

大型（外銷）農產品物流中心計畫  
（核定本）

中華民國 107 年 8 月

## 目 錄

壹、計畫緣起	
一、依據	3
二、未來環境預測	3
三、問題評析	8
四、社會參與及政策溝通情形	14
貳、計畫目標	
一、目標說明	16
二、達成目標之限制	17
三、績效指標、衡量標準及目標值	19
參、現行相關政策及方案之檢討	
一、相關策略、政策及方案內容	19
二、執行檢討	21
三、本(106至109年)中程計畫各項策略、工作項目與前期之差異性分析	22
肆、執行策略及方法	
一、主要工作項目	23
二、執行策略	23
三、具體推動執行機制	24
伍、期程與資源需求	
一、計畫期程	24
二、所需資源說明	24
三、經費來源及計算基準	25
四、經費需求(含分年經費)及與中程歲出概算額度配合情形	26
陸、預期效果及影響	26
柒、財務計畫	28
捌、附則	
一、替代方案之分析及評估	36
二、風險評估	36
三、相關機關配合事項	36
四、中長程個案計畫自評檢核表	37
五、中長程個案計畫性別影響評估檢視表	37

# 大型（外銷）農產品物流中心計畫

## 壹、計畫緣起

### 一、依據

- (一)105年12月14日蔡總統指示未來新農業之三大主軸之一：提升農業行銷能力政策，應推動增加農產品內外銷多元通路及提高農業附加價值，並成立農產品出口管理公司。
- (二)105年12月8日行政院第3526次會議決定通過「新農業創新推動方案(106-109)」，打造幸福農民、安全農業與富裕農村的新農業願景，提升農業行銷能力。
- (三)106-109年國家發展計畫(農業部分)發展目標明示：確保我農產品內外銷市場健全發展。
- (四)106-109年行政院農業委員會(以下簡稱農委會)中程發展計畫內容，強化農產品國際競爭力內容(4)：輔導成立大型農業公司，加強農林漁畜產品國際行銷，鞏固既有並開拓新興市場，發展以市場為導向之農產品外銷產業，建立多元行銷通路，增加農民收益。

### 二、未來環境預測

#### (一)國際環境預測

聯合國糧農組織(The Food and Agriculture Organization，簡稱FAO)就「糧食安全」定義為「所有人於任何時候，在物質、社會與經濟面上，均能獲得足夠、營養與安全的食物。」，此定義代表兩個含義，首先必須生產或提供足夠的糧食，其次為必須能有效分配到所有需要的人，而物流即扮演該重要角色。同時FAO建議可透過編制自給率(Self-sufficiency Ratio)，藉以做為一國糧食需求與供給能力與政策制定的參考指標。

糧食自給率的分子為國內生產之糧食，其分母為國內生產之糧食加上進口，減去出口。糧食自給率愈高表示糧食在本國的供給愈依賴國產；此一自給率廣為各國所應用，並被做為一個國家

的糧食安全程度與政策目標的制訂基準。國內的糧食自給率雖一向偏低，但並不代表國內農產品僅仰賴進口，由於我國地處熱帶與亞熱帶，所生產之特色農產品具競爭優勢，未來如能強化該產品出口，將有助於提高農產品產值及增進農民收益。

根據政府間氣候變遷專家小組（IPCC）第五次評估報告，全球在 2003 至 2012 年間的平均溫度相對於 1850-1900 年增溫了 0.78°C，許多極端氣候型態如熱浪、乾旱及強降雨的出現頻率有顯著增加趨勢。這些極端氣候明顯影響著全球重要糧食產區，以致國際糧食價格波動起伏變大，也使各國積極致力於維持糧食生產自給率。

除提高糧食生產自給率外，糧食在傳遞到消費者的過程中容易發生損耗(Loss)，使得各國必需供給更多的糧食，以滿足消費者的需求。損耗係指糧食商品在儲藏、運輸階段時的損失。而改善運銷過程中對食品或農產品的保護與品質改進，不但可具體減少食物的損耗，更可擴展食物供給與消費範圍，因此在食品中越來越重視冷鏈的管理與應用。近年新鮮農產品的管理因冷鏈的導入，對農產品供需平衡提供相當的改善，提升國內農產品在國際市場上更具競爭力，同時因冷鏈相關新技術的導入，也使一些農產品由單純國內消費的農產品變成具外銷競爭力的農產品，此對國內農業提供相當正面助益。

目前世界各國的農產品產銷通路大致可分為「間接運銷(市場流通)」和「直接運銷(市場外流通或零售流通通路)」兩部分。間接運銷(市場流通)，即生產者直接或經過上市團體、貨物收集者將農產品經各類批發市場集散、交易、形成價格後，經零售商、加工業者和大消費團體將農產品轉移到消費者手中的過程；直接運銷(市場外流通)，則指農產品不經過批發市場交易而經由全國農民團體集配中心、果蔬超市等轉移到零售機構、消費團體或出售給個體消費者或者說是生產者、上市團體與零售業者、消費者直接交易的流通形態。世界農產品流通交易體制和農產品市場體

系的形成，受各國社會體制、農業生產、經濟發展水平等的影響而有所不同。

當前，世界農產品物流模式可歸納為以下三種：

#### 1. 東亞模式：

日本、南韓是該模式主要代表，均以批發市場為主，以拍賣為手段。採用該模式的國家農產品流通，主要受小農制影響，由於小農受制於生產規模過小，運銷能力有限，無法獨立進行有效的運銷，必須透過農民組織或中間販運商提供運銷服務，農民組織或中間販運商即某種程度扮演著農產品物流中心的角色，國內的狀況相當類似，故此類模式呈現出以下特點：(1)流通渠道環節多，整個系統的運作相當精緻；其運銷通路為「生產者→提供運銷服務團體(如共同運銷)→批發市場→批發商→中間批發商→零售店→消費者」，因此，其利潤的分配相當複雜；(2)透過精緻的流通作業，運作高度規範化、制度化且效率高。

#### 2. 西歐模式：

法國、德國、荷蘭等國是這種模式的主要代表。西歐模式的批發市場與東亞模式相比，批發市場流通比例較小。同時，這些國家的農產品批發市場形式也有所不同，政府鼓勵批發市場發展生產、加工、銷售一體化，並將產前、產後相關企業或物流中心建立在農村，使得農產品直銷比例呈現出不斷上升趨勢，即實體貨品進入批發市場的比重逐年降低。另由於西歐國家市場資訊網路發達，地域內、國家間的農產品貿易十分活躍，進出口產品在批發市場中也占一定比率。其國家農產品流通主要呈現出以下特點：(1)鼓勵發展產、加、銷一體化，並將產前、產後相關企業或物流中心建在農村，提昇直銷的比例；(2)建有完善的現代化大型農產品批發市場(含物流配送服務)，批發市場兼具農業活絡的公益任務；(3)農產品實行標準規格化生產。

#### 3. 北美模式：

美國、加拿大和澳大利亞是本模式主要代表。北美模式的直

銷體系很發達，農產品銷售均以直銷為主，物流中心與零售通路充分結合，除產地設集貨物流中心外，與消費地設置配送物流中心。如美國農產品市場體系特點是，糧食類期貨市場發達，蔬果類產地與大型超市、連鎖經銷網路間的直銷比例約占 80%左右，經由批發市場流通銷售的僅占 20%左右。由於這些國家零售連鎖經營網路和超級市場的發展，使其零售商的規模和勢力不斷壯大，要求貨源穩定、供貨及時，產地直銷的流通形式也應運而生。發達的高速公路、網路和現代化的運輸保鮮設施，也為實現產地直銷提供重要技術保障。其國家農產品流通主要呈現以下特點：(1) 產地市場集中，但大多未以實物進行交易(2) 批發市場分佈在大城市，大多以零批型式經營(3) 流通渠道短、環節少、效率高(4) 結合產地與消費地物流中心，服務機構齊全。

由上述世界各國農產品物流發展模式，未來除隨著都會區消費型態的改變及大型連鎖超市、量販店的興起，農產品物流模式直接運銷的比例將持續上升，如此對產地與消費地農產品物流之需求將更為殷切。

## (二) 國內環境預測

1. 依據行政院推動新農業政策，在加強食品安全和本地新鮮農產品市場推廣的新農業推動重點下，擬建構大型農產品物流中心，提升氣候變遷之糧食安全因應能力，強化物流中心對農產品質與量的管理能力，導入冷鏈管理將進一步地強化物流中心的服務能力，擴大服務生產者將優質本地農產品快速傳遞到消費者，同時滿足消費者對優質農產品的需求並降低糧食損耗，創造新農業永續發展。在實體通路面向上，必須建構農產品物流中心，導入冷鏈運銷技術，以提升農產品運銷效能，服務社會大眾，另一方面現有農產品批發市場的營運內容亦可做為未來大型物流中心的一部分，包括議價、電子商務或拍賣…等，但現今批發市場有硬、軟體設備、場地空間老舊與不足，無法快速反應越來越多交易量以及現

代消費型態(如零售通路)需求，亟待改善。

2. 國內農村現正面臨勞動力缺乏與農民高齡化，加以農業產銷結構快速改變，未來的農產品產銷透過物流中心朝講究效率、彈性與應變機制發展，並將全球化與電子商務模式推陳出新，因此，期待藉由新農業政策之推動，建立產地農產品物流中心，強化食品安全和國內新鮮農產品的穩定供給，透過國際市場的推展，未來國內農業將邁向效率、效能、安全之新農業時代。
3. 目前國內農產品運銷通路主要可分為二大類：第一類，農民團體包括農會及合作社等進行共同運銷，送至各大批發市場後，透過拍賣、批發以及傳統零售市場進行農產品的集散；第二類，農會、合作社(場)等農民團體，這些團體也扮演著物流中心的角色與功能，透過與農民契作、收購，進行洗選、截切與包裝後，運用物流配送至全國與地區型超市量販進行銷售；對於某些大型消費戶也提供直接供貨，如國軍副食，而國軍為確保食的安全與品質，已要求物流中心對供應的食材必須進行冷鏈管理。因此，如何使農產品從生產者手中安全、快速、有效的傳遞到消費者手中，透過冷鏈管理，提升了對農民與消費者的服務功能，提高運銷效率及穩定運銷職能與產品品質，為當前亟待持續發展之課題。
4. 國內的農產品雖也有進行國際行銷，由於國內物流中心進入國際市場受制於規模，一般的物流中心在國外的行銷能力較弱，大多必須與各國在地通路或物流中心合作進行行銷，如此打入國際市場的能力較被動主導力也較弱，這幾年國內的物流中心為滿足國內需要，與國外農業單位合作生產，適時進口以彌補國內的不足，此種合作模式同時也將國內生產農產品出口滿足國際市場的需要，因此國內的農產品若要成功的打入國際市場，成為國際農產品的重要參與國，國內必須更重視目前的農產品整個生產與外銷模式，特別是設置具規模與國際競爭力的農產品國際行銷公司或組織，

