

僑光科技大學

第四屆全國高中職新農業行銷實作競賽



團隊名稱：壠「粒」皆辛苦

組員：張浩德、馮柏凱、廖珣岼、曾婕瑜、張瑜庭、
王昱文

中華民國 111 年 4 月 20 日

目錄

壹、前言.....	1
一、參賽背景與動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究方法.....	1
四、研究流程.....	2
貳、農戶與農作物背景.....	2
一、農戶介紹-楊基裕.....	2
二、壢「粒」皆辛苦小組經營理念.....	3
三、農作物介紹.....	4
參、市場競爭力分析.....	8
一、SWOT 分析.....	8
二、STP 分析.....	8
三、五力分析.....	9
四、4P 分析.....	9
五、商業模式圖.....	10
肆、創新呈現.....	10
一、行銷計畫與實施.....	10
二、行銷成果.....	13
伍、結論及建議.....	15
一、結論.....	15
二、建議.....	15
陸、參考文獻.....	15

圖目錄

圖 1：流程圖	2
圖 2：楊基裕大哥	2
圖 3：生長過程圖	4
圖 4：插秧 2	5
圖 5：插秧 2	5
圖 6：糙米	6
圖 7：三分至七分白	6
圖 8：白米	6
圖 9：自然天敵	7
圖 10：Youtube 自媒體平台	11
圖 11：IG 社群網站	11
圖 12：IG 貼文	11
圖 13：DM 文宣	12
圖 14：DM 文宣	12
圖 15：風味御飯糰	12
圖 16：LINE 貼圖	13

表目錄

表 1：品種介紹	6
表 2：SWOT 分析	8
表 3：STP 分析	8
表 4：五力分析	9
表 5：4P 分析	9
表 6：商業模式圖	10
表 7：創新計劃	10
表 8：預估產品銷售	13

壹、前言

一、參賽背景與動機

小組成員認為目前我們三餐中不可或缺的就是米飯，台灣種植稻米的歷史已久，與台灣文化息息相關，又因為學校老師而了解到許多農戶沒有學習過銷售技巧的經驗，面對販賣農產品及經營品牌時會成為嚴重的困難，再者，農戶在網路行銷手法方面上，相較於年輕人更為陌生，而可能導致錯失隱藏在網路中的客群。本小組希望可以利用三年所學的商業知識，來幫助農戶解決銷售問題，因而媒合農戶楊基裕的有機稻，過程中協助推廣有機理念，希望能增加銷售量，而在其中深知小組的銷售技巧需多加磨練，因此想參與此競賽，進一步激發本組的能力及想法，也增加與各校交流的機會。

二、研究目的

- (一)幫助小農解決產品滯銷問題。
- (二)推廣有機耕種的理念。
- (三)讓更多人了解台梗九號的對人體的益處。

三、研究方法

根據以上的研究目的，本小組透過「文獻探討法」統整的台梗九號相關資料來規劃「行銷策略」，並使用「Google 表單」統計訂單數量，以協助我們進行調查。

四、研究流程

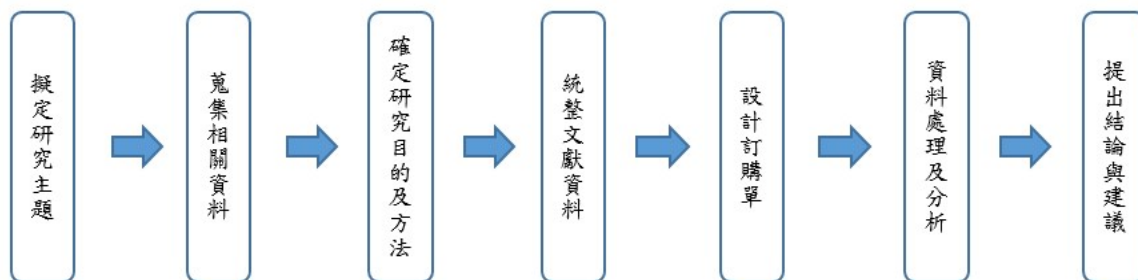


圖 1：流程圖

貳、農戶與農作物背景

一、農戶介紹-楊基裕

楊基裕大哥的家族四代都是種植稻米，有四分地是在種植有機稻，因為父親有傳下來一些機具所以都是自己烘米、碾米，楊大哥為了增進稻米的保存，日後也蓋了冷藏室跟購買真空機，並且目前楊大哥有在茶博特賣、校慶、高品質協會販賣有機稻米，但因為販售人流不多，導致楊大哥的有機稻米知名度不夠。



