

有機農產品行銷與農夫市集

撰文/董時睿

有機農產品行銷通路

九月的每個星期六，在臺中中興大學的校園內，興大有機農夫市集的 40 幾個農場，以及累積超過 6,000 個消費者會員，接連舉辦各種飲食講座、農產品說故事、健康講座義診、音樂藝術表演，以及農場參訪等活動，慶祝成立五週年。從 2007 年中興大學成立第一個有機農夫市集，5 年的時間過去了，農夫市集的觀念和實踐已經在臺灣各地遍地開花，估計有將近 40 個各類型的農夫市集，正在臺灣北中南東各縣市提供消費者另類的購物經驗，也嘗試為臺灣的有機農民提供另一個行銷的管道。

臺灣的有機農業近年來可說相當穩定地成長，不只消費有機農產品的人數和販售點不斷增加，投入有機農業生產的人數和栽培面積也持續增長，根據行政院農業委員會之統計資料，臺灣有機農業耕作面積從 1996 年開始推廣時的 159.6 公頃，至 2011 年短短十五年內，有機驗證面積已達 5,015.69 公頃，年產值達新臺幣 30 億元。這些都反映出有機農業在臺灣已漸進入了穩定成長期。但是在生產面積和生產量不斷擴張之際，如何去化產品，為有機農產品找尋行銷通路，是生產者和農政主管單位必須正視的問題。

就個別的生產者或消費者而言，有機農產品行銷通路，是一種由行動者（個人、團體或組織）所建構出來的社會關係結構，不只牽涉產品的流通，



中興大學有機農夫市集入口意象

也牽動知識的分享。目前有機農產品之行銷管道主要有直銷（含自送、宅配、農產販售、展售會、自行開店和市場自售等）、透過消費群體（銷售點）、透過銷售組織和透過中介服務組織銷售等，直銷的方式相對上價格較高，但是量較小，運輸成本亦較高；而透過中介服務組織銷售，雖然可以有較大的出貨量，運輸成本亦較低，但銷售價格較低；透過消費群體和透過銷售組織的成本和價格則是居中的。其中直銷通路或直效行銷 (direct marketing) 的興起，讓有機農產品之通路更為多元，也發揮了很好的去化產品的效果，尤其是近幾年來風起雲湧的農夫市集，更為直銷通路注入了一股新的動力。

農夫市集與在地農業的興起

相對而言，農產品直銷是目前臺灣以小農為主的有機農業發展的重要方向，而以在地的居民為主要對象的在地化行銷，更是未來臺灣眾多有機小農應該走的路。

美國的一個學者曾經以一個有趣的例子說明科技現代化和全球化的便利為消費者帶來哪些改變：在 1970 年代，當美國家庭主婦在超市購得冷凍豌豆仁時，她們便不再購買新鮮的豌豆莢回家，於是小孩們不再曉得新鮮豌豆仁的口感為何，更不會對豌豆仁植株長像如何，是如何生產、由誰生產及在何處購得產生興趣。造成人與食物關係改變的因素，在於空運、海運的方便、高速公路的興建及冷藏車設備的改善，增進了食物的長程運輸與保存科技，讓農產品得以快速經長途被帶進都市。當人們不用天天採購當日所需的食物，而是利用冷藏設備儲存一段時間所需消耗的量，就改變了每日採買蔬果的習慣，食物和人、農業的關係也就日益疏離。於是消費者開始必須負擔食物生產上因資訊缺乏所造成的風險，近年來美國發生的蔬菜感染大腸桿菌以及牛肉含過量瘦肉精、狂牛病毒等食品安全事件，就是這種全球化、現代化發展的後果。

這些社會現象都顯示回歸到人與人對話，追求生鮮自然的生產銷售環境，以及強調在地生產、真正的食物，是消費者日漸重視的農產品生產銷售方式，這一方式與過去獨霸市場的全球化貿易、強調超市、大賣場的銷售方式迥然不同，也正是在地農業所追求的精神。

