

從零到十全十美—桃園市休閒農業區劃定成果

邱俊銘*

壹、前言

桃園向來是工業大縣，早年由於政府積極推動經建計畫，再加上機場以及承上啟下的交通地理優勢，工業區陸續成立，產值常居全台之冠。相較之下，桃園的休閒農業卻是起步甚晚！宜蘭早在 2001 年就劃設休閒農業區，桃園在 2014 年升格為直轄市前，竟連 1 個休閒農業區也沒有！

其實桃園農產豐富，不亞於其他農業縣市，可以說是北臺灣的糧倉，農地面積多達 4 萬 8,000 公頃，是新竹縣加上宜蘭縣的總和，無論是稻米或蔬菜，都是北臺灣主要的供應來源；況且桃園擁有多樣化的地景面貌，農作物種類繁多，城鄉之間距離短，非常適合發展休閒農業。不過這些得天獨厚的條件，在缺乏領導者支持以及農民本身尚未意識到必須透過轉型來提升農產價值等種種因素下，忽視發展休閒農業的重要性。

有鑑於此，自桃園升格為直轄市後，農業局成立休閒農業科，督導長官全力推動休閒農業區發展，成立「10 個休閒農業區、100 家休閒農場」為目

*桃園市政府副秘書長。

標，輔以「一休區一花卉」為推動策略，帶動農業品牌化、高值化，讓農業與觀光產業結合，期望藉此帶動群聚效應，充分展現休閒農業的魅力。

於是，在市府團隊、發展協會及在地農場共同努力下，自 105 年「觀音區蓮花園休閒農業區」首先通過農委會公告劃定，107 年「大溪區月眉休閒農業區」、「龍潭區大北坑休閒農業區」、「蘆竹區大古山休閒農業區」、「大園區溪海休閒農業區」，108 年「楊梅區楊梅休閒農業區」、「蘆竹區坑子溪休閒農業區」、「大溪區暨復興區台七桃花源休閒農業區」，109 年「大溪區康莊休閒農業區」、「新屋區海洋客家休閒農業區」接續通過劃定；休閒農場也已同意籌設近百個，成功達成「十區百場」的政策目標；各區也分別和花卉結合，定期舉辦大型花卉活動，如觀音蓮花季、大園溪海彩色海芋季，每年吸引無數遊客前來賞花，同時搭配農場導覽、實作 DIY 等深度體驗，不僅帶動地方產業發展，亦活絡小農經濟。

未來，市府將以科技農業出發，鼓勵青年返鄉從農，深度耕耘發展地方特色，期望透過多元行銷的方式，將桃園的休閒與農業結合發揮加乘效果。總的來說，桃園市推動休閒農業區的輔導成果實屬不易！可以說是從無到有，從零個到成立十個組織健全的休閒農業區，從而搭配十種美麗的花卉活動，十全十美，亦步亦趨，桃園逐步成為推動休閒農業的明日之星。

貳、桃園休閒農業問題分析

桃園發展休閒農業起步甚晚，欲急起直追，無論是在農村勞動力老化、農地使用限制、休閒農業組織整合困難等均面臨根本性問題，亦在主管機關訂定合適政策、法規適用以及行銷推廣上遭遇諸多阻礙，可整理為 6 個面向來探討：

