

耕耘旅行的新風土— 臺灣農遊的永續轉身與進化

撰文 | 農村發展及水土保持署 陳鳴遠

前言

在全球氣候變遷與淨零碳排的浪潮下，旅遊產業正經歷一場深刻的變革。臺灣的農業旅遊（以下簡稱農遊）作為連結土地、產業與生活的重要載體，正從過去傳統的「觀光採果」與「農產展售」，大步邁向以「ESG（環境、社會、公司治理）」為核心的永續發展新階段。農業部農村發展及水土保持署積極推動農遊轉型，不僅呼應了國家2050淨零轉型目標，更讓農村成為實踐綠色生活、推動地方創生的關鍵樞紐。本文

從發展趨勢、轉型內涵、近年策略重點、推動案例經驗及未來展望等5個面向，深入探討農遊的永續進化之路。

農遊發展趨勢：從消費主義邁向善循環與ESG共創

當前的國內外旅遊市場與政策環境，為農遊提供了強大的「推力」與「拉力」。首先，在政策與環境壓力（推力）方面，面對資源枯竭與極端氣候，臺灣已宣示2050淨零排放目標，農業部更進一步提出2040年農業淨零的願



在內湖科學園區辦理農遊場域與企業媒合會。

景，聚焦於「減量、增匯、循環、綠趨勢」四大主軸。在市場與企業需求（拉力）方面，國旅市場已由單純「拍照打卡」，轉向親手做、體驗當地文化的深度參與，民眾不再只追求一次性消費，而更重視與當地居民、環境建立連結的關係型體驗，尋求具備獨特性、真實感且能帶來「改變生命」意義的創意旅遊（Creative Tourism）與再生性體驗（Regenerative experience）。同時，金管會規範「上市櫃公司永續發展行動方案」自2025年起全體上市、櫃公司均須編製ESG永續報告書，企業急需尋找能具體落實環境保護、社會共好與員工關懷的合作場域。這股龐大的企業ESG需求，促使農遊成為企業實踐社會責任、綠色採購與舉辦員工志工日的最佳選擇。

農遊轉型：深化「生產、生活、生態與生命」的永續價值

農遊正邁入以「永續發展」為核心的關鍵轉型，結合農業生產、生活、生態與生命，農遊不只從單純的農產品生產，延伸至休閒旅遊、自然景觀、環境教育及心靈療育，更結合永續經營價值，轉型具體展現如下3個面向：



農遊轉型圖。

- ① 環境面向（低碳與生態修復）：轉型後的農遊強調不破壞自然資源，主動修復環境。農場減少化肥使用、改善野生動物棲地、推動農業剩餘資源再利用。
- ② 社會面向（文化傳承與社區共好）：永續農遊致力於農業文化傳承、推廣食農教育，透過深度的農事體驗與地方故事轉譯，讓遊客不僅是來消費，更是來學習食物的來源與農村的的生活方式。
- ③ 經濟面向（多元收益與綠色商模）：農遊場域不再單靠門票與初級農產品獲利，透過體驗設計創造「溢價」空間，發展如企業團建、客製化深度遊程、綠色伴手禮採購等多元收益模式。

農遊發展策略重點：打造政府、企業與農村的共贏生態系

為落實永續農遊，透過「在地整合、永續深化、跨域共榮」的架構，推展一系列具體策略。

一、建構認證制度與增能培力

在既有的「特色農業旅遊場域認證」基礎上，升級推出「Plus永續行為認證」及「Plus食農體驗認證」，以具體的指標引導業者落實ESG及食農教育。同時，針對農遊業者辦理「永續農遊亮點增能主題工作坊」與「共識推廣營」，系統性地培訓業者在永續價值盤點、企業對接提案、遊程劇本設計及多元商業模式上的實戰能力。

二、精準媒合企業ESG需求

為解決農村與企業間的價值轉譯斷點，配合農業部建置的「淨零農業ESG STORE」媒合平臺，將農村的永續行動（如生態保育、食農教育）轉化為符合SDGs目標的專案，供企業認購。此外，深入內湖科技園區、南港軟體園區及中南部產業聚落，舉辦多場「永續農遊企業媒合會」，並安排企業踩線團實地走訪，成功促成包含玉山銀行、致伸科技、住華科技等多

