

# 創新與行銷兼具 · 提升產品競爭力 新台灣之「紫」 · 阿成巨峰葡萄

你吃過溪湖鎮的特產巨峰葡萄嗎？溪湖鎮的巨峰葡萄可說是「凡是吃過的人都說讚」。每當陽光照射大地時，一粒粒的葡萄就像是一顆顆的紫寶石！巨峰葡萄原產於日本，40年前移



台灣之紫—阿成葡萄

植到台灣，在歷經數十個寒暑，經果農們不斷研發改良下，終在這塊台灣土地上生根結果，不僅果粒、色澤、甜度均有大幅的改善，成為台灣鮮食葡萄的 NO. 1，更回銷日本市場，廣受消費者喜愛。

## 契作收購 · 品質嚴控

溪湖地區為台灣夏季葡萄主要產區，以往農民只重視產量，忽視品質的提升、分級與行銷，導致葡萄價格一直無法提高。有鑑於此，農糧署中區分署特於 94 年起積極輔導當地果農加強果園管理及辦理共同運銷，以降低生產成本；並有效的分級與包裝，以提高葡萄價格，增加農民收益。

「溪湖巨峰葡萄甜如蜜」，該地區葡萄農主要是與溪湖農會採契作生產，所有收購的葡萄皆是經過農會嚴格篩選，再推動共同分級制度，嚴格控管果實品質，以

「峰采」品牌行銷，方便消費者選購。今年溪湖「巨峰葡萄」在台北果菜拍賣市場拍賣的成交價均較其他地區所生產的葡萄價格為高，獲得許多承銷商的肯定。

## 品牌葡萄 · 異業結盟

溪湖農會葡萄產銷班第 7 班班員曾進成原是經營機車零件買賣，農家子弟出身的他，看到父親及鄰居葡萄農每年辛勤種植葡萄，在豐收之年僅夠溫飽，如遇天災，則又血本無歸。為此，他決定放棄原有收入頗豐的行業，專心投入葡萄種植與行銷，要替葡萄農再創新契機。

曾進成說，他除慎選高品質葡萄外，並利用低溫預冷技術維持葡萄新鮮，使鮮果保存期限延長；為提高溪湖葡萄的價值感與形象，選擇與知名的高級百貨公司策略結盟，改走高價位精美禮盒路線。一般葡萄價格每公斤在 45 - 65 元之間，透過分級、行銷與精美包裝，限量的頂級葡萄每公斤高達 560 元。今年 1 月，「阿成」頂級葡萄就以每盒 2.5 公斤 1,400 元的價格，創下亮麗的銷售成績，可說是異業結

盟的成功例子；此外，在台北假日希望廣場展售，更曾創下 2 天銷售葡萄 5 萬元收入的紀錄，堪稱銷售葡萄達人。

由於第 7 班所生產的葡萄產量已不敷供應百貨公司的需求，為此，阿成將擴大與契作面積，並擴建產銷班集貨場及葡萄採收後之預冷設施、冷藏倉庫…等設備，穩定葡萄供應品質。

### 強化競爭·因應對策

在這個全球化的時代，台灣的農業要生存、要永續發展，就必需重視行銷。農委會主委蘇嘉全推動「新農業運動」，就是希望台灣農業能跳脫傳統思維，改變觀念及作法。蘇主委強調，對於進口水果產品的低價競爭衝擊，農民只要具備現代化農業經營理念，體認市場對優質、安全農產品需求，重視研發及推廣高品質的農產

品，加強農業創新和行銷，相信一定可以提升產品競爭力，使台灣產業亮起來。

台灣正式加入 WTO 後，各國農產品頻頻叩關，一場農業貿易戰已經開打，但溪湖鎮巨峰葡萄農表示，巨峰葡萄的口感，勝過國外進口的葡萄，因此溪湖巨峰葡萄已有免疫力，他們不怕加入國際貿易組織。

彰化溪湖種植的巨峰，讓當地成了台灣的葡萄故鄉。未來，溪湖鎮葡萄農會會更積極提升品質，建立葡萄生產履歷紀錄制度，生產優質、安全、符合國際市場需求的葡萄，提高市場競爭力、保障農民收益、兼顧消費者權益，迎接消費者主權時代來臨。要想一次了解葡萄從發芽、開花到結實纍纍的整個成長過程嗎？來溪湖準沒錯喲！🌱



台灣葡萄產業策略聯盟—紫晶葡萄



宅配新鮮葡萄