

# 113 年花蓮農村深度體驗優化輔導計畫

作者 1 沈修禾<sup>1</sup> 作者 2 林雅雲<sup>2</sup>

1 城鄉永續發展有限公司。

2 農業部農村發展及水土保持署。

## 壹、摘要

本計畫由農業部農村發展與水土保持署花蓮分署主辦，旨在深化花蓮農村旅遊業者的服務品質與經營能力，延續花蓮北、中、南三大區域的特色主軸：Health（健康）、Honey（蜜香）、Hero（金牌）。計畫也延續了去年度計畫內涵推動優質農村體驗評鑑與輔導政策，開發具潛力的深度體驗單位，著重提升區域體驗內涵，並串聯各社區的旅遊軸線，以加強地方在體驗觀光方面的服務能力。

今年度執行內容主要以媒合農村旅遊業者至大型活動進行推廣，以及農村旅遊的行程品質及上架平台，透過說明會 2 場次、專家學者輔導評鑑及訪視等工作導入課程並增進社區軟硬體能量，輔導共 52 處社區業者參與場域認證說明會（遴選 8 處業者加強輔導其報名認證），同時以縣內媒合公私跨域活動 5 場次、縣外媒合四季主題活動 4 場、辦理大型活動慶典 1 場次、災後復原社區觀摩 1 場次 3 天 2 夜、專家學者踩線團 1 場次及自辦活動 1 場次方式加強行銷；於辦理媒合活動市集展售過程中，農村旅遊遊程曝光量總計達 5 萬人次以上；販售遊程或特色商品數總計售出達 150 件以上之遊程及特色產品。

輔導 112 年計畫通過評鑑「優遊農村業者」及本年度盤點「具潛力之農村旅遊業者」參與場域認證評鑑、遊程上架 Maas 平台，優化農村旅遊的行程品質，實現在地食、宿、遊、購、育一站式體驗服務之願景，藉著水土保持署的資源挹注，使花蓮農村旅行可以有效更廣泛的推廣，帶動人群活絡，邁進推向市場導向，使今年屢屢受創的花蓮，能儘快回復活力，讓外地遊客

可以重新看見花蓮的美、走入花蓮，最後樂於走入花蓮農村，甚至回到農村。

關鍵字：農村旅遊、振興旅遊、標竿學習

## 貳、計畫概述

### 一、計畫緣起

全球暖化和氣候異常導致極端水文事件頻繁，對農業環境產生重大影響。在中央部門與地方政府的協力推動下，臺灣各地農村的產業活化、文化傳承、自然生態與生活環境均有所提升，吸引越來越多的國內外旅客湧入花蓮，掀起一股農村觀光熱潮。來自東南亞、日本、歐美、韓國等地的國際旅客人數不斷攀升，如何提供更完善的服務，讓農村的魅力深植旅客心中，成為當前的關鍵課題。

為了提升農村旅遊體驗，農業部農村發展及水土保持署自 106 年起推動「優遊農村體驗品質評鑑」，透過四大指標進行評鑑，依據農村體驗的特性及歷年輔導的農村再生社區為基礎，持續制訂和調整評鑑標準，並進行評估作業。該計畫旨在引導農村社區辦理農村體驗活動，提供輔導建議，並納入「友善農村」等指標，期望藉由評鑑機制，遴選出優質的標竿農村，作為學習典範，進一步形塑「優遊農村」的旅遊品牌。

花蓮地區依據北、中、南三大區域的 3H（Health、Honey、Hero）發展特色，結合「最美的山線」與「太平洋左岸海線」的雙軸線地形優勢，打造獨特的旅遊體驗。為配合「優遊農村體驗品質評鑑」與「食農教育法」等政策，本計畫著力於提升農村體驗的品質，推廣農村產業、環境、生態及文化的優質面向，並提供遊客深入體驗的機會。通過與增能訓練社區、金牌農村、農村好物、大專生洄游農村計畫及歷年榮獲工程會金質獎、優良農建、國家卓越建設獎的優質工程合作，規劃深度的體驗路線，提升旅遊接待與服務技能，行銷花蓮的農村精品與慢活形象，讓旅客感受花蓮的深度體驗魅力。

