. 2019 .

優質農村

體驗品質評鑑



農村建設組 宋睿綸

108.06.18

農村體驗發展脈絡

- 本局推動農村再生多年，陪伴社區凝聚共識發展地方特色，累積豐富成果，形塑發展農村體驗加值的良好基礎。
- 105年啟動農村體驗輔導，由各分局整合串聯146個社區及22個休閒農業區，彙整52條農村旅遊軸線，出版發現農村小旅行雜誌進行推廣，並衍生出18個社區與旅行社合作、6條路線上架等效益。











農村體驗品質評鑑制度



參與評鑑目的



參與評鑑目的



依評鑑結果給予標章及資源



共同行銷宣傳/媒體露出

團體服務
旅運業者踩線及媒合上架、公司行號團體行銷
自由行
部落客體驗、國內旅展、票券上架
國際旅人
國際行銷(旅展)



行銷策略

■跨域行銷

結合本會輔導處「休閒農業」及觀光局「小鎮漫遊」等資源，於其網路平台露出資訊，跨領域共同行銷農村體驗遊程。

■拓展通路

輔導通過評鑑之體驗，協助其拓展通路至台灣休閒農業旅遊館、Niceday或KKday等販售特色體驗遊程之網路平台，擴大行銷通路。

優遊農村
Quality Rural Trip

台灣休閒農業旅遊館





全臺最大在地體驗活動預訂平台

kkday
亞洲最大旅遊體驗平台

亞洲最大旅遊體驗平台

易遊網
ezTravel 易遊網

臺灣最大線上旅遊公司

評鑑診斷報告

對象	社區		分局
類型	1.書面審查	2.現地審查	3.綜合報告 （書審+現地審查）
章節內容	壹、基本資料 貳、書審說明 參、相關輔導資源	壹、基本資料 貳、現況說明 壹、整體說明 貳、指標一、體驗環境建設 參、指標二、行程內容與特色 肆、指標三、體驗經營及行銷管理 伍、指標四、社會責任 陸、加分項目 柒、相關照片 參、評鑑委員綜合意見 壹、優點及特色 貳、診斷建議 肆、相關輔導資源	第一節、申請概況 第二節、初審結果 （書面審查） 壹、基本資料 貳、現況說明 參、審查委員意見 第三節、複審結果 （現地審查） 壹、基本資料 貳、診斷現況說明 參、未來輔導建議









專家量身客製輔導

流程	Step1 目標設定 (Goal Setting)	Step2 規劃設計 (Design)	Step3 導入校準 (Delivering)	Step4 成效追蹤 (Tracking)
工作內容	依據歷年評鑑建議，與分局、社區、輔導團隊共同討論以設定輔導目標。	藉由Workshop與社區共同討論，進行定位、策略與規劃設計發表	規劃成果修正&deliver，並定期關懷了解導入狀況。	定期填寫追蹤報表，了解追蹤應用狀況。
產出	輔導建議書	規劃設計簡報/設計概念稿	實體輔導成果	效益追蹤文件







108年優質農村體驗品質評鑑

申請單位

社區發展協會



依法立案之組織及營業單位

社區在地組織
（合作社、農民團體、農會、觀光組織）

參與過水土保持局相關計畫

評鑑範圍

體驗內容應涵蓋農村範圍，
且為常態性提供農村體驗服務，
每年至少*300*人次以上



12

4大評鑑指標、1加分項目





加分項目
(10%)







25

指標一、體驗環境建設

A1.體驗地點位於交通樞紐或為大眾運輸可達。
A2.廁所、停車場地及參觀區具備適當質與量。
A3.具備指引、導覽或解說牌示。
A4.體驗軸線具有農村景觀風貌。
A5.體驗服務或地點獲得環境教育或其他認證。
A6.土地、建築等環境之使用符合法令規定。

指標一、體驗環境建設

內容詳附件六、P.指標說明-1



A1.體驗地點位於交通樞紐或為大眾運輸可達。



A2.廁所、停車場地及參觀區具備適當質與量。



A3.具備指引、導覽或解說牌示。



A4.體驗軸線具有農村景觀風貌。



A5.體驗服務或地點獲得環境教育或其他認證。



A6.土地、建築等環境之使用符合法令規定。

15



25 指標二、行程內容與特色

B1.行程包含豐富的人文資產與在地文化。
B2.行程安排之流暢性。
B3.行程包含提供豐富的農事體驗/結合食農教育推廣。
B4.行程含生態保育內容，介紹自然資源與生態特色。
B5.行程提供當地特色產品販售。
B6.行程整合周邊體驗資源，豐富體驗內容。

指標二、行程內容與特色

內容詳附件六、P.指標說明-4



B1.行程包含豐富的人文資產與在地文化。



B2.行程安排之流暢性。



B3.行程包含提供豐富的農事體驗/結合食農教育推廣。



B4.行程含生態保育內容，介紹自然資源與生態特色。



B5.行程提供當地特色產品販售。



B6.行程整合週邊體驗資源，豐富體驗內容。



40 指標三、體驗經營及行銷管理

C1.制定有完整的營運管理及營利分潤模式。
C2.主動為遊客或體驗場域投保相關保險。
C3.主動積極推廣農村體驗，建立社區體驗品牌形象。
C4.設有遊程專屬的對外接單服務聯絡窗口。
C5.具有導覽解說服務及導覽人員管理制度。
C6.提供依客層屬性分眾之農村體驗服務。
C7.提供智慧觀光服務。
C8.具有消費者滿意度回饋機制，以為持續改善精進。
C9.提供多元付款服務。
C10.遊程曾獲旅遊或其他單位推薦或得獎。

