

1


2

愛吃國產品，買出新經濟

從遠百愛買看見產銷履歷的未來

撰文■葉于嘉　攝影■陳吉鵬

洞燭先機，響應政府

聳立於台北熱鬧商圈，新開幕的遠東愛買大直店人氣鼎沸，不但得到台北民眾的關注，更邀請到許多中南部縣市的機關首長前來作客，原因是為了愛買與農委會合作的「瘋台灣」—關懷台灣系列活動造勢！

自96年6月開始，愛買於每月第一週推出不同的縣市主題，介紹當地暢銷主打的農特產品，除此之外，生鮮商品組織開發經理呂政璋指出，先前與政府配合的「台灣水果有夠讚」與農安專案「百萬人百萬蕉」等活動，讓愛買從量販競爭中異軍突起，業績持續上漲，成為國內第一致力於本土蔬果推廣的銷售通路，不僅讓民眾更貼近認識國產蔬果，也為台灣新農業運動付出不少心力！

產銷終端，首重教育

身為產銷履歷的終端，愛買自認負有教育消費者的重責大任，大直店生鮮部黃課長提到，颱風過後之際，同樣一把39元的蔬菜，產銷履歷葉菜與一般葉菜相較起來，大多數民眾會選擇購買前者，原因不外乎，人人都希望以同等的價格買到品質較佳的蔬果，然而實際上，有近9成的民眾仍不知何謂產銷履歷，甚至聽都沒聽過。

因此，該政策的終端教育是政府正極力加強推廣的，盼能透過「品質」而非價格，吸引到有心購買的人士，愛買也正著手配合落實，預計從今年底起，讓孩童親臨賣場體驗，實際從基層教育做起，不僅是認識農產品產銷履歷，更強化全民對農產品質的要求與認知，共同打造出台灣蔬果品牌的國際形象。

嚴選產品，產地直銷

響應政府「一鄉一特產」的號召，早在「瘋台灣」活動開跑前，愛買生鮮商品採取本土策略，販售燕巢芭樂、台灣黃金雞、布袋虱目魚等商品，而今更擴大規模，嚴選政府推薦的縣市產品，從產地新鮮直送全省各分店，更搭配活動促銷農會精品，愛買的「零毛利」與各農會不時配合「降價促銷」，讓民眾逛得樂不可支、目不暇給！

愛買營運長莊金龍強調，由於民眾的響應熱烈，愛買也將不計成本引進更多各地極具特色的農產品，以平實的價格回饋給消費者，原本只能在各地品嚐到的新鮮美味，現在紛



1 生鮮賣場產銷履歷專區旁設有條碼查詢機，以供民眾查閱蔬果履歷。 2 愛買呂政璋經理在農特產品行銷上付諸許多努力與心血，在通路上創下不少佳績。 3 公職人員郭小姐說到，如果購物時間允許，她願意好好仔細挑選一日食材，有品質保障的產銷履歷蔬果會是好的考量。 4 愛買賣場五顏六色的本土蔬果陳列著，提供單身上班族少量多樣的美顏食材。 5 第一通過養殖魚類產銷認證的澎湖天然海鱸，來愛買也買得到喔！





近年來國內許多賣場擴大營運，雖然環境不景氣，但假日一到，各商場仍湧進大批民眾，
俗話說的好：「有消費才能刺激經濟。」不過買家自然比以往更錙銖必較，
尤其是每日的餐食消費，如何挑選價格俗且品質佳的產品才是眞正王道！

紛成為愛買賣場內的最佳主角，吸引大批民眾假日前來挑選嚐鮮！

本土直追，超越進口

明顯看來，由於政府的大力宣傳與推廣，民眾對於本土蔬果信心大增，銷量與滿意度也超越進口蔬果，成為佳節送禮的好選擇，前幾年各大通路的有機農產品仍是以進口為主，而愛買自去年年底起配合政府政策，特設專櫃銷售農委會認可的四大有機驗證機構（MOA、TOPA、TOAF、台灣寶島）的有機蔬果，讓國內許多有機農產品也能展露頭角。

愛買追隨政策腳步，更於北部五家分店設置產銷履歷農產品專櫃，並將擴大規模，讓這些致力於提昇品質安全的台灣農產品，有機會躍上國際舞台，與進口商品一較高下！

優質台灣，要產也要銷！

愛買百貨跳脫了傳統銷售的通路角色，邁向台灣農特產的整合行銷之路，不僅是銷售與促銷，更著眼於整合全台各地農特產品，讓民眾認識好的產品、好的產地、好的生產者，並用創意的活動方式，行銷台灣的「好」與優質農特產品！愛買期許未來更要讓生鮮與民生消費邁向本土化與環保化，落實產銷履歷政策的精髓，投入品質教育，加強全民對農業新思維的認知。若要讓台灣農產成為國際市場上的新寵兒，「產」與「銷」必須雙管齊下，才是真正有看頭！

愛買「瘋台灣」記者會現場活動
活動時間：每月第一週
活動地點：愛買大直店生鮮區
台北市中山區敬業三路123號
0800-232-588