

112 年公務人員普通考試試題

類 科：農業行政
科 目：農業推廣概要
考試時間：1 小時 30 分

王榕老師

一、老齡化的世界正襲捲而來，請說明老齡化和旅遊的關係，特別是農村休閒旅遊。(25 分)

1. 《考題難易》：★★★
2. 《解題關鍵》：藉由老齡化意涵來延伸至對農村旅遊之影響與發展
3. 《命中特區》：農業推廣講義 A1，志光出版，頁 182。

【擬答】：

(一)休閒農業：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)主要功能

1. 經濟功能：改善農村生產結構、增加農村就業機會、提高農民所得。
2. 教育功能：自然開闊的場所，豐富的生態景觀環境以及民俗與產業文化資源都是戶外教學的教學空間與資源。
3. 社會功能：促進城鄉交流、增進農村社會發展、提昇農村居民生活品質、縮短城鄉差距。
4. 環境保護功能：為了吸引旅客前來休閒，休閒農業相關業者主動改善環境衛生、提升環境品質、維護自然景觀。
5. 遊憩功能：休閒農場所規劃的體驗活動大都能滿足遊客需求，達成休閒遊憩功能。
6. 醫療功能：休閒農場所具有的自然景觀最適合調劑身心以及養生保健。
7. 文化功能：包含農村民俗文化、生活文化與產業文化活動。

(三)老齡化：老齡化是國家人口分布向較高年齡傾斜的現象。這通常反應在人口平均年齡和中位數年齡上，兒童人口比例下降，高齡人口比例上升。

(四)老齡化與旅遊

1. 許多高齡者有較多的時間和金錢，避開旅遊的旺季有相當的好處，一是旅遊淡季不遇到擁擠人潮，二是相較於旅遊旺季，費用便宜得多，旅遊業者應將高齡旅客視為市場的新契機。
2. 高齡者休閒旅遊需求為高齡需求的一部份，高齡需求是一個面向廣泛且多層次的問題。由於醫藥衛生知識普及化的影響，銀髮族身體健康狀況普遍較佳，在生活態度上有所轉變，加上生活水準的提高，銀髮族的活動力及消費力較前世代高齡者增加，較有意願參與休閒旅遊活動的消費。
3. 為了因應老齡化到來，農村休閒旅遊應隨相關浪潮與時俱進，主要是有三項
 - (1)無障礙與安全的公共空間：戶外開放性空間與公共建築對高齡人口的行動力、獨立性與生活品質有決定性的影響。
 - (2)大眾運輸：大眾運輸的可及性與可負擔性，是影響高齡者行動的關鍵因素。其中又包含可及性、可負擔性、可靠性與車次頻率、旅次目的地、對高齡人口友善的大眾運輸。
 - (3)住宅：住宅首重安全與舒適寧靜。包含可負擔性、基本需求服務、設計、裝潢、維生供給系統、服務的可及性、社區與家庭連結、住宅選擇和生活環境等層面。

二、請問臺灣農村如果要發展以異地度假或長短期生活為主要體驗的休閒農業，可以朝那幾個方向發展？(25 分)

1. 《考題難易》：★★★
2. 《解題關鍵》：了解體驗式的休閒農業特徵，再論述台灣農村可發展方向
3. 《命中特區》：農業推廣講義 A1，志光出版，頁 183。

【擬答】：

(一)體驗式消費

體驗是企業以無形的服務、有形的商品，為消費者，創造出值得消費者回憶的體驗活動。消費者藉由參與進行某些活動或事件時，與周遭的刺激互動後，所產生的主觀認知和個人感受。而體驗是內在的，存在個人的心境與事件的互動，所以沒有人的體驗會跟別人完全一樣，也將會影響顧客未來消費決策的活動。在休閒農業在台灣發展數十年來，不僅提升消費族群對農業之認識，也帶動對自然環境保育之意識抬頭，此種服務行業就以體驗與教育為核心，創造與帶動消費者參與，並創造讓消費者印象深刻的活動與回憶