圖 2：楊基裕大哥

楊大哥的父親認為台梗 9 號的食用口感香、黏性硬度適中，但十分難栽種，所以當作自家存糧，可是當時父親種植時有灑農藥，直到楊大哥接手後覺得是自己要吃的作物，灑農藥很不健康，於是改成無毒有機的台梗 9 號。

台梗 9 號相對台農 11 號更難種植，是因為台梗 9 號的品種特性相較台農 11 號更容易感染白葉枯病，且是無毒有機稻因此收成又更少，碾出率只有 58%~65%，但楊大哥因為爸爸的緣故即使知道種植的難度較高，也堅持種植有機米-台梗 9 號。

二、本小組經營理念

(一)協助提升台梗 9 號的附加價值

藉由網路的推廣快速及便利，將米的通路增加，如網路行銷、架設網站等方式，同時也利用創新的方式來改造農產品，如加工成米製產品，豐富產品包裝等方式。

(二)品質的保證

純手工和不含防腐劑的加工方式，是我們對品質的保證，也能秉持著小農有機無毒的理念，能讓顧客能夠吃得安心。

(三)以客為尊

藉由粉絲購買後再社群媒體上的回饋，虛心討論修改產品，讓產品更符合消費者的期待，也拉近我們和消費者的距離。

(四)有樂趣的學習和製作產品

在充滿樂趣的環境下學習，可以讓組員之間的氣氛融洽，學習過程有趣好玩，製作的產品也能維持高品質，不斷進步才是我們的主要目的。

(五)民主式管理

小組成員的每一個意見都可以沒有顧忌的提出，達成一個有效溝通的工作環境，樂於聽取別人的意見，也能適時的提出意見，使自我成長之餘，小組成員和整體團隊也能一同成長。

(六)與供應商維持良好關係

適時的與小農溝通聯繫，建立彼此之間的信任關係，有問題時透過通話及通訊軟體解決，達到雙贏局面。

三、農作物介紹

(一)生長過程

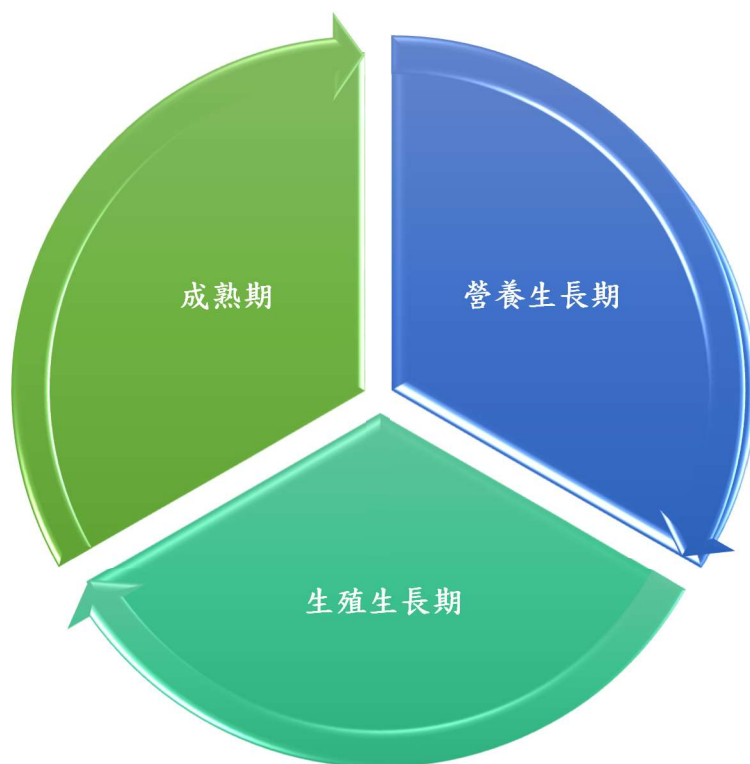


圖 3：生長過程圖

- 1.營養生長期：從發芽到幼穗分化，基本所需時間在 10~60 天之間，變異很大。
- 2.生殖生長期：從幼穗分化至開花，熱帶到溫帶所需時間從 35~45 天不等。
- 3.成熟期：從開花到穀粒完全成熟，這段期間約需 30~35 天。

臺灣位於熱帶及亞熱帶地區之間，雨量充沛且氣溫較高因此一年中水稻生長季節長達十個月以上，故每年可種植兩期水稻，第一期稻作在 2~6 月左右，第二期稻作則在 7~11 月。但是第二期稻作的單位面積產量往往較第一期稻作低 20~50%，造成這種差異的主要原因在於氣候條件。氣候影響了土壤溫度與水溫，使得稻米產量發生變化，一般的水稻品種的適應溫度是攝氏 27 度，溫度越高，

