

一 體企業化還不夠，所以缺乏這種觀念。

目前最常見的農產品行銷通路是：農民→拍賣市場→（行口、商販）→消費者。其間至少有2個通路要透過中間商。各位都知道，透過的中間商越多，產地價格到消費者手中的價格差距越大。加強行銷，很有可能改變上述銷售管道，減少中間商，提高利潤。

長久以來，因為農民一直關心作物的生產技術面，卻不重視農產品的分級包裝、品牌建立和行銷工作，以致無法

強而有力的建立農產品形象。事實上，由於現今消費者價值觀的改變，令消費者在面臨多樣化的選擇時，絲毫沒有“愛用國貨”的情結，一味追求價格合理的外國農產品，以致國產農產品一向缺乏包裝與行銷策略下，有可能逐漸喪失對消費者吸引力。

所以說，如何讓產銷班班員將田間採下的農產品當做商品，再進一步行銷，提高國人對國內農產品的忠誠度，是當今農業產銷班很重要的課題。 🍌

農業圈消息

90年「神農獎」名單出爐

/ 智翔

經過一連串客觀、公平、公正的選拔及評審，90年神農獎名單已經出爐，計選出傑出農民24人，傑出農家婦女12人。

本(90)年神農獎選拔，經過鄉鎮、縣市、至中央逐級公平、公正、客觀的評審後，經行政院委會公布傑出專業農24人，傑出農家婦女12人，將於90年2月間進行表揚。

傑出專業農民：程昆生（雲林縣）、莊竣欽（台南縣）、黃慶安（屏東縣）、張國興（台中縣）、林三丕（嘉義縣）、黃金水（彰化縣）、曾東峰（台東縣）、章居旺（嘉義縣）、陳姿樺（南投縣）、郭水銓（屏東縣）、曾毓添（苗栗縣）、陳清山（雲林縣）、古銘家（台中市）、陳錦昌（南投縣）、蘇振權（桃園

縣）、周金星（嘉義縣）、林金章（花蓮縣）、吳木泉（屏東縣）、張子善（台北市）、鄭瑞福（彰化縣）、王成意（台北縣）、紀同（台中縣）、余合能（新竹縣）、簡坤銘（高雄市）。

傑出農家婦女：徐黃玉琴（桃園縣）、蘇秀鳳（台中市）、林侯素玉（嘉義縣）、陳麗能（宜蘭縣）、李麗珠（台東縣）、廖咏薇（桃園縣）、陳鄭初枝（雲林縣）、羅美蘭（台中縣）、邱桂蘭（花蓮縣）、李陳雪鳳（嘉義縣）、曾菊英（屏東縣）、廖麗華（彰化縣）。 🍌