

110 年 12 月 8 日高二國貿科校外參觀報告

科別：國際貿易科

班級：國二一

組員：林巧雯、陳姿函、楊紫婕

參觀時間：110 年 12 月 8 日星期三

參觀地點：源鮮農業生物科技有限公司



圖 1：源鮮智慧農場

圖片來源：由本組組員拍攝

目錄

一、	工作分配表.....	2
二、	企業簡介.....	3
	(一) 企業介紹：	3
	(二) 品牌故事：生病的體悟，生命的禮物.....	3
	(三) 活舒菜：捨得分享、給予付出，愛就是從分享開始	3
三、	三大技術.....	4
四、	SWOT 分析	5
五、	源鮮智慧農場行銷 4P 分析	6
六、	參訪心得.....	7
七、	資料來源.....	11



圖 2：小組自拍照

一、 工作分配表

組員	工作內容
林巧雯	攝影 35%、蒐集資料、swot 分析、企業簡介、三大技術
陳姿函	攝影 30%、蒐集資料、word 製作、swot 分析
楊紫婕	攝影 35%、蒐集資料、4P 分析
全員	參訪心得



圖 3：小組合照

二、 企業簡介

(一) 企業介紹：

公司簡介：源鮮農業生物科技股份有限公司技術研發團隊成立於 2008 年，公司正式 成立於 2013 年，是全世界垂直智慧農業產業領先者，也獲得國內外眾多媒體爭相報導，他們以桃園為基點，跨域深圳、英國、北歐四國、提供全方位專業服務和經營健康數據生態圈。已獲得 ISO22000、HACCP 產銷履歷等認證。

(二) 品牌故事：生病的體悟，生命的禮物

創辦人蔡文清董事長，白手起家，在科技業交出漂亮成績單的同時，自己也得了肝癌，他接受了生機飲食、肝膽排毒、清腸等自然療法，而他重回健康後，因為心中強烈的回饋感所以成立了源鮮，於是從事一個「從源頭就新鮮」的源鮮健康事業，以農業出發，以健康為軸心。友愛身體，友善大地，世界共好是他們最真摯的盼望。



圖 4：生病的體悟，生命的禮物

(三) 活舒菜：捨得分享、給予付出，愛就是從分享開始

活舒菜特點：

- 1.純淨安全：未檢出農藥、重金屬、寄生蟲卵、大腸桿菌、李斯特菌、沙門氏菌
- 2.星級美味：酸、辣、鹹、澀、嗆、甘，於口中堆砌出 360 度全方位的風味口感
- 3.輕鬆料理：「微洗即食」是健康世代的 Life style
- 4.健康食養：讓「健康食養」融入人生，讓自己與家人共健康食、共健康養、共健康好
- 5.智慧種植：應用世界最先進 iFarming 農業科技



圖 5：活舒菜

三、 三大技術

● 喝豆漿、吃益生菌、飲奈米水、聽音樂

第一技術：喝豆漿

- 益生菌特點：
- 1.源鮮從源頭就新鮮
 - 2.自製微生物發酵液態肥
 - 3.採用純淨天然原料
 - 4.精心調配各階段成長配方



圖 6：豆漿



圖 7：氣泡水對比

第二技術：超微細氣泡水：

源鮮擁有世界專利技術，如同把空氣裝在水裡面，取代過去農夫翻鬆土壤的動作，使水裡充滿豐富的氧氣，讓蔬菜根部浸泡在富含氧氣的水中，自然長得頭好又壯壯。

第三技術：人造太陽

因太陽照射對植物生長沒有幫助，甚至產生負面影響，所以源鮮自行研發出適合植物生長的人造太陽，提供光合作用所需。較一般 LED 光源節能 70% 以上，節約能耗、溫度低，使用壽命能長達 10 年以上。



圖 8：人造太陽

四、 SWOT 分析

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 積極開拓與餐飲業的合作 2. 利用人造太陽 3. 六項未檢出，可安心食用 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 沒有自己的網路平台合作 2. 產品線範圍較窄 3. 成本較高 4. 太偏僻 |
|---|---|