家企業在農村辦理志工日、家庭日及綠色採購。

三、數位平臺與綠色旅遊通路整合

在通路行銷上，透過「農業易遊網」與「農遊超市」設立永續專區，並輔導遊程上架至原森及樂亞等具有永續旅遊標章的旅行社。配合環境部的「淨零綠生活」政策，將輔導認證場域響應「綠色旅遊支持夥伴」，協調交通部觀光署將農遊行程與大眾運輸（如臺灣好行、低碳鐵道觀光列車）結合，以打造低碳出行的綠色農遊。

四、品牌行銷與國際接軌

為統一品牌形象，設計了專屬的「永續農遊 LOGO」，並積極參與「台北國際旅展（ITF）」，自2024年至2025年的台北國際旅展活動參展，永續農遊館均獲大會頒發「最佳永續獎」的肯定，大幅提升了臺灣農遊的品牌形象與能見度。



左圖：農遊踩線團促進企業了解農村旅遊進化內涵。右圖：參與「台北國際旅展（ITF）」獲頒發「最佳永續獎」。

農遊進化案例經驗：創新經驗的推動先趨

臺灣的農遊發展已從單純的觀光體驗，轉型為具備環境修復、地方創生與企業 ESG 實踐的成熟生態系，目前有許多具代表性的成功案例，其效益涵蓋環境（E）、社會（S）與經濟/治理（G）等多元面向。

一、嘉義布袋好美里：海廢固沙的海岸重生

好美里過去面臨嚴重的海岸侵蝕與沙灘流失危機，導致文蛤產業與漁村生計受威脅。社區居民與政府、企業協作，運用「海廢蚵架固沙養灘」，並結合植樹防沙，將廢棄物轉化為環境保護工具。成功栽植逾9,000株防風植栽，讓海岸線向外推展300公尺，有效復育沙灘。同時推動結合低碳導覽與植樹體驗的永續農遊，榮獲「2022年全球百大目的地永續故事獎」，並成功上架農業部 ESG STORE 平臺供企業認購，為各大上市、櫃企業指名優先參訪之農遊行程。

二、雲林口湖金湖休閒農業區：鹽化農地的濕地生機

過去因颱風海水倒灌與地層下陷，導致農地嚴重鹽化而無法耕種。當地轉念將劣勢轉為優勢，推動「植梧濕地」治理，以尊重環境、低碳永續的理念，開發濱海植物體驗、海廢蚵貝工藝手作

及食魚體驗等遊程。成功讓生態回歸，提升生物多樣性，並傳承傳統農業節氣記憶，榮獲「2023年全球百大目的地永續故事獎」，並經交通部觀光署評選為「2026 - 2027台灣觀光100亮點」之最佳國旅創新獎。以「甘苦人魅力農店」為核心，串聯口湖遊客中心、植梧滯洪池與梧北鐵花窗社區，整合在地特色海鮮、手作植染及生態導覽，提供深度的食農教育與慢活遊程，成為雲嘉南濱海特色旅遊。

三、金山漫遊：農業、文化與旅遊的區域共創

從一畝「汪汪地瓜園」出發，透過品牌化重塑與體驗商品化，串連在地百家業者與青年，推動「金山漫遊」地方創生品牌。其發展出包含體驗導覽（40%）、加工產品（30%）、農業收入（20%）及政府/企業專案（10%）的多元收益結構。每年吸引超過5萬訪客人次，直接及間接帶動在地16個青年就業機會，每年為社區帶來350萬元的直接經濟效益。其農遊行程相較傳統旅遊減少了40%的碳排放量，更取得了ISO 20121永續性活動管理認證，成為企業辦理 ESG 永續活動的最佳選擇。

四、少年阿公「市場學校」：國際農業旅遊獎讓世界看見臺灣

少年阿公方子維於2017年推出『來宜蘭迺菜市場』，通過農村水保署『特色農遊場域認證』輔導，長期推動「帶老

外逛菜市場」，將農村食農教育推展與農村常民生活文化結合，引發菜市場新話題，為農村文化帶回青年活力，將菜市場營造成「生活食農學校」。從2018年至今，方子維帶領超過27國的外國朋友們走進宜蘭傳統市場，並在國內外分享市場活化經驗與理念。秉持著「越在地越國際」的概念，方子維把「在地全球化」付諸行動，將傳統市場文化推廣到國際舞臺，於2024年成為世界首位華人獲得世界農業旅遊獎（World Agri Tourism Awards），於2026年再次獲得亞洲農業旅遊獎的國際肯定。

總結來說，農遊的效益已經從「單純的旅遊產值」，昇華為實質的社會影響力。在環境面（E）創造碳匯、減少碳排與棲地復育；在社會面（S）帶動青年返鄉、創造就業機會與推動食農教育；在經濟與治理面（G）則透過異業

