

桃園市議會第3屆第3次定期會

桃園市政府觀光旅遊局
工作報告

報告人：局長 周 柏 吟

中華民國 113 年 3 月

目錄

壹、現階段重要工作執行情形	1
一、旅遊行銷業務	1
(一)觀光亮點活動	1
1. 2023 探索北橫.....	1
2. 2023 桃園萬聖城 (112 年 10 月 21 日至 10 月 31 日).....	2
3. 建置桃園風箏主題裝置藝術.....	3
4. 2024 桃園跨年晚會 (112 年 12 月 31 日).....	3
5. 2024 桃園燈會 (113 年 2 月 21 日至 3 月 3 日).....	4
(二)觀光推廣業務	5
1. 辦理泰國曼谷旅遊推介會.....	5
2. 世界客家博覽會-遊程推廣暨國內外行銷	5
3. 桃園庶民美食遴選宣傳.....	6
4. 邀請國外業者來桃踩線.....	6
5. 桃園觀光宣傳影片製作.....	7
6. 社群媒體平臺經營.....	7
7. 桃園觀光多媒體宣傳投放.....	7
8. 2023 國內旅展參展行銷推廣.....	8
9. 桃園旅遊形象識別設計調查研究.....	8
二、觀光管理業務	8
(一)旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況.....	8
(二)旅宿業管理輔導業務績效考核連續 5 年蟬聯「特優」	8
(三)遊客服務	9
(四)辦理民宿管家學校及民宿行銷	10
(五)輔導民宿申設增加桃園民宿數量.....	10
(六)輔導露營場申請許可使用及設置登記.....	11
(七)持續推動臺灣好行並提升服務品質.....	11

(八)辦理桃園好棧評鑑暨行銷推廣	12
(九)鼓勵民眾入住桃園低碳旅宿	13
(十)福岡旅行業協會回訪桃園，深化桃園、福岡觀光交流	13
(十一)結合節慶活動推出桃園旅宿優惠	13
三、觀光技術業務	13
(一)透過資源盤點分析及遊程建構，打造「大龍門低碳旅遊廊帶」 .	13
(二)推動桃園低碳旅遊—旅遊景點設置充電樁計畫	14
(三)建設觀光遊憩帶	15
四、企劃國際業務	17
(一)觀光發展企劃	17
(二)拓展桃園國際觀光市場	18
(三)桃園觀光資訊首登日文知名旅遊書	20
五、風景區管理業務	20
(一)虎頭山風景特定區	20
(二)大溪中正公園	21
(三)慈湖園區	21
(四)北橫故事一角板山觀光場域再造計畫	22
(五)小烏來風景特定區	22
(六)拉拉山風景區	23
(七)再造桃花源計畫	24
(八)風景區觀光服務推廣	24
(九)遊憩亮點活動	25

六、智慧觀光業務	26
(一)桃園觀光景區舒適度燈號系統	26
(二)即時影像觀察人流狀況	26
(三)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析.....	26
貳、未來努力方向	27
一、旅遊行銷業務	27
(一)2024 龍岡米干節 (預計於 113 年 4 月 20 日至 28 日舉辦).....	27
(二)2024 桃園扮裝嘉年華體驗推廣案(113 年 6 月 1 日、2 日舉辦)..	27
(三)2025 臺灣燈會.....	27
二、觀光管理業務	28
(一)持續推廣環保旅宿計畫	28
(二)桃園好棧行銷增加國際曝光	28
(三)提升旅宿業專業職能	28
(四)113 年輔導民宿申設及合法化.....	28
(五)積極爭取中央補助桃園市露營場輔導及管理計畫	29
三、觀光技術業務	29
(一)發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點.....	29
(二)積極爭取中央建設補助，提升本市各遊憩據點品質	29
(三)廣續推動觀光地區整體區位發展，帶動地方經濟發展提升	29
四、企劃國際業務	30
(一)辦理大溪豆干節暨相關行銷活動.....	30
(二)辦理桃園國際觀光代言人宣傳活動.....	30
(三)桃園國際遊程導客暨行銷計劃	30

(四)桃園國際觀光行銷文宣及宣導品製作.....	30
(五)辦理基北北桃四市韓國聯合旅遊推介會.....	30
五、風景區管理業務	31
(一)虎頭山遊憩據點改造活化	31
(二)推動北橫國家級風景特定區	31
(三)小烏來風景特定區旅館區細部計畫案.....	32
(四)辦理 2024 探索北橫春季活動-挑戰北橫 X 橫越大龍門	32
六、智慧觀光業務	32
(一)桃園觀光景區舒適度燈號	32
(二)即時影像.....	32
(三)「桃園智慧遊」APP 行動系統智慧化升級	32
(四)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析.....	33
參、結語	34
【附錄】桃園市政府觀光旅遊局各科室處聯絡電話一覽表	35

欣逢貴會召開第 3 屆第 3 次定期會，^{柏吟}列席報告觀光旅遊局重要施政成果及未來施政重點，本局於 112 年成立企劃暨國際科，除持續辦理國內各項觀光活動推廣發展、亦將著重於國際旅客行銷；成立觀光會報，強化本府跨局處整合，期許再造桃園觀光品牌，呈現全新觀光印象，在貴會的支持與指導下，本局業務得以持續精進並順利推展，在此代表全體同仁致上由衷謝意。

112 年下半年迄今，本局辦理萬聖城、跨年晚會、燈會、配合世界客家博覽會行銷桃園、參加國內旅展、推動國內及國際觀光交流、輔導旅宿及露營產業，並持續建設風景區環境，加強觀光環境整備，以提振本市觀光產業，吸引旅客來桃園觀光，^{柏吟}謹就本局旅遊行銷、觀光技術業務、觀光產業管理、企劃暨國際業務、風景區管理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、旅遊行銷業務

(一)觀光亮點活動

1. 2023 探索北橫

2023 探索北橫係「北橫風景區遊憩廊帶亮點形塑計畫」之子計畫，執行期間為 112 年 7 月至 10 月。主要重點工作成果臚列如下：

- (1) 打造年輕、國際及永續之全新北橫觀光形象系列品牌「探索北橫 Explore Taoyuan」，透過統一的品牌識別持續經營發展北橫廊帶觀光。
- (2) 導入觀光零組件概念，推出 6 條北橫夏秋主題遊程(躍動青春、獵徑尋蹤、文藝復興、泰山歷險、知竹常樂、溪遊山水)，將戶外健走、特色體驗、風味美食與在地旅宿等組件進行重組包裝並推廣給遊客與旅遊業者，展現北橫觀光旅遊的市場潛力；六條主題遊程中有三條遊程進行商品化測試上架販售，其中以完整行程販售者計一條「文藝復興」，以零組件拼裝販售計二條「泰山歷險(組件：東眼山攀樹)」及「躍動青春(組件：打鐵寮古道健走)」。
- (3) 透過多元行銷策略，創造北橫觀光旅遊話題與聲量，包含「媒體踩線」1 場、「名人帶路一日遊」6 場、「地方聲遊」8 首、「形象影片」

3 支、「專屬品牌網站」及多元媒體宣傳；其中社群露出逾 122 則貼文(含限動)、網路及平面報導逾 44 則、平面雜誌專題報導 2 期、網路雜誌專題報導 5 篇、形象影片及活動花絮影片網路觀看人次近 13 萬人次。



探索北橫形象影片



名人帶路一日遊：獵徑尋蹤

2. 2023 桃園萬聖城 (112 年 10 月 21 日至 10 月 31 日)

- (1) 2023 桃園萬聖城於桃園藝文廣場及藝文綠園道舉辦，為期 11 天歷年最長的萬聖節活動，活動設計朝年輕化進行，並首度推出萬聖城限定 AR 濾鏡、NFT，也有萬聖變裝大賽、踩街大遊行，讓大小朋友盡情變裝展現自我；同時針對年輕族群設計的變裝音樂派對、電音派對及動漫演唱會，也邀請桃園星人秀優秀表演團隊帶來精彩演出，亦結合桃園咖啡節帶來 2 天假日快閃市集，每晚不同的主題之夜，帶給民眾不同驚喜。
- (2) 活動成效—11 天活動共吸引逾 94 萬人次參與，超過 334 則新聞報導、網路廣告曝光逾 27 萬次、官方網站逾 48 萬次瀏覽、社群媒體曝光逾 56 萬次、廣播廣告觸達人數逾 2,168 萬次。



桃園萬聖城裝置藝術
「彩虹女巫咖啡屋」



桃園萬聖城
「YOYO 廚房 Party」

3. 建置桃園風箏主題裝置藝術

為推動大溪中庄地區能長期服務遊客並成為旅遊新亮點，本局規劃以「風」為主題，打造 4 座裝置藝術作品，包含與臺灣藝術家合作打造的地景藝術「乘風小憩所」；採集環境資訊轉譯而成的樂音串連實體裝置「風的介面」，巧妙融入中庄風的元素；饒富童趣的巨大化竹蜻蜓「城市幻想：飛向兒時的路」，另為增加作品之豐富性與在地連結性，與澳洲藝術家 Mulga 合作特別設計專屬桃園的「大溪豆干哥」裝置作品，結合在地元素及童趣風格，讓大崙崙親水園區整體視覺更豐富化，未來將持續透過亮點裝置藝術作品及追風主題展演讓遊客認識此一乘風處所，並串連周邊景點以及大溪、龍潭、石門周邊的自行車旅遊，帶來觀光新亮點。

4. 2024 桃園跨年晚會 (112 年 12 月 31 日)

