

桃園市議會第3屆第3次定期會

桃園市政府客家事務局
工作報告

報告人：局長 范姜泰基
中華民國 113 年 3 月

目次

壹、現階段重要工作執行情形.....	1
一、推動客家語言復甦.....	1
(一)推動客語為本市通行語.....	1
(二)推動幼兒園沉浸式客語教學計畫.....	1
(三)推動國中小學客華雙語教學計畫.....	2
(四)結合薪傳師廣開客語學堂.....	2
(五)推出多元媒體之學習課程.....	3
(六)客語能力認證報名及通過人數居全國之冠.....	3
(七)響應 1228 全國客家日講客大遊行.....	3
二、傳承地方藝文活動.....	3
(一)辦理客家文化節慶.....	3
(二)鼓勵本市各區公所推動客家特色節慶.....	5
(三)結合民間力量傳承客家傳統藝術.....	5
(四)培植傳統藝術人才.....	5
三、多元經營客家館舍.....	6
(一)營運桃園市客家文化館.....	6
(二)營運桃園北區客家會館.....	6
(三)營運臺灣客家茶文化館.....	6
(四)營運崙坪文化地景園區.....	7
(五)營運 1895 乙未保台紀念公園(記憶展示廳).....	7
(六)營運永安海螺文化體驗園區.....	8
(七)營運鍾肇政文學生活園區.....	8
(八)推出全桃客家遊路線.....	9

四、 推動客庄創生環境.....	9
(一) 推動客庄文藝復興運動	9
(二) 地方創生營造客庄生活空間	9
(三) 舉辦青銀客創系列活動	10
(四) 保存客家百工百業	11
五、 蓄積影像文字紀錄.....	12
(一) 數位保存在地客家文化特色	12
(二) 深化客家學術文化研究	12
(三) 發行《Meet Hakka》專刊	13
(四) 辦理桃園客家影音人才培訓暨創作競賽	13
(五) 營運網路社群平台	14
六、 輔導客家特色產業.....	14
(一) 行銷客家「好食」餐廳	14
(二) 辦理客家美食百桌宴	15
(三) 配合辦理年度客家小炒全國爭霸賽	15
(四) 辦理魯冰花季	15
(五) 推出桃園客家精品禮盒	15
(六) 行銷客家特色文創品牌	16
七、 深耕全球客家網絡.....	16
(一) 辦理世界客家博覽會	16
(二) 加強海外客家社團連結	22
貳、 未來努力方向.....	23
一、 推動桃園客家族群主流化.....	23
二、 建置世界客家博覽會數位展示網站	23
三、 規劃於桃園市立圖書館總館設置客家主題專區	23
四、 推廣客庄小旅行.....	24

五、扎根客語教育.....	24
(一) 持續推動沉浸式客語教學.....	24
(二) 製播客語廣播節目.....	24
(三) 續辦客語講故事比賽.....	25
六、規劃辦理桐花祭活動.....	25
七、積極開源節流、增加自償性收入.....	25
(一) 桃園市客家文化館.....	25
(二) 永安海螺文化體驗園區.....	26
(三) 臺灣客家茶文化館.....	26
參、結語.....	26
【附錄】客家事務局各科室聯絡電話一覽表.....	27

邱議長、李副議長、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會召開第 3 屆第 3 次定期會，**泰基**謹代表客家局全體同仁承蒙各位議員女士、先生對本局業務的關心與支持，在此致上由衷謝忱。桃園市客家族群人口約有 91 萬人，本局為完善各項客家族群政策，透過推動客家語言復甦、傳承地方藝文活動、多元經營客家館舍、推動客家創生環境、蓄積影像文字紀錄、輔導客家特色產業、深耕全球客家網絡等多元計畫，期許成為全球客家文化的首善之都，展現其獨特魅力。以下謹就本局 112 年 9 月 1 日至 113 年 1 月 31 日的各項重要業務進行報告，敬請各位議員給予指教與鞭策，並持續給予支持。

壹、現階段重要工作執行情形

一、推動客家語言復甦

(一) 推動客語為本市通行語

客家委員會評核各縣市 112 年推動客語為通行語執行成效結果，本府獲評為佳等，榮獲獎勵金 100 萬元；本市平鎮區公所及龍潭區公所為優等，各榮獲獎勵金 150 萬元；大園區公所為優等，榮獲獎勵金 120 萬元；新屋區公所及觀音區公所為優等，各榮獲獎勵金 100 萬元；中壢區公所為佳等，榮獲獎勵金 50 萬元，合計獎勵金為 770 萬元，將全數用於本府客語友善環境營造，並結合各局處、區公所及民間單位資源，積極推動各機關學校所屬人員通過客語能力認證，並提供客語學習管道，以加強型塑講客風氣。

(二) 推動幼兒園沉浸式客語教學計畫

112 學年度計有中壢、楊梅、龍潭、平鎮、新屋、觀音、大園等 7 個客家文化重點發展區之 12 間幼兒園共計 28 班、713 位幼兒參與沉浸式客語教學計畫。本計畫係以客語作為教學語言，融入教保課程及日常作息，增加幼兒接觸客語的機會。另成立輔導團隊，提供幼兒園教師相關諮詢、陪伴服務，並辦理師資培訓課程，以增加教保人員專業知能，提升客語教學品質。

(三) 推動國中小學客華雙語教學計畫

112 學年共有楊梅、龍潭、平鎮、新屋、觀音、中壢等 6 個客家文化重點發展區之 7 間國小、6 間國中共計 43 班、840 位學生參與客華雙語教學計畫。本計畫係於國小及國中之國語、數學、自然、社會、公民等科目的正式課程中，交互使用客語及華語，營造自然的客語友善環境，讓學生能有機會接觸及使用客語，培養學生多一種語言(客語)能力。同時成立輔導團隊及辦理師資培訓，並輔導校際間成立專業成長社群，如楊梅區瑞原國小、上湖國小與龍潭區三和國小成立跨校專業成長社群，建立客語教學夥伴關係。

(四) 結合薪傳師廣開客語學堂

1. 為因應各界不同之客語學習需求，促進各單位營造客語使用環境，並加強市民客語口說能力，本局積極結合薪傳師廣開客語學堂，一方面鼓勵公私立團體只要召集 15 人以上，並提供符合消防安檢之固定上課地點，即可申請開設客語研習班，由本局聘請薪傳師及提供教材，至申請單位指定的時間及地點授課；另一方面鼓勵薪傳師自行於社區招生開課，薪傳師提出的開班計畫經核定補助後，即可依其規劃的期程、地點與對象進行授課。112 年度總計與薪傳師 56 人合作，開設 178 班之生活客語、認證、歌謠等傳習課程，共有 2,670 位學員受惠。113 年截至 1 月底止，已與 26 位薪傳師合作開設 103 班課程，預計有 1,545 位學員受惠。
2. 針對已獲客家委員會認定資格之薪傳師，本局每年均辦理師資培訓增能課程，依語言、歌謠、文學、戲劇等類別薪傳師開班所需之專業知能、班級經營、教學技巧等項規劃必(選)修內容。凡獲得結業證書之薪傳師欲申請開班，本局亦請專家學者就其教案設計及課程大綱給予輔導及專業建議，以維持教學品質及提升客語推展效益。112 年度共辦竣 18 場 312 堂課，計有 642 人次參與培訓；113 年將自 1 月至 8 月間開辦 18 場 312 堂課，刻正陸續受理薪傳師報名中。

