

財團法人豐年社



中華民國 106 年度決算

(106 年 1 月 1 日至 106 年 12 月 31 日)

財團法人豐年社編

財團法人豐年社

總 說 明

中華民國 106 年度

一、概況

(一) 設立依據

本社依據民法第二章第三款財團第 59 至 65 條相關規定暨行政院農業委員會審查農業財團法人設立許可及監督要點設立。

(二) 設立目的

編印、出版、發行及銷售有關農業刊物、書籍、農產品及農業資材為宗旨，目的在協助政府宣導農業，服務農民，加強消費者對本土農業的認識。

(三) 組織概況

依據組織章程董監事會設董事 13 席、監察人 3 席，由行政院農業委員會、臺灣肥料股份有限公司、經濟部國際貿易局、臺灣糖業股份有限公司、臺灣土地銀行、合作金庫商業銀行、中華民國農會、全國農業金庫股份有限公司、國立臺灣大學、國立中興大學、新台灣農業機械股份有限公司等所組成。

本財團法人經報奉經濟部於民國 53 年 10 月 27 日以經台（五三）農字第 17596 號設立許可有案，並聲請法院登記處核准發給法人登記證書（登記簿第 16 冊、第十五頁、第 228 號）。

本社由董事組成董事會，負責制定本社之任務與目標、規章與制度、工作計畫、審核年度收支預算及決算、財產之管理運用、聘（解）任社長等。

本社置社長一人，襄助處理董事會事務並綜理會務，由董事長提名，經董事會同意後聘任之，解任時亦同；本社設出版中心、新媒體中心、業務部及行政室，各部門人員由社長視業務需要聘僱。

各部門職掌如下：

1. 出版中心：本社編印、出版農業刊物、書籍之編輯事宜等事項。
2. 新媒體中心：本社網路、社群等媒體之相關事項。
3. 業務部：本社廣告及專案開發計畫；農業刊物及書籍之發行、代編；
電子商務及訂戶資料管理、規劃與策展顧問、座談會舉辦等
事項。
4. 行政室：本社有關人事、總務、文書、年度預算編列、預算控制、
會計憑證審核及年度決算編列等業務事項。

二、年度各項工作計畫或方針之執行成果

本社各項工作計畫依據「財團法人豐年社捐助暨組織章程」辦理，主要工作目標在協助政府宣導農業，服務農民，加強消費者對本土農業的認識。業務範圍以編印、出版、發行及銷售有關農業雜誌、書籍、農產品及農業資材為主，並舉辦推廣政策座談會及食農教育相關活動。

(一) 106 年度工作執行內容與成果

1. 發行雜誌

(1) 《豐年》雜誌

《豐年》以「生產之道、農民之友」為宗旨，秉持著誠懇務實的態度為讀者服務，並善用既有的媒體資源，發揮媒體露出的宣導效果，擴大宣導業務之執行效益。

專欄報導深入淺出、化繁為簡，發揮感動人心且收廣泛討論之效，使艱深的農業概念與術語更趨活潑家常，以跨越專業藩籬，走向庶民群眾，不僅可以傳播農業發展的新訊息，亦可增加農民信心和消費者認同。

執行成果：

- A. 刊期：106 年共發行 12 期，每月 15 號發行。
- B. 發行對象：以訂閱通路為主，對象包括全國各農會及產銷班、大學院校與職校圖書館、各地農友與機構、對農業有興趣者等。
- C. 內容刊登：
 - a. 封面故事：根據當下農產業整題環境現況，選定特定主題，進行規劃，以深入淺出的原則，透過主題式的報導與編輯呈現，同時提供讀者「想」知與「需」知。與農民一起與時俱進，探討農產業的趨勢。並於 106 年 10 月開始，針對封面故事，增加「客座總編輯」單元，針對每期封面故事，從產官學各界，邀請一位對該議題有深入瞭解的專業人士，擔任該期客座總編輯，針對封面故事內容提供建議與討論，以期加深封

面故事的深度與廣度。

- b. 特別報導：自 106 年 11 月起，為強化議題與時事報導，期與農民一起與時俱進，探討農產業的重大事件與趨勢，特設立特別報導欄目。
 - c. 特別企劃：企劃「發現臺灣農業競爭力」、「農科事業新視界」、「青農 X 社企」等系列主題，深入臺灣農業各角落，發掘臺灣農業故事、科技新知與經營產銷的心路歷程，著重分享成功之道，作為他山之石。
 - d. 農業技術：包括「科技新創園」、「合理化施肥」、「菇類產業」、「病蟲害防治」等農業技術與新知之提供。
 - e. 農入生活：農村相關生活話題，如「健康養生」。
 - f. 106 年新增專欄：「豐話題」、「農企經營」、「農業人才 Agri People」的規劃，報導趨勢，並促進產業升級。
 - g. 其他：製作「農田水利專刊」、「農業萬象」協助各農業單位訊息推廣。
 - h. 持續改版：106 年 9 月改版，改頭換面更具時代感，增強時事、議題報導，加強整體內容企劃；均衡報導農林漁牧農業各面向，採用高品質照片與專業編輯流程，使《豐年》質感提升。
- D. 行銷方式：經營豐年臉書，透過網路平臺快速傳達政策與訊息，並與讀者互動，發揮行銷傳播之綜效。另外，也跟農友種苗股份有限公司合作，在農友種苗高雄市大樹與中正門市零售《豐年》與《鄉間小路》雜誌，增加南部讀者購買管道。

(2) 《鄉間小路》雜誌

《鄉間小路》是農委會與都市民眾之間的傳播橋梁。長期致力於深入報導農村產業發展與文化休閒活動，傳播農業科技，並協助宣導農業施政。近年來配合農委會政策，引導民眾重新認識飲食安全、接觸食農育、推廣青年從農，並帶領讀者從中實踐對生態環境的友善行

