

七、種苗量產供應與推廣

一 花蓮亞蔬 21 號番茄種子生產

陳學文、黃天民、張正桓

102 年本場辦理花蓮亞蔬 21 號番茄委託採種及種子收購作業由欣樺股份公司承攬，該公司於 103 年 4 月 7 日辦理種子繳交，總計共繳交 34.404 公斤（圖 7-1 7-2）。103 年 4 月 7 日已請種子檢查室分批抽樣檢驗，並育苗依合約辦理植株性狀鑑定，鑑定結果：種子檢查室室內檢查均符合合約規定；分子鑑定等檢測，批號 1025OK402-001 種子檢測不合格（未達 98 %）已依程序銷



圖 7-1、花蓮亞蔬 21 號番茄品種植株性狀鑑定栽培現況



圖 7-2、花蓮亞蔬 21 號番茄果實轉色

毀，其於批號 1025OK402 -002、003 及 004 等 3 批種子依相關鑑定檢測結果均達合約規定，共計 28.827 公斤種子屬合格種子，預估可推廣種植面積達 5,765.4 公頃。

二 番茄採種作業

劉芳怡、李建勳

為生產優良抗病番茄種子以供應農友種植，本場屏東種苗研究中心於 102 年秋季分別進行桃園亞蔬 20 號大果番茄、花蓮亞蔬 21 號及種苗亞蔬 22 號小果番茄雜交一代種子採種作業。第一批次為種苗亞蔬 22 號小果番茄，於同年 12 月 13 日至 103 年 1 月 25 日進行人工去雄、雜交授粉工作、103 年 2 月 20 日至 3 月 20 日分批採收，第二批次桃園亞蔬 20 號大果番茄於 103 年 2 月 14 日至 3 月 21 日、花蓮亞蔬 21 號小果番茄於 103 年 2 月 15 日至 3 月 28 日進行人工去雄、雜交授粉工作，並於 103 年 4 月 7 日至 5 月 1 日分批採收完成，各批次採果後經洗種及種子調理，共計收得桃園亞蔬 20 號雜交種子 11.89 公斤、花蓮亞蔬 21 號 9.37 公斤、種苗亞蔬 22 號雜交種子 12.08 公斤（表 7-1、圖 7-3 7-4）。

此外本場屏東種苗研究中心也於 103 年秋季持續進行台南亞蔬 19 號及種苗亞蔬 22 號小果番茄採種作業，計畫生產目標各為 3.5 公斤及 13 公斤。

表 7-1、102 年秋作番茄雜交一代種子採種作業

品 種	生產面積 (公頃)	種子收量 (公斤)	可推廣面積 (公頃)	備註
桃園亞蔬 20 號	0.05	11.89	118.9	大果
花蓮亞蔬 21 號	0.05	9.37	187.4	小果
種苗亞蔬 22 號	0.1	12.08	241.6	小果



圖 7-3、番茄除雄後花朵進行人工授粉作業



圖 7-4、番茄採種田區自交花、果剪除作業

三 本場飼料玉米青割栽培

陳學文

青割玉米為草食動物之一種芻料作物，係指玉米籽粒於乳漿期至硬質玉米期間採收，將全株利用採收機切碎成 3 公分以下碎片，之後可直接利用作為青飼料，亦可以加以發酵貯藏，成為青貯料。良好的青貯料可以長期存放，並平衡青割玉米生產旺季及淡季的調配。由於青割玉米具有良好的營養成分，在農牧界尚有「芻料之王」的封號。

103 年春作飼料玉米台南 24 號青割栽培情形說明如下：

1. 本場自營農場辦理台南 24 號玉米青割栽培作業於 103 年 3 月 17-19 日以四行式真空播種機進行自營栽培，配合本場機械作業，種植行株距為 80 × 18 公分，4 月

23-30 日進行中耕作業（種植後 48）、除草及施肥作業，種植面積約 20 公頃，103 年 7 月 1 日至 7 月 6 日進行採收作業（種植後 106 合計採收為 748,555 公斤。

2. 本次作業共施用 400 包台肥硝磷基特 1 號有機質複合肥料（N-P-K=20-5-10），播種時施肥量為 8,000 公斤，作為基肥；中耕時以台肥 5 號複合肥料（N-P-K=16-8-12）作為追肥，追肥施肥量為 8,000 公斤，平均施用量為 400 公斤/公頃。

