

農業推廣

農業推廣方面，配合當前農業政策，積極辦理農民專業技術、推廣人員職能增進、產銷履歷制度等訓練講習，並接待國內外團體參訪及提供諮詢服務；定期出版農業刊物，透過傳播媒體對農民及消費者提供產銷、新科技、消費等資訊；輔導轄區農村生活及環境改善，產業文化、休閒農業發展，在農業經營方面，辦理傾聽人民心聲農業技術諮詢座談會 12 場，輔導

小地主大佃農研擬經營計畫擴大經營規模 332 公頃，協助 11 個農民團體推動農業產業整體發展計畫，推動 2 個農會建構農業中衛體系、輔導農會團體設置茉莉花、芋頭及香菇等 3 個農業經營專區、並協助農民團體持續農產品產銷履歷驗證，導入安全農業生產體系，成效卓著。在農業科技研發成果管理，計辦理 19 項技術移轉案。

農業推廣教育研究

農民農業專業訓練計畫

農委會為全面提升農業人力素質，於 100 年設立農民學院，讓有志從農者有學習農業的管道，落實農民終身學習機制，本場為農民學院臺中區農業訓練中心，103 年共辦理農業專業訓練 10 個班別，分別為：1. 農業入門班（園藝產業），2. 農業入門班（農藝產業），3. 進階班訓練－

紅龍果栽培管理班，4. 進階班訓練－農產品網路行銷班，5. 進階班訓練－土壤肥料管理班、6. 進階選修訓練－設施蔬菜栽培技術班，7. 進階選修訓練－葡萄栽培管理班，8. 初階班訓練－花卉栽培管理班，9. 進階班訓練－特用作物及雜糧栽培管理班，10. 進階選修訓練－作物營養管理診斷班，合計結訓學員 302 人。

103 年辦理農民學院訓練情形

訓練班別	訓練日期	學員人數
1. 農業入門班 (園藝產業)	04 月 22 日 - 04 月 24 日	32
2. 農業入門班 (農藝產業)	04 月 29 日 - 05 月 01 日	30
3. 進階班訓練 - 紅龍果栽培管理班	05 月 12 日 - 05 月 16 日	32
4. 進階班訓練 - 農產品網路行銷班	06 月 04 日 - 06 月 06 日	29
5. 進階班訓練 - 土壤肥料管理班	06 月 09 日 - 06 月 13 日	30
6. 進階班訓練 - 設施蔬菜栽培技術班	07 月 14 日 - 07 月 18 日	32
7. 進階班訓練 - 葡萄栽培管理班	07 月 28 日 - 08 月 01 日	28
8. 初階班訓練 - 花卉栽培管理班	09 月 15 日 - 10 月 03 日	25
9. 進階班訓練 - 特用作物及雜糧栽培管理班	10 月 13 日 - 10 月 17 日	30
10. 進階班訓練 - 作物營養管理診斷班	11 月 05 日 - 11 月 07 日	34
合計		302



103 年 5 月 14 日紅龍果班班員與講師合影



103 年 7 月 30 日葡萄栽培管理班學員至葡萄經營農家現地研習

農業推廣人員在職訓練

辦理轄區內農業推廣人員在職訓練，

本年完成農業推廣人員訓練 1 班，家政推廣人員專業訓練 1 班，合計 250 人。

103 年辦理農民學院訓練情形

訓練班別	訓練日期	學員人數
農業推廣人員訓練班	03 月 25 日	140
家政推廣人員專業訓練班	04 月 15 日	110
合計		250

青年農民經營管理能力建構及輔導效能之研究－建構臺中區重要果樹青年農民經營管理能力之研究

本研究旨在建構臺中區重要果樹青年農民經營管理能力與輔導需求基準，以工作小組與文獻探討方式，建立標準化調查工具，將經營管理能力與輔導需求分為生產構面、行銷構面、人力資源管理構面、創新研發管理構面、財務管理構面、其他管理構面等六大構面 33 項細項，以臺中市、南投縣、彰化縣 18~45 歲經營葡萄、梨、甜柿之青年農民為對象，進行問卷調查，回收 107 份有效問卷，採 SPSS 統計軟體資料分析工具，綜合分析青年農民所持之意見，研究結果發現：果樹青年農民在生產管理構面的經營管理能力，介於普通與足夠之間，其中田間規劃設計（農水路及設施、倉庫等）能力略低，後續在農民學院課程規劃，可納入田間實務操作相關能力的強化或訓練。行銷管理能力之廣告媒體運用、產品網路行銷及創新研發能力之 4 項能力不足，財務管理 3 項能力不足，其他管理 4 項能力不足，共計有 14 細項能力不足，有待以教育訓練或產業見習與結合政府或民間資源，補足其能力缺口。在六大構面 33 項經營管理能力，均有輔導需求。青年農民就農業經營實務操作上，認為最重要或成功的關鍵因素依序為生產技術、行銷管理、人力管理、創新研發、財務管理、電腦資訊、其他。目前認為最欠缺以及最想加強的項目，則依序為創新研發、生產技術、行銷管理、財務管理、電腦資訊、人力管理、其他。

