

114 年農業部農糧署輔導設置農村社區農產品銷售據點計畫

說明簡章

一、目的

農業部農糧署(以下簡稱本署)為結合農村社區加強農特產品銷售之推動,爰應用農村再生基金,輔導地方政府及農民團體辦理農村社區小舖、農民直銷站、農民市集設置與經營,透過地方政府及農民團體結合農村社區,規劃設置場域或利用舊有建築物,或運用農會超市、展售中心等,成為行銷或推廣與銷售該社區農特產品據點,以增加農產品行銷管道,宣導地產地消理念。

二、推廣宗旨

- (一)為「地產地消」,減少中間流通成本,縮短食物里程,推動定期定點辦理,提供消費者新鮮、安全、安心、具地方特色及魅力的農產品。
- (二)建構小農銷售平台,開拓小農多元行銷管道,創造經營者新的商機,增加農家收益。
- (三)由農民親自銷售自產農產品給消費大眾,建立生產者與消費者互動管道及互信關係,發展尊重自然、友善環境的生產法則。
- (四)由農民秉自治自理精神,建立市集及直銷站之信譽口碑。
- (五)強化據點人才培育、農民輔導、消費者經營等面向,將永續精神融入經營理念。

三、推動策略

輔導據點類型以「農村社區小舖」、「農民市集」及「農民直銷站」3種模式為主,以新鮮、安全、安心及多樣化為訴求,由農民以當日或當季自產之生鮮農產品或初級加工品,自行訂價並擔負產品安全責任,透過面對面互動,將安心直接傳送給消費者,並讓農民親身感受農產品市場的銷售資訊。

- (一)農村社區小舖：據點之大小原則依設置地點室內空間規劃及需求，以專櫃、專區或展售架陳列等方式，提供社區農民銷售農產品，並以每日銷售方式辦理。
- (二)農民直銷站：於現有農民團體超市設置農民直銷專區，提供小農平日常態銷售管道，讓消費者可以「看得到生產者的臉」照片等生產資訊。
- (三)農民市集：利用假日於人潮聚集地(如觀光景點)設置定期定點市集，提供在地小農銷售自產農產品，及與消費者「面對面行銷」互動管道。

四、實施方式

(一)輔導對象：直轄市、縣(市)政府、農民團體、農業相關團體等。

(二)設置地點

- 1.農村社區小舖、農民直銷站：於現行已設有超市、賣場等有意願運用既有空間設置農民直銷專區或經主辦單位自行評估確有需求，需考量住戶人口多寡(商圈)、社區消費水準、交通便利(含停車場)及農民供貨便利者等因素。
- 2.農民市集：觀光景點、公園、閒置空地(既成場所設置臨時市集)或其他人潮聚集地等，上開土地需合法利用，並取得場地使用同意書(至少3年以上)，審核農民市集成立申請時，以鼓勵設置於鄰近性別友善設施之地點，或設置臨時哺(集)乳室、性別友善廁所等為優先。

(三)展售時間

- 1.農村社區小舖、農民直銷站：以平日賣場常態營業時間為主。
- 2.農民市集：利用假日(週休二日)或固定時間，每週或隔週擇定1或2日辦理或每月定期定點至少2次以上。

五、補助方案：

(一)方案一：一般補助

1.申請資格

- (1)農村社區小舖：初次成立至少應有 10 人以上農民參與。
- (2)農民市集、農民直銷站：至少應有常設 20 個攤位（或 20 人）以上農民參與。

2.補助原則

- (1)本年度以優化既有農產品直銷據點，使據點較一般通路更能傳達「地產地消」精神作為經營重點，補助項目以能「讓參與直銷據點農友被看見」及能加強落實本簡章後列「七、共同遵守規範」為優先，申領補助項目舉例如下：

a.軟體面：製作足夠揭示資訊的農產品標籤、產地故事或農友介紹、在地農產品直銷宣傳(如站點 POP 文宣物)、據點維運人員或供貨農友之教育訓練、顧問輔導費用、辦理區域串聯活動等。

b.硬體面：設置所需之展示桌、展售架、帳篷、廣告牌、冷藏展示櫃等設備。

- (2)各類型據點補助金額上限如下：

單位：萬元(新台幣)

年度	農村社區小舖	農民直銷站	農民市集
第一年	30	60	60
第二年	15	50	40
第三年(含)以上	10	20	20

- (3)資本門經費之配合款不得少於 50%、經常門經費之配合款不得少於 25%。

3.研提內容

- (1)各主辦單位須在「基本資料表」及「提案影片」中說明以下各項之

規劃，以利審查：

項目	說明
A. 立地條件說明	包括設置地點與周邊空間概述、消費型態、預估消費力及在地特色。
B. 組織資源整合	1.結合農再社區數量。 2.供貨農民數量及供貨月份。 3.具有機農產品標章產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項。
C. 預期效益與銷售實績	1.農民預期效益質化/量化數據。 2.新據點如為超市內增設之直銷據點，請說明前1年度銷售實績。 3.已設立據點者須檢附前3年度銷售實績（可包含超市營業額）。
D. 營運管理機制	營運管理組織及規範、營運期間、教育訓練、及農民上架機制概述。
E. 行銷規劃	發展亮點、主軸與策略、農產品行銷宣傳活動、食農推廣活動規劃。
F. 其他配合政策執行事項	如配合行銷當季蔬果、設置政策相關專區。