3. 本期作合計總生產量為 748,555 kg，因部分種植區前期作為綠肥作物（太陽麻、向日葵）且未設步道，植株生育良好，但部分田區係屬花海後地且設有步道之田區，土壤較硬，而真空播種機落種口易受堵塞，造成跳種，甚至播種行內無落種等現象，缺株較多，造成部分田區單位面積種植株數不足，植株鮮草產量約為 37,428 公斤/公頃，藉此，本場與畜

產試驗所新竹分所於 103 年 6 月 25 日共同辦理「台南 24 號青刈玉米栽培與利用暨合理化施肥座談會」邀請酪農業者、地區農會及養鹿協會等 80 多人與會（圖 7-5 7-6）。



圖 7-5、「台南 24 號青刈玉米栽培與利用暨合理化施肥座談會」田間觀摩



圖 7-6、畜產試驗所青割玉米採收機械

四 玉米、高粱種子之供應

鄭梨櫻、黃香

本場 103 年玉米、高粱種子之供應，主要配合政府「調整耕作制度活化農地」計畫項下休耕田契作硬質玉米計畫，供應政策需用種子。總供應量較 102 年減少 35%，主因近年氣候異常，主要推廣品種台南 24 號生育表現不佳，影響農民種植意願。加以進口品種種子於市面流通，壓縮本場玉米種子供應市場。

103 年本場玉米種子供應量為 73,187.2 公斤，推廣面積為 2,937.15 公頃。推廣品種為雜交玉米台農 1 號、雜交玉米台南 20 號、進口品種農興 688 及雜交玉米台南 24 號。推廣季節以秋裡作為主，推廣地區集中於嘉義、臺南、雲林等地。

103 年本場高粱種子供應量為 18,489 公斤，推廣面積為 1,232.6 公頃，較 102 年略增 1.2%。供應地區為金門縣（表 7-2、圖 7-7 7-8）。

表 7-2、102 / 103 年雜交玉米、高粱種子推廣明細表

作物別	品種別	年期別	推廣量（面積）	
			一二年	一三年
玉米	台農 1 號		33,629.4 公斤（1,345.18 公頃）	40,253.6 公斤（1610.14 公頃）
	台南 20 號		4,601.3 公斤（184.05 公頃）	1,700 公斤（68 公頃）
	台南 24 號		53,113.1 公斤（2,124.52 公頃）	30,267.2 公斤（1,210.69 公頃）
	農興 688		7,383.9 公斤（369.2 公頃）	966.4 公斤（48.32 公頃）
	合計		98,727.7 公斤（4,022.95 公頃）	73,187.2 公斤（2,937.15 公頃）
高粱	台中 5 號		16,467 公斤（1,097.8 公頃）	18,489 公斤（1,232.6 公頃）
	合計		16,467 公斤（1,097.8 公頃）	18,489 公斤（1,232.6 公頃）



圖 7-7、97-103 年飼料玉米種子推廣情形



圖 7-8、97-103 年高粱種子推廣情形

五 園藝作物種子（苗）供應

鄭梨櫻、黃香

本場 103 年園藝作物種子（苗）供應項目包括綠美化種苗、番茄種子、組培苗及馬鈴薯原種種薯等，其中以番茄種子為主要供應項目，各項目供應情形如下：

（一）、綠美化種苗

供應數量計 5,737 株，種類有臺灣緋寒櫻、黃楊、小葉欖仁、烏心石、串錢樹、土肉桂、桃花心木、無患子、光蠟樹、沉香、黃花風鈴木、森氏紅淡比、榔榆、鐵冬青、銀樺、臺灣欒樹、臺灣赤楠、福木、藍花楸、肖楠、臺灣海桐、紅花風鈴木、落雨松、瓊楠及羅漢松等。

（二）、番茄種子

103 年大果番茄種子推廣量為 4.682 公斤，推廣品種主要為桃園亞蔬 20 號，推廣量佔大果番茄種子 96%。103 年小果番茄種子推廣量為 62.486 公斤。推廣品種主要為

表 7-3、本場 103 年園藝種苗供應統計表

類別	品種名稱	單位	數量
綠美化種苗	草本、木本	株	5,737
小計		株	5,737
番茄種子	台南亞蔬 6 號	公斤	1.73
	種苗 8 號	公斤	0.02
	桃園亞蔬 9 號	公斤	0.13
	花蓮亞蔬 13 號	公斤	0.005
	花蓮亞蔬 18 號	公斤	0.06
	台南亞蔬 19 號	公斤	—
	桃園亞蔬 20 號	公斤	4.472
	花蓮亞蔬 21 號	公斤	48.801
	種苗亞蔬 22 號	公斤	11.95
小計		公斤	67.168

