

致理科技大學  
休閒遊憩管理系  
畢業專題

桃園市大園區溪海休閒農業  
創意衍生性產品開發

專 題 學 生：余語涵、游佳馨、  
蘇玟卉、游芳晴、  
黃宥齡、廖珮淇、  
劉遠儀撰

學 號：10523207、10523213、  
10523222、10523234、  
10523235、10523236、  
10523245

中 華 民 國 一 百 零 八 年 肆 月

## 摘要

溪海休閒農業區農業資源充足但卻缺乏加工技術輔助，因此本團隊試圖協助當地業者將農產品揉合地方特色發想衍生性產品並推廣行銷，共同促進觀光產業發展以及發展當地特有特色之產品，並朝達成食宿行遊購育等休閒產業要素兼具為目標實踐。

專題組員與指導老師實際參與並提出衍生性產品開發與行銷等建議，並結合當地業者實地勘察、共伴(陪伴)、共學(學習)及共想(發想)實施過程，共同完成四項產品其中包含：1.植萃の皂 2.手工四色地瓜圓 3.無花果醋 4.洛神花果醬。

# 目錄

摘要.....	I
目錄.....	II
表次.....	III
圖次.....	IV
第一章、緒論.....	1
第一節 產品開發背景與動機.....	1
第二節 產品開發目的.....	3
第三節 企劃案流程圖.....	4
第二章、文獻資料.....	5
第一節 休閒農業背景.....	5
第二節 溪海休閒農業區.....	6
第三節 農產品行銷推廣.....	7
第四節 食品衛生安全及相關法規.....	8
第三章、產品開發設計方法.....	10
第四章、初步產品研發成果.....	13
第一節 工作說明會.....	13
第二節 輔導農友及協助討論開發產品內容.....	14
第三節 評選產品作業及結果.....	18
第四節 開發設計衍生性農產品.....	19
第五章、後續產品開發設計及建議.....	31
第一節 維護食安機制管理.....	31
第二節 在地其他特色產品發展潛力.....	32
參考文獻.....	33

## 表次

表 3-1 4 項衍生性商品商業輔導內容 .....	12
表 4-1 與農友共同討論－生活創意類 .....	14
表 4-2 與農友共同討論－食品類 .....	15

## 圖次

圖 1-1 溪海休閒農業區劃定範圍內農場地理位置 .....	2
圖 1-2 溪海休閒農業區劃定範圍內農場地理位置 .....	2
圖 1-3 溪海休閒農業區劃定範圍內農場地理位置 .....	2
圖 1-4 本企劃案流程圖 .....	4
圖 2-1 桃園機場捷運系統圖 .....	6
圖 2-2 溪海休閒農業區 Logo .....	6
圖 3-1 產品開發設計流程圖 .....	10
圖 4-1 工作說明會 .....	13
圖 4-2 工作說明會 .....	13
圖 4-3 評選情形 .....	18
圖 4-4 評選情形 .....	18
圖 4-5 植萃の皂開發流程圖 .....	19
圖 4-6 與農友討論 .....	19
圖 4-7 肥皂製作 .....	20
圖 4-8 肥皂製作 .....	20
圖 4-9 肥皂製作 .....	20
圖 4-10 肥皂製作 .....	20
圖 4-11 肥皂製作 .....	20
圖 4-12 植萃の皂外觀 .....	21
圖 4-13 植萃の皂外觀 .....	21
圖 4-14 植萃の皂包裝 .....	21
圖 4-15 植萃の皂包裝 .....	21
圖 4-16 手工四色地瓜圓開發流程圖 .....	22
圖 4-17 與農友討論 .....	22
圖 4-18 地瓜圓製作 .....	23
圖 4-19 地瓜圓製作 .....	23
圖 4-20 手工四色地瓜圓包裝 .....	24
圖 4-21 手工四色地瓜圓包裝 .....	24
圖 4-22 手工四色地瓜圓包裝 .....	24
圖 4-23 無花果醋開發流程圖 .....	25
圖 4-24 與農友討論 .....	25

圖 4-25 無花果醋製作 .....	26
圖 4-26 無花果醋製作 .....	26
圖 4-27 無花果醋製作 .....	26
圖 4-28 無花果醋製作 .....	26
圖 4-29 無花果醋包裝 .....	27
圖 4-30 無花果醋包裝 .....	27
圖 4-31 無花果醋包裝 .....	27
圖 4-32 洛神花製品-果醬開發流程圖 .....	28
圖 4-33 與農友討論 .....	28
圖 4-34 洛神花果醬製作 .....	29
圖 4-35 洛神花果醬製作 .....	29
圖 4-36 洛神花果醬製作 .....	29
圖 4-37 洛神花果醬製作 .....	29
圖 4-38 洛神花果醬製作 .....	29
圖 4-39 洛神花果醬製作 .....	29
圖 4-40 洛神花果醬包裝 .....	30
圖 4-41 洛神花果醬包裝 .....	30
圖 4-42 洛神花果醬包裝 .....	30

# 第一章、緒論

## 第一節 產品開發背景與動機

自 2001 年起台灣全面實施週休二日後，使得國人漸漸重視假日休閒活動，因此結合休閒與農業活動必然成為現今的新興休閒產業俗稱「休閒農業」，而「休閒農業」就是滿足國人的休閒需求，也藉此提高農業經營，由從前的第一級產業走向第三產業，發展農業的第二春，這不僅僅讓農民的收入提高，也增加農業的附加價值，使得生態保育能夠永續經營。

溪海休閒農業區早期為溪海花卉園區，當地的農業生產資源相當充足，不僅是供應台灣北部花卉市場的主要產區，還有稻米、火龍果、大豆、黑豆、西瓜、地瓜等農產品，加上地理位置鄰近桃園高鐵站及機場捷運站，具有發展觀光的潛力。近年來溪海地區開始推動產業轉型，發展主軸為：「漫步田園樂，徜徉花海趣」，將一級產業結合在地特色、農村體驗發展成休閒農業及精緻農業，藉此吸引遊客前來觀光，並在 2018 年 12 月啟用土角厝轉型的遊客服務中心，希望帶動更多農業體驗旅遊，打造「農業 2.0」的新型農業體驗旅遊型態（黃家柔，2018）。