導入現代化的農產品管理技術與設備，如冷鏈管理。

### 三、問題評析

- (一) 國內農產品生產易受季節與氣候的影響而產生產銷失衡問題，為減少產銷失衡發生頻度，農委會針對香蕉、鳳梨、洋蔥及大蒜等重要農產品，強化辦理外銷、加工及直銷促銷等工作，相關配套措施包括建置完善蔬果產銷資訊整合查詢平台、輔導轉作、關稅配額制度調整、多元加工研發利用、建立旗艦物流及區域冷鏈系統、運用民間資源，建立農糧產品產銷穩定機制、提升外銷競爭力、調整市場結構及通路等八大措施。
- (二) 農委會對於易失衡農產品已建立相關預警預測機制，並設置「蔬果產銷資訊整合查詢平台」，整合蔬果生產、進口、銷售價格、氣象等資料，提供產量與消費量推估等分析圖表，提供農產品經營業者參考運用及產銷調節。至於提升外銷競爭力，分散單一市場風險，農委會也已建立經貿與農業諮商平臺協助排除貿易障礙，並成立台農發公司拓展市場及強化國際行銷全球佈局，因此，如何穩定農產品品質，協助穩定農產品產銷，農產品物流及冷鏈扮演重要角色。
- (三) 國內農產品的生產除受季節與氣候的影響外，也深受國內小農制影響，由於農民的生產規模過小，自行進行運銷的能力與範圍也有限，而農民要與其它較具規模的通路進行交易，也因規模過小產量有限，而無法直接與通路交易；為此，政府在產地透過產地市場或物流中心，讓農民有機會與販運商或代採商進行交易。而人口密集農業產能低的都會區，也可經過農民團體在產地進行集貨的工作，隨後再運至消費地批發市場進行交易，透過市場的集中、均衡、分散與形成合理價格的功能，將農民生產的農產品分散到消費者手中。由於國人生活水準顯著的提升，對消費農產品越來越講求安全與品質，因此相關物流中心對農產品的冷鏈管理需求越來越殷切，另隨著交易相關的技術與通路的發展，國人農產品的消費型態與交易模式亦



有明顯的改變，而資訊科技的發展及多元通路的靈活運作，消費者購買農產品的方式也越來越多元化，帶動直銷與電子商務等農產品新交易模式與通路的興起。

#### (四)物流中心與批發市場的職能：

1. 物流中心的職能：農產品物流是為了滿足消費者不同需求而進行農產品的產銷，如供應團膳給醫院及大消費戶、供應給在地的零售通路商，結合產地與消費地的物流中心構成農產品供應網。而農產品物流中心為農產品實體處理單位或組織，除進行產品的流通與分配業務外，同時也進行將相關資訊從生產者到消費者之間的流通。就是以農業產出物為對象，通過農產品加工、包裝、儲存、運輸和配送等物流環節，做到農產品保值增值，最終送到消費者手中。農產品物流的發展目標是要增加農產品附加價值，節省流通費用，提高流通效率，降低不必要的損耗，從某種程度上亦具協助市場規避風險，此包括調節供需、穩定社會的風險。農產品物流的方向主要是從農村到城市，原因是商品化農產品的主要消費群體是在城市。故物流中心的特質有：(1)為交易農產品的持有者，具農產品的處分權。(2)農產品的取得管道多元化(包括契作)。(3)可針對客戶需要，進行各式加工業務為產品增值，如導入冷鏈管理。(4)行銷通路多元化(含國外)。(5)主要收入為農產品買賣價差，故風險較批發市場高。(6)可配合政府進行供貨調節。
2. 批發市場的職能：(1)為農產品在消費地進行有效率地集中、均衡與分散的場所，同時批發市場可在短時間內進行大量農產品集散。(2)經由交易機制形成合理價格，在結合貨款支付與保障機制，確保農產品所有權安全轉移及農民收益。(3)將交易量與價格透明公開報導，使消費者對農產品的價格有一合理的參考，而供貨人由相關資訊，可以進行合理均衡的供貨分配，以追求最大利益。(4)

進入批發市場產品必須有適當品質保證，一般供貨單位會依市場要求進行產品分級包裝，有促進農產品商品化機能。故批發市場不擁有交易農產品，也不具有支配權，其收入為交易完成的手續費，風險低。

由上述說明，物流中心必須能掌握出貨通路，即使是產地的物流中心，其主要出貨通路多在都會區，而一般產地物流中心經營優點係便於掌握貨源，很多產地物流中心也必須利用產地批發市場調節貨源與就近取得貨源，以西螺果菜市場附近物流中心密集即是最好說明，是解決與穩定貨源最好方式。

(五)現有的農產品批發市場大多在民國 50-60 年代設立，建置時大多在都市邊緣區，但隨著都市的發展現多位於市區中心，以臺南市新化果菜批發市場為例，除空間狹小及設備老舊外，車輛停放雜亂、排放黑煙及噪音等問題，嚴重影響附近住戶生活品質並引發民怨；另一方面，由於早期設立之批發市場，未能全面導入電子化拍賣交易作業系統及提供即時農產品交易行情資訊，並不符現今農友、承銷人及消費者等各方期待及需求，因此，亟需尋找較大及適合場地辦理新/擴/遷建以解決長年問題，進行果菜市場辦公場所、交易場、零批場、冷藏設備及其他附屬設施(如物流配送設施)等使用空間之整體規劃，並導入電子化拍賣交易系統，建立現代化的農產品交易制度。另批發市場因農產品的生產易受氣候異常所影響，為因應在地批發業務需要，也應思考擴充產地物流中心業務，以穩定滿足都市內農產品的消費需求。要解決上揭問題，批發市場之遷擴建屬可行方式，惟因遷建涉土地取得問題，因此，未來國內批發市場遷擴建可規劃輔導地方政府採異地遷建或原地擴(改)建方式辦理。

(六)車輛停放雜亂、排放黑煙及噪音等問題，引發民怨在消費地批發市場情況更為嚴重，因此，各消費地之地方政府皆將市場改建工作列為施政重點，目前新北市板橋市場已新建完成並於 106 年 5 月開始

營運；臺南市政府所提出新化果菜市場改建係採異地遷建方式辦理；臺北市第一果菜市場及高雄市果菜市場改建，目前臺北市政府及高雄市政府初步規劃構想採原地改建方式辦理；在產地批發市場方面，彰化為蔬菜主要產區，目前溪湖果菜市場亦面臨市場過於分散且腹地過小造成交通與噪音等問題，地方政府目前初步構想朝異地遷建方式規劃。

(七)在農產品批發市場遷擴建選址方面，農委會規劃推動情形如下：

1. 國內批發市場區分為產地市場與消費地市場二種，產地市場係提供農民將生產的農產品與承銷商進行交易，而消費地市場部分，農委會輔導農民團體辦理農產品共同運銷至批發市場進行交易，降低運銷成本，增加農民收益。
2. 考量臺南地區屬水果主要產區，同時臺南市政府所提「新化果菜市場遷建規劃」，除已規劃整併該轄鄰近批發市場外，並依「農產品市場交易法」第 12 條規定：「農產品批發市場為公用事業，其設立及業務項目，由各級主管機關規劃，並得編列預算予以補助。前項地方主管機關之規劃，應報請中央主管機關核定」。案經農委會 103 年 6 月 13 日以農授糧字第 1030717063 號函審查通過，同意該規劃案辦理。
3. 臺北第一果菜批發市場原地改建工作目前正由臺北市政府積極規劃中，由於該市場土地屬該府所有，以往均由該府自行辦理，因此，尚無研提計畫之需求；高雄市政府前於 105 年曾提出高雄果菜市場原地擴建規劃，復因攤商對市場擴建規劃仍有歧見，經該府多次協商溝通尚無共識；彰化溪湖果菜市場，由於市場過於分散、腹地較小，以及雜亂等問題，為此，彰化縣政府正構想尋找土地做為遷建用地，將輔導該府依「農產品市場交易法」相關規定提報籌設規劃送農委會審議，惟迄至目前該府並未提送籌設規劃。考量國內批發市場因冷鏈設備不足，影響產品品質至鉅，爰規劃於 108 及 109 年

- 度輔導地方政府建置批發市場冷鏈設施(備)，以穩定產品品質。
- (八)近年來農產品直銷業務有明顯成長，透過農民團體或物流中心將產品直接銷售至量販通路、國軍、團膳及學校午餐等通路，但個別農民團體進行洗選、包裝與配送規模過小，不符經濟規模，缺乏農產品物流中心之設置，同時現有低溫倉儲能量有限，不利於盛產期量產農產品之供銷貯存調節作業，而近來大消費群對農產品品質要求也越來越高，如國軍副食與學童午餐均已提高供應農產品品質要求，而導入冷鏈管理已成為現代化物流中心必要手段。
- (九)現階段大部分國內農民團體尚未設置有專業處理中心或物流中心，農產品之處理、包裝、運輸皆由合作社場自行運作，以內銷為主，出口為輔。未來經由農產品產地物流中心的成立，除在國內發揮物流中心該有功能外，後續更可進一步提升理貨包裝能力，配合出口需要，擴展外銷市場。
- (十)國內農業在國際間具有競爭優勢，特別是一些高度發展之溫帶國家，每次派員來臺灣訪問時，對臺灣蔬果品項多與品質好，均讚不絕口，該等國家有能力消費，但回國後卻吃不到。這說明我國農產品具進軍國際市場本錢，但要有效進軍國際市場，除追求高品質外，另一項重要工作就是必須建立具國際農產品出口需要的農產品集運制度與設施，如進行農產品冷鏈管理，特別在小農制國家相對重要，是國內想揮軍國際市場必須推動重要關鍵工作。
- (十一) 在推動產地大型農產品物流中心方面，農委會規劃推動情形如下：
1. 農委會遵循總統「創新、就業、分配及永續」原則，透過建立農業新典範、建構農業安全體系及提升農業行銷能力三大主軸，推動「新農業創新推動方案」，期促進農業現代化，創新臺灣農業價值，確保農民福利及收益，同時兼顧資源循環利用及生態環境永續，打造強本革新的新農業，本方案以打造幸福農民、安全農

業、富裕農村的永續農業為願景，推動十大重點政策包括：推動對地綠色環境給付、穩定農民收益、提升畜禽產業競爭力、推廣友善環境耕作、農業資源永續利用、科技創新強勢出擊、提升糧食安全、確保農產品安全、增加農產品內外銷多元通路，以及提高農業附加價值等。

2. 在增加農產品內外銷多元通路方面，農委會為配合行政院籌組 6 大產業國家隊政策，輔導成立具行銷能力之大型農企業，協助政府重整國內農業外銷供應鏈，擴大外銷國家及通路，強化臺灣農產品國際行銷。
3. 為拓展臺灣農產品國際市場，建立優質品質形象，農委會補助相關公協會、農民團體參加國際性重要展覽，並與國外零售通路業者透過通路行銷計畫之合作，建立長期穩定之供銷關係，達到國外通路業者持續並擴大採購臺灣農產品，提升外銷量值。為建構穩定供貨及確保品質之外銷供應體系，農委會輔導外銷業者與農民契作，強化臺灣農產品依據市場需求進行生產，並提升採收後處理技術、落實分級制度、建構冷鏈物流系統等，期整合從生產基地、集貨包裝場至大型物流中心之供應鏈，調整國內農業生產及行銷體制，建構完善產銷供應體系，拓展外銷市場。
4. 政府重整外銷農產品供應鏈，強化臺灣農產品國際行銷，改變過往臨時性產銷失衡才做外銷的觀念，建構臺灣農產品具備「供貨穩定」及「品質確保」之外銷供應體系，期擴大現有外銷市場之通路滲透率，拓展新興外銷市場，協助業者強化外銷弱勢的品項，有利提升農民收益與農業發展。
5. 為推動「農產品進出口」、「技術輸出」及「海外投資與資材外銷」三大核心任務，現階段首要任務為「農產品出口」，已擇定香蕉、鳳梨、鳳梨釋迦、結球萵苣、胡蘿蔔及洋蔥等 6 項果蔬為主力外銷產品，初期將以鳳梨、香蕉為主要外銷品項，將協助國

