

專題報導

給吉園圃標章更多經濟誘因 -加強吉園圃標章蔬菜建立品牌及行銷通路

黃玉瓊* 陳俊士**

*農林廳植物保護科股長

**農林廳農產運銷科股長

壹、前言

一、緣起

近年來由於國民生活水準的提升，消費者在食的方面，不再只求吃得飽而要吃得健康，因此對農產品，尤其是高纖維、富含維生素的蔬果取食量比例越來越高，相對的其衛生品質也甚受關切與重視。農林廳為了使消費者吃得安心，並維護其身體健康，近年來在植物保護工作上，積極開發推廣各種非農藥防治技術，如套袋、黃色黏板、寄生蜂、性費洛蒙、病原生物等，以避免或減少農藥的使用；加強辦理農民安全用藥教育，舉辦各種作物病蟲害綜合防治示範、安全用藥講習、印製各種安全用藥手冊、蔬菜病蟲害綜合防治專輯、園特產保護專輯等防治技術資料，提供農友參考；在農產品之安全衛生品質管制方面，則由農政單位及衛生單位，於全省設重要蔬果產區普設蔬果農藥殘留化學檢驗站及生化快速檢驗站，依據權責分別辦理田間即將採收、集貨場、果菜市場、超級市場、傳統市場等各產銷階段之農產品進行監測，遇不合規定產品則予以扣留、銷燬及依法查處。藉由上述多項措施，已使得本省農產品之農藥殘留監測合格率達九六%以上，媲美歐美國家水準。農政單位為確保合法用藥農民的權益，並提高消費者選購信心，除加強宣傳政府單位在農產品之安全衛生品質管制措施與成果，使國人充分瞭解，產生信心外，並將安全、優良農產品加以區隔，以免於偶發殘留事件發生時，產生骨牌效應。有鑑於此，農林廳除著

手加強於電視、廣播電臺、報章雜誌等媒體，插播廣告宣傳優良農產品、定期公告農產品安全檢測結果，進而規劃設計農產品安全用藥[吉園圃]標章一種，並訂定[台灣省政府農林廳農產品安全用藥吉園圃標章核發使用要點]，作為接受申請及審查管制之依據，凡經輔導申請使用之蔬果產銷班，其生產管理及安全用藥技術符合要點所訂，其產品經檢測符合安全衛生標準，即予核發吉園圃標章。經由此項農產品安全用藥使用吉園圃標章制度的建立，並針對產品予以計畫性的品牌及產銷輔導，將可引導優良產品區隔化、提供消費者多一種選擇。

二、「吉園圃」標章之意義

吉園圃標章係本廳於民國八十二年委由所屬機關省農業藥物毒物試驗所負責規劃，委請廣告傳播公司設計完成，並由該所向中央標準局申請專利，民國八十二年十月完成註冊手續，標章註冊號數000707888。這個標章上二片綠色葉片代表農業；三個圓圈（顏色不一）代表產品符合國際間所強調之優良農業操作（Good Agricultural Practice -GAP）品質安全之三要素，即經「輔導」、「檢驗」、「管制」；標章之命名係以優良農業操作英名縮寫GAP之音譯而來。

農林廳推動農產品安全用藥使用吉園圃標章認證制度，主要目的是希望提升本省農產品的競爭力，建立農業新形象。目前我國即將加入國際貿易組織（WTO），開放自由市場後，國外農產品陸續大量進口，消費者的選擇趨向多樣化，要

求也將愈嚴格，而農產品品質安全與否，將是最重要的消費導向。因此，藉由本項制度之推動，除可達到優良農產品區隔化，使消費者對國產農產品產生信心，對進口農產品之衝擊效應亦將大為降低。



吉園圃標章圖案

貳、吉園圃標章推行現況

一、標章核發作業程序

吉園圃標章之核發意義，主要是藉此表達標章使用者其蔬果栽培保護技術達到國際間強調之優良農業操作，所要求品質安全之三要素，即經「輔導」、「檢驗」、「管制」。因此，工作輔導重點，主要係針對生產者之保護技術提升，並配合對其所生產產品加強監測，確保其蔬果病蟲草害防治技術及產品品質均能符合要求，始准予接受申請並經嚴格審慎初審、複審通過後，授權准予使用。有關標章核發要點如次：

(一) 標章核發對象：以農林廳輔導設置之蔬菜、水果產銷班、觀光果農園經營班及核准登記之農場為限，並以使用於生鮮農產品為主。

(二) 標章之申請與核發：

1.申請條件：

- a. 平時均能接受鄉、鎮、市公所農會、合作社場、縣市政府、區農業改良場等有關單位植物保護人員之防治技術指導。
- b. 各班員應有最近三個月以上之病蟲草害防治紀錄，續約者應有持續一年之紀錄。
- c. 各班員最近六個月內生產之農產品，經化學農藥殘留檢驗合格。