(五) 推出多元媒體之學習課程

為提升桃園在地客家文化的能見度，112 年與新客家廣播電台合作於週日製播「行喔~共下來尋客」節目，共播出 48 集。節目以「桃園客庄輕旅行」為概念，藉由廣播主持人介紹桃園各地景點及食衣住行等生活特色，讓民眾認識桃園客庄，並教授簡單客語詞彙與日常用法，將客語融入生活當中。另有關客語認證、職場客語等課程，持續於本市 3 家有線電視台及本局 YouTube 頻道、E 等公務園學習網站及中央大學磨課師數位學習等平台播放，提供民眾豐富的學習資源。

(六) 客語能力認證報名及通過人數居全國之冠

本市為全國客家族群最多的縣市，本府公務機關及民間團體皆積極推動客語學習，營造客語友善環境。本局訂有組團學客語、團體考認證、個人及團體的合格獎勵金等完整獎勵措施，鼓勵民眾報考客語能力認證，使得本市自 108 年至 112 年已連續 5 年客語能力認證報名人數居全國之冠，通過認證人數亦居全國之冠。另依客家委員會公布之數據顯示，113 年截至 1 月底之本市中級暨中高級客語能力認證報名人數計有 566 人，暫居各縣市之首，刻正持續鼓勵本市各機關團體加入學客語、考認證的行列。

(七) 響應 1228 全國客家日講客大遊行

客家委員會自 111 年起，將 12 月 28 日「還我母語運動日」訂定為「全國客家日」。112 年度本局配合客委會辦理「1228 講客大遊行」活動，邀集本市 8 個客家文化重點發展區的客家青年團隊，結合創意裝扮遊行表演並以客語宣講，號召民眾簽署「一代人救轉客話」宣言，以逐步在公務機關及家庭、校園、社區、企業等處推動，促進大家共同參與，讓「使用客語，營造友善環境」成為新的客家運動。

二、傳承地方藝文活動

(一) 辦理客家文化節慶

1. 桃園送聖蹟

全國百餘座聖蹟亭中，龍潭聖蹟亭不但是全國規模最大且保存最完整，且在本局協助推廣下，目前也是北臺灣唯一貫徹執行完整客家三獻古禮儀式之聖蹟亭。為有效推廣聖蹟亭代表的惜紙敬字精神，本局業於 112 年 9 月 17 日與在地民間團體合作辦理「桃園送聖蹟」活動，並持續挑選女性擔任祭典讀祝禮生，以打破傳統祭儀為男性主導的性別刻板印象。另推出 3 條聖蹟亭巡禮遊程，帶領民眾實地走訪本市中壢、大溪及龍潭等地聖蹟亭及周邊客庄人文景點；同時首度推出聖蹟亭實境解謎遊戲，提升參與度及活動趣味性，並藉此增進民眾對聖蹟文化及客庄特色的認識。

2. 三界爺文化祭

本市擁有 21 座三界爺廟宇，數量居全國之冠。早年先民拓墾時開闢水圳與陂塘，興建三官廟祭祀三官大帝(客語稱三界爺，係指天官、地官與水官)，也以三官祭祀組織推動水權分配，形成特有的三官大帝祭祀圈和水利組織。為彰顯三界爺傳統信仰特色，本局每年於水官誕辰(農曆 10 月 15 日)輪流於各區舉辦三界爺文化祭。112 年委託大溪區公所及三元宮、永安宮於 11 月 3 日至 11 月 26 日共同舉辦，以「感恩 謝平安」為活動主軸，辦理主題特展、祈福建醮大典與消災轉運賜財法會、藝文展演、平安戲及平安宴等活動，並結合三元宮 150 週年「慶成祈安三朝建醮大典」。113 年度將與平鎮區公所及鎮安宮合作，以傳統祭祀科儀為主軸，深化在地特色小旅行、徒步祈福繞境及客家大戲展演等活動內涵，以傳承本市特色文化並促進在地觀光發展。

3. 客家天穿日

為持續推廣客家人崇敬天地、愛惜自然的精神，本局訂於 113 年 2 月 29 日(農曆正月 20 日)舉辦天穿日活動，內容包含傳統的祭天儀式、天穿日故事劇及趣味闖關等。期藉此邀請民眾共同感念女媧補天的恩澤，並透過現代故事劇及有趣的闖關活動，增進大眾對此特色節慶的認識及理解其背後蘊含的尊重大自然、永續環保意義。

(二) 鼓勵本市各區公所推動客家特色節慶

本局訂有推展客庄節慶活動補助要點，協助本市各公所發展各區客家特色節慶，112 年共補助 9 間區公所辦理 16 場次客庄節慶，例如每年農曆正月 15 日元宵節於龍潭區辦理之迎古董接財神活動、楊梅區辦理之靚靚楊梅慶元宵活動，農曆 4 月 22 日觀音區辦理之石觀音文化節，農曆 4 月 26 日大溪區辦理之神農文化祭等。113 年亦已核定補助 10 間區公所辦理 11 場次客家文化節慶，以保存客庄傳統民俗信仰，更打造成代表性之文化慶典，促進廣泛年齡層的民眾共同參與。

(三) 結合民間力量傳承客家傳統藝術

已於 2023 世界客家博覽會期間，與國立臺灣戲曲學院青年劇團、榮興客家採茶劇團等傑出戲劇團合作推出客家大戲，展現傳統戲曲之美，提高客家傳統藝術文化之能見度。另也訂有輔導演藝團體辦理客家展演補助作業要點，鼓勵演藝團體舉辦客家演唱、演奏、舞蹈、戲劇等藝文活動，112 年度共補助 32 個演藝團體至各場館、校園、宮廟廣場等地，辦理 45 場客家藝文展演。113 年度截至 2 月已核定補助 31 個演藝團體辦理 41 場客家藝文活動，俾使藝文表演能深入常民生活，帶動客家文藝復興。

(四) 培植傳統藝術人才

本局結合優質客家歌謠、八音老師於客家館舍開辦研習課程，培育藝術人才，112 年度客家八音班結訓學員共 51 人，將陸續安排至天穿日、送聖蹟等祭典活動中展演。另也辦理客語司儀人才培訓課程，透過多元培訓課程及實務演練，培養更多熟稔各式藝文節慶、集會儀典又兼具客家文化素養之全方位客語人才，112 年度結訓學員共 57 人，亦推薦至天穿日、桐花祭擔任司儀、執事或讀祝禮生，達到學以致用目的。113 年客家八音基礎班及進階班共有 35 名學員報名，後續將辦理培訓課程。