內農民、出口業者進行農產品收穫後處理，以高規格的處理包裝，打造臺灣優質品牌形象。本計畫規劃於屏東農業生物科技園區（以下簡稱農科園區）設置「國際保鮮物流中心」，採客製化方式設置總樓地板面積約 3,000 坪，符合國際規格標準的「國際保鮮物流中心」，提供臺灣農產品一系列的完善服務，同時結合農科園區倉儲、檢疫及檢驗的一條龍進出口通關優勢，成為農民拓展國際市場的最佳夥伴，實質強化臺灣農產品的出口競爭力。

6. 農委會農糧署媒合農產出口貿易公司與專業鳳梨、香蕉、鳳梨釋迦農民建立長期合作關係，依市場需求挑選優勢品種，強化契作契銷機制，確保外銷供貨數量、品質、價格的穩定。另活化產地既有集貨包裝場與出口貿易公司合作經營，串接大型物流中心，整合從生產基地、集貨包裝場至大型物流中心之供應鏈，調整國內農業生產及行銷體制，由市場導向輔導農民生產結構，建構完善產銷供應體系，有利與外銷市場接單生產及拓展固有市場以外之東南亞及中東等海外新興市場。

#### 四、社會參與及政策溝通情形

- （一）社會參與：國內農產品運銷通路多元，透過物流中心或批發市場促成整個運銷各區塊人員的共同參與及溝通，包括農民、消費者與各運銷通路相關人員，同時透過共同努力達成新鮮農產品的產銷平衡，實現農民與消費者雙贏且社會安定。農產品運銷體系具農產品集中、均衡與分散功能，尤其小農制的農業生產，一般農民並沒有能力將農產品有效的分散給消費者，如果沒有效率化運銷體系提供集中、均衡與分散的功能，通路亦將沒有能力找到足夠的貨源，消費者要購買適宜農產品的困難度也將相對提高。過去不論是在農村或都市，為滿足農產品運銷功能，在產地成立農民組織，如農會、農業合作社(場)、產銷班或物流中心，組織農民以共同運銷的方式，擴大農產品的運銷功能，組織外的農民，可透過產地批發市場與市集，藉由販運商進行集貨。農產品集中

後再透過批發、零批、零售層次之組織功能將農產品均衡的分散出去，滿足消費者的需要，但受限於通路場地與消費族群之消費習性，並無法全然滿足消費者的需要，且此運銷模式農產品的價格取決於通路，農民與消費者都成為價格決定的弱勢族群，故在農產品的運銷通路發展需求中，需持續推動以健全農產品運銷體系。透過強化農產品批發市場的交易功能及產地農產品物流中心之建構，有效率的均衡供需與分散產品，同時市場於透明公開的環境下以開放且競爭的型式決定價格，即時達成農產品的供需平衡與形成合理交易價格，合理價格的形成有助未來轉型為消費地物流中心及直銷通路在交易價格上達成共識，而此將有助農產品的需求與供給達到均衡。目前已有有些市場具備部分物流中心功能，也持續朝物流中心發展，即批發市場同時經營農產品物流，如臺北農產新鮮處理中心，臺北市場本身成立有營業部，自市場進貨，也部分直接自產地進貨(如有機農產品)，另外現有一些市場同時負責學校午餐的有機食材供應，這些都是物流中心的工作。而批發零售業物流的運營模式依經營主體，可分為企業自營物流、社會化物流、供應商直接物流及共同物流模式，目前農民團體參與農產品共同運銷屬於共同物流模式，這是一種為實現整體物流合理化的企業間物流經營方式，以互惠互利為原則，互相提供便利的物流服務模式。國內生鮮蔬果市場具有易腐性、生產季節性、運銷粗重性，易受異常氣候所影響，如颱風、暴雨等所影響，產量波動大，雖有進口產品調節，仍會造成農產品價格波動。臺灣地小人稠，蔬果運銷通路競爭激烈，除傳統市場、連鎖超市及量販店外，隨職業婦女增加、外食增加，促使餐飲業、飯店等亦成為蔬果供銷重要通路。國內針對食的安全性，訂定相關制度保障，特別是建立即時有效的追蹤與追溯制度，但仍偶有黑心食品和食物中毒事件發生，使得蔬果專業物流服務商的競爭態勢更複雜而多變，無法僅利用「產地→批發市場（零售商）→消費者」這種傳統運銷通路來滿足消費地市場需求，生鮮處理的物流中心因而

產生。隨著人民生活水準提升，加上連鎖通路之快速發展，對於低溫生鮮與加工食品需求高漲，也使得低溫物流服務逐漸成為物流產業之發展重點，因此消費地農產品物流中心的出現，將重新滿足產、銷關係之需求。

## (二) 政策溝通：

1. 在輔導改善或建置產地大型農產品物流中心方面，農委會協助臺灣農業重新調整產銷供應鏈，建構具備「供貨穩定」及「品質確保」的農產品外銷供應體系，發展東協、南亞及紐澳等新興目標市場，擴展臺灣農業之海外市場效益，提升農民收益與農業發展。大型農產品物流中心之推動為利多政策，有利調整農產品供應體系，建立完整內外銷管道，農民、農企業及消費者多採正面看法給予支持肯定。
2. 在農產品批發市場遷擴建方面，以臺南市新化果菜批發市場為例，位於市中心且場地狹小，鄰近學區，因大貨車運輸來往，於尖峰時間造成交通壅塞，影響鄰近住宅居住品質，使居民屢次抗爭。為消彌抗爭，臺南市政府推動本計畫之前與居民及批發市場供應人與承銷人溝通協調，並召開說明會告知政府推動政策方向，輔以問卷調查，經調查統計結果，與居民及市場之供應人即承銷人達成共識，支持市場推動遷建。
3. 綜上，透過大型(外銷)農產品物流中心計畫推動，除可提升通路各參與節點之交易效能及作業效率，並可減少農產品運銷通路層級及中間的物流成本，進而降低整個運銷成本，如此即為另一種型式的增加農民收益；建立快速、健全的農業產銷機制，提高不同產地、特色農產品之協調運銷與消費能力，故於本政策推動時，有利縣(市)政府及居民消彌歧見或抗爭。

## 貳、計畫目標

### 一、目標說明

#### (一)願景



建構農產品現代化物流營運模式，提升農產品運銷效率，提高對農民與消費者服務功能，穩定農產品品質與供需，並增進消費者對農產品安全之信賴。

## (二)目標

1. 有關物流中心之計畫目標，分成二個部分，首先規劃輔導建置國際保鮮物流中心，改善其現有新鮮農產品理貨與貯運能力，結合農產品出口與國內消費的需要，將導入並建置冷鏈管理設施，包括導入高效率預冷機械，如真空預冷機，以及改善現有冷鏈作業相關設備，如低溫處理場、冷藏與低溫運輸設備，以穩定蔬果供應及提升產品品質。
2. 為使其順利進行國際行銷，除利用已有物流中心外，為建立冷鏈及物流體系，完善農產品保鮮技術，維護產品品質及調節出貨，另將於產地設置大型物流中心，依外銷需求，於產地進行集貨、清洗、殺菁、分級、檢疫、包裝及貯運等業務，發展冷鏈系統，擴大低溫倉儲能量，建置現代化物流功能，提供供需與產銷預測模式及供需調節機制，減少生鮮農產品損耗，提高運銷效率及穩定農產品品質，以及協助穩定農產品產銷。
3. 辦理批發市場遷擴建及建置冷鏈系統：發揮果菜批發市場集散及價格形成功能，導入電子拍賣及預約交易制度，並建置冷鏈相關設備，強化批發市場交易功能，提供即時農產品交易行情資訊，增加市場服務功能，穩定蔬果等農產品品質，增進農民收益及福祉，協助穩定產銷。

## 二、達成目標之限制

- (一)農民團體缺乏整合，經濟規模不足：國內農產品物流，除農產品批發市場外，如惠康超市為供應所屬直營店所需，其採購與物流部門獨立運作，無法從照顧農民權益角度去思考。另一方面，產地農民團體集貨或物流中心經營規模較小，且為符合各契約承購商之要求，分級包裝流程相對零碎且費工，無法達到經濟規模及主導改善包裝

之目的。

- (二)農產品批發市場設備與土地資源有限：產地農產品物流中心擔負集貨、分級、包裝、倉儲與配送等相關職能，而農產品批發市場主要職能為集貨、交易與分散，但現有設備多數老舊，缺少揀貨、加工、配送設備(施)，及冷藏能量不足，更須寬籌經費支持改善，以協助解決供銷問題。
- (三)未來國內農產品要進軍國際市場，除了出口公司持續透過各活動拓展海外市場外，國內必須建構具備更完善理貨與冷鏈管理功能且能整合小農制的大型物流中心，它不僅是協助出口公司進行集貨、理貨與出口而已，更重要的是透過整合，結合契作，輔導與教育農民，整體提升國內農業生產環境與結構。

### 三、績效指標、衡量標準及目標值

主要範疇	項次	關鍵績效指標	衡量標準	各年度目標值				說明
				106	107	108	109	
國際保鮮物流中心	1	物流中心	處(坪)	—	—	1	—	於 108 及 109 年度客製化興建以外銷需求為主體的農產品大型物流中心 1 處。(農科園區辦理)
批發市場遷擴建及冷鏈系統建置	2	批發市場	處	1	—	—	—	106 及 107 年度輔導臺南市政府辦理新化果菜市場遷建。(農糧署辦理)
	3	冷藏(凍)庫	坪	—	1800	400	400	1.107 年輔導地方政府及農民團體建置冷鏈物流冷藏(凍)庫等冷鏈設施(備)1800 坪。(農糧署辦理) 2.規劃 108 及 109 年輔導地方政府辦理果菜批發市場建置冷鏈相關設備,每年規劃設置冷藏(凍)庫 400 坪。(農糧署辦理)

### 參、現行相關政策及方案之檢討

#### 一、相關策略、政策及方案內容

##### (一)政策目標

本計畫係依據政府未來施政重點,及整體國家發展策略制定,即發展並建立國內農業進入國際市場的基礎,計畫精神係追求農業

永續發展與經營。

本計畫係包括興建一座客製化大型農產品物流中心，及辦理農產品批發市場遷擴建，藉由該物流中心建置與市場遷擴建，同時強化供應體系之冷鏈物流功能，減少農產品損耗，提升農產品的附加價值，並配合新農業拓展國內外農產品多元市場政策，以提升農產品供貨品質，提高運銷效率及增進農民收益。

