

2025花田祭第一次工作小組會議

花田季籌備、彰化農遊輔導計畫、評鑑會議記錄

- 一、會議時間：114年06月05日(四) 19:00~21:30
- 二、會議地點：理事長家 (彰化縣田尾鄉東平巷216號)
- 三、主席：張勝哲 會議記錄：劉碧霞
- 四、出席人員：
縣府農業處代表：陳相君科長、呂玗專員
張書杰、林文昭、羅國豪、林子良、周家宏、胡淑惠
線上：陳昱希、施秉良、羅國誌、李昀儀

五、農業處報告：

農業處相君科長：彰化縣政府農業處農村輔導計畫說明

計畫背景與目標：

- 1.計畫緣起：水保署農村旅遊相關輔導計畫，彰化縣府首次以競爭型提案爭取，配合臺灣設計展。
 - 2.核心目標：建立從培力、競賽、深度輔導到市場行銷的一貫輔導體系。
 - 3.期望效益：帶動更多業者(休場、休館、特色產業)參與，活絡彰化農村旅遊發展，爭取中央持續支援。
 - 4.遊程競賽重點：
 - 選拔規模：選出5條精選路線。
 - 獎勵方式：非直接獎金，而是計畫執行款概念。
 - 第一名：12萬元執行獎勵金。
 - 第二名：9萬元。
 - 第三名：7萬元。
 - 優選(2條)：各5萬元。
 - 基本要求：
 - 每條遊程需由4組以上單位或業者串聯。
 - 串聯單位中至少需有1組屬於：休閒農業區會員、休閒農場、特色場域認證場域、或田媽媽。
 - 推廣時程：選出的5條路線將於十月作為主打。
 - 內容重點：
 - 鼓勵區內多組路線參與競賽，激盪創意。
 - 費用執行無嚴格天數限制，獎勵金為Bonus。
 - 核心關注：遊程未來能否長期穩定商業化營運，以及能否成為四季皆可運作的遊程。
 - 後續資源投入：除獎金外，尚有旅行業導入、行銷支援(如拍影片、製作電子書)。
 - 最終期望：遊程在計畫結束後能持續推動並優化，即使無補助獎勵金也能良好運作，維持旅遊品質。
 - 執行單位：細節交由貝殼放大承辦專員呂小姐說明。
- 彰化農遊體驗商品開發與輔導推廣計畫詳情：

5.計畫主題與流程：

- 計畫名稱：彰化114年度農業農遊體驗商品的後續開發跟輔導的推廣計畫。
- 計畫主持人：貝殼放大。
- 主題定位：「風土提案所」，將日常生活(果香、花香)轉化為遊程。
- 執行階段：
 - 紮根起步：課程安排。
 - 提案選拔：鼓勵遊程提案並進行選拔。
 - 深度輔導：針對入選遊程。
 - 市場行銷：配合臺灣設計展進行。

6.遊程甄選機制：

- 報名截止：6月30日。
- 評選流程：階段性評選後，入選夥伴將進行現場簡報。
- 結果公佈：預計7月下旬選出5條主要輔導遊程。
- 評分標準重點：
 - 創新性與差異性。
 - 服務體驗提升。
 - 永續低碳與**ESG**發展潛力(強化生態部分)。
 - 企業合作潛力。
 - 執行可行性。
- 獎勵金(優化補助執行金)：
 - 第一名：12萬元。
 - 第二名：9萬元。
 - 第三名：7萬元。
 - 優選(2條)：各5萬元。

7.補助金核銷：獲選後，搭配委員輔導，最晚於10月30日前完成所有核銷(配合臺灣設計展)。

8.申請文件：

- 於指定平台下載簡章與徵選資料模板(附件一至附件五)。
- 附件四、五為蓋章文件。
- 附件一為申請書(提案名稱、聯絡方式)。
- 附件二為提案企劃書(至少兩頁，含計畫名稱、提案方向、願景目標、過往經驗、資源盤點、服務流程優化、綠色旅遊模式、生態保育、企業共創價值、預期效益等)。
- 附件三為經費預算表(可先以12萬以上額度預提)。
- 所有文件完成後轉為PDF，上傳雲端後將連結貼至報名表單。
- 串聯單位要求：
 - 每條路線至少4個不同單位(農漁會、農友、產銷班、休閒農業相關業者、旅宿、交通、學校、社區發展協會、非營利組織等)。
 - 其中至少1個單位須為：休閒農業區業者/會員、休閒農場、特色農遊場域、或田媽媽。

