

淺談農畜水產食品的外銷及參加國外展覽 (下)

(續上期)

參加國外展覽

利用電視、報刊、雜誌刊登促銷廣告，經費太大，效果不知，偶有為之。目前各業者、農漁會、公(協)會多半利用比較省錢參加國際展覽的方式，或利用參展城市辦理促銷座談會，或順道拜訪買主，以拓銷推廣台灣的農畜水產食品。對外貿易發展協會農產組亦經常在國外重要據點，辦理拓銷活動，或受政府委託為重要國際食品展覽組織台灣參展團，協助業界達成促銷台灣農畜水產食品。



台灣農產品形象宣傳之一

94年度台灣區冷凍食品工業同業公會，預計參加的國外展覽如下：

1. 東京國際食品展(94年3月8-11日)
2. 香港國際食品展(94年5月10-13日)
3. 泰國國際食品展(94年5月18-22日)
4. 紐約精緻食品展(94年7月10-12日)
5. 澳洲國際食品展(94年9月12-15日)
6. 科隆國際食品展(94年10月8-12日)
7. 中國國際食品展(94年11月15-18日)

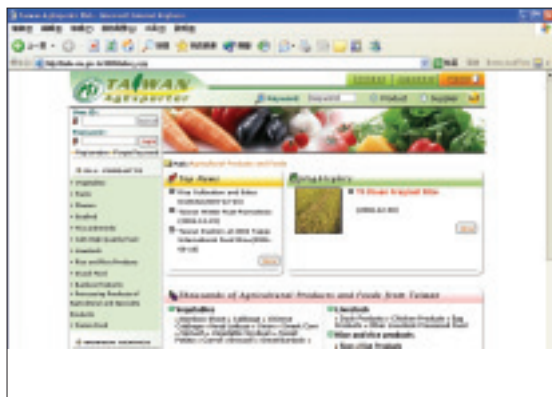
公會在93年10月4日將從網站上所搜集到，與本業相關的國際食品展覽整理成表，供會員參閱挑選，徵請參加。參加的



台灣農產品形象宣傳之二

業者列為種子參展公司，再編列計畫爭取經費送理事會審查，通過後按計畫時程參展。有對外貿易發展協會組團的展覽，公會參加組團；對外貿易發展協會不組團的展覽，公會自行報名參展，總以竭力為會員業者拓銷產品為首要訴求。

根據經驗，很多農漁會對國外參展缺乏了解，有時會自行與地方合作到國外辦理地方特產促銷活動；有時亦會跟著對外貿易發展協會的參展團到國外參展；有的今年參展明年就不參加了；有的產品有季節性、不能保存、季節過去就沒有持續供應能力；有的產品經濟規模太小；有的農漁會因改選人事變更，新的當家作主者，對於參展有不同的看法而不再繼續參展，有後繼無力的感覺。其實，國外有好多結合農業、鄉村、飼養、農技、農具、產業文化及科技的展覽及活動，像4年舉行一次的大阪黃金週農產博覽會，每年7月初英國伯明漢舉行的農業大展、美國西北五大州聯合舉辦的農業展等，另外中國大陸各地辦理的農水產展每年超過10個以上，都是與農漁業發展有關的活動，可以活潑



台灣農產品外銷網 (<http://trade.coa.gov.tw>)



展覽後的座談會

農村，帶動商機。

農畜水產半成品與終端食品之間有技術上的差異，在各大食品展覽裡中國、越南等新崛起國家，通常都是以原料型態參加展覽，大家體諒他們是只有這個水準的開發中國家。我們在國際展覽上應多提供成熟的產品陳列，讓國際友人了解我們發展的水準，因此提升水準亦是參展的一環。

參加國外展覽對於拓銷我國農畜水產食品，在國外的銷售量有正面的助益，也有提升國家在國際上能見度的作用。雖然花一些錢，但參加國際展是所有促銷活動中，最節省且易有具體收穫的方式，它可以使我們的產品在國際間曝光，也展示我們的農業實力及農產文化和農工技術，除了增加商機，也可以觀察農畜水產食品新的發展趨勢，也有機會看到剛出爐的新產品，蒐集各種農業食品資訊，是物超所值的促銷活動。



國外賣場促銷

結語

台灣農畜水產食品的外銷有過光榮的歷史，每年因災害或過度種植（養殖），而發生的農產運銷失調現象時有所聞，每當此時幾乎都會聽到要求外銷該項產品的訴求，否則將如何如何。農民屬於弱勢的一群，政府保護農民更是德政。農民也應該多從農政單位吸取正確資訊，勿聽信街頭巷尾的耳語消息。

外銷市場誠然很大，我們的經濟規模配合得上嗎？我們自己在想要促銷的產品上作了應該的準備嗎？我們種植(或養殖)的產品施肥用藥合乎規範嗎？可以通過檢疫檢驗嗎？特別是農漁會，大家準備好了嗎？如果準備好了，就共同來為台灣的農畜水產食品來打拼，做伙開創農業經濟的第二春。🌱