表 7-3 (續)、本場 103 年園藝種苗供應統計表

類別	品種名稱	單位	數量
組培苗	彩色海芋	株	85,500
	草莓(豐香)	株	12,358
	鹿子百合	株	2,605
	葡萄	株	4,566
	流蘇石斛	株	70,000
	地黃	株	161
	觀賞植物	株	17,704
小計		株	192,894
馬鈴薯原種種薯	克尼伯	公斤	1,125
	台農 1 號	公斤	375
小計		公斤	1,500

‘台南亞蔬 6 號’、‘花蓮亞蔬 21 號’及‘種苗亞蔬 22 號’，其中以‘花蓮亞蔬 21 號’為主，推廣量佔小果番茄種子推廣量 78%。

(三)、組培苗

103 年組培苗供應種類包含彩色海芋、豐香草莓(‘桃園一號’)、葡萄、鹿子百合及流蘇石斛等。供應量 192,894 株，其中以彩色海芋苗為大宗，供應量為 85,500 株(詳表 7-3)。

(四)、馬鈴薯原種種薯

103 年計供應馬鈴薯原種種薯 1,500 公斤，供應品種為‘克尼伯’及‘台農 1 號’。

表 7-4、102/103 年綠肥、牧草種子供應量明細表

作物別	供應量(公斤)		備註
	102 年	103 年	
青皮豆	-	-	夏季綠肥
油菜	255,891.60	234,117.40	冬季綠肥
埃及三葉草	32,222	38,607	單刈型、冬季綠肥
苕子	17,824.50	40,765	冬季綠肥
苜蓿	-	-	冬季牧草
合計	305,938.10	313,489.40	

六 綠肥種子供應

鄭梨櫻、黃香

103 年綠肥種子供應量總計 313,489.4 公斤，較 102 年增加 2.5 % (表 7-4、圖 7-9)，供應種類計有冬季油菜、苕子、埃及三葉草。主要供應縣市，油菜為雲林、彰化、臺中、南投、臺南、嘉義、臺東及花蓮等市(縣)，埃及三葉草及苕子為彰化縣及臺中市。



圖 7-9、97-103 年綠肥、牧草種子推廣情形

七 玉米、高粱及綠肥種子之運輸

鄭梨櫻、黃香

配合本場玉米、高粱及綠肥等大宗作物種子推廣及場外委託採種種穗運輸，相關種子運輸以簽約貨運廠商整車運輸（大宗貨運）及貨運公司零星託運（零星貨運）等兩種方式。

103年總運輸量為394,626公斤，其中大宗運輸量320,147公斤佔總運輸量81%，每公斤運輸成本1.3元；零星託運量74,479公斤佔總運輸量19%，每公斤運輸成本3.1元。主要運輸地點及明細如附表7-5。

八 綠美化植物種苗繁殖與供應

黃世恩、魏聖崇、廖清波、黃俊杉

本場廣續執行環保署環境綠化育苗計畫，103年繁殖、培育苗木計有土肉桂、樟樹、阿勃勒、落雨松、南洋杉及沉香等15,300株；撫育苗木840株。供苗對象為空氣污染防治基金補助之空氣品質淨化區計畫，及各縣市政府改善空氣品質淨化區、森林公園、垃圾衛生掩埋場等。

培育苗木中，空氣污染防治基金補助計畫所供應苗木規格為株高1公尺以上之6吋容器苗（圖7-11），申請苗木單位、種類及數量計有新竹縣政府農業處，阿勃勒300株、錫蘭橄欖500株、無患子250株、

表7-5、103年本場推廣大宗作物種子運輸明細表

	零星貨運方式		大宗貨運方式		合計	
	數量(公斤)	金額(元)	數量(公斤)	金額(元)	數量(公斤)	金額(元)
桃園縣	1,485	4,049	6,750	15,080	8,235	19,129
新竹縣	2,682	6,467	12,240	15,800	14,922	22,267
苗栗縣	3,695	6,984	17,280	22,140	20,975	29,124
臺中市	8,262	22,557	61,970	81,600	70,232	104,157
彰化縣	2,646	5,166	65,290	65,100	67,936	70,266
南投縣	621	2,142	14,220	19,980	14,841	22,122
雲林縣	12,527	30,756	50,020	56,810	62,547	87,566
嘉義縣	20,346	51,839	20,262	32,200	40,608	84,039
臺南縣	19,600	58,053	29,515	35,310	49,115	93,363
高雄市	162	561	—	—	162	561
屏東縣	81	293	—	—	81	293
宜蘭縣	779	30,498	—	—	779	30,498
花蓮縣	1,080	5,041	23,280	52,020	24,360	57,061
臺東縣	513	3,637	19,320	36,080	19,833	39,717
總計	74,479	228,043	320,147	432,120	394,626	660,163

