

# 小型農場 品牌創意行銷策略

文 / 圖 吳昌祐

放眼當前農業發展趨勢，在臺灣加入 WTO 後，農產貿易自由化程度越高，市場開放範疇越廣。農業所要面臨的不只是前述的挑戰課題，如何提升農業資源運用效能將更形重要。為因應國際貿易自由化趨勢，農委會除配合推動「自由經濟示範區」的重要政策外，同時也透過推動「地產地消」，策略性的來區隔國內外農產市場。農業是兼顧生產、生活及生態的產業，不僅與糧食安全密不可分，也與生態環境及民眾的生活密切相關。臺灣的蔬果、花卉生產品質，長久以來備受國內外肯定，也在國際間樹立良好品牌形象，在面對國際自由化的潮流中，倘能在維持生產品質的前提下，將生產型農業朝向創意加值型產業邁進，將可使臺灣農業轉型成為六級化的經濟加值產業。

臺灣農業經營規模主要以小農為主，常受到產銷成本過高、勞力不足及產品通路侷限等因素影響，致使競爭力無法提升。雖然小農經營原本即有其格局限制，但若充分利用少量多樣化及在地風格等特色，仍具有競爭優勢。同時小型農場若能調整心態搭配產銷經營策略，以建構友善環境及具有在地特色的農業型態來發展，未來前景看好。此

外，確立產業發展核心價值，並透過具有創意的行銷手法，可吸引消費者的關注、認同與支持，這是小農經營要去思考及挑戰的課題。

在傳統農業社會的產銷結構下，農村生產的農作物，通常都是交由市場供應商進行銷售，生產者與消費者間甚少接觸機會，更別說消費者能有不同食材或農產品來源的選擇權利。隨著資訊科技發達，消費結構及市場機制亦有了變化，生產端的農友增加了許多不同類型的銷售通路，在消費端，獲得食材或農產品產銷資訊的管道也變多了，直接或間接促進了生產端與消費端的互動。小型農場如何讓自家產品，在百家爭鳴的激烈競爭當中脫穎而出，獲得消費者的青睞，不僅要尋求多元化的產品加值手段，提升市場競爭力外，更突顯出品牌創意行銷的重要性。

小型農場不同於大企業，無法投入龐大資金，進行多面向的市場調查、測試及廣告行銷，在有限的人手、資金及通路資源下，不容易拓展市場及提升產品能見度。但若能在產品上市前，審慎思考及決定適當的行銷做法，將可獲得事半功倍之效果。本場為協助小農因應未來產品多元化行銷發展需要，特別於



今(103)年4月8-10日及5月21-23日辦理「運用社群網絡行銷與服務」及「社群網絡故事行銷工作坊」二階段課程，以在地產業或農產品為素材，帶領農友進行故事文案、社群營造等實務創作演練，同時邀請在社群經營及生態旅遊經驗豐富的達人講師，引導學員接觸不同的創意行銷領域，將在地農業特色的創意價值，呈現在別具意義的行銷文案上，期能在社群網絡行銷時，讓消費者留下深刻且正面的印象，進而購置產品。此外，也建議農友在進行農產品行銷上，特別留意「策略」的應用，以下幾個重要思考方向供大家參考。

- 一、生產品質優先的農產品：小型農場產品之所以具有市場競爭空間，其優勢在於務實的管控食材來源、安全衛生的加工程序、穩定的品質與鮮度，提供消費市場品質佳的農產品選項；小農若無法堅持供應優質農產品，根本沒有資格成為市場注目的焦點，更遑論創意品牌的建立與行銷。近來食安問題備受矚目，農友站在農產品產銷的第一線位置上，角色之重要，可想而知。從近來吉園圃標章仿冒事件顯示，優質農產品已獲得消費市場的肯定，更證明消費者在選購農產品的態度與標準。
- 二、了解產品價值及建立品牌定位：產品價值是由產品的功能、特性、品

質、品種與式樣等所產生的。它是顧客需要的核心內容，也是顧客選購產品的首要因素。小型農場對於自己所生產的農產品，都是深具信心且充滿期待的，但如無充分了解自家產品的特殊性及優勢，如生產環境、栽培方法、產品成分及保存特性等，在面對消費者做產品介紹時，往往覺得無法合宜的表達，這也是產品能否順利銷售的重要關鍵。在產品上市前，善用自家產品特色及優勢，進而確立品牌定位，將有助於提升產品的辨識度及消費者的認同度。

- 三、創造品牌故事及印象：在小型農場了解自家產品的特色與價值後，也等於掌握了產品定位的精髓。美國行銷大師 Philip Kotler 指出，產品定位的意涵，在於如何使產品在消費者心中占有一席之地，如何能讓消費者對產品的單純需求轉為渴望擁有，農友透過述說產品背後的故事，讓呈現在消費者面前的產品，不再只是硬梆梆待價而沽的物品，而是能吸引目光、展現友善、創意、連結情感的品牌意象，能與消費者情感交流的商品。
- 四、慎選銷售通路及善用行銷推廣工具：農產品傳統銷售通路有傳統賣場、超市、拍賣市場或農會共同運銷等，目前仍然是農產品銷售通路的



選項之一。隨著電子資訊應用技術之發達，近來在電子商務或網絡聚落等新通路，其銷售成績也讓人刮目相看，特別是對於年輕消費族群的吸引力，更是不容小覷；小型農場農掌握自家產品的特質，善用上述的各種銷售及推廣通路，了解市場供需現況，來妥善分配商品銷售管道的比例，將可獲致意想不到的收益。

在臺東也有多個運用上述策略，進行創意行銷的案例可供參考，如臺東市的「哈嘎米」商號(圖1)，以身為客



圖 1. 哈嘎米商號



圖 2. 清亮生態農場

家子弟的品牌背景出發，堅持供應日曬良質米，善用電子商務及社群網絡等管道，結合自製創意客家花布包裝、紀錄農家生活點滴的明信片宣傳手法，提供一般家庭食用或送禮餽贈的優質伴手禮等；另東河鄉「清亮生態農場」(圖2)是個持續在有機農業辛勤耕耘的小型農場，生產有機蔬菜、果品及苦茶油等，該農場除了運用社群網絡，分享農場生產資訊、從農心得及各項展售訊息與消費者建立連結外，更在臺東市區成立餐坊，將農場所生產的蔬果，製作成餐飲，從「產地到餐桌」安全食材的理念，凸顯農場品牌形象，廣受消費者肯定，更有助於產品對外行銷。

從參考策略及分享案例，可窺見小型農場推動創意品牌行銷時，其中產品品質、價值、定位、行銷策略等，都是重要元素。目前在臺東利用相同產銷模式的小型農場為數不少，期待經營者切勿自滿於現況，持續在產品創新及產銷創意上多下功夫。所謂知己知彼百戰百勝，無非就是要提醒農場經營者，善用及整合運用前述各項策略作為，隨時因應瞬息萬變的市場，透過掌握市場趨勢脈動，調整好面對突發狀況的心態，做好最有利於自己的各項準備。在良好的農場經營狀態下，能獲致截然不同成就感，生產更多充滿情感與祝福能量的農產品，用感動人心的創意品牌形象，滿足更多的人，富足他們的身心。