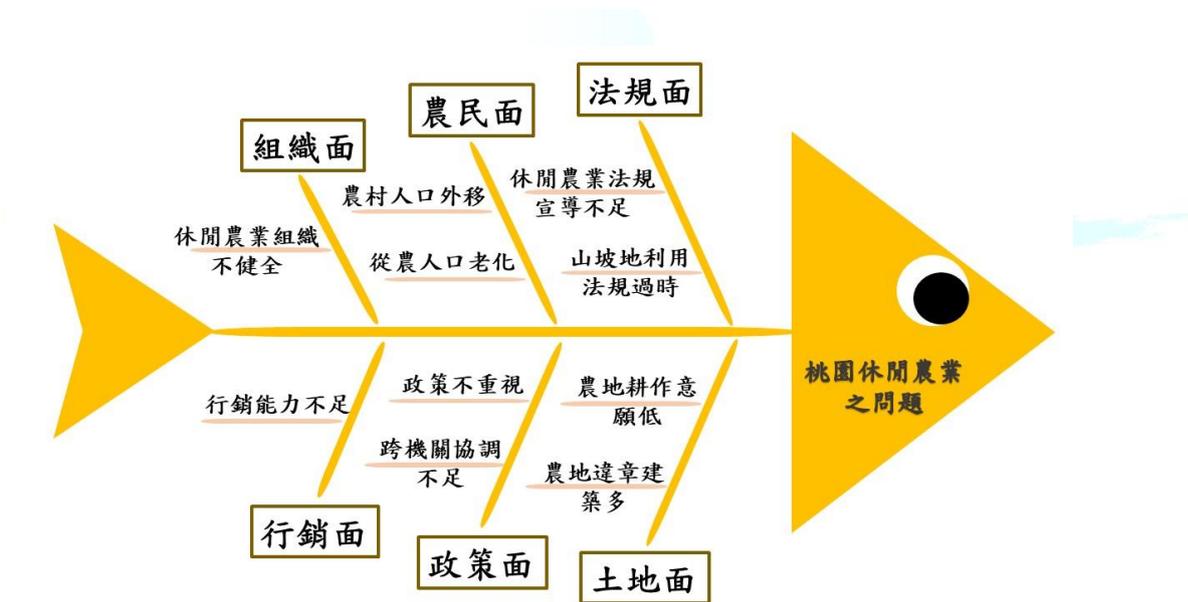


圖 1 桃園休閒農業探討面向

一、法規面

(一) 休閒農業法規宣導不足

民國 81 年行政院農委會發布「休閒農業輔導辦法」，作為推動休閒農業的主要法令依據，對於休閒農業區之規劃、輔導與休閒農

場申請設置、設施、管理與監督等，皆訂定明確的規範。

桃園在法規發布初期尚未有推廣或宣導休閒農業發展的概念，僅有少數農業觀光場域申請休閒農場，並多以素地、無建築物或設施的方式，提供賞蓮或觀賞農業進行經營。如坑子溪休閒農業區推動協進會曾嘗試申請休閒農業區，惟農業資源、整體效益、組織運作等整合機制有限，因此未獲行政院農業委員會同意。

(二) 山坡地利用法規過時

桃園地形大部分以台地為主，兼有丘陵、階地及山嶽，地勢起伏落差大，自然生態多元豐富，農作產量豐饒，然而原始一級耕作欲漸次轉型成三級休閒農業，面臨申請用地上都市計畫土地與非都市計畫土地，對於農地及山坡地利用之諸多限制。

舉例來說，非都市計畫土地依規定只能供農業生產使用或水土保持計畫可設置之設施，農地上欲建置供遊客使用之停車場、衛生環境、涼亭（棚）以及遊客體驗空間等相關設施，皆會受到「非都市土地使用管制規則」、「都市計畫法桃園市施行細則」、「水土保持法」及「建築法」等眾多法規上的限制，不利於休閒農業之發展。

二、農民面

(一) 農村人口外移

過去強調國家發展的政策下，經濟起飛以扶植工業為主，對於農業的依賴性大幅降低，農民也在生計的考量下，逐漸脫離農業經營轉而加入其他的產業營運，加上多數家庭普遍存有務農子弟社會階級較低的迷思，通常鼓勵子女轉從工商業發展，導致農村人口不斷外移。

(二) 從農人口老化

隨著農村人口外移，無法轉業的年邁農民繼續留下務農，形成農村人力上的嚴重缺乏以及勞動力老化的現象，無論是農業的一級生產、二級加工及三級服務，都難以發展休閒農業。

三、組織面：休閒農業組織不健全

早期農民比較傾向關起門來單打獨鬥，各自發展經營，彼此可能也存有競爭意識，甚少交流分享經驗；亦或已成立小規模組織，但因為內部糾紛、資源或分工不均，導致公共事務推行困難，無法輔導或取得各相關休閒農業業者之共識，組織不健全難以正常運作。

四、土地面

(一) 農地耕作意願低

桃園農地小而巧，過去大片稻田景象已不多見，受到農村人口外流及產業結構改變的影響，土地利用變更為工廠、公司、倉庫等工商業發展，使得農地零散化，整體農業經濟產值相對低，風險也高，因此農地耕作意願低，更遑論發展休閒農業。

(二) 農地違章建築多

許多農場在轉型申請為「休閒農場」的過程中，最容易遭遇到農舍、農地農用與農業設施的問題，通常案主在申請前，早已搭建違法的建築物不願拆除、沒有合法建照，也不能補照、或者是違建已請建築師重新畫圖，經調解後排拆等狀況，亦成為邁向三級休閒農業的阻礙。

五、政策面

(一) 政策不重視

中央部會於休閒農業推廣初期，桃園未有相關積極作為之政策，有關單位如縣政府及各鄉鎮市公所、各區農會不重視整合盤點，農民也無從配合輔導轉型，因此，縱然桃園擁有發展休閒農業

的利基，政策漠視促使農業觀光休閒產業的規模及績效並不突顯。

(二) 跨機關協調不足

桃園在升格為直轄市前，各局處及相關單位與地方公所協調不足，包含主要單位農業局、交通局、工務局、觀光旅遊局、教育局、水務局等，欠缺多面向統籌推動，不利休閒農業區之整體區域發展。

六、行銷面：行銷能力不足

桃園有許多發展中的農場，自主推行各項農事體驗，如採摘蔬菜、揀雞蛋、焗窯、摸蜆、抓泥鰍等，由於初期知名度不足，缺乏行銷管道，也無行銷推廣能力，在人潮不如預期、無法有效維持客源種種困難之下，農場很難自主永續經營。