火燄木 250 株及印度紫檀 200 株；苗栗縣政府農業處，榔榆 100 株、土肉桂 200 株及小葉南洋杉 250 株；南投縣政府農業處，榔榆 150 株、小葉南洋杉 250 株、桃花心木 500 株及臺灣肖楠 500 株，合計 3,450 株苗木，全數由本場直接送達。

撫育苗木中，提供各縣市政府改善空氣品質淨化區、森林公園、垃圾衛生掩埋場等苗木規格為株高 1.5 公尺之 1 呎以上盆容器苗，計有樟樹 250 株、土肉桂 300 株及印度紫檀 290 株。印度紫檀 290 株，已於 103 年度由台中市沙鹿區文光國小及彰化縣福興鄉公所提領完畢，未領用之苗木將留置撫育區繼續撫育以提供各縣市政府 104 年申請。



圖 7-10、1 呎盆容器苗



圖 7-11、6 吋盆容器苗

九 花海業務

(一)、花海展區設計及呈現風貌－花海區花卉規劃－黃世恩、曾一航、陳學文、廖清波、魏聖崇、黃俊杉

103 年新社花海活動於 11 月 8 日正式揭開序幕，在為期 30 日之活動期間，主辦單位為吸引各方人士到此遊賞，利用總面積近 35 公頃的試驗田區精心規劃營造花海展區景觀，並以「撒播景觀綠肥區」及「精緻草花區」為本次二大呈現主軸。

就撒播景觀綠肥區而言，其總面積約 30 餘公頃，並利用太陽麻、向日葵及油菜等鮮黃色系綠肥作物做為展現主體，營造出金黃耀眼之田園景觀（圖 7-12）。當其接續盛開之際，隨風輕舞搖曳之姿好似陣陣花浪，在新社蔚藍天際的襯映下，尤顯亮眼動人。另本區亦規劃種植黃波斯及大波斯區塊各約 4 公頃，前者為橙黃及黃色相間排列之帶狀花海，在陽光照射下呈現極為艷麗的溫暖色調，為秋意漸濃的時節增添了些許暖意。後者則是由紅、白及粉紅色系之大波斯所構成，設計上呈現由中心點向外輻射而成之三角區塊，各色花朵在其絨絨綠葉的搭襯下，顯得更為精緻透亮。遊客漫步此間，彷彿身處巨幅田園畫作之中，城市中的繁雜喧囂一時皆盡散無蹤（圖 7-13 7-17）。

精緻草花區整體面積約計 3 公頃，並以其設計發想分別命名為「多彩多姿」及「彩色拼盤」二大展區。「多彩多姿」園區之草花植栽種類繁多，包括艷麗鮮明的雞冠花、小巧可愛的千日紅，以及具有豐富色彩的百日草等，故而園區各處充滿炫

目多彩色調，成為遊客流連駐足之留影熱點。「彩色拼盤」園區，則大量運用各種景觀造景設施（如花柱、拱橋、造型玩偶等）進行穿插點綴，在採用幾何式設計的花圃內，以遠近高低之層次對比感，突顯園中花卉的繽紛多彩（圖 7-18）。加之園區內步道交錯蜿蜒其間，可供遊客以多重視角欣賞品味庭園之美，亦能親身感受被萬花簇擁圍繞的難得體驗。

在國人日漸重視休閒活動的現代社會中，新社花海活動所代表的意義，或許已不僅限於一項活絡區域經濟的地方節慶活動，相反地，在將休閒農業理念化為實際行動，並為臺灣現階段農業重新轉型定位的層面上，其無疑是項值得借鑒的成功實作典範。



