

110 年度農遊伴手開發優化輔導補助計畫申請原則

壹、目的：行政院農業委員會(以下簡稱農委會)鼓勵休閒農業經營者結合在地農業產業、農村景觀、農業文化等元素，開發在地特色、順遊易攜之優質農遊伴手，促進農業旅遊產品升級與延伸價值鏈。

貳、受理期間：公告日起至 110 年 5 月 31 日(一)。

參、申請對象(以下簡稱業者)：

- 一、取得許可登記證且營業中之休閒農場。
- 二、農委會輔導在案之田媽媽。
- 三、休閒農業區內之業者(需取得所屬休閒農業區推動組織推薦)。
- 四、通過「特色農業旅遊場域認證」之場家。

註：申請業者須先參加當年度「農遊伴手衛生安全講習暨輔導徵案說明會」

肆、輔導及補助方式：

- 一、符合前開資格之業者提交申請表(附件 1)說明已開發初階產品(無包裝或擬優化舊包裝之伴手產品)相關資訊，主辦單位初審徵選出 25 家業者參與輔導工作坊，透過課程引導產出計畫執行細節後，再評選其中 10~15 家接續進行個案輔導，協助完成農遊伴手開發之相關工作。輔導方式除陪伴輔導、包裝設計公司媒合、成果檢核外，每案補助產品開發、包裝設計、檢驗及製作費用等總經費之 60%，並以新臺幣 30 萬元為上限，業者須自行負擔計畫總經費至少 40%。

補助經費 60% (最高上限 30 萬)	業者自籌經費 40% (至少比例)	總金額
30 萬元	20 萬元	50 萬元

- 二、經評選參與個案輔導者，須於 110 年 10 月 31 日(日)前完成伴手產品開發(或調整)、減量化包裝設計、通過期末驗收，且無待改善事項者，並 200 件以上之適量生產、產品故事撰擬、行銷策略擬定及市場測試，得檢據申請核撥補助款，本計畫補助款(預估最高 30 萬元)分 2 期撥付，並採下列方式辦理：

- (一) 第 1 期款(所申請補助款額度的 50%)：由業者檢附(1)申請 50%計畫補助

款之領據正本、(2)保證金切結書影本、(3)業者與設計包裝公司簽訂之合約影本、(4)設計包裝公司向業者申請合約金額 50%之發票(三聯式)影本，向主辦單位 CAS 協會申請撥付補助款 50%(上限 15 萬元)予設計公司。

(二) 第 2 期款(第 1 期款外之補助金額)：於計畫產出完成期末驗收後，由業者檢具(1)第 1 期款外之補助款之領據正本、(2)執行本計畫之配合款開支(含產品開發實際支出材料、檢驗、產品內容物、委外設計或包裝印製等相關費用)之原始憑證影本、(3)設計包裝公司向業者申請第 2 期合約費用的發票影本，向 CAS 協會申請撥付第 2 期補助款予設計公司。

◎ 倘有申請本計畫之業者未能完成計畫產出，或有配合款不足情形，致補助款不敷支應予設計包裝公司，不足之合約款項由業者自行負擔。

三、以「休閒農業區內之業者」資格申請本計畫者，產出之伴手商品應有該休閒農業區聯名或識別標誌。

伍、申請方式：

一、檢附計畫申請書(附件 1)，於 110 年 5 月 31 日前(一)(以郵戳或電子郵件二個日期之較早日期為憑)將紙本及電子檔寄至本會指定受理單位，並以電話確認送達，即完成提案申請。

二、申請單位若有資料未填寫正確，如資格不符或輔導需求未填完整等，應於接獲電話或書面通知後 3 個工作日完成補件，逾期視同放棄。

三、本計畫聯絡資訊如下：

聯絡窗口名稱	聯絡資訊
李俊緯 專員	聯絡電話：02-2698-2989#03173 E-Mail：03173@cpc.tw
陳鳳娟 專員	聯絡電話：02-2698-2989#01814 E-Mail：01814@cpc.tw

農遊伴手開發優化輔導時程

第1階段

受輔導業者徵選
至多25家

書面審查
(初審)

