

-休閒農業推動成果分享-

109年9月



農



林



漁



牧



簡報大綱

- 1 / 休閒農業發展目標與策略
- 2 / 休閒農業業務推動現況
- 3 / 農遊券初步效益分享

休閒農業發展目標與策略



東勢林業文化園區



森林生態



海上休閒



關聯元素
及順遊資源整合

產業文化
教育場域



農村酒莊.茶莊

魅力農村



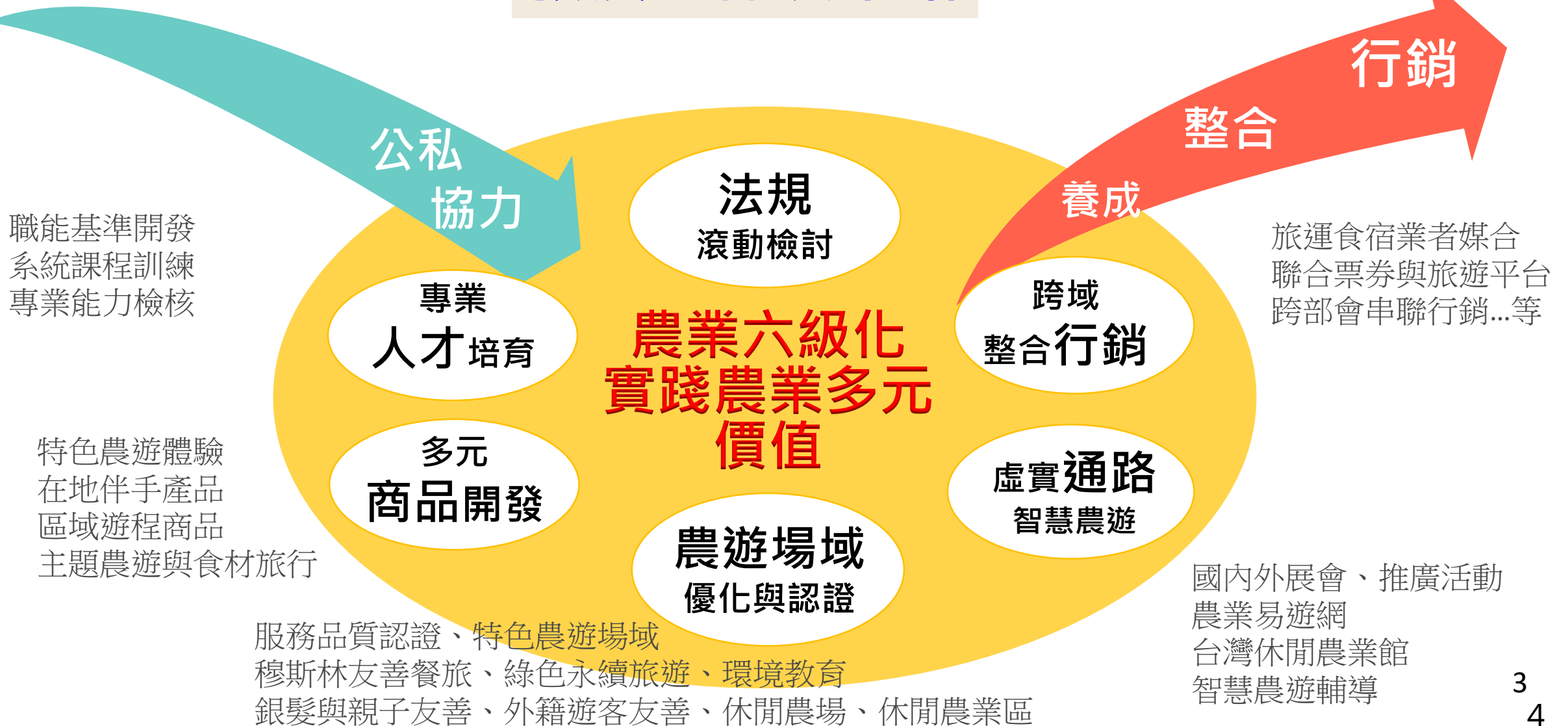
特色漁港



休閒農業發展目標與策略

發展目標及策略

各項計畫與工作對接



休閒農業業務推動現況

- 整合周邊農林漁牧產業旅遊資源，**加值發展農遊，開發區域農遊核心產品**
- **108年年底累計95區**
- 預計109年底達104區

- 強化在地食材運用
落實地產地消
- **至108年計117班
創造年產值6.48億元**
- 預計109年達120班
創造年產值6.5億元



休閒
農業區



休閒
農場

農業旅遊
元素開發

田媽媽



農遊
伴手



- 營造農業體驗環境，落實安全查核機制，建構友善農遊環境
- **至108年累計360場/467場**
- 預計109年底達380場以上

- 利用在地農特產，開發具地方特色之農遊伴手
- **至108年累計輔導410項，
創造年產值2億元**
- 預計109年達460項，
年產值2.05億元

農遊場域認證與推薦



休閒農場
服務認證
(逐步退
場、轉型)



