

海鮮促銷怎麼做較好？

漁業局 高孔希



烹調口味之變化可以達到產品促銷目的

消費者購買某一商品最重要的取決條件：『需要』。但以現今社會而言，某些消費者也常受促銷手段影響，而購置一些無用之商品堆積家中，造成居住空間減少與金錢的浪費。而漁產品是供給食用，促銷『手段』絕對不可使用一般商品促銷方法，否則將會造成不良之反效果：『滯銷』。

為達到漁產品持續不斷之銷售及成長，銷售者必須加強行銷溝通，建立消費者之『需要』觀念，這是非常重要的課題，茲就以下7項觀念逐一介紹以供參考：

1. **產品介紹**：一般消費大眾對魚介貝類並非全然了解，而做為促銷（銷售）工作者，與在購買者作口頭交談促成交易前，則應將該產品之正名、俗名、鮮度選別、大小價差、品質分級，甚或養殖方法不同所造成的口味與觀感差異，都應一一作簡略說明，促成其有內行人之成就感，而日後可由其口述教導鄰居、朋友，不但可達到宣傳效果，同時也產生持續消費之慾望。

2. **鮮度保持**：魚貝介類大都以活鮮、生鮮（冷藏）及冷凍之三大類型銷售。活鮮品如何蓄養？生鮮品（冷藏）如何保鮮？保鮮時限若干？冷凍品如何保溫？解凍？都應向消費者詳加解說，同一產品因活鮮、生鮮、冷凍造成鮮度差異，形成不同價格之因素及品味優劣的鑑別，必須比較說明，使消費者深深感覺到一分價錢一分貨，而無受欺騙的顧慮，使其對產品選擇更具信心。

3. **營養觀念**：目前社會經濟繁榮，個人收入增加，消費心態改變，對魚介、貝類選擇也以「口味」及「營養」為其取舍之條件，因此營養之介紹也為重要

利用宣傳工具適時宣傳，引起消費者注意。



項目之一。

4.宣傳取向：宣傳之目的在於使大家『知道』，宣傳工具包括利用報章、廣播、電視及促銷集會等；惟宣傳所需人力、物力、財力極大，並非某一銷售者或生產者能力所及，所以這項工作，應由政府或團體統一辦理，依漁產品之大量性、季節性，適時宣傳以引起消費者注意。

5.售前處理：社會型態的改變，職業婦女不會處理魚貨情形日益增加。人們對任何零售市場的時間與步調要求更趨向快速與方便，漁產品為配合時代趨勢，將魚介、貝類，依其大小分級、魚體分割、不可食用部份之去除等，都應確實做好，讓消費者感到購買魚貨不但方便，而且烹調簡易，例如速食麵之暢銷即為配合時代產物之一。

6.烹調方法：口食之慾，也是目前人們追求享受的目標。某一食品如一成不變之烹調料理，食久也會生厭，因此烹調口味變化之介紹，可使其對單一漁產品有持續之喜愛感，而達到促銷目的。

7.新商品開發：魚介、貝類多屬大量性及季節性之產品，如朝調理食品方向研究發展增加其方便性及大眾口味化，加工銷售也為一促銷手段，也是配合零售現代化的必要手段。



鮮度保持可吸引消費者之購買慾

向農藥污染挑戰!!

日本進口
新發售

再生素
リフレッシュ®

特點：

- 促進光合作用及開花。
- 抑制植物徒長及病蟲發生。
- 改良壞死土壤，促進根群發育。
- 提高果實肥大及甜度。

適用：

任何作物均可噴施葉面或灌注地下，對果實及葉面均無害，人畜可安心採食。

多木 **多木肥料** 102年歷史

有機液體肥 2號 3號

特點：

- 增強根群發育，及水份、養份吸收力
- 促進樹勢開展，提早開花、結果及收成。
- 增進果蔬肥大。

適用：

噴布於蓮霧、柑桔、梨、葡萄、棗子等果樹，及蔬菜、茶葉和雜糧作物等葉面及地下灌注。

*徵求各縣市經銷商

※葉面噴射或地下灌注時，再生素及有機液體肥2、3號混合使用更佳。
※經梨山、東勢鎮及卓蘭鎮農友使用後效果卓著，已獲確認。

台灣總代理：**榮振木材工業股份有限公司**

台北市安和路103號9樓之4

電話：(02) 7050125・7058853

苗栗縣總經銷：卓蘭鎮農會 電話：(045) 892063

東勢鎮經銷處：台牧農實業社 東勢鎮東關街64-7號

電話：(045) 874926

