



因應武漢肺炎農業部門輔導方案

行政院農業委員會

109年2月6日

大綱

一、前言

二、對農業部門影響與輔導方案

- 協助學校午餐食材供應農民媒合通路
- 短期產銷因應措施
- 休閒農業產業優化及多元行銷
- 農漁業紓困貸款金融協助
- 因應中國大陸船員暫無法來臺之人力短缺
- 中長期輔導措施

三、結語

一、前言

Updated: 109/2/5 24:00

國際疫情現況

中國大陸 (不含港澳，截至2/5 24:00)

- 28,018例確定病例
 - 重症：3,859例
 - 死亡：563例
 - 31省市區均有病例
(不含港澳特別行政區)
- 24,702例疑似病例
- 一級流行地區：湖北省
- 二級流行地區：其他省市區

其他26國家/地區：

- 211例確定病例，其中2例死亡
 - 越南、法國、日本、南韓、美國、泰國、香港、馬來西亞、澳門等9國/地區出現次波感染病例
 - 德國及新加坡出現第3波傳染病例
 - 法國出現醫療人員感染病例
 - 泰國及日本相繼出現司機或導遊感染案例
 - 香港出現無明顯傳染源之社區傳播病例
-
- WHO評估中國境內流行風險為非常高，區域與全球則為高
 - WHO於1/30召開「新型冠狀病毒肺炎IHR緊急委員會會議」將其列為「國際關注公共衛生緊急事件 (PHEIC)」

過去農業部門面對SARS之經驗

SARS爆發初期對農業之影響

採取因應措施

農業部門實際影響

衝擊國內
農漁業產業

外銷通路受阻
外銷量萎縮

農業旅遊蕭條

SARS
造成
消費
需求
減少

採取
因應
措施

91-92年農業統計數據(SARS前一年與當年比較)

農產品躉售物價指數
+6.9個百分點

平均每戶農
家農業所得 +1.53%

農業產值 +2.13%

農產-3.0%, 畜產+7.0%, 漁產+5.3%

出口貿易值 +2.83%

農耕產品+5.7% 水產品+7.0%

農場及森林遊樂區等遊憩據點
旅遊人次增加5%



SARS疫情爆發初期對農產業衝擊似不樂觀，但在政府因應措施輔導之下，穩定整體產銷狀況，當年度農業表現穩健

二、對農業部門影響與輔導方案

■ 對農業部門影響

對內影響

國內消費需求改變

- 短期有春酒取消、餐廳及外食消費減少
- 民眾外出採購意願減少，影響實體通路
- 延後開學，學校午餐供應農民與團膳業者受影響

農業旅遊

- 為減少風險，至休閒農場、森林遊樂區等遊客人數會減少
- 娛樂漁船出遊人數減少，影響載客量，營收減少

對外影響

外銷通路受阻

- 上半年外銷中國大陸的主要農產品(鳳梨、釋迦、石斑魚、午仔魚)，因多個城市封閉，可能造成訂單量下降，運輸亦受阻

漁船作業影響

- 大陸船員(約400人)返鄉過年，現暫停來臺，原僱用之漁船(227艘)無法及時補足勞動力
- 活魚運搬船(11艘)及白帶魚運搬船(8艘)，因中國大陸或香港市場恐冷清，運搬航次減少，影響營收

二、對農業部門影響與輔導方案

■ 輔導方案

(一)協助學校午餐食材供應農民媒合通路

(二)短期受影響產品之因應措施

-海外行銷加碼補助，拓展新興市場

(三)休閒農業產業優化及多元行銷

(四)農漁業紓困貸款金融協助

(五)因應中國大陸船員暫無法來臺之人力短缺措施

(六)中長期輔導措施

- 因應疫情持續發酵，強化外銷措施
- 與電商合作拉動農產品網購銷售
- 穩定農產品價格
- 規劃漁牧產業產銷調節與結構調整

(一)協助學校午餐食材供應農民媒合通路 1/2

供應現況

- 使用國產可溯源食材之學校午餐每日供餐人數約186萬人，每日供應蔬菜約350公噸
- 高中以下學校延至2月25日開學，預估將影響原訂開學第一週之蔬菜供應量(2/11-15，計5個供餐日)，約計1,750公噸
- 漁畜產品多採凍存方式後出貨，已輔導相關供貨平台配合開學日調整供貨期，受影響有限

影響程度

- 目前市面蔬菜價格尚稱穩定，根莖、瓜果、花菜及大部分短期葉菜可儲藏、延後採收，轉供應市場、國軍或量販業者等其他通路約1,630公噸，受影響程度不大
- 已掌握僅供應學校午餐農民資料，初估有120公噸之有機短期葉菜類因採收期較短銷售不易

(一)協助學校午餐食材供應農民媒合通路 2/2

協助對象

- 契作專供學校午餐之農民且具有**有機或產銷履歷**驗證為對象

因應作為

- 有小包裝供貨能力者，協調共同運銷農民團體送往**臺北(一、二市)**、**新北(三重、板橋)**、**臺中**、**高雄**、**屏東**等7處具產銷履歷及**有機優先拍賣或交易專區**之果菜市場銷售，約20公噸
- 媒合**國軍**、**零售專賣或量販通路**之供應單位採購，約100公噸
- 視實際葉菜供應情形，輔導提供**食物銀行等慈善機構**

