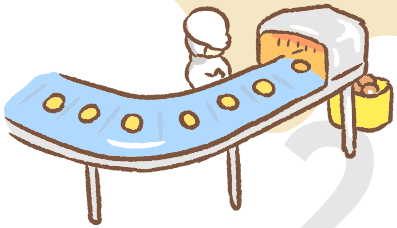


加入
六級化產業

我可以
怎麼做

六級化產業入門手冊

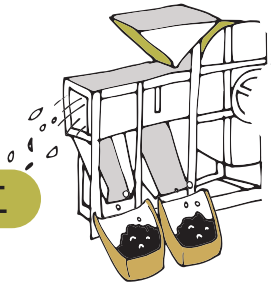
①

六級化產業？

原來如此！

1 級產業 生產

2 級產業 加工



3 級產業 販售

= 6 級產業

- ☑ 增加收益
- ☑ 提升價值
- ☑ 永續發展

②

我對投入**六級化產業**有什麼期待？

☐ 增加收益，穩定農產經營

☐ 提高在地特產知名度

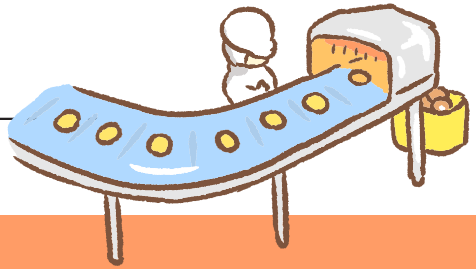
☐ 提升產品附加價值，獲得認同

☐ 打造品牌形象，加強與消費者連結

☐ 提供工作機會，吸引青年回鄉

☐ 創造新產業，活化地方

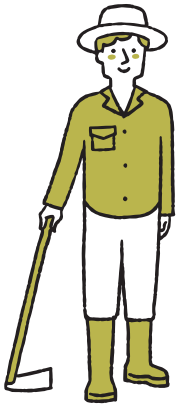
☐ 其他超棒的想法：_____



我想開始**六級化產業之路**！

請跟著以下問題，尋找適合的入門環節。

我是生產者嗎？



我想怎麼邁出第一步？

是

不是

我想從哪個環節著手？

生產技術

前往 P.4

企劃／加工

前往 P.6

行銷／服務

前往 P.14

我該注意什麼：生產技術篇

穩定的原物料是生產加工品的基石

1. 種植前是否已規畫農產品後續的銷售管道？
2. 作物產量、品質是否已達到生產加工商品所需要的水準？
3. 如何穩定／提升產量？
4. 如何穩定／提升品質？

[資金 / 風險]

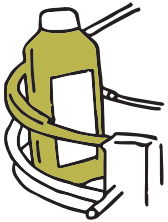
5. 為穩定原物料的產量及品質，需要投入多少資金、人力、機械設備？
6. 購買農用設備與資材的資金來源？
7. 資金需求是否有政策補助支持？
8. 如需貸款，是否制定還款計畫？

案例 Case

全豆黑豆乳

1級 生產者

增加契作面積、添購設備，穩定供應黑豆。



2級 加工廠

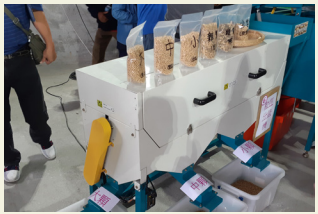
以細化技術製作全豆黑豆乳。

3級 通路商

在里仁商店販售全豆黑豆乳。

生產技術 經驗道相報

大豆農友擴增有機契作面積達 51.9 公頃，獲得農委會農機補助，添購真空播種機、機械除草機、採收機、烘乾機、選別機後，有效提升黑豆的產量與品質。穩定的產量可以確保產品上架後不會斷貨，穩定的品質則可避免影響加工廠製程，並確保產品風味一致。



還想知道更多？ 可前往其他頁面瞭解六級化產業，其他環節的經驗分享！ 企劃／加工 P.6 行銷／服務 P.14

我該注意什麼：企劃／加工篇

根據市場需求開發產品，確保日後銷售無礙

1. 農作物本身特性適合製成哪些加工品？
2. 自行設立初級加工場 前往 P.8 或委託代工 前往 P.9 ？
3. 目標消費者是誰？消費者的需求是什麼？消費者使用商品的情境？
4. 商品具備哪些特色？與其他競爭者有什麼差異？
5. 採取何種品牌定位？
6. 商品的外包裝設計如何呈現品牌價值？
7. 包裝採用公版袋或客製化包裝？
8. 是否具備適當的倉儲空間？ 未來如何管理庫存？