課程規劃：

- 核心內容：生態、服務體驗、永續(ESG與企業對接)、服務碳足跡計算、學習收斂。
- 生態課程(6月09日)：

- 合作單位:彰化野鳥學會、靜宜大學生態人文學系。
- 目的:鼓勵關注在地生態,促進與在地NGO合作。
- 服務體驗課程(6月10日):
- 講師:小事製作陳運成老師、金白洋行紀曼廷老師(強化數位轉型、服務設計)。
- 方式:雙業師制、工作坊形式,進行目標族群定位、市場關係梳理、服務流程拆解。
- 企業ESG對接課程(6月13日):
- 講師:跟著農夫田獵創辦人邱照明老師。
- 內容:分享與臺積電、新光人壽、凱基金控等上市櫃公司合作經驗,教授如何呈現企業認可的價值(含SWOT分析)。
- 服務碳足跡計算課程(6月17日):
- 合作單位:與全家合作永續循環杯大聯盟的公司。
- 方法:採用國際旅遊體驗PCR指南,實際計算服務碳足跡,提供數據支持。
- 學習收斂與中央計畫對接課程(6月18日):
- 講師:中央委員張義勝老師、臺灣SRI權威柯勇全博士。
- 目的:總結學習,並對接中央計畫資源。
- 課程地點與時間:
- 田尾:6月9日、6月10日。
- 二林:6月13日。
- 二水:6月17日、6月18日。
- 皆在南彰化,方便交通。

深度輔導與行銷推廣

- 深度輔導(8月):針對入圍遊程,由課程業師依其專長(服務設計、數位指南、服務體驗優化、企業ESG、中央提案)選擇一條路線進行深度輔導。
- 素材準備(9月起):
- 主題影音拍攝:類電影風格,捕捉遊程與情感。
- EDM製作:旅遊手冊形式,結合照片與小插畫,提升故事性與設計感。
- 市場導入(10月):
- 合作旅行社:東南旅遊。
- YouTuber合作:
 - 人選:旅遊真台灣 Lena&Patrick
 - (亞洲臉孔,中英字幕)、肉比頭(情侶,熱愛冒險),皆為訂閱數超過50萬的旅遊型YouTuber。
 - 時程:預計8月中旬開始拍攝,9月上旬拍攝完畢,9月下旬於臺灣設計展前上架。
- 提案策略:
 - 鼓勵每組團隊提交多份提案(成熟型或嘗試型皆可)。
 - 補助金目的:支持新遊程落地,減輕養成成本,透過課程完善設計,並提供行銷素材。
 - 補助金理念:以滋養角度看待,用於強化體驗流程測試、品牌形象、口碑推廣,奠定穩固基礎以利長遠發展。

碳足跡議題探討

- 計算目的:提供數據佐證,尤其在與企業溝通時,除了情感連結,數據亦相當重要。
 - 目標設定:初期並非追求絕對的零碳或最低碳,而是鼓勵業者正視自身碳足跡,並採取減量作為。持續改善即是好的開始。
 - 呈現方式:除了常見的「使用在地食材」、「減少一次性用品」、「搭乘大眾運輸」等質化描述,課程將引導實際計算,強調數據化呈現。
 - 問題應對:若計算出仍有排碳量,應視為找到改善點(bug),並試圖優化。
- 旅行社合作策略
- 時程規劃:計畫執行時程緊湊,8月輔導,8月中旬開始累積素材,9月中旬透過東南旅遊進行販售。
 - 選擇東南旅遊原因:臺灣老牌旅行社,在短時間內能有效集客,有助於快速建立口碑及進行市場測試。
 - 銷售期程:9月下旬正式上架後,至10月初將持續每週集客與銷售。

