

台灣農業向前走・雲林農產銷北京(上)

文圖 | 呂政璋 雲林縣政府農業處處長



農委會推動台灣農產品外銷係以「立足台灣、全球布局」之原則，積極拓展國際市場。隨著兩岸海空直航之協議，未來農產品運輸時間縮短且成本降低，台灣農產品在中國大陸市場除沿海地區重要城市外，更可深入成都、重慶、大連等華中及東北地區，競爭力增加且市場擴大，開啟台灣農產品行銷中國大陸的新契機。

一. 前言

雲林縣全縣擁有 8 萬公頃的耕地面積，占全國總耕地面積的 1/10，近 30 項農產品的種植面積與產量是占全國第一，另外全縣農民人口約為 36 萬人，約占全縣總人口數的 50%。因此，不論是耕地面積、農民人口均是全台第一，也因被稱為「農業首都」，更是台灣的農業最大縣。

西螺葉菜、斗六絲瓜、麥寮結球萵苣及許多的高麗菜、大白菜、蒜頭等大宗蔬菜，古坑柳丁、口湖台灣鯛、雲林快樂豬等等，均是讓全台灣民眾均感受到雲林在

農產品生產上所佔的重要地位。若是在台灣的版圖上，缺少雲林縣，必需馬上面臨到無菜、無水果、無漁、無肉、無米可食的狀況。所以，雲林縣在台灣重要性是不可言喻的。

由於，台灣農民的努力與認真，在生產技術已經聞名世界，但是也因這樣，農民過度的使用利用土地，造成每年的生產過剩、土地酸化等狀況，進而產生農產品滯銷與品質的問題；若有產生問題往往都是以雲林縣最為嚴重。為了解決雲林縣長期的農產品滯銷情形，在 2008 年開始，縣府積極規劃全年度的國內與國際行銷策略，期望在今年能夠以「吃安全、找雲林」的目標，全力發展安全農業，為雲林農產品開拓新市場與新買家，更找到長期且穩定的行銷管道。縣府不僅特別注意農民生產的輔導，而且也投入大量的人力與物力協助農民團體建構安全農業，舉凡提升農民的溫網室設備、改善農民的農用機械、性費洛蒙的利用防治、農藥快速檢驗站等均是以建立安全農業為主軸的發展策



略，並增加安全多樣化的農產品，且配合全力開拓

行銷通路。也因此，縣府以積極的策略發展國際市場與國內通路，帶領農民征戰各地，期能打響雲林農產品的名號，並建立長期穩定的供銷管道。

二. 雲林農產品北京行銷策略

(一) 農產品分類

雲林縣由於位在濁水溪沿岸，受沖積產生大量肥沃的土壤，致使在農作物生產上可以產生最大的生產量，也因此造成單位面積過高的產量，常因沒有生產規劃，造成同時期的採收，反變成生產過剩，也因而賤價傷農的情形。筆者初到縣府時，農產品沒有規劃，只是單一式或大堆式的行銷，效果很難去評論好壞。不過，多數人只知雲林有許多的農產品，而沒有一個能夠叫出名號的。

但也因此，筆者看到有如非洲賣鞋理論，認為雲林雖是農業首都，在行銷上確實是較為弱的一環；若要能夠造成佳績，建立方法及擬定策略，雲林農產品將能一步步的展現出來，而不再是負面的滯銷與殘毒等的報導。

商品經過分類後，更容易管理與操作；如同百貨公司、量販超市等超過 5 萬種品項，若是沒有分類，就無法管理。但是這類的管理與操作，在農業方面是較為缺乏的，以商業的方式的管理農業，將是種有效的管理與增加價值的方式；下表則是以銷售末端的方式，將農產品進行分類，並做組織管理。

有了組織分類，農產品的組成也有了新的組成，不管是在行銷上或是分類都能輕能易舉的找出主要的項目。亦是成為在北京貿易洽談的輔助工具，貿易商更能直接找到要洽談的產品與對象。

