

讓國產農特產品「商品化」 就從建立產品品牌做起！

文圖 / 黃貴豪

△ 中區農業改良場為輔導其轄區內各農業產銷班生產具特色的農特產品，曾舉辦「台中地區產銷班農產品品牌建立研討會」，廣邀產官學者專家及農民共同討論，並且於88年6月25～27日在台中市中山堂廣場舉辦本年度最後一場「台中地區產銷班優良農產品(品牌)展示展售會」；台中區農業改良場陳場長在展示展售會前一天表示：國內的農產品價格低廉，使得農民收入有限；因此，在強調農產品邁入「商品化」的今天，注重產品規格化、注重包裝設計，提高產品品質等，都是不可忽視的行銷「技術」，唯有做到消費者滿意，才能達到貨暢其流，生產與消費皆受惠！



台中區農改場場長陳榮五強調，引導農民朝向商品化經營方向努力，創立「品牌」是今日行銷中不可忽視的一環

傳是有相當的促銷效果，且未來將更重要，然而目前產銷班的經營規模小且品質不一，班員多為技術出身的農家，經營及行銷幹部的配置仍嫌不足。如何引進具專長的優秀青年加入產銷班並分擔工作，將是產銷班網路直銷與否的重要關鍵。因此他（她）們期盼藉由網路落實產銷班聯盟，諸如由網頁有機生活化著手，推及新聞集錦（含生活、有機、生機飲食、農業、保健、養生、醫學新知等…）飲食與營養（時菜介紹、食譜、應景養生菜、保

健櫥窗）與有機生活版（流行情報、消費新知、生活情報、星座旅遊等）。並建議農委會網站往下開放，推動以班為單位之「交流園地」；跟加強農委會對各媒體網路的廣告。

從這次台中地區農特產品銷售會顯示：以塑造品牌為訴求，同時舉辦研討會，足證台中區農業改良場的「用心」，對未來參加「世界貿易組織」之後，可能給台灣農業帶來的衝擊，農友們可「安心」因應，「放心」跨越新世紀！

