



行政院農業委員會

109年度科技農企業 全球經營能量 領航前導計畫

科技豐農 接軌國際





目錄

002 前言

004 精彩四年豐碩成果

006 創新跨域 人才培育

009 科技農企業菁創獎

010 農業好點子創意競賽

012 顧問團隊 訪視診斷

013 科技農企業輔導

2020 農企業經營整合輔導

016 泓良食品股份有限公司

020 魚之達人水產股份有限公司

024 蜀隆花卉股份有限公司

028 天時福冷凍食品有限公司

032 保證責任高雄市 芳境果菜運銷合作社

036 冠辰蘭業有限公司

040 鉅景食品企業股份有限公司

044 保證責任屏東縣高樹鄉 大埔農產品生產合作社

048 台江農業生技股份有限公司

052 好廚家企業社

056 保證責任屏東縣優質農產品 生產合作社

060 新豐碾米工廠

2017-2019 科技農企業輔導案例

064 東晟水產股份有限公司

068 萬生科技農業股份有限公司

072 鮮綠農業科技股份有限公司

076 自然綠洲國際有限公司

080 保證責任台灣區 阿丹果菜生產合作社

084 皆展有限公司

088 台霖生物科技股份有限公司

092 芳源農牧科技有限公司

096 農友種苗股份有限公司

100 聯絡資訊

104 科技農企業輔導資源

版權

發行機關：行政院農業委員會

執行單位：財團法人中衛發展中心

出版日期：民國 109 年 12 月

照片拍攝：王志元

圖片提供：芳境合作社、大埔合作社、台江農業生技、
好廚家企業社、屏東優質農產品合作社、
新豐碾米工廠

版權所有，本刊圖文非經同意不得轉載

開創新局蓄積全球能量

科技農企業佈局國際新藍海

科技顛覆典範、翻轉產業樣貌，面對未來氣候變遷、全球化競爭日益劇烈，加上無預警而來的 COVID-19 疫情對全球經濟局勢、消費習慣帶來巨大影響，農企業經營者不能拘泥於舊觀念，必須跟著快速調整，才能找出因應之道。面對嚴峻的經濟局勢，臺灣農業不但生產結構要調整，經營思維也要跳脫傳統農業概念，把過去以技術導向的產業經濟轉換為從需求導向出發的知識經濟，將傳統農業提升為知識農業，科技創新應用與經營模式創新，正是提高臺灣農業競爭力至為關鍵的因素。

為協助臺灣農業科技發展，達到「科技產業化、產業科技化」之產業目標，農委會科技處從最前端的基礎研究、技術發展到商品化應用都有相關資源協助，科技農企業計畫的推動，則是為了讓農業科技能夠順利被產業技轉承接的重要關鍵，加速完成「科技產業化」的最後一哩路。

計畫工作整合科技研發、經營管理、人才培力、創新服務等輔導服務網絡，推動科技農企業多元創新發展，以提升企業創新營運績效，並藉由創新創意競賽、商機媒合、菁英人才培育、卓越獎項推動及其他整合行銷支援活動，擴大產業創新運用、促進跨領域交流合作，帶動產業體

系厚實發展。未來，我國農業科技如何憑藉既有優勢與多年累積的厚實技術能量，結合科技與創新思維，提升產業價值，成為致勝全球的關鍵。

1 方法

透過輔導強化產業競爭力 創造經濟效益

本計畫推動以培育科技農企業（註）為起點，進而帶動科技農企業體系網絡健全發展，引領科技農企業扮演產業領頭羊，協同衛星農場共創產業競爭優勢，故計畫輔導核心，是透過制度化、體系化及全球化來建立科技農企業國際經營能量，以科技農企業為中心經營體，其國內外合作之農民團體或行銷通路為衛星場，運用垂直整合、水平擴張、同業與異業結盟等方式，建立國際行銷能量，精準掌握客戶需求，共同拓展海外市場。

輔導方式隨著農企業發展持續滾動式修正，從計畫第一期鎖定潛力對象，由中衛顧問團隊輔導，扶持示範標竿、第二期新增農企業結合外部輔導團隊提案，自主提出運作改善或創新活動，到本期依據農企業經營規模、經營狀況及發展



前言

需求，由中衛顧問團隊導入階段性育成輔導，都是為了讓輔導達到最佳成效。本期計畫（2017～2020 年）藉由輔導，共提升 57 家農企業營業額 4.1 億元、增加就業人數 125 人，促成投資 5.5 億元、相關課程與人數達 1599 人，降低成本 2363 萬元。

方法 2

培育課程提升農企業經營者與中高階管理人員能量

農企業隨著組織規模發展，管理人才也要同步成長。爰此，農委會科技處針對科技農企業者辦理相關經營管理課程，強化產業經營能量，包含與臺灣大學合作，以培訓科技農企業中高階管理人員為主的「科技農企業經營管理菁英班」、同樣與臺灣大學合作，以農企業經營階層為主，相當於進階班的「臺灣科技農企業領袖人才創新培訓班」，還有與政

治大學合辦，強調跨領域成員組成的「農業科技跨領域人才班」，相關課程對於協助產業人才能量提升與人脈網絡建立具有明顯成效，本期計畫共培育 255 位產業人才。

方法 3

以競賽激發農業創新發展與標竿學習

向標竿案例學習成功經驗，是企業成長最有效的方式之一，從創辦「科技農企業菁創獎」，鼓勵科技農企業從事創新研發及運用科技研發成果，到首創以群眾集資方式辦理「農業好點子創意競賽」，從市場接受度檢視創新想法可行性，促進農業創新產品、服務或商業模式之發想與實踐，都是希望藉此鼓勵農企業以創新精神尋找產業問題解決對策，為農業注入活力與創意。

註：科技農企業：係指從事農業技術創新研發、應用農業科技研發成果或整合多元科技，進行農業經營創新，發展新型態產品、服務、經營模式、行銷模式之公司或行號（須有公司登記或商業登記）。農業科技指農、林、漁、牧業之生物技術、安全農業、設備資材、檢驗檢測、食品加工、美容保健、栽培量產、品種、防疫檢疫等技術。

科技農企業 邁向國際化的最後一哩路

臺灣優越的地理條件與氣候環境多樣性，農林漁牧得以蓬勃發展，是支持臺灣經濟的基礎產業，為發揮農業厚實的技術能量，達成「科技產業化、產業科技化」之目標，農委會自 2009 年開始扶育農企業發展，協助經營能量改善強化，以培育科技農企業為起點，進而帶動科技農企業體系網絡健全發展，引領科技農企業扮演產業領頭羊，協同衛星農場共同塑造產業競爭優勢，邁向國際市場，隨著計畫各期程推動，在提升農企業經管能量及帶動整體產業發展已具相當成果。

執行機關



一般產業：
公民營企業

農產業：
農企業、農會、產銷班、合作社、農民

本計畫推動對象

- 具備科技能量及國際發展潛力之農企業為主
- 其他對象為輔

基礎研究

科技處強化措施

智慧財產權管理制度評鑑 (2004 年起)

應用研究

農業智慧財產權審議會 (2002 年起)

產學合作計畫 (1998 年起)

技術發展

農業業界科專計畫 (2007 年起)

農業生物科技園區 (2003 年起)

商品化

創新育成中心 (2005 年起)

農業科技技術交易網 (2008 年起)

企業化經營

農業科技產業促成與農企業扶育計畫 (2009 ~ 2012 年)

體系發展

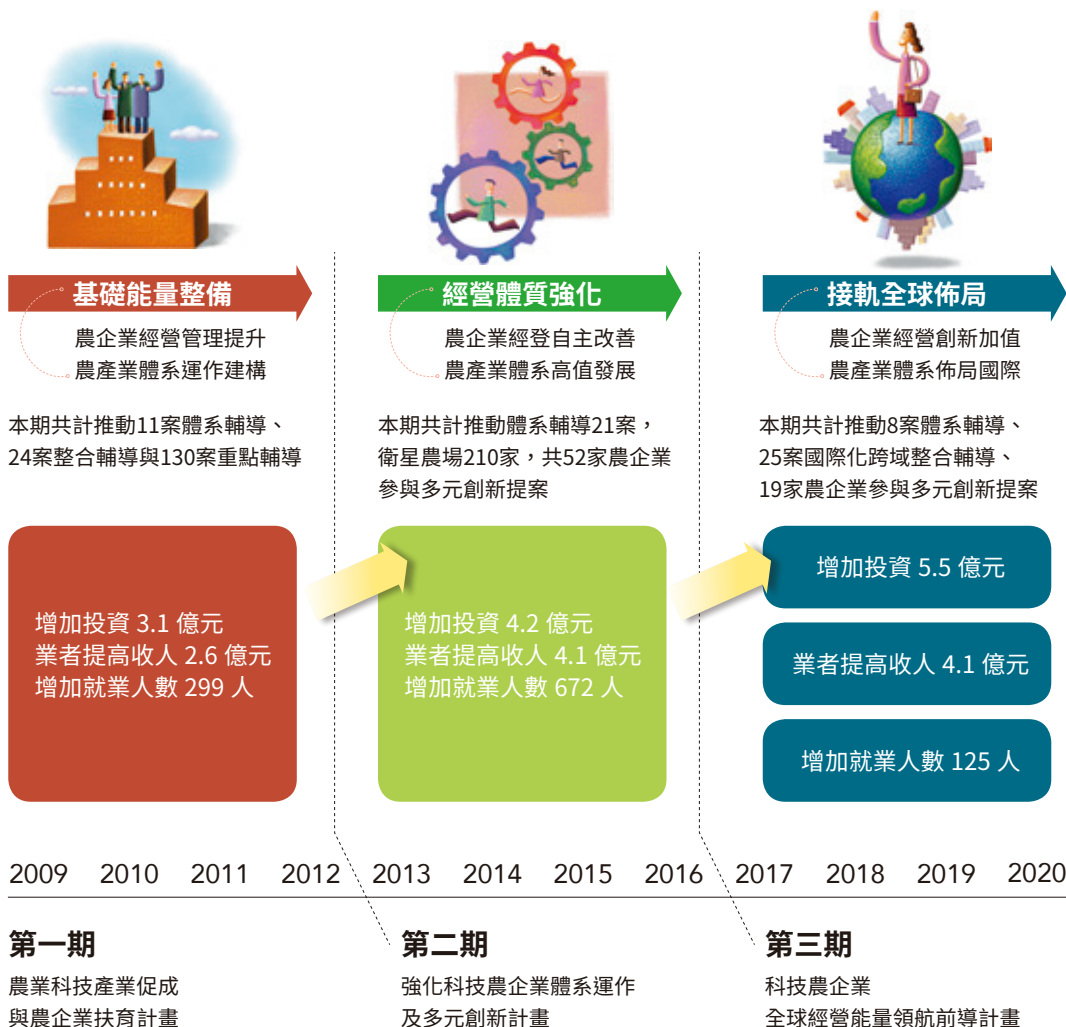
強化科技農企業體系運作及多元創新計畫 (2013 ~ 2016 年)

全球佈局

科技農企業全球經營能量領航前導計畫 (2017 ~ 2020 年)

傳統農業三階段轉骨 產業科技化

計畫工作整合科技研發、經營管理、人才培力、創新服務等輔導服務網絡，提升企業創新營運績效；遴選具農業科技產業發展潛力業者提供實質輔導，推動輔導企業化經營整備、經營管理提升、健全農業體系及國際經營佈局等，輔導業者朝向企業化經營、強化經營管理體質及整合產業價值鏈，發揮產業聚落量能，奠定國際化企業良好基礎；藉由農業好點子競賽、菁創獎、商機媒合、菁英人才培育及其他整合行銷支援活動，擴大產業創新運用，促進跨領域交流合作，帶動產業體系厚實發展。



創新跨域人才培育 建立產業人脈網絡搖籃

人才，是企業發展軟實力的基底，如何吸引優秀人才投入，及中高階管理人才的能力提升，更是農企業規模成長時需要解決的課題。爰此，農委會科技處遴選國內科技農企業經營管理人才進行培訓，強化產業經營能量，並提供業者產業人脈建立與跨界交流學習機會，有助未來合作以創新思維共同掌握新商機。

科技農企業經營管理菁英班 農業中高階人才搖籃

由農委會委託中衛發展中心和臺灣大學共同辦理的「科技農企業經營管理菁英班（碩士學分班）」，網羅臺大各系所教師及業界專



人才培訓是農企業成長的基石，可開拓視野並凝聚企業願景。

家顧問擔任講師，課程包含生產、行銷、人事、研發、財務、資訊等經營管理領域，提供 98 小時理論實務兼具之專業訓練，系統化訓練農企業中高階經理人管理模式與策略思考能力，自 2010 年開辦第 1 屆以來，迄本年已辦理 8 屆，累計培訓 358 位農業經管人才。

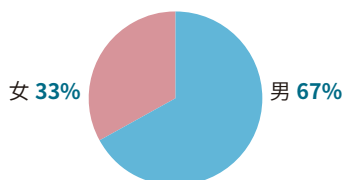
菁英班為培育農企業中高階管理人才與建立農業人脈網絡搖籃，學員人脈網絡建

立也有助開創合作商機，如第三屆永隆牧場使用東勢果菜合作社（VDS）、瓜瓜園的紅蘿蔔、地瓜格外品養豬，創立「花田喜彘」品牌豬，成為許多米其林主廚指定食材，更獲得 2015、2018 農業好點子競賽評審團獎首獎；第六屆山頂壯圓（柴燒龍眼乾）和義益農產（地瓜酥）合作開發桂圓地瓜酥，成功上架誠品商場、新光三越等通路，2020 年更有外銷澳洲實績，還有更多產品開發、通路合作案例不勝枚舉。

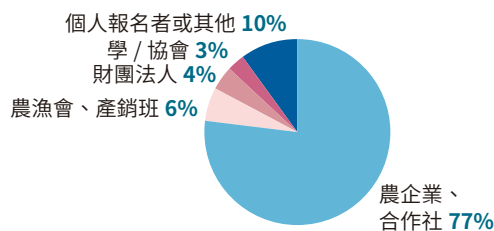
受訓學員因課程結識自發性成立 2 個全國性農企業協會（中華農企業發展協會、臺灣科技農企業發展協會），促進農企業交流合作，有效串起農業科技產業價值鏈；畢業學員持續自我精進，報考碩博士班，學習農業經營相關知識，其中 37 位錄取碩士在職專班，2 位錄取博士班。

1-8屆科技農企業經營管理菁英班 錄取學員資料分析

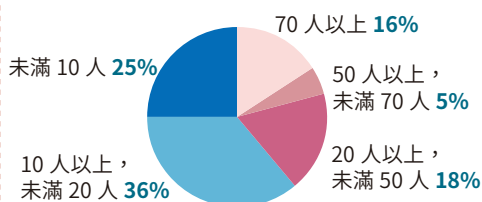
性別



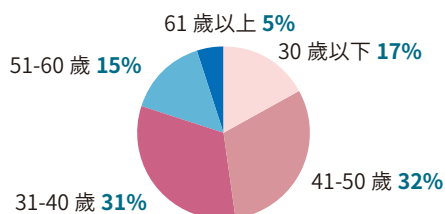
現職單位



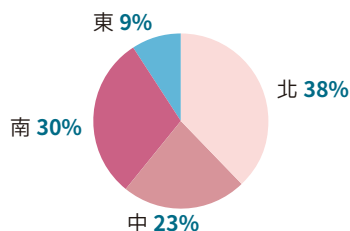
員工人數



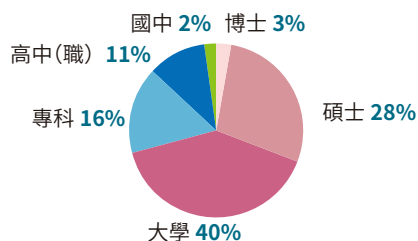
年齡



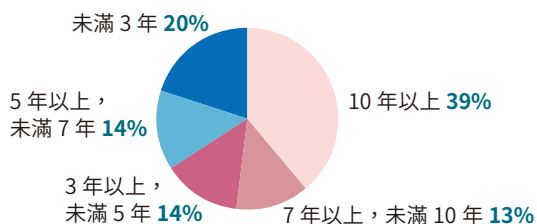
地區別



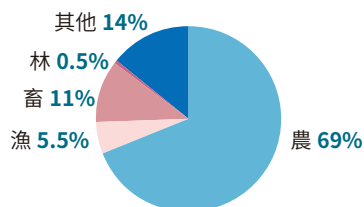
學歷



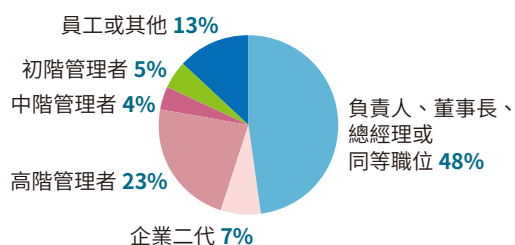
工作年資



產業別



現職職位





菁英班課程內容規劃以理論和實務雙管齊下，達到人才量能提升的目標。



透過農企業見習參訪，學員間彼此不僅可資訊交流，還可開拓視野，進一步建立產業人脈。

農業科技跨領域人才班 跨域整合訓練

由農委會委託中衛發展中心和政治大學共同辦理的「農業科技跨領域人才班（碩士學分班）」，遴選科技管理與相關經營管理人才（含農委會會內人員與業界人士），提供農企業國際化、智財權管理、技術管理與商品化、跨領域整合管理等四大專業領域訓練，自2015年起兩年辦理一次，共培訓155名學員。

臺灣科技農企業領袖人才創新培訓班 培養企業頂尖領袖

隨著農企業規模成長，企業管理者所需要學習的知識和視野也要提升，2019年農委會首次委託中衛發展中心和臺灣大學共同辦理「臺灣科技農企業領袖人才創新培訓班」，培訓對象為具國際競爭力的科技農企業董事長、總經理、執行長、經營階層主管，共25名，優先錄取曾參與菁英班及跨領域人才班之學員，以創新培訓模式邀集各領域大師引導學員用多元論點思考，突破慣性思維，增強面對全球產業快速變遷的挑戰能力，並搭配領袖魅力演說訓練，展現領袖人才魅力風範。



農業科技跨領域人才班課程包含以農企業國際化、跨域整合管理等專業訓練，同時結合現地參訪，提供學員深度進修。



臺灣科技農企業領袖人才創新培訓班，培訓對象以經營階層主管為主，設計多元化課程。

科技農企業菁創獎 產業典範新楷模



菁創獎是農委會第一個針對農企業設立獎項，可說是農企業界奧斯卡獎。

隨著時代演進，臺灣農業競爭力從追求規模經濟生產，到成為追求知識應用加值的時刻，導入創新科技應用技術與新產業經營模式，儼然成為提高臺灣農業競爭力至為關鍵的因素，促成傳統農業轉型，也帶動周邊科技業創新和升級。

爰此，農委會自 2009 年起設立「科技農企業菁創獎」，鼓勵科技農企業從事創新研發及運用科技研發成果，評選委員從農企業之創新研發、技術應用、產業效應到經營管理各個環節進行檢視，選拔出成果斐然的企業，樹立農業科技產業典範，作為其他農企業學習標竿楷模。自開辦至今，菁創獎一共有 66 家廠商得獎，可說是帶動農業轉型、走向科技化的一大重要助力。

科技農企業菁創獎歷屆得獎廠商

屆別	公司名稱
2009 創新研發類	
1	百泰生物科技股份有限公司
2	利統股份有限公司
3	展壯園藝股份有限公司
4	普力德生物科技公司
5	聯發生物科技股份有限公司
2009 績優行銷類	
1	保證責任雲林縣元長家禽生產合作社
2	華夏蜂業有限公司
3	德河貿易公司
4	聯米企業股份有限公司
2010 創新研發類	
1	三久股份有限公司
2	世華生物科技股份有限公司
3	宏良甫生物科技股份有限公司
4	芝林企業有限公司
2010 績優行銷類	
1	天和生物股份有限公司
2	瓜瓜園企業有限公司
3	青田農產有限公司
4	南投縣信義鄉農會
5	梓官區漁會
2011 創新研發類	
1	立川農場股份有限公司
2	生百興業有限公司
3	京冠生物科技股份有限公司

4	睿嘉生物科技股份有限公司
5	華優生物科技農場
2011 科技應用類	
1	立川農場股份有限公司
2	達邦蛋白股份有限公司
3	瑞基海洋生物科技股份有限公司
4	綠盈國際花卉有限公司
5	蜜蜂故事館股份有限公司
2012 創新研發類	
1	力佳綠能生技有限公司
2	沅漢生物科技股份有限公司
3	得意中華食品有限公司
4	瑞寶基因股份有限公司
5	磁量生技股份有限公司
2012 科技應用類	
1	東里碾米工廠
2	雲林縣東勢果菜生產合作社
3	無患子生技開發有限公司
4	溪和食品有限公司
5	寶來詩三才靈芝科技股份有限公司
2014 創新研發類	
1	亞比多生技發展有限公司
2	欣樺種苗貿易有限公司
3	凌越生醫股份有限公司
2014 科技應用類	
1	臺灣農畜產業股份有限公司
2	彰化菇類生產合作社

3	福壽實業股份有限公司
4	綠藤生物科技股份有限公司
5	慶全地瓜生產合作社
2016 創新研發類	
1	中華海洋生技股份有限公司
2	正瀚生技股份有限公司
3	臺灣福蝦實業股份有限公司
4	美商二好農業股份有限公司臺灣分公司
5	臺灣動藥國際股份有限公司
2016 科技應用類	
1	山水畜產開發股份有限公司
2	玉美研究股份有限公司
3	立瑞畜產有限公司
4	先麥食品股份有限公司
5	壽米屋企業有限公司
2019 創新研發類	
1	中央畜產有限公司
2	振聲農業科技股份有限公司
3	喬本生醫股份有限公司
4	聖鯛水產科技公司
5	鎧麟機械有限公司
2019 科技應用類	
1	臺灣鹿耳生技股份有限公司
2	保證責任臺灣區阿丹果菜產合作社
3	皆展有限公司
4	崑家養國際股份有限公司
5	源鮮農業生物科技股份有限公司

當創意遇見農業

農業好點子競賽引領農業群眾集資風潮

為引進活力與創意，促進農業創新與多元發展，2013 年農委會科技處針對大專青年辦理「農業科技產業好點子競賽」，分企業專題及自訂主題兩類徵求創意企劃書，當年度自訂主題類金獎的臺大團隊創意也受到中華電信公司青睞，提供產學合作經費。

不過，學生創意想法因缺乏實際經費，落實不易，團隊創意不夠成熟，較難為企業採用。爰此，2015 年農委會改變競賽作法，首創以群眾募資方式作為審查標準，讓創意直接訴諸市場認同，實際檢驗創新想法是否可行，同時亦可籌得創意執行經費，活動舉辦後成功帶動農業群眾募資風潮。

參賽團隊藉由參與競賽，除可獲取費用執行專案，更有助建立品牌知名度、新產品市場測試 / 預購、贏得忠實粉絲、獲得消費者和媒體關注，新創團隊參與本競賽團隊數從 2015 年之 5 隊增加為 2017 年之 20 隊，顯見本競賽有助農業創新創業。

