

高二商經科校外參觀報告

科別；商業經營科

班級：商二一

小組成員名單：宋沛芸、林佳儒、邱心儀、劉怡廷、謝佩好

參觀時間： 110 年 12 月 10 日

參觀地點：源鮮智慧農場



目錄

壹、工作內容	2
貳、企業簡介	2
一、公司介紹.....	2
二、行銷管理.....	3
三、定位與目標.....	3
參、4P 分析.....	4
肆、SWOT 分析.....	4
伍、五力分析	5
陸、組員參訪心得	7

壹、工作內容

表 1：工作分配表

工作內容	負責同學
負責查找企業介紹	劉怡廷
4P 分析	宋沛芸
SWOT 分析	謝佩妤
五力分析	林佳儒、邱心儀
編輯、排版、彙整資料	

貳、企業簡介

一、公司介紹

源鮮農業生物科技股份有限公司之技術研發團隊於 2008 年成立，由老闆蔡文清領頭創立，其公司正式成立年份於 2013 年，世界垂直智慧農業產業的領導者；以桃園總部提供全球營運據點最新農業種植技術、自動化技術、光源開發技術，水源處理技術等等，源鮮農業與來自世界各地的企業夥伴想為未來農業努力、盡一份心力，致力改變人類飲食、健康、農業為希望。

圖 1：創辦人蔡文清



(圖片來源: <https://www.yeshealth.com.tw/page/story>)

二、行銷管理

- (一) 產品策略:源鮮智慧農場為亞洲獨創的新興產業,綜合了觀光休閒、健康飲食、購物綠能及高科技未來農業的複合式觀光農場具有全球獨有的農業生產技術、國際廚師研發的健康飲食菜單。
- (二) 定價策略:源鮮農場販賣的商品多為中高價位,從 30 元一顆的洋蔥到 80000 元氫生活健康調理水機.....等。

圖 2：有機蔬菜



圖 3：搖瓶機



(三) 通路策略: 目前在台灣的桃園地區建有 1.6 噸產能的智慧農場、中國深圳設有 2.5 噸產能的智慧農場,則在 2018 年底在歐洲設點成為全歐洲最大的智慧農場。

(四) 推廣策略:與學校結合,透過校外參訪提升知名度,以及利用優惠卷增加再次觀臨的機會。

圖 4：14 層種植架



三、定位與目標

源鮮將其定位為一個整合健康與農業的公司,近幾年來的品牌經營下,在市場上有著高品質生食蔬菜第一品牌的地位,從每天吃的食物出發,達到“讓食物成為你的藥,藥就是你每天吃的食物”為目的以提醒世人多吃青菜。

參、4P 分析

Product 產品	Place 通路	Price 價格	Promotion 促銷
<ul style="list-style-type: none"> • 產品多樣化，如：有機蔬果、飲品食材及機能食品 • 相較市面上其他產品，源鮮的產品使用創新的技術 	<ul style="list-style-type: none"> • 通路廣泛，有線上電商、實體通路、餐飲業 • 同時也可到官網進行線上訂購 	<ul style="list-style-type: none"> • 依種類，組合、份量的差異有不同的訂價 	<ul style="list-style-type: none"> • 媒體報導 • 舉行健康講座 • DIY活動 • 因應不同節日推出不同的優惠活動與回饋

肆、SWOT 分析

優勢 S	劣勢 W
<p>S1：單位面積產量成倍增加。</p> <p>S2：蟲害少、生長期短、養分吸收快。</p> <p>S3：節省大量的肥料支出。</p> <p>S4：透過人為方式控制光合作用，促進生長。</p> <p>S5：蔬菜不會有汙染也沒有病蟲害或者農藥殘留的問題。</p> <p>S6：大部分能源都可以循環利用。</p>	<p>W1：光照、氣候控制的用電量極高，電力成本耗費高。</p> <p>W2：技術新穎，產生許多問題。</p> <p>W3：利益不會在短期內彰顯成果，若是資金缺乏的公司，無法持久發展。</p>
機會 O	威脅 T

<p>O1：因在室內種植，較不易受天然災害造成損失。</p> <p>O2：隨著健康意識日漸增加，越來越多人重視養生。</p>	<p>T1：許多農場獨特技術在台尚未取得。</p> <p>T2：因種植方式大量用電，電費上漲時，費用增加。</p> <p>T3：民眾易聽信謠言，認為沒有曬太陽的蔬菜就不健康。</p>
--	---

伍、五力分析

五力分析	分析	威脅強度
現有競爭者	<p>隨著食安問題，在市場中也有不少以有機蔬菜為業的廠商，例如：永齡農場、立岱有機農園等..... 為了能在市場佔有一席之地，各家廠商不斷改良，創造出更佳商品，吸引消費者。</p>	強
潛在進入者	<p>源鮮智慧農場運用現代科技導入自動化及 AI 智慧系統，打造出人工氣候，生產能吃的安心的活蔬菜，這方面的技術，需要耗費需多心力、資金，對於現在市場來說，無形增加了潛再進入者的困難。</p>	低

<p>供應商議價能力</p>	<p>源鮮透過自身的智慧系統產出品質佳的有機蔬菜或者做成蔬食料理，因此較不受供應商干擾，供應商對於源鮮的議價能力較低。</p>	<p>低</p>
<p>購買者議價能力</p>	<p>廠商使用物聯網技術運送農作物，將食品運輸更顯透明化，安全性也相對高，使民眾為了解決食安問題，願意選購源鮮智慧農場，而沒有太大的異議，因此消費者議價能力較低。</p>	<p>低</p>
<p>替代品或服務</p>	<p>市場上的超市、便利商店、傳統市場等……都可以作為消費者購買蔬菜的替代地點，因此使消費者選擇性較大。</p>	<p>強</p>

