

中華郵政公司關懷農產行銷實施計畫

一、緣起：

中華郵政股份有限公司（以下簡稱本公司）為關懷本土農業，善用並整合郵政多元資源，引進跨域公私合作創新理念，形塑品牌提升農產新價值，建構優質農產品產地直銷直送支援平台，協助小農解決產銷問題，特別訂定本計畫。

二、實施單位：

（一）主辦單位：

- 1.本公司電子商務室（成立關懷農產行銷專案小組）
- 2.本公司所轄各等郵局（企劃《營業》行銷科執行）

（二）協辦單位：

- 1.本公司郵務處、儲匯處、資訊處、會計處
- 2.本公司各等郵局所轄各級郵局

三、實施對象：

台灣各地小農。

四、實施期程：

自 103 年 5 月 1 日起每年持續辦理。

五、實施策略：

由本公司各地郵局推薦或農民自我推薦，經審查通過後，先將各地優質農產品導入本公司郵政商城及各地郵局通路銷售，再逐步協助台灣小農作產品包裝，形塑品牌，提升其產品辨識及價值，最終引進公私部門資源，扶持小農自立自主創新發展。

六、實施原則：

本公司係國營事業，肩負配合政府施政方針，善盡企業社會責任義務，關於本計畫關懷農產品標的將依下列原則辦理：

- （一）產銷失衡農產品。
- （二）偏鄉原鄉農產品。

(三) 受災農產品。

(四) 4 章 1Q 認證農產品。

(五) 其他在地優質農產品。

七、實施方式：

運用本公司遍佈全國各鄉鎮據點優勢，結合「郵政商城」網路購物渠道條件，建構虛、實通路全方位商流銷售平台，作為本計畫最有力的推動基石與支持，並進一步整合本公司儲匯金流服務與郵運物流資源，提供小農產品行銷、金流代收、訂單處理、出貨管理及物流配送等「一條龍」整合服務，協助臺灣各地小農建立自產自銷模式，跨越產銷困境，增進並穩定農業收益。

八、實施程序：

(一) 標的通報：

1.各局推薦：

各等郵局應主動檢視在地農產品有否符合本計畫六實施原則，並與相關小農或產銷班進行洽談，獲致同意後向本公司電子商務室推薦通報。

2.小農自薦：

各地小農透過本公司關懷農產行銷專區網頁或連絡在地郵局自我推薦參加本計畫，本公司將由「關懷農產行銷專案小組」專責協助，聯絡在地郵局企劃（營業）行銷科派員拜訪洽談，確認合作可行性後，向本公司電子商務室通報。

(二) 品項初審：

本公司電子商務室所設「關懷農產行銷專案小組」接收各局通報擬辦關懷農產行銷標的後，應召集會議就該品項是否符合本計畫辦理原則及目的作初步審查，審查通過後，通知各該郵局續辦理相關規劃。

(三) 前置規畫：

各等郵局收到審查通過之通知後，應即與小農或產銷班討論農產品包

裝、訂價、網站開店、行銷、訂單處理、出貨作業等相關事宜，並擬具相關作業及行銷規劃。

(四) 聯繫協調：

為利本計畫各提案順暢執行，各等郵局除應隨時與小農溝通協調，周延相關作業外，亦應與本公司內部相關單位密切聯繫協調。

(五) 提報審查：

各等郵局應於完成相關規劃與協調後，填寫『關懷在地農產品行銷提報表』，向本公司電子商務室「關懷農產行銷專案小組」提報，由該小組開會審查，並於通過審查後，交由企劃導入分組安排行銷檔期。

(一) 上檔行銷：

本計畫各提案經審查通過後，應由各提報局提供相關農產品素材及建置網路商店相關資料，供本公司電子商務室協助建置網路商店資訊及網頁、規劃行銷活動、辦理各項宣傳活動及客服支援等事宜。並依預先排定之檔期上檔銷售。

(七) 執行分工：

1. 小農：

- (1) 應於郵政商城開立網路商店接受消費者訂購、回應出貨、包裝出貨及訂單查詢等。
- (2) 農產品內外包裝應考量郵遞因素妥為規劃保護措施，以確保消費者收到之品質。
- (3) 以小農市集型聯合出貨者，應特別注意農產品質管控，並在活動開始前，設定管控機制。

2. 各等郵局：

- (1) 企劃（營業）行銷科：負責本計畫標的開發與洽談、行銷規劃作業、文宣品印製、協助農家網路商店後台操作、訂購資料處理、通知出貨、客服、支援及銷售目標管理等。
- (2) 上收局：資料處理、出貨聯繫、派車安排、上收收件、統計郵件量及應收郵資、製作郵資收款報表及開立購票證明、收取郵資等。
- (3) 郵務科：協助上收局調度人員、車輛及上收作業協調。
- (4) 會計室：郵資審核、各局推廣郵務收入之轉撥。

3.各郵件處理中心/各轉運局：

本計畫各案農產品郵件接收、分揀及轉運處理。

4.各郵局投遞單位：

本計畫各案農產品郵件投遞作業、妥投資料上傳。

5.本公司電子商務室（郵政商城）：

協助本計畫各案小農建立網路商店及建置商品網頁、相關文宣品製作、DM發送各局陳列、各項行銷活動執行、媒體宣傳、代訂購服務、客服支援、網路商店後台操作支援、帳款結算、業績統計。

6.各級郵局：

本計畫各案農產品實物展售、文宣 DM 陳列，辦理試吃活動、臨櫃推廣、受理顧客訂購等。

7.總公司各相關處室：

(1) 儲匯處：提供郵政商城金流服務及相關客服支援。

(2) 資訊處：提供郵政商城資訊相關服務支援。

(3) 郵務處：協助各等郵局完成農戶特約戶申請、簽約、郵資議價及郵遞聯繫協調。

(4) 會計處：郵資收入科目及撥轉相關事宜。

九、預期效益

(一) 整合郵政商流、金流、物流、資訊流、客戶流資源，善用虛、實通路銷售平台，協助台灣小農解決產銷問題。

(二) 創造郵政業務結合社會關懷新模式，落實「在地深耕，公益郵政」之社會服務精神。

(三) 推動安全農產生產理念，協助品牌形塑，提高價值收益，讓農民種的安心，民眾吃得放心。