農業好點子競賽帶動農業群募風潮，也成為其他政府計畫效益延伸平台，如有參加大專生洄游農村計畫駐點而產生創業念頭的團隊，藉由參賽測試產品市場與宣傳品牌，持續為創業鋪路；不少農村社區也學會利用群眾募資為社區爭取資源，或作為社區產品行銷管道。



推動農業創新想法、實踐與鼓勵國人創業精神，是農業好點子競賽舉辦的核心理念。



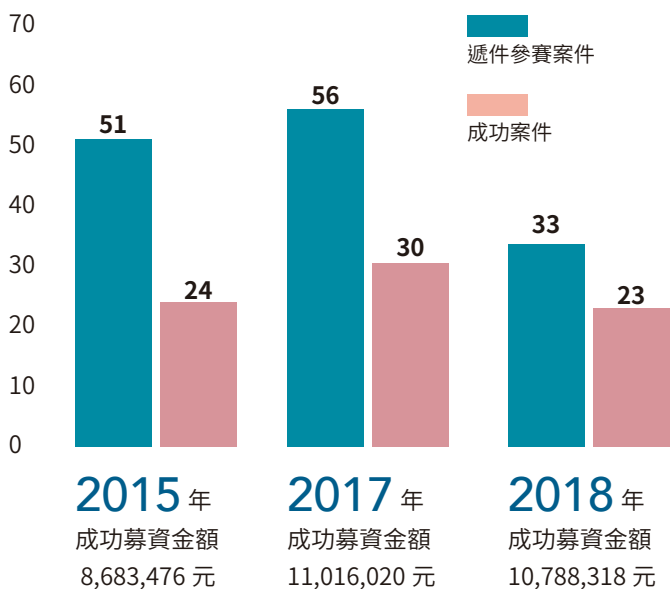
農業好點子群眾集資競賽的傑出表現，更曾於2018年獲得「傑出公關獎」入圍肯定。



為協助參賽者增加提案成功機率，主辦單位特別舉辦提案工作坊，邀請集資網站業者介紹群眾集資概念、集資專案準備技巧並分享案例。



8成參加者皆認為參與工作坊對準備提案非常有幫助，對於此一課程開設認同度相當高。



農業好點子群眾集資競賽

- ◆ 農業好點子群眾集資競賽分別於2015、2017、2018年舉辦，共辦理三屆
- ◆ 為政府單位首次以群眾集資方式作為創意競賽評選方式
- ◆ 2015 競賽只能在合作的群眾集資平台提案，後續則不限提案平台
- ◆ 2015 年超越自我獎（集資達成率最高的前三名）從2017年後改為指定主題獎（配合政策指定）
- ◆ 2018 年獲得「傑出公關獎」入圍肯定

訪視診斷 顧問把脈強化企業競爭力

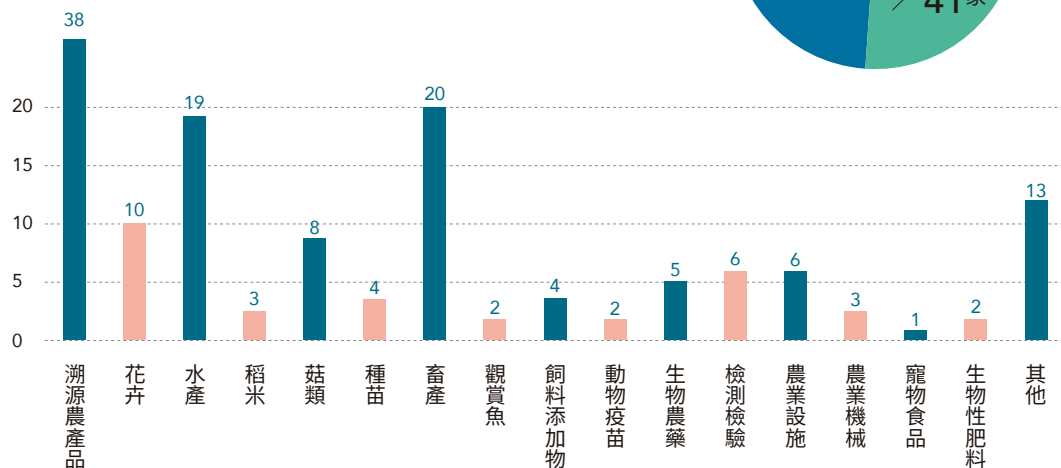
顧問專家訪視診斷目的，在於了解科技農企業發展現況課題，協助業者釐清輔導需求，適度提供輔導相關資源、資訊或轉介服務，以達到後續輔導及資源補助最大效益。科技農企業訪視名單來源包含農委會推薦、各產業主管機關推薦、曾申請業界科專、產學合作、智慧農業等計畫資源業者、歷屆人培課程學員、菁創獎業者、媒體報導、執行單位中



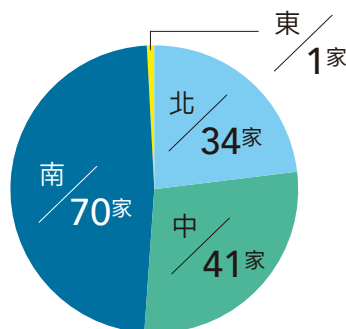
透過工作訪視，中衛顧問團隊可了解農企業現況，適度提供資源或轉介服務，將輔導效益最大化。

衛發展中心主動發掘、農企業者主動接洽等，挑選訪視對象時會配合農委會政策推動之重點產業，如全球運籌 10 大重點產業、農業 4.0 領航產業等，並考量是否符合計畫推動精神或具有國際化能量，篩選合適名單後進行現地拜訪，本計畫期程 4 年共訪視 146 家農企業。

2017 ~ 2020 年
科技農企業訪視名單



農企業地區別分布



科技農企業輔導 輝煌成果拉抬產業經濟效益

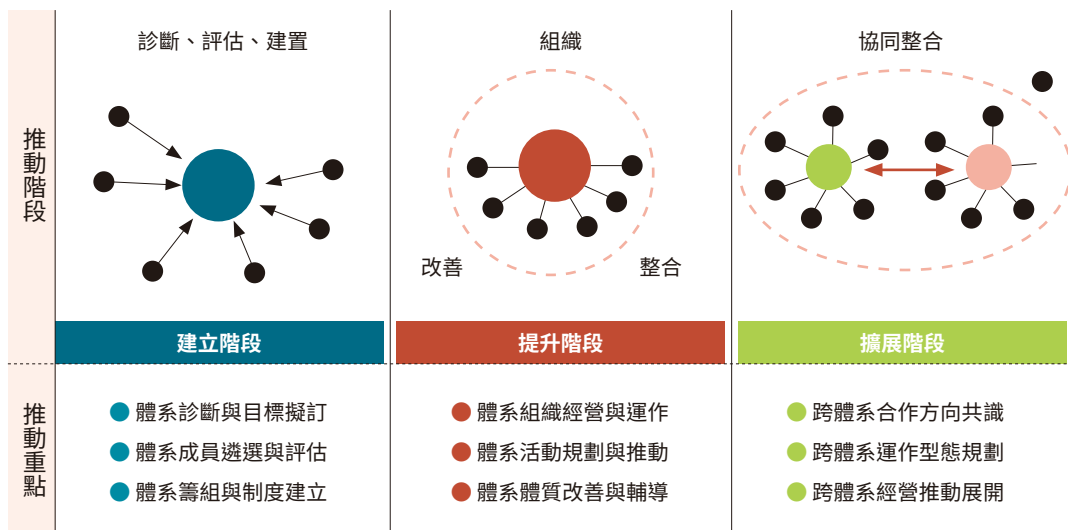
農業中衛體系指以科技農企業為中心經營體，其合作農民團體或產銷班為衛星農場，運用垂直整合、水平擴張、同業與異業結盟等方式及多元創新模式，將小農結合成為大農規模，以降低經營成本、改進產品品質、穩定產品供需、提高產銷效率及精準掌握市場需求為目標。

農業體系建立可以分為三個階段：

- 第一階段體系建立，主要在體系制度擬訂及建立衛星場契作關係。
- 第二階段體系深化，主要在強化體系關係，提升中心場主導能量及衛星場向心力。
- 第三階段體系合作，主要在串接體系資源，推動雙核心或多核心合作，以擴展臺灣農業國際行銷。

計畫輔導隨著農企業體系推動階段，第一期著重基礎能量整備，協助農企業進行經營管理提升和建構體系運作；第二期重點為經營體質強化，

體系各階段推動





內部人員教育訓練是輔導常用的手法。



顧問現場診斷及提出改善建議，協助農企業改善相關問題。



顧問透過一對一教學，確保業者了解改善內容。

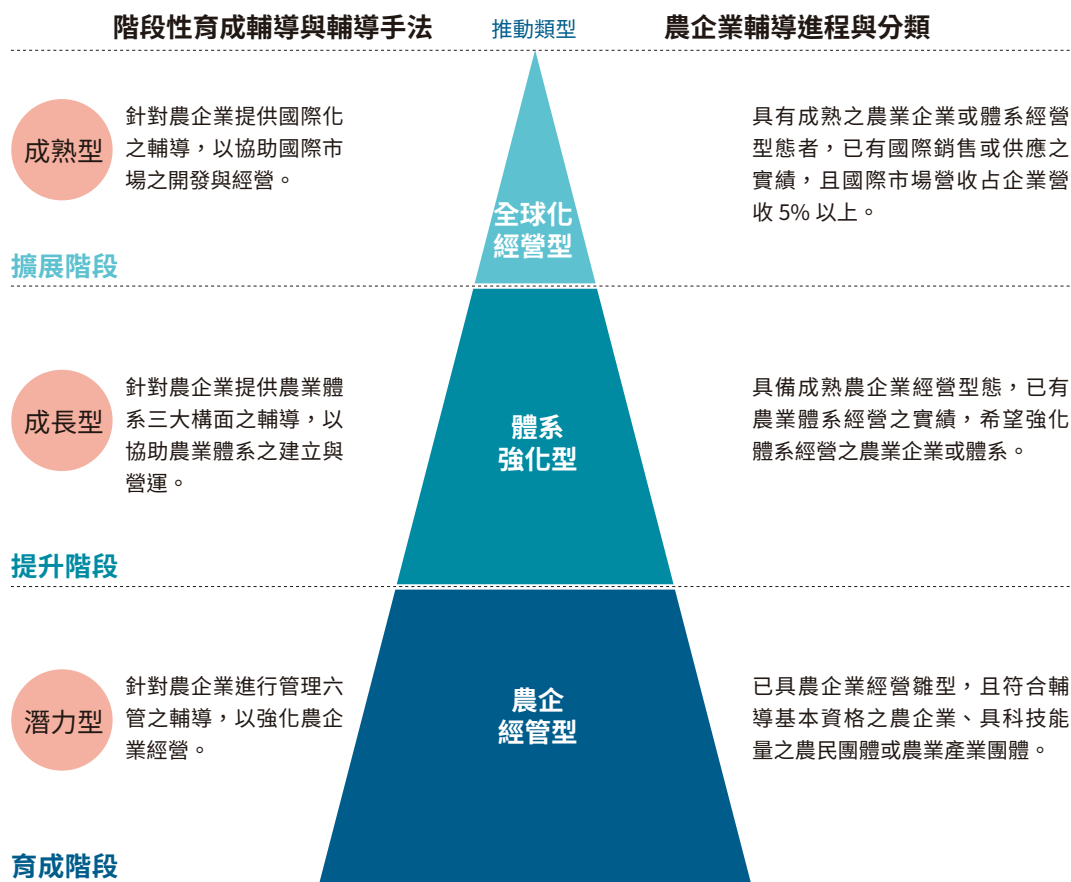


顧問藉由深入討論，找出最適合的解決方案。

鼓勵農企業自主改善經營課題，持續強化體系發展；第三期則接軌全球佈局，推動農企業經營創新加值，協助農產業體系佈局國際。

為讓計畫輔導更符合農企業成長需求，從 2018 年起依據農企業經營規模、經營狀況及發展需求，導入階段性育成輔導與輔導手法，區分為潛力型（農企經管輔導）、成長型（體系強化輔導）及成熟型（全球化經營輔導）三種類型。

潛力型（農企經管輔導）係指已成立公司但經營管理尚未成熟之農企業，由專業顧問針對農企業生產、行銷、人力、研發、財務，以及資訊等面向進行輔導，協助建立及落實經營管理制度，強化農企業事業化經營；成長型（體系強化輔導）係指在經營管理已趨成熟但體系發展尚未制度化之農企業，提供農業體系六大構面進階輔導，包含體系認同、運



作機制、發展規劃、資源整合、體系精進及經營深化等，協助農業體系建立與營運；成熟型（全球化經營輔導）係指經營管理及體系發展皆已經成熟之農企業，輔導主要著重於國際產銷能力強化、國際市場佈建、國際商情分析、國際品牌建置及國際認證取得等，以擴大農企業國際市場，促進臺灣優質農產外銷，提升農企業國際知名度，以建立國際化經營農企業。

本期計畫（2017～2020 年）共輔導 57 家農企業，透過輔導共提升營業額 4.1 億元、增加就業人數 125 人，促成投資 5.5 億元、相關課程與人數達 1599 人，降低成本 2362.7 萬元。

2017～2020 輔導

地區	輔導業者數
北	10
中	10
南	36
東	1
總計	57



泓良食品股份有限公司

泓良的友善養殖鴨舍，提供湧泉水源的水池供蛋鴨洗浴。

讓鴨子過得舒服 生產動物福利鴨蛋瞄準歐盟市場

在泓良食品公司位於屏東萬丹的友善養殖鴨舍裡，鴨群漫步在600坪高床設施上，鴨舍通風乾爽，還有湧泉水池供洗浴飲水，甚至另外提供水源，在這樣重視鴨子生活品質的飼養環境中，無怪乎每隻鴨子羽毛光澤亮麗，顯得精神有活力。



泓良開發蛋品紙盒包裝（右），取代保麗龍盒包裝（左），朝向環保理念邁進。



一家四代鴨農 堅持友善飼養

第三代鴨農、泓良總經理歐陵合阿公時代，養鴨是在池塘河邊放養，早晚趕鴨到田邊圳溝尋找田螺、蟲子；歐陵合父親年代，已改在有屋頂的鴨舍裡圈養，歐陵合每天要煮飼料，換鴨舍裡的新稻稈墊料，供鴨子排泄、棲息，從小便十分嫻熟鴨舍工作。

隨著社會發展土地利用集約化，農村一度興起以格子籠方式飼養蛋鴨，歐陵合曾參觀過籠飼鴨場，但鴨子在格子籠中生存窘迫，身上沾染鴨屎、羽毛凌亂的景象，讓他打從心裡不舒服，因此打消將圈養改為籠飼的念頭。

歐陵合喜歡跟人家說，「我養鴨，鴨子也養我一家」，所以他要讓鴨子過得舒服一點。泓良食品所生產鹹蛋、皮蛋產品享譽全臺，每日所需 24 萬顆加工原料鴨蛋即是來自友善圈養的鴨場，因為養鴨重視動物福利，鴨子也回饋泓良最健康的蛋品。

全臺最大加工鴨蛋出口商 積極開拓歐盟市場

泓良於 1965 年創立，主力產品包括鹹蛋、皮蛋、酒蛋等，早期是家庭式工廠，

鴨蛋加工生產純靠人力，不僅耗時，良率也不好控制，近年積極引進自動化生產設備，透過產學合作開發自動偵測蛋殼裂痕的檢測機器，提升生產量能，其產品不僅攻佔統一超商、全聯、家樂福、大潤發等國內各大通路，還外銷美國、加拿大、澳洲、日本等 16 國，成為全臺最大加工鴨蛋出口商。

加工鴨蛋除了華人會食用，日、韓、越、泰、菲等廣大亞裔人口也是消費族群，但東南亞國家本身即有發達蛋鴨產業，關稅保護門檻也高，競爭不易，為維持國際競爭力，泓良積極擴大國際市場版圖，目標瞄準歐盟市場。

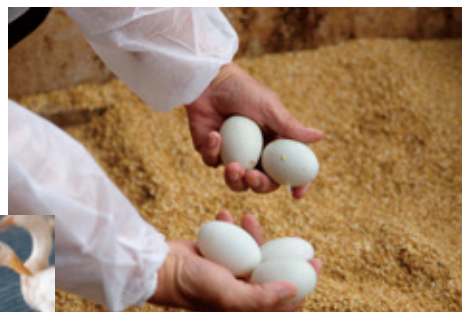
升降式產蛋箱活用空間 顧及環境永續改用環保包材

泓良近幾年透過農委會科技處「科技



升降式產蛋箱白天抬升至鴨舍上方，讓蛋鴨有更多活動空間。

友善養殖鴨舍提供水池供蛋鴨洗浴，還另外供應飲水水源。



泓良養鴨重視動物福利，蛋鴨回饋最健康的蛋品。

泓良食品 股份有限公司

泓良食品前身為泓良蛋行，所生產的皮蛋、鹹蛋享譽全臺，是專業皮蛋、鹹蛋的加工廠，通過中央畜產會優質皮蛋認證、CAS 優良農產品標章認證、ISO22000 與 HACCP 國際認證。並以用心、積極、負責的態度研發創新，使產品更多元化，逐步拓展外銷市場，將臺灣農業帶向國際舞台。

電話：08-8691959

地址：屏東縣新園鄉新園村媽祖三巷 175 號

產品：皮蛋類、鹹蛋類、三色蛋、蛋黃類、酒蛋類

網址：www.hornliang.com.tw



新型蛋品潔淨機可自動將蛋品排列整齊，輸送往品檢臺。

蛋品潔淨機品檢臺設置鏡面，讓工作人員輕鬆透過鏡面檢視蛋品裂痕瑕疵。



農企業輔導計畫」，由中衛發展中心顧問協助，針對開發歐盟市場通路可能涉及的禽蛋養殖及食品加工等動福、檢疫規範等項目進行改善，從前端市場商情蒐集分析、禽蛋福利飼養管理模式建立、歐盟市場開發與通路佈建，到導入精實管理提高管理品質，都在雙方密切討論後展開推動。

一般蛋鴨場會區分水池、高床及產蛋區三大空間，2019 年泓良已透過輔導建置友善養殖環境鴨舍，以硬式高床架取代軟式高床架，平坦高床架讓飼養者及鴨子更方便行走，鴨蹠也不容易受傷。今年再

增設升降式產蛋箱，讓白天用不到的產蛋箱能升到鴨舍上方，給予鴨子更廣闊活動空間。歐陵合說，鴨子習性在凌晨 1 至 3 時產蛋，因此每晚 10 時放下產蛋箱，翌日收蛋完畢再升上去；產蛋箱升降到方便人體撿拾高度，讓收蛋者不必彎腰撿蛋，減少工作疲勞。

蛋品脆弱，要安全送到消費者手上包裝不可以馬虎，但過度會製造太多廢棄垃圾，泓良今年也新開發紙盒包裝取代保麗龍盒裝，以符合資源永續利用、環保理念，因應日本市場要求，皮蛋產品輸日已開始使用紙盒包裝。



泓良總經理歐陵合是第三代鴨農，致力推動永續養鴨產業。

蛋品潔淨機提高人力效率 傳統生產流程優化管理

製作鹹蛋要將新鮮鴨蛋裹上鹹紅土，靜置 25 天做成生鹹蛋，然後洗去紅土蒸煮後才成為熟鹹蛋。過去生鹹蛋經洗蛋機毛刷洗掉紅土，再由人工檢視挑出有裂痕瑕疵蛋，但紅土全部集中於盛蛋盤，導致挑選蛋品時耗費人力，造成生產成本負擔。

在中衛團隊輔導下，為解決人力及效率問題，泓良找到機械廠客製化開發新型蛋品潔淨機。機器會自動將蛋品排列整齊，輸送到裝設鏡面的品檢臺，工作人員可輕鬆透過鏡面檢視蛋品是否有裂痕。過去一臺洗蛋機需要 3 個人工放蛋、檢查、清點數量，現在同樣 3 個人工可同時操

作兩臺潔淨機作業，效率提高 50%。

走過近一甲子的泓良，深知良好產品品質是企業基礎，新園鄉前置廠的老員工習於家庭式工廠的工作模式，管理品質上還有改善空間，因此顧問協助導入 5S 精實管理，透過教育訓練強化員工的品質認知，讓工廠物品各有定位，重新檢視工作流程建立 SOP 並確保落實，提升工作效率。

近年來泓良外銷業績持續成長，今年甚至因武漢肺炎疫情引發消費者囤貨潮，業績意外攀升，出口銷售額預估超過 8 千多萬元。泓良的成功不靠意外，他們正靠著一步步穩扎穩打的累積，為進軍歐盟市場願景備戰。



魚之達人水產股份有限公司

魚之達人養殖魚午仔魚、鱸魚及石斑魚等不同魚種。

智慧養殖履歷看得見 高品質一夜干開拓新南向

南臺灣年度最重要食品盛會—「高雄國際食品展」今年 10 月下旬舉辦，高雄市政府邀請 22 家水產業者設置「高雄海味專區」，4 天展出創下 2 千萬元效益。魚之達人不是首度參展，但今年展場規劃是透過農委會科技處輔導建立的行銷模組，以此為基礎進軍國際展會。



產銷履歷的鱸魚產品。

「外行」做水產加工 把品質做到專業

2010 年創立的魚之達人，是國內知名水產品一夜干品牌，創辦人譚佑軍原從事科技產業設備規劃工作，跨足水產加工只因朋友邀約創業，十年磨一劍終在國內水產加工業打響名聲，公司規模雖小，年營業額可達數千萬元佳績。



魚之達人養殖魚貨均是與養殖漁民契作生產。



製作一夜干，魚貨要經過低溫熟成。

魚之達人是國內第一家午仔魚產銷履歷加工廠。

譚佑軍做水產加工比誰都認真，耗資千萬打造 18 度 C 恆溫潔淨室，以恆溫恆濕環控方式確保品質，魚之達人加工廠不僅取得 ISO22000、HACCP 食品安全衛生管理系統認證，還是全臺唯一一家同時獲得清真 Halal 認證及美國無添加餐飲食品發展促進會（AAA）認證的食品加工廠，也是國內第一家午仔魚及鱸魚產銷履歷加工廠。

因為自認外行人，譚佑軍 2017 年前往高雄科技大學水產食品科學研究所進修，增進對養殖魚、水產加工領域的認識，並透過農委會科技農企業輔導計畫，在中衛團隊輔導下，盼能提升水產養殖技術，拓展外銷通路，幫助產業升級。

雲端契作戶管理 用生產數據建養殖SOP

魚之達人以鯖魚一夜干產品起家，由於挪威鯖魚貨源穩定，價格及規格差異起伏不大，因此公司創立 10 年，前 5 年都只做鯖魚一夜干，近 5 年才開始嘗試以臺灣捕撈的竹筴魚、秋刀魚、飛魚和養殖魚午仔魚、鱸魚及石斑魚等不同魚種，作為加工原料。

魚之達人全部與養殖漁民契作生產，但契作養殖戶常斷貨，貨源不穩定，且生產規格不一致，甚至與加工所需規格相差 30% 以上，影響出貨時程及產品品質，公司管理上雖要求契作養殖戶做生產紀錄，但養殖戶缺乏習慣和仍透過紙筆記

