

→ 去年增加，現場熱鬧滾滾。

今年農委會委託中華民國對外貿易協會，帶領11個

公農協會之58家優質農產品廠商參展，展出產品包括茶、休閒食品、生鮮蔬果、水產品等，其中以保健、有機蔬菜、素食及茶最受歡迎。如以各別產品來說，則以筊白筍、竹筍、地瓜、米、鳳梨、海鱷、甜玉米、米酒及黑木耳等最受青睞。整體來說，我國參展廠商不論是在產品的開發及包裝上，均較去年有長足進步。



為加強宣傳推廣我國具有國際競爭力之優質農產品，外貿協會特設立代表性農產品展示區，辦理產品試吃品嚐，吸引參觀者大排長龍，成功將我農產品推銷出去。明年參展將擴大辦理，計畫成立各縣市特色農產品展示專區，配合觀光局擴大推廣休閒農業，以繁榮農村經濟，提高農民收益。此外，據農委會表示關於台灣農產品的安全與衛生問題，我政府已加強農水產品施肥用藥的管制，努力降低農藥殘留，符合日本檢驗規定。讓日本消費者可安心選購食用。（外貿協會）



台灣花卉國際行銷論壇紀實

由外貿協會主辦的「台灣花卉國際行銷論壇」，於3月4日假鹿港立德文教休閒會館國際會議廳舉行，現場邀請日本及荷蘭三位從事花卉國際行銷的專家講演，現場並有近2百位花農、花卉產銷業者與學者專家蒞臨參加，講演內容精彩，講者與聽眾互動熱烈。

為了提昇台灣花卉在國際舞台的地位，本次台灣花卉國際行銷論壇，邀請到日本輸入商社協會會長酒井龍夫、日本株式會社大田花卉營業本部販賣企劃經理上田潤及荷蘭阿斯米爾(Aalsmeer)花卉拍賣中心計劃經理 Mr. Henk de Groot 等3位專家，分別就「我國花卉產業行銷日本市場之策略」、

「日本花卉電子商務行銷」、「花卉國際行銷」等主題講演，提供寶貴經驗供國內從事花卉生產、花卉運銷及有志從事花卉外銷的相關人士參考。

酒井龍夫是日本輸入商社協會會長，負責將國外品質優良的花卉進口到日本，他認為台灣的花農與政府已經很努力地在發展花卉產業，但仍有需要改進之處。舉例來說，台灣的花農集中種植某些花卉品種，沒有考量到日本消費者的需求與喜好，不易吸引消費者購買，加上供貨不穩定，再經過船運後的櫥架壽命不久，都會影響日本消費者的購買慾。台灣若想將花卉外銷到日本，首先要進行市場調查，了解當地消費者的喜好，然後再



去種植，此外維持穩定供貨，並加強開發新品種，才能超越其他競爭者。

日本株式會社大田花卉營業本部販賣企劃經理上田潤，在會中主講

「日本花卉電子商務行銷」，與大家分享大田花卉批發市場成功的經驗。目前大田花卉的規模與營業額是全球第三大的花卉公司，僅次於荷蘭二大花卉公司，該公司主要是接受生產者委託，再從銷售額中收取手續費，因為配合使用最新電腦控制拍賣系統，創造出高效率的物資流通網，成為日本唯一股票上市大櫃的大盤商。大田花卉的網路行銷以OLIVE字樣為公司標誌，每年開市156天，達到1天3,500萬日幣的網路行銷業績；大田花卉成功地利用電子商務掌握即時資訊，擴大交易，也使出貨程序簡便，達到高額の業績成長，其花卉拍賣價格在東日本具有指標意義。

荷蘭阿斯米爾 (Aalsmeer) 花卉拍賣中心計畫經理 Mr. Henk de Groot 為大家說明「花卉國際行銷」的主題。他說台灣與荷蘭的國土面積都小，因此有些類似，但荷蘭的花卉生產卻相對蓬勃。目前世界上有90多國切花出口國，但就貿易額而言，其中荷蘭佔60%，阿斯米爾花卉市場又佔其中33%，由此可知，阿斯米爾拍賣中心規模是很龐大的。荷蘭可以主導世界花

卉貿易的原因包括：靠近主要消費地、氣候適宜、勞工技術精良、有完善的拍賣系統等。而且根據歐洲消費者信心指數和花卉消費量來看，經濟不景氣並不會影響歐洲消費者對花卉的消費。阿斯米爾花卉拍賣中心以綿密的運輸網路，遠距買賣方式，成功地將荷蘭的花卉外銷各國。

會中與會人士提出問題，由3位專家分別回答，或相互交換意見，現場氣氛熱烈，3位專家均期勉台灣的花卉產業要繼續努力，研發出具有台灣特色的新品種，建立良好的產銷管道，規劃外銷花卉的生產計畫，應用電子商務的輔助，開拓海外市場，花農們也要團結一致跟航空公司談判，以降低空運的成本負擔。（豐年社） 🐼

小 啓

熱烈招募優質外銷農產品

為 拓展我國農產品外銷，農委會特別建置台灣農產品外銷網 (<http://trade.coa.gov.tw>)，提供農民團體及農產食品業者網路行銷的機會。台灣農產品外銷網有中、英、日文等三種版本，以外國買主為對象，為國內農產品免費宣傳平台。若大家有符合衛生安全及具外銷競爭力之產品，可將廠商基本資料及產品資訊E-mail至豐年社 h3628148@ms15.hinet.net（格式請至網站中文首頁之FAQ下載），請多多利用。如有任何疑問請洽豐年社 (02)2362-8148轉26楊先生。 🐼