動。並以生活而親切的筆觸與風格，在潛移默化中改變民眾，拉近都會與鄉村的距離。

執行成果

A. 刊期：106 年共發行 12 期，每月 1 號發行。

B. 發行對象：除從農業者外，更以一般大眾為主要對象。

C. 內容刊登：

a. 封面故事：整本雜誌內容以封面故事為主軸，將「農業知識」、「農人生活」、「產業環境」、「生態認識」各議題重新包裝成一般民眾日常生活會關心的故事，自然而然的將食材與農產品介紹給讀者，9 月起再度改版，除維持封面故事的內容與篇幅，更在呈現版面上進行調整，更符合現代讀者的喜好，使其不但有雜誌的多元與豐富性、書籍的知識性與保存性，更享有閱讀上的視覺滿足。

b. 鄉間專欄：10 月開始陸續進行專欄調整，除了原有「鄉土奇譚」、「農你咧講」、「土地與人」等風土民情，更增加「柔軟時光」、「散場見」、「彎彎風土」、「遺忘考」、「Parirayan 交換日記」等各類主題專欄，內容不只包含農業，更延伸到藝文、環境、閱讀、生活等面向。鄉間專欄呈現多元的風貌，秉持「人人日進三餐，能說農業無關」的精神，讓讀者感受到無處不農業的景況。也藉各類型主題吸引不同的讀者群。

D. 行銷方式：經營鄉間小路網站與臉書，透過網路平臺快速傳達政策與訊息，並與讀者互動，發揮行銷傳播之綜效。

(3) 發行《Young 農通訊》

《Young 農通訊》是國內第一份專為全國高職農校學生編輯的農業刊物，也是目前國內唯一可以進入全國高職農校的農業刊物，內容包含農產業趨勢、傑出青農、農企業經營、農校特色、農業資訊科技運用、農政/農研機構首長專訪、有機農業等，目標讀者十分明確，資訊可直達全國高職農校學生，有益拓展豐年社在農校的知名度與影響

力。

《Young 農通訊》創刊於 106 年 1 月，每月 15 日出刊，免費贈閱，每期發行 2000 份，並且經營臉書粉絲專頁，提供文字與影音新聞。106 年由財團法人日月光文教基金會獨家贊助發行經費。107 年由財團法人中鋼集團教育基金會、高雄市政府農業局、及環虹錕騰科技股份有限公司聯合贊助發行。

106 年 2 月與 9 月，《Young 農通訊》進行南部及全國高職農校從農意願調查、及臺灣代表性水果調查，相關調查獲得自由時報、聯合報、蘋果日報、中國時報、工商時報、遠見雜誌等媒體報導，拓展豐年社知名度。《Young 農通訊》部份報導內容，也轉提供給《豐年雜誌》與《農傳媒》使用，豐富新聞內容。

(4) 代編印《畜產報導》月刊

《畜產報導》為臺灣畜牧產業之權威性刊物，提供畜產知識、活動訊息、市場分析、防疫知識、國外新知訊息傳遞等，對畜產業產官學者及消費者，卓有助益。

執行成果：

- A. 刊期：106 年發行 12 期，
- B. 內容刊登：畜產主題、畜產專論、畜產文摘、畜產產銷分析及展望、畜禽&敘情、食尚資訊、國內外要聞、畜產動態等。
- C. 從新聞訊息到重大活動，乃至於政策施政說明，站穩深度、正確、權威宣導的立基點，詳實編輯，準時出刊，成為農政所屬單位主管機關制定施政方向時不可或缺的關鍵訊息。

(5) 代編印《國際農業科技新知》季刊

以報導國際農業科技新知為主要內容，藉由專題報導、新知文摘、活動看板與網路資源等內容進行《國際農業科技新知》之出版工作，並贈送國內（外）學者、專家及相關機關，強化宣導。

執行成果：

- A. 刊期：106 年發行 4 期。

B. 內容刊登：提供國外農業科技新知，對農業科技水準之提升與農業新知訊息傳遞等，卓有助益，並與國際接軌。

(6) 代編印《農政與農情》月刊

《農政與農情》原為《農情月刊》，81年7月改版發行，為配合內容更新，名稱亦由《農情月刊》改為《農政與農情》月刊（革新版）。88年7月精省後，本刊與中部及第二辦公室所發行之「臺灣農業」、「農業專訊」及「糧訊報導」整合，仍以《農政與農情》刊名發行，不但作為上情下達和對外宣導的媒體，同時也作為農委會這個大家庭內部溝通的橋樑。

執行成果：

A. 刊期：106年發行12期。

B. 內容刊登：《農政與農情》規劃「農政視野」、「農業法規」、「農業櫥窗」、「農情預測」…等單元，藉此提供農業相關從業人員最新之農業政策及農業產業動態等相關資訊，以利農業政策之推動及農民生產決策訂定之依據。

2. 出版服務

農業是豐年社的根本，出版農業專書更是本社之專業，所以本社除自行出版外，亦接受委託出版農業專書。本年度執行成果如下：

(1) 編印《鱻故事 魚文化》(漁業署)

為了透過文化的渲染力，推升臺灣成為亞太地區重要的魚文化基地，本書從歷史文化、傳統歌謠、文學到臺灣俗諺的角度出發，透過本書的出版，帶領民眾從知魚、賞魚到食魚，認識魚知識，聆聽魚故事，進而親近漁業，建立海洋公民意識，蓄積傳承與創新的力量。

執行工作項目包括：潤飾稿件、蒐集圖片、文字編輯校對與美術編輯，直製印刷裝訂等後製作業統籌。

本書為17*22cm版本，平裝，共計320頁。

(2) 編印《慢遊臺灣 農旅行》(農委會)

農委會推動發展的休閒農業區，結合一級農業生產、二級農業加工、三級農業體驗和服務，將在地生產、農村景觀、農業文化創意、食農教育與環境教育概念等元素融入區內，營造主題特色；本書採訪報導了2016年舉辦之休閒農業區評鑑中共5區優等及25區甲等休閒農業區，希望展現各自不同的風貌，讓民眾樂於加入農業旅遊，體驗臺灣土地的美好。

