

臺中市議會第3屆第2次定期會

臺中市農產品行銷策略計畫及2020
世界蘭花會議暨展覽籌備情形
專案報告



臺中市政府

TAICHUNG CITY GOVERNMENT

臺中市政府農業局

報告人:局長 蔡精強

中華民國 108 年 10 月 15 日

目 錄

壹、臺中市農產品行銷策略計畫-----	1
一、前言.....	1
二、策略規劃.....	1
三、執行成果.....	2
四、結語.....	5
貳、2020 世界蘭花會議暨展覽籌備情形--	7
一、前言.....	7
二、計畫內容.....	7
三、籌備情形.....	8
四、結語.....	9

壹、臺中市農產品行銷策略計畫

一、前言

臺中市位處臺灣中部，憑藉著得天獨厚的地理環境及農民的栽培技術，生產各種優質的農特產品，協助農民團體加強國內外行銷及加工為本局的重要業務。

本局於各農產品產季規劃辦理展售行銷計畫，並輔導媒合於全國性大型超市上架，近年規劃運用電子商務平台及網路社群提升臺中農產品知名度及銷量。目前積極拓展日本、香港、加拿大、新加坡、馬來西亞、杜拜等國外目標市場，並鼓勵農民團體積極辦理農特產品外銷，本(108)年截至8月底已輔導農民團體外銷總額達1億6,700萬元。將次級品輔導與食品工廠合作收購加工，不但可有效減少次級品進入市場，提高優級品價格，並可提供國內食品工廠優質原料，促使食品加工業者根留臺灣，創造農民、加工業者及政府三贏。

二、策略規劃

(一) 國內行銷策略

1. 辦理農特產品展售促銷活動

持續輔導本市農民團體於全國都會區及產地辦理農特產品展售行銷及促銷活動。

2. 建構多元行銷通路

協助本市各區農產品拓展電商平台、百貨公司及好市多、全聯等量販店大型賣場、網路直銷及宅配等多元行銷通路，另結合飯店業者透過異業合作拓展內銷管道。

(二) 國外行銷策略

1. 積極參加國際展售活動

輔導外銷業者、農民團體參加各項國際食品展及展售促銷活動，宣傳促銷轄內特色農特產品。

2. 拓展外銷市場

積極開拓新外銷通路：除了在既有中國大陸市場持續加強外，為降

低中國大陸市場之風險，拓展其他外銷管道，如東協國家(新加坡、馬來西亞、汶萊)、香港、澳洲、日本、加拿大等。

3. 獎勵國外市場促銷計畫

透過外銷獎勵計畫提高國際市場競爭力，加強本市農產品外銷，減少國內市場流通量，穩定國內市場價格。

(三) 輔導農產品加工策略

1. 輔導次級農產品導入加工，穩定市場價格

將次級農產品導入加工有效紓減國內市場供貨量並提升品質，提高市場價格。

2. 發展農產品加工計畫，創造附加價值

將農產品透過各式加工方式可有效延長貯存期間，並提高農產品附加價值。

(四) 加強輔導農產品冷鏈保鮮技術，有效提升農產品品質

農產品的品質受溫度的影響極大，產品採收後若能立即做預冷降溫，則可以迅速降低呼吸、蒸散作用及許多生理活動與病原菌的繁殖，對產品的保鮮有很大的效用。

三、執行成果

(一) 國內行銷方面

1. 辦理農特產品展售促銷活動

持續輔導本市農民團體於全國都會區及產地辦理農特產品展售行銷及促銷活動，108年1月至9月21日止計18場次，銷售金額達新台幣1,822萬元。

2. 建構多元行銷通路

(1) 協助本市各區農產品於郵政網路商城、東森農場、momo購物台、玉美『好農行銷平台』、百貨公司及大型賣場(City super、微風廣場、好市多超市、裕毛屋、全聯福利中心、楓康超市)上架銷售，配合網路直銷及宅配，積極拓展多元行銷市場通路，另結合飯店業者(臺中林酒店、全國大飯店、中南海酒店、日光溫泉

飯店、假日智選酒店、旅宿聯盟等)將本市農特產品在地食材設計料理入菜，透過異業合作拓展內銷管道。

- (2) 輔導農友參與臺北花博農民市集、臺北希望廣場假日展售活動，拓展都會區行銷通路。

(二) 國外行銷方面

1. 積極參加國際展售活動

- (1) 香港通路農特產品採購洽談會：外貿協會邀請香港進口商及通路商來臺，於 108 年 2 月 16 日舉辦「香港通路農特產品採購洽談會」，本局積極輔導本市石岡區、新社區、龍井區、東勢區、外埔區、大雅區、大里區及臺中市農會等 8 家農會參加，面對面向香港進口商及通路商介紹本市優質農特產品，藉此機會展示臺中極富特色、品質優良的農產品及加工品。
- (2) 參加中國大陸壽光國際蔬菜科技博覽會：輔導本市各農民團體組團參加 108 年 4 月 20 日至 5 月 1 日於中國山東舉辦之中國壽光國際蔬菜科技博覽會，增加臺中農特產品於中國大陸市場曝光率，並媒合本市農民團體與中國進口商接洽，拓展外銷通路，總計銷售金額達 250 萬元。
- (3) 參加遼寧國際投資貿易暨特色產品採購洽談會：聯合中臺灣共 6 縣市組團參加 108 年 8 月 30 日至 9 月 2 日於中國遼寧省瀋陽市舉辦之遼寧投洽會，宣傳行銷中臺灣優質農特產品，媒合當地外貿商，拓展外銷通路，總銷售額超過 79 萬元，成功媒合 1 家廠商合作及 36 家廠商洽談中。

