

111年度臺東農村產業跨域合作計畫

計畫主軸

- 推動農村結合產業發展跨域合作計畫，**整合跨部門資源**共同投入協助農村，擴大輔導臺東農村地區產業創新加值。
- 針對示範產業**加強產業升級及行銷宣導**，擴展農村產業發展跨域合作之深度與廣度，建立農村再生跨域合作標竿。

執行工作分項

第一部分

潛力產業 盤點孵化

特色作物 紅烏龍/紅藜/油桐 油芒/茶樹/香草等

第二部分

產業提升 人才育成

工作坊/系列課程/創新交流/導師陪伴/訪視輔導

第三部分

行塑品牌 行銷推廣

多元產業推廣/成果展示發表/線上線下銷售/產業跨域學習

第四部分

匯集資源 整合推動

行銷推動/品牌提升/單點資源串聯/產業跨域結合



運用方式與計畫

農村社區企業經營輔導計畫：包裝設計、品牌形象、加工技術、人力等。

111年度輔導超過15家廠商，因各自考量現有條件與發展進度，5家廠商完成第一階段提案。

農村好物行銷拋注：以市場通路需求，滾動式發展策略。

111年度輔導超過20家廠商提案，完成提案有8家。

亮點計畫推動社區產業升級

潛力產業 盤點孵化

盤點台東特色產業，一方面調查產業現階段發展課題並滾動式調整協助；一方面發掘潛力產業的推動育成，透過跨域專業諮詢與訪視現勘等，串聯整合資源達到產業跨域亮點，盤點亮點發展產業，詳述如下：



油芒-未來食物
油菊-明日飲品
香草類-香草/澳洲茶樹



跨域資源整合
高雄農場/台東茶改場/石實中心/台東大學/屏東科大/產業鏈結廠商等



盤查產業鏈可行性
種源取得/植物特性/量產機制/產品開發/銷售推廣

以地毯式訪視，考量現有種植規模、是否具有相關商品、未來發展、面臨課題等，進行油芒、油菊、香草類特有產業的調查。

透過跨域資源整合 找出所需解決的課題與策略
[油芒/香草類]
成分有效性→種源取得適法性→量產與加工計畫→商品開發類別→市場區隔
[油菊]
藥食同源商品認定

從產業鏈供需
量產計畫：現有種植已克服種源取得與契作加工協議，唯需克服農害影響(評估使用烏龍茶可行性)。
產品開發：已完成膨脹與飲品類初成品，預計111年底完成商品打樣。



產業提升 人才育成

產業創新價值提升中，相關專業能力育成與陪力，為重要的執行項目，透過下列方式建構產業人才庫，有台東紅烏龍為主，其他產業為輔，詳述如下：



追蹤訪視

農村社會企業追蹤，產業提升進度、營運狀況與計畫執行狀況，引導深化在地連結與區域亮點整合。

育成輔導

潛力輔導對象諮詢與訪視作業，依其階段性需求導入輔導工作，協助其申請111年農村社區企業經營輔導計畫，已輔導14家，7家完成提案申請。

提升工作坊

透過訪視調查產業經營者需求，以實際操作、課後陪伴的方式，輔導回鄉青農友已有成效，具備商超過十家以上的二代經營者線上線下銷售與商品開發技巧。

跨域交流

台東紅烏龍品牌已有顯著成效，因此相關單位陸續到訪交流取經(嘉義梅山太平社區、雲林蔬果合作社等)，加上兩場茶產業交流，創新激盪互動想像。

行塑品牌 行銷推廣



多元產業推廣活動、線上線下銷售、成果展示發表等共同推動社區產業發展：



- 1 台東紅烏龍 VS 台北音樂節
111台灣國際茶酒咖啡展
農村再生成果展
提高品牌能見度，活動觸及人次約200萬人次。
量產媒體效應40則媒體報導以上。
總計銷售金額100萬元以上。
- 2 串接線上線下銷售平台
藉由活動提升品牌效益，達成通路的關注，加速合作可能。
銷售合作：官網建立《台東紅烏龍》專館，進行電子報寄送及社群媒體行銷。
原料合作：手搖飲菜單原料使用：選用台東紅烏龍產品成為《格外農品果茶飲》原料。
商品上架、販促活動、曝光宣傳。
企業服務方案推廣。
- 3 線上紅烏龍產業推廣
藉由台東山水，辦理您按讚留言台東紅烏龍之美，及有機會抽中得獎紅烏龍與相關禮品。
產業成果記者會
匯集產業成果，並邀請媒體與業者共同推廣行銷。
平台資料彙整更新
更新台東紅烏龍官方網站資訊
- 4 台東紅烏龍相關活動參與
台東紅烏龍品牌發表會
新茶季系列推廣活動
紅烏龍產業亮點計畫系列推動
台東紅烏龍松山縣外展
台東紅烏龍故宮聯名展

委託機關：農業部農村發展及水土保持署臺東分署

受託單位：財團法人中衛發展中心

執行期間：執行期間：111年2月- 111年12月