



東東良品有限公司

# 竹購安心——東東小農食品 行銷速配站開發計畫

創立日期 | 2016 年 3 月 30 日

負責人 | 林栢東

營業項目 | 電子商務經營；農產品零售；日用品零售；化妝品零售

## 計畫緣起

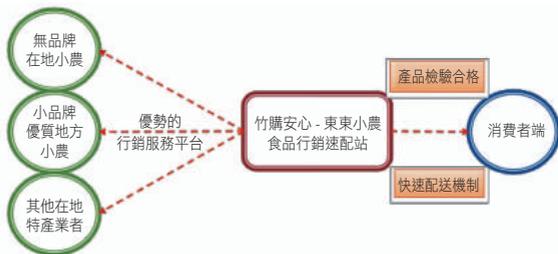
近幾年氣候變遷、地球暖化現象，農產品及經濟環境惡劣，東東良品秉持著以發展農業、照顧農民、結合地方產業文化的概念出發，以「從農場到餐桌」農產品安全新鮮、產地直送到消費者之要求，試圖找出對環境生態好、對消費者健康好、對小農好的「三好」台灣在地農特產品。因此建立起消費者對於平台的信任感著實乃網路零售平台未來發展之重要課題。為了實現此一願景，東東良品必須擁有以下能力：1. 深耕台灣各地農特產品，確保從農場到餐桌之食品安全；2. 農特產品的推動者，以產地新鮮直送為最終目標；3. 以有機、產銷履歷、自然友善環境耕作為導向，提供消費者健康安心的農產品；4. 致力尋找簡單且符合環保包裝，創造簡單富質感的文創商品，在機緣下接觸新竹市地方型 SBIR 計畫，積極爭取並獲得評審委員

的認同及支持。

## 計畫重點

根據 2016 年創市際市調研析 - 食品安全篇之調查所載，各國消費者對於食安擔憂情形，台灣消費者表示擔憂者最多，共有 91.5% 受訪者會擔心，而中國其次，也有超過九成 (90.2%) 表示擔心。從族群分析來看，日韓星國家都是以女性表示擔憂的比例較高，而各國都是有小孩者會擔憂的比例較沒有小孩者多，和曾購買過問題商品的經驗的族群相似。

東東良品期望今後商品呈現出安全高品質、簡單富質感、安心吃美食，在取之於農、用之於農的理念下，東東良品結合在地優質農特產品供應與結合配報系統通路的新營運模式，期望提升消費者商品品質與快速的配送服務。以新竹為開始，建立一個符合未來消費態度「對環境生態好、對消費者健康好、對小農好」的三好營運模式。東東良品開發的 3 個觀點：1. 透過產地改善，解決食品安全問題；2. 檢視良品產製過程，去除不必要的浪費，將科技與農業結合，降低管銷成本；



3. 與在地設計、文創業者合作，嚴選開發台灣誠信良心的文創商品及周邊商品。

東東良品將目標客群鎖定高比例具備消費能力且追求食安與便利性的銷售族群——科學園區族群，透過免上架費及超額利潤之誘因，引導合作的小農及在地農特產業者進行商品的安全驗證。提供消費者買到安心可信的商品。平台透過派報配送體系的結合，將可讓商品快速配送到府。

## 計畫創新

1. 建構完整行銷組合，解決目前在地小農 / 特產業者銷售上的困境。
2. 形成在地優質小農 / 特產業者商品群聚品牌，提升各自的品牌知名度。
3. 挖掘優質在地農特產品，彰顯真實價值。
4. 協同小農及地方特產業者共同經營，使其瞭解消費走向，共同提升營運績效。
5. 創新結合派報配送業者進行平台配送服務

模式，對國內派報配送業者創造新商機。

6. 建構多樣化推廣通路，透過網網相連的模式，大幅增進小農 / 特產品牌宣傳層面的深度與廣度。增進新竹在地農特產品及其他地區特產之知名度，進一步提升小農及中小型特產業者產值。

7. 規範並協助各式小農產品上架前取得食品安全認證，提供消費者安心、小農受肯定之雙贏局面。

## 創新榜

- ① 增加產值 2,000 仟元
- ② 產出新產品或服務 1 項
- ③ 額外投入研發費用 1,000 仟元
- ④ 增加就業人數 1 人



## 經營者真心話

感謝 SBIR 計畫辦公室協助，讓計畫得以順利完成，經過這次計畫的洗禮，也讓東東良品成長，繼續為台灣提供優質農產品而努力不懈。

