

114年農村好物布展銷售策略暨執行計畫

計畫目的

農業部農村發展及水土保持署自104年起推動「農村好物」選拔及遴選標準，主要希望透過各類展銷活動強化「農村好物」品牌價值，以節慶及主題式設定，將設計、美學、創意等元素，與不同受眾相互交流理念、作法與經驗，引動多元人才關注、參與農村，並深化農村再生之政策效益。透過各類展銷活動推廣「農村好物」品牌價值，並深化農村再生之政策效益。

執行成果

農村好物_多元行銷農村好物 活絡農村社區經濟

- 農村好物選拔迄今已辦理11屆，本屆農村好物產品選拔作業完成徵件及審查，共51件產品獲選。辦理說明會、書面審查、評審複審、商業攝影、展售配件製作、獎狀製作與頒獎典禮，並執行標章授權，有效建構品牌公信力。
- 於關西服務區舉辦2日農村好物市集，共42家業者參與，空間設計、促銷活動品牌導流，展現整合行銷實力。
- 輔導15項商品包裝形象優化或新產品包裝之內外包裝設計，以順利銜接通路與市場，更期望進一步帶動農村社區發展。
- 參與臺灣國際咖啡展，吸引多家旅宿與咖啡店業者洽談合作，展現良好 B2B 潛力，帶動展期後超過120萬企業合作
- 協助12項農村好物商品出口，完成海外市場拓展，並赴日本進行4日通路拜訪與展售合作，成功推動農村好物商品進軍LAWSON連鎖超商並與味千拉麵推出聯名套餐。
- 媒合企業CSR採購，中秋與春節合計創造1,780萬元訂單，編製2026農村好物型錄。舉辦5場企業交流活動。
- 依需求製作1,000份活動宣導品，包含紀念杯、特色禮盒等，完成10篇媒體宣傳，提升政策能見度並加強民眾參與感。



關西服務區市集



台灣國際咖啡展



農村好物頒獎典禮



味千拉麵聯名套餐



農業部農村發展及水土保持署
Agency of Rural Development and Soil and Water Conservation, MOA

委託機關：農業部農村發展及水土保持署農村建設組
受託單位：大將之森有限公司
執行期間/開工起迄：114年7月-114年5月



優質・效率・團隊