執行工作項目包括：派人實際採訪30區休閒農業區，撰文編寫，協助文字與版面編輯、校對、印刷，並強化出版行銷建議。

本書為19*24cm版本，平裝，共計136頁。

(3) 編製《ASO生活誌》(阿瘦實業)

編製1期《ASO生活誌》內容(不含印刷)。內容包含文案企劃、撰寫、圖片拍攝及版面設計等。

工作執行項目包括：參加編輯委員會、採訪與編輯文字與圖片、部分單元攝影、圖片蒐集與修飾，版型設計與視覺編排等前製事項。

本刊為20*29cm版本，畫刊式，共計40頁。

(4) 編印《臺北畜產公司2018掛曆》(臺北畜產公司)

為配合臺北畜產公司宣導食用國產雞，特以「12道好雞味料理年曆」為題，設計以臺灣國產雞為料理主角，拍攝並撰寫容易烹煮的食譜，印製約近5千份出版推廣。

工作執行項目包括：拍攝照片及編輯食譜文字與圖片、圖片蒐集與修飾，版型設計與視覺編排，直至聯絡印刷裝訂等後製事項。

本掛曆為38*52cm版本，壓條裝訂，含封面共計13頁。

(5) 編印《青出於農》(農委會)

配合106年「青出於農」宣導企劃案，集結當年鄉間刊載之專欄12篇，編輯後出版。

工作執行項目包括：收集文稿與照片，文字編輯與校對，版型設

計與視覺編排，直至聯絡印刷裝訂等後製事項。

本專刊為 A4 版本，膠裝，共計 64 頁。

(6) 編印《一日農遊 漫·慢幸福體驗》及《時光淬鍊下的茶香源味》 (臺北市產業發展局)

分別以臺北休閒農業及臺北茶香為編寫 2 本專書，希望藉由統整故事性報導臺北休閒農業旅遊資訊及臺北茶葉今昔過往，讓在地居民及遊客增進對臺北農業及自然生態的瞭解。

工作執行項目包括：聯絡採訪臺北休閒農業區、臺北茶葉區及達人耆老，包括平面與攝影、撰稿，文字編輯與校對，版型設計與視覺編排等印前前製事項。

本專刊為 18*23cm 版本，膠裝，各 64 頁及 96 頁。

(7) 編印《十大績優產銷班》專刊(農糧署)

民以食為天，農業的興衰，菜價的起落，人民感受最為深刻，自然關心農業未來的發展與方向。新的一年開始，我們回顧以往「發現臺灣農業競爭力專欄」的成果，從「2017，挑戰，農業，新願景」面向策劃，構思更多元的報導題材，以新思維推廣行銷臺灣農業，協助其他農民吸取經營成效卓越之成功經驗。本年度配合十大績優產銷班頒獎典禮，派請記者實地採訪計 10 班，並製作專刊。

(8) 編印《松露》專書

松露被視為珍饈，不只歐洲國家，亞洲地區包括大陸、日本甚至泰國等，也投入尋找發展本土松露的可行性，像是大陸就已經找到 50 多種當地的松露品種，日本、泰國也陸續發表新品種。本書共分 12 章，從松露的衍化歷史、分布、松露種類特徵、松露菌根形態，到如何建造人工松露園，及收穫後所提供饕客喜好的松露美食，作了詳細敘述與圖示。

3. 經營《農傳媒》專業新聞網站

《農傳媒》的宗旨是與農共生、與食俱進、與環境共享。選題上站在

以農為本的角度，走入生活，觸及農業、土地、食物、教育、新知、文化、環境、生態等，與農業相關的各項議題。報導觀點力求宏觀而真實，避免煽動或過度情感訴求，以各種科學化的論證，搭配數據化分析與圖表，描繪農業的真實面貌。

透過網路與社群媒體經營，將具有時效性之農業新聞傳播給關心農業的閱聽人之外，也摘錄國內重要農業期刊內容進行資訊圖表優化，將專業技術、研究成果與政策，轉換成為閱聽大眾容易消化吸收的資訊。

我們期許《農傳媒》能成為一個能促進群眾溝通、開放信息、滿足需求的新媒體平臺。

執行成果：

自 105 年 12 月 18 日正式上線至今，平均月瀏覽量達網路流量為 50 萬次（持續上升），同時成立農傳媒臉書粉絲專頁，主動出口網站文章內容，擴大觸及率，目前粉絲數達 4.8 萬人（持續上升）。

主題說明：

- A. 農業萬象：《農傳媒》的主力內容，以報導關注各項農業政策（如有機、禽流感、農地農用）、專業農耕技術、科技新知（如生物炭、無人機、農機、研發產品）、他山之石（借鏡國外案例）、小農加工、青農、天災防治或災後處理、園藝、各農改場專業技術稿等。
- B. 食與育：食農教育、政策、食安（跨農與食）、料理（食譜）、謠言追追追（如蘿蔔不能跟哪些食物一起吃、番茄含龍葵鹼）、中藥養生（食安、健康、藥食同源——紅棗、氣候變遷缺乏藥材資源）、營養、剩食、綠色餐廳、優良廚師、當季食物等。
- C. 環境與人：主要針對環保、生態相關的議題，譬如循環經濟、農業廢棄物處理、環境污染、職災（如農民健康、教農民噴農藥時如何防護、防中暑）、低碳（產品、社區）、綠色生產等。
- D. 生活與文化：歷史、農村生活、博物館、展覽、書摘等相關介紹。
- E. 影像：報導攝影專題、老照片再解析、以農業為主題的作品、攝影師或相關攝影書介紹。

F. 新農鳴：專欄評論，邀專家或教授針對以上各項欄目的內容，發表專業意見或評論。在其下成立【話有機】專欄，針對有機農業的現況與未來發展，廣邀各方名家文章供稿；【廚房小情歌】專欄介紹食物與食譜；【野望沙龍】專欄談論生態紀錄片；【蟲農之路】專欄談論田間生態；【鳥事繼續生煙】專欄從豐年老照片介紹被遺忘的農村軼事等。

