

創新農村

和諧山林

創新農村

智慧防災

2018優遊農村評鑑輔導計畫

緣起

為提升農村優質體驗品質，提供優質多元農村體驗訊息，以激發大眾體驗農村意願，引動各界農村旅遊潮，針對農村體驗之特性，制訂及辦理相關評鑑作業，作為引導農村社區投入農村體驗之方向，同時以網路推廣結合實體輔導方式，整體規劃行銷強化推廣，以落實後續之推動與執行。

優質農村體驗評鑑

建構優遊農村交流社群，提供社區體驗交流服務。

依照106年試辦成果，精進調整乙式農村體驗品質相關規範及評估方式。

邀集專家學者進行51場次活動以遴選出優質體驗及友善體驗。

並於107年10月12日假臺中全國大飯店舉辦優質農村體驗品質評鑑頒贈儀式，予以表揚各優秀社區。



1 體驗環境建設

施行農村再生以來社區蛻變成，旅遊軸線具有良好農村景觀建設。惟體驗參觀動線應與工作區有所區隔並加以美化，讓體驗環境呈現一致視覺美感。



2 行程內容與特色

體驗特色多元，提供伴手禮質感提升、品項亦有增加。未達標體驗較缺乏週邊資源整合，難以延長遊客停留時間。



3 體驗經營及行銷管理

入選體驗及未達標體驗以主動積極推廣農村體驗，建立社區體驗品牌形象為佳。在多元付款服務提供較少。兩者優劣懸殊仍有差距。



4 社會責任

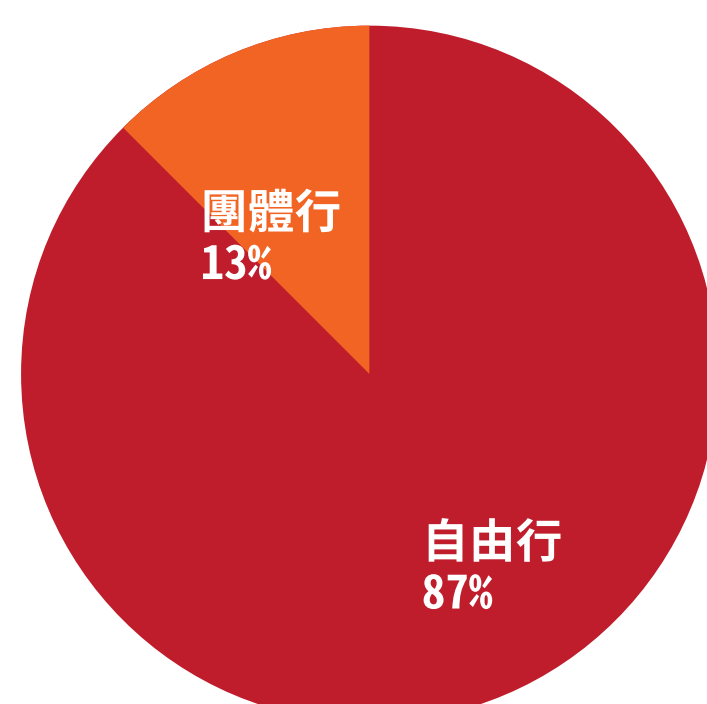
發展農村體驗應負有回饋責任，如提昇居民工作及技能能力。亦兼負保護責任，維持居民原有生活型態，為當地帶來環境及經濟利益。

農村體驗產品研究報告分析

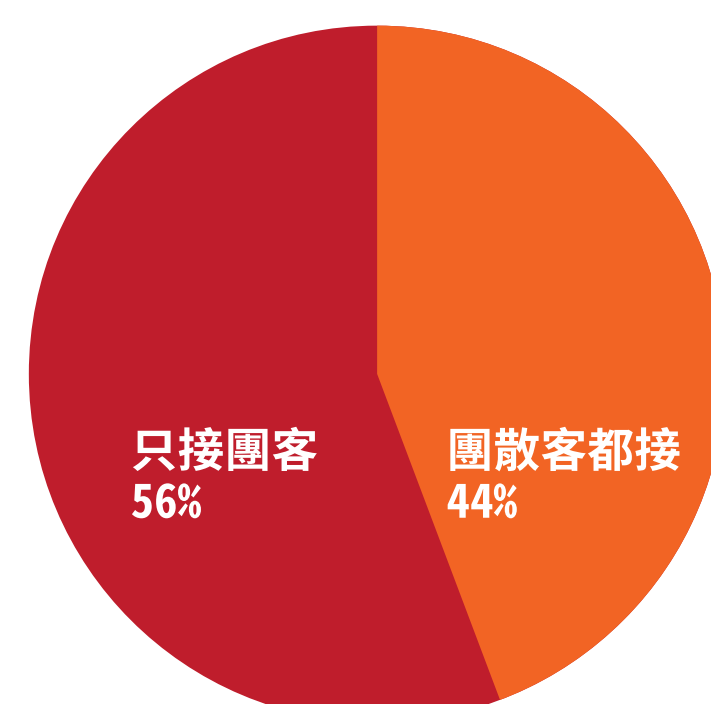
為了解優質農村體驗與現今旅遊市場觀光遊程之質量差別，團隊依據遊程形態、經營模式、市場關係三大面向進行農村體驗綜觀分析。

1 遊程形態

依據觀光局「中華民國106年國人旅遊狀況調查」，個人旅遊及團體旅遊比例為87.1:12.9(%)。農村園於人力比例為44:56(%)，偏好接團客。惟體驗在地生活已成為農業旅遊的一種方式與態度，走馬看花團體行較不易感受到。