104 年起桃園市積極規劃要推動休閒農業區之劃定，105 年時根據桃園市農民局的報告，提到了因氣候異常會影響耕種環境，甚至造成無法收成的損失，讓農業市場遇到了很多挑戰，農民必須花更多的時間、金錢來照顧農產品才能有好收穫，為了改善農民的耕種環境、達到永續經營的目標，農業局非常積極的推動農業政策，其中一大目標為：「發展樂活農業」，積極推動休閒農業並規劃與輔導，而其中一大願景之一則是推動生態旅遊，發展環境觀光產業，以保育生態的理念為目標，進而打造了許多綠色觀光的景點，為使環境更加環保也積極鼓勵民眾搭乘大眾運輸工具促進節能減碳；為了促進農業市場的發展，透過多樣的行銷手法推出各項當地特色產品、特色遊程等也大大提高了桃園的綠色觀光形象。

根據休閒農業輔導管理辦法第四條，休閒農業區必須要具有當地農業色、豐富的景觀資源與文化資產等，農業區的面積也有限制，面積須在五十公頃以上、六百公頃以下，而在去年(107 年)時經過桃園市政府的努力、整合資源等輔導，因此市府決定以 10 個休閒農業區、100 家休閒農場為目標，目前已通過 8 個休閒農業區、核准合法的休閒農場超過 60 家，同時也在農業局下成立休閒農業科，辦理輔導休閒農業區業務，其中 1 區為以上介紹之大園區溪海休閒農業區，如圖 1-1、1-2、1-3。



圖 1-1 溪海休閒農業區劃定範圍內農場地理位置



圖 1-2 溪海休閒農業區劃定範圍內農場地理位置



圖 1-3 溪海休閒農業區劃定範圍內農場地理位置

## 第二節 產品開發目的

本專題將運用「三生資源(農業生產、農村生態及農民生活)」開發出衍生性商品，並藉由食農教育課程等使農民強化食品安全觀念，並透過本次實地參與、共伴(陪伴)、共學(學習)及共想(發想)之實施過程將農產品推廣，活絡區域發展和觀光，結合地方地色與創意，打造出具有故事性的伴手禮，促使經濟效益、觀光人數等都能有所提升與擴大。

### 第三節 企劃案流程圖

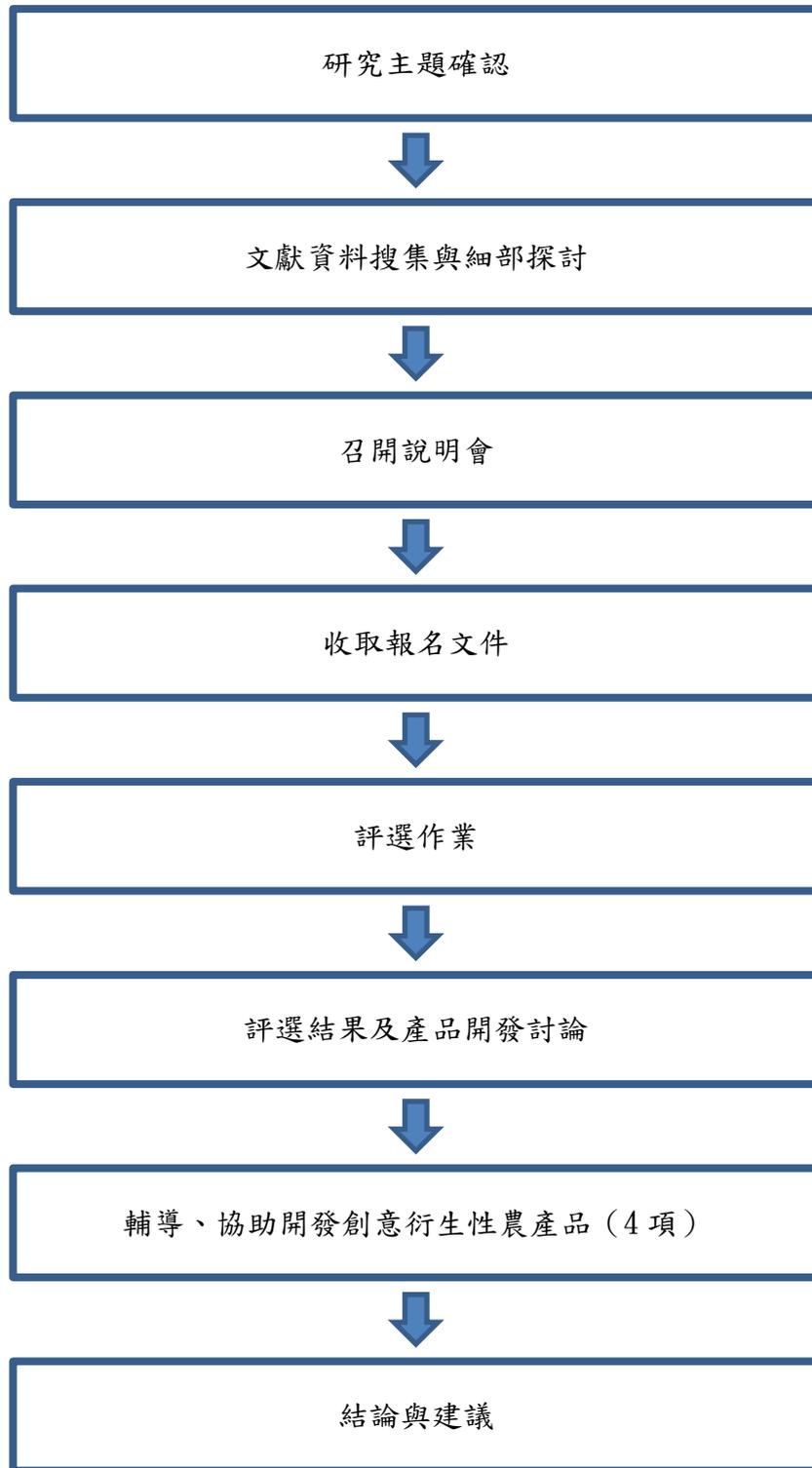


圖 1-4 本企劃案流程圖

## 第二章、文獻資料

### 第一節 休閒農業背景

#### 一、休閒農業定義：

依據《農業發展條例》第 3 條第 5 款條文規定係指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。

#### 二、休閒農業發展起源：

台灣從 1953 年到 1968 年實施四期四年經建計畫，這段期間，農業施政秉持以農業培養工業，以工業發展農業的策略(邱湧忠，2000)。在許多已開發國家的經濟發展過程中，農業結構出現僵化的現象，農村經濟凋弊，農民所得偏低，而同樣的情形也發生在台灣的農業發展過程中。