圖 7-13、交相襯映之艷麗花海 — 黃波斯



圖 7-14、迎風舞動之金色花浪 — 太陽麻

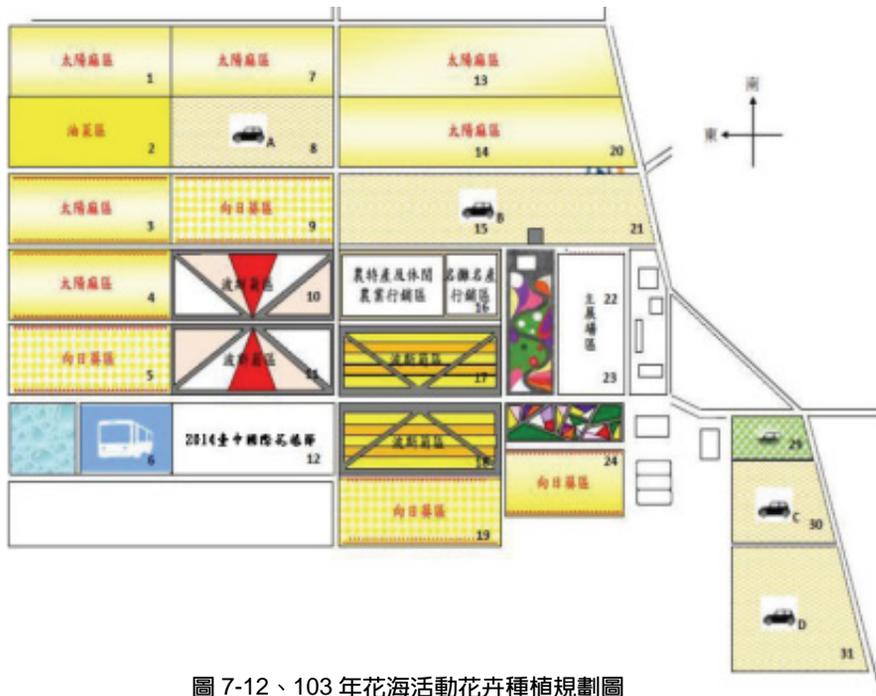


圖 7-12、103 年花海活動花卉種植規劃圖



圖 7-15、迎風輕舞搖曳之大波斯花



圖 7-16、宛如田園畫作般之向日葵花海



圖 7-17、蜂群穿梭圍繞之油菜花



圖 7-18、運用各式草花及觀賞鳳梨精心堆疊之造型花柱

(二)、精緻草花展示區—曾一航、黃世恩、陳學文、廖清波、魏聖崇、黃俊杉

每年從各地來此參觀新社花海的遊客們，想必對於精緻草花區之多變設計印象深刻吧！本區為 103 年新社花海活動四大主題展區之一，並以其設計發想分別命名為「彩色拼盤」及「多彩多姿」，展區內運用大量各式草花及造景設施進行布置搭配，以令人驚艷的庭園設計與鄰側主展場區相互襯托輝映。

在「彩色拼盤」園區中（圖 7-19），其草花布置設計係以幾何圖形為基礎，並利用許多彩色風車、花柱拱橋、飛馬馬車及各式玩偶等造景設施，營造出童話氛圍濃厚之夢幻庭園風格。每當人們遊經此地，目光總不免為茵茵綠草上那輛純白無瑕的造型馬車所吸引，其前方由振翅欲飛的獨角飛馬所引領（圖 7-20），周圍則環繞著笑臉迎人、活潑天真的七矮人們，其手中的樂器雖未曾彈奏出聲響，但人們彷彿可從內心感受到那曲幸福洋溢的樂章。本區另一個亮點，為聳立在園區中央的造型花柱，柱上以觀賞鳳梨及各式草花層次排列裝飾，柱底則由散射而出的各色花園所環抱。臨側半月型拱橋在草花及空氣鳳梨的妝點下，猶如彩虹般懸跨在花柱與花園之間，構畫出一幅令人難以忘懷的美麗景象。

「多彩多姿」園區則猶如其名（圖 7-21），運用了種類繁多的各式草花植栽進行庭園設計，包括鼠尾草、百日草、一串紅、萬壽菊、大花海棠、千日紅、雞冠花等花苗近 30 萬株，色調多彩多姿令人目不暇給。本區花園外觀輪廓採取圓滑流線



圖 7-19、童話夢幻氛圍滿溢之彩色拼盤園區



圖 7-20、洋溢幸福歡樂感之小矮人們



圖 7-21、色調繽紛炫目之多彩多姿展區



圖 7-22、猶如畫筆漸層渲染而成的大地彩布——雞冠花花海一隅

形設計，並有白色竹柱圍籬沿著園中小徑曲折延伸。由遠方看去，好似一條黑色大川靜靜流淌在花島之間，輕柔地拍打著島岸，激成一道又一道的白色水花。在由雞冠花所構成的花園天地中，設計者以其匠心巧思，將黃、橘、紅及紫紅等各色花卉排布揉合，漂染出一張漸層渲染而成的大地彩布（圖 7-22）。在園中另一隅，不同於鄰側一串紅所展現出的單一鮮紅色調，百日草像是創作前衛的藝術家，恣意不拘地使用著白、紅、黃、橘及粉紅等多變色彩，展現出其熱情奔放的生命力。另為呼應今年度的花海活動主題「花田囍事，愛你一世。」在本區鄰近廣場特別設置一座以「傾心相依」為名的造型景點（圖 7-23）。在層疊而升的三階白色圓形展示台上，以二顆相互依偎的紅色愛心象徵著傾心相依的意涵。展期間總不乏情侶、朋友及家人與其合影留念，為彼此間的愛戀羈絆留下了永恆的見證。



