

臺中市議會第3屆第3次定期會

農產行銷成果

專案報告



臺中市政府農業局

報告人：局長 蔡精強

中華民國 109 年 5 月 6 日



# 目 錄

一、前言	1
二、策略規劃	1
三、執行成果	2
四、結語	5



## 一、前言

臺中市好山好水，氣候宜人，在自然環境優勢及農民的栽培技術下，生產各種優質的農特產品，為臺灣地區重要果蔬、花卉生產區域。本局近年來積極協助農民團體加強農產品國內外行銷及加工，拓展多元化行銷通路。

本局於各農產品產季規劃辦理展售行銷計畫，著手建立農產品收購加工制度，加強國內外展銷，建立完善產銷制度，108年4月至109年3月底已輔導農民團體外銷總額達2億5,490萬663元，並辦理國內農特產品展售行銷及促銷活動，共計23場次，銷售金額達新臺幣7,686萬元；另與食品工廠合作收購次級農產品進行加工，計2,081公噸，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. 辦理季節性農特產品展售活動

配合本市枇杷、西瓜、高接梨、水蜜桃、紅龍果、芋頭、甜柿、雪梨、椪柑、茂谷柑等農產品產期，於臺中、臺北、新北市等都會區辦理季節性農特產品展售活動，另結合2019新社花海節及2020臺灣燈會等大型活動設置農特產品及農村家政美食區，行銷本市農特產及家政班特色美食。

#### 2. 設置農民市集，行銷在地農特產品

透過定點之假日農夫市集行銷在地農產品，推廣地產地銷，減少食物里程，以達節能減碳之效益，藉由地產地銷的活動，讓消費者能於產地直接與農民接觸，並推出本市在地品牌標章，鼓勵消費者優先選擇在地當季產品，期使消費者認同在地農產品，並將節能減碳觀念落實於日常生活中。

#### 3. 建構多元行銷通路

協助本市各區農產品拓展電商平臺、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。

4. 提供學童營養午餐水果及輔導次級農產品加工，穩定市場價格  
提供學童營養午餐食材及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。
5. 提升農產品品質，建立農特產品品牌  
加強輔導農產品冷鏈保鮮技術，有效提升農產品品質，編印尋味臺中-臺中市精緻農特產品型錄及摺頁於國內外行銷活動宣傳，建立本市農特產品品牌。

## (二) 國外行銷策略

1. 參與國際展售活動  
輔導轄內農民團體及外銷業者參與各項國際展售活動，行銷宣傳本市優質農特產品，提升國際市場知名度。
2. 積極拓展外銷市場  
維持原有銷售通路穩定，同時拓展其他新興外銷管道，如東協國家（新加坡、馬來西亞、汶萊、印尼）、香港、澳洲、日本、加拿大等。
3. 獎勵農產品國外市場輸銷計畫  
透過外銷獎勵計畫鼓勵農民團體外銷本市農產品，除拓展市場，提高國際競爭力，亦穩定國內市場價格，維持農民收益。

## 三、執行成果

### (一) 國內行銷方面

1. 辦理季節性農特產品展售活動  
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4月至109年3月止共計辦理23場次，銷售金額達新臺幣7,686萬元，其中新社花海農產品行銷活動銷售金額達4,132萬元，臺灣燈會農村家政美食區銷售金額達930萬元。
2. 設置農民市集，行銷在地農特產品  
目前本局設置外埔虎腳庄、大坑、臺中榮總、陽明市政大樓、臺積電F15廠、龍井登山步道、阿罩霧、大雅區青農及大甲媽等農

民市集，銷售在地農產品。

### 3. 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、普利共好商城、玉美『好農行銷平臺』、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，積極拓展多元行銷通路，銷售金額 2 億 6 千萬元。

(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。

### 4. 提供學童營養午餐水果及輔導次級農產品加工，穩定市場價格

(1)108 年度本局輔導農民團體提供學童營養午餐水果（椪柑）計 103 公噸。

(2)108 年底至 109 年初椪柑產期本局輔導椪柑收購加工榨汁計 2,081 公噸。

### 5. 提升農產品品質，建立農特產品品牌

(1)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、冷凍技術及文心蘭以保鮮冷藏方式延長銷售時間及地域限制。黃金玉冷筍以冰水及芋頭切塊冷凍處理提高附加價值，同時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。

#### (2)建立農特產品品牌

編印尋味臺中-臺中市精緻農特產品型錄及摺頁於國內外行銷活動宣傳，另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)，協助本市農特產品強化品牌形象及市場區隔，108 年 4 月至 109 年 3 月止輔導農產品取得優質農特產品標章共計 12 件。

## (二) 國外行銷方面

### 1. 參與國際展售活動

整合臺中農(協)會、青年農民等共 6 個單位於 108 年 9 月 26 至 28 日假高雄共同參加「2019 年第 4 屆臺灣國際蔬果展」，展出包含菇類加工品、有機醋、有機梨、芋頭加工品及八仙山紅茶等農產加工品，並以「臺中優質農特產品」為主題形象，增加本市農特產品行銷及提高知名度。

## 2. 積極拓展外銷市場

- (1) 輔導東勢區農會於 108 年於新加坡、馬來西亞及加拿大等國家辦理臺中市農特產品試銷拓銷活動共 5 場，以「臺中優質農特產品」為品牌，拓展並穩定臺中農產品外銷通路，外銷金額達 5,994 萬元。
- (2) 輔導石岡區農會於 108 年 12 月 27 日至 31 日赴印尼辦理臺中市柑橘行銷宣傳活動，恢復中斷已久之印尼市場，外銷金額 616 萬元。
- (3) 輔導豐原區農會於 109 年 1 月 18、19 日至汶萊舉辦臺中農特產品行銷推廣活動，成功行銷臺中農特產品並外銷臺中椪柑 42 公噸。

## 3. 獎勵農產品國外市場輸銷計畫

為鼓勵農產品外銷，輔導獎勵拓展柑橘類國外市場輸銷計畫，補助臺中柑橘出口每公斤 5 元，除降低農民團體外銷成本，提升臺中柑橘外銷競爭力外，亦可提高農民團體向農民收購價格，保障農友收益，108 年 4 月至 109 年 3 月輔導本市柑橘外銷共計 2,006 公噸。

108 年 4 月至 109 年 3 月，本市外銷農產品包括椪柑、茂谷柑、文心蘭、冷凍芋頭等，外銷金額超過 3 億元(如下表)。



臺中市政府農業局輔導農會外銷統計表 (108年4月至109年3月)		
品項	數量	金額(元)
文心蘭	922萬690支	159,951,140
茂谷柑	142萬8,250公斤	89,770,866
椪柑	57萬8,704公斤	38,574,372
冷凍芋頭	4萬9,100公斤	4,556,500
地瓜、紅龍果、銀耳露等	35萬6,434公斤	7,585,785
合計金額(元)		3億43萬8,663

#### 四、結語

農業局積極推廣臺中優質農特產品，依農作物產期規劃行銷策略與方案，透過各項國內外行銷措施增加農產品知名度並開拓新興市場，讓國內外更多消費者認識並支持臺中優質農特產品，同時協助穩定農產品市場價格，提升農產品品質與附加價值，建立臺中優質農產品品牌形象，創造農民收益。



臺中市優質農特產品標章