

農業生技品牌發展說明會實錄

撰文/蔡欣怡·吳金洌

前言

農業科技在台灣已具有相當的競爭力，但如何將我們優質的農產品，包括生技產品與關鍵技術，透過品牌行銷至國際市場，仍是一大課題。因此農業生物技術產業化推動辦公室在今(2011)年四月舉辦「農業生技品牌發展說明會」，總主持人吳金洌特聘研究員邀集品牌行銷專家，包括中華民國對外貿易發展協會行銷專案處形象推廣組蕭有為組長、行政院農業委員會國際處蔡淳瑩技正、中華民國創業投資商業同業公會賴宇志專案經理，以及台灣大學生物技術研究中心產學合作組陳明汝組長來說明政府相關的補助辦法。

農業生物技術產業化發展方案是由農委會、國科會、中央研究院、經濟部工業局、衛生署以及教育部六個部會共同規劃，並成立推動辦公室執行，

由行政院科技顧問組政務委員為首的科技產業指導小組指導。方案任務是將禽畜、水產、植物、微生物及跨領域之農業生技推展至產業界，包含推動5,000萬元以上的投資案例10件、扶植資本額1億元以上企業5件且具國際競爭力，為跨國性的農業相關企業，最後發展品牌通路到國際市場。此品牌發展說明會，乃因應科技產業指導小組指示舉辦，以市場行銷、品牌建構、法規與上游資金取得為主題，結合各部會力量，輔導生技相關業者發展品牌推向國際化。

中央研究院公共事務組梁啟銘主任致詞表示，品牌的兩個要項為範圍廣與獨一無二(unique)，並以可口可樂(CocaCola)為例，說明該公司品牌當初若以Cola命名，將不會有百事可樂(PepsiCola)占半個可樂市場現況。財團法人台灣動物科技研究所



中央研究院細胞與個體生物學研究所
吳金洌特聘研究員致詞



中央研究院公共事務組 梁啟銘主任致詞



財團法人台灣動物科技研究所
翁仲男名譽所長致詞

翁仲男名譽所長致詞表示，國內各研究單位的技術研究成果要推廣到產業界，透過產學合作或產業化輔導計畫等各種方式，讓中小企業來承接並推至產業，這是推動辦公室的首要任務，並讚許本說明會的實質意義大。

中央研究院農業生物科技研究中心施明哲主任，兩年前承接教育部顧問室「轉譯醫學及農學人



中央研究院農業生物科技研究中心
施明哲主任致詞

才培育先導型計畫」，他表示在農學方面，設了三個資源中心，在資源中心底下有設幾個模範學校，模範學校開設專業課程，資源中心則配合設有跨領域課程，除人才培訓以外，主要是要讓學界與產業界有一個互相溝通的機會，深切希望產業界能夠來參與這些課程。

品牌發展與海外行銷

政府為促進台灣品牌在國際上能呈現嶄新面貌，民國 95 年經濟部國際貿易局委託外貿協會執行「品牌台灣發展計畫」，從資金、人才、技術與行銷等四個面向來協助業者發展一個品牌。中華民國對外貿易協會蕭有為組長表示，此計畫是以經營品牌創投基金、完善品牌發展環境、辦理品牌價值調查、擴大品牌人才供給、建立品牌輔導平台與提升產業國家形象等六項措施來執行。

經營品牌創投基金，是由行政院開發基金、外貿協會以及一些民間企業集資新台幣 10 億元成立之品牌創投基金，交由民間團隊智融集團之智玖投顧公司經營。兩年開發超過千個案源，依財務管理與技術管理層面對企業品牌潛力評估後選出 16 家企業予以投資，總投資額為新台幣 8.51 億元。

在擴大品牌人才供給方面，在台北、台中、台南與高雄等四地設置品牌學院，開辦品牌相關課程。其中校園品牌菁英培訓營是提供在學學生專業品牌課程，而全面品牌管理人才培訓班則提供系統、全面性、短距離、高頻率研習培訓課程，另舉辦品牌領導力研習營以培養領導思維與領導力課程，而品牌核心知識講座則提供國際最新品牌知識密集課程，此外，藉台灣國際品牌論壇以分享全球百大及知名品牌經驗。

建立品牌輔導平台措施，則是以初級諮詢、客製診斷與客製輔導等階段分層進行。初級諮詢階段協助廠商建立品牌概念，結合專家資源提供廠商經營品牌之諮詢服務，此階段不收取費用；客製診斷階段則是對有意願發展品牌企業，聘請品牌顧問為

廠商作客製化品牌診斷，此階段補助 50%，補助上限為新台幣 15 萬元；而客製輔導階段，是對有經營國際品牌經驗或潛力之企業，提供「建立全面品牌管理系統」量身訂製輔導，補助 50%，補助上限為新台幣 75 萬元。