## 二、工作項目

延續花蓮北中南 3H（Health、Honey、Hero）區域主軸，配合農村體驗評鑑及輔導政策，開發潛力深度體驗單位，提升區域體驗內涵，串聯社區旅遊，加強地方觀光服務，持續行銷花蓮農村精品慢活形象，向旅人展示花蓮的優質深度體驗。詳細工作項目如下：

### (一)農村深度體驗遊程增能

1. 盤點彙整農村發展及水土保持署、觀光署（東管處與縱管處）、縣市政府（農業處與觀光旅遊處）、各公部門、旅遊業者全年度（113 年度）舉辦各項活動資源洽談合作並導入農村深度體驗社區業者互動與參與至少 5 場次。
2. 以分署發展區域 3H 亮點主軸進行強化花蓮農村旅遊量能提升與接待品質，規劃主題性增能課程輔導方案，辦理農村旅遊增能課程以傳授實戰項目與模擬演練；並將延續 112 年參與農村旅遊評鑑業者串聯社區旅遊軸線及結合轄內風景區管理處跨平台合作模式，延伸至縣市政府、在地產業異業結盟，辦理旅遊增能輔導時數至少 80 小時，所辦理增能課程培訓資料需登錄相關系統。
3. 全面盤點轄內具潛在潛力之農村觀光體驗單位組織至少 10 處，以及轄內全數社區、休閒農業區與特色農遊體驗業者按照遊程體驗、接待量能、服務水平、專家針對各處體驗遊程設計開發及實戰操作、點對點遊程串聯模式、伴手禮或手作體驗調整...等等分級表列，以不同級別特性建議挹注資源分析報告。
4. 根據 112 年優遊農村體驗評鑑委員意見輔導通過評鑑社區業者逐項修正；輔導參與報名未通過社區業者相關軟硬體支援；引導社區相互學習及精進提升，辦理跨轄區標竿學習課程至少 2 場。
5. 參與活動與課程結束須產出成果簡報、滾動式追蹤改進作為與實質效益

分析提送分署報告。

## **(二)優化農村體驗與行銷輔導**

1. 輔導具潛力、潛在與成熟農村社區業者優化體驗品質（個別輔導、穆斯林驗證、特色伴手禮、特色場域認證、電子支付、電子票卷等），邀請專業講師辦理至少 3 場說明會（說明會課程講師至少一堂需已通過社區業者代表），每場次參與社區業者至少 10 處（20 人以上）。
2. 鼓動參與上開說明會之社區業者，邀請專業領域專家學者深入輔導達成特色場域認證報名資格與報名備件（至少 8 家以上），參與活動與課程結束須產出成果簡報、滾動式追蹤改進作為與實質效益分析提送分署報告。
3. 推動工作事務及召開相關會議，配合相關單位共同推動各式準備工作與活動辦理，各執行單位活動間配搭計畫參與，以及相關行銷宣導活動出席及配合其他事項。
4. 成果報告書含隨身碟十份、各期報告印製費用。

## **(三)推廣農村深度體驗遊程**

1. 開發花蓮農村四季珍藏與糧倉成果展示 4 場，以季節主題串聯轄內特色景點及旅遊軸線，進行區域整體農遊特色展示，包含成果展現設計、系列活動規劃、遊程體驗材料包開發等（含攤位、佈展、宣傳、人力動員及其他必要費用），活動結束須提供產出成果簡報、滾動式檢討改進作為與效益分析。
2. 協助本署與臺東分署辦理萬物糧倉大地慶典聯繫會議至少 5 場次，以及相關分署指示必要支出與配合事項；另協助分署針對前期施做裝置藝術進行修復與保養至少 2 座。
3. 配合農村發展及水土保持署辦理農村成果佈展與分署相關成果展出 2 場次，包含攤位整體美編設計與陳佈，配合展示需要之軟硬體設備、社區