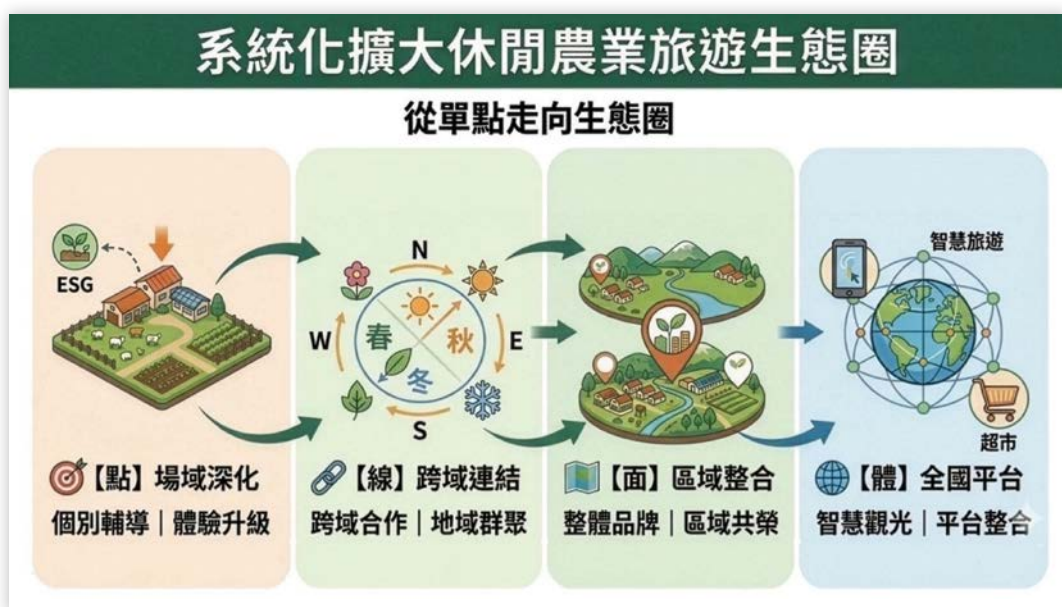
結盟、綠色採購與認證制度，為農村打造出具備商業韌性且生生不息的營運模式。

未來展望：讓永續成為農遊的「新日常」

展望未來，農遊的發展將朝向「系統化、智慧化、國際化」邁進。

一、系統化擴大休閒農業旅遊生態圈

延續「點（單一場域）、線（跨域軸線）、面（區域共榮）、體（全國平臺）」的虛實整合體系，農遊將不再是單打獨鬥，而是透過「合作競爭」形成緊密的產業鏈。未來將持續深化跨部會合作，結合環境綠色旅遊及交通部觀光署的企業旅遊獎助與鐵道旅遊資源，讓農遊產品具備規模化的市場販售能力。





舉辦「永績農遊高峰會」，Carla Barbieri 主席首次蒞臨臺灣（左3）。

二、智慧化驅動精準治理

跨域結合交通部觀光署Taiwan Pass數位票券與優惠，並協助休閒農業旅遊景點資訊，轉向數位化多語系AI導覽系統，讓國際旅客能透過手機推廣多語系導覽，並降低國際接待語言障礙。這不僅提升了遊客的參與黏著度，更能強化數位時代的精準行銷與管理。



全球農業旅遊聯盟主席 Carla Barbieri（右）一同參與藍染手作課程。

三、國際化提升全球影響力

2025年農村水保署舉辦「永績農遊高峰會」，邀請全球農業旅遊聯盟（Global Agritourism Network）Carla Barbieri主席首次蒞臨臺灣，開拓臺灣農業旅遊的國際能見度，臺灣正逐步將在地永續經驗輸出國際，未來將持續優化國際客的接待量能，結合國際旅遊趨勢，讓臺灣的休閒農業旅遊成為亞洲乃至全球永續旅遊的亮點示範。

從一片受損的海岸到復育的沙灘，從傳統的初級農業到對接企業ESG的綠色體驗，農遊正經歷一場深刻的進化，農遊不再只是一種旅遊的選擇，而是一場讓「農村升級」與「企業永續」雙向奔赴的共創行動，透過政策的引導、產業的整合與市場的驅動，我們正逐步將永續的理念深植於每一寸土地與每一次旅程之中，讓永續不僅是遙遠的目標，而是臺灣農村最動人的「新日常」。