中部地區重要果樹勞動力現況調查之研究

農業勞動力趨高齡化及勞動力缺乏是目前臺灣農業生產所面臨的問題。本研究針對臺中場轄區內重要果樹產業梨、甜柿及葡萄進行人力盤點調查，瞭解各階段之人力需求與現況，藉以探討缺工問題，做為將來勞力媒合及農業勞動力運用規劃之參考。調查結果顯示，柿及葡萄產業非常缺工比例較高，占 60% 及 51%，梨產業占 43%。目前梨、柿及葡產業平均果園只有 2 位固定人手，其他人力皆需與鄰居換工或聘雇臨時工，臨時人力占總需人力比例達 78.2%。果樹產業季節性人力需求明顯，最需要人力工項主要有高接梨的套袋（4~6 月）、高接（1 月）、採收（7 月）、疏果（4~6 月），柿子的採收（10~11 月）、套袋（7 月）、摘蕾（4~5 月），及葡萄的催芽（1 月）、整枝修剪（2、8 月）、套袋（4~5 月）、疏果（4~5 月），技術純熟為人力需求考量重點。經常性需要人力之工項為梨及柿園的除草作業。目前各工項平均日薪為 1,120 元，每日工時平均為 8.2 小時。缺工問題希望政府提供的協助及輔導方向，45% 以上的農民希望透過農會成立人力仲介服務平臺，其次為補助油資和保險費，及進行雇工人力培訓。由於果樹多屬於季節性勞力缺工問題，未來應持續建構各地區產業人力資源供需資料，並整合網路等資訊平臺，提供各地區農業缺工情況。再來評估各區域及各重要農產業人力相互支援之可行性，並配合薪資或其他補助，提高短工與雇主媒合機會。

臺中區果樹產業重要人才需求職類與職能基準建置之研究－臺中區果樹產業重要人才需求職類之研究

本研究應用產業職能分析流程，係以政府政策、產業影響程度、產業產值、人才缺口等面向進行評估。擇定中部地區發展之重要果樹產業，以葡萄為例，再以關鍵技術、高附加價值商品及產業人力需求等面向進行評估，以發展產業職能藍圖，界定關鍵專業人才發展項目。隨後籌組產學研職能基準專家小組，召開職能基準專家會議，進行職能分析。分析過程採取職能分析之功能分析法，建立果樹產業的職能藍圖、篩選關鍵專業職類，優先發展葡萄果園經營管理師職能基準，經由問卷調查 35 位產業代表，驗證工作任務各項能力標準之重要性、難易度、從業人員熟練程度，確立「果園經營管理師」的工作描述為負責農場經營規劃，擬定產銷計畫，督導推動執行，並診斷分析經營效益，達成經營目標。入門水準為農業相關科系高職(中)以上畢業，或有農場實際經驗二年以上此職業包含規劃經營管理目標、執行控管產銷計畫、診斷分析經營效益 3 個主要職責、10 項工作任務。此職能基準將可應用於果園經營管理師訓練需求分析及訓練課程之參考。

中部地區青年農民訓練成效之研究－以農民學院臺中區農業訓練中心為例

本研究調查 2010~2013 年參加農民學院臺中區農業訓練中心設施蔬菜初階班

學員的訓練成效，先進行問卷設計，再以郵寄及網路問卷方式取得學員訓練後的成效。結果發現受訪者女性占 16.3%，男性占 83.8%，年齡在 27~63 歲，其中 18~45 歲之青年占 76.3%，46 歲以上非青年者占 23.8%，分析青年與非青年各類別從事農業經營之比例，結果得知從農 18~45 歲青年占 67.5%，從農 46 歲以上非青年占 20.0%。以上結果均顯示農民學院初階訓練課程是培訓農業新進人才的重要管道，可培育青年投入農業，為臺灣農業注入新血。訓練後的成效，學員大抵表示在生產、行銷、人力資源、研發能力、財務、資訊、風險及政策法規等構面能力提升總平均數在 3.24~3.93 之間，各構面問項平均數在 3.19~4.11 之間，介於普通至非常同意。對於學員受訓後是否實際投入設施蔬菜的種植與參訓後對農產品銷售額及經營利潤是否有實質增加作分析調查，結果顯示設施蔬菜初階課程對學員實際種植設施蔬菜在其對農產品銷售額及經營利潤增加，有實質的助益。最後學員對設施蔬菜栽培管理初階訓練課程最迫切需要的課程，包括病蟲害預防、防治與診斷，栽培技術，土壤與肥料管理，安全用藥，養液管理與配方調整，農場參訪，農產品銷售通路建立，實作等，未來辦理設施蔬菜初階訓練課程，可以此作為課程開設的依據，符合學員實際需求。另外針對 103 年參加臺中區農業訓練中心訓練之學員進行滿意度調查，結果受訪者對本場提供的訓練滿意情形平均數在 3.30~3.56 之間，顯示學員對本場提供的課程、場所、設備、師資、伙食、住宿、訓練方法與內容、講師等，滿意情形介於佳及極佳之間，整體滿意度達 98.3%。