環境教育
設施場所



穆斯林友善
餐飲認證



校外教學
場域推薦

休閒農業業務推動現況

特色農遊場域認證



農



茶 米 花卉 水果



蔬菜 香藥染草 咖啡



林



林竹



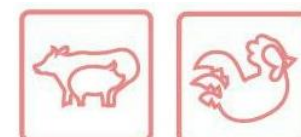
漁



養殖



牧



禽畜

108年度開始推動，已有76家取得認證
109年目標百家，健全輔導機制、深化特色內涵

休閒農業業務推動現況

主題農遊—跟著水果去旅行 38種水果、204家農場四季共240條主題遊程

105年起推動



六級化
產業輔導

整合發行採
果券、媒合
銷售遊程

多語主題
網站、文宣、
影片

國內外多
元行銷及
通路拓展



休閒農業業務推動現況

主題農遊



農村廚房遊程14條

主題農遊



在農村裡學習在地料理 在歡笑中認識台灣滋味

Learning local dishes in rural village

Recognize the taste of Taiwan over laughter

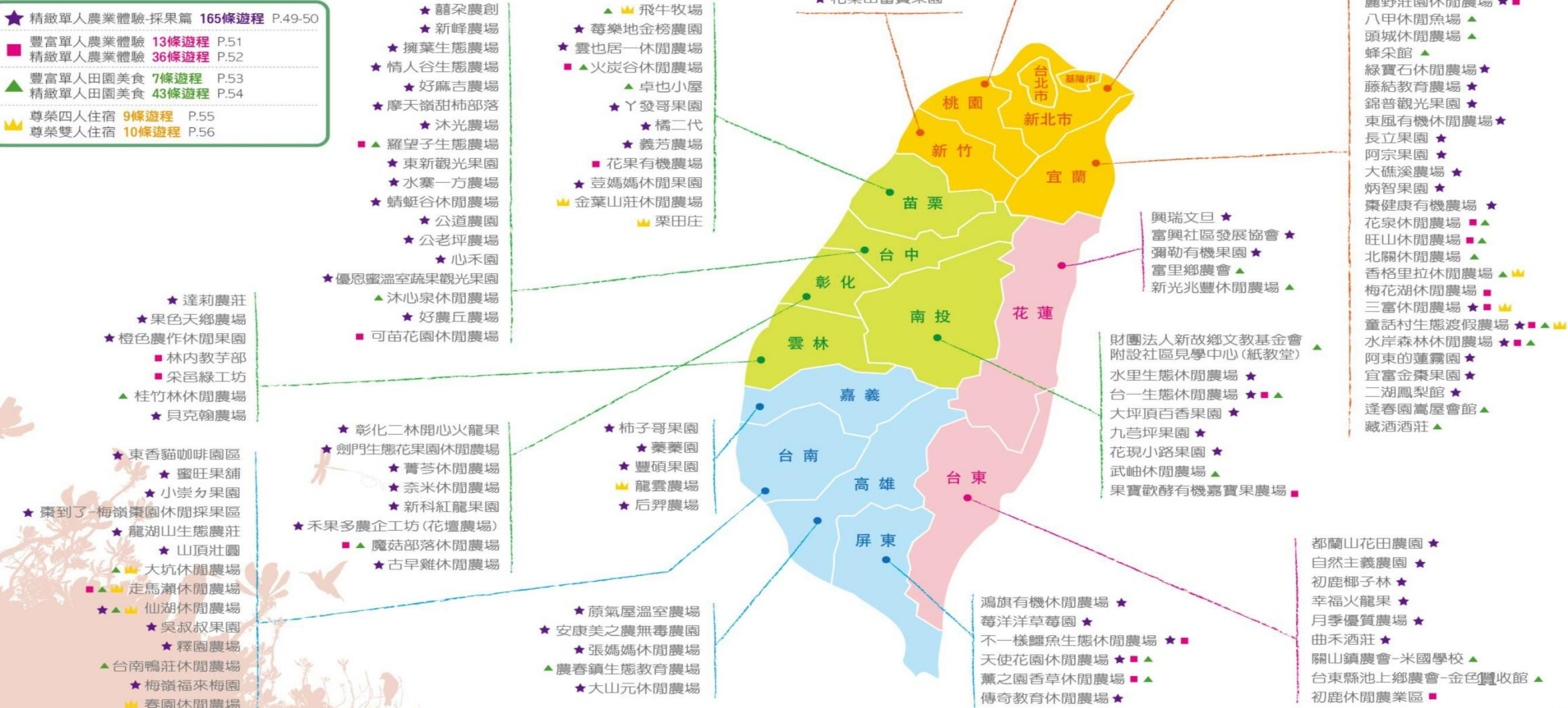
所謂農村廚房，是指發生在農村產地裡的廚藝教室。
這教室裡當然有烹飪教學，但更多的是要傳遞食材知識，
課程內容都與這塊土地上的食材緊密結合，以一種農舞台的概念，
讓大家看到食材在農地上生長時的美麗模樣，
並傳遞食材挑選知識與料理文化。

農場趴趴走聯合票券



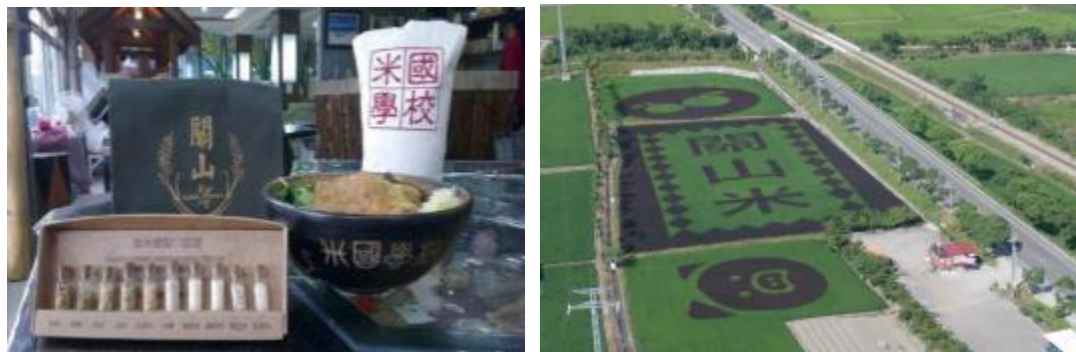
農場趴趴走旅遊票券整合休閒農場、田媽媽餐廳、觀光農園、農莊民宿等139家，推出「農業體驗券、田園美食券及農莊住宿券」精選283條優質農業旅遊路線，不論自由自在單人行、甜蜜出遊雙人行，或親子同樂四人行、企業團體行均可適用，一票在手全國玩透透。