(二) 宣傳與行銷

筆者以之前在北京的經驗，籌劃此次的雲林農產品前進北京，本次的行銷策劃早在 2 月初就定案，且經過縣長的同意

表 1. 雲林農產品分類表

項次	大分類	中分類
1	蔬菜	葉菜類
		結球類
		根莖類
		果實類
		菇類
		香菜類
		調味類
		其他類
2	水果	柑桔類
		瓜類
		季節果類
3	水產	海水魚類
		淡水魚類
		養殖魚類
		蝦貝類
		軟足類
		豬肉類
4	肉品	禽肉類
		牛肉類
		羊肉類
		糯米類
5	米類	粳米類
		籼米類
		梗米類
6	雜糧類	豆類
		花生類
		小麥類
		高粱類
		其他類
		切花類
7	花卉類	盆花類
		草花類
		盆栽及其他類
		釀造類
8	農產加工品	萃取類
		加工類
		其他類
		其他類

與規劃。國際行銷，其目的就是開拓新市場，找尋新買家，並建立產銷新通路。

農民團體是以做生意的態度與角度去搶攻市場，爭取訂單，而政府部門則是以宣傳為優先。此次，雲林縣府不僅扮演了宣傳的作用，更是積極的做為農民的表率，帶頭開拓新市場，並且建立新的行銷模式。

雲林縣府此次積極的開拓北京市場，不同以往許多的公部門往往只是配合的公開宣傳的記者會外，更是以從規劃、廣告、宣傳、行銷、貿易洽談等都自行進行，而無採用任何公關或行銷公司配合，但亦能看出雲林縣府在本次國際行銷中所扮演的角色。大致可以分成四個階段，如下。

1. 第一階段：出國行銷前的準備，除了徵集農民團體之外，更是提前規劃了海運與空運的進行，分別透過海空運將農產

品先行集中並運輸到北京，等候促銷與宣傳。

2. 第二階段：分別透過廣播、平面、電視等的宣傳，將雲林農產品前進北京的訊息先行透露並予宣傳，隨後再透過行前記者會正式的向大眾告知。

3. 第三階段：到了北京，雲林縣府安排了中國及台灣的電視、廣播及平面記者共同隨行採訪，見證雲林縣政府及縣長第一次在中國行銷農產品的紀實，同時也為歷史性的做法留下最好的宣傳。

4. 第四階段：為了整個行銷流程的安排，縣府也在北京組成行動辦公室，由筆者帶頭組成，從安排與聯絡記者、場地的現勘、洽談的掌控等均由縣府同仁親自參與並安排，同時也為了最主要的行銷活動全程控制，充分的展現了團隊精神，也讓所有農民團體及記者見識到了縣府海外運作的能力。【豐】（待續）

銀耳多醣

一麵包的天然抗老化劑

資料來源 | 鳳山熱帶園藝試驗分所

銀耳多醣是天然食物，添加於麵包不但可以延緩麵包質地老化，更產生了全新的麵包口感，喜愛麵包的消費者，一定要來尝尝這只可會意不可言傳的感動。

銀耳 (*Tremella fuciformis*, Berk)，在台灣俗稱為白木耳，是傳統喜宴常見的甜

湯材料，也是古老的滋養、強壯藥膳。農業試驗所委請穀類食品工業技術研究所，研製含銀耳多醣的土司配方，並由麵粉業者實際添加試製。銀耳多醣土司與一般土司比較，體積略小，但保水性佳，水分含量比一般土司多15 - 20%，顯示含銀耳多醣土司的重量會比一般土司重。銀耳多醣土司QQ的全新口感與一般土司完全不同，二者經過長時間冷藏後，微波加熱，只有銀耳多醣土司仍保有適當濕度，不會乾乾的，並保有Q軟的口感。【豐】



鳳山熱帶園藝試驗分所：

07-731-0191 轉 408