
北區農村產業通路推展計畫

成果報告

執行單位：大格創意開發有限公司

執行期間：110年01月27日至110年12月31日

計畫主持人：林建穎 負責人

共同主持人：許華嚴 營運長

行政院農業委員會水土保持局臺北分局 編印

中華民國 110 年 11 月

(本報告書內容及建議純屬執行單位意見，僅供本局施政參考)



北區農村產業通路推展計畫

摘要

水保局歷年來透過農村再生相關政策及計畫輔導農村產業發展，並推出農村好物選拔活動，推廣農村優質優良的產品，也鼓勵農村夥伴持續精進自己。本計畫為使農村產業能有更多元的平台曝光及宣傳，與北區行銷據點結合提出「農村好事購物節」活動，使城鄉距離縮短，亦讓農村夥伴有機會直接面對消費者。以下就今年度計畫重點進行說明。

(一) 辦理農村展業展售活動

本次市集展售活動主要場次於 9 月 4 日、9 月 5 日進行辦理，但線上摸彩宣傳活動則於 8 月 15 日即開跑，創造線上參與人次共 1,427 人，累計銷售營業額達 2,146,725 元。而主場次的銷售營業額，9 月 4 日(六)統計 93,550 元；9 月 5 日(日)統計 170,640 元，合計有 264,190 元。

(二) 邀集 20 個農村夥伴

本次活動邀集全台農村夥伴共計 20 組參與，因活動主要位於北區，因此水保局臺北分局轄內的夥伴共計有 10 組，其他以中南部的農村夥伴或曾有入選水保局農村好物的夥伴為主。

(三) 辦理農村產業體驗活動

為使民眾更加認識夥伴優質的農村產業，本計畫於主活動期間安排手作體驗活動，以實際操作方式增加與農村間的趣味互動，並期能從中帶動民眾有機會實際至農村參與完整行程，讓農村產業深植民眾心中，提升農村產業的多元發展面向。

關鍵詞：農村產業、展售活動、城鄉連結、產品推廣、品牌形象、主題產業推廣



Promotion of rural industry marketing channels in the north in northern Taiwan

ABSTRACT

The Soil and Water Conservation Bureau, Council of Agriculture, Executive Yuan has guided the development of rural industries through Rural Rejuvenation and plans over the years, and launched a selection of rural good-quality products to promote high-quality and excellent products in rural areas, and encourage rural partners to continue to improve themselves. In order to enable rural industries to have more diversified platform exposure and publicity, this plan combined with the North District marketing base to propose the "Good thing of Rural Shopping Festival" , shortening the distance between urban and rural areas and giving rural partners the opportunity to directly face consumers. The following is an explanation of the key points of this year's plan.

(1) Handle rural exhibition and sales activities

The event was mainly handled on September 4 and September 5, while the online lottery started on August 15. A total of 1,427 people participated in the lottery, with a cumulative turnover of NT \$2,146,725. The turnover of major activities was NT \$93,550 on September 4; On September 5, NT \$170,640, totalling NT \$264,190.

(2) Invite 20 rural partners

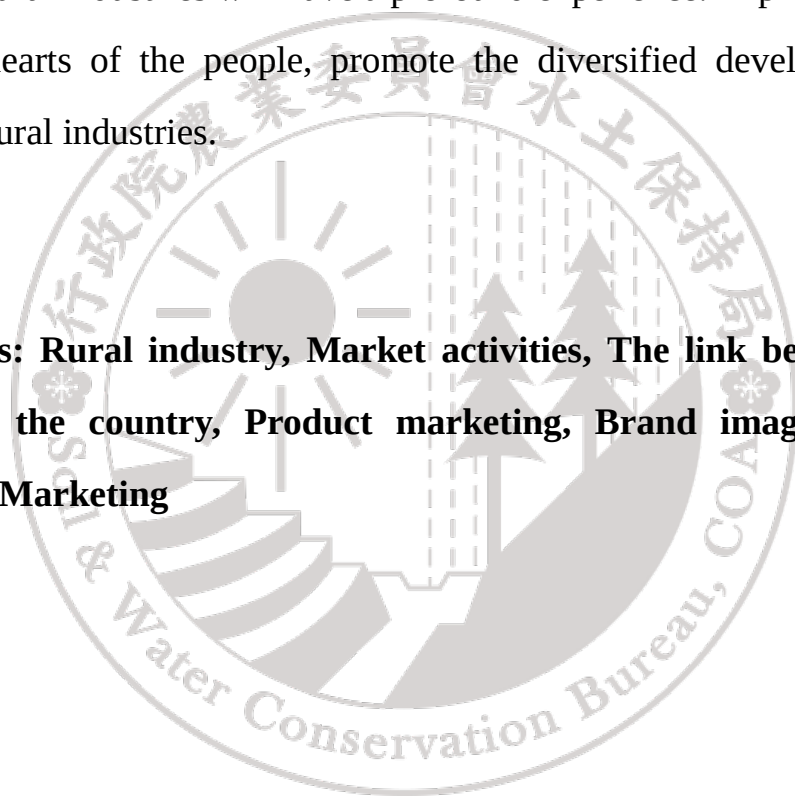
A total of 20 rural partners from Taiwan were invited to participate in this event. Because the event is mainly located in northern Taiwan, there are a total of 10 partners from Taipei

Branch, Soil and Water Conservation Bureau, Council of Agriculture, and Executive Yuan. The others are from other regions in Taiwan. Rural.