確認
(複審資格)
業者名單

第2階段

工作坊輔導
及評選10~15家

商品力工作坊
(預計2天)
※陪伴輔導師、
設計公司預媒合

業者完成
申請書修正及
複審簡報內容

計畫簡報審查
(複審)
選出10~15家

第3階段

個案輔導媒合、簽約
與輔導啟動

陪伴輔導師、
設計公司
媒合洽談

媒合確認
簽約
啟動

期中
審查會

期末
審查會

輔導期程追蹤

第4階段

成果推廣
與輔導調查

成果發表
&展示

輔導滿意度
調查

一、第一階段：書面審查(初審)

(一) 審查時間：110年6月3日(四)~110年6月7日(一)。

1. 審查方式：通過資格審查之案件，由執行單位邀請產官學界專家學者，依據申請書進行書面審查，確認報名業者經營現況、產品發展性等作為評選參考，評選是否進入輔導工作坊與複審階段。

2. 評選項目：

評分項目與配分	說明
商品規劃 (40%)	1. 符合小型、輕巧、精緻原則。 2. 展現地區產業或文化傳承等故事性。 3. 結合綠色永續的環保概念。 4. 吸睛度。

評分項目與配分	說明
商品規劃 (40%)	1. 運用當地原料(主原料產地及製造地均須為臺灣)。 2. 在地產業及文化連結性。 3. 口味及健康訴求(食品類)。
商品市場(30%)	目標市場、產品定位、商品規劃、定價、通路、推廣。
其他標章或認證 (額外給分，每項 加 1 分，最高給 5 分)	例： 1. 取得有機農產品(Organic)。 2. 產銷履歷農產品(TAP)。 3. 優良農產品(CAS)驗證標章產品。 4. 蜂蜜產品必須取得國產蜂產品證明標章及臺灣農產生產追溯 QR-Code。 5. 其他

3. 審查平均分數達 70 分以上，且排序進入前 25 名者，可獲輔導工作坊培訓及參與複審資格。審查結果由執行單位以 e-mail 及電話通知業者，並由主辦單位以公文通知。

二、第二階段：輔導工作坊與資格審查作業(複審)

(一) 輔導工作坊

1. 辦理時間：110 年 6 月 21 日(一)~110 年 6 月 22 日(二)。
2. 工作坊目的：透過資源盤點、產品市場定位、品牌概念、產品特色與故事傳達、行銷概念建立、研擬價格策略等課程，由專業講師帶領業者自我檢視與分析，進行產品初步市場性評估，協助業者找到伴手產品定位並研擬價格策略，產出計畫複審簡報內容。
3. 參與工作坊之業者須攜帶擬開發之初階產品，參與課程討論及模擬演練，課程將引導業者檢視其申請書，完成申請書修正或補充說明，並產出參與複審會議之簡報初稿(簡報大綱參考附件 2)。
4. 每家業者需推派 2 人參與工作坊，且其中 1 人須全程參與，另 1 人因個人因素缺課時數達總受訓時數 1/3 以上或無故曠課者，則該家業者喪失後續參與複審資格。訓練期間每節課遲到或早退 10 分鐘以上者，該節課以缺課論計。

5. 工作坊將邀請有意願之陪伴輔導師參與業者產出討論階段，並於現場提供有意願接受媒合之包裝設計公司作品簡介，促進媒合前溝通交流機會，以提升計畫效益。

(二) 輔導資格審查會(複審)

1. 審查時間：110 年 6 月 28 日(一)。
2. 審查方式：由執行單位邀請專家學者(預計 3 位)、指導單位(農委會)與主辦單位，就業者參與工作坊後產出之計畫複審簡報內容(簡報大綱可參考附件 2)併同申請書(原申請版及修正版)，評選 10~15 家進行個案輔導。

註：業者參與工作坊產出之簡報，必須於審查時間前 3 個工作天以 e-mail 提供電子檔，逾期者視同放棄。

3. 評選項目：

評分項目與配分	說明
商品規劃 (40%)	1. 符合小型、輕巧、精緻原則。 2. 展現地區產業或文化傳承等故事性。 3. 結合綠色永續的環保概念。 4. 吸睛度。
商品特性 (30%)	1. 運用當地原料(主原料產地及製造地均須為臺灣)。 2. 在地產業及文化連結性。 3. 口味及健康訴求(食品類)。
商品市場(30%)	目標市場、產品定位、商品規劃、定價、通路、推廣。
其他標章或認證 (額外給分，每項加 1 分，最高給 5 分)	例： 1. 取得有機農產品(Organic)。 2. 產銷履歷農產品(TAP)。 3. 優良農產品(CAS)驗證標章產品。 4. 蜂蜜產品必須取得國產蜂產品證明標章及臺灣農產生產追溯 QR-Code。 5. 其他