中華民國106年國人旅遊狀況調查



106&107年優質農村體驗現地評鑑

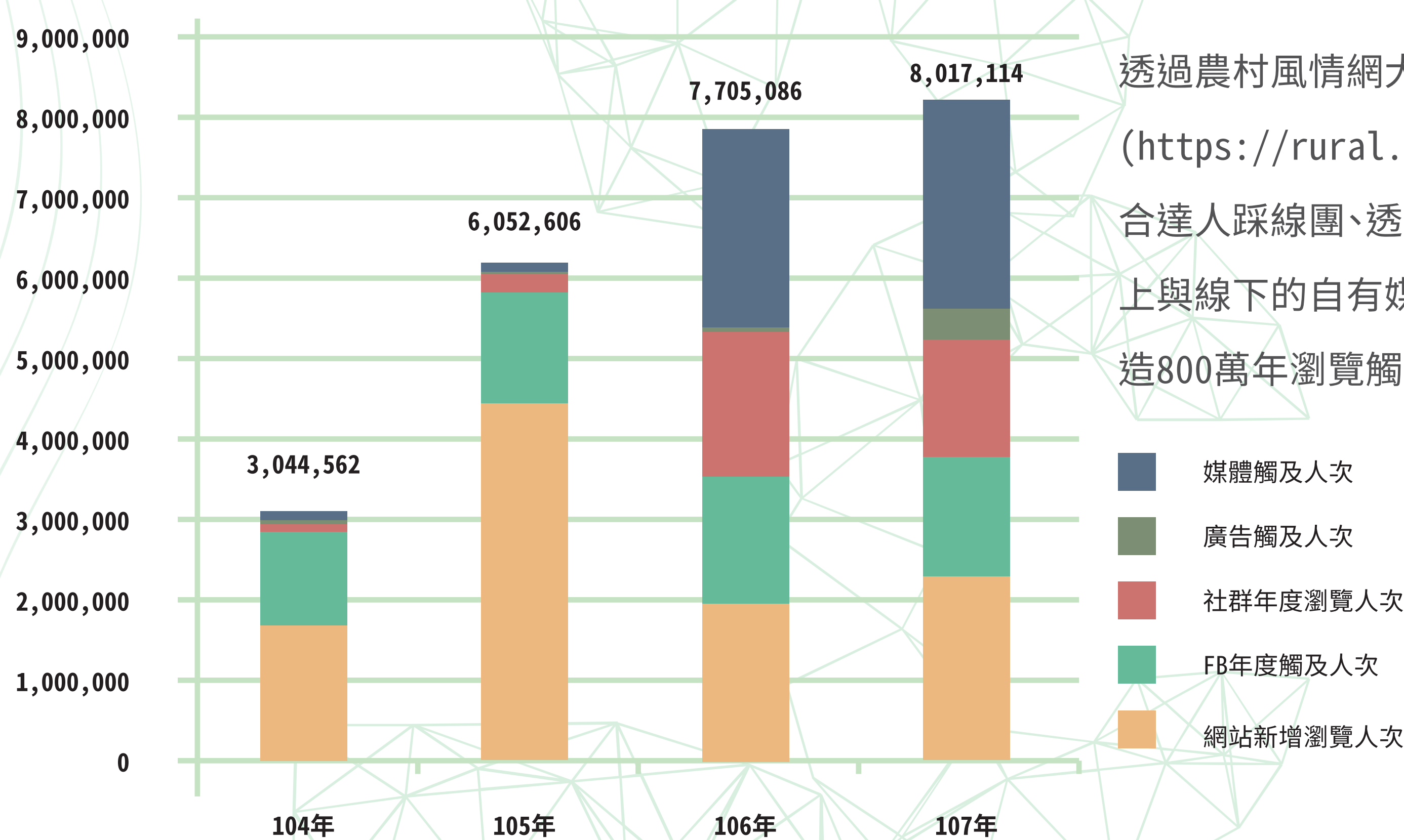
2 經營模式

優質農村體驗經營模式包括農會、社區、公司3類。高達66%與旅行社合作以符合合法性，其中以雄獅(17%)、易遊網(14%)為大宗。

3 市場關係面向

	旅行社	農村體驗
產品	產品選擇多	產品選擇少
價格	價格標準化	價格混亂
通路	販售通路多元(直接銷售多)	販售通路少(線上通路為主)
推廣	擅用時勢議題推廣	仰賴別人資源推廣

行銷網實整合



透過農村風情網大平台 (<https://rural.swcb.gov.tw/>)，結合達人踩線團、透過虛實整合結合線上與線下的自有媒體及付費媒體，創造800萬年瀏覽觸及人次。

2 農村體驗商品化上架-網紅/部落客踩線行銷精彩體驗。



配合農村體驗商品化上架，藉由網紅體驗拍攝影片，傳遞農村的美好，善用網紅魅力宣傳曝光吸引民眾導購。



3 辦理記者會、社群活動結合熱潮擴大參與觸及率，創造800萬觸及人次。



於暑假期間強力宣傳，藉由社群活動將多元通路資訊擴散出去，讓民眾獲知資訊並分享遊玩照片，以宣傳優質農村生活體驗。



委託單位：水土保持局農村建設組

受託單位：跨界策略顧問股份有限公司

執行期間：107年01月24日－107年12月20日

主辦機關：行政院農業委員會水土保持局 執行單位：X 跨界策略顧問股份有限公司