魚之達人水產股份有限公司

魚之達人以「清潔飲食乾淨飲食」為核心，堅持提供零添加、成分簡單、美味且容易料理的食材，致力推廣友善潔淨的食物理念，讓每個人都能時尚優雅、安全且簡單的享受美食。曾拿下臺灣第一家牛仔魚（契作高雄永安用益生菌養殖）及鱸魚產銷履歷加工廠，也是唯一獲無添加認證廠商。

電話：07-6411555

地址：高雄市林園區西溪路 193 巷 5-9 號

產品：水產品

網址：store.oceanesh.com/



食品加工廠今年已導入無線通訊技術 RFID 進行生產管理。



創辦人譚佑軍自認是水產、食品界的「外行」，做起水產加工可是比誰都認真。

錄，均不利於生產管理。

顧問團隊替魚之達人導入雲端契作戶管理系統，讓養殖戶透過手機紀錄，資料自動上傳雲端儲存，可讓漁民及公司管理者同步閱覽，掌握生產狀況。魚之達人總經理陳雅琳表示，現在養殖戶養魚多憑自身經驗，漁獲規格狀態只能抓個大概，但當生產紀錄數位化，未來就分析數據，建立養殖 SOP。

魚之達人養殖戶均有產銷履歷驗證，但做驗證手寫生產紀錄要另外登打輸入系統，漁民登打時還可能發生誤繕，未來生產紀錄數位化可望直接介接產銷履

歷系統，驗證簡便又即時。

導入智慧養殖 為產品食安把關

計畫還輔導業者建立養殖示範池，導入智慧養殖模式，提升養殖效率及品質，未來養殖端進一步裝設各式感測器（sensors），監控養殖池水中溶氧量、PH 質、溫度等數據，可讓生產更加精準，漁獲品質更穩定。

陳雅琳說，魚之達人食品加工廠年底前會完成導入無線通訊技術 RFID 進行生產管理，未來從養殖池到加工廠都是智慧化生產，消費者只要掃描產品 QR



魚之達人規模雖小，年營業額可創下 2,200 萬元佳績。

魚之達人是國內知名水產品，以製作鯖魚一夜干起家。



Code，就可看到魚池餵養紀錄、捕撈日期、加工日期，甚至由誰宰殺、包裝全都看得見。

魚之達人要做比產銷履歷更透明的生產訊息揭露，讓消費者只要購買魚之達人產品，就無須擔心食品安全問題。陳雅琳說，若能建立智慧化生產鏈，未來消費者甚至可指名養殖戶進行產品預購。

差異化產品拚出口 組臺灣隊打外銷戰

魚之達人產品目前國內市場約占 8 成，外銷國家包含日本、新加坡、美國等，現正準備進軍清真市場，向西南向國家市場拓展通路。本次輔導也協助建立品牌行銷

模組化，設計重複性佈展工具，降低行銷成本，並為展場動線規劃、佈展訊息傳達及銷售人員教育訓練等建立 SOP，強化其國際行銷能力。

陳雅琳表示，魚之達人有產品開發能力，擅長行銷但不擅長整合，未來還希望輔導協助整合國內農漁產品優良品牌，一同併櫃出口，並可透過異業結合互補，做出差異化商品，一起打團體戰，將更多臺灣農漁產品帶出國。

從養殖技術精進、加工廠生產管理到行銷佈展，魚之達人本於製作「乾淨飲食」初衷，找到每個生產環節的問題，務實地解決、突破，未來只待養殖管理、國際行銷提升一切就緒，暢銷國內外指日可待。



蜀隆花卉股份有限公司

蜀隆力拚成為國際花卉最大供應商。

佈局新興外銷市場 蝴蝶蘭智慧化栽培躍升關鍵

蘭花是臺灣外銷產值最高的農產品，近年出口額已突破 2 億美元，其中蝴蝶蘭出口近 1.5 億美元，占 4 分之 3 強。蜀隆花卉是臺灣三大蝴蝶蘭出口供應商之一，專營瓶苗及苗株出口，確保出口苗株品質，強化公司經營特色知名度，以利精準找到需求客群，是其在國際競爭中能穩定成長的關鍵。



小小的蝴蝶蘭苗株，卻是臺灣外銷產值最高的農作物。

栽培25年 青壯企業更上層樓

蜀隆花卉創立於 1963 年，初期從事畜牧業，但在 1995 年 WTO 成立，1997 年國內爆發口蹄疫疫情的接連衝擊下，事業遭受重創，因而轉型蝴蝶蘭栽培。

轉型初期公司即定位 100% 蝴蝶蘭外銷，並以栽培日本市場熱門品種 V3 大白花為主，



為蝴蝶蘭苗株換盆。



隨著蝴蝶蘭成長不同階段，需要更換適當大小的盆器。

蜀隆花卉股份有限公司

蜀隆花卉創立初期致力於傳產畜牧業，後因面臨 WTO 國際間自由貿易競爭及 1997 年臺灣口蹄疫災害，經過評估市場趨勢後，轉型栽種商業型蝴蝶蘭，並以日本市場的最愛 - 大白花為主軸，經過日本高標準品管要求的洗禮，奠定嚴格把關出口品質的基礎。

電話：08-7972486

地址：屏東縣新埤鄉萬隆村萬安路 107-20 號

產品：蝴蝶蘭-瓶苗、小苗、中苗、大苗，專業蝴蝶蘭栽培

網址：zh-tw.taiwan-orchid-nursery.com

迄今蜀隆所培育的大白花仍占總產量 3 至 4 成，但仍自有近百種蝴蝶蘭品種，出口國家則以美國、澳洲、日本、越南及法屬留尼旺為主，年產量有 400 萬株，產值可達 2.4 億元。

蜀隆花卉經營 25 年，此時正是青壯年企業，要站穩國際市場，不僅經營管理需要制度化，蝴蝶蘭生產也要透過創新技術加以精進。

近年電商交易模式興起，企業網站角色吃重，尤其新冠肺炎疫情全球蔓延，更突顯線上商業模式重要性；蝴蝶蘭栽培雖有溫室環境保護，但同樣面臨氣候變遷挑戰，以智慧化環境監測設備輔助

溫室設施，也成為蘭花栽培降低損耗、強化品質管理必要的措施。

顧品質 溫室導入智慧化監測

蝴蝶蘭栽培需要掌控溫度、濕度、光照等條件，但蜀隆花卉迄今仍是透過紙筆記錄溫室環境栽培數據，當蝴蝶蘭發生病害時，為了請教專家就得翻找歷史數據資料，還得將資料輸入 EXCEL 作業系統計算才有答案，十分不便。蜀隆盤點生產、管理缺失，在農委會科技處和中衛發展中心協助下，正逐步為溫室建置智慧監測設備，未來栽培數據自動上傳雲端，將可有效輔助栽培管理。

蜀隆第三代經營者、現任業務主任廖品萱指出，溫室栽培可透過遮蔭網、風扇、水牆調控溫度與日照條件，但遇到夏季高溫，降溫設備仍有其極限，「用到水牆就是最後武器」，近年來氣候變遷隨時可能帶來極端氣候的挑戰，唯有盡可能掌握栽培係數，才能降低農損風險。

蝴蝶蘭遇到高溫多濕就容易發生軟腐病、黃葉病（俗稱「黑頭」）等病害，因苗株外銷會經過長時間密閉包裝運輸，過去每逢颱風季節，出口苗株因品質劣變，遭遇客訴的機會大增，廖品萱說，掌握栽培環境條件，才能確保苗株品質穩定，

減少耗損，透過智慧監控數據的累積，進行大數據分析，也有助公司汰除易罹病、不適合栽培的品種。

疫情時代 網站改版找目標客群

蜀隆花卉做蝴蝶蘭苗株出口生意，要尋找新客戶，除了登門拜訪，更得參加國際性展覽增加曝光，公司網站就是國際客戶認識蜀隆最重要的管道。蜀隆主要經營 B2B 大量銷貨訂單，但卻常有小型買家找上門，顯見網頁資訊對接目標客戶存在落差，今年全球受疫情影響國際展會停擺，線上互動更形重要，蜀隆

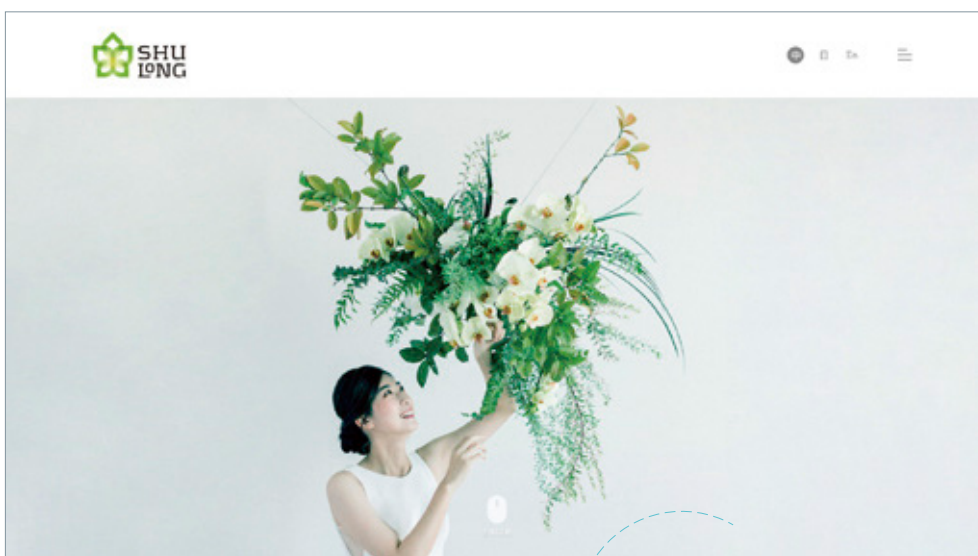


蜀隆用標準化作業流程照顧苗株才能顧好品質。

蜀隆花卉也經營蝴蝶蘭瓶苗出口。



溫室導入智慧化監測設備，不同溫室的環境數據會收集至此收集器。



蜀隆新官網設計風格既簡單又具質感，品牌形象更國際化。

官網有必要進一步優化。

顧問團隊診斷官網後，發現原始網站無法凸顯蜀隆擁有多樣化蝴蝶蘭品種、擅長運輸儲運的強項，訊息傳遞不夠明確，也無法讓訪客進入網站就被吸引，因此輔導蜀隆強化品牌識別，設計出有圓融、簡明意象的新 LOGO，並重新設計網頁門面，將白紙黑字下單流程說明予以視覺化設計，官網改版要為蜀隆拉來新客戶，提升客戶下單作業效率。

搶市占率 商情平臺找新興市場

蜀隆雖是國內蝴蝶蘭主要出口商，世界重要蝴蝶蘭進口國也都知道蜀隆品牌，但公司若要持續成長，就需要挖掘未知的消費客群，探索新興市場。透過建立國際商情平臺，鏈結臺灣蘭花產銷發展

協會蝴蝶蘭出口資料，讓公司可隨時掌握國際蘭花市場即時動態。

廖品萱說，蜀隆期望開發以前未曾交易的新興市場，例如非洲、中東等地區國家，藉由國內同業的出口數據，可知道可能存在的潛力市場在哪，從出口量也可推估市場規模大小，有助國際商情判斷。近年蜀隆已開發出俄羅斯少量不固定的訂單，雖然出口量不多，俄羅斯目前仍主要從荷蘭進口蝴蝶蘭，但若遇到國際情勢變化，荷蘭花卉無法銷俄時就會是臺灣蝴蝶蘭的機會。

今年新冠肺炎疫情是國際貿易最佳的試金石，蜀隆佈局新興市場，不只要做國內重要的蝴蝶蘭出口商，還要讓臺灣高品質蝴蝶蘭力拚成為國際花卉最大供應商。



天時福冷凍食品有限公司

天時福致力生產虱目魚、鱸魚、午仔魚等養殖魚冷凍及加工調理食品。

建立產銷一條龍高品質生產 目標打國際盃

高雄市彌陀區主要產業為水產養殖，又以虱目魚養殖為大宗。天時福位於彌陀區的水產冷凍加工廠今年運作，6成生鮮魚貨在此處理後分送市場販售，剩下4成進入15度冷鏈低溫的分切處理等，再送到茄萣區的食品加工廠，製作成魚丸、魚脯等即時調理包。新設廠房中，員工忙碌著，公司氣象顯得蓄勢待發。



天時福現有6成生鮮魚貨供應各大市場販售。

投資水產加工產能 展望外銷市場

天時福是以販售虱目魚魚貨供應商起家的三代企業，吳阿公是漁獲中盤商，早期騎著腳踏車收購虱目魚、烏魚，再送到市場販售。隨著野生烏魚子捕獲量逐年減少，第二代吳鐘添認為，如要維持穩定貨源必須自行投入養殖，開始嘗試魚塢養殖，第三代接班人、

現任總經理吳毅民則建立從魚場、生鮮加工、熟食加工到水產品銷售的產銷供應鏈，朝產銷一條龍體系邁進。

天時福產品包括虱目魚、鱸魚、烏魚、黃金鯧及午仔魚等養殖魚種的鮮魚、生鮮水產加工品及調理加工品等，隨著消費需求改變，企業不斷持續擴充水產加工量能。

隨著社會發展，近年採買新鮮魚貨回家料理的家庭愈來愈少，吳毅民坦言，即使是他出身漁家的太太也不會殺魚，消費者無論買鱸魚、石斑或臺灣鯛都會問「有刺嗎？」，且更傾向購買不需額外處理

的魚排、魚片產品。消費型態轉變引領天時福重視水產加工品生產，吳毅民期望未來販售市場的生鮮魚貨占 4 成，加工水產品提升到 6 成比例。

天時福產品以國內市場為主，僅少量外銷美國、澳洲及日本，加工量能增長意味著出口外銷機會變大，天時福懷有走向國際市場的野心，今年申請農委會科技處「科技農企業輔導計畫」，在中衛發展中心協助下，為公司轉骨把脈。

拓展國際市場 生產驗證是基本條件

吳毅民認為，臺灣生產規模小，外銷



天時福自有產銷履歷驗證
養殖場共 128 公頃。

海洋漁業資源有限，養殖水產是人類重要蛋白質來源。



生鮮魚貨在 15 度冷鏈低溫的分切處理室進行分切，再送往加工廠加工。



天時福第三代接班人、現任總經理吳毅民打造
從魚場、加工到銷售的產銷供應鏈。

國際不可能用產量跟別人競爭，只能以品質取勝，因此必須瞄準中高階消費市場。而且現在消費者不一定排斥價格稍高的產品，但一定在意產品的食品安全及食用便利性，中衛團隊輔導天時福，把關新設彌陀廠的加工環境、體檢生產品質，並協助通過 ISO22000 及 HACCP 認證。

養殖漁業工作辛勞，遇到產季需要加班，加上水產養殖業「不吃魚也染腥」的工作環境都讓年輕人力避之唯恐不及，天時福一直有人力需求不足問題，本年度也透過輔導引進更多人力資源，幫助公司找到適合工作夥伴。

瞄準海外 工廠驗證需從80分做起

天時福 4 年前設立、位於茄萣區的熟食加工廠具有 ISO22000、HACCP、FSSC 及清真 HALAL 等認證，但當初尚無外銷需求，認證提早一步取得只是先將產品品質準備好等著。吳毅民說，彌陀場預備先取得 ISO22000 及 HACCP 認證，天時福會以目前出口美澳日的經驗逐步評估市場需求，再規劃進一步取得其他認證。

吳毅民指出，由於未來目標在國際市場，因此希望彌陀廠認證能由國際知名認證機構執行，幫助天時福產品可以第一時間獲得國際市場信賴，若說茄萣廠

天時福冷凍食品有限公司

天時福堅持遵循古法，以製作傳統又兼具美味的高品質烏魚子為目標，讓養殖的烏魚子跳脫出有土味或口感不佳的刻板觀念。2013 年、2014 年、2015 年連三年榮獲農委會漁業署主辦的臺灣十大優質烏魚子的大獎，其中 2014 年和 2015 年更是兩種不同烏魚子規格的雙料冠軍。

電話：07-6107405

地址：高雄市彌陀區光 and 路 168-3 號

產品：虱目魚、烏魚、鱸魚、龍膽石斑、白蝦

網址：tsf-fishery.com.tw/ch/

配合消費型態改變，天時福將
逐步提高水產加工品產能。



的認證需要 60 分努力，現在新廠通過認證的難度便陡然提高到 80 分。中衛顧問規劃由 SGS 集團為天時福認證，輔導在今年底前取得。

精實管理 減少重複工作

彌陀廠設置初期是由吳毅民與太太自行摸索建立，然而廠區占地廣達 1,200 坪，水產加工廠運作涉及食安，因此顧問團隊協助天時福檢視、改善工廠的運作管理，包括導入精實管理制度，減少工作流程中時間、人力的浪費，避免重複性工作，提升工作效率，也有助減少工作疲憊感。

值得一提的是，起初彌陀廠生產動線是一直線，產品包裝在最末端，當要出貨時，就得耗費人力將產品搬運到公司門口才能出貨，顧問提出改良建議，將生產線改為 U 型動線，生產線尾端回到門口，當產品包裝完便可以出貨，直接可減少搬運的人力。

天時福自有養殖場共 128 公頃，為了穩定產品品質，與合作魚場間也需要走向契作生產，單靠自家產能不足以進軍國際市場，更勢必要與其他水產加工業者合作，組隊打國際盃。對吳毅民來說，天時福的發展願景清楚放在心中，只待難關一關關克服，產業升級指日可待。



保證責任高雄市芳境果菜運銷合作社

芳境合作社的玉荷包採收都是以單粒採收，並導入冷鏈。

玉荷包網室栽培 冷鏈物流提升出口能力

芳境合作社玉荷包堅持「安全、安心、健康、優質」種植理念，近年更導入網室栽培及冷鍊物流的管控，以減少病蟲害產生，降低藥劑使用，達到外銷要求的藥檢標準，提升出口競爭力，讓臺灣玉荷包揚名世界。



由芳境合作社出產的玉荷包甜美多汁，果肉飽滿。

第三代接班轉型科技農 創新想法提升產銷效率

位於高雄大樹佛光山附近的許家玉荷包農場，歷史已有八十餘年，第三代許倫肇回鄉接下重擔成立芳境合作社，把種植玉荷包當成畢生志願。他堅持不用除草劑，使用有機肥料並特製成植物喝的優酪乳，荔枝樹採用生化栽培，成就一粒粒甜美多汁的玉荷包荔



中衛顧問、系統廠商和理事主席共同討論如何導入系統協助改善作業步驟。



農戶送來的玉荷包改用系統記錄追蹤管理更有效率。



芳境合作社協助舉辦玉荷包網室生產觀摩會。

枝，果肉飽滿、品質絕佳，獲獎無數。芳境分級包裝嚴格，2014 年推出外銷日本規格的玉荷包禮盒，領先市場以單粒販售，枝條分離的果實經過機器篩選分級、洗淨、挑選，粒粒都比 50 元硬幣大。

玉荷包產期只有 2 周左右，採收時需投入大量人手，芳境合作社希望藉由自動化和資訊化降低集貨包裝場人力，讓人員能支援前端採收，理事主席許倫肇表示，目前集貨場收貨時雖已利用電腦紀錄，但包裝出貨仍是人工手寫，花時間且容易出錯，更無法即時追蹤庫存，造成管理斷鏈，本次透過農委會科技處科技農企業輔

導，中衛顧問、系統廠商和許理事主席三人多次就現場流程步驟、動線優化方式相互討論，然後才導入資訊系統協助，讓生產流程達到省工省力最佳效果。

芳境合作社看好玉荷包未來外銷市場，自行生產的產量有限，故需要加強體系運作，強化合作社（中心場）與契作農戶（衛星場）彼此關係，才能確保供貨來源無虞，因此顧問協助合作社建立體系成員管理辦法，也配合玉荷包網室種植觀摩活動，邀請體系成員共同出席，加強與契作農友的溝通和認同。

保證責任高雄市 芳境果菜運銷合作社

芳境合作社許家經營農場位在大樹佛光山附近，秉持關懷土地與永續經營的理念，致力種植安全、安心、健康、優質的玉荷包，堅持不用除草劑，使用有機肥料，並特製成植物喝的優酪乳，成就一粒粒甜美多汁且榮獲冠軍獎、特優獎、優良獎的玉荷包。

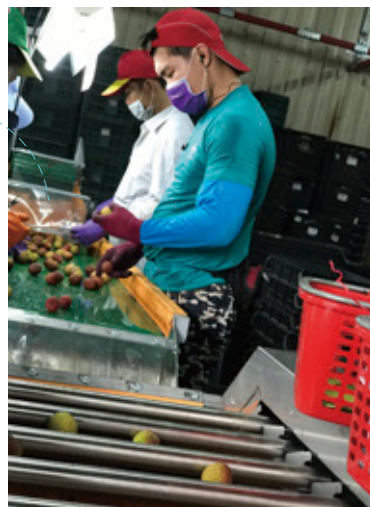
電話：07-6651437

地址：高雄市旗山區旗南三路
232-16 號

產品：玉荷包鮮果與加工品（啤
酒、果醬、玉荷包銀耳露）

網址：yuherpau-litchi.com

芳境合作社採取
嚴格的分級包裝。



芳境合作社嘗試
採用網室種植玉
荷包，可降低蟲
害、減少用藥及
延長產期，有利
拓展外銷。

冷鏈投入產銷 提升出口競爭力

芳境合作社 2017 年就突破現有保鮮方式，利用冷鏈技術成功銷入新加坡與香港市場，還導入生產履歷流程並成立產銷班，藉由農產品生產作業流程標準化的管理，不僅省工也節省成本。

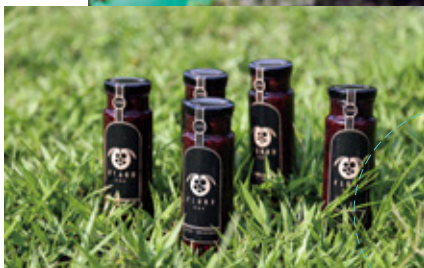
為了讓玉荷包順利出口，芳境也率先取得全球農業認證（Global G.A.P），這幾年平均出口到日本、加拿大等國家每年大概有 2、30 噸的量，過程中也導入冷鏈維持品質，由於芳境的玉荷包採收都是以單粒採收，從果樹就直接與枝條分離，這樣也會省一半工錢，但因果粒無枝條的水分供給，若沒有冷鏈低溫處理，荔枝表皮可能三天就變黑了，根本不可

能銷到國外。

玉荷包網室栽培 減少病蟲害及用藥

許倫肇強調，荔枝樹的病蟲害有時很難控制，尤其是荔枝細蛾危害，加上部分農藥近年陸續禁用，病蟲害管理更為困難。為了減少用藥，芳境合作社與農業試驗所合作，嘗試玉荷包網室栽培方式，從著果開始就進行蟲害防治，至採收期前 15 至 20 天即可停藥，不但可較慣行栽培減少用藥，更有助於隔絕外來蟲源，有效避免農藥殘留超標情形，保障消費者食用安全。

