

# 109 年 1 月農業重要措施

翁子雅<sup>1</sup>

2/1

2月1日起全面禁用巴拉刈，順應世界潮流，推動劇毒農藥退場政策，並降低農藥不當使用風險，以達友善環境、維護生態並兼顧生命關懷之目的。

2/1

2月1～9日結合金瓜三號、香草野園、自然園農場、集元果觀光工廠、大崎藝農實踐所、大小港邊熱帶漁林及峰忠傳奇等7個青年團隊，共同辦理農村產業、農村藝文、漁產體驗、食農教育、友善生態及原住民文化等多元特色主題7梯次大專生寒假住村體驗活動，期引動大專青年進入農村，參與農村再生推動，提出農村創新構想，計77所大專院校298人報名，78人住村。

2/4

2月4～7日參與APEC「打擊非法採伐林木及非法貿易專家小組」第17次會議暨「促進亞太地區合法木材散布及貿易工作坊」，計14個經濟體及聯合國農糧組織（FAO）、國際熱帶木材組織（ITTO）、森林管理委員會（FSC）等組織代表與會，共同研討打擊非法林產品貿易相關議題，我方於會中分享全球首例應用區塊鏈技術於建立合法林產品追溯鏈的做法，獲得各經濟體代表熱烈的迴響與肯定，認有潛力成為未來確保合法林產品貿易的應用技術。

2/5

修正發布「農業天然災害救助辦法」第5條、第9條及第6條附表，補充漁船（筏）不予救助之情形、修正災損估算方式，並新增農產業之蜂群、林業之林下經濟經營核准項目（段木香菇與木耳、臺灣金線連、森林蜂產品）和漁業之在港漁船（筏）等救助項目；另將農產業之「蜂箱」修正為「養蜂」，並刪除每戶救助額度上限。

2/5

召開「臺灣萵苣啟航沙烏地阿拉伯記者會」，邀請各界見證行政院農業委員會農業試驗所開發之系統性冷鏈技術，成功助臺灣萵苣（美生菜）上架沙國當地通路販售，拓展農產品外銷新興市場，並宣示將持續整合試驗研究單位研發能量，輔導外銷業者依國際規範及目標市場要求取得國際認證，提升外銷農產品到貨品質，完善全球市場外銷布局。

2/6

邀集各畜牧產業團體及各縣市政府，針對本年畜牧生產目標進行檢討，考量農曆春節後歷來為國內畜禽產品之消費淡季，近期又受新型冠狀病毒肺炎（武漢肺炎）疫情影響，使消費需求下降，為免產生供過於求現象，針對毛豬、肉羊、土雞、肉鴨、蛋鴨等5個品項請產業團體配合計畫性減產，以穩定產銷平衡。

註1：行政院農業委員會秘書室。

2/6

面對新型冠狀病毒肺炎（武漢肺炎）疫情，預先盤點產業影響、研擬因應對策及提供農業紓困貸款等，除協助學校午餐食材供應農民媒合通路，亦就短期農業產銷因應、提振休閒農業、農業紓困貸款、中國船員無法來臺之人力短缺、海外拓銷、電子商務通路及宅配、穩定農產品價格、漁牧業產銷調節等超前部署擬定相關輔導措施，做好充分準備，期降低對產業可能造成之衝擊。

2/11

公告訂定「動物保護法第 14 條之 1 第 1 項第 7 款所定捕捉動物禁止使用之方法」，明定非經主管機關許可，禁止使用含金屬材質之套索捕捉動物，保護受本法規定之對象免被誤捕，並定自本年 3 月 1 日生效，給予民眾拆除或申請許可使用該方法捕捉動物之緩衝期。

2/14

2 月 14 ~ 21 日輔導臺灣區紅大花卉運銷合作社參加在日本東京巨蛋舉行的「2020 世界蘭展——花與綠的祭典」（東京巨蛋蘭展），有別於傳統拍賣市場拓銷模式，透過與日本時尚教主 IKKO 大師合作進行跨域合作，以「蘭與和服的關係」為展示主題，共同打造「IKKO 之蘭花廳」，擴大臺灣花卉在日本的知名度。

2/15

修正發布「老年農民福利津貼申領及核發辦法」第 7 條，增列符合漁會法第 19 條第 4 項規定之漁會甲類會員，經退出勞工保險再加保且遷回後未再遷出原漁會組織區域，不受同條第 3 項規定之限制，保障其請領老農津貼之權益。

2/15

修正「農漁民子女就學獎助學金申請作業要點」為「農漁民子女助學金申請作業要點」，配合刪除學業成績規定，明定屬性為助學性質。

2/19

公告義大利自非洲豬瘟非疫區刪除，以因應近年義大利薩丁尼亞島持續發生非洲豬瘟疫情；另將該國新增至「近三年曾發生非洲豬瘟之國家（地區）一覽表」，入境旅客自義大利違規攜帶豬肉產品，未申報檢疫遭查獲，將處新臺幣 20 萬元以上罰鍰。

2/21

訂定發布「農藥販賣業個人資料檔案安全維護管理辦法」，加強農藥販賣業對於農藥購買者個人資料之保護措施，保障農藥購買人個人資料安全，農藥販賣業者保有個人資料達 1 千筆以上者，應訂定個人資料檔案安全維護計畫，並報請所在地直轄市或縣（市）主管機關備查。

2/27

修正發布「收購公糧稻穀作業要點」部分規定，調整公糧稻穀收購審核基準中對於有機、友善環境耕作、農作物重金屬污染監測農地及查獲燃燒稻草之限制繳交公糧規定，精進查核方式，減輕查核工作負擔。

2/27

2 月 27 日起與國內 44 家電商平臺共同舉辦「臺灣農產嘉年華——滿 500 送 50」網購活動，對於購買指定具溯源國產農產品超過 500 元以上者，提供回饋 50 元優惠，期藉以拉高國產農產品在網路銷售的比例，讓更多消費者安心選購安全優質且具溯源的國產農產品，創造農民、電商平臺業者與消費者多贏。