

台灣區農業暨食品電子商務協會

2020 年第 4 季季刊

最新消息

2020 生鮮電商論壇於台北南港展覽館舉辦----p2
舉辦 5 屆第 9 次理監事會議及第 6 屆首次會員大會及理監事會---p6

產業重大事紀

71 歲以上也愛網購 蝦皮宣告「全民網購」時代正式來臨----p9

活動預告

電商網站 SEO 實務班 ---p11



台灣區農業暨食品
電子商務協會

發行單位：台灣區農業暨食品電子商務協會
理事長：陳發成
祕書長：賴啟仁

會址：104 台北市中山區南京東路三段 201 號 9 樓 電話：02-27191289 傳真：02-27195700

網址：www.afeca.org.tw Email：afeca@foodchina.com 編輯：王健中

Facebook：http://www.facebook.com/afeca

(本刊每季發行乙期)

最新消息

2020 生鮮電商論壇於台北南港展覽館舉辦

「2020 生鮮電商論壇」於 2020 年 11 月 5 日在台北南港展覽館舉辦，結合台灣畜牧展覽會議，及生鮮電商跨業論壇，本次活動由 TOP 100 養豬菁英俱樂部、中華食物網、台灣區農業暨食品電子商務協會主辦，亞洲英富曼公司及中央畜產會協辦，活動主題是「養豬升級策略與後疫情時代電商新通路」，現場交流熱絡。



上圖：貴賓合影

主辦單位台灣區農業暨食品電子商務協會賴啟仁祕書長上台，生鮮電商之中，肉品是非常重要的環，也協助業者推動電商，掌握趨勢，也歡迎共同加入協會。



上圖：本會賴啟仁祕書長

中央畜產會林聰賢董事長上台致詞及勉勵，養豬產業是高產值的產業，最近政府推出的養豬產業百億基金的升級計畫，也來正式面對產業的結構性問題，面對挑戰就是最好的機遇，中央畜產會不只是溝通協調的角色，更扮演解決問題的平台，分工合作，提升產業競爭力，上中下游一起升級，提升育成率共同努力。



上圖:中央畜產會林聰賢董事長

演講首先由中央畜產會王旭昌副執行長分享「養豬飼養成本結構與玉米豆粉成本效益分析」，精闢解析玉米黃豆進口情形，台灣是美國穀物貨櫃最大的出口對象。台灣的現貨價格與期貨價格長期來比對是息息相關，中華食物網提出的 333 採購，可協助養豬分散風險，值得參考。



上圖:中央畜產會王旭昌副執行長

文化大學動物科學系羅玲玲副教授分享「嶄新時代台灣養豬產業的機會與挑戰」從養豬產業的過去及現在，分析美豬進口的影響、挑戰及機會，也期待產業能升級。



上圖:文化大學動物科學系羅玲玲副教授

接續由自創品牌的豬農，彰化永隆牧場張勝哲執行長分享「養豬戶自創品牌與新電商通路銷售策略」。張執行長由科技業回鄉繼承家業，並一步一腳印走出品牌豬肉的路，打造「花田喜彙」品牌，也逐漸受到消費者肯定，未來也將持續努力，期望能打造台灣依比利豬。



上圖:花田喜彙張勝哲執行長

最後由有心肉舖子郭旭英執行長分享「因應美豬進口，國產豬肉該如何把握提升業績的好機會」，並提出對產銷履歷精闢的建議與觀點。



上圖:有心肉舖子郭旭英執行長



上圖:與會情形

活動參與非常熱烈，內容精彩，期待下次精彩的協會活動囉~

舉辦 5 屆第 9 次理監事會議及第 6 屆首次會員大會及理監事會

5 屆第 9 次理監事聯席會議及第 6 屆首次會員大會及理監事會議 12 月 22 日於協會召開。



上圖:理監事會議情形

現場與會人士交流熱絡、討論深入，交流產業心得。



上圖:會員大會情形

會員大會改選出陣容堅強的新理監事群，包括 PC-Home 詹宏志董事長、中華民國養豬協會、商研院、鮮食家、新竹物流、愛上新鮮...



上圖：新任理監事合影

更期許共創產業及協會高峰~農畜食品電商再升級。最後理監事們一起合影，也期待未來更多的合作交流~

第 6 屆理監事簡介
(109 年 12 月-113 年 12 月)

理事	單位	職稱	姓名
1	中華食物網	副執行長	陳發成
2	PC Home 網路家庭	董事長	詹宏志
3	台畜公司	名譽董事長	張裕屏
4	文化大學動物科學系	副教授	羅玲玲
5	新竹物流	副總經理	李鈺祥
6	中央畜產會	副執行長	王旭昌
7	食品工業發展研究所	主任	簡相堂
8	快健安公司	總經理	孫文昌
9	大成	副總經理	黃進鏗
10	冷凍肉品公會	理事長	許嘉麟
11	鮮食家	營運長	莊盛文
12	創業家兄弟	董事長	郭書齊
13	愛上新鮮	執行長	張佑承
14	商業發展研究院	所長	戴凡真
15	Cyberbiz 順利智慧	總經理	蘇基明
監事			
1	世新大學資管系	副教授	許素華
2	中華民國養雞協會	秘書長	王建培
3	中華民國養豬協會	副理事長	林睿毅
4	鮮乳坊	創辦人	龔建嘉
5	有心肉舖子	執行長	郭旭英

