

賴進坤

徹底進行農業結構調整 促進產銷技術升級

長賴進坤表示,花蓮農業產品也要走出去,網路行銷是一 再者,由於花蓮農產品需求市場小,在未來加入區域經貿 花蓮農友可趁此機會徹底進行農業產業結構調整,促進 產銷技術的全面升級,讓農業脫胎換骨。

花蓮西半部多半為中央山脈山區,其覆蓋了廣大的原始 成為花蓮玉里推廣農業最具代表之一的年輕小農,他務農

青蔥翠綠的山野間,坐落花蓮最南端,有著清流、蔚藍與

裝打造農業精品化。他以前讀美工及曾是話劇社成員,故 農產品一併帶回家分送親友,或自己爽吃也好。

另類搞笑影片顛覆農業的傳統行銷手法,這類方式耗費較 多時間成本,也需要設計橋段,卻讓民眾透過有趣的影片 ,輕鬆了解與農業有關的各種資訊,進而傳遞食安與環保

在花蓮不只要把在地農產吃得過瘾,也別錯過把花蓮好

發燒話題

為何全國消費者 似乎沒有在網路上大力購買 花蓮農產品? 民營或公設之農產銷售網站上 有哪些可以再加強的地方?

可朝輔導食品加工發展



年來行銷西瓜、柚子或稻 米等農產頗有成效之外, 建議對於其他在地農特產 品、有機蔬果的輔導行銷 也能多有著墨。

其次,鑒於今年天氣大 好,反而造成香蕉等盛 產、售價大跌,雖然這是

銷均衡的情況下為農民創

造利潤。花蓮農民所生產

的農特產品經常發生銷售

問題,使農民利潤降低,

為此花蓮縣政府也為農民

建構農產商品資訊平台,

創造農特產品實體通路販

全台蕉農等共同面對的問題,政府有關單位也應 可朝食品加工輔導發展,可增加蔬果食材價值, 例如香蕉可製成香蕉乾果,有關單位甚至研究出 香蕉皮的功效,還有稻米除了食用之外,生物科 技研發出米酵素面膜等,創造經濟價值。

要解決農村一窩蜂栽種



消費市場佔有一席之地 譬如目前全台香蕉生產過 果,前兩年香蕉價格非常 好,許多農民看在眼裡 紛紛搶種香焦,結果好景

不長,等到自己的香蕉上 市時,一看才知道到處都是過剩的香蕉,自然價 格會一落千丈、一發不可收拾。其實這種情形 過去一直在臺灣農村不斷上演,除了水果之外。 蔬菜也是一樣,「穀賤傷農」一再上演,這也是 台灣農產品銷售市場面臨的最大問題。

農產電子商務是新選擇



子商務是全新的新選擇

電子商務已成為忙碌現

由敘說小農辛勤耕耘的故 事,提供國產優質安全農產品的選購管道;另有 務,才能吸引大家上網瀏覽、購買。

建議透過架設電商平臺擴大原有銷售通路,整 合實體及網路資源,提供消費者多元選擇,也吸 引實體店面接觸不到的消費族群。

大力推動網路農產銷售



合大平台供各鄉鎮花蓮農 民銷售農產給全國消費者

花蓮縣政府為促進農產 推廣,網路行銷縣轄優質 農特產品,提供民眾健康 、便捷、省時的線上農產 品購物空間,已由縣政府

輔導創設一個行銷販售花蓮各種農漁特產之網路商 各農漁會與蔬果運銷合作社,匯集花蓮十三鄉鎮產 銷班所生產的優質農漁民產品,從稻米、蔬果、茶 葉、咖啡到加工品、伴手禮,將花蓮縣生產的健康 農產品宅配到府,協助農民銷售農產品。

建構農產商品資訊平台



楊文值

售網站。 農業處會持續推動「花蓮經典農產宅配網」的 運作,亦定期辦理相關促銷活動,結合媒體行銷 ,增加本縣經典宅配網之曝光率,為增進花蓮農 產推廣行銷努力。

向吉安鄉親推薦邱展謙



身為吉安鄉民,我要向 吉安鄉親大力推薦邱 展謙。

吉安要改變,吉安最好 的引擎就是邱展謙,邱展 謙當過民政處長,當選鄉 長行政方面無縫接軌。

邱永双

邱永双表示,邱展謙在 教育界服務二十多年長期 關懷長者、婦幼、弱勢

的朋友,吉安鄉人文萃薈,必須傾聽民意了解鄉 民所需,施政方向必須以民意為依歸,邱展謙有 心服務地方、服務弱勢團體,希望鄉親給無黨無 派、認真實在的邱展謙一個機會,改變吉安,讓 大家生活安居樂業更好。