計畫執行重點分成二個部分，農產品物流中心部分係為因應國內農產品全球競爭優勢，以利拓展多元國際市場；批發市場及冷鏈部分係為強化運銷效率，提升國內市場競爭力。

## (二)具體措施

### 1. 興建國際保鮮物流中心及產地冷鏈物流建置

- (1)於農科園區興建一座客製化物流廠房，以建構完善產銷供應體系，俾利外銷市場接單生產及拓展固有市場以外之東南亞及中東等海外新興市場，未來並將擴大納入其他果品處理業務。
- (2)為建立冷鏈及物流體系，完善農產品保鮮技術，維護產品品質及調節出貨，規劃輔導產地大型農產品物流中心的理貨與收穫後處理功能，除擴充國內業務外，並配合農產貿易公司之農產品外銷策略，未來強化物流功能，擴大低溫倉儲與運輸之能量，及兼具外銷農產品處理功能(集貨、清洗、殺菁、預冷、分級、檢疫、包裝等)，透過真空預冷延長產品貯藏期限，減少生鮮農產品損耗，提升國產蔬菜在國外市場的競爭力，提高物流中心對農民與消費者的服務功能，協助穩定農產品產銷。

### 2. 農產品批發市場遷擴建及冷鏈交易系統：

- (1)輔導農產品批發市場辦理市場遷擴建，除發揮果菜市場集散及價格形成功能外，並導入電子化拍賣交易或預約交易等方式，以及強化批發市場冷鏈系統，除提升運銷效率外，亦可提高蔬果產品品質，並可提供即時農產品交易行情資訊，做為供應單位及農民進行農產品產銷的重要參考，以確保交易價格合理化，增進農民收益，穩定農產品供銷。

(2)規劃於 106 及 107 年度輔導臺南市政府辦理新化果菜市場，以及 108 至 109 年度陸續輔導國內果菜批發市場建置冷鏈相關設施(備)，強化批發市場交易功能，降低農產品流通成本，並強化市場在農產品集貨、交易、分散及調節供給的功能，減少農產品損耗，提升蔬果等農產品供貨品質，提高運銷效率，穩定農產品供需，協助穩定農產品產銷。

## 二、執行檢討

### (一)執行成果

目前國內蔬果批發市場計 49 處，每年透過批發市場交易蔬果數量約 250 萬公噸，占國內總生產量約 40%，建立公平、公開交易制度及效率化營運，對穩定國內蔬果產銷極為重要。同時國內 105 年進口的蔬菜有 63 萬 1 千公噸，水果有 56 萬公噸，出口的蔬菜有 9 萬 9 千公噸，水果有 19 萬公噸，這些進出口的農產品對穩定國內農產品的供需有相當的影響與貢獻。

### (二)改進方向

1. 農產品批發市場遷擴建及冷鏈系統建置：由於每一批發市場遷擴整建除涉及用地取得外，同時因建築工程經費及設施設備需求龐大，並非農委會農糧署年度公務預算所能支應，導致地方政府因經費籌措困難，影響研提市場遷擴整建籌設爭取經費之意願。本計畫經整體檢視輔導臺南新化果菜市場遷擴建，以及規劃輔導國內果菜市場等建置相關冷鏈設施(備)。未來農委會將持續進行滾動式檢討，以提升經營績效，穩定產品品質，增進農民收益。
2. 興建一座客製化大型農產品物流中心：現階段大部分國內農民團體尚未設置有專業處理中心或物流中心，農產品之處理、包裝、運輸皆由合作社場自行運作，以內銷為主，出口為輔。未來經由國際保鮮物流中心的設置，除在國內發揮物流中心該有功能外，更可進一步提升理貨包裝能力，配合出口需要，成立大型農產品

出口公司政策，辦理進出口業務，拓展外銷市場。

### 三、本(106 至 109 年)中程計畫各項策略、工作項目與前期計畫之差異性分析

#### (一)產業結構面

1. 加強推力：發展產地大型農產品物流中心及加強建構農產品運銷體系建置之基礎工作，推動農業經營企業化，發展農民團體組織以落實小地主大專業農政策；以農民團體為中心，營造優質農業環境，輔導農民依產品特色、目標客群、地理條件或行銷通路等特性，整合資源與技術，生產具品牌、特色與競爭力之農產品以開拓內外銷通路，並創造高增值效益的農產品產銷體系的價值。另推動地區農業整體發展，評估地區農業資源與重點產業，規劃建立農業產銷資訊，如農業生產履歷制度、交易即時資訊、農產品流通資訊、產銷專業知識、資訊與企業化經營管理等，強化區域農業經濟發展優勢。
2. 提升拉力：在農產品運銷方面，多年來與農民團體及批發市場共同努力，已獲得消費者對農產品品質的認同，為期運銷業務持續成長，本計畫將輔導農民團體等建置物流中心，同時將目前已有的區域物流中心及消費地物流中心整合為全國農產品物流中心網，如此將能以最節省資源的方式完成農產品運銷，把農產品有效率運送至消費者，進而拓增農產品流通的經濟效能及減少糧食損耗，同時可提升國內農產品運銷系統對氣候異常的應變能力。

#### (二)技術面

運銷職能是將於生產端的農產品以最經濟有效方式，分配到消費端，且農民能得到最大的經濟效益，故本大型農產品物流中心計畫，除建置產地大型農產品物流中心外，未來將輔導並強化農產品批發市場發展農產品物流業務，以支援大型農產品物流中心穩定貨源，穩定農產品的供給與品質。

## 肆、執行策略及方法

本計畫策略主要透過大型產地物流中心的導入冷鏈服務，結合內外銷，穩定國內新鮮農產品的供需，並辦理批發市場遷(擴)建，以保障農民與消費者，未來將輔導農產品批發市場發展物流功能，同時支援所建立的大型農產品物流中心，提供多元的農產品供給服務，加強營造完善農產品運銷體系產業環境，結合產銷通路的多元化與國際化，促進農產品生產符合消費者需求，逐步達成建置現代化農產品運銷體系，結合生產、生活、生態的產業六級化整體發展，全面提升農民所得與保障消費者。

### 一、主要工作項目

- (一)建置國際保鮮物流中心一座，配合新農業拓展國內外農產品多元市場政策，提高運銷效率及增進農民收益。
- (二)提升市場營運效率及強化物流功能，特別是穩定供需，支援穩定大型農產品物流中心貨源的掌控。
- (三)結合農業政策，拓展國際市場與業務，為國產優質新鮮農產品提供加值服務。

### 二、執行策略

- (一)選擇合適的農民團體，如原已有基礎物流中心各項機能的農民團體，輔導建置或擴充成為產地大型(外銷)農產品物流中心，提升處理加工技術，充實冷鏈相關產銷設備並提高產能，所設物流中心主要任務在穩定國內農產品供需，同時提供主要出口業者產地集貨與理貨服務；遴選條件合適、有意願、有共識之農民團體，輔導設立具冷鏈處理與特色加工功能之集貨場，如透過冷鏈服務東部特產水果釋迦經送至高雄產地物流中心處理後出口，可降低出口所需環節及時程，提升其商品價值與競爭力，亦可加工產製為適合國際行銷的農特產品。

(二)輔導批發市場提升營運效益，提升批發市場的物流、金流及資訊流之使用效能，導入電子拍賣為主的交易制度及預約交易觀念，同時遷擴建批發市場，並建置相關冷鏈設施設備，解決批發市場面臨空間不足問題，提升產品品質及穩定供需。

### 三、具體推動執行機制

#### (一)政府部門執行體系與分工

本計畫執行單位之相關工作項目及職掌如下：

單位	分工項目
農委會	1. 分年計畫經費統籌。 2. 計畫進度及成果管考。
農糧署	1. 研訂中程及年度計畫相關事宜。 2. 審核計畫經費、核撥經費及考核進度。 3. 督導各執行單位之業務執行進度。 4. 協調及解決各執行單位遭遇問題。 5. 加強各部會間橫向及縱向之聯繫溝通。
農糧署各區分署	1. 研提計畫初審及協助各單位計畫執行。 2. 審查核定計畫內容及核撥補助經費。 3. 督導實地查核計畫執行情形。 4. 協調及解決各單位執行遭遇之問題。
屏東農業生物技術園區籌備處	農業生物科技園區興建一座客製化大型物流中心廠房。
縣市政府	1. 受理各經營主體申請計畫補助事宜。 2. 協助審查經營主體所提計畫經費及內容。 3. 協調及解決經營主體執行遭遇之問題。

### 伍、期程與資源需求

一、計畫期程：106年1月1日至109年12月31日

#### 二、所需資源說明

(一)人力資源：本計畫由農委會農糧署策劃及訂定輔導準則，由各直轄市、縣(市)政府輔導辦理，並為擴大推動層面，必須結合產業各相關農民團體、相關學術團體等單位執行推動。另由農委會本計畫



具有資訊整合並須朝長遠前瞻發展的規劃，故未來應整合運銷及生產端相關的專家，除審視目前已有的資訊平台與內容，同時進行現代化農產品物流中心及運銷體系的規劃與開發。

- (二)社會資源：透過產地大型(外銷)農產品物流中心之建立，可進一步整合上下游運銷環節，強化農業資源的有效利用，減少社會資源之浪費。
- (三)性別友善：本案涉及國際保鮮物流中心及新化果菜市場遷建之建築公共空間設置等性別議題，將請相關執行單位考量未來可能使用者（包含不同性別、性傾向或性別認同者等受益對象）之使用需求，規劃相關性別友善設施（包含性別友善廁所、親子廁所、哺乳室、照明及監視設備、無障礙電梯及坡道等，並考量區位安全性及便利性），以打造性別友善使用空間。
- (四)經費挹注：建構產地大型(外銷)農產品物流中心，必須充分與生產、管理、收穫後處理及驗證等作業流程結合，係將整個農業生產與需求端完整結合，涵括範圍相當廣泛，客製化大型物流中心廠房之建置。

### 三、經費來源及計算基準

(一)經費來源：中央公務預算

(二)計算基準：

項目	補助基準
一、客製化大型物流中心廠房之建置	1. 農科園區興建一座總樓地板面積約 3,000 坪之冷藏物流中心廠房，並就建設總經費及資金成本計算收取租金為原則。 2. 經費估算基準： 客製化物流中心廠房興建建築物建造單價係參考 107 年「共同性費用編列標準表」房屋建造單價，以鋼筋混凝土構造辦公室類 1-5 層 20,510 元/M <sup>2</sup> ，惟因倉儲空間約樓地板荷重採 2ton/M <sup>2</sup> ，且樓層挑高達 6.8 公尺，且壁面、地板及頂層均需考量隔熱處理，爰單價以 1.4 倍加成計算：20,510 元

