



臺中市政府 108 年度 1 月份
市政會議專案報告

臺中市農特產品國內外行銷策略

報告機關：臺中市政府農業局

報告人：蔡勇勝副局長

報告日期：108 年 1 月 29 日



大綱

- 壹、前言
- 貳、國內行銷策略
- 參、國外行銷策略
- 肆、成效與檢討
- 伍、結語



壹、前言

農產分布



依農產品產季、產量
辦理國內外市場多元促銷活動
推動花卉、果品外銷輔導獎勵計畫

調節產銷，提高農產品產地價

貳、國內行銷策略

一、產銷調節策略



貳、國內行銷策略

一、產銷調節策略——生產面

栽培管理
田間管理

發展多元經營
改善經營技術

有機農業
友善耕作

計畫生產
契約制度

四章一Q
產銷履歷

安全高品質
農產品



貳、國內行銷策略

一、產銷調節策略——加工面



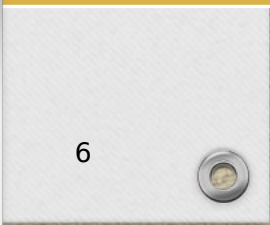
次級品收購
加工方案

開發多元
加工產品

農產加工
整合
創新中心



冷藏（凍）
設施



貳、國內行銷策略

一、產銷調節策略——運銷面

在地食材
供應平台

智慧型
冷鏈物流中心

農產品
供銷中心

分級包裝
共同運銷

宅配合作

農產品供應
鏈
食物銀行

運銷面



貳、國內行銷策略

一、產銷調節策略——運銷面

在地食材供應平台
本市為大宗果品產地

107年9月至108年1月（107學年度第一學期）

共供應 149 公噸



貳、國內行銷策略

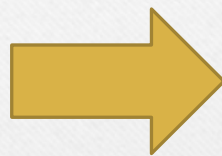
一、展銷調節策略 —— 展售面



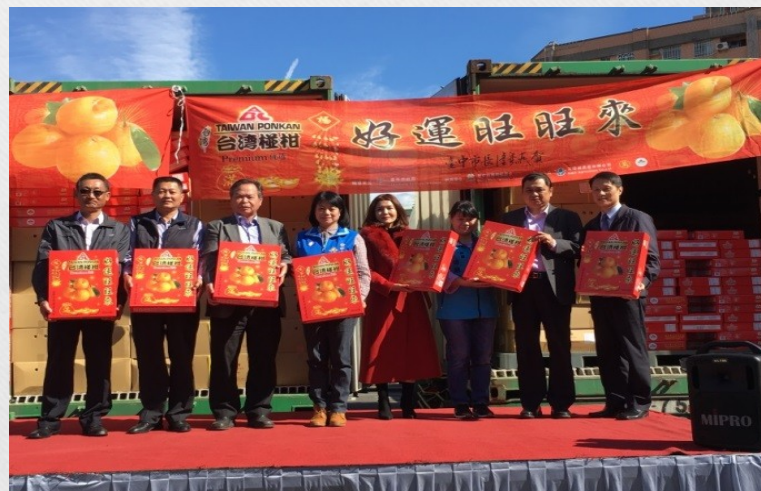
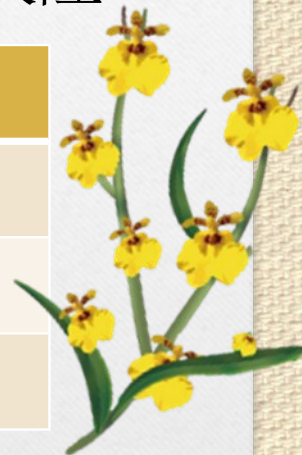
參、國外行銷策略

臺中市外銷農產品以果品及花卉為主。
主要市場為日本、新加坡、馬來西亞、香港、中國大陸
等地，部分銷往美加。
未來計畫拓展中東市場。

大宗外銷農產品項



果品	花卉
椪柑	文心蘭
茂谷柑	百合
荔枝	火鶴花



外銷市場通路



日本

中國

美國、加拿大

拓展新興外銷通路



台灣



香港

澳門

馬來西亞

新加坡

汶萊



臺中市政府
TAICHUNG CITY GOVERNMENT

參、國外行銷策略

一、策略規劃



參、國外行銷策略

二、外銷計畫目標及成

果

計畫辦理「花卉外銷獎勵計畫」目標外銷量為 **20 萬支**
計畫辦理「柑橘類果品外銷推廣計畫」目標外銷量為 **800 噸**

參、國外行銷策略

二、外銷計畫目標及成果



肆、成效與檢討

依農產品特性分級處理
透過三大策略，穩定市場供需
提升農民收益

透過多元管道銷售
擴大內需市場
利用故事行銷手法



次級品仍有利用價值，透過加工處理，轉換型態銷售。

增加農產品多元利用，創造農業產值。

建立長期外銷管道
穩定國外市場

伍、結語



針對臺中水果產季擬定農產品行銷規劃及策略，行銷至國內、外市場，加強農產品對外展售，創造本市農民更高收益，透過宣傳本市優質農產品，讓全國及國外消費者認識及認同臺中農產品牌，打造臺中優質農產品牌印象，共同為臺中農業發展的活絡努力，打造進擊型農業，建構「穩定供貨」及「品質確保」外銷供應體系，增進農民福祉。



感謝聆聽
敬請指教

