



農業部門因應新冠肺炎之對策與執行成效

# 減少農業部門衝擊 因應措施轉守為攻

楊書綺<sup>1</sup>

## 壹、前言

自109年初發生嚴重特殊傳染性肺炎（簡稱新冠肺炎）疫情，疫情蔓延全球，防疫管制措施造成全球消費市場縮減，隨之衝擊我國農產品外銷市場；國人防疫意識增強，餐廳及外食消費需求及外出採購意願減少，國

內消費形態改變，農業旅遊人數亦大幅減少，農業部門所受影響甚鉅。為降低農業部門所受衝擊，行政院農業委員會積極推動各項防疫、紓困及振興措施，於3月12日發布「行政院農業委員會對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法」，並編列特別預算及動支相

註1：行政院農業委員會企劃處。

關基金計 73.53 億元（含第 1 次追加預算），迄今已召開 25 次定期檢討會議，掌握各項措施執行進度，持續滾動檢討提供受衝擊農民、農民團體、農企業所需協助，以因應疫情變化及產業需求。以下茲就防疫、紓困、振興措施之執行情形進行說明。

## 貳、防疫措施執行情形

### 一、落實農產品銷售據點、漁港、國家森林遊樂區、農業科技園區等場域防疫

訂定防疫安全指引，落實各場域之消毒、清潔作業，加強人員防疫訓練、人員管制、防護用品及資材整備，迄今無感染案例發生，有效維持正常營運，穩定農產品供應及民生需求，提供農漁民安全作業場所。

### 二、強化漁船船員入境防疫管理

辦理遠洋漁船境外僱用船員隨船返港檢疫措施，自 5 月 18 日起實施不進入社區者採原船強制健康管理 14 天內再出港，需進入社區者則採一人一室居家檢疫 14 天後，才可進入社區。至 8 月底止，累計 375 艘漁船通報進港，其中 125 艘全程無海上接觸史，15 艘採原船強制健康管理，已出港作業，218 艘完成居家檢疫，餘 17 艘檢疫中。自 6 月 1 日起實施活魚運搬船自大陸及香港地區返臺防疫措施，已執行原船強制健康管理 52 艘

次，再出港 50 艘次，居家檢疫 6 艘次。另為協助減輕船主負擔，補助船主對船員上岸進住防疫旅館每人每日最高 1,500 元（最多 14 日），兼顧防疫及產業需求，維持漁船持續運作。

## 參、紓困措施執行情形

### 一、提供農業優惠貸款

增列 18 種政策性農業專案貸款總額度 105 億元，優惠貸款利率為 0.29%～1.43%，協助農漁業者紓困所需資金。至 8 月 27 日止，紓困貸款計申請 53,324 件、金額 464.5 億元，核准 53,102 件、貸款金額 455.5 億元，核准率 99%，利息差額補貼達 11 億元，紓解農民及農業經營業者資金壓力。

### 二、發放農漁民生活補貼

協助自力從事農業工作之農民度過疫情，針對無一定雇主或自營作業之漁民，每人發給 3 萬元；另放寬適用對象，針對農民健康保險被保險人、實際耕作農民，以及實際從事漁業勞動之漁會甲類會員等，每人發給 1 萬元。已核撥 148.4 萬人、計 173.7 億元，降低農漁民因疫情造成之衝擊。

### 三、對農業艱困經營者之協助

因疫情連帶影響國內產業、事業營運及民眾就業，提供營運困難之農業經營者資金協助，補貼其維持受

僱員工薪資水準或營運所需資金，包括花卉、種苗業者、娛樂漁船船主、僱用外來船員漁船主等，協助超過2,900家維持正常營運，保障逾1.9萬位受僱員工就業權益；配合辦理紓困貸款之農（漁）會，補助其營運管理費用計125家、6,250萬元，維持收入，繼續協助政府推動政策，服務農漁民，受惠員工5,700餘人。