2. 加強拓展外銷市場

- (1) 輔導豐原區農會於 108 年 1 月至汶萊舉辦臺灣水果品嚐會和產品促銷活動，以「臺灣臺中農特產品」為品牌行銷，提升臺灣水果知名度，成功外銷臺中農特產品 40 噸。
- (2) 輔導東勢區農會於 108 年辦理臺中市農特產品香港、中國大陸、東南亞及加拿大等國家試銷拓銷活動共 5 場，以「臺中優質農特

產品」為品牌，拓展國外市場通路，透過試吃宣傳活動提高消費者的購買慾望並帶動國外市場銷售量，拓展並穩定臺中農產品外銷通路。

- (3) 108年1月輔導外埔區農會紅龍果外銷加拿大多倫多市的連鎖超市販售，期盼透過拓展國際市場，帶動臺中農產業發展，後續反應良好，今(108)年截至8月底已外銷至加拿大(4公噸)及香港(2公噸)。
- (4) 市長於本108年1月28日率團出席「香港中華出入口商會第34屆會董就職典禮」，輔導臺中市農會與香港中華出入口商會簽署合作意向書，該商會亦採買本市優質茂谷柑禮盒14公噸，為未來臺中農業出口的合作模式邁出第一步。
- (5) 輔導新社區農會於4月11日至14日至中國江蘇揚州博覽中心辦理促銷活動，藉由此計畫將臺中市優質農特產品展示、宣傳、商務洽談活動，冀期增加中國大陸買家對臺中市農特產品產業印象，結合產區地方資源，提昇農特產品邁向高品質、高經濟導向，建立產品品牌，藉以達到促銷宣傳目的。

3. 獎勵農產品國外市場促銷計畫

- (1) 辦理拓展柑橘類國外市場輸銷計畫，參加農會有東勢區、石岡區、豐原區、和平區，獎勵本市柑橘外銷共計834公噸，有效降低農產品外銷成本，提升臺中柑橘外銷競爭力，同時可提高農民團體向農民收購價格，保障農友收益。
- (2) 輔導臺中市農會辦理108年臺中市拓展百合國外市場輸銷計畫，依實際外銷出口量補助外銷獎補助費每支10元、包裝費每支6元、運費每支6元，有效降低本市百合外銷成本、提升國際市場競爭力，共計出口146,960支。
- (3) 輔導農會辦理荔枝外銷處理計畫，應用新的快速冷凍技術有效保持荔枝新鮮度，延長供應期間，期望藉此技術於盛產期時能保存部分鮮果，今年首度試辦荔枝冷凍保鮮處理，並預計於非產期時

供應內外銷，平衡供需，保障農民收益。

(三) 輔導農產品加工方面

1. 輔導次級農產品導入加工，穩定市場價格

107 年底至 108 年初椪柑產期本局輔導椪柑收購加工榨汁共約 700 公噸。

2. 發展農產品加工計畫，創造附加價值

(1) 本局積極輔導農民團體及加工廠辦理醱酵釀造(農村酒莊)、脫水加工(柿餅、荔枝乾、龍眼乾)、加工食品(香菇餅、蔥餅、米果、麵條、肉鬆、香腸等)，有效延長貯存期間，調整風味，增加攜帶便利及食用方便等特性，提高農產品市場通路的廣度與深度。

(2) 委託本市大專院校食品科技系所，以轄內農產品為原料，開發「創新製程」、「強化養生保健」為特色，以消費行為導向，讓農產加工品多元化，以增加農民收益。

(四) 加強輔導農產品冷鏈保鮮技術，有效提升農產品品質

荔枝以冷鏈、冷凍技術延長銷售時間及地域限制，文心蘭以保鮮冷藏方式外銷日本、澳洲等國家，黃金玉冷筍以冰水及芋頭切塊冷凍處理提高附加價值。輔導農民團體設置冷凍庫、冷藏車保持農產品鮮美度及櫥架壽命。

(五) 建立農特產品品牌

本市積極推動農特產品行銷工作，向經濟部智慧財產局申請取得註冊登記「臺中市優質農特產品標章」作為品牌 logo(如附圖)，強化品牌形象及市場區隔。

四、結語

農業局針對臺中水果產季皆提前規劃農產品行銷策略及促銷計畫，行銷至國內、外市場，加強農產品對外展售，創造本市農民更高收益，並透過宣傳本市優質農產品，讓國內外消費者認識及支持臺中優質農特產品，打造臺中優質農產品牌印象，並加強農產品加工，創造農產品附加價值，降低國內市場流通量，有效提升國內農產品市場價格，增加農民收益。



