名人箴言



品牌先生—施振榮《從研發到行銷》

臺灣農業在通往國際化的道路上，不論是長期需要，或是為產業提升價值、增加成就感，無可避免一定需要建立品牌。

我曾提出微笑曲線理論，在曲線兩端的創新研發及品牌行銷附加價值最高，而這次農委會蘇主委推動「新農業運動」，強調創新和行銷，重視研發及推廣高品質的農產品，包括有機農業、有產銷履歷的農產品等，這些恰恰就是在建立臺灣農產品品牌，也就是提升臺灣農業國際競爭力的根本方法。

我們期許農委會領導農民，研發高品質的農產，向世界行銷臺灣品牌，這樣臺灣的農業，才會真正「亮」起來。

消費安全之父—柴松林《從生產者到消費者》

農委會宣示要倍增有機農業，推廣具有產銷履歷的農產品，讓消費者吃得更安全、更健康，這無異是消費者的一大福音。除此之外，我們也欣見「新農業運動」正在推廣新的農業價值觀，未來，不只是提供飲食，還兼具環保、觀光的多功能農業，才是提高臺灣農業競爭力的不二法門，將生產活動融入生活，發展農業同時平衡生態，使生產者和消費者共創雙贏。

將臺灣推向國際的經營者—陳敏薰《從國內到國外》

在這個全球化的時代，不只是金融業、百貨精品業，就是農業也需要面對來自全球的挑戰，因此臺灣的農業要生存、要繼續發展，就必需重視行銷。行銷農產品，臺灣近幾年有一些令人振奮的例子，像是臺灣蘭花，就已經在國際市場打出名號。

臺灣的蘭花曾經彩繪在飛機上，這促使臺灣外銷蘭花創下新的紀錄，現在飛機上更畫上臺灣的9種熱帶水果，這是農業界結合航空業，將臺灣農產品成功行銷國際的例子。未來，臺北101大樓也將和農委會合作，相信有一天，臺灣的農業也能像臺北101大樓，不僅是臺灣的驕傲，也是世界矚目的焦點。

農業育種創新之父—陳文郁《從傳統到創新》

臺灣正式加入WTO後，各國農產品急切叩關，一場農產貿易戰即將開打。農委會推行「新農業運動」，強調創新研發，要以新品種、新技術帶領農業進入知識經濟領域，並藉由農業生物技術園區的開發，將農業科技產業化，這是臺灣農業提昇競爭力最有效的方法。

過去60年來，全世界總共有6個西瓜品種入選全美園藝新品種比賽（AAS）獎，其中，我們臺灣的農友種苗公司就佔了4個，行銷全球50多個國家。研發追求創新，農業才會精益求精，農民的收益才能提升。

漂鳥留巢先驅者—賴兆炫《從青年到老年》

現在大部分的年青人都不願意當農夫，都要到都市發展，但是我拿到碩士學位後，堅持要回家種田。農委會的「新農業運動」，推出漂鳥計畫，要藉由各種農業體驗吸引青年從事農業，並且輔導從事現代化農業之經營，我覺得很有意義。

另外，這幾年我們種的良質米在政府輔導下，已經可以將稻田到餐桌的過程全部透明化，還推出了鮮米急送的服務，不僅消費者吃得有保障，我們農民也有尊嚴，希望這些經驗可以隨「新農業運動」擴展到全臺灣。

休閒農業領航者—卓陳明《從一級到三級產業》

現代農業，不只是一級產業，以我經營的農場來說，它就是同時包含生產、農產加工、生態休閒的一級至三級產業。休閒農場賣的是青山綠水，要懂得善用環境資源，因此要加強自然環境的保護，要讓客人看出格調、做出樂趣、吃出價值、住出感覺。在鄉村要做出優質休閒，賣的就是清風明月，也需要優質服務。農委會的「新農業運動」，推動生態永續發展，營造鄉村新風貌，重視國土保育，這將使有魅力的農村成為可能，使都市人群走入鄉間，體驗農村生活。

（農委會）