

鳳梨線上甜蜜蜜開站發布會暨展售會實錄

張鳳珉¹



摘要

國產鳳梨本(110)年度受暫停輸陸及國內新冠肺炎疫情等因素影響銷售，為帶動消費需求，行政院農業委員會農糧署與鮮果、加工業、生技業、手搖飲業及科技業等數十家業者攜手合作，推出包含食品、酵素、清潔劑、保養品等超過百項臺灣鳳梨相關製品線上優惠活動，嘉惠消費者，以需求帶動鳳梨產業。鳳梨線上甜蜜蜜展售平臺於本年6月22日~7月22日銷售時間內，約創造115萬元營業額，感謝國人共同支持臺灣農產品，保障農民收益，共創農業多元商機。

The usually hot-selling pineapples suffered some reduced sales this year owing to China's ban on imports and the Covid-19 pandemic. To step up domestic consumption, the Council of Agriculture's Agriculture and Food Agency launched a one-month online campaign on June 22 in conjunction with dozens of fruit sellers, processors, biotechs and beverage outlets to promote sales of over 100 products using pineapple as an ingredient. The campaign is expected to create NT\$1.15 million in sales.

| 註1：行政院農業委員會農糧署。

一、前言

鳳梨為我國重要之經濟果樹，依據行政院農業委員會（簡稱農委會）統計臺灣鳳梨年平均產量約為42萬公噸，主要產區以屏東縣（30%）為主，其次依序為高雄市（14%）、臺南市（14%）、嘉義縣（13%）、南投縣（12%）及花東等地區。去（109）年外銷量達4萬5,621公噸，其中出口至中國占97%，其餘為日本（2%）及香港（1%）。每年盛產期於3~7月，約占全年總產量6~7成，主要品種為金鑽鳳梨占85%，其餘尚有土鳳梨、牛奶鳳梨及甘蔗鳳梨等。國產鳳梨極具特色與香氣，含有豐富的醣類、維生素B1、B2、維生素C、鉀、錳、膳食纖維及鳳梨酵素等，既健康又消暑，也能促進腸胃消化，為營養豐富的優質水果。

由於中國海關總署於本（110）年2月25日透過「海峽兩岸農產品檢疫檢驗合作協議」平臺，通知將自3月1日起暫停我國鳳梨輸入，根據農委會統計去年外銷至中國的臺灣鳳梨為4萬1,661公噸，產值約14.9億元，占總出口產值9成，使得鳳梨市場面臨嚴重困境。爰為因應中國暫停臺灣鳳梨輸入，降低對鮮果市場的衝擊與影響，農委會研擬多項行銷措施，包括拓銷國外新興市場、國內企業團購及多元加工等，全面啟動完整因應措施，以穩定國內鳳梨產銷，確保農民收益。

二、鳳梨整合平臺——「挺旺萊鮮購專區」，國內企業鬥相挺

由於受中國暫停臺灣鳳梨輸入事件，已引起國人高度關注，為共同穩定國內鳳梨價格，保障農民收益，農委會立即於本年2月27日委託財團法人農業科技研究院設置國產鳳梨整合平臺（挺旺萊鮮購專區）作為訂購媒介，同時建立6支服務專線及1個服務信箱，全力號召國人一起吃鳳梨，共同相挺臺灣旺萊產業。

自國產鳳梨整合平臺設置以來，匯集國內眾多企業、民間團體等熱烈響應，短短1天時間認購企業已多達百家，截至6月22日共出貨728筆訂單（698家），協助產地農友銷售鳳梨達659公噸，創造超過3,488萬元銷售額，各企業均以最實際之行動展現對臺灣農產品的支持，用最溫暖的團結力，共同化危機為轉機。

三、鳳梨線上甜蜜蜜展售平臺熱情開站，跨業齊心挺臺灣鳳梨

國內疫情自5月中旬起日趨嚴峻，全國進入防疫第三級警戒，因餐廳暫停內用服務、校園停課、家庭外出採購不易等因素，再次影響國產鳳梨銷售。因此，農委會農



糧署（簡稱農糧署）為協助鳳梨農創造更多元的農產品新價值，降低疫情影響，特別串連鮮果、食品加工業、生技業、手搖飲業及科技業等全臺知名業者，共同推廣臺灣優質鳳梨產品，於本年6月22日~7月22日推出「鳳梨線上甜蜜蜜展售平臺」，透過線上採購平臺，與業者攜手推出各式優質鳳梨商品，匯集超過百樣鳳梨相關優質產品包括食品、酵素、清潔劑到保養品等製品一應俱全，讓消費者不只是品嚐鳳梨鮮果，更透過延長賞味期，展現鳳梨多元的產品風貌，讓鳳梨相關產品融入民眾的生活。藉由跨域合作模式，共同宣傳臺灣國產鳳梨，發掘臺灣農產業應用潛力，提升農業多元發展的可能性，亦藉此幫助農民拓展鳳梨行銷管道，穩定國內鳳梨價格，保障農民收益。

