

雲林縣擁有一百分的農產品，也有一百分的行銷企劃。農產品的產銷關係，猶如槍與子彈般密切，雲林縣生產的優質水產及農產品，在全台各地都有極佳口碑，經由傑出的行銷手法，將產品特質差異化，提供消費者不同的需求。

## 高峰論壇・尋找出路

雲林縣的農民種田之餘，還得學習行銷，透過完整的行銷策略規劃、精美的包裝設計，更具有畫龍點睛的效果，使雲林縣的農產品名氣響亮。在縣長蘇治芬、農業處處長呂政璋、前企劃行銷科科長林俊明的強力帶動下，「農業首都」全面動了起來，不僅內銷，並從事國際行銷，競爭力邁開大步，站上外銷第一線。

「全國農業行銷包裝與教育訓練高峰論壇」於 97 年 10 月 21 日在雲林縣舉行，主辦單位雲林縣農業合作社聯合社為提高農產品的價值，邀集政府官員、學者及經營專家共同與會，提出對當前農業經濟、行銷包裝的看法及建議，並分享成功案例，各農業團體負責人及實務經營者也熱烈參與，對農產行銷包裝有更深入的認識。行銷菁英齊聚一堂，為台灣農業發展找出一條新出路。

## 捷報頻頻・走入國際

現任企劃行銷科科長鄭安國指出，縣府於 96 年向中央申請「農業首都建設與發展計畫」，已大大提升雲林縣的農產品品質，生產安全、優質、鮮美的農產品，為提高雲林縣優良農產品的能見度，規劃農產品的包裝、行銷乃當務之急，縣府除積極參加行銷活動外，為讓農產品的行銷包裝更有創意、



現任行銷科科長鄭安國



視野更寬廣，舉辦農民教育訓練活動，藉由「雲林縣全國農業行銷包裝與教育訓練高峰論壇」集思廣義，為農產品的推廣打了一針強心劑；農民團體也積極地把握此次機會，參與論壇、進行交流，在熱烈討論下，提出多元創意及具體可行的方法。

為行銷雲林縣的農產品，蘇治芬縣長總是親自領軍衝鋒，97年4月17日率領24個農民團體赴澳門舉辦為期4天的農產展售會，達成與當地連鎖超市簽約長期銷售的戰果；同年，7月11日赴中國北京舉辦蔬果、花卉、稻米、加工品、禽畜、水產等30多種農產品展售會，也傳出與連鎖超市、量販賣場通路簽約販售的捷報。

### 策略聯盟・搶占商機

蘇縣長指出，雲林縣的農特產品趕在北京舉辦奧運前展開行銷，就是期待更多的國際觀光客能夠看到「農業首都」優質的農產品，一舉打響名號。目前行銷的地區及國家尚有新加坡、韓國、日本、歐洲、北美、越南等。

蘇縣長並帶領縣府團隊前往荷蘭考察

花卉市場，為擴大雲縣銷往荷蘭的蝴蝶蘭而努力，透過建立策略聯盟組織，爭取經費建構電子化平台及市場網絡，為蝴蝶蘭市場搶得先機。

鄭安國表示，雲林縣是農業大縣，每年生產大量的農漁產品，主要有稻米、花生、蔬菜、水果、花卉、禽、畜、水產品等，其中29項產品產值為全國第一名，以往盛產期間，經常發生市場機制調節不當而造成產銷失衡的現象。台灣加入WTO後，農業面臨市場國際化及競爭

自由化的衝擊

已不可避免，縣府以調節內需市場、穩定農產價格、保障農民收益為首要目標，而規劃一系列的國際行銷活動，積極拓展海外市場策略，建立常態性的供銷管道，讓雲林「安全、優質」的精緻農特產品連續而密集地「出航」、提升國際知名度後，更重要

的是追求永續產銷，最終目標則是行銷全世界，也勢必將立足國際舞台。■