4. 審查會議進行方式：每案簡報 7 分鐘，Q&A 採統問統答方式進行，

委員提問共計 4 分鐘，申請者回答 4 分鐘，每案審查時間合計 15 分鐘。

(1)出席人員：業者代表人員(經營者或經營者方之實際參與計畫專案人員)。

(2)業者須將開發初階商品帶至審查會議現場以供審查，食品類商品須提供樣品予審查委員試吃。

5. 審查平均分數達 70 分以上，且排序進入本會年度預定徵選輔導家數者，可獲輔導資格，預計選出 15 家業者進入輔導計畫。審查結果由執行單位將以 e-mail 及電話通知業者，並由主辦單位以公文通知。

6. 為確保審查作業之公平與保密性，審查委員及相關人員居均需簽署保密協定，遵守保密及利益迴避原則。

三、第三階段：個案輔導媒合確認與簽約啟動

(一) 輔導媒合暨共識會議

1. 會議時間：110 年 7 月 6 日(二)。

2. 針對業者需求，辦理陪伴輔導師、包裝設計公司等面對面洽談之媒合作業，並於會後進行輔導原則與簽約共識會議，以確認三方相關輔導作業之權責義務。

註：1. 陪伴輔導師受聘合約與計畫執行單位簽訂，經費由計畫經費支付。

2. 包裝設計公司與受輔導業者簽訂委託設計合約，設計費用由主辦單位將業者補助款代為撥付予設計公司，不足之費用由業者自行支付。

(二) 陪伴輔導師輔導執行

1. 於陪伴輔導資格審查結果公告起執行。陪伴輔導師進場指導業者，針對產品/內容物調整、業者與包裝設計公司之洽談溝通提出改善建議，輔導業者落實執行進度，並與包裝設計公司共同研擬行銷策略與作法。

2. 陪伴輔導師於首次輔導一週內，提出輔導規劃，並於每次輔導後填寫輔導日誌(附件 3)。

(三) 設計公司服務執行

1. 包裝設計公司必須實地瞭解業者場域概況、周邊資源、產品故事與

特色、市場定位、目標客群、行銷方式等經營現況，就輔導商品與陪伴輔導師共同討論研擬行銷策略與作法，並規劃包裝設計提案至少 2 式，業者必須於期中審查時提出 1 款設計稿，並於期中審查簡報中提出說明。

2. 設計、印製項目與費用編列：設計費用(含 200 組紙類包裝印製產出) 預估 30 萬元(含稅)(由計畫總經費項下支應)，服務範圍包含下列 3 類模組所列項目，業者得依需求擇一模組委託之。業者倘有各模組所列項目以外(或跨模組)之需求，可逕與包裝設計公司洽談，衍生之額外費用，亦得自行議價委辦，且相關經費得於計畫總經費項下支應辦理，超出補助範圍之經費由業者自行支付。

模組	適合對象	設計項目建議	備註
A	1. 沒有品牌標誌。 2. 包裝採公版，只有場域名稱。	1. 品牌定位與故事撰寫 1 式。 2. 品牌 Logo 設計及標準色規劃 1 式。 3. 品牌輔助圖形(應用)設計 1 式 4. 產品名稱標準字設計 1 式。 5. 內包裝(以袋裝或瓶裝標貼設計為主)1 式(單品如超過 1 項以系列處理)。 6. 外盒(單品外盒或禮盒擇一)或提袋 1 式。 7. 品牌故事併商品說明小卡 1 式。 8. <u>紙類包材與說明卡</u> 適量生產 200 組(不包含非紙類包材費用)。	1. 設計物智慧財產權歸屬受輔導業者，如有涉侵權則由設計公司自負全責。 2. 業者依需求和陪伴輔導師評估結果規劃至多 3 項單品(可組為禮盒銷售)，設計公司針對每項單品(含業者需求之禮盒或提袋)設計需提出至少 2 式不同設計草案。
B	1. 已有品牌標誌，但消費者無記憶點，需求視覺優化。	1. 品牌 Logo 優化設計及標準色規劃 1 式。 2. 產品名稱標準字設計 1 式。 3. 內包裝(以袋裝或瓶裝標貼設計為主)1 式(單品如超過 1 項	3. 簽約前，業者務必與設計公司確實核對委託設計項目，除非業者願意