參展交通與住宿費、誤餐費、相關行銷販售商品費及其他必要費用。

4. 結合農村節氣及節慶，開發季節限定特色遊程至少 2 條，配合國際旅展線上商品販售（以本署政策調整遊程販售商品），開發季節限定特色遊程邀請專家學者現勘團至少 1 場次。
5. 連結花蓮具在地大型特色祭典或慶典活動至少 1 場次（含邀請卡設計製作、主視覺設計、宣傳費及設攤等一切協助之必要費用），活動結束須提供產出成果簡報、滾動式檢討改進作為與效益分析。
6. 配合本署國際旅展加值推廣需展出旅遊主題攤位及旅遊軸線並於現場有實際之社區體驗解說及相關推廣行銷與販售，配合展示需要之軟硬體設備、社區參展交通費、表演費、誤餐費、相關行銷販售商品費、線上體驗製作費、專業攝影照相以及其他必要費用。

#### **(四)媒體政策推廣行銷**

以開發花蓮農村四季珍藏與糧倉成果，提供季節主題串聯轄內特色景點及旅遊軸線文案撰寫及編輯，透過平面媒體、廣播媒體、網路媒體協助露出至少 10 則。

#### **(五)推展費**

透過企業結合農村職人產出異業結盟聯名商品至少 200 份。

#### **(六)自辦活動**

經 113 年 4 月 3 日花蓮縣壽豐鄉發生芮氏規模 7.2 的強烈地震，造成多處建築物損毀，並引發多起災情；也於同年 7 月、9 月、11 月招強烈颱風(凱米、康芮、山陀兒)影響，花蓮地區引發強風豪雨，導致部分地區淹水、土石流及道路中斷等災情。故多項工作項目無法如期初規劃辦理，無法辦理項目如下：

1. 協助本署與臺東分署辦理萬物糧倉大地慶典聯繫會議至少 5 場次，以及

相關分署指示必要支出與配合事項。

2. 配合農村發展及水土保持署辦理農村成果佈展與分署相關成果展出 2 場次。
3. 配合本署國際旅展加值推廣 1 場次。

依 113 年 11 月 12 日(三)第六次工作會議決議(詳附錄)，將以上 3 項未完成之項目合併於花蓮辦理一場活動，經 113 年 11 月 20 日核定，本場活動主題為「振興花蓮農村經濟公益活動市集-第二場次」。

### 三、工作進度

表一、工作進度表

| 工作項目                                      | 113年度 |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
|-------------------------------------------|-------|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|--|
|                                           | 2月    | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |  |
| 合約簽訂                                      | ●     |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 工作執行計畫                                    | ●     |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 1.農村深度體驗遊程增能                              |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 2.優化農村體驗與行銷輔導                             |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 3.推廣農村深度體驗遊程                              |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 4.媒體政策推廣行銷                                |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 5.異業結盟聯名商品                                |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 期中報告                                      |       |    |    |    |    | ●  |    |    |     |     |     |  |
| 導入農村深度體驗社區業者互動<br>與參與至少5場次。               |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 辦理旅遊增能輔導時數至少80 小時                         |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 全面盤點轄內具潛在潛力之農村<br>觀光體驗單位組織至少10處           |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 辦理跨轄區標竿學習課程至少2場                           |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 邀請專業講師辦理至少3場說明會                           |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 邀請專業領域專家學者深入輔導<br>達成特色場域認證報名資格與報名<br>備件8家 |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 開發花蓮農村四季珍藏與糧倉成<br>果展計4場                   |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |
| 協助分署針對前期施做裝置藝術<br>進行修復與保養至少2座。            |       |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |  |