(3) Handle rural industrial DIY activities

In order to let the public know more about the high-quality rural industries, DIY was arranged during the main events, and the interaction with the rural areas was increased by hand-made experience, and I hope to lead the public to have the opportunity to participate in tourism activities in the rural areas, so that the rural industries will have a profound experience. Imprinted in the hearts of the people, promote the diversified development of rural industries.

Keywords: Rural industry, Market activities, The link between the city and the country, Product marketing, Brand image, Theme Industry Marketing



目次

摘要.....	I
ABSTRACT.....	III
目次.....	V
表次.....	VII
圖次.....	IX
第一章 前言.....	1-1
第一節 計畫名稱	1-1
第二節 計畫時程	1-1
第三節 計畫緣起	1-1
第四節 計畫目標	1-2
第二章 委託工作範圍及項目	2-1
第一節 計畫範圍	2-1
第二節 計畫工作項目	2-1
第三章 工作執行內容與成果	3-1
第一節 工作執行架構	3-1
第二節 各項工作執行內容與成果	3-2
第四章 結論與建議	4-1
第一節 計畫結論	4-1

第二節 後續建議	4-2
附錄一 活動實際辦理照片	附錄一-1
附錄二 參展工作人員簽到表	附錄二-1
附錄三 消費滿額贈簽到表	附錄三-1
附錄四 趣味體驗活動簽到表	附錄四-1
附錄五 體驗活動簽到表	附錄五-1



表次

表 2-1 計畫工作項目說明表	2-1
表 3-1 活動亮點活動一覽表	3-3
表 3-2 活動流程一覽表(兩天)	3-5
表 3-3 消費滿額抽贈品內容一覽表	3-6
表 3-4 消費滿額抽中獎名單	3-10
表 3-5 消費滿額抽贈品一覽表	3-10
表 3-6 北區攤位展售名單列表	3-18
表 3-7 其他區域暨農村好物代表	3-19
表 3-8 體驗活動內容安排一覽表	3-24





圖次

圖 3-1 工作執行架構圖	3-1
圖 3-2 活動辦理地點位置圖	3-2
圖 3-3 摸彩券圖樣	3-7
圖 3-4 消費滿額抽說明版文宣圖樣	3-7
圖 3-5 消費滿額抽直播畫面	3-8
圖 3-6 活動主視覺背板	3-13
圖 3-7 農村挖寶趣宣傳貼文	3-16
圖 3-8 攤位夥伴宣傳貼文	3-17
圖 3-9 活動場地配置圖	3-20
圖 3-10 活動攤位架	3-21
圖 3-11 攤位招牌樣式	3-21
圖 3-12 活動現場攤位佈置照片	3-22
圖 3-13 體驗活動實際辦理照片	3-24





第一章 前言

第一節 計畫名稱

北區農村產業通路推展計畫。

第二節 計畫時程

自決標日起至民國 110 年 12 月 31 日止。

第三節 計畫緣起

行政院農業委員會水土保持局臺北分局為北區(新竹、桃園、新北、臺北、基隆及宜蘭)區域產業亮點整合的重要平台，透過優質、精緻、友善且具地域特殊性之農村夥伴產業為主要召集對象，以團體的形象進行行銷推廣與宣傳。而北區產業交流平台以「流域共好」為主要核心，提出呼應聯合國於 2015 年發布的 17 項永續發展指標，期能與夥伴共同努力守護我們愛的環境，一齊向國際展現北區農村永續發展的務實與視野，以落實 SDGs 為目標。

本次農創市集結合產業交流平台之北區行銷據點-食穗位於新光三越 A4 地下一樓的農村專區，並於中秋節前夕進行辦理，運用帶入農村購物節的意象進行主題的設計，也考量到辦理場地該區域的客群屬性，以「好買」、「好玩」及「好賺」等元素，讓民眾更融入農村文化，透過有質感、創新及讓人顛覆想像的樣貌呈現。另在場展售的夥伴除了北區永續、守護、優質且友善的農村產品外，亦邀請臺灣各地農村社區及農村好物等的入選的單位夥伴於現場進行展售，一起提供民眾一個安全的飲食生活圈。

第四節 計畫目標

臺北分局轄區內農村產業類型多元，過去夥伴多以單打獨鬥，自行生產與推廣，不論在人力、成本及經營上都花費了相當多的資源。今年度，透過產品整合並共同行銷的規劃下，除可減少上述所提的成本外，亦可以團體力量進行有效率的行銷推廣。本次市集活動規劃召集 20 攤農村單位或個人參與，共同打造城市中的一片農田，並加入以農村生活、購物節等元素創造話題，以達到以下幾點目標：

