



# 農業推廣

## 苗栗區農業多功能設施營運效益

本場於94年8月1日至9月30日以隨機抽樣之方式訪問參觀台灣蠶業文化館之遊客計143人，其中男性55人、女性88人，職業以軍警公教為主，佔45.65%，居住地則以桃、竹、苗地區為主，佔46.10%，進一步探討分析結果。84.62%的遊客為第一次參觀，回客率僅15.38%，但參觀二次以上之遊客，有77.27%表示比以前改善很多；參觀停留時間有39.72%的遊客為41~60分鐘，32.62%的遊客為61分鐘以上，26.24%的遊客為21-40分鐘，顯示本館展示內容具有可看性；有37.09%的遊客由親友介紹得知台灣蠶業文化館開放之訊息，另有25.17%的遊客由網路得知，12.58%的遊客則由旅行社得知，顯見行銷管道尚待加強；63.64%的遊客以搭乘遊覽車前來參觀，30.77%的遊客則為自行開車，顯示台灣蠶業文化館以團客為主；參觀之動機最主要為增廣見聞，佔37.20%，其次為參加團體活動，佔36.23%，顯示隨團被動參觀的因素仍多；對提供之旅遊資訊，有50.36%的遊客表示很滿意，有43.17%的遊客表示滿意。以上各項數據顯示，台灣蠶業文化館的維護管理及所提供的服務相當高。參觀後印象最深的為蠶的一生，佔21.12%，其次為蠶業生態走廊，佔14.56%，因此區設有蠶寶寶活體、且較有互動性，值得加強。對台灣蠶業文化館解說人員之導覽服務，有83.80%的遊客表示很滿意，有11.97%的遊客表示滿意，且對整體參觀品質有87分的評價，顯示台灣蠶業文化館的參觀滿意度相當高。



台灣蠶業文化館導覽服務



## 整合鄉村社區資源探討發展社區型休閒農業區

「鄉村社區資源」及「參與發展社區型休閒農業區之意願」二項作調查蒐集，社區中農作物產品、山、水、宗教信仰及重要節日活動最為豐富，另外社區中之休閒農場等多已涵蓋。若有規劃成功之可能性，認為有發展潛力者占50%，可以試試看31%，認為可以成功19%。由上述分析，社區贊助農業是可行的。

## 苗栗區休閒農業資源利用

將苗栗地區台十三線、台六線、台三線沿線休閒農業資源(農特產、農場、觀光農園、文化資產古蹟、藝術、人文地理景觀、風景名勝)及鄉鎮特色料理(田媽媽經營班)作彙整分析，並設計動線導覽，規劃一日遊四條動線、二日遊四條動線，並依地理環境及農特產塑造主題特色，透過大湖酒庄及公館二個生活資訊平台，讓休閒農業發揮連鎖經營效率，使消費者更易取得休閒農業資訊，讓苗栗成為休閒渡假好去處。

## 苗栗區農業發展運籌中心志願服務

為協助本場農業發展運籌中心各展館導覽解說服務工作之推展，擴大民眾參與層面，建立雙向溝通互動的機制，並滿足社會人士學習、成長、服務等多元的需求，本場於91年訂定「志工招募及服務實施要點」，並於94年9月24日起至12月6日止，分別利用平時暨週休假日共11天76小時辦理第二期的志工基礎暨專業訓練。本次志工訓練共有77人報名、53人實際參訓、42人合格結業。11天下來每位學員均滿載而歸、受益良多。

## 推動農業經營企業化營造優質產銷環境

本計畫係由農委會企劃處主辦，以縣市、鄉鎮農會或農業合作社(場)為計畫籌編、研提單位，各區農業改良場則協助進行受補助單位之輔導工作。本計畫目標擬由研提單位依地區農業發展或產品特色、目



標客群、地理因素或行銷通路等特性將資源與技術進行整合，並分析自身競爭優勢，發展差異化策略，以建構市場消費導向為主軸之產業價值鏈及地區農業經營模式。本場於94年度輔導大湖地區農會、苑裡鎮農會執行相關補助計畫，協助導入企業化經營管理理念、技巧與方法；未來本場將指派經營管理顧問專家進行專案輔導，提升整體農業經營效率。

## 農業產銷班整合輔導工作

截至94年12月底止，苗栗縣境內農業產銷班計有324班，班員數約6,517人；另養蜂產銷班部分，全台計有57班養蜂產銷班，班員數約575人，養蜂箱數96,700箱。

### 苗栗區農業產銷班輔導成效

產業別	班數(班)	班員數(人)	經營規模
蔬菜	86	1,679	1,566.44 公頃
果樹	151	3,222	4,051.24 公頃
花卉	15	199	142.36 公頃
稻米	16	409	517.97 公頃
雜糧	5	201	202.47 公頃
特用作物	16	282	289.07 公頃
菇類	2	22	6 公頃
養蜂	3	42	6,910 箱
毛豬	6	137	116,848 頭
羊	3	24	3,308 頭
牛	6	68	6,214 頭
鹿	1	14	184 頭
肉雞	10	175	2,965,200 隻
蛋雞	2	22	53,464 隻
水禽	1	13	26,600 隻
水產養殖	1	8	5.7 公頃
合計	324	6,517	--