	2. 包裝採公版，無差異化	以系列處理）。 4. 外盒(單品外盒或禮盒擇一)或提袋1式。 5. 品牌故事併商品說明小卡1式 6. 商品宣傳 EDM 或 DM (摺頁式)設計編排1式，含高解析度商品情境照1張(DM印製費另計)。 7. <u>紙類包材與說明卡</u>適量生產200組(不包含非紙類包材費用)。	增加自籌款，不得要求設計公司增加非契約中之設計項目或服務。 4. 「系列」定義：同一品牌(如：樂樂)、同一結構性質產品但是容量不同(如：大瓶裝、小瓶裝)、不同口味(如：草莓、葡萄、哈密瓜)或不同成分(蝦醬、蔥醬、蒜醬)。以色彩變化或主要象徵圖示變化等方式設計。
C	1. 已有品牌標誌，並能使消費者辨識認知，目前無需修改。 2. 新伴手商品需求創新包裝設計。	1. 產品名稱標準字及系列產品色彩規劃設計1式。 2. 內包裝(以袋裝或瓶裝標貼設計為主)1式(單品如超過1項以系列處理)。 3. 單品外盒1式(單品如超過1項以系列處理)。 4. (多元行銷模組)禮盒外盒或提袋1式。 註：依業者銷售模式(如：麵體袋包+醬料罐；或2大瓶裝或3小瓶裝)，以共用同一外盒，設計不同內裝結構，以兼具成本、環保與保護之功能。 5. 品牌故事併商品說明小卡1式 6. 商品宣傳 EDM 或 DM (摺頁式)設計編排1式，含高解析度商品情境照1張(DM印製費另計)。 7. <u>紙類包材與說明卡</u>適量生產	5. 本表所列3類模組之設計項目為建議項目，若有其他設計項目、經濟印刷量產或特殊印刷包材(如：塑膠、玻璃、鐵盒等)需求，實際委託項目以雙方簽訂之契約內容為準。 6. 各階段模組設計項目，已充分考量各階段業者伴手

		200 組。(不包含非紙類包材費用)。	商品需求之設計基本條件。
--	--	---------------------	--------------

註：1. 模組規劃之輔導項目，業者可依需求與設計公司合議適宜品項，確認設計項目必須檢附於合約附件。

2. 若為降低印製單價成本，設計公司可提供經濟量印製估價單予業者參考並商議印製數量，超出補助範圍經費由業者自行支付。

(四) 計畫驗收

1. 期中查核點確認：由業者繳交期中簡報及彙整查核點前相關輔導日誌(至少 3 次以上)，於 110 年 9 月 6 日(一)前提交檢核，簡報內容需包含：商品定位、成分及材料、檢驗報告、食品標示及營養標示、委託設計所有品項草案(精緻彩色模擬圖)至少 2 式，並透過問卷方式進行商品市場測試(包裝初稿樣盒、商品口味、內容規格等)蒐集遊客與顧客的建議，同時提出經費編列(含內容物材料費、設計項目及稿費、包材費、200 件印製費、食品檢驗費等)，期中審查意見於審查結果公告後提供給業者。

2. 期末審查：業者應於 110 年 11 月 2 日(二)前，提交計畫成品與結案相關資料(包含輔導日誌、計畫產出、產品開發相關材料實際支出費用單據等)，將另安排期末審查，審查結束後需依委員建議修改計畫結案資料，俟通過修正複審，相關成果將提送農委會備查。

