**中壢高商108學年度高一商業簡報試題**

**壹、企劃案說明**

一群中壢高商會專班的學生，觀察到許多彰化小農都不知如何銷售自家有機無毒的地瓜，因此決定成立「數一數二」團隊來解決小農的問題。來自彰化的小農為了對農作物之「有機栽培管理」有明確的依據，於是加入了農產品產銷履歷的認證。有了產銷履歷的認證，消費者就能吃得安心。小農堅持用最健康的方式栽種，把最漂亮、品質高的東西送到消費者手中。雖然有了「有機栽培管理」的產銷履歷，但是小農的銷售量卻沒有增加。無毒有機地瓜因為銷路狹窄，導致許多有機地瓜最後都只能賤價賣出。中壢高商會專班所成立的「數一數二」團隊，提出一項有創意的行銷企劃「放噗噗小地瓜」企劃書。他們與消費者建立一個良好的互動關係，協助彰化小農將無毒有機地瓜行銷出去。而他們所提的企劃書於2019年已獲得台塑企業所舉辦之「第二屆全國高中職及技專院校新農業行銷實作競賽」行銷組企劃書第一名，獲得競賽獎金六萬元。該團隊經過實務銷售成功協助小農在一個月內銷售了540斤地瓜，而該小組也藉由銷售活動，賺取7335元的獲利，讓團隊及小農皆獲得雙贏的局面。

**貮、試題說明**

一、 請詳細閱讀參考資料及所有附件檔案，摘要重點以精簡的文字、表格圖片作為簡報之內容，並視需要加入投影片動畫與音效。

二、簡報總頁數請控制在15至20頁之間，精要表達內容，簡報之組織架構應具邏輯合理性，內容應符合正確性與美觀之效果。

三、評分標準：

(1)邏輯性與主題傳達性40%

(2)內容正確性30%

(3)創意20%

(4)美觀10%

四、注意事項：

(1) 投影片未完成15頁或超過20頁，每一頁扣2分。

(2) 請注意校對相關中文、英文、數據，若有錯誤，每項錯誤扣2分。

(3) 簡報僅能使用文案之內容及附加之圖片，不可於網路上擷取其他圖片。

(4) 請使用PowerPoint內的Smartart、圖案、動畫等功能來製作，不可使用flash等其他軟體。

(5) **請以選手編號為檔案名稱建立簡報檔，檔名：sxx xx為數字**

**第二屆全國高中職及技專院校新農業行銷實作競賽**

**「放噗噗小地瓜」  
行銷企劃書**

楊袖玥，中壢高商，會專班，三年級

秦艾靈，中壢高商，會專班，三年級

湯瑀容，中壢高商，會專班，三年級

陳映璇，中壢高商，會專班，三年級

指導老師：陳柏臻老師/林月霞老師

**「放噗噗小地瓜」行銷企劃書**

**壹、行銷企劃緣起**

**一、創新企劃緣起**

來自彰化大城鄉的蔡坤宗大哥，種植地瓜已有十幾年了，以「用心種好」為理念，採收期也是按照安全採收期的階段才進行採收。小農為了對作物栽培管理有依據，於是加入了農產品產銷履歷的認證，有了產銷履歷的認證，消費者也能吃得安心。小農堅持用最健康的方式栽種，把最漂亮、品質高的東西送到消費者手中。

雖然有以上種種的優勢，但是小農的銷售量卻沒有增加。無毒的地瓜因為銷路狹窄，導致許多地瓜最後都只能賤價賣出。所以本小組決定以反其道而行的行銷策略，與我們的目標客群建立一個良好的互動關係，協助彰化的蔡坤宗農戶將無毒地瓜行銷出去。

