

# 觀光旅遊局 105 年度施政計畫

## 壹、願景及任務

### 一、願景：桃園時時處處好「桃」

- (一)建立全市觀光旅遊系統架構引導觀光發展，打造觀光旅遊魅力據點，提升整體觀光旅遊空間環境，增進國內外觀光客造訪。
- (二)推動產、官、學攜手協力提升桃園觀光的能見度，建構安全、優質的旅宿環境及旅遊服務，吸引觀光人潮，帶動產業發展。
- (三)創造市立風景區獨特的觀光魅力，提升服務品質，推行園區接駁車服務及自行車遊程，提升遊客的便利並降低對居民生活的衝擊。
- (四)推行生態旅遊之遊程，串連各級產業，發展綠色旅遊，引領綠色觀光產業發展。
- (五)主辦各項特色觀光活動、參加國內外旅展及運用各種媒宣管道整合行銷桃園特色，提振桃園觀光價值。

### 二、任務：

- (一)魅力觀光：規劃本市觀光發展策略，開發本市觀光魅力據點，盤整觀光資源塑造地區特色，推動健康步道等作為。
- (二)有感觀光：輔導本市觀光產業升級，形塑優質品牌及服務品質，提供有感的旅遊諮詢服務，創造感動旅遊的旅服環境。
- (三)永續觀光：市立風景園區永續經營，以生態保育理念為核心，持續營造特色景點，深化環境教育，改善服務設施，提升服務品質。
- (四)綠色觀光：鼓勵使用大眾運輸，推動健康步道及低碳節能的觀光資訊管道，規劃綠色旅遊路線，提供綠色觀光體驗。
- (五)特色觀光：辦理各類特色觀光活動，包裝特色遊程，運用多元行銷手法分眾行銷，營造桃園觀光品牌形象。

## 貳、年度策略目標

### 一、打造觀光旅遊魅力據點，提升整體觀光旅遊空間環境：

- (一)塑造一區一觀光魅力特色與品牌。
- (二)發展旅遊環境整備及旅遊環境亮點。

### 二、推動特色活動與行銷宣傳，打造魅力觀光旅遊印象：

- (一)辦理各項觀光活動。
- (二)媒體報導。
- (三)社群媒體即時互動。

### 三、強化觀光旅遊管理與服務，提供安全又便利之行旅環境：

(一)輔導觀光事業合法設立及觀光產業參與家數。

(二)旅服中心臨櫃諮詢服務人次。

四、推動遊憩園區永續經營，優化旅遊服務品質：

(一)推動北橫旅遊線及虎頭山風景特定區景點建設。

(二)建置環境教育設施及辦理環境教育活動，強化推廣服務效能。

(三)辦理各遊憩園區旅遊服務人員訓練及服務設施改善。

五、推動綠色觀光旅遊服務，落實綠色精神：

(一)推動健康步道及鼓勵大眾運輸搭乘等作為。

(二)運用觀光導覽網及FB等管道，提供多樣低碳的觀光資訊服務。

### 參、年度績效指標

策略目標 (權重)	績效指標 (權重)	衡量標準	105 年度目標值
一、打造觀光旅遊魅力據點，提升整體觀光旅遊空間環境 (13%)	(一)塑造一區一觀光魅力特色與品牌(3%)	桃園市整體觀光政策規劃暨推動策略機制建立案辦理 13 區地方共識會	100%
	(二)發展旅遊環境整備及旅遊環境亮點(10%)	石門水庫及大漢溪整備計畫(預算執行百分比)(3%)	5%
		龍潭大池遊憩設施建置工程(預算執行百分比)(3%)	5%
		桃園市觀光導覽指標系統建置示範計畫(預算執行百分比)(4%)	50%
二、推動特色活動與行銷宣傳，打造魅力觀光旅遊印象 (15%)	(一)辦理特色觀光活動(5%)	活動參與人次	800 萬
	(二)媒體報導(5%)	媒體露出則數	120 則
	(三)社群媒體即時互動(5%)	粉絲團人數	20 萬
三、強化觀光旅遊管理與服務，提供安全又便利之行旅環境 (15%)	(一)輔導觀光事業合法設立(5%)	輔導旅館業或民宿新設立家數	3 家
	(二)輔導觀光產業參與家數(5%)	辦理觀光產業法令政策說明會或教育訓練參與家數	30 家
	(三)旅服中心臨櫃諮詢服務人次(5%)	諮詢或服務人次	12 萬

