

台灣區農業暨食品電子商務協會

2021 年第 3 季季刊

最新消息

- 第 6 屆第 2 次電商協理監事會議圓滿完成----p2
- 10/12 (二) 2021 聲音社群趨勢分析，由李紹良老師分享----p3
- 10/19 FB、IG 社群吸粉與活動行銷術----p3
- 10/19 FB、IG 社群吸粉與活動行銷術----- p4
- 10/26 網紅行銷合作從 0 到 1 大解析---- p4
- 10/28 食品電商數位轉型-線上論壇-由 Cyberbiz 分享---- p5

產業重大事紀

Money101 調查：65% 民眾一周至少網購一次---p6

活動預告

2021 食品展電商論壇 產業結合 X 共創雙贏-----p7

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：台北市內湖區文湖街 20 號 7 樓 電話：02-27191289 傳真：02-2657-5808

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

● 第 6 屆第 2 次電商協理監事會議圓滿完成

9/24 線上理監事會議圓滿完成，因應疫情，首次改為線上會議，出席率新高
理監事們熱烈交流分享產業概況與經營心得

並由愛上新鮮張佑承執行長及新竹物流李鈺祥副總分享「疫情以來的經營心得」
內容精彩，討論熱烈，也期待產業愈來愈好，圓滿順利~



● 9/28 線上舉辦「從國際到國內，網購消費市場趨勢與案例解析」

協會 9/28 晚上舉辦「從國際到國內，網購消費市場趨勢與案例解析」線上課程。

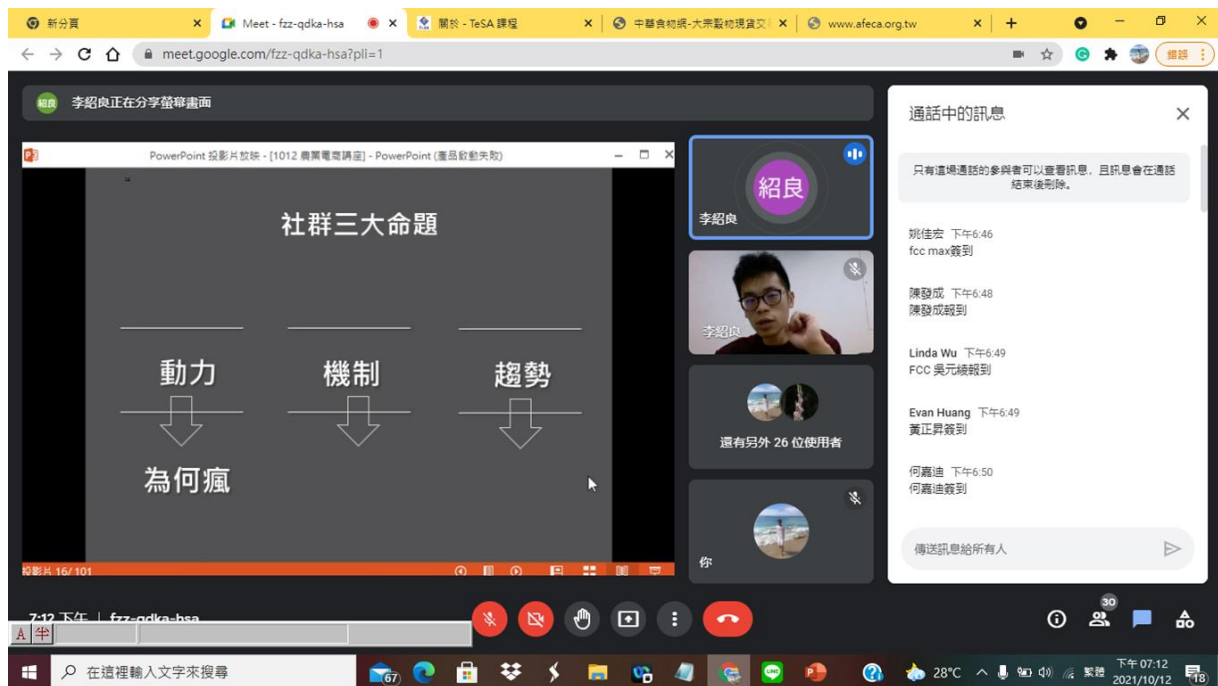
邀請到：資策會，MIC 資深產業分析師胡自立分析師-Robin 來分享。Robin 畢業於國立高雄大學資訊管理學系研究所碩士，擁有 APIAA 產業分析師認證及政府智庫如國家發展委員會、經濟部工業局／中企處／技術處、文化部、交通部...等部會幕僚 10 年以上經驗，歷練資訊安全、文創科技、共享經濟、智慧內容、體感科技等研究領域，同時也是網路、雜誌、廣播、電視、週刊、專欄與報紙等大眾媒體邀訪常客老師。