**二、企劃目的**

本組企劃的首要目的就是短期先幫助彰化小農蔡坤宗大哥提升銷售額20%，而長期能實際解決地瓜的行銷通路。因此，本組企劃長期與雲林第二監獄的雲饌坊合作，結合無毒地瓜與受刑人的製作，研發出低糖且香味濃郁的「地瓜蛋捲」。透過這項活動，受刑人能夠在獄中學習製作地瓜蛋捲的一技之長，使其在出獄後有足以謀生能力，解決其不被社會所接納的問題，進而降低再次犯罪的發生率。藉由這個企劃案可以長期協助坤宗大哥銷售無毒地瓜，解決其地瓜通路狹窄的問題。

**貮、農作物背景**

**一、個案故事**

在物資缺乏的年代，生為窮苦人家的蔡坤宗大哥吃不起白米，只能以曬乾的地瓜填肚子。說起地瓜，很容易就使蔡大哥想起那段甘甜苦澀的歲月。現在物質富裕了，吃多了白米飯，蔡大哥卻又會想起地瓜的滋味。偶爾煮個地瓜飯、地瓜稀飯，或是烤地瓜等，解饞之外也回味往日那段酸甜苦辣。

圖一、蔡坤宗小農

近年來，地瓜之營養價值廣泛被醫學界及食品營養專家所肯定，台灣人和地瓜的這段情感，是那個年代的人心中放不掉的回憶。這樣一個不起眼的小東西，替代了米飯，養育了那段辛苦歲月裡許許多多的台灣人，這也是為什麼蔡大哥選擇種植地瓜的原因。他希望地瓜能夠銷售到各地，讓其他人也一同品嘗如此令人懷念的美妙滋味。

**二、農作物介紹**

**(一)農作物特色**

本次企劃的商品為台農 66 號紅心地瓜。此品種的地瓜的具有偏紅外皮，內裡有著夕陽般的橘紅色果肉，口感綿密，甜度高。這種地瓜更適合用來燉煮稀飯及直接清蒸來吃，而採用烤的方式更可以顯現台農 66 號紅心地瓜的甜度。

圖二、紅心地瓜實體圖

**(二)台農66號紅心地瓜含有之營養素**

台農 66 號紅心地瓜具有以下六大營養成份。

(1)維生素Ｂ：促進腸胃蠕動及消化液分泌、預防及治療腳氣病神經炎。

(2)維生素Ｃ：細胞間質的主要構成物質，使細胞間保持良好狀況。

(3)維生素Ｅ：配合維生素A，有抵禦大氣污染，保護肺臟組織免受空氣污染的作用。

(4)β-胡蘿蔔素：人體吸收β-胡蘿蔔素後會轉換為維生素Ａ，維生素A能使眼睛適應光線變化，維持在黑暗光線下的正常視力。

(5)葉黃素：有助於眼睛提升暗適應能力、改善視覺適應能力、增進視覺辨識功能、緩解視覺疲勞。

(6)膳食纖維：膳食纖維可以吸水膨脹，促進腸道蠕動，一方面可使腸道平滑肌保持健康和張力，另一方面使糞便含水增多變軟，有利於糞便排出。

**(三)農作物種植方式**

台農 66 號紅心地瓜是使用濁水溪的細沙來種植。此種栽培方式使台農 66 號紅心地瓜的口感，比市面上其他品種的地瓜更為綿密且富含水份。

**參、農作物產業說明**

　　地瓜在台灣是一年四季皆可種植的農作物之一。地瓜一年可創造10億產值，銷售量最高的為彰化縣以及雲林縣，而其中彰化縣的種植面積達1,160公頃，占全台13.6%。我們的小農使用濁水溪的細沙來種植地瓜，使地瓜的口感蓬鬆綿密，香甜可口。縱使有上述優勢，台灣的地瓜價格還是因為中間商的剝削，使小農所獲得的收入依舊與銷售量不成正比。雖然小農想要自創品牌來販賣，但因為缺乏了行銷知識，多年來只能採傳統方式來販賣。究其原因，本組發現品牌知名度低導致小農地瓜無識別度，是根本的問題點。