項目	補助基準
	/M <sup>2</sup> *1.4=28,714 元/M <sup>2</sup> 。
二、農產品批發市場遷擴整建及冷鏈交易系統	1. 輔導地方政府辦理農產品批發市場遷擴建，並輔導地方政府及農民團體建置農產品物流冷鏈設施(備)，並以農委會主管計畫補助基準以補助 1/2 為原則。 2. 經費估算基準： (1)批發市場遷擴建項目係依據實際需要及發包或採購金額補助以不超過 1/2 為原則。 (2)冷鏈設施係以輔導設置 RC 式冷藏(凍)庫，每坪最高補助 5 萬元為原則估列。

#### 四、經費需求(含分年經費)及與中程歲出概算額度配合情形

單位：億元

工作項目	年度經費需求				合計
	106 年	107 年	108 年	109 年	
客製化大型物流中心廠房之建置	0	0	1.8	4.2	6.00000
輔導建置農產品物流冷鏈設施	0	0.91726	0	0	0.91726
農產品批發市場遷擴建及冷鏈交易系統	1.39312	1.455	0.2	0.2	3.24812
合計	1.39312	2.37226	2.0	4.4	10.16538
農委會中程歲出概算額度	1.39312	2.37226	2.0	4.4	10.16538

#### 陸、預期效果及影響

##### 一、可量化效益

- (一)藉由本計畫之實施，預計 109 年底完成客製化大型農產品物流中心 1 處，預估年處理外銷蔬果量達 3 萬公噸，並輔導地方政府及農民團體在產地建置相關物流冷鏈系統，預定建置冷藏(凍)庫 1,800 坪，預估年可協助調配蔬果量達 5,000 公噸，以配合該物流中心

運作，穩定供貨品質，提升產業競爭力。

- (二)預定於 109 年底完成輔導批發市場遷擴建 1 處，預估年交易量可達 6 萬公噸，以及輔導批發市場建置冷鏈設施(備)冷藏(凍)庫 800 坪，預估年可協助調節蔬果量達 2,000 公噸。

## 二、不可量化效益

- (一)大型農產品物流中心配合洗選、截切、包裝與配送，擴大產銷設備規模，提升低溫倉儲配送能量，配合短期供銷失衡及區域蔬果供銷調節，進行區域調撥及進出口，穩定市場價格。同時透過批發市場支援物流中心貨源掌控機能，以農民利益為前提，與產地大型農產品物流中心進行上下游垂直整合，充分發揮農產品運銷體系的高效率及低成本綜效，在最低成本的使用原則下，達到解決生產過剩與不足的問題。於具特色且優質之農業生產地區，設置具完整加工功能之物流中心，如此可強化特色農產品的市場競爭力，且可發展為具完整產製銷職能的加工產銷中心。
- (二)國際保鮮物流中心處理存放之農產品品項以香蕉、鳳梨、洋蔥為主，檸檬、火龍果、荔枝為輔。國際保鮮物流中心營運可提升外銷香蕉及鳳梨品質，打入日本高價連鎖通路販售，提高香蕉及鳳梨外銷量。目前臺灣年產香蕉約 35 萬噸，將朝外銷出口數量 35,000 公噸/年(占生產量 1 成)為目標量，有助香蕉產銷調節及提高農民收益。目前臺灣年產鳳梨約 50 萬噸，透過此產線鳳梨處理數量約 100 公噸/日，目標外銷出口數量 30,000 公噸/年，可有效提高品質與延長保鮮，提高我國金鑽鳳梨在國際之知名度與實際品質。
- (三)國際保鮮物流中心的營運模式將採開放式經營，提供保鮮處理服務予周邊農場、專業農及一般貿易商使用，並酌收費用。另於農產品產銷需調節時，由專責單位採購冷藏後再視市場狀況釋出，穩定國內農產品市場，同時肩負農產品出口外銷與國內產銷調節任務。
- (四)配合新農業政策建立農產品產銷整合平台，透過農產品隨選互動資

訊服務平台，開創新生產消費信任溝通模式，並藉由農產品運銷大數據分析消費大趨勢，使農產品生產符合消費者需求，除可動態平衡供需穩定農產品價格外，亦可帶動實體與虛擬農產品消費。

(五)輔導批發市場導入電子化拍賣交易制度，使農產品在公平、公正、公開的交易環境形成合理的價格機制，並透過即時農產品交易行情報導資訊，提供供應人、承銷人及消費者參考。

(六)在資訊加值應用方面，可提供農民參酌實際消費情形，適量供應相關農產品，避免過度生產，穩定農民收益。

## 柒、財務計畫

本計畫投資策略主要在於運用農產品外銷來帶動國內農產業的發展，同時有效促成國內農業市場的穩定經營。

### 一、投資金額及分年預算

本計畫投資金額為約 14.66538 億元（不含土地成本），由政府出資約 10.16538 億元，其中規劃及發展大型農產品物流中心部分，配合政府原訂發展國產農產品走向國際化的政策，與農科園區設立一符合國際規範的物流中心，建置一可配合外銷需求的完整產地物流中心之財務規劃，約 6 億元，未來將分二年編列預算。規劃於農科園區採客製化方式，第一期設置總樓地板面積約 3,000 坪符合國際規格標準的「國際保鮮物流中心」（產地農產品物流中心），預定 109 年試營運，以建構完善產銷供應體系，俾利外銷市場接單生產及拓展固有市場以外之東南亞及中東等海外新興市場，未來並將擴大納入其他果品處理業務。本案的另一重點在一個市場的遷擴建，此部份共約 5.9 億元，包括補助臺南市遷建新化果菜市場，此部分臺南市政府自行負擔 3.1 億元，整案與財務規劃已在臺南市政府的規劃書中詳列，預定補助 2.84812 億元。另針對全臺果菜批發市場及各物流中心為強化對氣候異常的應變能力，穩定國內果菜的生產供給，同時確保國內果菜消費品質，將於 109 年底前完成約 2,600

坪冷鏈處理設施。

## 二、資金來源運用表

本計畫投資金額由中央政府依公共建設重大投資案，投入同時配合出資 10.16538 億元，年度預算分配如下表：

單位：百萬元

年度	物流中心		批發市場		合計
	中央政府投入	自籌款	中央政府投入	自籌款	
106	0	0	139.312	150	289.312
107	91.726	100	145.5	160	497.226
108	180	0	20	20	220
109	420	0	20	20	460
合計	691.726	100	324.812	350	1,466.538

- (一)本計畫子項工作 1 政策性於農委會農科園區設置具國際水準之物流中心，協助國產農產品出口進運國際市場，以國內小農制為主的生產體制。本案為國內農產業發展必要工作，目前實無利可圖，因此未來設置的物流中心將依屏東生技園區的規定將設施與設備租於入駐的農產品出口公司使用並收取費用。
- (二)本計畫預定有下列主要建築，冷凍冷藏廠總樓地板面積約 3,000 坪，參考「107 年度共同性費用編列基準表」及考量物流中心樓層高度挑高達 6.8m，地板及壁面均需具斷熱、隔熱、保溫效果，且樓地板載重須達 2T/M<sup>2</sup> 以上，參考「107 年度共同性費用編列基準表」及行政院計主計處支出標準與審核作業手冊五(二)1 項規定：廠房倉庫及營運用房屋：應註明地坪面積，其建築單價應以公平市價編列。經評估所需經費約 6 億元。
- (三)本計畫子項工作 2 臺南市新化果菜市場遷擴建案，批發市場之建置係服務農民與消費者，提供供銷雙方交易平台，屬公用事業，未來興設完成後，將由臺南農產運銷股份有限公司營運管理，臺南市政

府將依「農產品市場交易法」等規定收取使用費。此部分已奉行政院同意辦理在案，目前正執行中，該效益評估不再贅述。

(四)本計畫所建置之冷鏈系統將分別設置在產地物流中心與批發市場，目前有關產地冷鏈部分建置主要規劃於107年推動，108年與109年重點將在改善建置批發市場的冷鏈系統。而冷鏈系統之建置主要在建全國內農產品的集貨、理貨與貯運系統及功能，其最大功能在輔導相關各單位與團體進一步提供農民對生產農產品的服務功能，非以營利為目的，故此項工作應屬農民輔導性質。

### 三、財務效益評估：

本計畫本質上均為農民服務不再追求個別利益，設立大型物流中心實為國內農產品找出國際出路，最近氣候變遷快速實為農產業投入更大的變數。而設置果菜批發市場則是穩定國內果菜生產與消費市場必須手段，而也給小農有出路可不受通路商的限制。而廣設冷鏈系統更是目前應付氣候異常的必要手段，而此最大的受惠者將是農民，故本計畫的各項工作實均為農民輔導的必須工作。

(一)自償率:本計畫屬農民輔導業務，不計算自償率。

(二)投資效期分析：

1. 淨現值:本計畫屬農民輔導，實體主要用於提昇農民輔導業務，受益對象為農民，非實體經營者，無法計算淨現值。
2. 內部報酬率:本計畫屬農民輔導計畫，不計算內部報酬率。
3. 獲利率指數；本計畫屬農民輔導計畫，不計算獲利率指數。
4. 回收年限:本計畫屬農民輔導計畫，不計算回收年限。

(三) 融資計畫可行性分析:本計畫不融資。

#### 四、「農科園區客製化大型物流廠房」財務效益評估：

##### (一) 興建完成後租金計算方式：

1. 將影響該建築物租金因子以「淨現值法」進行成本效益分析，並需確認租金計收標準具有自償性。
2. 前開影響租金因子包含直接建造成本、營運支出(如土地租金、公共保險費、房屋稅捐等)、折舊年限、折現率等。

##### (二) 參數設定：

1. 土地面積：農科段 93、93-1、93-2 地號土地面積共計 4.547241 公頃。
2. 房屋建築物建造成本：參考本處前案客製化廠房計算參數，房屋建築及設備經費分 45 年攤提，以折現率 2.67% 估算，每 1 億元興建費用，每月需攤還租金約 31.83 萬元，加計營業稅後，約 33.42 萬元(含稅)。
3. 機器設備設置成本：依據財政部固定資產耐用年數表(如附件)及前揭參數，機械及設備以最高 10 年攤還，以折現率 2.67% 估算，每 1 億元興建費用，每月需攤還租金約 95.05 萬元，加計營業稅後，約 99.80 萬元(含稅)。
4. 人事、水、電費、清潔及安全維護等費用：由承租廠商自行負擔，不列入租金試算內。
5. 土地租金：農科段 93、93-1、93-2 地號土地面積共計 4.547241 公頃，土地租金每月 386,515 元(新臺幣，以下同)，須外加營業稅 19,326 元，合計 40.58 萬元(含稅)。
6. 公共保險費、房屋稅捐等每年維護費用：暫不列入，後續俟房屋現值等資料確認後再行納入。
7. 管理費：廠商進駐後需依承租土地面積計算繳納管理費，如銷售額超過前述計算之預估銷售額，則改以當月銷售額的千分之二做為當月應繳納之管理費金額。目前以承租面積計算，本處每月應收取管理費 59,000 元。

(三)以 6 億元經費均屬建築物興建成本評估，依上開參數估算，每月租金粗估約 245 萬元，則每年租金約 2,940 萬元，評估約 20.5 年可還本。

(四)投資成本與攤還租金現金流量

「農科園區客製化大型物流廠房」後續營運機關為農委會農科園區籌備處。後續維運經費因本案屬客製化廠房，保固期間相關瑕疵由保固廠商負責修繕；於保固期後，由使用單位負責維護管理，除因天災、不可抗力因素由機關負責修復作業。本廠房興建成本與攤還租金收入流量略示如下表：