註：輔導成果必須將成品攜帶至審查現場供委員參考。

3. 期末審查通過者，且無待改善事項者，開立請款發票或收據申請補助款。

四、第四階段：成果推廣追蹤

商機媒合與成果行銷：完成之創新商品將另案辦理區域通路媒合、成果展示等活動，媒合旅遊商家或銷售通路，拓展計畫效益。

柒、權利義務

一、業者應於接獲受輔導補助資格通知後 5 日內簽立切結書並繳交計畫執行保證金新臺幣 2 萬元整予執行單位，未於時限內確認輔導並簽立切結書者，視同棄權，並由後補序位者遞補。保證金領回為業者完成期末驗收後，備妥主辦單位(CAS 協會)函文通知及領據正本，即可向執行單位無

息領回 2 萬元整。

- 二、委外包裝設計與適量印製 200 件費用由業者與設計公司確認工作項目、規格及數量後簽訂(預計 30 萬元含稅)合約，並由業者檢附合約影印本與支出發票（由設計公司開立給業者之三聯式發票）影印本予主辦單位，其費用則由主辦單位將補助款(預估最高 30 萬元含稅)分 2 期直接撥付予設計公司。
- 三、參與計畫業者須需參與期中、期末檢核，依計畫期限完成輔導標的，並需配合本會相關輔導紀錄、媒體宣導、產品拍攝、推廣活動等。
- 四、申請本輔導補助計畫者，需指派 2 名成員積極參與本計畫提供之輔導工作坊課程，並妥適運用陪伴輔導團隊進行農遊伴手開發或改善。
- 五、伴手產品必須於期中審查前完成相關非食品類與食品類之安全性檢驗，以及食品成分八大營養標示檢驗，並配合食品衛生安全法規進行產品包裝標示。
- 六、計畫結束後 3 年內須配合成效追蹤及相關成果發表與展示，並每年配合填報「伴手禮營業績效管理系統」，以追蹤後續銷售狀況及評估宣傳效益。
- 七、檢送之申請資料或其附件有隱匿、虛偽不實情事者，或有食品成分違法、衛生不良，或有抄襲、仿冒、剽竊他人商標專利之情事者，相關法律責任由申請業者自行負責。
- 八、全程計畫補助款若因年度預算被刪除等不可歸責因素，得調整補助金額或為其他處置，已入選補助之申請人不得提出損害賠償或其他任何請求，惟可提出終止契約申請。
- 九、自遞件申請日起，不得就申請行為、補助計畫、補助金額與申請人之其他商業行為作不當連結、進行不當宣傳或為其他使人受誤導或混淆之行為。
- 十、農委會及相關指定單位於必要時得查詢、查核或派員實地訪查已核定之補助計畫執行之狀況、相關單據及帳冊，已核定之業者應予配合。

