

活動報導

既有面子又有裡子的外銷農產品

農委會為提升外銷農產品品質形象，推動「改善外銷農產品品牌形象及包裝設計計畫」，於22日舉辦成果發表會，將3年來經該計畫重塑之各項外銷優質農產品，以嶄新面貌與世人見面。

「品牌與包裝」是增加產品附加價值的行銷利器，對於消費者或買主而言，良好的品牌形象，等同於產品的優良的品質、服務以及可信賴度；而精良的包裝更是吸引消費者青睞的關鍵。尤其是外銷農產品，必須在國際市場上與各國產品競爭，具代表性的品牌形象及精美亮麗的包裝，將更形重要。

為建立外銷農產品的優質形象，自91年起與外貿協會合作推動「改善外銷農產品品牌形象及包裝設計計畫」，聘請專業設計師，遴選有意強化品牌及包裝設計的農產品外銷企業共同執行。參與該計畫的企業要付出相當大的代價，必須要割捨舊的品牌標誌，投入大量人力及時間成本，又因該計畫僅負擔設計費用，企業主必須再自行製作新包裝。許多參與的企業，在計畫執行過程中都經過相當的掙扎與努力，而呈現的成果是難能可貴的，部分企業因為推出新的品牌及包裝，直接帶動了長紅的業績。例如主攻海產食品的蘭揚食品公司在獲得農委會認證的「海宴」證明標章之後，由該計畫輔導設計推出的「海師傅」系列產品，在各大國際食品展中廣受海外市場喜愛，開拓該公司外銷之路，外銷



業績由91年到93年間成長了將近5倍，可見良好的品牌形象設計對於外銷的實質幫助。

本計畫所執行的項目包含整體企業形象，從物流層面、廠房外觀、產品設計到參與國外專業展覽的文宣，都是該計畫大力提倡的農企業整體識別體系環節，希望透過該計劃拋磚引玉，提升國內農企業的整體形象，本次發表會也邀請了古坑果菜中心展示其物流輸送所運用的25噸卡車，車廂側面運用了該計畫所設計的企業形象標識，充滿活力的新鮮設計讓人對於該產品耳目一新。

台灣的農產品及加工食品的海外市場需求逐年擴張，除了改善外銷農產品的品牌及包裝外，農委會也致力於調整農業的整體性結構，帶領農業跳脫傳統，以「品種改良」、「品質認證」，以及「品牌行銷」，使台灣農業展現全新的風貌，彰顯政府推動農業永續發展的企圖心與照顧農民的用心。