(二)短期受影響產品之因應措施 1/3

上半年預期可能
受影響品項



鳳梨



釋迦



石斑魚



午仔魚

外銷中國大陸占比

97%

97%

71%

75%

上年期外銷中國大陸
數量(公噸)

46,751

12,465

6,460

5,014

去(108)年同期
輸中數量(公噸)

1,586

4,844

1,125

825

109.1.1~109.2.4.
輸中數量(公噸)

1,079

3,907

1,071

786

(二)短期受影響產品之因應措施 2/3

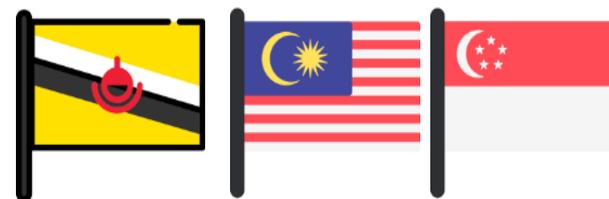
加碼海外行銷補助，提高外銷誘因

品項	目標市場	運輸方式	原標準 (元/公斤)	新標準 (元/公斤)
釋迦 及鳳梨	俄羅斯 及歐美國家	空運	70	100
		海運	13	20
	中東國家	空運	45	70
		海運	8	15
	其他國家 (不含中國大陸)	空運	30	60
		海運	6	12
釋迦	中國大陸	空運或海運	3	6
石斑魚 及午仔魚	馬來西亞、新加坡及日本等國家		-	40
	美國、澳洲等國家		-	50

(二)短期受影響產品之因應措施 3/3

加強海外通路拓銷，開拓新興市場

● 開拓新南向國家市場



- ✓ 於109.1.1~109.4.30在新加坡、馬來西亞及汶萊等新南向國家新興通路辦理90場次鳳梨釋迦促銷活動，加大力道開拓市場

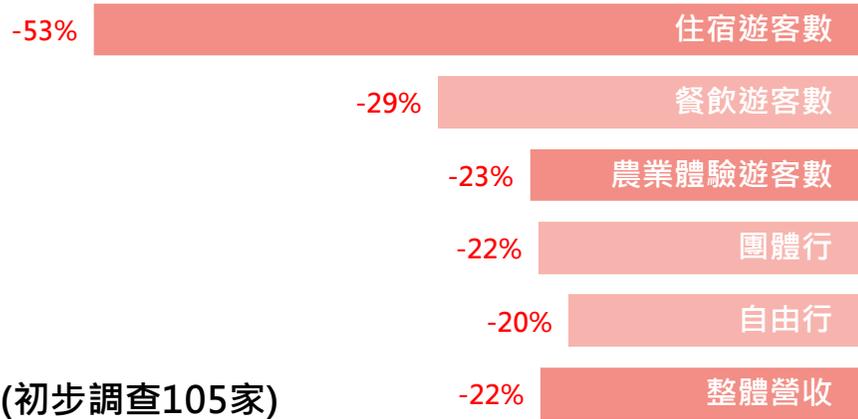
● 日本及新加坡超市通路促銷

- ✓ 於109.1.1~109.6.30與日本及新加坡大型超市通路合作，針對鳳梨、鳳梨釋迦、午仔魚及石斑魚舉辦大型促銷活動



(三)休閒農業產業優化及多元行銷 1/2

109年1月15至31日營運情形(與去年同期比較)



- 1月中下旬來客數、營業額急遽縮減
- 業者表示2月起之團體行預約大多遭取消，自由行之住宿預約退房率也超過5成，顯示遊客對出遊確有疑慮，短期內(4~6個月)會有衝擊



(三) 休閒農業產業優化及多元行銷 2/2



- 因應短期遊客減少- 強化場域品質
 - 培訓從業人員專業技能及服務接待
 - 營造場域特色及促進農遊產品升級
補貼雇工購料，改善場域及產品
 - 優化網路資訊及建置電子票券系統

- 疫情趨緩振興產業- 強化多元行銷
 - 善用主題遊程辦理多元跨業行銷
 - 運用電子票券推動獎勵農遊措施
 - 參與國內外旅展推廣以拓展客源

(四)農漁業紓困貸款金融協助1/2



適用對象

- 受武漢肺炎影響之農(漁)民業者、農民團體、農企業(外銷業者)

協助措施

新貸戶

1. 提供優惠貸款利率0.79% ~ 1.68%
2. 提供貸款50.3億元支應農漁業者所需資金，及1.27億元利息差額補貼。另可申請延期還款及2-3年本金寬緩
3. 額外提供1,420萬元補貼休閒農場貸款、部分漁業貸款(娛樂漁船、運搬船、蓄養石斑魚)之借款人，為期半年貸款利息

