

## 新北市政府觀光旅遊局新聞稿 108.08.15

### 青春山海線 Route 2 Taiwan，視覺標誌公布， 結合業者，用品牌保證品質，打造新價值

【新北市訊】陸客自由行不來，國內旅遊市場急凍，新北市政府再加溫，首開縣市旅遊品牌化，以「青春山海線」作為視覺標誌，主打「山海結合、低碳環保」的新北海岸線品牌，從淡水到三貂角，包括深澳鐵道自行車、漁港夜釣、貢寮追火車路跑，以及預計十一月舉行的淡水粉紅螢光路跑和斯巴達路跑等新北海岸線活動，都將會以「青春山海線」，結合旅宿、文創、伴手禮業者共同行銷，並針對活動內容，開發包括運動毛巾、手環、T恤等相關文創產品，歡迎在地青年返鄉創、就業，打造在地商機，同時，透過大眾運輸系統、自行車道、電動共享機（汽）車，以及人行步道等綠色運具連接，串連全程。

「青春山海線」主視覺由設計師廖小子操刀，並由呂瑋嘉主導製作文青風格的海岸線摺頁，聯手打造最 Chill 的潮流風格，而英文名稱則就地取材借台二線為名「Route 2 Taiwan」，觀旅局長張其強表示，品牌化只是第一步，希望透過這樣的新北品牌，結合市府各局處的專業，針對活動、產品、甚至沿線的小農作物、生態環境等，給予跨局處輔導，進而提昇品質，讓新北品牌，代表的就是品質保證，不只可以有效提昇價格，更創造新北海岸線的新價值。

#### 狂派設計師廖小子掌視覺 台味美學再噴發

以「台味美學」獨樹一格的設計師廖小子（本名：廖俊裕）作品個人風格強烈，習慣混搭在地庶民元素，以往合作的對象，從天后蔡依林到雲門舞集。這次的主視覺，特別以棲息深澳地區的一級保育類野生猛禽「遊隼」為發想，運用線條構圖，將山、海、浪意象融入其中，也呼應「綠能」、「山海」及「chill」的品牌核心，並藉著魔幻強烈的色彩與線條，隱含台灣傳統宮廟的大紅與金黃，呈現既在地又國際的特色。

#### 大數據、驚喜彩蛋及趣味梗圖 旅遊摺頁實用又搞怪

而青春山海線的沿途摺頁，則凸顯「潮流、活力、幽默」的品牌個性，由曾獲多項國內外獎項肯定的呂瑋嘉設計編輯「青春厚七逃」摺頁，就是要大家「離線」，不管是景點、特色節日到美食、特產都以趣味橫生的手繪插畫製作，其中更有滿滿的彩蛋和令人莞爾的梗圖，等待挖掘。希望透過輕鬆有趣的方式，讓大家 Chill out! Get a life.（放輕鬆，好好生活。）拋開城市與生活煩悶，來趟「通往山海的離線之旅」。摺頁也以「遊客好用」為本，打破縣市藩籬，含括基隆市、瑞芳及貢寮，並和知名旅遊體驗平台 KKday 合作，結合大數據，設計推薦景點及遊程。另外，也特地規劃了路癡也能秒變專家的交通路線整合資訊圖；並基於環保理念，目前僅推出可供下載的線上瀏覽版本，未來如有需要，再提供限量紙本摺頁。

### 跟著旅遊達人「把直路走彎」的深度旅遊

新北市觀旅局並邀請專家達人，為遊客設計了不同以往的玩法，如知名背包客「藍白拖」推薦的「親子路線」，曾經多次參加貢寮海洋音樂祭的樂團「生命樹」建議的「放浪路線」等...，都是透過低碳移動，鼓勵民眾將以往單點來回的行程，轉換為「直路走彎，多看一下」的深度旅遊。同時，為配合品牌，觀光旅遊局特別在9月、10月加開「鐵道自行車+船遊秘境+十三層光雕」及「船遊秘境+十三層光雕」，共約1000份套票。若民眾有意搶先體驗青春山海線魅力，現在就加入臉書「青春山海線」或「新北旅客」粉絲團，掌握首發體驗團報名資訊以及第一手青春山海線旅遊情報。

青春山海線官方粉絲頁：<https://www.facebook.com/route2taiwan/>

新北市觀光旅遊網：<http://tour.ntpc.gov.tw>