

中華民國各界慶祝第 98 屆國際合作社節 舉辦全國農業合作社場優良農特產品展 售會及促銷活動—執行成果經驗分享

謝 杰 瓏

- 一、計畫名稱：109 年度「中華民國各界慶祝第 98 屆國際合作社節舉辦全國農業合作社場優良農特產品展售會及促銷活動」
- 二、主辦機關：內政部
- 三、協辦機關：中華民國各界慶祝第 98 屆國際合作社節籌備委員會、行政院農業委員會農糧署、行政院農業委員會農糧署中區分署、各縣市政府、中華民國合作事業協會。
- 四、執行機關：臺灣農業合作社聯合社
- 五、辦理日期：民國 109 年 9 月 25 日至 109 年 9 月 27 日，上午 10 點至晚上 7 點，共計 3 天。
- 六、辦理地點：中興新村親情公園（南投市中興新村光華路與中正路大型廣場）
- 七、擬解決問題：

（一）國內農業屬小農經營型態，在量與價上較不具競爭優勢，但隨著社會經濟自由化、國際化步伐加速，自由進出口開放且種類及數量逐年增加，使得國產農特產品面臨極大挑戰。有鑑於此，為了鼓勵國人多消費國產安全優質的農特產品，支持本土臺灣農業，本社擬籌辦理 109 年度「優良國產農特產品展售促銷活動暨拓展客源增值計畫」，期建立國人優先購買本土國產農特產品的消費觀念與行為，促動臺灣整體的農業經濟發展，擴大國產農產品市場佔有率，並增進農民福祉及提升農民收益，讓本土農產品有好的行銷通路。

（二）政府為解決民眾對食品安全上的疑慮，積極推動三章一 Q（台灣有機農產品標章、TAP 產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章以及臺灣農產生產追溯 QRcode 系統之農產品）相關認證制度，然消費者並不了解這些標章所代表的意義，使得農民雖投入心力及成本提升農

作品質，卻無法獲得應有的報酬而放棄。本社擬配合慶祝第 98 屆國際合作社節活動，藉由品嚐、試吃及直接與生產者互動，讓消費者了解政府及農民為提升食品安全所投入心力，鼓勵支持用心生產的農民，讓更多農友願意配合標章認證。

(三) 這次新冠肺炎疫情嚴峻且延續時間長，世界經濟都受到衝擊，連帶農產品外銷也受到影響，致使農業發展受創，爰為減緩農業衝擊並鼓勵消費者支持農民，並藉由活動之開舉與推廣行銷，增加本土農產品消費量，加強推廣拓展客源，以穩定產銷。

八、實施方法與步驟：

(一) 配合本社慶祝第 98 屆國際合作社節活動，整合國內各農業合作社場、相關農民團體及農村社區等單位之優質農特產品，舉辦 109 年度優良國產農特產品展售促銷活動暨拓展客源增值計畫，活動包括農特產品展售、品嚐推廣、有獎徵答活動、農產加工 DIY 體驗活動等促銷事宜。

(二) 辦理活動行程內容如下：

1. 展售時間：109 年 9 月 25 日至 9 月 27 日。
2. 展售地點：南投市中興新村親情公園
3. 展售攤位：每日 76 攤。

(三) 展售品項：

1. 展售農產品以國產三章一 Q 溯源蔬果為主，規劃 76 攤位將集結各縣市多元優

質蔬果及農特產品行銷，參展單位以三章一 Q 溯源農特產品為主。

2. 能規劃配合盛產蔬果辦理調節促銷活動；配合促銷當季盛產之新鮮蔬果及其加工品，有效且直接增加農民所得農特產品，如：高麗菜、洋蔥、蒜頭、芭樂、香蕉、紅龍果、鳳梨、芒果等。

(四) 國產蔬果及農特產品行銷推廣活動規劃：

1. 本活動將於舞台區規劃 3 日間共 40~50 場次優質農特產品促銷活動(依活動現場人潮狀況而定)，每場次約 20 分鐘，除提供優惠價格農特產品促銷，以集結消費人潮與刺激買氣，提升國產蔬果及農特產品行銷效益。

2. 為推廣溯源驗證蔬果，舞台區將配合辦理三章一 Q (台灣有機農產品標章、TAP 產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章以及臺灣農產生產追溯 QRcode 系統之農產品) 宣導推廣活動，輔以各項有獎徵答活動，加強消費者選購國產蔬果及安全安心農特產品之認知，加深對溯源農產品之認同感。

3. 為加強消費者購買力道，規劃提供國產生鮮蔬果等作為消費滿額品嚐推廣，藉由優質蔬果品嚐推廣讓民眾瞭解國產蔬果好味道，提升消費者的買氣，增加農民收益。

4. 為強化消費體驗，將規劃農產加工 DIY 體驗活動每日 2 場次，藉由體驗活動活絡

現場氣氛，亦可集結消費人潮，多元體驗推廣方式，期增加民眾對蔬果的食用量。

九、執行成果：

(一) 109 年度優良國產農特產品展售促銷活動暨拓展客源增值計畫-舉辦全國農業合作社場優良農特產品展售及促銷活動，整合全國性農民團體（合作社場、農會、產銷班等）生產之優良國產農特產品，遴選較具競爭力及地方特色之精品、有機產品、酒莊產品、產銷履歷、伴手禮、農產加工品及漁畜產品等，並加強促銷當季盛產之大宗蔬果及農產加工品，展現農業經營成果。規劃農特產品展售區、品嚐區、節目表演區、有獎徵答區、現場 D 特賣促銷區等活動，熱絡會場喜慶歡樂氛圍。