2.審核辦法：

(1)第一次申請者

- a. 初審：由各產銷班所轄鄉鎮輔導單位公所（農會、合作社場）、協助產銷班備齊病蟲草害防治紀錄及化學農藥殘留檢驗合格通知書，送由區農業改良場辦理初審，初審通過者即召開複

審，未通過初審者，由鄉鎮輔導單位輔導該班就其初審意見檢討改進後再行送審。

- b. 複審：由農林廳、各縣市政府、藥試所、區農業改良場會同辦理，審核通過者，由各縣市政府與產銷班簽訂約定書。未通過者由鄉鎮輔導單位輔導該班就其複審意見檢討改進後再行送審。

(2)續約者

已核准使用「吉園圃」標章產銷班，於標章使用期滿前備齊全班班員全年之病蟲草害防治紀錄及續約申請審核書等資料，由輔導單位公所、農會或合作社場，送請轄區農業改良場審查，審查結果通知縣市政府、農林廳及申請輔導單位。審查通過時，由區農業改良場填妥續約申請審核表併同申請文件函送縣市政府辦理續約手續。

3.簽訂約定書：

由縣市政府與產銷班或農場簽訂，使用期限一年。鄉鎮公所、農會或合作社場擔任見證人。

4.標章核發、管制：

(1)編訂吉園圃產銷班代表號

為掌控吉園圃標章流向，利於品質管制追蹤及班員動向，縣市政府於簽訂約定書時即給予該產銷班吉園圃代號，此代號可供產銷班自行印製包裝袋時作為標章流水號供辨識。

(2)核發

審查通過之產銷班，應檢附標章使用申領核發表，向縣市政府辦理吉園圃標章領取手續。每次以分發三個月或一期生產量所需為原則，前次核發之標章如有剩餘，則自當次申請數量扣除；如係因生產增加，原申請標章不敷使用應提出具體證明資料以憑補發。另使用過之標章不得重複使用。本標章之標籤補助以三年為限，三年以上請自行印製或逕印於包裝袋（箱）上，印製前依法應向省農業藥物毒物試驗所及縣市政府報准。

(3)管制

各吉園圃產銷班應詳實填報標章使用情形一覽表，每三個月一次併同隔次標章申領書送縣市政府，以供標章下次核發參考。另吉園圃產銷班使用本標章之包裝袋（箱），應載明姓名、地址、電話及吉園圃代號等資料，以利追蹤管制及查核。

(三)處罰

使用本標章之所有班員需嚴格遵守「農林廳農產品安全用藥「吉園圃」標章核發使用要點」之規定，倘有違反，依「農藥使用管理辦法」、「商標法」、「違反使用要點有關規定處理原則」及「標

章使用約定書」處理，予以依法處理並暫停或取消使用本標章。

(四)吉園圃產品安全品質管制

為確保本產品之品質安全衛生，有關產品品質安全管制方面，依農林廳權責，以田間即將採收及集貨場、包裝場已包裝完畢之產品辦理抽驗管制，由各相關單位按下列工作分配辦理。

1. 核發標章之縣市政府，每月以抽籤方式抽查縣市內三分之一吉園圃產銷班，於其集貨場、包裝場各抽取一件樣品，全省每月抽驗五十班五十件。
2. 抽驗工作由縣市政府會同鄉鎮公所（農會、合作社場）辦理。
3. 樣品送所轄化學檢驗站辦理，其檢驗結果依標章核發要點各項規定辦理。

二、標章授權使用現況

吉園圃標章目前核發使用情形，截至八十七年八月止，在蔬菜方面，各縣市政府計已授權231個蔬菜產銷班使用，以各縣市申請使用狀況，雲林縣475.23公頃佔22.8%為最多，高雄縣354.7公頃佔17%次之，詳如（表一）各縣市吉園圃蔬果產銷班班數、耕地面積、農戶數一覽表。核發使用吉園圃標章全年蔬菜種植面積合計12,192公頃，佔全省蔬菜種植面積176,774公頃之7%；全年產量228,293公噸，佔全省蔬菜產量2,034,120公噸之11%；蔬菜種類以葉菜類為主，11,243公頃佔92.22%，瓜菜類615.8公頃佔5.05%，根莖類146公頃佔1.20%，果菜類156.4公頃佔1.28%，豆菜類31.2公頃佔0.25%。水果方面，計已授權予361個水果產銷班使用，面積達5,696.3公頃，以臺中縣1,857公頃最多，臺南縣773.9公頃次之。

農林廳為因應吉園圃產品之大量上市，自八十四年度起即逐年規劃，透過電視、廣播電臺、報章雜誌等大眾傳播媒體宣傳吉園圃標章，期使消費者廣為認知標章圖案、代表之意義，另亦於全省各大都會區辦理吉園圃產品展示、展售會，促進與消費者雙向交流。

三、遭遇困難及問題

經由各項措施的推行，目前吉園圃產品已建立其銷售地位，在水果方面，承銷商均要求果農須具有標章使用資格並張貼標章方予承購，且其售價普遍高於一般水果。而蔬菜方面，目前於北

