



因應COVID-19(武漢肺炎)疫情 農業紓困及輔導方案

行政院農業委員會

報告人：企劃處 蔡處長昇甫

109年2月13日

大綱

一

對農業部門之影響

二

紓困及輔導措施

三

結語

一、對農業部門之影響

對外影響

外銷中國大陸受阻

- 上半年因中國大陸消費市場縮減，其訂單可能減少
- 中國大陸因疫情導致運輸效率變低，連帶影響農產品通路

漁船作業受影響

- 返鄉過年之大陸船員暫停來臺，原僱用漁船無法及時補足勞動力
- 活魚及白帶魚運搬船，受外銷市場影響，航次減少，影響營收

國內消費需求改變

- 因應延後開學，需協助學校午餐供應農民媒合其它通路
- 短期春酒取消、餐廳及外食消費需求減少，外出採購意願低，實體通路可能受影響

農業旅遊人數減少

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

對內影響

二、紓困及輔導措施

1

協助學校午餐食材供應農民媒合通路

2

加強分散及拓展海外市場

3

中國大陸船員暫無法來臺之因應措施

4

與電商合作拉動農產品網購銷售

5

休閒農業產業優化及多元行銷

6

農漁業紓困貸款

7

生產結構調整

1

協助學校午餐食材 供應農民媒合通路



影響

- 高中以下學校延至2/25開學，預估有**120公噸**之**短期葉菜類**因採收期較短，銷售不易

協助
對象

- 契作專供學校午餐之農民且**具有機或產銷履歷**驗證為對象

因應
措施

- 有小包裝供貨能力者，協調**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**食物銀行等公益機構**

2

加強分散及拓展海外市場

外銷中國大陸
受阻農產品



鳳梨



釋迦



石斑魚



午仔魚

外銷中國大陸占比

97%

97%

71%

75%

108年1至6月
輸中數量(公噸)

46,751

12,568
(107.11~108.06)

4,260

3,856

109年截至2月10日
輸中數量(公噸)

1,240

8,625
(108.11~109.02.10)

1,072

786

預估109上半年
尚需處理數量(公噸)

45,511

3,943

3,188

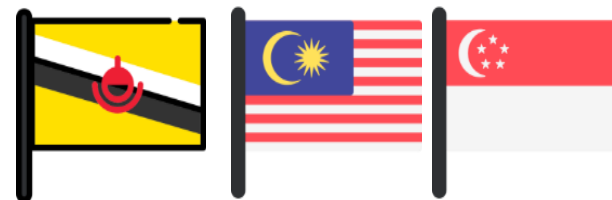
3,070

海外行銷加碼補助

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

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



中國大陸船員暫無法來臺之因應措施

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
- 媒合非漁汛期漁船之外籍船員互相轉僱



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) (如有機、產銷履歷及CAS標章等) 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。

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購買，或直接於合作的電商平臺購買



- 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

具體作為

- ✓ 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 /等值紅利/商品 /購物金/折價券
1,000元	100元	
以此類推，無上限		

	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 (含)以上	5%	每家電商合計最高為200萬元
加強促銷重點品項		10%	

休閒農業產業優化 及多元行銷



影響

- 1月中下旬來客數、營業額急遽縮減(較108年同期整體營收-22%、自由行遊客-20%、團體行-22%)
- 2月起團體行預約大多取消，自由行退房率超過5成，顯示遊客對出遊確有疑慮

因應短期遊客減少

- 營造場域特色及升級
- 優化網路資訊及建置電子票券系統
- 培訓專業技能及服務接待

場域改善
人員培訓

產業優化
多元行銷

振興產業拓展客源

- 跨業多元行銷主題遊程
- 運用電子票券推動獎勵農遊措施
- 參與國內外旅展，開發客源

6

農漁業紓困貸款



協助
對象

- 受疫情影響之農(漁)民、農民團體、農企業

協助
措施

新貸戶



優惠貸款利率
0.79%~1.68%



受困漁業前半年
利息全額補貼



休閒農場貸款第一年
利息全額補貼

- 8項優惠利率貸款，總額度68億元協助農漁業者紓困所需資金，並可申請延期還款及2-3年本金寬緩
- 針對部分受影響較大之漁業經營者(原僱有大陸船員之漁船、娛樂漁船、運搬船、蓄養石斑魚)，特別提供漁業經營貸款前半年利息全額補貼
- 針對休閒農場貸款，特別提供第一年利息全額補貼

舊貸戶

- 提供還款困難者，可申請延期還款

農漁業紓困貸款一覽表

貸款類別	貸款利率	準備額度	備註
1.輔導漁業經營貸款	1.29%	20億元	原僱有大陸船員之漁船、娛樂漁船、運搬船、蓄養石斑魚，前半年利息全額補貼
2.休閒農場貸款	1.29%	9億元	第一年利息全額補貼
3.輔導農糧業經營貸款	1.29%	5億元	
4.農民組織及農企業產銷經營貸款	1.68%	8億元	
5.青年從農創業貸款	0.79%	13億元	
6.農機貸款	0.79%	5億元	
7.農民經營及產銷班貸款	1.29%	4億元	
8.農業科技園區進駐業者優惠貸款	1.29%	4億元	
合計		68億元	

計畫性生產，避免集中上市
滾動維持產銷秩序，即時發布產銷預警

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

促進產業結構升級

加速農產電商發展

解決單一市場風險

紓困及輔導措施

拓展海外市場

生產結構調整

媒合通路

休閒農業優化

紓困貸款

船員彈性補足

化危機為轉機

超前佈署





以上報告 敬請指導