

# 農糧署輔導設置農村社區農產品銷售據點計畫說明

## 一、目的

行政院農業委員會農糧署(以下簡稱本署)為結合農村社區加強農特產品銷售之推動，爰應用農村再生基金，輔導地方政府及農民團體辦理農村社區小舖、農民直銷站、農民市集與行動直銷站設置與經營，透過地方政府及農民團體結合農村社區，規劃設置場域或利用舊有建築物，或運用農會超市、展售中心等，成為行銷或推廣與銷售該社區農特產品據點，以增加農產品行銷管道，宣導地產地消理念。

## 二、推廣宗旨

- (一)為「地產地消」，減少中間流通成本，縮短食物里程，推動定期定點辦理，提供消費者新鮮、安全、安心、具地方特色及魅力的地區農產品。
- (二)建構小農銷售平台，開拓小農多元行銷管道，創造經營者新的商機，增加農家收益。
- (三)由農民親自銷售自產農產品給消費大眾，建立生產者與消費者互動管道及互信關係，發展尊重自然、友善環境的生產法則。
- (四)由農民秉自治自理精神，建立市集及直銷站之信譽口碑，俾永續經營。

## 三、推動策略

輔導類型以「農村社區小舖」、「農民市集」及「農民直銷站」三種模式為主，「行動直銷站」為輔，以新鮮、安全、安心及多樣化為訴求，由農民以當日或當季自產之生鮮農產品或初級加工品，自行訂價並擔負產品安全責任，透過面對面互動，將安心直接傳送給消費者，並讓農民親身感受農產品市場的銷售資訊。

- (一)農村社區小舖：據點之大小原則依設置地點室內空間規劃及需求，以專櫃、專區或展售架陳列等方式，提供社區農民銷售農產品，並以每日銷售方式辦理。
- (二)農民直銷站：於現有農民團體超市設置農民直銷專區，提供小農平日常態銷售管道，讓消費者可以「看得到生產者的臉」照片等生產資訊。
- (三)農民市集：利用假日於人潮聚集地(如觀光景點)設置定期定點市集，提供在地小農銷售自產農產品，及與消費者「面對面行銷」互動管道。
- (四)行動直銷站：車輛經改裝並需取得車輛變更登記合法上路，以行動直銷站方式將在地農友新鮮、安全之特色農產品帶入社區，讓更多消費者能直接採購農民自產自銷農產品。

#### 四、實施方式

##### (一)輔導對象

直轄市、縣(市)政府、農民團體、農業相關團體等(以下稱主辦單位)。

##### (二)設置地點

- 1.農村社區小舖、農民直銷站、行動直銷站：於現行已設有超市、賣場等有意願運用既有空間設置農民直銷專區或經主辦單位自行評估確有需求，需考量住戶人口多寡(商圈)、社區消費水準、交通便利(含停車場)及農民供貨便利者等因素。
- 2.農民市集：觀光景點、公園、閒置空地(既成場所設置臨時市集)或其他人潮聚集地等，上開土地需合法利用，並取得場地使用同意書(至少3年以上)，審核農民市集成立申請時，以鼓勵設置於鄰近性別友善設施之地點，或是設置臨時哺(集)乳室、性別友善廁所等為優先。

##### (三)展售時間

- 1.農村社區小舖、農民直銷站：以平日超市常態營業時間。

- 2.農民市集、**行動直銷站**：利用假日(周休二日)或固定時間，每週或隔週擇定一或二日辦理或每月定期定點至少二次以上。

#### (四)農民及產品定位

- 1.以當地個別農民或產銷班自產之「生鮮農產品」為主，「自產農產加工品(不含商業性產品)」為輔，少量多樣，由農民團體或主辦單位遴選機制進行資格及實地審核。販售農產品以具有機農產品標章、產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項為主，並簽訂契約書。
- 2.為落實地產地消精神，供貨者應以所在地區農民或產銷班為主，除屬該地區未生產之產品，得由鄰近直轄市、縣(市)或鄉(鎮、市、區)農民供應，並以契約規範供貨之數量及品質，嚴禁批貨供應。
- 3.參加展售之農民或產銷班得於供貨前向主辦單位登記擬展售之品項、數量等資訊，以利進行標籤列印及廣宣議題規劃。

#### (五)產品安全確保及風險控管

- 1.農民應遵守安全用藥規定，生產安全之農產品，自負產品責任，並將「安全」(品質符合規定)、「安心」(資訊充分提供)直接傳送給消費者。
- 2.建立安全用藥檢測機制
  - (1)由主辦單位自主管理辦理農藥殘留檢測，並自行訂定抽驗機制(每月至少抽驗二件)，如檢驗不合格者加強列管並負擔檢驗費1/2。
  - (2)屬有機、友善環境耕作、產銷履歷農產品依各該產品管理規範，加強辦理相關產品標示及品質等查驗，辦理年度執行檢討，俾供次年辦理之依據。
- 3.建立資訊透明化機制
  - (1)農村社區小舖、農民直銷站：建立電腦資訊系統，標籤內容包含產品名稱、生產者姓名、價格、包裝日期等資訊(含條碼)，