合作網絡：

與其他平臺、網站（例如環境資訊中心、愛料理、慈濟基金會、富邦文教基金會校園午餐專案網站、流線傳媒、里仁、鴻海康誠生技、蘋果日報、漁業廣播電臺等）內容合作，透過互惠授權與轉載，增進知名度、觸及率與影響力。內容有償授權有典亞設計、游擊文化、中美嘉吉等公司。

4. 整合行銷專案服務

持續開發整合行銷專案，期藉多角化經營強化本社業務營收。本年度專案包含：

(1) 加強新媒體農業傳播計畫(農委會)

承攬農委會委辦標案，協助加強應用新媒體社群，以推動農業政策、展現研究成果及推廣活動，以維運農委會臉書粉絲專頁及 LINE@ 官方帳號，有效運用社群媒體，透過多元形式與民眾互動及強化政策說明，發揮網路之影響力來協助農業政策或措施等進行宣導，並藉由穩定成長的粉絲數，持續與民眾互動溝通，在當前維護生態環境、保障食品安全、維繫社會文化等與全民生活密切相關之農業議題上，體現臺灣農業新願景。

(2) 發現臺灣農業競爭力專案(農糧署)

本年度除既有「發現臺灣農業競爭力」專欄外，更創新納入「產業經營管理工作坊」報導，文稿編排將佐以照片寫真、動人故事，能在深入淺出、化繁為簡中，發揮感動人心且收廣泛討論之效，使艱深

的農業概念與術語更趨活潑家常，以跨越專業藩籬，走向庶民群眾，不僅可以傳播農業發展的新訊息，亦可增加農民信心和消費者認同。

(3) 青出於農宣導專案(農委會)

由農村再生基金補助，系列報導臺灣傑出的青年農友，希望站在青農的立場，協助剖析從農遇到的困境及化解的資源及想法，能成為返鄉青農借鏡的資訊平臺。系列報導後更集結編成專刊可再次傳閱。

(4) 臺北市休閒農業推廣行銷(臺北市政府)

由臺北市產業發展局補助，協助規劃編印《一日農遊 漫·慢幸福體驗》及《時光淬鍊下的茶香源味》；希望藉由統整故事性報導臺北休閒農業旅遊資訊及臺北茶葉今昔過往，讓在地居民及遊客增進對臺北農業及自然生態的瞭解。

(5) 農業政策系列座談

配合農委會各項農業政策主題，邀約政策相關產官學研與會暢談討論，齊聚專業力量將農業政策議題，以開放或封閉式座談會方式，廣納各方雅言，將多方論述充分呈現、溝通。會後也針對座談會中溝通的政策內涵以各分眾媒體讀者關心易懂的方式報導露出，觸及各閱聽眾及並透過網路媒體散播，期望達到廣度深度兼具的精準傳播。

(6) 106 年度從產地到餐桌-食農教育推廣示範計畫

辦理記者會 1 場。邀請業者或團體現身說法，號召更多人共襄盛舉。另一方面，由於社群平臺的興起，民眾花費在社群平臺的上網時間比重越來越高，因此本計畫也將社群活動列為行銷管道之一，號召更多農民團體、學校或民間團體等相關單位參與活動，將農事體驗或飲食教育等內容融入各學習領域及相關推廣活動，進而提升學童及消費者對在地食材、食品安全及地產地消之正確認識，進而提升國產農產品的品牌價值、擴大銷售通路。

(7) 合理化施肥計畫

肥料為農業生產所必須資材，農民為確保作物良好收穫，必須依作物需求及土壤肥力狀況適度施肥。惟農民為求高產，常施用過多化學肥料，造成浪費及環境污染，亟需輔導農民改變施肥習慣，依作物需求正確施用肥料，以兼顧穩定糧食供應、維護農業生產環境。

(8) 重要動物傳染病防治計畫

由於動植物防疫檢疫過去未受社會大眾應有之重視，每年都有新的動植物疫病蟲害，隨輸入或攜入之動植物及其產品傳入國內，造成之經濟損失相當可觀，不利於相關產業的經營發展。透過本計畫宣導，推動重大動物疫病防治安全管理，做好疫情監測與通報及防治措施，維護良好農業環境。

(9) 有機農業行銷輔導計畫

有機耕作不僅是友善大地的展現，其進一步的意義在於環境保育永續經營，透過有效地媒體宣導，改變傳統僅有重視農業生產量與產值的觀念，喚起農友對友善土地的重視。此外，也邀請消費者熱情參與，讓有機產業在臺灣立足生根，健全發展。本年度除透過平面雜誌，也積極與數位媒體平臺合作，藉由電視媒體、廣播媒體與社群媒體強力播送，宣導有機農業輔導政策與推動有機農業之理念與重要性。

(10) 輔導國產雜糧產業發展推廣與行銷活動計畫

為推動食農教育，使學童及消費者對在地食材、食品安全及地產地消之正確認識，並促進飲食文化傳承，本計畫以「認識國產雜糧」為主軸，整合政府、學校及民間團體等資源，將飲食教育等內容融入相關推廣活動，使國人藉此認識從產地到餐桌、從生產端到消費端等「食育」相關知識，以拓展食育理念及達向下扎根之功效。

(11) 農業設施產業發展推廣計畫

臺灣地區夏、秋兩季常受颱風影響，造成農業災害及損失，為減緩極端氣候造成農損，針對設施型農業（溫網室）規劃此計畫。紀錄

政府團隊如何解決農民問題及落實設施重建之過程，拍攝成紀錄片，留下施政紀錄及典範在案。

(12) 媒合高職農校學生農企業見習與就業計畫

本計畫目的在提高高職農校學生未來到農業上中下游企業工作或自行從農的意願。策略聯盟 106 年度執行 24 場廠商演講、4 場廠商說明會、4 場廠商就業洽談會、2 場好農體驗活動、2 場成果座談會、及 1 場農業創新經營模式企劃競賽。原本規劃的記者會轉為舉辦「國內首場農業技職教育論壇」，邀請農委會李退之副主委、教育部林騰蛟次長等產官學界近百位來賓與會，吸引《自由時報》等媒體共 15 則報導或轉引報導。另外也新增到農校入班宣導(5 個班級)及進行高職農校學生從農意願調查(2 次)。