目前採用網室栽培的物理防治方法，不僅可減少 90% 蟲害，也減少一半以上



許倫肇理事主席看好玉荷包外銷潛力，也朝這目標前進。

芳境合作社開發多樣化荔枝加工品。

農藥用量，種植的玉荷包才能符合歐洲這些殘留量容許值很低的國家要求，讓臺灣玉荷包有機會銷到當地市場。此外，玉荷包產期集中，採用網室種植亦有助延長玉荷包產期 10 至 20 天，拉長內外銷供貨期，避免產期集中，減輕人力不足及價格跌落問題。今年度計畫也在專家協助下完成「玉荷包網室栽培標準作業手冊」，未來除了推廣給合作社契作農友外，也會開放給其他荔枝農友參考，擴大效益。

放眼外銷市場 玉荷包走向全世界

許倫肇回憶，因為本身學管理，11 年前當初剛回來幫忙家裡的玉荷包事業時，主要是做電商，在網路上賣玉荷包，實際返鄉後才發現，玉荷包產業有很大斷

層，如果沒有把整個產業做好，吸引年輕新血加入，果園有可能會走向廢耕，所以他嘗試導入更輕鬆有效的生產方式，減輕農事工作負擔，讓家有玉荷包果樹的農二代可以用兼職方式照顧，不用太辛苦就能創造更多收入，許倫肇相信這樣做可提高年輕人接手家業的意願。

許倫肇說明，臺灣荔枝是唯一不用依靠中國市場的水果，各國民眾消費者接受度都很高，國外雖然也知道臺灣芒果美味可口，但很多外國消費者不知道芒果要放到何時才可以吃，但荔枝只要剝殼就可食用，不用再花時間教育，這就是荔枝出口的強項。許倫肇也期待未來能打開更多通路，讓世界上更多國家能品嚐到大樹玉荷包。



冠辰蘭業有限公司

冠辰蘭業擁有 300 多種蝴蝶蘭品種。

要把A級蝴蝶蘭賣國人 打造國內精品蘭花市場

國產蝴蝶蘭以外銷為主，年出口量近 8 千萬株，外銷總產值逾 1 億 5 千萬美元。由於國內市場小，蘭花銷售價格彈性低，A 級品質蝴蝶蘭一般均優先出口國際市場，國內民衆要買到頂級蝴蝶蘭的機會反而不高。冠辰蘭業公司有個願景，想讓 A 級蝴蝶蘭走進國內市場，只為讓國人看到臺灣蘭花的驕傲。



冠辰期望開創國內精品蘭花市場。

市場過於集中 強化管理行銷成要務

根據臺灣蘭花產銷發展協會統計，近年我國蝴蝶蘭植株與瓶苗主要出口美國、荷蘭、日本、越南、巴西等國，其中以美國、荷蘭外銷市場最大，出口苗株數量分別約占 30% 及 24%。冠辰蘭業創立於 2010 年，公司以



智慧溫室環控偵測數據可以在手機上讀取，並可直接以手機調整溫室參數。

溫溼度環控偵測設備。



冠辰蘭業蝴蝶蘭瓶苗多外銷歐洲國家。

栽培蝴蝶蘭苗株、承接 B2B 出口訂單為主，年營業額可達 6 千萬元，其蝴蝶蘭苗株主要供應美國及日本市場，美日市場訂單占公司年營業額 90% 以上。

蝴蝶蘭產業具有高度技術專業、高度分工、高度出口依賴等特色，為提升栽植技術、品質管理，冠辰近年積極為溫室建築導入自動化及智慧化環控偵測設備；由於我國蘭苗近年出口美、日市場已呈現停滯或些微負成長的趨勢，冠辰業務集中美日市場，也存在客戶、市場過於集中的不利因素，除了鞏固既有客戶，中長期也須強化行銷能量，將業務觸角延伸向其他客群。

此外，冠辰也亟需建立體系管理制度，

讓經營者迅速掌握蘭苗栽植、庫存、育成率等狀況，以降低營運成本，提升經營彈性及應變能力。

因此，冠辰從 2019 年起透過農委會科技處「科技農企業輔導計畫」協助，盼在中衛發展中心顧問輔導下，強化公司經營體質，開拓蝴蝶蘭產業新藍海。

體系管理機制 與代工夥伴共創效益

冠辰目前進駐臺南市後壁區「臺灣蘭花生物科技園區」，包含自有溫室及向臺南市政府租借溫室共 20 棟，因公司本身產能不足因應海外訂單，冠辰還另外與 4 家代工場合作培育苗株。

由於過去與代工場合作僅有口頭約，

冠辰蘭業有限公司

冠辰蘭業進駐烏樹林蘭花生物科技園區占地 4.5 公頃，以栽培蝴蝶蘭苗株為主，具備扎實管理技術與研發能力，每年持續開發超過 50 種新品項，可針對不同品種依其生長特性調整以進行大量化商業生產，厚植多樣性品種栽植與開發技術優勢，逐步累積海外訂單。

電話：06-6856236

地址：臺南市後壁區長安里烏樹林 432 號

產品：蘭花育種繁殖、育苗、出口



溫溼度環控偵測設備。



光照度環控偵測設備。

二氧化碳偵測器。

冠辰身為中心場卻無法掌握委外代工苗株庫存及栽植狀況，因此顧問團隊輔導冠辰建立與合作場間的體系管理機制，協助代工場定期回報苗株狀況、庫存數量、出貨日期等，加上冠辰去年已建立生產庫存管理系統協助庫存管理，未來也將逐步開放系統權限，讓合作場可以此系統進行回報。

體系管理機制讓冠辰對委外代工的生產狀況掌握更精確，體系管理會議上，雙方藉此互相交流，有助彼此凝聚經營方向共識，鏈結更緊密，共同成為夥伴關係，而不只是買賣關係而已。

整合環控系統 提高育成率

冠辰溫室近年來逐步導入智慧化管理技術，透過溫溼度、光照度、二氧化碳等環控偵測設備，輔助栽培，環控偵測數據可以在手機上讀取，還並可直接以手機遙控調整溫室參數，但不同溫室環控系統各自獨立，無法相互比較、同步管理，中衛今年協助冠辰整合不同溫室環控系統，建置單一管控模組，讓栽培管理更有效率。

冠辰蘭業經理胡雍正表示，在相同天氣條件下比較不同溫室環控數據，有助他針對狀況異常的溫室加以檢討改善；溫室環境狀況各不相同，若要所有溫室



冠辰蘭業經理胡雍正想將最頂級的蝴蝶蘭留在國內市場，讓國人看見臺灣蘭花的驕傲。

的苗株育成率一致，單一管控模組也可方便他同步調整不同溫室環控參數。

冠辰每年可出貨 100 萬株苗株，當下有 150 萬株在室栽培，為了精準掌控蘭苗品質，溫室設備成本投入一向比同業高。胡雍正說，冠辰已將不同苗齡苗株生產折損控制在 5% 以內，外銷出貨折損 3% 以內，他希望透過環控系統整合，能將苗株育成率再提高 3%。

外銷B2B到內銷B2C 開創國內精品蘭花市場

冠辰去年建立企業產品形象識別（CIS），今年持續進行產品國內上架規劃，原本無官方網站的冠辰，設置線上消

費網路平臺，未來將供一般消費者下單選購蝴蝶蘭。臺灣蝴蝶蘭世界知名，但頂級品質蝴蝶蘭都銷往國外，國人反而不一定買得到，讓原本只做 B2B 出口業務的胡雍正，想打造國內精品蘭花市場，自己跳下來做 B2C 的生意。

「歐洲人買花是作為生活消耗品，臺灣人買蝴蝶蘭卻會期待一直種下去，一旦買到不健康的苗株，種不活，就認為臺灣蘭花的品質只有這樣。」把蘭花當志業、對蝴蝶蘭充滿驕傲感的胡雍正，談到臺灣蘭花未曾真正讓國人認識就心有不甘。因此他立志開拓國內精品花及生活用花的市場，讓國人用得到頂級品質蝴蝶蘭。



鈺景食品企業股份有限公司

鈺景是國內唯一做產銷一條龍的肉牛業者。

養牛也搞「實境秀」 影音履歷打造臺灣精品牛品牌

近年來到臺南喝牛肉湯已成為國民旅遊必走行程，湯頭鮮甜、肉質軟嫩滑口的牛肉湯，只有產地直送的國產溫體牛肉辦得到。經營肉牛畜牧場、餐飲門市產銷一條龍的鈺景食品公司，善用國產牛肉優勢，餐廳門市使用的牛肉不僅來自產地直送，肉品還獲得 CAS 優良農產品標章認證，從產地到餐桌全程以 15 度 C 以下低溫冷鏈處理，食品安全更有保障。



產地直送的國產生鮮牛肉，才吃得到鮮甜軟嫩的口感。

產銷履歷、CAS雙認證 肉品供應五星飯店

鈺景食品公司創辦人楊錫輝早期從事理髮工作，因不忍年長的父母操煩農事，才返家種植毛豆、玉米等作物，因賣相不佳的農產格外品賣不到好價錢，他才想到以養牛來消

化格外品，沒想到牛愈養愈多，就此一腳踏進畜牧業。楊錄輝畜牧場 2010 年取得產銷履歷認證，是國產牛第一個通過認證的業者，隔年再獲得 CAS 認證，也是全國第一個、迄今唯一獲得 CAS 認證的國產牛肉廠商。

牧場牛隻送臺南產銷履歷屠宰場屠宰後，便送回鉅景食品自家冷藏、冷凍分切室分切，產品全程在 CAS 驗證的冷鏈要求下處理，牧場和分切室不僅有產銷履歷驗證，分切室更具 HACCP 及 ISO22000 雙認證。這樣高品質管理的肉品，除在各大電商平臺、鉅景食品自家專賣店、聖德科斯、主婦聯盟等實體門市販售，

也供應米其林星級餐廳臺北祥雲龍吟，五星級飯店華泰王子大飯店使用。

消費穩定成長 開拓高端國產牛肉市場

隨著國人飲食習慣改變，國內牛肉消費量呈現穩定成長趨勢，進口牛肉雖占國內消費量高達 96%，但國人對進口牛肉可能來自狂牛病疫區及使用動物用藥瘦肉精等問題仍存有疑慮，國產牛肉有機會打造成不用瘦肉精、抗生素，訴求新鮮、安全、高品質的牛肉品牌。鉅景業務經理翁晟銘說，西班牙有伊比利豬，日本有頂級和牛品牌，國產牛也可以做



鉅景分切室通過 HACCP、ISO22000 等國際認證。



鉅景的生鮮肉品獲 CAS 認證，全程在低溫冷鏈環境下進行肉品處理。



楊錄輝畜牧場牛隻送往臺南屠宰後，再送回鉅景自家分切廠進行分切。

出自己的品牌價值，主打高端牛肉市場。

鉉景是國內唯一做肉牛產銷一條龍的業者，除了自己經營牧場、分切廠、國產牛肉專賣店、餐廳及物流車隊，養牛飼料來自牧草製作戶及農產品合作廠商，加工產品另委託合作加工廠製作，在在都需要管理。為符合公司所通過的相關國內及國際認證，鉉景過去耗費大量人力時間成本在內部稽核控管，管理效能也有待提升。

因此，鉉景今年透過農委會科技處的科技農企業輔導計畫，在中衛發展中心協助下，盼創造價值鏈行銷，運用自媒體傳遞品牌價值、帶動消費，也希望透

過智慧化技術，建立品質監控管理模式，提升管理效率。

影音履歷實況看得見 提升線上業績

楊錄輝畜牧場飼養肉牛約 6 百至 8 百頭規模，其中 8 成為荷仕登品種乳公牛，2 成是與農委會畜試所合作復育的臺灣黃牛，還有少量自澳洲引進的安格斯牛。牧場養牛使用在地生產新鮮牧草，搭配適當比例格外品毛豆、酒粕、豆粉、青芻料等，牛隻吃得營養，牛肉品質自然好，做產銷履歷管理，生產溯源看得見，對消費者食安更有保障。

然而，鉉景雖取得多種標章認證，消

鉉景食品企業股份有限公司

鉉景食品運作高端國產牛肉產業鏈體系，提供新鮮、安全、高品質，可與日本和牛、U.S. Prime 並駕齊驅的好牛肉。御牧牛是牛肉產業中率先通過國產牛肉 CAS 驗證與所有相關 TAP 合格的廠商，也是全國唯一產銷合一的品牌，每塊牛肉的生產履歷都可上網查詢到。

電話：05-3703289

地址：嘉義縣朴子市大鄉里 1113 號

產品：牧場經營、牛隻販售、肉品批發、肉品加工、餐廳經營、輔導展店

網址：www.drbeef.com.tw

楊錄輝畜牧場飼養肉牛 8 成為荷仕登品種。



中衛團隊輔導建置的影音履歷系統，用手機、平板即可進行錄影。

牧場使用新鮮牧草，混合適當比例格外品毛豆、酒粕、豆粉、青芻料等，飼養牛隻。





楊錫輝畜牧場給牛吃的飼料都是在地生產的牧草及農產格外品。

費者卻不見得清楚各種認證所代表的意義，顧問團隊輔導建構影音履歷系統，透過即時攝影，將牧場採收牧草、芻料攪拌、餵牛、清掃牛舍，和分切作業等生產過程，建置影音履歷資料，消費者只要掃描產品 QR Code，就可以看到產品生產實況，體會履歷驗證的價值。

影音履歷資料未來也可作為自媒體行銷素材，翁晟銘指出，影音履歷體驗有助消費者了解產品生產過程，增加對鉉景的信賴感；目前鉉景網站線上交易的營業額占比不到一成，因此強化網路影音行銷，盼能提升線上交易業績，啟動「O2O」

（Online to Offline）能量，帶動線下實體店面消費。

企業戰情室助管理決策 擦亮招牌

由於鉉景經營管理涉及從生產端到銷售端多層面，以往營運管理者須前往不同現場，費時費力，管理指標訊息也無法及時彙整，中衛也協助鉉景建立企業戰情室動態管理模板，整合分切室環境溫度控制，及各門市銷售業績等資訊，幫助管理階層即時掌握經營資訊，更容易做管理決策。

翁晟銘說，鉉景建立國產牛肉品牌，首重與進口牛肉做出差異化，目的不在與國內養牛業者競爭，國產牛拓展規模不易，但打造精品牛肉品牌有助提高產品單價，擦亮國產牛肉招牌，有助帶動國內養牛產業整體向上提升。



保證責任屏東縣高樹鄉大埔農產品生產合作社

大埔合作社開發出多項釀造精緻產品成為在地特色。

加工農產品導入網路行銷 拓展客源

大埔合作社有傳承客家傳統的使命，近來更找尋在地農業元素，讓農業走向社區及文化，運用最傳統的手做加工智慧，加上無毒健康的種植和生產理念，讓合作社產品逐漸被市場所接受。但好產品更需要好包裝和好的故事行銷，幫忙加強品牌概念及產品優化，大埔合作社運用精緻包裝為優質加工農產品穿上一件華麗外衣，更搭配網路行銷，讓客家莊的媽媽味道在網路社群平台發酵。



大埔合作社加工釀造使用原料來自於在地農民製作收購。

傳承客家文化 找回農村生命力

屏東縣高樹鄉大埔合作社是社區型的合作社，從社區總體營造起家，近年朝向以客家文化的在地農業復振社區經濟產業。大埔合作社自有加工室，釀造產品均有申請 ISO 及 HACCP 食品安全驗證，除了合作社原本據點，另外在六堆客家文化園區及茂林國家風景區內有 2 家直營店，販售合作社生產的蔬

菜醃漬醬菜、水果純釀果醋酵素及水果果乾蜜餞相關產品。

大埔合作社為傳承及延續古法智慧，並發揚客家釀造文化精神，於 2011 年陸續創立「客庄嫵嫵釀造工坊」、「青春釀」、「大埔糧食坊」等品牌，集結在地長者和居民，以客家釀造手作技術，加工在地無毒安全農產品，從健康養生醃漬醬菜到豆瓣醬，開發出多項釀造精緻產品，讓客家釀造文化成為在地特色產業。

合作社加工釀造所使用的原料全部都是向在地農民契作收購，透過合作社採購可保障在地農民生產的農產品銷路、提高

農民收益，更提升社區產業的多元價值，活絡在地人文，改善農村生活。

新產品開發 拓展年輕新客群

受限於產品品項與特性，大埔合作社主要客群以重視健康養生的民衆或主婦為主，目標客群太過固定，無法突破限制；產品宣傳上，數位行銷能量較為薄弱，故希望透過農委會科技處的科技農企業輔導計畫協助，研發新產品以拓展新消費市場，同時加強數位行銷應用，增加品牌能見度。

大埔合作社經理鍾秋香表示，當初因

刺蔥加工的製作流程。



為確保產品品質，大埔合作社採用較為費時的人工方式來挑揀刺蔥。

大埔合作社的塔香松子青醬，和一般市面上使用羅勒和添加便宜的花生或腰果的青醬不同。



為要做農產品加工，所以冬天種高麗菜，但十字花科蔬菜病蟲害不少，為避免加工品農藥殘留故不噴灑農藥，改以在高麗菜中間加種九層塔的方式處理，除了能防止病蟲害，也多一項農產品收益。

鍾秋香說：「九層塔人力採收費時費工，但市場價格並不高，與中衛顧問討論後，認為開發成西式佐醬應該可以吸引年輕族群。現在義大利麵的青醬，普遍是用羅勒製作且未經過熬煮，所以我們用九層塔加松子和橄欖油製成青醬罐頭，比一般市面上用羅勒加便宜的花生或腰果的青醬高級許多。大埔合作社原本就有 IOS2200 和 HACCP 認證，所有製作

流程及檢驗報告都符合規範，顧問也幫助進行品質控管。」

運用新媒體平台 經營社群拓展客源

大埔合作社生產的水果醋、醬菜及五穀雜糧，原先主要消費客群以注重健康的民衆及主婦居多，太過固定，為拓展市場銷售層面，需思考不同族群購買需求，除了開發新產品，吸引不同屬性的消費族群關注外，網路社群經營最是快速方法。

大埔合作社雖有臉書和 YouTube 粉絲專頁，但礙於人力不足疏於營運，鍾秋香說：「原先產品販售都是透過實體店面和擺攤，網路經營較弱，現在是後疫

保證責任屏東縣 高樹鄉大埔農產品 生產合作社

大埔合作社積極發展農業社區經濟，結合客家古傳釀造技法，以純手工發酵釀造食品聞名，建立「青春釀」品牌主推陳年老醋系列，傳承並延續農村生活的智慧，以多元化行銷結合休閒觀光、文化創意等發展，創造釀造文化的指標意義，成為釀造之鄉的典範代表。

電話：08-7960808

地址：屏東縣高樹鄉和興路 66 號

產品：蔬菜醃漬醬菜、水果純釀果醋酵素、水果果乾蜜餞、農村體驗



今年推出的塔香松子醬同樣是透過輔導研發的新產品。

用九層塔加松子，以橄欖油製成青醬罐頭。



水果醋產品主打健康訴求，
中衛協助針對消費客群進行網路行銷。



大埔合作社結合客家古傳釀造技法，以純手工發酵釀造食品而聞名。



大埔合作社開發多種釀造產品，從養生醃漬醬菜到豆瓣醬都有。

情時代，線上和線下交易應等量齊觀，所以要加強網路行銷」，本次計畫也協助 YouTube 新媒體平台的宣傳。

三級產業加工提升農產品附加價值

鍾秋香還說：「大埔合作社的強項是研發農產加工品，目前有 80 多個品項的產品，加上都是純手工，量也不是很大，但我想把農業帶往產業，先從輔導小農契作產銷履歷。透過政府輔導資源，以加工品型塑自我品牌，讓農業變成有希望的行業。」

鍾秋香強調，大埔合作社有檸檬、芭樂、鳳梨、紅龍果和桑椹等水果，蔬菜則有高麗菜、芥菜、蘿蔔，加工主要是做成醬菜及罐頭、飲品還有果乾，農民可以將農產品交由合作社包裝及販售，也走入百貨公司的櫃位讓外界看到。鍾秋香也說：「藉由農委會輔導打開知名度及精緻度，讓我們每一年都在進步，先前產品沒有設計感，小農也沒辦法花錢請人設計，現在產品有設計感也提升了價值。」



台江農業生技股份有限公司

在漁場裡剛撈起來的白蝦。

科技養魚蝦翻轉漁村再造新生命

台江內海不只是個地理名詞，除了是臺灣最古老、最早開發的地區，還是臺灣這個名詞出發的原點，直到現在依然帶領古老的農漁業的發展，漁業養殖的科技化腳步以在地的台江生技的水產養殖來描摹，最適切不過了。台江地區養虱目魚家族的第五代接班人，台江生技總經理顏榮宏，他接手家業後致力於以科技技術來管理漁業養殖場，共同營造臺灣水產養殖業無人可取代的機會。



台江的白蝦很受好評。

傳承家業 建立台江新養殖模式

顏榮宏出生在漁業世家，從祖父輩起就開始在臺南養殖虱目魚，他從成功大學數學系畢業後，攻讀中山大學 EMBA，原本在外打拚的他，在父親生病後決定回家扛起事業，成為專職漁人，並努力改善傳統養魚方式既辛苦又不符合成本效益，引進科技養殖新觀念。

台江生技以整個台江地區為經營範圍，將



養殖場的漁民都能以手機拍照回傳到資料中心作研判。



能夠以監測數據分析的養殖場。



台江以有機飼料養殖蝦苗，更健康也更大隻。

自家魚場作為實驗環境，結合大臺南地區發展中草藥生產領域，跨界跨領域的整合模式，讓台江傳統農漁產業層次躍進，透過農漁產業友善化、智慧化與科技化，建立台江地區養殖業多元合作模式，大幅提升在地漁業生態養殖能力。

顏榮宏笑稱，大家都叫我台江小鮮肉。他說的可不只是他家養殖場的白蝦、虱目魚特別好吃，而是包括他契作的台江地區海鮮魚蝦貝類，全都是他的守備範圍。

這麼大的範圍，他是如何辦到的？「以前確實沒辦法做到，但現代科技可把漁民變成通靈人，像是水溫、養殖場的變化，養殖現場漁民拍攝照片上傳到雲端，讓我

們建構的分析程式做統計，以此來研判對策。」但現場照片因為色差、色溫、角度，每個人拍的照片看起來不一定相同，就算是經驗老到的漁人也很難判斷，系統是否準確？顏榮宏很得意的解答，「三原色啊，只要你對焦沒問題，上傳做紅、黃、藍三色分析，我們看數值的變化與曲線，以此來判斷。」

養殖know-how整廠輸出 提升競爭力

過去養殖業倚賴老漁民的經驗值判斷水色、水尾，以維持魚塢最佳狀態，但經驗值可能失準，管理效率較低，且降低

台江農業生技股份有限公司

台江生技在臺南臺江地區無藥養殖臺江草本虱目魚、草本白蝦、優格龍膽石斑、臺灣草蝦具產銷履歷證認，現由一群在地科技漁民所組成，致力無藥的生態養殖，與綠能農漁開發，以「科技漁民 - 台江小鮮肉」為首的品牌形象，做為台江生技的代表。