除了產業結構僵化外，農村人力外流，產生高齡化問題；農村公共建設及生活品質，也遠落後於城市。政府想要農業的生產活動繼續進行，確保糧食的供應無虞；另一方面也想提升農民的所得，縮小城鄉生活水平的差距，因此農業經營方式的改進，變成未來台灣農業政策發展的重要議題，休閒農業亦為可行方式之一(李啟禎，2010)。

#### 三、休閒農業發展歷程：

依照休閒農場發展歷程的特徵，可分為萌芽期、成長期、發展期等 3 個時期。萌芽期從創立第一家休閒農場開始，此期為時約 16 年。成長期長達 23 年，由於經歷探索、倡導、茁壯的階段，故又分為前段、中段、後段，以利明確觀察產業的變遷。發展期從民國 93 年迄今，進入新里程。分述如下(段兆麟，2007)：

(一) 萌芽期 (民國 69 年以前) — 觀光農園草創期

(二) 成長期-

1、 成長期前段 (民國 69 至 78 年) — 休閒農業探索期

2、 成長期中段 (民國 78 至 89 年) — 休閒農業倡導期

3、 成長期後段 (民國 89 至 92 年) — 休閒農業茁壯期

(三) 發展期 (民國 93 年迄今) — 休閒農業發展期

## 第二節 溪海休閒農業區

大園區溪海休閒農業園區劃設範圍於桃園市大園區，附近有桃園國際機場、桃園航空城、高鐵站區及大園工業區等多項重大建設，也在未來將會連結桃園機場捷運 A16 橫山站及 A18 高鐵桃園站(黃家柔，2018)。

政府多年前推動「一鄉鎮，一特色」計畫，就開始利用花海節活動來振興地方觀光產業，最常見的花田作物是大波斯菊花季、百日草、一串紅、蓮花、黃波斯菊、油菜花季、向日葵等(江碧陵，n.d.)。

溪海地區鄰近台北都會區，以切花與草花為主要農業生產資源，目前溪海花卉區不但是國內主要花市虎尾、內湖及建國花市的切花供應產區，之前也是台北花博重要供應區，是北臺灣最重要的花卉產地(桃園休閒農業網，2017)。

溪海休閒農業園區的標誌，隱含四個圖騰意象，四個圖騰上有在地草花、雛菊、洛神花，背後則是大樹，代表著大園溪海休閒農業是以花卉為主軸發展，因為大園溪海為台灣花卉重要生產區，透過此次的休閒農業區規劃，逐漸轉型成休閒旅遊的發展。讓遊客們來到溪海，這個有水、有花、有飛機、有埤塘、有大樹、有人文、有文化組成的休閒農業區，就能像四個人物圖騰展現出那般快樂的笑容(桃園休閒農業網，2017)。



圖 2-1 桃園機場捷運系統圖



圖 2-2 溪海休閒農業區 Logo

### 第三節 農產品行銷推廣

#### 一、農產品定義：

依據《農產品生產及驗證管理法》第3條第1款條文定義係指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷所生產之物。

#### 二、行銷 4P：

Jerome E. McCarthy(1968)提出運用產品(Product)、價格(Price)、通路(Place)、推廣(Promotion)的不同組合型態，將正確的產品以合理的價格，透過合宜的地點，設計合適的推廣，讓消費者產生購買的行為，因此 4P 已成為所有的行銷計畫中不可或缺的一部分(李建中，2016)。

本研究依據正確的產品、實惠的價格、良好的通路、適當的行銷手法整理結果如下：

- (一) 產品(Product)：要帶到目標市場的產品或服務。
- (二) 價格(Price)：定價將決定利潤、供給、需求及市場定位。
- (三) 通路(Place)：關乎到地點、發送、或是任何可以將產品，或服務運送到消費者手上的方法。可能牽涉到辦公室的地點、發貨地、是否可以在網上購買等元素。
- (四) 推廣(Promotion)：在這一步讓消費者知道、了解進而喜愛及購買，將對往後的產品及品牌知名度、口碑、銷量等等造成影響。

#### 三、農產品行銷通路：

行銷通路的制定與其功效往往顯示出農業業者合作的績效，業者的配合度、農業的相關政策、管理者制定的決策，都是重要的關鍵因素。本研究所得到的結論如下：

- (一) 農業行銷合作的績效與政府的政策有密不可分的關係。
  - (二) 兩岸之間的農產品通路與政治環境有莫大的關係。
- 本研究對於農業合作社的行銷策略制定方面，有以下的建議：
- 一、通路策略：順應時勢，爭取更多元的通路。
  - 二、促銷策略：順應政策，加強社間合作。
  - 三、價格策略：分散投資，外銷與內銷損益平衡。

## 第四節 食品衛生安全及相關法規

### 一、食品良好衛生規範準則

本準則依《食品安全衛生管理法》第八條第四項規定其目的為規範食品業者製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣食品或食品添加物之作業場所、設施及品保制度之管理規定，以確保食品之衛生、安全及品質。

### 二、食品標示及廣告管理

依據《食品安全衛生管理法》第二十二條規定，食品及食品原料之容器或外包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：

- (一) 品名。
- (二) 內容物名稱；其為二種以上混合物時，應依其含量多寡由高至低分別標示之。
- (三) 淨重、容量或數量。
- (四) 食品添加物名稱；混合二種以上食品添加物，以功能性命名者，應分別標明添加物名稱。
- (五) 製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。國內通過農產品生產驗證者，應標示可追溯之來源；有中央農業主管機關公告之生產系統者，應標示生產系統。
- (六) 原產地（國）。
- (七) 有效日期。
- (八) 營養標示。
- (九) 含基因改造食品原料。
- (十) 其他經中央主管機關公告之事項。

