

114年度休閒農業區（第1組）評鑑分數

縣市別	休閒農業區名稱	114年	備註
彰化縣			
	田尾鄉公路花園休區(首評)	71	

114 年度彰化縣田尾鄉公路花園休閒農業區綜評意見

一、組織運作與功能

(一)優點

1. 建立組織架構和分工，並定期召開相關會議。
2. 營運具有單一窗口功能，營運模式清楚分明並完整。
3. 會員有參與培訓及研習等提升計畫。
4. 會員以休閒農業為主業之占比，比例達 62.8%以上。
5. 非休區計畫收入占比 73.34%。
6. 提升遊客中心收入 11.1%，組織服務會員回饋收入 20.8%。
7. 組織因為有專門的總幹事故所有資料的整理十分完善且將所有組織開會規章等相關內容均數位化且上雲端，是值得未來許多休區學習的對象。
8. 資料數量多而豐富且已先上傳雲端，會員成長情形良好。
9. 有專任固定支薪的休區總幹事，能完整地擔任平台工作，所有行政及專業資料整理完整且已上雲端，值得讚賞。

(二)缺點

1. 建議強化休區業者之間整合食宿遊購娛等遊程之綜效。
2. 建議可以凝聚所有店家研擬未來中長程之發展方向的目標。
3. 簡報內容太多，可以簡整後提出亮點。
4. 財務報表之間的對應較不清楚。
5. 休區的財務狀況的呈現較為模糊，可以再修正，讓財務狀況能較清楚呈現。
6. 理事長更換頻繁，開發協會須整合。

二、休閒農業資源與產業加值

(一)優點

1. 有機、友善、產銷履歷等安全農業之推動業者數有 222 家。
2. 在地產業資源運用至少開發伴手 44 項、遊程 9 項、餐飲 11 項、體驗服務 30 項。
3. 全區有投保公共意外險。
4. 參與通路媒合或異業合作共 259 場，並與 12 家通路業者合作，建立行銷管道。
5. 在地農家的產業力量十分強大且均有不錯的發展。

6. 花卉的種類非常多元，園藝的店家有良好的發展基礎。
7. 休區的特色定位清楚，個別業者

(二)缺點

1. 全區休閒農場 0 家、籌設中休閒農場 4 家、特色農遊場域 1 家、民宿 6 家，休閒農場及特色場域之服務能量較為不足。
2. 建議可以有更多農家間的串連及代表品牌的年度固定活動產生。
3. 休區內之店家彼此的合作與連結關係沒有特別的說明。
4. 個別業者場域更優化也漸 o 化發展，惟整體休區的整合以待加強。

三、環境營造及公共設施維護管理

(一)優點

1. 休區地區特色營造展現、區內公共空間運用、生態工法及環境藝術導入等空間美化，指標、導覽系統建置多處，已略具營造成效。
2. 營造無障礙或友善環境設置計有 4 處。
3. 於遊客中心設置 WIFI 以及 AED 等設備。
4. 均有不錯的整體環境營造及維管作業。
5. 遊客服務中心全年無休。
6. 公共設施及道路整齊，清潔程度良好。
7. 停車場域的設置更完善也較有規劃。

(二)缺點

1. 建議在解說導覽系統可以強化英文版 QR code 文字或語音導覽功能或善用 AI 智慧導覽功能。
2. 休區整體環境交通動線及公共設施的維護仍有精進空間。

四、政策配合情形

(一)優點

1. 提供無現金交易計有 Taiwan Pay、Line Pay、一卡通等業者家數 31 家。
2. 地方政府強化入口意象、停車場、整體環境美化等硬體建設。

(二)缺點

1. 未能配合農業部經濟效益調查，尚待改進。
2. 相關活動訊息的宣達運用農業易遊網成效不彰，建議預作時程規劃提報，以利即時露出宣傳。
3. 業者在填寫問卷還要再多加鼓勵。
4. 運用農業易遊網的情形可設法再對修區內之店家進行推廣。