| 工作項目                                                  | 113年度 |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
|-------------------------------------------------------|-------|--|--|--|--|--|--|--|---|---|
| 結合農村節氣及節慶，開發季節限定特色遊程至少2條，配合國際旅展線上商品販售（以本署政策調整遊程販售商品）。 |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 開發季節限定特色遊程邀請專家學者現勘團至少1場次                              |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 連結花蓮具在地大型特色祭典或慶典活動至少1場次                               |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 過平面媒體、廣播媒體、網路媒體（含社群媒體）及主流電視媒體圖文撰寫及編輯，協助露出8案           |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 異業結盟聯名商品至少200份                                        |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 自辦活動1場次                                               |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| ★協助配合相關計畫各項工作之執行與合作與各期報告書編印及成果彙整                      |       |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
| 期末報告                                                  |       |  |  |  |  |  |  |  | ● |   |
| 成果彙整與結案                                               |       |  |  |  |  |  |  |  |   | ● |

## 參、計畫執行成果與建議

### 一、計畫執行成果

#### (一) 量化效益

本案執行內容主要以農村深度體驗遊程增能、優化農村體驗與行銷輔導、推廣農村深度體驗遊程、媒體政策推廣行銷方案、特色聯名商品開發為主，透過歷年參與優遊農村體驗品質評鑑之社區成立學習性組織、旅遊業者、專家學者及實地訪視等方式導入增能輔導加強社區軟硬體能量，同時以說明會、踩線團等方式加強行銷，以下以列表方式及活動分析說明本年度執行成果效益及數據。

表二、本計畫效益及達成目標

| 評估項目        | 評估方式                       | 本案契約目標值 | 實際達成目標值                       |
|-------------|----------------------------|---------|-------------------------------|
| 農村深度體驗遊程增能  | 農村深度體驗遊程媒合會                | 5 場     | 5 場次                          |
|             | 主題性增能輔導                    | 80 小時   | 82 小時                         |
|             | 盤點具潛在潛力之農村觀光體驗單位組織         | 10 處    | 10 處                          |
|             | 災後復原社區觀摩<br>(原辦理跨轄區標竿學習課程) | 2 處     | 4 處                           |
| 優化農村體驗與行銷輔導 | 友善穆斯林、特色場域認證、田媽媽認證說明會      | 3 場     | 3 場                           |
|             | 輔導報名友善穆斯林、特色場域認證、田媽媽認證     | 8 家     | 9 家                           |
| 推廣農村深度體驗遊程  | 開發花蓮農村四季珍藏與糧倉成果展示          | 4 場     | 4 場                           |
|             | 藝術裝置修繕                     | 2 座     | 1 座已拆除完成<br>1 座於明 114 年初修復完成) |
|             | 開發季節限定特色遊程                 | 2 條     | 4 條                           |
|             | 連結花蓮具在地大型特色祭典或慶典活動         | 1 場     | 1 場                           |
| 媒體政策推廣行銷    | 透過平面媒體、廣播媒體、網路媒體露出         | 8 則     | 10 案                          |

| 評估項目 | 評估方式               | 本案契約目標值 | 實際達成目標值 |
|------|--------------------|---------|---------|
| 推廣費  | 企業結合農村職人產出異業結盟聯名商品 | 200 份   | 200 份   |
| 自辦活動 | 自辦活動               | 1 場     | 1 場     |

## (二)質化效益

「113 年花蓮農村深度體驗優化輔導計畫」著力於多元化推廣，幫助社區透過旅遊體驗增強服務價值，實現經濟效益並吸引青年返鄉。計畫包含多項活動與資源媒合，透過 5 場社區業者互動交流會提升花蓮農村遊程的曝光度。我們協助社區單位創新遊程，並藉專家現地勘查與輔導，增強各社區的旅遊實力，同時以「大學長帶同學」的模式，共同提升花蓮社區的遊程量能。