本次課程的分享非常實用，短短二小時完全不夠使用，教學非常認真，現場學員收穫豐富，互動熱烈。今年協會的線上課程後續十月還有三堂課，也請大家期待協會接下來的活動囉。

- 10/12 (二) 2021 聲音社群趨勢分析，由李紹良老師分享

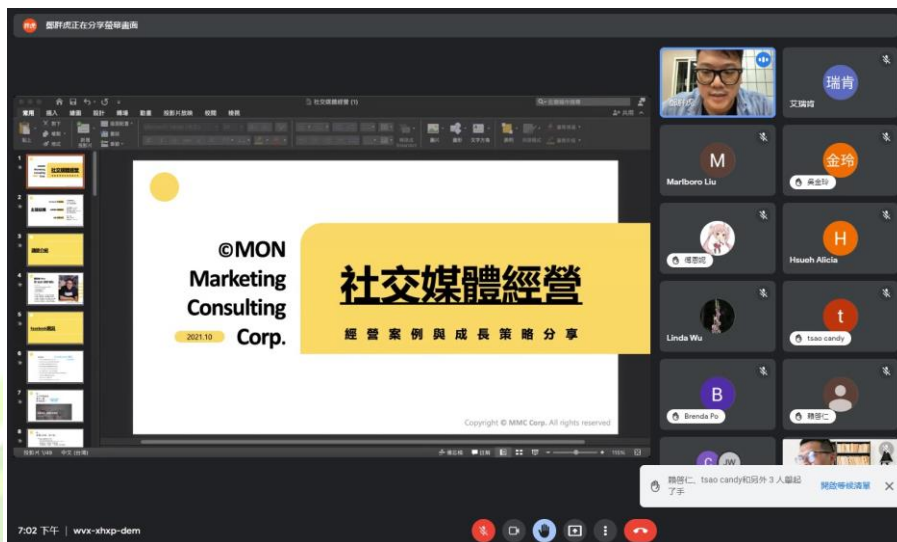
昨天協會舉辦線上課程，討論熱烈~邀請到李紹良先生分享「2021 聲音社群趨勢分析」，內容精彩豐富



李紹良曾任關鍵數位行銷關鍵字廣告優化分析助理、安德網路資深社群行銷專員，現為 TeSA 課程製作人。聲音的傳播方式歷久彌新，期待 podcast 的未來發展及農畜食品的應用，也歡迎參加協會課程哦！

- 10/19 舉辦 FB、IG 社群吸粉與活動行銷術，週一行銷鄭哲維 Max 分享

協會 10/19 晚上於與 TeSA 共同舉辦「FB、IG 社群吸粉與活動行銷術」線上課程，邀請到：MON 週一行銷顧問共同創辦人鄭哲維 Max 來分享。Max 執行過三星 3C 專案、直播平台、時尚電商、IG 社群操作、健身房行銷專案等各式廣告投放實務經驗，業界實戰經驗豐富。



- 10/26 網紅行銷合作從 0 到 1 大解析

協會 10/26 晚上於與 TeSA 共同舉辦「網紅行銷合作從 0 到 1 大解析」線上課程，邀請到：Dentsu 電通傳播集團一凱絡媒體，陳品亞（Pin Ya Chen）來與大家分享。PinYa 自 2006 年投入媒體代理服務至今，領域橫跨全媒體，更擅長數位媒體行銷。

從早期的 Blogger 至現今的 KOC，對網紅行銷領域知之甚透，除擅長網紅行銷，也擅長行銷網紅，擔任企業或個人自媒體經營顧問。信奉「人生不能太無聊」，目前已是 YouTube 頻道製作人、Podcast 節目製作人、YouTuber 本人，撰寫腳本、拍攝、後製剪輯一手包。另外兼任爵士鼓手、正在往 Keyboard

