

109年度臺東地區農村體驗推廣行銷計畫

創新農村

計畫目的

水保局臺東分局，推廣行銷農村經營主體發展農村體驗，且輔導協助各經營主體建成經營模式，並輔導「開發中且已具成熟經營模式」的經營主體，逐步形成區域聯盟，達到更好的農村接待服務品質，提高推廣行銷之效益。而目前台東地區的區域聯盟，計有：1.縱谷地區-關山米國學校、池上農會、饗嚮台東、初鹿休區；2.海岸地區-長濱鄉農會、成功鎮農會、東河鄉農會；3.南迴地區-台東縣農會、峰忠傳奇。透過區域聯盟的串聯與帶動，也將媒合主流市場上架販售，以達到更多元的推廣行銷效益，讓遊客一年四季皆可到農村遊玩。

計畫執行方法

【臺東地區農村深度體驗品牌建置與行銷推廣】辦理「台東最美小村子」行銷票選暨甄選活動，並邀請媒體行銷、宣傳小冊、田園饗宴、設計行銷商品；並協助經營主體進行場域環境改善或優化佈置與提升與優化農村體驗內容品質。

【辦理旅行或媒體同業上架媒合及宣傳活動】辦理媒體與同業踩線團、參與國內旅展、農村遊程合法媒合會、媒體踩線、臉書宣傳等，增進經營主體與主流市場接軌與行銷露出。

【配合農村再生社區深度體驗、食農教育等相關政策會議、行政管銷作業及輔導訓練】為推廣行銷綜效擴大，並配合本計畫受委託單位應配合參與農委會、水土保持局與本分局舉辦之農村再生相關會議及活動（例如花海計畫、食農教育、農遊評鑑等），並依機關年度政策執行，提供簡報與書面資料，媒合農村再生地區相關單位，以利後續政策推動與執行。

【進行輔導計畫效益評估與成果彙整】

依據水土保持局研擬之效益評估模式，就各示範計畫進行效益調查評估與分析。

計畫執行成果

1. 持續推廣農村旅遊經營主體合法與安全概念，已累計輔導超過50個農村在地經營主體；
2. 辦理「台東最美小村子」行銷活動，點閱率超過7000人次，網路媒體報導以「島內出國」、「台東最美小村子」等關鍵字文章超過30則，成功行銷台東農村地區；
3. 以區域聯盟概念，整合農村體驗服務，並搭配知名節慶活動，創造實際引客效益，如：
 - (1). 台東熱氣球嘉年華30天突破150人次的訂單量，且挑戰中高價位客群；
 - (2). 台東最美星空音樂會，辦理7場次創造300人次參與，共11個經營主體加入，一同推廣農村體驗；
 - (3). 協助初鹿休區發展近郊旅遊，並強化關鍵客群行銷，暑假期間累積700人次的訂單量。
4. 計與國內11個知名旅遊平台通路合作上架推廣，讓50個農村經營主體與9個區域聯盟，可透過合法上架販售，提升網路行銷曝光，打亮臺東農村體驗旅遊的品牌知名度。

結論

農村旅遊是以農村為主體，體驗為輔，應以農村的自然生態景觀、農事生產與民俗節慶等為資源，以滿足遊客對於休閒活動之需求，且持續輔導協助地方經營主體之服務內容深化與優化。

1. 累積接待服務經驗並轉化成為網路口碑行銷的能量。
2. 農村經營主體須進行與定期更新永續經營的評估與學習。
3. 應持續推廣農村旅遊經營主體合法性與安全性概念。
4. 持續優化與創新體驗旅遊服務內容。



委託機關：水土保持局

受託單位：

執行期間： 年 月 至 年 月