(二)長短期生活體驗的休閒農業

1. 一日式體驗：若要發展體驗式休閒農業，可先從一日式體驗做起，如一日農夫等相關企劃，讓消費者能從中了解農村的生活作息與周圍環境氛圍，進而融入農村風光與農夫的生活體驗經歷，吸引並建立相關口碑與旅遊能量。
2. 學校見習與休閒農業：開放並鼓勵學校能有相關的農村生活體驗旅遊之旅，建立學生對於台灣農業的相關認知與了解，培養在地農業的熱愛與關懷，使得學校教育不僅限於學校，更能擴及到在地農村甚至是台灣農業議題之推廣討論。
3. 規劃商業農村活動：由政府補助能提出相關規劃與計畫之農村或農場，並利用公部門資源進行整合，有效提升相關活動知名度，吸引國內與國外旅客目光，提升相關企劃與行程的知名度，發展休閒農業之深度與廣度。
4. 市民農莊：指提供遊客住宿和鄉村風味餐飲服務，享受鄉村自然田園風光之美，融入農村生活情調，輕鬆歡愉有如作客，或恍如置身鄉村別墅生活，園中或有若干相關休憩設施和周邊設施，也可以提供或安排相關農業體驗的農園。包括，農家將子女出外他鄉謀生而空餘房間加以臨時運用，提供遊客短暫時日住進，融入農村日常生活情調，或於寒暑假和特約時日，將整個園地與農事總包予遊客，充當臨時性的別墅莊園，讓遊客家庭親友在此渡假、休養、悠遊，融入當地農村作客生活情調，也屬於這類農莊性質。

三、森林康養產業最早起源於德國。德國推行森林康養後，成效顯著，國家醫療費用總支付減少30%，國民健康指數總體上升30%。德國有40%的人每月都要去林區遊憩一次。迄今，德國已建立了350處森林康養基地，每個森林康養基地都配備具有專門執業資格的醫生和理療師。森林資源豐富的臺灣如果要開發推廣森林康養產業，可以融入旅遊、休閒、醫療和那些健康相關服務，形成一健康產業連鎖經營新模式？(25分)

1. 《考題難易》：★★★★

2. 《解題關鍵》：須了解森林康養此一概念，從而討論台灣如何發展此新興產業

3. 《命中特區》：農業推廣講義 A1，志光出版，頁 179。

【擬答】：

(一)康養是一種活動，是一種有目的的身心健康一體化的知性活動。基本含義類似養生、保健，但康養更強調身心一體化，而不是分離。森林康養是一種以森林環境為媒介的、有目的的身心健康一體化促進的知性活動。活動的構成包括 4 個最基本的要素：主體、場所、目的（或動機）、過程。森林康養這種活動的主體是康養者，場所是森林環境，目的或動機是促進身心健康，過程是一系列具體活動的行為。

(二)森林康養產業：森林康養是以森林資源景觀的開發和利用為主要內容，融入旅遊、休閒、醫療、度假、娛樂、運動、養生和養老等健康服務新概念，形成的一個多元組合、產業共融的綜合活動行為。森林康養基於森林生態系統穩定和生物多樣性維護基礎上，為社會發展不斷提供豐富的物質財富和完備的生態服務。森林康養是一種新型的發展模式，涉及許多產業、行業，跨界和融合是森林康養走向繁榮和興盛的必由之路，森林康養活動應當與森林城鎮建設、衛生健康事業、旅遊產業、全民健身運動、養老產業和森林文化等業態融合發展。必須依賴於產業、行業的導入，為這些行業的業態提供森林生態服務功能，成為其橋樑與紐帶，通過“森林康養”的模式，構建成熟、多元商業化、關聯業態融合的綜合體，這才是森林康養意義所在。

(三)各國森林康養發展

公職王歷屆試題 (112 普考)