圖 7-23、以花田囍事為發想之造型景點——傾心相依

(三)、2014 年新社花海主題區佈置－郭育
 姣、蘇士閔、許鑄云、黃崧銘、廖伯
 基、鄭梨櫻、龔美玲、陳易徵、黃卯
 昌、張仁銓、黃玉梅、沈翰祖

1. 充滿濃濃幸福感的花海主展區

今年的花牆主題為「繽紛」，以雪茄花與金露花為底的綠色大方塊鑲上亮麗的粉紅四季秋海棠，再加上字邊嵌上 LED 燈後，不論白天及夜晚，都能顯現花海代表圖騰與「新社花海 2014」的美麗字樣（圖 7-24）。花牆腳下，顏料瓶中流瀉出的水彩顏料與繽紛的調色盤，點綴出了新社花海的活潑、亮麗，花牆旁運用剪影方式呈現出騎乘單車的一家人，在四季秋海棠鋪設的花道上愉快出遊，心情與明亮的色彩相映成趣。

花壇整體設計主要以大型裝置藝術表現。「慢活森呼吸」強調全球節能減碳的趨勢，以綠化植生屋頂與植栽搭配，在緊湊的生活節奏中舒緩生活壓力、樂活深呼吸（圖 7-25）。「璀璨」以節節高升、頂端開散的長竹如燃放美麗花火的仙女棒，高舉歡樂的人們的手，迸發期待與熱情。「禮物盒」呈現世人心中對萬事萬物應有的珍惜。「連理」一詞摘自古諺「一角之獸、連理之木」，直接點出「花田囍事，愛你一世」的最重要主題，並喜辦一馬車的嫁妝，祝賀結成連理的人們永浴愛河、白頭偕老（圖 7-26）。VIP 寶座則以今年度最受注目的小貓熊「圓仔」為發想，運用大紅色的超大型寶座，並在花團錦簇中高對比地鑲點出黑與白，一同入席花海饗宴，感受 VIP 等級的享受（圖 7-27）。主展區



圖 7-24、傍晚的新社花海主題 LED 牆更顯迷人



圖 7-25、「慢活森呼吸」帶來舒壓樂活的新生活概念



圖 7-26、「一角之獸、連理之木」祝福人們永浴愛河、白頭偕老



圖 7-27、圓仔邀您入席花海饗宴的 VIP 寶座

正中央的綠花長廊則彷彿步入婚姻的新人將挽著手、一同扶持共度的美好人生。

2. 花海主題區

本次花海活動主題區共設置七大主題館，分別為①「台日 Long Stay 文化館」（展出單位為臺灣台日長宿休閒交流協會），結合臺灣與日本長宿相關產業進行交流，介紹臺灣各地日本歷史足跡與臺灣濃濃人情味，以吸引國際友人到臺灣體驗長宿休閒的樂趣；②「FUN眼未來館」（展出單位林務局東勢林區管理處），以大冠鷲的高空視野，眺望森林過去與未來，走進森林小精靈的小木屋，從動物眼中認識生態豐富的大自然；③「水保、農村、永續館」（展出單位水土保持局臺中分局），從農（生產）、純（生活）、鄉（生態）三個方面切入，展現中苗農村社區產業，以互動式展覽、搭配多元化教育活動，體驗中苗地區農村再生的幸福滋味；④「彩虹七線館」（展出單位新社區休閒農業導覽發展協會），分別展出「新社七線」之人文歷史、自然生態、農特產及休閒產業，並推廣新社區之「食、宿、行、遊、購」，行銷新社深度之旅，藉以帶動山城旅遊；⑤「農情萬種-蔬果嘉年華館」（展出單位種苗改良繁殖場），透過各樣的蔬菜品種展示，闡述植物品種保護的重要性、對育種者智財權之保障、品種保護的方式以及品種檢定的執行等，讓民眾對植物品種保護有充分的認識；⑥「好客民宿旅行館」（展出單位臺中市民宿協會），展示16縣市民宿特色，呈現臺灣不同縣市觀光資源與民宿的特殊風格，並介紹新社九庄媽的