### 三、SGS 檢驗

SGS 為全球公認的品質和誠信標竿，是提供專門的檢驗、測試、驗證、查證服務的領導者。主要核心業務可分為以下四類：

- (一) 檢驗：提供全方位的檢驗及查證服務，並且協助控制數量和品質，滿足不同地區和市場所有相關規範與需求。
- (二) 測試：藉由全球網絡服務、測試設備及具備豐富知識與經驗專業人員，幫助業者降低風險、縮短產品上市時間，並根據相關的健康、安全和規範對產品品質、安全和性能提供測試。

- (三) 驗證：經由驗證，能夠證明送驗的產品、流程、系統、服務是否符合國內與國際標準及規範，或是客戶所規劃的標準。
- (四) 查證：確保送驗產品和服務皆符合國際標準與當地法規。

### 第三章、產品開發設計方法

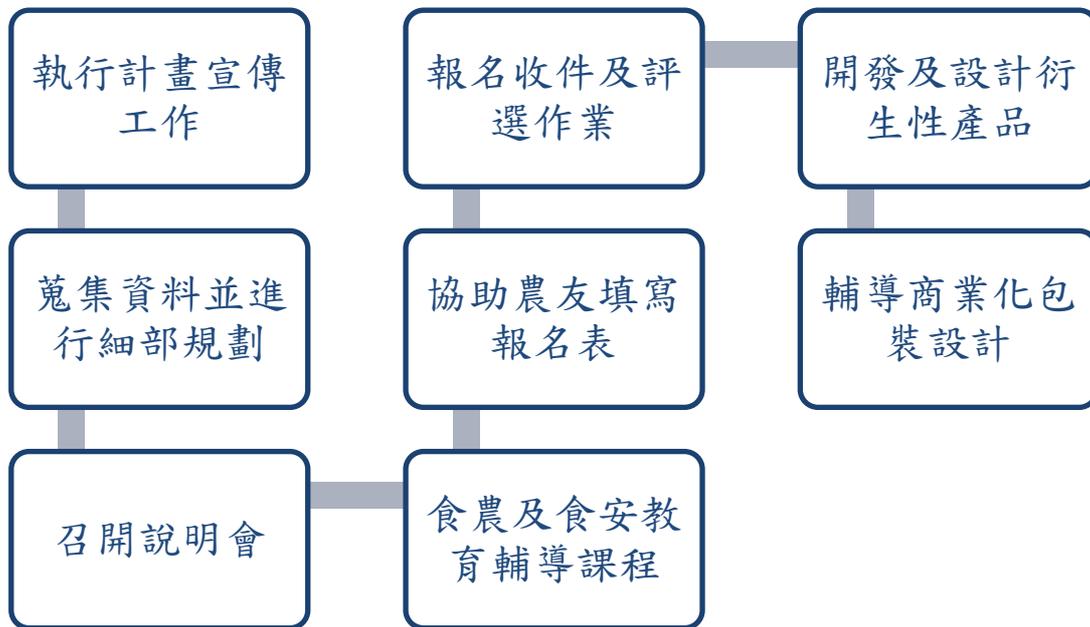


圖 3-1 產品開發設計流程圖

#### 一、執行計畫宣傳工作

為順利執行本案工作項目，故利用加入社群組織、電子文宣發送、網路報名、電子邀請方式推廣以達宣傳之效。

#### 二、蒐集資料並進行細部規劃

準備前置作業及完成資料蒐集並進行工作項目細部規劃。

#### 三、召開說明會

完成宣傳工作後，配合食農及食安教育輔導課程辦理工作說明會。

(一) 會議時間及地點：107 年 10 月 8 日(星期一)，中午 12 時至 13 時，林園居休閒農場(桃園市大園區聖德北路 1370 巷 56 號)。

(二) 出席人數：桃園市各區輔導單位代表出席指導(區公所、農會)；本區休閒農業相關業者、桃園市大園區溪海休閒農業區發展協會會員及本企劃工作團隊出席本次會議。

(三) 說明會重要工作內容：

1. 說明本案執行工作項目及內容。
2. 說明本區核心發展特色、創意衍生性產品開發及商業化輔導。
3. 說明評選辦法、實施方法及報名表填寫方式。
4. 說明輔導課程及機制。
5. 說明配合辦理事項及應注意事項。

四、食農及食安教育輔導課程

「食農教育」是一種體驗教育的歷程，學習者經由與食物、飲食工作者、動植物、農民、自然環境和相關行動者互動體驗過程中認識在地的農業、正確的飲食生活和農民文化特質，以及農業和飲食方式對生態環境造成的影響。

為落實產品衛生相關法規及保障消費者權益，辦理食農教育課程用以強化食安觀念或於農村體驗活動中導入食農觀念，共同提升休閒農業區農場服務品質。

食農及食安教育輔導課程於 107 年 10 月 8 日至 12 日期間辦理 3 天 6 場次，共計 21 小時課程，課程說明如下：

- (一) 食品安全衛生管理實務(含法規、食品標示及 GHP 案例說明)。
- (二) 花草類生活創意體驗開發實務—花草萃取工藝示範實作
- (三) 深化食農教育基本概念及案例分享(實施方案設計理念)
- (四) 農場到餐桌創意體驗開發實務—自然發酵工藝示範實作
- (五) 深化食農教育操作實務及案例分享(方案規劃與帶團操作)
- (六) 茶餐飲文化創意體驗開發實務—茶主題點心示範實作

五、協助農友填寫報名表

由本企劃工作團隊共同輔導業者填寫報名表並完成報名程序，本企劃擬定「107 年桃園市休閒農業區衍生性產品開發及商業化輔導評選報名表」，詳如附件一。

六、報名收件及評選作業

本次活動報名商品可分為生活創意類及食品類二大類，報名收件期間為 107 年 10 月 8 日至 17 日，於 107 年 10 月 12 日召開評選會議，由專家委員以產品特色及故事、加工製程、產品安全機制、市場潛力、商品化輔導需求為評分項目，評選擇定出 4 項衍生性商品進行商業化輔導開發及設計衍生性產品(表 4-1，詳如附件二)。

## 七、開發及設計衍生性產品

隨著生活型態的改變，人們的休閒活動隨之增加，休閒逐漸成為現代人生活的一大部分，休閒水平的高低成為衡量一個國家的重要標誌，為了帶動地方消費，鼓勵當地休閒農業區業者，進行輔導開發，且具地方特色及市場潛力之農產品及創意商品，期望商品能在網路平台銷售及推廣，帶動整個休閒農業區的發展及收益。

