

農業推廣 農業經營

影響高屏區國產品牌蔬果效益之研究

楊文振

為區隔市場，讓國產優質蔬菜水果賣到較理想之價格，政府自民國 88 年起推動「國產品牌蔬果品質認證」制度。9 年來，高屏地區已陸續有 16 個品牌、24 種作物，約占國產品牌蔬果品質認證之總數 40%，向政府申請品牌蔬果認證通過。本研究目的在探討影響國產品牌蔬果效益之因素，提供轄區內已申請品牌認證之農民團體與農民參考改善品牌經營策略，增加收益。

研究結果顯示，高屏地區國產品牌蔬果認證大都在民國 91 年申請，且全部以水果品牌為主。申請認證的農民團體以申請 1 項水果為最多。農民團體有年度行銷品牌蔬果計畫書的只有 2 個，比率僅達 13%。農民團體行銷品牌的經費以 1 萬元以下佔 60%，顯然偏低，對照行銷次數，1 次以下的佔 40%，倒頗為符合。有年度行銷品牌蔬果計畫書的只佔 13%。農民團體的品牌蔬果主要透過果菜市場拍賣。農民團體表示行銷廣告是提高品牌蔬果效益的有效方法。

由於該計畫對申請認證之農民團體有設備方面補助，所以農民團體，尤其是高屏地區的農民團體申請踴躍，但因農民團體相關人員對品牌認知有落差，所以行銷工作較為欠缺。

洋蔥產業策略聯盟績效之評估

蔡文堅

策略聯盟執行洋蔥購儲計畫量約佔恆春地區總產量 7~10%，有穩定洋蔥價格效果，但無拉昇蔥價的效果，建立執行購儲蔥農可追溯措施，做為追蹤品質控管依據，協助業已建立洋蔥良好操作規範，並辦理 4 場教育講習訓練，建立蔥農良好操作習慣，建立洋蔥產銷秩序，試辦理推動洋蔥契作，97/98 年恆春地區業已辦理 150 公頃，契作價格為 10 元/公斤以上，推動恆春地區洋蔥產業的產地證明，建立市場區隔，以小包裝開拓市場，提高產品的附加價值。

恆春地區洋蔥產業無論在農業經濟及社會文化層面，都有存在發展的必要，在政府及農民團體政策配合輔導協助，穩定蔥農收入，保留地區產業的文