六、休閒農業區評鑑準備與討論

評鑑報告準備進度

- 1.報告規模:目前已完成65頁,預計總頁數約150頁。
- 2.主要架構:分為五大構面,目前進度至第二構面。
- 3.內容摘要:
 - 基本資料:協會組織架構、服務窗口(LINE、FB、網頁、遊客中心全年無休)、章程摘要、經費控管機制、群組LINE規章、志工隊服務規章及計畫。
 - 改選與會議:制度化改選流程記錄(皆有電子檔存檔)、會員大會與理監事會議記錄(皆按時召開)。
 - 會員狀況:會員成長趨勢(109年66位→目前113位)、會員以休閒農業為主佔比62.5%(標準50%)、會員年齡分佈。
 - 營運目標:協會6年願景、各年度工作計畫與達成率(如111-112年重點為社會服務、業者串聯、循環推動;113-114年智慧導覽系統建置中、伴手禮開發達成率80%)。
 - 成果展現:網頁已公開成果報告、會員大會成果報告文案、歷年會員與志工培訓課程與參訪記錄(如2021年花之饗宴共享餐桌課程後續促成業者活動、2022年特色認證、2023年志工特殊訓、2024年低碳顏料萃取課程後續轉為付費活動)。
 - 財務狀況:財務透明(網頁即時更新)、經費分配由工作小組會議討論、財務檢討會議(會員大會檢視)、每筆帳務建有傳票並記錄於現金分類報表。
 - 自籌款比例:2021-2022年100%自籌;2023年64.65%;目標大於20%。非農遊區補助計畫經費佔總支出20.61%;農業部補助款佔26.8%。
 - 遊客中心功能:主題主視覺點、遊程提示點、志工訓練場地。
 - 資源盤點:田尾農耕與花卉作物盤點表、20個社區發展協會互動(村里在地化活動)、公共設施(廁所、停車場)盤點與潛力分析、餐飲業者(含座位數、特色、農遊潛力)、26家合法民宿資訊。
 - 遊程規劃:春夏秋冬四季遊程體驗活動盤點。
- 4.資料整理方式:紙本與電子檔同步整理,預計需45個File夾。

5.評鑑加分項目與策略

- 縣府5分彈性空間：需與各休區確認過去三年成果，以訂定最有利的評分策略。
- 田尾協會優勢(杰哥觀點)：
 - 財務自主性高(全國最高)。
 - 專業自主性(自行發想，非依賴顧問公司)。
 - 社會性(志工隊170餘人且活躍，地方捐款持續)。
 - 核心理念：互利共榮、團體戰。
 - 資源盤點扎實，成果可見於官網。
 - 理監事群優秀。
 - 非為補助而做事，重視永續經營。
 - 建議：評鑑前可請科長指導進行模擬。林銘昌老師對評鑑項目亦有意見可參考。

6.評鑑制度問題與討論：

- 農業易遊網資料更新：系統改版中(預計6月下旬開放修改)，資料更新程度影響評分，但業者難以即時掌控。
- 評分權重不合理：部分重要項目(如課程培訓)佔分過低。
- 標準化評鑑問題：易導致同質化，未能突顯各區特色，建議進行「指標調適」。
- 縣府軸帶規劃：田尾定位為「療癒軸帶」(Open Garden概念)，若能依循中央政策並落實軸帶特色，有助於評鑑。
- 評鑑資料準備：
 - 異業結盟：與雅比思、永靖共好協會、愛玩社、大葉大學、方圓新生社區、漢諾威旅行社等合作記錄，雖無正式意向書，但有實際合作。與24個社區的合作亦是重點。
 - 產值調查：休閒農業區免提供(佔21分)，但此類數據多由大專院校老師提報，業者較難掌握。

七、2025花田祭2.0籌備與經費討論

1.背景與現況

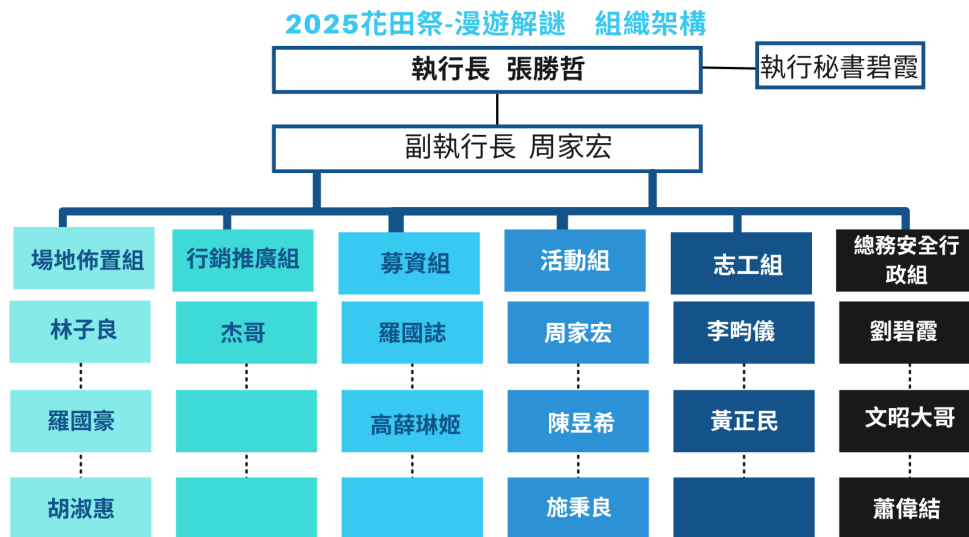
- 縣府態度：縣長傾向將活動整合至「臺灣設計展」期間辦理，以擴大效益。體健科對11月辦理的提案態度保留，擔心縣長有意見。
- 經費考量：若配合設計展，較可能獲得經費；若堅持11月獨立舉辦，經費來源不明。
- 設計展相關資訊：
 - 農業處預算4500萬，城觀處9900萬，經濟處5800萬。農業處4500萬裡面非專用於田尾策展，還有用於彰化優鮮設計輔導、風土提案所、衛星展區(溪州公園)
 - 設計展標案已決標，但得標廠商尚未與協會聯繫。
- 潛在問題：若配合設計展，活動主導權、業者組成(可能被要求與設計展得標廠商的業者合作)等問題需釐清。

