

強化農產品之國際競爭力

農委會改善外銷農產品品牌形象與包裝設計

文圖／葉小慧

行政院農業委員會於今(92)年3月4日，在該會五樓大禮堂舉行「91年度改善外銷農產品品牌形象與包裝設計」成果發表會，由黃副主委欽榮主持，由接受輔導之農民團體、廠商及負責設計之公司代表，說明計畫執行的過程與心得，並透過新舊產品的包裝比較，展示新品牌與包裝的設計成果。

黃副主委表示，為協助台灣廠商成功拓銷國際市場，農委會曾於去年帶領國內食品廠商赴東京、中國等地舉辦農產展售會，積極進行觀摩及推銷，使我國農產品外銷產值較前年成長6%。

黃副主委指出，農產品的品質與價格的合理是很重要的，但如何透過有創意的包裝吸引消費者購買，也是拓展外銷市場時不可或缺的元素。為進一步強化台灣農產品的國際競爭力，該會於去年委請外貿協會輔導水產、農產加工、茶類與蔬果等四大產業，改善外銷品牌形象與包裝

後，預期今年我國農產品外銷市場可望再向上成長10%。

外貿協會
劉副秘書長大



經過重新設計與包裝，看起來美觀大方



黃副主委欽榮說品牌形象與包裝設計可強化外銷農產品的競爭力

俊說，人要衣裝、佛要金裝、產品要包裝，唯有以創意的包裝與品牌形象吸引消費者購買，才能帶動批發商與零售商下訂單。他指出，目前中國大陸已有很多連鎖通路有意來台採購，並將台灣農產品定位為高品質的禮品，提高了台灣農產品的附加價值。良好的品牌與包裝以及完善的行銷通路，是台灣農產品未來應該努力的方向。

農委會表示，本次成功接受輔導的廠商分別為松之鄉、南投縣凍頂茶葉生產合作社、新合興海洋企業、廣大利蛋品、蘭揚食品、豐溪、台南學甲果菜合作社、阿枝養蜂場及台灣省漁會等9家廠商，其中松之鄉與南投縣凍頂茶葉生產合作社將以新穎的品牌形象與包裝風貌，參加3月9日在東京舉辦的食品展。

