

農糧署輔導設置農村社區農產品銷售據點計畫說明

一、目的：為結合農村社區加強農特產品銷售之推動，爰於農村再生基金「農村再生建設及發展計畫」-「農村發展及活化」-「發展特色農糧產業加值鏈」-「輔導農村在地農產品在地推廣與行銷計畫」下輔導辦理社區小舖、農民直銷站與農夫市集設置與經營，透過各級農會結合農村社區，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。

二、辦理項目：

- (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) 農民直銷站與農夫市集：依據本署輔導試辦「農夫市集」及「農民直銷站」執行方案所訂規範辦理之銷售據點。

三、補助原則：

- (一) 補助項目以設置所需之展示桌、展售架、帳篷、廣告牌、冷藏展示櫃等設備，以及教育訓練、宣導、檢驗費用或其他經本署審核認為必要者，並依據本署主管計畫補助基準辦理。
- (二) 農村社區小舖補助經費每處以補助2年為原則，第1至2年分別為30萬元及15萬元。農民直銷站與農夫市集經費每處以補助3年為原則，第1至3年分別為60萬元、40萬元及20萬元。第4年以後，倘經評估仍有補助需求，以不超過15萬元為原則。
- (三) 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%。第1年設置者補助資本門經費不得少於總補助金額50%。

四、計畫研提內容與說明：

- (一) 設置地點與周邊空間概述、消費型態與預估消費力。
- (二) 結合農再社區與農民數量、農民預期收益、具 CAS 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、吉園圃安全蔬果標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項。
- (三) 組織、訓練、營運管理、營運期間及農民上架機制概述。
- (四) 行銷規劃。

五、研提與審核程序：

- (一) 辦理單位擬定計畫書，以縣為輔導單位，由本署四區分署彙整初審，由本署遴選計畫統籌單位，邀集各區分署及相關單位，召開審查會議，遴選補助對象，完成計畫統籌後送本署核定辦理。
- (二) 計畫審查時，辦理單位應建立供貨名冊及生產資料，並與農民簽立供貨同意書等。倘為第二年以上申請單位，須檢附前年度農民銷售實績。
- (三) 計畫核定後，參與計畫之執行單位皆須參加本計畫辦理之講習與訓練，並由本署各區分署監督辦理進度、農民參與情形及現場評核等相關事項。

農糧署輔導試辦「農夫市集」及「農民直銷站」執行方案

一、目的

行政院農業委員會農糧署（以下簡稱本署）為輔導地方政府及農民團體辦理農夫市集及農民直銷站，以增加農產品行銷管道，宣導地產地消理念，特訂定本執行方案。

二、推廣宗旨

- (一)推動「地產地消」，減少中間流通成本，縮短食物里程，定點定期舉行，提供消費者新鮮、安全、安心、具地方特色及魅力的地區農產品。
- (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，俾永續經營。

三、推動策略

參照歐美日推動地產地消做法，輔導類型分為「農夫市集」及「農民直銷站」二種模式，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)農夫市集：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。
- (二)農民直銷站：於現有農民團體超市設置農民直銷專櫃，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。

四、實施方式

(一)輔導對象

- 1.農夫市集：由直轄市、縣(市)政府、鄉(鎮、市、區)公所、農會、合作社或農業相關團體(以下稱主辦單位)訂定自治管理規範辦理。
- 2.農民直銷站：現行已設有超市或有意願運用既有空間或設備設置農民直銷專櫃者之農民團體。

(二)設置地點

1. 農夫市集：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。
2. 農民直銷站：由現有農民團體超市自行評估，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。

（三）展售時間

1. 農夫市集：利用假日（周休二日）每周或隔周擇定一或二日辦理，每月至少二次以上。
2. 農民直銷站：以平日超市常態營業時間為準。

（四）農民及產品定位

1. 以主辦單位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，由主辦單位遴選機制進行資格及實地審核，產品品項需具CAS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、吉園圃安全蔬果標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項，並簽訂契約書。
2. 落實產地消精神，供貨者為以所在地區農民或產銷班為主，除屬該地區未生產之產品，始得由鄰近直轄市、縣（市）或鄉（鎮、市、區）農民供應，並以契約規範供貨之數量及品質，嚴禁批貨供應。
3. 參加展售之農民或產銷班得於供貨前向主辦單位登記擬展售之品項、數量等資訊，以利進行標籤列印及廣宣議題規劃。

（五）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（每月至少抽驗二件），如檢驗不合格者加強列管並負擔檢驗費1/2。
 - （2）屬吉園圃、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) 農夫市集：應於攤位前放置生產者及產品資訊簡介看板，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。

(2) 農民直銷站：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，並利於進出貨之統計、結帳及產品品質控管。

(六) 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. 收費標準：由主辦單位依現地發展條件自訂。

3. 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。

4. 設施（備）維護與保管：由主辦單位自行維護與保管。

(七) 規劃廣宣議題行銷：主辦單位規劃辦理塑造具地方特色市集，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。

五、補助方式

(一) 申請程序

1. 初次成立農夫市集（或直銷站）者，至少應有二十個攤位（或二十人以上）農民參與，由各主辦單位將計畫書函送本署各區分署（以下稱分署）依輔導評選表初審後，轉本署審核列入年度試辦計畫辦理。

2. 計畫書應檢附「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」及「展售場地同意書」等。

3. 分署必要時得邀請相關單位共同審查及實地勘查。

(二) 補助項目

1. 補助項目以設置所需之展示桌、展售台、帳篷、廣告牌、冷藏展示櫃等設備，以及教育訓練、宣導廣告、檢驗費用或其他經本署審核認為必要者，比照本署主管計畫補助基準辦理。

2. 補助以三年為原則。

3. 補助額度按當年度計畫預算額度及設置攤位數酌予增減。

六、輔導試辦「農夫市集」及「農民直銷站」籌備作業規劃（SOP）如圖 1。

七、附錄

- (一)農夫市集(農民直銷站)供貨名冊及生產資料。
- (二)農夫市集(農民直銷站)供應農戶審查紀錄表。
- (三)農夫市集(農民直銷站)切結書。
- (四)「農夫市集」及「農民直銷站」自治管理規範範本。

108 年度農村社區農產品經營據點設置評估規劃表

一、基本資料

申請單位：	
連絡人：	電話：
申請類別： ☐ 農夫市集 ☐ 農民直銷站 ☐ 農村社區小鋪 ☐ 新設立 ☐ 已成立 _____ 年	
預估申請經費：	
欲設置經營據點住址或經緯度：	

二、評估項目

項目	評估及規劃說明
1. 設置地點周邊環境優勢，吸引消費客群來源	
2. 結合農再社區數、農民數量、四章一Q或友善環境耕作之農產品品項	
3. 銷售實績(已設立據點營運績效)、農民預期收益	
4. 組織整合、農民教育訓練、經營管理機制或規範概述	
5. 經營據點行銷規劃(食農教育、在地特色商品開發、發展亮點主軸、主力亮點產品、亮點策略等)	
6. 其它(配合當季農產品推廣及銷售、設立產銷調節平台等)	

1. 表格不足可自行延伸。
2. 請研提單位提供經營據點照片：已成立之研提單位提供經營據點實際營業照片；新設立之研提單位提供經營據點環境照片。