三、多元經營客家館舍

(一) 營運桃園市客家文化館

1. 客家文化館以親子探索館為基地，112 年度總參觀人次已逾 66 萬人次，除了於世界客家博覽會期間辦理「尋/光之島」客家音樂與文學特展外，亦積極推動各式客家主題活動，例如繪本共讀、手作體驗及戶外探索，同時結合萬聖節等節慶，深化親子對客家語言文化的認識。
2. 本館於 112 年通過審查成為環境教育認證設施場所，隨即啟動核心志工環境教育計畫，培訓本局志工成為環教志工。113 年將安排環教課程「採茶戲」及「山與田」教案正式上線，期藉此提高館舍品質並確保穩定運作，為推廣客家文化奠定堅實基礎，落實客家文化永續發展。
3. 113 年將持續以客家文學及音樂為發展主軸，結合當代生活元素規劃各式親子兒童工作坊、營隊與客家童詩系列講座，同時策劃繪本故事劇場及主題市集，吸引親子、家庭族群到館參加活動。
4. 為推動客家音樂，將辦理「賴碧霞交流音樂會」系列活動，規劃邀請知名客家歌手及樂團現場演繹客家山歌，另將辦理各地客家歌謠班觀摩活動，交流彼此歌唱技巧。

(二) 營運桃園北區客家會館

1. 112 年度除於世界客家博覽會期間辦理「新个」客家城鄉移動主題展及推出客家傳統音樂如山歌演唱、八音拚場、戲劇表演及國/西樂團演奏等節目外，亦舉辦經典客家歌謠、八音研習、採茶戲、手作課程等近百場課程，總參觀人次已逾 7.3 萬人次。期間豐富多樣的活動內容吸引諸多民眾參加，不僅將客家文化寓教於樂，也有助於推廣傳承。
2. 為保留客家傳統文化，並喚起客家族群記憶中的歌謠，113 年規劃以歌唱比賽方式舉辦客家音樂節，以加強大眾對於客家文化的認識。

(三) 營運臺灣客家茶文化館

1. 臺灣客家茶文化館自 111 年 12 月起以促參方式委託專業廠商營運，於 112 年世界客家博覽會期間推出「尋客茶路」常設展、「茶金」特展，並邀請優質合唱團至茶文化館演出，另亦透過茶人講堂、茶器聯展、茶道體驗以及年底推出的「花與茶圓舞曲」茶陶展，帶領民眾品味茶文化。另於同年 10 月辦理客庄冬茶挑擔健走活動，健走沿線行經龍潭地區多處茶園，參與民眾同時還能品嚐龍潭知名的龍泉茶與酸柑茶，體驗冬茶好滋味。112 年度總參觀數近 23 萬人次。
2. 刻正籌備 113 年度客庄找茶文化季，預計於 6 至 7 月間以茶路、茶人、茶事等 3 方向探索客庄茶文化，以嶄新視野創造茶文化發展的可能性。另將於 6 月辦理茉莉花熏茶活動，並將號召百人揉茶；9 月辦理桂花熏茶活動，同時慶祝敬老重陽；最後在 12 月將舉辦以茶品為主題之交換禮物活動，持續為民眾帶來特別的茶文化體驗。

(四) 營運崙坪文化地景園區

1. 112 年世界客家博覽會期間，除於本園區客家工藝館辦理「客家恁靚个日仔」客家百工百業特展，並於園區戶外空間推出「客來春遊」、「遊寮窺夏」、「HAKKA 音樂靚起來」等客家生活樂系列表演以及「崙坪音樂村」大型活動，帶動全年度總參觀數逾 18.8 萬人次。
2. 刻正規劃 113 年客庄故事節系列活動，包含在地工藝故事募集、市集手作坊及野餐日，同時為貼合園區內受信所設施遺址特色，將以聲音為主題辦理展覽。

(五) 營運 1895 乙未保台紀念公園(記憶展示廳)

1. 112 年世界客家博覽會期間，除於公園內記憶展示廳辦理「乙未之名-忠義不朽」特展外，並於戶外空間辦理「客躍動」、「客活力」、「客跨界」、「客全民」、「客世界」等表演以及定目劇「行過乙未」。常態性藝文活動則辦理「乙未記憶學院」，包含專題演講、紀錄片播放、手作體驗等，運用影像紀錄、文史採證和圖畫解說

的方式，深入探討並傳承乙未戰役歷史記憶。全年度帶動總參觀數逾 17.1 萬人次。

2. 刻正規劃 113 年乙未客家戰役文化季系列活動，將舉辦緬懷儀式紀念客家義民軍，設計戰役走讀路徑讓民眾認識乙未戰役意涵，並進行乙未戰役遺族訪談紀錄。

(六) 營運永安海螺文化體驗園區

1. 112 年世界客家博覽會期間，除於園區內海螺館辦理「日嚐-海遇客家」特展外，並於戶外空間辦理「深耕前浪狂潮」、「桃園恁青」、「團結新潮崛起」、「共享繽紛造浪」表演；另於下半年舉辦海客文化講座、手作體驗、探險旅行等常態藝文活動，增進民眾對當地海客文化的認識。全年度帶動總參觀數逾 149.7 萬人次。
2. 為延續「海客文化藝術季」活動品牌，並推廣桃園市海客文化，刻正規劃 113 年「海客文化藝術季」活動，預計與在地組織團體如新屋愛鄉協會、新屋海洋客家休閒農業發展協會等共同合作，推出融合海洋與客家文化的特色活動，提供參與民眾兼具知識、遊戲、互動的五感體驗。
3. 已參考本市各場館之租借收費標準，規劃館內及會議室之收費計算方式；同時蒐集其他文化館舍戶外區域收費標準，研議新增戶外拍攝收費之可行性，後續將併同室內計算方式一併訂定永安海螺園區場地租借收費標準。

(七) 營運鍾肇政文學生活園區

1. 112 年世界客家博覽會期間，串聯龍潭街區、青創孵育基地舉辦「閱讀·鍾肇政走進戰後台灣文學的脈動」策展，並於武德殿辦理「行祭龍潭·藝遊光境」系列活動藝文表演；另於 10 月至 11 月於武德殿辦理大河文藝季，以「青春行」為主軸推出文學系列活動，包含藝術工作坊、文學午後俱樂部、文學走讀，以及兩場跨縣市交流活動。全年度帶動總參觀數逾 5.1 萬人次。
2. 113 年將規劃辦理園區文學走讀、大河文藝季、環境展演計畫及印象鍾老影像紀錄故事特展，另將規劃建置鍾肇政作品 AI 索引

系統及 3D 文物建模保存。

(八) 推出全桃客家遊路線

112 年世界客家博覽會期間，依本市「近山」、「濱海」、「都會」等客庄聚落分布特色，串聯臺灣客家茶文化館、永安海螺文化體驗園區、1895 乙未保台紀念公園及桃園北區客家會館等前瞻建設館舍，以及其他桃園客家主題場館，以在地視角推出深度旅遊路線，分別有龍潭區「茶鄉 x 社區 x 產業 回韻三洽水」、「草本 x 工藝 x 飲食 手感大北坑」、「市場 x 信仰 x 文學 走讀老城區」3 條路線，新屋區「起新屋，海客聚落的日常」、「討海人，與海共生的永續」2 條路線，大溪區「河西串街巷，南興尋客庄」，平鎮區「安平鎮庄的水圳與義民」，楊梅區「富岡單車小旅行」，中壢區「都會客家的生活紋理」，還有八德區「山歌跟著唱，鐵馬繞客庄」共 10 條路線，並於世客博官網宣傳推廣，後續亦將結合本局所屬館舍節慶活動持續推廣。

