指自大溪區慈湖至角板山園區)為本市北橫觀光旅遊重要起點，其中自大溪陵寢經頭寮生態步道，串聯經國紀念館至慈湖雕塑紀念公園，極具推動本市地方特色，能強化在地觀光優勢。	5,000	
三十八、後慈湖園區服務設施優化工程	(一)本案透過優化夜間燈光照明、監視器及廣播系統等，提升夜間交通安全，進而營	7,000	

	<p>造後慈湖生活、生態與美學氛圍，帶來新的面貌與體驗。</p> <p>(二) 為配合未來後慈湖夜間活動，預計自南管制門至5號辦公室園區沿線設置照明裝置，亦針對園區現有監視器及廣播系統優化更新。</p>		
三十九、慈湖遊客中心風華再造計畫	為完善整體慈湖遊憩園區遊憩服務設施及設備，預計重整慈湖遊客中心展示空間，規劃導覽服務站服務空間，以提升 I-CENTER 旅遊服務。	6,000	
四十、後慈湖民國風展演及空間營造計畫-工程營造計畫	<p>為振興後疫情觀光人潮，本處將進行後慈湖辦公室整建工程，並規劃活動展演、動態解說及沉浸式體驗等空間，期將點狀據點橫向串聯形成旅遊線、旅遊帶，由點而線而面擴大北橫整體觀光效益，使國內(外)觀光客願意來訪以提升旅客人次。</p> <p>(一) 園區整體氛圍之營造。  (二) 室內裝修作業之整建。  (三) 戶外整建工程之規劃。  (四) 遊憩動線節點之串聯。  (五) 夜間照明環境之塑造。</p>	32,000	
四十一、探索北橫及轄區推廣活動	<p>(一) 春季、冬季北橫及轄區賞花(梅花、桃花、櫻花)：結合春櫻花季與運動休閒的自行車自我挑戰，活動主軸包括含了低碳環保與健康休閒活動，活絡在地觀光產業。另3、4月間桃花盛開，結合音樂活動及美食饗宴吸引民眾賞花。冬季行銷角板山賞梅風情，並搭配各項親子同樂活動，塑造親子同遊角板山的親善形象，吸引民眾以家庭旅遊方式遊玩角板山，創造冬遊北橫熱潮。</p> <p>(二) 夏季北橫山林野趣季推廣活動：讓生活在水泥叢林的人們走出戶外、親近山林、挑戰極限，並體驗不同難度的探</p>	1,000	

	<p>險活動，在社群媒體上分享精采探險故事。</p> <p>(三)秋季北橫泡湯推廣活動：透過溫泉活動推廣，促進北橫地區溫泉業者自我提升遊憩品質與經營型態。整合北橫旅遊帶觀光資源，辦理行銷，建立北橫旅遊品牌，進而達到永續經營之目標。</p>		
四十二、環境教育設施場所（虎頭山、角板山、小烏來）營運推廣計畫	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	1,000	
四十三、全市落地導覽設施及服務計畫	<p>(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。</p> <p>(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，藉由課程增進導覽與服務知能，向旅客行銷桃園城市魅力。</p>	860	
四十四、觀光景	亮點植栽種植，以汰換生長不良	2,000	



區亮點植栽景觀維護	之現有景觀亮點植栽(包含梅樹、櫻花、白鶴蘭)，並種植桃樹，以打造桃花園美景。		
四十五、大溪中正公園景觀電梯	大溪中正公園景觀電梯於106年興建完成，開放營運至今已服務過眾多民眾，導致許多零件消耗速度較快，且許多零件使用至今也已不敷使用需作汰換，另電梯以玻璃帷幕方式搭建，夏天時內部產生極大之溫室效應，以及位於大漢溪旁濕氣較重等多重原因，電子零件容易鏽蝕氧化需作常態性更換。故本案擬提升電梯品質，並改善電低井溫室現象，提升遊憩品質。	5,000	
四十六、北橫管理站遊客中心防水暨轄區設施修復計畫	<p>(一) 本處轄管羅浮遊客中心配合羅浮溫泉湯池一併委外由溫泉業者經營，惟因遊客中心漏水狀況遲遲無法點交由業者經營，俟完成修繕後點交。</p> <p>(二) 本處轄管拉拉山遊客中心每逢下雨就有大量雨水流入室內，導致裝潢及設備毀損，且因時常有遊客進出，以至於形象不佳，亟需重新施作防水工程。</p> <p>(三) 本處轄管拉拉山遊客中心旁古道因長期大雨沖刷導致草磚凹凸不平，時常有遊客跌倒，為確保遊客安全，需更新鋪設植草磚。</p> <p>(四) 本處轄管之風景特定區內許多設施因經年使用，且部分設施使用天然材質易受自然氣候作用腐壞，如木板，需更新及修復增加使用性。</p>	6,000	總經費 14,000 千元，分兩年執行，113 年編列 6,000 千元、114 年編列 8,000 千元。
四十七、小烏來風景特定區溫泉民宿取供管線工程計畫	(一) 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	2,500	僅設計監造費

	<p>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」。</p> <p>(二) 本次計畫將依「小烏來風景特定區羅浮 2 號井義盛 1 號井溫泉資源探測及羅浮 2 號井開發許可委託服務案」之探測結果，預計 113 年義盛遊客中心旁(復興區義盛段 434-3 地號)完成設置溫泉井。</p> <p>(三) 本計畫將依續當地部落申請、民宿業者需求設置相關取供管線及設備，參考本市羅浮地區溫泉開發帶動羅浮地區觀光人潮成功案例，複製至本市義盛地區，並將溫泉資源擴展至義盛地區，有助於小烏來風景特定區溫泉觀光發展，並增加地區經濟效益。</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--