舊貸戶

- 提供還款困難者，可申請延期還款

(四) 農漁業紓困貸款金融協助2/2

資金
提供

貸款類別	貸款利率	準備額度
輔導漁業經營貸款	1.29%	13億元
休閒農場貸款	1.29%	9億元
輔導農糧業經營貸款	1.29%	4億元
農民組織及農企業產銷經營貸款	1.68%	5.4億元
青年從農創業貸款	0.79%	7.8億元
農機貸款	0.79%	4.8億元
農民經營及產銷班貸款	1.29%	4.5億元
農業科技園區進駐業者優惠貸款	1.29%	1.8億元
上述各項貸款之利息差額補貼	-	1.27億元
部分漁業貸款(原僱有大陸船員之漁船、娛樂漁船、運搬船、蓄養石斑魚)及休閒農場貸款利息補貼(為期半年)	-	1,420萬元
總計		51.7億元

(五)因應中國大陸船員暫無法來臺之人力短缺措施

現況 影響

- 原僱用大陸船員之漁船(227艘)，因大陸船員(約400人)返鄉過年，現已暫停來臺，原僱用大陸船員之漁船無法及時補足勞動力，影響作業

因應 作為

- 協調勞動部縮短申請僱用外籍船員時程14-20天，由漁會協助業者提出申請
- 媒合非漁汛期漁船之外籍船員互相轉僱



(六)中長期輔導措施

因應疫情持續發酵，強化外銷措施

開拓
新市場

- 俄羅斯市場-與駐地代表處合作辦理農產品推廣會，並排除貿易障礙
- 中東市場-於沙烏地阿拉伯或杜拜辦理臺灣農產品推廣會

開拓
既有市場
新通路

- 新加坡市場-於星國HAO Mart超市通路設置臺灣農產食品長期展售專區

佈局
潛力產品

- 稻米-臺灣包裝米108.7.7首度於新加坡昇崧超市上架販售，銷售反應熱烈，訂單追加中
- 生鮮豬肉-持續備戰、透過雙邊諮商，積極佈局規劃，重返外銷市場
- HALAL商品-開拓穆斯林市場，一對一精準商機媒合，並在馬來西亞等國高級百貨公司辦理臺灣農產食品展售活動

與電商合作拉動農產品網購銷售

品項

具溯源之國產農漁畜產品(3類45項) 另加強促銷鳳梨釋迦、鳳梨、石斑魚及午仔魚等4項重點品項。
 (如有機、產銷履歷及CAS標章等)

運作模式

- 消費者可由「臺灣農產嘉年華」活動網站連結至合作的電商平臺網站購買，或直接於合作的電商平臺購買(109年活動內容預計於2月下旬公布)

具體作為

- 確保提供優質安全國產農產品，透過電商平臺銷售
- 媒合296供貨農民團體與電商平臺合作

- ✓ 提供消費者購買誘因 -滿500送50
- ✓ 提供電商平臺銷售誘因 -行銷獎勵金

購買金額(含)	補助金額	獲得方式
500元	50元	由合作電商提供折現
1,000元	100元	/等值紅利/商品
以此類推，無上限		/購物金/折價券

	最低銷售金額要求	獎勵金核發標準 (按銷售金額比例發放)	獎勵金核發上限
具溯源國產農漁畜產品	50萬元	5%	每家電商合計最高為200萬元
加強促銷重點品項	(含)以上	10%	

穩定農產品價格

國內行銷

企業團購	為增加國內消費量，請企業團購增加採購量
多元行銷	媒合全聯等大型通路加強販售
網路訂購	因應消費者減少外出及消費型態改變，啟動電商通路協助促銷，消費者不出門也可購買

產銷調節

- 滾動維持產銷秩序，即時發布產銷預警
- 計畫性生產，避免集中上市

輔導加工

- 開發小包裝分切品或即食加工產品
- 輔導地方政府公告啟動加工措施，補助集運費、處理費促進加工廠商擴大採購，產製多元加工產品
- 補助加工廠或產業團體加工凍儲等費用

規劃漁牧產業產銷調節與結構調整

畜禽產品

- 持續盤點畜禽產品消費衰退的影響，檢討109年度生產目標，計畫性減產，以穩定產銷平衡
- 針對毛豬、肉羊、土雞、肉鴨、蛋鴨等5個品項，將請產業團體自主配合減產
- 加速過剩畜禽去化，啟動種畜禽(如種母豬)提前淘汰

漁產品

- 宣導及輔導產石斑魚、午仔魚及大宗養殖魚種進行計畫性生產，下修總年均生產量1-2成
- 補助整池消毒及停、疏養，以分期及延緩放養，避免集中上市

三、結語

- 因應武漢肺炎疫情，政府全力守護國內防疫安全，請民眾勿過度恐慌，應**正常消費**
- 已**啟動各項輔導方案**，包括拓展國內外通路、提振休閒農業、提供紓困貸款、穩定產銷等，協助農漁業相關業者**共度難關**
- 籲請農業部門相關業者配合各項輔導措施，並加強產業轉型升級，必能**化危機為轉機**，將產業衝擊降至最低，各界**齊心努力**打造**韌性農業**

與全民共同守護臺灣農業的未來

以上報告
敬請指教



行政院農業委員會

COUNCIL OF AGRICULTURE, EXECUTIVE YUAN