

國產水果建立品牌 之認證及推行

(1) 邱祝櫻 (2) 高素琴

近年來，我國積極申請加入世界貿易組織，農產品市場勢必面臨更激烈的競爭，爲了減少國產水果產銷困境及提升競爭力，行政院農業委員會及台灣省政府農林廳特別針對施政重點之一的「品牌」，提出「國產水果品牌認證作業要點」，以輔導國產水果品牌化，建立新鮮、健康、安全的高品質形象，並提升國人信心及購買意願，使國產水果產業更加發展。



農委會運銷科陳建斌科長(右)等人陪同日本農產品市場專家一板本文男先生(右四)前往產地指導品牌建

本計畫總執行單位爲瑠公農業產銷基金會，爲了兼顧生產面及銷售面，會內設立工作委員小組，成員包括果樹栽培專家、批發市場主管、市場行銷專家、農政機關代表等，分工擬訂品質標準、指導田間作業、打開通路及廣告宣傳等。由於產品自生產、品牌建立、銷售通路，至出貨檢查均加以輔導，對於農民及消費者而言是一大福音。

目前預定輔導辦理的水果項目，包括蓮

霧、印度棗、葡萄、釋迦、網紋洋香瓜、芒果、高接梨、文旦、鳳梨等，由辦理共同運銷的鄉、鎮農會爲推行主體，其所轄的吉園圃產銷班爲成員，在政府規劃的「共同品牌」的引導下，建立「產地品牌」，亦同時打響產地知名度。規劃中的品牌水果等級及通路，包括5-10%的最高級品爲精品禮盒，直銷或批發市場銷售(共同品牌+產地品牌)；30%的特級品輔導外銷、直銷或批發市場(產地品牌)，此兩級產品爲重點輔導對象；至於其它次級產品，基本上不予輔導，也可以說是不希望輔導生產，若因天候影響，導致品質較低時，則用一般品牌銷售。

本計畫配合時令，首先登場的產品是屏東縣的枋山愛文芒果及鹽埔土芒果、台南縣的南化金煌芒果，於五月二十日和大家正式見面。此系列芒果產品均合乎農政專家訂定的高品質標準，除了取得無農藥殘留的吉園圃標章外，



“品牌芒果”高雅大方的包裝設計
(瑠公農業產銷基金會提供)

水果的糖度、風味、香氣、色澤均佳，且盒箱的包裝設計高雅大方，每盒為3公斤，盒箱內並附有品質保證書及食用說明書，絕不是進口水果可以比擬，是送禮的好產品；尤其爲了確保新鮮度，本產品將透過統一超商發行的生鮮商品型錄，接受全國民衆訂購，若有任何疑問，可以洽詢瑠公農業產銷基金會。我們期望經由此計畫，生產者能生產高品質的品牌水果，消費者也樂意購買有品牌的水果。



鹽埔—土芒果

由於本計畫是政府重點工作之一，在集合了大量的人力物力之後，最希望能有成果出現，然而，我們最憂心的就是出貨產品品質的控制等一系列難題，這也牽涉到生產者的組織及觀念。由於本計畫以當地的優良產銷班爲主體，爲了讓產銷班班員對建立水果品牌有進一步的瞭解，農委會農產運銷科提供了十大要領供農友認識，敘述如下：

一、落實產銷班活動

產銷班班員應確實參予及全力配合班會活動及決議事項，辦理研習及調查活動前需有詳密計畫，以利推動工作。

二、要有令全體班員信任的優秀班長

產銷班班長要發揮領導力，掌握及尊重班員想法，引導班員們認真投入班活動，彼此溝

通協調，對訂定之制度及決定嚴格執行。

三、全體班員勵行共同栽培作業

全體班員對班會決議之栽培品種耕作型式、田間作業基準等事項都需配合遵行。

四、確保全班擁有一定規模的作業面積

建立品牌除了高品質產品以外，一定的出貨量是絕對必要的，同時，配合勞動力來源及經營品項內容，全班組成作業栽培體系，並建立檔案。

五、努力提高全班的生產栽培技術

計畫性的辦理講習會或果樹的結實發育狀況巡迴確認、果園指導、在株果鑑定；當季出貨結束後，對未達成標準的班員要協助診斷以找出原因，並在下一年度輔導改善。

六、全體班員徹底固守於最適當採收期採收原則

不適當的採收期影響到果實糖度、色澤、風味等，班員不可因市場因素任意提早或延後採收，應於最適當採收期採收，以確保優良品質，保持信譽。

七、積極做好土壤管理，確保長期安定的生產體系及出貨品質



枋山—愛文芒果

果樹是長期作物，欲長時間確保安定的生產效率(如單位面積產量，一級品收成率等)及出貨品質(如糖度、色澤、風味、貯藏性等)，良好的土壤管理是必要的條件。



南化一金煌芒果

八、在全體班員的共識及合作下，確實建立並執行嚴格公平的出貨檢查制度

全體班員應確實遵守產品的品質規格出貨，方能在市場上建立信賴度及品牌。出貨檢查應有專人負責，尤其在天候不順或是在出貨期初期及尾聲時最易出問題，若產品品質規格不符時，寧可不出貨，以建立信譽。

九、將精確的出貨資訊有系統的告知承銷單位，並有計畫的辦理宣傳促銷活動

出貨資訊內容應包括果園現況、果實生長情形、預定開始出貨日、出貨高峰期、預定出貨結束日、每日各級產品數量、全程預定出貨時間表等。

十、致力於出貨期間的長期化及週年化

延長及分散出貨期有助於與承銷人建立長期穩定的信賴關係，因為只有交易頻繁才會加強人脈及訊息來源，長期的穩定供貨，頻繁的交易接觸，銷售者不擔心貨源，因此對特定產地或產銷班因深入了解而賦予充分的信賴感，這是長期性出貨的最大優點。

建立水果品牌並非一朝一夕的事情，需長期性的經營，由產銷班或農民團體做好品質控制、正確的估算出貨量及出貨期，以及嚴格的出貨檢查等工作，做好生產「品牌水果」的工作，再配合政府計畫性的宣傳輔導，讓生產者與消費者建立良好互動關係，國產水果產業將欣欣向榮。

本場推廣活動動態

辦理時間	活動名稱
4月：2	寧波市農業訪問團蒞臨訪問
7~8、14~16	棗子產銷班幹部訓練（基礎班）、（進階班）
13~24	87年度農青專訓-常綠果樹栽培班（二）
15	豇豆病蟲害綜合防治觀摩
22~23、28~30	番石榴產銷班幹部訓練（基礎班）、（進階班）
23、24、29	蓮霧草根性技術創新輔導團巡迴推廣（竹田、九如、長治）
5月：4~16	87年度農青專訓-常綠果樹栽培班（二）
5、6、14、12、13、18、21、22	蓮霧草根性技術創新輔導團巡迴推廣（高樹、鹽埔、內埔、麟洛、潮州、萬巒、崁頂、南州）
12~13、18~20	蓮霧產銷班幹部訓練（基礎班）、（進階班）
22	新加坡國家發展部蒞場訪問
27~28	切花採收後處理技術講習會
6月：2、3、5、10、11	蓮霧草根性技術創新輔導團巡迴推廣（佳冬、枋山、枋寮、東港、林邊）
12	馬拉巴栗產銷研討會
22、23	農青專訓結訓學員研習座談會（花卉班、果樹班）