

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350公頃，協助17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、輔導農會團體設置機稻米、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，辦理產學合作1項計畫及18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，本年共辦理農業專業訓練9個班別，分別為1.初階班訓練 - 設施蔬菜栽培管理班，2.農業入門班(園藝產

業)，3.農業入門班(農藝產業)，4.進階班訓練 - 設施蔬菜無土栽培管理班，5.進階班訓練 - 葡萄栽培管理班，6.進階班訓練 - 土壤肥料管理班，7.進階選修訓練 - 設施蔬菜栽培管理班(創新技術)，8.進階班訓練 - 特用作物及雜糧栽培管理班，9.高階訓練 - 設施蔬菜高階管理班，合計結訓學員262人。

102年辦理農民學院訓練情形

訓練班別	訓練日期	學員人數
1.初階班訓練 - 設施蔬菜栽培管理班	05月13日-06月07日	30
2.農業入門班(園藝產業)	06月18日-06月20日	29
3.農業入門班(農藝產業)	07月02日-07月04日	29
4.進階班訓練 - 設施蔬菜無土栽培管理班	07月15日-07月26日	29
5.進階班訓練 - 葡萄栽培管理班	07月29日-08月02日	29
6.進階班訓練 - 土壤肥料管理班	09月09日-09月13日	30
7.進階選修訓練 - 設施蔬菜栽培管理班(創新技術)	09月24日-09月26日	32
8.進階班訓練 - 特用作物及雜糧栽培管理班	10月14日-10月18日	30
9.高階訓練 - 設施蔬菜高階管理班	11月05日-11月07日	24
合計		262



102年6月18日園藝入門班田間實習作畦情形



102年8月1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

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258人。

辦理轄區內農業推廣人員在職訓練，

102年度農業推廣人員在職訓練情形

訓練班別	訓練日期	學員人數
家政推廣人員專業訓練班	03月27日	98
農業推廣人員訓練班	03月06日	160
合計		258

中彰投地區合理化施肥政策效益之分析

本研究目的除了瞭解臺中地區農民對合理化施肥政策認知、推行效益之外，主要在研擬國內化學肥料補貼政策，尋求達到在政府支出不增加下，農民選擇直接對地補貼或農友卡方案之意見與態度。研究結果顯示，農民優先選擇農友卡較直接對地補貼為多，也就是農民會希望優先選擇與現行化學肥料補貼方式改變較小之農友卡。未來對於化學肥料補貼方式之調整，建議：1.農友卡之實施可簡化為身分證做為辨識之依據，應用資訊科技建置農友基本資料，並設定補貼不超出原價差補貼方式預算內之上限金額，執行時先針對農民擔心發生的疑問，做充分說明，才能讓政策改革順暢，並讓多數農民滿意。2.未來待農友資訊建置完備後，也可選擇一個鄉鎮(區)先期示範，於示範執行時，比較農友卡與直接對地補貼政策之優缺點，農民將更能實際感受到兩種政策之差異，進而做出適合農民耕作方式，又可以達到合理化施肥，兼顧農產品品質及對生態環境的貢獻之優先選擇。3.農政單位於推動合理化施肥工作項目，可將作物營養管理診斷，及如何正確使用微生物肥料或有機質肥料之技術，於短天期之示範推廣研習，或系統性之農民學院教育訓練課程中指導農民適地、適時、適量、適法合理化施肥。4.合理化施肥農產品標章認證制度之可行性，需先建立合理化施肥標準化作業規範，然而達到合理化施肥效益除了控制適當肥料施用量之外，農藥與水源都

可能是影響最終產品較慣行施肥農產品優良之因子，因此引發危害之風險管理指標不易界定，有待後續研究者，從市場面及消費者需求層面加以探討，參考環境友善方面之研究，考量與碳足跡等標章結合推廣。

臺中場技術移轉案服務品質與成效分析

本研究以92至102年承接本場技術移轉的業者為調查對象，總共125件。為瞭解本場技術移轉服務品質與成效，扣除重複的續約業者共發出100份問卷，回收有效問卷78份。臺中場的技術移轉案以企業承接最多、平均授權金額也較高。技術移轉案類型以設備資材、植物品種及食品加工類占最多。專屬授權的技術移轉以植物品種類和生物技術類較多，主因是避免植物品種及菌種外流。臺中場有收取衍生利益金的技術移轉案件，依不同的技術移轉案件每年收取生產產品銷售總額1~3%，經換算後有2件技術移轉業者的銷售總額有高達700~800萬元。不過也有9件無衍生利益金收入，值得研究人員深入瞭解原因來協助技術移轉廠商。受訪業者對本場的技術移轉案服務品質滿意度都相當高，平均整體滿意度達4.24，介於滿意至非常滿意間。技術移轉的成效方面，受訪業者認為「縮短技術時間」、「提高知名度」及「改善品質」為技術移轉時最重要的成效因素。「缺乏行銷推廣」、「市場資訊不足」及「缺乏通路合作對象」是商品化時遭受最困難的原因，當技術移