- (1) 2024 桃園跨年晚會於 112 年 12 月 31 日晚間 7 點至 113 年 1 月 1 日零時 30 分在桃園高鐵站前廣場舉行。晚會由宇珊與陳大天首次搭檔主持，並邀請中、韓及臺灣共 14 組樂團、歌手及團體等藝人到場獻唱，亮點藝人包含動力火車、丁噹(中)、N.Flying(韓)。此外，亦邀請到亞洲知名的臺灣藝術表演團體 Luxy Boyz 到場，透過前衛的舞蹈藝術表演讓整個跨年節目的科幻與未來感更升級，以及邀請 6 位桃園體育選手登臺與市長一起跨年，感謝他們在杭州亞運及成都世大運為臺爭光，以及與現場民眾一起為取得法國奧運資格的選手加油。
- (2) 跨年晚會累積近 17 萬人次到場同歡、電視觀看首播合計達 170 萬 8,000 人次、Youtube 頻道觀看人數達 64 萬次、國內外之平面、數位與電子媒體報導合計逾 250 則。



2024 跨年晚會



現場大合照

5. 2024 桃園燈會 (113 年 2 月 21 日至 3 月 3 日)

- (1) 2024 桃園燈會在南昌森林運動公園及虎頭山創新園區舉辦，以「閃閃桃園 閃閃桃林」為主題點亮桃園。今年桃園燈會包含三大亮點，超夯澳洲藝術家團隊 ENESS 來臺首次免費公開展演、漢服市集重現古代元宵氛圍及雙展區主題表演不間斷，邀請各地遊客感受桃園多元文化魅力；今年更加碼以 100% 使用回收永續材料及循環利用理念推出「桃氣龍」、「寶桃龍」及搭乘大眾運輸限量版「春桃共榮」共 3 款小提燈，讓民眾來桃園賞燈也可帶走珍貴回憶。
- (2) 「南昌燈區」以多元族群共榮為主題，展出多組國內外藝術家的大型燈光藝術作品，有來自澳洲藝術團隊 ENESS 打造的「AIRSHIP ORCHESTRA」燈組，由 16 個大型充氣氣球的互動裝置，隨著遊客經過改變顏色，首度在臺免費公開展演；原住民藝術家伊誕·巴瓦瓦隆為南昌燈區量身打造的「星星閃爍 在說話」作品；藝術家李柏均創作的「遊龍」，以客家竹編技藝結合現代化的竹構線條勾勒大樹中的祥龍姿態，在樹梢間翱翔盤旋。另外還有大型燈光展演秀，利用多面大型 LED 螢幕錯落呈現，與大自然場域的樹木、草地作科技與自然間的互動，宛如精采的戶外大型藝術展演。
- (3) 「虎頭山燈區」也和同為桃園人的方文山老師合作，方文山老師是西塘漢服文化周的發起人，借重他們的考據專業，將完整還原的宋、明服飾和宮燈帶到現場，區內設置以穿越古今風格規劃，在現代互動燈區民眾可透過不同的裝置與光影同樂，走過時光燈廊來到古代漢服市集區，彷彿穿越時空回到古代元宵賞燈，今年也是史上第一次邀請桃園在地神明到燈會現場庇佑眾生，宮廟活動每日滿滿人潮，今年度也是第一次加入每日主題表演，讓年節體驗及在地美食等眾多豐富內容陪伴到訪遊客。
- (4) 今年也打造了最大的互動燈區，不論是虎頭山燈區的「科技之幻境」、「光球奇遇」、「數位奇境盒」等燈組，或是南昌燈區的「飛天交響樂」，甚至是主題燈光展演秀，不僅能拍照，還可以實際與燈組互動，大小朋友都玩得開心。



ENESS-飛天交響樂
Airship Orchestra



李柏均-遊龍

(二)觀光推廣業務

1. 辦理泰國曼谷旅遊推介會

- (1) 為爭取海外旅遊市場並建立桃園觀光品牌形象，本局於 112 年 11 月 21 日至 11 月 25 日組團至泰國曼谷辦理 B2B 旅遊推介會，整合本市旅宿、航空公司、旅行社(含 OTA)、伴手禮等 31 家業者共同參與，將本市優質住宿、特色景點、美食、伴手禮等提供給當地旅行社或媒體作遊程包裝，希冀透過推介會交流推廣行銷，積極建立與國外旅遊相關產業之合作平臺。
- (2) 本次亦拜會泰國出境旅遊協會(TTAA)及泰國主力旅行社進行經驗交流，並與泰國出境旅遊協會及三大旅行業者 Quality Express、Miramar Travel、Supertrips 代表簽屬觀光合作備忘錄 MOU，備忘錄重點為雙方將展開觀光活動、旅遊景點等之觀光交流活動，促進雙邊觀光之互惠及發展。
- (3) 後續本案持續與泰國旅行社進行實質合作及推廣，Supertrips、Wonderful Package、Quality Express 3 家旅行社分別於 112 年 12 月上架與桃園相關產品，將桃園景點如大溪老街、小烏來風景特定區、迎富送窮廟、X park、華泰名品城、小人國等納入包裝，希冀未來透過更多的合作方案與亮點擴大臺泰觀光交流契機，也藉此深化旅遊產業合作機會，搶攻泰國民眾來桃園旅遊市場。

2. 世界客家博覽會-遊程推廣暨國內外行銷

- (1) 世界客家博覽會遊程推廣於 112 年 8 月 11 日至 10 月 15 日以世界客家博覽會主展館及副場館為核心串連周邊景點規劃小旅行，推

出結合客家元素、在地特色、民眾體驗等之主題遊程，吸引更多民眾前來本市旅遊。

- (2) 七大旅遊協會簽署迎客合作備忘錄：活動辦理期間，持續透過公會進行邀稿、遊程規劃，鼓勵旅行業者推出以客家為元素並融入在地特色、民眾體驗等之遊程；本案共計約 89 家旅行社共同合作推出近百條遊程，出團人數達 11,410 人次，未來將持續整合受歡迎之景點規劃建議遊程，提供相關公協會、旅行社等參考包裝，並透過本局社群平臺積極宣傳推廣。
- (3) 世界客家博覽會國內外行銷以「帶動世客博參展人潮，促進桃園觀光旅遊」為宣傳主軸，邀請民眾、明星藝人及日、韓、新、馬等各國網紅至世客博場館及桃園旅遊景點進行互動，行銷宣傳本市觀光亮點、特色活動、私房旅遊景點小吃以及客家人文風情，提升遊客來桃園旅遊之意願；另與電視節目「飢餓遊戲」合作行銷，推出實境互動遊戲「飢客任務-尋找主持人」闖關任務，以尋找飢餓遊戲 5 位主持人的線上闖關任務，結合桃園或客家相關的吃喝玩樂主題，邀請民眾前來解謎。
- (4) 於世界客家博覽會展覽期間「飢餓遊戲」實境互動專區累計造訪人次：84,124 人次，實境互動節目、國內外網紅社群曝光超過 900 萬人次。

3. 桃園庶民美食遴選宣傳

- (1) 為呈現桃園美食之豐富選擇並發掘多樣化的庶民美食，本案結合民眾信賴的美食遴選品牌，由名人遴選出的「桃園 100 碗」，分布桃園 13 個行政區，共 90 間店家入榜，入選之佳餚廣納多元種類的餐廳，從傳統美食到異國風味，如：臺式小吃、客家美食、粵菜、牛肉麵、滇越料理、日韓美食、東南亞小食到甜品，發現親民的好味道。
- (2) 獲選名單已刊登「500 輯」特刊(聯合報特刊，全臺發行 30 萬份)並於相關社群平臺同步宣傳推廣，採波段性宣傳模式，以加強獲選美食之曝光度，吸引遊客啟動美食雷達，探索「桃園 100 碗」。

4. 邀請國外業者來桃踩線

為了型塑桃園東南亞旅客友善城市意象並爭取海外市場，本府觀光

旅遊局主動爭取與星宇航空、泰越捷航空公司及惠康旅行社合作，分別於 112 年 8 月 28、29 日以及 10 月 13 日邀請泰國主力旅行社來桃踩線，規劃一日的參訪行程並辦理產業交流活動，邀集本市觀光旅遊相關產業面對面交流，建立日後合作契機，吸引更多遊客能前來體驗桃園之美。

5. 桃園觀光宣傳影片製作

為推廣桃園觀光，本局針對不同國籍旅客和群眾做不同的嘗試及調整，結合時下流行的影音行銷，希望透過具記憶點、渲染力之影片積極爭取東南亞旅遊市場，對外行銷推展桃園觀光品牌。影片亦融入桃園多元文化的面貌，透過與新住民(泰國、越南)、原住民等舞團共舞，展現本市豐富的觀光人文資源。另外為配合「第 18 屆海峽旅遊博覽會」臺灣展區之觀光形象宣傳，本局製作桃園觀光形象影片於博覽會現場播放，提升桃園國門之都觀光能見度，共同推廣臺灣觀光，未來影片亦將供各大旅展及推廣活動使用。

6. 社群媒體平臺經營

- (1) 樂遊桃園 Facebook 和 Instagram 粉絲人數截至 113 年 1 月分別約為 478,714 人及 83,758 人。
- (2) 112 年執行重點為強化社群互動及國內外旅遊行銷宣傳，結合多型態的社群活(互)動、多媒體素材以及國內外 KOL 如啦啦隊女神岱縈、香港網紅 Jeremy、馬來西亞網紅 Jeff&Inthira，提供最新旅遊資訊；另為持續深化國內外旅遊推廣，本年度(113)宣傳重點為透過社群互動、網路活動及邀請國內外 KOL，運用創意發布觀光旅遊行銷議題或活動資訊，並配合本府宣傳政策如探索北橫、大龍門旅遊廊帶等相關觀光主題，依照不同粉絲客群設計主題式社群網路宣傳企劃，強化粉絲參與度，讓旅客能夠迅速取得桃園最新旅遊資訊並透過社群發酵將桃園觀光品牌化，持續厚植國內旅遊及開拓國際觀光市場。

7. 桃園觀光多媒體宣傳投放

為宣傳推廣桃園秋冬季節特色旅遊，呈現桃園旅遊之多元選擇，增加桃園景點之能見度並推廣遊程，本案藉由多元行銷通路，如雜誌、專題宣傳、Podcast、短影音等並結合珍珠海岸、探索北橫、桃園 100