應該加強社群網站連結



十蓮農產品尤其受到北 部或都會型消費者的 喜愛,因為花蓮農產無毒 有機的特色已深植民心, 在網路行銷上如能再加強 社群網站的連結或互動, 就能讓更多的消費者看 見,目前不管是民營或公 部門架設的農產品銷售網 站都各有千秋,有些知名

林秋美 度比較高的或許能將其他知名度較低的拉進來連 結在一起,也是一種聯合行銷的方式。

輔導產地產出品質保證



进產品銷售成效好壞因 **泛**地而異,例如「哇 好米」早有口碑,不用怎 麼行銷,各地消費者都會 主動尋找平台訂購,相對 地,不善於行銷廣告者, 在這個網際網路科技的時 代就明顯吃虧。

縣政府在西瓜、稻米及 柚子的行銷做得很好,特 別是玉里西瓜,產品的口碑已經看得出來,由此 可知,縣府應該著手做的事情是輔導農民產地產 出的品質保證,並且有效避免因為盛產而讓產地 價格大跌影響農民生計的事情發生,進而加強產 品行銷,不僅要提高國人購買平台的曝光度,更 要尋找國外行銷的突破口。

運用網路行銷社群網站



花蓮壽豐農會對農產品 的行銷不遺餘力, 成效非常好,在網路行 銷上值得讚許的農會有壽 豐農會、鳳林農會、富里 農會、玉里農會等,這些 農會對於其在地的農產品 都有很好的行銷手法,在 全國有極高的曝光度,尤 其是常常帶著地方農產品

北上參加各種展覽銷售。現在也有很多年輕人返 鄉務農,他們更懂得如何運用網路行銷及社群網 站,拉近與消費者之間的距離,打開農產品銷售 的通路,這些都值得我們學習。

協助老農架設行銷網路



七蓮縣的各種農特產 七品,其實在全國各 地是蠻受廣大消費者歡迎 的,譬如縣政府、各鄉鎮 市農會,每次前往台北、

潘富民

桃園展售農特產品,幾乎 都是賣到缺貨,可見產品 沒有問題,有問題的是行 銷的途徑。花蓮縣由於人 口外流嚴重,年輕人都到

外地謀生去了,剩下的大都是高齡老農,他們很 會生產,可是面對現代網際網路行銷就頭痛了, 因此建議政府應該持續加強開辦高齡老農的電腦 操作指導課程,同時協助老農們架設行銷網路, 輔導行銷技巧,當能夠做到「產銷合一」時,才 能夠真正的讓花蓮農村富足。

應建立電子商務供應鏈



十目較於傳統通路,透過電子商務銷售,因產 銷中間結構簡化,有助於 小農、原農收益增加;此 外,電子商務要求的商品 品質規格較高,可帶動農 業朝向精緻化生產。

網站宣導與架設,除要 加強培養區域性產地整

許淑銀 合,更要建立物流合作關 係、打造農業電商發展根基,才能推廣具特色農 產品、帶動網路購物熱潮啟動B2B電子商務模式等 工作。

希望縣政府透過縣農會或各級農會,同步規劃 辦理研習與進階課程,讓小農、原農有機會進 修,以建立農產品電子商務長期穩定的供應鏈。

花蓮小農市集七月上線



七 蓮縣擁有許多優良的 七 農特產品,但是農 民對於行銷農特產品缺乏 順暢管道,僅能自行利用 傳統管道來銷售農產品, 因此常常無法獲得較高的 利潤,若是縣府單位能夠 利用網路資源建置一個花 蓮農特產品的大平台,幫

黃振富 助農民做網路行銷,不僅 可以造福農民同時也可以打響花蓮農特產品的名

黃振富於去年議會質詢時提出建議後,目前縣 府單位與花蓮市農會已合作成立「花蓮小農市 集」網路平台,預計七月份可以正式上線協助農 民自產自銷,增加農民行銷管道。

推動原鄉產業體質革新

效促進原住民工藝產業轉型為文創設計產業。



下大府推動文化創意產業 十年,吸引許多花蓮 原住民接受政府輔導,持 續創新並且導入市場,經 過多年的市場行銷,國內 外消費者對原住民藝術文 化非常認同,目前只是缺 少市場行銷的商品識別機 制。因此當務之急是推動

陳建忠

原鄉產業體質革新,透過 原住民文創品牌行銷發展計畫的現代設計、創意 課程、流程設計、包裝行銷等多元輔導體制,協 助許多個人工作室成長,以改善原住民產業環境 及刺激在地產業創新,同時凝聚業者共識,引領 業者轉型,發展原住民文創特色產品,才能夠有

政府必須採取專案輔導



余夏夫

我本身是農家子弟出身,我認為農產品銷 售無法打開市場,大多是因 為政策配套不理想,政府及 中央必須專案輔導,使農產 品有良好的銷售管道,農產 品的暢銷與否與政策息息相 關,尤其協助農民打開外銷 市場,更需要中央政府的配 合,才能將市場開拓。





