



## 臺灣發展創新農業之策略方向

楊明憲

為因應經貿自由化情勢並掌握有利契機，發展創新農業為提升整體競爭力重要之一環，期以技術創新、經營創新與人的創新，發展特色、加值之在地農業，亦結合科技、跨領域專業拓展新興農業及外銷商機。農委會日前施政思維包括運用農業科技研究院發展動物疫苗、觀賞魚等產業；整合農漁業專區建立農商合作機制，結合農村再生發展在地特色農產與農業旅遊；專案培育青年農民，並運用資通訊(ICT)助提升企業化經營能力與創業成效等。

### 一．推動技術創新，擴大創業動能

農委會於 103 年 1 月推動成立財團法人農業科技研究院，其宗旨為農民、農民團體及農企業提供農業技術、商品化及產業化服務，加速發展農業新創事業及國際化。該院承接農委會試驗研究機關之研發成果，或採合作方式將研發成果加值運用，包括量產技術開發應用、標準規格訂定、實用性評估分析、智財保護布局、品牌設計及市場行銷，並輔導承接，進而商品化、事業化，期達成「打造農業科技產業成為臺灣創新產業，帶動農企業與農民合作開創全民農業」之施政目標。

在 104 年，農委會已選定 9 項具國際市場潛力的重點產業，包括動物疫苗、飼料添加物、生物農藥、石斑魚模場、檢測檢驗技術、觀賞魚與周邊產品、植物新品種與種苗、菇蕈類、農業機械等，採以「產業出題、學研解題」模式，整合產學研力量，透過產業發展策略分析、農業育成整合、關鍵技術產業化應用、產業加值策略、智財布局策略、委託研究服務全球接單、科技農企業輔導及國際化行銷與人才培訓等 8 項策略，強化產業競爭力，帶動市場商機，推動農業科技產業發展。

另為加速推動農業升級，訪視診斷及輔導農業科技產業具發展潛力業者，輔導型式分為標竿產業體系及多元創新經營，導入輔導資源協助改善體系運作功能，針對企業經營管理，提出相關改善或創新計畫，協助企業經營能力創新改善與強化體系運作，帶動產業發展，預計輔導 18 案，並強化農業創投媒合平臺之功能，有意上市櫃之農企業，輔導其資本結構及財務模式，俾利進入資本市場，預計輔導申請創櫃、上櫃 6 家，期促成農企業引進外部資金，擴大經營規模。

### 二．創新經營模式，提升農業價值

#### (一) 整合農漁業專區建立農商合作機制

為提高產業與資源整合綜效，輔導農漁業專區推動安全農業及標準化生產模

式，依市場需求實施核心產業計畫性產銷，或建立農商合作模式，建立利潤共享、風險分擔機制，開發新商機並提升農業價值。

以農糧集團產區為例，輔導具外銷潛力蔬菜、花卉作物成立集團產區，由產區核心農民團體與農民契作，設置現代化集貨處理場，共同集貨選別，並建立集運裝櫃及檢疫標準化作業，提升國際市場競爭力，以及媒合農民團體與外銷業者共組經營合作體，逐步轉型為農企業，穩定外銷供貨秩序，拓展新興市場。

推動水果產銷企業化經營，整合上、下游產業建立由產至銷一條龍之產業鏈，透過契約銷售帶動契作穩定生產，藉由入股投資或盈利分紅模式，發揮農商合作優勢，穩定水果產銷。設置優質茶集團產區，由茶企業或製茶廠為營運主體，促成產、製、銷合作經營模式，農委會已輔導 31 個營運主體、集團產區面積 455 公頃，透過合作或契作生產保障茶農穩定收益。

輔導成立公設有機集團栽培區，由地方政府向臺灣糖業股份有限公司承租土地，或由國軍退除役輔導委員會農場以自有土地成立有機集團栽培區；另鼓勵農民及農民團體成立自營有機集團栽培區，擴大有機農場經營規模，發揮產業群聚效益。

在輔導農企業強化畜禽契養體系方面，如養豬場與飼料廠或肉品工廠契約飼養肉豬，或酪農與乳品工廠契約供應生乳，以擴大衛星牧場制度，確保原料供應之衛生安全與貨源穩定；家禽產業部分，以白肉雞產業鏈為標竿，擴大引導現有家禽產銷班、生產合作社、產業團體等，協助建構企業化產業模式，亦擴大推動契約生產，促使產業結構調整與升級。

農委會亦輔導具潛力之特色農漁畜產業，結合農村再生跨域計畫，發展在地加值型產業與農業旅遊，將初級生產延伸至二級加工與三級服務，以地方農特產開發美食，以美食吸引農村旅遊風潮，朝向農業六級產業化發展，促進地產地消與農漁村發展。

## （二）推動農業社會企業

順應社會企業之國際潮流，103 年行政院已推動社會企業行動方案，提供友善社會企業發展環境、建構社會企業網絡與平臺及強化社會企業經營體質，營造有利於社會企業創新、創業、成長與發展的生態環境。

104 年農委會規劃推動社會企業與全國各地農業青年、農村社區交流與分享，並擴大運用農村再生跨域合作平臺功能，遴選及輔導產業經營主體轉型與發展創新經營模式，提供現代化科技、技術及行銷等輔導與諮詢，促使農村社區產業朝向企業化經營，並建立農產業經營效益回饋農村社區機制，逐步輔導農業經營者轉型為社會企業。

## （三）規劃試辦農業保險

為穩定農民收入，強化農民風險管理之觀念，農委會規劃試辦農業保險，以集合多數農民共同承擔天然災害之風險，降低農民因農作物遭受天然災害侵襲所造成之損失。103 年針對特定高經濟價值作物進行可保性分析、保單規劃、保費精算等，以評估試辦農業天然災害保險之可行性。

