

農業部農糧署

112 年度農業產銷班企業化及創新經營輔導計畫

-發展農業產銷班「共同品牌」培訓-

農業部農糧署為推動農業產銷班擴大經營規模，優化班經營管理或企業化經營，培育農村地區農業產銷班及集團產區經營管理與組織領導人才，以農民合作突破家庭農場型態在生產、管理、行銷等限制，強化農業經營效率與韌性，因應市場和環境的變化挑戰。

為協助具發展「共同品牌」潛力的產銷班優化產銷，農糧署開辦初階、進階兩階段培訓課程，以發展產銷班「共同品牌」運作為課程導向，以實際案例與完整步驟強化產銷班組織共同品牌經營知能。課程以「使用者角度設計商業模式」手法並搭配系列知識圖卡，促進產銷連結及消費者經營。

(一) 培訓對象及資格

農糧署登記在案之農業產銷班班員及各縣市農業產銷班助理員，具意願及潛力發展共同品牌與增加產銷連結機會者，資格條件符合下列者尤佳。

1. 全國農業產銷班班員：通過產銷履歷集團驗證者、受各縣市產銷班助理員推薦者，具良好體質與共同合作基礎之農業產銷班，優先錄取。
2. 各縣市農業產銷班助理員(輔導 2 班以上者)。

(二) 推薦暨報名資訊

1. 推薦時間：至 112 年 9 月 15 日(五)中午 12 時止。
2. 線上推薦暨報名網頁連結：<https://reurl.cc/4oV1bX>
3. 執行單位聯絡方式：

財團法人中國生產力中心(CPC)

電話：02-2698-2989 轉 02893 彭玉芝 專員

信箱：02893@cpc.org.tw



(三) 培訓時間與地點：

【第一階段】

每梯次上課人數，上限以 15 單位，每單位 2 人，總計 30 人為限。

◆ 南部場：

日期：112 年 9 月 25 日(一) 9:30-17:00

地點：高雄有機體商務中心-大教室(高雄市左營區重信路 608 號 2 樓)

交通資訊：臨高鐵站 250 公尺內，步行約 3 分鐘

*搭乘「高鐵」影片指引：<https://reurl.cc/N07eVq>

*搭乘「捷運」影片指引：<https://reurl.cc/kXzAD9>

◆ 中部場：

日期：112 年 9 月 27 日(三) 9:30-17:00

地點：新烏日集思會議中心-史蒂文生廳 402 會議室

(臺中市烏日區高鐵東一路 26 號 3-4 樓)

交通資訊：臨高鐵站 55 公尺，步行約 1 分鐘

【第二階段】

由第一階段遴選出之 10 個單位為對象，每單位 2~3 人，共 30 人為限。

日期：112 年 10 月 25 日(三)－10 月 26 日(四) 2 天 1 夜

地點：高雄陽光大飯店(高雄市苓雅區中華四路 75 號)