部都會區之超市較普遍，為滿足消費者之需求，加強吉園圃標章產品行銷通路之輔導，做好消費者與吉園圃班員之間的橋樑，輔以導產銷班採子母包裝，暢通產品銷售管道，使消費者與生產者互蒙其利。農林廳深感安全用藥吉園圃標章制度之推動，係農業發展策略「提升農業競爭力，建立農業新形象」之一項重要工作，惟需有產、銷整體性之規劃與推動，方能竟其功。因此，本廳從八十七年度起進行產銷輔導業務整合，將輔導生產吉園圃蔬果及行銷吉園圃蔬果等工作，整合為一整體性計畫，以加速推動。

參、推動蔬菜安全用藥示範區

一、意義與目的

「蔬菜安全用藥示範區」乃係推動吉園圃標章制度理念的擴展，以鄉鎮為單位，設置「安全用藥區」，經由健全農民組織，並在正確技術指導下，以農藥正確、安全使用為重點，實施合理之病蟲害防治，所生產之產品均符合安全衛生之品質要求，並具備達到使用吉園圃標章之資格，加速吉園圃標章全面使用，建立鄉鎮優良品牌形象及產地信譽，讓消費大眾易於辨識。

二、推動情形

(一)辦理鄉鎮、面積

蔬菜安全用藥區示範計畫，自八十七年度開始實施，第一年首先選定以生產短期性葉菜類為主之宜蘭縣三星鄉，桃園縣桃園市、新竹縣竹北市，彰化縣北斗鎮、溪湖鎮，雲林縣二崙鄉、崙背鄉、西螺鎮，嘉義縣新港鄉，台南縣官田鄉，高雄縣彌陀鄉、梓官鄉，花蓮縣吉安鄉等十三個鄉鎮辦理，計有224個產銷班，總面積2,472公頃。八十八年度執行鄉鎮增加桃園縣八德市計14鄉鎮，計有233個產銷班，總面積2,697公頃。

(二)工作組織及責任區規劃

本計畫涉及眾多菜農，成敗之關鍵端賴相關人員之相互合作與密切配合，除由本廳及試驗場所組成「規劃小組」、「技術小組」外，並在鄉鎮組成「執行小組」，以落實推動計畫各項工作。

1. 計畫規劃小組：由農林廳農經科、特產科、運銷科、植保科、農藥所、農試所、各區農業改良場，縣政府農業局等派員組成，並由農林廳

副廳長擔任召集人，負責計畫之規劃、研擬、督導及成果評估。

2. 技術小組：由農試所、農藥所、中興大學及各有關試驗場所等專家學者組成，負責提供示範區內各栽培菜類全期作之病蟲害防治技術方法、防治曆，供各產銷班班員參考應用。
3. 工作執行小組：各示範鄉鎮分別設置，由鄉鎮（市）農會總幹事、推廣股股長、主辦人及產銷班班長組成並邀公所參與。農會總幹事擔任召集人，辦理計畫各項工作，解決或反映工作執行遭遇之困難問題。

(三)辦理工作項目

1. 發起自律運動，簽訂產銷班班員安全用藥自律公約。
2. 病蟲害防治技術及農藥安全使用教育。
3. 辦理病蟲害田間防治工作。
 - (1) 利用性費洛蒙全面誘殺夜蛾類害蟲。
 - (2) 推薦優良防治藥劑，補助輔導共同購置，實施田間病蟲害防治；另指導各產銷班班員填寫防治紀錄。
4. 農藥殘留監測：

為管制農藥殘留，確保安全區蔬菜安全品質，於採收前或集貨、包裝階段，辦理農藥殘留檢驗。
5. 吉園圃標章之核發

由各鄉鎮農會主動清查各產銷班，凡全班班員已經抽驗合格並備齊用藥紀錄者，由農會主動檢齊防治紀錄送請區農業改良場及縣政府審查，核准使用「吉園圃」標章。
6. 吉園圃產品行銷通路輔導

三、工作檢討

本項計畫可謂為農政單位在改善農業生產策略上，創新性之整體性計畫，經由事前審慎規劃，從蔬菜生產至行銷上在行政及技術等兩方面，結合產、銷輔導單位通力合作全力推動，已建立良好的體系。工作推行至今一年餘，對改善農民用藥習慣，確保蔬菜品質安全衛生，有顯著之成效，十三個執行鄉鎮中桃園、三星並可宣布為安全區，餘十一個鄉鎮，限於產銷班組織尚未將該鄉鎮百分之百的農友納入，仍未達成計畫全程目標。因此，八十八年度亟待加強之工作，首重農友組織之加強，以便納入計畫輔導辦理，另有賴全體計畫工作人員繼續努力，竭力克服各項困難，密切