四、推動客庄創生環境

(一) 推動客庄文藝復興運動

為強化客語社區營造及厚植客庄在地文化力，112 年下半年至 113 年 1 月底，已輔導及彙整本市客家文化重點發展區之 6 間公所提案，爭取客家委員會客庄文藝復興運動推動實施計畫之經費補助，期藉由公私部門資源整合，就語言發展及社區藝文發展等兩大主題，從教育、文化、企業、宗教等多元領域，激發民眾對於客家語言文化復興之參與感、光榮感及使命感，帶動客庄文藝復興。

(二) 地方創生營造客庄生活空間

本市為配合客家委員會客庄創生環境營造計畫，積極爭取中央補助款挹注，從人文型塑、產業發展及環境整備等三大面向，輔導本府各機關及公所發掘在地客庄文化資源及特色，期能活絡客庄產業經濟、提振客家文化特色產業、形塑客庄移居及觀光環境，並支援客家青年創業，吸引青壯人才回流或移居客庄，以達成地方創生

再造目標。112年9月至113年1月期間獲該會核定補助之計畫如下：

1. 龍潭七十三公忠義廟周邊場域教育園區先期評估計畫

為紀念1895乙未年間龍潭陂之役抗日義軍英勇犧牲之七十三名客家先烈，七十三公忠義廟每年皆會舉行春、秋二祭大典。本計畫將透過歷史考證、文物及環境修復與場域主題規劃，形塑七十三公廟文化生活圈，帶動區域文化信仰，奠定客家歷史向下扎根基礎。整體計畫預計於114年2月完成。

2. 桃園市客家文化重點發展區伯公遍路調查研究計畫

伯公(土地公)是臺灣客家聚落中，最普及也深具指標性的傳統信仰，代表當地人民的價值觀和生活方式，爰將針對本市客庄至少100處伯公廟進行普查，藉由實地踏勘與訪談、環境調研分析及影像記錄，將過往地方人文記憶節點串聯，提高社區凝聚力，保存地方歷史文化脈絡，進一步建立伯公故事資料庫，促使客家文化向下扎根。整體計畫預計於114年6月完成。

3. 中壢客家女詩人-杜潘芳格生活街區規劃設計工程

客家貢獻獎得主-杜潘芳格是跨越語言一代的客籍女詩人，生前長年居住於中壢，為使杜潘芳格的客家詩詞文學走入在地生活，將以其生活故事、文學作品為主軸，透過街區營造融合文學與公共空間環境，形塑中平街區人文風景，讓更多人認識客家詩詞文學。整體工程預計於114年8月完成。

另已於112年12月提送以下計畫至客家委員會申請補助中：

1. 桃園市龍潭區九座寮地方文化空間暨意象設施規劃設計暨工程施工計畫

龍潭九座寮是臺灣文學之母-鍾肇政的故鄉，目前九座寮意象設施及九龍市民活動中心2樓鍾肇政故居策展已年久失修，故本計畫將進行修復、環境整理，並以社區博物館概念，串聯鍾肇政文學描述九座寮場景，同時以九龍市民活動中心及九座寮意象設施作為社區博物館的中心。整體工程預計於114年10月完成。

(三) 舉辦青銀客創系列活動

1. 以客家青創孵育基地為據點，本局與桃園市客家文化基金會合作辦理知識工作坊、客庄團隊移地交流、培力計畫成果展等，促使在地創業青年、地方創生社團與銀髮族共同投入以客家元素為基礎的傳承和創新工作，進而為客家特色產業在永續發展方面取得更為穩健的基礎。
2. 112 年 8 至 9 月結合桃園在地青年共同辦理 38 堂知識手作工作坊，吸引 800 餘人次參與；9 月至 10 月與地方創生團隊或發展協會合作辦理客庄團隊移地交流 10 場，計有 350 人次參與；112 年 12 月至 113 年 2 月辦理青銀客創培力計畫成果展，截至 113 年 1 月底共計 3,000 人次參與，並拍攝青銀客創培力計畫成果影片，於客家文化基金會 YouTube 頻道上架，觀看次數已有 7 萬人次。

(四) 保存客家百工百業

1. 112 年度以「成就大藝、意念由心」為核心概念，完成拍攝 7 位堅守客家傳統工藝崗位的職人紀錄片，包含「隆興商店雜貨店創辦人—莊寶春」、「獅頭製作工藝保存者—葉佳水」、「草編藝術家—王昱翔」、「蘆葦掃帚製作職人—曾義深」、「花藝設計師—鄭秀煒」、「稻米種植世家—許德標」、「酸柑茶製茶師—梁金義」，並於桃園光影文化館辦理首映會，影片已於桃園市客家文化基金會 YouTube 頻道上架，總觀看數達 24 萬人次。
2. 為保存傳統工藝並激發創新思維，亦舉辦 14 堂工藝體驗課程，讓參與者透過實際操作，領略工藝文化的多元面貌，同時感受其中蘊含的生活智慧。
3. 為保存瀕臨失傳的客庄技藝，同時累積客家創意底蘊，自 106 年至 112 年持續拍攝記錄本市客庄的百工百業傳統技藝，已製作完成 37 支紀錄片及出版 3 本專書。考量本市各行各業的傳統職人調查已告一段落，爰規劃自 113 年起，將從已蒐集的職人技藝著手，與大專校院、青年設計團隊等合作，以青銀共創方式將傳統技藝的特色與精髓，透過年輕人的角度轉譯設計成現代人可接受的生活用品、擺飾等，並逐步發展出可販售之文創商品，

讓傳統技藝成為客家創新來源並能永續發展。

五、蓄積影像文字紀錄

(一) 數位保存在地客家文化特色

邀集專家學者撰寫本市客家館舍、文史地景之數位化詮釋資料，112 年度已完成客家女詩人-杜潘芳格照片紀錄、三七圳與八本簿調查研究、土牛溝文化景觀調查計畫、1895 乙未戰役、三界爺文化祭紀錄片、海洋客家調查及桃園客家專刊等共計 166 筆資料，並上傳至國家文化記憶庫供民眾查詢與加值應用。

(二) 深化客家學術文化研究

為重新建構桃園客家歷史文化知識，並彰顯本市客家文化獨特性，業於 112 年 10 月擇定專書主題，並於 12 月委託國立中央大學辦理「桃園市客家歷史文化調查研究及專書出版計畫」，將針對本市客家族群之移墾與族群關係、歷史建築與家族、產業發展、飲食文化、民俗信仰等 5 項主題，展開實地田調、訪談、影音紀錄與文史資料彙整。本計畫預計產製 5 本電子書之文本內容，113 年底將完成其中 2 本電子書之專文撰寫與編輯。

1. 移民拓墾

將從客家人的身分認同與族群意識出發，描寫移墾至本地之客家人為了維護族群生存與傳承，如何與其他族群衝突、競爭、合作以增加彼此的影響力，進而使得居住於桃園的客家人在政治、社會、經濟與文化等領域皆有長足發展。

2. 歷史建築與家族

介紹自清雍正時期起，隨閩南族群陸續移入之客家族群，以及清康熙時期朱一貴事件之後，成為土牛線外開墾主力之各大家族。將從不同時期、不同生活區域，就其祖屋、祠堂、城堡、廟宇等，探討其建築特色、家族史及家族發展。

