

作者／呂政璋 雲林縣政府農業處處長



呂處長接受廣播記者採訪

雲林農產品 前進北京


農產品前進北京。

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。

「只要對農民有幫助，我們就去做。」縣府在生產面做整合性的規劃與協助，以積極的態度全力推動農產品行銷，繼日本之後，再前進澳門、中國、新加坡；展現旺盛企圖心搶攻國際市場的做為，但也為雲林農產品爭取許多的行銷新管道，如二崙西瓜、林內木瓜搶進加拿大、稻米行銷非洲及俄羅斯、加工肉品出口港澳地區、咖啡出口中國等，許多國際市場之前是未被開發與重視，在縣政府的帶領與協助之下成功的搶攤，也為雲林農產品找到新的通路，是值得鼓勵。

雲 林縣全縣擁有8萬公頃的耕地面積，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。但是，農產品滯銷問題往往也是以雲林縣最為嚴重。

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。筆者以之前在北京的經驗，籌劃此次的雲林

未來，將持續推動「安全農業」更落實以「農業首都」為主的施政策略，全力照顧與幫助農民。 

（詳細報導請參閱《豐年》半月刊97年11月16日出版）



雲林農特產品北京聯絡點的展示情形



雲林農產品展銷團洽談結束合照

農產品登陸 2009大力推動

為加強台灣農產品在中國的行銷，農委會已擬定行銷計畫。農委會主委陳武雄10月8日表示，未來銷往中國的台灣水果以及茶葉等農產品，都會經台灣CAS認證並貼有標章，銷貨地點已和中國談妥，包括家樂福、超大集團、供銷總社等知名量販業者和高級水果店。中國消費者，只要看到CAS的標章，就知道產品來自台灣。

陳主委指出，新政府上任後，認為對中國行銷農產品，對農民有利，也就是不管賣到日本、韓國或中國，都應該是全方位拓展。因此，農產品登陸的行銷計畫，已經列在98年度的主要工作項目中。

為避免仿冒，象徵台灣優良農產品的CAS標章，未來將在中國的賣場裡，和其他產品明顯區隔，CAS標章也將深植於中國市場。包括超大集團或是供銷總社集團，都透過管道爭取他們的協助和合作。

為方便中國觀光客在台灣購買農產品後，回到中國時能夠方便取貨，農委會也已經和中國方面協調，規劃在北京和上海兩大城市設立據點，讓觀光客在台灣下單、中國提貨。