農業經營

推動農業產業整體發展

本場為提升轄內各鄉鎮農民團體、農業產銷班經營之效率，103年推動「臺中區農業產業整體發展計畫」，針對冬瓜、番石榴、大蒜、稻米、百合、玫瑰花、小麥、蔬菜、果樹、雜糧及其他特作等，總計有11個農民團體提出申請，輔導成果：辦理蔬果品質評鑑2場、產品研發及包裝材料設計4式、發表活動1場次、產銷設施補助1班、擴充設備6單位等多項硬體補助與相關農業產業活動，藉以促進產業永續發展。

青年農民輔導

為鼓勵青年投入農業，提供為期2年之專案輔導，以陪伴輔導方式，輔導及協助穩健經營，進而發展創新與加值產業。每位青年農民在從農時都編配1位輔導陪伴師在旁協助農業經營及解決遭遇之困難，輔導專家落實走動式服務之理念，傾聽青農意見、瞭解需要，並協助發掘問

題，積極協助青年農民排除各種困難。每月1~2次下鄉診斷服務，建立直接的對談機制，透過面對面溝通，實際瞭解青年農民的需要及政府可提供之協助，統計下鄉田間輔導79人次。本場針對20位青年農民場內先籌組輔導小組，包括水稻、蔬菜、果樹、雜糧、菇類及茶葉等，由各業務課視青農經營產業別，從栽培管理、土壤肥料、植物保護、農業機械及推廣業務推薦專業輔導人員，分別有專業輔導人員。經調查統計，20位青年農民102年原栽培面積54.88公頃，經本場輔導後103年擴大栽培面積為66.85公頃，增加21.8%；102年輔導前產值為1,878萬元，截至103年12月產值增加為1,937.7萬元，成長3.2%。

本場另結合所轄臺中市、彰化縣及南投縣農會，輔導辦理「在地青年農民組織與輔導計畫」，規劃6場次訓練，內容包含農場財務管理、農機具保養與維修、網路社群平臺架設與應用、用藥安全及配藥操作等訓練課程，103年共吸引約225位在地青年農民至本場參加訓練，青年農民反應學習結果對其實際經營甚有助益。



陳保基主委至青年農民黃文慶先生農場關心其栽培情形



林學詩場長及本場同仁輔導青年農民許宏賓先生桑椹之栽培管理



故事行銷訓練當日欣逢教室落成，農場主人以紅蛋來慶祝，本場林學詩場長開心地與青年農民合影



本場特聘大葉大學謝智玲博士蒞場專題演講「親子三明治－UP」

小地主大佃農政策推動與輔導

103 年度輔導大佃農擴大經營規模計有 29 人次，面積 332 公頃，協助農友撰

寫經營計畫書，參與縣市政府辦理之初審及農糧署的複審；為使農民充分瞭解以落實政策，辦理座談會及派員至宣導場合擔任講師說明，年度累計達 8 次。

小地主大佃農政策輔導統計表

輔導項目	次 / 公頃
輔導人次	29 人
輔導面積	332
初審會議	5
宣導講習	8

推動中部地區主要農產品產銷履歷制度計畫

配合農委會推動農產品產銷履歷制度，103 年總計輔導 45 個果樹產銷班 (面

積 188.7 公頃)；56 個蔬菜生產單位 (面積 263.6 公頃)；及 15 個稻米產銷專區及農民團體 (面積 425.2 公頃) 通過驗證，另外提供各品項 TGAP 手冊給 120 個農民參考與紀錄，並協助提供技術諮詢與輔導。

103 年農產品產銷履歷驗證單位與面積

(截至 12 月 31 日止)

產業作物類別	驗證單位數	驗證面積 (公頃)
果樹	45	188.7
蔬菜	56	263.6
稻米	15	425.2
合計	116	877.5

農產品行情報導

為提供農民轄區主要農產品批發市場交易行情，每日自農委會農產品交易行情

網站 (<http://amis.afa.gov.tw>) 中查詢臺中地區主要批發市場農產品之行情資料，並印出溪湖果菜市場每日交易之菜種平均價，公布於本場農民服務中心，提供農民查詢。