轉時，可請業者先提出通路規劃並評估可行性。影響業者續約主要因素是技術移轉的產品能增加獲利，不續約的原因主要是因產品「銷售不佳」，主要考量還是以銷售市場為導向。因從事研發創新的研究機構通常缺乏商業化的經驗與對廠商經營策略的了解，而執行科技創新成果的民間廠商可能因本身能力不足，造成創新成果難以商業化的困境。建議未來的研發方向應朝向「市場競爭導向型」的研發創新為主。

中部地區青年農民培育訓練及輔導之成效分析

本研究進行99~101年參加臺中場辦理葡萄栽培管理班學員的訓練成效追蹤，發現49.3%學員表示參訓後在產品銷售額增加11~20%，在農業經營利潤提升11~20%，顯示農民參加訓練後，在銷售額與利潤有實質的幫助；在生產、行銷、人力資源、研發能力、財務、資訊、風險、社會參與及政策法規等構面能力提升部分，平均數在3.27~4.14，介於普通至非常同意之間，顯示參加農民學院訓練後，對農民農業專業能力養成有助益。其次以參加102年農民學院臺中場辦理訓練班的學員為對象，調查其參訓前、後認知能力的改變及對課程滿意度情形，分析資料顯

示，訓練後在17項認知能力平均數均比參訓前來得高，17項農業認知能力在訓練後有差別，得知訓練對學員在農業認知能力是有影響的；滿意度部分，學員對農民學院訓練安排等13個項目滿意度平均數在3.96~4.55，介於同意及非常同意之間，其中在「未來將持續參加農民學院所開設的訓練課程」項目平均數最高4.55，表示同意及非常同意者達96.2%，可知農民學院開設農業專業訓練，所提供的訓練服務深受民眾喜愛，讓參訓學員想持續參加。最後進行中部地區葡萄農民經營管理能力調查，完成問卷草案乙式，並以中部地區(中彰投)從事葡萄農場經營的農民進行試訪，在生產、財務、人力資源、行銷、研發能力、資訊、風險、政策法規等構面作經營管理能力足夠否作調查，統計結果發現，各構面克朗巴哈 α 係數均在0.8以上，內部一致性信度可信；整體而言，在社會參與構面增加問項至3個，風險管理與政策法規構面，由2個問項增加為3個問項作調整。除此之外，本場於102年3月6日辦理 - 農業推廣人員暨青年農民講習會，安排青年農民在地行銷通路與商業模式之案例介紹演講，及進行農業推廣人員與青年農民溝通座談，總計約160人次參與，提出農業政策、農業專業訓練之需求作政策參考。



推動農業產業整體發展

本場為提昇轄內各鄉鎮農民團體、農業產銷班經營之效率，本年推動「臺中區農業產業整體發展計畫」，針對葡萄、梨、紅龍果、番石榴、稻米、茄子、洋蔥、茉莉花、蔬菜、花卉、果樹及其他特作等，



由本課會同主計及政風人員查核計畫執行成果

總計有17個農民團體，辦理蔬果品質評鑑7場、農特產品促銷活動2場、產銷設施補助12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。

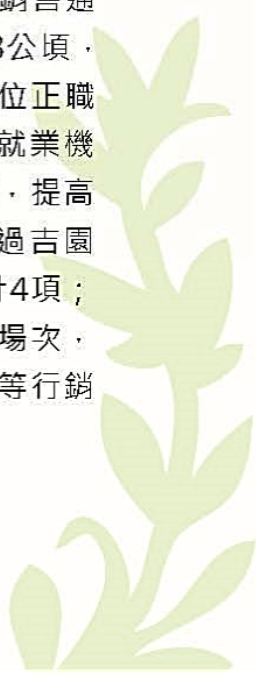


藉由擴充視聽教育設備以提昇農民團體競爭力

青年農民輔導

配合行政院農業委員會推動「102年度青年農民專案輔導實施計畫」，遴選20位青年農民，分別從事水稻、蔬菜、果樹、花卉、茶葉及菇菌類產業；本場研究人員依產業別成立輔導小組與陪伴輔導師共同輔導青年農民，了解其需求及遭遇之瓶頸並設法解決，總計現場輔導71次。102年青年農民耕作面積總計為51.18公頃，

