

論創設農業原創館的新思維

農會於民國 70 年代設立農民購物中心，其目的是福利農民、平衡物價；80 年代轉型為「農會超市」，其目的是滿足消費者購物的需求，以配合政府推動零售現代化政策；同時有雲林縣農會、荊桐鄉農會及其他農會開發自有產品，利用觀光旅遊購物的方式行銷產品，也有廠商見其商機不可失，乃於高速公路或區位不錯的路口與農漁會合作成立「農漁會農特產品中心」，經營風光一時，仍敵不過休息站的連鎖經營，漸漸式微。90 年代國民旅遊興起，大陸人士來台觀光可能開放，又恰逢農漁會轉型，開發各種農業新產品，非常適合創設「有情境的購物環境」，乃運用區位之便與農會供銷部倉庫轉型之利，構思成立「桃園農業原創館」。



「三農問題」，希望大陸人士一二三（表示眾）到台灣，欣賞阿里山，得到「歡喜三三，保你平安」。

農業原創館的主題設計係以「三賣三品」體現「三美」為訴求，何謂三賣，一賣智慧、二賣知識、三賣產品；何謂三品，一為禮品、二為化妝品、三為保健品；何謂三美，一為體驗台灣之美、二為體現農業之美、三為體會人文之美。

農業原創館的人本設計理念係以「三驚三玩」，以「三價」讓消費者獲得「三意」為第二訴求，何謂三驚，一為驚訝、二為驚奇、三為驚喜；何謂三玩，一為玩「名片」、二為玩「地名」、三為玩「謎題」；何謂「三價」，一為一六八八送長官讓您一路發發、二為五二零送親朋好友讓他知道「我愛您」，三為一六八送晚輩讓他一路發；何謂三意，一為得意，二為如意，三為滿意。

農業原創館的設計理念

農業原創館以「三」作為設計理念，係採用台灣農業的生態、生活、生產的「三生有幸」理念，以及大陸所面臨的農民、農村、農業的



農業原創館的運作理念

農業原創館以「三」為設計理念之下，其運作理念可分為 7 大區，為主題廣告區，簡報智慧區，知識提供區，伴手禮品區，人文藝術區，台灣三美區，原創體驗區等，茲分述如次：

一. 主題廣告區

主題廣告區的目的是營造消費者的注意力，讓消費者一目了然，瞭解農業原創館成立的宗旨。所以，主題廣告區應分三部分，一為將台灣之美的阿里山、日月潭、故宮，營造成好山、好水、好寶貝的



情境；二為將人文之美的茶道、工藝、裝飾品體驗出其精緻、藝術、巧奪天工之美；三為將農業之美的禮品、化妝品、保健品展現出農業商品

力。即將主題館做免費的台灣之美的廣告，二為外牆作高貴的人文之美的廣告，三為內牆提供農會界產品的廣告。

二. 簡報智慧區

農業原創館的生命力與活動力是依賴簡報智慧區。簡報智慧區成立的目的是取得消費者的信任，拉近關係，以權威的模式獲得消費者主權，其運作成功的因素除製造創意的情境外，最重要在解說員的表達能力。所以，能將農業表達其真、善、美境界展開為成功消費的第一步。

三. 知識提供區

這是第一賣的開始，讓消費者得知兩岸中國近代史的變遷，瞭解台灣的本體美，以及農業奇蹟的發展史。且讓消費者瞭解當地台灣消費者的嗜好與暢銷排行榜，更可提供 D/VCD、雜誌及書刊等。

四. 伴手禮品區

這是第二賣的開始，集中台灣農特產品，賣禮品除實質產品外，亦可賣虛擬產品，例如將台灣的農產品做成領帶、領夾、領巾、書鎖、書籤、公仔等；其次集中台灣農產品所做成的化妝品系列，並以農會為品牌，例如絲瓜露、面膜、洗髮保護系列，薑的化妝系列等；再次集中台灣



