

花蓮農業升級 登陸楓葉之國

2007年秋天，54項78種花蓮無毒農業及優質農特產品進軍北美洲楓葉的國度——加拿大，花蓮縣政府農業局以有限的人力與經費，竭盡所能推動這項任務；這是國內第一個官方機構在加拿大地區進行大規模的農產品行銷，相當具有前瞻性及指標意義。



《洄瀾珍饈——花蓮優質農特產品型錄》英文版：(Hualien Fine Foods-The Hualien High Quality Produce Catalogue)

經過將近一年的籌劃和準備，首波行銷北美洲的無毒農業及地方農特產品，在花蓮縣政府農業局的主導及各地方農會的協力配合之下，已在8、9月分梯裝船，順利運往加拿大多倫多市。現在，在加拿大境內的超市貨架上，已經可以買到來自花蓮的無毒農業及優質農特產品。

施政藍圖，逐步落實

花蓮的好山好水是無毒農業的搖籃、優質農特產的故鄉，所孕育的農特產品在國內早已獲得相當不錯的口碑。然而，國內市場畢竟有限，農業生產也總會面臨到產季過剩的問題。因此，提升農特產的品質並走向國際，開拓更廣大的海外市場，無疑是農產行銷必然要走的路。

93年元月，花蓮縣政府農業局「無毒農業小組」在推動「花蓮無毒農業」之初，除了以「神農大地計畫」的概念基礎，並根據縣長謝深山「洄瀾夢土」施政藍圖落實「無毒土地」政策之外，也依照「洄瀾夢土計畫」當中「農業產銷朝向衛生健康、精緻化、多樣化、品牌化、宅配化、國際化」的願景進行規劃。

這項計畫中的理想，隨著「花蓮無毒農業」在生產輔導、檢驗制度的實行，以及品牌、生鮮處理中心、物流網絡的建立，已逐步實現。而國際化方面，除了



Pure Hualien-Hualien's Organic Agribusiness



花蓮·無毒農業LOHASの旅



96年3月，杜麗華(右2)、廖志毅(左2)與農業局同仁遠赴多倫多實地考察，右為加拿大專營台灣食品代理商「國華公司」負責人周怡華



農業局一行人參觀「國華公司」倉儲

以去年發行的《洄瀾珍饈—花蓮優質農特產品型錄》中、英、日3種語文版本，以及《Pure Hualien-Hualien's Organic Agribusiness》、《花蓮·無毒農業LOHASの旅》兩本英、日文專書，為花蓮無毒農業及農特產的國際行銷預做準備之外。如今，隨著花蓮無毒農業及優質農特產進軍北美洲，讓花蓮農業產銷的國際化往前邁進了一大步。

深耕通路，開創商機

去年，一個偶然的機緣之下，花蓮縣政府農業局經過加拿大僑務委員會的介紹，認識了在加拿大專營台灣食品的代理商—「國華公司」。負責人周怡華在加國市場深耕多年，同時擔任僑委會委員與多個華人商會組織幹部，下游廠商包含超市、餐廳等，通路超過500家，業務範圍涵蓋加拿大全國，年營業額超過2億元新台幣。而周怡華在了解花蓮農業產銷現況之後，認為花蓮的農特產品頗具市場潛力，也表達了與花蓮合作的意願。



周怡華(右2)認為花蓮的優質農特產品頗具市場潛力

今年3月，農業局長杜麗華前往加拿大多倫多進行實地考察，並進一步評估、洽談相關合作事宜。同行的還有抱持高度興趣、自費參加的農會幹部與農業局人員。杜麗華回想起一行人在攝氏零下17度的低溫下，四處走訪當地超級市場的情景，她說，掌握國際行銷機會有助於建立農產品行銷通路及品牌建立，雖然辛苦，但一定要做。以「富麗米」為例，通過日本嚴格檢驗，成功外銷至日本，打響「富麗米」的知名度，不只米價上揚，也帶動富里的觀光休閒產業，創造無數附加價值。

回國後，農業局根據在加國所蒐集的有用資料，隨即進行SWOT分析（針對花蓮農特產行銷加拿大的優勢：Strengths、劣勢：Weaknesses、機會：Opportunities，以及威脅：Threats等），發現加拿大市場具有開發潛力，且無論在實質產業或形象提升方面都有莫大幫助。於是，趕在第一時間向縣長謝深山簡報，而這項國際行銷計畫也獲得謝縣長的大力支持，並預定在10月份前往加拿