經本場協助青年農民選擇栽培品種、改善管理方式、協助加入產銷班、增加銷售通路、取得經營農地等，擴增為66.93公頃，擴增率達30.8%。輔導期間增加6位正職及10位臨時農業人力，促進在地就業機會；輔導4位青年農民加入產銷班，提高農業經營效益；輔導青年農民通過吉園圃、產銷履歷及有機驗證之產品計4項；為拓展通路，安排參加展售活動5場次，虛擬通路2場次；協助品牌、包裝等行銷



設計共9件；成功導入4個本場育成品種，提昇農業經營品質；每月定期辦理青年農民工作輔導會議，經由討論每月執行進度，採滾動式檢討，以落實輔導機制，以

期提昇競爭力。另在本場開放日舉辦「青年農民論壇」活動，邀請產官學界專家進行案例分享及座談，參加人數共計220人。



本場輔導 20 位青年農民開心地與來賓合照



本場開放日時辦理展售活動，農委會胡興華副主委關心青年農民銷售情形

農業產銷班輔導與中部地區十大產銷班評選

本場派員下鄉協助產銷班解決班務及生產問題，並宣導及講授有關政策、經營及產銷之課程，以提升產銷班之企業化及現代化能力。本年針對南投縣竹山鎮茶業產銷班第22班、魚池鄉特用作物產銷班第9、10班、國姓鄉養蜂產銷班第1班、國姓鄉特用作物(咖啡)產銷班第3班、仁愛鄉花卉產銷班第5班、臺中市外埔區紅龍果產銷班第1班與新社區花卉產銷班第7班、彰化縣大村鄉葡萄產銷班第22班、永靖鄉蔬菜產銷班第8班與二林鎮蔬菜產銷班第23班之班組織、生產、行銷、財務及現場等進行經營管理改善工作。經參與十大產銷班評選，臺中市外埔區紅龍果產銷

班第1班獲選為102年全國十大績優農業產銷班，另南投縣竹山鎮茶業產銷班第22班、國姓鄉養蜂產銷班第1班、新社區花卉產銷班第7班、彰化縣大村鄉葡萄產銷班第22班、永靖鄉蔬菜產銷班第8班與二林鎮蔬菜產銷班第23班等，獲選為102年優良農業產銷班。

小地主大佃農政策推動與輔導

輔導大佃農擴大經營規模計有43人次，面積350公頃，協助撰寫經營及補助計畫書外，協助縣府辦理初審及農糧署的複審，為使政策落實並讓農民充分瞭解，辦理座談會及派員至宣導場合擔任講師，年度累計達5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	43
輔導面積	350
初審會議	3
宣導講習	5

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，總計輔導35個果樹產銷班(面積109.9

公頃)；24個蔬菜生產單位(面積119公頃)；及13個稻米產銷專區及農民團體(面積366.3公頃)通過驗證，另外提供各品項TGAP手冊給150個農民參考與紀錄，並協助提供技術諮詢與輔導。

102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	35	109.9
蔬菜	24	119.0
稻米	13	366.3
合計	72	595.2

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，於本場月刊或農業雜誌發表梨、番石榴、荔枝、鮮食葡萄、茭白筍、龍眼、椪柑各市場各月份交易行情分析，

及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，公佈於本場農民服務中心，隨時提供農民查詢。



102年重要蔬菜產地價格行情表

交易日期：102.1.1~102.12.31

市場名稱：溪湖鎮果菜市場

總交易量：42,324公噸

總平均價：19.5元/公斤

產品名稱	平均價(元/公斤)	交易量(公噸)
花椰菜	16.5	14,863.1
胡瓜	16.7	1,081.7
花胡瓜	31.3	477.0
冬瓜	10.7	593.5
絲瓜	20.0	1,239.0
苦瓜	30.8	1,651.3
扁蒲	14.2	353.0
茄子	32.6	807.1
番茄	27.0	528,767.0
甜椒	23.3	3.8
豌豆	65.0	898.3
菜豆	40.8	198.3
敏豆	50.1	218.3
青花薑	11.9	1,622.9
越瓜	13.7	206.7
南瓜	14.5	172.0
虎豆	41.9	4.0
甘藍	11.1	6,768.5
包心白	11.5	2,925.1
蘿蔔	9.2	1,661.3
胡蘿蔔	11.3	904.2
洋蔥	19.1	284.1
青蔥	36.5	1,094.0
韭菜	58.9	1,839.1
萵苣莖	20.6	47.2
芋	43.3	11.6
大心菜	20.5	520.2
球莖甘藍	11.8	1,349.9
<平均/小計>	19.5	42,324.0