水稻產量越低。

水稻的栽種方分為直播與育秧移植兩種方式，大面積栽培多以直播法為主，這種方式可以減省人力與物力。楊大哥為了培育出最佳的稻子，因此需細心栽培，從最一開始的除草、耕田及最後的收割，但由於現在願意做這些事的人不多，因此有錢還難以請到工人或無法達成損益兩平的情況。



圖 5：插秧 1



圖 4：插秧 2

（資料來源：農戶提供）

（二）生長環境

台梗 9 號喜好高溫多雨氣候，生長適宜溫度為 25~30℃，年雨量為 1,000 公厘以上，若屬於雨量不足區域則須用充分水分灌溉。幼穗分化期到灌漿盛期是產量關鍵期，需有充分養分和高日照，提高結實率及千粒重。

稻田土壤的 pH 值以微酸性 pH5.5~pH7.0 為佳，壤土或腐植壤為最好，富有滲透性、通氣性好的土壤，稻米生長最好，米質最優良。

(三)品種介紹

表 1：品種介紹

	品種	特色
糙米 — 台梗 9 號	 圖 6：糙米	● 稻穀去掉外殼即是糙米。 ● 擁有高於白米 6 倍的膳食纖維，減緩便秘。 ● 口感較為堅硬，容易使人感到飽足感。 ● 含有豐富礦物質，可以預防貧血、提高免疫力。 ● 富有維生素 B6，除了有護髮功效還能抗氧化、抗老。
3 分白至 7 分白 — 台梗 9 號	 圖 7：三分至七分白	● 糙米輾除米糠的多寡，即分為 3 分白至 7 分白。 ● 三分白的口感為五種米中恰當。 ● 三分白除了外觀精白，還保留了米糠的部分營養價值。 ● 三分白是農戶個人獨享、專用的註冊商標。 ● 三分白可以省去煮糙米時的浸泡手續。 ● 從糙米到白米，可以依顧客需要輾製專屬的米，如營養 3 分白至 7 分白。
白米 — 台梗 9 號	 圖 8：白米	● 糙米輾除米糠最多，即為白米。 ● 白米的口感為五種米中最好。 ● 外觀最符合大眾喜愛。

(四)自然天敵



一點螟蟲

初孵化幼蟲在葉片上徘徊，部分幼蟲自稻莖上端或葉鞘向內部蛀入莖內，不能在其孵化處附近覓獲適當之穿孔處時，即吐絲下垂，藉風飄或水流而像其他稻株遷移，至新稻株後由上部葉鞘間或稻莖上方之第一節蛀入莖內，然後向下蛀食。

成蟲及若蟲麋集於稻叢基部刺吸稻株養液為食，被害株之基部常見污濁之分泌物或由分泌物引起之煤煙病。在褐飛蝨族群密度高時，則可導致稻株黃化，影響稔實率也可致使稻株於短期內枯萎倒伏。