碗美食等主題行銷推廣，以吸引民眾旅遊桃園，達到宣傳觀光的效果。

8. 2023 國內旅展參展行銷推廣

「2023ITF 臺北國際旅展」112 年 11 月 3 日至 11 月 6 日於臺北南港展覽館舉辦，本局以「探索北橫」及「青春山海線」海線景點為推廣主軸，並召集桃園優質觀光業者住都大飯店、臺北諾富特華航桃園機場飯店、渴望會館、桃園大溪笠復威斯汀度假酒店、桃園捷運公司、第一銀行、周舍農園、伴手禮協會、隨緣茶場等共同打造桃園館，展期間規劃超過 20 場展攤活動，包含開幕活動、業者推廣、Kahoot 機智問答、DIY 體驗等舞臺活動，透過與現場民眾交流互動宣傳本市觀光旅遊，提升民眾對桃園觀光旅遊的印象。本次旅展共計 28 則新聞露出。

9. 桃園旅遊形象識別設計調查研究

為加深國內外遊客旅遊桃園之整體意象，塑造本市觀光品牌符號，本局規劃扎實的訪談與基礎調查，如透過網路及街頭問卷調查、府內一級主管以及學者專家訪談等多層次調查方法，深入瞭解民眾對於桃園旅遊品牌形象的看法和期望，再經過系統性的整合，結合機關訪談結論，綜整出深入且全面的桃園旅遊視覺形象調查成果，希冀未來供製作整體桃園觀光視覺，進而開發觀光相關文宣及社群媒體運用宣傳，增加國內外遊客藉由旅遊形象識別產生對於造訪桃園旅遊之聯想，以提升國際識別感及強化國內外旅客之旅遊桃園印象。

二、觀光管理業務

(一) 旅宿業申辦輔導—旅宿設立登記概況

截至 113 年 1 月底止，旅館共計 201 家，房間數 10,503 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 124 家，房間數 498 間。

(二) 旅宿業管理輔導業務績效考核連續 5 年蟬聯「特優」

交通部觀光署為提升地方政府對於所轄旅館業及民宿之管理成效與重視度，每年皆辦理旅宿業管理輔導績效考核，本局自 108 年起至 112 年連續 5 年蟬聯「特優」佳績，顯見本局近年來對旅宿業管理及提升旅客服務品質之用心，不僅在全國各縣市中成為學習標竿，更深獲交

通部觀光署高度肯定。

(三)遊客服務

1. 旅遊服務中心服務品質提升

本市於桃園火車站、中壢火車站及高鐵桃園站等重要交通節點設置旅遊服務中心，提供旅遊諮詢服務，爭取交通部觀光署經費補助，並接受該署之統一規範及督導考核，主要工作為蒐集本市觀光景點及活動資訊、提供旅遊文宣、交通及住宿諮詢，透過站上海報張貼、現場諮詢、FB 粉絲團等等，宣傳本市活動，如世客博、萬聖城、跨年、蓮花季及燈會等等，本(113)年度結合本市大專院校，分別由本市健行科技大學、萬能科技大學等具有觀光科系學校經營管理，桃園火車站旅遊服務中心服務亮點為東南亞友善服務，包括東南亞語觀光地圖及配合各項東南亞友善觀光推廣活動，中壢火車站服務亮點則是利用中壢火車站站體空間，張貼形象海報，行銷本市臺灣好行四條路線；桃園高鐵站旅遊服務中心則是桃園好玩卡取票點，提供來訪北北基桃的遊客除了臺北火車站之外，更方便的取票服務。

2. 借問站友善服務

為推廣友善旅遊服務，本市結合商店、餐廳、旅館、觀光景點等設置 24 處借問站，結合民間服務能量，提供旅客簡易諮詢及在地深度旅遊服務，除了新增阿姆坪碼頭及香魚咖啡(十一份觀光文化園區)兩處借問站，分別製作識別標誌及散步地圖，亦已針對東南亞旅客較多的站點，包括桃花園飯店、達文西瓜藝文館、明義堂香行、福容大飯店桃園店、福容大飯店中壢店等製作東南亞語版散步地圖，推廣鄰近景點，便利遊客體驗在地旅遊。



借問站-草店尾小客廳藝文空間



借問站-達文西瓜商店

(四)辦理民宿管家學校及民宿行銷

1. 為持續協助桃園民宿業者提升服務質量及行銷宣傳，辦理臺南及苗栗民宿進行交流會議，由臺南及苗栗民宿協會針對老街申設民宿及創新服務，分享經營管理理念及特色營造經驗，另透過臺南市政府及苗栗縣政府觀光單位進行法規及產業管理的交流，產官共同成長觀光知識，激發本市民宿經營者經營靈感。
2. 112 年民宿管家學校首度結合國際知名品牌 GoPro，並舉辦全臺首屆 GoPro Summit (GoPro 攝影專業者高峰會)，邀請 16 位來自世界各國的 GoPro 專業玩家入住桃園好棧拍攝宣傳，藉由 GoPro 官方網站及玩家個人頻道推廣桃園觀光活動及景點；另為延續 GoPro 影片行銷桃園效應，更透過 GoPro 世界供應商大會及新機發表會上撥放，IG 粉絲互動數達 100 萬人次。



結合國際知名品牌 GoPro

(辦理 GoPro 攝影專業者高峰會)



臺南市民宿協會經驗分享

(五)輔導民宿申設增加桃園民宿數量

本市自 107 年開始於大溪辦理民宿設立諮詢中心以來已持續辦理 6 年，近年更擴展至龍潭區、復興區，民眾可於當地的諮詢中心就近諮詢民宿申設相關問題，並由專業團隊協助處理有意願經營民宿的民眾在申設中面臨的各種問題，並調查區內符合設置民宿條件的建物及有意願經營民宿的潛在經營者，協助其申設民宿。此外，透過桃園市民宿發展協會及目前正在經營民宿之經營者之經驗分享，讓民眾了解民宿經營的訣竅並降低經營風險。透過本次民宿輔導案，112 年本市合法民宿數量共增加了 8 家，截至 113 年 1 月 31 日止總數達 124 家。



民宿申設說明會-大溪場次



民宿申設說明會-復興場次

(六)輔導露營場申請許可使用及設置登記

為輔導本市露營場合法化，辦理桃園市露營場許可使用及設置登記申請輔導案，並於 112 年 4 月初率全國之先核發第一案農牧用地露營場土地容許使用，統計自 113 年 1 月 31 日止，本市已有 95 家既有露營場業者加入輔導，已核發 22 案露營場土地容許使用，其中 2 案為都市計畫保護區、其餘 20 案為非都市計畫農牧及林業用地；目前所核發之 22 案露營場土地容許使用，已有 2 案送件申請露營場設置登記，將全力輔導並爭取核發全國第一案農牧用地既有露營場設置登記。



Kiwi Camping 休閒露營區



CaVa 休閒露營區

(七)持續推動臺灣好行並提升服務品質

本市共 4 條臺灣好行路線：大溪快線、小烏來線、石門水庫線及東眼山線，接受交通部觀光署補助，與全國各景點共同推動臺灣好行交通接駁服務品牌，112 年本局選定小烏來線為東南亞友善示範路線，除了邀請東南亞網紅前往踩線並透過社群網路行銷，並辦理小烏來線東南亞友善觀光小烏來線贈票活動，在東南亞旅客較多的桃園旅遊服務中心及桃園新住民文化會館發送，亦拍攝小烏來線宣傳行銷及景點介紹影片越南語版及印尼語版。除了小烏來線之外，本市四條臺灣好行路線皆編製中文、英文、泰文、越南文及印尼文路線圖、搭乘說明並印

製摺頁。本局亦致力改善旅運環境，汰換臺灣好行車齡過舊之車輛，更新車體塗裝及車內搭乘標示。為提升臺灣好行搭乘率及旅遊滿意度，整合各種類型運具及沿線特色店家，搭配多樣化的售票管道，持續推出精選優惠套票旅遊行程。



臺灣好行東南亞網紅小烏來踩線



東南亞體驗小烏來線活動-
免費車票索取據點

(八)辦理桃園好棧評鑑暨行銷推廣

1. 為提升桃園旅館產業的競爭力及知名度，推出「桃園好棧」優質旅宿品牌，評選出 52 家優質旅館及民宿，分為「旅館國際亮點組」、「旅館優良典範組」及「民宿組」三大組別，提供業者服務品質健檢報告及改善建議，提升桃園旅館服務水準。本次評鑑特別注重旅宿業者創新、特色，及驚豔服務，另一方面也結合國際潮流，如蔬食、充電樁、永續低碳等主題，吸引有共同理念的國際旅客住宿桃園好棧旅宿。
2. 另針對獲得桃園好棧的旅宿業者，規劃多元行銷管道及國際旅遊平臺行銷宣傳，包括「國慶桃園好好玩，拍照打卡送禮券」及國際旅遊行銷網站 Taiwan Scene 宣傳，除此之外，也針對各桃園好棧業者的個別特色，量身訂做品牌及產品優化服務。



桃園好棧頒獎典禮



桃園好棧國慶月行銷活動

(九)鼓勵民眾入住桃園低碳旅宿

為鼓勵旅客響應環保加入節能減廢行列，本局持續推動環保旅宿推廣計畫，凡入住本市加入低碳旅宿計畫之環保旅館及環保旅店，並自備備品即可獲得 100 元電子超商禮券；另為增加本市環保旅館量能，優先輔導大型旅館取得環保旅館標章，112 年度共輔導 5 家合法旅館(名人堂花園大飯店、桃園喜來登酒店、智醫康寓、藍水輕旅、綠藤輕旅)，共 687 間房間，透過本局輔導計畫取得環保旅館標章，使本市環保旅館數量增加至 18 家，數量為全國第一！