參、劃設與輔導策略

桃園自 104 年全力推動休閒農業區，已逐漸積累經驗並形成一套模式，桃園擁有多元的農村生態及豐富資源，當地方凝聚共識，該區域內諸多農場運作已然成熟，市府及輔導團隊便著手進行資源盤點，深度到各農場瞭解當地的狀況，如農場屬於一級生產、二級加工或者三級休閒、場地適法性及環境設施評估，給予建議並輔導改善。

與此齊頭並進，積極籌組協會成立推動組織，每月定期召開休閒農業區專案會議，邀集產（協會、農場）、官（市府各單位、公所）、學（教育輔導團隊）各界共同開會，將各休區輔導進度、農事體驗活動、特色場域認證推動及食農教育推廣計畫執行情形納入列管，除因應每年農委會審查評鑑，也戮力爭取新的休區通過劃定。如此經驗純熟，推行有成，是有一定的劃設與輔導策略：

一、輔導在地組織成立，凝聚地方共識

劃設休閒農業區強調「由下而上」的參與及投入，市府推動劃設休閒農業區的第一步是透過公所初步評估，由公所召集地方有心人士，藉由辦理說明會闡述休閒農業的要旨及精神，讓休閒農業業者、農民及居民認同發展的方向，籌組申請協會做為推動組織，成為凝聚地方共識的起點。

協會成立後會員定期召開會議，彙整組織運作，於市府每月休閒農業區專案會議中報告運作的進度，而市府也在專案會議中佈達重要訊息，幹部再將訊息轉答，使組織成員充分瞭解政策方向，從起頭「由下而上」的凝聚共識，到例行性專案會議的「由上而下」政策執行，形成循環的推動管理模式，是桃園快速推展休閒農業的成功關鍵。

二、委託辦理資源盤點及相關課程

桃園在推動休閒農業之前，全臺灣已經存在 70 個以上的休閒農業區，競爭可謂相當激烈，桃園如何異軍突起成為後起之秀，突顯特色就成為最重要的關鍵。市府以督導者的身分委託專業團隊，深入地方瞭解農業、人文、生態、地理及社區，盤點基礎資源，擬定各區的發展方向，確認特色、甚至創造特色，試圖以桃園既有的農業生產實力做為基底帶入服務量能，轉型為六級產業。

除了資源盤點，基礎概念課程的引入和休閒農業實際運作面向也是輔導的重點，在組織成立後，透過一系列課程傳達休閒農業的相關法規、概念及方法，使組織在磨合過程中，藉由課程的催化，可以更聚焦於地方發展休閒農業的步驟及策略，讓農民甚至居民自主投入休閒農業，引導他們窺見商機，將農事體驗活動、伴手禮開發都納入遊程，以整體套票的方式販售。如此一來，休閒農業的輔導可以說是促成地方投入休閒農業的觸媒，以課程、訪視、討論、修正等多面向操作模式，逐步帶領業者成長，強化其參與及投入，讓休閒農業推展能更快速地看見成效。

三、市府實地踩線踏勘

政策推動並非紙上談兵，市府除委託專業團隊執行，亦會實地踩線踏勘，下鄉探訪各區域之資源，現場所見所聞可以直接和農場主人、協

會幹部、當地居民或仕紳，以及陪同會勘的相關單位進行意見交流和輔導，直接的溝通管道和親近感，能為地方凝聚共識、解決需求。

每次踏勘帶回的意見將納入休閒農業區專案會議進行列管，會議上各組織重要幹部同時列席，可清楚瞭解各項議題的執行進度，會議成為溝通平台，即時反映政策推行上的困難點及在地民眾的觀感，實踐跨局處合作的目標。訪視不會只有一次！從輔導至申請劃設休閒農業區的整個過程中，會不斷地藉由反覆下鄉，檢視各區組織的投入情形和基礎建設的不足之處進行檢討與反饋，期能以實際面對面的輔導方式增加地方組織信心，而市府與地方不間斷地聯繫，也能促使地方積極投入，挖掘特色，朝發展目標邁進。

NATIONAL ACADEMY OF CIVIL SERVICE

四、農委會審查

市府推動劃設休閒農業區具有一定的流程，從「成立組織→盤點資源→培訓課程→下鄉視察→提送計畫書→訪視預演」SOP，因應農委會審查的流程做出相符的輔導措施。

農委會原則每年審查一次，市府會要求預計送審的休閒農業區提出書面簡報，並安排內部預演，實地模擬委員現場勘查的情況並進行檢討改善。真正審查時，委員現場講評、評分，經過綜合考量後決定劃定通過與否。爭取劃定是考評結果的呈現，但市府推動休閒農業並非僅限於

獲得好成績而已，最終目標是帶動地方發展及協助產業轉型，業者數量的成長才是產業永續的關鍵指標；並且在審查的過程中已劃定及輔導中的休閒農業區皆能共同參與、共同學習與觀摩，帶領推動組織一同成長。