我該注意什麼：企劃／加工篇

根據市場需求開發產品，確保日後銷售無礙

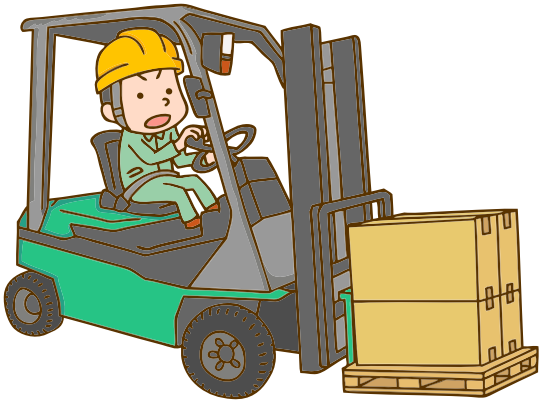
[資金／風險]

⑨ 能夠負擔開發成本嗎？

⑩ 如需貸款，是否制定還款計畫？

⑪ 評估商品成本時，是否考量到倉儲和物流的費用？

⑫ 商品價格扣除成本後剩餘多少利潤？



我想自行設立初級加工場！

步驟 1

可先至各地區打樣中心試做，確認農產品的加工需求後再判斷是否自行設立初級加工場

步驟 2

依照農委會《申請農業用地作農業設施容許使用審查辦法》申請取得「農地作農業設施容許使用」

步驟 3

依照衛福部《食品良好衛生規範準則》（GHP 第一章及第二章規定）建置合法加工室

步驟 4

依據農委會《農產品初級加工管理辦法》申請取得「農產品初級加工場登記證」後，農產加工品方有上架通路販售資格

＊完成加工技術及食品安全衛生教育訓練 40 小時以上

回到第 6 頁

我想委託加工廠代工！

步驟 1

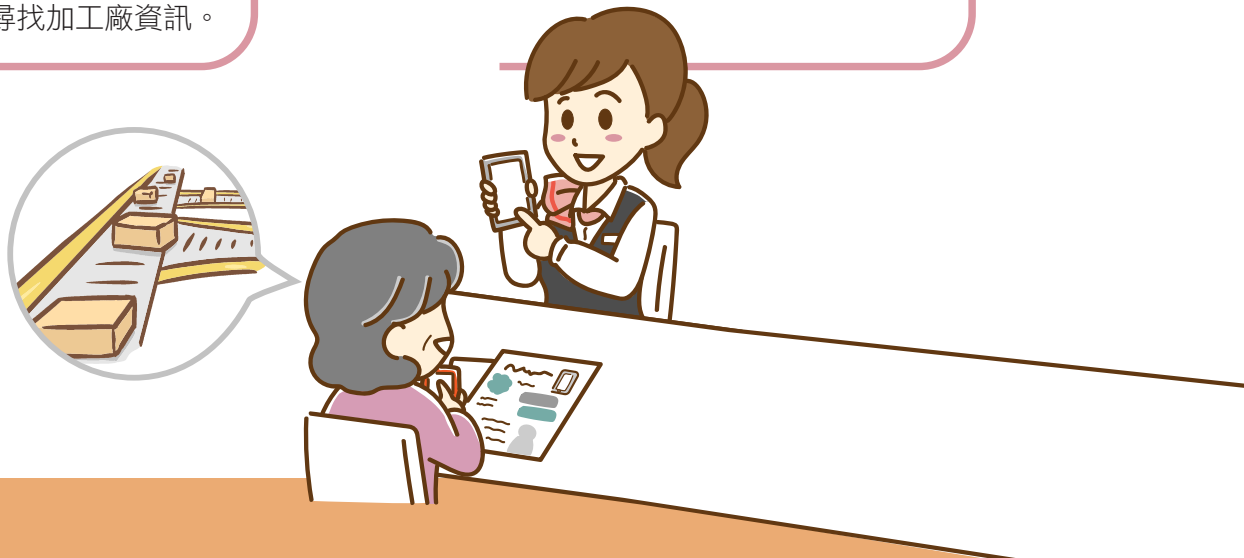
如何尋找加工廠？

可透由展覽活動（如食品展、烘焙展）結識加工廠商，抑或是透過食品包裝的製造商資訊、食品工業名錄、農產品初級加工場查詢、工廠登記查詢、104 查詢、網路搜尋等方式尋找加工廠資訊。

