

優質化、品牌化，追求服務與效率

—中部地區農特產特賣會的省思與啓示

文圖 / 廖遠泰

中華民國對外貿易發展協會台中辦事處，在台中市希望廣場首創的「柑柑甜甜，柿柿得意」中部地區農特產特賣會，讓國產水果與進口水果比美，給消費者留下難忘的印象。

由台中高碇公司企劃的這個特賣會，格局跟大家熟悉的一般農產品「展售會」明顯不同，開幕典禮在「鴻勝大鼓隊」的擂鼓聲中揭開序幕。外貿協會秘書長趙永全到會致歡迎詞，強調協助發展外貿的決心。會場佈置有如台北、高雄、台中等地的「資訊展」，每個攤位以隔板作區隔佈置，使會場更具空間感；視覺上更有富麗農園的感受，搭蓋的棚

架新穎別緻，並有降溫設備，闢有休憩區及兒童遊樂設施，特賣會的會場四周開放免費停車，方便消費者挑選喜愛的農特產品，讓國人了解水果品牌的資訊，服務措施也更趨完善；更難得的是吸引了日本貿易商前來觀



「鴻勝大鼓隊」為中部地區農特產特賣會揭開序幕



經、貿、農、地方政府機關代表參加「特賣會」開幕典禮



中華民國對外貿易發展協會秘書長趙永全到會致歡迎詞



盛大的特賣會格局，新穎別緻



主題之一「柿柿得意」(如意)



優質的品牌才會受歡迎

察。

活動名稱的設計理念，以柑桔與紅柿為主題；柑桔的產地遍佈台中到台南地區。柑桔是營養豐富且消費量最大的水果，它的多種用途早已融入我們的日常生活裡；而多種柿子中經農會特別推薦的「富有」甜柿，每粒重達1斤，外觀豐美而且味道絕佳，是柿子中的上品。

中華民國對外貿易發展協會台中辦事處洪敦仁主任表示：這次藉著農特產品促銷活動，把台灣中部地區生產的優質蔬果等農特產品推薦給國內消費者，建立好口碑與優質形象，推動精緻農業文化，提高農特產品的競爭力，輔導農特產品在市場上建立行銷管道，而最終的目的在建立具有國際水準的「台灣蔬果」品牌，將國內農特產品外銷至世界各國，這也是這項活動所要傳達的理念。

據台中區農業改良場農業經營研究室陳世芳透露：目前台中地區已通過水果品牌認證的單位有水里鄉農會的黑紫玉、信義鄉農會玉珠、南投縣

信義果菜運銷合作社內茅埔、竹山鎮農會紫蜜等品牌葡萄，與豐原市農會豐園、石岡鄉農會金碧、潭子鄉農會欣燦等品牌椪柑，及台灣省青果運銷合作社台中分社金甜園高接梨已通過品牌品質認證，另外國姓鄉、台中市、太平市、大里市、霧峰鄉、集集鎮、大村鄉、新社鄉、和平鄉、后里鄉等農會亦已辦理品牌註冊，並將申請產品品質認證。

國產水果要擁有競爭優勢，就必須要有完美的產品品質及服務的品質，所以品牌的內涵不僅是一個標誌，必須以品質為後盾。

在日本九州的農業縣，筆者曾發現大飯店為當地農特產品行銷，用巨幅海報介紹該餐廳的蔬果是某農場或某產銷班提供的，顯然個別生產者建立品牌的效益較難。



台中市「希望廣場」每星期六、日都有農特產品展售活動，成為週末觀光景點



各地花卉產銷班的班員，推出新產品爭奇鬥妍

230個攤位走透透，發現他們的品牌命名取自多方面的，諸如：農會品牌、合作社品牌、產銷班品牌、私人品牌、有機農場品牌；其他尚有產品保證標示、產品特殊標示，或避免價格競爭的價格策略等等。以生產地或農牧場為名的品牌者也不少，處處彰

顯產品的某一品質特徵。

經過這次「特賣會」的行銷，能從優質化，再邁向品牌化，切實分級包裝，能注重包裝藝術化，追求服務親切、快速，由教育宣傳入手，從艱難中奔向成長，當可擴大市場需求，進而打開外銷市場。



休閒農業經營學

行政院農委會輔導處處長邱湧忠博士 著 ■ 定價：400元（每次郵購另加掛號郵資60元） ■



主要內容：

休閒農業產業、理念架構、規劃、經營、行銷、草根性自力發展休閒農業計畫、非營利組織之休閒農業行銷、休閒農業輔導辦法、休閒農業相關法規綜觀及附錄，共計九章（從理念到實務，從實務到法規，以深入淺出之方式說明，讓讀者了解經營休閒農業其實有很多理念、很多機會，而且休閒農業的經營也是很藝術的。）

本書除可供休閒農業經營者參考外，亦可供大學相關科系學生修習農業與休閒相關課程之參考。



豐年社

台北市溫州街14號

郵政劃撥：00059300 豐年社

電話：(02) 23628148(分機 30.31.)