五、農委會評鑑制度

依據「休閒農業輔導管理辦法」，農委會為輔導休閒農業區發展，得辦理休閒農業區評鑑，作為主管機關輔導依據。往年每 2 年辦理一次全國性評鑑，近年由於休閒農業區數量激增，民眾對於休閒產業需求也與以往有所不同，國內市場內需增加，促使產業競爭加劇，農委會為求與時俱進，評鑑機制亦逐步調整修正。桃園在短時間內成功劃定 10 個休閒農業區，一躍成為全國名列前茅的縣市，顯示桃園在國內休閒產業中的定位已然翻轉。

劃定休閒農業區的數量不代表桃園農業的轉型成功，為了持續精進各休閒農業區推動組織的運作，除農委會全國休閒農業區評鑑外，市府制定「桃園市政府休閒農業區經營績效評鑑小組設置要點」，旨在透過每年自辦市內評鑑來提升各休閒農業區自我成長意識，並強化組織功能以及提升財源自籌比例，評鑑之餘也建立輔導師制度，委請專業團隊協助本市各休閒農業發展協會導入專業輔導師，協助診斷休閒農業區營運情形、調整經營策略，並於過程中輔導協會建立歷史資料，以利休閒農業

區永續發展。在輔導及評比雙重鞭策下，桃園休閒農業區雖為後起之秀，仍能透過與時脈動調整經營策略具備與其他縣市競爭之能量。

肆、桃園休閒農業解決方案

對於桃園休閒農業六個面向的問題進行分析及診斷後，亦分別擬定解決方案：

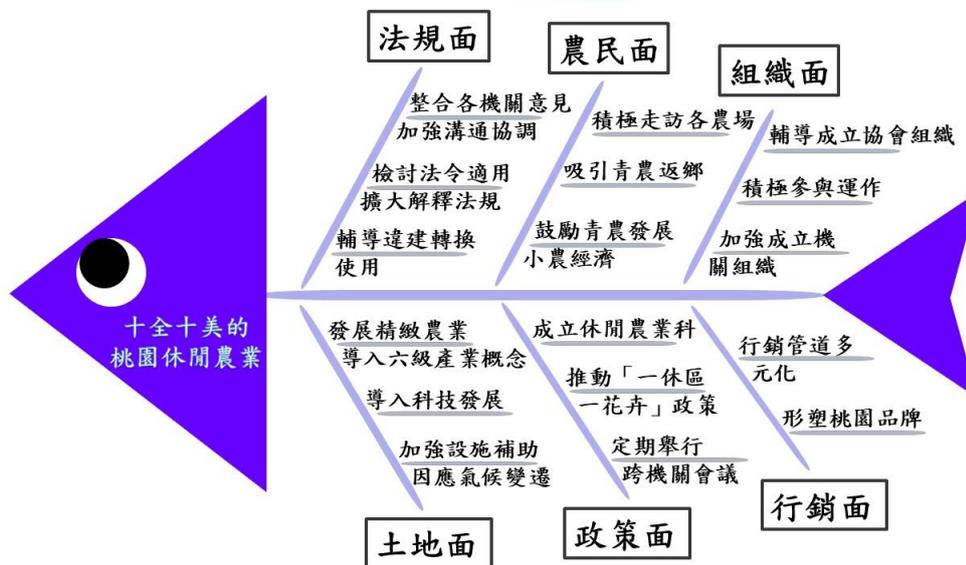


圖 2 桃園休閒農業解決方案擬定面向

一、法規面

(一) 整合單位意見加強溝通協調

推廣休閒農業首重整體性發展，包含在地農業生產及推廣行銷，結合交通接駁規劃、觀光旅遊導覽、深度融入文化特色、倡導

生態保育概念等諸多要素環環相扣；而「休閒農業輔導管理辦法」內容不囿於農業相關規定，牽涉到都市或非都市的土地管制、道路交通法規、河川水保相關規定、建築法等層面甚廣，容易面臨適用上的問題。

因此，桃園自 104 年開始籌備推動休閒農業區以來，每個月定期召開「休閒農業區專案會議」，整合市府各單位、區公所及在地組織，進行多面向意見討論、安排實地踏勘、並協調排除法規適用疑義，輔導溝通改善，以期能夠推動休閒農業產業合法設置，永續發展。

(二) 檢討法令適用擴大解釋法規

申請休閒農業常涉及到多方面的法規，以往限於法規並未與時俱進，部分條文已不適用或窒礙難行，如若再遇到承辦人主觀認定上的問題，以及相關單位本位主義推託委迤，在地組織或休閒農業業者往往四處碰壁，求助無門。

所幸市府定期召開專案會議，也不時下鄉實地踏察，陳述管道暢通，並請相關單位和案主共同到場研議，檢討法令適用的可行性以及如何在各單位可認定的範圍內解釋法規，在合法的情況下行使裁量權，使得問題既可以有效解決，對於推動休閒農業區也增加彈