## 八、輔導商業化包裝設計

根據四項農產品及農場產地之特點，輔導業者選擇出合宜之外包裝，將其包裝精緻化，使其成為美觀且附有環保概念之產品，設計出較低成本並提高銷售額之各項精美產品包裝。

表 3-1 4 項衍生性商品商業輔導內容

	植萃の皂	手工四色地瓜圓	無花果醋	洛神花果醬
產品特色	親手栽種之芳香植物入皂，利用各式植物做為 DIY 素材	在地生產原料、無毒、無農藥殘留	農場自我栽種，擁有長壽水果的稱呼，含有 19 種維他命	農場自我栽種
使用材料	芳香植物、油品、水、鹼	台農 66 號地瓜、日本 57 號地瓜、日本栗子地瓜、紫色地瓜	水果、冰糖、糯米醋	水、洛神花、砂糖
加工製程	採摘芳香植物製成汁液入皂即可	地瓜去皮、切片→蒸熟→加煉乳→機器攪拌→成形→包裝	新鮮水果加上糯米醋、冰糖，以 1:1:1 方式混合均勻後放在瓶子 3 個月以上	將洛神花採摘洗淨，去籽再洗淨，將其加熱蒸熟後加入糖，罐裝完成倒立。
產品安全機制	生活用品較無安全上問題	製作環境符合衛生安全規範	製作環境符合衛生安全規範	製作環境符合衛生安全規範
市場潛力	在充滿化學的現代下，天然手工皂不但環保，更能讓人得到健康又自然的生活環境	融入地瓜圓 DIY 體驗	玻璃化瓶身展現出無花果實物，農場溫室可體驗無花果採收	果醬製作 DIY 體驗，結合農場採收體驗，發展食農教育

## 第四章、初步產品研發成果

### 第一節 工作說明會

- 一、說明溪海休閒農業區的核心發展特色、豐富地方資源以及創意衍生性產品開發及商業化輔導。
- 二、說明評選辦法、實施方法。
- 三、說明配合辦理事項及應注意事項。
- 四、說明輔導課程及機制，強化食安觀念、食農教育及相關法規。
- 五、說明填寫報名表之方法。



圖 4-1、4-2 工作說明會

## 第二節 輔導農友及協助討論開發產品內容

經調查後有意願開發衍生性產品的業者為（可分為生活創意類、食品類）：

### 一、生活創意類

- (一) 大地農莊：植萃の皂
- (二) 傑美花卉：小蒼蘭精油

### 二、食品類

- (一) 番婆蜂場：蜂蜜結晶蜜
- (二) 賴榮富農園：手工四色地瓜圓
- (三) 欣榮花田：無花果醋
- (四) 林園居休閒農場：洛神花製品—蜜餞

兩個類別共計六項，經本企劃團隊協助、輔導以上農友填寫報名表及了解現況並討論開發產品。

表 4-1 與農友共同討論—生活創意類

農場名稱及農產品	協助開發與輔導內容
<p data-bbox="373 1245 659 1279">大地農莊：植萃の皂</p> 	<p data-bbox="826 1200 1324 1375">業者在自己的休閒農場有親手栽種各式各樣的芳香類植物，想提供一塊綠地供親子共享大地薰陶，讓孩子能夠快樂的在綠地奔跑。</p> <p data-bbox="826 1393 1324 1760">在充滿化學的時代中，人們都習慣使用沐浴乳，而非天然的肥皂，經過雙方討論後，我們建議使用業者所栽種的芳香植物來作為 DIY 香皂的素材，並結合在地特色和環保概念，推廣能夠讓人得到健康又自然的生活環境並兼顧環保概念，並且老少咸宜不限男女都可以使用的產品。</p>

農場名稱及農產品	協助開發與輔導內容
<p data-bbox="357 427 679 461">傑美花卉：小蒼蘭精油</p> 	<p data-bbox="826 353 1327 772">農場的業者本身是一位花農，近幾年，因為感受到台灣花卉市場逐年縮減，且發現市場價格不穩定，遇上天災時，經常使小蒼蘭受損，賣相不佳，無法將產品順利賣出，但將受損過的小蒼蘭全部丟棄實在可惜，為此，業者將賣相較不好的小蒼蘭做加工，將其加工製成精油販售，擴增其銷售市場。</p> <p data-bbox="826 786 1327 965">小蒼蘭精油除了可以提神、讓人有心神安寧的感覺，亦可當香水使用，用天然小蒼蘭作為原料，讓民眾買得安心，用的放心。</p>

表 4-2 與農友共同討論－食品類

農場名稱及農產品	協助開發與輔導內容
<p data-bbox="357 1308 679 1341">番婆蜂場：蜂蜜結晶蜜</p> 	<p data-bbox="826 1189 1327 1653">番婆蜂場的故事起源於在整理百年古厝時發現了一個音箱便拿去工廠與收音機結合，過了段時間後發現了破洞的音箱內竟飛進了一群蜜蜂，與蜜蜂這奇妙的緣分也就此展開，也跟養蜂師傅開始學習如何取蜜、養蜜，從音箱到專業的蜂箱也養到現在的四十箱，慢慢的了解蜜蜂的習性並想把這大自然的禮物-蜂蜜分享出去。</p> <p data-bbox="826 1666 1327 1890">然而業者已有註冊商標及送檢，所以我們討論後決定加強外包裝的部分以及行銷方面，包裝則採瓶裝和印製上結合農場特色的 LOGO，並在網路上做一些宣傳廣告。</p>