地

圖3地瓜田 圖4地瓜收成

**肆、創新企劃說明**

**一、創新企劃之消費者設定**

本組將目標客層設定為家中有國中生以下的小孩或是家中有超過七十歲以上的長者。這些家庭十分在意孩子及家中長者的飲食健康。而負責家中飲食的父母，平常需控制孩子飲食的營養攝取，但又無法避免孩子吃零食的習慣。而對於家中長輩，同樣需注重健康飲食但大多長輩的食物都是清淡，讓長輩不喜歡吃。這群父母親平常會使用社群媒體跟其他父母溝通，互通訊息，所以透過FB、LINE的媽媽社團等可以讓網路訊息不斷的轉貼而得知商品或活動的訊息。目前目標客層的痛點是，這群父母親想要控制孩子的飲食，但卻無法幫孩子找到健康的零食。而面對家中長者，也發現現在市面上的零食都高糖且堅硬難咬，可能會引發家中長者糖尿病和牙齒掉落的問題。

**二、創新企劃之STP分析**

|  |  |
| --- | --- |
| **項目** | **說明** |
| 市場區隔S | * 家庭成員：二代同堂或三代同堂； * 生活型態：重視孩童或長輩健康 * 年齡：15歲以下的小孩或70歲以上的長輩 |
| 目標市場T | * 父母控制孩子飲食，但卻無法找到對身體無害的零食 * 市面上的零食都含有高糖且堅硬難咬，銀髮族無法自由的享受零食的滋味 |
| 活動定位P | 推出適合小孩及長輩的健康無毒地瓜商品，並且具有社會公益之活動。 |

表三、STP分析

**三、「放噗噗小地瓜」創新企劃之行銷發想**

**(一)創意的服務或產品或營運模式**

(1)由雲林第二監獄受刑人所製作出的雲饌坊手工蛋捲，曾獲得金牌獎，並且創造出年營收600萬元佳績。本小組企劃利用此項雲林優勢，再結合地方小農所生產的無毒地瓜，創造出新產品來推廣到市場上。