電話：06-2561491

地址：臺南市安南區安中路四段265號

產品：白蝦、草蝦、虱目魚、龍膽石斑

網址：www.tjshop.com.tw/



以科技管理養漁苗的豐收情形。



台江的草蝦不使用抗生素，有口皆碑。

年輕人投入養殖的意願，無法有效傳承，成為產業最大困境。因此，2019 年台江透過農委會科技處與中衛發展中心協助，開發「通靈漁夫」APP。

漁民可以將照片上傳至雲端，由人工智慧系統進行影像判讀與檢驗並回傳資料，可在 APP 上查看同類型操作之曲線，根據老一輩經驗轉化成數據，精準掌握最適化養殖品質管理模式與解決方法。

臺灣有獨特的農業環境，有很多的優勢，這些優勢包括科技和田間管理，台江這套科學管理生態養殖技術，吸引東南亞及西亞國家目光，顏榮宏說，台江整套科技生態養殖 know-how 可以整廠輸出

（包括系統、設備、耗材等）至南向國家，然後在當地將漁獲做初級加工銷回臺灣，在臺加工再出口，帶動國內漁業產品的競爭力。

為了實踐夢想，顏榮宏今年再度申請農委會科技處的「農企業輔導計畫」，在中衛顧問團隊協力下，完成白蝦科技養殖標準化暨品牌佈局，為邁向國際預作準備。

佈局全球 通靈漁夫建立英文介面

台江通靈漁夫 APP 今年已經上架，人人都可上手，透過手機照相功能搭配雲端大數據分析，無須再經人員解析數據，



顏榮宏總經理經常在漁場、養殖場以手機傳資料回資料庫做研究。

有小鮮肉之稱的顏榮宏總經理善於使用數據作分析。



立刻就能依所上傳影像給予建議，今年度計畫協助 APP 轉換多國語言介面，初步新增英文，擴大應用範圍，並藉由教育訓練，持續優化台江與契作戶的溝通與定期分享機制。

顏榮宏指出，新冠肺炎肆虐全球、形同鎖國的全球環境裡，透過建構的網站系統，東南亞合作的學校和單位能得到台江技術支援，也穩固在東南亞的合作關係與市場。

擴展增加品牌 與國際接軌

「台江漁人」品牌經營最知名的是產銷履歷虱目魚和白蝦，但顏榮宏卻說，「我們的核心其實是有機中草藥、飼料研發與供應，以此來養殖超級海鮮，現在大

家都在開發超級食物，多半是指蔬果類。其實，漁業養殖也可以這麼做，台江海鮮在蛋白質含量、鐵和鋅的比例都比較高，降低鈉含量也很明顯，這對做外銷品牌很重要。」

顏榮宏除了創立「台江漁人」生鮮產品，近年積極在海外擴展「super seafood」品牌，在新加坡超市裡有口皆碑，本次計畫輔導以營造地域性品牌為目標，協助品牌行銷策略、定位，進而設計「super seafood」識別系統 CIS 與包裝。

歷經兩年輔導，台江累積全球經營能量，顏榮宏希望台江扮演一個平台的角色，透過這個平台，漁民共同討論、貫徹生態養殖核心技術，讓臺灣養殖漁業發展出更多元的新風貌。



好廚家企業社

好廚家打造產銷一條龍的金目
鱸魚專業品牌。

從農產品到食品 建立穩固的品牌

好廚家以臺灣俗稱金目鱸的尖吻鱸（學名：Lates calcarifer）養殖為主，這個品種體長而側扁，腹緣平直，頭尖，頭背側、眼睛上方有一明顯凹槽，其眼睛照光後呈現金色，金目鱸由此而來。這款魚性喜溫熱地帶，主要養殖場在臺灣南部沿海。



好鱸家鱸魚精價位適中，很有口碑。

有故事的魚場需要更有力的鑑識度

位於高雄彌陀的好廚家企業社，成立於 2015 年，是高雄彌陀在地數一數二最早從事養殖的元老級養殖戶，是已傳承三代的養鱸世家，目前全力養殖金目鱸魚。作為 80 多年的養殖場，第三代許懷聰每次說起阿公在椰子樹下養魚的故事都很亢奮，「阿公在日本

時代被派到海南島駐軍，戰爭期間同袍相繼捐軀，因為阿公在野外作戰和軍隊走散，只能倚賴椰子樹生存，戰爭結束，阿公幸運獲救回到臺灣。」

許家魚塢附近種滿椰子，是這位因有葡萄牙人血統而髮色金紅，大家稱呼「紅毛」（以臺語發音）的阿公所建立，也是「鱸好家」品牌的起點，但這麼有故事性的漁場，卻因為行銷不足、鑑識度不高而沒有擴張。

為了拓展產品及通路，好廚家今年申請農委會科技處「科技農企業輔導」，由中衛發展中心顧問協助檢視既有行銷素材，分析缺乏行銷訴求的原因，協助行銷優化，透過市場競品分析，找出未

來產品開發佈局方向，做出市場區隔。

中衛從重新命名、製作識別形象，以及拍攝宣傳影片著手開始，進行從好廚家到鱸好家的品牌革新與擴增知名度。

從「好廚家」到「鱸好家」 建構新產品研發管理程序

嫁到許家 8 年的葉芳很開心的說：「好煮呷是不是就是好廚家，可以在家好好煮一頓來吃，是不是很幸福。」但是消費者看到「好廚家」，以為是廚具公司賣廚具，顧問協助重新命名品牌為「鱸好家」，建置企業產品識別設計，更具有識別度。

分析食品保健市場趨勢發現，2017 年



鱸魚收成時，通常全家都要來幫忙。



葉芳（左二）從市集裡了解顧客需求。



位在彌陀的許家漁場已經超過 80 年，是有歷史的漁場。

我國保健營養食品產值達 775 億元，其中動物來源占比 9.6%，包含雞精、蜆精/錠、魚精等，目前已開發的鱸魚精產品客群主要鎖定孕婦、哺乳婦、病後調理人群、銀髮族等，雖與滴雞精或熬雞精主打客群重疊，但鱸魚精也逐漸為國人接受，市面包裝鱸魚露、鱸魚高湯、鱸魚精萃等品牌約有數十種。

好廚家產品品項並不多，除了鮮魚，就是魚排和魚精，葉芳說，魚排和魚精銷售穩定，也很看好加熱即食品市場。葉芳也說，目前最受歡迎的鱸魚料理包是泰式檸檬魚，每次市集或展售幾乎一上架就買光，有顧客會打聽他們在哪個市集，特別去購買，尤其是鱸魚精。

但是單一產品不易長期維繫公司業務

能量，好廚家相對於競爭對手，既有產品特色單調，不利長期性業務發展，因此需深化研發管理。中衛顧問協助針對現有市面上鱸魚萃取產品進行蒐集與分析，提供新產品開發與市場行銷策略參考。另外，協助歸納目前新產品開發作業方式，制訂標準作業流程，方便後續管理。

穩固公司形象 建立品牌優勢

許懷聰指出，從日本進口專業的益生菌來改善水質，養殖全程改以大量益生菌取代抗生素和動物用藥，除了使用不同益生菌群，也學習認識益生菌、培養好菌。葉芳認為，「堅持給信任我們的客人吃到最健康的魚，這一點不能妥協。」堅持理念就要建立品牌形象，好廚家兩年前積

好廚家企業社

好廚家企業社是高雄彌陀在地已傳承三代逾 80 年的養鱸世家，經營者專注於友善環境養殖，20 年前即從日本進口益生菌，致力打造無用藥養殖環境，每年自費檢驗，且為改善魚肉土味及減少抽取地下水問題，耗資百萬從彌陀漁港引進海水交換系統，用海水與淡水交替飼養。

電話：07-6196313

地址：高雄市彌陀區中正路 50 號

產品：鱸魚、魚排與鱸魚精

網址：www.eztocook.com



鱸魚精得到 2020 臺灣農業百大精品獎。



泰式檸檬魚口味很受歡迎。



許懷聰不使用抗生素養魚，對自家的產品非常自豪。

極打造產銷一條龍的金目鱸魚專業品牌，陸續研發各式鱸魚相關製品，包括魚排與鱸魚精，「魚你守護鱸魚精」禮盒更獲選 2019 年農委會銀髮友善食品。

為了強化品牌經營，好廚家藉由此次輔導，與中衛顧問和設計師花了許多時間討論品牌未來走向和定位，進而重新設計品牌形象識別，以更鮮明的視覺吸引消費者注意。此外，因應目前消費者瀏覽網路越來越習慣以觀看影片為主，本次輔導也加強影音工具的建置，用斬新面貌強化品牌行銷拓展。

金目鱸魚是受歡迎的魚產 舒肥魚更健康

葉芳說，好廚家第一年在社交網站 FB 上賣魚貨的營業額不高，第二年略好一點，營收翻倍，有了成績就有了底氣，第三年開始擴大商品項目，除了金目鱸

魚、還有比目魚、一夜干，甚至一些蔬果，結果，「好慘，生意一落千丈，所以下半年我們又回頭專心賣鱸魚，這樣果然對了，業績回穩，也讓我對自家金目鱸魚產生百分之百信心。」也因為如此，今年輔導特別拍攝影片作為未來行銷推廣使用。

葉芳也常常透過參加市集擺攤直接面對消費者，傾聽客戶聲音，對新產品開發很有幫助，因此，金目鱸魚品項從鮮魚到魚排再到滴魚精，今年新推出舒肥魚，也成就「鱸好家」。顧問規劃舒肥魚產品時分析，舒肥法（Sous Vide）可以讓食物味道在原有的水分中進行烹飪，確保食物滋潤、多汁、柔嫩，由於產品品項增加和產品即食性符合時代趨勢，鱸好家的未來將強化舒肥魚產品行銷並持續深耕，讓消費者說到金目鱸魚就想到「鱸好家」。



保證責任屏東縣優質農產品生產合作社

空拍圖中的果樹網室在芒果園一隅。

面對極端氣候唯有提升農業管理

臺灣縱貫線（臺 1）的盡頭楓港為人熟知，因為那是與南迴（臺 9）的交界處，轉過去翻過山頭就可以抵達臺東太平洋海岸，植栽 3、40 年的枋山芒果直到 10 年前才為人熟知，作為臺灣第二大芒果產區，鋒芒當然不若百年歷史的臺南玉井芒果知名，老二該如何力爭上游，在管理學上有老二哲學，在農產品來看，除了風味該如何另闢蹊徑？



套袋的在叢紅芒果。

青農返鄉困境與必須解決的課題

「屏東縣優質農產品生產合作社」於 2007 年成立，建立「Mango House 芒果好吃」品牌進行通路推廣，10 年後成立「果敢果感」副品牌，推出完全沒有添加的芒果乾，並協助地方其他水果代工，如鳳梨、蓮霧等。



中衛顧問透過現場診斷和訪談了解問題，進而協助重新規劃集貨廠區動線。

集貨區除了用來發貨也是社員定期聚會、上課學習的場所，多功能運用空間。



主導人物董昱劭的果園離枋山火車站不遠，在他 2005 年返鄉前，這片 6 公頃的芒果園一如大部分傳統果園，隨著時序開花結果，遇上自然環境好或壞，像千年來的農夫一般，看天吃飯。為改善困境，董昱劭在 2017 年搭建加強型水平棚架網式設施，約 1.1 公頃的芒果樹溫室。

搭建超過 2 公尺的果樹溫室，並不是件容易的事，費用更不便宜，但董昱劭不得不這麼做，「夏天一個颱風就可以讓果園全掛了，甚至不用颱風進來，幾次外圍環流急降雨、暴雨就能把這裡變成半島，孤立無援。」合作社雖以網室試種芒果，但無法明確掌握環境管理數據，以提供

田間管理參考。

在產銷市場上，如何維持穩定供貨、穩定品質才是王道，董昱劭回鄉後以父親的產銷班為班底，互相學習也彼此幫忙，此次，申請農委會科技處「科技農企業輔導計畫」，就是希望帶領大家轉型邁向科技農，他先在自己的果園做實驗，未來會分享出去。

第一張成績單 建立微型氣候監測系統與網室植栽

「傳統耕作完全看天吃飯，颱風來時摧毀農作，沒颱風時有缺水危機，盛產時賣不出去，格外品無法處理就是可惜、

浪費。」董昱劭說的是自古以來農民必須解決的問題，然而枋山比其他地方更嚴重的是更加惡劣的極端氣候，計畫此次協助建立的微型氣候監測系統，就是解決問題的第一步。

熟悉資訊與科技運用的董昱劭說，他的果園微型監測系統數據有每天溫度統計、濕度變化，可提供其他果農參考。

果園也在 2017 年搭建加強型水平棚架網室設施，希望可減少氣候災損，並減少用藥，達到安全用藥效應。他說：「芒果園做網室比較困難，因為果樹比較高大要蓋得比較高，費用相對增加，我家的果園先做了 1.1 公頃花費 200 多萬元，希望對其他農民有參考價值。」

董昱劭指出，過去因氣候因素變化太大，農民因為不安心都會增加用藥，要解決用藥問題，就必須解決種植的不確定因素，網室種植環境相對穩定，又有做微型氣候監控系統，可以預先預判天氣變化，確實比較能掌握種植進度，到目前為止，「感覺上有比較好，雖然不能百分之百說變好的部分是因為做了網室跟監控系統，產量變化不大，但果品品質確實感到比較好。」

集貨產區動線流程精進 現場效率提升

合作社集貨區設在董昱劭家增建的工作區，但集貨場欠缺現場分區分類管理，

枋山以網室跟監控系統來管理芒果，董昱劭覺得果品品質有提升。



透過微型氣候監測系統，可記錄每日果園的溫度統計和濕度變化。

保證責任屏東縣優質農產品生產合作社

屏東縣優質農產品生產合作社，致力提高在地芒果品質、果品安全，增加芒果價值，並為契作農戶解決人力短缺，推行省工栽培、機械作業、格外品及產銷失衡問題。為穩固供應價格及供應量，採預收訂單計畫性生產。未來朝向產品品質、收成數量，以及產業六級化方向努力。

電話：08-8761075

地址：屏東縣枋山鄉枋山村國中路3號

產品：芒果、芒果乾、水果加工產品

網址：www.facebook.com/mangohouse.taiwan



新設計的行銷廣宣品與品牌形象統一，提高視覺一致性。

使得場內動線與管理常在尖峰出貨量時造成混亂，影響處理產能。

在中衛顧問協助下，重新規劃集貨場區，將每個作業分區動線做得更順暢，產季時期人員進入場域後顯得擁擠，且動線互相排擠，因此在動線規劃上依作業程序重新調整，除了集貨流程更加順暢，現場作業效率提升，未來發展觀光體驗商機時，也能將更佳體驗價值呈現給遊客。

「芒果好吃」的行銷宣傳品設計

顧問也以既有品牌為基礎，協助規劃可隨貨寄出的行銷廣宣物件，與品牌展

售模組，參加展售時可用統一形象展現，還有更多資訊提供給消費者，加深消費者對品牌連結度，還可降低參展重複投資成本。

作為第二名的枋山芒果要如何賣，董昱劭說：「跑市集是一定要的，最基本的，像希望廣場我們也會去。」他說，網路購物跟電商也一定要做，甚至做外銷，只是他們的外銷不是找進出口貿易，而是用電商，在來臺灣旅遊的香港、澳門客人中有了口碑，為了服務忠實顧客，不惜郵資運輸做跨國電商，在這些活動與寄售過程，都會置入行銷宣傳品，讓顧客收到時倍感親切。



新豐碾米工廠

春上米系列產品共有紅豆、黃豆、發芽米。

田間蒐集大數據 自動監控水稻旱田科學省工

種田也能引入高科技！新豐碾米工廠透過田間設立的聯網感知器，蒐集溫濕度等大數據，再加上遠端遙控即時調控水情，不但省下巡田人力，透過一臺智慧型手機，就能在手機上「巡田水」，大數據及雲端運算和物聯網等新潮科技名詞和農業緊密結合，用科技種田再也不是遙不可及的夢想！



新豐碾米工廠與屏東新園萬丹鄉的農民契約種植的春上紅豆。

古老種稻添科技味 帶動傳統米廠轉型

在屏東的新豐碾米工廠一年有三期收穫，橫跨稻米、雜糧的水田及旱田耕作，近年來以「春上米」品牌打響名度，產品包含春上米、養生之稻、發芽糙米、春上紅豆、春上黑豆等，這一年來新豐碾米工廠以「智慧精實生產」計畫，以田間監控和遠端遙控，讓

種稻這門古老技藝也有科技新味。

新豐碾米工廠自 2008 年成立屏東地區第一個也是目前唯一的稻米產銷專業區，並推動大糧倉計畫及雜糧集團產區經營模式，以種植高雄 145 號水稻、高雄 147 號水稻和高雄 9 號紅豆為主，生產的米具有日本絹光米的好吃口感，曾榮獲「十大經典好米」殊榮，新豐碾米工廠更陸續通過 HACCP、ISO22000 驗證。

新豐碾米工廠經理林軒頡表示，新豐是屏東數一數二的大型碾米廠，目前農民契作產銷履歷的稻米有 130 公頃，每年大約有 1,500 公噸濕穀產量，雖然和之前的慣行農法產量有差，但是契作農民都能正確用藥和施肥，對於品質上一定有所提

升，新豐碾米工廠的二、三級產業加工，則有發芽米代工和紅豆、黑豆茶包。

老農巡田水辛苦 水旱田感知器自動開關水門

新豐為提高生態效益，採取水旱輪作模式，但農民世代交接，農業管理技術移轉不易，且橫跨中南區經營，栽培技術指導與管理常無法兼顧，以及農業生產必須投入大量資本和技術來經營管理，包括土地、天氣、灌溉等工作項目必須即時因應調整，才能確保產量品質。今年新豐透過農委會科技處的科技農企業輔導計畫，在中衛發展中心輔導下，尋求新技術方法。

新豐碾米工廠為屏東大型碾米廠，每年大約有 1,500 公噸的產量。

運用低溫乾燥機，讓稻米快速低溫乾燥。



引進有機及友善農業生產及加工設備，種稻也可以很科技。



新豐碾米工廠導入的這套智慧監控及遠端操控系統，主要是水旱田的感知器和抽水設備，第三代青農林軒頡為何會引進這套田間監測及自動化控制系統，他說：「因為爸爸年紀大了，巡田水不方便，有時會忘了關水門，三更半夜想起來，要再起床去關。」他也說：「計畫輔導做監測及自動控制，AI 自動化控制讓我們可以從手機上看到水情變化，打開手機就可以從遠端遙控開關水門。林軒頡表示，這套系統對於稻米產能或田間管理而言，還可以透過數據監測稻熱病發生的可能性，及早進行防範。

術，透過田間感知器連上網路，自動蒐集水旱田感測數值，並透過雲端紀錄數值，農民只要透過智慧型手機就可以即時觀察各項數據變化，還可以用遠端遙控方式，啟動抽水機開關水閘門，不但科學精確，也省工方便。經過統計，透過遠端控制灌溉設備，大約減少三分之二的巡田人力需求，及節省 25% 以上的灌溉用水。

林軒頡還說：「新豐是以水旱田輪作，水稻中間裡作紅豆，旱田的監測主要是監測土壤濕度，可以讓我們及早監測紅豆豆莢的病蟲害，進行預防。」不過林軒頡也表示，因為只有一年的數據，希望將來

水旱田輪作 及早防治病蟲害

這套系統的運作主要是依靠物聯網技

新豐碾米工廠

新豐碾米廠 58 年前成立，由林四川先生於屏東新園鄉創辦，時值第二期稻作收割，遂以新豐為名，正式加入食米加工產業。新豐碾米工廠對於生產品質非常重視，除了設立新豐稻米專業區，並積極輔導專業區農民取得十大經典好米，米廠更通過 CAS 良質米的認證。

電話：08-8681796

地址：屏東縣新園鄉仙吉村仙吉路
225 號

產品：春上米系列、養生之稻系列、
紅豆

網址：www.sinfang.tw/



新豐碾米工廠為屏東地區第一個也是目前唯一的稻米產銷專業區。



新豐碾米工廠獲得十大經典好米殊榮。



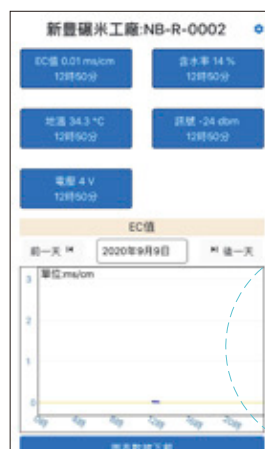
旱田感測器即時監控確認土壤的最低濕潤度。



透過水田感測器，即可精準掌握田間狀況。



顧問以精實生產流程診斷結合輔導工具與手法，以最佳生產流程規範，提高品質與管理效率。



在手機顯示的數據，便是藉由移動式智慧監控所得來的參考。

累積一定大數據量後可以用來預警，「比如可以設定一些參數，直接在手機上可以提醒，如紅燈、藍燈或是黃燈的提示，讓農民可以更方便使用這套系統，目前就是累積這些大數據作為日後監測參考。」

林軒頡強調，目前監測計畫的範圍還不大，只有一小區示範，日後希望擴張到更大面積田區，值得一提的是，插在田間的監測設備常會引來好奇農民觀望，雖不至於擔心會被破壞，但有時還是會怕被偷走，相信經過更多推廣後農民對設備會變得熟悉，就不用擔心這種問題。

精實生產改善 協助工廠管理效率提升

本次輔導除了建構智慧生產模式，針對工廠生產管理，顧問透過精實生產輔導，重新檢視工廠製程，找出浪費之處進行改善，協助導入生產排程、生產進度管理板、出貨進度管理板等，製作設備保養標準作業票，以目視化管理協助新豐同仁確實保養設備，提升現場人員工作效率，以最佳生產流程規範，提高品質與管理效率。新豐碾米廠董事長林清榮對導入精實生產管理十分支持，期許未來工廠管理能精益求精和持續改善。



東晟水產成立於1995年，主要經營鱸魚、臺灣鯛以及鱸魚養殖。

2017

標竿科技農企業
產業體系輔導

東晟水產股份有限公司

臺灣鯛拚出頭 從選育品種培育本土明星魚種

加工養生健康品研發，全球精準行銷佈局調整，
用以逐步拓展國外市場，
確立臺灣所產臺灣鯛的全球獨特品牌識別與美味保證。

東晟水產公司成立於1995年，廠區設於嘉義縣義竹工業區內，主要產品為鱸魚、臺灣鯛及鱸魚相關生物科技產品，供貨來源可分為自有養殖場及合作體系供貨，供應商包括嘉義、臺南等地專業養殖合作社、協會及一般養殖戶。

近年東晟積極申請CAS、HACCP、ISO等認證，對於上游供應鏈合作夥伴也開始設定標準進行遴選，例如每一養殖戶必須具備養殖履歷等，再透過有組織的體系管理方式，整合上游合作夥伴，包含資源、管理、技術、品質等重點，藉此建立起一套完整