3. 產業發展

本市為國門之都亦是產業重鎮，將描述客家族群如何在各行各業發揮客家精神，與其他族群胼手胝足地在過去兩百年間，將桃

園從農業縣份帶往現代化之工業大城、科技大城與航空大城。

4. 飲食文化

將從米食文化、物盡其用之醬漬文化、特色餐廳及菜餚等三大面向切入，並用日常、庶民的方式介紹在地飲食特色和近代商業發展下之各區特產。

5. 民俗信仰

介紹本市客家族群因應開發進程而有不同之信仰，從開墾土地之伯公信仰、開墾大圳及水權分配之三官大帝信仰，至開發完成後祈求家戶平安、五穀豐登之觀音信仰與神農大帝信仰，以及各廟宇由來、傳說及祭典科儀。

(三) 發行《Meet Hakka》專刊

本局每年規劃出版 4 期《Meet Hakka》桃園客家專刊，112 年上半已出版《共下來啉一杯》及《閱讀三伏貼》兩期專刊、下半年度於 9 月發行第 35 期《客版印象》、12 月發行第 36 期《風格客家 質感生活提案》，藉新穎的生活化主題，延伸客家文化觸角，擴大本刊閱讀者範圍。113 年規劃依近山、濱海、都會等不同區域特性，以青年客庄創生為主軸進行內容籌編。除延續過去以實體推廣閱讀方式，每期專刊出刊放置於本府相關單位、圖書館、車站旅遊服務中心及藝文展館等供民眾自由索取；而為減少紙本發行量，除桃園市政府電子書平台與 Hami 書城、HyRead ebook 電子書店外，113 年度起新增琅琅書店、Readmoo 讀墨等電子書閱讀平台，以提升 MEET HAKKA 線上閱讀比例，並提供豐富多元的閱讀管道讓民眾接觸運用。

(四) 辦理桃園客家影音人才培訓暨創作競賽

為符合當代民眾習慣於社群平台(含 YouTube、Facebook、Instagram 等)閱覽短影音之趨勢，並鼓勵影音創作者製作以客家或多元文化交流為主之短影音內容，業於 112 年 12 月至 113 年 1 月辦理桃園客家影音人才培訓課程；另辦理客家影音創作競賽，共徵得 57 件作品，主題涵蓋人文關懷、客語、美食、文化創意等面向，並於 113

年 2 月 18 日假桃園統領威秀影城辦理頒獎典禮。希透過生活化方式邀全民共同創作短影片，並藉由社群平台影響力來提升「客家」的傳播效益。

(五) 營運網路社群平台

1. 持續營運本局之 Facebook、Instagram 及 YouTube 等官方社群，其中 Facebook 至 112 年底追蹤人數已達 3.7 萬，為全國各縣市客家專責機構追蹤人數最多之社群，為確保官方訊息之真實性，已完成藍色驗證標章之申請，建立官方帳號防偽機制，並搭配推廣 LINE 社群「桃園市政府 i 講客」，將客語融入民眾生活。
2. 112 年度製作之尋寮、尋花、尋聲、尋味、尋茶、尋文學及尋後生等客家文化推廣影片，截至 113 年 1 月於 Youtube 總觀看數逾 15 萬人次。
3. 113 年除了持續宣傳本市重大客家節慶活動外，特別規劃將本局吉祥物加入著名卡通元素製作原創圖文，亦新增外語、閩語和客語唸法相似之詞彙介紹等主題，期能以生動活潑方式提升社群觸及率，再導入 KOL 流量，建立與年輕世代的連結，使更多人以圖文方式認識客家文化。
4. 截至 113 年 1 月止，本局 Facebook 平台總按讚數達 33,077 人次，與 112 年 1 月份相較成長 15.3%；Youtube 頻道總觀看數達 2,382,717 人次，與 112 年 1 月份相較已成長逾 80%。

六、輔導客家特色產業

(一) 行銷客家「好食」餐廳

本局建置「桃園美食尋客網站」，並以此作為線上行銷平台，截至 113 年 1 月已累計近 2,000 位會員。112 年度結合本市 82 家餐廳業者辦理多元行銷活動，並邀請知名網紅、部落客於桐花祭、海客文化藝術季、世界客家博覽會等重大節慶期間，進行周邊景點踩點及餐廳美食體驗，同時於社群媒體分享推播，共創造約 202 萬曝光次數，帶動產值至少 170 萬元。113 年規劃增加合作餐廳數量達 100 家，期藉此帶動本市客家餐廳產業發展及客家飲食文化推廣。

(二) 辦理客家美食百桌宴

為推廣客家飲食文化，112 年度中元節前夕於本市楊梅區三槐堂老屋舉辦百桌盛宴，主打在地當季新鮮食材及古早味烹煮技法，並採傳統家戶輪流宴請親友的概念，廣邀在地鄉親及出外遊子齊聚品味客家料理，同時串連上湖社區發展協會辦理中元慶典。113 年度將續採各區域輪流辦理模式，於該區客家老屋廣場舉行，後續將邀集各區公所共同研議本年度活動相關事宜；另為響應客家委員會舉辦客家小炒全國爭霸賽活動，屆時每桌將特別規劃客家小炒菜色，讓來賓盡情享用經典客家美食料理。

(三) 配合辦理年度客家小炒全國爭霸賽

持續配合客家委員會辦理「客家小炒全國爭霸賽」活動，該會以「現代健康輕飲食」為主軸，搭配「Slow—運用在地食材、Fast-Food—年輕世代語言及飲食方式」的概念，展現客家飲食新生命力及文化包容性，引領年輕世代的客家品味。本局將鼓勵本市客家餐廳業者積極參加 113 年度客家小炒全國爭霸賽，刻正研議提供專家學者輔導及標竿餐廳交流等輔導協助，期使本市參賽者獲取好成績。

(四) 辦理魯冰花季

113 年魯冰花季於 2 月 24 日至 3 月 3 日在龍潭大北坑及三洽水地區展開，除種植 10 公頃魯冰花田，並於大北坑展區主打茶產業及魯冰花海，三洽水展區主打內山自然生態特色，亦建置魯冰花濾鏡特效及實體互動體驗 APP，運用科技增加遊程豐富度。另，首次與在地青年團隊及社團合作推出大北坑、三和、三水等社區小旅行，公私協力推廣在地茶經濟、窯燒文化、手作體驗及客庄遊程，期推動魯冰花文旅品牌之永續發展及帶動周邊經濟成長。

(五) 推出桃園客家精品禮盒

業依本市近山、濱海、都會及福佬客(客底)等客家族群聚居分布特

性，結合在地業者產品，於 112 年 12 月推出專屬桃園客家之創意精品禮盒組。藉由特色包裝、客語俗諺及故事詮釋，讓桃園客家文化內涵、藝術美感及工藝精粹得以具質感型式向世人展現。另為持續發掘本市客家特色產品，刻正規劃逐年辦理桃園客家精品產業推廣與培力輔導計畫，希藉由徵選活動及導入專業輔導團隊，協助業者進行商品精緻化與加強推廣，期能吸引更多人才參與，帶動文創產業發展。