臺中市優質農特產品標章

貳、2020 世界蘭花會議暨展覽籌備情形

一、前言

世界蘭花會議 (World Orchid Conference, WOC) 每三年一次會選擇在不同城市、不同洲或南、北半球舉辦，並由國際性、區域性或當地之蘭花組織主辦。第 23 屆世界蘭花會議以「原生(Native)」、「保育(Conservation)」、「多元 (Diversity)」、「分享 (Share)」四大元素為核心理念進行建構，推出五大亮點執行計畫：「百蘭保育(Project Seeding)」、「數位典藏(Project Rooting)」、「名人菁英(Project Blossoming)」、「青年參與(Project Budding)」、「金蘭聯盟(Project Grafting)」。

將於本市外埔區舉辦，會議時間為 2020 年 3 月 9 日至 3 月 12 日(共 4 天)；展覽時間則為 2020 年 3 月 9 日至 3 月 18 日(共 10 天)。

二、計畫內容

(一) 五大亮點執行重點與進度：

1. 百蘭保育計畫：由「辜嚴倬雲植物保種中心(KBCC)」以及「台灣蘭花展銷發展協會(TOGA)」共同發起。盤整面臨絕種危機的蘭花物種，挑選與展示 5-10 個物種持有者來臺發表保育經驗。
2. 數位典藏計畫：由「辜嚴倬雲植物保種中心(KBCC)」以及「台灣蘭花展銷發展協會(TOGA)」共同發起，並受到國際植物園保育聯盟及世界蘭花會議理事會的全力支持，廣邀世界各地共同參與，調查及整理世界各地植物園與相關單位對於蘭花物種的蒐集與保育數量。此項計畫預計將從各個植物園所蒐集到的資料，經系統化規劃整理，集結成書出版。
3. 名人菁英計畫：邀請蘭花產業內之知名的專家學者擔任本次會議講者，發表保育、生態、分類、育種、遺傳與培育、栽培及產業趨勢專題演講，已確定受邀參與 WOC2020 之講者共 40 位。另於各個專業雜誌與海外專業蘭花展覽活動宣傳，邀一般講者投稿，已高達 70 位參與。
4. 青年參與計畫：提供獎學金補助全球 40 歲以下大專院校與研究院

的有為青年參與 WOC2020，推動蘭花教育的種子向下紮根。

5. 金蘭聯盟計畫：為團結眾人力量，預計與全球國際蘭花組織締結盟約，邀請相關國際蘭花組織來臺參與演講，分享該國蘭花趨勢與經驗。

(一) 會議活動規劃：

以麗寶樂園福容大飯店為主，會議活動將蘭花領域分為七大領域：「Conservation(保育)」、「Ecology(生態)」、「Systematics(分類)」、「Breeding(育種)」、「Genetics and Development(遺傳與培育)」、「Cultivation(栽培)」、「Orchid Industry(蘭花產業)」進行演講與海報張貼，包含了五大亮點計畫中的「名人菁英計畫」、「青年參與計畫」、「金蘭聯盟計畫」。除了七大領域講題外，「百蘭保育計畫」、「數位典藏計畫」也會進行保育工作的經驗分享與保育物種的介紹。

(二) 展覽活動規劃：

利用外埔園區為主，以兩個展館做主要規劃，包含主題景觀、原生保種區、各式規格景觀佈置區、蘭花攤位區、教育紮根區；展館以外的園區將規劃美食區、農夫市集等。

三、籌備情形

- (一) 行政院農業委員會、臺中市政府及社團法人台灣蘭花產銷發展協會等組團於 107 年 11 月 7 日至 14 日出席厄瓜多第 22 屆 WOC 並接旗辦理 2020WOC。
- (二) 農委會於 107 年 10 月 25 日邀集臺中、臺南市政府及台灣蘭花產銷發展協會協調 2020 臺灣國際蘭展與 2020 世界蘭花會議舉辦日期，確定 2020 臺灣國際蘭展 3 月 6 日開幕，2020 世界蘭花會議 3 月 9 日開幕，將 2020 年 3 月訂為台灣蘭花月。
- (三) 本府於 108 年 6 月 28 日召開「2020 世界蘭花會議暨展覽籌備工作會議，討論府內分工項目。
- (四) 行政院農業委員會於 108 年 10 月 3 日召開「2020 臺灣蘭花月-國際原生保種蘭展計畫審查會議」，同日並召開「2020 世界蘭花會議暨展

覽與 2020 台灣國際蘭展執行進度第一次工作會議。

四、結語

2020 年在臺中舉辦的第 23 屆世界蘭花會議暨展覽，以四大主軸「原生、保育、多元、分享」為執行目標，帶動臺灣整體蘭花與周邊產業（生技、設備、物流等）向上提升。透過國家整體資源的整合，將北、中、南各地特色與蘭花結合，讓蘭花成為代表臺灣的精神，感動世界。

