

發展食農教育，力挺在地農業

多元食農體驗 特色農業旅遊



廖麗蘭¹



漁村遊程——摸文蛤現烤體驗。

1 註1：行政院農業委員會輔導處。



水果旅行——百香果採摘品嚐。



花海旅行——徜徉文心蘭花海。

壹、前言

體驗經濟已成觀光市場的顯學，更是行銷重要趨勢之一。休閒農業是將農業生產、農民生活、農村生態透過五感體驗設計，結合故事化導覽解說，增添趣味性及提升感受度，逐步培養對農業、農人與農地的認識。休閒農業場域則是農產業發展體驗經濟的最佳實現場所，提供親近農業、貼近土地的機會，藉由導入食農教育觀念創造出具獨特性的沉浸式體驗商品，滿足消費者的感性及實作需求，讓消費行為不只是買商品，而是願意花時間體驗商品的附加價值，購買無可替代的商品體驗經驗，讓消費者參與後產生認同農業價值的綠色永續旅

遊商品，能有效區隔一般觀光產品，促進城鄉互動交流。

貳、從產地到餐桌，多元美好食農教育體驗遊程

休閒農業旅遊早期行銷以「農場體驗」為主，自2011年起，以食材旅行、產地體驗為訴求，在2011~2014年陸續推出「臺灣味食材旅行」、「食材旅行IN臺灣」、「食材鮮旅行」、「食在·食尚之旅」、「小農夫學習營」等行程或「稻田裡的餐桌」商品，帶領消費者走訪農村感受多元風貌，聆聽導覽解說認識四季食材生產環境，踏上農田親自體驗農作栽植採收樂趣，並享用在地當令美食，還可以採購新



農村廚房遊程——少年阿公美味上菜。



特色農業旅遊認證場域——飛牛牧場休閒農場。

鮮味美的農特產品或特色農遊伴手，開啟「食當季、玩在地」深度且道地食農體驗玩法，深化地產地消觀念。

為聚焦發展深度旅遊，續於2015年起，以產業主題、產地旅行為目標，特別整合寶島多「彩」多「滋」的四季水果，以漂亮的果色、豐沛的果香及甜美的水果滋味為主題，至2018年已完成輔導並統合超過100家以上果園或農場業者，提供臺灣一年四季共36種水果品項好玩、好吃、好喝又好買的「節氣水果旅行」遊程及果樹認養活動，與交通部觀光局合作推出採果抵用券吸引國際遊客來臺自由行，並帶動國外旅行社包裝臺灣採果景點風潮，豐富來臺在地風土之觀光魅力。

接著為引領遊客拜訪臺灣生機蓬勃的花顏及漁獲豐收的慶典，以春天粉嫩、夏季狂豔、秋天轉色黃帶紅及冬季走入紛白的四季花色變化，及隨著海洋潮流或岸邊養殖帶來的季節豐饒漁產，整合推動漁花旅行。於2018年起，搭配臺中世界花博、時令花果及特色漁產，推出「花團果簇·享農之旅」、「小農職人體驗營，喫漁花」等季節限定團體行或親子遊，在寓教於樂的氛圍中，落實食農教育之實踐，深刻感受臺灣豐沛生命力。

2019年起再整合農事體驗、食材採集或選購、廚藝學習、料理品嚐及農產消費5大元素以規劃農村廚房遊程，透過農事體驗感受土地溫度及農事辛勞，藉由食材採集或選購認識

農作物特性及營養，運用處理食材及烹調過程享受手作樂趣，品味上桌菜餚及圍桌聊天放鬆工作壓力，採購在地農遊伴手及餽贈親朋好友，充分融入食農教育並傳遞飲食文化，促進健康飲食習慣的養成，迄今已累積推出20套農村廚房尋味之旅遊程。透過參加各項主題農遊行程商品，讓遊客深刻體會臺灣農遊的美味、鮮味、原味、在地味及人情味等5種好滋味，潛移默化達到食農教育效果，成就一場「有風土、有故事、有佳餚」的在地感動旅行。

參、從品質到品味，推動特色農業旅遊場域認證

因應觀光旅遊市場日新月異的變化發展，休閒農業需要進一步強化「以農為本」的獨特性，創造市場價值，建構品牌定位，成為具高度競爭力的產業。輔導全國產業團體台灣休閒農業發展協會，參考法國與奧地利等國作法，衡酌臺灣休閒農業發展現況，自2019年起全面推動「特色農業旅遊場域認證」制度，串接業者端與消費端創造互利共好，建立產業發展之創新價值模式。

該認證制度以農林漁牧4大產業再細分茶、米、花卉、水果、蔬菜、香藥染草、咖啡、可可、雜糧、特用作物、林竹、漁撈養殖、娛樂漁業、禽畜、蜜蜂等15類產業別，在農業

生產達基本門檻前提下，運用「整體環境與經營」、「特色產業資源與建築設施」、「特色產業之服務／體驗活動」、「特色產業之經營／行銷」等4大構面認證指標，引導強化產業六級化服務，提升服務品質與文化品味，建立農遊品牌並接軌國際市場。

截至2022年6月底，已有230家業者通過特色農業旅遊場域認證，並輔導該等業者與台灣休閒農業發展協會經營之農遊超市電商平臺合作推出超過500項自由行商品。該協會再協助與其他異業通路洽談合作，拓展銷售管道及擴大品牌宣傳效益。

肆、結語

自1980年代苗栗大湖草莓園開放採果開始，休閒農業產業已發展超過30年，從早期單純觀光採摘，到現在延伸至食、宿、遊、購、育等旅遊服務商品，以「越在地、越國際」與「全球在地化」真諦，並將食農教育、環境教育、綠色永續旅遊等理念融入，包裝分眾分群旅遊體驗商品，滿足消費者多元旅遊需求，並提供農民與消費者溝通交流管道，打造臺灣獨特農遊魅力，在新冠肺炎疫情趨緩之際，除持續深根國民旅遊市場，亦擴大國際行銷力道，將臺灣農遊推廣成為亞洲農業旅遊目的地首選之一。