(六) 行銷客家特色文創品牌

1. 位於平鎮區之天光雜貨店，截至 113 年 1 月止，實體空間有 72 個品牌之小農及文創產品，另於電子商務平台亦有 67 個品牌於線上販售，期藉此扶植客庄年輕品牌發展，亦使在地客家質感商品能有更多曝光機會。此外，112 年間除因應重要節日推出限定優惠專案，更積極出擊拜訪各機關團體，爭取團購訂單，期間亦分別在桃園藝文廣場與中壢銀河廣場舉辦天光親子文創市集，邀請多達 80 多個文創品牌設攤，吸引逾 3 萬人次共襄盛舉，除提升天光雜貨店的品牌知名度，更帶動客家文創產業的經濟效益。
2. 113 年將規劃多元化行銷活動，如辦理兒童客家劇結合小農文創市集，吸引親子家庭出席，期加強推廣客語並提升天光雜貨店品牌知名度；另持續協助小農及文創商品銷售，預計於 113 年 6 月前達成實體店面 80 個品牌、電商平台 75 個品牌共計千件以上商品上架販售之目標。

七、深耕全球客家網絡

(一) 辦理世界客家博覽會

桃園是客家第一庄，也是臺三線客庄浪漫大道的起點，更是臺灣接軌世界第一站，故肩負推動客家文化的重要使命。本市擁有多次舉辦大型展覽會的成功經驗，為推動客家文化振興，成為國家行銷的亮點，爰舉辦「世界客家博覽會」。這不僅是全世界第一個以「族群」做為主題的博覽會，更成功建立 14 縣市資源共享的合作新模式，攜手展示全臺客家多元文化特色；並透過各個面向向世界呈現

客家的美好，讓世界看見客家、認識客家、喜愛客家，展現臺灣客家的獨特魅力。

1. 六大面向執行情形

(1) 展覽及表演

A. 展覽：共有 2 大主展館、8 個副展館及 17 個衛星展館，每個展館都以不同客家文化議題呈現獨特的客家文化精髓，讓民眾能夠深入瞭解臺灣乃至全球各地客家文化特色，並認識各地客家族群的生活、信仰和文化。

B. 表演：透過一系列豐富的表演活動，展示多彩多樣的客家文化內涵，包括全長 157.2 公尺，全臺最大裸視 3D 投影、以客家元素為創作理念的地景藝術裝置、夜間藝術光環境廊道、陽光劇場大型藝文展演、客家傳統歌謠和戲曲表演、融合武術及義民精神的民俗藝陣以及學童客家音樂展演活動等。這些表演讓民眾更加深入瞭解和欣賞客家文化的多樣性和魅力，亦吸引來自各地的人們共同見證和分享客家文化。

(2) 公關行銷與企業合作

透過各式策略執行整體行銷宣傳，有效提高博覽會知名度，並以連續性的廣告宣傳及前導活動，引起民眾的興趣和關注，讓世界客家博覽會議題發酵。此外，成功募集 18 家企業之贊助合作共同推廣。

(3) 交通及城市美化

A. 交通管制：

制定博覽會期間的交通管制計畫，設計整體交通動線方案，並於沿線設置指示牌，引導民眾前往展覽會場、停車場或搭乘大眾運輸工具。同時，規劃展區周邊停車場的位置、容量及整地事宜，並藉由有效規劃和管理各個展區的進出口位置和設置管制點，提高交通便利性，增加參觀意願。在博覽會期間，適時調整交通管制及動線規劃，保障博覽會期間參觀者和工作人員的安全。

B. 城市美化：

針對主展區主要動線上 17 處空地及可改善之用地進行城市美化作業，透過綠化、景觀設計、藝術裝置等結合世客博主視覺意象，提升博覽會的整體視覺效果，使展區博覽會氛圍益加濃厚，讓民眾在展區中更願意駐足欣賞，同時提升青埔地區當地形象和品質。

(4) 環境與場地整備

A. 場地整備：

順利於期限內完成展區硬體設施和設備建置，包含展館興建和戶外區域的環境設置等工作，並確保硬體設施符合安全標準。本次博覽會透過完善的展區硬體設施提升整體形象，並營造舒適、美觀、互動性強的展示環境，除了有助於策展團隊充分展示客家文化內容，同時也提供參觀者更好的觀展體驗，對於博覽會的成功舉辦起著至關重要的作用。

B. 環境清潔：

涵蓋展區內各種環境衛生管理和維護，包含垃圾清運、公共垃圾桶設置、流動廁所設置、抽水肥以及病蟲害防治等。通過良好的環境清潔，讓博覽會的展區維持整潔的環境和良好的衛生條件，減少病蟲害的發生，確保民眾的健康和安全，提高參觀民眾對博覽會的滿意度，使博覽會整體品質和形象都獲得正面的回饋。其中，在主展區特別引進貨櫃式廁所，為參觀民眾提供更舒適、乾淨的如廁體驗，深獲民眾好評。

(5) 行政統籌

A. 行政事務：

主責工作人員及志工的便當採購、後勤資源補給、指揮中心建置、博覽會工作服設計製作等。指揮中心負責博覽會整體指揮、調度、協調與事件回報，確保博覽會各項活動順利及安全執行，活動期間亦供應工作人員及志工充足的便當，讓工作人員免於值勤期間購買餐食，節省時間和精力並提高工作效率和工作品質。本次博覽會工作人員制服透過專業設計，結合傳統客家花布元素和舒適感的 T-shirt，不僅呼應

博覽會的主軸，展現客家文化傳統與創新結合，更讓來參觀的民眾看見客家文化的多樣性和活力，提升博覽會整體品牌形象。

B. 志工事務：

鼓勵民眾透過多元管道參與客家文化事務，期間共募集 8,509 名志工參與，以協助提供諮詢、引導、解說等服務，增進大眾對客家文化的認識和理解，也是博覽會圓滿完成的幕後英雄之一。

C. 主題市集：

博覽會期間推出六種不同主題的市集，從美食到文創、青創、原客商品及農特產品，讓民眾有機會深入了解和體驗客家文化的多樣性和豐富性。主題市集販售各客家地區的特色產品和手工藝品，提供一個文化交流平台，通過各種形式的文化展示和體驗，吸引了更多人的關注和參與，有助於推廣和銷售產品，提升客家文化產業的知名度和影響力。

D. 貴賓接待：

藉由專業禮賓人員順利完成各地貴賓接待工作，包含蔡英文總統、賴清德副總統、行政院鄭文燦副院長、客家委員會主任委員楊長鎮及多位國內外縣市首長貴賓，展現了博覽會的高度，並讓國內外貴賓感受到本市的重視和尊重，進一步提升博覽會的形象和聲譽。未來有助於本市與其他國家和地區的交流合作，為本市及客家文化帶來更多的發展空間。

(6) 消防衛生公安

A. 消防安全：

依博覽會所在區域、硬體設施設備及活動內容，制定完備的風險管理計畫及標準作業程序，建立博覽會災害應變機制，包括預警及通報系統、疏散及傷患救護計畫、緊急聯絡方式等，以應對可能發生的災害情況。在博覽會正式營運前，針對各展區硬體設施設備，做好全面消防安檢盤查，並組織各展館、活動及市集的工作人員及志工參加消防演練，提高其

應變能力，以保障全體人員的安全。

B. 警衛交通安全：

於主展區廊帶配置 24 小時保全人員，包含博覽會場館及戶外重要節點，活動期間負責隨時監控各設施設備運作情形，記錄及回報任何異常情況，並協助處理各種突發事故、指引民眾參觀動向、保持秩序等。