產業重大事紀

71 歲以上也愛網購 蝦皮宣告「全民網購」時代正式來臨

台灣好新聞 2020/12/22

記者張家豪／台北報導

2020 年正式進入尾聲，今年受到疫情衝擊，消費行為大規模往線上轉移，根據經濟部統計，近年電商市場營業額平均年增 12%，今年僅上半年便達到年增 17.5%，電商消費趨勢指標性更勝以往！蝦皮購物今日揭曉年度消費趨勢，透過分析站內消費族群、熱銷品類、關鍵字數據，洞察後疫情時代消費市場風向，期望協助品牌賣家為新年度做好準備、奪得先機！

「全民網購」時代來臨！中高齡網購族激增近 2 倍，豪氣下單不手軟飆出翻倍買氣

根據蝦皮購物觀察，今年網購已成為全民生活習慣，全年齡段都有驚人成長，尤其去年已呈現上升趨勢的熟齡用戶，今年在疫情推動下順勢爆發，「55 歲以上」中高齡用戶數激增近 2 倍，貢獻訂單數也有將近 2 倍上升的表現。細看中高齡用戶數據發現，以往難跟網購掛勾的 71 歲以上長者，紛紛踏出舒適圈，在今年加入線上血拼行列，複製在超市購買居家備品的模式，帶動該年齡段「居家生活」、「美食、伴手禮」品類買氣大突破，宣告「全民網購」時代正式來臨，品牌賣家在思考新年度行銷模式的同時，也該把身為「網購新生代」的中高齡用戶納入考量！

蝦皮購物也驚喜發現，除了購買民生用品，許多 71 歲以上長者也會透過網購平台趕搭潮流，「手機與平板周邊」、「男女生衣著」名列熱銷品類前茅，阿公阿嬤們也搭上席捲全球的「掌上型電玩」熱潮，帶動該年齡段的相關商品買氣增長近 2 倍。

疫情助攻「居家生活」、「美食、伴手禮」採購習慣上移，登訂單量成長 Top2

綜觀全年，受益於宅經濟風氣，「居家生活」品類在防疫用品、居家清潔備品的驚人銷量下，訂單量成長幅度奪得全站之冠，「美食、伴手禮」品類緊追在後，兩者訂單量成長都有近 2 倍的佳績，自炊族轉往線上採購食材，網購「熟食、小吃」商品的買氣也有大幅提升。觀察線下採購日用品的主力族群，大規模往線上轉移，是帶動兩個品類高成長的主因，尤其是許多家庭中掌握採購決策權的「30-39 歲女性」，貢獻的訂單數無人能及！

「愛水商機」發燒！「女性包包」、「女性衣著」盤據年度商品種類成長前段班

疫情影響加速品牌數位轉型，網購平台商品種類也跟著快速成長，今年蝦皮購物商品種類平均成長 3.5 倍，與去年相比可說是飛躍性提升，其中「女性包包」、「女性衣著」、「女生配件」都有著 4 倍以上的成長，「男鞋」、「男生包包與配件」也有絕佳表現，反應出網購族中愛漂亮的族群依然占大多數，尤其「女生衣著」品類在今年春夏兩季攀升至全站熱銷品類第三名，緊追在往年的常勝軍「居家生活」、「美妝保健」之後，顯示疫情衝擊並不影響消費者對「外在形象」的投資，「愛水商機」異軍突起，潛力不容小覷！

「口罩」搜尋量突破 500 萬！年度商品銷售排行榜「螢幕保護貼」竟與「口罩」並駕齊驅

蝦皮購物統整全年度熱搜排行榜，今年「口罩」成為每日必需品，消費者需求居高不下，關鍵字搜尋量衝破 500 萬，盤據熱搜榜第一名！然而，將目光轉向全年度商品銷售排行榜，卻有意外黑馬現身！據蝦皮購物統計數據發現，雖然因疫情促使「口罩」需求強勁、銷量奪冠，但「螢幕保護貼」的銷售數字卻緊追在後、差距極小，推測可能原因為今年各 3C 品牌積極推出新機，如 Apple 也破天荒於一年發表兩款新系列 iPhone，大量的換機需求也帶動螢幕保護貼的需求量水漲船高，刺激螢幕保護貼的銷售量直逼口罩，反應出在不少消費者心中，3C 用品如手機、筆電的防護重要性完全不亞於自身防疫！

此外「行動享樂」風氣也從去年持續燒到今年，「走到哪玩到哪」、「支援雲端社交」的娛樂模式當道，也在蝦皮直播成效獲得驗證，消費者對於「娛樂購物」的接受度來到新高，帶動蝦皮直播「直播帶貨」訂單量 4.5 倍成長！

活動預告

電商網站 SEO 實務班

活動時間 2021-02-02(二) 09:30 ~ 12:30

活動地點 台灣台北市中正區懷寧街 43 號 5 樓

詳情網址：

<https://www.accupass.com/event/2012240251154798117760>