步驟 2

如何評估加工廠？

查詢加工廠歷年評價、確認加工廠是否具備 ISO、HACCP 認證、實際訪廠、評估製作流程、打樣試作等。



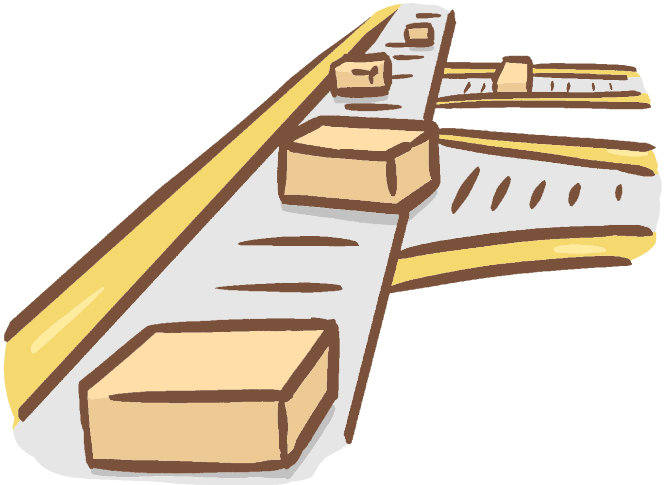
我想委託加工廠代工！

步驟 3

與加工廠洽談合作時必須討論的事項：

1. 加工廠的規模大小？最小訂貨量（MOQ）的多寡？
2. 評估打樣費用，及口味調整需要多少時間？預計何時完成打樣以利後續商品販售？
3. 小量製作的手工打樣品和自動化產線製作的品質是否相同？
4. 採用何種包裝規格、材質及風格？自行提供或委託進行圖像設計？
5. 是否自行供應農產原料或包裝材料給加工廠？若是，能否在製作前送達？
6. 確認商品報價、簽約內容、付款條件等是否可以接受？
7. 加工廠完成製作將商品送達後是否進行驗收？驗收標準為何？

委託加工廠代工流程圖



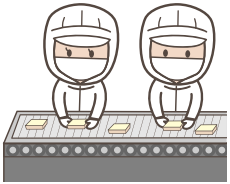
回到第 6 頁

案例 Case

紅潤小米飲

1 級 生產者

穩定供應
有機小米和紅豆。



2 級 加工廠

委外代工，小批量製作。

3 級 通路商

在有機通路商販售。

企劃／加工 經驗道相報

小米是臺灣原住民族的重要作物，除日常食用外，小米常見於許多祭祀儀式中，具備濃厚文化意涵，且臺灣小米品系正在快速的流失中，希望能藉由此產品推廣部落小米。

但是多數民眾對於小米的印象停留在小米粥、小米酒，要如何凸顯臺灣小米的價值，並推出符合消費者需求的產品？因此將小米搭配大眾熟悉的紅豆製成無添加物的「紅潤小米飲」。

花蓮有機紅豆的香濃風味完美結合臺東的友善糯小米的咕溜口感，好喝健康，適合所有年齡層飲用，常溫方便攜帶，做為早餐、點心、下午茶、宵夜等，有飽足感且健康無負擔。

整體包裝上以豆沙紅為主視覺，搭配產品名稱「紅潤」兩字，傳遞紅豆養生與補鐵意象；小米原料為臺東排灣族＆魯凱族農友所種植，包裝圖凸顯部落元素及整把的糯小米圖像，藉以向消費者傳遞珍貴的部落小米文化，並在包裝上以產地「花東」為訴求，喝一口花東的真原味。

產品包裝瓶使用加工廠現有規格，瓶身上印有主視覺圖像的收縮膜則是委請加工廠合作的廠商印製。產品保存期限可達 12 個月。

還想知道更多？ 可前往其他頁面瞭解六級化產業其他環節的經驗分享！ 生產技術 P.4 行銷／服務 P.14

我該注意什麼：行銷／服務篇

選擇合適的銷售通路及宣傳方法，事半功倍

1. 考量商品量能，選擇自行販售或與電商平台／通路合作？
2. 販售管道的營運性質與合作方式是否符合自己的經營理念？
3. 宣傳時商品的感性與理性訴求分別為何？
4. 是否製作宣傳資料讓消費者了解產品？選擇哪些平台宣傳？
5. 是否了解通路的金流、上架交易條件？如何收款、開立收據／發票？
6. 運送商品時需要以何種物流方式配送？
7. 如何確保商品在運送過程中仍保持完好？
8. 是否提供消費者便利的支付方式及友善的售後服務？
9. 如何管理上述不同階段的作業流程？