十一、申請本計畫輔導補助之伴手項目，不得與農委會或其他各公家單位輔導補助項目重複，經查有該等情事，將收回補助款，並取消其申請相關輔導計畫之資格 2 年。

十二、計畫執行及經費使用，經查核有下列情形之一且可歸責於業者，將終止契約並追回補助款項：

(一)已核定之補助工作項目如經查證 3 年內已獲政府其他補助者而未於申請計畫書內臚列說明。

(二)最近 5 年內執行政府計畫曾有重大違約紀錄。

(三)履行政府補助案曾受停權處分或停權期間尚未屆滿。

(四)申請檢附之文件：蓄意記載不實者。

(五)其他補助契約所定解除或終止契約，且應追回補助款事由。

十三、凡申請本計畫即認同本申請原則，如有未盡事宜，主辦單位得視實際需求修訂，請依最新公布之版本配合辦理。

110年度「農遊伴手開發優化輔導補助計畫」申請書

申請日期：110年 月 日

申請單位基本資料					
單位名稱		設立時間		員工 人數	固定：_____人 兼職：_____人
負責人/聯絡人		職稱		性別	☐ 男 ☐ 女
電話/分機	() - #	E-mail			
行動電話		地址			
申請資格	☐ 取得許可登記證且營業中之休閒農場，登記證號：_____ ☐ 農委會輔導在案之田媽媽 ☐ 休閒農業區內之業者，推薦休區名稱：_____ ☐ 通過「特色農業旅遊場域認證」之場家 ※請檢附申請核可之相關證明影印本				
應繳交文件確認 (送件前請勾稽)	☐ 申請書 ☐ 個人資料聲明 ☐ 申請資格合格證明影印本				
產業特色 (可複選)	場內	☐ 茶、 ☐ 米、 ☐ 蔬、 ☐ 果、 ☐ 酒、 ☐ 花、 ☐ 漁、 ☐ 畜、 ☐ 生態、 ☐ 其他_____			
	鄰近地區	☐ 茶、 ☐ 米、 ☐ 蔬、 ☐ 果、 ☐ 酒、 ☐ 花、 ☐ 漁、 ☐ 畜、 ☐ 生態、 ☐ 其他_____			
經營項目 (可複選)	☐ 採蔬果 ☐ 農事體驗 ☐ 解說導覽 ☐ 餐飲體驗(田園料理) ☐ 伴手禮販售 ☐ 露營烤肉 ☐ 住宿 ☐ 農漁業(米食)加工 ☐ 烘焙食品 ☐ 手工藝 ☐ 其他_____				
行銷宣傳方式 (以排序標示)	☐ 網路社群 ☐ 口碑介紹 ☐ 觀光資料 ☐ 報章雜誌 ☐ 其他_____ (請以排序標示，1 表示最主要，2 表示次要，以此類推)				
目標客群 (以排序標示)	☐ 機關團體 ☐ 旅行團 ☐ 家族旅遊 ☐ 自由行旅客 ☐ 其他：_____ (以排序標示，1 表示最主要，2 表示次要，以此類推)				
客群年齡層 (以排序標示)	☐ 18 歲以下 ☐ 18~30 歲 ☐ 31~50 歲 ☐ 51~65 歲 ☐ 65 歲以上 (以排序標示，1 表示最主要，2 表示次要，以此類推)				

※輔導需求調查

預計申請費用	補助經費_____ (仟元) 自行配合經費_____ (仟元) (需估計畫總經費 40%以上)		
類別	☐ 農產加工品； ☐ 農村工藝品：_____； ☐ 鮮食農產品； ☐ 其他：_____		
執行內容 (設計需求請直接勾選 ABC 模組或其他)	※ 商品優化： ☐ 口味或內容物調整； ☐ 定價策略； ☐ 區域通路及市場行銷； ☐ 其他：_____ ※ 包裝設計： ☐ A 模組； ☐ B 模組； ☐ C 模組； ☐ 其他(或與設計公司另議)_____ (A、B、C 模組設計品項，請參考申請原則 p. 7~p. 8)		
包裝設計需求說明 (限 200 字)			
產品主原料		驗證情形	☐ 有，驗證類別： ☐ 無
現有產品名稱、規格、售價	【產品 1】 ※ 產品名稱： ※ 產品規格(外盒尺寸/內包裝數量)： ※ 產品售價： ※ 包裝類別：☐系列包裝；☐單品包裝 ※ 既有通路：☐在地物產館；☐百貨通路；☐電商；☐場內自售☐其他：_____ ※ 年銷售額：_____元(選填) ※ 獲利率(%)=_____ (選填) (產品定價(D)-完成品成本(C))/產品定價(D)=獲利率) ※ 產品特色說明(100 字左右)： (可列 1~3 項，並另附現有產品照片或設計相關資料，經陪伴輔導師診斷後，建議選擇最適合優化品項。第 2 項以上產品請自行增加表格)		

	※ 品牌圖案及故事(無則免填)：
輔導需求說明 (限 200 字)	註：本項將依所提需求，協助提供輔導配對建議，並與配對後之陪伴輔導師簽訂聘任合約，支應相關輔導費用。
陪伴師推薦	有長期合作之陪伴輔導師，推薦其參加本年度輔導計畫， 1. 陪伴輔導師姓名/聯絡方式：_____ 專長：_____ 2. 陪伴輔導師姓名/聯絡方式：_____ 專長：_____ 3. 陪伴輔導師姓名/聯絡方式：_____ 專長：_____
特此聲明本申請書所提供資料完全屬實，並同意接受及遵守主辦機關年度「農遊伴手開發優化輔導補助計畫」各項規定，如有違反，願負一切責任 立同意書單位(請寫全銜)：_____ 備註：申請輔導業者須配合本計畫之輔導及行銷宣傳	
負責人 印章 公司或單位 印章用印處	
休閒農業區發展協會推薦(以休閒農業區之業者身分申請者，需填寫此欄) 單位(請寫全銜)：_____ 代表人/負責人(職稱)：_____ 電話：_____ 填表日期：中華民國 年 月 日 代表人/負責人 印章 協會或機關 印章用印處	