褐飛蝨



福壽螺

福壽螺喜好取食植物的幼嫩部位，在稻梗初冒新芽就被破壞生長，且繁殖力強不易被根除。

圖 9：自然天敵

(資料來源：農戶提供)

(五)解決方案

- 1.一點螟蟲：水稻插秧後 20-60 天內噴灑蘇力菌稀釋 1,000 倍，每公頃 2 公斤，或苦楝精、大蒜精、糖醋液及木醋液稀釋液共 3-4 次。
- 2.褐飛蝨：使用益菌很有效但很貴，因此配合糖蜜給稻米吃產生抵抗力，有時也可以加五穀粉混合增量，噴在葉面或灌溉水時讓它順著水流滴流到稻田裡，讓好菌附著在作物身上。
- 3.福壽螺：養鴨對付外來禍害，福壽螺會吃秧苗，鴨子會把福壽螺吃掉。

參、市場競爭力分析

一、SWOT 分析

表 2：有機米加工產品 SWOT 分析

內部因素 外部因素	優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
	1.成分單純 2.創意包裝 3.經濟實惠	1.不易保溫 2.知名度不高 3.製作時間過長
機會 Opportunities	SO 策略	WO 策略
1.網路行銷 2.健康觀念興起 3.外食族增加	S1O2 現代人健康觀念興起，因此使用較單純的成分製作。 S3O3 外食族群增加，因此經濟實惠的產品更有吸引力。	W2O1 藉由網路推廣提高知名度。 W2O2 跟隨健康觀念興起，推出健康飲食，以提高知名度。
威脅 Threats	ST 策略	WT 策略
1.替代品多 2.競爭者多 3.模仿效應	S2T1 利用創意包裝提高產品價值，吸引消費者購買。	W2T2 透過創意廣告及網路行銷提高知名度以利增加品牌競爭力。

二、STP 分析

表 3：有機米加工產品 STP 分析

市場區隔	中壢地區之小資族與師生族群。
目標市場	重視健康及養生的消費者。
產品定位	有機、手工製作。

因為運費的成本過高，目前以中壢高商師生為主，則小資族為能親自到達壢商領取餐點的顧客，除此之外還有小組各成員的親朋好友。超商米漿為 20 元/400 毫升因此將小組的濃醇米漿定位為 25 元/500 毫升，則風味御飯糰分為四個口味，分別是味噌、肉鬆、起司、泡菜，四種口味皆為 25 元/份。

三、五力分析

表 4：有機米加工產品五力分析

五力分析	難易度	內容
競爭者	高	現有競爭者超多，例如：便利商店及早餐店。
潛在競爭者	高	製作成本不高，易有廠商加入。
供應商議價能力	高	因農戶銷售不佳故較難議價。
消費者議價能力	低	買方選擇眾多因此議價能力低。
替代品威脅	高	市面有許多類似產品。例如：超商御飯糰、早餐店米漿。

四、4P 分析

表 5：有機米加工產品 4P 分析

Product 產品	Price 價格
本小組使用有機台梗 9 號來加工成風味多樣化的飯糰及米漿，銷售給喜愛米食及忙於工作需方便飲食的客群。	本小組以銅板價為主，讓消費者能以經濟實惠的價格飽餐一頓。
Place 通路	Promotion 促銷
透過網絡媒體宣傳有機米及其加工品，不僅讓認識的人得知，也能藉由網絡資訊的力量以訛傳訛，讓更多人了解我們以利擴展客群。	利用社群媒體發佈食農教育及本小組加工的各項產品提升知名度，並且提供買 5 送 1 與組合套餐的優惠活動，吸引消費者前來購買。