- ★ 精緻單人農業體驗-採果篇 165條遊程 P.49-50
- 豐富單人農業體驗 13條遊程 P.51
- 精緻單人農業體驗 36條遊程 P.52
- ▲ 豐富單人田園美食 7條遊程 P.53
- ▲ 精緻單人田園美食 43條遊程 P.54
- ▲ 尊榮四人住宿 9條遊程 P.55
- ▲ 尊榮雙人住宿 10條遊程 P.56



休閒農業業務推動現況

區域主題輔導-95年起



區域主題農遊—花東花海行

● 區域主軸行銷

以農產業為基礎，營造**大地畫布**、**可食地景**及周邊**景觀花海**，結合水保局『萬物糧倉大地慶典』行銷，營造農遊意象，並串聯**臺9線縱谷**及**臺11線濱海**等農業旅遊資源

● 落實體驗經濟

推出花東農村旅遊「**米其林五顆星食材鮮旅行**」(富里、池上、關山、成功、卑南)遊程，搭配觀光節慶、路跑活動，**跨域結合當地旅宿業及交通業**，推動在地半日、一日遊、二日遊行程，延伸進農家場域，擴大農遊商機

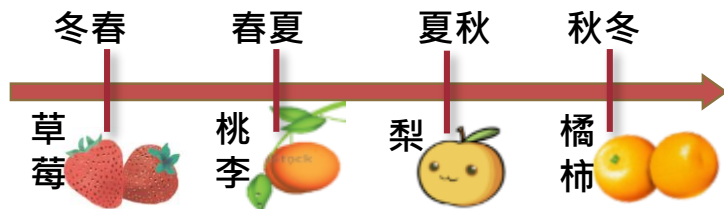
區域農會組織串連運作、農遊業者跨業合作

休閒農業業務推動現況

區域主題農遊行銷—臺三線花香、果香、茶香主題農遊

整合沿線13個休區與農村，運用產業、文化與生態資源，型塑農遊環境意象，規劃四季共32條農遊路線

果香體驗

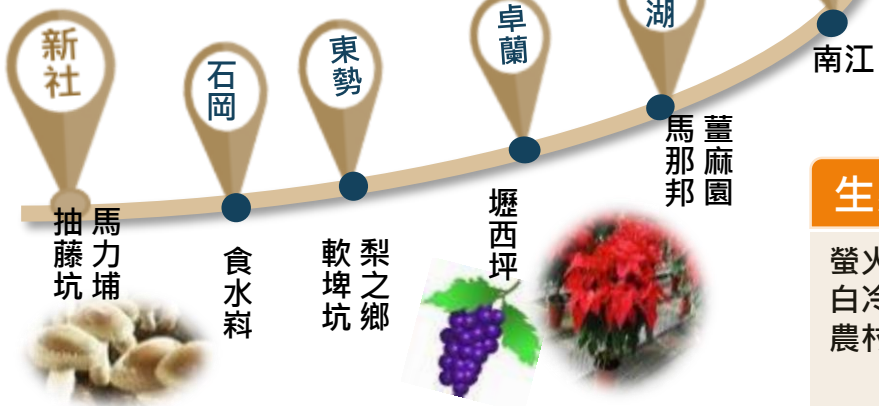


花香體驗

春-繡球花、桐花 南庄、卓蘭
夏-阿勃勒 新埔、寶山、北埔、公館
秋-杭菊 銅鑼、三義
金針花 新社
冬-桃花、李花 大湖、東勢
魯冰花 龍潭

南北入口意象地景型塑

北：龍潭大北坑茶園、魯冰花
南：新社花海



茶香體驗

春-春茶 大溪、龍潭、橫山
夏-東方美人茶 關西、橫山、新埔、峨眉
秋-苦茶油 橫山、三灣
茶道體驗 頭份
冬-擂茶、酸柑茶 北埔、三灣、獅潭
亮點茶莊: 峨嵋茶行