我該注意什麼：行銷／服務篇

選擇合適的銷售通路及宣傳方法，事半功倍

[資金／風險]

10 建置這些服務須投入多少資源？

11 能夠投入多少行銷資源傳播商品理念與品牌價值？

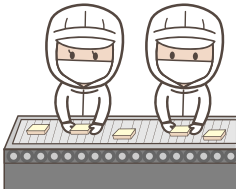
12 遇到問題商品或客訴預計如何處理？

案例 Case

黑豆／黃豆天貝

1 級 生產者

農友供應加工廠
有機黃豆和黑豆。



2 級 加工廠

由天貝王有限公司生產，並
指定使用花東農友的原料。

3 級 通路商

黑豆天貝通路：由天貝王供應黑豆天貝於里仁商店上架。

黃豆天貝通路：
黃豆天貝為農友委託天貝王製作之商品，由農友自行販售。

「天貝 Tempeh」源於印尼，由大豆製成，富含優質蛋白質、異黃酮、礦物質、鈣質、纖維、維生素 B 群等，經發酵後能提升營養吸收率，同時，還會增加一般而言只在動物性食品才能攝取到的維生素 B12，十分適合作為優質的植物蛋白質來源。

因此選用「花蓮 1 號」有機黃豆與「臺南 11 號」有機青仁黑豆，委託加工廠製成「花蓮好豆天貝」，包括黃豆天貝與黑豆天貝兩款。

接洽通路時，因里仁有機通路架上已經有一款進口黃豆製成的黃豆天貝，為了做出產品區隔，選擇黑豆天貝在里仁有機通路上架；而黃豆天貝除了由農友直接在網路社群銷售外，也上架有機小店、素食材料行做販售，

兩款天貝皆為冷凍商品，保存期限 10 個月。黑豆天貝由加工廠製作完成後直送里仁有機商店的總倉，再配送至各門市，消費者可在全國 134 間門市購買；黃豆天貝則由加工廠直送農友倉庫，農友再依客戶訂單寄送。

此外，因應國人外食比例偏高，也供應花蓮地區在地特色餐廳使用，以地產地消理念，讓消費者品嘗在地食材、支持在地農友，另也供應給花蓮地區以外的綠色餐廳。

花蓮好豆天貝的包裝設計以大豆田區保育動物「環頸雉」為意象，除了凸顯產品價值，也希望消費者一起支持友善動物的農產品，成為花蓮好豆品牌系列的特色。

此外，特地在外包裝加上花蓮好豆 LOGO，不僅讓消費者認識花蓮好豆品牌，也具有原料產地標章的識別性。

里仁有機商店特別針對黑豆天貝產品拍攝宣傳影片，讓消費者認識產地和農友，以及加工廠製作天貝的過程；黃豆天貝則選擇製作紙本文宣，讓銷售店家在店內展示。

宣 傳 影 片

還想知道更多？ 可前往其他頁面瞭解六級化產業其他環節的經驗分享！ **生產技術 P.4** **企劃／加工 P.6**

不同販售管道的比較

農友單純販售原物料給加工廠或通路商，加工成品由加工廠、通路商販售

銷售管道	加工廠 / 通路商透由其銷售管道販售商品	
說明	加工廠 / 通路商向農友購買原料後，生產商品並販售賺取利潤	加工廠 / 通路商向農友購買原料，以**指定原物料**的合作方式生產商品並販售賺取利潤
優點	· 銷售速度較快 · 只要商品持續販售，對原物料便有長期需求	· 銷售速度較快 · 只要商品持續販售，對原物料便有長期需求 · **指定原料**的合作方式，生產者能獲得更多保障
缺點	· 商品擁有者為加工廠 / 通路商，若原料品質變差或供應狀況不佳時，加工廠有權決定是否更換原料供應商	· 若指定之原料因為天災或病蟲害導致欠收時，此項加工商品將面臨無法生產，導致斷貨

不同販售管道的比較

由農友販售加工成品，上架通路或直售消費者

銷售管道	農友將商品上架通路 （里仁商店、團購群、友善環境小店）	農友將商品直售消費者 （農友人脈、社群媒體）
說明	農友以批發價向通路供貨，由通路販售給消費者	農友以零售價將產品販售給消費者
優點	・銷售速度比直售消費者快 ・由通路進行客戶服務，農友省去處理零售服務的時間與人力	・比起供貨給通路每單位商品利潤較高 ・農友能掌握消費者資訊，有助於培養忠實支持者，有利自有品牌發展
缺點	・農友須依照通路上架規定提交商品相關資料 ・比起直售消費者每單位商品利潤較低 ・消費者資訊由通路掌握，農友難以與客戶直接連結，傳達自身品牌價值	・銷售速度比上架通路慢 ・農友必須負責產品行銷、訂單處理、客服、物流、帳務等工作