(十)福岡旅行業協會回訪桃園，深化桃園、福岡觀光交流

為推展桃園觀光旅遊，本局前於 112 年 7 月率桃園市旅館商業同業公會至日本福岡市與福岡縣旅行業協會簽訂三方觀光合作備忘錄(MOU)，福岡縣旅行業協會並於 113 年 1 月 12 日回訪桃園踩線，本局偕同桃園市旅館商業同業公會一起熱情迎接該協會率團回訪，當日福岡縣旅行業協會一行下午參觀大溪老街感受百年歷史氛圍後，晚上下榻住都大飯店並進行交流晚宴，臺、日觀光業者隔年再次相聚，深化臺日友好情誼也促進觀光交流。

(十一)結合節慶活動推出桃園旅宿優惠

為吸引旅客留宿桃園並宣傳本市優質旅宿，本府藉由各民俗節慶或特色活動，邀集本市優質旅宿業者共同提出優惠房價或搭配方案，吸引旅客留宿桃園，包括光輝國慶月旅宿同慶優惠、跨年住宿優惠、春節年菜及伴手禮等等，本府觀光旅遊局蒐集彙整優惠訊息後，除廣發新聞推廣外並將資訊統一放置於觀光導覽網優惠情報專區供民眾查詢，112 年 9 月至 113 年 1 月 31 日止，提供相關優惠旅宿數量總計 182 家次，未來市府仍將持續與各旅宿業者合作推廣觀光。

三、觀光技術業務

(一)透過資源盤點分析及遊程建構，打造「大龍門低碳旅遊廊帶」

1. 大龍門低碳旅遊帶

(1) 龍潭區遊憩環境整理工程

為讓本市龍潭區擁有好的遊憩環境，本計畫針對龍潭大池吊橋及石門水庫南苑進行環境整理，龍潭大池吊橋於 2020 年重啟至今，

吊橋表面已暗沉且漆面大面積剝落，使得清潔維護管理困難及整體視覺景觀不佳以及南苑臨時金屬構造物已使用 7 年嚴重鏽蝕，已無法改善且有安全疑慮。藉由本計畫，將龍潭大池吊橋之塔柱牆面進行清潔及塗刷層全面改善並將石門水庫南苑金屬構造物拆除運棄，本案已於 113 年 2 月 6 日竣工。

(2) 龍潭大池燈光修繕照明工程

本工程係辦理龍潭大池吊橋原有夜間光雕燈具設施因雷擊造成損壞後修繕工程，工程費為新臺幣 457 萬 8,900 元整，於 112 年 11 月 3 日開工及於 112 年 12 月 17 日竣工，並配合龍潭大池跨年晚會活動啟用。

(3) 2023 桃園動漫路跑嘉年華暨推廣活魚與運動觀光休閒

桃園石門水庫熱氣球嘉年華轉型為運動休閒觀光品牌：以城市慢旅及運動觀光為主軸，本市首場與全球知名動漫 IP「火影忍者」攜手合作，於 11 月 4 日至 11 月 12 日在桃園石門水庫舉辦「火影忍者修煉嘉年華」系列活動，利用卡通動漫帶動石門水庫運動觀光，吸引許多青銀爺孫跨世代的家庭前來同樂，參與的民眾多數給予正面回饋，且活動期間搭配石門水庫周邊活魚商家業者共同宣傳，為期 9 天的嘉年華活動參與人數高達約 13 萬 5 千人次。

(二)推動桃園低碳旅遊—旅遊景點設置充電樁計畫

本府為持續推廣低碳旅遊行程以期提升旅遊服務品質，規劃將電動車族群旅遊需求納入政策，本議題已納入樂遊桃園觀光會報，藉由橫向綜整府內各機關資源，以擴大全市充電樁普及面積及密度為目標，達到電動車旅遊族群降低里程焦慮目的。

先前參考公有、私有電動車充電樁於本市分佈點位，以濱海及復興區山區樁點密集度較低，又該區域涵蓋多數熱門景區，本計畫優先推動濱海區域及原鄉地區充電場域佈建，協調海線由農業局負責轄下永安漁港、竹圍漁港 2 處停車區，其中竹圍漁港已與廠商簽約，將於今年進行建置，永安漁港場域受限漁港法尚須優先洽詢漁會承租意願，再行與漁會溝通設置；山區由風景區管理處負責轄下虎頭山環保公園、大溪遊客中心、慈湖遊客中心等 11 處停車空間，今年針對其中 7 處場域佈建充電樁；市內公有停車場盤點 172 處由本府交通局負責，截至

113 年 1 月已設置 88 處。

目前進行大型、人流量多、有特色商圈周邊公有停車場盤點，並優先納入充電樁設置，私有停車場則進行錄案及宣導，下一階段以公園及其周邊為目標，後續請交通局提供已建置或未來將建置充電樁停車場位置，評估可採地圖模式，另本局工作小組彙整目前已建置及規劃建置之充電樁地圖，再與規劃永續低碳旅遊結合為亮點，期望透過本案推動成效，降低電動車里程焦慮、透過充電設施吸引電車族群到訪旅遊，達成低碳旅遊概念之推動。

(三)建設觀光遊憩帶

1. 市區樂活旅遊帶

(1) 大棟山森林步道及服務設施建置計畫

大棟山屬山仔腳山塊(龜崙嶺山丘)地形之主峰，與鄰近之青龍嶺、望湖山、福源山等山地同為夾雜桃園市與新北市近郊間的大型綠色資源，其扮演兩市中繼山岳重要角色，本局於去(112)年積極爭取劃設「大棟山風景特定區」，並於 112 年 9 月 13 日完成公告。本案大同路 1692 巷內整體規劃，分期開發預定第 1 季爭取中央補助計畫經費 4,500 萬元，觀光旅遊環境品質提升，完成 1000 公尺步道建置、4 節點改善。

(2) 虎頭山風景特定區道路及停車場開闢計畫

為因應虎頭山風景特定區發展，業於 111 年完成都市計畫變更道路用地與停車場用地，擬解決現有虎頭山公園三聖路攤販及停車需求問題，並於去(112)年底邀集本府工務局及交通局研擬後續辦理作業事項，首先將於今(113)年以墊付方式編列預算辦理道路及停車場用地取得及拆遷補償作業，並同步作業辦理新闢道路工程與停車場興建工程規劃設計，以及推估後續工程案件施作期程安排。其中道路工程委由本府工務局辦理，刻正辦理規劃設計作業及向中央爭取補助工程經費。

(3) 楊梅區秀才步道路燈建置計畫 2 期

秀才亭至 845 巷 260 號(約 1.5 公里)路燈設置，本局於 112 年 8 月 24 日及 112 年 9 月 12 日進行協調討論，經會中決議第 2 期經費約 500 萬元由本局 113 年編列預算提供，公所同意在經費支援

的前提下配合設計施工，本府養工處同意在符合接管規範前提下進行後續路燈維管及未來電費支應。

本案委託代辦契約已於 112 年 12 月 20 日簽訂完成並撥付第 1 期款項新臺幣 100 萬元至區公所，區公所現正辦理設計監造勞務發包作業中。

2. 桃園珍珠海岸計畫整體構想

桃園珍珠海岸計畫已納入樂遊桃園觀光會報，橫向綜整府內各機關共同討論，透過各局處資源結合運用，達到效益最大化，並積極爭取交通部觀光署「體驗觀光地方旅遊環境升級中程計畫(113-116 年)」之「重要廊帶亮點營造計畫」經費補助，打造桃園特色廊帶旅遊環境。本計畫依據市長政見結合國內外海岸整體規劃案例，透過珍珠串連概念，將蘆竹、大園、觀音、新屋海岸線藉由生態復育及環保開發手法，建立桃園珍珠海岸線 PEARL 五大發展主軸，包含：Pleasure 多樣娛樂、Eco 永續生態、Access 親近海洋、Recreation 綠意休閒、Low carbon 低碳環保，創造出（雙珠-三鍊-五瑰寶）的桃園珍珠海岸線（璀璨雙珠-竹圍及永安漁港、綠金三鍊-創生農遊鍊、生態旅遊五瑰寶-許厝港濕地、草漯沙丘、觀新藻礁、牽罟文化、石滬景觀）。

3. 原鄉生態旅遊帶

(1) 溪口部落觀光環境營造計畫工程

本案工程於 112 年 12 月 26 日開工，工期 180 日曆天，預定 113 年 6 月 22 日完工，工程整修既有約 1 公里長之步道，危險區段增設安全護欄約 700 公尺，並設置休憩設施及導覽指標牌提升步道整體舒適度及安全性；另重新整理 5 處重要節點環境，以提升整體遊憩服務品質。工程完工後，可吸引角板山園區遊客至溪口臺各重要據點，促進在地經濟發展，增加在地青年返鄉意願。

新溪口吊橋完工後為桃園指標性景點，並連接遊客眾多之角板山地區，十分具有觀光發展潛力，本局藉由本次計畫串聯沿線景點向交通部觀光署爭取經費補助辦理「溪口部落觀光環境營造計畫」案，獲交通部觀光署 112、113 年度「觀光前瞻建設—魅力旅遊據點營造：區域旅遊品牌」計畫補助辦理，全案經費 1,200 萬元。

(2) 高遶自然步道第二期環境營造計畫工程

本案工程於 112 年 12 月 13 日開工，工期 210 日曆天，預定 113 年 7 月 9 日完工，延續第一期範圍，重新整修既有古道約 1.6 公里長，新增 1 座 22 公尺跨河繩橋，增設安全護欄約 700 公尺，並設置休憩設施及導覽指標牌等方式提升步道整體舒適度及安全性；另重新整修入口空間、軍事遺構、跨淺溪流及瀑布旁景點等 5 處，提升整體遊憩服務品質。工程完工後，將高遶溪古圳步道延伸至高遶天空吊橋，全段步道長約 2.6 公里，可增加遊客駐留時間，並配合周邊商家，促進在地經濟發展。

