

讓台灣聖誕紅盆花走出去

我國聖誕紅之品質具有相當高之水準，但由於國內市場規模較小，無法消化如此大量的聖誕紅盆花；又由於近年來國人使用聖誕紅的習慣有集中於聖誕節前與農曆年前的趨勢，也無法透過生產期的延長來紓解大量的聖誕紅盆花，因此開發鄰近的日本與東南亞等海外市場，已成為拓展產業之必然趨勢。

桃園改良場表示，為維持聖誕紅盆花之品質不受運輸過程之影響，該場已研發於貯運前使用針對抑制乙烯危害植體及減緩養分消耗的相關藥劑，可大幅減緩貯運過程對聖誕紅品質的傷害，保持聖誕紅運輸 7 - 10 天後的觀賞品質，有利於拓展海外市場。🌱

開創農會行銷優勢 2007 年農會領袖營圓滿閉幕

資料來源 | 農委會

農委會為推動「新農業運動—台灣農業亮起來」，97 年重點工作之一是加強農會供銷事業，全力推動農產品現代化行銷的經營模式，96 年度 6 - 12 月陸續辦理 5 場次農會領袖營，以「五感行銷、實地演練」為主軸，規劃兼具理論與實務之系列課程將於 12 月 13 日圓滿結訓。與會農會總幹事們表示，這次訓練以紮實的實際演練讓總幹事親自操兵，感受企業開發與行銷產品的技巧，突破以往的訓練方式，大家均感到非常實際、受用，也體會農委會為農會轉型創新所做的用心與努力。

農委會表示，農會是推動在地農業發展及農民服務的火車頭，輔導農會轉型及強化農業行銷是重要施政之一，因此為農會經

理人—總幹事量身訂做的課程包括授課、實際演練及國內知名企業參訪，期望各級農會能深入瞭解什麼是好產品、如何進行產品定位、不同定位產品之通路、如何設計產品包裝及做好貨架陳列以為產品加分、以及如何運用公關媒體等經營管理、品牌行銷管理、組織營運等主題，並以嗅覺、味覺、視覺、聽覺、觸覺的五感方式，帶領農會總幹事實地演練體驗如何作出好商品，並安排情境學習服務模式，參觀知名企業，學習企業經營的用心，克服困難、掌握契機與創造競爭優勢的歷程，均令總幹事印象深刻。農委會同時安排農會經濟事業的執行者—供銷主管亦接受培訓，期能與總幹事同步學習成長，共同為農會經濟事業發展再創佳績。🌱