

台灣水果將走精品路線

農委會要讓全國喜愛水果的消費者滿意

/ 編輯部

台灣水果水噹噹！椪柑、柳丁、桶柑、葡萄、蓮霧、印度棗、釋迦、洋香瓜、芒果撮等有亞熱帶風味的本土水果，在未來4年內將走精品路線，為消費者「量身訂做」，在一定的品質認證標準下，穿上共同品牌的禮盒包裝，讓國產水果一躍成為市場的搶手貨。

這是農委會運銷科「提升水果產業競爭力計畫」中最重要任務——建立優良果品認證體系。運銷科長陳建斌說，市場上行銷成功的商品都有個響亮的品牌，品牌形象的建立需要長期經營，而且有嚴謹的品質保證作後盾。面對市場自由化、國際化的挑戰，國內工業界已在著手「聯合品牌」的行動，以產業結盟的力量一致對外，預計要到21世紀才會實現；農業界在入關的壓力下，率先以水果產業打頭陣，希望4年之內建立共同品牌的認證體系。

專長食品加工的陳建斌科長，曾投入10年的時間在建立CAS優良食品認證制度，轉入農產運銷的領域之後，陳科長認為運銷科的業務不再消極的扮演救火隊員，促銷一些失衡的農產品，而是積極的為生產者與消費者建構有效率的暢銷產品。「台灣水果精品集」的運作方式將為台灣農產品運銷立下一個里程碑：嚴謹的資格評選與認證規範、完整的田間作業手冊、精確的出貨預定表、強勢的媒體宣傳，以及上市之後的品質監測，期待能為國產水果拉出一條長紅。

無可諱言，這是一項艱鉅的任務。農委會跨世紀的「台灣水果精品集」計畫，交由溜公農業產銷基金會執行，是要借重該基金會近年推廣「安心蔬菜」品牌的實務經驗。基金會生產組組長吳昭祥表示，推動國產精品水果認證體系要靠團隊合作，目前已經邀集熟悉各產業的研究學者、有市場經驗的

行銷專家、以及專精形象廣告的學者組成委員會，協助基金會的工作小組順利推動這項計畫。

「規格化」的精品水果是陳建斌科長努力要達到的目標，精品的標準不僅是果實的外觀，如大小、重量、顏色等，還有肉眼看不到的品質，如風味、甜度、水分、無農藥殘餘等。符合精品生產資格者，必須是產銷班，通過「吉園圃」認證，有能力提出「田間作業手冊」，出貨前一個月能精確估算「出貨預定表」。由於果樹生產受到氣候、環境的影響很大，品質產量的變數多，很不容易掌握，「規格化」的難度遠高於其他商品，但是優秀的台灣農民，一定有能力克服技術層面的問題，來達到精品的要求。

其次，專業果農為消費者「量身訂做」生產出來的精品水果，穿上精心設計的禮盒包裝之後，要採取那一種通路，以合理的價位銷售出去？慎選機關團體，預約訂購；在百貨公司附設超市、水果專賣店、便利商店專櫃出售等，將是主辦單位的優先考慮。

朝多元化發展的台灣社會，消費者對生活品質的要求越來越高，農產品在開放的市場上必須以品質取勝。行政院農業委員會以全國最高農業行政機構，在政策的執行上，已經從純生產導向，轉為消費者導向，這是因應時代潮流而作的改變，目的在整體提升本土農業的競爭力，增加農產品末端的附加價值，讓生產者消費者互贏，「台灣水果精品集」是一個開始。

舊曆年春節之前，第一批精品水果將以光鮮閃亮的姿態展現在媒體上，消費者別忘了心動不如行動，買一盒精品水果當伴手禮物，或者留給自己細細品味台灣精緻農業的成果！