

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書
(出國類別：研習)

參加 2005 年亞洲生產力組織
(Asian productivity organization, APO)
「加強競爭力之利基行銷研討會」報告

報告人：蔡淳瑩（行政院農業委員會國際處技正）

出國地點：馬來西亞（詳如後附行程）

出國期間：中華民國 94 年 12 月 4 日至 10 日

報告日期：中華民國 95 年 3 月 28 日

壹、前言

農產品具有保鮮期限及地區性等特點，使得農產品的具有相當的利基行銷潛力；另近年來消費者對食品安全、衛生保健、環保生態等課題日益關心，更加提高運用農產品差異化，來提高利基行銷之可行性。生產者及企業經營者應善加利用消費市場差異化的特性，針對消費者的需求，提供符合消費市場規範的產品，以提昇農產品的利基競爭力。

貳、參訪心得重點紀要

本人於94年12月4-10日前往馬來西亞吉隆坡參加亞洲生產力組織（Asian productivity organization）舉辦之增進競爭力之利基行銷研討會（Seminar on agricultural niche marketing for enhancing competitiveness）（附件一），除臺灣外，其餘國家代表包括柬埔寨、斐濟、印度、印尼、韓國、蒙古、尼泊爾、巴基斯坦、菲律賓、斯里蘭卡等11國15人參加，另主辦單位邀請印度、日本、馬來西亞、荷蘭等4個國家7位專家（附件二），就1.利基行銷之理論與實務2.日本發展利基行銷的趨勢與潛力3.馬來西亞農業生產力之表現與提昇4.馬來西亞農業行銷局（FAMA）營運概況5.網際網路在利基行銷的應用6.生產供應鏈對利基行銷的重要性7.荷蘭花卉國際行銷範例介紹等課題進行專題報告（附件三），並全程參與學員討論；另各參與會員國學員，亦將各國農業農產生產概況，提出報告與各國分享。

為提昇競爭力，加強利基行銷，可採行的措施包括：

1. 改善生產供應鏈的經營效率：建立優質安全生產體系
2. 市場策略分析：成本及利潤分析，競爭力與銷售面分析
3. 品牌建立與區隔
4. 提昇經營管理能力與加強人員培訓

有關各參與國生產概況與行銷經驗分享部分，臺灣農業行銷經驗優於與會各國，僅次於日本，其餘各國均尚在整合生產供應鏈，並未在行銷策略上著力。就農業生產來看，柬埔寨、印尼、印度、巴基斯坦和尼泊爾均以稻米生產為最重要的項目，斐濟以蔗糖生產最多，斯里蘭卡以茶葉及香料為主，蒙古以畜產品為大宗。

參、建議及討論事項

本次研討會並安排一日戶外教學，參觀臺灣鯛養殖場及熱帶水果生產，由於馬來西亞地域寬闊，人工及生產成本低，配合華裔臺商生產技術指導，目前已可將鯛魚外銷到新加坡，楊桃銷往歐洲，木瓜銷往香港及中國大陸，其未來發展動性值得臺灣觀察注意。另美商 Dole 及 Delmont 在菲律賓投資生產熱帶水果如香蕉、鳳梨、木瓜等，產量高品質佳，已成為全球市場重要的外銷果品，生產及行銷的經驗值得臺灣學習。