

→ 初級產業提昇為三級的服務業，如果我們賦予休閒農業一個突出的標誌、鮮明的色彩，以有別於商業化的休憩場所，可能對整體的推動有所助益，在市場定位上比較容易分別。

(二)就是以設計的手法，讓農會活性化，富有生命力和衝創力，並讓外界對農會有所瞭解和信賴。例如日本廣島農協為了因應金融自由化的衝擊，特別推出吸引年輕男女的低利貸款和定存，並且為了發揮效果，還舉辦狄斯可舞會，邀請青少年參加，農會服務對象遍及年輕族群，且與狄斯可舞會扯上關係，在在顯示其活性化的一面。

(三)就是以設計手法與消費者、會員、農民多方溝通，重塑農會形象。像目前，事實上許多農會平常也辦很多活動，進行內外之溝通。但因缺乏整體包裝、規劃，或找出自己的角色定位，加上不懂自我宣傳，以致活動雖然很熱鬧，對提昇形象，卻沒有多大助益。反觀日本全農中央會、全農聯合會在農林水產省協助下，在日本銀座設立「稻米陳列館」，該館除了一些靜態的展示外，每月一、三週的星期五，特別在館前舉辦「週五音樂會」，現場有電視轉播，儼然已成為銀座一處固定的藝文活動場地。如此一來，固定的吸引人潮，也達到宣傳米食的目的。

四大問題：導入CI後可解決農會下列

四大問題

- 1.時空已改變，農會應如何重新定位。
- 2.如何落實農會、農業、農民三位一體的理念，協助農民增加所得。
- 3.如何有效建立行銷通路，讓農產品商品化、精緻化，以創造利潤。
- 4.如何強化市場競爭力，以因應經濟自由化的衝擊。

總體來說，建立CI除了可找出定位，塑造形象外，還能創造利潤。下面我引述一些數字，來說明導入CI是項投資，可以大大提升利潤。

- A.日本東京道「世田谷郊區銀行」在導入CI後，業績從東京都內第38名提到第7名，第2年繼續竄至第2名。
- B.日本蕃茄銀行導入CI後，不到3個月創造了252億日元的開戶儲款實績。
- C.美國60年代初期的克萊斯勒導入CI，佔有率上升18%。
- D.日本松屋百貨引進CI後，朝日新聞每5年1次的問卷「你喜歡銀座的那家店？」，1985年調查結果，88%最喜歡松屋。
- E.日本的乳酪和奶油市場「小岩井」佔

七巧園藝事業有限公司

專業種苗進出口商 負責人:李木裕

進口特殊、庭園苗木、種子、品種多、大量批發

項目：非洲欖仁樹、霸王櫚、國王椰子、紅刺林投、紅棕櫚、南洋杉、蘇鐵、白花天堂鳥、巴西鐵樹……等

外銷花木、盆景、盆栽、種子、蘭花，大量收購

項目：觀音竹、馬拉巴栗、蘇鐵、西洋蘭、中國蘭……等

門市部：台中縣霧峰鄉中正路1224巷17弄1號
電話：04-3308917-3395867 FAX:(04)3339087
農場：彰化縣田尾鄉隆宜村地政路85號
電話：04-8831786-8831787

農樂園消息

桃園區農業改良場“三重分場”已更名爲“台北分場”，場址遷至台北縣樹林鎮佳園路3段107之1號，台北分場負責人：林維和主任，電話：(02)6801841，傳真：(02)6803964，歡迎農友多加利用。