(2)將蛋捲與小農的無毒地瓜作結合，給獄中的烘培班製作成地瓜蛋捲

(3)最後販售後的收入也成為受刑人出獄後的生活費。

**(二)創意的行銷活動**

地瓜蛋捲+父母、銀髮族+以受刑人製作=增加小農銷售通路

(1)讓受刑人在獄中學習一項生存技能增加其自信心，出獄後還有一筆收入，解決不被社會接納的問題，進而降低其犯罪率。

(2)雲林當地為高齡社會(老年人口比率17.69%)，所以將銷售量總額10%回饋給當地的獨居老人協會。

**四、「放噗噗小地瓜」創意行銷之4P分析**

(一)產品策略Prouduct：

主要是以袋裝為銷售目標，消費者看到我們所推銷的產品特色被吸引到，所嘗試購買產品

1.訴求:吃有機地瓜，對想維持體態的中年婦女來說，是不可或缺的。

2.包裝:袋裝可提供於小家庭食用；盒裝讓消費者送人較美觀

3.內容：將小農的無毒地瓜與國民美食─蛋捲做結合，製作成「地瓜蛋捲

(二)價格Price：

1.原訂售價:80元/袋，200元/盒。因無毒地瓜成本較高，深思熟慮後決定$100/包，一包淨重400g。

2.折扣：使用安心雲APP下訂，第一次可享100元折扣。或利用facebook粉絲團按讚加分享，則第一次可享九折優惠。

(三)通路策略Place：

1.可以透過網路平台「安心雲app」來下訂。

2.可以使用facebook粉絲團來銷售。

3.在興國市場、農產品市集或校園內直接銷售。

(四)推廣策略Promotion：

1.利用網際網路、宣傳單，增加曝光度。

2.贈送烹調食譜。

3.採用試吃策略。

**五、無毒地瓜之SWOT分析**

表一、SWOT分析

|  |  |
| --- | --- |
| 優勢 **S**trengths | 劣勢 **W**eaknesses |
| 1.含有豐富的營養素，營養價值高  2.熱量低，又有飽足感，對於想瘦身減肥的民眾絕對是第一首選  3.膳食纖維高，有助於腸道蠕動，縮短有害物質在腸道內停留的時間，達到排毒的效果  4.有益降低「膽固醇」  5.有助於維持「血糖」穩定，保護血管  6.地瓜可製成多樣化的加工食品 | 1.有機產品價格較高  2.民眾除了蒸、烤、炸，不知道其他多樣的烹調方式  3.外型較小、外觀較醜，減少民眾購買的慾望 |
| 機會 **O**pportunities | 威脅 **T**hreats |
| 1.有機市場增加  3.現代人重視養生，食用營養價值高的地瓜，逐漸成為消費趨勢  4.台灣地瓜市場銷售量每年都有增加的趨勢，因此尚有發展空間 | 1.供貨不穩定，易受天氣影響，造成供應短缺  2.因全球氣候的影響，易造成病變或產量不足 |

(資料來源：組員自行整理)

**六、「放噗噗小地瓜」行銷之營運規劃**

**(一)商業模式九宮格**

表二、商業模式九宮格

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **KP關鍵合作夥伴**  供應商：蔡坤宗大哥、雲饌坊、 | **KA關鍵活動**  與雲饌坊合作，藉由受刑人的勞動及場地，結合小農的66地瓜，製作地瓜蛋捲。 | **VP價值主張**  1. 控制孩子的飲食，卻無法讓孩子吃到健康零食的父母  2. 市面上的零食高糖且堅硬難咬，可能會引發銀髮族糖尿病和牙齒掉落的問題。  3. 解決受刑人出獄後不被社會接納的問題 | | **CR顧客關係**  主動與雲林第二監獄典獄長聯繫，介紹其產品。 | **CS目標客層**   1. 擔憂孩子健康的父母 2. 銀髮族 |
| **KR關鍵資源**  地點:雲林第二監獄  需要：受刑人、場地、廚房用具、食材、台農66號地瓜、包裝費 | **CH通路**   1. 口耳相傳 2. 網際網路 |
| **C$成本結構**  **受刑人薪水、教導員薪水、租借場地費、食材費、包裝費** | | | **R$收益流**  可以透過雲饌坊線上訂購或直接到雲林第二監獄採購 | | |

**(二)創意企劃之執行進度**

(1)執行進度:採用甘特圖方式呈現，預計有75%的計畫可行性評估。

表三、執行進度表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **週次** | **第1週** | **第2週** | **第3週** | **第4週～ 第6週** | **第7週～ 第10週** | **第11週** |
| 前置作業： |  |  |  |  |  |  |
| 規劃財務損益大綱 |
| 計劃書撰寫 |
| **場地佈置** |  |  |  |  |  |  |
| 與雲林第二監獄接洽 |
| 教導員指導受刑人製作 |  |  |  |  |  |  |
| **活動進行** |  |  |  |  |  |  |
| 販售地瓜蛋捲 |
| **檢討** |  |  |  |  |  |  |
| 成本收益評估 |

(2)經營管理：本企劃規劃三階段的經營管理時程，短期以提高知名度為主，長期則是能穩定成長20%的銷售額，說明如下。

表四、經營管理

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 短期 | 中期 | 長期 |
| 期間 | 1~3個月 | 4~6個月 | 7~12個月 |
| 目標 | 提高知名度10% | 提高銷售額15% | 最終銷售額提升20% |
| 策略 | 1. 社團發文（FB、IG、LINE） 2. 老人口耳相傳 | 1. 推廣安心雲APP 2. 小農提供多樣產品 | 1. 尋找其他監獄 2. 與地方農會結合 3. 與異界結合 |