為遵守全國防疫措施，「鳳梨線上甜蜜蜜」開站發表會以線上方式進行，透過創新行銷模式，於後疫情時代協助農友開拓銷售新管道。活動由農糧署胡忠一署長為線上展售活動揭開序幕並強調：「中國暫停我國鳳梨輸入事件已引起國人高度關注，國人紛紛以行動力相挺，展現支持國產農產品的決心；但5月中下旬因疫情嚴峻使得鳳梨農友再次遇到危機，當務之急應協助農民再創新的農產品價值。所以本次特別集結全國23家優質業者，透過鳳梨線上甜蜜蜜網站，讓民眾以最安全的消費環境進一步認識



農糧署胡忠一署長為鳳梨線上甜蜜蜜開站揭開序幕。

臺灣優質鳳梨，同時有新的認知來支持國產農作物，除協助農友提升銷售契機外，也協助加工業者以創新行銷模式共創多元新商機」。

本次線上展售活動參與業者產品相當多元，包含Mr. Wish的金鑽鳳梨青、光果茶；好旺村「鮮果萃」；旺萊山的鳳梨醋、鳳梨酵素乾洗手噴劑與鳳梨酵素蔬果洗淨液；江記永安喜餅的土鳳梨酥禮盒；果然Good Eat的鳳梨真果；旺萊獅的百香鳳梨果甘與塩之甘鳳梨果甘；琪琪健康舖的鳳梨果醬；小草作的季春鳳梨果乾水；舞間茶心的鳳梨爆米花；宅窩家「蕉流」；枝仔冰城的鳳梨冰棒；丰丹嚴選本舖的原味鳳梨酥；哈克大師菓子工坊的旺萊糕夏威夷果軟糖；久久津創新之焦糖鳳梨金磚；阿美鳳梨的獨家玉蘭花新鮮鳳梨、金鑽鳳梨雪花餅；無毒農粥寶寶的鳳梨米香餅；自然果舖巧克力鳳梨果乾；優鮮主意的鳳梨果昔與可樂達；赤山社區的鳳梨洗面露、沐浴乳；果寶歡醉的鳳梨果醋；

格外農品的鳳梨果茶醬等各式鳳梨相關產品，另外，胡忠一署長也特別介紹具備奈米銀、無接觸、臭氧殺菌之熱食智慧販賣機，並示範透過手機QR Code領取新東陽的鳳梨便當，於後疫情時代展現創新商業模式，透過智慧販賣機共同響應防疫新生活。

「鳳梨線上甜蜜蜜網站」自6月22日熱情開賣後，以購物優惠與鳳梨口罩贈品等多元行銷策略，吸引全臺灣的廣大消費者共襄盛舉，於平臺採購臺灣優質鳳梨農產品，以行動力支持臺灣國產農作物，攜手共創臺灣農業新世紀。

四、結語

今年3月中斷暫停臺灣鳳梨輸入及國內新冠肺炎疫情升溫，使得臺灣鳳梨產業面臨前所未有之危機。農委會為穩定鳳梨產銷，立即推出協助國產鳳梨擴大銷售，並號召各大企業、團體以及國人熱烈響應購買，以行動力支持臺灣農產品，共同穩定農產品



鳳梨線上甜蜜蜜網站參與業者之多元產品。



農糧署胡忠一署長(左)介紹熱食自動販賣機響應防疫新生活。

價格。此外，疫情對世界的影響仍未緩解，民眾消費習慣大有改變，已促使外送趨勢提高及線上購物等新商業模式的崛起。本次「鳳梨線上甜蜜蜜網站」約創造115萬元營業額，透過跨域整合模式，於後疫情時代再現臺灣農業新價值，除發掘臺灣農產品多元應用面向，也展現臺灣農業新形態。



鳳梨線上甜蜜蜜網站熱情開站(右為農糧署胡忠一署長)。

