

建立國產優良農產品品牌 迎接農產品差異化消費新時代

文／農委會

行政院農業委員會為輔導優良國產農產品建立品牌，已訂定「建立國產優良農產品品牌計畫」，以推薦高品質、衛生、安全之農產品給消費者，並全面提昇國產農產品之形象。

農委會說，為建立國產農產品品牌，該會未來之工作重點為加強輔導產銷班田間耕作技術及品質檢查、提高農藥殘留檢驗作業之數量及效率、建立各品牌品質管理及認證制度、建立具品牌優良品之市場價位區隔、擴大辦理都會區內生鮮農產品「高效率、高鮮度」之物流配送業務、建立各種市場配套之運銷通路、強化產品形象設計、媒體宣導及消費者認知活動等，並將合力維持品牌產品之生產安定、出貨安定及品質安

定，亦使國產農產品以煥然一新的姿態重新強力出擊。

以該會即將推出之「寶島果冠」優良水果品牌為例，該會以辦理水果共同運銷的農民團體為推行主體，以其所轄的產銷班為基本成員，結合果樹栽培、行銷、批發市場經營等專家，自行訂定品質標準、指導田間作業、輔導產品取得「吉園圃」認證、做好全季出貨計畫、落實執行規格分級檢查實務、打開運銷通路及廣告宣導等，使辦理共同運銷的農民團體，在「寶島果」之共同品牌的引導下，建立各出貨單位之「產地品牌」，並同時打響產地知名度。未來「寶島果冠」優良水果將以直銷、批發市場及外銷三大通路配套行銷，以滿足各層面之消費需求。

農委會對輔導國產農產品建立品牌後之預期效益為：

一、對市售農產品有衛生安全之虞者，可依其品牌

追溯供應來源，立即輔導改善，以減少對消費者之衝擊，並確保供應優良安全產品之農民生計。

二、深入產地落實輔導農民生產高品質、安全衛生之農產品，並且穩定供應市場；徹底建立農產品規格分級及精品包裝的風氣，做為因應農產運銷「網路商務」化趨勢之基礎。

三、有效建立與進口農產品之市場區隔，提昇國產農產品健康安全、高品質形象並提高附加價值，以建立消費者信心，增進購買意願，進而保障農民收益。

「科技」、「資訊」、「品牌」為農委會迎接新年度之農業施政主軸，該會彭主任委員強調，當今為消費者主權時代，農業政策之服務對象將自農民擴及全體消費者，而建立國產農產品品牌為兼顧農民者福利之雙贏策略，請消費者對該會即將推出之各項品牌農產品拭目以待。