

濃情蜜意電農假日市集， 電農培訓與輔導計畫 成果發表會辦理紀實

劉婉君¹

行政院農業委員會（簡稱農委會）於本（107）年4月28~29日）在新北市板橋車站一樓大廳舉辦「電農²假日市集」活動，除展現輔導農民進入電子商務銷售管道的「電農培訓及輔導計畫」豐碩成果外，現場還有優質農產品展售、限時限量超值優惠農產品，以及食農教育有獎徵答等活動，希望透過舉辦「電農假日市集」，以線下體驗方式，強化消費者對於線上購物的信心及慾望，也藉此號召更多有意進入電子商務銷售管道的農業生產者加入培訓計畫。

電商、電農、消費者三贏，創造農產新商業模式

網路購物是現代人愈來愈喜愛的消費方式，為了積極協助農民進入電子商務銷售渠道，農委會自106年起委託社團法人全國中小企業總會辦理「電農培訓及輔導計畫」，藉由「知能培訓」、「實務輔導」及「商機媒合」等三階段措施，幫助還沒有在電商平臺做生意的農業生產者或農漁民組織成員，具備因應電子商務發展趨勢的量能，以及瞭解各種新創的網路行銷方法，並提供消費者在網路購買國產優質安全農產品，以達到電商、電農、消費者三贏目標，最終促使我國農產品電子商務朝全球運籌的國際化目標蓬勃發展。

「電農培訓及輔導計畫」為協助結訓學員進一步克服與解決平臺上架的需求，特別開辦數場次的主題式輔導，包括商業登記、產銷資訊分析、產銷履歷標章、產銷數據分析、通路輔導、農產物流整合、農產品營運、電子商務經營、網路行銷企劃及品牌經營與行銷等，後續並辦理北、中、南、東4場次的電商平臺媒合會，邀請臺灣農業電商平臺業者到各地區與農民對話；另為了更深度有效服務各地區的農民，計畫特別培養區域性產地「整合者」，以更有效地整合農產品產銷一條龍的新零售商業模式。迄今計有219位學員完成培訓課程，並促成近百位農民與20餘家農業電商業者合作銷售。

註1：行政院農業委員會國際處。

註2：「電農」係指農產品電子商務供應農戶，由農委會「電農培訓及輔導計畫」所培訓之農民學員。

掌握行動支付工具，電農假日市集買氣旺

本次計畫成果發表會「電農假日市集」選定母親節前夕辦理，共計有 30 位電農學員參與，展售品項多元包括四章一 Q 蔬果及水產品、蜂蜜、茶葉、羊肉、新鮮無花果、栗子南瓜及苦茶油等農產加工品。地點則選定三鐵共構且為百貨商場型態的新北市板橋車站，並配合該消費區域的多元支付環境，特別與桃園農業博覽會所使用之電子支付業者合作，首次將行動支付³帶入農民市集中，除提高消費者購物意願外，也讓電農學員實際接觸操作，瞭解電子商務發展潮流下快速發展的行動支付工具。市集每個攤位亦設有電農學員的電子名片，部分電農也貼出臉書粉絲頁，在與每位消費者接觸時，都有機會將其導回線上購物。對於目前非產季的電農學員，本次活動也設有導購牆，以提供消費者下單預購。

本次電農假日市集 2 天的活動中，農委會與 30 位農民共同克服諸多挑戰，包括板橋車站 1 樓首次有農民市集進駐，同時也是首次農民市集每攤均設有行動支付工具，不少電農學員更是首次參與農民市集，第一次直接接觸消費者。「電農假日市集」活動期間銷售金額超過新臺幣 50 萬元，其中計有 243 筆交易、



市集會場辦理成果發表記者會，邀請計畫的顧問代表參與，並同時為 2 天的市集活動揭幕。



電農市集每攤位均配備一組行動支付工具及個人名片。

註 3：係指除現金交易外之非現金交易，包括電子錢包（LINE PAY、台灣 Pay）、信用卡（VISA、MasterCard、JCB）、4 大票證（悠遊卡、iPASS 一卡通、iCASH、happycash）等。



電農學員劉軒宇認真向消費者介紹自家產品。



電農市集開賣前學員認真學習行動支付工具操作。



電農學員陳力綺上臺介紹自家產品，透過主持人引導與消費者互動。



消費者對於電農學員林詹挺生產的農產品好奇而互動不斷。

13.3 萬元來自行動支付，當中一筆消費金額達新臺幣 2 萬元，顯示行動支付工具確實有助於提高消費者購物意願，以及提高單次購買金額，亦顯見都會區消費者使用行動支付已有一定占比。消費者對於本次電農市集活動相當支持，不少顧客反應希望未來在板橋車站能有常態性的市集陳設。

農委會「電農培訓及輔導計畫」將持續於農民學院開設電子商務培訓課程，預計於本年 6 月份公告相關課程內容，歡迎有意願參與的農民加入培訓計畫；另目前已從事電子商務銷售的農民，無論是在生產端、銷售端或客服端遇到任何問題，也都歡迎撥打服務專線洽詢。電農培訓及輔導計畫服務專線：0800-508-598。



消費者使用悠遊卡支付購買電農學員陳品君生產的新鮮雞蛋。