### 全台養蜂產銷班整合輔導成效

縣市別	班數(班)	班員數(人)	養蜂箱數(箱)
桃園縣	1	10	835
新竹縣	2	31	6,095
新竹市	1	11	1,370
苗栗縣	3	42	6,910
台中縣	4	35	6,270
南投縣	4	37	5,730
彰化縣	5	50	7,700
雲林縣	5	47	9,510
嘉義縣	5	50	7,790
嘉義市	1	10	1,500
台南縣	14	144	25,805
台南市	1	10	1,300
高雄縣	5	50	7,145
屏東縣	2	15	2,600
宜蘭縣	1	8	1,300
花蓮縣	1	10	1,620
台東縣	2	15	3,220
合計	57	575	96,700

### 休閒農業輔導

協助輔導三義、造橋、大湖、西湖、南庄等五鄉鎮執行休閒農漁園區設置，從觀景台、解說牌設置、農村意象農園營造、園區生態環境改善、休閒旅遊服務中心改善、園區周邊環境綠美化、解說教育訓練、產業文化活動、導覽文宣、套裝行程之設計行銷做一系列輔導，執行總經費達215,250千元，已依計畫執行完成，並辦理開園營運，有效繁榮活絡農村經濟。



## 養蜂產業輔導

輔導桃園縣、新竹縣、新竹市、苗栗縣、台中縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市、台南縣、台南市、高雄縣、屏東縣、台東縣、花蓮縣、宜蘭市等17縣市，57個養蜂產銷班，575戶養蜂農家(飼養96,700箱蜜蜂，從產業調整、生產技術、經營管理、行銷設計、品質提昇、訓練講習、檢驗評鑑…等多項措施加以輔導，以提昇養蜂產業競爭力。本年度更加強蜂業經營轉型輔導，設置了5個蜜蜂生態園區，台中霧峰丁台蜜蜂生態園區、台南南化烏山蜜蜂生態園區、高雄橋頭台糖蜜蜂生態園區、屏東山地門原住民文化園區蜜蜂自然生態區及雲林古坑蜜蜂生態園區，使養蜂事業從生產、加工進而進入休閒服務業，增加蜂產業附加價值，提昇蜂業經營效率。

## 農業推廣教育訓練

辦理農民農業專業訓練之休閒農業育成班及生物防治與昆蟲授粉班，2梯次共52人參加。辦理本場員工辦公室自動化系統、電腦病毒防護及資訊安全等電腦訓練共8場次，計166人次參加。

## 四健教育之推展

苗栗縣四健推廣教育工作，有四健訓練講習4場160人次參加，四健會作業聯合成果展一場300人次參加，四健會公共服務一場40人次參加。苗栗市作業組有自然生態、手工DIY、園藝作業、農業知性之旅及苗栗市四健講習105人次參加。三灣鄉以推動產業文化為主-有鄉土生態創意DIY、康輔與舞蹈、客家親子花鼓、客家文化推展、生態及產業解說、健康飲食理念及點心作業及兩性教育與親職教育講座100人次參加。頭份鎮有移花接木、開花結果、拼拼湊湊、招蜂引蝶120人次參加；其他活動有客家文化、悠游自在、小小廣播員、種子訓練解說員、為什麼不一樣等5場研習營380人次參加。西湖鄉有米的魅力、創意巧手；研習班有客家母語、農村生活體驗共計有840人次參加。銅鑼鄉有杭菊栽培、親



子讀經班、客家鄉土教學、傳統編織、國樂研習有150人次參加。大湖地區有草莓栽培、自然生態、傳統客家技藝、康輔活動計有140人次參加。頭屋鄉有關懷生態保育、時令水果彩繪、話我家鄉、小小魔膳師、性本善等150人次參加。後龍鎮有潛能激發、陶藝、園藝、電腦研習、鄉村民謠計有125人次參加；青少年性知識講習一場30人參加。獅潭鄉有認識植物染手工藝、家事訓練、POP作業計有135人次參加；農業知性之旅一場45人參加。公館鄉有福菜、舞龍技藝文化、客家擂茶推廣、手捏陶DIY計有90人次參加；兩性教育講座一場80人參加。以上活動結合學校、家庭，以及家政班、產銷班帶動整體區域性的繁榮，活絡四健推廣教育的功能。

## 家政工作之推展

為推廣地方產業特色，提昇農產品品質，協助推廣地方特色伴手產品草莓織體醋、李子活力醋、山藥甘藷加工產品、冰藷等四項產品，配合休閒農業旅遊活動吸引消費者至本地消費，提高地方農特產品知名度及附加價值。為發揚農村飲食文化特色，從91年至94年本區輔導成立7班農村婦女副業經營-田媽媽班，除加強特色創意料理外，並辦理家政班食品衛生技術講習及經驗成果分享，以增加農家婦女副業收入及帶動發展休閒農業美食之旅。本年特編印苗栗區田媽媽暨觀光導覽手冊，提供給國人及一般消費者前往苗栗休閒旅遊之參考。



大湖田媽媽班



南庄田媽媽班



## 農業推廣資訊與視聽傳播

農業推廣資訊，透過電子、平面、廣播等傳播媒體，宣導各項試驗研究成果、最新農業知識及技術，並推動生物多樣性生態教育之建立。94年度每月提供新聞稿，全年透過農業委員會向外發佈15件新聞稿，及辦理2場次記者會，另發佈苗栗縣各項農業新聞稿25件，讓各項試驗成果與大家分享，並扮演技術改進和新資訊的傳達角色。同時協助相關傳媒對自然、人文、生態和農業的各項活動報導，或透過其他報章雜誌等宣導休閒農業生活。94年度編印「苗栗區農情月刊」12期，每期6,000份，「苗栗區農業專訊」4期，每期9,000份；宣導農業政策及傳播農業知識、技術給轄區農友。