- 一、 展現北區夥伴共同守護農村與流域的理念，並邀集民眾一起參與，以行動支持北區友善土地的農作物，奠定並深化農村產業之形象。
- 二、 透過市集模式進行農村夥伴展售自身優質優良農村產品，於活動現場行銷推廣自身品牌與形象，進而奠定消費者心中購物首選。
- 三、 搭配市集主題以及場域客群的定位，透過商業模式行銷手法進行整體市集活動的行銷與宣傳方式，吸引更多民眾了解農村文化與產業特色。

第二章 委託工作範圍及項目

第一節 計畫範圍

本計畫工作範圍主要以水土保持局臺北分局轄區內宜蘭縣、基隆市、臺北市、新北市、桃園市、新竹縣及新竹市共計 7 個縣市的農村產業，包括社區協會組織、農企業組織、青農、農會等具農村特色產品或體驗旅遊等對象；另亦邀集臺灣轄內獲選過農村好物之農村社區、農會、農社企及相關組織等單位對象。

第二節 計畫工作項目

本計畫共有三大工作項目，包含規劃北區農村產業通路推展活動、辦理農村產業展售市集及辦理農村產業體驗活動等，相關工作說明及量化數量詳見如下表。

表 2-1 計畫工作項目說明表

項次	工作項目	工作說明	量化成果
一	規劃北區農村產業通路推展活動	規劃於臺北市信義區香堤大道辦理 2 日通路推展活動，預計邀請北區產業交流平台夥伴及各分局推薦農村好物至少 20 組夥伴及北區潛力通路商參與，包含場地租借及活動規劃等工作。	1 場
二	辦理農村產業展售市集	辦理至少 20 個攤位之市集活動，包含攤位架設、人員聯絡、場地布置、水電接用等相關軟硬體工作。	20 攤
三	辦理農村產業體驗活動	搭配農村產業推展活動，辦理 2 日至少 12 場次具特色之體驗活動，藉由體驗展現農村產業特色。	12 場



第三章 工作執行內容與成果

依據本計畫工作範圍及項目，針對各個工作內容進行規劃辦理，並定期提出執行方式與討論，以下就本計畫工作執行架構及辦理之成果進行說明，請見第一節與第二節敘述。

第一節 工作執行架構

本計畫工作項目與內容大綱共分為：規劃北區農村產業通路推展活動、辦理農村產業展售市集及辦理農村產業推展活動，三大主要執行項目，其重點工作經整理後繪製架構圖，如下：

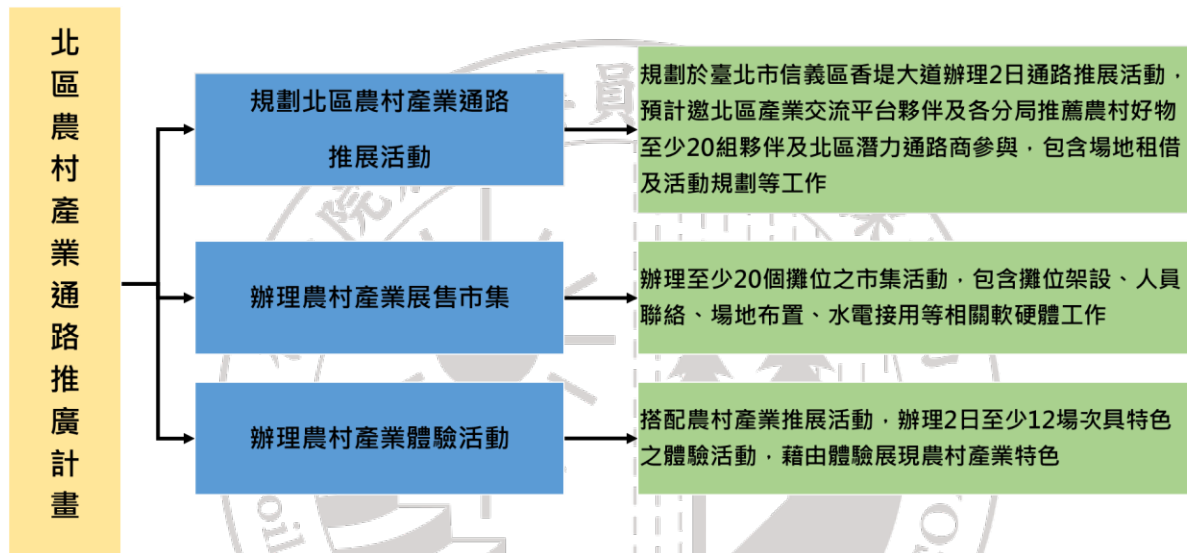


圖 3-1 工作執行架構圖

第二節 各項工作執行內容與成果

一、 規劃北區農村產業通路推展活動

本計畫主要工作為辦理農村產業推廣活動，並搭配國人節日慶典相關意象進行規劃至少兩天的展售模式。另結合 109 年度北區行銷據點-新光三越 A4 食穗做販售點的延伸，使農村夥伴產品與城市對接，帶動整體形象的行銷與推廣。