配合加強橫縱之連繫，必可達成計畫目標。

肆、加強吉園圃標章經濟誘因

一、吉園圃標章蔬菜行銷現況與問題

吉園圃標章蔬菜經農林廳推動多年，但廣大的消費大眾並尚未能完全認知吉園圃標章所代表的意義與價值，就算有所認知，也未能知曉銷售據點或很便利的採購，這當然牽涉到品牌建立及行銷通路等問題。畢竟吉園圃產品是為消費者而生產的，並非為生產者自己的需要而生產，在市場上如不能形成產品區隔，即不能凸顯其產品價值，換言之，生產者的努力不能得到相對的回饋，消費大眾也無從選擇；在此情況下，推動產銷班申請使用吉園圃標章之工作難免事倍功半，對建立健康、衛生、安全之生產體系是一大阻礙。

綜觀吉園圃標章蔬菜行銷現況，就其通路而言，不外乎仍以傳統的果菜批發市場或由販運商自行赴產地採購為主，少部分則直銷超市、大消費戶（消費者組織）．．．等或由生產者於傳統零售市場自設銷售據點；不論經由批發市場交易或販運商採購均仍採傳統紙箱大包裝，雖包裝紙箱外觀標示有吉園圃標章，但內裝產品並未小包裝及標示，與一般產品無異，經承銷人分貨後，在零售末端已無標示存在，零售業者無法據以訴求消費者，一般消費大眾亦無從認知所謂吉園圃標章產品，無法加以區別及選擇，因此在價格形成的過程中，吉園圃標章產品與一般產品一樣，不能由價格的差異顯示其價值；至於直接銷售到零售階段各業態業者的部分，雖已採小包裝並標示，但零售據點規模小銷售數量有限，如未配合強有力的宣傳廣告或促銷活動，消費者的認知仍有限且侷限於少數特定的消費群。

因此，吉園圃標章蔬菜行銷目前最大的問題是其產品還未讓消費大眾廣為認知及分辨，樂意以較高的價格並便利採購，其間包裝與標示、通路的選擇、宣傳廣告促銷都是關鍵。

二、策略規劃

要給吉園圃標章更多經濟誘因，在現今商業掛帥的行銷時代，必需有行銷活動為工具，才能使農產品商品化，因此，策略規劃的工作非常重要，宜就其SWOT加以分析，訂定策略目標，擬訂行銷策略，並據以展開各項行銷活動。

(一) SWOT分析

1.外部環境機會

(1) 消費趨勢

隨著國民所得的提 高，國人對生活品質及生態環境益趨重視，表現在農產品的消費上即以健康、衛生、安全為導向，吉園圃標章產品符合此趨勢。

(2) 市場結構：

零售階段現代化，零售業態多樣化，都是利基之所在，直銷 通路的市場規模和成長率均有很大的空間。

2.外部環境威脅

(1) 通路劣勢：

通路之間的競爭及零售通路的連鎖化、大型化，物流的興起，使得農業生產者處於不利的交易條件。

(2) 潛在競爭：

面對產業內現有競爭或潛在進入者，且通路垂直合作益形緊密，而農業生產者水平合作不足。

3.內部條件優勢

產品具獲得政府認證之「吉園圃」標章，其所代表的健康、衛生、安全特性，為最大之競爭優勢，另外，能獲得「吉園圃」標章授權之產銷班，一般而言，在其組織運作、班員素質及向心力、領導人（班長）能力方面較具優勢。

4.內部條件劣勢

農產品品質不易掌握，個別產量有限，運銷規模小，議價能力低，行銷能力如分級、包裝、配送、銷售力、宣傳、促銷、資訊、研發等均有所不足，作業成本高。

(二) 策略目標

最終目標就是給吉園圃標章更多經濟誘因，使其產品獲得更多利益，讓消費者有更多、更好的選擇，以為建立健康、衛生、安全之生產體系的基礎，創造生產者與消費者雙贏的局面。

1.就消費者而言：

讓消費大眾知曉吉園圃標章之意義及內涵，認知其價值，樂於採購，並能便利的購買，滿足其吃出健康的消費需求。

2.就生產者而言：

使生產者獲得更多的利益，樂於在吉園圃標章規範下生產，擴大吉園圃標章生產規模。

(三) 行銷策略

根據SWOT分析及策略目標，擬訂「加強吉園圃標章蔬菜建立品牌及行銷通路計畫」辦理，針對產品、通路、宣傳促銷等方面規劃行銷策略，策略構想如下，其行銷活動並於以下各節詳述：

1.產品策略

- (1) 產品多樣化策略
- (2) 品質策略
- (3) 建立品牌策略（產品區隔策略）

2.通路策略

- (1) 建立通路策略
- (2) 選擇通路策略
- (3) 拓展通路策略

3.宣傳促銷策略

- (1) 通路宣傳策略
- (2) 廣告宣傳策略
- (3) 促銷策略

三、 產品策略

產品策略以建立品牌為主，首先要以消費者（承銷人、零售業者）需求為導向，使產品多樣化，另外產品的特性、品質、分級包裝非常重要，均為建立品牌的基本條件，並尚須配合各項宣傳廣告促銷活動；有關產品方面之策略概述如下：

