

# 高高屏農特產展售會，顯創意

文圖 / 楊文振

一年一度的高高屏農特產品展售會，已於3月3日順利圓滿的落幕。今年的高高屏農特產品展售會輪到高雄縣政府主辦，地點在高雄市新開幕的大遠百貨公司，共有92個展示展售攤位，場面壯觀。活動雖然只有短短的2天，消費者卻反應熱烈。

高高屏農特產展售會係3年前，由同屬民進黨的高屏首長倡議，各縣市政府合力出錢，以聯盟方式行銷高屏地區農特產品。第1年由高雄市政

府承辦，選在全國最高大樓—東帝士大樓（81層）內的東丸百貨公司，第2年由屏東縣政府主辦，今年輪到高雄縣政府辦理，剛好完成一輪。



謝長廷市長開幕致詞



高雄場展示品牌水果供消費者認識



番石榴大賣場受歡迎



常見的農產品行銷是擺攤位促銷



DIY活動提供消費者參與體驗的機會



DIY體驗農產也是行銷之一種

高高屏農特產品展售會可謂一年比一年進步，尤其是今年，除了90攤位的農特產展售外，還有高雄區農業改良場品牌水果、新育成品種，以及南區糧食局的食米文化展示，教育教費者。並且



非電腦之賜，產銷班可加強DM行銷



得到行銷競賽第1名的杉林農會攤位

有三場農特產DIY（泡菜、涼拌木瓜、愛玉凍製作），和蓮霧、鳳梨、包壽司的趣味競賽，以及農作物相關常識的猜猜看遊戲，讓消費者有大量參與的機會，咸認為非常好的活動設計。因為消費者和農產品有這種第三類接觸經驗，才有機會認識農產品，進一步關懷、愛用國產農產品，此即工商界所謂的體驗行銷。

展售會的高潮是三縣市首長拍賣水果。首先由高雄縣長楊秋興高提六龜鄉黑鑽石（品牌取名南國美眉）叫賣，結果一盒12粒蓮霧從1,200元的底價，攀升到最高點5,000元，共賣了10盒；燕

（文轉39頁下）

性，例如廣告手機，了解年輕人愛炫耍酷，喜新厭舊的個性，經常更換手機，是一大主顧，所以產品代言人就得找帥哥辣妹，而且拍攝手法也要儘可能勁爆。

近年來，由於各界人士的宣傳和文化刺激，農民與相關農業行政人員逐漸知道行銷的重要性，只可惜行動方面似乎老跟不上想法。換言之，多數處於坐而論的階段。舉個例，時下的農產品行銷，大家還是習慣性的只擺設攤位，單純的促銷而已，很少將農產品進一步當商品般的強力廣告一上平面或電子媒體。或許，有人會認為農產品那麼便宜，上媒體廣告划不來。其實，持這種說法的，話只說對一半。國產農產品，價位比進口的奇異果高的少說有好幾種（如印度棗、蓮蓉…）吧？人家廣告做得轟轟烈烈，我們卻無動於衷。

再說，上媒體也不見得都要花錢，前陣子，清華大學不是製造一個「水果妹妹」新聞話題嗎？結果電視爭相報導，網路上也廣為流傳，不就達到廣告的目的嗎？他們一毛錢未花啊！可見農產品廣不廣告，最重要的還是在心理層面。希望農友弟兄和農會、合作社場，不要再把上級補助款的焦點放在生產資材等方面，申請些有創意的行銷活動款，無疑會更有意義，或許會更有幫助。

說起高級推銷員，順便一提的是南部某縣政府，近年來用心良苦的舉辦黑珍珠小姐選拔會，想來是要以代言人的方式行銷農產品，只可惜，每年花那麼多的人力物力，結果選拔後卻沒有相關的行銷活動配合，徒讓這些××小姐得到獎金，卻沒有機會當高級推銷員，真的好可惜。

（文接37頁）

→ 果鄉番石榴5台斤裝一盒賣到500元，接著由屏東縣蘇嘉全縣長推銷林邊鄉蓮霧，從700元喊價，最後5斤僅賣2,500元，比六龜鄉略遜一籌。最後由地主高雄謝長廷市長壓軸，他先叫賣左營菱角，然後賣草莓，為刺激買氣，還附贈火車票，結果不到數分鐘就被搶光光。

值得一提的是，本次高高屏農特產品展售，鑒於以往攤位對消費者的教育、服務不夠多，於是主辦單位對所有

展售攤位來一次行銷力競賽，獎金優渥。果然展售攤位個個有備而來，旗幟、海報、宣傳單…紛紛出籠，相信會留給消費者良好而深刻的印象。評審結果冠軍由杉林鄉農會勇得（獎金30,000）、亞軍由六龜鄉農會榮獲（獎金20,000元）、季軍由內埔鄉農會拍得（獎金10,000元）；入選4名，獎金各5,000元，分別由林邊鄉農會、旗山鎮農會、東港區漁會、橋頭鄉農會得到。