(一) 規劃農村產業推展活動

1. 活動主題：

2021 農村好事購物節

本次活動主要以搭配節慶進行辦理，因此本計畫因應期程及中央防疫規範等因素，最終定於中秋節前夕進行辦理。並因應場域實際狀況與客群屬性，規劃「農村購物節」形式，以「好買」、「好玩」及「好賺」三好進行串聯。

2. 活動地點：

本市活動結合北區行銷據點，辦理於新光三越香堤大道北段(A8 與 A10 間)。



圖 3-2 活動辦理地點位置圖

3. 辦理日期及時間：

110 年 09 月 04 日(六)-09 月 05 日(日)

13:00-21:00(攤位於 12:30 前完成布置)

4. 活動辦理方式：

- 活動採取免費入場，自由購買每個攤位的產品。
- 因疫情影響，各攤商不可提供試飲和試吃的服務。
- 因應疫情狀況，將持續了解追蹤中央發布之訊息，並於活動期間加強要求攤位參與者攜帶口罩且每攤位最多 2 名工作人員等規範，並隨時注意自身之身體健康，若體溫超過規定之溫度，將要求此業者無法出席活動。
- 配合百貨相關防疫措施，如有呼吸道症狀或慢性疾病者，應避免外出參加群聚活動。

5. 活動亮點說明：

本次透過農村展售搭配購物節氣氛，於臺北最繁榮之信義區打造農村特色產業市集之氣氛，並帶出歡樂、好買且悠閒的氛圍。

表 3-1 活動亮點活動一覽表

序號	亮點活動	說明
1	農村產業攤位展售	本次活動目的為行銷農村夥伴之優質產品，因此於現場將進行產品的展售，推廣夥伴品牌與形象。本次攤位邀集 10 攤北區農村夥伴及

序號	亮點活動	說明
		10 攤其他縣市農村好物入選團隊或農村社區一起共襄盛舉。 (參與夥伴名單詳如附件一)
2	農村 DIY 體驗活動	於現場設置體驗農村的手作 DIY 活動，藉以吸引民眾聚集，並透過實際的體驗，更了解農村的文化、產業及各項發展特色。 (規劃內容詳如附件二)
3	消費滿額抽	於參展攤位進行消費，滿額 300 元整即可兌換乙張，滿 600 元兌換二張，單日單店至多兌換三張。 本次消費滿額將於 8/15 即開始進行，先行透過參與的攤位夥伴進行事前宣傳曝光。
4	消費滿額贈	活動期間每日於攤位消費滿額 600 元整即可參加抽獎，每人每日僅能兌換抽獎乙次，每日數量有限，兌完為止。
5	趣味闖關賽	於活動期間參與現場闖關活動，如若完成指定任務，即可抽紅包，紅包內放置活動現場之消費券，藉以提升民眾至攤位消費的意願。

6. 活動流程：

表 3-2 活動流程一覽表(兩天)

時間	流程	
13:00-13:10	活動開場	【DIY 體驗活動】 14:00 15:00 16:00
13:10-14:00	攤位巡禮 (長官行程)	17:00 18:00 19:00 【趣味闖關賽】
13:00-21:00	攤位展售	13:00 開始，每日限額 100 名。

7. 消費滿額活動與抽贈品內容說明：

- 活動期間：110 年 08 月 15 日至 110 年 09 月 05 日止。
- 凡於活動期間至指定店家或活動當日攤位，消費滿 300 元即可獲得摸彩券乙張，單日單筆消費每人至多獲得 3 張摸彩券，且摸彩券數量有限，發完為止。
- 得獎者必須持身分證及摸彩券票根進行領取，因此摸彩券票根務必妥善保存。
- 摸彩券影印無效。
- 摸彩券需於 9/6(一)下午 17:00 前完成登錄，並於 9/13(一)下午 16:00 於農村挖寶趣粉專進行直播抽獎，得獎者需於 9/30(四)前完成

兌獎，否則視同棄權。

● 摸彩券登錄連結：

<https://forms.gle/tqP44k4cRMTefGdu6>

(使用掃描 QRcode 方式置於摸彩券上)

表 3-3 消費滿額抽贈品內容一覽表

獎別	獎品	名額
頭獎	Panasonic 液晶顯示器	乙名
貳獎	新光三越禮券一萬元	乙名
參獎	7-11 禮券一千元	三名



農村好事 SHOPPING FESTIVAL 2021 購物節

9/4(六) — 9/5(日)
13:00 — 21:00
新光三越禮券大道北段
(臺北市信義區松高路12號)