四、推動遊憩園區永續經營，優化旅遊服務品質 (15%)	(一)推動北橫旅遊線及虎頭山風景特定區景點建設(5%)	特色景點建設 (2%)	1處	
		近生態工法修建各項設施 (3%)	3處	
	(二)建置環境教育設施及辦理環境教育活動，強化推廣服務效能(5%)	參加人數	1500人	
		(三)辦理各遊憩園區旅遊服務人員訓練及服務設施改善(5%)	年服務遊客人次 (2%)	500萬人
			遊客滿意度 (3%)	80%
五、推動綠色觀光旅遊服務，落實綠色精神 (12%)	(一)推動健康步道及鼓勵大眾運輸搭乘等作為(6%)	健康步道 (完成數)(3%)	5條	
		台灣好行搭乘人次增加率(與103年43,124人次比較) (3%)	5%	
	(二)運用觀光導覽網及FB等管道，提供多樣低碳的觀光資訊服務(6%)	觀光導覽網瀏覽人次 (3%)	9萬人	
		FB粉絲團發文則數 (3%)	500則	

#### 肆、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、石門水庫及大漢溪亮點觀光整備計畫	(一)經由民間參與的方式，提升環境共識與環境教育概念，發展多元的觀光旅遊體驗。爭取104~107年度觀光局補助經費，以地方政府財務分級二級估計約3.64億元。 (二)作為本府推廣石門水庫及大漢溪鄰近週邊觀光旅遊服務活動及未來開發經營作為之重要依據。規劃整合具有觀光特色資源，配合地方需求，提供深度體驗之旅遊，藉以吸引觀光人潮帶動週邊觀光遊憩產業發展。	75,000	
二、龍潭大池遊憩設施建置工程	(一)延續104年度「龍潭大池遊憩活動規劃暨經營招商計畫案」辦理觀光吊橋通行復舊工程、九曲橋	48,000	

	<p>連節水岸步道工程、大池休憩綠廊區遊憩升級工程、大池情人庭園區生態水岸改善工程、管理中心活化整備工程及九曲橋外觀與全區指標系統建置工程整備。</p> <p>(二)將以重塑龍潭觀光亮點，提高環境遊憩品質為目標，發展具吸引人潮及延長遊憩停留時間之機會，塑造日與夜間舒適安全之池畔氛圍。</p>		
三、桃園市觀光導覽指標系統建置示範計畫	<p>(一)依 104 年度辦理之桃園市觀光導覽指標設施規劃與設計準則規範計畫成果，挑選示範區域進行相關導覽指標設施之建置。</p> <p>(二)105 年示範區預計分成三部分：步道、大溪老城區及濱海地區。步道部分挑選觀光導覽設施較缺乏之步道，辦理相關設施改善；大溪老城區部分配合市長推動大溪老城區整體規劃之政策，辦理老城區觀光導覽指標設施重新檢視、改善；濱海地區部分，改善部分觀光景點已有鏽蝕或損壞之觀光導覽指標設施。</p> <p>(三)重新整頓示範區觀光導覽指標設施，強化遊客使用之便利性。</p>	5,000	
四、桃園市中壢平鎮八德金三角米干節	<p>(一)中壢平鎮八德金三角米干節活動內容涵括火把節、潑水節等雲南特色慶典，並提供各項雲南美食、文化體驗及展示。</p> <p>(二)前幾年分以成功挑戰「最長米干長龍」金氏世界紀錄及「雲南傳統長街宴」等方式，邀請在地米干店家一同打造雲南特色料理品牌。</p> <p>(三)中壢平鎮八德金三角米干節的辦理，不僅是推廣在地雲南料理，更希望延續當地特色雲南文化，提升民眾的歸屬感及榮譽感，讓全國民眾了解中壢平鎮八德金三角所代表的歷史意義，未來將持續與在地產業結合辦理系列活動。</p>	3,000	