性運用的空間。

(三) 輔導違建轉換使用

實例上，為輔導農地上的老舊房舍、個人使用或公共設置的違規建物等暨有資源仍有效使用，在符合相關規定的範疇裡，通常會將既有建物合法化列為優先考量，除個人使用外，亦輔導做為在地公共設施。

另外，農村內具有歷史價值之老屋，亦盡量結合文化局資源，將具文資潛力之老建築友善保存，進行老屋修繕及復原，進而推動老屋再生計畫，促進農村社區及在地特色活化，納入整體休閒農業產業共同推廣。

二、農民面

(一) 積極走訪各農場

有別於以往偏向在室內辦公，僅就一紙公文窺見農民對於發展休閒農業的渴望以及生硬的資源盤點統計數字，往往不切實際又脫離現實；在桃園決心推動休閒農業後，積極走訪各農場，除委託輔導團隊外，市府相關單位並下鄉探訪，實地瞭解狀況給予建議，同時評估和統籌地方資源，搭起農民和政府之間溝通的橋樑，有效凝聚共識，由下而上草根性的推動休閒農業發展。

(二) 吸引青農返鄉

農業生產、休閒和行銷推廣皆緊密相扣，必須要有青年、創新想法投入才能源源不絕持續發展，解決農村人口外流及勞動力老化的問題。因此，市府自 104 年起辦理青年農民輔導計畫，今年已達第 9 屆，迄今已輔導 304 名青農投入農業生產，吸引在地青農報名參加，並分批培訓，除教授基礎的農業理論和行銷知識，也安排學員至農場體驗和實習，協助有意願的學員創業，朝向多元化發展。

(三) 鼓勵青農發展小農經濟

鼓勵青農返鄉要有經濟收益做為支撐始能長遠，市府訂定青年從農輔導計畫，提供青農在受訓期間的生活津貼，補助三分之一的資材設備費用，減輕青農受訓期間及創業初期的經濟壓力；輔導過程中，教授青農技術研習、經營管理及農特產品行銷能力，讓青農在受訓結束後能夠獨當一面。然而，政府補助款僅是提供釣餌，青農仍須從培訓習得的技術與經驗中脫穎而出，推出獨具特色的農特產品，亦可配合農事體驗、食農教育、生態教育等發展小農經濟。

三、組織面

(一) 輔導成立協會組織

推動劃設休閒農業區首先須有管理組織做為起頭，負責區內公

共事務，因此輔導成立協會組織是推動的第一步，召集地方有心人士，藉由辦理說明會闡述休閒農業的要旨及精神，讓休閒農業業者、農民及居民認同發展的方向，做為凝聚地方共識的起點。

(二) 積極參與運作

協會組織成立的宗旨是以農業經營為根本，結合休閒旅遊服務業，推展以農村與農業為主題之休閒觀光旅遊，提供遊客享受休閒生活、體驗農村文化，達到提升農民收益、維護農村環境與永續發展的目標。因此，組織須定期召開會員大會，相互交流，整合資源，動員在地居民仕紳、各種產業業者積極參與運作，促進地方繁榮。

(三) 加強成立機關組織

除了輔導民間成立協會組織，政府也應有相對應的機關組織與之對接，承辦休閒農業業務。桃園在 107 年之前是由農業局輔導科負責辦理，隨著通過劃設以及正在籌備的休閒農業區增加，業務繁劇，須要有專責的機關承接處理，因此在市長同意下增設休閒農業科，專責辦理休閒農業區基本設施與行銷活動，以及推動農村再生等各項計畫，結合相關單位共同為農業多元經營，發展地方特色。

四、土地面

(一) 發展精緻農業導入六級產業概念

發展休閒農業必須走向精緻化，透過智慧科技及現代化的管理方式，精進農產品的栽培方法、衛生安全及產品行銷通路，朝向多元化發展；同時善用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農業生產、農業經營活動，提供民眾休閒、體驗及認識農村文化，以此為基礎將原來一級生產、二級農產加工與三級遊憩服務整合，推動六級化產業發揮綜效，為當地居民和業者帶來經濟效益。

(二) 導入科技發展

科技農業是時代的趨勢，市府輔導休閒農場以現行產業模式為基礎，導入機械設備及感應科技等多項資通訊、物聯網、大數據分析等技術應用，大量減輕農場人力負擔，降低受到氣候、蟲害等自然災害影響的風險，亦可藉由良好的農場經營管理方式，穩定提供令人安心、安全及可追溯來源的農特產品。

(三) 加強設施補助因應氣候變遷

近年來，為減低氣候變遷下極端強降雨及乾旱等氣候異常對農作物所造成的影響，發起「推動設施型農業計畫補助」，設置溫室內的環境控制系統，利用風扇、水養系統、光控遮陰、降溫系統等