生態&文化體驗

螢火蟲：南庄、東勢、新社
白冷圳：新社
農村酒莊：東勢石圍牆、樹生、督拿開、噶莉詩、大湖農會酒莊



休閒農業業務推動現況

重要國外農遊行銷-台灣品牌市場開拓

拓展新南向國家(如馬來西亞、新加坡、菲律賓、印尼、泰國、越南、柬埔寨、緬甸、汶萊等)、港澳、中國大陸、日本、韓國及回教族群等來臺遊客市場，參加國際旅遊展會17場、觀光推廣會或展銷活動42場，辦理旅行業者或媒體踩線參訪團18場；自辦香港、馬來西亞及新加坡推廣活動5場，獲國外媒體宣傳報導621則、74家國外旅行社將農遊點包裝納入535條來臺行程並販售。



108年農遊人次約2,780萬人次(含國外遊客71.7萬人次)，創造年產值109億元

休閒農業業務推動現況

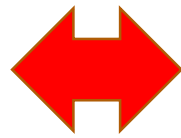


- 花卉樂活深度遊
- 高鐵假期樂活行程
- 水果旅行
- 食材鮮旅行
- 黃金山海線
- 戶外教育或環境教育
- 銀髮與親子遊



農遊券初步效益-使用概況 v.s. 業者抵用服務項目

業者可抵用服務項目	百分比
門票	22.0%
餐飲服務	38.2%
體驗活動	46.4%
農特產或伴手禮	89.4%
套裝行程	25.0%



農遊券使用類型	百分比
門票	2.98%
餐飲服務	7.05%
體驗活動	1.77%
農特產或伴手禮	87.78%
套裝行程	0.42%

超過2700家農遊券合作業者中:

- 1.89%以上的業者有販售農特產或伴手禮，其次為體驗活動、餐飲服務。
- 2.休閒農場、主題農遊、農村社區及休閒農業區提供服務較多元(吃到、買到、玩到)

遊客主要在購買農特產或伴手禮時，會選擇使用農遊券

農遊券初步效益-使用概況vs縣市消費分析

農遊券	居住地百分比
新北市	18.02%
臺中市	12.28%
高雄市	10.90%
桃園市	10.51%
臺北市	9.85%
臺南市	8.31%
彰化縣	5.90%
新竹縣	3.25%
屏東縣	2.92%
苗栗縣	2.57%
雲林縣	2.53%
新竹市	2.41%
南投縣	1.99%
宜蘭縣	1.96%
嘉義縣	1.82%
基隆市	1.34%
嘉義市	1.22%
花蓮縣	1.09%
臺東縣	0.68%
澎湖縣	0.22%
金門縣	0.20%
連江縣	0.04%



使用地百分比
10.41%
8.97%
7.47%
8.10%
5.45%
8.85%
5.45%
6.30%
4.95%
3.79%
3.32%
0.69%
5.29%
6.64%
3.00%
0.80%
1.00%
3.64%
4.95%
0.71%
0.20%
0.02%



農遊券消費縣市分析

本縣市消費百分比	跨縣市消費百分比
50.61%	49.39%



1. 有移動性消費趨勢
2. 五都移動消費趨勢
3. 農業縣市消費磁吸作用

農遊券初步效益-營業額調查

營業額調查(07.15-08.15)

