



臺灣農業精品展「饗食之旅 傳情之選」， 開啟臺灣農業新契機

文圖 | 輔導處 湯惠嫻

一、前言

為了形塑在地農業特色，開創差異化定位，農委會秉持「在地生產，在地消費」的施政理念，自 95 年起，即與各級農漁會攜手合作，每年嚴選臺灣農漁會百大精品並辦理行銷展售活動，一貫以最嚴格的標準，從生產到包裝逐一檢視，務求遴選出最高品質的優質農漁產品，以滿足消費者的期待，至今邁入第 12 年，激盪出許多創意與做法，有效提升農漁產品水準，獲得國內外市場一致的認同，也吸引許多聰明的消費者每年期待農漁會百大精品選拔結果出爐，作為年節採購指南。

二、饗食之旅，傳情之選

農委會 106 年 12 月 22 日至 12 月 25 日於臺灣大學綜合體育館舉辦「臺灣農業精品展」活動，12 月 22 日下午 2 時由農委會李副主任委員退之主持開幕典禮，陳副總統建仁特別蒞臨現場，和僑務委員會政務副委員長田秋堇、立法委員蔡培慧、中華民國農會總幹事張永成、中華民國全國漁會總幹事林啟滄等與會貴賓，共同見證臺灣農漁會對傳統農業轉型創新經濟的用心及成果，感受青年農民和農村再生的活力。



與貴賓們誠摯邀請大家愛護國產農產品，用行動支持臺灣農業。

這一場深受消費者及企業界期待的「MIT 臺灣製造」農漁會精品年度盛會，買氣一年比一年更旺，加上不斷創新的行銷手法，4 天展期吸引近 1.4 萬人次進場參觀採買，現場營業額 1,110 萬元，接獲預購訂單 1,833 萬元，合計 2,943 萬元，此外，尚有多家企業洽談通路合作，展現臺灣農業令人驚豔的高競爭力且所得穩定的新樣貌。透過精品展及接續一整年的創意行銷，預估可促進農業精品 2018 年的年度銷售額，創造年產值達新臺幣 3.5 億元以上。

三、百大精品淬鍊而生，國人愛用 MIT

本屆農漁會百大精品的遴選作業，仍舊秉持「嚴選製造、在地生產」原則，區分為日光鮮果、臺灣茗茶、在地好米、原鄉美食、樂活飲食、清醺佳釀、上選鮮味、百味美饌及精



農漁會百大精品形象展示區。



封館企業接待活動，各參展單位熱情接待，爭取合作洽談機會。

選組合等 9 類，從 375 項農漁會薦送的产品中，評選出 95 家農會及 9 家漁會合計上百項的農漁精品，歷經 3 個多月 4 階段的審查作業，包括第 1 階段的書面審查，交由專家學者進行的第 2 階段包裝標示審查及第 3 階段產品品質與市場發展性評選，最後再送檢驗單位進行第 4 階段衛生安全檢測；入選產品各具特色，包裝精緻且具時尚感。經統計，入選的品項中，包含西港區農會黑麻油、羅東鎮農會羅董養生皮蛋、佳冬鄉農會透紅佳人品牌蓮霧禮盒、屏東縣農會蜜黑豆、蜜紅豆、元長鄉農會頂級黑金剛花生禮盒、北港鄉農會黑金剛花生禮盒、義竹鄉農會心意足一桑椹禮盒等 7 項產品連續 8 年以上入選，屬常賣型商品；另有 55 家農會、6 家漁會推出新品首次入選，充分展現出農漁會這百年老店優良的傳統和創新發展的動能。因此，陳副總統在開幕致詞時特別的肯定農委會致力將農業產品精緻化以提高經濟價值，讓農民、消費者及環境三贏，讚賞臺灣農漁會百大精品是淬鍊而生的極致品味，並且鄭重向全國人民推薦臺灣在地的農業精品，邀請消費大眾及企業界踴躍採購。