歷史與傳承；⑦「臺中市休閒農業館」（展出單位臺中市政府農業局），以四季精彩農遊趣為主題，展示新社區馬力埔、新社區抽藤坑、東勢區軟埤坑、太平區頭汴坑、石岡區食水料、大甲區匠師的故鄉等六處休閒農業區旅遊特色。

(四)、農情萬種-蔬果嘉年華館—薛佑光、張勝智、郭宏遠、安志豪、宋品慧

各種蔬菜及花卉品種的推陳出新，不僅可滿足我們民生食的需求，也讓我們的生活更加賞心悅目，而植物品種保護制度就是這些優良品種研發的重要動能之一。本場於97年5月1日起受農委會所委任，為植物品種權之品種檢定統籌機構，為我國植物品種保護技術統籌的專責單位，其中一項主要的任務即是建立各種重要作物之品種試驗檢定方法及性狀表，落實對育種者之權利保護，執行作物新品種檢定工作，保障育種者及農民權利，促進農業發展。

目前我國公告166種作物可接受品種保護，其中蔬菜類即佔有55種之多。本場為推廣植物品種權觀念給一般民眾，特別於今年花海活動中設置「農情萬種-蔬果嘉年華館」（圖7-28）。本館藉由展示各種蔬菜不同品种植株外觀型態，穿插部分花卉佈置，以及海報文字、掛圖之解說，藉由品種檢定的執行說明，了解植物品種保護的方式及對育種者權利保障，宣導智財權及植物品種保護的重要性等。並配合10月節慶時令製作實物造型等，營造嘉年華的氣氛，提升民眾對植物品種多樣性的認



圖 7-27、農情萬種-蔬果嘉年華館



圖 7-28、中央蔬果主景區-瓜樂交流



圖 7-29、葉牡丹區

識及品種保護的興趣。

本展館配置包括①中央蔬果主景區：展示辣椒樹造型佈置。②辣椒區：展示各種不同品種辣椒植株（圖 7-29）。③高苣區：種植各種（圓葉、捲葉、皺葉、圓球、紅紫葉等）不同型態高苣。④番茄區：各種不同番茄品種展示。⑤彩葉甘藍區：種植不同觀賞用甘藍品種（葉牡丹）（圖 7-30）。⑥鮮食瓜類區：不同品種絲瓜、苦瓜、瓠瓜及蛇瓜等植株果實展示。（圖 7-34）⑦南瓜區：不同果型、色澤南瓜品种植株與果實展示（圖 7-35）。⑧珍奇蔬菜區：展示山蘇、山葵菜、秋葵、大蔥...等各類奇特蔬菜植物。⑨短期葉菜區：十字花科等不同種類蔬菜品種展示。⑩海報區：植物品種保護及檢定海報之展示（圖 7-32）。提供民眾對蔬果、花卉品種之多樣性與栽培管裡的認識。

在花海一個月的開放期間，本館參觀人數計約 102 萬人次，民眾對各種蔬果的栽培、品種展示等讚不絕口，充分達到民眾對植物品種多樣性的認識及品種保護觀念的宣導等效果。



圖 7-30、鵝瓜家族與孤挺花

(五)、2014 新社花海「花田囍事 愛你一世」 文宣行銷－蔡瑜卿、鍾依萍、林正雄

新社花海活動籌備會工作小組中文宣行銷組由主協辦單位等 11 個單位共同參與，由本場技術服務室擔任聯絡窗口，從 103 年 4 月下旬開始至 9 月下旬止，共召開四次文宣行銷組工作會議，討論文宣行銷工作事宜，並參與六次花海籌備會議共同討論整體活動事宜。

103 年度新社花海活動依據西元 2014 年諧音，主標題訂為『花田囍事 愛你一世』，邀請民眾前來花海體驗幸福與愛的感覺，帶著悠閒的心情在新社體驗農村旅遊，以達到落實農業政策當前的施政方針和農業永續發展「農村旅遊」的活動設計，結合大山城五鄉鎮的豐沛資源，呈現「農村生活、優質農產、地產地消」的主軸。

新社花海文宣行銷以「平面行銷」和「網路行銷」兩大方向進行，主要宣傳工作執行與成果如下，同時整合農委會、臺中市政府與各協辦單位媒體資源，例如捷運站廣告影片、廣播與報章雜誌廣告或專題報導、網站 banner、跑馬燈、LED 字幕機、電子看板訊息播送，使全國民眾有多重管道接觸本活動訊息，本年度 11 月 29 日九合一選舉日休園一天訊息也及早配合相關文宣傳播管道讓民眾知悉。