(二) 參展單位計有雲林縣子茂果菜生產合作社、彰化縣原斗合作農場等計 76 個展位，其參展單位及參展品項，推出數百種之優良國產農特產品，有如一場農特產品嘉年華會。於節目流程中，安排在整點及不定時舉辦百餘場次促銷特賣會及試飲、品嚐試吃的回饋活動，全程吸引約萬餘人次前往參觀選購，促銷品項：香蕉 450 公斤、火龍果 300 公斤、文旦柚 750 公斤；溯源及友善環境耕作農產品總銷售新台幣 2,095,520 元，預估展後經濟效益達約新台幣 600 萬元以上。

(三) 政府為解決民眾對食品安全上的疑

慮，積極推動三章一 Q（台灣有機農產品標章、TAP 產銷履歷農產品標章、CAS 台灣優良農產品標章以及臺灣農產生產追溯 QRcode 系統之農產品）相關認證制度，然消費者並不了解這些標章所代表的意義，使得農民雖投入心力及成本提升農作品質，卻無法獲得應有的報酬而放棄。本社藉由品嚐、試吃及直接與生產者互動，讓消費者了解政府及農民為提升食品安全所投入心力，鼓勵支持用心生產的農民，讓更多農友願意配合標章認證。

(四) 這次活動安排限時特賣會以及免費試吃品嚐等活動。展售會期間每天安排「與民眾有約」活動，品嚐雲林甜玉米及南投香 Q 好吃的「香蕉」與彰化新鮮的「火龍果」、「芭樂」、「文旦柚」、南投大坪頂香噴噴的「百香果」、卓蘭水滴滴好吃的「水梨」等品嚐；消費者任買三樣以上農特產品，不限金額兌換雲林縣子茂果菜生產合作社產銷履歷的蔬菜當季生鮮蔬果一份（每天限量贈送超出 300 份以上贈品）。

(五) 藉由辦理農特產品展售促銷活動—辦理文旦彩繪比賽&清潔劑 DIY 製作教學等活動，品嚐試吃活動、農特產品特賣會及優惠促銷等活動，並透過媒體廣為宣傳，有效吸引人潮，刺激消費者對國產農特產品之消費，增加消費者對國產農特產品之認知度與食用興趣，提高其購買意願；並塑造國產農產品優良形象，以提高

產品知名度及拓展銷售通路，並增加農民收益。

(六) 透過活動推廣，建立國產品牌，並滿足消費者多元化之需求；刺激國產農特產品之消費，宣導合作事業經營成果，建立合作社場社會新形象，以「買的安心、吃的放心」訴求，提高消費者對本土農特產品認識與接受力，並提升市場競爭力。

(七) 藉由活動加強宣導合作經營成果，以增進國人對合作理念、合作事業、政府認證標章及本土優良農特產品之了解與認知，臻而提高消費者對農特產品的興趣，幫助本土農特產品擴大銷售層面，以減少產品滯銷問題。

(八) 除辦理國產優良農特產品展售、品嚐、促銷等活動，以直接銷售方式推廣台灣農特產品，並運用社會資源廣為宣傳、宣導合作社場「國產優良農特產品品牌」塑立良好形象，使消費大眾認識及愛用國產農特產品。

(九) 建立完整社間合作體系，推動合作事業發展，建立國內外銷售管道，有效發揮合作事業照顧社員之最大功能。農業對滿足民生需求有不可抹滅的貢獻，我們應支持本土農業，一同感受台灣農業的旺盛生命力；讓我們一同「寶貝我們的農民，疼惜本土農業」，購買安全農產品，讓你買得安心、用得安全、吃得健康。

十、檢討與心得：

(一) 不同類型之合作社亦可藉由活動展出，拓展市場新契機，亦使民眾瞭解合作社之多元化。

(二) 針對部分參展單位，偶有遲到、早退、攤位變更、甚而報名未到之情事，應列入紀錄做為日後辦理展售會審查參考依據。

(三) 農特產品辦理促銷及品嚐時，應注意提高品質、力求新鮮、好吃、安全、衛生等要件。

(四) 藉由本次活動，加強宣導產業經營成效，以增進國人對政府認證標章及本土優良農特產品之了解與認知。並協助本土農特產品，擴大銷售層面，繁榮農村經濟。

(五) 本社積極發揮組織宏旨，掌握市場客層需求，構築產銷展售網路，打造安心品牌形象，深化精緻休閒農業，提升產品附加價值，推廣在地特色美食，共同為營造祥和進步之現代化社會貢獻心力。

(六) 本次展售會推廣台灣在地優質農特產品，展現全國各地區農業實際經營成果，藉由展售促銷活動拓展銷售管道，推動在地生產、在地消費與農產品多元行銷，促進農村經濟活絡，增進農民福祉及提升農民收益，讓本土農產品有更多的行銷通路。

(七) 藉由網路建立行銷平台，並成立粉絲團相互交流分享心得。

十一、活動照片集錦：



圖 1 活動入口意象



圖 5 現場活動表演-祥獅獻瑞



圖 2 各級長官及貴賓蒞臨活動會場指導



圖 6 內政部陳茂春主任秘書致詞



圖 3 各級長官及貴賓蒞臨活動會場剪綵



圖 7 臺灣農業合作社聯合社張啟盟理事
主席致詞



圖 4 現場活動表演-戰鼓迎賓與雙獅呈祥

〈本文作者謝杰瓏係臺灣農業合作社聯合社供給課課長〉