本局持續向交通部觀光署爭取經費辦理「高遶自然步道第二期環境營造計畫工程」，獲交通部觀光署 112 年度「體驗觀光—地方旅遊環境營造計畫」補助經費辦理，全案經費 2,400 萬元。

四、企劃國際業務

(一) 觀光發展企劃

1. 召開樂遊桃園觀光會報

本案旨在盤點桃園觀光亮點與瓶頸，藉由整合資源模式，宣傳亮點並解決痛點，目前已列管 23 項議題，成立 14 個工作小組，包括大龍門旅遊廊帶計畫、桃園珍珠海岸計畫、北橫國家風景區設立等重大觀光計畫，持續進行探討及研商具體方案。

本局於 112 年 4 月 7 日率全國之先，核發第 1 案農牧用地露營場土地使用許可外，後續藉由觀光會報組成露營場輔導管理工作小組透過跨局處溝通協調後，目前本市已核發 17 案露營場土地使用許可。為因應山豬湖生態親水園區於 2 月 1 日全新開幕可能帶來的春節旅遊人潮，年前特別透過樂遊桃園觀光會報邀集交通局、警察局及水務局等組成山豬湖園區開幕工作小組，針對紓解春節期間大溪周邊景區人流研擬執行方案，經查今年春節大溪老城區旅客數較去年增加近 1 萬 8000 人次，但依據警察局統計資料顯示，民眾 110 報案道路壅塞案件，大溪區較去年同期降低 34%，龍潭區也較去年同期降低 4 成，顯見透過跨局處合作有效疏導春節交通景區人流。

未來將持續關注全市重要觀光議題，透過整合全府觀光資源，滾動調整執行計畫，推動桃園觀光發展。

2. 籌備財團法人桃園市觀光發展基金會

跨境旅遊解封後，來臺遊客人次逐步提升，如何推動國內及吸引國際遊客來桃園旅遊是現階段桃園發展觀光的重要課題，因此，為提升桃園觀光競爭力，本局刻正籌備「財團法人桃園市觀光發展基金會」成立相關事宜，並預計於7月掛牌運作，未來將結合民間資源，透過更具彈性的執行方式，推動桃園觀光建設、友善服務及行銷宣傳等，打造全新桃園觀光品牌形象。

3. 桃園蔬食集客計畫暨遊程開發案

(1) 蔬食飲食是一種呼應永續、減碳理念、全球風行的飲食方式，符合桃園追求永續發展的城市理念，本案將善用大溪豆干產業基底，讓豆干品牌升級，接軌國際蔬食市場，並透過多元宣傳方式，打造桃園城市品牌形象。

(2) 全案已於112年12月完成招標程序，後續規劃辦理桃園蔬食資源調查、設立國際蔬食科(虛擬單位)進行桃園蔬食推廣工作、啟動蔬食餐廳認證、邀請網紅進行桃園蔬食遊程踩線、進行蔬食餐廳認證發表、辦理蔬食生活實驗室、蔬食嘉年華及桃園味特展等系列相關活動，透過集客效益長期推廣桃園蔬食生活理念，並藉由遊程串聯擴散觀光效益。

(二) 拓展桃園國際觀光市場

目前本市國際觀光推廣策略，以加強國際行銷宣傳提升國際能見度為核心，同時積極接待國際參訪團，加強雙方合作交流。

1. 112年10月接待華航香港分公司首發團來訪桃園

華航香港分公司邀請績優代理商共11間香港旅行社之高階主管來臺參訪，首站即到訪桃園進行交流，本局於臺北諾富特華航桃園機場飯店設宴，並邀請桃園市民宿發展協會、桃園市旅館商業同業公會、桃園市遊覽車客運商業同業公會、桃園觀光工廠促進協會、桃園市觀光旅遊發展協會等觀光相關公協會及14間桃園觀光產業業者共襄盛舉，中華航空資深副總經理彭寶珠也蒞臨出席，並表示非常榮幸可以為

桃園和香港的觀光交流盡一份力，未來也會持續推動，帶領世界各地的觀光客來訪桃園。

2. 112年11月日本美禰市參訪並商研締結MOU姐妹地質公園

日本山口縣美禰市副市長志賀雅彥率隊一行六人來桃參訪，此行是為未來草漯沙丘地質公園與美禰市的秋吉臺地質公園締結姐妹地質公園預做準備；此次行程安排參訪里海學堂及永安海螺體驗園區，使其深入了解桃園草漯沙丘地質公園及桃園的海岸線風光。同時，也期待兩市的合作共同攜手推動桃園市與日本美禰市兩地的觀光產業、促進臺日兩地人民觀光交流。

3. 112年11月神戶市議員參訪桃園

自112年6月與神戶觀光局簽訂MOU後，本市與神戶市持續保有良好互動，神戶市議會特別由坊恭壽議長率領議員一行共12人來桃進行參訪，感受桃園的旅遊魅力。其中於前往橫山書法藝術館參訪時，更由桃園美術館館長全程陪同導覽，同時赴與阪神電鐵有合作關係的桃園大眾捷運公司進行拜會。議員對於此次的參訪行程留下深刻印象，期待未來還有機會再訪，並將桃園之美帶回去給神戶市。

4. 112年12月神戶觀光局參加楓半馬活動

本局自從與神戶觀光局簽訂觀光交流MOU後，即積極促進雙方體育觀光交流，因此特別邀請神戶觀光局來桃體驗楓半馬活動，活動當天除了河上真吾部長參加10公里路跑外，該局亦於該路跑場合設攤宣導神戶馬拉松路跑及神戶觀光；本局未來亦規劃辦理神戶桃園雙城馬拉松，推動雙方互訪交流及運動、修學旅行。

5. 113年1月越南組團社參訪桃園

越南踩線團共有19家越南旅行業共34人，於1/20-1/24至臺灣進行5天4夜參訪，此行目的以開發臺灣的新景點為主軸，並包裝為新型旅遊產品，從越南送客來臺灣。此次行程於桃園停留2天1夜，本局並舉行歡迎晚宴，邀請本市6個觀光相關公會、31家旅宿業及3家觀光產業，約40位本市業者，共同出席與越南旅行業者交流建立商誼，席間臺越業者互動交流熱絡，並交換觀光產業資訊。隔日安排踩線團至義興吊橋、羅浮溫泉、月眉人工濕地生態公園、大溪歷史館、六廿四故事館及大溪老街參訪，踩線團的成員對於桃園景點及

大溪美食留下深刻的印象，認為可做為推廣給越南遊客的臺灣新型旅遊產品，後續本局亦將桃園景點資料及觀光旅宿業者名單提供給越南業者，讓越南赴桃旅遊市場能快速熱絡。

6. 113 年 2 月鳥取縣觀光交流局拜會

鳥取縣觀光交流局井嶋泰雄課長、田中之康課長輔佐及史耘國際交流員首度來桃討論未來兩市相互推廣觀光的可能性，同時並邀請桃園參加當地「鳥取鏘鏘傘舞祭典活動」的傳統活動及「自行車交流計劃」，希望桃園能夠組團參加，感受鳥取當地之美，並促進雙城未來合作交流。

(三)桃園觀光資訊首登日文知名旅遊書

日本長年居外籍來臺旅客前 3 大來源國之一，配合日本旅遊習慣，本局與日本大型出版社 JTB 合作，以日本人有興趣、有來訪動機的角度出發，於該出版社之臺灣旅遊叢書首度刊登桃園 5 大旅遊路線及相關資訊，該旅遊書共出版超過 6 萬本，已於 112 年 10 月於全日本超過 4 千間實體書店及網路書店上架時販售；同時於該出版社的 X(原 twitter)、FB 及 IG 限動刊登桃園旅遊資訊。

五、風景區管理業務

(一)虎頭山風景特定區

1. 111 年虎頭山公園兒童森林探索體驗場域委託規劃設計服務案

本案總經費 482 萬 2,910 元，以「奧爾森林學堂」為主題，打造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。已完成現況基地測量與民眾及專家學者參與工作坊，參酌民眾意見及專家學者對於環教場域、生態、考古各面向建議，預定 113 年 4 月中前完成基本設計，5 月中前完成細部設計後提送文資審議。

2. 虎頭山風景特定區後山遊憩綠廊溪溝跨橋工程

本工程業於 111 年底開工，並於 112 年底完工驗收，包含停機坪聯絡道監視系統之強化，新鑿一口取水井以穩定供給虎頭山 6 號公廁及驛站使用，櫻花鐘位置針對步道寬度改善拓寬，並新增休憩設施，逸仙園位置則於龜山 2 號涼亭旁增設休憩平臺及性別友善廁所（虎

頭山 7 號公廁)，係交通部觀光署「體驗觀光—地方旅遊環境營造計畫」補助案計畫補助經費共 1,650 萬元，整理更新虎頭山後山登山步道系統各據點設施，進一步提升觀光遊憩品質，已全面開放民眾使用。

3. 桃園虎頭山森綠花園區工程

虎頭山森綠花園區工程於 112 年 2 月 1 日開工，主要工項有基礎水電設施、周邊圍籬及汙水處理設施等，已於 112 年 5 月 19 日全數工項施作完成。另已於 112 年 8 月 4 日辦理正驗作業，全案已於 10 月結案。

(二) 大溪中正公園

為打造新型態特色兒童遊戲區且符合兒童遊戲場設施安全管理規範，辦理「111 年大溪中正公園整建工程委託規劃設計服務案」，經費 175 萬元，預計改善大溪中正公園遊戲區、涼亭、座椅及景觀植栽等設施，本案 112 年 10 月舉辦大溪中正公園地區說明會，112 年 12 月召開文資審議(通過)，刻正辦理招標作業中，預計 113 年 3 月開工，9 月完工。

