

【展望新的一年】

農村宜居・農業宜遊

我國農業旅遊推動成果及展望

文 | 輔導處 蘇夢蘭



壹、前言

休閒農業是農委會重要施政之一，除立法設制，劃定休閒農業區及輔導休閒農場提升人力素質與服務品質外，並積極協助包裝遊程，強化行銷工作，讓農村體驗旅遊蔚為風氣。隨著人們對環境意識的覺醒，綠色運動及綠色消費席捲全球，以自然為取向更是重要，兼顧農業體驗、自然保育與遊憩功能的農業旅遊，便成為最夯的綠色商品之一。

農委會於 98 年推動「精緻農業健康卓越方案」，101 年又將「農遊國際化」列為「傳統產業維新」項下推動重點之一，102 年核定「黃金十年－樂活農業」方案續推樂活農業－農業旅遊。106 年度新農業創新推動方案項下，農業旅遊則是創新臺灣農業價值的重點工作之一。

貳、農業旅遊重點工作及成果

一、優化休閒農業環境，維護農遊品質

除持續強化農業旅遊場域之安全管理，保障消費者權益並維護公共安全外，農委會積極獎勵業者參與專業認證制度，提升場域專業服務及品質，以因應不同客群需求。另亦輔導建置無障礙旅遊環境，友善農遊場域。

106 年累計有 36 家休閒農場通過服務認證、8 家農場與田媽媽料理班獲頒為穆斯林友善餐廳、6 家休閒農場通過環境教育場所認證。另休閒農業區累計劃定 82 區，106 年再完成 9 區新申請區之審核作業，可望於 107 年公告劃定，為休閒農業旅遊環境豐富度加分。

二、深培農遊人力，提升產業素質

訂定「休閒農場經營管理師職能基準」，據以培育新進人力及培訓在職人力，接軌大專校院或專業訓練（觀光領隊或導覽解說）機構，促進學用合一，契合就業市場需求。此外，推動農場導遊化、導遊農業化，深化農遊導覽解說的魅力。

106 年完成建置職能制度之課程規劃及師資庫，據以辦理相關培訓 10 場次計 351 人次參與。另輔導 12 家農場與 28 所學校進行產學合作，實習人數 120 人。就業媒合則有 15 家農場晉用 84

名正職人員；國內外打工換宿聘用 1,165 位青年參與，含國外青年 265 人及國內青年 900 人。成立鷺小白農事義工團，招募 85 人次民眾於農忙期協助農事。此外，建構農遊導遊制度，辦理核心與實務課程 7 場，累積培養 273 位學員，8 位通過農遊大使檢核，對於推廣農業旅遊有加成效果。

三、開發多元商品，促進地產地消

串連地方農產業一級生產、二級加工及三級體驗服務之創新運用，開發農事體驗、農村美食、綠色餐飲、伴手禮或主題遊程，促進農業增值與落實地產地消，增益農村經濟。

106 年累計輔導田媽媽 133 班，年營業額近 6 億元；辦理田媽媽評鑑工作選出績優 50 班，並辦理表揚活動，該 50 班年營業額逾 3.4 億元，占全國總營業額之 56.7%。此外，輔導開發 25 款伴手，以及包裝 35 條農業體驗遊程、42 條田園美食遊程、10 條食材之旅、54 條農莊住宿遊程、13 條一日農夫遊程及 154 條採果體驗遊程，透過臺灣美食展、臺北國際旅展等活動行銷推廣，提供消費者更多元、更深度的旅遊方式。



外國遊客喜歡臺灣休閒農業可以體驗、可以學習的氛圍。



苗栗南江休閒農業區推廣採桔遊程。

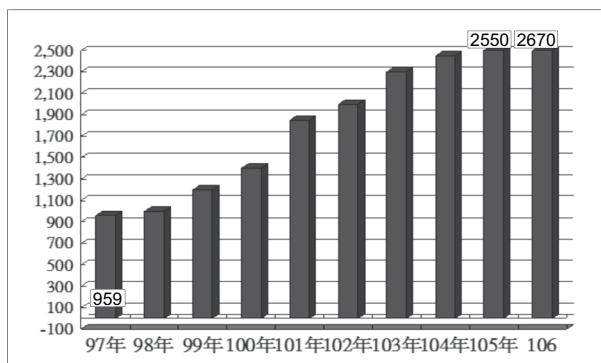


圖 1. 97 ~ 106 年農業旅遊總旅客數（萬人次）。

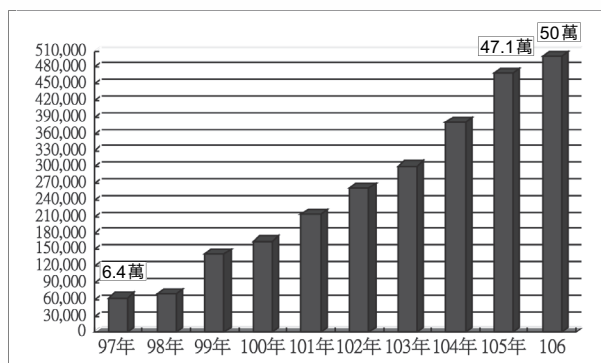


圖 2. 97 ~ 106 年農業旅遊外國旅客數（人次）。

外國拓展通路，包含穆斯林市場 5 場、港澳市場 7 場、新馬 4 場、印泰菲越 8 場、日本 1 場及於國外籌辦 51 場次觀光推廣活動與外國業者或媒體來臺踩線參訪 24 場次，獲國際媒體報導逾 500 則。另整合 84 家農場印製海外版採果券，獲觀光局列為 2017 ~ 2018 臺灣四季好禮行銷使用，有效吸引觀光客造訪農村旅遊。