優質農物 · 在地故事 · 趣味農遊

消費滿額 摸彩券

2021 08.15 — 09.05

指導單位：行政院農業委員會水土保持局
主辦單位：行政院農業委員會水土保持局臺北分局

掃我輸入資料即可參加摸彩
※請保留票根



農村好事 SHOPPING FESTIVAL 2021 購物節

優質農物 · 在地故事 · 趣味農遊

注意事項

1. 凡於活動期間至指定店家或活動當日攤位，消費滿300元即可獲得抽獎券乙張。
2. 單日單筆消費每人至多獲得3張摸彩券。
3. 摸彩券數量有限，發完為止。
4. 得獎者必須持身分證及摸彩券票根進行領取，因此本票根請務必妥善保存。
5. 摸彩券影印無效。
6. 本摸彩券需於9/6(一)下午17:00前完成登錄，並預計於9/10(五)下午16:00於農村挖寶趣粉專進行直播抽獎，得獎者需於9/30(四)前完成兌換。
7. 主辦單位保有隨時修改、終止及變更本活動之權利。

活動詳情請洽
農村挖寶趣粉專

廣告

圖 3-3 摸彩券圖樣

農村好事 SHOPPING FESTIVAL 2021購物節

9/4(六) — 9/5(日)
13:00 — 21:00
新光三越香堤大道北段
(臺北市信義區松高路12號)

優質農物 · 在地故事 · 趣味農遊

2021 08.15 — 09.05 消費滿300元 贈送摸彩券哦~

注意事項

- 1.凡於活動期間至指定店家或活動當日攤位，消費滿300元即可獲得抽獎券乙張。
- 2.單日單筆消費每人至多獲得3張摸彩券。
- 3.摸彩券數量有限，發完為止。
- 4.得獎者必須持身分證及摸彩券票根進行領取，因此本票根請務必妥善保存。
- 5.摸彩券影印無效。
- 6.本摸彩券需於9/6(一)下午17:00前完成登錄，並預計於9/10(五)下午16:00於農村挖寶趣粉專進行直播抽獎，得獎者需於9/30(四)前完成兌換。
- 7.主辦單位保有隨時修改、終止及變更本活動之權利。

抽獎獎品

頭獎-Panasonic液晶顯示器 乙名

貳獎-新光三越禮券一萬元 乙名

參獎-7-11禮券一千元 三名

指導單位：行政院農業委員會水土保持局
主辦單位：行政院農業委員會水土保持局臺北分局

活動詳情請洽
農村挖寶趣粉專

廣告

圖 3-4 消費滿額抽說明版文宣圖樣

本次消費滿額抽活動登錄截止後，線上統計累計共有 1,427 人參與，累計銷售營業額達 2,146,725 元。而 9 月 4 日(六)符合滿額贈的民眾共 72 位；9 月 5 日(日)符合滿額贈的民眾共 132 位，兩日活動合計發送摸彩券共 204 位民眾。

而本次發送摸彩券登錄活動定於 9 月 13 日(一)下午 16:00 於農村挖寶趣粉絲專頁進行直播抽獎，並邀請水保局臺北分局洪繼懋副分局長作為抽獎代表人。



圖 3-5 消費滿額抽直播畫面



滿額抽獎中獎名單如下，並於 9 月 30 日前
完成兌獎：

表 3-4 消費滿額抽中獎名單

獎別	獎品	名額	摸彩券編號	中獎者
頭獎	Panasonic 液晶顯示器	乙名	011026	陳○君
貳獎	新光三越禮券一萬元	乙名	003561	譚○敏
叁獎	7-11 禮券一千元	三名	003938	劉○文
			001036	陳○偉
			001561	陳○青

8. 現場消費滿額贈活動與贈品內容說明：

- 活動期間：110 年 09 月 04 日至 110 年 09 月 05 日止。
- 凡於市集活動現場消費滿 600 元以上者，除可獲得兩張摸彩券外，另加碼贈送夥伴提供之農村特色產品做為贈品。
- 贈獎內容將以抽籤方式進行，且每日限量，贈完為止。

表 3-5 消費滿額抽贈品一覽表

獎項	單位	贈品	市值	份數
A	草本誠食	丹蔘茶禮盒	1,480	1
A	赤柯山農企社	印加果油	1,200	2
A	-	日月潭紅茶	-	5
B	東成茶葉	包種茶(產銷履歷)	550	1
B	東成茶葉	佳葉龍茶(產銷履歷)	550	2

獎項	單位	贈品	市值	份數
B	第一鰻波工坊	胭脂鰻	500	1
B	茅鄉炭坊	香茅精油 10ML	420	2
B	岑食農產手作坊	米土鳳梨酥	400	4
B	哈客愛	播茶隨身包(抹茶口味)	399	4
B	享樂蜂蜜	蜜享龍眼蜂蜜 300g	380	2
B	竹林松杉靈芝農場	勁猴醬	360	5
B	華陽茗茶	精選手焙烏龍茶包禮盒 30 入	350	5
C	新城風糖	翠玉烏糖	300	5
C	橄欖先生	生命之果禮盒	300	5
C	日新茶園	立體茶包(東方美人/蜜香紅茶/綠茶)	300	10
C	筍友部落	黃金醬筍	280	3
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	茅鄉炭坊	檸檬草茶	280	3
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	阿里棒棒	啵啵肉乾	250	6
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	橄欖先生	烏龍橄欖茶(盒裝)	240	3
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	橄欖先生	多酚橄欖茶(盒裝)	240	3
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	仙記名茶	單翠系列-小葉種紅茶	220	3
	筍友部落	熟脆筍片	80	
C	仙記名茶	單翠系列-金萱茶	160	5
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包(5 包/入)	180	
C	仙記名茶	單翠系列-小葉種紅茶	220	2
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	享樂蜂蜜	迷你小蜂蜜 90g	100	6
	東里家風	沙茶豆干(素食)	100	