**七、「放噗噗小地瓜」創意行銷之財務規劃**

**(一) 財務規畫表**

表五、財務規畫表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 數量(包) | 總收入 | 固定成本 | 變動成本 | 總成本 | 總收益 |
| 5 | 500 | 3,500 | 168 | 3,668 | (3,168) |
| 25 | 2,500 | 3,500 | 838 | 4,338 | (1,838) |
| 45 | 4,500 | 3,500 | 1,508 | 5,008 | (508) |
| 65 | 6,500 | 3,500 | 2,178 | 5,678 | 822 |
| 85 | 8,500 | 3,500 | 2,848 | 6,348 | 2,152 |
| 105 | 10,500 | 3,500 | 3,518 | 7,018 | 3,482 |
| 125 | 12,500 | 3,500 | 4,188 | 7,688 | 4,812 |
| 145 | 14,500 | 3,500 | 4,858 | 8,358 | 6,142 |
| 165 | 16,500 | 3,500 | 5,528 | 9,028 | 7,472 |
| 185 | 18,500 | 3,500 | 6,198 | 9,698 | 8,802 |
| 205 | 20,500 | 3,500 | 6,868 | 10,368 | 10,132 |
| 225 | 22,500 | 3,500 | 7,538 | 11,038 | 11,462 |
| 245 | 24,500 | 3,500 | 8,208 | 11,708 | 12,792 |
| 265 | 26,500 | 3,500 | 8,878 | 12,378 | 14,122 |
| 285 | 28,500 | 3,500 | 9,548 | 13,048 | 15,452 |
| 300 | 30,000 | 3,500 | 10,050 | 13,550 | 16,450 |

**(二)編列預估損益兩平圖**

圖五、損益兩平圖

**伍、實務銷售**

**一、實務銷售之緣起**

在過去有著農業王國美稱的台灣，現今卻處在一個十分危險的懸崖邊，有著種植技術的農民現在正在凋零、老化。台灣的年輕人吃不起苦，不願接手上一代所經營的農務，紛紛逃到大城市工作。人口外移的現象促使台灣不再有農業王國的稱號。本小組希望能夠振興台灣的農業，使配合的小農-蔡坤宗大哥增加收入。

**二、實務銷售之目的與目標**

(一)活動目的：由於中盤商和加工廠的層層剝削，使農民的產品價格被壓低，導致農民有苦說不出。

(二)活動目標：540斤紅心地瓜

**三、實務銷售之未來效益**

增加小農知名度，累積長久客戶。

**四、實務銷售之對象設定及銷售範圍**

活動對象

(一)中壢高商師長、學生

(二)同學家長

(三)學校家長會

(四)龍潭市場的客人

銷售範圍：桃園市中壢區

**五、實務銷售之活動定位**

**(一)生地瓜**

由於本小組的地瓜價格經濟實惠，所以大部分的消費者都能接受。

**(二)地瓜餐**

以健康且方便的名聲在學校各處室口耳相傳。

**六、實務銷售之執行說明**

第一階段，因還不確定市場的模式，本小組先做了一個介紹生地瓜的PP板到各學校處室以口頭說明的方式讓消費者大概了解地瓜的好處。以1斤30，4斤100的折扣方式，讓消費者更願意購買4斤地瓜。

第二階段，因環保意識提升與健康主義者的人數越來越多，現代消費者更願意花錢買健康的食物來保護自己。其中，本小組發現學校附近的早餐店、流動早餐攤販與便利超商販售的早餐都是熱量高、油質多、精緻澱粉含量高的東西。所以本小組決定製作地瓜早餐販售給中壢高商的師長與學生。

初期，地瓜餐是以訂購一個禮拜(5天)總共275元的份量去銷售，但考慮到消費者沒有每天都要購買。最後，以1餐55元的方式，讓消費者自行決定要哪幾天與我們訂購早餐。並且，因應永續發展、保護環境社會，提供保鮮盒就省5元。

**七、實務銷售之實施期間**

11/1~11/22期間 販售生地瓜

11/4~11/15(不含假日)期間 販售地瓜餐

**八、實務銷售之執行團隊**

中壢高商會計產業專班：放噗噗小地瓜小組

**陸、執行效益**

**一、創新企劃預期效益**

透過本小組創新計畫，預期地瓜蛋捲銷售量達300包，一包100元，預期收益為30,000元。除了能夠使受刑人學習一技之長，提升自信心，出獄後更有一筆收入，解決其不被社會所接納的問題，進而降低再次犯罪的發生率。坤宗大哥的無毒地瓜也能夠長期的銷售無毒地瓜，銷售總額提升20%，解決消路狹窄的問題。