參、農業旅遊推廣效益分析

經過多年耕耘，農業旅遊強調健康、永續的生活型態（life style）逐漸深植人心，成為可以追求健康、紓壓放鬆、手作學習、體驗教育、深度旅遊的商品。據估計，106 年臺灣農村吸引 2,670 萬以上人次的旅客前往休憩體驗，較 105 年的 2,550 萬人次成長 4.7%，如相較 97 年則成長率高達 178.4%。如以產值計算，106 年農業旅遊可創造近 110 億元產值，加計周邊效益，更可高達 350 億元以上，顯示其對增進農村經濟的重要性。

此外，在外國旅客的表現上，104 ~ 106 年來臺農遊的旅客數分別為 38.1、47.0、50 萬人次，呈現逐年成長的情勢，再以 106 年的 50 萬人次與 97 年的 6.4 萬人次相比，成長率更達 681.3%，顯示臺灣農村特有的文化、農產品的多元、農村業者的友善及獨特的景致，受到外國旅客的青睞。

依據農委會委託調查統計得知，在農業旅遊業者經營項目中，產值占比依序為餐飲、農特伴手禮、住宿及體驗。目前農業旅遊自由行、團體旅遊之遊客數分別約占 6 成、4 成；另遊客取得農業

四、強化市場行銷，提高產業效益

除深耕國民旅遊市場，並開拓遊學體驗、校外教學、企業農村體驗假期及背包客市場，拓展農遊非假日客源；另加強參與國際旅遊展，除現有陸、港澳、星、馬外，加強印、日、韓及穆斯林等國市場之行銷。

106 年藉由異業合作開發多元化銷售通路，共有 7—11、全家、Pchome、PayEasy、樂天市場、momo 摩天商城、雄獅旅遊、五福旅遊、yahoo 超級商城、旅途中 APP、奇景光電福利委員處等 24 家銷售通路，辦理 69 場行銷活動、販售 1,531 套票券、銷售金額為 935,248 元。同時，建置農業旅遊電子商務平臺，透過活動之推廣，網站瀏覽人次超過 27 萬人次，販售 210 套票券、186 件農特產品，銷售金額為 223,595 元。

又參加國內美食展與旅展 3 場、旅遊交易會 5 場、農遊夏令營 37 個營隊；以及遠赴



農場以農為本，是推廣食農教育絕佳場域（左）。休閒農場以自家農產開發伴手，可以增進農場收益（右上）。田媽媽美食是農遊重要元素，也是推廣地產地消的工具（右下）。

旅遊相關訊息管道依序為網站資料、親友告知及自己經驗。此外，外國遊客對於臺灣農遊之印象，包含臺灣特有的鄉村景觀、具教育性的體驗活動、濃厚的人情味及特色的農家菜。

因此，當積極輔導利用在地農產品與農村資源發展餐飲、伴手產品及體驗活動，並積極參與國內外旅展、建置友善便利網站、提供多元主題精緻深度遊程，以利農業旅遊之推廣。

肆、農業旅遊展望

交通部觀光局調查顯示，105 年國人國內旅遊總旅次達 1.9 億次，平均每人旅遊次數為 9.04 次（調查對象為年滿 12 歲以上國民），國人旅遊行為則有幾個特性，包含「較多利用週末假日從事旅遊」、「自行規劃行程」、「旅遊資訊來自親友、同學及手機上網」、「旅遊地點考量交通便利及可以品嚐美食」、「喜好自然賞景活動」等。再考量外國遊客旅遊習性，除了已養成的臺灣豐富人情味外，其餘農漁村的風光景緻、田園美食料理、特色農特產（蔬果）、服務等，如可再予精緻化，應更符合國內外遊客的需求。

又農遊客群普遍重視產品的性價比（CP 值）、港澳新馬及回教遊客特殊飲食需求、外國遊客對盥洗設施的衛生要求高、陸客偏好大型禮盒的伴手禮，且國內農遊業者普遍面臨商品開發求新求變等等壓力。如何從國內外旅遊情勢變化、不同遊客的消費習性及經營競爭與困境中，吸取經驗據以轉型，是休閒農遊業者共同的挑戰，也是政府部門的課題。

伍、結語

據統計，105 年農業產值為 5,176 億元，約占國內生產毛額的比例 2%，加計與農業相關的二、三級產業，如食品加工、運銷及休閒旅遊等，則可達 10% 以上。農業旅遊是體驗型的觀光產業，雖然發展慢，但穩健成長。特別是食安受到重視的現今，農業體驗加上農村料理以新鮮、安全、健康、在地、當季等作為訴求，應可受到國內外旅客關注。希望在產、官、學界共同的努力下，農遊的魅力，可以立足臺灣、放眼全球。