103 年重要蔬菜產地價格行情表

交易日期：103.1.1~103.12.31

總交易量：39,205 公噸

市場名稱：溪湖鎮果菜市場

總平均價：18.7 元 / 公斤

產品名稱	平均價 (元 / 公斤)	交易量 (公噸)
花椰菜	18.3	12,348
胡瓜	15.6	877
花胡瓜	30.5	393
冬瓜	9.2	691
絲瓜	18.8	1,464
苦瓜	23.9	1,956
扁蒲	11.4	496
茄子	26.0	864
番茄	24.5	546
甜椒	64.3	922
豌豆	39.7	201
菜豆	51.4	153
敏豆	12.2	1,303
青花苔	12.3	214
越瓜	16.8	231
南瓜	47.7	30
虎豆	8.8	6,474
甘藍	10.5	2,165
包心白	8.0	1,719
蘿蔔	8.7	919
胡蘿蔔	14.5	396
洋蔥	31.9	1,091
青蔥	60.1	1,571
韭菜	14.4	186
萵苣莖	40.6	2
芋	15.9	543
大心菜	9.0	1,452
球莖甘藍	18.3	12,348
< 平均 / 小計 >	18.7	39,205

農業技術諮詢座談

為強化服務農民生產技術改進，每月於臺中市、南投縣、彰化縣辦理農業技術諮詢座談會一場，針對當月當地重要作物品種特性、栽培管理或病蟲害防治等問題進行講習訓練，同時本場相關研究人員於現場立即回答農友問題或將農業行政問題代為函轉相關單位回復。103年分別於竹塘鄉、集集鎮、仁愛鄉、大肚區、大城鄉、伸港鄉、太平區、國姓鄉、大安區、溪湖鎮、外埔區、和平區辦理12場，同時配合農委會政策說明需求，辦理「老年農民福利津貼改革方案說明」、「自由經濟示範區-農業加值說明」、「ECFA貨品貿易說明」，總計1,252人參與。



輔導新社區青年農民與專家盤點需求並規劃訓練

農業企業化建立農業經營專區暨農業中衛體系計畫

配合農委會推動農業企業化，建立農業經營專區暨農業中衛體系計畫以整合「人、地、水及產業」之目的，落實休耕地活化政策為構想，串聯專區內之價值鏈之概念，以農會、農民團體為核心，提升其經營能力為手段，以永續專區農業發展。103年本場輔導臺中市新社區與外埔區、彰化縣花壇鄉等3專區及新社區、花壇鄉2個中衛體系。協助新社區與外埔區青年農民盤點經營困境及需求，並據以規劃與辦理訓練、標竿學習等項工作，同時完成土壤樣品分析與合理化施肥之訓練。幫助花壇鄉農會之祕密花園綠美化規劃及相關產品之開發提供意見，另茉莉花之花期調節、花朵冷凍乾燥進行研究。期藉由本計畫帶動農民團體發展農產業增進農民收益。



藉由「齊眉棍」引導青年農民體驗學習共同完成組織任務時應如何協調

中臺灣農業博覽會參展

2014 中臺灣農業博覽會 103 年 6 月 14 日於彰化縣溪州鄉費茲洛公園苗木專區開幕，展示期間自 103 年 6 月 14 日至

7 月 6 日止，本場參展主軸為『創新農業食在安全』，共計參展技術及品種說明海報 20 張暨相關實物展示陳設，搭配入口處以瓜棚布置，展示農業科技研發成果，並吸引約 30,000 人次到館參觀。



展館入口以瓜棚布置，吸引民衆踴躍參觀



本場展館內展出 20 項品種及技術研發成果



民衆參觀本場展出之研發成果



彰化縣政府致贈感謝狀，由本場林學詩場長代表領獎

2014 臺北國際發明暨技術交易展－農業館

本場配合行政院農業委員會辦理 2014 臺北國際發明暨技術交易展 - 農業館之陳列展示，於 103 年 9 月 18 日至 9 月 21 日於臺北世貿辦理展示活動，本場展出水稻

臺中 194 號種子繁殖與優質生產技術、放線菌株 TCST168 及應用於生物性有機液肥製作方法、紫錐花濃縮滴劑與沖泡粉製造方法等；於活場現場配合造勢活動、試吃活動，展現技術及產品特色，成功吸引民衆參觀。