本計畫最後有 139 位學生到策略聯盟農企業或農場見習、工讀、或就業，超過原本預期的 65 位。然而推動學生就業遭遇困難，主因有：(1)農校未將輔導學生就業視為重點工作，擔心「幫學生媒合工作如果出問題，自己連帶要負責任」；(2)社會升學風氣盛行，學生與家長以升學為第一目標。

(13) 誠品及水牛書店講座

透過講座的辦理，與消費者互動，拉近彼此之間的距離，加強讀者對本社發行之雜誌認同感。

5. 網路服務

在實體通路之外，分別與今日新聞網雜誌櫃、博客來網路書店、欣傳媒，及天空數位圖書有限公司、凌網科技、華藝公司等學術網資料庫平臺簽約合作，以線上點閱的方式行銷《豐年》與《鄉間小路》電子書及工具書等，並系統化處理點閱率與讀者資料分析，作為雜誌行銷執行績效的依據，增加豐年數位資料的網路曝光率與點擊率，強化豐年社作為專業的農業出版社形象。

積極運用當前最具宣傳效益的網路工具—「豐年」與「鄉間小路」官網、臉書、行動通訊平臺等，並與全臺各地關注土地、有理想信念、具活力與堅持的店家、獨立書店、農學市集、社會企業、地方社區、連鎖餐飲店等多面向串連，在「農讀者群」盛行的時代，發揮更大影響力。

豐年網站與國家圖書館的查詢功能連線，為讀者及農業界提供更廣泛的網路服務，並帶動相關業務的發展。

與其他媒體整合共享《鄉間小路》的資訊內容，如中央社，擴大報導效益。

6. 電子書及電子雜誌

除在已合作的電子書平臺如讀冊 TAAZE、UDN 讀書吧、Readmoo 等平臺上及網路社群媒體，更積極推播豐年/鄉間雜誌品牌廣告，更努力增加大型電子書平臺合作，包括宏碁 ACER 代理的全球最大電子雜誌平臺-Zinio，透由其在全球 32 個以上國家分佈，拓展豐年/鄉間的海外華人閱讀市場，創造豐年社的農業專業媒體形象。

(二) 達成效益

1. 拓展發行通路與爭取長期訂戶

- (1) 《鄉間小路》月刊，每月 1 日發行。本社積極拓展發行通路包括：
- A. 團體訂戶—全國各農會、產銷班、各級學校、圖書館等。
 - B. 個人訂戶—喜愛鄉村生活的一般讀者等。
 - C. 書籍代理—透過書報代理商在全國誠品、金石堂、博客來、何嘉仁、墊腳石等書店上架零售。
 - D. 複合式文創商店—於全臺 20 多家獨立書店處寄售並推廣本社發行之《鄉間小路》月刊，以加強服務消費者及推廣農業及食材新知。
 - E. 連鎖餐飲店—於全臺摩斯 200 家及 100 家伯朗咖啡展示推廣，增加流通閱讀率。

(2)《豐年》月刊，每月 15 日發行，積極爭取長期訂戶包括：

A. 團體訂戶－全國各農會、產銷班、各級學校、圖書館等。

B. 個別訂戶－全國農友、有心從農者、農業從業人員。

(3) 電子書銷售

除在已合作的電子書平臺如讀冊 TAAZE、UDN 讀書吧、Readmoo 等平臺上及網路社群媒體，更積極推播豐年/鄉間雜誌品牌廣告，更努力增加大型電子書平臺合作，包括宏碁 ACER 代理的全球最大電子雜誌平臺-Zinio，透由其在全球 32 個以上國家分佈，拓展豐年/鄉間的海外華人閱讀市場，創造豐年社的農業專業媒體形象。

(4) 紙本雜誌市場逐年萎縮的趨勢下，《豐年》與《鄉間小路》雜誌秉持專業服務之立場，深受讀者支持，在發行量上維持以往水準；同時開拓《農傳媒》網路廣告合作方案，讓更多需要即時性露出的業主有網路方案可選擇。

2. 積極擴展廣告業務與開發新客源：

(1) 開發廣告業務：

A. 除既有客戶維繫，如鑫村公司、台肥公司、台糖公司、農友種苗、永銛實業、台和園藝、圳發公司、恆儀發展公司、王馬公司、貿易眼國際股份有限公司、貿有展覽公司、農業信用保證基金、品富旺、大豐塑膠... 等。

B. 新進合作客戶：台酒生技、AVEDA、聯徵中心、農業金庫、亞洲博聞、臺北農產運銷、清華環保、台灣拜耳、壽米屋、民視文化事業、東晟水產、農識國際、洽成穩、竹崎農會、中埔農會等。

(2) 洽談贈品推廣訂戶：

為推廣《鄉間小路》以及《豐年》之發行業務，以雜誌廣編稿專案交換客戶公司商品，做為新舊讀者訂購禮與活動贈品，增加讀者訂閱的動機與誘因，同時達到宣傳廣告客戶與商品的目的。

(3) 持續銷售豐年社農業書籍，利用年度訂閱促銷優惠及平面雜誌廣告曝光等手法增加書籍銷售金額，並依據時令挑選合適的書籍做廣告曝光。

3. 善用數位平臺傳播訊息

(1) 《豐年》及《鄉間小路》網站提供農民、學生、研究人員及一般民眾在網路上閱讀期刊及相關農業資訊。豐年社官網更結合《豐年》雜誌的內容，典藏臺灣農業六十年的資料庫，定位為臺灣農業線上百科網站。

(2) 《鄉間小路》FaceBook 粉絲團，101 年 7 月成立社群網站 FB 粉絲團，讓讀者與網友參與鄉間小路雜誌的內容分享討論，同時推廣休閒農業、飲食文化和原鄉關懷等議題。目前粉絲人數已超過 25,000 人。

(3) 《豐年》FaceBook 粉絲團，102 年 3 月成立的最新 FB 粉絲團，將帶領 67 年的《豐年》走向年輕族群，讓新一代的農青農友們，透過豐年瞭解臺灣農業的產業發展與最新消息。目前粉絲人數已超過 15,000 人。