五、商業模式圖

表 6：商業模式圖

關鍵合作夥伴 1. 擁有有機認證的農戶 2. 經農會品質認證的農戶 3. 材料供應商	關鍵活動 1. 實際探訪農戶 2. 參加創新競賽	價值主張 1. 健康飲食 2. 方便攜帶 3. 製作過程衛生 4. 價格經濟實惠	顧客關係 1. 客製化服務 2. 以客為尊	目標客群 1. 喜愛米食的消費者 2. 忙於工作無法按時進食的上班族
	關鍵資源 1. 網路平台 2. 高品質上游廠商		通路 1. 網路 2. FB、IG 3. 實體銷售	
成本結構 1. 產品研發費用 2. 製作成本 3. 平台手續費和廣告費		收益流 1. 銷貨收入 2. 銷貨折讓		

肆、創新呈現

一、行銷計畫與實施

(一) Youtube 自媒體平台經營

表 7：創新計劃

方案	解決之現況	執行之推廣
Youtube 自媒體平台經營	知名度不足	■ 推廣台梗 9 號 ■ 傳遞無毒有機理念
DM 文宣設計	銷售量不足	■ 推廣台梗 9 號 ■ 傳遞無毒有機理念
外包裝、Logo 設計	顧客忠誠度不足	■ 推銷品牌
LINE 貼圖設計	缺乏品牌形象記憶點	■ 推銷品牌
吉祥物-米粒先生	缺乏品牌形象記憶點	■ 推銷品牌

網紅時代崛起，大家常在影音平台上分享自己拍攝的有趣作品，再由廣大的觀看者分享轉傳，讓影片在短時間快速爆紅，也讓原本默默無名分享作品的 youtuber 在一瞬間被大家認識，為達到上述效果，本組計畫在 Youtube 平台上發布有關台梗 9 號產品的影片，再藉由親朋好友的分享達到觀看人數的增加，進而

增加此帳號的點閱率，讓更多人不只能在學校看到我們。

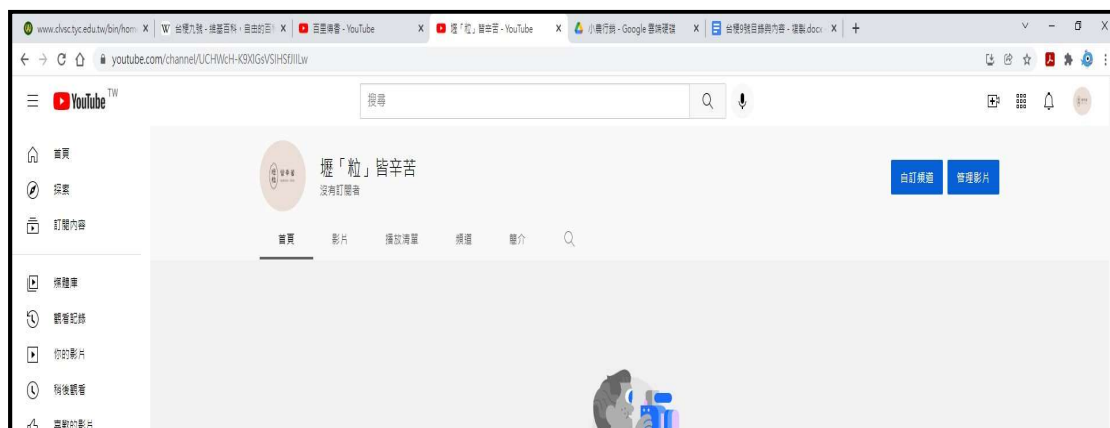


圖 10：Youtube 自媒體平台

(二)官方社群帳號

本小組設立官方 IG 及臉書帳號，讓消費者更容易取得產品資訊，除此之外還利用寓教於樂的方式來分享有機米的有趣知識，進而增加農戶的知名度，我們也在社群網站上介紹農戶及其地理位置，希望可以讓消費者在了解位置後親自前往農戶所在地參觀，推動當地觀光；另外我們也在貼文裡分析一般市售烤飯糰及米漿與小組手作烤飯糰、米漿的內容物差異。