C. 醫療救護：

各展區皆配置醫護站，並與消防局及指揮中心密切合作，共同應對博覽會期間緊急情況和安全問題，有效降低民眾於展區意外傷害風險。同時針對於博覽會展區受傷的民眾，亦啟動後續追蹤及關懷機制，追蹤其治療進度及康復情況，並向受傷民眾提供支持關懷及必要的協助。另針對受傷事件進行風險評估，檢討改善措施，以防止類似事件再次發生，進而提高博覽會的整體安全品質。

2. 整體執行成果及效益

(1) 參觀人次突破 1,100 萬人次

A. 參觀人次為評估博覽會影響力的重要指標之一，2023 世界客家博覽會於 112 年 8 月 11 日至 10 月 15 日舉行，展期 66 天，成功吸引超過 1,100 萬人次參觀；另參考臺北國際花卉博覽會經驗，以 5%至 10%概估海外旅客參訪數據，估計海外參訪人士約有 55 萬以上人次。

B. 透過海內外之各項行銷管道積極宣傳和推廣，讓更多人了解到世界客家博覽會的內容和意義，有 93.8%的參訪者表示透過參加博覽會增進了對客家文化的認識，包含海內外各地不同的文化特色、信仰、音樂、戲劇等，進而提升親近及認識客家文化的意願，讓客家文化有機會觸及更多人口，從而打破以往被視為傳統、式微的非主流文化印象。

C. 經調查顯示，在參觀群眾中以 21 至 30 歲年齡層最多，占 24.3%，31 至 40 歲的年齡層次之，顯示本次博覽會宣傳行銷策略成功吸引年輕族群對客家文化的關注，並產生較高的興趣和參與度；另有 66.8%的參觀民眾為非客家人，顯示

博覽會打破族群界限，成功創造一個具有跨文化吸引力的活動，對於促進文化多元性和交流有顯著影響。

(2) 促進地方經濟發展

博覽會帶來的經濟效益對於地方經濟的發展，透過民眾的消費、住宿、交通等各方面支出，以及周邊商業區域的營收增加，2023 世界客家博覽會的直接和間接經濟產值估計約近新臺幣 228 億元。此外博覽會為客家工藝和文創產業提供展示銷售的平台，促進產業發展，亦提升客庄農業的曝光度，有助於客庄特色農產品推廣；其中又以下列產業有特別顯著的影響：

A. 旅遊業：

疫情前(108 年)桃園市旅館業住宿率達 51.7%，惟因 109 年 3 月疫情爆發，住宿率一度跌至 36.04%，直至 111 年 10 月底疫情解封，112 年疫情解封後本市陸續辦理各項活動，包含世界客家博覽會，桃園旅館住宿率提升至 41.95%。

B. 交通業：

本次博覽會以自行開車遊客佔 43.8%，其中本市及北臺灣自駕族較多，自行開車屬於最便捷的交通方式，博覽會提供充足的停車場以支持自駕族的參與。而自行開車的遊客可能更傾向自由安排行程，參訪博覽會可能是行程中的一部分，是以未來可加強規劃串聯博覽會及周邊景點。公共運輸部分，本次博覽會與桃園捷運合作開發優惠套票，並於博覽會場增設公共交通的接駁服務，方便遊客從主要交通樞紐或主要地標轉乘至博覽會場地，惟公共交通工具使用率仍有提升空間，未來可加強對大眾運輸工具的宣傳和推廣，向民眾介紹使用大眾運輸的便利性和優勢，並提供清晰的交通指南和行程規劃建議。

C. 餐飲業：

博覽會期間民眾消費主要集中在餐飲方面，佔 52.8%，博覽會設置的市集及周邊商場、餐廳提供多樣化的餐飲選擇，包括不同地域或國家的客家美食或特色小吃，以提供民眾經濟實惠的飲食體驗及新鮮感，而周邊商場、餐廳則提供具較

高消費意願的民眾更舒適的用餐環境。未來在餐飲部分可透過舉辦餐飲相關活動，例如烹飪比賽、品茶活動、料理示範等，增加遊客參與的樂趣和互動性。

D. 文創與手工藝產業：

設置多個文創市集，作為客家、原民文創產業的展示推廣平台，文創品牌和手工藝品商家透過與現場民眾互動，提高產品的曝光度和知名度，也為各商家之間提供交流的機會，促進產業發展。

(3) 開啟客家文化國際傳播及交流新契機

A. 透過展示客家文化及與其他臺灣地方文化融合後發展出的獨特風貌，向國際展示了臺灣豐富和多元的文化底蘊，彰顯國家文化軟實力。另以創新科技手法展現客家文化在臺灣整體發展的脈絡，呈現文化適應性及未來性，也透過音樂、戲劇、舞蹈等各種表演形式辦理客家文化帶狀表演活動，提升臺灣客家文化的能見度，為國內外民眾提供瞭解和體驗臺灣客家藝術的機會。

B. 邀請 10 所分別來自 7 個不同國家的客家文化研究學術機構、共計 53 名的國內外文化工作者和學者參與國際學術論壇，針對學者目前研究議題、研究成果，或者相關研究觀察乃至未來研究的規劃進行分享，為我國及其他國家客家研究學者關注的族群文化現象乃至客家學術發展，帶來即時性的認識與知識共享，亦為將來的跨國學術交流合作提供更多可能性。

(4) 文化品牌形象的塑造

本次博覽會透過創新展示手法重新詮釋傳統文化，為客家文化注入新的活力和魅力，成功將客家文化塑造為多元包容的品牌形象，藉此吸引更多不同年齡層、背景和文化的的人關注，進而增強對客家文化或客家身分的認同感。

(二) 加強海外客家社團連結

本局於 112 年 12 月赴新加坡拜會新加坡應和會館、南洋客屬總會、

新加坡臺灣客家同鄉聯誼會及設有茶陽文物館、客家文化研究室的茶陽(大埔)會館等客屬團體，除加強與海外客家社團之連結，穩固東南亞客家族群聯繫管道，並將新加坡客家族群交流之現況納入今後規劃客家政策之參考。

貳、未來努力方向

一、推動桃園客家族群主流化

為配合客家委員會之「國家客家發展計畫」，使本市施政總體規劃兼具客家政策思維，本局 112 年已訂定「桃園市政府客家發展計畫」做為跨局處推展客家文化與產業之基礎，並訂定「桃園市政府客家事務推動會報設置要點」，由本府相關局處首長與府外各領域學者專家共同擔任推動會報委員，作為推動計畫發展與執行之機制。113 年度規劃召開 3 次會議，將從強化族群主流化意識、營造客庄客語活力、發展客庄社區經濟、厚植客庄藝文能量等四大面向，落實發展計畫之各項措施，展現客家文化創新活力。

二、建置世界客家博覽會數位展示網站

2023 世界客家博覽會在參觀人次、經濟效益和文化推廣等方面打造了亮眼成績，為臺灣及桃園客家文化發展和產業推動注入了新動力。而為保存活動期間精采內容，刻正建置世界客家博覽會數位展示網站，包含主副展館 360 度數位建模、展示文案內容、展演活動精選短片等，要讓有興趣的民眾可以透過數位網站瞭解世界與臺灣各地的客家文化內涵。