住宿：如有需求學員可申請 10 月 25 日於該飯店住宿

(四) 注意事項：

1. 推薦暨報名原則：

(1) 本課程僅需推薦暨報名第一階段課程。

(2) 符合資格者，請擇一梯次(中部或南部)推薦及報名，勿同步報名中部及南部，避免造成重複推薦報名。

(3) 每位農業產銷班助理員至少推薦 2 班，每班推薦 2 人為原則，建議推薦具共同品牌發展準備，或具未來參加年全國十大績優農業產銷班評選潛力者。

2. 錄取原則：

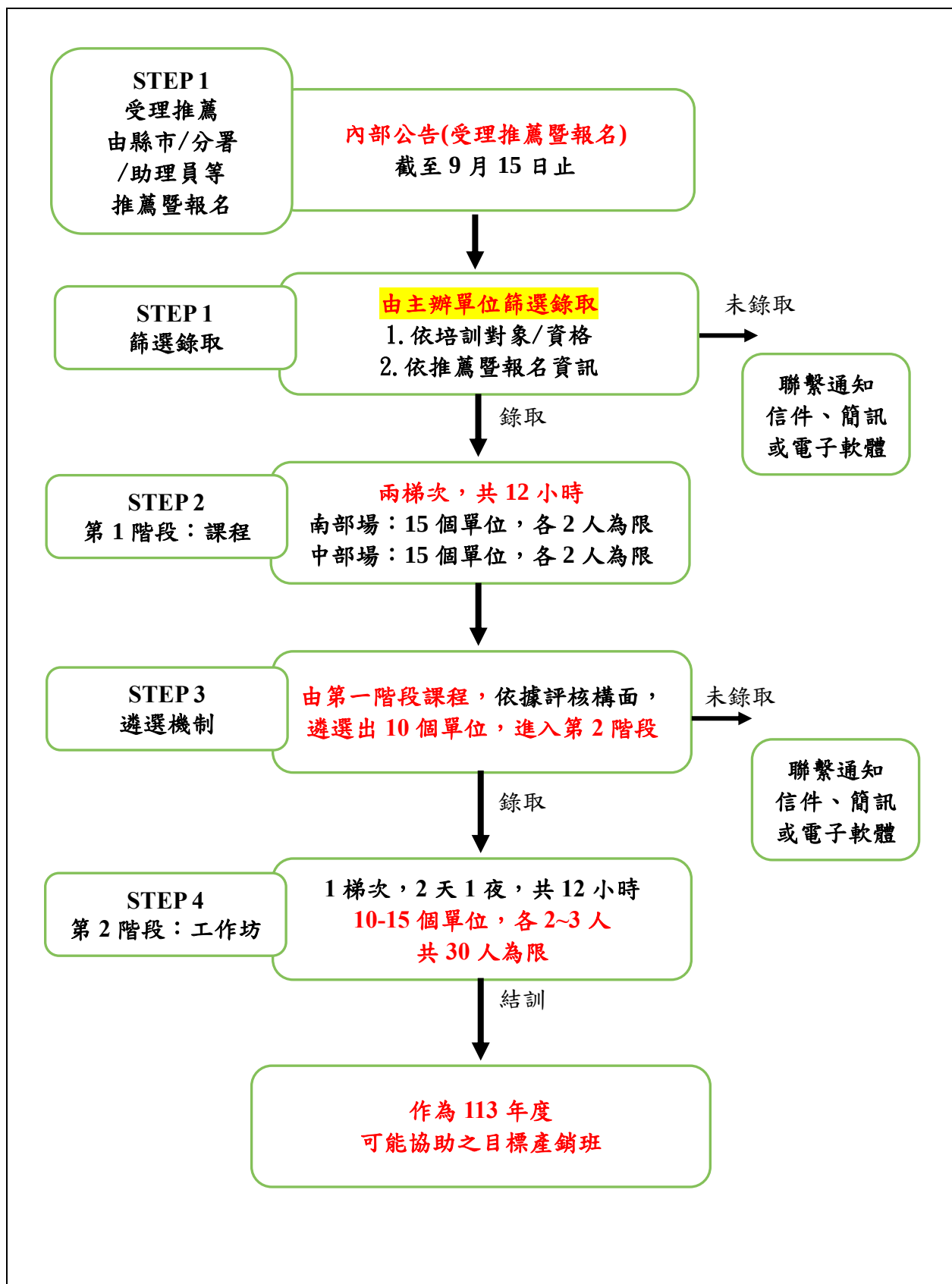
(1) 第一階段錄取原則：依培訓對象及資格所列，依農糧署分署/各縣市農業產銷班助理員等推薦名單彙整後，由主辦單位決議後錄取。

(2) 第二階段錄取原則：通過遴選者使得進入第二階段。以第一階段兩梯次學員上課情形評核，分數基本達 80 分以上者，依排序前 15 個單位，得進入第二階段課程，評核構面如下。

(3) 評核構面

序	評核構面	說明	佔比(%)
1.	品牌認知	1.是否了解共同品牌發展價值 2.對於共同品牌之態度及發展準備	35
2.	通路定位	1.是否了解通路形象、策略及權益 2.農產品是否具有相關驗證標章制度 及是否了解產品與通路之契合度	35
3.	配合度	1.課堂回應及主動性 2.單位之合作討論度及資料(如問卷、 課堂作業等)繳交配合	30
合計			100

(五) 活動流程



*主辦單位保有最終修改、變更、活動解釋之權利。

(六) 訓練方式：採取課程及案例實作分析併行方式進行，使學員瞭解課程主題內容、作業流程等，並提供具體案例說明介紹或情境說明，引導學員有效學習及運用。

(七) 課程設計：以產銷班實際產品案例搭配農糧署「農業產銷班知識圖卡」系列教材及延伸閱讀網站 <https://reurl.cc/ymaQNM> 作為課程主軸內容，完整操作產銷班共同品牌發展之步驟及合作模式，另以三大類(品牌、營運及顧客)前中後區分，做為本次輔助教材分級如下。