(三) 慈湖園區

1. 慈湖園區遊憩環境優化計畫

計畫總經費 5,500 萬元，改善雕塑公園景觀、綠化並調整停車場空間，已於 112 年 10 月 31 日完工，營造 5 大雕塑主題區、新設生態池 3 處、整飾雕塑 279 座；改善園區步道 1km、增加景觀燈 162 座，更新解說牌 11 面；增加停車場綠化面積 1700m²、中央綠園道 13.7m 寬 x120m 長；規劃停車位大客車 11 格、小客車 207 格、機車位 28 格、自行車 33 格。

2. 後慈湖服務設施活化計畫

計畫總經費 1,000 萬元，辦理後慈湖園區服務設施活化、策展空間規劃及設備設置，已於 112 年 11 月 28 日完工，新設復古門窗、改善屋頂漏水問題、壁癌處理等。

3. 後慈湖展演空間營造計畫

為改善及重新營造後慈湖秘境，預計進行後慈湖園區整體氛圍之營造，以時間軸方式呈現自民國初年至今之各階段歷史風貌，進而規劃室內裝修作業及戶外環境周邊景觀整理，讓遊客感受全新後慈湖秘境。另外，為兼顧螢火蟲生態復育與夜間活動安全保護，也重新營造後慈湖夜間照明氛圍。本案計畫總經費 3,900 萬元，預計 113 年 3 月開工，113 年底前完工，屆時將配合辦理展演活動。

(四)北橫故事一角板山觀光場域再造計畫

本案建築及戶外景觀部份已於 112 年 12 月 1 日開工，將於過年期間(113 年 2 月 8 日至 14 日)停工，待 2 月 19 日後全區封園施工；園區館舍展示更新部分已於 113 年 2 月 1 日召開基本設計審查會議，廠商刻正依審查意見修正設計內容。全案為交通部觀光局 112、113 年度「觀光前瞻建設計畫」—「魅力旅遊據點營造：區域旅遊品牌」補助案，總經費 8,000 萬元，分 112、113 年執行，以樟腦收納所、角板山行館及回字館為主，進行角板山園區空間優化環境整備計畫，透過修復歷史場域，提供互動性、趣味性等人文故事展示，強化對本地歷史認知。

(五)小烏來風景特定區

1. 小烏來風景特定區羅浮取供管線暨既有泡腳池修復工程

辦理「小烏來風景特定區羅浮溫泉取供管線暨既有泡腳池修復工程」改善羅浮湯池園區儲槽保溫設施、建置取供管線、改造既有泡腳池，湯池自 112 年 4 月 1 日起進行改造，工程於 10 月 23 日完工，免費泡腳池率先在 12 月 11 日開放，湯池在 12 月 25 日開始展開為期 7 天的試營運，並搭配免費泡湯優惠，吸引遊客冬季泡湯，試營運期間泡湯人數達 4,900 人次，現羅浮溫泉湯池已於 113 年 1 月 3 日正式營運，113 年 1 月泡湯人數為 2,850 人次。

2. 小烏來風景特定區義盛溫泉 1 號井鑿井工程

小烏來風景特定區內的義盛 1 號溫泉井，過去已於 107 年完成溫泉探測作業，於地下約 600 公尺深度測得蘊藏碳酸氫鈉泉脈，預估泉溫為攝氏 40 到 50 度，每天可供應 150 到 300 立方公尺水量，鑿

井規劃設計作業已於 111 年完成，並於 112 年 11 月取得鑿井許可，隨後於 113 年 1 月 8 日開工，刻正施工中，預計 113 年 7 月中完工，全案計畫經費約 1,980 萬元，完成後之溫泉水源將提供野溪溫泉使用，以及未來將提供溫泉水給周邊民宿或旅館使用，期以提升在地遊客觀光體驗。

3. 羅浮小烏來地區景觀遊憩系統改善計畫統包工程

本府為投注資源推動復興區山林地帶觀光發展，向交通部觀光局申請補助並自 111 年 5 月啟動執行「北橫風景區遊憩廊帶亮點形塑計畫」的「羅浮小烏來地區景觀遊憩系統改善計畫統包工程」已於 112 年 11 月完成，計畫總經費約 5200 萬，其中宇內溪未來除夏季清涼溪水外，俟義盛 1 號溫泉井開鑿完成後，冬季亦有溫暖熱湯挹注，野溪溫泉預 113 年夏季先以山泉水形式對外開放，113 年冬天正式引入溫泉，本案依在地意見新闢義興砲臺山簡易登山步道以及活化復興橋周邊既有泰雅文化廣場。義興砲臺山簡易登山步道以簡易繩索加上部分手作步道，於遺跡位址設置故事解說牌、山頂處整理一觀景平臺得以盡攬周遭山勢，進一步讓登山民眾想像日治時期當時部落被監看之歷史體驗。泰雅文化廣場則增加停車機能與觀景平臺，遊客來這邊不只能在此與復興橋拍照留影，同時也是與當地部落、在地商家互動，得到短暫補充飲食之休憩駐足點。

(六)拉拉山風景區

1. 巴陵驛站設置及經營輔導

本案已於 112 年 8 月 28 日開放，並於 112 年 8 月 29 日至 11 月 27 日進行賣店試營運，試營運期間到訪遊客數共計約 27,000 人。目前試營運結束，為提供遊客舒適的服務品質，本府風景區管理處接續辦理「拉拉山巴陵驛站空間活化利用標租案」，已於 112 年 12 月 14 日決標，並於 12 月 20 日正式營運。同時輔導地方產業開發水蜜桃氣泡酒、水蜜桃乾等地產品，規劃巴陵驛站賣店、假日市集共計 9 攤，提高地方特色產業的能見度，推廣行銷巴陵在地特色物產並吸引外地觀光客停留，以建立聚集及連結地方之場域。

2. 北橫支線遊憩設施提升計畫（上巴陵環境友善遊憩設施改善工程）

本案為交通部觀光局 110 年「重點景區遊憩廊帶計畫」競爭型計畫「北橫風景區遊憩廊帶亮點形塑計畫」之子計畫，總經費 2,312 萬元，於巴陵鐵塔周邊新設環形觀景平臺 1 處、公廁 1 處，新設方向指引牌 7 面、解說牌 4 面，已於 112 年 10 月 31 日完工，並提供本市復興區上巴陵地區遊客一處舒適休憩節點。

(七)再造桃花源計畫

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，將推廣桃花種植工作。本案預計種植約 600 株桃樹，種植地點預計為虎頭山公園、慈湖銅像園區、南營區、角板山行館園區等地，以營造植栽亮點，吸引遊客前往。

(八)風景區觀光服務推廣

1. 桃園智慧遊行動服務營運

藉由升級桃園智慧遊行動觀光系統平臺，優化介面、內容、功能等面向進行智慧化升級，聚焦旅客「吃、買、玩、住、賞、行」，並強化行動定位服務旅遊指引，強化適地化觀光指引及數位內容，給予遊客「內容直觀、操作易懂、功能好用」的新體驗，持續滾動調整各項，透過觀光即時影像提升旅遊話題，以資訊加值來活化桃園觀光，因應越來越重要的資安需求，強化軟體資安環境，避免產生資安風險。

自 107 年 1 月 9 日上架至 113 年 1 月 31 日為止，桃園智慧遊 app 下載數分別 ios 版 72,391 次、android 版 123,504 次，共計 195,895 次；評分分別 ios 版 4.5/5 分，android 版 4.2/5 分。其餘量化指標分別為總瀏覽頁數達 1,386 萬、智慧化區域推播 341.7 萬、瀏覽景點 168.6 萬及瀏覽行程為 195.5 萬。

2. 山林步道巡護志工業務，目前山林步道巡護志工人數已達 190 人，已於 112 年 11 月 24 日辦理志工策進共識營，由各隊交流精進建議，並於會上將討論意見回覆；另於同日舉辦年度績優表揚大會，獎勵績優志工，並且慰勉全體志工之辛勞付出。另 113 年度桃園市山林步道巡護志工培訓暨運用計畫專業服務案勞務採購已於 113 年 1 月 15 日決標。

(九)遊憩亮點活動

1. 北橫遊客中心暨經國紀念館開幕

北橫遊客中心暨經國紀念館於 112 年 11 月 1 日重新盛大開幕，該遊客中心是北橫旅遊的第一站，遊客中心一樓有餐廳、賣店、停車場等提供遊客服務，餐廳提供咖啡簡餐，餐點採用當地同產新鮮食材製作料理，賣店販售當地農特產品及伴手禮銷售等；二樓為故總統蔣經國先生的主題展覽，以經國先生之生平和他推動的十大建設為基礎，用多媒體和實體展品交錯的方式，呈現自 70 年代以來政治、經濟、外交的發展。

2. 慈湖夜間觀光活動

為推廣大溪區夜間觀光發展，特於 112 年 11 月 4 日至 11 月 30 日舉辦「慈湖夜間觀光活動－慈湖夜來香」，活動期間推出水舞燈光秀，本次水舞燈光秀搭配水幕與 3 首復古音樂（夜來香、玫瑰玫瑰我愛你及 over the rainbow）演出，另園區內亦布置光影藝術和 4 座復古特色場景（風尚洋服館、慈湖大戲院、億樂門及照相館）等裝置藝術，假日還有舞臺活動跟閃閃市集，將慈湖紀念雕塑公園全面性打造成懷舊復古主題氛圍的打卡聖地，活動期間共計吸引 18 萬 6,533 遊客造訪、體驗「慈湖夜來香」之旅。

3. 世界客家博覽會搭配高鐵行銷

112 年桃園舉辦 2023 世界客家博覽會，展現客家人的歷史、生活、藝術、創新。本案搭配「高鐵假期旅客獨家方案」，透過高鐵高人流、高曝光率，行銷桃園觀光業務，透過專業導覽，讓民眾親身感受桃園的魅力，只要民眾憑高鐵假期當日車票，就可以享有世客博定點定時高鐵假期旅客專屬導覽服務，藉此促進世客博及桃園觀光。