(一) 產品多樣化策略：

產品種類要包括葉菜類、花果菜類、根莖菜類等，但就已獲得吉園圃標章之蔬菜產銷班現況而言，仍以葉菜類、花果菜類為主，產品多樣化同時也表示涵蓋主要的蔬菜產區，其目的在使業者及消費大眾有多樣化的選擇，滿足其對產品組合的需求，因此本計畫先初步選定吉園圃蔬菜產銷班142班（如附表二），除符合上述產品多樣化之原則外，這些產銷班大都是蔬菜安全用藥示範區或蔬菜生產專業區的產銷班，推動過程中再逐步納入其他產銷班，希望能於短期內將所有吉園圃蔬菜產銷班納入辦理。

(二) 品質策略：

品質策略可分兩方面來談，一方面為全面提升品質，產銷班除於吉園圃標章規範下生產以外，更應致力於改進栽培管理以提昇產品品質，另方

面要使品質一致化，農產品因品質參差不齊，唯有依現有標準予以分級包裝，使不同品質產品能有區隔，並使同等級產品品質一致，方能使業者便於承銷，在交易過程中形成應有的價格。

(三) 建立品牌策略：

現行供應批發市場的吉園圃標章蔬菜採紙箱大包裝，內裝產品並未標示，貨品分散至零售末端即無從區隔與分辨已如前述，要解決此一問題並進一步建立吉園圃標章品牌，甚至建立地區性（單位）個別品牌，宜從下列各方面著手：

1. 內外子母包裝：

- (1) 外包裝採紙箱方式為之，每箱以不超過15公斤為原則，包裝紙箱規格及版面重新設計，使在市場上形成區隔。
- (2) 內包裝採小包裝形式，採塑膠袋、結束帶、托盤方式為之，每把（袋）以不超300公克為原則。
- (3) 初期選定花胡瓜、苦瓜、番茄、甜椒、甜豌豆、隼人瓜苗、小白菜、青江白菜、格藍、本島茼蒿等十種蔬菜試辦，再逐步全面推廣至各種類蔬菜。

2. 標示：

標示出貨單位名稱、品名、等級、重量外，並明顯標示吉園圃標章及產地（出貨單位）自有標誌；內包裝除標示吉園圃標章外，並標示出貨單位名稱、地址、電話等等。

3. 品管：

產銷班或農民團體人員嚴格品質管制，檢查內外包裝是否符合規定，標示是否清楚，品質是否符合標準，蓋上檢查合格章戳後方予出貨。

4. 配套措施：

配套措施包括赴產地宣導溝通及技術指導、產地出貨作業規定、市場拍賣人員講習、市場配合作業事項（理貨、拍賣）、承銷人宣導、產地與市場資訊雙向回饋、上市記者會等等。

四、通路策略：

包括建立現有通路資料、選擇通路及拓展通路等，概要如下：

(一) 建立通路策略：

通路包括果菜批發市場（產地及消費地市場）、販運商赴產地採購、直銷零售階段各業態業者（如超市、量販店．．．等）、直銷大消費戶、甚至農民團體（產銷班）自設零售據點等，吉園圃標章蔬菜行銷通路亦不脫離此範疇，有必要建立其全年行銷通路與運銷數量資料，以及直銷零售據點之資料，俾作進一步瞭解與分析，以為輔導拓展通路及宣傳廣告之基礎。

(二) 選擇通路策略：

輔導農民團體（產銷班）以共同（合作）運銷方式出貨為最基本的工作，在此前提下其行銷通路有如下之選擇：

1. 消費地批發市場：

台北農產運銷公司為主，高雄及省內大消費地批發市場為輔。

2. 直銷通路：

- (1) 各業態零售業者：如超市、量販店、生鮮處理配送中心、物流中心．．．等。
- (2) 大消費戶：如國軍副食、學校午餐、機關團體團體、消費者組織．．．等。
- (3) 社區直銷或消費者訂購、網路超市等。產地團體可根據其本身行銷條件，如產品特性、運銷規模、行銷作業能力等選擇單一通路，或選擇多重通路採密集式行銷；但一般而言，以蔬菜產品特性及現行農民團體（產銷班）行銷規模，初期採單一通路為宜，尤其是與現有通路建立穩定的供銷關係，確保市場佔有率，並致力於建立品牌及組織形象，嗣有餘力再選擇多重通路。

(三) 拓展通路策略：

在農產品的行銷過程中，通路並不是掌握在生產者手中，所謂「掌握通路就是贏家」，生產者在通路競爭中事實上是居於劣勢，欲拓展通路須有相當程度的行銷努力，可以下述策略拓展通路，尋求利基市場，尤其是直銷通路如現代化賣場、消費者組織、消費者訂購、網路超市等有很大的拓展空間。