減輕租金或規費之負擔，如補助批發市場國產花卉供應人4~6月管理費計1,840萬元，受惠花農1.5萬人次；協助7個區漁會承租經營魚貨直銷中心之攤位租金負擔1,191萬元，受益攤商主823家，維持營運無歇業；補貼農業科技園區、臺南蘭花園區業者租金、管理費等，超過140家廠商受惠，占全部園區事業8成以上，金額逾3,400萬元，緩解防疫期間訂單減少之壓力，順利繼續營運；國有林地出租供農業（農作、森林）使用，共計免收5,249筆租地，金額459萬元，嘉惠約2萬餘名林農及其家屬，供居住使用部分，共計減收7,622筆，182萬元，嘉惠3萬餘名居住在山區之林農。

#### 肆、振興措施執行情形

##### 一、穩定農產品價格及產銷供應，積極拓展新興市場

受疫情影響，全球貿易與消費緊縮，國際貨運成本高漲，整體外銷市

場受阻，再加上國內消費需求改變，致我國農產品價格及產銷受影響，為協助穩定農產品價格及產銷供應，鼓勵出口業者積極把握仍可銷售之海外市場，並拓展新興市場，對內則發展多元行銷，鼓勵電商網購、代位消費等新形態消費模式，輔以生產調節措施，以減少農業經營者產銷壓力，確保農產品供應無虞。

##### （一）獎勵海外拓銷

持續辦理果品、花卉及其種苗、漁產品、豬肉及其加工品等海外拓銷獎勵，並於5~6月間以空運包艙方式，協助92.9公噸切花及蘭苗，及139.4公噸芒果與荔枝輸銷日本，海外拓銷執行迄今獎勵金額超過5.5億元。部分農產品原本因疫情造成出口衰退之情形，經相關振興措施陸續投入，已逐漸趨緩，例如生鮮水果7月出口量止跌回升，較108年同期成長23.0%，大宗養殖魚種如臺灣鯛1~7月出口較108年同期成長4%，虱目魚成長7%，執行頗具成效。

就整體而言，我國農產品1~7月出口全球金額27.6億美元，較108年同期衰退14.9%，其中對中國出口值雖降低24.3%，但在其他市場如美國及新南向國家新加坡整體出口值，則分別成長2.9%、



3.4%，化危機為轉機，透過外銷振興措施協助外銷農民及業者，逐步開拓及分散出口市場。

## （二）強化國內多元行銷及生產調節措施

### 1. 發展多元形態消費，振興內需市場

因應消費者外出至實體通路採買意願降低，轉而透過網路消費之比例增加，與電商合作帶動農產品網購銷售，持續媒合電商業者與供貨農民、農民團體，建立網路購物供應鏈，自7月1日起擴大辦理「臺灣農產嘉年華 Plus」網購活動，增加為60家電商平臺，提供超過1萬5,000項國產優質農產品，並加碼滿500元送100元、滿2,500元送500元的消費者回饋金。至8月27日止，

活動銷售業績達57.2萬筆交易數，銷售金額累計6.2億元。

開發新形態消費，例如透過代位性消費協助花卉產業，運用當季花材於重要戶外場所、交通節點及防疫院所等公共場域，進行花卉布置，提高消費用量；建立便利購花管道，與全聯、家樂福及楓康超市合作於87家門市設點，推動實體通路賣花，增加花卉消費機會；透過贈花、示範、競賽、推廣廟宇參拜用花、校園花育活動等方式，開發各式用花場合與用花時機，建立多元消費模式，緩解花卉產地供需壓力，有效帶動花卉產業振興。

### 2. 協助農產品產銷，調節生產結構

為提升國產水果銷售量，



鼓勵企業團購、量販超市行銷及國軍副食、監所團膳多加採購，在臺北希望廣場、圓山花博廣場等加強促銷，並獎勵採購加工，已辦理大西瓜多元行銷2,603公噸，採購加工大西瓜1,698公噸、荔枝348公噸、檸檬3,023公噸等。為穩定蔬菜產銷，致贈慈善團體、國軍副食加菜、雲林縣轄屬學校營養午餐及長青食堂等社福團體加菜，共計314公噸，回穩蔬菜價格。