三、規劃於桃園市立圖書館總館設置客家主題專區

本局規劃於本市文化新地標-圖書館總館 5 樓設置客家專區空間，預計 113 年 6 月前完成所轄館舍相關主題如客家文學與詩詞、客家歷史與乙未戰役、客家音樂與山歌、客家工藝及海洋客家等歷史文獻及圖書影音資料之蒐集，提供民眾可及性高的客家知識傳承空間，並藉由辦理客家主題書展及文化體驗活動，使其成為都會型的客語推廣

據點。另規劃建置客家圖書查詢系統，成立客家數位資源主題入口網，落實客家資訊中心之機能，使其成為客家文藝復興的基地之一。

四、推廣客庄小旅行

為推廣客庄生活及文化風貌體驗，112 年度共辦理大河文藝季之文學走讀活動、桐花祭小旅行、送聖蹟小旅行、閱讀客家詩人-杜潘芳格文學走讀活動、1895 乙未戰役巡禮等 15 場次主題遊程，吸引約 1,600 名遊客走入客庄觀光，探索當地的人文歷史與自然生態。113 年上半年規劃結合魯冰花季及桐花祭，辦理 8 場次客庄小旅行，後續也將配合節慶活動規劃主題遊程，期藉此帶動地方觀光，發展社區經濟。

五、扎根客語教育

(一) 持續推動沉浸式客語教學

1. 為使學生於各求學階段皆能享有客語學習友善環境，本局串聯本市相鄰區域共同推動客語教學，於 112 學年度將沉浸式客語教學從幼兒園、國小推展至國中階段，逐步建立桃園客語教學模式，透過師資培訓課程賦予各階段教師客語教學的技巧及能力，並於課堂間將客語巧妙地融入課程中，藉以培養學童耳聽嘴說的客語能力及思考習慣。
2. 為促進家庭成員世代間自然使用客語，提升客語於日常生活之使用率，本局配合客家委員會政策推行「客語家庭實施計畫」，透過廣泛徵集客語家庭，與醫療院所、客語薪傳師、沉浸式客語教學學校合作，於客家館舍、圖書館等空間開設客語家庭培力課程、客語親子系列活動、客語親子共學/共讀活動，以吸引更多民眾加入學習客語的行列，涵養家庭客語傳承能量。最後導入客語親子活動團體輔導及評估、客語家庭輔導訪視，以評估系列課程實施成效並推選模範客語家庭，藉此達成在家庭中傳承客語之目標。

(二) 製播客語廣播節目

為推廣桃園客家餐廳並提升能見度，本局 113 年與新客家廣播電台合作，於週日製播 20 集「好吃好齋—跔（跟）我來」客語廣播

節目。節目規劃以「來客庄用餐旅行吧！」為概念，藉由廣播主持人造訪「桃園尋客美食網站」之特色餐廳，推廣介紹桃園客庄特色美食，並串聯鄰近客家文化景點，形塑桃園客家美食路線，並加入生活客語教學內容，讓民眾除了透過節目認識桃園客庄美食外，同時也將客語融入生活當中。

(三) 續辦客語講故事比賽

預定於 113 年 5 月辦理客語講故事比賽，並已於 113 年 1 月底完成客語故事集，內容包含本市各區在地客家文化故事，如大園龍樹坑路祭、新屋牽罟、觀音石觀音、平鎮宋屋等在地故事，期藉此引導學童深入認識家鄉，達成客家在地化、落實客語扎根的目標。

六、規劃辦理桐花祭活動

113 年桐花祭規劃文化傳承及公私協力兩大主軸，除藉由伯公(土地公)祭儀表達對天地山林資源的感謝，建立專屬在地的儀式感，並結合在地創生、返鄉青年及優質社團共同辦理系列活動。另為配合疫後觀光市場主打綠色、在地、慢遊、精緻等訴求，結合古(步)道、客庄及信仰等元素，預計於本年 4 至 5 月間在本市龜山、蘆竹、大溪、龍潭、楊梅等地桐花秘境推出 5 條賞桐遊程，並於賞桐步道沿線製作 QRcode 音樂立牌，讓民眾在賞桐路上隨時可利用手機掃描收聽優質桐花主題音樂，同時體驗客庄在地文化和桐花之美，進而促進桃園觀光產業發展。

七、積極開源節流，增加館舍自償性收入

113 年度將持續執行桃園客家文化館郵局租金及停車場、便利商店權利金，崙坪文化地景園區好客食堂營運管理權利金，永安海螺文化體驗園區販售空間營運管理權利金，臺灣客家茶文化館營運移轉案權利金及土地租金收費，以增加公庫收入。另針對 112 年度收入情形，提出具體改進方案如下：

(一) 桃園市客家文化館

客家文化館內之郵局用地包含國有公用土地，故租金之部分收入

須解繳國庫；惟因非都市土地公告現值調升，解繳國庫金額超過預期估算，致收入未達預期金額，爰將依據每年調整之公告現值，重新估算其租金收入，並核實呈現於年度預算書。

(二) 永安海螺文化體驗園區

有關海螺咖啡館前因販售空間進行優化調整，致租金收入未達預期金額。現已完成相關工程，屆時將可調整租金收入。又，針對館內外場地租借收費標準，刻正參考本市各場館計算方式進行收費項目及成本分析中。

(三) 臺灣客家茶文化館

本館於 111 年 12 月開始營運，原依桃園市臺灣客家茶文化館營運移轉案委託營運契約規定，廠商應於 112 年繳交 111 年之變動權利金。惟因本館 111 年底營運時間過短，考量機關及廠商權益，經雙方協議後，將於 113 年度繳交 111 及 112 年之變動權利金。另，有關廠商未能如期繳交土地租金、權利金部分，後續將請廠商計算及繳納 111 至 112 年之變動權利金金額，並依據契約扣罰廠商逾期違約金；同時將積極結合館舍辦理相關節慶活動，以確保能達到預期收益。

參、結語

客家文化的傳承與推廣需要長期努力，本局奠基於族群主流化的概念，將持續在客家語言文化、傳播行銷、館舍經營、產業人才等方面投入資源，致力以創新手法重新詮釋傳統文化，創造客家文化與在地生活的連結，吸引更多年輕人參與和關注，為本市注入新的活力和魅力。同時將以開放和多元的形象，讓更多不同背景的人感受到自身與客家文化的連結，進而增強對客家文化或客家身分的認同和光榮感。期盼貴會繼續給予本局鼎力協助與指導，共同邁向族群共榮的美好未來。

【附錄】客家事務局各科室聯絡電話一覽表

單位別	職稱	姓名	電話	傳真
局本部	局長	范姜泰基	4096682#8000	4809015
局本部	副局長	饒佳汶	4096682#8001	4809015
局本部	主任秘書	林作嘉	4096682#8002	4809015
局本部	專門委員	黃泓家	4096682#8003	4809015
綜合規劃科	代理科長	張執中	4096682#1001	4898355
文教發展科	科長	楊安光	4096682#2000	4896790
營運管理科	科長	陳慶仁	4096682#5000	4896778
產業設施科	科長	吳昌駿	4096682#6000	4793537
秘書室	主任	陳建旻	4096682#3000	4793537
人事室	主任	許仲文	4096682#8020	4705478
政風室	主任	林妙姿	4096682#8050	4793537
會計室	主任	黃琴曉	4096682#8030	4705478