獎項	單位	贈品	市值	份數
	紅藜之家	酵素 Q/無籽紅肉李	100	
C	仙記名茶	單翠系列-炭焙烏龍茶	220	5
	筍友部落	熟脆筍片	80	
C	仙記名茶	單翠系列-烏龍茶	180	5
	東里家風	沙茶豆干(素食)	100	
	紅藜之家	情人果乾/無籽梅肉乾/金鑽鳳梨	100	
C	東里家風	沙茶豆干(素食)	100	4
	紅藜之家	情人果乾/無籽梅肉乾/金鑽鳳梨	100	
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	東里家風	沙茶豆干(素食)	100	2
	紅藜之家	酵素 Q/無籽紅肉李	100	
	東香咖啡	招牌咖啡掛耳包	36	
C	-	SWCB 帽子	-	4
C	-	梨梗筆	-	3
C	-	隘寮社區沐浴組	-	2
C	-	玻璃保鮮盒	-	5
	-	野餐墊	-	
C	-	動力鴨	-	10
	-	野餐墊	-	
			合計	128

本次消費滿額贈活動主要於市集兩日期間進行，9月4日(六)符合滿額贈的民眾共57位；9月5日(日)符合滿額贈的民眾共73位，兩日活動合計發送滿額贈品共130位民眾。

9. 活動主視覺：



圖 3-6 活動主視覺背板

10. 防疫措施說明：

● 活動前

- (1) 於「農村挖寶趣」FB 粉絲專頁進行防疫衛教宣導。
- (2) 於活動海報或相關文宣加註疫情宣導事項。
- (3) 依國內外嚴重特殊傳染性肺炎疫情現況，進行風險評估，滾動檢討後續活動續辦或延期。
- (4) 所有工作人員需自行配戴備口罩參加

活動。

- (5) 針對相關工作人員進行衛教宣導，預演活動當日應變流程，工作人員應自行健康管理，身體若有呼吸道症狀、發燒等不適情形，應主動通報活動負責人，並暫停支援活動。
- (6) 依據行政院農業委員會公布之『COVID-19』因應指引：公眾集會規範辦理，參照集會活動因應作為檢核表，針對活動辦理前、中、後，檢視活動辦理相關防疫措施是否完備。
- (7) 活動相關防疫準備：活動現場前中後備妥噴式酒精；服務台與醫療站準備額溫槍，提供場地消毒及所有參與人員使用。
- (8) 活動全員皆辦理保險，並準備醫療箱提供活動使用。
- (9) 活動現場備妥宣導文宣，並安排工作人員定時繞場舉牌宣導，如遇未戴口罩者則加以勸導。

● 活動中

- (1) 工作人員集攤位負責夥伴統一於活動開場前 30 分鐘主動至服務台確實測量體溫及消毒，並填寫健康聲明書。
- (2) 活動期間如遇發生有呼吸道症狀及發

燒者則立刻停止參與，應立即返家休息或就醫。

(3) 適當保持距離，避免互相接觸，並完整配戴口罩。

(4) 活動現場如欲試吃，必需要完整的包裝，並以不主動提供為原則。

● 活動後

(1) 所有工作人員及攤位夥伴於 14 天內如有發燒、呼吸道症狀或腹瀉等症狀，應主動向承辦單位通報，並採取適當的防護措施及引導就醫。

(2) 場地再次消毒，並持續關注中央流行疫情指揮中心公佈之疫情狀況。

11. 活動宣傳工作：

本次活動在辦理前夕安排宣傳作業，以達活動的曝光，使民眾了解如何參與以及活動現場的販售產品有哪些等，促進活動現場辦理時的買氣與銷售額。本次活動宣傳主要以「農村挖寶趣粉專」貼文並安排廣告推播，另也透過本次參與市集的攤位夥伴，請他們一起露出於自身的粉絲專頁，以達相互連結曝光之效益。



圖 3-7 農村挖寶趣宣傳貼文



圖 3-8 攤位夥伴宣傳貼文

二、辦理農村產業展售市集

本次農村產業推廣活動除了邀集北區產業交流平台內優質的農村單位及青農夥伴外，亦擴大邀請其他區域曾入選農村夥伴之單位或者其他分局推薦之青農團體，進行自身農產品的展售，也顯現出臺灣農村多元豐富的物產。