多項環境調控設施，降低病蟲害、生長開花提早或延遲等影響，並可有效配合各種不同農作物的收作週期，提升整體農業發展。

五、政策面

(一) 成立休閒農業科

為全力推動桃園休閒農業發展，農業局於 107 年成立休閒農業科，專責辦理休閒農業區劃設、推展休閒農場與休閒農業行銷活動，以及推動農村再生等各項計畫，活化在地農業產業、推動生態保育、保存農村文化，確保農業永續發展、提高農民生活水準及所得。

(二) 推動「一休區一花卉」政策

自觀音區蓮花園休閒農業區成功打響「桃園蓮花季」——「北觀音，南白河」名號，有覺於每個休閒農業區皆應推出獨具特色的花卉活動，樹立品牌，吸引遊客駐留，深度瞭解不同休區的農產花卉和地方特色；於是，大園溪海休閒農業區舉辦「桃園彩色海芋季」、龍潭區大北坑休閒農業區推出「桃園戀戀魯冰花」、復興區暨大溪區台七桃花源休閒農業區首辦「桃園復興繡球花季」、楊梅區楊梅休閒農業區打造夢幻紫色普羅旺斯「桃園仙草花節」等活動，皆是以花卉做為亮點行銷，帶動整體地方經濟發展，提升農民收益，為

桃園的休閒農業增色不少！

(三) 定期舉行跨機關會議

104 年鄭文燦市長上任後，全力推動休閒農業區發展，每月召開跨機關專案會議，從不間斷，至 111 年 3 月已辦理 69 次會議。除統籌整體休閒農業區之劃設及輔導，亦整合市府各單位、學界討論以及民間組織等資源，共同推動休閒農業區發展，目前桃園已有 10 個休閒農業區通過行政院農業委員會公告劃定，後續將持續輔導及協助各休閒農業區發展。

六、行銷面

(一) 行銷管道多元化

桃園花卉活動已逐漸打開知名度，藉由現代化多媒體的行銷管道，成立官網和粉絲頁，推廣各休閒農業區的特色與文化，同時也請來專業的行銷團隊設計廣告文宣、拍攝宣傳照片和影片、推廣農事體驗和活動遊程，利用各種平面報章雜誌、旗幟燈號、大眾運輸車體廣告、電視新聞、廣播電台、以及網路平台如電子新聞、Facebook、IG、Youtube、Line、網紅推薦文等，分別行銷至不同年齡層、不同類型的群體，透過意見反饋得知客群的反應並即時給予回覆，多元化的行銷讓桃園推動休閒農業的成果更顯而易見。

(二) 形塑桃園品牌

隨著休閒農業區陸續通過劃定，幾個大型的活動已經成功打造為有口皆碑的品牌，「桃園彩色海芋季」、「桃園蓮花季」、「桃園仙草花節」等活動，每年皆吸引上百萬的遊客前來賞花、體驗農事活動和消費駐留，利用品牌概念，納入農產品、花卉、服務、活動、故事等，展現品牌的特色與價值。後續將不斷發掘各區特色，妥善管理與經營，形塑桃園休閒農業精緻化品牌。

伍、十全十美的休閒農業

桃園自 104 年升格為直轄市，在市長的政策領導及地方積極共識下，積極推動劃定休閒農業區，截至 110 年，已成功劃定 10 個休閒農業區，尚有 7 個持續輔導中，今年預計再送審 5 個：楊梅區秀才休閒農業區、中壢區中壢休閒農業區、新屋區博覽休閒農業區、龍潭區三坑水鄉休閒農業區及大溪區百吉休閒農業區，亮眼的成績可謂有目共睹。

為推動桃園休閒農業發展，由桃園花彩節開始發展桃園花卉休閒產業，並延伸出「一休區一花卉」的政策目標。這項政策運用大型花卉節慶活動，以四季花卉、農業轉型、休閒農業及體驗經濟等元素，精準行銷並建立品牌及差異性，將桃園打造為北臺灣最具特色的「幸福經濟」花卉城市。目前桃

園彩色海芋季及桃園蓮花季、桃園仙草花節近 3 年活動皆吸引破百萬人次參訪，期待持續透過大型活動的舉辦，快速提升本市各休閒農業區特色及知名度。

一、觀音區蓮花園休閒農業區—「桃園蓮花季」、「觀音萬聖南瓜節」



蓮花園休閒農業區於 105 年由農委會公告劃定，是桃園市第一個休閒農業區，公告範圍 591 公頃。休區內建置有蓮花故事館、旅客中心、賞蓮步道、休憩涼亭及荷塘鷺樓觀景平台。

代表活動是「桃園蓮花季」，於每年 7、8 月舉辦，是地方一大盛事，結合周邊各休閒農場共同投入，推出各式蓮花伴手禮及餐點，亦有撥蓮子、乘坐大王蓮等特色體驗，雖然去年因為疫情嚴峻，活動延後並縮短