的體系管理制度，提供更加優質的產品保障，因此獲得 2014 水產精品「海宴」標章。

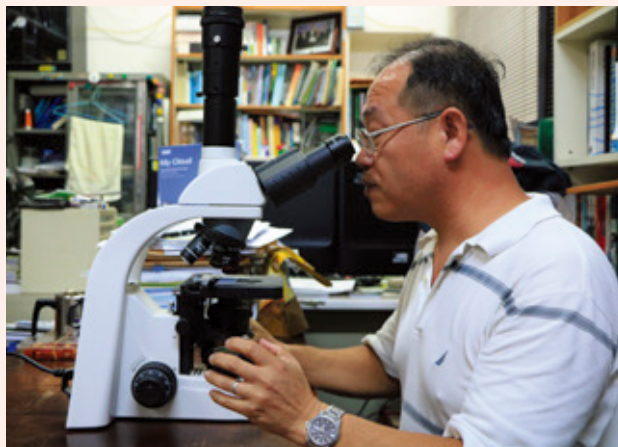
臺灣鯛價格持續低迷 掌握市場波動成關鍵

國內近年養殖臺灣鯛價格低迷，主要受到外銷市場競爭大，且無力開發新市場、魚肉品質與口感無法有效與其他魚種區隔等因素影響，短期可透過國內促銷度過難關，但長期必須要從魚苗到養殖品質優化，以及加工養生健康品研發著手，全球精準行銷佈局調整，確立臺灣鯛獨特品牌識別與美味保證。爰此，協助東晟掌握國際市場波動與供需，並運用資訊科技發展智慧養殖，獨特化臺灣鯛的品種品牌，成為本次計畫輔導重點主軸。

東晟主要透過一條龍方式掌握原料來源、生產、加工到鯛魚片成箱出貨，2016 年即運用農委會科技處的農企業輔導資源結合水試所輔導，導入海水直接繁殖的臺灣鯛高品質魚苗，並在保育臺灣自有魚苗前提下，擴大示範養殖場，結合智慧養殖技術，持續透過與漁民契作及教導養殖方式，協助養殖端建構產銷履歷驗證，讓消費者安心食用產品。

種原基因知識庫 確立臺灣水產養殖品牌力

2017 年計畫首要執行目標，為選育優良品種，保存本土種原基因，中衛顧問協助東晟開始建立專屬飼養基因庫，進行基因判



由嘉義大學郭建賢老師及其研究室正式進行海水吳郭魚基因判讀。

為建立核心種原保存與基因知識庫，東晟特別成立魚苗魚種管理小組。



東晟供貨來源可分為自有養殖場及合作體系供貨；供應商有嘉義、臺南等地專業養殖合作社、協會及一般養殖戶。

運用智慧養殖監測系統，累積中心示範場最適養殖參數。

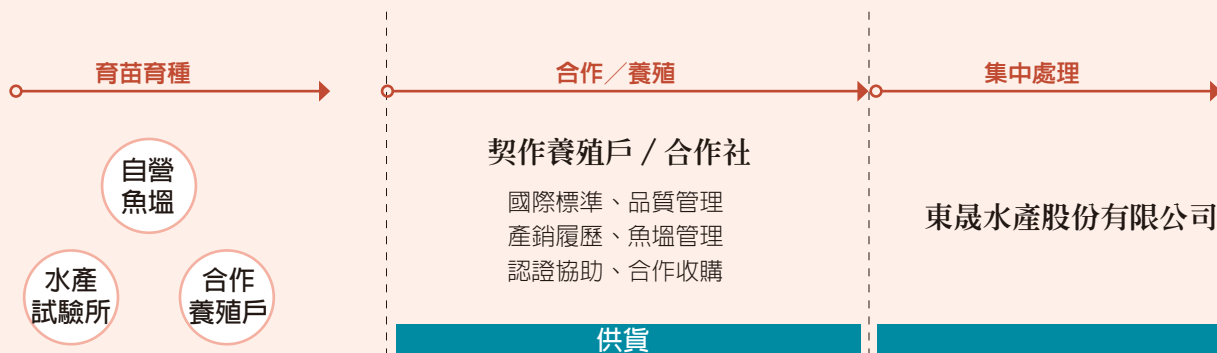


別，從混種過程中尋找東晟明星魚種；與嘉義大學水試所共同組成魚苗魚種管理小組，強化新魚苗魚種開發與管理效率，累積水產魚苗魚種基因庫管理經驗，建立核心種原保存規範。

種原基因知識庫為珍貴資產，為有效管控強健魚苗體系及資料庫管理，東晟著手建立包括魚苗品系溯源機制、分門別類步驟、苗系完善管理的標準作業程序（SOP）等相關文件、建立制訂保密制度規劃，用以防止研發機密外洩，保護其營業秘密與智慧財產權，確保臺灣水產養殖核心研發力與品牌力。

東晟建立智慧養殖監測系統，累積示範養殖數據，擴大國內外養殖場域基礎，並透過智能工具（sensor）監控養殖環境，蒐

產業鏈





東晟水產股份有限公司

電話：05-3427475

地址：嘉義縣義竹鄉義竹工業區義工三路 3 號

產品：活魚－臺灣鯛、鱸魚養殖與販售；加工品－臺灣鯛魚片、鱸魚片加工與販售；副產品－鱸魚精華露、膠原蛋白飲

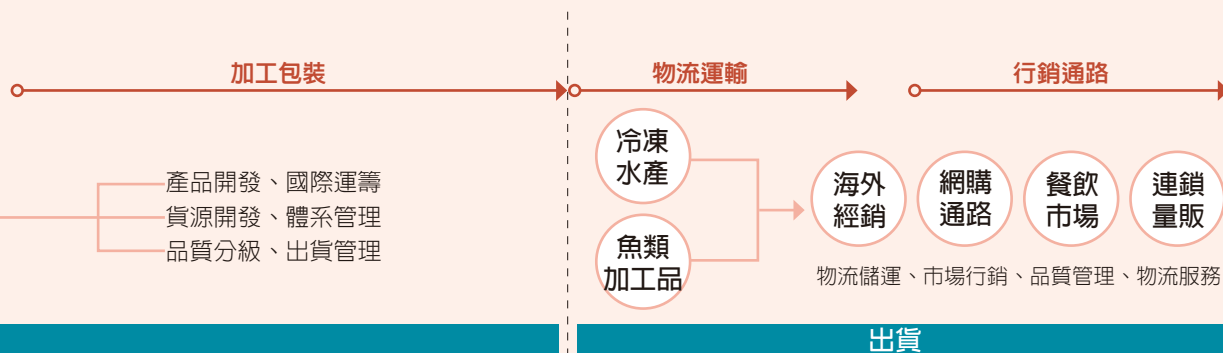
網址：www.toseifish.com

集魚苗魚種養殖場域數據，再搭配手機 APP 進行監控，並根據魚苗種類與飼養天數進行養殖規劃，依照飼養紀錄，執行數據分析，進而釐清最佳養殖方式。

東晟也建立國際市場進出口數據，進一步優化充實數據分析，增加經營層面的國際經營視野與策略方法，作為後續東晟佈局全球的重要依據。

輔導有成 掌握新加坡市場通路

經過兩年輔導，東晟 2017 年終於成功培養出海水臺灣鯛（子代），且當年度育成的魚種，已經成功建立養殖數據及養殖方式，並將流程標準化，後續若新品魚種交配成功，可依循此流程找出最佳養殖方式。東晟對市場資訊的掌握也走出國際，以新加坡市場為例，透過建立調研國際市場方法與程度及建置 SOP，已經有能力自行調查新加坡市場通路，包括量販店、餐廳及飯店等資訊。





萬生體系旗下合作農場超過 120 家，供應國內外市場各式優質蔬果及菇類產品。

2017

標竿科技農企業
產業體系輔導

萬生科技農業股份有限公司

集結臺灣優質農產 拓建亞太廊道拚外銷

萬生品牌透過輔導，建立國際識別及專櫃意象設置，
進行整體亞太廊道行銷規劃，
爭取國際消費者品牌認同。

2008 年為因應國內蔬果市場飽和需擴大市場需求，中部多家大型農企業，包括彰化菇類生產合作社、太陽生鮮農產公司、昇陽農產公司及西螺果菜生產合作社等籌組而成萬生體系（萬生科技農業股份有限公司），以協助臺灣優質農產品進軍國際市場。

萬生體系以「萬生」及「菇菇家族」為品牌進行銷售，通路以連鎖超市及經銷商供應占大宗。除了自營三個菇場，萬生體系旗下合作農場共超過 120 家，供應國際市場各式優質蔬菜、水果及菇類產品，以銷售香港、新加坡、中國大陸等地為主。



為開拓市場，針對公司南向國際經營人才擬定菁英培訓計畫進行人才培訓。



萬生體系嚴謹生化檢驗。

複製香港經驗 建立灘頭堡

萬生體系 2016 年在香港市場蓬勃發展，建立不錯銷售實績，因此希望將香港經驗轉化為海外市場擴展的成功模組，進一步複製到其他國際市場，以建立萬生體系國際市場行銷版圖，協助國內農民團體的優質農產品有穩定外銷管道。

透過農委會科技處科技農企業輔導，輔導團隊中衛發展中心除了協助萬生將香港成功模式進行模組化，計畫還有兩大發展目標，包含一、建立亞太廊道規劃與國際形象推動：針對萬生體系國際市場開拓，擬定亞太廊道中長期發展計畫；二、體系國際經營人才培訓與養成：針對萬生體系在國際市場開發與經營人力需求，在集貨、藥篩及經營管理等方面，優先培訓國際行銷人才，配合國際經營模組建立，養成具有國際經營能量之人力。

搶攻市場 提升合作農場供貨力

在建立國際通路佈建模組方面，輔導團隊協助整合成立萬生體系國際推動小組，作為未來體系推動國際業務的整合窗口，以香港市場成功模式為基礎，運用成功經驗，歸納其推動步驟、使用手法及其他相關作法，整理出一套國際通路佈建推動成功模組，



為推銷臺灣優質農產，萬生體系積極參與相關推廣活動。

建立國際形象識別系統，萬生體系以南向市場為新舞台，積極打開國際通路。



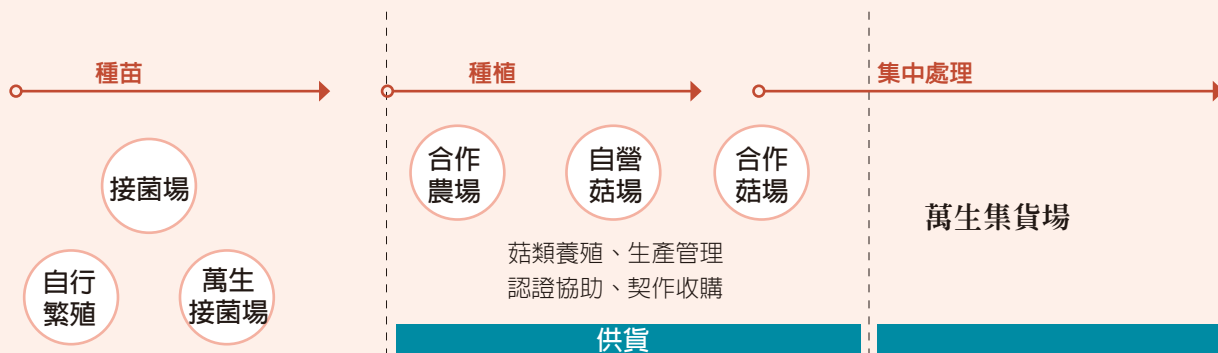
萬生體系成功拓展國際行銷通路，產品進駐新加坡、馬來西亞超市。

並配合滾動式修正機制，以便未來靈活運用於不同性質國際市場。

由於萬生體系以外銷臺灣優質農產品為經營目標，大部分農產品由合作農場供應，但多數都欠缺國際供貨標準能力，所以必須協助合作農場栽培符合國際客戶標準的農產品，以及協助體系成員具備國際經營觀念及技巧，包括對國際市場分析調查能力、通路洽談能力、國際佈展執行能力都要予以強化。

萬生體系近年來積極佈建亞太產銷市場，除了目前已合資在馬來西亞建立現代化養菇場，還將進一步著手建立亞太銷售廊道，利用合櫃固定出貨方式降低運輸成本，增加臺灣農產品在亞太市場競爭力。

產業鏈





萬生科技農業股份有限公司

電話：04-7331332

地址：彰化縣和美鎮線東路二段 567 號

產品：生鮮菇類產品、菇類加工品、生鮮蔬果外銷

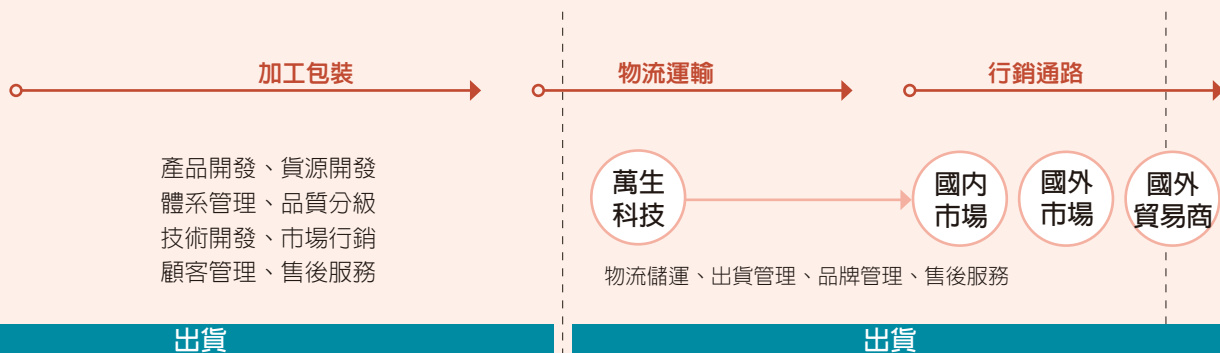
網址：www.wanshen-mushroom.com.tw

成功跨星馬 臺灣農產品牌發光

透過輔導，整體的亞太廊道規劃終發揮效用，萬生品牌透過建立國際識別及專櫃意象設置，建立國際消費者品牌認同，且可以透過品牌經營帶動臺灣優質農產品銷售，有助建立高品質國際農產品品牌形象。

萬生體系不僅成功建立起國際形象識別系統，更以南向市場為新舞台，於新加坡 NTUC 職總超市、昇崧超市及馬來西亞 AZON 超市上架，逐步擴展國際行銷通路，同時有效集結臺灣優良農產業力量，將國內優質農產品推向世界，由傳統競爭型態轉型協同合作關係，創造臺灣農產業雙贏。

萬生體系藉由各式國際經營人才訓練與養成，逐步推動亞太廊道佈局計畫。





鮮綠公司以「安心農產」為導向，並通過多項無農藥殘留的檢驗。

2017

標竿科技農企業
產業體系輔導

鮮綠農業科技股份有限公司

型塑國際精品玉米 成功進軍香港市場

透過農委會科技農企業輔導，
推動鮮綠朝向國際化發展，落實農產玉米生產與國際拓銷，
成為國際知名玉米品牌。



鮮綠公司深耕玉米產業逾 30 年，2008 年創立「鮮綠公司食品農產行」，2014 年成立「鮮綠公司農產科技股份有限公司」，2017 年更名為「鮮綠農業科技股份有限公司」，2010 年取得產銷履歷開始與農民契作，持續推動農民申請及取得履歷。

鮮綠獲得美國獨家授權「非基因改造」白色水果玉米品種，透過「鹿草雜糧產銷第一班」技術合作，在肥沃的黃金栽培區嘉南平原，種植出甜度均值 18 度的水果玉米，口感如水果般香甜濃郁、皮薄細緻、脆嫩多汁。「安心農產」是鮮綠的堅持並使用自然農法，「平價、精緻、健康、安全」為主要核心價值。

衝刺海外 提升產製流程

鮮綠體系為國內食用玉米栽種最大業者，主要由中心場供應種苗，並建議資材清單供契作戶參考，田間管理作業由農場自行運作，中心場進行監控及後端抽檢作業，未來將整合上下游供應鏈朝向一條龍式生產與銷售，並建立專業化智慧型玉米工廠，積極佈局中國、日本、東南亞與歐洲等海外市場。

在國內外市場漸重視食安及在地農產的趨勢下，對於安心農產需求量大增，加上大型通路商對於產品製程與產品品質的要求，鮮綠必須提升整體農產品產製流程以因應國際市場需求。透過農委會科技農企業輔導協助，推動鮮綠朝向國際化發展，落實農產玉米生產與國際拓銷，成為國際知名玉米品牌。

生產、品牌、通路 三管齊下

計畫分成三大面向，第一、建立符合國際水準的玉米生產體系。延續 2016 年輔導內容，契作農民遴選評鑑制度實施後的結果，經過檢討及修正措施，重新建立新的遴選及評鑑表單，並落實生產種植指導書的推動，使農民能夠遵循鮮綠生產 SOP 手冊。

目前體系大多數產品已有產銷履歷驗證，惟自採收後到清洗、加工、包裝過程尚未建立符合食安標準國際認證，配合新的自動



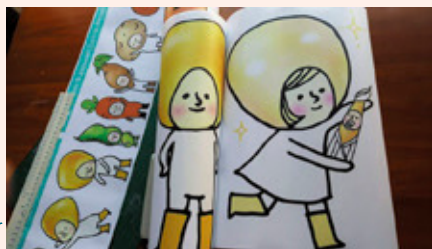
鮮綠體系主要由農場自行運作田間管理，中心場則負責監控及後端抽檢作業。



近年來鮮綠也運用智慧農業科技強化管理能量。



鮮綠透過參展積極拓展國際市場 B2B 通路行銷。



重新規劃 CI 系統，創造出企業實寶的可愛形象。



透過展覽來了解當地需求，讓鮮綠得以更加掌握市場狀況。



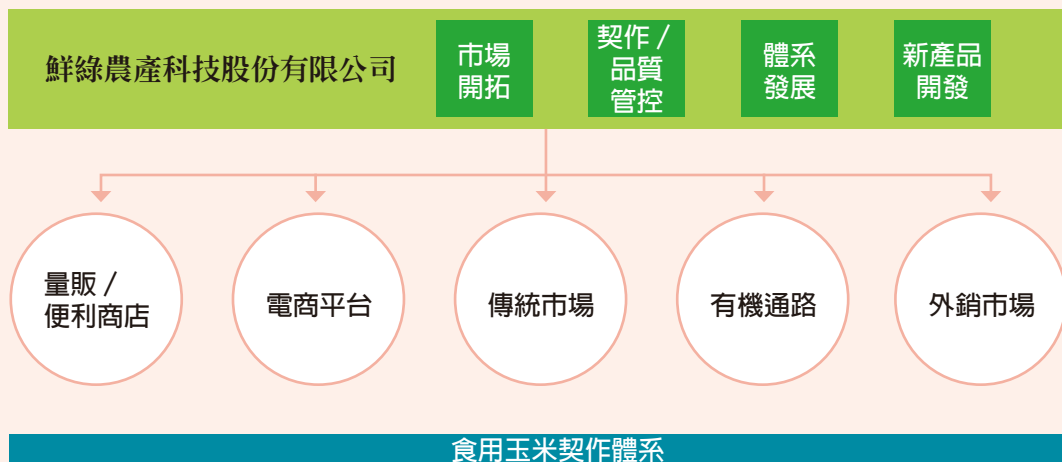
重新設計的 LOGO 選擇較為明亮的顏色，提高識別度。



產業鏈

18 個農民領袖整合 200 個衛星農場

種植





鮮綠農業科技股份有限公司

電話：05-5875656

地址：雲林縣西螺鎮振安路 59 號

產品：新鮮水果：水果玉米、甜玉米、玉米筍

即時產品：牛奶水果玉米棒、低鹽鮮甜毛豆、鮮甜牛奶水果玉米粒

網址：www.greatagri.com

加工廠啓用後，輔導鮮綠申請 HACCP、ISO22000 國際認證，以符合末端通路及消費者對食安要求。

第二、型塑國際知名品牌，深化消費者認知。為拓展國際市場，重新檢視原本企業識別系統，透過國際化 CI 系統設計規劃、國際行銷平台建置、國際形象拓展工具建置，形塑國際知名品牌，深化消費者認知。

第三、推動國際通路拓展行動方案。2016 年已針對香港市場進行初步分析，發展藉由代理商或貿易商代理產品進口，或藉由品牌商自行出口策略，以進入當地 B2C 通路（連鎖超級市場或高端超市）和餐廳通路，2017 年則據以落實推動媒合代理商或品牌商洽談及推動實質合作。



鮮綠以國際行銷視野修正既有 CI 系統，提高在國際市場品牌識別度。

全新LOGO 打造農產精品

鮮綠藉由重新設計品牌 CIS，選擇較為明亮 Tiffany 藍做為新 LOGO 色彩，提高國際市場品牌識別度，形塑臺灣農產精品印象，同時優化網站，增加英、日文網頁及導入網路金流系統，提升銷售通路及營業額。

運用 2016 年香港市場拓展策略，成功與代理商和餐廳合作，鮮綠會將策略複製於新加坡市場，測試市場接受度。另外，藉由積極參加國內外展覽了解當地需求，回饋資訊後續可供種植計畫參考，及擬定國際市場策略行銷。





自然綠洲契作農民高達百位，品項多達上百種，為高雄地區最大截切包裝場。

2018

國際化跨域
整合輔導

自然綠洲國際有限公司

生產管理標準化 獲利才能極大化

透過農委會科技處科技農企業輔導，
中衛團隊建議自然綠洲從軟體 E 化著手以精簡人力，
並將生產標準化、建立 SOP、改善進出貨管理流程。

自然綠洲國際有限公司於 2014 年成立，從事果菜收購、截切與包裝，契作農民高達百位以上，品項也多達上百種，為高雄地區最大截切包裝場。為幫助農民有穩定合理收入，將果菜運銷工作進行轉型，將產品品牌化、精品化，大舉進攻超市體系。

自然綠洲產線符合 HACCP 與 ISO22000 國際相關規範，產銷履歷與有機蔬果占總出貨量達 85%，確保食品安全，同時將社場內過剩的蔬菜做成冷凍蔬菜，以降低農民損失，使農戶能夠專心栽種，無需為生計擔憂，目前出口至新加坡、加拿大、日本等國家，2017 年自然綠洲成為全臺第一家獲得公主郵輪認證的供貨商。



每日檢驗農產品以確保品質無誤，是自然綠洲標準 SOP 流程。



為確保農產品的品質，檢驗工作成為關鍵一環。



導入輔導計畫後，自然綠洲開始加入品質保證體系，包含檢驗農產品進貨點收與品質檢驗。

通路擴增 挑戰增加

自然綠洲開始供給產品予大型超市，以取得穩定、大量訂單後，每天要處理 300 多間超市訂單，還有連鎖超商、大賣場、飯店等高端通路。然而，當通路打通、訂量變大時，每天收單、驗貨、處理原物料、包裝、出貨等工作量也大幅增加，逐漸出現人力負荷過重、錯誤率增加的情形。

自然綠洲現有產品以向農民收購為主，產品未符合規範比例高，需透過人工挑選，使得整體成本提高，且自然綠洲日進近百種品項，又區分成履歷、有機和慣行，產品品項與來源眾多，不易掌握，記錄也容易出錯；外銷部分，則面臨外銷追溯記錄無法呈現，整體流程急需改善，外銷歐洲船運時間長導致的蔬果新鮮度保存問題，都是業者希望解決的重要課題。