協助畜禽產業生產調節，完成低產種母豬淘汰1.9萬頭、肉種鴨及寡產蛋鴨40.2萬隻、鵝受精種蛋6.1萬顆、種鵝淘汰及肉鵝屠宰凍存35萬隻；不定期對國軍增加供應國產豬肉，獎勵辦理國產豬肉品嚐促銷或免費捐贈社福團體、食物銀行等30場活動；毛豬價格原受疫情影響下跌至每公斤56.7元，較上年度同期下降10%，4月已回穩至每公斤70元以上，穩定產銷平衡及農民收益。另獎勵宜蘭等4縣市偏鄉學校使用國產豬肉，每校供應8

周，已配送學校40所、1,920公斤，受益學生2,760人。

大宗養殖魚種推動魚市場交易獎勵、獎勵行銷活動及產銷履歷包材藥檢及加工補助、凍儲措施及強化多元行銷等，價格尚維穩於監控價格。另預為調節109年下半年～110年大宗養殖魚種產量及產期，獎勵整池消毒、疏養及延後放養，延長儲存期及紓緩銷貨壓力。

## 二、提升休閒農業場域品質，振興農業旅遊

因應農業旅遊人次減少，輔導休閒農業業者強化場域品質及特色，促進農遊產品升級，蓄積未來發展能量，以利於疫情趨緩時，接軌振興農業旅遊措施。

### （一）休閒農業輔導

輔導休閒農業業者提升服務量能，改善場



域環境，修繕或汰換軟硬體設施，培訓從業人員專業技能及服務接待，獎勵留用員工薪資，計獎勵231家休閒農場（含雇工獎勵1,007名）、100家田媽媽，充分留用農場人力，保障員工工作及薪資，減輕維持經營所需資金壓力。鼓勵休閒農業業者結合在地農業產業、農村景觀、農業文化等元素，獎勵開發創新農業體驗活動及優質農遊伴手商品共200項，推動農業旅遊服務商品在地化及多樣化。

## （二）振興農業旅遊

於疫情紓緩之際，鼓勵民眾至農業場域旅遊及消費，運用電子票證推動獎勵農業旅遊，推出每張面額250元農遊券共500萬張，自7月15日起搭配三倍券同步啟用，使用場域包括休閒農場、田媽媽、農漁會或所附屬的農民直銷站、農村酒莊、茶莊、觀光魚市、森林遊樂區及農村社區等，吸引不同族群進入農業相關場域，帶動農業旅遊商機及國產農產品銷售效益。

為提升民眾從事森林遊憩活動之意願，並自7月15日～12月31日推出12處國家森林遊樂區任選一處免費入園一次方案，已有超過47萬遊客受

惠；結合周邊部落社區，8月1日起推出生態旅遊套裝行程，天天出發至國家森林遊樂區，同時贈送在地農特產品，增加園區周邊農業產值，已出團遊客數近2,000人。

農遊券啟用至8月底止，已使用超過6成、達309餘萬張以上（逾7.7億元），合作業者達2,764家，初估帶動消費效益超過28億元；將持續推出農遊券及三倍券行銷活動，希進一步引導民眾認識國產農產品、認同臺灣農業，增加後續回購機會，振興農業產業。

## 伍、結語

國際間疫情仍嚴峻，應維持現行防疫措施，不可輕易鬆懈，依照中央流行疫情指揮中心防疫指引，加強農業各場域防疫措施，同時確保國內重要農漁畜產品、生產資材等供應無虞。持續關注疫情發展，農業因應措施逐步轉守為攻，加強振興措施推動力道，掌握轉型契機，持續拓展新興外銷市場，發展電商等多元形態消費，於後疫情時代形成常態，提升各類農業場域特色及亮點，增進國人參與國內旅遊意願，認同國產農產品，用行動振興臺灣農業。