4. 評分基準

項目	佔比
立地條件說明	10%
組織資源整合	20%
預期效益與銷售實績	15%
營運管理機制	25%
行銷規劃	25%
其他配合政策執行事項	5%
合計	100%

(二) 方案二：亮點直銷站補助

- 申請資格：研提本署「農村社區農產品銷售據點計畫」（以下簡稱本計畫）第二年(含)以上之農民直銷站。
- 補助原則：入選名單計4處，獲選據點每處各獲得新台幣200萬元補

助款(以近2年未獲亮點直銷站補助之據點為優先補助對象)。

3.研提內容：

各主辦單位須在「基本資料表」及「提案影片」中說明以下各項，以利審查：

(1)直銷站執行現況：

項目	說明
A. 營運情形	1.目前營業概況(每月合作上架銷售農友數、到訪人次等) 2.是否具備完善運營體制，並已持續二年(含)以上。 3.是否有對在地生產者或直銷據點人員進行相關教育訓練。
B. 銷售及供貨情形	1.如何確保供貨穩定？ 2.是否有協助平衡農產品產消之作為？ 3.是否有環保減碳作為(如蔬果減量包裝、減少廢棄物、減少未賣出之農產品損耗...等)？
C. 跨域合作	1.是否與地方單位或其他行業、其他團體、企業等在地組織具備互助、合作關係。 2.是否有相關機制或成果，調度跨據點之農產品或共同行銷？ 3.在飲食料理開發是否已有初步成果，如：地方風味餐、田媽媽料理或是餐廳食材合作。
D. 食農教育推動概況	1.生產者或據點人員是否能與消費者直接交流，進行食農教育，並傳達在地農產品的特色與魅力。 2.針對外部消費者是否有展開行動，加深對國產和在地農產品的生產方法和品質、時令期間、烹飪方法等的理解和關心。 3.說明目前已開發的食農教育活動或體驗遊程
E. 每月營運數據填報	1.是否於每月10日前填報上一個月營運數據。 2.提供近三年相關營運數據。

(2)直銷據點整合規劃：

項目	說明
A. 年度優化項目	114年亮點以發展複合式地產地消及食農教育之平臺，請就下列子項說明： 1.請說明114年度直銷站優化目標。 2.硬體設施提升規劃(如：料理教室、餐廳等) 3.年度食農活動規劃整合(如：農遊體驗、農村小旅行、亮點農產行銷、特色餐等) 4.如何執行以強化直銷據點有別於一般通路的亮點。 5.優化項目呼應SDGs那一指標並解決什麼問題
B. 預計效益	請說明據點整合規劃後將如何提升推動地產地消與食農教育，例如：規劃用於哪些農產展售、體驗活動、教學空間、社區合作計畫等，以及預期效益與目標對象。

*註：上述說明欄的每個問項之文字敘述以 300 字為限。

4.評分基準

項目	佔比
營運情形	10%
銷售及供貨情形	10%
跨域合作	20%
食農執行概況	20%
營運資料回報	5%
年度優化項目	25%
預計效益	10%
合計	100%

(三)各主辦單位可於基本資料表中同時申請方案一、方案二，但單一據點僅會錄取其中一方案。

六、研提與審核程序

(一)由各主辦單位擬具相關資料送各區分署，續由各區分署送本署進行書面審查。

(二)由本署邀請 2 至 5 位產官學等專家、學者及有關單位代表組成審查小組召開審查會議就入圍單位決定獲補助單位。

(三)審查方式：

1. 一般補助採書面審查為原則，經邀集委員召開審查會議決定獲補助單位。
2. 亮點直銷站補助採簡報審查，由申請單位者出席審查會議並進行現場簡報，經委員現場評分決定獲補助單位。

(四)未達評選標準得以從缺辦理。

(五)各主辦單位須提供資料如下：

- 1.基本資料表（並同時填報線上基本資料表）：

word 檔及線上填報連結將另行提供。依據勾選方案，分別填寫所需資料。

- 2.提案影片：

若同時申請方案一、方案二，須分別製作提案影片各一式。提案說明影片長度以 5 分鐘為原則，說明如下：

(1)影片內容：

- a、方案一：影片內容請包含前述之立地條件說明、組織資源整合、預期效益與實績、營運管理機制、行銷規劃、其他配合政策執行事項等 6 項規劃，及設置賣場空間介紹。
- b、方案二：以直銷站執行現況、整合規劃優化改善項目、後續執行規劃為主。

