

# 行銷才能延續農產品生命 蓮霧上網賣 宅急便也可送

高雄區農改場副研究員／楊文振

**高**屏地區非常重要的經濟水果—蓮霧，近幾年來在高雄區農業改良場強力宣導行銷觀念下，已經逐漸開花結果，開始做異業聯盟，上網或在便利商店行銷產品了！



大屏東運銷合作社以大粒種蓮霧為生產目標

去年底，南州鄉果樹產銷班26班與資訊工業策進會（簡稱資策會）合作，透過資策會的「同盟果」網站（[www.Frwitnet.com.tw](http://www.Frwitnet.com.tw)）賣蓮霧。據該班倪榮城書記表示，該班自去年12月22日正式上網賣蓮霧以後，截至今年1月中旬，共賣70萬元，效果還不錯。倪先生說，該班網路售賣的蓮霧包裝有二種：15台斤和7台斤，至於價格和訂貨期限以半個月為一期，每半個月調整一次價格，且每期訂貨有效期限為15天。他們



7-11 便利商店

在接到訂單後先統計數量，再調整採收期。時間一到以B to C（商人對消費者）的方式，即透過宅便通，直接送到消費



路是人走出來的

# 我對一鄉鎮一休閒農漁園區之看法

/ 平實

**國**人年所得業已突破13,000元美金，又實施周休二日。政府推行一鄉鎮一特產活動及發展休閒觀光產業推動一鄉鎮一休閒農漁園區，加上國人進入「有錢有閒」及「懂得休閒才是幸福」，隨之，又即將開放大陸人士來台觀光的優勢情況之下，本人有幾點建議。

1. 農遊休閒產業必須朝向感性、知性兼具休閒娛樂事業，並能使遊客得到「超值」感，即值回票價之感受，並有再遊或再參與之意願。

2. 以糖廠或特產品產區為農業資源，如蘭花、蔗園、清涼蔬果、有機蔬

果、觀光果園等等。

3. 讓遊客DIY，親手參與活動有如刈稻、做稻草人、乘小火車、蒸氣火車、參觀糖廠等等。

4. 配合季節性推出內容，讓遊客有新鮮感，如新發明之農機具也可參與操作。

5. 消除大老或老大心態，應重視服務品質提升，應以顧客為導向之服務觀。

6. 農遊休閒產業非單一產品，是全方位之商品，包括遊憩、餐飲、採購、住宿、交通（如騎腳踏車、租車）等等。

者宅府。至於收取貨款，以ATM轉帳方式，匯入該班的戶頭。

以生產大粒型蓮霧出名的大屏東蓮霧運銷合作社，亦於去年12月23日正式和7-11簽訂合約，由宅急便負責送貨。二個單位的蓮霧雖然都以B to C的方式配送到家，不過，大屏東蓮霧係以一價到底的方式，即12月至今年3月間單一價，每盒實重8台斤的黑金剛蓮霧1,100元（包括運費等）。

大屏東蓮霧運銷合作社理事主席王瑞雄表示，該社在接到7-11下單後，4天內交貨，而且貨品「尚青」，每天出貨二趟，換言之，從採收到消費者宅府只約24小時，非常新鮮。王理事

主席說，該社自去年底開始和7-11合作以來，已經賣出2,000盒左右，貨款一律由7-11代收，所以尚未有問題。不過，較困擾且無法抗拒的因素，例如氣候的異常變化會影響到農產品的外觀品質和產量，蓮霧當然也不例外。這一點，王理事主席希望消費者能諒解，不過，儘管有這項客觀因素的影響，他們還是會盡所有力量維持品質的穩定性。

上述二個單位突破傳統的販賣方式，進行價把月來都很順利，二位負責人都很滿意。再次印證：路是人走出來的，這句老生常談的俗話，由衷希望其他產銷班也能「有樣學樣，無樣自家想」（或許將B to O to C更能節省成本）。

註：O=Office。