

農業電商近年來的發展趨勢

吳柏成¹

¹臺東縣農產股份有限公司 總經理

摘 要

全球經濟快速發展，電子商務產業蓬勃發展，消費者之購買習慣亦已從完全之實體店面消費，轉變成與線上購物並行。臺東地區具有得天獨厚氣候、農業從業人員與產業，引進農業電商平台以深化臺東農業發展將成為今後之重大課題與趨勢。

前言

臺東縣以農為本，全縣近三分之一的縣民從事農業相關工作，擁有著絕佳的地理位置和優質的天然資源，是農業發展及經營最佳的環境。農民於種植面一直是強項，但面對產銷問題一直是最大的課題，而隨著市場及技術的變化，消費者習慣有所改變，因此為了將臺東安心、健康的農產被更多人看見，臺東農產公司逐步優化透明且具吸引力的產銷平台來連結農友及消費者，再透過虛實整合的行銷方法，來穩定產銷通路，創造農民更多的收益。

演變進程

一、臺東網路農場-農場商城

「臺東網路農場」品牌的建立，是臺東農業發展的要務之一，網路農場並於102年並建置網路產地直銷商城，結合臺東縣境內十四間農漁會、公司及協會的優質農產品，推展到網路平台上，讓民眾能透過網路立即線上訂購，此網路平台提供了購物點及訂單管理後台，但金流及物流分散，並且缺乏線上客服服務，因此為優化消費者於農產商城的體驗，並為服務更多農民朋友，「購夠台東」電商平台應運而生。

二、購夠台東品牌建立及電商平台創建

「購夠台東」品牌起發是來自於消費者的角度，想要一次購買足夠的台東優質農產，因此建立品牌落實並受惠於所有農會、各大小農、公司行號及協會，自期成為臺東在地小農的方舟，串接農業在地化和各個品質把關的環節，讓小農專注於農產種植與產品研發。

購夠台東電商平台強化了訂單及庫存管理系統，讓消費者可以享受24小時不打烊的購物服務，更新增了線上客服及消費者體驗回饋的服務，除可以及時解決消費者疑難雜症，另一方面讓農友了解消費端需求並及早擬定生產規劃。除此之外，平台使用了完善的第三方金流串接，順應消費者購物習慣改變，提供多元的支付方式選擇，並且支援各大超商取貨付款，不但免除了傳統人工對帳的耗時及錯誤率，也減少了農友現金交易的風險。面對市場和消費者千變萬化的喜好，建立出信賴度，跳脫傳統產銷思維，將農產品當成品牌，從點、線到面，以小農為根基編寫歷史，奠定地位。

三、購夠台東電商會員加值服務

消費者從實體店面消費轉到線上購物已行之有年，對於現今社會消費結構人口，線上購物所帶來的便利性極具重要性，因此品牌也大幅提升對數位行銷的重視，不定時於網路社群媒體中，精準投入行銷方案及廣告露出，並藉由社群軟體功能，快速建立電商與粉絲專頁之間的聯繫，不但聊天室客服串接也能進行商品同步。

購夠台東電商以落實會員制度思維來經營，提供多元的優惠及購物金活動設定(運費優惠、滿額折扣、會員生日購物金等…)，即時把握行銷時機來增加顧客的生命週期價值，讓消費者有優質的個人化消費體驗之下，提升客戶下單率及回購率，在現今競爭激烈的電商市場中，與農友共創營業額。

四、多角化經營電商通路

全球經濟快速發展，電子商務產業到了歷史顛峰的時刻，在經營自有電商品牌的同時，各大知名電商花了大量的行銷費用，針對其不同的客群及會員進行廣告曝光，已累積了大量的現成流量，並且各大電商已有成熟的金流、物流及售後服務，為將台東優質農產多角露出，於各電商平台上架，並創建購夠台東品牌館(例如：蝦皮購物、pchome線上購物、全家行動購、夢時代線上購、台北捷運線上商城等等電商平台)，藉由各平台不同的優勢觸及更多的消費者，雖須負擔部分上架或交易手續費，仍省去不少營運電商背後的維護、營銷及人事成本，故策略於各大電商露出，不僅發揮了更大的經濟效益，也創造了更多的公共利益。

結語

購夠台東品牌根據自有電商及其他電商的多角經營，透過大數據的蒐集及應用，會不停優化電商的經營模式，讓消費者在不同階段的消費旅程中得到更好的服務，不只深化消費者的忠誠度，也透過專業分工，農民專心種植，農產公司健全產銷通路及穩定實質收入，進而為台東農業創造更多可能性與競爭力。