

第四屆全國高中職新農業行銷實作競賽
成果報告書



隊伍編號：A017

學校名稱：桃園市立中壢商業高級中等學校

主題名稱：果不其然

作物名稱：火龍果

中華民國 111 年 04 月 25 日

目錄

壹、前言	1
一、參賽動機	1
二、參賽目的	1
貳、農戶與農作物背景	1
一、農戶介紹	1
二、農作物介紹	2
參、市場競爭力分析	4
一、SWOT 分析	4
二、4P 分析	4
三、STP 分析	5
四、五力分析	5
肆、創新呈現	6
一、行銷計畫與實施	6
二、宣傳影片	7
三、周邊商品介紹	8
四、創新產品	9
五、行銷成果	9
六、人員組織	11
伍、結論與建議	11
一、結論	11
二、建議	12
陸、參考文獻	12

圖目錄

圖一：李福山先生	1
圖二：火龍果生長過程	2
圖三：金龜子	3
圖四：果實蠅	3
圖五：椿象	3
圖六：介殼蟲	3
圖七：Facebook 粉絲專頁	6
圖八：Instagram 粉絲專頁	6
圖九：宣傳單	6
圖十：影片封面	7
圖十一：合作對象	7
圖十二：雪Q餅介紹	7
圖十三：火龍果珍珠介紹	8
圖十四：QR code	8
圖十五：Line 貼圖	8
圖十六：吊飾	9
圖十七：火龍果雪Q餅	9
圖十八：火龍果珍珠鮮奶	9
圖十九：試吃活動	11
圖二十：實際販售柳丁	11

表目錄

表一：自然天敵	3
表二：SWOT 分析	4
表三：4P 分析	4
表四：STP 分析	5
表五：五力分析	5
表六：行銷計畫	6
表七：宣傳影片	7
表八：創新手法	8
表九：創新產品	9
表十：銷貨成本明細表	9
表十一：預期收入與實際收入比較表	10
表十二：綜合損益表	10
表十三：人員分工表	11

壹、前言

一、參賽動機

高三須準備檢定、統測，我們因用眼過度再加上運動時間少，造成便秘。在家中長輩分享下，得知火龍果含維生素 B3、C、纖維素和鐵，同時紅肉火龍果具有最多的甜菜紅素有助於消化排便，把毒素排出體外；與其他水果相比熱量較低。另外，對大部分女性來說，每月經期過後，適時食用可以補鐵、補血，保持元氣。因此當本組得知有機會參賽時，加深與火龍果媒合的意願。

而在推廣過程中發現有機火龍果成本高，使消費者有所顧慮，因此藉由加工品火龍果讓大眾得知有機火龍果的好處，因而參與此競賽，雖然價格較高但因無農藥，食用上也比較無疑慮，因此更願意購買有機火龍果。

二、參賽目的

- (一) 幫助小農李福山先生推廣有機火龍果，提升銷售量，並增加組員的經驗。
- (二) 協助小農推廣有機耕種與提倡環保的理念。
- (三) 將火龍果製作成創新產品，使消費者更樂於接受火龍果。

貳、農戶與農作物背景

一、農戶介紹

本次主要合作對象為南投縣中寮鄉的李福山先生，拜訪他家時，他媳婦非常熱情接待我們，並請我們吃最近剛採收的砂糖橘與珍珠柑，之後李先生也親切的告訴大家關於種植火龍果的大小事。

李福山先生種植火龍果經驗長達十多年，他原本只種植柳丁，但因氣候變遷，柳丁的收成很不固定，相較之下，火龍果可以收成多次、產量大；兩種作物生長期互補，因此本組在火龍果未成熟期間，也同時向李先生進貨紅肉柳丁，並推銷販售。



圖一：李福山先生
(資料來源：自行拍攝)

二、農作物介紹

(一) 生長過程

火龍果在栽培技術之下，一年四季都可以出現，依果肉顏色分為三個品種為紅皮白肉、紅皮紅肉、黃皮白肉。



圖二：火龍果生長過程（資料來源：自行彙整）

（二）生長環境

火龍果為熱帶及亞熱帶水果，特性屬耐旱、耐高溫、怕低溫，最適合的生長溫度是25~35度；雖然火龍果耐旱，但仍需要充分的水分，一般生長在水分充足的地區；火龍果對土壤的要求度不高，但在肥沃、排水良好的土壤上生長最快、品質最好；火龍果很喜歡溫暖的陽光，光照充足讓果實又大又飽滿。