八、議題與決議：

1、時程與經費：是否配合設計展(10月)或堅持原計畫(11月)？需確認經費支持的條件。

- 溝通策略：下週將與縣政府相關單位會談，釐清縣府確切想法與支持方案。
在確認是否活動整合：花田季的前導活動(遊程)可否與「風土提案所」計畫(10月底核銷)結合，作為設計展的一部分。
底線設定：若與設計展合辦，協會能接受的條件與不能犧牲的部分(如花田季自身品牌、對在地業者的實質效益)。

2、組織分工與籌備(初步規劃)



場地佈置組

- 動線設計(入口、出口、分流)
- 展區搭建與場佈設計
- 音響燈光支援
- 清場與現場整潔維持



活動組：

- 活動流程規劃(展演、解謎體驗)
- 舞台主持與演出協調
- 備案安排(雨備、突發情況)
- 智慧導覽系統規劃(數位地圖、QR 導覽)



募資組：

- 募款提案撰寫與送出
- 捐贈品設計與感謝機制
- 企業與贊助商洽談



志工組：

- 志工招募與培訓
- 導覽、接待安排等服務規劃
- 現場支援(資訊站、人力調度)
- 協助活動前後環境準備及整理



行銷推廣組

- 社群經營(Facebook / IG / LINE)
- 設計文宣(海報、手冊、指示牌)
- 媒體聯繫(新聞曝光、活動發布)
- 影像紀錄(照片與影片素材紀錄)



總務・安全・行政組：

- 行政文書作業(會議記錄、文件彙整)
- 物資管理與採購
- 安全動線與緊急應變規劃
- 現場突發狀況處理協調
- 帳務管理
- 保險

● 會議機制：

- 每週開會一次，以成果報告為主。
- 各組組長於會前整理進度，會中報告並接受回饋。
- 跨組事務由組長私下協調或與理事長、執行秘書討論。
- 理事長與執行秘書負責追蹤各組進度。

- 近期行動：
 - Grace先為各組長初步分配工作任務與時程。
 - 杰哥(行銷推廣組組長):下週一晚上6點。
 - 子良(場佈組組長):下週一晚上7點半。
 - 其他組長:協調下週二白天/下午或晚上時段。
 - 理事長與Grace先與各組組長分別開會確認工作內容。
 - 待與縣府溝通後,再正式公告組織架構與計畫。
- 3、命名活動:暫定名稱「2025花田祭-漫遊解謎」(結合漫遊解謎與導覽概念)
 ,考量品牌已具知名度,不一定需要再辦命名徵選活動。西元與民國統一:
 協會內部文件及雲端資料,統一使用「民國」紀年。

4、後續安排與行動項目：

- 風土提案所計畫:6月30日前完成遊程提案報名。
- 風土提案所課程:鼓勵相關人員參與6月9日、10日(田尾場)及6月13日、17日、18日(南彰化其他場次)的課程。
- 休區評鑑報告:Grace持續完成評鑑報告撰寫與資料彙整。
- 縣府溝通(花田祭):預計下週由理事長確認花田祭經費、時程及與設計展的合作模式。
- 合作憑證收集:蝦皮、7-11等合作單位索取合作憑證資料,以利評鑑。