五、北橫旅遊節	<p>(一)將行之有年的水蜜桃季擴大為「北橫旅遊節」辦理，逐年以不同主題推廣北橫之美，以全面行銷「北橫旅遊品牌」，強化遊憩體驗、深化產業。</p> <p>(二)未來將加強二大方向以深化「探險北橫」品牌：擴大北橫平日遊活動，疏散集中假日來訪遊客，提升遊客旅遊品質。推動產業深耕計畫，強化在地產業與觀光活動結合及永續生根。</p>	4,000	
六、大溪豆干節	<p>(一)豆干是大溪的指標性名產，亦是眾多商家賴以維生的明星商品，惟近期因不良商人混用化學物質參雜於豆干製造原料中，造成民眾對市售豆干的恐慌及不信任，致使大溪豆干銷售量受影響。</p> <p>(二)為提升民眾信心，並推廣大溪優質豆干，規劃辦理大溪豆干節，擴大宣傳面並提升活動綜效。未來亦將持續與在地產業結合辦理特色系列活動。</p>	1,000	
七、馬祖文化美食節	<p>(一)桃園市八德區有著獨特的馬祖文化，定居該區的馬祖人甚至比馬祖本島還多，該區喻為馬祖人的第二故鄉。</p> <p>(二)馬祖美食文化節活動的辦理，不僅是為了推廣道地的馬祖料理，更希望延續當地特色馬祖文化，提升民眾的歸屬感及榮譽感，讓全國民眾了解八德地區獨特的歷史意義。</p> <p>(三)將持續與在地產業、當地同鄉會等結合辦理系列活動。</p>	1,000	
八、石門觀光節暨熱氣球嘉年華	<p>(一)本府自 93 年起舉辦石門活魚節，成功打造石門活魚為桃園地方特色，100 年起結合周邊觀光資源擴大為石門觀光節，一併宣傳各項在地特色，並自 101 年起以「楓石門」為活動主題，成功宣傳石門水庫為著名的觀光景點。有鑒於觀光活動元素需創新才能刺激、吸引民眾，為使石門地區觀光與新世代潮流接軌，</p>	6,000	

	<p>104 年活動加入「動漫」元素，以「動漫」方式宣傳石門觀光特色，包括設計石門水庫專屬漫畫、創造結合在地元素的動漫人物等，藉以創造多元旅遊主題吸引民眾前往遊覽，明年度規劃將延續此一主題持續推廣，為地方創造更多特色。</p> <p>(二)熱氣球體驗活動近年於台灣蔚為風潮，花蓮、台東、台南等地紛紛舉辦相關活動，除為地方創造特色亮點外，其所吸引的人潮及創造之觀光效益更為可觀，本市石門水庫南苑生態園區擁有大片平坦草皮及開放空間，適合辦理熱氣球體驗活動，而熱氣球升空後所見之石門水庫及大漢溪下游景色更為本市獨有，天氣晴朗甚可遠觀台北都會，可為石門周邊地區創造旅遊亮點。</p> <p>(三)規劃辦理石門熱氣球節活動，希望透過此一特色吸引遊客前來，並能順道體驗在地客家風情、活魚美食及山水美景。</p>		
九、跨年晚會	<p>晚會將邀請知名藝人與民眾歡慶新年到來，設置「桃園美食專區」宣傳本市夜市、伴手禮、金牌好店等，讓市民了解桃園的在地美食，並讓跨年歡樂氣氛擴及社會大眾。</p>	7,500	
十、民國 106 年桃園燈會	<p>(一)桃園燈會舉辦至今已有 13 年，原由中壢市公所自行辦理，近年來改由市府補助部分經費，並由各公所提案爭取之方式舉辦，歷經中壢區、桃園區、蘆竹區及龍潭區，皆有不同地方特色，例如桃園土地公文化、蘆竹水岸特色、龍潭元宵迎財神傳統等，展現地方多元文化風貌。</p> <p>(二)為推廣在地特色，106 年桃園燈會將延續歷年傳統，請各公所提案爭取辦理，並將周邊景點納入套裝行程規劃，讓民眾除了賞燈之外，還可順道遊，提供民眾春遊桃園的好去處。</p>	20,000	

	(三)配合跨年度作業期程自 105 年 6 月起規劃 106 年元宵節活動經費。		
十一、2016 台灣燈會在桃園	<p>(一) 2016 年台灣燈會將首次在桃園舉辦(2 月 22 日至 3 月 6 日)，利用台灣高鐵桃園站至青塘園間作為活動場地。</p> <p>(二) 桃園擁有閩南、客家、眷村、原住民、新移民等不同族群的文化特色，同時也是重要的產業及科技重鎮，整體活動以「多元文化」及「科技夢想」為規劃主軸，將結合桃園特色設置燈區包括「宗教祈福燈區」、「科技世界燈區」、「童話夢工廠燈區」、「桃園故事燈區」、「新桃花園燈區」為規劃亮點，呈現別開生面的新桃花源。</p>	70,315	
十二、「一區一特色」活動	<p>(一) 為瞭解各區觀光資源，共舉辦 13 場十三區需求策略共識會，配合地方上的觀光需求，提升在地觀光旅遊服務品質，提升桃園觀光發展。</p> <p>(二) 委託 12 區公所及補助復興區公所各 50 萬元經費辦理一區一特色相關活動。</p>	6,500	
十三、市長盃海上龍舟競賽活動	<p>(一) 大園區公所於民國 91 年端午節時遇早象，進而發想舉辦全台最具特色的「陸上龍舟」競賽活動，進而成為竹圍地區的特色活動，年年舉辦吸引很多社區、機關和企業都參賽。</p> <p>(二) 明年活動將擴大舉辦，讓全市各區都能參加，創新辦理「海上龍舟競賽」，讓民眾感受到不一樣的龍舟賽，更希望竹圍地區成為桃園市休閒旅遊的觀光亮點。</p>	5,000	