此外，我們透過標竿學習與踩線團的組合模式，帶領社區業者走出農村小鎮，拓展視野，並觀摩災後復原社區，增強花蓮農村旅遊單位的創新力與發展潛力，逐步朝向「越在地、越國際」的方向前進。

計畫也深入輔導社區申請特色場域認證，提供報名說明及資格協助，並進行個別訪視追蹤進度，讓更多農村場域達到優質認證標準。透過四季遊程推廣，我們在外縣市的中大型活動中增加花蓮農村旅遊的曝光率，並透過節氣、節慶活動設計季節限定遊程，吸引更多旅客，增強花蓮的能見度。配合南港展覽及國際旅展，我們積極向國際推廣花蓮農村旅遊新風貌。

在行銷推廣方面，我們與分署攜手推廣花蓮核心農村生活體驗，並邀請媒體如華視新聞台實地走訪，透過踩線團形式宣傳在地深度體驗遊程。還與企業合作，推出異業結盟禮盒，並與在地農村職人和青農共同開發聯名「縱谷茗茶-茶禮盒」，增添產品價值。

此計畫以市場導向為基礎，根植於傳統產業，並以永續發展為目標，透過輔導和後續成效追蹤提升花蓮的農村旅遊，讓花蓮農村充滿掌聲、笑聲與歡樂，進一步推動農村洄游，吸引更多人發現農村的美好。

## 二、建議

### (一)今年度辦理成果改善建議

表二、改善建議表

| 辦理項目                              | 建議                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 導入農村深度體驗社區業者互動與參與至少5場次            | 本次媒合之5場次皆在縣內辦理，花蓮在地居民對於購買農特產品及工藝品之熱誠較低，經活動發現，販售量較高的產品為熟食、飲料、DIT體驗；由此總結，未來如有相關類型之宣傳活動，可鼓勵花蓮農遊業者於現場販售與其產業特色相關的熟食、飲料、體驗。                                   |
| 辦理旅遊增能輔導時數至少80小時                  | 本次共辦理82小時，實地輔導業者時，可以發現各業者共同需要改善的缺點，如廁所問題、交通安全問題；藉由此總結，未來可以進行以下項目之輔導，以提升場域量能及接待遊客之能量，如廁所建置改善、交通安全改善、無障礙走道改善等。                                            |
| 全面盤點轄內具潛在潛力之農村觀光體驗單位組織至少10處       | 本次藉由盤點最具潛力的花蓮農遊業者時發現，各單位的對於遊程、場域、接待等優缺點是互補的，藉由此發現，未來可以將花蓮地區各業者聚集，由10處最具潛力的店家，逐一進行實地學習及交流。                                                               |
| 辦理跨轄區標竿學習課程至少2場                   | 本次因天災因素，將學習課程之主題訂為莫拉克風災後復原社區觀摩，本次觀摩的4個單位皆是在地的標竿有榮獲金牌農村、農遊、永續等獎項的，經由觀摩，本次花蓮業者反饋很好，藉由花蓮業者反饋發現，農村旅遊單位+農村社區經營者非常適合作為典範，因此未來建議，可以以「農村旅遊單位+農村社區經營者」做為觀摩目標之選擇。 |
| 邀請專業講師辦理至少3場說明會                   | 本次說明會於花蓮北中南區辦理，在課程中，可以發現，花蓮業者，對於認證申請是抗拒的，反饋皆是申請項目太多、資料太複雜等，但經由說明會、專家及團隊實地輔導時發現，並非資料太複雜，而是業者沒有頭緒，由此總結，建議未來多以實地訪視占比需提升，以找到花蓮各家農遊業者的弱勢點進行改善。               |
| 邀請專業領域專家學者深入輔導達成特色場域認證報名資格與報名備件8家 | 本次以實地訪視輔導23家業者報名，其中有提送報名資料的10家中，有9家取得今年度的認證，而未報名及報名成功的業者皆有反映，此認證中有關於食農認證的部分，因為花蓮自食農教育法通過後僅開1堂認證課程，因此多數業者皆不符合申請資格，由總結，建議明年如有相關認證，應開設相關課程，以利花蓮業者可達報名門檻。   |
| 開發花蓮農村四季珍藏與糧倉成果展計4場               | 本次4場次之成果展示皆由市集宣傳形式進行，在宣傳的同時可以讓花蓮業者展售產品這部分，各家業者反饋皆很好，每場結束後都會一直詢問下一場次什麼時候；就由此發現，建                                                                         |