綠色行銷和我

邱湧忠博士 著 定價：300元



在資源耗費快速的現代，一種講求自然、健康、簡單的生活態度，逐漸蔚為風尚，於是各種「綠色產品」也應運而生，綠色行銷的重點便是基於環境永續經營的理念，試圖開挖綠色黃金這一塊可貴的資源。

- 第一部 綠色行銷和我
- 第二部 啓程
- 第三部 春花望露
- 第四部 美是幸福的時刻
- 第五部 日頭溪水相借問
- 第六部 阮有一個夢
- 第七部 秋天的心情
- 第八部 風華
- 第九部 溫柔的美感
- 第十部 透明的琥珀
- 第十一部 學習謙卑



豐年社 台北市溫州街14號

電話：02-23628148分機30或31 傳真：02-83695591

郵撥00059300財團法人豐年社 每次郵購另加掛號郵資60元

農產品所做成的保健品，例如蒜頭精、蕎麥保健品等。

五. 人文藝術區

本區是表達台灣人文薈萃，將三義的工藝、鶯歌的陶藝、埔里的酒藝，以及阿里山的高山茶，新竹的東方美人茶，台北的文山包種茶以及台灣玫瑰石、金飾、珊瑚的巧奪天工的精鑽理念，體現出其藝術價值，讓消費者感受到台灣的珍寶。

六. 台灣三美區

大陸消費者到阿里山、日月潭以及故宮，體會出好山、好水、好寶貝總是覺得好遺憾，因為時間太匆忙無法享受其情境，為彌補其遺憾之美，特設立台灣三美區，將阿里山檜木產品，日月潭的九族文化，故宮的翠玉白菜等好寶貝，用實體與虛擬的禮品，讓消費者填滿遺憾之美。

七. 原創體驗區

為讓消費者流連忘返，體驗其中的滋味，特設「三玩三驚區」讓其體驗原創的理念，留下「一定要再來」的誓言，感受「美中不足」的哀怨，以達到口碑行銷的目的。

農業原創館的經營理念

農業原創館的永續經營理念在於集客力，集客力的三要素，亦即是產品包裝的商品力，從事人員的行銷力，主題設計的創造力。農業原創館的特色在於展覽、解說、銷售；消費者是從好奇、滿足、擁有，利用三力創造三贏的理念。

何謂集客力的三要素，這是農業原創館依賴永續經營的萬靈丹，茲分述如次：

一. 產品包裝的商品力

農產品的奇、特、鮮，很少包裝以提升其附加價值，應可依其市場的稀少性與供需的觀念，建立蒐集珍藏性以提高其商品力。所以，原創業務館應尋找具有商品力的農產品，以建立品牌，否則淪為一般的農特產品中心，其經營就可預期其結束的命運。

二. 從事人員的行銷力

商品利用智慧面對面行銷是未來流行的趨勢，尤其是經過知識的包裝其情境的購買力更是強。所以，農業館的解說員的行銷力應是永續經營的基礎，其主題設計的人員配置是應首先考慮，至於從事人員的培訓更是不可或缺，應精心規劃，並做階段培訓與淘汰，以達到真正的行銷能力。

三. 主題設計的創造力

主題設計的運用，是回客力的基礎，一般農特產品中心具有替代性，而農業原創館推陳出新，使其是唯一性，沒有取代性，顧客每次來都是新奇，回客力不斷，更具有永續力的經營。所以，主題設計不斷的創新是集客力的基礎。

農業原創館的永續力

農業原創館的經營是永續的，如何讓其永續力增強？基本上，農業原創館的原創是口碑行銷的根源，原創館無須廣告行銷，首靠來客者的口碑行銷，其次靠回客者的口碑行銷，再靠媒體的非廣告的廣告，最後依靠流行與拷貝，讓原創館活絡與興旺，這是開設原創農業館的目的。