五、營運績效

(一)優點

1. 辦理花田祭行銷活動，以增進遊客人潮。
2. 取得農村好物 1 家、好客民宿 1 家、環保旅店 2 家。
3. 遊客人數不斷成長。

(二)缺點

1. 取得相關認證家數仍有待強化。
2. 休區內遊客成長幅度很大，但消費者之客單價成長很有限，應設法提升服務或產品之附加價值。

六、建議改善事項

田尾公路花園的轉型，關鍵在於從「賣植物」走向「賣體驗、賣健康」，可以推動方式如下：

1. 企業 ESG 永續方案：企業可認養田尾的一片綠地或贊助一場社區綠化活動，並組織員工來此進行 Team Building（團隊建立），例如共同打造一座可食地景、學習植物養護。這不僅是員工福利，更是企業實踐 ESG（環境、社會、公司治理）的最佳案例。
2. 推動離題旅行_「一日植人」深度沉浸式體驗：活動內容：遊客可以付費體驗半天或一天的苗圃工作，在園主指導下學習如何換盆、施肥、修剪枝葉、甚至是如何為植物除蟲。這種親身勞動的過程，能帶來巨大的成就感與療癒效果。
3. 申請「雙認證」，為休區鍍金：現在的遊客越來越重視環保，建議申請環境部的「綠色行程」認證，讓遊程更有賣點。同時，輔導休區內的餐廳拿到「綠食飯桌」標章。有了這兩張「官方掛保證」的王牌，較能吸引體驗優質環保旅遊的客人。
4. 聯手環保旅行社，讓客源自己來敲門：主動出擊和「原森旅行社」、「雄獅旅遊」這些大型環保旅行社談合作，他們手上有我們最想要的客群，一旦建立合作關係，就能穩定地把遊客帶來休區。
5. 開發「鳳金」市場，平日也不怕沒客人：銀髮族是平日出遊的主力軍，是填補我們平日空缺的大好機會！我們需要一起改善無障礙設施，餐廳可以多準備一些好入口的軟質餐點，結合旅行社規劃專屬行程，讓旅行社去申請觀光署的「鳳金遊程」認證，把休區打造成高齡長輩也愛來的首選地點。
6. 休區目前的組織運作有不錯的架構並將所有組織的相關文件均數位化，是不錯的表率。但對於休區未來的整體發展方向及如何再將休區的品牌去營造出新的氣象及如何統整大家的共同力量去創造出 1+1>2 的未來作法上是需要休

區的夥伴能有更好的向心力凝聚及更多的人來提供想法及意見來共同研擬新方向及共同努力。另外對於未來長期固定的系列活動亦可以共同思考該如何舉辦，因為縣府、公所每年亦均有系列活動，如何搭配這些系列活動並打造更不一樣的品牌形象，共同營造出對所有休區夥伴有益的活動及如何串連結合各農場優點的方面是未來可以再強化的地方。

7. 簡報內容非常豐富，但重點有些分散，可以再加強亮點之呈現；財務表格之各項數值可以再進行對應整理，以利了解收支狀況。
8. 建議從消費者角度將園區內的農遊路線分區或分主題進行更完整的安排，讓遊客進入園區能從容的在園區內找到不同類型的店家，道路指引或各項解說牌的設置要再加強。
9. 園區內的元素多元而豐富，但訪視當日的各點之間沒有呈現食宿遊購樂之間的連結關係；或有關食農教育、農業療育等特殊的體驗活動。
10. 可以思考如何利用導覽解說或其他體驗活動之方式提高消費額(門票抵用購物、體驗活動等)，有利於提高客單價。
11. 休區劃定營運四年，已更換多位理事長，雖然有專任的總幹事綜整相關業務，但也顯見休區發展協會的整合與合作仍有精進空間。
12. 簡報資料豐富，內容多達 145 頁，但因沒有做重點規納，反而不易看到重點，宜精簡歸納。
13. 休區內的食、宿、花卉農場相關業者等場域有相當程度的成長，惟串聯多元豐富行程的規劃和執行仍有待整合行銷。
14. 112 年至今申請農遊特色場域認證只有一家通過，應加強輔導。
15. 本區有一個特色是有專任有給制的總幹事負責所有相關行政與平台聯繫工作，也相當稱職負責，但相對休區內的業者參與就較少，似乎也沒有年輕的業者在發展協會中扮演較積極的腳色。
16. 個別業者的場域已漸能從原先苗木生產的擺設，調整為 Open Garden 的休閒環境，休閒農業區的整體環境和交通動線及公共設施的維護仍有精進的空間。
17. 區內已有 26 家民宿，可以逐漸引入「Long stay」理念，或者拓展多天住宿休區內不同民宿的優惠行程以吸引滯留型遊客。