

走出傳統印象 · 邁向精品之路

—2007 農情好禮博覽會

台灣農產的美在哪裡？又有哪些產品呢？讓我們去瞧瞧吧。農委會於 95 年 12 月 29 日至 96 年 1 月 1 日舉行「農情好禮—2007 年農漁會精品博覽會」，透過博覽會的實體展出，讓民眾瞭解在地農產精品，並建立與工商企業合作的平台。4 天展期約湧入 5 萬人次的參觀人潮，創下 2,000 餘萬元的銷售金額，打響農漁會新春第一砲。

農產品要朝精緻化發展，不僅需具美味、賣相外，更要有創新。整個展區規劃有介紹農漁會百年發展歷史與成果的「百年印象區」、趣味性十足的「農漁會之最」，日光鮮果、在地好米、百味果饌、樂活飲食…等「品牌精品區」，及由農漁會所組成的「聯合展售區」，每樣精品的品質和包裝形象，都不輸市售的商品。

行政院長蘇貞昌表示，選擇台灣農漁產品做為禮品，送者大方，受者實惠，絕對不失禮。他對農漁會積極研發各項農產精品，朝向開發多元服務產業的努力相當感動。蘇嘉全主委說，過去農民不懂行銷、不懂包裝，農委會推動「新農業運動」，就是希望農產品能夠「從研發



蘇院長、蘇主委與農會及廠商代表共同揭開活動序幕



兼具趣味與知性的「農漁會之最」展示區

到行銷」再創新，除了由試驗單位輔導農民進行創新研發外，也嘗試利用各種管道協助農漁民突破困境。

為協助農漁會行銷，蘇主委特別致函邀請企業界前往參觀，並採購台灣農漁產品做為新春贈禮。開幕當天，除有餐廳大量訂購單、通路業者洽談後續的合作計畫外，力晶半導體下了百萬元訂單，購買了包括台東池上鄉農會等 13 家農會的產品；台灣微軟則購買了包括台北縣農會等數家的千件特產；雅芳公司更是一口氣就買了 1 億元的產品，大手筆回饋員工。

活動已劃下圓滿句點，來不及採購的民眾也別擔心，日後您可以很輕鬆地在家上網到各農會經營的網路商城選購。「買好禮、送好禮，農漁民等著你！」送一份最原始的好心意，就從農漁精品開始吧。



每樣農產精品都令人愛不釋手