產品原料照片 1	產品原料照片 2
(現有)產品照片-外盒	(現有)產品照片-內包裝
(現有)產品照片-食品標示	(現有)產品照片-營養標示
(現有)品牌 Logo 及應用照片(無者免填)	(現有)品牌 Logo 及應用照片(無者免填)

註:食品類之包裝產品:應於符合工廠管理輔導法之工廠、或依法容許之農糧產品加工室或自產品集貨包裝場處理設施產製，並符合食品安全衛生管理法規範，若為委託代工廠製作也應符合「農委會輔導農產加工食品產製注意事項」及上述條件要求。

110 年度「農遊伴手開發優化輔導補助計畫」

蒐集、處理及利用個人資料聲明

您好：

感謝您的熱誠參與，加入財團法人台灣優良農產品發展協會(下稱「本會」)學員行列，本會為有效執行農遊伴手開發優化輔導工作，而保有您的個人資料。有關蒐集、處理或利用您的個人資料時，皆以尊重個人權益為基礎，並以誠實信用方式及以下原則為之。

我們蒐集您的個人資料目的於農遊伴手開發優化輔導工作之執行，辦理學員報名、證書製作、學習分析、滿意度調查分析、新課程訊息通知等相關作業。以及辦理本會之內部稽核業務行為皆屬之(下稱「蒐集目的」)。

我們僅會蒐集為上述行為而必要之個人資料，該資料會在前開蒐集目的存續期間，及依法令規定要求之期間內被處理或利用；您的個人資料僅會以電子檔案或紙本形式，分別存放於本會資料庫，或各該執行業務部門，其中紙本形式之個人資料，則於轉成電子資料檔後定期銷毀。

我們保有您的個人資料時，基於我國個人資料保護法之規定，您可以透過書面行使下述的權利，除基於符合「個人資料保護法」與其他相關法律規定外，我們不會拒絕您下列要求：

- (一) 查詢或請求閱覽本人之個人資料。
- (二) 請求製給本人之個人資料複製本。
- (三) 請求補充或更正本人之個人資料。
- (四) 請求停止蒐集、處理或利用本人之個人資料。
- (五) 請求刪除本人之個人資料。

* 如有任何建議或疑問，請洽執行單位

* 本人已閱讀並充分瞭解上開告知事項。

單位：_____

親簽：_____、_____

日期： 年 月 日

110 年度農遊伴手開發優化輔導補助計畫

輔導內容簡報大綱(複審資料)

一、產品現況及輔導需求說明

- (一) 現階段產品說明(目前產品開發現況、特色或資源運用情形等)
- (二) 遭遇的問題點
- (三) 整體計畫之輔導需求

二、品牌定位與行銷策略規劃(暫定)

- (四) 品牌定位 (故事)
- (五) 目標客群與定價策略(成本價、銷售通路及售價等)
- (六) 行銷工具(網路平台、農遊雜誌、報紙、置入行銷等)
- (七) 行銷內容(故事性、感動點、為什麼想買等)

三、伴手商品規劃內容(暫定)

- (一) 品牌/產品(命名)名稱
- (二) 產品品項/規格
- (三) 成本概估(含內容物材料費、設計項目及稿費、包材費、200 件印製費、食品檢驗費等)
- (四) 包裝方式(故事、盒型、風格圖騰、材質等)
- (五) 文宣方式(EDM、DM、海報、廣告看板等)

四、其他

附件 3、輔導日誌

110 年度農遊伴手開發優化輔導補助計畫輔導日誌

輔導地點		受輔導單位 / 人員	
輔導日期		顧問	
實地輔導重點	1. 是否已完成〇〇〇相關工作？ 2. 其它建議		
輔導紀錄：			
註：可包含訪視、觀察、溝通、建議、協助、問題分析等內容或過程之文字和照片。 ※ 下次查核事項及時間：			
受輔導單位 回覆說明	回覆日期： 年 月 日 回覆人： _____ 回覆內容：		
顧問回饋			