(4) 《農傳媒》網站及 FB 粉絲團為本社因應現今與時俱進、分秒必爭的新聞傳遞模式，於 105 年 12 月所成立的專業新聞網路媒體，宗旨是一個「與農共聲、與食俱進、與環境共享」的新媒體平臺。站在以農為本的角度，走入生活，觸及農業、土地、食物、教育、新知、文化、環境、生態等，即時報導與農業相關的各項議題。期許成為能即時促進群眾溝通、開放信息、滿足需求的新媒體平臺。目前粉絲人數已超過 48,000 人。

(5) 積極與其他網路媒體合作

本社與中央社網路平臺「品閱雜誌」頻道合作，每期分享《鄉間小路》文章，除宣傳《鄉間小路》雜誌外，也將中央社線上讀者導入《鄉間小路》FB 粉絲團，為雜誌開拓新的讀者群。

除在已合作的電子書平臺如讀冊 TAAZE、UDN 讀書吧、Readmoo 等平臺上及網路社群媒體，更積極推播豐年/鄉間雜誌品牌廣告，更

努力增加大型電子書平臺合作，包括宏碁 ACER 代理的全球最大電子雜誌平臺-Zinio，透由其在全球 32 個以上國家分佈，拓展豐年/鄉間的海外華人閱讀市場，創造豐年社的農業專業媒體形象。

鄉間小路官網



鄉間小路臉書



豐年官網



豐年臉書



農傳媒官網



農傳媒 FB



三、決算概要

(一)收支營運實況

1. 本年度收入預算數編列 44,839,000 元，執行結果：實收數 50,121,986 元，較預算數增加 5,282,986 元，主要係執行補助計畫收入增加 15,891,419 元。
2. 本年度支出預算數編列 44,839,000 元，執行結果：實支數 56,946,633 元，較預算數增 12,107,633 元，主要係執行勞務成本之補助計畫支出增加 15,891,419 元，銷貨成本增加 5,674,602 元。
3. 本年度收入總額 50,121,986 元，支出總額 56,946,633 元，所得稅費用 158,800 元，本期短絀 6,983,447 元。

(二)現金流量實況

1. 期初現金及約當現金 67,102,465 元。
2. 本年度現金及約當現金減少 6,064,207 元
 - (1) 業務活動之淨現金流入 528,447 元：
 - 本年度短絀 6,983,447 元。
 - 固定資產折舊費用 547,649 元。
 - 應收款項增加 6,129,375 元。
 - 存貨減少 510,847 元。
 - 預付款項減少 394,922 元。
 - 預收款項減少 277,717 元。
 - 應付款項增加 12,465,568 元。
 - (2) 投資活動之淨現金流出 4,179,617 元：
 - 購置固定資產增加 2,493,064 元。
 - 暫付款增加 1,050,053 元。
 - 存出保證金增加 636,500 元。
 - (3) 融資活動之現金流出 2,413,037 元：
 - 存入保證金增加 90,000 元。
 - 其他負債減少 2,503,037 元。

3. 期末現金及約當現金 61,038,258 元。

(三) 淨值變動實況

1. 本年度創立基金 1,200,000 元，與上年度相同。
2. 本年度其他基金-出版部基金 19,709,969 元，與上年度相同。
3. 本年度其他基金-捐贈資產基金 2,604,902 元，與上年度相同。
4. 上年度累計賸餘 44,636,543 元，加計本期短絀 6,983,447 元後，本年度累計賸餘 37,653,096 元。

(四) 資產負債實況

1. 現金及約當現金：61,038,258 元，較上年度 67,102,465 元，減少 6,064,207 元。
2. 應收款項：8,371,862 元，較上年度 2,242,487 元，增加 6,129,375 元。
3. 存貨：1,480,735 元，較上年度 1,991,582 元，減少 510,847 元。
4. 預付款項等：728 元，較上年度 395,650 元，減少 394,922 元。
5. 房屋及建築：2,978,000 元，與上年度相同。
6. 什項設備：4,926,594 元，較上年度 2,433,530 元，增加 2,493,064 元。
7. 累計折舊：2,378,557 元，較上年度 1,830,908 元，增加 547,649 元。
8. 暫付款：1,050,053 元，較上年度 0 元，增加 1,050,053 元。
9. 存出保證金：636,500 元，較上年度 0 元，增加 636,500 元。
10. 應付款項：16,266,958 元，較上年度 3,801,390 元，增加 12,465,568 元。
11. 預收款項：107,835 元，較上年度 385,552 元，減少 277,717 元。
12. 其他流動負債：268,413 元，較上年度 2,771,450 元，減少 2,503,037 元。
13. 什項負債：293,000 元，較上年度 203,000 元，增加 90,000 元。

財團法人豐年社
收支營運決算表
中華民國106年度

單位:新臺幣元

上年度決算數	科目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-)	
				金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)* 100
36,549,953	收入總額	44,839,000	50,121,986	5,282,986	11.78
33,431,693	業務收入	43,165,000	48,680,729	5,515,729	12.78
11,401,513	勞務收入	23,605,000	32,340,102	8,735,102	37.01
6,351,000	政府補助收入	5,750,000	19,977,514	14,227,514	247.44
700,000	其他補助收入	700,000	2,363,905	1,663,905	237.70
0	政府委辦收入	15,975,000	7,007,144	-8,967,856	-56.14
4,350,513	其他委辦收入	1,180,000	2,991,539	1,811,539	153.52
22,030,180	銷貨收入	19,560,000	16,340,627	-3,219,373	-16.46
3,118,260	業務外收入	1,674,000	1,441,257	-232,743	-13.90
3,118,260	財務收入	1,674,000	1,441,257	-232,743	-13.90
28,158,617	支出總額	44,839,000	56,946,633	12,107,633	27.00
28,158,617	業務支出	44,839,000	56,946,633	12,107,633	27.00
10,509,741	勞務成本	21,150,000	29,168,546	8,018,546	37.91
6,351,000	政府補助支出	5,750,000	19,977,514	14,227,514	247.44
700,000	其他補助支出	700,000	2,363,905	1,663,905	237.70
0	政府委辦支出	13,820,000	4,999,524	-8,820,476	-63.82
3,458,741	其他委辦支出	880,000	1,827,603	947,603	107.68
13,784,938	銷貨成本	19,007,000	24,681,602	5,674,602	29.86
3,863,938	管理成本	4,682,000	3,096,485	-1,585,515	-33.86
8,391,336	稅前賸餘	-	(6,824,647)	(6,824,647)	-
1,426,527	所得稅	-	158,800	158,800	-
6,964,809	本期短絀	-	(6,983,447)	(6,983,447)	-