	各類型合作業者 農遊券收券數量較高之單位	去年同期相比業績成長增加	
		平日	假日
1	板農活力超市	55%	297%
2	關西鎮農會新農民市場	102%	93%
3	大里杙農漁會產品生活館	429%	816%
4	臺中地區農會好物生活館	769%	1,900%
5	麻豆區農會農特產品供應中心	245%	849%
6	東港鎮農會生鮮超市	46%	187%
7	樹林區農會農特產品直銷中心樹林店	53%	125%
8	羅東鎮農會購物中心	184%	283%
9	台南市農特產品直銷中心	186%	331%
10	高雄市高雄地區農會超市	549%	823%
漁業	梓官區漁會門市展售中心	574%	702%
青農	元榆牧場-美術館店(百大青農)	286%	400%
酒莊	霧峰區農會酒莊(農村酒莊)	235%	445%
特遊	千巧谷牛樂園牧場(特色農業旅遊主題)	82%	56%
休場	立川漁場休閒農場	2%	106%
	飛牛牧場休閒農場	40%	82%
田媽	ㄋㄋ寶傳統米麵食餐點	101%	243%
其它	台北希望廣場(全國性小農市集)	-	78%



以107年開設之台中地區農會好物生活館為例
-108年同期假日營業額約2.5萬元，
-109年7月下旬假日營業額36萬元，8月成長到64萬元。

與今年3-4月相較，都會區以外之業者，業績成長增加較去年同期更明顯，如：

- 霧峰農會酒莊-平日：402%、假日：445%
- 立川漁場休閒農場-平日：813%、假日：595%
- 飛牛牧場休閒農場-平日：148%、假日：74%

- 1.確實帶動農業消費與通路能見度
- 2.吸引不同族群進入農業相關場域

農遊券初步效益-熱賣商品分析

都會區域業者

都會區域業者串連整合農漁特色產品、型塑行銷獨特性

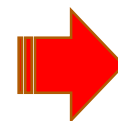
	單位	最熱賣商品		
1	板農活力超市	紅殼雞蛋	五結鄉農會好米	全國農會蓬萊米麵
2	臺中地區農會/本會好物生活館	台梗九號米、香米	農會保久乳、鮮乳	雞蛋
3	高雄市高雄地區農會超市	西螺米	彌陀虱目魚肚	池農米餅



農村區域業者

農村區域業者運用在地產業特色發展獨特商品

	單位	最熱賣商品		
1	麻豆區農會農特產品供應中心	米	柚花系列	小農蔬果
2	梓官區漁會門市展售中心	農遊券冷凍經濟包	農遊券休閒經濟包	虱目魚肚
3	關西鎮農會新農民市場	仙草凍	仙草茶	即溶仙草
4	羅東鎮農會購物中心	養生豆奶	養生米奶	養生皮蛋
5	霧峰區農會酒莊(農村酒莊)	益全香米系列	芝麻酒粕香米捲、細絲麵	初霧清酒系列
6	立川漁場休閒農場	體驗活動(摸蜆等)	特色風味餐	黃金蜆系列
7	飛牛牧場休閒農場	牧場自製鮮奶吐司	飛牛牧場冰淇淋	飛牛牧場鮮奶
8	ㄋㄋ寶傳統米麵食餐點	鮮乳肉包	鮮乳饅頭	芋見月光米



1. 整合相關業者串連行銷
2. 打造地產地消首選品牌

農遊券初步效益

截至109.08.25
已有約280萬張
農遊券使用
(約7億元)



衍生消費效益估計
超過28.77億元

三倍券+農遊券 農林漁牧超酷炫

農村 漁港 市集 森林遊樂區



總

結

1. 誘出門、衝消費

有效帶動出門、出遊於農業部門及相關場域消費效果

2. 吸客群、拓市場

吸引不同年齡層進入農業場域，提高農業消費與市場通路能見度

3. 串城鄉、賣風土

各地農漁產品與地方產業特色之伴手產品串聯行銷效益高

4. 拚轉型、顧農民

導入數位工具與整合業者串聯行銷，打造地產地消之消費首選品牌



採果體驗



食材旅行、農村廚房
體驗風土、享受幸福



台灣紅茶尋味小旅行
飲食作家葉怡園的推薦路線



桃米野餐