花蓮「富麗米」成功外銷日本，帶動富里觀光休閒產業，創造無數附加價值



農業局一行人在多倫多華人常去的大賣場進行考察



96年6月，周怡華前往花蓮與農業局商討行銷事宜

大，行銷花蓮無毒農業及優質農特產，同時帶動相關的文化、觀光產業走向國際。

國際行銷，勢在必行

產品要賣的好，就得要有好的賣相。產品所給人的第一印象，可說是非常重要。由於加拿大的消費族群包括華人、法屬及英屬外籍人士，產品包裝須以中、英、法三種文字作標示說明，因此產品的包裝需要重新設計與製作。除此之外，產品項目也必需多樣化，才能滿足不同消費族群的需要。

於是，杜麗華與農業局團隊進行任務編組，重新規劃產品的意象與包裝設計，期盼以不同的風格與多樣的產品風味，來吸引不同消費族群的青睞。為此，農業局相關工作人員，每星期舉行3次晨報，以確實掌握工作進度與內容。杜麗華表示，國際行銷之路勢在必行，這樣才能使花蓮的農業升級。

然而，國際行銷的宣傳活動、產品開發及包

裝設計的龐大經費，需中央及縣府經費援助。幸好，花蓮優質的農特產品不負眾望，在全台各縣市提出的農產品出國行銷評比當中，獲得農委會的支持與肯定，給予最高額度200萬元的補助。而花蓮無毒農業及優質農特產，也期待藉由這次可名揚海外，讓台灣在國際間發光、發熱。

進軍北美，台灣第一

6月中旬，周怡華率領重要採購人員前往花蓮，實地走訪產地之後，選定花蓮文旦柚、米、茶葉等54項78種優質農特產品至加拿大銷售。而產品包裝的設計、製作也如火如荼地進行，並順利趕在8、9月的裝櫃托運日期之前完成。

這一波出口的產品項目，包括：米、茶葉、黃金蚬精、醋、花蜜、鄉點米食、剝皮辣椒、酸菜、文旦柚等，分別以2梯次的常溫貨櫃，以及各1梯次的冷凍貨櫃與冷藏貨櫃裝運，且都是40呎的長貨櫃，規模和數量皆超越以往。

「這一次農業局在有限的人力與經費之下，竭盡所能地推動了花蓮無毒農業及優質農特產的出口，而花蓮縣政府也是第一個官方機構，在加

拿大地區進行如此有規模組織的產品行銷，相當具有前瞻性及歷史意義。」杜麗華說。屆時10月份在加拿大舉行的促銷活



經過斬新設計的產品，品名、產品介紹及各項標示，皆以中、英、法三種文字說明，圖為花蓮無毒農業的蜂蜜新包裝

黃金蚬精中、英、法國際行銷新包裝



花蓮縣政府特別挑選最頂級的「國柚」200盒，趕在中秋節前空運加拿大，為花蓮農特產品進軍北美洲暖身



6月18日花蓮縣各級農會聯合舉辦農產博覽會，爭取前往加拿大行銷的機會。會中周怡華與花蓮縣長謝深山相談甚歡，敲定10月份正式合作，首波將以文旦柚為主力產品

動，縣長謝深山也將親自領軍前往。

苦盡甘來，愈陳愈香

9月6日，最後一個裝載老欖文旦的貨櫃封艙之後，半年來與時間賽跑的縣府農業局同仁暫時鬆了一口氣。在這一次國際行銷計畫當中擔任吃重任務的動植物防疫所所長，同時兼任無毒農業小組執行秘書的廖志毅表示，這一次農業局工作小組又歷經了一次艱鉅任務的洗鍊。

由於農作物量產帶來產銷的壓力，加上做生意向來也不是農民的專長，因此農特產行銷所面臨的往往是極大的挑戰。而對於站在輔導立場的政府單位來說，不但要照顧到基層農民、維繫通

路，還要做好第3者的角色，且不能介入商業利益。因此，公職人員在協助地方農特產行銷的事務上，所面臨的壓力，也是外界難以想像。

這段期間，農業局工作小組除了本身份內的工作之外，還要執行加拿大行銷的各項準備工作。開會討論到晚上9、10點，以及克服台灣與加拿大的時差進行聯繫和溝通，已是家常便飯。然而，這些長時間的甘苦，卻都在農業局同仁平日不眠不休與認真執行任務的態度中，一一克服，平順渡過。

這次花蓮無毒農業及優質農特產出口加拿大的行動，不但帶領花蓮的優質農業走向國際，同時讓國際間也能夠從花蓮的優質農特產品，認識

更多面向的台灣。在產業升級的一面，也建立了未來發展的良好模式。就長遠來看，對於花蓮農業與形象的提升，以及未來產品的行銷，都有莫大的助益。而對於這次參與的工作人員，不論是花蓮縣政府農業局、各地方農會、農民，以及配合的廠商來說，在同心協力、經驗值的累積之下，能為傳統產業找出新的出路與契機，縱使過程再辛苦，也終究是一件值得慶賀的美事。☐



嚴選的花蓮文旦柚如期在9月6日裝櫃出口