財團法人豐年社
現金流量決算表

中華民國106年度

單位：新臺幣元

項 目	本年度 預算數 (1)	本年度 決算數 (2)	比較增(減-)	
			金額 (3)=(2)-(1)	(4)=(3)/(1)*100
業務活動之現金流量：				
本期短絀	0	(6,983,447)	(6,983,447)	-
調整非現金項目：				
折舊	9,000	547,649	538,649	5,984.99
應收款項減少(增加)	200,000	(6,129,375)	(6,329,375)	-3,164.69
存貨減少(增加)	(100,000)	510,847	610,847	-610.85
預付款項減少	0	394,922	394,922	-
應付款項增加	1,450,000	12,465,568	11,015,568	759.69
預收款項減少	0	(277,717)	(277,717)	-
業務活動之淨現金流入	1,559,000	528,447	(1,030,553)	-66.10
投資活動之現金流量：				
購置固定資產	(260,000)	(2,493,064)	(2,233,064)	858.87
暫付款增加	0	(1,050,053)	(1,050,053)	-
存出保證金增加	(240,000)	(636,500)	(396,500)	165.21
遞延費用等減少	300,000	0	(300,000)	-100.00
投資活動之淨現金流出	(200,000)	(4,179,617)	(3,979,617)	1,989.81
融資活動之現金流量：				
存入保證金增加	67,000	90,000	23,000	34.33
其他負債減少	(50,000)	(2,503,037)	(2,453,037)	4,906.07
融資活動之淨現金流出	17,000	(2,413,037)	(2,430,037)	-14,294.34
現金及約當現金之淨增(淨減-)	1,376,000	(6,064,207)	(7,440,207)	-540.71
期初現金及約當現金	68,638,000	67,102,465	(1,535,535)	-2.24
期末現金及約當現金	70,014,000	61,038,258	(8,975,742)	-12.82

財團法人豐年社
淨值變動表

中華民國106年度

單位：新臺幣元

科目	本年度期初餘額	本年度		本年度期末餘額	說明
		增加	減少		
基金	23,514,871	0	0	23,514,871	
創立基金	1,200,000	0	0	1,200,000	
捐贈基金	2,604,902	0	0	2,604,902	
其他基金	19,709,969	0	0	19,709,969	
累計餘絀	44,636,543	0	(6,983,447)	37,653,096	
累計賸餘	44,636,543	0	(6,983,447)	37,653,096	本期短絀轉入
合計	68,151,414	0	(6,983,447)	61,167,967	

財團法人豐年社

資產負債表

中華民國106年12月31日

單位：新臺幣元

科 目	本年度決算數 (1)	上年度決算數 (2)	比較增(減-)	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100
資 產				
流動資產	70,891,583	71,732,184	(840,601)	-1.17
現金	61,038,258	67,102,465	(6,064,207)	-9.04
應收款項	8,371,862	2,242,487	6,129,375	273.33
存 貨	1,480,735	1,991,582	(510,847)	-25.65
預付款項	728	395,650	(394,922)	-99.82
固定資產淨值	5,526,037	3,580,622	1,945,415	54.33
房屋及建築	2,978,000	2,978,000	0	0.00
什項設備	4,926,594	2,433,530	2,493,064	102.45
合計	7,904,594	5,411,530	2,493,064	46.07
減：累計折舊	(2,378,557)	(1,830,908)	(547,649)	29.91
其他資產	1,686,553	0	1,686,553	-
暫付款	1,050,053	0	1,050,053	-
存出保證金	636,500	0	636,500	-
資產合計	78,104,173	75,312,806	2,791,367	3.71
負債及淨值				
負 債				
流動負債	16,643,206	6,958,392	9,684,814	139.18
應付款項	16,266,958	3,801,390	12,465,568	327.92
預收款項	107,835	385,552	(277,717)	-72.03
其他流動負債	268,413	2,771,450	(2,503,037)	-90.32
其他負債	293,000	203,000	90,000	44.33
什項負債	293,000	203,000	90,000	44.33
負債合計	16,936,206	7,161,392	9,774,814	136.49
淨 值				
基金	23,514,871	23,514,871	0	0.00
創立基金	1,200,000	1,200,000	0	0.00
捐贈基金	2,604,902	2,604,902	0	0.00
其他基金	19,709,969	19,709,969	0	0.00
累積餘絀	37,653,096	44,636,543	(6,983,447)	-15.65
累積賸餘	37,653,096	44,636,543	(6,983,447)	-15.65
淨值合計	61,167,967	68,151,414	(6,983,447)	-10.25
負債及淨值合計	78,104,173	75,312,806	2,791,367	3.71