農場名稱及農產品	協助開發與輔導內容
<p data-bbox="309 353 724 389">賴榮富農園：手工四色地瓜圓</p> 	<p data-bbox="826 309 1326 629">業者強調多品種地瓜、自然及健康特色，所以採用了台農 66 號地瓜、台農 57 號地瓜、紫色地瓜、日本栗子地瓜，共可產生四種不同的顏色，業者希望藉此可推廣自己農場的地瓜也順勢發展地方特色和帶動買氣及觀光。</p> <p data-bbox="826 645 1326 869">討論過後認為地瓜圓缺乏市場發展淺力及地瓜素材較為普遍所以建議再延伸出其他的地瓜相關產品，例如：地瓜餅，也相對於比較好保存和販售。</p>
<p data-bbox="384 1070 651 1106">欣榮花田：無花果醋</p> 	<p data-bbox="826 958 1326 1272">自古以來在日本，無花果就有不老長壽水果的稱呼，無花果內含有 19 種維他命，能緩更年期症狀、消水腫、防高血壓等等。製成果醋的話更有抗菌、降血壓、抗氧化、緩解糖尿病症狀、預防心血管疾病，以及運動後補充體力的功能。</p> <p data-bbox="826 1288 1326 1653">業者本身就有在農場內自我栽種所以原料無虞，希望可以透過我們的協助把無花果加工成衍生性商品來做販售，然而一般的醋類產品可能較無創意，所以我們建議使用透明的玻璃瓶當作容器並把洛神花實體放入瓶內，來提升質感與強化自己的特色，展現出若隱若現的感覺。</p>

農場名稱及農產品	協助開發與輔導內容
<p>林園居休閒農場：洛神花製品－蜜餞</p> 	<p>林園居休閒農場位在花卉產區重鎮，有許多的香草植物及花卉，其中業者想以洛神花來製作出非常天然並對人體有益的相關食品來做為衍生性產品來販售。</p> <p>原本業者以蜜餞為主要產品，團隊也建議採單包包裝，但由於目前產量較少無法大量生產，且蜜餞需配合工廠壓製及乾燥，在雙方的討論下決定以果醬再出發，也使用甕形的玻璃瓶來作為產品的外觀，並結合花布衍生出獨特的客家風格。</p>

本企劃團隊與溪海休閒農業區的業者討論過後，決定由上述六項相關產品參與報名，並經多位專業委員評選過後，評選出四項最具發展潛力及特色的衍生性農產品進行後續的輔導開發。

### 第三節 評選產品作業及結果

經由 7 位專業評選委員評選擇定開發 4 項衍生性商品進行商業化輔導，其工作內容包含：

- 一、產品特色及故事
- 二、加工製程
- 三、產品安全機制
- 四、市場潛力
- 五、商品化輔導需求

以上 5 點由本團隊與入選的四家業者討論後依後續實際需要之內容擇定項目輔導。



圖 4-3、4-4 評選情形

而入選的 4 項衍生性產品為：

- 一、生活創意類：
  - (一) 大地農莊：植萃の皂
- 二、食品類：
  - (一) 賴榮富農園：手工四色地瓜圓
  - (二) 欣榮花田：無花果醋
  - (三) 林園居休閒農場：洛神花製品—蜜餞

本團隊依入選產品進行實地勘察、共伴(陪伴)、共學(學習)及共想(發想)之實施過程，為上述四項入選產品進行進一步的細項開發與產品設計輔導。

## 第四節 開發設計衍生性農產品

### 一、大地農莊：植萃の皂



圖 4-5 植萃の皂開發流程圖

#### (一) 協助填寫報名表並與業者討論



圖 4-6 與農友討論

經過共想與共學討論，決定給孩子們一片綠地的心化為實際行動，使用農場內所栽種的各式芳香類植物做為在這充滿化學時代中，人們少用的天然香皂取代化學的沐浴乳，並建議以溪海休閒農業區的代表花卉—海芋作為發想主軸，利用海芋為素材融入皂中開發皂模，和結合海芋的顏色來製作成繽紛香皂禮盒，適合送禮以及代表園區特色的紀念品，在彩色海芋節時導入遊程並於農夫市集販售。

## (二) 開發植萃の皂

- 1、首先製備鹼液，秤量所需份量的氫氧化鈉，之後將氫氧化鈉溶於所需份量的水中成為鹼液，接著在特定溫度下將油脂與鹼液混和均勻並攪拌。



圖 4-7、4-8 肥皂製作

- 2、採摘來自自家農場的芳香植物製成汁液入皂。



圖 4-9、4-10 肥皂製作

- 3、將肥皂濃稠液倒入模具，並保持在適當的溫度。皂化反應將持續進行使其慢慢硬化為固體。在達到適當的硬度後即可開始進行包裝、儲存。



圖 4-11 肥皂製作

### (三) 輔導包裝設計

將芳香植物製成汁液倒入皂膜後，把製作完成的肥皂裝入外包裝經過特別設計印有溪海休閒農業區主要花種—海芋的紙盒內，讓人能一眼就能分辨這是來自溪海的伴手禮，搭配透明蓋子讓消費者能選擇自己喜歡的造型肥皂，完美襯托出肥皂的價值與美觀，香皂上也有印製添加物以及各項注意事項讓人能更加安心的去使用。也提醒消費者盡可能將肥皂儲存於通風/陰涼/乾燥的環境，最後委託工廠製作，並先於休區販賣試水溫後再另外找尋適合的通路做販售。



圖 4-12、4-13 植萃の皂外觀



圖 4-14、4-15 植萃の皂包裝

## 二、賴榮富農園：手工四色地瓜圓



圖 4-16 手工四色地瓜圓開發流程圖

### (一) 協助填寫報名表並與業者討論



圖 4-17 與農友討論

業者在自家農場種植許多品種的地瓜，有台農 66 號地瓜、台農 57 號地瓜、紫色地瓜、日本栗子地瓜等，業者希望可以利用這些地瓜製作地瓜圓並且強調自然及健康的理念，把這些高營養價值的地瓜分享給消費者享用，最後經過討論發現地瓜圓以地瓜當素材較為普遍，所以建議在外包裝上加入一些農場特有的元素或特質，提升產品的魅力，並建議可以生產地瓜餅來販售，增加地瓜的可用價值。

## (二) 開發手工四色地瓜圓

- 1、先將地瓜洗淨去皮後，將其放入電鍋或蒸鍋蒸熟，蒸熟後取出立刻加入煉乳及樹薯粉用壓泥器或飯匙將所有的材料混拌在一起成為鬆散的塊狀，不燙手時再改用手揉勻成軟硬適中且不黏手的粉團。



圖 4-18 地瓜圓製作

- 2、將麵團分成數團，一一搓成長條狀，再切成小塊，切好的地瓜圓放入鋼盆，再撒上少許太白粉，輕搖鋼盆，讓每顆地瓜圓外層沾上少許太白粉即完成。



圖 4-19 地瓜圓製作

### (三) 輔導包裝設計

設計色彩鮮艷的外包裝，使用可愛的大字體吸引消費者的注意，加入可愛的地瓜插圖也能吸引小朋友注意，小朋友想吃是父母購買產品的原因之一，透過鮮明可愛的包裝無論是大人或小孩都能更加注意到此產品。包裝盒上清楚註明著產品成分與保存方法，成分十分天然，讓消費者能安心的買給全家吃，也非常適合當作伴手禮送給親戚分享天然美食。



