



「峰」靡花蓮！ 平林巨峰葡萄銷售至花蓮地區之探討

李亭幼 一年二班 李采臻 一年三班

南投縣旭光高中國中部

研究動機

平林社區盛產葡萄，品種以巨峰葡萄最為知名。但常面臨單一縣市的中盤商壓低收購價格的問題，如何有效增加多元的銷售通路是平林農民長期面臨的問題。當我們可以為農民找到增加通路的機會，相信會讓平林農民的生活更好，未來銷售葡萄時也更有保障。幾十年來，平林地區的葡萄尚未有銷售至花蓮地區的紀錄，因此我們將探討平林葡萄銷售至花蓮地區的可能性，希望透過本研究解決家鄉農產品銷售的問題，並以此拓展平林葡萄的銷售通路。

研究目的

- 一、調查花蓮縣居民購買外縣市葡萄農產品的現況。
- 二、調查平林農民銷售葡萄農產品給外縣市消費者的現況。
- 三、調查分析平林農民銷售葡萄至花蓮地區所面臨的問題。
- 四、以SWOT模式分析平林農民銷售葡萄至花蓮的可行性，提出實質策略與建議。

研究方法

研究方法結合文獻分析法、量化研究法與質性訪談法，建立一套關懷平林農民的行動研究模式，讓之後探討平林巨峰葡萄銷售致花蓮的問題，能有一個明確又有效的研究流程，一步步完成專題報告後發表給平林農民知道。

問卷分析

- 一、花蓮縣居民購買外縣市葡萄的意願很高，而平林農民的經驗，外縣市消費者也很有意願購買平林葡萄。
- 二、花蓮居民或者過去買過平林葡萄的外縣市消費者，購買前考慮因素前三名都有「新鮮度/當季時令」、「品質」。
- 三、花蓮縣居民購買通路以生鮮超市為主，反而平林農民最少使用生鮮超市的通路。

訪談分析

平林葡萄運用生鮮超市的門路銷售到花蓮縣必須克服的問題：

- 一、宅配：使用農民不常用的低溫宅配維持品質。
- 二、產量無法有效整合：賣給生鮮超市每日必須有固定的量。
- 三、銷售門路：還沒有相關管道接洽認識的廠商或顧客。

結論與建議

- 一、銷售策略：以打開賣到花蓮縣的生鮮超市通路為首要目標，用農會對農會（草屯鎮農會對花蓮縣各農會）的銷售策略機會比較大。
- 二、建議：
 - （一）整合產量，農業升級。
 - （二）主動出擊，洽談農會。
 - （三）多元管道，與時俱進。