成 1 個月，109 年度辦理第 22 屆蓮花季，參訪人數成長 2 成，達到 132 萬多參訪人次的佳績。另外，由於觀音的土壤排水性佳，適合瓜果作物生長，於 107 年配合「一休區一節慶」政策衍生推出「觀音萬聖南瓜節」活動。

二、大溪區月眉休閒農業區—「桃園花彩節」



月眉休閒農業區於 107 年公告劃定，以純樸的農村生活及農村景致為最大特色，鄰近大溪老街、山豬湖生態園區、水資源中心，區內亦有國定古蹟—李騰芳古宅，除休閒農業外亦結合歷史、生態及文化等資源，成為本區最大亮點。

代表活動是「桃園花彩節」，於每年 11 月底舉辦，已經邁入第 8 屆，以大規模花海圖騰為亮點，各展區主打向日葵、大波斯菊、百日草等花卉外，更推出特色活動，成功打造桃園花海品牌形象！此外，月眉休閒農業區已參與 6 個年度的桃園花彩節活動，亦結合「地方創生」概念，輔導在地農場轉型與曝光，促進休閒農業經濟再生！

三、大園區溪海休閒農業區—「桃園彩色海芋季」



溪海休閒農業區於 107 年公告劃定，以切花及草花為主要農業生產，也是國內主要花市切花產區，以生產彩色海芋、香水百合、向日葵、小蒼蘭等花卉為主，透過各式活動的深化，精緻既有的農事生產，升級成為農事體驗活動，推廣休閒農業的發展。

代表活動是「桃園彩色海芋季」，以特色切花產業「彩色海芋」作為活動主題，成為全台唯一以旱生型的彩色海芋作為活動主題之花卉活動，擴大民眾認識本休區的農業軟實力。活動策展目標為「戀人聖地，幸福桃園」，延續幸福經濟主軸，打造花園城市品牌形象。

四、龍潭區大北坑休閒農業區—「桃園戀戀魯冰花」



大北坑休閒農業區於 107 年公告劃定，本休區為北台灣重要茶葉生產地區，除茶園景觀，亦包含各式農園、餐廳、庭園、古厝等人文資源，並透過完善的步道及解說設施，形塑環境優美的休閒農業旅遊景點。

代表活動是「桃園戀戀魯冰花」，107 年首度辦理，魯冰花是茶園重要的綠肥作物，在凋謝後奉獻給茶樹的意象，代表母親無私奉獻，客家

人更稱之為「母親花」，每年 2 至 3 月間可欣賞到魯冰花海盛況。活動結合休閒農業、客家、文化及花海等元素，多元推廣地方特色，透過計畫吸引參與人潮，活絡農村並帶動地方產業的發展。

五、蘆竹區大古山休閒農業區—「野百合活動」



大古山休閒農業區於 107 年公告劃定，具有「雙捷運」的交通優勢，儼然為北臺灣都會後花園，出產稻米、有機蔬果、園藝花卉等，並有丘陵、山林、川溪、埤塘、閩南農村文化的多樣化資源。

代表活動是「野百合活動」，自 108 年度開始辦理，大古山休閒農業區發展協會成功復育數萬株野百合，花期為每年 4 至 5 月間，透過大古山野百合活動，讓大家認識臺灣特有的原生種百合。

六、楊梅區楊梅休閒農業區—「桃園仙草花節」



楊梅休閒農業區於 108 年公告劃定，本休區推廣種植仙草特用作物，積極推動二級加工及三級服務結合，亦有水梨、酪農、魚類養殖等資源，展現休區的多元面貌。

代表活動是「桃園仙草花節」，又被譽為「台版普羅旺斯」，因一砲而紅，特別從桃園花彩節中獨立出來並擴大舉辦。桃園仙草花節已經是桃園成功的花卉活動品牌，自 108 年開始舉辦，引發網路瘋傳「紫爆」畫面，109、110 年度分別以「微見仙境」、「癒風仙境」為主題，吹起桃園的「花園城市」的品牌 2.0，吸引超過百萬人朝聖。該活動市府特別與楊梅休閒農業區攜手，推出期間限定的旅遊團，由在地農民帶領民眾用

五感品味桃園楊梅農事體驗，包括：手作風味牛汶水、組盆多肉植物、豐富的採果及地瓜的體驗等等，活動場場精彩。

七、復興區暨大溪區台七桃花源休閒農業區—「桃園復興繡球花季」



台七桃花源休閒農業區於 108 年公告劃定，以「打造台七公路桃花源，建立農遊樂活農村」為目標，綠竹筍、花卉和多肉植物是主要產業，發展休閒農遊，營造健康樂活的農村環境。