農業產銷班資料庫管理

為建立正確農業產銷班資訊，提供本場同仁技術輔導與推廣應用，本年共更新及維護臺中區1,602班。各產業班別分別

為果樹646班、蔬菜378班、花卉175班、特用作物129班、水稻71班、菇類56班、雜糧23班、蜂業16班、休閒農場7班、毛豬47班、肉雞12班、蛋雞6班、牛14班、羊10班、鹿9班、水禽2班及其他類1班。

102年臺中區農業產銷班整合情形(民國102年12月)

產業別	臺中市	南投縣	彰化縣	小計
果 樹	322	160	164	646
蔬 菜	81	135	162	378
花 卉	42	64	69	175
特用作物	10	110	9	129
水 稻	37	4	30	71
菇 類	20	23	13	56
雜糧	7	4	12	23
蜂	5	6	5	16
休閒農場	0	7	0	7
毛 豬	16	5	26	47
肉 雞	4	3	5	12
蛋 雞	1	0	5	6
牛	3	1	10	14
羊	2	3	5	10
鹿	0	8	1	9
水禽	0	0	2	2
其 他	0	0	1	1
合 計	550	533	519	1,602

中部地區農民團體設立農夫市集意願之研究

本研究從經營主體、經營類型、經營能力、經營策略、需政府協助之項目及經營意願等六個面向，探討中部地區農民團體設立農夫市集之能力，以及影響其經營

意願之因素。研究結果發現，影響農民團體設立農夫市集意願之因素包括有無經費來源、消費人口數、產品種類多寡，以及是否有合適場地等。農民團體設立農夫市集之投入人力以1~2人，投入經費以5萬元以內可能性較高，類型以1週擇1天辦理及1個月擇1週末辦理意願較高，且經營

規模以15攤以下可能性較高。若由政府主動輔導及協助農民團體設立農夫市集，設



合樸有機市集

立意願可由40.5%提昇至69.2%。



常態性農夫市集

提昇中部地區農民施肥服務創新之研究

本研究為了瞭解中部地區農民對創新施肥服務的接受程度，進而探求農民提昇服務創新之方法，俾維護生產環境，促進農業永續發展。受訪之農民同意創新措施會提昇農業競爭力者占89.9%，本研究歸納4種施肥創新服務執行方式中，以「直接對地補貼」占最高，約為48.6%，其次是「農友IC智慧卡」，占20.3%，再其次為「委由當地青年農民負責經營」，比率為17.6%，最後則是由「地區農會成立代耕團隊」，占13.5%。另探討付費施肥方面，由「地區農會成立代耕團隊」及「委由當地青年農民負責經營」2創新執行方式，皆以低於5,000元/公頃占最高，比率分別為37.7%及39.1%。建議未來執行方式以「委由當地青年農民負責經營」配合農委會青年農民專案輔導實施計畫辦

理，藉由該計畫之施行將施肥服務創新概念導入農村，以達政策雙贏之目標。

紅龍果生產成本調查

為了解農友種植紅龍果利用電照延長產期之生產成本與農家賺款，102年調查結果顯示，無電照者每公頃需投入生產之直接成本為1,021,938元，其生產結構中，以人工費478,393元最高，占直接成本的46.8%，另加入設施設備之折舊、地租與資本利息等，即生產費用總計為1,205,143元；電照者之直接成本與生產費用總計皆較高，每公頃分別為1,188,420元與1,401,350元/公頃。產量及損益方面，每公頃無電照與電照之產量分別為47,067公斤與39,384公斤，每公頃產值為2,052,534元與2,281,512元；扣除生產費用總計後，每公頃損益為847,391元與880,162元。農家賺款方面，農友主