本場榮獲農委會頒發優質研發成果管理單位獎，由高副場長德錚代表領獎



水稻臺中 194 號種子繁殖與優質生產技術造勢活動

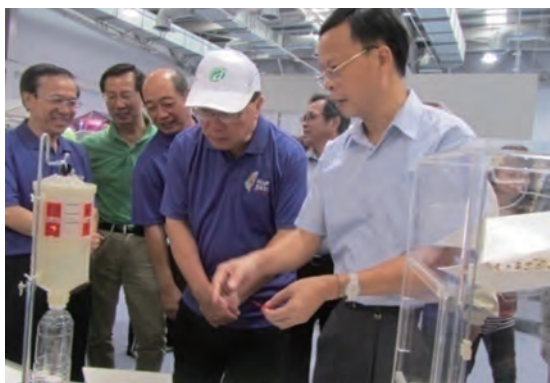


水稻臺中 194 號品種，米飯試吃品評

2014 農產品整合行銷活動－農業科技與生活之展場布置

本場配合農糧署辦理 2014 農產品整合行銷活動－農業科技與生活展場之規劃展示，彙整各試驗改良場所之參展技術共 31 項，並以生物技術與栽培育種技術、

保健及加工產品研發、安全農業、品質檢測技術等 4 項主軸分列陳示，於 103 年 10 月 3 日至 10 月 5 日假臺北市花博公園爭艷館辦理展出；本場展出項目分別為致命的吸引力「蛾類性費洛蒙的應用」、蔬菜水耕工廠化設施、紫錐花與健康生活等 3 項。



本場林學詩場長向農委會陳保基主委解說展示之技術



展出項目：致命的吸引力「蛾類性費洛蒙的應用」



展出項目：蔬菜水耕工廠化設施



展出項目：紫錐花與健康生活

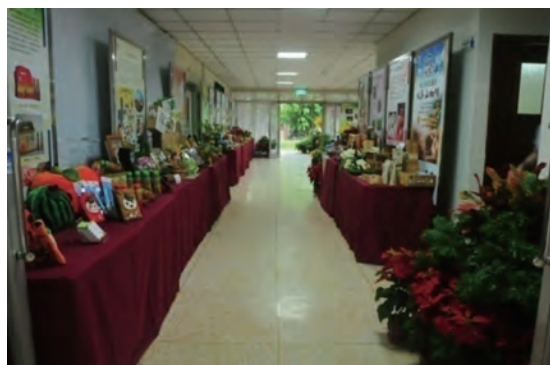
歡慶遷場 30 週年活動之轄區農會 農產業特色展

本場辦理歡慶遷場 30 週年活動之轄區農會農產業特色展，首度邀請臺中市農會及各區農會、彰化縣農會及各鄉鎮市農

會、南投縣農會及各鄉鎮市農會等 64 個農會以海報與實物展示，經整體設計與農產品實物布置，完整呈現中部地區農會農產業特色，現場參觀人數約 4,148 人，令參觀民衆驚豔中部地區之富饒農產業與欣欣向榮的農會。



中部地區農會農產業特色展在本場推廣大樓一樓展出



中部地區農會農產業特色展會場之一



林學詩場長與參觀民衆合影



中部地區農會農產業特色展會場之二

農村再生結合產業發展

為提升埔里鎮一新社區茭白筍的品質與友善環境的理念，本計畫推動以初階、進階之兩階段課程進行，從栽種技術室內講座、實際到田間進行操作，並到其他產區進行觀摩研習，透過與專業講師及筍農的栽種技術、知識的交流下，提升自然安全的栽種技術與產品的品質。本場共有 10 位研究人員利用假日時間至社區輔導，授課時數總計 36 小時，輔導該社區從一級產業發展成二、三級產業，最終目標以一新綠保田為發展主軸，由點線面整合資源，生態農產體驗，展現農村生活的幸福與感動。

農民暨消費者服務

本場為推展各項農民服務工作，本年接待國內來訪貴賓及農民 2,239 人次、國外來賓 424 人次，提供各項農業諮詢服務及推廣教材共計 24,323 人，包括診斷服務 9,709 人次，電話服務 4,876 人次，信件服務 88 人次，E-mail 服務 1,641 人次，傳真服務 474 人次，簡訊服務 5,962 則，全場同仁現場服務 1,573 人次；另派員擔任講習會講師 504 場次及派出講師 645 人次。