（三）自然天敵

表一：自然天敵

天敵名稱	金龜子	果實蠅
照片	 圖三：金龜子 (資料來源： https://pse.is/3ttfq2)	 圖四：果實蠅 (資料來源： https://pse.is/3wlm8j)
造成損害	金龜子導致果皮呈現燒傷狀。	幼蟲咬食果肉，果肉會腐爛，導致品質及產量降低。
防治方法	挖除幼蟲、翻耕曝曬，以及在果園四周設置黑光燈，燈下放肥皂水可以殺掉成蟲。	未被產卵前進行套袋，可以防止成蟲產卵導致的危害，並做好果園清潔、排水工作。
天敵名稱	椿象	介殼蟲
照片	 圖五：椿象 (資料來源： https://pse.is/3vs5xj)	 圖六：介殼蟲 (資料來源： https://pse.is/3xahbu)
造成損害	以銳利的口器刺穿果實，吸食汁液，使被害部位停止生長、死亡。	用口器吸取植物的汁液，同時排放糖液和蠟質，堵塞葉面氣孔，導致無法進行光合作用，使葉片變黃枯萎。
防治方法	利用天敵進行防治，椿象的天敵有蜘蛛、螳螂等。	定期修剪果樹，同時加強周圍環境通風，避免悶熱、潮濕。

(資料來源：自行彙整)

參、市場競爭力分析

一、SWOT 分析

表二：SWOT 分析

內部因素 外部因素 交叉分析	S 優勢	W 劣勢
	1.純手工製作 2.火龍果珍珠產品新穎 3.火龍果營養價值高	1.產品不易保存 2.知名度較低 3.手工耗費人力成本高
O 機會	SO (增長性) 策略	WO (扭轉性) 策略
1.養身觀念興起 2.外食人口增加 3.火龍果一年可以收成很多次，產量充足	S2O3：與異業或同業結盟推出創新料理 S3O1：新鮮現切的火龍果	W3O2：製作冷凍珍珠讓消費者能親自體驗煮珍珠 W2O1：推廣養生料理
T 威脅	ST (多元化) 策略	WT (防禦性) 策略
1.替代品多 2.同業市場競爭嚴重 3.消費者對口味要求越來越挑惕，品質要求也越來越嚴格	S2T1：發展出自身品牌特色，具有識別性的 LOGO S1T3：嚴格控管產品品質	W2T2：在網站張貼廣告，推廣產品特色 W2T2：經營 IG 或 FB 等使用度較高的社群網站 W2T2：發宣傳單增加知名度

(資料來源：自行彙整)

二、4P 分析

表三：4P 分析

4P 分析	內容
Product (產品)	火龍果、火龍果珍珠鮮奶、火龍果雪 Q 餅、冷凍火龍果珍珠、有機珍珠柑、有機砂糖橘、有機紅肉柳丁。
Price (價格)	單點：火龍果 1 顆 100 元、火龍果切塊 1 杯 75 元、 珍珠鮮奶 1 份 65 元、火龍果雪 Q 餅 1 份 65 元、 冷凍火龍果珍珠 1 份 75 元、有機珍珠柑 1 斤 65 元、 有機砂糖橘 1 斤 110 元、有機紅肉柳丁 1 斤 40 元 套餐：優惠套餐 (珍珠奶茶*1+雪 Q 餅*1) 1 份 110 元。
Place (通路)	現場販售，利用 FB、IG 等網頁行銷，Google 表單訂購。
Promotion (促銷)	1.在試營運期間購買產品的顧客，可享有下次消費優惠 30 元。 2.使用環保袋、環保餐具，折扣 5 元。 3.有機紅肉柳丁單次購買 4 斤，現折 10 元。 4.折價卷：單次消費滿 150 元，享有下次消費折 15 元。 5.套餐：優惠套餐 (珍珠奶茶*1+火龍果雪 Q 餅*1) 優惠 20 元。

(資料來源：本組自行彙整)