以張貼於包裝袋上，並利於進出貨之統計、結帳及產品品質控管。

(2)農民市集、行動直銷站：應於攤位前放置生產者及產品資訊簡介看版，並於產品張貼標籤，以進行產品安全及品質等風險追蹤控管。

#### (六)營運管理

1.由主辦單位自行訂定自治管理規範，其內容應包含農民進退場、上下架、產品規範、生產紀錄、抽驗機制、產銷與場地規劃、管理單位職責，以及相關切結書等事項。

2.營運管理：由主辦單位建立自主營運之獲利模式及確保設置宗旨，並適時開發新的生產者，以補足市場產季供貨不足，以及統籌維護展售場地環境整潔及衛生條件。

3.設施（備）維護與保管：由主辦單位自行維護與保管。

4.以行動直銷站車輛經改裝並需取得車輛變更登記始得合法上路。

(七)規劃廣告宣傳議題行銷：主辦單位規劃辦理塑造具地方特色市集及直銷站，發揮個人或產品群特色，依時令或季節進行主題行銷活動，活絡消費市場。必要時，應配合辦理政府產銷調節措施，協助農民產銷。

### 五、補助方式

#### (一)申請程序

1.初次成立農村社區小舖至少應有十人以上農民參與；農民市集（或直銷站），至少應有常設二十個攤位（或二十人）以上農民參與，由各主辦單位將基本資料表送本署各區分署後，轉本署審核納入年度計畫辦理。

2.申請行動直銷站須具設置農村社區小舖或農民直銷站據點，並至少應有二十人以上農民參與。

3.主辦單位應於計畫審查會議前提交各分署「供貨名冊及生產資料」、「切結書」、「供應農戶審查紀錄表」、「自治管理規範」及「展售場地同意書」等文件。

4.必要時，本署得邀請相關單位共同審查及實地勘查。

(二)補助原則：

1.補助項目以設置所需之展示桌、展售架、帳篷、廣告牌、冷藏展示櫃等設備，以及教育訓練、宣導、檢驗費用或其他經本署審核認為必要者，並依據農委會主管計畫補助基準及本署主管計畫經費處理手冊相關規定辦理。

2.農村社區小舖補助經費每處以補助 2 年為原則，第 1 至 2 年分別為 30 萬元及 15 萬元。農民直銷站及農民市集經費每處以補助 3 年為原則，第 1 至 3 年分別為 60 萬元、40 萬元及 20 萬元。第 4 年以後，倘經評估仍有補助需求，以不超過 15 萬元為原則。行動直銷站補助以 1 年為限，補助金額以不超過 60 萬元為原則。

3.資本門經費之配合款不得少於 50%、經常門經費之配合款不得少於 25%。

4.補助額度按當年度計畫預算額度及設置攤位數酌予增減。

六、計畫研提內容與說明：

(一)立地條件說明，包括設置地點與周邊空間概述、消費型態、預估消費力及在地特色。

(二)結合農再社區與農民數量、農民預期效益、具有機農產品標章產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章、臺灣農產品生產追溯條碼、友善環境耕作之農產品品項。

(三)營運管理組織、營運期間、教育訓練、及農民上架機制概述。

(四)行銷規劃。

七、研提與審核程序：

- (一)由研提單位擬具基本資料表，送本署四區分署彙整後轉陳本署，續由本署遴選計畫之統籌單位，邀集各區分署及相關單位，召開審查會議，遴選補助對象，完成計畫統籌後送本署核定辦理。
- (二)計畫審查會議前，主辦單位應提供各分署「供貨名冊及生產資料」、「切結書」、「供應農戶審查紀錄表」、「自治管理規範」及「展售場地同意書」等文件等。
- (三)倘為第二年以上申請單位，須檢附前三年度農民銷售實績，另農民直銷站供貨農民數需達40人以上。
- (四)計畫核定後，參與計畫之執行單位皆須參加本計畫辦理之講習與訓練，配合提供執行情形及成果報告(配合於每月10日前至「食農知味」網站—「農民直銷據點經營統計數據填報系統」回報前一個月之營業額、該月供貨名冊及生產者資料，以及教育訓練等數據(網址：<https://reurl.cc/rDvAyr>)，並由本署各區分署監督辦理進度、農民參與情形及現場評核等相關事項。