

作品簡介

探討亞植有機農場行銷策略

隨著經濟發展提升以及人民所得提升，人們更注重飲食健康，想要吃「好」又可以「安心」的有機農業在此冒出了小小的枝椏。位於桃園市楊梅區的亞植有機農場，採用自然循環的種植技術，為我們本次的研究對象。本小組想了解亞植有機農場經營模式以及探討其農產品的行銷手法。



研究結論

（一）亞植的競爭優劣勢

亞植的優勢在於雖然市場較小眾，但有機消費者穩定、忠誠，加上成本高，讓潛在競爭者不易進入，有助於穩固市場地位。劣勢則是價格偏高、有機產品取得不便，再加上民眾對有機的認識不足，導致市場推廣較有難度。

（二）亞植行銷策略

亞植在面臨高成本造成售價高的劣勢下，不能依靠價格競爭，轉為將產品與服務範圍擴大，與烘焙坊合作推出產品、舉辦食農教育活動.....等。

（三）亞植有機農場消費者滿意度分析

民眾對於亞植農產品、人員所具備的專業知識，以及農場舉辦的相關活動等反映良好，而份量及價格方面則尚有進步空間。



研究建議

（一）讓民眾認識有機農業

業主可以製作短影音上傳到社群媒體來推廣、增加舉辦食農教育課程的場次，讓民眾可以增加有機農業的認知，亦能讓農場提高曝光率。

（二）亞植農產品的推廣

利用社群廣告和進駐各大連鎖賣場及超市，讓更多消費者在日常購物中可以輕鬆接觸、選擇更多樣，成功將健康好品質推向更多人的餐桌。



商二二吳珞瑜

商二二李珮滢

商二二劉宜臻