指標三、體驗經營及行銷管理

內容詳附件六、P.指標說明-7



C1.制定有完整的營運管理及營利分潤模式。



C2.主動為遊客或體驗場域投保相關保險



C3.主動積極推廣農村體驗，建立社區體驗品牌形象。



C4.設有體驗專屬的對外接單服務聯絡窗口



C5.具有導覽解說服務及導覽人員管理制度。

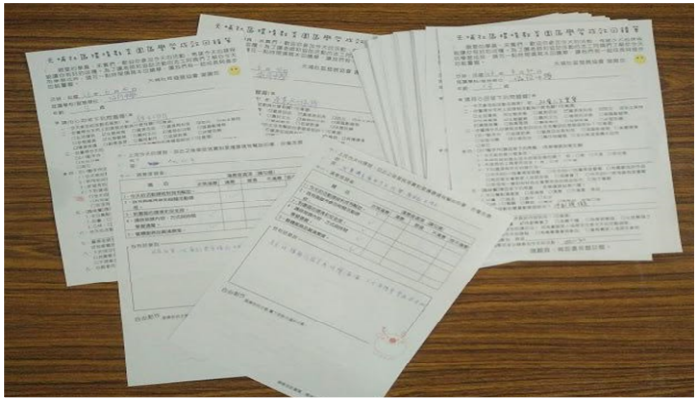


C6.提供依客層屬性分眾之農村體驗服務。

指標三、體驗經營及行銷管理



C7. 提供智慧觀光服務。



C8.具有消費者滿意度回饋機制，以為持續改善精進。

C9.提供多元付款服務。



C10.遊程曾獲旅遊或其他單位推薦或得獎。



10 社會責任

積極與社區合作，獲社區居民認同，提供在地就業機會或其他回饋社區之實質行動。

社會責任

內容詳附件六、P.指標說明-12



社區供餐



聘用在地工作



青年回留



學童課輔



社區環境整理



照顧弱勢族群

22



10 加分項目

其他供加分之事項：如友善環境、友善穆斯林或其他等，請提供說明及佐證資料。

加分-友善環境

內容詳附件六、P.指標說明-13



□ 出入口為無障礙(或提供斜坡道)，輪椅可進入

□提供租借服務

（□助行器 □輪椅 □拐杖□放大鏡□老花眼鏡□其他）

□ 有無障礙廁所

□ 提供內部空間寬敞的一般坐式廁所

□ 有無障礙停車位

□ 設有電梯

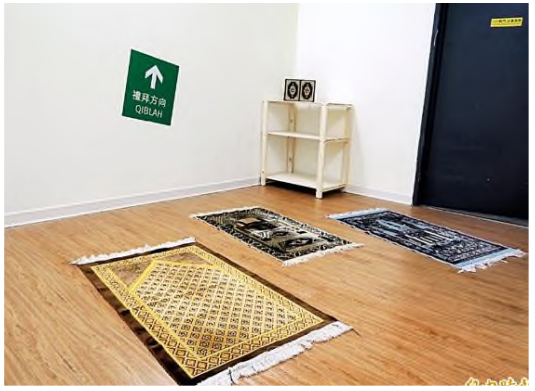
□ 提供充電座

□ 其他

加分-友善穆斯林服務

- Halal(清真)食品需求
- 禱告設施
- 廁所清洗設施
- 齋戒月期間的飲食服務
- 無non-Halal(非清真)的活動
- 足夠的隱私空間進行祈禱活動





評鑑作業流程

申請單位

提出申請

資格審查

不符合
資格不符或未於通知3日內補正，即退件。

符合

108.6.12（三）截止收件
(以郵局郵戳為準)

書面初審

初審工作會議

通過

不通過

結束

分局
簡報審查

通過

否

是否
進入現勘

是

社區現地審查

複審工作會議

結果公告

前兩年度通過優質農村體驗

分局代表1位擔任
審查委員



評鑑申請

評鑑審查

第一階段（初審）

第二階段（複審）

評鑑成果



106年99個單位*116*件遊程申請，通過評鑑計*34*條

107年50個單位 *62* 件遊程申請，通過評鑑計*35*條

6 條 友善無障礙遊程

2 條 穆斯林友善遊程

評鑑成果

體驗商品化上架

ezTravel 易遊網

7-ELEVEN ibon 便利生活站

成功媒合上架體驗行程商品

易遊網 15 個、7-11 ibon 2 個

整體行銷創造
超過800萬
觸及人次
(網站+ FB + 行銷活動/媒體露出)

多媒體影音宣傳









名人踩線圖文露出



線上社群活動

數位電子書行銷



ISSUU線上書城

農村體驗客製輔導


苗栗
福星
客家拍打棒/健身操


花蓮
豐山
特色主題包裝/龍蝦堡


臺東
饗嚮
行動販售車/餐食擺盤


雲林
草嶺
吃農家/睡農家/幫助農家


高雄
糖廠
蕉遊趣/循環經濟體驗


桃園
義和
親子五感體驗


部落客
分享
旅行社
踩線
一日體
驗活動
示範
場域
客製增
能課程
網紅影
片曝光
標竿學
習營

輔導成果-臺東鹿野•饗嚮

輔導前



產品展示
呈現單純

鐵盤裝盛
難呈質感





輔導後



設計行動販
賣車，活動
擺攤也亮眼







運用香蕉
葉、花朵
等裝飾

輔導成果-苗栗公館•福星社區

輔導前

輔導後



注連繩日本意象太濃厚，缺在地元素







加入客家花布元素，與在地文化產生連結

輔導成果-高雄旗山•糖廠社區

輔導前

輔導後



全臺糖廠
經營模式
相似











香蕉絲DIY，
循環經濟概
念融入體驗

謝謝指教

農村風情網

農村好讚