有什麼**法規要注意**

加工食品相關法規

❶ 如加工之農產品欲標示為有機農產品，依據農委會《有機農業促進法》規範農產品之生產、加工、分裝及流通過程，經驗證合格者，始得以有機名義販賣、標示、展示或廣告。

法 規 內 容

❷ 食品業者必須依據《食品業者登錄辦法》完成登錄，食品藥物管理局已建置「非登不可平台」供食品業者使用。

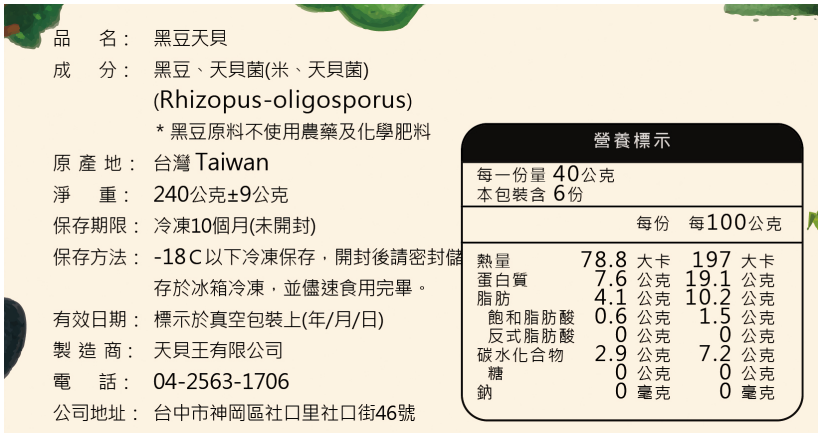
非登不可平台

有什麼**法規要注意**

加工食品相關法規

3 食品業者必須依據《食品安全衛生管理法》第 13 條之規定投保產品責任保險，違反之罰則請見第 47 條。

4 食品業者必須依據《食品安全衛生管理法》第 22 條，正確為食品標示。



品　名：黑豆天貝
成　分：黑豆、天貝菌(米、天貝菌)
(Rhizopus-oligosporus)
* 黑豆原料不使用農藥及化學肥料
原 產 地：台灣 Taiwan
淨　重：240公克±9公克
保存期限：冷凍10個月(未開封)
保存方法：-18C以下冷凍保存，開封後請密封儲存於冰箱冷凍，並儘速食用完畢。
有效日期：標示於真空包裝上(年/月/日)
製 造 商：天貝王有限公司
電　話：04-2563-1706
公司地址：台中市神岡區社口里社口街46號

營養標示

每一份量 40公克
本包裝含 6份

	每份	每100公克
熱量	78.8 大卡	197 大卡
蛋白質	7.6 公克	19.1 公克
脂肪	4.1 公克	10.2 公克
飽和脂肪酸	0.6 公克	1.5 公克
反式脂肪酸	0 公克	0 公克
碳水化合物	2.9 公克	7.2 公克
糖	0 公克	0 公克
鈉	0 毫克	0 毫克

誰可以協助我？

諮詢管道／輔導單位

1級 生產 田間種植相關資源

各區農業改良場

農糧署各區分署

種苗改良繁殖場

農民學院

Apple Store

Google Play

農務 e 把抓 APP 下載

機械耕作服務平台

補助、貸款申請

農糧署各區分署、各地區鄉公所、各地區農會

原住民族委員會申請補助
聯絡窗口邱家豪 技士
02-89953256

原住民族經濟
產業補助要點

原住民族金融服務專線
0800-508-188

原住民貸款 DM

誰可以協助我？

諮詢管道／輔導單位

2級

加　工

農產加工整合服務中心

農產加值打樣中心

食品標示諮詢平台

食品藥物管理署

農糧署各區分署

誰可以協助我？

諮詢管道／輔導單位

3級

銷　售

農科院
產業發展中心

財團法人石材暨
資源產業研究
發展中心

農糧署各區分署

各區縣市政府農業課

各地區農會

國家發展委員會
NATIONAL DEVELOPMENT COUNCIL

財團法人
慈心有機農業發展基金會
Tse-Xin Organic Agriculture Foundation