要以自家勞力投入為主，無電照與電照之自家勞力參與的工資分別占72.9%與68.4%，無電照與電照之農家賺款分別為

1,213,050元與1,267,193元，以電照之農家賺款較高。

102年紅龍果無電照與有電照之生產成本比較 單位：元/公頃

成本項目	無電照	有電照
人工費	478,393	536,749
(自給)	348,711	366,849
直接費用	1,021,938	1,188,420
間接費用	108,021	139,566
生產費用總計	1,205,143	1,401,350
產量	47,067	39,384
產值	2,052,534	2,281,512
損益	847,391	880,162
農家賺款	1,213,050	1,267,193

農村生活

輔導農村生活與社區人文發展

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，本年共輔導轄區農會執行重點工作：強化家政

班功能663班、高齡者生活改善82班、農村社區生活服務中心9處、家事管理訓練7班，增強社會服務能量活化社區機能、強化農村發展及改善農村生活品質。

102年輔導強化農村婦女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		
強化家政班功能(班)	307	128	228	663	
農村高齡者生活改善(班)	34	20	28	82	
農村社區生活服務中心(處)	5	0	4	9	
家事管理訓練(班)	0	2	5	7	

發展農特產地方料理

進行地方農特產料理相關工作，辦理「在地食材開發運用研習」1場次115人參加，「在地食材地方料理產品展示及觀摩」1場次，並規劃地方料理展示21組、

料理示範2道、田媽媽產品展售6攤位，參與總人數計有294人；進行臺中轄區田媽媽經營班資源盤點34班，增進當季在地食材之認識與運用能力，並輔導發展地方特色料理。



在地食材地方料理產品展示觀摩活動

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18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，發佈新聞稿28篇及召開記者會3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202則數。

102年媒體播出及刊出情形

媒體	則數	百分比(%)
中國時報	10	5.0
聯合報	5	2.4
自由時報	6	3.0
臺灣時報	9	4.5
青年日報	5	2.4
民眾日報	2	1.0
中華日報	7	3.4
真晨報	4	2.0
中華經濟報	1	0.5
電子報	125	61.9
廣播	28	13.9
合計	202	100.0



召開記者會傳播農業政令、科技新知及消費等資訊

臺中地區重要水果消費習慣之研究—以甜柿為例

臺灣柿子產量有75.2%來自臺中地區，其中甜柿因毋需脫澀即可食用，外形鮮艷容易吸引消費者，經試驗研究單位的技術研發及柿農良好栽培管理，甜柿的知名度日益提高，成為臺中地區重要水果之一。因此本文以甜柿為例，由消費面進行調查研究，其重要結果如下：

1. 親戚朋友的口耳相傳是獲知選購水果相關資訊最重要的傳播管道，其次是電視及賣場廣告，政府或農業團體宜善用電視或賣場，提示消費者水果產期及宣導選購水果相關資訊。
2. 消費者選購甜柿主要考量因素前三項依序為「新鮮度」、「果肉甜度」、「果肉口感」，針對本土國產甜柿「新鮮度」之優勢宣導及促銷，讓消費者享受能「吃在地食當令」，並加強品質之穩定性，奠定國民消費國產甜柿的習慣。
3. 最常購買甜柿地點為「傳統市場或夜市的水果攤」，最喜歡購買甜柿禮盒單價為501~1,000元；購買進口甜柿主要原因為「品質較穩定」，有52.4%受訪者在購買水果時會考慮品牌，最信任的品牌為「農會品牌」，產地農會可利用消費者對農會的信任優勢，進行促銷與推廣，推動產業發展。
4. 甜柿的形象及價格較高於一般水果，會被選擇為送禮產品，消費者最重視甜柿包裝盒應具備的條件前六項依序為標示「產地」、「最佳賞味期限」、「品種」、「重量與規格」、「生產者資料」、

「貯存方式」，應可供生產者對果品品質掌控及包裝參考，以符合消費者需要。

5. 加強對消費者宣導甜柿產業文化與體驗活動，讓消費者了解甜柿相關常識與訊息，對於推動地產地消與產業地區品牌的建立應有助益。

水果地區品牌建構之輔導策略研究—以摩天嶺甜柿為例

優良水果是利用產地自然環境及良好栽培技術所生產，並藉由地區品牌提高其能見度，地區品牌的發展以「產地證明標章」為基礎，以產地為出發點，形成地區的品牌形象。研究發現，摩天嶺地區種植甜柿的農民以年紀41歲以上、男性、教育程度為高中職、種植甜柿以11~20年為最多、種植甜柿面積以1甲~3甲為最多、1分地平均可採收粒數為5001粒~8000粒、甜柿重量集中等級為8~10A、甜柿生產技術與其他農民比較其生產技術大致一樣、甜柿為富有品種、農民栽培甜柿於市場中銷售方式為行口(販運商)、種植甜柿的平均年收入110萬~200萬、直銷的年收入為低於1萬5000元、農民在銷售方面沒有自己的品牌等占受訪者農民的比率為最高。對於摩天嶺甜柿產地證明標章之需求性表示同意者為最多，並認為摩天嶺甜柿是具有地理特色的農產品，有發展摩天嶺甜柿產地證明標章的必要性，受訪者對摩天嶺甜柿地區行銷推動需求性表示同意，並且贊成由農會等地區性組織建立產地共同商標，以增加市場之能見度，但在以直銷

