

出國報告（出國類別：考察）

拓展本縣農業及文創產業推廣行銷 考察報告

服務機關：苗栗縣造橋鄉公所

姓名職稱：黃純德鄉長

派赴國家：中國東莞、深圳

出國期間：105 年 10 月 25 日至 28 日

報告日期：105 年 11 月

摘 要

為拓展本縣農業、文創產業及促進觀光，本次考察擬透過參訪東莞及深圳之行程，針對一鄉一特產政策，洽商聯合行銷機制，以藉此擴展中國大陸之外銷與觀光市場。行程中安排訪視東莞市虎門富民農產品批發市場，藉由觀察其營運狀況，尋求本縣農產品與其合作及聯合行銷之相關事宜，並了解當地對本縣農產品之接受度。為強化雙方經貿合作與交流，安排拜會深圳台辦鄭崇陽主任及東莞梁維東市長，以增加苗栗能見度，並透過此行考察增進本縣各鄉鎮市之串聯，將各景點共同行銷，以利拓展觀光。另為加強與當地台商之互動與交流，行程安排參與虎門台商協會蕭會長銘任交接慶典，並藉以了解台商保障相關政策及台商投資開發區設廠情形，據以推動轄內工商及文創產業投資與發展，以及建立農產品、文創產品及經銷企業之合作關係，俾利作為未來相關施政之參考。

目 次

拓展本縣農業及文創產業推廣行銷考察報告

目次.....	3
壹、目的.....	4
貳、過程.....	6
參、心得與建議.....	7
附錄	
參訪實錄（照片）	9

壹、目的

台灣境內山多平原少，農業發展不利於大規模耕種，日前中國大陸踩線團於訪視台灣重要農特產品後，認為台灣各地農特產品雖豐富多元，可惜產量不如預期，點出了台灣農產品在外銷上長期存在的困難點。就全球行銷的角度而言，農產品需要具有一定的規模與產量，價格波動小且品質及規格要求統一，供應穩定且不易斷貨，才有利於產品後續行銷，例如日本富士蘋果、紐西蘭奇異果及美國櫻桃等。然而台灣農業生產規模小，有季節性且生產出來的農產品品質、規格不一，無法符合大經銷商的需求，因此不利於大規模外銷，很難接到大量國際訂單。有鑑於此，近年來台灣農業積極轉型並推動一鄉一特產以及伴手禮活動，結合國內觀光旅遊活動，期許利用特色與其他同質產品作為區隔，以突破農業困境，提升農民收益。

造橋鄉轄內農業發展亦是如此，雖農作物品質優良，如南瓜、文旦柚及酪農業等，但受囿於地形限制，各作物之產量不大，故亟需透過聯合行銷化零為整，貫徹一鄉一特產之政策，方有利於拓展市場。有鑑於此，本鄉擬藉由本次參訪行程，洽商農產品聯合行銷機制，並與本縣各鄉鎮積極合作，以達到下列之目的：

- 一、考察東莞市虎門富民農產品批發市場，拓展農產品聯合行銷，並交流採購及推廣技巧，以達擴大市場之效。
- 二、參加東莞市虎門台商協會蕭銘任會長交接慶典，增進與當地台商交流，以利推動轄內工商及文創產業投資與發展。
- 三、參訪東莞市台商投資開發區設廠情形及深圳市工商產業發展概況，藉由其成功經驗，作為本鄉未來相關施政之參考。

四、拜會深圳台辦鄭崇陽主任及東莞梁維東市長，強化雙方經貿交流，並增加苗栗能見度，拓展觀光。

五、本鄉地理環境複雜，擁有豐富的人文特色及秀麗的山水，若僅藉單打獨鬥勢必無法有效推動本鄉觀光及各產業之發展，擬透過本考察加強與各鄉鎮市之合作，利用共同行銷推廣本鄉文創商品及觀光產業，並將縣內各景點串聯，以增加對遊客吸引力。