1. 產地水平合作（策略聯盟）及產品搭配。
2. 聯合開發利用通路。

3. 採差異化策略，發展產品品質差異化、行銷服務差異化，塑造獨特組織形象，化被動為主動。
4. 加強與通路間協議或契約，甚至發展為產地代工。
5. 聯合成立物流配送中心。

五、宣傳促銷策略：

宣傳促銷策略目的在使業者及消費大眾廣為認知並便利採購，茲分為通路宣傳策略、廣告宣傳策略及促銷策略，概述如下：

(一) 通路宣傳策略

1. 批發市場（承銷人）宣傳方面：

- (1) 邀請承銷人代表全程參與計畫推動過程。
- (2) 舉辦承銷人說明會。
- (3) 製作吉園圃標章標示牌供承銷人及其下游零批（售）業者於販售場所懸掛。
- (4) 舉辦吉園圃標章蔬菜內外子母包裝上市成果發表會。

2. 零售通路宣傳方面：

- (1) 由各農民團體及產銷班協調其直銷對象定期辦理調製、品嚐、促銷等宣傳活動。
- (2) 農會超市由各區域中心規劃辦理聯合促銷活動。
- (3) 台北農產運銷公司所屬超市加強吉園圃標章蔬菜銷售，並辦理廣告宣傳促銷。

(二) 廣告宣傳策略：

1. 舉辦吉園圃標章蔬菜內外子母包裝上市記者會。
2. 製作宣傳短片於電子媒體各種農業宣導節目播映。
3. 製作廣告短片或平面廣告於電子媒體、平面媒體播映及刊登。
4. 製作廣告單張（一面為宣傳吉園圃標章，一面為各零售據點資料—店名、地址、電話—覽表）以夾報或其他方式分送消費大眾（家戶）。

(三) 促銷策略：

1. 農委會及農林廳舉辦之「國產品牌農產品大展」及相關農產品展售會均設置吉園圃專區廣為促銷宣傳，並舉辦DIY調製活動。
2. 規劃辦理吉園圃標章產品特展，以加強促銷宣傳。

伍、結語

現在是講求顧客第一的行銷時代，其中最重要的一個觀念是消費者導向及顧客滿意，農產品是民生必需品，更應以滿足消費者需求為要務；隨著經濟發展及國民所得的提高，最近幾年國人對生活品質及生態環境益趨重視，表現在農產品的消費上即以健康、衛生、安全為導向，為迎合消費者的需求，傳統的農業生產方式也要跟著調整，以維持或提昇在市場上的競爭力，因此，建立健康、衛生、安全的農產品生產體系，變成為非常重要的課題。

基於此一理念，農林廳近年來積極推動「植物疫情監測體系」、「防制蔬果殘留農藥整體措施」、「蔬菜安全用藥示範區計畫」等措施，而「加強吉園圃標章蔬菜建立品牌及行銷通路計畫」即為其中重要的一環，期創造生產者與消費者雙贏的局面，不但要使生產者以生產及供應健康、衛生、安全之農產品為榮，更重要的是讓消費大眾有更多、更好的選擇，共謀其利。

農林廳推動吉園圃標章有年，也初具成效，這是團隊努力的成果，但是產品的行銷更為重要，如何使吉園圃標章產品讓消費大眾廣為認知，樂於採購，並對辛勞付出的生產者有所誘因，擴大吉園圃標章規模，是現階段重要的工作，希望經由生產、植保、行銷各方面的配合，使本項工作持續不斷的進行，為吾人所衷心期盼，也是共同努力的目標。

參考文獻：

- 方世榮譯，(1995)，「行銷管理學」，Philip Kotler 原著；Marketing Management，第八版，東華書局。
- 「台灣省農產品安全用藥-吉園圃標章工作手冊」，台灣省政府農林廳，1998。
- 「吉園圃蔬菜產銷班產品行銷情形調查表」，台灣省政府農林廳，1998。