(一) 邀集 20 個農村夥伴進行攤位展售

本計畫初步接洽北區產業交流平台內夥伴，並尋求曾入選農村好物等單位參與的意願，最終完成邀請名單如下，共計 20 組：

表 3-6 北區攤位展售名單列表

序號	單位	產品內容
1	新竹-新城風糖	柑橘製品、烏糖系列
2	新竹-橄欖先生	橄欖相關製品
3	新竹-哈客愛	擂茶相關產品
4	新竹-赤柯山農社企	苦茶油、麵線、印加果油
5	桃園-享樂蜂蜜	蜂蜜、蜂蜜醋、蜂蜜水
6	桃園-草本誠食	丹蔘雞精、丹蔘茶
7	新北-東成茶廠	茶製品、茶包、茶葉
8	基隆-阿里棒棒	肉乾、酒釀品
9	宜蘭-岑食手作坊	米食製品、米蛋糕
10	宜蘭-竹林松杉靈芝	靈芝咖啡、醬製品

表 3-7 其他區域暨農村好物代表

序號	單位	產品內容
1	苗栗-日新茶園	東方美人茶相關產品
2	苗栗-東里家風	古早味大餅、沙茶豆干等
3	苗栗-茅鄉炭坊	精油、手工皂、茶包
4	台中-東香咖啡	咖啡相關產品、黃金果
5	彰化-古早雞	雞精
6	南投-華陽茗茶	台灣特色精品茶
7	雲林-筍友部落	麻竹筍相關產品
8	雲林-第一鰻波	胭脂鰻
9	嘉義-仙記名茶	阿里山茶葉
10	高雄-紅藜之家	紅藜相關製品