|                                             |                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             | 議為來如有宣傳性質活動，可於外地擴大辦理，讓花蓮農村社區、農村旅遊業者，可以到外地展售及曝光遊程及特色商品。                                                                                                                      |
| 另協助分署針對前期施做裝置藝術進行修復與保養至少2座                  | 本次共需進行2座藝術品之拆除及復原，因強颱破壞，花蓮中南區農村之路樹、溫室、各設施皆有損壞，而本次主要修復之藝術品也被吹壞，也因為定期維護，導致，因此建議，未來可擬定相關的維護經費，以維持花蓮農村亮點藝術品的完整性。                                                                |
| 結合農村節氣及節慶，開發季節限定特色遊程至少2條                    | 本次共開發4款遊程，藉由宣傳行銷時發現，遊客對於可選擇性旅遊非常有感，可以自行搭配想玩的點，由此發現，未來如有需要推出遊程，可以多找幾個遊玩的點，並以菜單的概念，讓遊客有更多選擇。                                                                                  |
| 開發季節限定特色遊程邀請專家學者現勘團至少1場次                    | 本次共邀請華視新聞雜誌、TVBS、鏡電視、e電視、蓮友教育廣播電台，於12月27至29日進行踩線及拍攝，對於本次活動，電視新聞以獲取獎項為目標，因此對於遊程的故事及內容的搭配，皆非常重視，本次活動，也將透過拍攝讓更多大眾認識花蓮，嚮往到花蓮遊玩。<br>建議未來如有曝光活動，也需規畫邀請外地且具知名的新聞台，才可有效的項外地客宣傳花蓮之美。 |
| 連結花蓮具在地大型特色祭典或慶典活動至少1場次                     | 本次活動於日初大道擺攤，鑒於水保月成功及盛岡山遊行活動辦理，團隊選定相同位置但因盛岡山遊行導致部分道路封閉，反而使人潮降低。由此總節未來如要媒合或辦理相關活動，建議辦理在主要活動場域內或主要道路旁。                                                                         |
| 過平面媒體、廣播媒體、網路媒體（含社群媒體）及主流電視媒體圖文撰寫及編輯，協助露出8案 | 本次媒體宣傳多以紙本形式進行，對於宣傳效益較低，未來如有相關宣傳，建議將曝光媒體選定為網路上之媒體宣傳，以數位化更好的讓遊客看見。                                                                                                           |
| 異業結盟聯名商品至少200份                              | 本次異業結盟聯名商品以縱谷茗茶禮盒為主題，以故事提升禮盒之價值，今年度輔導也者時發現故事行銷宣傳，多運用於伴手禮上，對於外地客及消費者而言，多會用來收藏，在收藏的同時因為精緻的外觀，可又吸引其訪客之關注，以達1傳10的宣傳效果。為來如有相關禮盒及伴手禮項目，也可以故事行銷，以達最優效果。                            |
| 自辦活動1場次                                     | 本場活動為結合台東聯繫會議5場次、總署成果展2場次、國際旅展1場次合併辦理之活動辦理，本次活動位置位於花蓮市中心行人徒步區，藉由實際擺攤發現，此點為較花蓮其他位置之人潮量來的高，但多購買力則較低，因為多為飯後散步之花蓮市居民，因此建議未來如有宣傳形活動，可以擺設於此。                                      |