圖 4-20、4-21、4-22 手工四色地瓜圓包裝

### 三、欣榮花田：無花果醋



圖 4-23 無花果醋開發流程圖

#### (一) 協助填寫報名表並與業者討論



圖 4-24 與農友討論

據研究指出無花果有不老長壽水果之稱，並且含有 19 種的維他命，有益身體健康，而且業者在農場內自我栽種，希望可以把無花果製成果醋來當作衍生性產品。然而一般的果醋都單純只有醋在瓶子內而已，建議可以增加自我特色，對此發想利用透明的瓶身為容器外並把無花果整顆的置入，讓消費者在購買時能夠看到瓶內的無花果果實，也可以順便吃到一顆完整的無花果，讓此產品可以脫穎而出，增加吸睛度，吸引大眾目光。

## (二) 開發無花果醋

- 1、首先將無花果洗淨、擦乾及去蒂後切成四個等份，量好糖和醋並先將罐子洗淨。



圖 4-25、4-26 無花果醋製作

- 2、接著一層無花果一層冰糖的擺放在剛才消毒過的罐子裡。最後倒入蘋果醋密封，存放於陰涼處。需要一星期的時間熟成，期間需要每天旋轉容器 1 次來滋潤果子。一星期後將無花果取出（不取也可以），剩餘汁液密封放入冰箱冷藏保存。



圖 4-27、4-28 無花果醋製作

### (三) 輔導包裝設計

以質感優良的玻璃瓶身裝入天然發酵的無花果醋，放入兩顆無花果入內讓整體外觀變得更有滿足感，瓶身貼上親自設計的貼紙標示著品名與成分等介紹，使用看起來簡單但很有質感的紙盒做包裝，有益人體酸鹼平衡的天然無花果醋為追求養生者的最佳飲品，無論送禮或是自己喝都非常的合適。

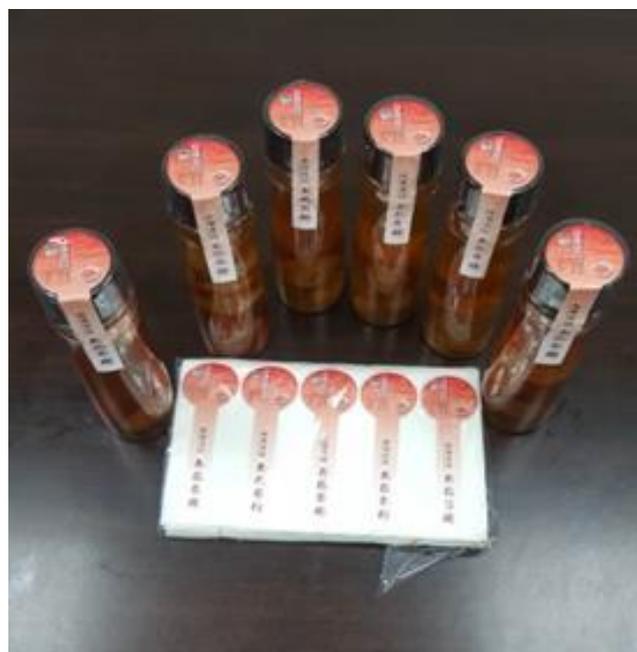


圖 4-29、4-30、4-31 無花果醋包裝

#### 四、林園居休閒農場：洛神花製品—果醬



圖 4-32 洛神花製品—果醬開發流程圖

##### (一) 協助填寫報名表並與業者討論



圖 4-33 與農友討論

經過與業者討論後，建議製造出非常天然並對人體有益的相關食品來做為衍生性產品提供給消費者食用，也希望這項產品可以老少咸宜不管歲數都可以食用，所以決定使用園區內所栽種的洛神花進行發想，初次我們選擇至做成蜜餞，也提供了使用單包裝的概念方便食用，但由於後園產量不穩，所以進行了第二次的討論，後來改以果醬代替原先的蜜餞再出發，效果也有達到當初的目的並且適合家庭食用。

## (二) 開發洛神花製品—果醬

1. 先把剛摘下來洛神花花萼（果肉）與種子分開，然後進行沖洗。



圖 4-34、4-35 洛神花果醬製作

2. 並先把種子放入鍋中加水淹過子即可，開火煮滾大約 1 分鐘等釋放出果膠再撈去再加入剛洗好的花萼小火續煮，等花萼受熱變軟後再熄火加入 1:1:1 的冰糖和糯米醋拌勻，避免燒焦。



圖 4-36、4-37 洛神花果醬製作

3. 等都拌勻後，再開小火加熱，熬煮到花萼全都糊爛就可裝瓶了。裝瓶後記得要倒扣整個瓶子，讓空氣蒸發。



圖 4-38、4-39 洛神花果醬製作

### (三) 輔導包裝設計

包裝設計方面我們是採取以甕型及方形的瓶身配合花布在綁上麻繩來營造出客家傳統的風格，在瓶子的頂部也有貼上食安標示，上面詳細的標示食品的成分、保存方法及相關資訊提供消費者參考，讓顧客可以安心的使用我們的產品。此項產品將會在農會門市、遊客中心、網路及休閒農場來作販售，也以手提紙盒的方式讓顧客能夠更方便的攜帶，作為伴手禮也非常合適。



圖 4-40、4-41、4-42 洛神花果醬包裝

## 第五章、後續產品開發設計及建議

### 第一節 維護食安機制管理

近年來，科技發展進步快速，使得食品科技日新月異；環境大量受到嚴重污染，進而影響食物鏈；而氣候的異常變遷，全球糧食總產量減少；食品貿易全球化，攙偽假冒等情形更是層出不窮，由於上述等各類因素，導致食品安全嚴重受到威脅，更是成為食品衛生管理的一大阻礙。

