



虛實整合在六級產業上之應用 以幸福果食為例

指導老師 - 陳世民
研究組員 - 廖美涵、林漢蓉

研究動機

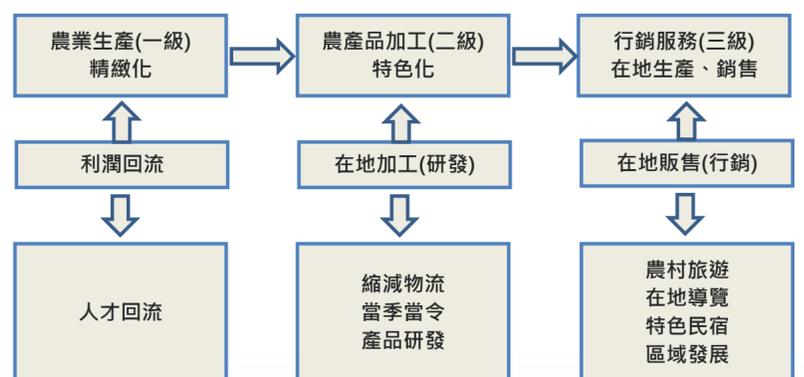
一直以來農產品大多藉由實體通路進行銷售，時有耳聞農民被層層的中間商剝削。為了減少此現象以及農產品銷售管道的困境，虛擬通路為近年來農民寄予厚望之銷售管道。

實體通路與虛擬通路各有其優劣勢，因而有虛實整合的新形態電子商務模式產生，希望藉由六級產業之概念以及線上與線下之整合來提升農產品的附加價值，並直接將農產品介紹給消費者，以讓農民與消費者之間有更多直接的互動，進而增加農民收益。



六級產業

「六級產業化」措施之目的，在於引進農產品加工（二級產業）及行銷服務（三級產業）層面的經營思維，發揮相乘綜效、激發多元創意，將地方的卓越農業資源予以整合活用。



稻田裡的餐桌計畫

- 資源盤點:文化、農產、人力
- 在地整合:組織介接
- 夢行者:學習認知、設計服務、整合訓練

農村系統服務產出

- 餐飲旅遊、農事體驗
- 文化工藝、食農教育

幸福果食

- 農業六級化:體驗消費導入、農產購買導出
- 在地經營、人才落地
- 顧問諮詢、物流通路、創業育成

個案介紹

本組以場域研究的方式，針對「幸福果食」作為研究標的，整理出上圖。

幸福果食以六級產業的型式整合各級農業之資源，透過虛實整合的方式，建立自我品牌與推廣農產品，創造農村與土地的新價值，來翻轉農業傳統的獲利模式。



結論

總結此個案除可供想進入此一市場之農產品經營者新商業模式參考外，尚有以下三點可供學習。

➤ 輕資產的社會企業

幸福果食以少量的固定資產，透過品牌和服務獲取更多支持活動的人力與利潤，結合社會之力量來推動專案，舉辦了一系列的活動，扭轉人們對農村與土地的刻板印象，不是要都市人去憐憫農村，而是要跟農村一起協同作戰，進而發展出可永續經營並自給自足的產業。

➤ 去中間商

幸福果食透過活動之進行，直接將合作農民之農產品介紹給消費者，消費者回購時無須透過幸福果食之平台而是直接向農民購買該項產品，藉以提高農民之收益。

➤ 農業串聯

幸福果食藉由活動吸引一群志同道合的人加入該組織之運作，並將農民所提供之農產品介紹給活動參與者，此舉有助於農民品牌之建立。而農民則可透過參與活動或成為活動之工作人員，認識不同農產之農民，日後若有相關之推廣活動，則可以團體型式參與，以收農業串聯之綜效。