張 峻

農民直銷站與網路商城結合 增商品多元性

首選平台。「無毒農業網路商城」,希望為花蓮的有機無 毒農糧、漁畜產品,為在地農特產品提供優質網路行銷平

價格與口感,更重視健康與安全,對此花蓮自創健康農產 的平台,增加網站商品的多元性。 品牌「土地之歌」,輔導有機無毒農戶辦理契作產銷,產

堅持採用自然農法耕種、友善土地永續經營理念的農民, 土地之歌」品牌的產品皆為花蓮在地有機無毒農戶生產 的無毒健康的農、糧、漁、畜產品及其加工品;讓購物有 更多選擇,全國首家花蓮成立的「農民直銷站」,也將規 劃與網路商城結合,透過商城提供消費者與農民直接交流



為何全國消費者 似乎沒有在網路上大力購買 花蓮農產品? 民營或公設之農產銷售網站上 有哪些可以再加強的地方?

編列經費為各農會包裝



建議政府編列專業設計經 會銷的常見情形。台灣的 公部門對標書預算、媒體

業做包裝和文化設計,以

致讓泰國的創意產業發展

得很好,值得臺灣學習。

行銷都有過多的限制,長久以來未見調整,造成 民間企業在經營上的壓力與猶疑,進而導致創意 發展的窒礙難行,當好的想法無法做出,就會影 響到後端的產品行銷。如果有專業的產品、文化 或設計團隊每年幫幾個農會製作,會不會較有效

提高產量創造多元產值



瓜、柚子和稻米,其他的 農產品產量都不大,以經 蓮對外運銷成本較高 多有限制。不過,以縣政

府行銷西瓜、稻米的成效 而言誠然不錯,因此,如果網路行銷或是官網行 銷廣告等技術面或是平台開發都不是問題,消費 者也不是找不到平台可以訂購,而是有產量供應 的考量,假使我們可以把地方的農產品特色找出 來,進一步提高產量,創造多元產值,相信就能 找到突破點了。

成立專屬花蓮農產品牌



運人才的不足;第二是資 金不足使農民無法承擔冷

劉曉玫 劉曉玫表示,擔任縣長 之後會成立專屬花蓮農產品牌,統一行銷花蓮優質 農產品;並與中央農委會合作成立花蓮藥檢中心、 農耕技術輔導小組以及媒合半台,補助農民進行樂 檢、提供最新技術輔導農民提升供貨品質;要求中 央在花蓮成立冷鏈物流中心,幫助農民能夠有更高 的收益,再造花蓮農業榮景。

民間與政府要一起合作



如:西瓜和香蕉,往往在產 不愁賣不出去,所以,不同 的農產品應該有不同的銷售 管道及行銷手法,網站方 面,農會全力推廣及公部門

的協助,都有加分效果,花蓮的農夫大多是老一輩 門的輔導,花蓮的農產品也大多直接運銷至台北, 花蓮本地的果菜市場也交易熱絡,故民間與政府-起合作,才能有好的銷售。

原住民產業要持續發展



陳英妹

向來討論:(一)傳統文 化與技藝傳承一可以積極 的資源,鼓勵青年學習。 新,透過引入現代設計、

技能訓練、創意課程、流

程設計等多元輔導,發展原住民文創特色產品。 (三)促進異業結盟。(四)轉型社會企業一透 過逐漸增加的影響力,振興傳統技藝,開創部落 產業與發展的生機,達成一個永續經營的企業模

農民要有網路行銷觀念



觀念,學會運用網路平台。

題,粗略地評估,似乎僅 產銷班之前已經行銷包裝 品的特色所在,甚至創造 特色出來,再由縣府輔導 產銷合作,或是提供輔導

產銷辦法,幫助農民擺脫「靠天吃飯」的命運。 隨著科技發展,不僅網路影響人類人際互動模 式,也有帶動全球網購消費趨勢,農民要學會的 不僅是耕種、提升產能的技術,還有網路行銷的

農產品應朝國際化發展



七 蓮有得天獨厚的好山 好水,種植出來的 農產品,四季品質皆佳, 稻米也是最好的品質,從 吉安米到玉里米及富里 米,都是行銷全台灣的好 產品,目前各地農會都有 各自建置的網站,行銷各 地方的農產品,或者也都 會到北部參加農產品的展

覽銷售,往往都熱烈搶購,銷售一空。如果網站 能有外文的解說網頁,如英文、韓文、日文,也 能藉由此打開外銷市場,現在日本及韓國都很哈 台,尤其花蓮的農產品對日韓民眾來說更是品質 的保證,花蓮農產品應該朝向國際化發展。