產品順利進駐連鎖超市後，
流程標準化為自然綠洲一大
課題。

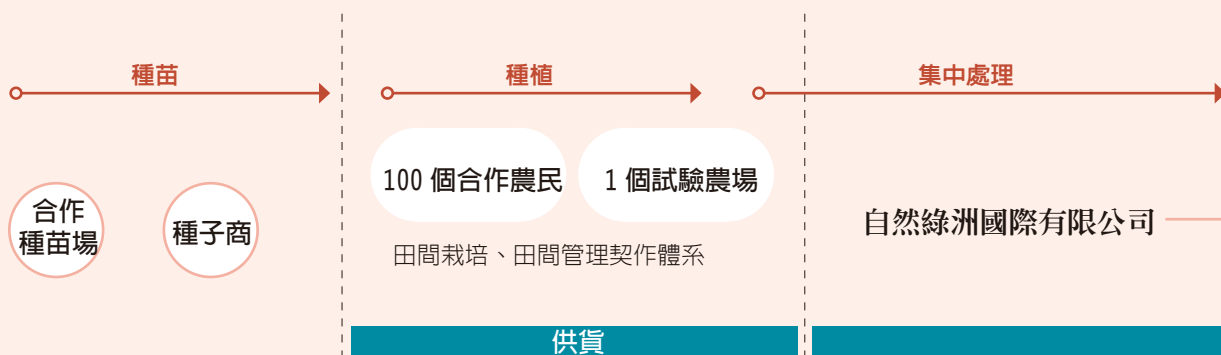
軟體E化 提升效率

透過農委會科技處科技農企業輔導，中衛團隊建議自然綠洲從軟體E化著手以精簡人力，並將生產標準化、建立SOP、改善進出貨管理流程，以降低人為出錯的機率，同時將精簡後多餘的人力，用在強化更需要關注的產地控管、擴增通路等處。

本次輔導以目前使用量最大的青花菜為示範作物，作為未來體系成員進行作業標準化依據，統一整體品質並增進單位面積產能；建立田間契作管理制度，制定品質標準書、QC檢核表。並且透過契作農民遴選及評鑑機制，遴選優良契作農民，提升外銷吞吐產量，更有助公主郵輪以及銷往國外訂單，增進外銷實力。

計畫也協助自然綠洲規劃新加工廠的IQF（Individual Quick

產業鏈





自然綠洲國際有限公司

電話：07-6966160

地址：高雄市路竹區永華路 18 之 8 號

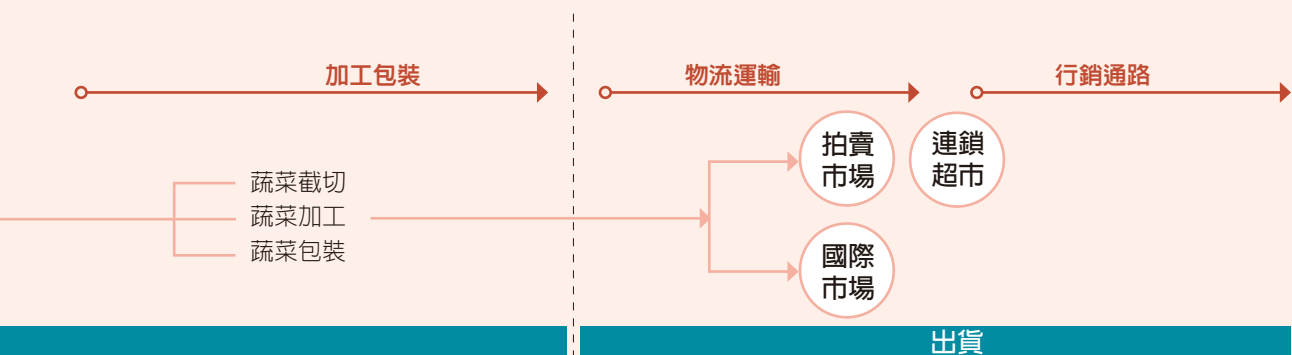
產品：果菜收購、截切與包裝

Freezing) 急速冷凍系統流程，瞭解青花菜在田間如何降低田間熱，未來可結合 IQF 技術來開發冷凍青花菜等加工產品，為打入歐洲市場做準備。

強化實力 導入創新思維

顧問除了提出建議，還提供跨領域資源媒合，協助自然綠洲找到最能符合現階段需要的 E 化資源與支援，以解決燃眉之急。自然綠洲過去一直專注於農產品運銷的專業領域，對電子 E 化接觸不多，可以找到的資源與支援也相對薄弱，亟需專業團隊協助引進外部資源，導入 E 化精簡人力雖無法一步到位，立刻看到效果，但找到問題核心及改進方向，是自然綠洲改造核心。

除了 E 化，在計畫輔導下，自然綠洲更將針對未來供貨至國外的產品，以多語言方式溯源至臺灣產地，並對接自然綠洲的溯源系統，包含包裝、截切的控管與整體流程，都可在 QR Code 中一目了然。





阿丹果菜生產合作社具有高水準加工技術，為產業領頭羊。

2018

國際化跨域
整合輔導

保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社

導入科技化智慧生產技術 建立臺灣竹筍產業新典範

農委會科技處科技農企業輔導，
協助阿丹體系完善加工廠生產管理流程，
同時也協助國際市場的行銷開拓能力及佈展機制。

竹筍加工也能冒出頭，2014 年成立的「阿丹果菜生產合作社」，以「日茂竹筍」作為品牌行銷，共有 64 位社員，共同種植綠竹筍、桂竹筍等，合作社運用高水準加工技術，在不添防腐劑也能封存竹筍新鮮滋味的情況下，讓更多嗜筍人一年四季都能購入仿若現採的各類竹筍。

阿丹合作社整合上游小農，以具規模經濟，開發具特色農產品及調理食品，提高產品附加價值，及提供國內外市場穩定供應量。為強化國際市場開拓及經營能力，今年度特別結合國內優質

農業體系，共同佈建國際行銷通路，針對東南亞市場包括香港或新加坡，進行聯合行銷體系輔導推動。

通盤思考整合 轉型現代加工廠

阿丹合作社的竹筍依照外觀、筍形、大小及品質等標準，精細分為一到七級，每種規格、品種都有相對應的加工方式和包裝，導入科技化的生產技術，留存每吋鮮筍原味。不過以往蓋加工廠時，往往是「做到哪、蓋到哪」，缺乏通盤規劃及整合，因此，合作社希望提升廠房水準、生產環境，做出符合國際規範的品質，未來更有利於出口外銷。

不只品質達標，針對製程、工作環境，阿丹合作社持續思索進步之道，透過農委會科技處科技農企業輔導計畫，由中衛發展中心協助改善，包括加工食材前處理、建立部門規範和引進不同設備等，將新穎科技設備及創新理念成為後盾，為邁向現代加工廠再添火力，完成穩定產品供需、提高效率、降低經營成本等目標，以提升競爭優勢。



阿丹在製程落實精實管理、建立部門規範，以及預冷機制建立等，提升生產品質。



阿丹透過提升廠房水準與生產環境，做出符合國際規範品質，有利出口外銷。



透過計畫輔導，阿丹目標設定提升廠房水準，多管齊下一舉推升競爭力。



預冷設備可提升產品品質。

阿丹的竹筍依照外觀、筍形、大小及品質等標準，精細分為一到七級。



頂級去殼綠竹筍。



阿丹通路以國內連鎖超市為主，占比6成。

三招出擊 打開通路及產能

計畫依據三個構面推動阿丹合作社拓展南向市場通路佈局與生產提升，包括提升國際加工生產能量、國際市場展售機制建立，及東南亞市場規劃與推動。

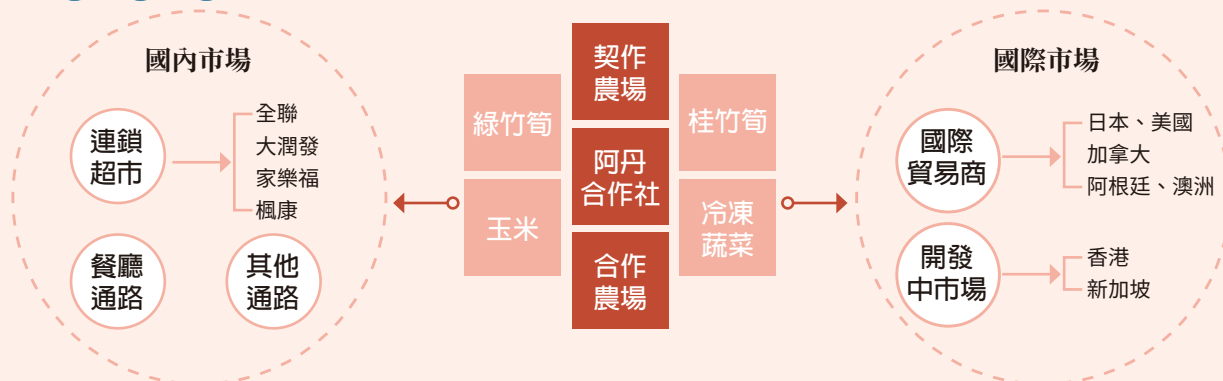
阿丹合作社以往沒有建立國際生產規範，所以筍農沒有依循標準，合作社必須收購更多數量來因應國際市場需求，計畫協助建立國際生產規範、建立獎金制度，盤點診斷加工流程，導入精實管理，降低流程損耗，減少生產成本，增加外銷競爭力。

阿丹合作社現有通路以國內連鎖超市為主，大約占比60%，外銷市場包含日、美、加、阿根廷、澳洲等，占約40%，透過計畫規劃海外國際展售參展流程及建置行銷推廣工具，協助阿丹合作社迅速建立與客戶連結；重新規劃識別系統，以健康、安全及科技形象重新出發，與其他國家低價、低品質市場，進行有效市場區隔。



綠筍茸。

產業鏈





保證責任台灣區 阿丹果菜生產合作社

電話：05-5969968

地址：雲林縣斗南鎮阿丹里 14 鄰阿丹 5 之 8 號

產品：常溫軟袋竹筍產品

網址：www.rimaobambooshoot.com.tw

積極搶攻海外市場 開拓臺灣竹筍能見度

現在，阿丹合作社已成功進軍菲律賓市場，加拿大市場也已經上架販售，其他市場正陸續訪廠洽談中，積極讓臺灣竹筍攻下海外華人市場。輔導團隊也進一步幫助阿丹合作社強化國際經營模式，讓他們持續提升生產能量、建立國際市場展售機制，未來可望規劃前進東南亞市場。

阿丹合作社將過去的竹筍加工經驗延伸至產地，並同步優化生產、加工設備及產銷流程，讓臺灣竹筍加工產業更進一步，從一級邁向二級，將田間知識轉化成科技農企業根本，一支支冒出土的鮮筍將在競爭市場冒出頭，開拓臺灣竹筍能見度。



優化生產、加工設備及產銷流程，阿丹讓臺灣竹筍加工產業更進一步，開拓國際市場能見度。



皆展為國內知名溫室設備商，
積極拓展國外市場。

2018

國際化跨域
整合輔導

皆展有限公司

脫胎換骨聰明溫室成MIT精品代表

中衛輔導團隊展開企業組織架構調整，
透過軟硬兼施，重新調整企業體質，
為邁向國際市場做好準備。

成立於 1995 年的皆展有限公司，為國內知名溫室設備商，因有優良溫室設備及搭設技術，國內訂單滿檔，甚至排到隔年。皆展核心價值在於擁有專業的溫室設計規劃技術人員，為客戶量身打造出客製化溫室設施，且搭配相關設備如環控系統及滴灌系統等，發揮溫室最大效能。

皆展整合設計適合東南亞氣候溫室，及一年四季皆可自動化生產的自動化溫室，能讓產值最大化。近期發現國內溫室設備市場可能面臨飽和，因此積極透過國外參展拓展市場，國外客戶詢問度也很高，希望臺灣的農業耕種技術能搭配溫室設備，整廠輸出。



為協助提升海外業務量能，輔導計畫特別著重皆展人員培訓及外包施工的管理制度。



皆展累積海外供應鏈合作經驗，配合輔導計畫，調整體質及企業組織再造。



皆展對於溫室結構設計與材料、工法的掌握游刃有餘，目前也積極整合相關領域產業。

組織再造 準備躍升國際企業

農業國際市場競爭激烈，臺灣溫室產業不能再走削價競爭，須改打品質及技術牌，找到優勢是當務之急。由於海內外業務快速成長，須同時調整公司內部組織與人員能力及建立外包施工的管理制度，透過農委會科技處科技農企業計畫，中衛輔導團隊展開企業組織架構調整，透過軟硬兼施，重新調整企業體質，為邁向國際市場做好準備。

除了調整企業組織架構，業務部門導入 ERP 系統，進而提升經營效率，顧問對於整廠輸出所需進行的規格化也予以明確定義規範，協助盤點外包施工班與皆展公司配合流程，建立管理表單並落實管理制度。此外，釐清各接單到出貨的作業程序，導入專業工業級廠區管理也在輔導任務之列。



皆展由傳統家族企業轉型為分層授權管理公司，氣象煥然一新。

因有優良溫室設備及搭設技術，皆展可就溫室結構及零組件加以重新設計。



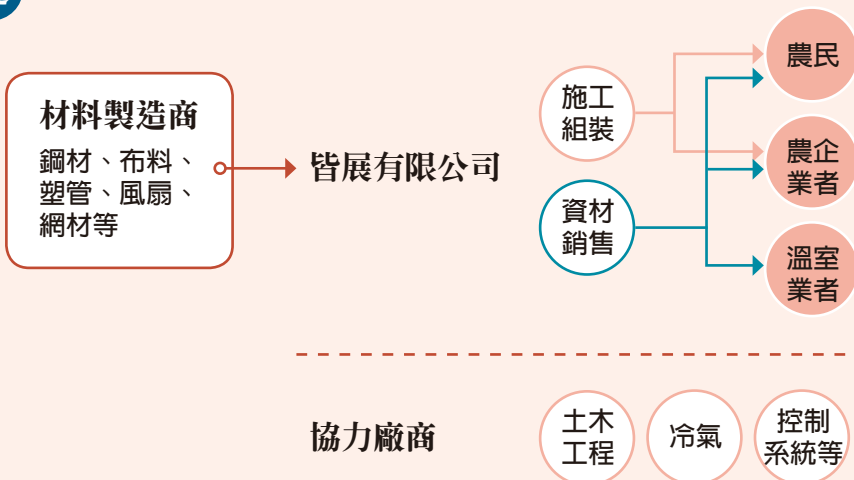
南向啓航 佈局越南蘭花市場

國內溫室設備市場終究會飽和，皆展積極開拓海外市場，延續2017年輔導內容，與玉沙合作在越南建置蝴蝶蘭養殖場，2018年度著重尋找越南供應商，累積海外供應鏈合作經驗，未來還將運用越南經驗，拓展至東協市場。

本計畫鎖定越南市場展開評估，透過越南蘭花市場研究調查報告，瞭解越南的蘭花進出口需求皆穩定成長，為保持蘭花品質，當地對溫室需求也愈趨成長，因此協助皆展建立越南場供應體系廠商名單和完整供應鏈體系。

另外，以全新 CIS 進行網站改版設計，增加網站選單功能，加強國際應用，提升國際品牌形象，讓皆展對外整體意象更加完整一致。

產業鏈





皆展有限公司

電話：05-3773248

地址：嘉義縣新港鄉中洋村中洋路 136 號

產品：溫室設備

網址：www.jjgreenhouse.com

輔導團隊支持下 展開新氣象

經過裡外翻新，調整體質及企業組織再造，皆展由傳統家族企業轉型為分層授權管理公司；導入 ERP 系統，落實公司內部作業資訊化，正確產出財報；統一外部施工品質，建立皆展施工口碑，並導入 5S（整理、整頓、清掃、清潔、教養）工作環境現場管理法則下，讓器具與材料有條不紊，分門別類地加以置放管理，使皆展氣象一新。

溫室包括結構、披覆體、排水系統、環境控制與灌溉系統，涉及電子、生物科技、金屬、塑膠與水系統等領域或產業，皆展除了就溫室結構及零組件加以重新設計，對材料與工法有更多掌握且積極整合。在持續深耕越南市場下，有機會透過越南作為前進東協跳板，成為溫室國際品牌。



皆展在越南建置蝴蝶蘭養殖場，後續計畫逐步拓展至東協市場，開發新版圖。



台霖具備蝴蝶蘭育種到開花株的一條龍生產能力。

2019

國際化跨域整合輔導
成熟型

台霖生物科技股份有限公司

運用知識管理及創新技術 發展蝴蝶蘭產業

建置重複使用佈展工具，以塑造台霖品牌識別印象，
並強化國際展銷技巧，開拓國際市場通路。
透過營銷管理資訊系統的串接，精準掌握市場資訊。

台霖生物科技股份有限公司成立於 1997 年，將蘭花栽培技術結合生物科技，以生產大花系蝴蝶蘭為主，年產量約 700 萬，自有的測試品種約達 200 種，除了供應蝴蝶蘭瓶苗、大、中、小苗及開花株，也提供病毒檢測技術、組培苗代工及代客尋花服務，為顧客提供具有競爭力的蘭花苗株。

台霖以成為臺灣最現代化的國際級蝴蝶蘭生產公司自許，積極進行技術升級，包含檢測技術、萃取技術、病毒防治技術及多肉植物繁殖技術，以確保生產技術領先及產品多樣化，是第一家

將蘭花栽培技術結合生物科技公司，目前已有越南分公司及美國、日本、歐洲等據點，將陸續結合海外貿易商，積極開發新興國際市場。

精進計畫診斷分析 替未來做準備

台霖目前已建立海外分公司和合作蘭場，但海外相關分公司或蘭場目前尚未建立管理系統，無法即時且準確掌握相關產銷資訊，造成管理上很大問題，須建立海外分公司資訊管理系統，幫助及時掌握集團、國際市場資訊，以及臺灣總公司，進行分析及國際佈局。

從傳統農業轉型企業化經營的台霖，為創造營運高峰，須針對生產、管理、行銷及營運做診斷盤點，進行精進計畫及教育訓練，建立國際行銷及佈展模組，以確保形象一致化及降低展售成本，更要提升中高階主管經管能力，確保未來上市前置準備。爰此，台霖透過農委會科技處科技農企業輔導，由中衛發展中心顧問協助進行改善。



台霖將蘭花栽培技術結合生物科技，以生產大花系蝴蝶蘭為主。

結合產官學研等多方領域，台霖透過不斷持續提升研發技術，維持技術領先的優越地位。



研發能量再提升 確保技術領先地位

在解決國際資訊管理部分，輔導開發國際資訊管理系統，先在尚未有資訊管理系統的越南分公司試行導入，之後再進行海外分公司與台霖中心場資訊串接，讓產銷資訊同步。

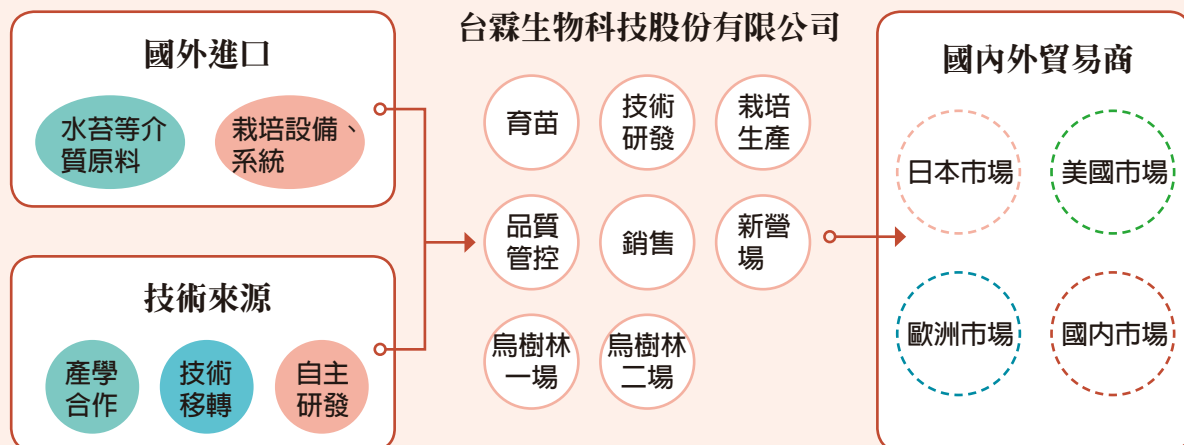
台霖長期以來以技術能量領先為優勢，為維持此一優勢，除本身研發能量提升外，另透過輔導結合產官學研的技術與能力，確保技術領先，包括導入新型蘭花藥劑開發、進行蘭花藥劑量產評估及蘭花萃取技術升級建置等。

為進一步擴展台霖國際市場與佈局，建立國際品牌形象，計畫輔導建立行銷及布展模組，以確保形象一致化及降低展售成本，包含建立重複使用佈展工具、辦理國際佈展教育訓練，並針對中高階主管進行經營管理能力提升。

國內外資訊同步 有效即時資訊掌握

輔導前，台霖海外分公司尚未建立資訊化管理系統，總公司因無法同步掌握產銷資訊，容易有誤差且無法即時進行營銷修正；尚未建立與學校系所合作研發蘭花藥劑及多肉植物的管理機制；國內外參展使用一次性佈置，成本較高，造成資源浪費。

產業鏈





台霖生物科技股份有限公司

電話：06-6582000

地址：臺南市新營區太南里舊廨 80 號

主要產品：以生產大花系蝴蝶蘭為主

網址：www.okis.com.tw

輔導後，台霖總公司與海外衛星場資訊可同步，方便中心場有效掌握體系營銷即時狀況，提升生產及行銷決策速度與能量；新型蘭花藥劑可防治多種蘭花病毒影響，有效提升臺灣蘭花生產品質與數量，萃取技術可開發新的蘭花生技產品，創造更多元產品及服務。

透過重複型佈展工具有效降低國際參展成本，可節省更多經費作為其他行銷使用，創造更多市場通路機會；企業主管幹部群教育訓練，提升管理技巧，可提升管理效率、強化主管對公司向心力，加強公司經營能量。



從傳統農業逐步轉型企業化經營，透過輔導計畫，台霖從生產、管理、營運一次全方位盤點。



芳源農牧採種鵝育種及肉鵝生產一貫化生產模式，榮獲多項全國第一。

2019

國際化跨域整合輔導
成長型

芳源農牧科技有限公司

智慧鵝舍監控科技養鵝更有效

農委會科技處輔導芳源建立鵝舍環境監測控制系統，即時掌握數據，
養殖危機處理培訓，建立分析運作機制，
建立數據管理和可視化管理。

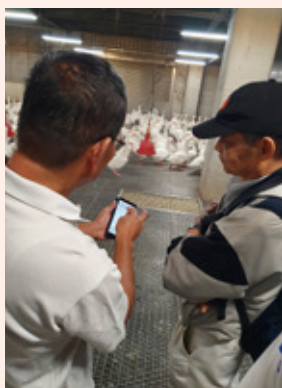
芳源農牧負責人是被譽為雲林「高科技鵝王」的神農獎得主吳祥斌，不僅利用電腦記錄鵝隻生產資料，以用來分析成本及產能，更開發「光照環控水簾式種鵝舍」調節產期，使鵝隻市場供需平衡，將早期採遊牧式的養鵝產業帶入現代化管理模式。