4. 2024 探索北橫冬季活動-角板山行館梅花季

每年 12 月下旬至隔年 1 月中旬為梅花盛開之際，為宣傳北臺灣最大賞梅勝地之一的「角板山行館」、帶動周邊觀光經濟發展，特於 113 年 1 月 6 日、7 日、13 日及 14 日舉辦「2024 探索北橫冬季活動-角板山行館梅花季」，4 天活動推出不同主題活動，其中以「梅下揮毫迎新春」為活動揭幕、接續為「梅下詠梅畫梅趣」、「梅下講茶」及

「梅下浪漫音樂會」，活動期間園區內另規劃品茗、揮毫、DIY 手作體驗、集樟活動等常態性活動，另邀請在地小農及攤商打造梅好市集，角板山梅花季活動期間共計吸引 14 萬 5,897 遊客人次蒞臨。

六、智慧觀光業務

(一)桃園觀光景區舒適度燈號系統

本局運用電信大數據掌握各時段人流數據，持續維運「桃園觀光景區舒適度燈號」，並於人流 70%以下顯示綠燈（景區舒適）、70%-80%顯示黃燈（景區略擠）、80%以上顯示紅燈（景區擁擠），以 3 種燈號顯示，每半小時變動 1 次（燈號顯示時間 08:00-17:00），包含大溪老城區、石門水庫風景區、虎頭山風景特定區、竹圍漁港、慈湖、永安漁港、角板山遊憩區、觀音蓮花園休閒農業區、拉拉山、新屋綠色走廊、大溪月眉休閒農業區、小烏來風景特定區、羅浮溫泉區、草漯沙丘地質公園、五酒桶山步道、農博環境教育園區、龍潭大池、青埔休閒遊憩區、許厝港濕地、1895 乙未保臺紀念公園、八德埤塘自然生態公園、秀才登山步道、老街溪沿岸步道、大有梯田生態公園及三坑自然生態公園等 25 處景點，提供人流疏導參考，有效分流人潮，提供民眾舒適旅遊環境。

(二)即時影像觀察人流狀況

本局觀光導覽網目前提供 16 支高解析度即時影像，包含拉拉山、石門水庫、大溪橋、大溪老街、小烏來天空步道、小烏來寰宇平臺、角板山生態池、角板山梅園、虎頭山奧爾森林學堂、慈湖水岸廣場、永安漁港、虎頭山環保公園、三龜戲水觀景平臺、角板山思親亭、桃園國際機場、上巴陵，提供國內外遊客能夠即時瀏覽桃園美景，並可於出遊前獲取景區現地氣候及人潮現況等旅遊資訊，作為旅遊前之參考。

(三)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析

為客觀了解本市遊客喜愛景點及輪廓組成，利用科技方法統計本市遊客人數及遊客組成特性，取代傳統人工統計調查方式費時費力，無法立即取得相關數據的困擾，爰透過電信大數據技術分析遊客行為，觀察遊憩據點遊客組成特性，分析出據點淡旺季，對內提供府內局處（海管處許厝港溼地及環保局農博環教園區）遊客人數參考，對外提供中央

單位(交通部觀光署)參考，檢視施政成效、營運績效評估、遊程等相關業務參考。

貳、未來努力方向

一、旅遊行銷業務

(一)2024 龍岡米干節 (預計於 113 年 4 月 20 日至 28 日舉辦)

2024 桃園龍岡米干節規劃於今年 4 月 20 日至 28 日舉行，本次活動延續過去活動亮點，持續舉辦「潑水節」、「火把節」等 2 大慶典活動，另也規劃「長街宴」、「文化小旅行」、「特色服裝」等體驗活動，此外也將整合特色美食店家，營造特色文化觀光節慶氛圍。

(二)2024 桃園扮裝嘉年華體驗推廣案(預計 113 年 6 月 1 日、2 日舉辦)

2024 桃園扮裝嘉年華體驗推廣案規劃於今年 6 月 2 天假日舉行，今年活動規劃有「WCS 世界 cosplay 高峰會」臺灣代表選拔賽及漢服扮裝競賽等兩場活動，另外搭配動漫角色扮裝的體驗活動及周邊商品市集，吸引民眾前來參加。

(三)2025 臺灣燈會

1. 2025 年臺灣燈會經爭取由本市承辦，辦理日期自 114 年 2 月 12 日(農曆正月 15 日元宵節，星期三)開燈至 114 年 2 月 23 日(星期日)閉幕，為期 12 天，場地擇定機場捷運 A19 週邊土地作為活動場地，前述活動場地包含樂天棒球場、青埔運動公園、桃園會展中心、亞矽 IOT 展廳、青塘園、兒童美術館、領航北路(洽溪路至高鐵南路段)及洽溪路封街路段，場地面積約 28 公頃，預計將有超過千萬人潮、創造桃園商機。
2. 活動經費已由本局籌編 113-114 年度預算 3 億 3,200 萬，中央各部會預計約補助 6,000 萬，共計 3 億 9,200 萬，倘前述費用不足以支應活動所需，本府觀旅局將於 114 年度增加編列相關預算或以民間參與合作方式(包含服務提供、燈區設置、廣告置入等合作方案)執行。
3. 市府將分 3 階段按部就班打造 2025 臺灣燈會在桃園，為使活動順利完成，目前市府團隊針對整體活動的執行規劃在 4~6 月完成局處分

工協調、預算分配及各燈區執行方案等事宜；7~11 月底完成各項工作細部規劃及招標作業；12~2 月完成活動場地基礎工程、各燈區施作、服務設施及人力培訓等工作。

二、觀光管理業務

(一)持續推廣環保旅宿計畫

本局依據「桃園市發展低碳綠色城市自治條例」第 15 條規定，辦理環保旅宿推廣計畫，為鼓勵觀光相關產業主動推動低碳旅遊，預計於 113 年訂定「桃園市政府觀光旅遊局低碳旅宿補助申請須知」，鼓勵桃園市旅宿採購使用綠色產品、申請環保旅館標章，除了可以降低水、電、備品及廢棄物處理等經營成本，亦可獲得相關補助，提升本市旅宿業永續環保企業形象，推動桃園綠色旅遊。

(二)桃園好棧行銷增加國際曝光

延續本局已選拔出的 52 家桃園好棧旅宿，依據不同節慶、活動及淡季，邀請桃園好棧業者推出吸睛行銷方案，例如規劃驚喜價銷售方案等，並整合行銷規劃議題行銷實體活動，增加桃園好棧曝光機會，爭取國內旅遊商機。113 年桃園好棧品牌預計與國際平臺合作，增加國際曝光，創造實質收入，透過國際平臺合作，下架非法旅宿，桃園好棧也將推動網站多語化，結合本局其他國際推廣案，將桃園好棧介紹給國際旅客，增加國際旅客住宿率。

(三)提升旅宿業專業職能

113 年將升級本局辦理多年之民宿管家學校，將擴大參與對象，除民宿外再納入旅館業者一起規劃，以基礎知能建立為主，並跳脫既有教室形態教學方式，以較活潑之實務工作坊或現場實習方式以增加交流經驗並規劃部分線上教學教案或影片，並持續結合國際品牌，共同合作行銷，設計有利議題進行宣傳。

(四)113 年輔導民宿申設及合法化

113 年將組成民宿申設及合法化輔導團，擬聘請地政士、資深民宿經營者等專業顧問，提出潛在可申設民宿物件資料至少 5 案，預定於復興、大溪、龍潭及桃園濱海，各辦理一場民宿申設法規說明會，並將未取得民宿登記證之非法民宿針對其違法態樣，進行合法化輔導或歇業轉型策略分析。

(五)積極爭取中央補助桃園市露營場輔導及管理計畫

為持續輔導本市露營場儘速合法化，本局於 113 年向交通部觀光署提案申請「桃園市露營場輔導及管理計畫」經費補助共計新臺幣 350 萬元整，計畫內容包含進用協助執行露營場相關業務人力、辦理露營場輔導申設計畫、製作露營場文宣資料及購置現場稽查作業所需設備及器材等，透過中央經費挹注，提升露營場輔導及管理業務執行質量，儘速輔導露營場合法化，並維護消費者權益。

三、觀光技術業務

(一)發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點

有關本市遊憩建設，打造主要推展主軸為市區樂活旅遊帶、大龍門低碳旅遊帶及原鄉生態旅遊帶。其中，大龍門低碳旅遊帶的觀光建設步調，已於近期完成大溪三層地區、打鐵寮古道、北橫入口意象（遊客中心）打造；市區樂活旅遊帶的觀光建設步調，遵循大棟山風景區特定區劃定成果，並接續進行觀光發展規劃暨基礎設施研擬建置；最後，在原鄉生態旅遊帶部分，本局已爭取交通部觀光署「觀光前瞻建設—魅力旅遊據點營造：區域旅遊品牌」、「體驗觀光—地方旅遊環境營造計畫」經費補助並獲核定，持續進行「溪口部落觀光環境營造計畫工程」（1,200 萬）及「高遶自然步道第二期環境營造計畫工程」（2,400 萬），目前開工進行特色魅力景點之營造。

(二)積極爭取中央建設補助，提升本市各遊憩據點品質

本市持續積極向中央爭取各項專案型補助計畫，以挹注觀光建設經費，改善既有陳舊設施，強化本市觀光環境，打造屬於桃園的國際觀光品牌，實現本市成為國內低碳旅遊首選品牌之願景、以及帶動地方觀光產業發展。目前計畫向交通部觀光署爭取「體驗觀光地方旅遊環境升級中程計畫（113-116 年）」之「景點優化體驗加值計畫」、以市區樂活旅遊帶—「大棟山風景特定區」及原鄉生態旅遊帶—「羅馬公路休閒廊帶營造計畫」、「枕頭山步道旅遊路線串聯計畫」等案爭取。