分年資金流量表

單位：萬元

項 目	108	109	110	111	112	113
興建期現金支出總計(A)	18,000	42,000	0	0	0	0
攤還租金收入總計(C)	0	0	2940	2940	2940	2940
自由現金流量(E=C-A)	(18,000)	(42,000)	2940	2940	2940	2940
<b>累計現金流量</b>	<b>(18,000)</b>	<b>(60,000)</b>	<b>(57060)</b>	<b>(54120)</b>	<b>(51180)</b>	<b>(48240)</b>
項 目	114	115	116	117	118	119
興建期現金支出總計(A)	0	0	0	0	0	0
攤還租金收入總計(C)	2940	2940	2940	2940	2940	2940
自由現金流量(E=C-A)	2940	2940	2940	2940	2940	2940
<b>累計自由現金流量</b>	<b>(45300)</b>	<b>(42360)</b>	<b>(39420)</b>	<b>(36480)</b>	<b>(33540)</b>	<b>(30600)</b>
項 目	120	121	122	123	124	125
興建期現金支出總計(A)	0	0	0	0	0	0
攤還租金收入總計(C)	2940	2940	2940	2940	2940	2940
自由現金流量(E=C-A)	2940	2940	2940	2940	2940	2940
<b>累計自由現金流量</b>	<b>(27660)</b>	<b>(24720)</b>	<b>(21780)</b>	<b>(18840)</b>	<b>(15900)</b>	<b>(12960)</b>
項 目	126	127	128	129	130	131
興建期現金支出總計(A)	0	0	0	0	0	0
攤還租金收入總計(C)	2940	2940	2940	2940	2940	2940
自由現金流量(E=C-A)	2940	2940	2940	2940	2940	2940
<b>累計自由現金流量</b>	<b>(10020)</b>	<b>(7080)</b>	<b>(4140)</b>	<b>(1200)</b>	<b>1740</b>	<b>4680</b>
項 目	132	133	134			
興建期現金支出總計(A)	0	0	0			
攤還租金收入總計(C)	2940	2940	2940			
自由現金流量(E=C-A)	2940	2940	2940			
<b>累計自由現金流量</b>	<b>7620</b>	<b>10560</b>	<b>13500</b>			



## (五)成本效益分析財務效益分析

### 1. 財務基本參數說明

#### (1) 年期假設

##### A. 基期

本案所有收入及成本支出數據均依民國 106 年幣值估算。

##### B. 興建期間

興建期間為 2 年，自民國 108 年起至民國 109 年。

##### C. 營運期間

營運期間為 25 年，自民國 110 年起至民國 134 年。

##### D. 評估期間

評估期間為民國 108 年至民國 134 年共計 27 年。

#### (2) 其他假設

##### 折現率

折現率參依農委會農科園區籌備處前案客製化廠房計算參數，以 2.67%估計。

基本假設彙總-年期假設

基本假設	說明
1. 基期	民國 106 年。
2. 興建期間	2 年 (民國 108 年至 109 年)。
3. 營運期間	25 年 (民國 110 年至 134 年)。
4. 評估年期	27 年 (民國 108 年至 134 年)。
5. 折現率	以 2.67%估計。

### 2. 財務效益指標說明

依據財務預測之重要基本假設，本計畫期間之投資效益評估指標包括自償率(Self Liquidating Rate, SLR)、淨現值(Net Present Value, NPV)、內部報酬率(Internal Rate of Return, IRR)及回收期間(Payback Period, PP)。

#### (1) 自償率(SLR)

自償率＝營運評估期現金淨流入之現值÷工程興建年期內所有工程建設經費各年現金流出現值總額。

自償能力分析在於評估營運期間之淨收益回收投資成本之比率，若自償能力大於 100%，表示該計畫有完全自償能力，反之則表示不具完全自償能力。

## (2) 淨現值法

$$NPV = \sum_{i=0}^n \frac{CF_i}{(1+r)^i}$$

CF：淨現金流量

r：折現率

i：期間

當淨現值為 0 時，表示該投資方案至少能達成損益平衡，因此唯有當淨現值大於 0 時，該方案才有投資的價值。

## (3) 內部報酬率

內部報酬率為當淨現值為 0 時之折現率：

$$\sum_{i=0}^n \frac{CF_i}{(1+IRR)^i} = 0$$

當內部報酬率達到投資者設定的標準時（即必要報酬率），投資者才會有意願投資，當投資計畫的風險越高，投資者要求的必要報酬率也將提高。

## (4) 回收期間法

回收期間法為計算從原始投入資本直至損益平衡（產生淨現金流入）時所需之時間，而不論其未來之報酬率，當回收期間越短，表示投資獲利越快，該項投資計畫越有利。

## 3. 財務效益分析結果

依上述財務效益指標及附錄八，農科園區於評估期間各項財務指標結果如下：

### (1) 自償率

農科園區評估期間之自償率約為 122.50%，具自償能力。

### (2) 淨現值

在折現率 2.67% 之基本假設下，子計畫之淨現值為 1 億 3,500 萬

元，具有投資之財務可行性。

(3)內部報酬率

整體計畫之報酬率為 13.57%，具投資之財務可行性。

(4)回收期間

整體計畫於第 20.5 年（即 130 年）可將投資之成本回收。茲將投資效益分析之結果整理如下表所示：

投資效益評估彙總

評估指標	整體計畫觀點
自償率	122.50%
淨現值	1 億 3,500 萬元
內部報酬率	13.57%
回收期間	第 20.5 年（即 130 年）

本子計畫目的係以農民服務為目的，設立大型物流中心實為國內農產品找出國際出路，且於國內農產品盛產時擔任調節產銷平衡功能，提升農產品保存能力，於屏東、高雄、臺南等地區農產品盛產時，政府可以適當價格收購盛產農產品儲放，在於適當時機調節釋放，以降低農民損失及農產品損耗，提升產銷平衡，穩定農產價值，以增進社會效益為主，是本計畫不以追求利益報酬為目的，後續租金仍以農委會政策而定，上開農科園區客製化大型物流廠房財務效益評估僅為供參。

## 捌、附則

一、替代方案之分析及評估:無。

二、風險評估：

(一)在未推動本計畫前，情形如下：

1. 直銷業務方面透過農民團體將產品直接銷售至量販通路、國軍、團膳及學校午餐等通路，但由於農民團體進行洗選、截切、包裝與配送的規模過小不符經濟規模，缺乏農產品物流中心之設置，同時低溫倉儲之能量有限，不利於短期供銷失衡之調節。
2. 由於早期設立之批發市場，未能導入電子化拍賣作業系統及提供即時農產品交易行情資訊，並不符農友、承銷人及消費者等各方期待及實際需求，因此，亟需尋找較大及適合場地辦理興擴建以解決長年問題，並進行果菜市場所需要之辦公空間、交易場、零批場、冷藏設備使用空間的合理規劃，同時導入電子化拍賣系統，建立現代化的農產品交易制度。

(二)本計畫推動後，情形如下：

1. 透過設立產地物流中心之設置，強化其物流功能，使其具備現代化冷鏈功能，建立供需與產銷預測模式，減少生鮮農產品損耗，以提升對農民服務功能。
2. 辦理批發市場興擴建，發揮果菜市場集散、價格形成，並配合電子化拍賣交易方式，提供即時農產品交易行情資訊，增進農民收益。
3. 另本計畫施工期間將督請執行單位妥為規劃交通疏導措施，讓供應及承銷單位皆能順利供貨及進行產品採購，避免影響交易量導致價格波動。

三、相關機關配合事項

本計畫之實施將有助於現代化運銷體系制度之發展，亦具有逐步推動全民建立安全農業理念、提升農產品品質，增進農民收益，因此，農委會需相關部會共同推動事項如下：

部會	配合事項
環保署	協助農產品批發市場汽柴油拖板車改為電動拖板車，減少空氣污染情事。

四、中長程個案計畫自評檢核表(如附表一)

五、中長程個案計畫性別影響評估檢視表(如附表二)

附表一

中長程個案計畫自評檢核表

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
1、計畫書格式	(1)計畫內容應包括項目是否均已填列(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」(以下簡稱編審要點)第5點、第12點)	V		V		新興計畫
	(2)延續性計畫是否辦理前期計畫執行成效評估,並提出總結評估報告(編審要點第5點、第13點)		V		V	
	(3)是否依據「跨域增值公共建設財務規劃方案」之精神提具相關財務策略規劃檢核表?並依據各類審查作業規定提具相關書件		V		V	
2、民間參與可行性評估	是否填寫「促參預評估檢核表」評估(依「公共建設促參預評估機制」)		V		V	非屬促參計畫
3、經濟及財務效益評估	(1)是否研提選擇及替代方案之成本效益分析報告(「預算法」第34條)		V		V	本計畫具專一性,不另提選擇及替代方案
	(2)是否研提完整財務計畫	V		V		
4、財源籌措及資金運用	(1)經費需求合理性(經費估算依據如單價、數量等計算內容)	V		V		
	(2)資金籌措:依「跨域增值公共建設財務規劃方案」精神,將影響區域進行整合規劃,並將外部效益內部化	V		V		
	(3)經費負擔原則: a.中央主辦計畫:中央主管相關法令規定 b.補助型計畫:中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法、依「跨域增值公共建設財務規劃方案」之精神所擬訂各類審查及補助規定	V		V		
	(4)年度預算之安排及能量估算:所需經費能否於中程歲出概算額度內容納加以檢討,如無法納編者,應檢討調減一定比率之舊有經費支應;如仍有不敷,須檢附以前年度預算執行、檢討不經濟支出及自行檢討調整結果等經費審查之相關文件	V		V		

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
	(5)經資比1:2(「政府公共建設計畫先期作業實施要點」第2點)	V		V		
	(6)屬具自償性者,是否透過基金協助資金調度		V		V	
5、人力運用	(1)能否運用現有人力辦理	V		V		運用現有人力辦理,暫不需請增人力
	(2)擬請增人力者,是否檢附下列資料: a.現有人力運用情形 b.計畫結束後,請增人力之處理原則 c.請增人力之類別及進用方式 d.請增人力之經費來源		V		V	
6、營運管理計畫	是否具務實及合理性(或能否落實營運)	V		V		
7、土地取得	(1)能否優先使用公有閒置土地房舍		V		V	本計畫之推動不涉及使用公有閒置土地房舍、徵收或區段徵收特定農業區之農牧用地、原住民族保留地開發利用。
	(2)屬補助型計畫,補助方式是否符合規定(中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法第10條)	V		V		
	(3)計畫中是否涉及徵收或區段徵收特定農業區之農牧用地		V		V	
	(4)是否符合土地徵收條例第3條之1及土地徵收條例施行細則第2條之1規定		V		V	
	(5)若涉及原住民族保留地開發利用者,是否依原住民族基本法第21條規定辦理		V		V	
8、風險評估	是否對計畫內容進行風險評估	V		V		
9、環境影響分析(環境政策評估)	是否須辦理環境影響評估		V		V	
10、性別影響評估	是否填具性別影響評估檢視表	V		V		
11、無障礙及通用設計影響評估	是否考量無障礙環境,參考建築及活動空間相關規範辦理		V		V	
12、高齡社會影響評估	是否考量高齡者友善措施,參考WHO「高齡友善城市指南」相關規定辦理		V		V	
13、涉及空間規劃者	是否檢附計畫範圍具座標之向量圖檔		V		V	本計畫範圍涵蓋臺灣地區。
14、涉及政府辦公廳舍興購置者	是否納入積極活化閒置資產及引進民間資源共同開發之理念		V		V	不涉及。
15、跨機關協商	(1)涉及跨部會或地方權責及財	V		V		依部會或地

