農糧署邀集優質廠商成立米糧俱樂部共同行銷國產米穀雜糧。

農糧署成立米糧俱樂部，翻轉國產米糧新價值

王欣俞[1]．宋鴻宜[1]．廖婉均[1]

一、前言

為加強國人對國產米穀雜糧產品認同感，並將優質米穀雜糧亮點產品打入消費者飲食生活，農糧署邀集米糧創意競賽得獎烘焙名店、產製特色米穀雜糧原料產品及加值化產品之業者超過 100 家，共同成立米糧俱樂部，以團體戰的行銷模式，推出最在地、最安全、最優質的亮點產品，透過電子商務及實體通路共同打響國產優質米糧產品的品牌，創造全新消費風潮。

二、無基改、安全、健康，國產米糧魅力無法擋

國產優質好米及大豆、甘藷、紅豆、落花生、薏仁、蕎麥等各式雜糧原料具有非基因改造、食物里程短、營養價值佳等優勢，參與米糧俱樂部的廠商推出之產品或使用原料多已取得產銷履歷或有機驗證，安全有保障，而產品種類除了大家熟知、認同度非常高的國產好米及未使用落葉劑的紅豆、綠豆等原料外，因應年輕族群的消費需求，廠商也積極開發無麩質的米布丁、米蛋糕、米麵條、米麵包等產品，還有具健康訴求的國產豆奶、薏仁、山藥飲品，適合作為伴手禮的綠豆糕、黑芝麻糕、米鳳梨酥及休閒點心，

註 1：行政院農業委員會農糧署。

以及完全無添加、適合嬰幼兒食用的有機米果捲及造型米餅等，而以國產黑豆、黃豆、米真材實料釀造之醬油、味噌、健康醋，更是婆婆媽媽們的心頭好。

米糧俱樂部產品以優質的國產原料，經廠商創意研發，充分發揮稻米不含麩質、具飽足感、吸油率低的優勢，以及國產雜糧非基改、無添加、富含維生素及礦物質等好處，讓消費者吃的美味、健康又安心。

三、虛實整合雙管齊下，拓展消費市場

近年透過辦理精品展銷會、於希望廣場及各地農夫市集進行展銷等管道，國產米穀雜糧原料及產品已擄獲不少識貨消費者的心，為吸引都會區民眾及年輕族群之認同及鼓勵實際消費，米糧俱樂部藉由實體精品市集及手機 APP 產品上架雙管齊下，期望拓展全新消費市場。

米糧俱樂部精品市集分別於北、中、南人潮聚集之百貨公司廣場或文創園區辦理，以文青風的展銷攤位，帶給消費者耳目一新的感受，現場並規劃舞臺表演、互動遊戲、主題競標、米食 DIY、一日小小店長、消費滿額贈等活動，吸引年輕族群聚集、刺激買氣。

為因應時下流行之行動購物消費模式，米糧俱樂部透過與全國最大團購平臺 GOMAJI 合作設置米糧專區，向 Gomaji 手機 APP 會員 350 萬人及 Line 會員 1,140 萬人，推出為期 2 週之主題週行銷活動，銷售 50 款國產米穀雜糧精品，讓消費者隨時隨地都能透過手機購入各式米穀雜糧產品，一指輕鬆選購，優質產品立即送到家，讓年輕族群更認識國產米糧產品，並有效提升優質廠商於團購通路曝光度。

米糧精品市集吸引年輕消費族群。

以團體戰方式行銷國產米糧精品，打響國產優質米糧產品品牌。

運用 GOMAJI 平臺增加米糧精品曝光度。

四、世界最大米點心拼圖，展現豐富國產米糧精品

為了展現國產米糧產品的多元性與豐富性，農糧署於米糧精品市集臺北場，規劃「挑戰金氏世界紀錄最大的米點心拼圖」活動，以 6,000 包以上不同顏色的米點心，包括 11,716 條米棒、44,370 顆米花説、數百片米蛋糕及米蛋糕酥，以農安哥、糧小妹散步田野中之可愛畫面為構圖，拼成全世界面積最大之米點心拼圖，規劃期間共花了 6 個月設計，並動用數十位工作人員耗時 6 小時於現場依號碼逐片拼組，當日由美國籍驗證官逐項核對尺寸、圖案等細節；並由食品技師全程確認米點心之品質及安全衛生，經測量技師丈量拼圖之長寬分別為 9.05 公尺、8.91 公尺，面積為 80.63 平方公尺，通過重重考驗，終於成功挑戰金氏世界紀錄，並吸引多家媒體報導，成功打響國產米糧的知名度。臺北場精品市集更安排藝人邰智源於現場選購優質米糧產品，透過 FB 粉絲專頁直播，及進行有趣的拍賣活動，讓活動進入高潮，有效提升廠商及產品曝光度。

挑戰金氏世界紀錄最大的米點心拼圖成功。

由 6,000 包以上不同顏色米點心拼成之農安哥及糧小妹漫步田野中的拼圖。

五、歡迎上米糧俱樂部官網，眾多國產精品等你來

農糧署網羅全臺上百家優質廠商加入米糧俱樂部，將國產米穀雜糧產品的優勢，藉由多元行銷推廣深入消費者飲食生活；更期持續透過精品市集、網紅行銷及電商平臺等銷售模式，喚醒國內消費對優質國產米糧精品之消費意識。米糧俱樂部官方網站：http://taiwanrice.tw/ (QRcode 如右圖），歡迎您深入瞭解國產米糧精品的魅力。