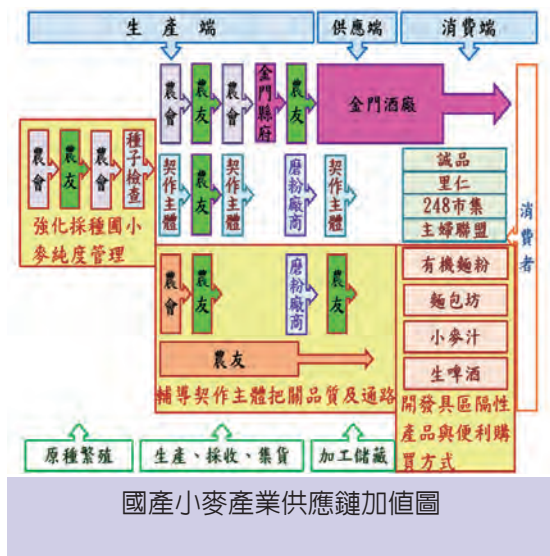
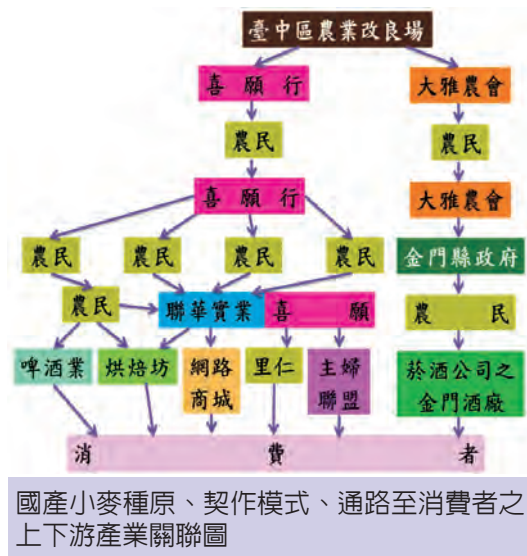
103 年本場農民服務案件

服務項目	次數	人數
引導國內團體參觀	54	2,239
引導外賓參觀	31	424
擔任講習會講師	504	645
農民諮詢服務及教材提供	24,323	24,323
(1) 診斷服務	9,709	9,709
(2) 電話	4,876	4,876
(3) 信件	88	88
(4) E-mail	1,641	1,641
(5) 傳真	474	474
(6) 簡訊服務	5,962	5,962
(7) 同仁下鄉服務	1,573	1,573

國產小麥產業供應鏈加值整合策略之研究

臺灣每年進口小麥約 130 萬公噸，102 年國產小麥種植面積 564 公頃，產量僅 1,693 公噸。本計畫藉由產業分析、供應鏈分析，盤點國產小麥產業關聯圖與供應鏈現況，另以商業模式分析銷售循環與供應循環，以了解契作主體與農民、磨粉業者、消費者間關係，並以 SWOT 分析優

劣勢與機會、威脅。並舉辦產官學座談會研析國產小麥供應鏈加值圖，提出強化小麥採種圃種子純度管理、重新檢視生產技術、劃設裡作小麥生產專區與建立產地標章制度、輔導契作主體把關契作品質及行銷通路、消費者教育、開發具區隔性產品與便利購買方式等 6 項措施。期於短期內達成國產小麥需求端增加，帶動生產端種植意願，落實活化休耕地與提高糧食自給率之目的。



中部地區農民團體推動葡萄產業跨域合作可行性之研究

葡萄栽培面積約 3,000 公頃，選取中部地區臺中市新社區、東勢區、南投縣水里鄉、信義鄉、彰化縣大村鄉、埔心鄉、二林鎮、溪湖鎮等 8 區域農民與農民組織，進行巨峰葡萄產業跨域合作訪談。生產之葡萄主要通路為農民組織

辦理共同運銷、商販收購與農友直接銷售給消費者，各區域之間差異頗大。農民皆不滿意現階段銷售通路分布，然具體提出未來將逐步調整通路分布者有信義鄉、大村鄉、埔心鄉、東勢區與新社區。新社區與信義鄉農民發現直銷利潤較高，大村鄉農民希望能透過展售活動或網路商城拓展買家，埔心鄉農民認為商販收購價格最低，期望嘗試新通路。

惟因葡萄產期短、栽培面積小，無法成為跨域合作之主要作物，應結合其他農作物成為週年營運之產業，才有機會。農會總幹事皆願意跨領域合作，期望政府能輔導方向與做法。信義鄉農會、新社區農會與保證責任彰化縣溪湖全聯果菜生產合作社之跨域合作成功關鍵因子為推動許多核心業務，農民團體經理人員備跨域合作的理念與執行力。建議強化農民團體經理人跨域合作觀念與做法與提升農民團體組織內幹部跨域合作職能以推動跨域合作工作。

中部地區文心蘭產業需求之研究

文心蘭產業為臺灣重要之切花產業之一，全臺栽培面積達 248 公頃，產值達 5.7 億元臺幣，中部地區之文心蘭栽培面積有 96.92 公頃，為臺灣文心蘭產業重要栽培地區；利用問卷深度訪談方式，調查中部地區之文心蘭農民對文心蘭產業發展上之需求，調查結果指出臺灣中部地區之文心蘭產業，是以男性為主要的栽培經營者，栽培管理者之年齡多分布在 40~49 歲間，其次為 50~59 歲間，屬中壯年者居多，種植栽培文心蘭之年資多為 10~15 年之間，且栽培面積以 6 分地居多，大多數經營者為夫妻共同經營。目前文心蘭栽培農民在產業需求上大致上有三部分，分別為栽培品種育成、栽培技術改善、行銷通路拓展等；在栽培品種育成上，希望育成多元化之商業栽培品種，避免外銷市場之品種過度集中於文心蘭檸檬綠及南西；在栽培技術改善方面，希望可研發能將 5~6 月