方式銷售甜柿的農民較不需要申請產地證明標章及地區行銷，在沒有自家甜柿品牌的農民對於產地證明標章階段及地區行銷極有需求性。

有機鳳梨食用多樣化之研究

以有機栽培及慣行栽培之金鑽鳳梨進行果實外觀、糖度、有機酸、維生素C及粗纖維含量比較，有機栽培之果重、果高及果寬都明顯小於慣行栽培，有機栽培鳳梨糖度14.56° Brix高於慣行栽培鳳梨，但未達顯著性差異。維生素C、有機酸及粗纖維以慣行栽培鳳梨高於有機栽培鳳梨，並達0.05顯著性差異。不同耕作方式(有機栽培及慣行栽培)之金鑽鳳梨，果實內營養元素含量比較，氮、鉀、銅、錳之含量以慣行栽培高於有機栽培，鈉、鈣、鎂、鐵之含量則以有機栽培高於慣行栽培，磷與鋅之含量兩者間並未達顯著性之差異。以有機金鑽鳳梨及一般慣行栽培金鑽鳳梨等量原料及配方製成鳳梨餡，並製作成鳳梨酥後，進行口味品評試驗，在香氣、色澤、口味、風味、軟硬、整體感及整體表現，均以有機栽培鳳梨餡之得分高於慣行栽培鳳梨餡。以不同配方鳳梨酥皮品評，在香氣、色澤、口味、風味、軟硬、外皮與內餡結合之整體感及整體表現，均以100%低筋麵粉為酥皮原料之得分高於以低筋麵粉70%混合米穀粉30%為酥皮原料，並達到0.001顯著性差異。除鳳梨餡利用外，本研究亦完成鳳梨調理果醋、鳳梨乾、鳳梨冰淇淋、鳳梨果醬、

果凍、果汁、沙拉及鳳梨入菜等食用多樣化製作。

文心蘭除芽處理技術及品種更替對產業經營管理模式影響與產銷成本收益之分析

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，佔88.2%，栽培管理者之年齡多分佈在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，大多數經營者之栽培場土地為自有，投資金額多介於500~600萬，且多為獨自經營。調查結果指出，受訪者中以利用除芽處理之栽培者居多，佔86.7%，採用之主要原因為收益增加，而不採用者此處理技術者，多因該處理技術會影響文心蘭植株之後續生育為主要原因，在成本分析上，文心蘭切花生產時使用除芽處理技術，主要是於人工處理費用及植株損耗費用上，較不使用除芽處理技術者有著較大的花費，然使用除芽處理技術之栽培者其平均收益有明顯增加的現象，產期亦由9~11月調節為11~12月；在品種更替中，大多數栽培者將栽種之Oncidium Grower Ramsey更替為Oncidium Honey Angel，採用品種更替之主要原因為收益增加，而不採用者，多因未掌握該品種栽培技術為主要原因，在成本分析上，是以種苗費用及人工費用居多，品種未更替之栽培者無此些花費，然進行品種更替之栽培者，收益上亦有明顯增加的現象。



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2,709人次、國外來賓323人次，提供各項農業諮詢服務及推廣教材共計19,723人，包括診斷服務

9,606人次，電話服務4,550人次，信件服務225人次，E-mail服務1,432人次，傳真服務111人次，簡訊服務2,266則，全場同仁下鄉服務1,533人次；另派員擔任講習會講師413場次及派出講師550人次。

102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	59	2,709
引導外賓參觀	29	323
擔任講習會講師	413	550
農民諮詢服務及教材提供	19,723	19,723
(1)診斷服務	9,606	9,606
(2)電話	4,550	4,550
(3)信件	225	225
(4) E-mail	1,432	1,432
(5)傳真	111	111
(6)簡訊服務	2,266	2,266
(7)同仁下鄉服務	1,533	1,533



接待國內外團體參訪及提供諮詢服務