(2)影片需上傳至 YouTube 平台團隊代表人的有效帳號，並以「114 年農村社區農產品銷售據點計畫_單位名稱_一般補助」或「114 年農村社區農產品銷售據點計畫_單位名稱_亮點直銷站補助」命

名，片長依最終上傳 YouTube 的版本為主，不得超過 5 分鐘，並於基本資料表內提供上傳網址連結。

(3)影片瀏覽權限必須設定不公開，且影片格式應以可支援上傳至 YouTube 的檔案格式(含 avi/mov/mpg 等等)為主。

3.其他文件：「供貨名冊及生產資料」、「切結書」、「供應農戶審查紀錄表」、「自治管理規範」、「近 3 年銷售實績」（可包含超市營業額）、「展售場地同意書」等文件。

(六)依據農業部主管計畫補助基準及農業部主管計畫經費處理手冊相關規定辦理。

(七)必要時，本署及各區分署得邀請相關單位共同審查及實地勘查。

七、共同遵守規範：

直轄市、縣（市）政府、農民團體、農業相關團體等（以下稱主辦單位），應遵守以下規範。

(一)農民及產品定位

以當地個別農民或產銷班自產之「生鮮農產品」為主，「自產農產加工品（不含商業性產品）」為輔，少量多樣，由農民團體或主辦單位遴選機制進行資格及實地審核。販售農產品以具有機農產品標章、產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項為主，並簽訂契約書。

(二)產品安全確保及風險控管

1.農民應遵守安全用藥規定，生產安全之農產品，自負產品責任，並將「安全」（品質符合規定）、「安心」（資訊充分提供）直接傳送給消費者。

2.建立安全用藥檢測機制

- (1)由主辦單位自主管理辦理農藥殘留檢測，並自行訂定抽驗機制(每月至少抽驗 2 件並揭露於賣場)，如檢驗不合格者加強列管並負擔檢驗費 1/2。
- (2)屬有機、友善環境耕作、產銷履歷農產品依各該產品管理規範，加強辦理相關產品標示及品質等查驗，辦理年度執行檢討，俾供次年辦理之依據。

3.建立資訊透明化機制

(1)農村社區小舖、農民直銷站：

- a、建立電腦資訊系統，標籤內容包含產品名稱、生產者姓名、價格、包裝日期等資訊(含條碼)，以張貼於包裝袋上，利於進出貨之統計、結帳及產品品質控管。
- b、應於農產品前放置生產者照片及產品資訊簡介看版。

(2)農民市集：應於攤位前放置生產者照片及產品資訊簡介看版，並於產品張貼標籤，以進行產品安全及品質等風險追蹤控管。

(三)營運管理

- 1.由主辦單位自行訂定自治管理規範，其內容應包含農民進退場、上下架、產品規範、生產紀錄、抽驗機制、產銷與場地規劃、管理單位職責，以及相關切結書等事項。
- 2.營運管理：由主辦單位建立自主營運之獲利模式及確保設置宗旨，並適時開發新的生產者，以補足市場產季供貨不足，以及統籌維護展售場地環境整潔及衛生條件。
- 3.設施(備)維護與保管：由主辦單位自行維護與保管。

(四)回報營運數據及更新基本資料

- 1.主辦單位須配合於每月 10 日前本署指定處，回報前 1 個月之營業額資

料。本署將每季追蹤各據點填報情形，未即時完成填報之據點，將評估是否納入下一年度補助對象。

2.主辦單位須配合於本署指定處，每半年至少更新 1 次據點基本資料所有欄位，確保填寫資料為最新有效。

(五)各類型據點皆須完成 Google「我的商家」驗證，以在 Google Map 上出現據點資訊，方便消費者查找。商家名稱須包含農會名稱及據點類型（例如：永鮮農甜-臺南市永康區農會農民直銷站），並請上傳據點外觀照片。

(六)各類型據點若有申請直銷據點 CIS-小果共通識別系統，請務必遞交申請書，並主動回傳製作物照片以供對照。

(七)規劃廣告宣傳議題行銷：主辦單位應規劃辦理塑造具地方特色市集及直銷據點，發揮個人或產品群特色，依時令或季節進行主題行銷活動，活絡消費市場。必要時，應配合辦理政府產銷調節措施，協助農民產銷。

(八)鼓勵計畫核定之主辦單位，積極參加 114 年農民直銷據點地產地消推動計畫辦理之講習與訓練。

(九)計畫核定之主辦單位應配合提供執行情形及成果報告（包含半年銷售情形、農民參與人數、農民所得等），並由本署各區分署監督辦理進度、農民參與情形及會同專管團隊現場評核等相關事項。