手的路上前進

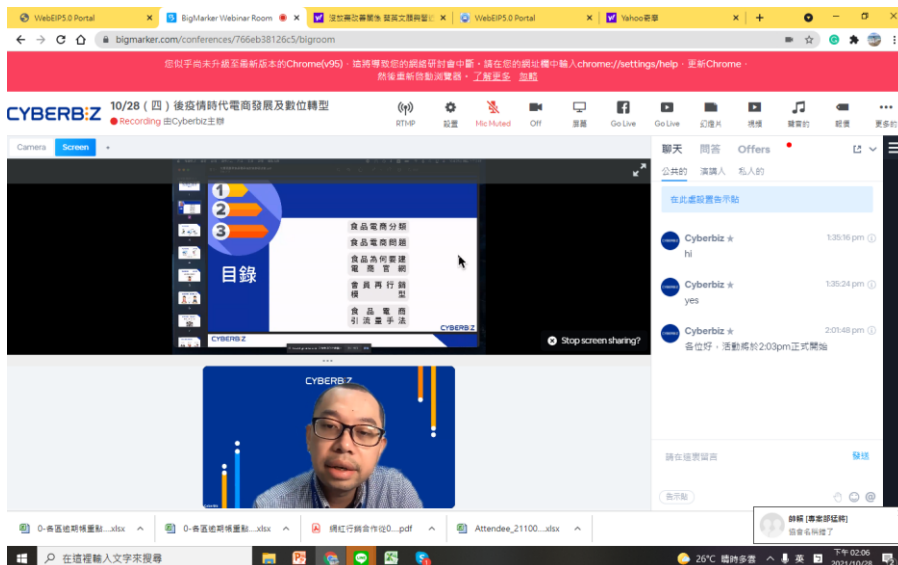


本次課程的分享非常實用，短短二小時完全不夠使用，教學非常認真，現場學員收穫豐富，互動熱烈。今年協會的線上課程已完全結束，也請大家期待協會明年的活動囉。

● 10/28 食品電商數位轉型-線上論壇-由 Cyberbiz 分享

10/28 協會於線上舉辦「後疫情時代電商發展及數位轉型--食品產業案例」邀請到 Cyberbiz <電商 Tony 陳> 陳泰元經理分享，推動農畜食品產業數位轉型

Tony 提到了許多食品電商的品牌案列，並分享了食品電商經營的心得，冷凍食品由於運費高，算是電商中最具挑戰的領域



上圖:電商 Tony 陳

而品牌官網是經營會員的場域，能保有完整清晰的會員資料。Tony 具體的分享會員再行銷的方式與建議，逐步累積消費者的品牌認同。
現場討論熱烈，活動熱烈舉辦，敬請期待未來更多的協會活動囉~

產業重大事紀

Money101 調查：65% 民眾一周至少網購一次

工商時報 [孫彬訓](#)

受疫情影響，民眾居家防疫、遠距上班上課，促使網路購物需求持續增高，宅經濟熱潮下，除各家信用卡針對網購通路祭出高額回饋，今年連振興五倍券也可以在國內電商平台使用。Money101 針對民眾在疫情期間的網購支付行為調查，其中超過 65% 的民眾一周網路購物至少一次，在付款方式方面，大部分的受訪者選擇刷信用卡，其中 47.9% 的人選擇現金回饋信用卡。

Money101 調查中，受訪者高達 78% 有網購經驗，其中又以在手機上購物占 80.9% 最多。而網購的頻率以一周一至三次最多 (35.9%)，其次是一個月一至三次 (31.1%)，再來是一周三至以上 (30.5%)，由此可發現超過 65% 的消費者有高度依賴網購的習慣，一周至少會在網路上購物一次，而 26~35 歲的族群更是網購愛用者，超過 35% 的人一周網購三次以上。

從最近一個月平均網購消費金額來看，受訪者在網路消費金額以 1~5 千元最多 (42%)，其次為 1 千元以下物品 (30.6%)，說明消費者傾向在網路購買單價較低的商品，若要購買高單價商品仍會選擇實在體店面消費。而最常從網路上購得的商品則以生活用品為主 (49.7%)，其次是生鮮食材或食品 (39.9%)。

台灣消費者最常網購的管道以國內大型網購平台 PChome、momo 及蝦皮為主，使用者高達 76.6%。影響消費者選擇購物網站的原因第一名為商品多樣性 (57.1%)，愈多品牌或是商品供消費者做選擇，愈能留住客戶；其次是商品價格 (54.7%)。

針對網購的付款方式調查，受訪者偏好刷現金回饋卡 (47.9%)，其次為使用行動支付 (33.2%)，再來是回饋 LINE POINT 或蝦幣的類現金回饋卡 (32.6%)。考量原因主要為回饋是否夠高 (57.3%) 以及回饋項目是否符合自己消費習慣 (52.4%)。

Money101 總經理朱本傑提醒，隨著五倍券即將開放使用，許多民眾選擇綁定信用卡消費，網購業績預計將持續成長，而近年來網路盜刷事件頻頻增高，消費者在刷信用卡網購時務必設定即時消費訊息通知及 OTP 驗證功能，可以掌握自己的刷卡額度也可以避免信用卡輕易被盜刷。

活動預告

2021 食品展電商論壇 產業結合 X 共創雙贏

[參觀食品展免費參加]

活動時間

2021-12/22(三) 15:00 ~ 16:30

活動地點

台灣台北市南港區經貿二路 2 號 4 樓

2020 年台灣消費市場受疫情影響，生鮮食品類商品線上銷售金額年增高達 21.5%。2021 年 12 月 22 日下午 15:00，將於「台北國際食品展」大會舞台區將舉辦「2021 食品展電商論壇」。

本活動為首次免費於食品展期間舉行的食品電商論壇，本屆主題：產業結合 X 共創雙贏。歡迎一起來逛食品展，並聽食品電商論壇。想要掌握電商商機，您絕對不能錯過！！

報名網址：www.accupass.com/event/2104290549371263343394