三、STP 分析

表四：STP 分析

市場區隔 (Segmenting)	瞄準對有機、無毒火龍果有興趣的中壢地區消費者來區分市場。
目標市場 (Targeting)	喜愛吃甜食卻沒時間料理的社會大眾。
市場定位 (Positioning)	利用無毒火龍果製作甜食，帶有火龍果本身的甜，讓顧客享用。

(資料來源：自行彙整)

四、五力分析

表五：五力分析

五力分析	分析說明	威脅強度
現有廠商	由於有機栽種的火龍果成本較高，市面上較少見，所以現有廠商的威脅強度低	低
潛在進入者	火龍果在市面上的加工品很少見到，有機火龍果當作原料更是少之又少，所以火龍果市場潛在進入者少，威脅低。	低
供應商的議價能力	火龍果珍珠的原料：火龍果，本組選用的是小農生產的無毒有機的火龍果，花費的勞力以及時間龐大，所以火龍果的議價能力較低。	低
購買者的議價能力	因為火龍果珍珠成本較高，所以主要是以薄利多銷為主，消費者多為少量購買，所以購買數量的多寡並無法直接影響價格。	低
替代品或服務	像火龍果一樣營養價值高、有助消化、改善便秘的水果還有蘋果、香蕉等水果，因為這兩種水果一年四季都可以栽種，且大眾較能接受，因此其他水果代替火龍果的程度較高，替代品多。	高

(資料來源：自行繪製)

肆、創新呈現

一、行銷計畫與實施

表六：行銷計畫

方案	解決現況	執行推廣
官網網站設計	網路資訊量不足	推廣特色產品、火龍果功效宣導
外包裝、Logo 設計	缺少品牌識別度	產品上張貼 Logo
周邊商品	品牌識別度較低	向外宣傳及介紹品牌由來
DM 文宣設計	網路資訊量不足、缺乏品牌形象記憶點	火龍果的創新產品、響應環保減少一次性垃圾

(資料來源：自行彙整)



圖七：Facebook 粉絲專頁
(資料來源：自行繪製)



圖八：Instagram 粉絲專頁
(資料來源：自行繪製)



圖九：宣傳單
(資料來源：自行繪製)

我們利用 Facebook 和 Instagram 粉絲專頁，介紹火龍果的好處及推廣火龍果創新產品給周圍的朋友們，並把訂購單網址放到粉絲專頁上，讓顧客可以線上訂購，我們也有製作紙本的宣傳單，在校內增加知名度。

二、宣傳影片

表七：宣傳影片



圖十：影片封面（資料來源：自行拍攝）

我們宣傳影片的理念，主要是以指揮中心向大家宣導事項為概念，同時推廣火龍果對身體的好處，以及我們推出的創新產品。



圖十一：合作對象（資料來源：自行拍攝）

組長在影片開頭扮演指揮中心的指揮官，發佈台灣在地火龍果的相關消息，也介紹與我們合作的小農李福山伯伯，同時宣導我們制定的行銷策略，感謝消費者一直以來的支持，是我們前進的主要動力。



圖十二：雪Q餅介紹（資料來源：自行拍攝）

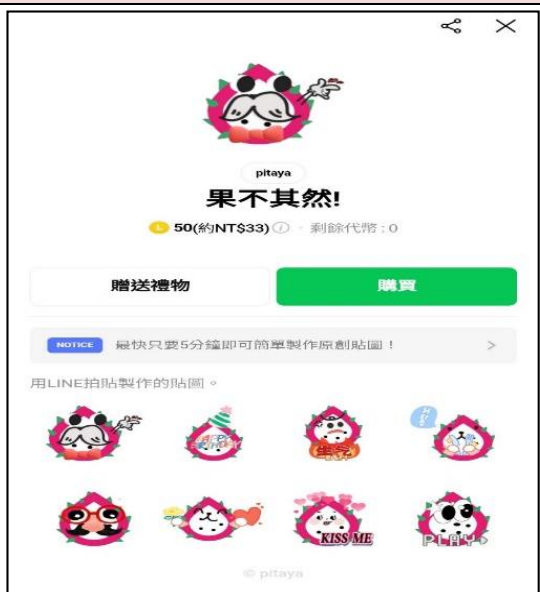
為大家介紹果不其然的創新產品，火龍果雪Q餅！有濃濃的奶香味，搭配多層次的餅乾以及葡萄乾，讓人一口接一口。

