



推動農村 | 共同品牌

打造 | 地產地消搖籃

李典耕¹ 翁志成¹ 黃振全¹

Eat Local First

摘要

臺灣農村生產的優質農產品，常因農民各自單打獨鬥導致產業難以蓬勃發展，為了突破困境，行政院農委會水土保持局臺中分局以「守護農村、守護環境、守護希望」為理念創立「山守現」證明標章，並形塑成臺灣優質農產品共同品牌，群聚農村的能量，以互助互惠合作方式共同解決產業問題，且設置「山守現直賣所」及拓展多方銷售管道，為農村產業打造地產地消搖籃，以降低銷售成本幫助農村產業邁向自主營運，也讓消費者買得安心、吃得健康！

It has been very difficult to popularize premium agricultural products from villages where the farmers often go alone in both production and marketing. In order to deal with the problem, the Taichung Branch of the Water and Soil Conservation Bureau under the Council of Agriculture recently launched a certified label called “Three Safeguards”—Safeguard Farm Villages, Safeguard the Environment and Safeguard Hope. The initiative was designed to build a brand promoting premium products and solidarity among farm villages. It also set up shops and developed various sales channels. Such outlets would surely promote Eat Local First. The project will cut marketing costs and encourage profitable independent operations. Last but not least, the label is a guarantee of safe and healthy food for consumers.

| 註 1：行政院農業委員會水土保持局臺中分局。

一、前言

過去臺灣農村社區常鏈結在地特色及文化而發展成為產業，產量雖少但品質精良並極具特色，惟經營層面由社區發展協會等非營利組織團體作為主體，於發展過程易衍生許多問題導致難以繼續，包括缺乏品牌及企業化經營管理方式、欠缺經營及行銷人才、不諳食品安全法之規定、產品產量不足、販售通路難尋覓及上架費用高昂等諸多問題，且大多數農村社區發展協會亦無法開立正式發票，使大部分通路業者望之卻步，尤其在現今農產品銷售市場上，充斥著許多國外進口的產品，供貨穩定且價格低廉，相較臺灣在地農村生產的優質農產

品，產量無法與進口品競爭，且價格相對較高，導致難被消費者所青睞。

為協助農村產業突破這個困境，行政院農業委員會水土保持局臺中分局（簡稱水保局臺中分局）自民國104年起，以「守護農村、守護環境、守護希望」為理念，創立「山守現」證明標章，目前已有203項臺灣在地農村生產的優質農產品紛紛加入「山守現」，從原料種植到加工製造過程，皆具有國家食品安全認證或符合相關檢驗標準，嚴格品質把關的堅持，讓消費者買得安心、吃得健康！

透過相關的產業輔導，將「山守現」形塑成臺灣優質農產品的共同品牌，群聚並集結農村的力量，以互助互惠合作方式共同解決產業問題，展



山守現證明標章及其理念。

一、二級食品類產品



特色手工藝品類產品



三級農事體驗類產品





山守現直賣所「彩虹之城」。



山守現直賣所「東里家風」。



山守現直賣所「大同會館」。

現食在地、享當季與純樸態度農作的精神，此外，並提供農產品、外部通路及消費市場鏈結之平臺，讓農村產業夥伴瞭解市場需求，由品牌帶動消費者認同，提升產業競爭力及售價，讓消費者也能經由「山守現」認識臺灣農村的好物產，想要找臺灣農村最道地、品質優良的農產品，認明「山守現」證明標章就對了！

二、穩紮穩打，一步一腳印

有鑑於臺灣由山脈、丘陵、平原、盆地、河流淬鍊，孕育出農村山河富饒及文化底蘊，「山守現」證明標章以友善環境耕作與自然共存為出發，讓國人能識別優良品質之農特產品、手工藝品及農事體驗產品，以期致力成為永續實踐者，展現智慧手感，種下傳承與創新。

