

農產品「商品化」 從建立品牌做起

文圖 / 黃葆貴、高德錚

「行銷」是現代人耳熟能詳的字眼，人們常說「好東西要與好朋友分享」，這是行銷的廣告詞，卻也是不可否認的事實。我們的農民辛辛苦苦在從事農業生產，無非是希望產品賣到好價錢，提高農家收入。為此台中區農業改良場於88年度末的6月底在台中市舉辦「台中地區農業產銷班農產品品牌建立研討會暨優良農特產品展示、展售」活動，藉以輔導轄區內農業產銷班建立產、銷一體的經營理念，促進農產品貨暢其流之目的。誠如台中區農改場場長陳榮五在活動開幕致詞中所言：「國內農產品價格低廉，農民所得利潤有限，爲了提高農產品應有的價值，在講求品質之後必須讓產品商品化、規格化，重視包裝、設計以及便於攜帶，以符合消費需求之農產品禮品化，而且農產品衛生安全等相關資訊亦是基本課題，都有必要教育及引導農民朝向商品化經營方向努力，借此提高農產品新形象，增強農業產業競爭力。」

這場88年度末最引人矚目的農業界的一場盛會，主題包括三大項（研討會、展示及展售會）：

一、25日這一天舉辦「台中地區產銷班品牌包裝設計研討會」，參加者達千人。廣邀學者專家及農民共同討論並分享之議題有：農業產銷班農產品品牌之推廣

——林淵煌技正、農業產銷班之策略聯盟
——許漢卿科長、農產品包裝資材之標示要點
——鄭玉磬技正、農產品小包裝之設計
——朱元政先生、產銷班品牌建立發展經過
——陳瑞芳、農業產銷班產銷資訊之運用
——林貞科長、農業產銷班網路直銷現況
——戴登燦先生、蔬菜產銷班產銷資訊上網經驗談
——胡淑玲班長、葡萄產銷班產銷資訊上網經驗談
——黃良僖班長、產銷班會計系統之應用
——黃淑薰小姐。在這一天的現場不論是較先進的農業精英或者資淺的產銷班班員，對於產銷班產品品牌建立研討會所提出的關鍵性訊息和農友實務經驗發表，留下深刻印象，對於急於想要突破現狀的農民，有正面積極示範作用，農民已感受到農產品直銷、建立品牌及設計包裝的利益性及必要性。

二、6月25日至27日起一連3天的展售會場，分爲品牌區44個攤位，全是中部地區各農業產銷班有品牌之產品；一般區則有46個攤位，爲各鄉鎮農特產品，多數是當季時令的水果像葡萄、荔枝、寄接梨、水蜜桃、鳳梨、木瓜等等，此外有夏季盛產之生鮮蔬菜及農特產加工品、花卉等共90個攤位，消費民衆利用認有品牌之高品質農產品的機會，放心的採買安全可靠的優良農產品。

經過精心設計的優良農產品品牌展示



陳場長主持開幕式及致賀詞



陳場長呼籲農友要重視「農產品商品化」



現代及未來農業經營講求「品牌、科技、資訊」



展售會場一景

區，別出心裁的葡萄家園以及台中、彰化、南投縣市各類兼具美觀又實用性的上百種樣式的農產品禮盒，給予產銷班相互觀摩學習與設計之參考，同時提供給民衆選購、認明好產品之依據，以建立消費者對高品質、高價位農產品之信心與認同感，乃是此次活動最大目的。

會場中每天都有另類吸引人的活動陪襯，一、有機農業相關性之有獎微答，答對者贈送3公斤埤頭農會或大甲農會提供之有機米一包。二、食味王趣味競賽，規

則是10分鐘內男士要吃完800公克，女士吃完600公克，只拌肉燥的有機米飯，男、女第一名皆贈送一箱18公斤之有機米。三、有機米及竹筍湯品嚐，民衆聞香而來大排長龍享受香Q的米飯、鮮嫩的筍湯。四、荔枝促銷活動，此時正是霧峰鄉及太平市荔枝盛產期，物廉價美，愛好者不約而同前來搶購。上述幾項活動每日上下午各一場，民衆皆大歡喜，人潮不斷，大會在順利圓滿中落幕。





「有機農業」有獎徵答前，大夥兒先上一堂「有機栽培」課程



荔枝促銷一角



有機米品嚐區人潮眾多



趣味競賽「食胃王」，參加者大顯胃口