1. 德國的森林康養發展模式有兩個特點：一是森林康養偏重於治療功效，包含森林康養課程的克奈圃療法已被納入了醫療保障體系；二是森林經營過程中，以康養為主導功能的定位清晰。
 2. 在亞洲率先引進森林康養理念的就是日本，經過 30 多年的發展，其模式特徵已非常清晰：一是森林康養偏重於預防功效；二是森林康養緩壓的研究世界領先；三是建立完備的森林康養基地認證制度和森林理療師考核制度，相關管理制度完善。
- (四) 台灣與森林康養產業之發展：台灣可藉由下列幾項服務標的來推廣森林康養新模式
1. 運動-森林散步：開闢各項森林步道，甚至是輪椅也可以通行的無障礙步道。步道長短不一，讓消費者可以根據體力進行組合選擇，無論團體還是個人都可免費散步。
 2. 醫療-森林療養醫生（健康領域管理）：發展與成立相關森林浴或瑜珈式的醫療專業人員，藉由醫療人員評估後，由政府與民間合作，適當補助並協助患者能藉由森林浴或是森林內的有氧運動，進而達到舒壓紓解患者疾病症狀。並且由商業機構經由具適當醫療人員設計出豐富的療養課程套餐，讓有需求的民眾能各自選擇適合自身的相關服務。
 3. 養生-與當地食材結合的飲食菜單：從健康角度出發，將參與者的意願與當地食材結合起來制定菜單，使用野生植物和蘑菇等森林的恩惠，以及當地的時令蔬菜，均衡搭配的便當。內容豐富，深受好評。

志光·保成·學儒

6 大課程循環 幫您快速考取

基礎課 基礎架構課程協助考生建立基礎，以簡易的體系架構，理解各類科法令大綱，有助日後各類科學習。	正規課 開課時間依照各科目學習關聯性作安排，由淺入深教學、循序漸進的授課模式，讓同學完整學習、快速考取。	專題課 考前要拿高分除了理論內容熟記外，在答題上再加入新的時事見解，藉此提高分數，增加上榜機會。
總複習 考前關鍵時刻，由授課老師精心篩選並分析考前重要考點補充，地毯式重點整理給各位同學。	題庫班 以題目帶觀念方式授課，將題目進行整合連貫的剖析，強化同學作答技巧的提升！達到舉一反三之效。 【自費加選】	奪榜班/特訓班 成績診斷分析→複習計劃擬定→隨堂小考檢視→弱科加強課程→駐班輔導老師→全真模擬考試。 【自費加選】

全國狀元 張○程 111 普考農業行政
正規班能提供報考同學打基礎的機會；題庫班則是透過考古題與解析來練習自己的輸出是否有不詳盡之處。弱科千萬別放棄，若是共同科目比較弱，也得去補強，考場上不錄取就是落榜，那幾分有可能成為關鍵。

非本科系考取 吳○珊 111 高考農業技術
建議多做多看考古題，尤其是近3年地特、高考二級出的題型比較特殊的作物或是議題，一般來說補習班老師在上課的時候都會補充。題庫班會講解一些歷年考題，幫助了解答題模式和省去找答案的時間。

四、請問直播帶貨的新興運銷模式是否適合臺灣的農產運銷，是否有助推廣農業？(25 分)

1. 《考題難易》：★★★★
2. 《解題關鍵》：分析直播帶貨特性來探討與是否適合台灣農業產銷與推廣
3. 《命中特區》：農業推廣講義 A1，志光出版，頁 223。

【擬答】：

- (一) 網路直播可以只利用一個平臺讓多個使用者觀看，並可隨時與觀眾做互動的播放方式，網路直播可以讓使用者在下載影片時，可以同時觀看影片，並減少生活中的等待時間，進而發展成現在最流行的直播，隨著時代的變遷網際網路技術越來越發達，可以利用電腦達到互相通訊取代現有的電話，利用網際網路可以傳送影音圖像以及聲音，形成獨特的社交媒體，並認定為可以提供即時影像的平臺，也就是現在被稱為直播。
- (二) 直播帶貨的特點
1. 帶貨主播營造緊張氣氛：直播過程常有形式多樣的刺激營銷，致力於給網路收視消費者製造