標章各字意涵如次：【山】臺灣農村及各式農產品；【守】守護農村、守護環境、守護希望的精神；【現】現地、現在、呈現最好、最真實的產品。

為了讓「山守現」證明標章更有其公信力及說服力，水保局臺中分局研擬山守現證明標章使用規範書，於107年3月16日正式獲經濟部智慧財產局核發標章註冊證明，以確保標章能享有智產法保護及維護認證產品之權益。又因食品安全意識逐漸抬頭，與永信集團的「EYES檢驗實驗室」合作，幫助農民能有檢驗諮詢管道並

減輕檢驗費用的負擔。後續亦著力於各種制度建立以利山守現共同品牌經營，滾動式檢討以及落實執行，從「營運管理規章」、「品牌CIS設計作業暨營運場所規劃準則」，到「產品品質自主管理機制」、「品牌形象稽核制度」及「證明標章認證延續機制」等，將品牌營運制度逐步完善，為共同品牌經營打下扎實基礎。

三、從單打獨鬥到共同經營

在農村產業中，以往常是農友各自單打獨鬥，從生產、包裝、宣傳、銷售等一條龍服務皆須精通，耗費人力及成本高昂，如透過區域整合、互助合作將能有效節省資源成本，爰此，輔導及協助農村社區產業夥伴向內政部申請社團法人組織，於107年4月正式成立「臺灣山守現農村再生發展協進會」（簡稱協進會），肩負起「山守現」產品行銷及販售的統一窗口，結合彼此群體的力量，實踐團結力量大的精神，以共同品牌及企業化概念經營，營造農村產業新氣象。目前協進會累積招募了60位會員，透過會員間資源共享、相互合作，結合眾人之力，形成強大的銷售網絡。

為讓「山守現」共同品牌在市場上異軍突起、打響知名度，對內，協進會嚴加制定整體管理監督的機制，落實執行與運用；對外，透過公私協力，由水保局臺中分局媒合相關企業

來與農民認養或共同合作，協助解決農民銷通路的問題。

協進會亦鼓勵農村社區進行組織聯盟及產業整合，帶領社區走向企業化經營，統籌山守現品牌相關行銷、物流及活動執行等作業，扶植小農及農企業推動地產地消、引導青年從農、建構交易及農業契作的平臺。

「山守現」共同品牌的創立，不僅傳承延續農村特色產業，更可鼓勵人才回流農村，並結合觀光旅遊、文化教育、舉辦節慶活動、跨域交流等多元相乘效果，促進了農村經濟發展。

四、打造地產地消的搖籃

「山守現」已成為中苗地區農產品銷售的共同品牌，為解決通路收取高額上架費及抽成，透過有效整合通路，展現中苗農村產品亮點，串聯農村產業鏈，並積極推動「山守現直賣所」的設置及拓展多方銷售管道，為農村產業打造強大銷售平臺，降低銷售成本，幫助農村產業邁向自主營運。

（一）山守現直賣所

市面上通路常有高上架費用、高抽成比例狀況，自107年起，積極建置「山守現直賣所」，讓在地農友可就近展售當季鮮採的各種農產品，使民眾能感受充滿地方濃濃人情味及農民用心的溫度，並提供農村優良的農產品銷售及優質農事



山守現從108年8月起進駐高鐵臺中站輕農市集。

體驗等多元服務。

目前在中苗地區開設了6處直賣所，各直賣所皆具有各自的在地特色，結合當地季節鮮果，提供民眾「好風土、袋著走」，並能享用到最在地、最安全、最優質的農特產品。

1. **山守現直賣所「軟埤坑」**：位在臺中東勢的五福畊讀休閒農場園區中，結合賞螢活動、療癒體驗小旅行，並設有負離子換氣場（山蘇園）讓民眾能徜徉在新鮮空氣紓壓。
2. **山守現直賣所「彩虹之城」**：位在苗栗卓蘭的苗52線旁，賣場後方的彩虹咖啡莊園，提供完整的咖啡體驗（採摘、洗豆、烘豆、沖泡），友善環境