芳源農牧採種鵝育種及肉鵝生產一貫化生產模式，為國內首家符合 ISO22000 和 HACCP 食品安全管理系統，及第一家符合歐盟食品安全管理系統認證的水禽畜牧場，成功外銷鵝肉至日本，使臺灣成為全球第一個鵝肉出口國家，並建立自家品牌「神農牧草鵝」品牌，為總統國宴指定產品。

用經驗法則飼養種鵝 缺乏標準化及數據參考

芳源長期應用經驗法則飼養種鵝，無法預估實際現場狀況，鵝舍目前尚未設置溫度、濕度、風速等環境感應監控設備，故無法即時掌握飼養空間環境數據；員工程度參差不齊，容易造成鵝舍環境監控系統操作的差異；鵝舍已有導入產蛋監視系統，但尚未與環境監控等數據結合，缺乏總體生產面商情數據作參考。爰此，芳源透過農委會科技處的科技農企業輔導資源，由顧問協助改善上述問題。

中衛發展中心以改善上述課題為輔導目標，包含鵝舍環境監測控制系統，即時掌握溫濕度與風速等數據；養殖環境危機處理培訓，建立商情分析運作機制，分析鵝舍產蛋及銷售資料，透過經管制度強化數據分析措施，建立數據管理和可視化管理。



科技化養殖是第一步，芳源強化員工生產管理，提升管理效率。



芳源畜牧場將早期採遊牧式的養鵝產業帶入現代化管理模式。



透過建置監控環境功能，管理人員可即時掌握鵝舍各項數據，精準做出決策判斷。



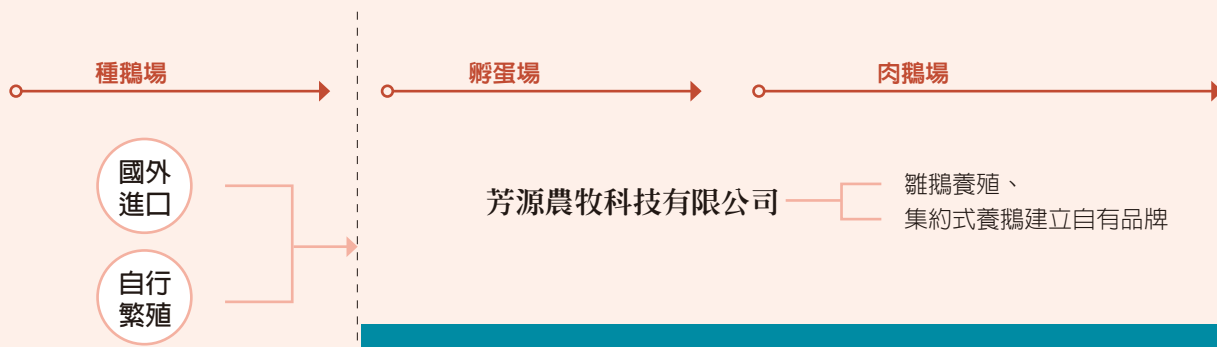
芳源農牧科技是畜試所「智慧型鵝產蛋辨識系統」首名技轉業者。

透過建立數據管理 即時掌握鵝舍各項即時動態

輔導前芳源的鵝舍未設置溫度、濕度、風速等環境感應監控設備，管理人員無法即時掌握飼養空間環境數據；員工程度參差不齊，操作鵝舍環境監控系統時也容易產生差異；產蛋監視系統尚未與環境監控等數據結合，導致數據取得不夠完整。

透過輔導計畫協助，芳源完成建置具監控環境功能，如溫度、燈光等參數設定的智能型種鵝舍，可遠端收集相關環境資料及回報異常訊息，方便即時掌握鵝舍各項數據，提高管理效率及精準做出決策判斷。並且導入風險危機處理培訓，強化員工生產管理，具備現場數據分析解讀及決策判斷能力；將鵝舍產蛋及銷售資料進行商情分析，協助芳源進行計畫生產及生產管控，更可以有效掌握種鵝產蛋趨勢現況。

產業鏈





芳源農牧科技有限公司

電話：05-7871656

地址：雲林縣四湖鄉保長湖路 202 號

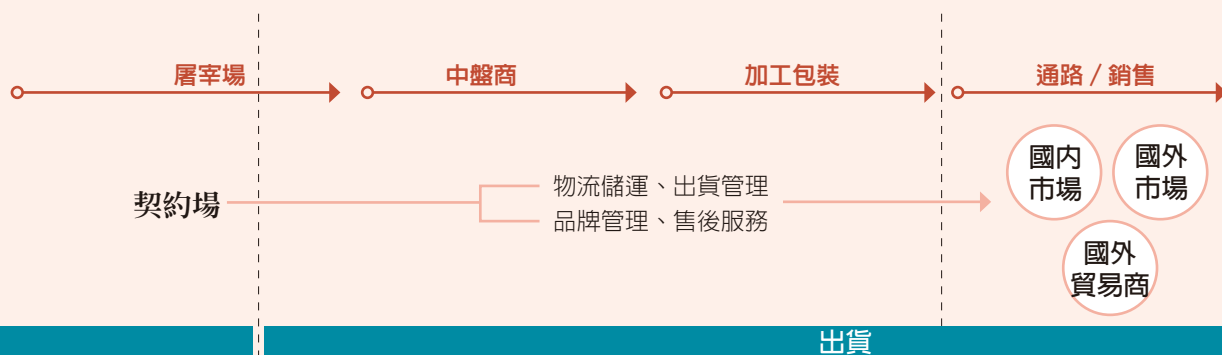
產品：種鵝、肉鵝、鵝肉加工品

網址：www.goose.tw

不斷精進鵝肉養殖技術 將臺灣推至國際舞台

芳源所生產的鵝肉，不僅於這幾年於國內外各大食品展參展，更在 2006 年將臺灣鵝肉推向國際舞臺，外銷至日本，成為全球第一個鵝肉出口國。公司以高品質鵝肉，少量精緻產品進軍國際市場，藉由參加國際食品展模式提高企業與品牌曝光度，以日本東京食品展展售為渠道，藉此增加與當地通路業者合作機會。

在家禽養殖領域，芳源運用物聯網整合與大數據分析技術，串連領導廠商產銷需求，研發養殖環境智慧感測元件等先進自動控制系統，建構具自動辨識功能之繁養殖智能模場化養殖設施，進行健康優質產蛋鵝隻的培育與養成，協助傳統家禽養殖業朝向生產自動化、管理智能化科技化發展，提升生產效率。芳源農牧希望最終能以整廠模式，將整套生產管理方式推廣給其他業者，使智能化養殖成為未來臺灣養殖業主流。





農友以精湛種子生產技術，嚴格的種子品質管制，確立種苗事業新形象。

2019

國際化跨域整合輔導
成熟型

農友種苗股份有限公司

種源管理優化 育種研發升級

農委會科技處輔導農友重新設計貯放包裝，設計倉儲儲位管理，規劃導入條碼式管理系統，進行種子進銷存運作管理，及建置種原作業流程，完整育苗作業管理流程。

農友種苗公司成立於 1968 年，主要從事創造園藝新品種，研究種苗新技術，生產優良種苗，開發種苗資材以促進園藝事業發展。農友具精湛種子生產技術，嚴格種子品質管制，不但所生產的種子品質優良可靠，信譽卓著，確立種苗事業新形象，為臺灣蔬菜品種推進至第一代交配品種的時代。

臺灣農友為種原研發中心，生產純系父母種，並進行 F1 子代培育，由國外契作戶生產種子，採收後輸臺灣進行品質管控、包裝，再輸出到當地市場銷售。農友行銷國際達 30 餘國，以蔬果類種子來說，農友為全球前五大，在國際化進程上已具有相當規模。



智能化系統建置，可確保種原庫保存種籽的品質與效期。



種原研發後，農友交由國外契約戶生產種子，採收後輸回臺灣進行品質管控、包裝，再輸出到當地市場銷售。



農友種苗以臺灣為基地，作為種原研發中心。

改善作業流程 導入完整管理制度

為使農友能持續維持國際競爭力，同時擴大國際市場版圖，中衛顧問協助農友檢視現有發展課題，發現下列幾點亟需強化改進：種原需定期發芽檢定，現有包裝不利操作，影響存活率；儲位配置未最佳化，人員撿料時間過長；種原庫管理流程不盡完善，缺乏合適 SOP 流程。

「改善世上窮苦農民生活」是農友重要核心信念，因此公司願意持續投資於種子研發，為使此一信念能夠堅持並發揚，本計畫輔導推動以公司治理為主軸，輔以品質制度、條碼管理、追溯管理等主題，以達到重新設計貯放包裝，便利發芽率檢測；設計倉儲儲位管理，減少管理人員花費時間；規劃導入條碼式管理系統，進行種子進銷存運作管理，及建置種原作業流程，完整育苗作業管理流程。

二代智能管理系統 大幅加速研發進程

依據上述目標，顧問首先進行農友種子存取歷史數據、庫存盤點資料整理，依據彙整後的資訊進行種子類型需求空間分析與預



農友種苗董事長陳龍木帶領下，農友放眼全球市場，已行銷國際 30 餘國，具相當規模。

各式瓜類種苗也是農友的主力商品之一。



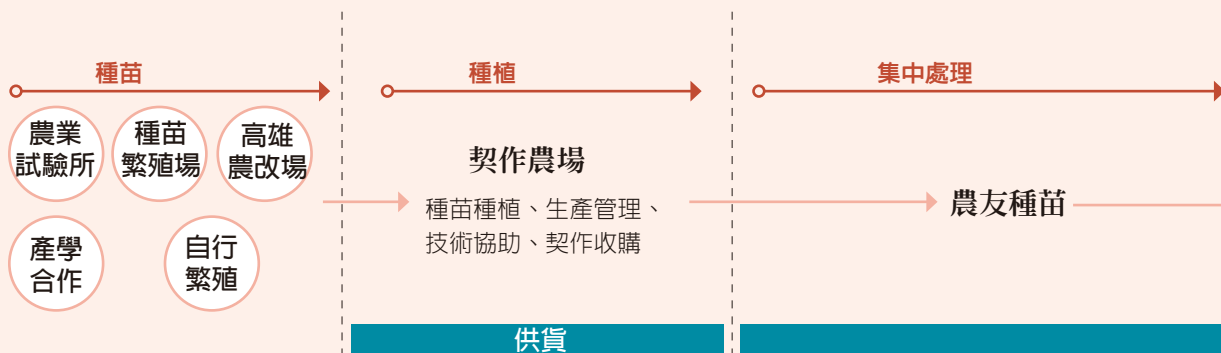
測，規劃彈性倉儲空間設計。接著進行貨架櫃位區隔規劃與作業設計，包含儲架空間櫃位彈性配置分析、種子包裝與櫃位改善後的作業設計，及撿種作業流程模擬與實作驗證。

依據倉儲自動化與智慧化作業精神，發展種原庫二代揀貨排程智能系統，加速育種研發的速度、揀選正確性及降低人員於冷藏庫逗留時間，確保種原庫保存種籽的品質與效期。

空間規劃再配置 追求工作效率極大化

農友過去以固定式儲架儲放種子，空間利用效益不足且降低揀種作業效率；種原庫內揀種作業依據批次排定方式，以人工核對方式逐筆作業，耗費很多作業時間；第一代管理作業系統在系統架構、資料庫結構設計已無法滿足公司成長需求。

產業鏈





農友種苗股份有限公司

電話：07-6519668

地址：高雄市大樹區竹寮路 114-6 號

主要產品：蔬果種子育種、生產與銷售

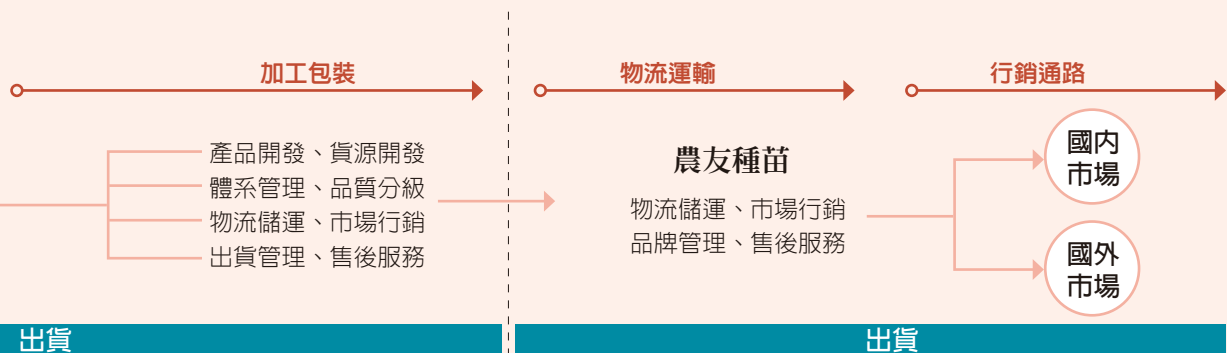
網址：www.knownyou.com

透過農委會科技處科技農企業輔導，重新規劃彈性倉儲空間，使種原庫空間配置更符合需求，改善倉儲空間進出動線；設計出符合工作人員使用的專用工具，降低外部干擾；強化櫃位層架設計，提升種原庫工作人員工作效率。

藉由導入揀貨排程智能系統，可有效提升父、母親本的揀選規劃，加速育種研發速度；透過重新規劃種原庫管理系統，使管理功能符合新世代管理需求；配合業務部門營運資訊整合分析，使種原研發管理對公司國際化活動支援有乘數效果。



農友種苗今年邁入 53 年，不斷研發精進，創造生產端、消費端及種子的需求。



2017年

輔導業者聯絡資訊

鮮綠農產科技股份有限公司

地址：雲林縣西螺鎮振安路 59 號

電話：05-5875656

網址：www.greatagri.com

東晟水產有限公司

地址：嘉義縣義竹鄉義竹工業區義工三路 3 號

電話：05-3427475

網址：www.toseifish.com

嘉豐海洋國際股份有限公司

地址：高雄市小港區永光街 5 號

電話：07-8017728

網址：www.gallant-ocean.com

萬生科技農業股份有限公司

地址：彰化縣和美鎮線東路二段 567 號

電話：04-7630332

網址：www.wanshen-mushroom.com.tw

欣樺種苗貿易有限公司

地址：臺南市仁安路 88 號

電話：06-2450722

網址：www.singflowseed.com

綠地生產合作社

地址：屏東縣高樹鄉南華村世一路 100-5 號

電話：08-7959272

網址：greenlandflora.com.tw

皆展有限公司

地址：嘉義縣新港鄉中洋村中洋路 136 號

電話：05-3773248

網址：www.jjgreenhouse.com

歐亞茶人國際股份有限公司

地址：臺北市中正區金門街 34 巷 7 號 5 樓

電話：0911-318529

網址：teafolkstw.weebly.com

農悅生態科技有限公司

地址：新北市板橋區信義路 54 巷 49 號

電話：02-26870259

芬芳烹材股份有限公司

地址：新北市樹林區武林街 9-6 號

電話：02-26851040

網址：fenfang.com.tw

沛芳綜合有機農場

地址：桃園市平鎮區新安里東光路 228 號

電話：03-4508922

網址：www.facebook.com/peifang2000

新榮義碾米工廠

地址：彰化縣和美鎮中園里東興路 72 號

電話：04-7353748

品創科技製造股份有限公司

地址：宜蘭縣頭城鎮拔雅路 20 之 1 號

電話：03-9770657

網址：www.6umami.com

旺山休閒農場

地址：宜蘭縣壯圍鄉新南村新南路 107 之 7 號

電話：0932-088992

網址：www.pumpkinfarm.tw

山天科技開發有限公司

地址：高雄市橋頭區樹德路 67 號

電話：07-3706737

有限責任臺東縣橄欖葉合作農場

地址：臺東縣東河鄉尚德村前寮 71 號

電話：089-89252

春發成實業有限公司

地址：屏東市明正里天津街 1-1 號

電話：08-7338787

網址：www.facebook.com/taiwan.pinupig

北斗鎮農會

地址：彰化縣北斗鎮新政里光復路 189 號

電話：04-8884156

網址：ptfa.org.tw/front/index.php

萬金畜牧場

地址：屏東縣萬巒鄉營區路 1 巷 99 號

電話：08-7836370

網址：www.rockg.tw

樹王生物科技股份有限公司

地址：臺中市北屯區文心路三段 447 號 29 樓

電話：04-22932555

網址：treekingtemp.weebly.com



2018年 輔導業者聯絡資訊

自然綠洲國際有限公司

地址：高雄市路竹區永華路 18 之 8 號

電話：07-6966160

保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社

地址：雲林縣斗南鎮阿丹里 14 鄰阿丹 5 之 8 號

電話：05-5969968

網址：www.rimaobambooshoot.com.tw

峰漁股份有限公司

地址：屏東縣長治鄉園西一路 3 號

電話：08-7620107

網址：www.fongyuco.com

農友種苗股份有限公司

地址：高雄市大樹區竹寮路 114-6 號

電話：07-6519668

網址：www.knownyou.com

德島實業有限公司

地址：新北市汐止區中興路 86 號 2 樓

電話：02-26919966

網址：www.seafood.tw

鮮物本舖

地址：新北市貢寮區美灩山街 65-3 號

電話：0980-868608

網址：www.nicestore.com.tw

臺灣鹿茸生物科技股份有限公司

地址：臺南市七股區後港里港東 86-7 號

電話：0987-282321

網址：www.twantler.com

東藻生技股份有限公司
地址：花蓮市華東路 15 號
電話：03-8232468
網址：www.egbc.com.tw

苗栗縣公館鄉農會
地址：苗栗縣公館鄉館東村大同路 266 號
電話：037-225212
網址：www.kkfa.org

嘉振企業有限公司
地址：臺南市佳里區博愛街 60 號
電話：06-7225126
網址：www.mrsesame.com.tw

2019 年 輔導業者聯絡資訊

丸順農業科技股份有限公司
地址：雲林縣二崙鄉楊賢村竹圍路 5-2 號
電話：0972-368028
網址：www.facebook.com/
田匠物產 -870220416438091

迴鄉有機事業股份有限公司
地址：苗栗縣通霄鎮中正路 243 號
電話：037-765689
網址：www.oneearth.com.tw/rice

芳源農牧科技有限公司
地址：雲林縣四湖鄉保長湖路 202 號
電話：05-7871656
網址：www.goose.tw

台霖生物科技股份有限公司
地址：臺南市新營區太南里舊廨 80 號
電話：06-6582000
網址：www.okis.com.tw

2020 年 輔導業者聯絡資訊

冠辰蘭業有限公司
地址：臺南市後壁區長安里烏樹林 432 號
電話：06-6856236

泓良食品股份有限公司
地址：屏東縣新園鄉新園村媽祖三巷 175 號
電話：08-8691959
網址：www.hornliang.com.tw

蜀隆花卉股份有限公司
地址：屏東縣新埤鄉萬隆村萬安路 107-20 號
電話：08-7972486
網址：zh-tw.taiwan-orchid-nursery.com

魚之達人水產股份有限公司
地址：高雄市林園區西溪路 193 巷 5-9 號
電話：07-6411555
網址：store.oceanesh.com

鉅景食品企業股份有限公司
地址：嘉義縣朴子市大鄉里 1113 號
電話：05-3623520
網址：www.drbeef.com.tw

天時福冷凍食品股份有限公司
地址：高雄市彌陀區光和路 168 之 3 號
電話：07-6107405
網址：tsf-fishery.com.tw/ch

保證責任高雄市芳境果菜運銷合作社
地址：高雄市旗山區旗南三路 232 之 16 號
電話：07-6651437
網址：www.yuherpau-litchi.com

新豐碾米工廠

地址：屏東縣新園鄉仙吉村仙吉路 225 號

電話：08-8681796

網址：www.ainfang.com.tw

保證責任屏東縣高樹鄉大埔

農產品生產合作社

地址：屏東縣高樹鄉和興路 66 號

電話：08-7960808

網址：www.dabu.com.tw

保證責任屏東縣優質農產品生產合作社

地址：屏東縣枋山鄉枋山村國中路 3 號

電話：08-8761075

網址：www.facebook.com/mangohouse.taiwan

台江農業生技股份有限公司

地址：臺南市安南區安中路四段 265 號

電話：06-2561491

網址：www.tjshop.com.tw

好廚家企業社

地址：高雄市彌陀區中正路 238 號

電話：07-6196313

網址：www.eztocook.com



科技農企業輔導資源

為發揮農業厚實的技术能量，引領科技農企業藉由創新提升附加價值，農委會提供科技農企業多項計畫資源，期協助業界改善技術研發與經營管理能力，提升產業競爭優勢，促進農業升級與發展。

綜合性

◆科技農企業諮詢服務中心

凡於農業技術移轉、產學合作、農業技術研發、創業創新、經營管理及財務融通等方面有諮詢需求，皆可透過此單一服務窗口申請。

諮詢服務專線：0800-776-009

網址：agr-consulting.atri.org.tw

輔導資源

◆科技農企業全球經營能量領航前導計畫

提供科技農企業輔導、人才培育課程（科技農企業經營管理菁英班、農業跨領域國際人才培訓）等資源，協助農企業強化經營管理能力，以提升農業營運效率及經營績效；辦理農業好點子創意競賽與科技農企業菁創獎，激發農業創新發展。

◆科技農企業資訊網

網址：www.agribiz.tw

◆農業創新育成中心

目前於畜產試驗所、農業試驗所、水產試驗所、林業試驗所及財團法人農業科技研究院設有創新育成中心。

網址：agri-incubators.atri.org.tw

技術資源

◆農業科技產學合作計畫

透過產學研合作，由技術提供者與使用者雙方互動，進行研發合作與技術移轉的共創方式，可補強業者創新研發能力，突破技術瓶頸，發揮綜合加乘的效益。

◆農業產學研計畫資訊交流平台

網址：www.aiuc.org.tw

◆農業科技研發成果加值服務

農業技術交易網（TATM™）

國內第一個整合性農業技術交易媒合平台

網址：tatm.coa.gov.tw

◆農業業界科專計畫

從事促進農業創新或研究發展，且屬於農產品創作事項以外之活動，並符合申請資格者得提出計畫書，所提計畫範圍以農委會業務執掌之產業技術為限。

◆農業科技專案計畫服務網

網址：agtech.coa.gov.tw

資金融通

◆全國農業金庫

提供各類金融貸款服務，農民組織與農企業產銷經營及研發創新等貸款、專案農貸及青年農民貸款等服務。

網址：www.agribank.com.tw

◆專案農貸專區

網址：www.agribank.com.tw/

Message?itemid=17&mid=53

新南向諮詢

◆農業新南向諮詢網

農業新南向單一窗口資訊服務平台，提供資金需求、投資資訊、技術支援及貿易資訊相關訊息。

◆農業新南向專案辦公室

網址：agr-southbound.atri.org.tw

主辦單位  行政院農業委員會
COUNCIL OF AGRICULTURE, EXECUTIVE YUAN

執行單位  財團法人 中衛發展中心
CORPORATE SYNERGY DEVELOPMENT CENTER