縣府提供資源交流平台



消費者透過許多管道購得優質農產品,政府 應多加輔導小農、青農架 設網站,開設研習課程, 除提供優質臺灣農產品選 購服務外,亦提供完善的 售後服務,確實可作為現

莊枝財

代人不錯的購物新選擇。

偏鄉農民較不擅長網路 行銷及利用電子商務行銷

農產品,縣政府應該多透 過農會宣導開班授課,傳授電子商務運用技巧, 鼓勵小農透過網路行銷

縣政府農業處應該提供資源交流平台,廣為宣 導歡迎民眾可踴躍上網,體驗農產品網路購物的 服務及樂趣

朝向生物科技方面發展



主成然在農特產品的網路 平台或通路行銷上, 花蓮縣政府在西瓜、柚子 等方面做的成效不錯,但 是,如果可以朝向生物科 技研發方面發展,是否可 以為在地有機農特產品創

造更高的競爭力?

以立川養殖區的黃金蜆 鄭乾龍 為例子,以往蜆可能只是 家庭餐桌上的一道道菜餚,可是經過業者與生物 科技公司合作,黃金蜆變成了蜆精、蜆錠等營養 食品。如果各鄉鎮的有機農產,可以藉由生物科 技研究途徑,創造更多的用途,好比慈科大創造 紅藜生物科技產品的面膜等實用之外的用途,相 信對於輔導農民而言,會有更大的經濟效益。

開闢農特產品展售中心



上溪鄉布農族人的許 多手工藝品都非常 優質,可惜的是都必須透 過純人工生產,無法透過 機具大量生產,也因此形 成「無法量產」的致命 傷,無法量產就無法降低 售價,影響消費者的購 買意願,如此惡性循環,

,,蓮的米、茶、柚子、 1七金針等農特產品,非

常具有獨特性,品質有保

證,在養生意識的抬頭下,

大家也追求更健康的食材,

花蓮農友們自產的農特產

必要。

自然無法透過生產來改善 生活,因此設立手工藝編織工廠、苦茶油生產工 廠、蔬果產銷班等等,都是當務之急。至於在行 銷方面,政府協助族人、農民行銷責無旁貸,早 日在距離卓溪鄉最近的玉里鎮鬧區,開闢具有布 農族特色的農特產品、手工藝品展售中心,很有

政府主動提供輔導資源



施慧萍

現在網購的走向多在各 大平台上,花蓮農 產品在各大平台沒有曝光 度。而就官網而言,曝光 度幾乎為零。我認為,經 營網站應先了解目前大眾 的消費趨勢,找誰來代言 才能轉換成提袋率、價格 分析以及曝光的方式等, 這些都需要數據分析與專

業引導。現在的消費者不是架個網站,或是寫一 些傳統的行銷台詞,就能引起他們的購買慾。事 實上,公營比私人更有資源做網路銷售,尤其花 蓮的農產品品質優良,相信只要用對方法,是非 常具有市場競爭力的,箇中更需要政府有關單位 主動提供輔導資源

行銷時設法讓產品說話



一麼是行銷?對廣告公司來說是「透過品牌 解決客戶的需求」,初期 可以用相同的代言人累積 消費者的印象,在開拓新 的消費族群方面,建議從 年輕人開始累積; 在城鄉 方面,在花蓮縣則建議從 鄉村出發當成一個基礎和 平台,然後進軍都會養成

主要的消費區。行銷不僅需要目標,也需要預算 和長遠計畫。品牌不只是產品的附加價值,在行 銷時也應該設法讓產品說話,如Apple的iPod,農 民們可以思考農產品的行銷,是不是也能從這個 角度來進行和運作。

盼為吉安付出做更多事



九身幼教事業三十多 年,關心婦幼議題、 爭取鄉鎮建設,游淑貞強 調,教育是她的專業也是 問政重心,未來有機會希 望擴大為吉安鄉親服務, 打造和樂、安居、幸福家

游淑貞

游淑貞表示,她是花蓮 師範幼教學系正科班畢

業,從事幼教工作時,很重視隔代教養、特殊教 育問題,深入社區鄰里、關懷老人與家暴婦女, 過程中常需要與公部門接觸,因此決定從政,這 次有機會擴大服務,游淑貞強調她將會全力以 赴,爭取認同,希望為吉安付出更多,做更多 事。

各農會可推出行動APP



品,便會是第一首選。在縣

大趨勢,也希望藉由產品帶出農作物的價值。

政府的大力推廣下,將優質 農特產行銷至外縣市,立刻 林宗昆 銷售一空。在各類農特產品 中,花蓮的農特產品,始終維持高等級的品質, 因需求量大,價格也能維持住水平,不需降價賠 售。現在網路資訊發達,人手一機,若花蓮的各 農會,推出行動APP,讓民眾用手機就能將農特產 品送到家,省時又省力,多個選擇,這將會是-