一種「搶到就是賺到」的心理，使得直播帶貨充斥緊張氛圍，可促進購買決策的慾望完成，還能給消費者帶來極大滿足感。

2. 直播帶貨與粉絲效應：短視頻的流量紅利催化並推動了直播電商的成長，很多帶貨主播都擁有龐大的粉絲基礎。在主播營銷語言的帶動下能被有效激發起興趣，粉絲效應產生的感性心理佔據上風，消費者會較容易進行衝動性消費。使直播帶貨的轉化率維持在較高水平，提高產品利潤。
3. 直播帶貨可省下購物成本：
 - (1) 帶貨主播替消費者進行了產品篩選，為消費者減少了時間成本和試錯成本；另外，帶貨主播會向商家爭取最優的福利機制給粉絲帶來優惠，因此直播帶貨中所販售的商品價格相對於其他渠道的價格要低很多，為消費者降低了貨幣成本。
 - (2) 對品牌商而言，直播帶貨減少了營銷渠道，商家可透過主播觸達消費者，使產品直接送達消費者手中，減少中間環節，減少了渠道成本；且依靠粉絲效應帶來的巨大流量紅利還能降低一定的營銷成本。
 - (3) 直播帶貨具高互動性和高社交性：店家透過直播能更直觀展示產品的樣式、特色、性能，分享使用說明和經驗等，讓消費者在短時間內支撐其作出購買決策；另一方面，收視者可透過彈幕、評論、留言的方式與購物環境中的其他人及時交流，獲得更全面有效的信息來支持購買決策。

(三) 直播帶貨與農產運銷

一般藉由以下的關鍵因素來探討直播帶貨與影響消費者購買決策

1. 主播個人特質：直播主個人特質、性格、專業等各面向都能有效影響消費者購買意願，或是成為意見領袖進而影響消費者對商品的偏好與選擇，以農產品而言，若是經由知名廚師或養身直播主等介紹或直播販售，勢必對消費者具備更強說服力，使得消費者願意掏錢購買。
2. 直播內容：內容營銷就是依賴多種網路媒介作為載體，與消費者建立關聯，實現與消費者的雙向溝通與互動，並不斷輸出高質量、有價值的內容，進而吸引目標客群，留住潛在或已有的消費群體，最終為企業帶來理想收益的戰略營銷方式。而直播的方式大大豐富了消費者獲取商品信息的來源渠道。在直播帶貨過程中，主播輸出內容的質量會直接影響到直播帶貨的成交量、創新化方式向消費者輸出營銷內容，吸引消費者關注並思考商品與自身需求的匹配程度。
3. 營銷刺激：是營銷人員在推銷產品的過程中，根據消費者的消費心態和動機，用各方式對消費者進行得當和有效的消費刺激，設法引起消費者對商品興趣，激發消費者對某種商品的需求。所以若直播主能以價格優惠、限時限量殺價促銷、贈送其他農產品或是抽獎等方式，都能促發消費者購買農產慾望，同樣可以藉由營銷刺激達到銷售農產之目的。
4. 社會臨場感：指的是在溝通過程中感受到他人存在的程度，即使用者是否能對溝通媒介產生一種在人際互動中的親密感或直接感受。而直播帶貨一大特性即是身歷其境的現場購買臨場感，並且經由與直播主或其他消費者互動交流，使得消費者感受自在舒適的購物情境，消費者便在較短而快速地下購買決策。
5. 消費者信任：消費者在對特定營銷者產生依賴關係時，基於信任往往能夠在較短時間內做出追隨決策。對直播帶貨而言，消費者對主播的信任是逐步遞增。從平台中的初次接觸，到關注訂閱，和主播進行互動，最終下單購買，無一不體現著信任的積累，所以若直播主能讓消費者對其介紹與推薦農產產生信任，或是相關品牌之信賴，則更能有效地將農產推銷給網路消費者，擴及至其他現實中的消費潛在客群。