盛產期之切花生產調節至 7~8 月採收之花期調節技術、夏季快速生長期間增加假球莖充實飽滿之營養管理技術，以及冬季利用電照方式準確調節開花等技術；在行銷通路拓展上，希望能開拓日本以外的外銷市場，如大陸或歐洲國家，以克服市場過於集中及仰賴日本市場的問題。

中部地區葡萄地產地消模式之研究

葡萄為臺灣重要經濟水果之一，亦是中部地區重要經濟作物之一，然葡萄栽植農友之收益往往因銷售模式不同，而有極大影響，調查結果指出葡萄之銷售管道大多以售予販運商或寄交行口為主，葡萄農友以地產地消模式之農夫市集或直接銷售給超市及消費者之銷售方式，與以往農民著重於栽培生產之經驗不同，因此在銷售上往往未輕易嚐試；以臺灣中部地區的地產地消類型來看，大概可分為四大類，第一種是農家的直銷店，第二種是觀光休閒農園，第三種是季節性農夫市集，第四種是常態性農夫市集。在葡萄的生產銷售上管道大多以售予販運商或寄交行口為主，葡萄銷售方式與生產品質亦有高度相關性，品質較差者往往僅能售予販運商，品質較好的葡萄能以直接銷售給超市與消費者，或者是以農夫市集的方式販售，因此在葡萄地產地消模式發展上亦須考量生產品質與產品分級進行銷售方式選擇，且葡萄是屬於季節性之農產品，產期約於每年的 6~7 月及 12~1 月，適逢學校之寒暑假期間，建議配合季節性農夫市集辦理展售會活動，辦理季節性農

夫市集應尋找立地條件優良之處，以增加消費人數，且政府舉辦或補助辦理季節性農夫市集時，應加強農產品安全檢驗或要求提供合格證書，以保障消費者食的安全；另外，亦可搭配觀光休閒農園之方式，於寒暑假開放民衆採果消費，促進地產地消費。

新進農民最適經營模式之研究

本研究係利用資料包絡分析法 (Data Envelopment Analysis, DEA) 評估中部地區新進農民設施蔬菜農場之生產效率，研究結果顯示，在生產成本結構方面，平均每公頃生產成本總費用為 2,262,538 元，其中以人工費占 58%

居首位，平均每公頃產值為 2,646,193 元，農家賺款為 1,482,455 元。在生產效率方面，新進農民設施蔬菜農場之純粹技術效率平均值為 0.662，顯示個別農場之效率仍有提昇之空間，規模效率平均值為 0.81，但處於最適規模 (Scale Efficiency, SE=1) 的農戶比率僅有 13.3%，代表多數的設施蔬菜類新進農民生產並未處於最適規模。另分析設施蔬菜農場規模大小對其效率值之影響，在平均規模效率方面，0.3-0.6 公頃的農戶居冠，效率值為 0.983。在行銷通路端，以宅配占最多，比率為 61.8%，價格平均為 230 元 / 公斤。建議經由生產規模的有效擴大，使農場處於最適規模生產，將有助於效率的提升。

農村生活與資訊傳播

強化農家生產及生活經營能力暨高齡者生活改善

為提高農民生活素質，輔導農會參與社區生活服務及推廣農村生活改善，

本年共輔導轄區 61 鄉鎮市辦理強化農村農家生產及生活經營能力研習，高齡者創新學習 23 班，社區生活服務中心 9 處。

103 年輔導強化農家生產及生活經營能力計畫辦理情形

項目	縣市別				合計
	臺中市	南投縣	彰化縣		
強化農家生產及生活經營能力研習 (鄉鎮市區)	22	26	13		61
農村高齡者創新學習 (班)	3	13	7		23
農村社區生活服務中心 (處)	5	0	4		9

發展農特產地方美食料理

進行地方農特產料理發展相關工作，辦理「103年臺中區田媽媽養成培育訓練」2場次 219人參加。辦理臺中區發展農村地方美食成果展示及觀摩，共有24組家政班及田媽媽經營班展示48道特色料理，

甘藍“臺中2號”料理展示12道料理及料理示範2道，觀摩人數達278人，增進當季在地食材之認識與運用能力。辦理臺中地區田媽媽地方料理展示展售活動2天，增進田媽媽實質收入、產品曝光率及行銷能力。



田媽媽養成培育訓練



農村地方美食料理成果展示觀摩



甘藍“臺中2號”料理展示



地方美食料理示範



臺中地區田媽媽地方料理展示展售活動

農業傳播

本場主動積極提供農業政令、科技新知及消費等資訊，藉傳播媒體使農友及消費者能立即獲得及應用這些資訊，以促進農業的永續發展，並爭取農友及消費者對農業及農產品之支持。配合行政院農業委

