

# 台灣地區

## 漁產品的促銷

高孔希



魚市場

漁產品因受地域性、時間性、大量性、易腐性等特性影響，並且食前的處理較為繁雜，因此較不易受一般大眾接納。

依統計資料，目前本省每人每年攝取魚類僅32公斤，但按本省現今交通的便捷、冷藏技術及設備的完善視之，以上所說的特性均可一一克服，而不再受其限制。

實質上，欲使漁產品暢銷，增加國民食魚量，則須計畫性促銷。

### 策畫促銷

在實施促銷前，必須先注重漁產品的品質、衛生，以及價格穩定等等。

因為漁產品容易腐敗，因此漁產品行銷過程中的冷藏、保鮮工作必須完善，才能確保品質，建立消費者的絕對信任感。

為便於食用，漁產品零售前，必須先行半處理，如刮鱗、剝殼、除內臟，以至依魚體大小規格及部位不同，予以定量分割包裝，使消費者產生便捷感。

漁產品價格為求穩定，則需建立運銷制度及資訊體系，避免造成供需失調，使消費者莫衷一是，而不敢問津。

對於漁產品的營養價值，宜靠營養專家協助指導，並由烹調方法求其口味多變化，避免單調而生厭食感。

### 促銷方法

致於促銷方法，可分為：

1.零售市場的促銷：由漁業局延聘烹飪專家，依大量性、時間性的漁產品種類，製作單張活頁式彩色的鮮魚食譜，並配合盛產期，分送各消費地、魚市場轉發至零售商，於售魚時，放置攤位前明顯處，直接贈送給消費者，而達宣傳的目的，另予廣播電台、報紙廣告，傳播遍及大眾。