類別	前(初級：課程)	中(中級：課程)	後(中高級：輔助運用)
品牌	01-我們要發展共同品牌嗎	07-目標客群：人物誌	21-故事行銷
	18-品牌核心價值	19-LOGO 設計	22-明星代言人
	20-品牌故事		24-展售活動
			29-商品知識吃的健康
營運	26-有哪些網路平台-01	02-用「商業模式 9 宮格」找到合作夥伴	28-網路行銷工具
	23-通路的種類-01	05-市場分析與定位：STP	27-有哪些(有助於農產品銷售的)社群、網路平台經營方式
	06-B2B 或 B2C 怎麼選	08-競品分析	25-通路合作洽談
			04-分潤模式
顧客	09-4P4C-顧客跟你想的不一樣	12-對顧客的承諾	30-熟客經營

(八) 授課議程

1. 第一階段：兩梯次(南部場、中部場)之議程時間相同，各 6 小時，共開設 12 小時。

時間	課程內容	圖卡應用	講者
南部：9/25(第 1 梯次) / 中部：9/27(第 2 梯次)			
09:30-09:50	學員報到		
09:50-10:00	【課程培訓目的說明】 1. 階段性增能培訓機制說明 2. 政策性指標說明		農糧署長官
主題 1：組織與品牌發展			
10:00-12:30 (2.5 小時)	【品牌價值及發展】 1. 何謂品牌，品牌營運需投	圖卡： 01-我們要發	第 1-2 梯次 (南部：9/25、

時間	課程內容	圖卡應用	講者
	入哪些資源？ 2. 經營品牌需準備什麼人或技能？ 3. 共同品牌與組織發展之共通性 4. 共同品牌的優勢及利基點 5. 建立共同品牌會賺錢？有何發展性？	展共同品牌嗎 18-品牌核心價值 20-品牌故事 應用說明： 1.注重共同品牌發展的引導及分享案例。 2.協助以設計思考邏輯，生活化引導，以強化共同品牌的認知。	中部：9/27) 境界創意策略有限公司 陳育正 總監
12:30-13:30	午餐與交流		
主題 2：通路選擇與經營			
13:30-17:00 (3.5 小時)	【通路選擇及顧客體驗】 1. 通路何其多，哪個適合我？ 2. B2B 或 B2C 想要通包可能嗎？ 3. 別人到底怎麼賣的？撇步告訴你？ 4. 要如何分眾及區隔市場經營？	圖卡： 26- 有 哪 些 網 路 平 台 23- 通 路 的 種 類 06-B2B 或 B2C 怎麼選 09-4P4C- 顧 客 跟 你 想 的 不 一 樣 應用說明： 1.以顧客消費為出發，尋找	第 1 梯次 (南部：9/25) 臺灣美食技術交流協會 蔡清德 秘書長 第 2 梯次 (中部：9/27) 圭話行銷股份有限公司創辦人 何佳勳

時間	課程內容	圖卡應用	講者
		出品牌及產品 最適行銷管 道。 2.以顧客接觸 點引導，區分 目標對象及產 品體驗關鍵 點。	
遴選方式： 依據遴選構面及輔以學員課堂問卷等，講師課後評比排序選出前 10 個單位， 進入第二階段工作坊。			

2. 第二階段：工作坊兩天，各 6 小時，共開設 12 小時。

- ✓ 引導產銷班學員以「消費者需求洞察顧客價值」為導向。
- ✓ 使用情境、互動及生活化等方式，傳授品牌設計及營運心法。
- ✓ 演練教學方式：上午採教學、輔以影像或案例等分享，下午為分組討論及實務演練操作。

時間	課程內容	圖卡應用	講師
10/25(三)：南部(高雄陽光大飯店)/ 工作坊第一天，6 小時			
09:50-10:00	學員報到		
10:00-10:10	【政策指標及未來發展配合】 1. 厚植產銷人才之推廣說明 2. 種子產銷班任務說明		農糧署長官
主題 3：品牌設計及影響力			
10:10-12:10 (2 小時)	【品牌價值及永續發展】 1. 品牌僅是 Logo 設計？還 有什麼發展意涵？ 2. 共同品牌與各家商號之關 係應用設計	圖卡： 07-目標客群- 人物誌 19-Logo 設計	Dot Design 點睛 設計有限公司 韓世國 創辦人 暨設計總監
12:10-13:10	午餐與交流		

時間	課程內容	圖卡應用	講師
13:10-15:10 (2 小時)	【共同品牌之價值理念】 1. 共同品牌系統識別應用需求與你想的一樣嗎？ 2. 原來顧客看到的與你想要的不同？	應用說明： 1. 以案例說明品牌設計意涵，共同品牌如何創造最大化效益。 2. 引導確認品牌定位及產品價值，定義產品及服務之設計觀點	
15:10-17:10 (2 小時)	【找出你的品牌個性】 1. 品牌設計真能代表產品的好壞？ 2. 我與別人有何不同？要別人如何記得我？	應用說明： 帶你找出品牌設計關鍵，說出品牌故事、找出品牌獨特性及差異化。	