(三)賡續推動觀光地區整體區位發展，帶動地方經濟發展提升

延續 112 年「大棟山風景特定區」之劃定公告，今年著手進行「大棟山風景特定區整體規劃案」，目標將以區域觀光發展及休憩基礎服務

量能為主要任務。

四、企劃國際業務

(一)辦理大溪豆干節暨相關行銷活動

大溪豆干遠近馳名，為旅客造訪大溪必吃、必買的伴手禮，未來市府將持續規劃辦理大溪豆干推廣活動，同時，善用大溪豆干產業基底，接軌國際蔬食市場，並透過多元宣傳方式，長期推廣蔬食生活理念，打造桃園成為臺灣蔬食友善第一城市。

(二)辦理桃園國際觀光代言人宣傳活動

為加強提升本市國際觀光知名度，展現桃園特色旅遊資源，吸引國際旅客來桃旅遊，規劃藉由邀請具國際知名度、正面形象佳及有桃園在地特色的觀光代言人，拍攝桃園宣傳影片及參與桃園觀光推廣活動，並針對來臺重點目標市場加強行銷及投放廣告，期藉由代言人的知名度及相關宣傳計劃，展現桃園獨特的城市魅力及旅遊特色，讓目標市場旅客注意、發現桃園，增加來桃旅遊意願，開拓桃園國際觀光市場。

(三)桃園國際遊程導客暨行銷計劃

桃園位居國門要塞，是國際旅客進出臺灣的必經之地，為增加桃園吸引力及知名度，並讓國際旅客可以輕鬆暢遊桃園各景點，本府針對國際自由行旅客、團體旅客規劃相關導客計畫，包括推出桃園特色遊程、桃園旅遊 PASS 套票、臺灣好行車票免費贈送及泰國團客來桃獎勵；另為發揮本市位居國門之優勢，亦將於桃捷 A12 站(第一航廈站)設置觀光服務櫃臺，除了服務國際旅客外，也加強推動桃園遊程、桃園旅遊 Pass 及桃園伴手禮之行銷宣傳，讓國際旅客進出臺灣時能第一手接觸、體驗桃園，進而吸引更多遊客進入桃園，為桃園業者創造商機。

(四)桃園國際觀光行銷文宣及宣導品製作

疫後國際旅遊熱絡，本府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，綜整桃園食、宿、遊、購、行資訊，展現桃園的觀光旅遊魅力。同時亦將製作桃園專屬宣導品，提供遊客加深桃園印象，並形塑桃園特色觀光品牌。

(五)辦理基北北桃四市韓國聯合旅遊推介會

韓國為來臺旅客大宗國家之一，去年韓國觀光客來臺人次累積至 11 月

已近 64 萬人，排名第 3，是極具潛力的旅遊市場。為加強北臺對韓國遊客吸引力，進而提升旅客造訪桃園之意願，本局規劃邀集基北北三市政府及相關觀光業者組團赴韓國首爾辦理觀光推介會，藉由結合四市旅遊資源及能量，增加推介會之曝光及吸引力，進而提升本市於韓國知名度並推出本市旅遊產品，增加相關觀光產值。

五、風景區管理業務

(一)虎頭山遊憩據點改造活化

1. 虎頭山風景特定區服務設施改造計畫(兒童遊戲場、奧爾森林學堂暨周邊改造)

本局業於 111 年辦理「虎頭山公園兒童森林探索體驗場域委託規劃設計服務案」，預計於 113 年 5 月完成全案規劃設計。積極爭取工程及監造經費，將以遺址保護為前提，強化與「自然環境」的接觸，融入既有「奧爾森林學堂」之設計元素，打造桃園第一座在樹林間遊玩以兒童為主的森林探索場域，完善環境教育與解說系統，營造虎頭山公園自然景觀、歷史文化的森林探索體驗環境，吸引更多遊客及市民來虎頭山造訪遊玩。

2. 停機坪旅遊服務用地開發

為配合林口特定區都市計畫變更，預計以合理程序取得虎頭山停機坪旅服用地，以利虎頭山風景特定區後續開發，本案已於 112 年 11 月 2 日召開「研商 112 年及 113 年桃園市都市發展基金賸餘繳庫及支應事宜會議」爭取相關經費補助，預計於 113 年中辦理公聽會，並於 114 年初完成協議價購作業，如地主未全數同意協議價購，則後續辦理土地徵收作業。

(二)推動北橫國家級風景特定區

1. 劃設面積約為 46,261 公頃，112 年 8 月 2 日觀光署召開研商劃設北橫國家級風景特定區範圍現勘會議，觀光署主要意見請本府釐清劃設範圍及各單位權責，並請本府依原基法儘速召開部落會議，本府已依現勘委員意見修正完成評鑑報告書，於 112 年 11 月函送交通部觀光署，並於 113 年 2 月收到交通部觀光署報告書修正意見，刻正研擬修正報告書事宜。

2. 為調查復興區部落居民意願，本府於 112 年 12 月利用桃園市復興區民眾申請津貼補助時，進行部落居民連署意願調查，約 6 成民眾連署同意北橫國家風景區成立。

(三)小烏來風景特定區旅館區細部計畫案

1. 本案細部計畫案經 111 年 12 月 9 日本市都市計畫委員會第 76 次會議審議通過，將採市地重劃方式辦理整體開發，目前地政局刻正辦理重劃計畫書送內政部審查。
2. 為改善北橫停車及交通壅塞問題，將向中央爭取經費進行全面性整合規劃，優先完善羅浮轉運系統，預計規劃複合式商業、停車及轉運空間，增加遊客量及停留時間，創造地方觀光商機，後續由交通局配合重劃開發期程編列預算施作。

(四)辦理 2024 探索北橫春季活動-挑戰北橫 X 橫越大龍門

1. 本活動配合櫻花季，並為鼓勵民眾以低碳旅遊深度遊歷桃園，除延續傳統具挑戰性的「櫻花勇士」路線外，今年首次新增一條串連大溪、龍潭及石門水庫且適合親子共遊的騎行路線。
2. 活動規劃於 113 年 3 月 2 日、3 日舉行，以「大龍門」騎行路線為活動揭開序幕，次日則為傳統「櫻花勇士」騎行活動，預計參與人數將達 1,500 人次。

六、智慧觀光業務

(一)桃園觀光景區舒適度燈號

為推廣疫後觀光發展，方便民眾出遊前了解現地人潮，避免前往壅塞區域，本局將持續維運 25 處熱門景區「桃園觀光景區舒適度燈號」，以利民眾即時取得景點現地人流資訊，並持續觀察桃園相關熱門景點，納入未來景區燈號設置考量。

(二)即時影像

即時影像有效讓民眾了解景點現地即時情況，提供民眾便利服務，民眾在家即可隨時線上欣賞景點現地景色及了解即時人流情況，未來亦將持續維運觀光即時影像系統，提供民眾便利旅遊服務。

(三)「桃園智慧遊」APP 行動系統智慧化升級

1. 預計 113 年 12 月底前完成，藉由行動服務平臺優化 (UI、UX 優化) 提昇軟體瀏覽效能、瀏覽介面改善、建置 VR 場景及透過例如 Google API 介接方式，將最新觀光資訊呈現於桃園智慧遊 APP 中。
2. 持續優化印、泰、越三國語系行動導覽服務
因應新住民客群，廠商在既有桃園智慧遊 APP 印、泰、越語系基礎上，繼續優化桃園智慧遊 APP 印、泰、越三國語系行動服務系統。
3. 觀光即時影像建置
新增超星光級高解析 4K 觀光即時影像頻道 1 處，與原先已設置的 16 處合計共 17 處即時影像服務，並部份頻道加入 OBS 直播功能，以提供遊客行前規劃所需資訊。
4. 建置觀光網路直播功能
透過部份頻道加入 OBS 直播功能，打造虛擬攝影棚，搭配熱門話題，邀請專業人士進行直播講解。

(四)桃園市遊憩據點遊客人次統計分析

本局將持續運用電信大數據，統計桃園熱門景點遊客情形，並提供府內局處(海管處、環保局)、中央單位(交通部觀光署)及業務單位參考，以利推動桃園更多好玩的活動及遊程。

參、結語

考量後疫情時代未來觀光發展，除了需要透過在地特色及多樣的旅遊選擇外，更需要整合相關觀光產業資源、資訊系統，規劃更深入完整的遊程，創造桃園觀光品牌，本局觀光目標規劃如下：

- 一、 舉辦觀光亮點活動與行銷宣傳，塑造在地魅力旅遊熱點
- 二、 加強國際行銷宣傳，提升國際能見度，拓展桃園國際觀光市場
- 三、 發掘本市觀光資源，打造特色魅力景點
- 四、 打造特色城市觀光，結合創意推動觀光發展
- 五、 建設觀光遊憩帶，完善景區服務設施，打造友善旅遊環境
- 六、 推動綠色旅遊，建立北橫旅遊特色品牌
- 七、 推動智慧觀光治理，透過跨局處合作，解決觀光瓶頸，共創亮點
- 八、 持續輔導觀光產業升級，創造優化有感的旅遊服務

面對疫後觀光市場日益競爭，本局將持續進行觀光發展規劃、盤點在地旅遊元素，透過跨局處橫向溝通及跨縣市區域合作，積極營造活動亮點，塑造在地旅遊熱點，期吸引國內外旅客體驗桃園特色魅力，提升桃園觀光產業競爭力，掌握旅遊商機，帶動觀光產業發展，再次感謝 貴會及所有議員女士、先生的支持與指教。

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	周柏吟	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	呂秀琴	3365001	5280	3335479
專門委員室	專門委員	李復華	3393007	6214	3335479
專門委員室	專門委員	陳琬滢	3393007	6209	3335479
旅遊行銷科	科長	王修怡	3335001 3335464	6202 6203	3393067
觀光管理科	科長	李蕙宇	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	王筱惠	3396373	5282	3393067
會計室	主任	林麗玲	3393010	5283	3393067
政風室	主任	蔡國山	3393015	6210	3335479
風景區管理處	處長	廖育儀	3946061	145	3333184
府會聯絡員	主任秘書	呂秀琴	3365001	5280	3335479
	主任	陳湘滢	3393007	6207	3335479