經邀集相關產業及研究單位彙整研析農作物之種植面積、分布地區、年產值、種植農戶數及近年災害救助情形後，選定高接梨為試辦作物，並於 104 年試辦農作物天然災害保險，另將依據農業發展條例第 58 條授權研訂農業保險試辦辦法，以作為推動農業保險之依據。此外，亦已透過中華民國產物保險商業同業公會轉知其各會員公司有關試辦農作物天然災害保險之訊息，並鼓勵產物保險公司踴躍開發其他高經濟價值之農作物保單。

目前農作物天然災害保險係以商業保險模式進行試辦，期結合民間商業保險公司之效率，落實農業保險之推廣。試辦期間之相關經驗將可作為未來制度設計、法規訂定、保險費率、承保方式及風險分擔機制之參考。

### 三．培育青年人力，厚植創新能力

為因應產業發展需求並調整農業從業人力結構，盤點青年投入農業可能面臨之問題，農委會已陸續推動農民學院與見習農場，提供發展所需專業知能與實務訓練，推動農地銀行、小地主大佃農及休耕政策調整，協助取得經營農地，提供青年創業與經營資金，試辦青年農民專案輔導，協助穩健經營等。估計未來 3 年若能維持農業合理收益，提高戶內人口繼承意願，並再增加 2 千位青年農民，可緩解農業勞動力短期內之老化現象。具體推動策略如下：

#### （一）持續推動青年農民輔導及在地青農交流服務平臺

持續加強推動青年農民專案輔導，預計輔導 500 位青年農民作為標竿，透過專案輔導平臺整合資源加速育成農業經營者，102 年、103 年已遴選 206 位青年農民納入輔導；另將推動 2,500 位以上在地青年農民加入交流服務平臺，目前已成立縣市青年農民交流平臺 15 個、約 1,150 人加入，期以專案輔導青年農民為核心，帶動在地青年農民共同合作，朝向組織化、企業化與多角化經營發展，並規劃辦理青農主題行銷活動，型塑青農活力、熱情及產品之在地、安心形象。

#### （二）運用資通訊技術邁向創新加值

運用資通訊技術平臺擴大青農專案輔導成效，透過青農網路社群並結合各縣市青農輔導，發揮青農群聚效益，讓「創意匯聚、夥伴媒合、資金募集」更加容易，達成「挺小農創大業」的策略目標。

農委會規劃提供青年農民單一入口網站及農業客服諮詢服務，整合農業訓練、農地取得、資金籌措、生產經營技術及行銷等各面向資訊，提供青年農民從農一站式服務；另農委會農地銀行網站擴增提供國有耕地放租及退輔會、臺糖租賃土地資訊，讓青年農民得以穩健經營，更能擴大規模朝向企業化農業經營。

#### （三）輔導青年成為農業中堅幹部

規劃農業人才發展藍圖，依據國內產業需求並參酌日、韓、德等國農業人力發展措施，探討我國整體農業人才布局與策略，並據以規劃農業人力促進與輔導措施，持續試辦產業契合式及招募式人才培訓、農學院公費進修學士學位學程，擴大推動農校學生職涯探索，規劃高農職校生於暑假或畢業後服役前，由農委會媒合進入農場實習與服務，以制度化培養農業中堅人才。

#### 四．發展新興農業，拓展國際商機

##### （一）推動農業加值政策，建構外銷導向之新農業價值鏈

農委會以屏東農業生物科技園區推動農業加值產業，於園區既有基礎上，藉由法令合理調整，發揮臺灣農業技術優勢，積極推動觀賞魚及周邊產業、動物疫苗及農漁畜產加值等產業。至 103 年底屏東農業生物科技園區已引進投資 89.1 億元，形成 96 家廠商群集之產業聚落。

因應屏東農業生物科技園區引進農業加值產業，相關企業投資建廠土地需求之增加，行政院已於 103 年 8 月 5 日原則同意擴充園區腹地面積約 167 公頃，刻正辦理開發計畫及環境影響評估作業，預計 106 年底完成開發，進一步擴大產業聚落規模。

##### （二）開拓農業外銷新商機

持續開發農產品海外行銷通路，拓展國際市場，隨著近年全球消費模式快速轉變，行政院已成立「電子商務產業發展指導小組」，農委會配合政策推動臺灣農產品電子商務發展，規劃以中國大陸市場為主，未來與當地代理商、電子商務平臺或代運營商合作，拓展中國大陸跨境電子商務市場。將以常溫品（含農產品及其加工品）及生鮮水果為主要銷售品項，如比賽茶、冠軍米、烏魚子等富故事行銷議題之產品，以建立穩定長期經營之臺灣農產品跨境電子商務通路。

積極拓展臺灣農產品外銷日本市場，104 年農委會輔導臺南市、高雄市、苗栗縣及嘉義縣等縣市政府與 11 個農產食品相關公協會及農民團體，組團參加本年 3 月「2015 東京國際食品展」。

導入新興熱帶蘭花品種，建立海運採後處理標準作業，配合文心蘭帶介質輸美作業，開拓巴西等中南美洲新興市場；建構具競爭力蔬果種苗產業供應鏈，強化行銷通路，並建立優質健康種苗標示制度及品牌信譽，創造海外新商機。

輔導加工業者開發研究禽蛋加工技術，發展多元化特色家禽蛋品、建立家禽蛋品品牌與強化國際行銷。輔導外銷業者升級工廠衛生管理系統認證外，規劃禽蛋產品國際行銷，應用現代化、電子化商務行銷方式拓展華人市場及國外通路，深化農業加值外銷。