如下圖官方 IG 高達 226 人追蹤及 56 人的按讚分享，此回饋將讓更多人知道農戶大哥台梗 9 號的好處。



圖 11：IG 社群網站



圖 12：IG 貼文

(三)DM 文宣設計

我們將設計 DM 文宣，在販賣產品前，大量發放文宣以達到宣傳效果，增加購買量，同時也增強對有機米的認識。



圖 13：DM 文宣



圖 14：DM 文宣

(四) 外包裝、Logo 設計

選擇單獨包裝烤飯糰，達到方便實用及乾淨衛生的理念。將會以 Logo 為原型設計貼紙，貼在外包裝上，增強品牌記憶點。



圖 15：風味御飯糰

(五)LINE 貼圖設計

網路時代的興起，聯絡方式早已從紙信演變成 3C 通訊，不只是用簡單的言語，還會搭配有趣貼圖與聊天對象互動，因此我們以米粒為設計主題，將米粒擬人化，搭配網路流行用語，提高品牌形象記憶點，以吸引消費者購買。



圖 16：LINE 貼圖

(六)吉祥物-米粒先生

為了提高品牌印象，以米粒為設計主題，將米粒擬人化，製作 150 公分高的真實米粒先生，因應環保，利用使用過的紙箱，製作成吉祥物米粒先生。

二、行銷成果

(一)預估產品銷售

表 7：預估產品銷售

產品	成本	單價	數量	利潤
飯糰	20	25	500	2,500
米漿	20	25	300	1,500

(二)綜合損益表

壠粒皆辛苦

綜合損益表

期間:110 年 12 月 23 日至 110 年 12 月 31 日

頁次:1

項目名稱	單價	數量	小計	總計
營業收入				
銷貨收入			3,855	
減:銷貨折讓			345	
營業收入淨額				3,510
營業費用				
磅秤	99	1 個	99	
牛奶	69	1 瓶	69	
玻璃瓶	15	6 個	90	
米	120	4 公斤	480	
御飯糰包裝袋	2	100 個	200	
杯子,杯蓋,吸管	1.95	200 個	390	
味噌調味料	58	1 個/2500g	58	
飯糰模具	39	2 個	78	
標籤貼	21	4 包	84	
花生	130	2 斤	260	
肉鬆	100	2 包	200	
膠帶	19	1 個	19	
白芝麻	60	1 包/120g	60	
Logo 貼紙	0.79	500 張	396	
料理紙	45	1 個	45	
味醂調味料	57	1 個/450ml	57	
味島香鬆調味料	66.6	3 個/156g	200	
泡菜調味料	139	1 個/600g	139	
起司片	98	2 包/12 片	196	
營業費用總額				3,120
本期淨利				390

伍、結論及建議

一、結論

(一)幫助農戶楊基裕解決產品滯銷問題

配合現代家庭較少下廚的習慣，利用加工的方式來製作飯糰及米漿，即可當作正餐食用，進而增加台梗 9 號的銷售量。

(二)推廣有機耕種的理念

目前市面上大多是外觀好看卻缺乏營養價值的米，而我們使用社群軟體來推廣楊大哥的台梗 9 號與可客製化營養程度多寡的有機米。

(三)讓更多人了解台梗九號的益處

台梗 9 號-糙米含有豐富礦物質，可以提高免疫力且富有維生素 B6，有護髮、抗氧化及抗老的功效。

二、建議

(一)設立官方網站

可以架設專屬品牌的官方網站，並在網站上介紹台梗 9 號相關資訊與種植過程發生的趣事，以提升台梗 9 號的知名度。

(二)與校園合作舉辦校外參訪

藉由校外參訪讓新生代可以體驗農村生活，例如：下田種稻、參觀冷藏室、碾米及包裝 DIY，增加台梗 9 號的記憶點。

陸、參考文獻

- 1.經理人新書快讀。2021 年 12 月 22 日，取自
<https://www.managertoday.com.tw/glossary/view/15?>
- 2.李芳齡。(2022)。7 大市場力量：商業策略的基礎。出版社：商業周刊
- 3.行政院農業委員會台中區農業改良場。2021 年 12 月 8 日，取自
<https://www.tdais.gov.tw/ws.php?id=1524>