代表活動是「桃園復興繡球花季」，復興區是北臺灣重要的繡球花產區，市府自 108 年鼓勵在地農民投入落地種植，善用現地資源來扶植繡球花產業，籌備 2 年終於在 110 年推出第一屆繡球花季活動。活動以枕頭山魅力商圈為主會場，串聯復興區 20 處以上的農場，期間配合復興區當季盛產桂竹筍、媽媽桃、高山茶、綠竹筍等多樣優質農產品推廣活動，並推出各項農事體驗，讓民眾除賞花還能體驗，強化旅遊廣度及深度，為台七桃花源休閒農業區再帶起另一股風潮。

八、蘆竹區坑子溪休閒農業區—「愛戀桃金孃活動」



坑子溪休閒農業區於 108 年公告劃定，以蘆竹區坑子里及外社里為主要規劃範圍。自劃定公告後，致力實踐「地方創生、永續發展」為宗旨，結合農村傳統文化、田園景緻、坑子溪、埤塘及生態環境資源，發展成為實現「城鄉休閒零距離，桃金創生釀茶香」的永續休閒農村。本休區擁有茶葉、稻米、綠竹筍、桃金孃、草花等特色農產，可為都市居民提供生鮮而安全農副食品，以及綠地環境與優美生態環境景觀，是典型的「都市農業」地區。

代表活動是「愛戀桃金孃活動」，107 年辦理桃金孃復育活動，桃金孃除了有水土保護的作用外，還可以做成食用醋、露、果醬等，也因其豐富的經濟價值，在東方及西方皆有美麗的傳說故事。活動結合在地農場、茶園，串聯周邊景點推出一日輕旅行及農事體驗，體驗閩南農村文化，同時導入在地生產消費的觀念，販售相關農產品，加強推廣休閒農業發展。

九、大溪區康莊休閒農業區—「桃園客家桐花季」



康莊休閒農業區於 109 年公告劃定，是北臺灣最佳的「有機農業聚落」，且為農糧署的有機示範點，區內已有多個發展非常成熟的業者，包括好時節休閒農場、富田香草休閒農場、大溪花海農場等，且已取得農糧署「有機聚落」認證，善用農場特色發展農事體驗及食農教育，富涵各項生態及文化資源，不僅是觀光旅遊的聖地，也是青農創業的好基地。

代表活動是「桃園客家桐花季」，自休區劃定通過後，結合周邊景點十一指古道沿用辦理多年的客家桐花季活動，逐步將桃園客家桐花季的主會場移師康莊休閒農業區，結合在地的農事體驗活動，使客家桐花祭開創新亮點。

十、新屋區海洋客家休閒農業區—「海客文化藝術季」



海洋客家休閒農業區於 109 年公告劃定，是全國第一且唯一一個同時兼具海洋、休閒農業與環境教育的休閒農業區，尤其當地牽罟及石滬更是延續傳統的重要記憶，這裡的傳統漁業，保存許多有別於近山客庄的生活方式，發展出像是築石塹、牽罟捕魚等特有的海洋客家聚落文化，以「好客」、「傳承文化」、「國際發展」及「生態永續」為主軸，實現「海客文化—源遠客來」「海岸生態—漁業永續」規劃願景，結合在地產業帶動地方發展。

代表活動是「海客文化藝術季」，客委會自 106 年起將此活動列入客庄十二大節慶活動，持續補助迄今，因臨海發展出農漁兼作特殊的客庄生活型態，每年都號召千人共同參與牽罟活動，讓民眾在觀光、生態體

驗之餘，能更瞭解海客的獨特文化。

陸、結論

城市治理具有不同型態的多樣性，發展休閒農業是其中的一環。桃園自升格為直轄市後，市府發展工業之餘不忘培養「軟實力」，希望藉由推動休閒農業區之發展，輔導傳統農業轉型為綜合性的休閒產業，吸引年輕族群回流促進地方發展，讓桃園成為擁有幸福經濟學的城市。

整體而言，桃園對於休閒農業不遺餘力的耕耘，除市府訂定發展休閒農業的政策目標，輔以花卉活動作為推動策略，由下而上深耕的地方共識和地方組織共同配合亦是成長關鍵，乃至 104 年到 110 年從無到有，逐年成功地通過農委會審查，公告劃定 10 個休閒農業區，各自擁有不同的主題活動和特色，目前尚有 6 至 7 個休閒農業區正在積極籌備，繼續爭取劃設，盼持續醞釀更多休閒農場聚落，提升休閒農業蓬勃的競爭力。

值得一提的是，隨著休閒農業區設置漸趨飽和，市府推動的策略也有所轉換，將會拉長輔導成立休閒農業區的時間，著重品質而非數量，並進行總量管制，淘汰評鑑不良者。未來，桃園的休閒農業戰略也不局限在「一休區一花卉、一休區一節慶」，而是轉型為跨區域、跨縣市的交流活動，亮點可以不必是花卉，譬如 110 年桃園苦茶油節、今年 3 月首辦的咖啡莊園節，已經是橫跨各區共襄盛舉，焦點也轉換成高經濟價值作物，讓前來參加的業者和遊客不僅僅是「品味」，更可以是讓人昂首企盼的年度「品牌」交流大會！