(二) 展售活動場地與配置

活動現場以主題之氛圍為主要的布置風格，運用輕鬆、歡樂的色調，搭配木作攤架呈現農村樸實、自然且純淨的感覺。

1. 活動場地配置圖：

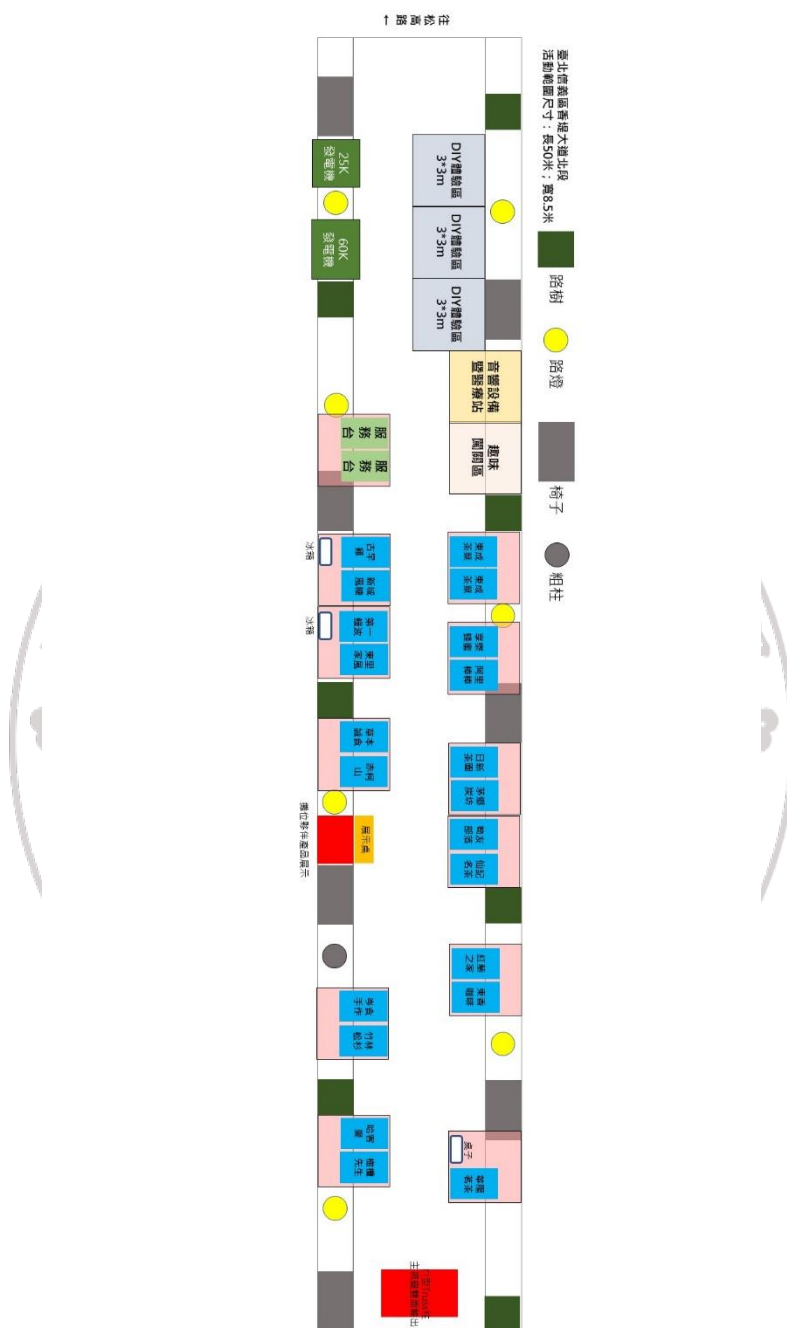


圖 3-9 活動場地配置圖

2. 活動攤位架：



圖 3-10 活動攤位架

3. 攤位招牌樣式：



圖 3-11 攤位招牌樣式

4. 實際攤位佈置狀況：



圖 3-12 活動現場攤位佈置照片

5. 展售成果說明：

本次市集使用紅外線數據統計，包含場地兩側人潮，9月4日(六)統計數約達3,800人次，人潮較多時坐落在晚間6:00-9:00區間；9月5日(日)統計數約達6,500人次，人潮較多時坐落在晚間4:00-7:00區間。週六下半年雖有下雨，但晚間放晴微涼，因此仍有民眾出來走動；而週日天氣炎熱加上隔日為上班日，評估民眾會選擇留在家中休息。因此從上面數據來看，周日整天平均的人潮並未比周六天氣放晴後的人潮來得多。

而針對本次市集活動的兩日銷售營業額，9月4日(六)統計93,550元；9月5日(日)統計170,640元，合計有264,190元。

以觀察銷售攤位狀況家的攤位，第一仙記茗茶兩天皆破萬，了解後表示是有提供完整包裝的試喝茶飲，另一原因則是夥伴針對茶葉的包裝有做過市場調查後再行設計，容易吸引消費者前往瞭解後進行購買。

而草本誠食及茅香炭坊兩日銷售也都破萬，主要是能夠主動出擊把握銷售機會，工作人員常站在攤位前面招呼客人而非坐在攤架後面等待客人上前。

三、辦理農村產業體驗活動

為了使民眾更貼近農村產業，本次活動現場規劃了DIY體驗區，並邀集有意願教學之夥伴單位於現場進行分享，以拉近民眾與農村的距離，更使參與者了解產業的多樣性及其內涵文化。

表 3-8 體驗活動內容安排一覽表

日期	第一天(9/4)		第二天(9/5)	
時段	單位	體驗項目	單位	體驗項目
14:00	花間茶語	小茶魚栽	三和木藝	木作 DIY
15:00	華陽茗茶	創意點茶	HA SOCK	襪子娃娃
16:00	花間茶語	小茶魚栽	三和木藝	木作 DIY
17:00	華陽茗茶	創意點茶	HA SOCK	襪子娃娃
18:00	新城風糖	療癒苔球	新城風糖	療癒苔球
19:00	竹林松杉	靈芝吊飾 DIY	竹林松杉	靈芝吊飾 DIY



圖 3-13 體驗活動實際辦理照片

第四章 結論與建議

第一節 計畫結論

本次市集活動概念為透過農村購物節主題，帶動並吸引民眾的參與，因此除了擇於臺北精華地段辦理本次的行銷活動，亦搭配北區都會行銷據點同步進行，除可傳達農村與城市間的連結密度，提高夥伴自身品牌形象與產品價值外，亦達到強化消費者對於品牌的認同與忠誠度，加強宣傳台灣在地許多優質且友善環境的農村產業，同時使農村夥伴可與民眾互動並拉近距離。

一、 提升夥伴品牌故事的曝光度，奠定消費者心中購買首選

透過本次的展售活動，讓農村夥伴可直接面對消費者進行自身品牌或產品的推薦與介紹，進而使消費民眾認識農村產業，而民眾在購買後若認同生產理念或者口味讓人印象深刻，則可帶動後續回購效益，奠定未來消費者購買同質性商品時的優先選擇項目。

二、 透過產品的銷售，帶動現場消費，後帶動至產地體驗之商機

許多參展夥伴同時於自身場域亦有規劃體驗或遊程，除了推廣優質的農村產品之外，另透過產品的銷售，帶動消費者實際至農村進行更深入的體驗活動，使夥伴能夠再多一次的曝光與行銷機會。

第二節 後續建議

經由活動執行以及所產生之成果效益，本團隊依照執行情況與經驗提供後續辦理建議如下：

一、 規劃展售活動銷售技巧相關培訓

經本團隊觀察與評估，並與銷售狀況較差的農村夥伴深入了解後，夥伴表示自身因較內向害羞，加上因為疫情影響需配戴口罩原因，遇到民眾駐足時隔著攤位講話不容易聽見或看見臉部表情，來不及留客進行更深一層的介紹，民眾即快步離開。若透過講師引導銷售技巧及話術，讓夥伴多增加練習與銷售的機會，未來在展售活動上方能發揮其效果。

二、 體驗活動控管民眾報名參與機制

本次 DIY 體驗活動是使用線上 Be Class 系統並轉發至農村挖寶趣粉專進行宣傳，惟報名系統無法判定同一人的報名上限，因此出現一人報名多場次的情形，導致另有其他民眾無法參與的狀況，未來應於設定時確認系統情形，又或者預留現場報名名額，方能吸引更多民眾有接觸農村產業之機會。