## (二)未來建議推動方向

近年來，農村及社區旅遊成為公部門活化地方產業、重新包裝地域文化與帶動觀光及活絡地方經濟的方式之一。透過系統性的計畫、行銷與規劃，將地方文化與在地自然環境結合，塑造地方的吸引力並加深遊客對於地方特色的印象，希冀達到群聚在地居民的認同感與自信心。然而，在相關體驗活動蓬勃發展的風潮下，如何永續經營與管理成為重要的課題。依今年與歷年執行成果來檢討，根據環境變動以及如何提升實質經營之效益來提出以下建議：

### 1. 強化基礎公共設施：

大多遊客重視公共設施，可針對設施不足加以改進，例如：洗手間、停車場之增設等。

### 2. 妥善規劃交通與導引：

應重視交通及停車之便利性，加強行人徒步區，控管人車出入時間，嚴格取締違規停車，指引遊客正確的方向及交通訊息，避免假日街道交通雍塞。

### 3. 規劃多元遊憩路線，建立民宿夥伴關係：

計畫執行過程發現遊客停留在部份社區時間約為 3~6 小時，建議與民宿業者結盟合作並連結周邊鄰近景點，設計二日遊行程或夜間行程，加以行銷推廣，增加遊客留宿意願。

### 4. 保持農村旅遊之品質以提高滿意度與重遊率：

旅遊後的體驗評價將決定旅客再次重遊的意願，其中公共設施予旅客的舒適感知度也佔相當比重。建議提升各設施空間的整潔度及友善度，讓遊客不論是住宿、用餐乃至於洗手間等生活使用空間的使用，留下良好的體驗經驗；增加交通、解說等引導類型設施之辨別

度，可使遊客自在的認識及體驗當地旅遊特色。

未來可針對當地意見領袖及當地居民及遊客做深度訪談，更進一步之探討，結合當地居民與遊客之看法，提供社區具體之改善建議。

5. 農村體驗策略擬定：以歷年曾參與優游農村評鑑或簽署當年報名意向書之團體及已辦理社區農村體驗社區為對象與旅遊相關業者策略聯盟。
6. 以座談方式討論並凝聚共識由團隊規劃花蓮現有四軸六線為個熱區為基礎，向外擴散新型態之農村體驗包含與綠色照顧政策相搭接之「農好 long-stay」體驗遊程，作為未來新型態之體驗遊程。
7. 企業農村行腳：聯合國內具規模之企業（國內企業聘僱員工規模超過 300 人，外國企業於國內聘僱員工規模超過 150 人以上者），辦理企業踩線團搭配企業農村採購及農村加值行銷及媒合該企業辦理 M.O.U 或聯合行銷活動。
8. 國內外旅展加值行銷：參加全國性或海外旅遊展，並展出旅遊主題攤位（海外場次則為一攤以上）及旅遊軸線並於現場有實際之社區體驗解說及相關行銷販售。
9. 特色農村（如金牌農村、青年返鄉創生基地、區域亮點社區、特色農遊社區）以線上體驗之操作方式配合旅展等行銷項目創造國民對花蓮社區體驗環境之吸引力。
10. 以永續旅遊為基礎，配合政府相關政策，連結花蓮具在地人文、生活、聚落、慶典特色之活動，同時結合產官學平台合作、結合地方創生、ESG、食農文化、手作體驗、國際化智慧化，提出具執行策略得以觸及人數，並搭配媒體露出之方案。
11. 加值踩線團辦理：為透過傳統、數位媒體行銷以展現歷年執行成果，進而前往社區在地消費，特邀請部落客(網紅)、媒體記者、旅行業者或全國性媒體或海外旅行社參加踩線團實際走訪，並協助新聞、部落格或