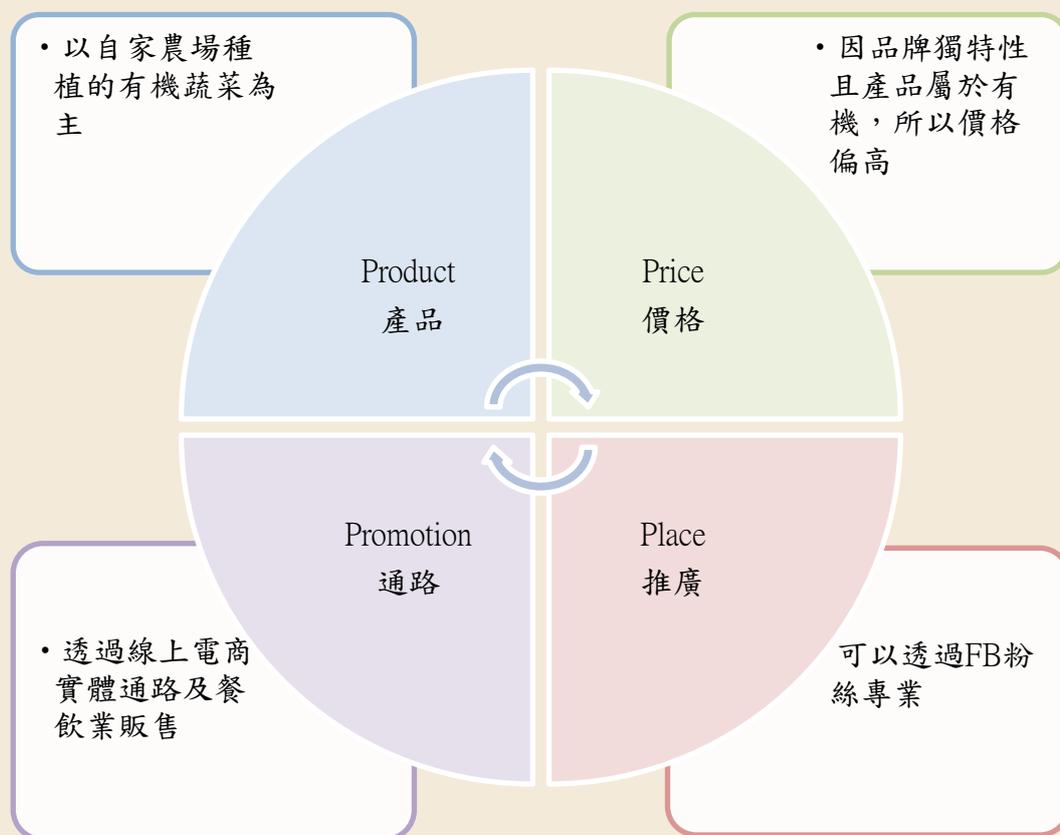


- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 透過社群媒體增加曝光率 2. 因為疫情，生菜無法進口 3. 有很多消費通路 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 沒有那麼多愛好生菜的人 2. 許多農場競爭對手 |
|--|---|

表 1：SWOT 分析策略

SO 增長性策略	WO 扭轉性策略
<p>S1O1 因為積極開拓與餐飲業合作又透過社群媒體增加曝光率，讓源鮮農場知名度增加。</p> <p>S2O2 因為利用多種人造太陽加上現在疫情嚴重，生菜無法進口，所以讓源鮮農場更多銷售量。</p>	<p>W1O1 雖然沒有自己的網路平台但透過社群媒體曝光可以有效吸引人潮，並讓有些網路平台來和此合作。</p> <p>W4O3 雖然位於較偏僻地區，但有許多銷售通路，可以讓喜歡此產品的顧客不愁要如何買到此東西。</p>
ST 多元化策略	WT 防禦性策略
<p>S3T2 雖然有許多競爭對手，但是因為此產品是六項未檢出，使民眾可以安心食用，不用擔心食安問題。</p> <p>S1T1 雖然沒有那麼多愛好生菜的人但透過與餐飲業的合作，使自己的菜融入他們自己的料理，到最後就有多人喜歡或是發現此產品。</p>	<p>W2T1 因為本身產品線窄再加上沒有那麼多愛好生菜的人，導致產品銷售不太出去，建議可依照民眾喜好去添加產品線。</p> <p>W4T2 農場位於較偏遠地區，農場數又很多可能導致有些人並不會選擇來此，建議可以建在市中心附近。</p>

五、源鮮智慧農場行銷 4P 分析



- 線上電商、實體通路及餐飲業販售包含家樂福、JASONS、新光三越及FOODPANDA 等



圖 12：新光三越



圖 11：家樂福



圖 9：JASONS



圖 10：foodpanda

六、 參訪心得

16 林巧雯：

在最先開始得知我們要去源鮮智慧農場的時候，我以為就是一般的那種農場沒什麼特殊性，但直到我查了關於他的資料時，才發覺其實很不一樣，因為在這個品牌上有著很特別的意義，而這也讓我期待了這次的企業參訪。