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
	務分攤，是否進行跨機關協商					方補助標準
	(2)是否檢附相關協商文書資料		V		V	計畫內已說明配合事項
16、依碳中和概念優先選列節能減碳指標	(1)是否以二氧化碳之減量為節能減碳指標，並設定減量目標		V		V	本計畫期能節能減碳、促進環境永續之功能。
	(2)是否規劃採用綠建築或其他節能減碳措施		V		V	
	(3)是否檢附相關說明文件		V		V	
17、資通安全防護規劃	資訊系統是否辦理資通安全防護規劃	V		V		由機關內部統一辦理管制。

主辦機關核章：承辦人

單位主管

首長

蔡銘誠

何俊



主管部會核章：研考主管

會計主管

首長





## 中長程個案計畫性別影響評估檢視表

【第一部分】：本部分由機關人員填寫

填表日期：105年 12 月 31 日		
填表人姓名：莊金谷	職稱：技正	身份： <input checked="" type="checkbox"/> 業務單位人員
電話：049-2332380#1071	e-mail：ginguu@mail.afa.gov.tw	<input type="checkbox"/> 非業務單位人員
		(請說明： _____ )
<b>填 表 說 明</b>		
一、行政院所屬各機關之中長程個案計畫除因物價調整而需修正計畫經費，或僅計畫期程變更外，皆應填具本表。		
二、「主管機關」欄請填列中央二級主管機關，「主辦機關」欄請填列提案機關（單位）。		
三、建議各單位於計畫研擬初期，即徵詢性別平等專家學者或各部會性別平等專案小組之意見；計畫研擬完成後，應併同本表送請民間性別平等專家學者進行程序參與，參酌其意見修正計畫內容，並填寫「拾、評估結果」後通知程序參與者。		
<b>壹、計畫名稱</b>	大型(外銷)農產品物流中心計畫	
<b>貳、主管機關</b>	行政院農業委員會	主辦機關(單位) 行政院農業委員會農糧署
<b>參、計畫內容涉及領域：</b>	勾選(可複選)	
3-1 權力、決策、影響力領域		
3-2 就業、經濟、福利領域	V	
3-3 人口、婚姻、家庭領域		
3-4 教育、文化、媒體領域		
3-5 人身安全、司法領域		
3-6 健康、醫療、照顧領域		
3-7 環境、能源、科技領域		
3-8 其他(勾選「其他」欄位者，請簡述計畫涉及領域)		
<b>肆、問題與需求評估</b>		
項 目	說 明	備 註

<p><b>4-1 計畫之現況問題與需求概述</b></p>	<p>1. 現在的農產品批發市場大多於民國 50-60 年代設立，且多位於市區中心，除空間狹小及設備老舊外，車輛停放雜亂、車輛排放黑煙及噪音等，嚴重影響附近住戶生活品質及引發民怨，同時設立之批發市場，未能導入電子化拍賣作業系統及提供即時農產品交易行情資訊，並不符農友、承銷人及消費者各方期待及實際需求，因此，亟需尋找較大及適合場地辦理興擴建以解決長年問題，同時導入電子化拍賣系統，建立現代化的農產品交易制度。</p> <p>2. 近年來農產品直銷業務有成長趨勢，透過農民團體將產品直接銷售至量販通路、國軍、團膳及學校午餐等通路，但由於農民團體進行洗選、截切、包裝與配送的規模過小不符經濟規模，缺乏農產品物流中心之設置，同時低溫倉儲之能量有限，不利於短期農產品供銷之調節，亟待建立。</p>	<p>簡要說明計畫之現況問題與需求。</p>
<p><b>4-2 和本計畫相關之性別統計與性別分析</b></p>	<p>本計畫受益對象為全民，無區別特定性別、性傾向或性別認同者之參與。經查政府間尚無對物流及批發市場參與者進行性別統計與性別分析。</p>	<p>1. 透過相關資料庫、圖書等各種途徑蒐集既有的性別統計與性別分析。</p> <p>2. 性別統計與性別分析應儘量顧及不同性別、性傾向及性別認同者之年齡、族群、地區等面向。</p>
<p><b>4-3 建議未來需要強化與本計畫相關的性別統計與性別分析及其方法</b></p>	<p>本計畫對性別並無特殊定義，至於性別統計與性別分析及其方法，建議由主計單位併同農業相關從業人員性別調查分析時辦理。</p>	<p>說明需要強化的性別統計類別及方法，包括由業務單位釐清性別統計的定義及範圍，向主計單位建議分析項目或編列經費委託調查，並提出確保執行的方法。</p>
<p><b>伍、計畫目標概述(併同敘明性別目標)</b></p>	<p>1. 願景：導入智慧化營運模式，提升農產品運銷效率，提高對農民服務功能，穩定農產品品質，並增進消費者對農產品安全之信賴。</p> <p>2. 目標：</p> <p>(1) 輔導設立產地農產品物流中心、輔導原有已有的物流中心轉型為農產品物流中心並擴充業務(如配合外銷)，強化智慧化物流功能，擴大低溫倉儲之能量及具備現代化冷鏈的功能，建立供需與</p>	

	<p>產銷預測模式及供需調節機制，減少生鮮農產品損耗，以提升對農民與消費者的服務功能，提高運銷效率及穩定產品品質。</p> <p>(2)辦理批發市場遷擴建，發揮果菜市場集散及價格形成功能，並使未來所有批發市場有電子拍賣制度及具備現代化市場應有的運作功能與制度(如預約交易制度)，提供即時農產品交易行情資訊，確保交易價格合理化，增進農民福祉。</p>
<p>陸、性別參與情形或改善方法（計畫於研擬、決策、發展、執行之過程中，不同性別者之參與機制，如計畫相關組織或機制，性別比例是否達 1/3）</p>	<p>本計畫推動單位為農委會農糧署、各區分署、各縣(市)政府及直轄市政府等單位，組織內規範性別參與比例皆符合法令規定。</p>

**柒、受益對象**

1. 若 7-1 至 7-3 任一指標評定「是」者，應繼續填列「捌、評估內容」8-1 至 8-9 及「第二部分一程序參與」；如 7-1 至 7-3 皆評定為「否」者，則免填「捌、評估內容」8-1 至 8-9，逕填寫「第二部分一程序參與」，惟若經程序參與後，10-5「計畫與性別關聯之程度」評定為「有關」者，則需修正第一部分「柒、受益對象」7-1 至 7-3，並補填列「捌、評估內容」8-1 至 8-9。
2. 本項不論評定結果為「是」或「否」，皆需填寫評定原因，應有量化或質化說明，不得僅列示「無涉性別」、「與性別無關」或「性別一律平等」。

項 目	評定結果 (請勾選)		評定原因	備 註
	是	否		
7-1 以特定性別、性傾向或性別認同者為受益對象		V	本計畫受益對象為全民，包含農民、消費者、無區別特定性別、性傾向或性別認同者。	如受益對象以男性或女性為主，或以同性戀、異性戀或雙性戀為主，或個人自認屬於男性或女性者，請評定為「是」。
7-2 受益對象無區別，但計畫內容涉及一般社會認知既存的性別偏見，或統計資料顯示性別比例差距過大者		V	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本計畫促進我國農產運銷業務推展，實施面向涵蓋經濟、環境等，受益對象為農民及消費者，包含全體之不同性別者。</li> <li>2. 本計畫並無性別偏見或隔離等內容。</li> </ol>	如受益對象雖未限於特定性別人口群，但計畫內容涉及性別偏見、性別比例差距或隔離等之可能性者，請評定為「是」。
7-3 公共建設之空間規劃與工程設計涉及對不同性別、性傾向	V		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 廁所、服務設施等應併入無障礙設計於主動線區且動線流暢易達。</li> <li>2. 相關工程將依建築法</li> </ol>	如公共建設之空間規劃與工程設計涉及不同性別、性傾向或性別認同者使用便利及合理性、區位安全性，或消除空間死角，或考慮特殊

或性別認同者 權益相關者		規、環境教育等規定設置安全及友善的空間與設施設備。	使用需求者之可能性者，請評定為「是」。
捌、評估內容 (一) 資源與過程			
項 目	說 明	備 註	
8-1 經費配置：計畫如何編列或調整預算配置，以回應性別需求與達成性別目標	本計畫所編列經費建築興建等，各項目將因應關於不同性別之需求包含具性別差異使用狀況之公共設施，如：人員性別比例、空間設置如：性別友善廁所、哺乳室、親子廁所等基本原則執行經費配置。	說明該計畫所編列經費如何針對性別差異，回應性別需求。	
8-2 執行策略：計畫如何縮小不同性別、性傾向或性別認同者差異之迫切性與需求性	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本計畫將要求執行單位等進行性別教育及性騷擾防治法之宣導與教育課程，並建立受訓員工性別統計資料。</li> <li>2. 相關建設將按照建築技術規則，包括規定性別廁所空間設置，符合性別需求設備，並依循如前述廁所設備預估執行，期所之計畫將隨工程逐年完備。</li> </ol>	計畫如何設計執行策略，以回應性別需求與達成性別目標。	

<p>8-3 宣導傳播:計畫宣導方式如何顧及弱勢性別資訊獲取能力或使用習慣之差異</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本計畫將宣導性別主流化為必要工作，將性別觀點融入執行單位經營管理中，符合世界人權公約、消除對婦女一切歧視公約、APEC、OECD 或 UN 等國際組織相關性別核心議題。</li> <li>2. 針對 2018 臺中國際花卉博覽會期間相關服務人員與志工培訓，宣導性騷擾課程，並設立性別平等及性騷擾防範措施、監督及申訴機制等，提供性別友善之服務與參觀環境。</li> <li>3. 批發市場及物流中心內張貼相關性別及弱勢族群友善之標語，對來相關人員進行宣傳。</li> </ol>	<p>說明傳佈訊息給目標對象所採用的方式，是否針對不同背景的目標對象採取不同傳播方法的設計。</p>
<p>8-4 性別友善措施:搭配其他對不同性別、性傾向或性別認同者之友善措施或方案</p>	<p>本計畫將宣導性別主化為必要工作，將性別觀點融入批發市場及物流中心經營管理中，相關工程將依建築法規、環境教育等規定設置安全及友善的空間與設施設備。</p>	<p>說明計畫之性別友善措施或方案。</p>
<p>(二) 效益評估</p>		
<p>項 目</p>	<p>說 明</p>	<p>備 註</p>
<p>8-5 落實法規政策:計畫符合相關法規政策之情形</p>	<p>本計畫所依據之法規命令，遵循基本人權、婦女政策綱領或性別主流化政策等基本精神。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 將符合《消除對婦女一切歧視》國內實行法之法令。</li> <li>2. 維護《公共場所母乳哺育條例》考量設置哺乳空間，提供母親一個舒適且安心的參觀環境。</li> </ol>	<p>說明計畫如何落實憲法、法律、性別平等政策綱領、性別主流化政策及 CEDAW 之基本精神，可參考行政院性別平等會網站 (<a href="http://www.gec.ey.gov.tw/">http://www.gec.ey.gov.tw/</a>)。</p>