四、品牌行銷，活絡農業新價值

每年的精品展是農業界的年度盛事，除了向國人介紹最新出爐的臺灣農漁會百大精品，更是

為自產農產品開拓銷售通路的大好時機，尤其在農漁會經營體質逐漸偏重經濟業務的同時，各家農漁會和青年農民們無不摩拳擦掌，屏息以待。

今年農委會也循例編製 2018-2019 臺灣農漁會百大精品型錄，寄送給國內千大企業的董事長或總經理，推薦做為節慶贈禮及股東會禮品採購首選。型錄亦轉為電子書並上傳農業易遊網 (<https://ezgo.coa.gov.tw/Uploads/ebooks/Gifts/TaiwanAgriGifts-2018/index.html>) 供參閱選購。

此外，在 12 月 22 日開幕當日上午，還特別在活動現場辦理封館企業接待活動，邀請科技業、金融業、超市連鎖通路等 39 家企業負責人或採購主管進場參觀及洽商，經調查成功媒合多家企業洽談合作，現場接獲預購訂單 1,833 萬元，包括棉花田生機園地股份有限公司、惠康百貨股份有限公司、喜美超市、異相醫藥等企業，讓所有參展單位更有信心繼續發展可長可久的農村經濟事業。

五、精選農村好物，盡是農村新創力

此次活動的展售區，除了展售農漁會特選農特產品的「農情好禮區」外，特別規劃「青農活力區」和「農村好物區」，展售青年農民

產地直送的優質產品，以及近 3 年農村再生社區精選的農村工藝和美食，精緻多元的產品滿足消費者一次採買的需求。

「青農活力區」是近幾年農委會因應當前臺灣農業面臨農村人力老化的問題和挑戰，培育青年農民加入農業經營，透過承襲老農們的經驗、技術基礎，以他們的創意、熱情與活力來翻轉動臺灣農業，帶動轉型的政策成果展現。50 個青年農民帶來其用心生產的活力農產品，品質和創新併進，有產地直送的一級生鮮農產品，也有精心研製的二級加工產品。活動期間充分展現青年農民的熱情、純真和誠懇，創造近 290 萬元銷售額、接獲預購訂單逾 1,000 萬元。青年農民參加展售活動，除了貼近消費者需求，民眾的購買也為這群農業的生力軍加油打氣。

「農村好物區」計有 9 個社區代表參與展售近 3 年農村再生社區精選的農村工藝和美食，優質的產品廣受消費大眾歡迎，4 天的活動展期，創造近 130 萬元銷售額。水土保持局更自 106 年 12 月 5 日起，正式與臺灣知名企業南仁湖集團合作，在經營之國道服務區設置農村好物產品銷售專櫃，未來將串聯北中南區域，創造更優質的交易平臺，方便消費者採購。

六、創新行銷，百大精品一路長紅

本次活動除了辦理封館企業接待活動，媒合企業訂單和通路合作外，特別與農業易遊網合作，於社群網站辦理「百大精品購物季」線上活動，直播活動期間 12 場購物專家主場秀，同步於 FunClub 粉絲團舉辦「歲末限時活動」，透過購物專家現場介紹展售產品，帶動網友參與互動、分享活動訊息，吸引更多民眾參加活動，進而導流至新北市農會「真情食品網」的百大精品專區，引起線上線下話題



創新行銷模式「百大精品購物季」，有效引起線上話題討論，刺激消費。

討論，進而刺激消費、擴散活動效益。據統計 12 場影片直播計有按讚數 4,997 人次、留言 5,593 則、分享數 2,052 人次，觸及人數逾 10 萬人次。

而為方便國人採購臺灣農漁會百大精品，拓展農業精品銷售通路，農委會除了規劃 4 天的精品展，還特別輔導新北市農會在網購平臺「真情食品網」設置「百大精品專區」，讓民眾除了可以在各家農漁會門市與網站採購外，也可以在這個平臺上一次購足各家農漁會的百大精品。該平臺更與得易 Ponta 公司合作推出「農情好禮卡」，民眾申辦這張會員卡，能不定期收到農漁會百大精品的優惠資訊，消費享回饋點數換好康，有興趣的民眾都能在新北市農會各銷售據點申辦。

八、結語

農委會以跨域合作與創新思維，建立與消費者及企業通路的銷售平臺，拉長行銷戰線，目的就是要創造農業加值效益，引領臺灣農漁產品創造新的價值，在國際消費市場更具全球競爭力。於此，讓我們期許臺灣的農業展翅高飛，成為最具價值的創新產業。