員會農業施政宣導，提供會本部 12 篇新聞稿及在會本部舉開 2 次例行記者會；另配合本場各業務課室實際需要，發布新聞稿 35 篇及召開記者會 2 次，以傳播農業資訊，並提供大眾傳播媒體運用，經媒體刊出計有 221 則數。

103 年媒體播出及刊出情形

媒體	則數	百分比 (%)
中國時報	6	2.7
聯合報	4	1.8
自由時報	9	4.1
臺灣時報	12	5.4
青年日報	7	3.2
民衆日報	4	1.8
中華日報	3	1.4
真晨報	10	4.5
電子報	137	62.0
廣播	26	11.8
合計	221	100.0



藉傳播媒體傳播農業政令、科技新知及消費等資訊

臺灣都會地區消費者葡萄消費認知與消費習慣之研究

研究以臺中轄區重要水果之一「葡萄」為主題，都會地區消費者為調查對象，探討消費者對葡萄之消費認知、消費習慣及影響葡萄消費習慣之因素，做為農民生產與行銷之參考。研究結果顯示消費者對葡萄的選購資訊主要來自親戚朋友的訊息傳遞，其次為賣場廣告、展售會或宣傳活動。對「葡萄品牌」的看過、購買過及信任程度情形，均以農會品牌占最多，其次為產銷班品牌、農家自有品牌。對安全標章之信任情形，消費者對吉園圃標章信任程度較佳。最常購買葡萄地點依序為「水果專

賣店」、「傳統市場」、「大賣場、量販店」。消費者選購葡萄主要考量因素為「新鮮度」、「果肉甜度」、「果肉口感」。建議政府或農業團體宜善用賣場、展售會或宣傳活動，傳播葡萄產期及選購與消費相關資訊，辦理葡萄產業文化與體驗活動，推動產業地區品牌的建立與行銷。生產者應重視葡萄新鮮度的維持，以新鮮做為國產葡萄為促銷重點，強化消費者吃在地食當季的觀念，有效降低食物里程。產地農會珍惜消費者對農會品牌的信任優勢，做好品質管理、促銷與推廣，推動產業發展。研究單位可朝消費族群喜歡嘗試、嘗鮮及食用方便性等消費趨勢，選育及引進其他鮮食葡萄品種。

中部地區葡萄農民對地區品牌需求性之研究

本研究調查中部地區葡萄農民對地區品牌需求性，研究發現藉以產地的自然環境及農民良好的栽培技術，以生產高優質的葡萄，中部地區種植葡萄的農民年紀以 41 歲 ~55 歲、男性、教育程度為高中職、種植葡萄時間以 11~20 年為最多，種植葡萄面積以 0.6~1 公頃為最多，平均每 0.1 公頃可採收葡萄以 2,001~3,000 公斤，市場最主要銷售方式為直銷者，每斤葡萄平均可賣金額 30~50 元、種植葡萄平均每年收入低於 100 萬、直銷收入 1 萬 ~50 萬等占受訪者農民的比率為最高，農民沒有自己的葡萄品牌占受訪者農民的比率為最高。地區品牌以「產地證明標章」為基礎，從產地開始，透過行銷形成地區的品牌形象。農民都相當認同以當地名稱來推動地區品牌，提高葡萄的能見度，也認同葡萄是當地具有地理特色的農產品，有發展產地證明標章的必要性，更將有助於地區行銷。

有機紅龍果果醬製作之研究

紅龍果為近年相當熱門的新興水果，具有極高的營養價值。本研究探討紅龍果果肉及果皮之營養成分和果膠含量，並選擇有機栽培之紅龍果，進行有機紅龍果果醬製作。結果顯示，在不同部位比較中，有機栽培之紅龍果全可溶性固形物、糖酸比、銅、鋅和鐵含量以果肉高於果皮；而類胡蘿蔔素、可溶性果膠、不可溶性果膠、鉀、鈉、鈣及鎂含量以果皮高於果肉。在不同品種比較中，類胡蘿蔔素含量、果肉之總酚類含量、果皮之鈉、鈣及可溶性果膠含量以紅肉種高於白肉種。在果醬製作以紅肉種及白肉種紅龍果為不同原料，內容物再分為含果皮及不含果皮，進行感官品評試驗，香氣、色澤、口感、風味皆以紅肉種加果皮之果醬最受喜愛，軟硬度以白肉不加果皮之果醬最受喜愛，果醬配方整體表現受喜愛程度依序為紅肉加果皮果醬、白肉不加果皮果醬、白肉加果皮果醬，紅肉不加果皮果醬。有機紅龍果果醬製作，可增加紅龍果產業多元化利用，並提升食用安全性及果品價值。