陳俊士，(1997)，「農民團體辦理果菜直銷之策略研究」，碩士論文，中興大學農產運銷研究所。

一 各縣市吉園圃蔬菜、水果產銷班數、農戶數及生產面積一覽表

縣市別	作物別	產銷班數	辦理面積(公頃)	農戶數
宜蘭縣	蔬菜	18	225.77	354
	水果	4	85.70	49
臺北縣	蔬菜	28	90.34	336
	水果	4	89.70	53
桃園縣	蔬菜	19	70.44	201
	水果	0	0	0
新竹縣	蔬菜	7	90.39	86
	水果	10	187.80	110
苗栗縣	蔬菜	3	33.05	19
	水果	41	425.00	389
台中縣	蔬菜	11	82.45	92
	水果	106	1,857.00	1,450
南投縣	蔬菜	6	85.87	58
	水果	34	449.30	552
彰化縣	蔬菜	8	78.17	110
	水果	39	393.30	513
雲林縣	蔬菜	60	475.253	730
	水果	2	21.70	14
嘉義縣	蔬菜	4	11.00	36
	水果	6	182.20	107
臺南縣	蔬菜	8	162.00	159
	水果	49	773.90	530
高雄縣	蔬菜	28	354.70	451
	水果	23	474.80	379
屏東縣	蔬菜	14	70.10	118
	水果	30	398.50	354
臺東縣	蔬菜	0	0	0
	水果	6	186.20	107
花蓮縣	蔬菜	15	352.65	297
	水果	3	83.20	47
臺中市	蔬菜	0	0	0
	水果	2	65.40	90
臺南市	蔬菜	1	2.50	8
	水果	2	22.60	33
高雄市	蔬菜	1	1.80	4
	水果	0	0	0
合計	蔬菜	231	2,085.31	3,059
	水果	361	5,696.30	4,777

表二.加強吉園圃標章蔬菜建立品牌及行銷通路計畫產銷班一覽表

縣 別	鄉鎮市別	班 別	備 註
桃園縣 (12班)	桃 園 市	百益精緻蔬菜產銷班	安全用藥示範區
		中誠精緻蔬菜產銷班	安全用藥示範區
		精緻蔬菜產銷班第2班	安全用藥示範區
		精緻蔬菜產銷班第5班	安全用藥示範區
		設施蔬菜產銷經營班	安全用藥示範區
新 竹 縣 (6班)	平 鎮 市	精緻蔬菜產銷班	
	新 屋 鄉	蔬菜產銷班	
	中 壠 市	設施蔬菜產銷經營班第1班	
		設施蔬菜產銷經營班第2班	
	八 德 市	蔬菜產銷第1班	
		茄苳蔬菜產銷班第3班	
	竹 北 市	蔬菜產銷第2班	
		奇美產銷第1班	安全用藥示範區 蔬菜專業區
		新港蔬菜產銷第8班	安全用藥示範區 蔬菜專業區
	苗栗縣 (2班)	峨 嵒 鄉	東興蔬菜共同經營第1班
中隘蕃茄班			安全用藥示範區
台中縣 (6班)	湖光蔬菜產銷第1班		
	新 埔 鄉	巨埔區段蔬菜共同經營班	
	南 庄 鄉	蔬菜產銷第2班	
	後 龍 鎮	國鈺農場	
	豐 原 市	三村里蔬菜產銷經營班	
	大 雅 鄉	員林蔬菜產銷班	
南 投 縣 (4班)	新 社 鄉	長崎蔬菜產銷班	蔬菜專業區
	大 肚 鄉	礦溪村蔬菜產銷班	
	東 勢 鎮	蔬菜產銷第1班	
		蔬菜產銷班第1班	
	大 里 市	永豐蔬菜產銷班	
彰化縣 (8班)	水 里 鄉	興隆蔬菜產銷班	
		上安蔬菜產銷班	
	彰 化 市	民和蔬菜第2班	
		蔬菜產銷班第1班	蔬菜專業區
		蔬菜產銷班第2、6班	安全用藥示範區
	溪 湖 鎮	蔬菜產銷班第2、7班	安全用藥示範區
		大園村蔬菜產銷班	
	二 水 鄉	蔬菜產銷班第9班	安全用藥示範區
北 斗 鎮	蔬菜產銷班第10班	安全用藥示範區	
大 村 鄉	加錫村蔬菜產銷班		
	大 城 鄉	蔬菜產銷班第10班	

縣 別	鄉鎮市別	班 別	備 註
雲林縣 (22 班)	二崙鄉	永定合作農場第 1 班	
		庄西蔬菜產銷班第 1 班	
	台西鄉 崙背鄉	蔬菜產銷班第 1 班	安全用藥示範區
		苦瓜產銷第 1 班	安全用藥示範區
		苦瓜產銷第 2 班	安全用藥示範區
		苦瓜產銷第 3 班	安全用藥示範區
		甜豌豆產銷第 1 班	安全用藥示範區
		甜豌豆產銷第 2 班	安全用藥示範區
		甜豌豆產銷第 3 班	安全用藥示範區
		番茄產銷第 1 班	安全用藥示範區
		番茄產銷第 2 班	安全用藥示範區
		阿勸蔬菜產銷第 1 班	安全用藥示範區
		羅厝蔬菜產銷第 1 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷第 1 班	
		蔬菜產銷班第 1 6 班	安全用藥示範區
嘉義縣 (4 班)	西螺鎮	下滴蔬菜產銷班第 1 班	蔬菜專業區
		下滴蔬菜產銷班第 2 班	蔬菜專業區
		下滴蔬菜產銷班第 3 班	蔬菜專業區
		下滴蔬菜產銷班第 4 班	蔬菜專業區
		下滴蔬菜產銷班第 5 班	蔬菜專業區
		義和村蔬菜產銷班	蔬菜專業區
		新湖段蔬菜產銷第 1 班	
		蔬菜產銷班第 1 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 5 班	蔬菜專業區
		蔬菜產銷班第 5 班	安全用藥示範區
台南縣 (9 班)	學甲鎮 官田鄉	中庄蔬菜產銷第 3 班	安全用藥示範區
		共和區段共同經營班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 1 1 班	
		蔬菜產銷班第 1 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 2 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 3 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 4 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 5 班	安全用藥示範區
		官田菱角班	安全用藥示範區
		湖山菱角班	安全用藥示範區
高雄縣 (21 班)	大樹鄉 梓官鄉	東西庄菱角班	安全用藥示範區
		大坑蔬菜產銷班	
		蔬菜產銷班 1 班	安全用藥示範區