1. 文宣品設計製發

本年度文宣品的製發數量依據預算與歷年經驗設定，總計印製 1,500 張海報、3,000 張邀請卡與 11 萬張宣傳單，並分配至各主協辦單位，與臺鐵、高鐵站、超商

及加油站協助發放，廣為分送告知全國民眾前來共襄盛舉。

2. 活動訊息傳播規劃及推動

- (1) 廣播媒體：錄製 2014 新社花海「喜鵲篇」20 秒的口播廣告於 11 月 6 日至 12 月 4 日間在全國廣播電台播放 116 檔次，同時農委會協助於臺中、每日等廣播電台共播放 390 個檔次。農委會亦製作花海廣播帶 30 秒與整點報時，



圖 7-32、植物品種保護海報區



圖 7-33、農業資材造型區



圖 7-34、各種瓜類區



圖 7-35、各式南瓜區

於中臺灣之聲等廣播電台放送，供不同族群的民眾收聽。同時安排楊佐琦場長與廖文偉副場長分別接受全國與漁業電台專訪。

- (2)雜誌媒體：103 年度新社花海活動訊息刊載在「農政與農情」270 期、「鄉間小路」、「山城週刊」等平面媒體。
- (3)官方網站：新社花海官方網站 103 年更換網址為 <http://flowersea.tw>，於 10 月 20 日正式對外營運，內有 11 項主題內容，介紹最新公告、花海介紹、展區地圖、活動行事曆、交流活動、交通資訊、旅遊情報、新聞專區、客服中心等資訊，並開設 2014 新社花海 Facebook 粉絲專頁 (<https://www.facebook.com/flowersea2014>)，提供即時訊息，讓民眾在活動訊息查詢上更加便利。
- (4)影片傳播：製作廣告影片 (10、30、60 秒版) 與微電影 3 部於 2014 新社花海官網、Facebook 以及臺北捷運站 (10 秒版) 播放等，103 年度新增新社花海開幕日空拍搶先看 2 分鐘版，吸引民眾前來現場參觀。

3.活動規劃與執行

10 月 28 日在農委會舉辦新社花海展前全國記者會以及開幕日典禮 (11 月 8 日) 媒體採訪接待 (圖 7-36)，藉此將 103 年花海活動訊息傳遞給全國民眾。並在活動期間 5 個周末假日辦理主題活動，進行花海期間每週議題行銷，增加與一般民眾的交流互動，達到宣傳的效益。

4.短片製作與傳播

新社花海影片拍攝計畫分為活動前期宣傳影片、前 3 週活動期間每週 1 部微電影、花海開幕日空拍、活動紀錄片四項，除了活動紀錄片之外所有影片均於花海官網與 Facebook 粉絲團播放。影片製作執行如下：

- (1)活動前期宣傳影片：10、30 及 60 秒版各 1 則。
- (2)開幕第 1 週空拍影片：2 分鐘與 5 分鐘版各 1 則。
- (3)活動期間微電影：3 分鐘版共 3 則；第 1 週「有效期無限」、第 2 週「新視界」、第 3 週「花舞間」。

(4)活動後影像紀錄：3 分鐘及 22 分鐘版紀錄片各 1 則。

5. 文宣行銷執行成果

103 年文宣行銷工作強化花海活動官網與 Facebook 粉絲團的活動訊息彙整與傳播，活動官網瀏覽人次高達 275 萬人次，官方活動粉絲團打卡人次也有近 3 萬人的亮眼表現，讓民眾參與互動並進行意見交流，達到資訊傳遞與分享的目的。同時配合新社花海為期 30 天的活動，拍製廣告影片、3 部微電影、花海現場空拍影片，透過官網、Youtube 及 Facebook 或 LED 進行宣傳。廣告 CF 及三部微電影在 Youtube 也都分別有 1 萬多人的瀏覽人次，花海空拍影片更有高達 37 萬瀏覽人次。而每週假日主題活動 9 日共累積蒐集將近 1,000 多張造訪民眾與美麗花海風景合影的照片，換出 2,400 支的「幸福蘭公仔筆」、1,800 本的「花繪集」以及 100 盒的「花田饅餅」。這些文宣行銷活動帶動今年度新社花海活動的新話題（圖 7-37），讓更多來花海或沒來花海的遊客感受到新社花海獨特的魅力。



圖 7-36、新社花海展前全國記者會



圖 7-37、新社花海週末假日行銷活動