<p>十四、參加國內外旅展推展桃園觀光</p>	<p>(一)國際旅展宣傳打響桃園招牌： 桃園掌握台灣絕佳地理環境「國門之都」先機，前往國外旅展參展是不容錯過的最佳國際宣傳方式，透過參展宣傳亦能提高桃園在國際間能見度，邀集本市觀光產業業者共同前往參展更可創造雙贏局面，並提供國際觀光旅客更優質的台灣旅遊景點選擇。</p> <p>(二)國內旅展北中南旅遊市場開發宣傳： 透過國內旅展宣傳本市觀光特色，新興觀光旅遊景點或活動，同時亦邀集本市合法旅宿業者、在地觀光產業、觀光工廠等業者共同前往參展，掌握旅展帶來的龐大商機，從北部大型旅展(台北國際旅展)，延伸至台中、高雄地區，開拓中南部國旅客群，將桃園觀光旅遊訊息帶至全台灣。</p>	<p>5,000</p>	
<p>十五、辦理各項踩線活動推展桃園觀光</p>	<p>為推廣桃園觀光，讓民眾知道桃園擁有許多獨特之新玩法及景點新體驗，規劃辦理旅遊線媒體記者及相關團體之踩線活動，持續配合年度觀光活動及具特色之觀光新景點，設計桃園特色專屬推薦行程，推薦不同時期、地區的特色主題與觀光景點，於觀光活動開始之前先行邀請媒體、部落客實地走訪，以親身體驗作為報導桃園之素材。</p>	<p>1,000</p>	
<p>十六、平面電子廣播網路媒宣及觀光影片拍攝宣傳</p>	<p>(一)桃園市觀光影片託播宣傳： 桃園市處處美景，都市山林四季風光與特色主題觀光活動等，經由專業攝影取景拍攝製成本市觀光宣傳影片，包裝本市觀光旅遊特色，將宜人景致送至普羅大眾眼前，透過電視廣告託播，可達到最佳宣傳效果，吸引民眾目光。</p> <p>(二)各類平面廣告、觀光宣傳配合： 一般民眾獲取觀光訊息除了網路與電視之外，平面報章雜誌亦屬大宗，配合各類活動刊登平面廣告或宣傳等，可以有效地將觀光</p>	<p>6,000</p>	



	<p>訊息傳達給民眾。</p> <p>(三)網路行銷宣傳： 「愛&lt;桃」臉書粉絲團以即時性的社群互動方式提供民眾軟性且最即時的觀光旅遊訊息，宣傳桃園觀光具有高度傳播力，搭配觀光活動進行時規劃創意網路宣傳活動，使活動訊息能更為快速的轉發分享。</p>		
十七、製作文宣摺頁及宣傳品推展桃園觀光	<p>(一)本市遊客數逐年成長，統計機場、台鐵、高鐵旅服中心及轄區內遊客中心等服務站點，每年文宣索取量超過20萬份，觀光文宣為推廣觀光最基本工具，除能有效宣傳桃園特色之美，更是遊客旅行必備指南書。</p> <p>(二)本市升格直轄市後將持續整合全市觀光資源，編製旅遊書籍，提供更貼心全新遊桃園的新玩法，以型塑桃園特色觀光品牌及深度旅遊魅力。</p>	3,000	
十八、旅宿法令宣導計畫	<p>(一)辦理本市旅宿業法規宣導。</p> <p>(二)設計網路宣導廣告於各大訂房網頁上宣導，另製作宣導摺頁，便於其他場合或稽查時宣導使用。</p>	600	
十九、輔導旅館業及民宿服務品質提升計畫	<p>(一)辦理特色旅宿宣傳活動，以兼具在地與創意的元素標的，凸顯本市旅宿業特色。</p> <p>(二)辦理競爭性旅宿評鑑活動，透過專家與民眾的參與，對本市業者進行綜合評比，並續辦餐旅服務競賽。</p> <p>(三)辦理星級旅館與好客民宿輔導認證計畫。</p>	2,500	
二十、旅遊服務中心營運管理及提供優質之旅遊諮詢服務	<p>(一)辦理桃園、中壢火車站及高鐵桃園車站旅遊服務中心委外營運管理，提供旅遊諮詢服務，行銷推廣本市觀光旅遊活動與知名度。</p> <p>(二)辦理定期現地無預警考評及神秘客考評雙考核制度以提升本市旅服中心整體服務品質。</p> <p>(三)建立示範站點工作分析與流程輔導，可標準化作業流程，提高績效。</p>	2,400	