陸、組員參訪心得

宋沛芸：

一、心得

起初我認為參訪農場是一件很無聊的事，但經過這次參訪的經驗後，使我徹底改觀，透過導覽員細膩的解說，我們又更加了解關於農場的相關知識，原來種菜這種看似簡單的小事，背後竟然隱含著如此多的學問，包括給蔬菜聽的音樂種類、不同品種使用的光照種類以及所灌溉所使用的水等，這些創新的技術都令我大開眼界，也讓我發覺，原來在我們得以安心食用這些新鮮蔬菜時，都是因為背後有工作人員的層層把關。經由講座，也更深入的去探討關於企業的行銷方式，以及介紹各種農業的特性及目前遭遇的困境等，透過講師精闢的分析，使我更容易理解。總而言之，是很有意思的參訪，透過本次的實地走訪，使我學習到許多課外知識，也是一趟獲益良多的旅程。

二、結論與建議

希望下次可以把參訪的時間延長，讓我們有更多的時間去探索與了解農場的運作，或是可以多些實際操作的部分，經由實際動手去做，進而留下令人印象深刻的回憶。

林佳儒：

一、心得

對於初來源鮮智慧農場的我，原先仍對食安問題以及健康飲食沒有太大的注重，而此趟校外參訪，卻讓我受益匪淺，得到有關智慧農場的知識洗禮與滿載而歸的回憶，首先介紹其經營方式、創業過程的艱辛、與如何創造民眾吃得安心的食品，而到最後成為民眾信賴的企業，鮮明的品牌意識，都是在光鮮亮麗的背後應去深入研究與探討的，在導覽員不斷的解說下和有獎徵答的激烈競爭下，與同學們的歡笑聲，一併帶入腦海中，深刻的體驗，令人一再回味。

二、結論與建議

下次參訪時間能長一些，多些讓我們實際體驗手作DIY等類似活動會使這次的參訪更加豐富多彩也能更加印象深刻，回到學校時想起也能身臨其境成為難忘之旅。

邱心儀：

一、心得

經由這次實地參訪原先智慧農場，讓我學到了別以往常的種植蔬菜方式，打破傳統規則，改用水耕法、智慧系統，產出能讓顧客們吃得安心的有機蔬菜，也藉由導覽人員的解說，對於源鮮有了進一步的認識，創辦人蔡文清從生病康復後，有了想回饋社會的使命，而產出能讓人大口安心吃蔬菜，以最自然的方式，保持身心靈健康，並研發了好一些年，才有今日的成就，這樣的成功例子，是值得我們去敬佩、嘉許，讓我受益良多，其中，也讓我覺得不可思議的是，源鮮的有機蔬菜們竟然是吃益生菌、喝豆漿、聽音樂長大的，難怪在參訪當日，由櫥窗可看見，蔬菜們是那樣的茁壯、朝氣蓬勃，好像很喜歡我們的到來，最後，經由這次的體驗，讓我學習到一個成功的企業，背後都有許多極為辛勞成分在，也藉此擴大了我的眼界，收穫到非常寶貴的知識。

二、結論與建議

希望下次能安排一日企業參訪，像這次我蠻想去源鮮的餐廳，嘗試看看他們廣為好評的蔬菜汁，感覺十分特別，也想親自動手做做看，藉此讓自己更有一個健康身心的體驗。

劉怡廷：

一、心得

源鮮智慧農場，從字面上的文字就大致可以了解到這是一間以高科技種植蔬菜的公司，當天行程導覽的姐姐帶領我們參觀了內部，並且解說了他們所種植的蔬菜是無毒無重金屬無蟲卵的，接下來我們被帶到一間視聽室，為我們解說的人是源鮮智慧農場的主管，他以幽默談諧的方式跟我們解說了他們的行銷手法，使我們更加了解經營一家公司可能需要具備哪些條件以及是否需要些特殊的技巧或是事先的規劃，從中我聽到令我最有印象的是所謂的“提袋率”，何謂提袋率？提袋率指的是在商店中購買商品的顧客人數占光臨商店的總人數的比率，這就是提袋率；以前我還不知道何謂提袋率時，只會傻傻地覺得只要會賺錢的公司就一定很好，但經過這次的參訪，我多學到了一項新的知識，也打破了我固有的觀念，並非只要賺錢的公司就是行銷手法好的公司，這次的校外參訪可說是對我們非常的有幫助，從校外學習到在學校不曾觸摸過的東西，也是對學生有一大的好處。

二、結論與建議

希望下次能光臨到源鮮智慧農場的餐廳，大快朵頤一番，或能親自採集蔬菜享受過程的快樂與體會農民的辛勞、所付出的淚水與苦水。

謝佩妤：

一、心得

很開心我們可以藉由校外參訪的機會到源鮮智慧農場參觀，一到那就有導覽人員接應我們。她有耐心的告訴我們關於智慧農場的故事及由來，且一一跟我們導覽介紹器具，照燈的亮度、搖瓶機的速度、水都大有學問。其中令我最印象深刻的是到了最後講師和我們說的兩個大重點，分別是他們種菜的四個方法「喝豆漿、吃益生菌、飲奈米水、聽音樂長大」，及六項未檢出「農藥、重金屬、寄生蟲卵、大腸桿菌、李斯特菌、沙門氏菌」，還和我們說明為什麼網路上說的蔬菜一定要照太陽長大才可以吃的資訊是錯誤的，也很大方的送菜給我們當禮物。這是一次很不一樣的體驗，若下次有機會，一定會再訪。

二、結論與建議

希望他們能讓自己的品牌發揚光大，增加知名度、在各大通路上衝高買氣，讓更多人知道他們種植的蔬菜很健康，種植方法也很不一樣。

圖 5：滿載而歸之合照