給吉園圃標章更多經濟誘因-加強吉園圃標章蔬菜建立品牌及行銷通路

縣 別	鄉鎮市別	班 別	備 註
屏東縣 (13 班)	旗 山 鎮 美 濃 鎮	蔬菜產銷班 2 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 4 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 6 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 7 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 8 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 9 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 10 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班 11 班	安全用藥示範區
		蔬菜產銷班第 1 班	
		美濃果菜生產合作社蔬菜產銷班第 1 班	
	美濃果菜生產合作社蔬菜產銷班第 2 班		
	美濃果菜生產合作社蔬菜產銷班第 3 班		
	大 社 鄉 杉 林 鄉 彌 陀 鄉	蔬菜絲瓜產銷共同運銷第 1 班	
絲瓜產銷班			
蔬菜產銷班第 1 班		安全用藥示範區	
蔬菜產銷班第 2 班		安全用藥示範區	
里 港 鄉	蔬菜產銷班第 5 班	安全用藥示範區	
	蔬菜產銷班第 6 班	安全用藥示範區	
	福興蔬菜產銷經營班		
新 園 鄉	三 蔬菜產銷經營班	蔬菜專業區	
	蔬菜產銷班第 3 班		
	蔬菜產銷班第 9 班	蔬菜專業區	
鹽 埔 鄉	南龍村蔬菜產銷第 1 班	蔬菜專業區	
	南龍村蔬菜產銷第 2 班	蔬菜專業區	
屏 東 市 崁 頂 鄉 枋 山 鄉	烏龍蔬菜產銷班	蔬菜專業區	
	蔬菜產銷班第 1 班		
	蔬菜產銷班第 7 班		
	鹽埔合作社蔬菜班		
花 蓮 縣 (14 班)	玉成里蔬菜產銷班		
	苦瓜產銷經營班		
	山蘇蔬菜產銷班第 1 班	蔬菜專業區	
	山蘇蔬菜產銷班第 1 班	蔬菜專業區	
瑞 穗 鄉	苦瓜產銷班第 1 班	蔬菜專業區	
	苦瓜產銷班第 2 班	蔬菜專業區	
	蔬菜產銷班第 3 班	蔬菜專業區	
	蔬菜產銷班第 3 班	蔬菜專業區	
花 蓮 市 吉 安 鄉	蔬菜產銷第 1 班		
	龍鬚菜產銷班	安全用藥示範區	
		蔬菜專業區	



National Chung Hsing University

縣 別	鄉鎮市別	班 別	備 註
宜蘭縣 (13 班)	富里鄉 鳳林鎮 三星鄉	吉安蔬菜產銷班第 4 班	安全用藥示範區
		吉安蔬菜產銷班第 6 班	安全用藥示範區
		吉安蔬菜產銷班第 8 班	安全用藥示範區
		韭菜產銷班	安全用藥示範區
		花胡瓜產銷班	安全用藥示範區
		甜椒產銷班	安全用藥示範區
		番茄產銷班	安全用藥示範區
		學田區段共同經營產銷第 2 班	
		南平里蔬菜產銷班	蔬菜專業區
		蔥蒜第 1 班	安全用藥示範區
	蔥蒜第 2 班	安全用藥示範區	
	蔥蒜第 3 班	安全用藥示範區	
	蔥蒜第 4 班	安全用藥示範區	
蔥蒜第 5 班	安全用藥示範區		
蔥蒜第 6 班	安全用藥示範區		
蔥蒜第 7 班	安全用藥示範區		
蔥蒜第 8 班	安全用藥示範區		
蔥蒜第 9 班	安全用藥示範區		
蔥蒜第 10 班	安全用藥示範區		
台北縣 (8 班)	員山鄉	韭菜產銷第 1 班	
		蔬菜產銷第 2 班	
	羅東鎮	番茄產銷班	
	三芝鄉	茭白筍蔬菜產銷第 1 班	
		茭白筍蔬菜產銷第 2 班	
		茭白筍蔬菜產銷第 3 班	
		茭白筍蔬菜產銷第 4 班	
		茭白筍蔬菜產銷第 5 班	
	茭白筍蔬菜產銷第 6 班		
	蘆洲鄉	蔬菜產銷班第 1 班	
		蔬菜產銷班第 2 班	
總計 142 班			