這次企業參訪，讓我最有印象的應該就是我前面提到關於源鮮的品牌故事了，因為創辦人在一次生病之後，體悟到了許多，後來重回健康想著可以回饋什麼所以成立了源鮮這個健康產業。接著就是在導覽過程中，我們看到很多，像是活舒菜、益生菌還有人造太陽等其他事物。再來就是講師講解，他講了許多關於源鮮的知識並在中途問答答對即可領獎品和最後上網評論就可得的一包菜及一張果汁券都讓我覺得非常有趣。

這次參訪真的讓我獲益良多，尤其是關於「回饋」這件事，因為我覺得這是一件不簡單的事，也有的人只是說說而已並不會去實踐它，所以我還買佩服他的，能夠踏踏實實的，雖然在之後我們和他不一定會有一樣的體悟，也不一定像他一樣做出這麼大的事業，但是我們也依然可以回饋社會，像是捐發票、幫助一些弱勢老人、捐助自己可能用不到的東西給需要的人等，所謂「積少成多」就是這樣子來的，大家都一小點可以帶給社會很多點，讓這社會變得更美好。



圖 13：組員個人照

27 陳姿函：

透過這次的企業參訪讓我了解到農業不是我們平常看到的簡單，源鮮農業的方法則是利用豆漿、益生菌等才能讓這些植物都比較健康營養，除此之外我還看到了一進入植物培養的地方，利用人造太陽來仿造50年前的環境讓植物成長，近看時發現這些植物都很茂盛、也很不同。

導覽過程中，導覽員帶我們參觀源鮮第一技術「喝豆漿」，當時聽到這件事時有些驚訝，因為怎麼都不會想到植物也能利用豆漿裡面的成分來分解酵素，使植物能健康茁壯。第二技術「氣泡」，增加氧氣提供生長等。第三技術「人造太陽」具有6種不同光線來模仿之前的環境。這三個技術足以生長出營養足夠的菜。

在講師講解時，又更進一步瞭解到「活舒菜」不僅口感佳又新鮮，讓我又看到源鮮不同之處及特別地方，透過搶答方式使我們對活舒菜又深刻記起，講師也介紹了源鮮的故事及歷史事蹟。



圖 14：組員個人照

30 楊紫婕：

很高興能有這次參訪機會去參觀源鮮智慧農場，在參訪之前其實沒有抱持太大愉悅的心情，認為只是一般的農場，但一到源鮮智慧農場時，我有點嚇到了！

他跟一般農場不一樣，他是室內的，大部分植物受人造光照射，而其他則保持天然光照射。

一進去農場，導覽員哥哥給我們看了一段源鮮董事長的經歷，董事長因為長期忙碌的工作，而導致肝臟長滿了腫瘤，這才開始重視健康飲食，當時董事長只靠生機飲食、肝膽排毒及清腸，就讓肝臟慢慢恢復健康，醫生說只需要定期追蹤即可，這讓我意識到，健康的飲食真的很重要！

透過導覽員的解說，我才知道這些蔬菜想要長得好、長得健康不只需要陽光、空氣、水，還需要給蔬菜聽古典音樂呢！而在源鮮生長的蔬菜是喝豆漿及益生菌長大的呢！而董事長堅持這



圖 15：組員個人照

些蔬菜都是零農藥、零重金屬、零大腸桿菌、零寄生蟲卵、低硝酸鹽、低生菌數。這真的讓消費者很放心。

透過這次參訪原先智慧農場，我發現在這看似平凡的背後，還有一段不為人知的故事，很感謝蔡董事長創立源鮮，讓我們這些消費者吃的安心、吃的健康。



圖 16：組員個人照



圖 17：小組合照



圖 18：小組合照



圖 19：商二一及國二一合照

七、 資料來源

圖片來源(家樂福)：<https://www.flickr.com/photos/hsiao888/2893687721>

圖片來源(新光三越)：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%96%B0%E5%85%89%E4%B8%89%E8%B6%8A%E7%99%BE%E8%B2%A8>

圖片來源(foodpanda)：<https://1000marcas.net/foodpanda-logo/>

圖片來源(JASONS)：<https://www.mop.com.tw/linkou/tw/shop.html?id=5>