貳、過程

自 105 年 10 月 25 日從桃園出發，至 105 年 10 月 28 日自深圳搭機返台，其考察行程如下：

日期	城市	行程	備註
10 月 25 日 (星期二)	桃園－香港 －深圳 －東莞	1.上午搭機前往香港 2.抵達後前往深圳拜會深圳台辦鄭崇陽主任 3.下午於虎門龍泉國際大酒店與東莞梁維東市長會談	*所有人員
10 月 26 日 (星期三)	東莞	1.上午參訪虎門富民農產品批發市場 2.下午參加東莞市虎門台商協會蕭銘任會長交接慶典	*所有人員
10 月 27 日 (星期四)	東莞	參訪台商投資開發區設廠情形 (東莞中探探針有限公司)	*所有人員
10 月 28 日 (星期五)	東莞－深圳 －桃園	1.於深圳參訪地方工商產業發展概況 2.鄉鎮市長下午搭機返台	*鄉鎮市長下午返台 *縣長及農業處人員另行前往香港參加愛上苗栗推介會

參、心得與建議

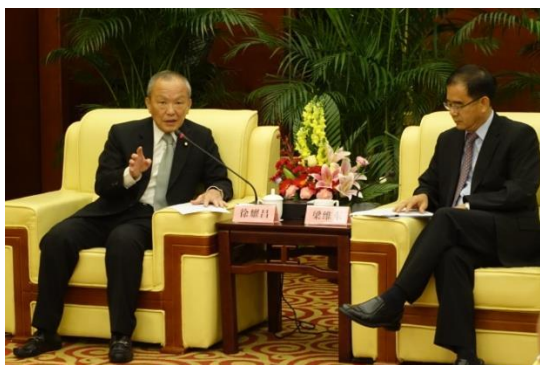
台灣農產品質優良，惟受限於地理環境，產量無法與其他國家相比，倘未能於品質上作出鑑別度，利用特色與其他國家的同質產品作為區隔，勢難於國際上競爭，有鑒於此，由農委會輔導成立的「台灣國際農業開發股份有限公司」，亦將於本(105)年 12 月正式成立運作，擬結合各方經驗及力量，協助台灣農業重新調整產銷供應鏈，創造台灣品牌，建立完整的國內外銷售管道，並重整農產品進出口常軌運作機制。

在這波農業轉型的浪潮上，本次考察也為造橋鄉創造了許多突破的機會，行程中發現中國生產的水果，其口感、品質皆不如台灣產品，本鄉盛產之文旦柚、南瓜等作物，品質無庸置疑，但如何利用台灣品牌打出知名度，確實是未來重要課題，亦為本次參訪之重點，以下將本次考察有關農業行銷與觀光推廣方面之心得與建議歸納如下：

- 一、東莞與深圳為中國大陸經濟重點發展地區，工商業發達，人口合計近 1900 萬人，其中深圳人均 GDP 更達 2 萬 4,000 美元以上，是極具潛力的農業外銷市場，台灣所生產的農產品優質安全，目標市場可設定在消費金字塔頂端的客戶群為主。故本鄉農產品未來可透過產銷合作，化零為整，並透過「台灣國際農業開發股份有限公司」之成立，以台灣品牌打出知名度，積極拓展外銷市場。
- 二、建議可持續於中國大陸各地積極辦理各式農產品或觀光推介會，針對消費者較為陌生之農產品，以展售促銷宣傳及試吃品嚐活動等行銷手段，讓消費者瞭解苗栗農產品之特色及美味，並配合觀光景點，加以推廣促銷。

- 三、為使苗栗優質農產品深耕於中國大陸市場，可考慮比照農委會與日本池榮青果株式會社合作於東京澀谷設立台灣農產品展售據點之作法，於東莞及深圳等地設立長期性之苗栗農產品展售館，俾拓展更深廣之知名度。
- 四、建構農產品銷售網際網路及 APP，透過無遠弗屆的電腦網路，讓包括中國大陸在內之國外買家能以更輕鬆、更方便之方式購買苗栗精緻、優質農產品，藉此擴大行銷量。
- 五、為加深中國大陸對苗栗觀光之優質印象，建議可如 2011 年補助偶像劇「記得·我們有約」之模式，吸引偶像劇於苗栗取景，並爭取於本鄉拍攝，未來行銷海外，較易深入人心，有利拓展觀光。

參訪實錄（照片）



苗栗縣長徐耀昌與東莞市長梁維東會談，各鄉鎮市長與縣府農業處人員列席



訪查東莞市虎門富民農產品批發市場



全體考察人員合照