 圖十三：火龍果珍珠介紹（資料來源：自行拍攝）	為大家介紹本組的第二個產品，火龍果珍珠，是手工製作的珍珠，材料是最天然的火龍果，加上我們的愛心和耐心，一顆顆搓成的結晶，口感Q彈，再搭配上純鮮奶，讓人回味無窮。
 圖十四：QR code（資料來源：自行拍攝）	在影片接近尾聲的地方，放上我們的訂購網站，方便消費者購買我們的產品、吸引消費者再次回購。

（資料來源：自行彙整）

三、周邊商品介紹

表八：創新手法

商品	圖片	內容
Line 貼圖	 圖十五：Line 貼圖 （圖片來源：自行拍攝）	以我們吉祥物「龍龍」為原型，製作出俏皮可愛又實用的果不其然貼圖。

商品	圖片	內容
吊飾	 圖十六：吊飾 (圖片來源：自行製作)	運用我們俏皮可愛的吉祥物，製作成具有紀念性和代表性的熱縮片吊飾。

(資料來源：本組自行彙整)

四、創新產品

我們所提供的農產品是南投縣中寮鄉的火龍果，在採收過程的時候使用紙袋保護，不僅有機、口感鮮甜、多汁，其中為了讓消費者食用方便，更有切片處理，也加工成近來熱銷的雪 Q 餅及火龍果珍珠鮮奶，同時因為銷售期間適逢過年時節，本組將火龍果雪 Q 餅製作做成禮盒，適合購買者贈送給周遭的親朋好友。

表九：創新產品

火龍果雪 Q 餅	火龍果珍珠鮮奶
 圖十七：火龍果雪 Q 餅 (圖片來源：本組自行拍攝)	 圖十八：火龍果珍珠鮮奶 (圖片來源：本組自行拍攝)
雪 Q 餅是由棉花糖、奶粉以及餅乾等為主體製作而成並加入火龍果汁加以染色。雪 Q 餅的口感像是融合了牛軋糖和沙琪瑪，自帶奶香、微黏牙的甜點。	火龍果珍珠是使用火龍果汁後下去煮，過程中不添加任何水，口感 Q 彈、有嚼勁，因此保留火龍果本身的味道。

(資料來源：自行彙整)

五、行銷成果

表十：銷貨成本明細表

產品	柳丁	火龍果	樹薯粉	地瓜粉	棉花糖	葡萄乾	奇福餅乾	奶粉	牛奶	吉利丁粉	椰子粉	蔓越莓
價格	2,575	4,656	204	125	1,165	505	525	650	1,214	330	210	520

(資料來源：本組自行彙整)

表十一：預期收入與實際收入比較表

預期收入				實際收入			
產品	數量	單價	收入	產品	數量	單價	收入
有機珍珠柑	5 台斤	100	500	有機珍珠柑	5.5 台斤	110	575
有機砂糖橘	4 台斤	100	400	有機砂糖橘	5.5 台斤	110	575
有機紅肉柳丁	80 台斤	40	3,200	有機紅肉柳丁	95 台斤	40	3,425
有機火龍果(顆)	17 顆	80	1,360	有機火龍果(顆)	20 顆	100	1,910
有機火龍果(箱)	1 箱	800	800	有機火龍果(箱)	2 箱	750	1,455
有機火龍果(切)	6 杯	70	420	有機火龍果(切)	4 杯	75	300
火龍果雪 Q 餅	90 份	70	6,300	火龍果雪 Q 餅	84 份	65	5,360
火龍果珍珠鮮奶	13 份	60	780	火龍果珍珠鮮奶	20 份	65	1,255
火龍果優惠套餐	28 份	110	3,080	火龍果優惠套餐	30 份	110	2,970
冷凍火龍果珍珠	4 份	50	200	冷凍火龍果珍珠	2 份	75	150
總額	\$17,040			總額	\$17,975		

單位：新台幣
(資料來源：本組自行彙整)

表十二：綜合損益表

果不其然 綜合損益表 110 年 12 月 13 日至 111 年 03 月 21 日		
項目名稱	小計	總計
營業收入		
銷貨收入		\$17,975
營業成本		
銷貨成本		12,679
營業毛利		\$5,296
營業成本總額		
營業費用		
管理費用	\$28	
推銷費用	530	558
營業利益		\$4,738
營業外收入及支出		
營業外收入		
其他收入		40
本期淨利		\$4,778