的耕作方式讓臺灣藍鵲成為彩虹之城常見的嬌客。

3. **山守現直賣所「東里家風」**：坐落苗栗苑裡百年特色古厝中，古色古香的三合院提供全臺唯一的精緻古式婚禮與民宿服務，場域更供古裝戲劇拍攝，遊客還能到此體驗過癮飆戲、品嚐古早味割稻飯。
4. **山守現直賣所「鯉魚稻鄉」**：苗栗三義的鯉魚口有著優質的水質，孕育出高品質的有機青稻夫米，直賣所空間結合食農教育推廣中心，除了「山守現」好產品，還能買到三義特色伴手禮。
5. **山守現直賣所「大同會館」**：位於苗栗公館國中的正對面，打造日式氛圍飲食區，融入



中苗青農擔任山守現品牌代言人。

「山守現」產品，提供點心、飲品，更是山守現的品牌出貨中心，產品多樣又齊全。

6. 山守現直賣所「梨山中心」：位在水保局臺中分局梨山教育研習中心內，山守現產品展區除了展出山守現明星商品，更讓遊客能透過 QR Code 掃描連結到山守現線上商店，在梨山線上購買宅配到家。

(二) 山守現結盟門市

為打開山守現知名度與曝光度，自 106 年起便積極進駐中苗知名景點，如西湖渡假村、大湖農會酒莊及霧峰農會酒莊，於園區內設置常態性營運之山守現結盟門市。107、108 年間，為了讓都會區的消費者能有更多的機會接觸到山

守現優質農產品，開始在都會市場拓展結盟門市，在臺中逢甲商圈的群島 Island 與部落廚房、在臺 3 線與苗 52 線交叉口的轉角遇到幸福之浪漫小屋、在國立中興大學的實習商店、在臺中豐原公老坪社區的流星花園景觀民宿，並進駐高鐵臺中站設立專櫃。

109 年度山守現結盟門市更將在中苗各大旅遊景點遍地開花，讓來到中苗遊玩的旅客到處都能購買到道地又優質的山守現認證產品，像是好吃又好買的公館鄉農會、舊山線鐵道 Rail Bike 旁的山驛漫食館、三義雙潭休閒農業區的旅遊服務中心、薑麻園休閒農業區的薑麻園小舖、苗栗西湖湖東休閒



山守現攜手水保局南投分局農萊陣線，與誠品生活合作，在臺中中友百貨聯合展出。

農業區的食農教育青農青創示範基地、山守現青農淘氣小農位在臺中新社中和社區的體驗店，到今年底預計會有17家山守現銷售據點。

五、從餐桌到產地，Go!

療癒 · 從山林開始

回味 · 從山城開始

美璞 · 從山澗開始

過去幾年，為了要讓更多的消費者能理解山守現的價值主張、打開山守現的知名度，所以積極地向都會市場拓展，藉由提高市場的曝光率來提升品牌知名度，營造「從產地到餐桌」的新鮮健康形象，合作知名品牌如誠品生活、永信集團、勤美集團、

全家便利商店，在人潮眾多的臺中中友百貨、金典綠園道、高鐵臺中站等都會區據點展出，更舉辦移地食農教育體驗活動，讓在都會區的民眾也能拉近與土地的距離，藉此大幅提升品牌的整體收益，更提高顧客的回購率、促成許多異業合作的機會，讓首年度成立的山守現就達到1,470萬的亮眼業績，第2年更成長了25%，業績達1,840萬元。

現在，該是時候「從餐桌回到產地」了！為了深度推廣經過嚴格品質把關的臺灣在地優質農特產品、提高消費者的品牌忠誠度，將建置「山守現經典農場」，邀請大家到中苗來場深度的祕境小旅行，讓農夫帶你玩透山林、花田，走遍原野、溪流、產地，來場中臺灣農村探險吧！Let's Go！