此外，我國自 2008 年三聚氰胺攙偽事件起，與其類似之食品安全事件層見疊出，如 2011 年添加非法化學物質塑化劑、2013 年順丁烯二酸酐化製澱粉、胖達人香精麵包欺詐消費者、油品混充銅葉綠素、2014 年二甲基黃豆乾、廢棄物流入食品鏈之黑心油品等事件，使得社會大眾對食品安全管理心存疑慮，促使食品安全成為民眾在日常生活中所關心之重點，並引發國人對食品安全與其相關健康議題之重視。

世界衛生組織(World Health Organization, WHO)曾提出促進食品安全指導原則(WHO Leadership For International Consensus On Food Safety Issues, Policies And Actions)，強調追求「享受更安全的食品」(Safer Food For All)為目標，且此項目標應由政府(government)、工商業者(industry/trade)以及消費者(consumer)等三大面向共同維護及分擔其責任。再者，WHO 於 2015 年亦以「食品安全」(Food Safety)作為該年世界健康日(World Health Day)之宣導主題，強調「從農場到餐桌」(From Farm To Table)對於食品安全管理之重要性。

為了保障國人食之安全與人民健康福祉，本企劃團隊亦將輔導之四項衍生性農產品，配合衛生福利部食品安全衛生管理法及相關法規審議，送往 SGS 進行八大營養成分分析檢驗，通過認證以獲得食品檢驗相關公司機構認證之證明書，並依照八大營養標示檢驗結果來輔導業者將衍生性農產品進行營養標示。

而後續之產品開發，應當更加致力於維護食品安全機制管理，協力達成「從農場至餐桌」之食品安全鏈，以此和消費者建立信任並為產品嚴格把關，提升消費者對衍生性農產品之認可，藉此推廣溪海休閒農業區之附加價值，加深民眾對當地及其農產品之良好印象，打造出地方特有特色並拓展地方發展。

## 第二節 在地其他特色產品發展潛力

依據衍生性農產品檢驗之成果，討論並提出在未來市場上具有發展潛力之開發項目如下：

### 一、植萃の皂(大地農莊)：

本產品屬於生活用品，較無食品安全上問題，此項產品之原料適合發展成為農場體驗活動，而海芋主要為觀賞並無食用價值，除了海芋意象手工皂外，建議可輔導農場結合花草另開發香精、植物染等生活創意農產品，另闢銷售市場，增加其收益。

### 二、手工四色地瓜圓(賴榮富農園)：

目前此農產品先於休區內銷售試溫，未來將進行其他地瓜食品之衍生性產品開發，其後續開發建議加入自我農場或休區元素於產品內涵或包裝中，並強調多項品種地瓜、自然及健康特色，以符合市場需求。亦建議輔導園區結合本產品，發展出以地瓜為主題之食農教育體驗活動，使農場之產物和經營同時達到地方特有特色發展之推廣成效。

### 三、無花果醋(欣榮花田)：

現階段欣榮花田農場生產新鮮無花果，將品項較差者以醋為主題進行衍生性開發，建議未來可研發出更高價值生鮮冷凍食品、冰品、飲品及果乾等產品，並委託加工廠為符合國際 ISO 及 HACCP 認證，落實食安機制，以利增加其販售品項。亦建議輔導農場環境整備，其環境需管控良善且符合衛生安全，發展以無花果主題之系列體驗活動，提供完整休閒體驗服務價值。

### 四、洛神花製品—蜜餞(林園居休閒農場)：

洛神花果醬製作過程在未來可發展為園區 DIY 體驗活動，並結合林園居休閒農場原料採收體驗，發展食農教育，以推廣溪海地方特色。而其原料-洛神花亦可輔導種植，將品項較為優良、外觀較美觀之洛神花輔導研發出高價格、高價值洛神押花蜜餞，拓展另銷售市場。

各類創意衍生性產品開發與設計能激發業者的創新點子，使溪海休閒農業區之消費者，能體驗此農場之特色活動，亦能品嚐園區的創意美食。經過精美包裝過後之產品，亦可成為伴手禮提供給民眾採購，使園區產品更為廣佈，並且讓溪海休閒農業區廣為人知。

## 參考文獻

林若寧，2016，「制度回顧:從週休二日起源看一例一休爭議」

<http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5079842>。  
[2018/10/18](#)。

賴啟銘、魏谷靜、柯元婷，2017，「由生態永續發展的觀點探討休閒農場設施設計要項」

<https://www.pws.stu.edu.tw/issac/GL/GL/GLEP/ch1.doc>。2018/10/20。

桃園市大園區公所:

[http://web.dayuan.tycg.gov.tw/content\\_edit.php?menu=1520&typeid=1539](http://web.dayuan.tycg.gov.tw/content_edit.php?menu=1520&typeid=1539)。  
[2018/10/26](#)。

桃園市政府:

<https://www.tycg.gov.tw/ch/home.jsp?id=10109&parentpath=0,6,10099>。  
[2018/11/05](#)。

呂晏慈，2017，「草花產業起飛 看見桃園溪海的未來」

<https://newtalk.tw/news/view/2017-04-20/84657>。2018/11/05。

SGS 檢驗:

<https://www.sgs.com.tw/zh-tw/our-company/about-sgs/sgs-in-brief>。  
[2018/11/17](#)。

食品安全衛生管理法:

<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=L0040001>。  
[2018/12/03](#)。

食品良好衛生規範:

[http://www.isu.edu.tw/upload/04/3/files/dept\\_3\\_lv\\_2\\_88.htm](http://www.isu.edu.tw/upload/04/3/files/dept_3_lv_2_88.htm)。  
[2018/12/06](#)。

李啟禎，2010，「台灣休閒農場發展歷程與經營難題之探討」

<http://140.127.82.166/retrieve/10726/214.pdf>。2018/12/06。

馬陽原，2006，「農產品行銷策略研究-以台南縣農業合作社為例」  
<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?docid=U0025-0306200810415158>。2018/12/06。

李建中，2016，「台灣機車消費市場購買決策之研究－以地區別為干擾變數」  
<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=22259481-201603-201606280010-201606280010-156-168>。2018/12/10。

Eden，2018，「行銷 4P 到底是什麼？要怎麼用？這篇一次搞懂」  
<https://blog.gogopartners.com/>。2018/12/22。

衛生福利部，2016，「食品安全政策白皮書」  
<https://www.fda.gov.tw/upload/133/content/2016010616580240974.pdf>。