

「食在好安心 2017 安全安心 農業精品展銷會」活動紀實

文圖 | 農糧署 林鈴娜 · 李守銘 · 陳欣宜



106年11月29日安全安心農業精品展銷會展前記者會，由陳建斌署長（左6）主持，邀請展銷會大會之星廠商一起邀請民眾蒞臨展銷會。

一、前言

為推廣國內安全農業並提升消費者對國內有機、產銷履歷及友善耕作農產品之瞭解與認同，型塑農產品「安心、安全」形象，於106年12月8日至12月10日在臺北世貿三館1樓展場G區辦理「2017安全安心農糧精品展銷會」。

本次活動延續6月份展場人氣及行銷氣勢，農糧署盤點國內供應端，展現更大企圖心，再次提升參展資格，不只要國產，更以「安全安心」為主訴求，針對農、漁、畜領域中具備「產銷履歷驗證、有機驗證或友善耕作」資格之農民、農民團體、農企業，改由各領域主管機關、單位主動推薦、邀請參加，並嚴選永齡杉林有機農業園區、一米特創藝美食館、中華民國果菜合作社聯合社、金門金大益生技農場、馬祖雲津茶坊、義美食品、宏亞食品、福壽實業、全聯實業等9家作為本次展銷會「大會之星」，並規劃14大展銷專區（米香世家、珍蔬鮮果、咖啡茶香、幸福紅豆、純香好油、農產加工、嚴選畜產、安全鮮、友善耕作、珍饗履歷、品茶嚐菓子、履歷達人、國民美食等專區），以呼應通路業者及民眾「食在好安心」的採購需求。

二、創新與不斷突破的企圖心

為宣傳安全安心農業精品及本次展銷會，農糧署先於 106 年 11 月 29 日在農業委員會大禮堂舉行展前記者會，除了邀請大會之星業者親臨記者會及展示 14 大展銷專區商品外，更邀請 100 位「鮮享農 YA—農糧署臉書」粉絲到場打卡、轉貼並品嚐農產精品，期透過媒體、通路及粉絲等多元通路，擴大宣傳安全安心農業精品及提高消費者認同。

為了讓民眾瞭解參展攤位主要特色，本次展銷會特別在每個參展攤位前設置「魅力亮點板」，讓民眾可一目了然攤位的銷售主題與亮點產品；也匯集了本次參展廠商資訊，編印「廠商資訊導覽手冊」，免費提供通路商或消費者索取，以延續展銷會銷售效益及方便通路商便利後續採購。此外，農糧精品代言人「農安哥」、「糧小妹」於開幕典禮首次登臺，以產銷履歷專屬歌舞帶動現場歡樂氣氛，並於展場吸引人潮聚攏，為各攤位創造更好買氣。會後並針對展期中由消費者所票選為「十大亮點」攤位，進行現場採訪，於「鮮享農 YA—農糧署粉絲專頁」進行持續推廣及行銷。

三、嚴選安全安心優質精品，帶動消費新選擇

農業委員會積極推廣安全安心農產品，就是希望民眾吃得放心，支持國產驗證農產品。本次展銷會嚴選國內各地優良農、漁、畜產品，參展品項必需至少要具備下列資格之一（友善耕作產品、產銷履歷或有機或 CAS 驗證產品）始得參加本次「2017 安全安心農業精品展銷會」。

透過此次展銷會充分體現政府對安全安心農業的堅持，以「溯源、優質、特色」明確回應消費者期盼。展場中「大會之星」及 14 個展銷專區，共 190 家業者，數百項已取得有機、產銷履歷標章或嚴選國產的經典農產品，眾多令人驚豔的創新魅力產品精銳盡出，不僅消費者可以一次購齊，買的安心；更可節省專業採購者經年常需四處探尋好產品的奔波辛苦，前來洽談未來合作機會。3 天展期，各專區營業額簡要說明如下：

- (一) 現場交易營業額分析：各專區總營業額以農產加工最高，達 492 萬 8,669 元，顯見農產加值效益。其次依序為珍蔬鮮果 165 萬 7,070 元，米香世家 119 萬 8,902 元；平均營業額以農產加工區 18 萬 2,543 元為最高，後依序為農產電商區 11 萬 2,662 元、履歷達人 6 萬 7,912 元。
- (二) 活動期間每日營業額分配比例約為 2：3：5，與歷次展銷會近似，顯示隨展期時間愈接近尾聲，愈能激發消費者購物之能力及慾望。
- (三) 農糧署特別於展前函文邀請通路業者參與展銷會，期能媒合連結通路業者及生產者。另為瞭解其後續效益，於每日調查參展廠商洽談訂單之預估金額，並針對獲 10 萬元以上訂單之廠商進行訪談，以瞭解通路商下訂情形。

四、主題設定「安全安心」放心買，買千送百提升營業額

本次活動進場參觀人次計有 117,417 人，雖然進場人次較上次展銷會略減，惟整體銷售額反增，應與主題設定「安全安心」，民眾放心買成交比率高為主要原因之一。另外，活動推出全場滿千送百元折價券及抽獎券，天天抽出 16 位民眾，贈送 1 年份健康蔬果箱，內含產銷履歷或有機好食材，月月直送到府，讓民眾不用出門也能鮮享安心。好康不只如此，更有購物滿 3 千還加碼贈送農委會水果月曆 1 份。3 天抽出近百項總價值達 97 萬元的農糧產品，種種促銷與折扣，也是吸引民眾購物的主因。

展銷會總計發出 1,300 份問卷，有效問卷為 1,271 份，購物族群以女性（70.1%）及居住於大臺北地區民眾（89%）為主；獲知訊息方式主要為電視（29.4%）及 FB 社群（21.8%）。平均消費金額以落在 1~1,000 元（67.6%）及 1,001~2,000 元（19.1%）為最多；主要消費品項為米及製品（22.7%）及蔬菜（16.2%）。最喜愛的展銷區為珍蔬鮮果（18.9%）及大會之星（12%）；最吸引民眾項目為促銷優惠（27.9%）及展銷品項（25.4%）；民眾對促銷優惠內容、產品在地特色、產品新鮮度、展售攤位服務態度、工作人員服務態度、環境整潔及活動整體評價等按讚數 4 個讚以上者均達 90% 以上，活動節目搭配按讚數 4 個讚以上者占 84.6%、動線規劃按讚數 4 個讚以上者占 89.7%。

五、結語

為了爾後展銷會可以精益求精，農糧署也邀請各參展主題規劃單位，在展銷會後針對活動整體規劃、活動項目、服務品質、活動宣傳等項目召開活動檢討會，除了展銷會期間由消費者票選出的十大經典攤位可供其他攤位學習外，也由各展區負責單位挑選出表現不佳攤位，納入後續推薦廠商之檢討，希望可持續為民眾規劃更優質、更友善的購物環境，並持續建立生產者、消費者、通路端之產銷溝通平臺，創造消費者購買便利、生產農民提升收益的雙贏結果。



安全安心農業精品展銷會展前記者會，推廣產銷履歷、有機、友善耕作農產品。