<p>二十一、大溪崖線計畫及週邊景觀整建工程規劃設計</p>	<p>(一)規劃改善既有大溪中正公園西側臨大漢溪崖邊老舊、基礎下陷及表面剝落之護欄及邊坡，利用現地地形、自然景觀重新規劃設計，提供居高臨下欣賞大漢溪地形生態景觀景點。</p> <p>(二)透過整體規劃改善崖邊步道，串連各歷史建築，推廣大溪人文歷史之旅。</p>	<p>2,000</p>	
<p>二十二、小烏來風景特定區義盛遊客中心</p>	<p>(一)建置小烏來風景特定區義盛遊客中心，提供友善旅遊環境，提高服務品質，服務每年 60 萬人以上的遊客。</p> <p>(二)建置當地里民之戶外休憩場域，連接小烏來風景特定區各項景點設施。</p>	<p>15,000</p>	
<p>二十三、小烏來森呼吸步道整建工程暨巴陵 1、2 號隧道及巴陵吊橋風貌營造工程</p>	<p>(一)預計改善 1,000 公尺森林步道及建置 80 公尺鋼構棧道並加強檢修 2,000 公尺步道設施，形成 3 公里長的深呼吸環狀遊程。</p> <p>(二)提供多條遊憩動線，遊客可沿著步道而行，環山走趟健康之旅，感受森林芬多精及瀑布底負離子元氣 SPA。另可於和平吊橋處銜接大利敢水圳古道，經義興吊橋抵羅浮部落，體驗泰雅農耕文化，探索泰雅部落穿山跨溪的水圳文化。</p> <p>(三)營造「發現神木部落」主題風貌，活化巴陵 1、2 號隧道、巴陵吊橋及鐵線橋遺址等 3 處主題風貌供遊客參訪使用。</p> <p>(四)連結既有「巴陵古道生態園區」蝴蝶館、甲蟲館、闊葉林館、地質館等設施，塑造兼具人文、地理、歷史之生態園區。</p> <p>(五)帶動下巴陵商圈發展，提升當地原鄉觀光品質及經濟。</p>	<p>15,000</p>	
<p>二十四、環境教育教學活動暨永續種子計畫</p>	<p>(一)規劃教學方案、主題活動，提供多元環境教育學習活動，增加民眾學習興趣，辦理教學推廣活動，積極推廣環境教育教學。</p> <p>(二)培訓環教種子教師，建立永續發展經營之環境教育團隊基礎，建</p>	<p>600</p>	

	立夥伴關係，形成區域環境教育網絡，增加整體環境教育教學活動效益。		
二十五、小烏來暨羅浮地區接駁車計畫	(一)以接駁車接送於不同景點，達成節能減碳之目標。 (二)藉由假日接駁車設置改善小烏來周邊區域交通便利性。	500	
二十六、綠色旅遊遊程規劃計畫	(一)配合每年三次花季時程(拉拉山櫻花季、角板山根節蘭展、角板山梅花季)，規劃各式賞花遊程及活動(櫻花勇士、根節蘭插花展、梅花野餐樂)，藉由辦理特色花季等活動及規劃綠色旅遊遊程。 (二)結合在地各級產業以串連各類旅遊資源，推廣並利用北橫碧綠的山脈及豐富的林相資源，達到綠色旅遊目標。	800	
二十七、桃園市健康步道推動案	(一)建立獎補助執行基準，補助民間申請步道環境整備提案，改善本市步道系統整環境。 (二)藉由引進民間團體力量，改善本市各步道環境，以期建構出桃園市完整的步道系統，除了提供民眾良好休閒環境，亦可提供生態及歷史人文之體驗感受。	2,500	
二十八、台灣好行慈湖線及小烏來線服務升級計畫	(一)整合旅遊活動中相關食、宿、遊、購、行等各項資源，提供整體性優惠，以提昇旅運之附加價值，並以創意性之行銷方式，鼓勵民眾運用公共運輸出遊。 (二)針對臺灣好行路線沿線觀光景點的串連及搭配本市舉辦各類活動，提升台灣好行曝光度，以提升搭乘運量。	2,000	中央補助款