財團法人豐年社

收入明細表

中華民國106年度

單位:新臺幣元

科 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-)		說明
			(3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
業務收入	43,165,000	48,680,729	5,515,729	12.78	
勞務收入	23,605,000	32,340,102	8,735,102	37.01	
政府補助收入	5,750,000	19,977,514	14,227,514	247.44	積極爭取政府補助案
其他補助收入	700,000	2,363,905	1,663,905	237.70	積極爭取非政府補助案
政府委辦收入	15,975,000	7,007,144	-8,967,856	-56.14	爭取政府委辦案未達預算數
其他委辦收入	1,180,000	2,991,539	1,811,539	153.52	積極爭取非政府委辦案
銷貨收入	19,560,000	16,340,627	-3,219,373	-16.46	
訂費收入	6,940,000	5,780,092	-1,159,908	-16.71	豐年半月刊改月刊，期數變少致使訂費減少，連帶影響
廣告收入	12,000,000	9,709,723	-2,290,277	-19.09	廣告收入未達預期
服務收入	500,000	160,000	-340,000	-68.00	服務收入未達預期
出版部銷售收益	120,000	690,812	570,812	475.68	銷售書籍收入增加
業務外收入	1,674,000	1,441,257	-232,743	-49	
財務收入	1,087,000	627,766	-459,234	-42.25	
利息收入	710,000	438,621	-271,379	-38.22	定存利息減少
租金收入	377,000	189,145	-187,855	-49.83	伊通街都更進行中使租金收入減少
其他收入	587,000	813,491	226,491	38.58	捐款收入及拆遷補償費使其他收入增加
總計	44,839,000	50,121,986	5,282,986	11.78	

財團法人豐年社
支出明細表

中華民國106年度

單位:新臺幣元

科目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-)		說明
			(3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
勞務成本	21,150,000	29,168,546	8,018,546	37.91	
政府補助支出	5,750,000	19,977,514	14,227,514	247.44	補助案案源增加使支出相對應增加
其他補助支出	700,000	2,363,905	1,663,905	237.70	補助案案源增加使支出相對應增加
政府委辦支出	13,820,000	4,999,524	-8,820,476	-63.82	承攬政府委辦案較預期減少,使支出相對應減少
其他委辦支出	880,000	1,827,603	947,603	107.68	委辦案案源增加使支出相對應增加
銷貨成本	19,007,000	24,681,602	5,674,602	29.86	
人事費	10,794,000	8,504,703	-2,289,297	-21.21	以約聘或兼職方式聘用人員,使人事費用較預期減少
業務費	8,213,000	16,176,899	7,963,899	96.97	稿費及外聘人力費用增加 增購辦公室設備及電腦
管理成本	4,682,000	3,096,485	-1,585,515	-33.86	
人事費	2,668,000	2,596,100	-71,900	-2.69	
業務費	2,014,000	500,385	-1,513,615	-75.15	摺節管理費用開支
總計	44,839,000	56,946,633	12,107,633	27.00	

財團法人豐年社
固定資產投資明細表
中華民國106年度

單位：新臺幣元

項 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-)		說 明
			金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
什項設備	260,000	2,493,064	2,233,064	858.87	
網站設計製作	0	871,000	871,000		- 因應農傳媒成立，投資網站設計製作與架設
辦公室整修	0	1,119,827	1,119,827		- 更新辦公空間
電腦更新及增購軟體	260,000	502,237	242,237	93.17	人員增加使電腦有更新之需求 全面採用正版軟體
總 計	260,000	2,493,064	2,233,064	858.87	

財團法人豐年社
基金數額增減變動表

中華民國106年度

單位:新台幣元

捐助者	創立時原始捐助基金金額	本年度期初基金金額 (1)	本年度基金增(減)金額 (2)	本年度期末基金金額 (3)=(1)+(2)	捐助基金比率%		說明
					創立時原始捐助基金金額占其總額比率	本年度期末基金金額占其總額比率	
政府捐助							
一、中央政府	1,110,000	3,714,902	0	3,714,902	92.50	15.80	
行政院農業委員會	510,000	3,114,902	0	3,114,902	42.50	13.25	
經濟部國際貿易局	100,000	100,000	0	100,000	8.33	0.43	
台灣糖業股份有限公司	100,000	100,000	0	100,000	8.33	0.43	
台灣肥料股份有限公司	100,000	100,000	0	100,000	8.33	0.43	
高雄硫酸銻股份有限公司	100,000	100,000	0	100,000	8.33	0.43	
台灣土地銀行	100,000	100,000	0	100,000	8.33	0.43	
合作金庫商業銀行	100,000	100,000	0	100,000	8.33	0.43	
二、累積賸餘轉基金	0	19,244,813	0	19,244,813	0	81.84	1.86年將出版部基金9,709,969元，按當年度政府捐助比率97.64%分配。 2.103年董事會通過累計賸餘10,000,000元轉基金，按當年度政府捐助比率97.64%分配。
政府捐助小計	1,110,000	22,959,715	0	22,959,715	92.50	97.64	
民間捐助							
一、其他團體機構	90,000	90,000	0	90,000	7.50	0.38	
中華民國農會	10,000	10,000	0	10,000	0.83	0.04	
中國農業機械股份有限公司	40,000	40,000	0	40,000	3.33	0.17	
新台灣農業機械股份有限公司	40,000	40,000	0	40,000	3.33	0.17	
二、累計賸餘轉基金	0	465,156	0	465,156	0.00	1.98	1.86年將出版部基金9,709,969元，按當年度民間捐助比率2.36%分配。 2.103年董事會通過累計賸餘10,000,000元轉基金，按當年度民間捐助比率2.36%分配。
民間捐助小計	90,000	555,156	0	555,156	7.50	2.36	
合計	1,200,000	23,514,871	0	23,514,871	100.00	100.00	

財團法人豐年社
員工人數彙計表

中華民國106年度

單位:人

職 稱	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減-) (3)=(2)-(1)	說 明
社 長	1	1	0	
業務經理	1	2	1	增設南部辦公室
總編輯	1	1	0	兼任新媒體中心主任
行政主任	1	1	0	
副總編輯	1	1	0	
攝影總監	1	1	0	
記者	1	3	2	新媒體中心業務需要增聘記者
執行編輯	2	4	2	業務需要增加編輯部人力
資訊編輯	1	1	0	
美術主編	1	1	0	
業務副理	1	1	0	
高級專員	1	1	0	
專員	1	4	3	業務需要增聘專案專員及行銷專員
專員	1	1	0	
行政專員	1	1	0	
美術編輯	0	1	1	業務需要增加美術編輯
總 計	16	25	9	

主辦會計：徐 玉 珊



董事長：李 退 之