10/26(四)：南部(高雄陽光大飯店)/ 工作坊第二天，6 小時			
主題 4：品牌行銷及經營策略			
09:50-10:00	學員報到		
10:00-12:00 (2 小時)	【透析品牌掌握競爭力】 1. 為品牌把脈，就要自己來 2. 誰是我的策略夥伴 3. 市場定位及策略挑戰，我也行	圖卡： 02-用「商業模式 9 宮格」找到合作夥伴 05-市場分析與定位：STP	境堺創意策略有限公司 陳育正 總監
12:00-13:00	午餐與交流		
13:00-15:00 (2 小時)	【看出不一樣，獲利跟著來】 1. 我的產品要怎麼賣？分級差異及價格如何定？ 2. 優勢看到了嗎？要如何搶攻市場？	應用說明： 以創新企業成敗之借鏡學習，了解產銷班之優缺點及差異化。	
15:00-17:00 (2 小時)	【鎖定目標市場，為自己量身打造】 1. 我的產品到底要賣給哪些人、哪些地方？ 2. 消費者為何會購買？有哪些需求？	應用說明： 從自我品牌及產品分析，瞭解目標市場需求及帶給消費者的價值。	
17:00~	賦歸		

(九) 講師陣容

授課主題	姓名	經歷簡介
主題 4：品牌行銷及經營策略 主題 1：組織與品牌發展	 陳育正	現任 境堺創意策略有限公司 總監 社團法人台灣生態城市暨國土規劃學會 秘書長 國立中興大學景觀與遊憩學位學程 兼任講師級專業技術人員 學歷 國立中興大學農村規劃研究所碩士 經歷 基業整合創意策略有限公司 協理 基業整合創意策略有限公司 經理 德雅環境設計股份有限公司 景觀規劃設計師 專長 農村產業輔導、品牌深化行銷、景觀生態
主題 2：通路選擇與經營	 蔡清德	現任 臺灣美食技術交流協會 秘書長 學歷 國立台灣大學農業經濟研究所 經歷 凱馨實業股份有限公司 營業協理 鮮享股份有限公司副總經理 雲林縣斗南鎮農會糧食工廠廠長兼行銷經理 大橋稻米產銷專業區執行長兼行銷企劃部經理 泉順食品企業有限公司(山水米)董事長特助兼企劃部經理 臺灣省有機農業生產協會理事 社團法人台中市行銷人協會副理事長 國立雲林科技大學專案課程講師 朝陽科技大學行銷與流通管理系兼任講師 嶺東科技大學企業管理系兼任講師 建國科技大學國企系/行銷系兼任講師 弘光科技大學兼任講師 專長 行銷營運與企劃、品牌管理、創意行銷及供應鏈管理等

授課主題	姓名	經歷簡介
主題 2： 通路選擇與經營	 何佳勳	現任 主話行銷股份有限公司 創辦人 臺中科大商業設計系與多媒體設計系兼任教師 學歷 臺中科技大學多媒體研究所 經歷 2019 代表外交部赴史瓦帝尼演講 2019 華人好講師台灣區 30 強 2019 代表外交部赴宏都拉斯演講 2019 著有 CRM 大商機：客戶經營實戰術 2018 線上課程 YOTTA LINE@操作基礎到行銷應用 2017 LINE@官方認證講師(全台共六名) 專長 跨產業行銷經營輔導、品牌經營及行銷教學、社群行銷、遊戲化行銷、網路行銷顧問服務
主題 3： 品牌設計及影響力	 韓世國	現任 點睛設計有限公司 創辦人兼創意總監 學歷 中國文化大學推廣部擔任設計專業講師 實踐大學與明志科技大學設計系兼任講師 經歷 實踐大學時尚與媒體研究所 國際獎項： 2013-2022 獲得多項德國紅點產品設計/包裝設計、德國 IF 產品設計、金點設計獎及 OTOP 設計獎等，列舉如下： 2017 年以「耐火砂鍋 Fireproof Pot」榮獲 德國紅點獎 reddot 2017 年「點茶 1869 台灣茶系列包裝」OTOP 產品設計獎 2018 年「岩石蠟燭」榮獲金點設計-產品設計類別 2019 年「台灣鳳梨纖維盤」榮獲金點設計-產品設計類別 專長 品牌設計、產品設計、循環設計、展場設計、C.I.S.設計、網頁設計、3D 動畫等