面對過去數十年全球化農業所造成的環境和農業生產、消費方式的負面衝擊，近年來全世界正興起一股在地化的農業運動反思，以彌補全球化農業貿易所造成的能源過度消耗和過度排碳的生態危機，以及農業生產上的過度依賴化學資材問題。此一運動的主要實踐方式，主要是呈現在兩個農業或鄉村社會運動上，一個是農夫市集 (farmers' market)，一個是社群支持型農業 (community-

supported agriculture，簡稱 CSA)。這兩種形式的新農業運動在全球各地可說風起雲湧，帶動一股鄉村改造運動的風潮。而農夫市集和社群支持型農業的經營方式都是在地農業之重要實踐方式，兩者在功能上可說相輔相成，對於弱勢的農民和永續鄉村發展都是很重要的改造運動，尤其對於臺灣以小農為主、地理區域分散的有機農業發展更是具有重大意義。

基本上，在地農業或公民農業是一種對抗於目前主流的商業化農業、工業化農業的思維，與目前主流農業思想所強調的大規模農場、跨國貿易、標準化生產流程和規格，偏好高效率的化學農藥、肥料以及偏重於超市大賣場的制式行銷方式，可說截然不同。相對上，它是以關心弱勢的小農和鄉村環境為出發點，以在地社區為農業生產之所繫，主要遵循幾個原則：(1) 強調在地生產、在地消費的節能減碳產銷方式；(2) 重視有機或自然方式生產，避免人工介入生產；(3) 鼓勵消費者與生產者建立直接的對話和銷售關係，一方面藉由直接溝通建立彼此互信，另一方面也以直銷方式，減少中間商的費用，讓消費者獲得較合理的價格，生產者獲得較高的利潤。

什麼是農夫市集？

農夫市集一詞，國內也有翻譯成農民市集或農學市集的，日本則使用農民市場一詞，但其經營型態和歐美的 farmers' market 有很大的不同。農夫市集所以特別冠上「農夫」一詞，就是強調在這個銷售場中，農民是長期親自在市集現場做解說和販售的工作，和消費大眾做面對面接觸。實際上，農夫市集並不是一個新的行銷方式，在幾十年前臺灣各地都有市集，因此「趕集」是當時生產者和消費者日常生活中的重要活動。只是隨著超市和量販店的興起，傳統市集已經完全沒落，而現今的傳統菜市場，大多不是由農民親自販售，因此也稱不上是農夫市集。美國稱現在的農夫市集為「新世代農夫市集」，就是標示現在興起的農夫市集，呈現的已經是

新的風貌和完全有別於傳統市集的經營理念。

農夫市集的經營就行銷學上來看，屬於一種直銷的方式，是一種農民直接銷售農產品給消費者的方式，簡單的說，就是一種「以小農為主，於固定時間在固定地點舉行，由農民親自販售農產品的行銷經營組織」。一個市集的產生，基本上需要一群具有相同理念且能長期經營合作的農民、一個適當的場地（可吸引人潮和交通方便）和設備（帳篷、桌椅和廣告看板等）、一個有熱忱的經營團隊（包括經理人和少數工作人員），以及許多具有愛心耐心的志工，才能使市集有效運作。而經營團隊必須擬定長期的經營計畫和有效的分派工作任務，包括媒體宣傳、場地佈置和教育訓練等，都得有完善的實施目標和時程，才能有事半功倍的效果。

比起超市或大賣場，農夫市集在有機農產品行銷上具有下列之優勢：

1. 提供當季、鮮採，甚至是「在櫟紅」的農產品，讓消費者可享受到新鮮、風味最好又自然成熟的農產品。
2. 小農場生產的農產品，有些品項由於產量很小，以往都只是由農場主或其親朋好友享用，很少有機會被送到超市賣場，在市集就可成為賣點，成為消費者購物時的樂趣。
3. 有任何關於農產品生產、處理、烹調之問題，可當場與農民討論。
4. 有別於超市大賣場之統一擺設風格，每個攤位都是不同的設計風格和產品類別。
5. 較低的行銷起始成本：除了繳納固定租金外，加入農夫市集一般不需要店面或昂貴的賣場設備，成本較低。
6. 在生產規格和包裝上具有最大彈性：參與市集的農民可以販售任何大小的農產品，在包裝上可自由發揮創意。
7. 包裝、廣告和行銷成本很低：由於農夫市集是以在地社區居民為行銷對象，主張包裝最簡化，因此成本相對較低。