<p><b>8-6 預防或消除性別隔離：</b>計畫如何預防或消除性別隔離</p>	<p>本計畫將宣導性別主流化為必要工作，將性別觀點融入批發市場及物流中心經營管理，並參與諮詢，將有助預防或消除傳統文化對男女角色、職業等限制或僵化。</p>	<p>說明計畫如何預防或消除傳統文化對不同性別、性傾向或性別認同者之限制或僵化期待。</p>
<p><b>8-7 平等取得社會資源：</b>計畫如何提升平等獲取社會資源機會</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 鼓勵相關管理及計畫人員共同參與兩性諮詢，提升不同性別、性傾向或性別認同者平等獲取社會資源機會，營造平等對持環境。</li> <li>2. 聘請相關工作人員時，評估過程中，積極融入性別主流化精神，提供民眾多元、正確的性別教育機會，消弭性別偏見與刻板印象。</li> </ol>	<p>說明計畫如何提供不同性別、性傾向或性別認同者平等機會獲取社會資源，提升其參與社會及公共事務之機會。</p>
<p><b>8-8 空間與工程效益：</b>軟硬體的公共空間之空間規劃與工程設計，在空間使用性、安全性、友善性上之具體效益</p>	<p>本計畫已考量不同性別、性傾向或性別認同者使用便利及合理性者，除將依據「建築技術規則」辦理各項「無障礙環空間」規劃外，也考量各類使用者進而新增不同使用性、安全性及友善性設施，包括男女廁所數量之適當比例並另外設置哺乳室、親子廁所、無障礙廁所以及性別友善廁所等設施設置。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使用性：兼顧不同生理差異所產生的不同需求。</li> <li>2. 安全性：消除空間死角、相關安全設施。</li> <li>3. 友善性：兼顧性別、性傾向或性別認同者之特殊使用需求。</li> </ol>
<p><b>8-9 設立考核指標與機制：</b>計畫如何設立性別敏感指標，並且透過制度化的機制，以便監督計畫的影響程度</p>	<p>未來於設計考核指標及機制時，應針對不同項目、類別、討論性別之比例，但亦須將工作內容及事項納入統計資料之重點。後續針對性別目標達成情形之考核，將列舉考核指標及評估之標準；執行方式包含相關人員意見調查及反饋，增列性別友善成效評估等項目。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 為衡量性別目標達成情形，計畫如何訂定相關預期績效指標及評估基準（績效指標，後續請依「行政院所屬各機關個案計畫管制評核作業要點」納入年度管制作業計畫評核）。</li> <li>2. 說明性別敏感指標，並考量不同性別、性傾向或性別認同者之年齡、族群、地區等面向。</li> </ol>
<p><b>玖、評估結果：</b>請填表人依據性別平等專家學者意見之檢視意見提出綜合說明，包括對「第二部分、程序參與」主要意見參採情形、採納意見之計畫調整情形、無法採納意見之理由或替代規劃等。</p>		

9-1 評估結果之綜合說明	本計畫將根據專家所提意見，請相關執行單位納入年度工作計畫，確立性別目標，以利後續相關建設、計畫內容等在經費、人力等設置上因應，並逐步落實性別平等之主要原則。	
9-2 參採情形	9-2-1 說明採納意見後之計畫調整	本案對於行政院性別平等處及性別影響專家所提審查意見，將於未來請執行單位納入年度工作計畫並確實執行。
	9-2-2 說明未參採之理由或替代規劃	相關建議如為後續相關計畫執行辦理事項，本計畫將依建議提供後續參考辦理。
9-3 通知程序參與之專家學者本計畫的評估結果： 本計畫將另請性別平等專家學者進行評估。		

\* 請機關填表人於填完「第一部分」第壹項至第捌項後，由民間性別平等專家學者進行「第二部分—程序參與」項目，完成「第二部分—程序參與」後，再由機關填表人依據「第二部分—程序參與」之主要意見，續填「第一部分—玖、評估結果」。

\* 「第二部分—程序參與」之 10-5「計畫與性別關聯之程度」經性別平等專家學者評定為「有關」者，請機關填表人依據其檢視意見填列「第一部分—玖、評估結果」9-1 至 9-3；若經評定為「無關」者，則 9-1 至 9-3 免填。

若以上有 1 項未完成，表示計畫案在研擬時未考量性別，應退回主管（辦）機關重新辦理。

【第二部分－程序參與】：本部分由民間性別平等專家學者填寫

拾、程序參與：若採用書面意見的方式，至少應徵詢 1 位以上民間性別平等專家學者意見； 民間專家學者資料可至臺灣國家婦女館網站參閱 ( <a href="http://www.taiwanwomenscenter.org.tw/">http://www.taiwanwomenscenter.org.tw/</a> )。			
(一) 基本資料			
10-1 程序參與期程或時間	106 年 1 月 3 日至 106 年 1 月 11 日		
10-2 參與者姓名、職稱、服務單位及其專長領域	許雅惠，國立暨南國際大學社會政策與社會工作學系副教授 專長領域：性別與社會政策分析、方案設計與評估(含性別影響評估)、性別與婦女福利等		
10-3 參與方式	<input type="checkbox"/> 計畫研商會議 <input type="checkbox"/> 性別平等專案小組 <input checked="" type="checkbox"/> 書面意見		
10-4 業務單位所提供之資料	相關統計資料	計畫書	計畫書涵納其他初評結果
	<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 很完整 <input checked="" type="checkbox"/> 可更完整 <input type="checkbox"/> 現有資料不足須設法補足 <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 應可設法找尋 <input type="checkbox"/> 現狀與未來皆有困難	<input type="checkbox"/> 有，且具性別目標 <input type="checkbox"/> 有，但無性別目標 <input checked="" type="checkbox"/> 無	<input type="checkbox"/> 有，已很完整 <input checked="" type="checkbox"/> 有，但仍有改善空間 <input type="checkbox"/> 無
10-5 計畫與性別關聯之程度	<input checked="" type="checkbox"/> 有關 <input type="checkbox"/> 無關 (若性別平等專家學者認為第一部分「柒、受益對象」7-1 至 7-3 任一指標應評定為「是」者，則勾選「有關」；若 7-1 至 7-3 均評定「否」者，則勾選「無關」)。		
(二) 主要意見：就前述各項(問題與需求評估、性別目標、參與機制之設計、資源投入及效益評估)說明之合宜性提出檢視意見，並提供綜合意見。			
10-6 問題與需求評估說明之合宜性	合宜。		



<p>10-7 性別目標說明之合宜性</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本案計畫以輔導設立產地農產品物流中心、批發市場擴建為兩大業務主軸，為能回應現代化農業產銷與農產品消費需求下，預計導入智慧化營運模式，達到提升農產品運銷效率，提高對農民服務功能，穩定農產品品質，並增進消費者對農產品安全之信賴等諸多有形與無形效益。</li> <li>2. 本計畫雖然沒有擬設性別目標，但應可以進一步思考此計畫對農村經濟的影響；特別是分析女性農民、女性參與農業生產、加工、運銷過程中的角色和定位，透過逐步建立相關性別統計，以做為後續分析發展的基礎。</li> <li>3. 由於過去至今，農業部門性別統計仍有待深入，現階段計畫目標，審查者認為尚屬合宜；但因目標中涉及對公共空間的建造與改善，建議還是可以於計畫中，斟酌擬列「打造性別友善使用空間」、「促進農村婦女就業與經濟福祉」等兩個性別目標。</li> </ol>
<p>10-8 性別參與情形或改善方法之合宜性</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本計畫經辦之各級機關，組織結構上即便符合法令規範的單一性別比例原則，但此處的性別參與情形，應係指計畫規劃、執行、評估階段的真實性別參與比例。建議規劃單位可就目前實質參與規畫、審議的各種機制（會議參與），其中不同性別者的參與情況做一說明。</li> <li>2. 如因本項業務相關承辦人、受委託單位、外聘專家等參與者組成，確實未能在達到單一性別三分之一比例，建議亦可思考於後續的執行過程中，廣泛邀請不同性別的單位、團體、或政策受益者以為代表，以確保弱勢性別者的意見與經驗得以被重視。</li> </ol>
<p>10-9 受益對象之合宜性</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 我國農產運銷業務推展，實施面向涵蓋廣泛，受益對象為農民及消費者，確實無必要、亦無法以特定性別為受益對象。</li> <li>2. 然本案因係牽涉公共空間與建設投資，建議仍應考量未來潛在資源使用者的性別差異性，進行性別友善空間的規劃與打造。</li> </ol>

10-10 資源與過程說明之合宜性	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 此部份因規劃單位認為計畫與性別權益促進無相關，故未填列，無法評估。</li> <li>2. 由於女性在家庭消費決策、關注食物安全等議題上扮演重要的關鍵角色，建議本案在效益說明上，可以增加對女性消費者的特殊宣傳管道；但也須同步提升男性對家庭消費、食物安全的認知教育。</li> <li>3. 打造友善的空間和建築、強化網路使用等策略，可能需要額外的經費投入和細節規劃，如各種友善育兒措施、廁所、停車、照明、人身安全教育等，以利婦女和特殊需求者使用。建議未來的細部計畫，應將性別友善指標納為業務執行原則。</li> </ol>
10-11 效益評估說明之合宜性	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本案的效益，涉及對消費者與農產運銷的各環節利害關係人，但目前計畫書內的效益評估略顯抽象。因涉及空間與工程效益，建議未來相關細部規劃，應關注軟硬體的公共空間之空間規劃與工程設計，在空間使用性、安全性、友善性上之具體效益。</li> <li>2. 建議現在就開始擬列有關本案的性別統計指標，逐步加強蒐集執行過程中的各項性別統計資料，評估各項子計畫是否帶來不同性別者有不同的決策參與、就業機會、和實質經濟受益。</li> </ol>
10-12 綜合性檢視意見	<p>綜合以上，本案目前因仍屬先期規劃階段，性別統計也很缺乏，可能無法具體擬列性別目標；但這並不代表本案完全與性別議題無關。特別是創造就業機會、提升經濟收益、強化食品安全、興建新式空間等，都可能隱含有弱勢性別者的特質與需求。建議規劃單位未來可主動研擬性別相關的統計指標和性別評估機制，責成業務執行單位或受託辦理之廠商，落實執行。</p>
<b>(三) 參與時機及方式之合宜性</b>	
<p>本人同意恪遵保密義務，未經部會同意不得逕自對外公開所評估之計畫草案。 (簽章，簽名或打字皆可) <span style="float: right;">許雅惠</span></p>	