**二、實施銷售執行效益**

透過這個活動，除了增加我們團隊合作的精神外，也讓消費者吃的健康，達到顧客滿意。並且減少中間商的剝削，增加農夫的銷售利益。也利用環保的方式讓社會永續發展、回饋社會。

**三、實施銷售預期效益**

表六、預期活動成本表

|  |  |
| --- | --- |
| 預期收入 | 以1斤30，4斤100的價格，假設每位消費者都購買4斤，共8,750元。 |
| 預期成本 | (1)農產品成本:預期進貨350斤紅心地瓜，每斤16元，共5,600元。  (2)運費:預期進貨2次，每次140元，共280元。  (3)宣傳費:預計印製宣傳海報、宣傳單各10，每張各5元，共50元。  總計5,930元。 |
| 預期淨利 | 8,750-5,930=2,820元 |

**四、實施銷售損益表**

表八、綜合損益表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 營業收入 | 第一期  (11/4~11/8) | | 第二期  (11/11~11/8) | | (11/1~11/22) | |
| 地瓜餐 | 2,760 |  | 3,085 |  |  |  |
| 生地瓜 |  |  |  |  | 14,940 |  |
| 營業收入小計 |  | 2,760 |  | 3,085 |  | 14,940 |
| 營業成本 |  |  |  |  |  |  |
| 進貨成本 | 270 |  | 325 |  | 10,305 |  |
| 營業成本小計 |  | 270 |  | 325 |  | 10,305 |
| 營業毛利 |  | 2,490 |  | 2,760 |  | 4635 |
| 營業費用 |  |  |  |  |  |  |
| 青菜 | 571 |  | 254 |  |  |  |
| 肉 | 478 |  | 335 |  |  |  |
| 蛋 | 108 |  | 180 |  |  |  |
| 其他費用 | 251 |  | 58 |  |  |  |
| 包裝費用 |  |  |  |  | 100 |  |
| 宣傳費用 |  |  |  |  | 215 |  |
| 營業費用小計 |  | 1,408 |  | 827 |  | 315 |
| 本期淨利 |  | 1,082 |  | 1,933 |  | 4,320 |

**柒、團隊介紹**

我們團隊集結了各式各樣的人才，有想法充滿創意的，也有擅長文書處理、資料整合等等的，以及擅長與人交際的，組員都有各自的才能，讓整個團隊有能力與農民、消費者作溝通，傳達我們的理念，藉由組員的能力讓團隊也能一直保有計畫的完整性、相關資訊清楚的表達。

在每位成員的熱情貢獻下，竭盡心力地幫助農民，克服空間的障礙，驅動這一切的只是想為農民的生活做出些許改變的傻勁，但在現今網路資訊量爆炸的時代，僅有熱情是絕對不夠的，為此，我們也將不斷嘗試各種手法來為農產品爭取消費者的目光，發揮我們最大的效用，不浪費這些汗水、時間累積種植而成的有機健康農產品，讓農民的生計能受到保障。

年輕充滿活力的我們，因為一個單純想幫助農民的目標，更實際落實與推廣，真的可以說是農民的希望。我們秉持著讓農民生活更好的核心價值。相信在我們的努力下，將會有越來越多人開始注意到這個農產品，為農民創造出不一樣的價值。同時，這樣簡單而出眾的小故事，也讓我們學習到，千萬不要小看自己年輕，年輕人也可以發揮許多不一樣的影響力。

**捌、附錄(參考文獻)**

1. 廖淑玲、蔡明叡、 旗立財經研究室（2018）。商業概論滿分總複習。臺北市： 旗立資訊

2.地瓜的營養價值。2018/09/29取自

<https://www.baimi.org.tw/agro49.html>

3.法務部矯正署雲林第二監獄。2019/12/02取自

<https://www.ulp2.moj.gov.tw/296451/296468/296471/395981/>