農夫市集是農民與消費者間最好的互動平台

8. 相對上較合理的價格和收入：由於農民將產品直接售予消費者，減去中間商人的費用，因此銷售價格和利潤會提高。
9. 消費者快速直接的意見回饋：任何消費者對於農產品和農民的意見，都在兩者的對話過程中，直接且立即的溝通，可建立彼此的互信，成為朋友關係。
10. 可作為農民與消費者、通路商和店家的接觸平台：在市集中農民與消費者、通路商和店家可經由溝通建立對農產品品質和價格之共識，一旦互信建立，亦可採取宅配方式交易，不必親臨市集，建立另一個銷售管道。

小結：在地農業才是有機小農的出路

整體而言，面對規模化經營的慣行農業之競爭，在地農業的發展方式，是未來臺灣有機農業發展重要的追求方向，因為有機農場目前規模都不大而且分散各地，不容易發揮規模效益，如果能夠借重社區的力量和透過社區人際網絡，使生產者和消費者因密切互動而互利，必能使臺灣有機農業之發展因在地化而覓得一線生機。

以農夫市集的經營方式來看，長久而言，必可讓鄉村社區、自然環境、農民和消費者都受益。對於小農來說，不僅可以減少中間商的價差損失，增

加農家的收入，更可以提升農民的交際能力和自信，同時對於農民的交際應對，以及解說服務能力，是一個很好的訓練場合。因此農夫市集，不只是為小農尋覓一個行銷出路，為消費者提供真正的食物 (real food)，更因為減少食物里程，有助於社區之永續發展，放眼未來，是臺灣農業和鄉村發展應該走的路之一。對參與市集的生產者而言，除了合理的銷售利潤，以及曝光率增加所帶來的外部訂單等經濟效益，經由直接面對消費者及其他生產者所產生的社會鑲嵌，農夫市集對於農民更具有建立信任關係、累積產銷知識等社會效益。不過長期而言，支持小農制度、建立在地食物網絡、厚植有機或生態農耕方法和社區永續發展，才是農夫市集發展的真正永續效益。

AgBIO

董時觀 國立中興大學 生物產業管理研究所 教授

「農業生技產業季刊」 徵稿啟事

「農業生技產業季刊」之發行，目的在於建構一資訊交流平台，累積農業生技產業發展知識庫，提供產、官、學、研各界進行決策時之重要參考。

刊物內容涵蓋「產業暨市場概況」、「政策法規與管理」、「科技發展趨勢」、「研發與創新」、「廠商動向」及「國內外重要訊息」等專題，期能以全方位角度探討農業生技相關主題產業。

※若您或貴單位，有符合農業生技產業主題的相關文章願意分享予所有讀者，請將文稿E-mail至本刊編輯部d18856@tier.org.tw或來電(02)2586-5000 EXT. 526 許嘉伊主編。

～學習無界限 知識樂分享～

農業生技產業季刊
歡迎大家踴躍賜稿！

農業生技產業季刊滿意度及 需求調查

親愛的讀者 您好：

感謝您閱讀農業生技產業季刊！編輯部邀請您撥冗三分鐘進行農業生技產業季刊滿意度及需求調查，目的希望了解您對於農業生技產業資訊的需求，以及對本季刊的滿意度，您寶貴的意見將成為我們改進的重要依據。為感謝您的支持，凡成功完成問卷者即贈送兩期季刊，即刻至 <http://agbio.coa.gov.tw/> 下載問卷，敬請把握機會儘速填答。

農業生技產業季刊編輯部 敬啟