YouTube 露出，以不同角度分享花蓮農村之美，進而強化行銷宣傳效果。

12. 以輔導農村旅遊業者參與食農博覽會為目標，配合政府相關食農政策，人才資源。邀請食農領域之專家學者到花蓮農村，透過現地訪視輔導，確切了解業者困境並提出改善方案，加強農村旅遊之品質及量能。
13. 後續藉由團隊持續關注、輔導及協助，輔導業者們參與食農博覽會，用以檢核與回報業者們的努力與付出，再搭配合適之媒體露出加強推廣業者的服務，也進而向外展示花蓮農村的好。

希冀藉由座談產生花蓮農村體驗行程，並凝聚花蓮北中南三區農村體驗熱點，並以此作為花蓮農村體驗熱線的基礎。同時結合國內外大型知名企業農村踩線活動辦理呈現農村社區之特色及產業活化成果展，並藉由大型企業自身媒體宣傳交流，傳輸農村在地特色深度體驗，並於活動中推介農村成果展示期待創造農村商品百萬級銷售之契機。透過參與國內外旅展，以展示攤位及體驗動線推介花蓮全境農村秘境藉以讓花蓮農村體驗期待創造更多地方的人關注花蓮農村體驗產

# **113th Year Hualien Rural In-depth Experience**

## **Optimization Counseling Program**

**Shen Xiuhe<sup>1</sup>     Lin Yayun<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Urban and Rural Sustainable Development Co., Ltd

<sup>2</sup> the Agency of Rural Development and Soil and Water Conservation.

### **Abstract**

This project is hosted by the Hualien Branch of the Rural Development and Soil and Water Conservation Administration of the Ministry of Agriculture. Its primary goal is to enhance the service quality and management capabilities of rural tourism operators in Hualien. The project also aims to continue the development of the region's three core thematic experiences: Health, Honey, and Hero. Building on the foundation of last year's initiative, the project seeks to promote the evaluation and guidance of high-quality rural tourism experiences, nurture potential in-depth experience units, and focus on enriching the content of regional experiences. It aims to connect the tourism hubs of various communities, thereby strengthening the local service capacity for experiential tourism.

This year's activities center around facilitating partnerships between rural tourism operators and large-scale promotional events. Efforts are also directed toward enhancing the quality of rural tourism itineraries and the visibility of these experiences on listing platforms. The initiative features two briefing sessions, expert and scholar-led guidance and evaluations, and on-site visits. These activities aim to upgrade both the hardware and software capacities of participating communities. A total of 52 community operators are being guided through field certification briefings, with 8 operators receiving additional support to strengthen their efforts toward certification. Simultaneously, cross-sectoral collaborations between public and

private entities are being arranged at the county level. These collaborations include five major events, such as four seasonal thematic events held outside the county, one large-scale celebratory event, one 3-day, 2-night post-disaster recovery community observation visit, one expert-led community networking event, and one self-organized marketing event. During these events, rural tourism itineraries are showcased to an audience of over 50,000 people. The initiative has facilitated the sale of over 150 itineraries and unique local products.

The 2023 guidance plan has successfully passed the evaluation for "Excellent Rural Tourism Operators." This year's inventory of "Potential Rural Tourism Operators" participating in the field certification process has also been compiled, with certified itineraries made available on the MAAS platform. This integration aims to optimize the quality of rural tourism itineraries and realize a one-stop service experience encompassing local food, accommodation, travel, shopping, and education. With support from the Agency of Rural Development & Soil and Water Conservation, MOA, the promotion of rural tourism in Hualien can be more effective and far-reaching. By steering efforts toward market-oriented development, the project seeks to rejuvenate Hualien, which has faced repeated challenges this year. The ultimate goal is to restore Hualien's vitality, enabling foreign tourists to rediscover its charm, immerse themselves in its beauty, and, ultimately, be inspired to explore or even return to the Hualien countryside.

**Keyword: Rural tourism, Revitalization tourism, Benchmark learning**