(資料來源：本組自行彙整)

我們依成本加成定價法訂出每項產品的售價。在這四個月內，銷貨收入為 17,975 元。

由表十一可以看出火龍果雪 Q 餅是收入最高的，深受消費者所愛！許多消費者想要繼續回購，然而因為氣候的關係影響到產季，再加上雪 Q 餅的製作成本比較高，因此比預期售出的數量來的低。扣掉所有費用後，本期淨利為 4,778 元。

六、人員組織

表十三：人員分工表

組長	邱韻如	雪 Q 餅製作、簡報製作、分配工作、剪輯影片
組員	邱微伶	火龍果珍珠製作、成果報告書製作、宣傳產品、剪輯影片
	宋幸芸	協助做產品以及簡報、宣傳產品、剪輯影片
	楊佳曄	道具製作、商標設計
	林美汝	道具製作、網站管理、訂購單設計

(資料來源：本組自行彙整)

伍、結論與建議

一、結論

(一) 幫助小農李福山先生推廣有機火龍果，提升銷售量，並增加組員的經驗

在這個活動中，組員們互相交流學習，策劃出最適合並且有效率的行銷策略，例如：架設官方粉絲團與消費者交流以便收集滿意度回饋，推出更吸引人的產品以及在保持穩定收益下的折扣。並同時訓練組員的理性溝通能力與合作力。

(二) 協助小農推廣有機耕種與提倡環保的理念

在其他方面，為了兼顧檢定考試及行銷活動，我們學到時間分配觀念，最後發揮所學，用我們學習兩年多的相關的會計知識，計算出成本並製作出綜合損益表。為響應環保減塑，我

們推出自備購物袋，立即折扣 5 元的方案，希望民眾能一起響應環保。在社群軟體的推廣下，如 FB、Instagram 等讓各個資訊瀏覽者得知台灣在地的有機火龍果和紅肉柳丁，讓更多民眾了解台灣在地有機的農作物並不差於其他進口的產品。

(三) 將火龍果製作成創新產品，使消費者更樂於接受火龍果

在銷售方面，為了和顧客介紹產品與回答相關問題，我們必須對所販賣的農作物品種及加工產品的材料來源和製作過程相當清楚，從中訓練有條理的說話技巧，同時為了製作好吃的加工品，我們努力嘗試製作不同的食品，從中培養實驗的精神。



圖十九：試吃活動
(資料來源：自行拍攝)



圖二十：實際販售柳丁
(資料來源：自行拍攝)

二、建議

- (一) 提升顧客良好的服務互動，建立品牌形象。
- (二) 多元的銷售管道，讓更多的消費者認識李福山先生的火龍果。
- (三) 加強消費者對有機火龍果的認知，藉此打消普遍民眾對於有機農產品價格疑慮。

陸、參考文獻

- 1.iRead eBooks 華藝電子書：火龍果給你三高營養—高纖、高C、高鐵。民國 110 年 12 月 01 日。取自
<https://www.airitibooks.com/pdfViewer/index.aspx?PublicationID=P20210906082&IsPreview=true&GoToPage=0>
- 2.每日頭條：火龍果果實蠅的危害及解決辦法。民國 110 年 12 月 29 日。取自
<https://kknews.cc/zh-tw/agriculture/9nzq6n8.html>
- 3.農業主題館：甲蟲類。民國 110 年 12 月 29 日。取自
<https://kmweb.coa.gov.tw/subject/subject.php?id=39795>
- 4.每日頭條：火龍果椿象：危害、生活習性、防治時期即方法措施。民國 110 年 12 月 29 日。取自 <https://kknews.cc/zh-tw/agriculture/qgzgxey.html>
- 5.每日頭條：火龍果適合在怎樣的環境下生長?火龍果適合在甚麼條件下種植?。民國 110 年 12 月 29 日。取自 <https://kknews.cc/zhtw/agriculture/2l386pe.html>
- 6.劇多：火龍果最適合什麼樣的環境下生長。民國 111 年 01 月 03 日。取自
<https://www.juduo.cc/club/1991572.html>