

台南區策略聯盟品牌文旦 在便利超商開賣

文／葉小慧

在行政院農業委員會的輔導下，台灣農業策略聯盟發展協會繼「品牌芒果」之後，又推出台南區策略聯盟品牌文旦，於今(90)年9月20日在農委會舉辦宣傳記者會，由農委會農糧處黃處長山內以及策略聯盟發展協會錢理事長小鳳共同主持。

黃處長表示，中秋節到了，買文旦正是時候。為了使消費者能買到經過嚴格品檢而衛生安全無虞的高品質文旦，雲、嘉、南地區今年特別以策略聯盟方式結合，共同推出台南區策略聯盟品牌「台灣文旦」，並與OK便利超商合作，自9月18日開始，在全省500多家OK連鎖便利超商上架販售，讓消費者能用合理的價格，買到本土特殊風味的好文旦。

錢理事長說，「台灣文旦」是雲、嘉、南文旦的共同品牌，包括斗六、斗南、古坑、林內、竹崎、中埔、番路、民雄、麻豆、官田、大內、下營及白河等13個鄉鎮，都加入「台南區文旦策略聯盟」，由台南區農業改良場的專家協助，貫徹分級包裝及品質檢測，挑出高品質文旦，再以「台灣文旦」之名行銷。以此共同品牌上市的文旦，外觀及果肉風味良好，樹齡必須15年以上，糖度10度以上，果粒每粒重約400至600公

克；包裝方式分為3公斤及6公斤裝兩種，前者6粒，後者10至12粒，3公斤包裝者一箱只要300元。

協會指出，由於南部地區性品牌多，品質差異也大，如果不加以整合，反而會困擾消費者。因此，品牌單一化是必須走的路，地區性品牌將會式微。不過，在聯盟品牌文旦推出初期，包括麻豆、斗六等已具知名度的地區性品牌，仍會存在；宜蘭、花蓮也另組聯盟推出「蘭花文旦」，對不同產地文旦有偏好的消費者仍然有多種選擇。

台南區策略聯盟品牌文旦，除了一般超市及量販店等通路外，這是首次與連鎖超商合作，加入販售國產新鮮水果的行列，希望透過現代化物流通路的策略聯盟方式，使消費者吃到24小時內採收的新鮮國產水果，大幅提升國產水果的價值，以本土特色與進口產品作區隔，進而協助產地農民的發展。



▲黃處長山內熱情推薦品牌文旦