最後在提升產業國家形象措施方面，是以參加國際展覽、媒體公關、發佈台灣產業新聞、辦理產業群聚聯合推廣、製作台灣產業文宣、辦理台灣品牌企業海外行銷補助與刊登廣告等方式操作。目前為止所參與 22 個國際展覽中，有 18 個設有台灣精品館專區，且安排產品發表記者會，吸引更多人關注。此外，亦邀請各國媒體報導，去年獲刊報導 127 篇，廣告價值計新台幣 1.889 億元。去年所發佈之台灣產業新聞，獲刊報導 219 篇，廣告價值約 3.967 百萬美金。對於國內中小企業，辦理產業群聚聯合推廣，例如水五金、安全控制、綠能與橡塑膠機械等產業，提供行前訓練，例如簡報技巧訓練與簡報資料修改、媒體與買主洽邀等。在台灣產業文宣方面，本計畫製作產業手冊、精品光碟、產業形象影片等，該影片播放於世界大會，效果顯著，讓各界對台灣的印象更加深刻。台灣品牌企業海外行銷補

助，對象有三：(1) 近三年之台灣精品廠商、二十大台灣國際品牌企業、優良品牌企業；(2) 近三年獲經濟部所頒國際品牌、研發及行銷等相關獎項企業；(3) 近三年接受品牌台灣發展計畫項下輔導企業。其中具加值與創新之國際行銷活動才能獲得補助，補助比例為 50%，上限為新台幣 150 萬元。在刊登廣告方面，去年有一則「調查台灣 20 項之最」，以新聞報導形式刊登在美國商業週刊。

另外，自有品牌推廣海外市場貸款部分，經濟部為協助台灣企業在國際上建立並推廣自有品牌，訂定「自有品牌推廣海外市場貸款要點」，由國際貿易局辦理此項業務。貸款應用於品牌推廣所需之廣告、設計、包裝、行銷委託、顧問諮詢、售後服務之設備投資及其他相關計畫之支出，額度最高為計畫總經費之百分之七十，期限最長不超過七年。

對於發展品牌的思考，一個品牌的成功創造，最主要涵蓋三個面向，第一是企業主的決心，要由上而下，才能貫徹；第二是核心競爭力，這是企業界最拿手的技術；第三是行銷能力，包括人力、通路與市場情報。

農產品國際行銷策略規劃

農業生物技術範疇廣，台灣農地耕作面積小，生產成本高，早年以內銷為主，缺乏國際行銷策略，因此農業委員會自民國 95 年起積極推動台灣農產品國際行銷工作，至今已邁入第六年。國際行銷科蔡淳瑩技正以「強化農產品全球市場深耕計畫」來說明政府如何規劃相關行銷策略。

台灣農產品在全世界消費者心目中是具有相當吸引力的，若以台灣生產製造的觀念來創造品牌，不但產品能走出國際，並可提高收益。政府的強化農產品全球市場深耕計畫有四大工作項目，分別為改善農產品出口貿易環境、加強農產品國外促銷活動、建構海外穩定行銷通路與提升整個貿易商經營能力。以下分別敘述之：



中華民國對外貿易協會 蕭有為組長
「品牌發展與海外行銷」

1. 改善農產品出口貿易環境

由國貿局協助進行外銷市場調查，包含日本、中國大陸與歐美市場。並建置一個含中英日三種語言版本的「台灣農產品外銷網」，呈現台灣的生產單位及廠商資料，提供國內生產者與外銷業者參考，而國外的採購商若對台灣的農產品有興趣，可以透過這個網站尋找一些適當的供應商。

2. 加強農產品國外促銷活動

工作項目包括參加國際綜合食品展及專業展、主動辦理國外市場之促銷廣宣活動、邀訪貿易商及國外媒體、深耕日本市場並積極開拓中國大陸市場。對受邀到台灣採訪的國外採購商而言，農產品的生產過程深具吸引力，因此實地參訪後產品魅力大增。

3. 建構海外穩定行銷通路

採取長期展覽據點的方式，使產品通路分佈健全。第一個展覽據點是位於日本東京的台灣物產館，由熟悉當地消費習性的日本商社經營，每個月邀請來台採購，並回饋商品的銷售情況。第二個是在香港百貨公司設置台灣食品廣場專賣點，由外貿協會香港中心協助辦理。第三則是規劃在上海設立一個展售據點，得標廠商預定今年年中開幕。

4. 提升整個貿易商經營能力

此為補強傳統農業生產在貿易與經營上的弱勢。有三個工作：(1) 輔導外銷業者改善形象及包裝設計，接受業者申請提案，分別甄選設計師及廠商，針對該公司的產品做形象提升。(2) 外銷績優廠商表揚及獎勵，每年頒獎給蔬菜、水果等十個大類主要外銷品項，挑選績優外銷廠商予以表揚。(3) 農業貿易人才培訓與貿易商座談課程，藉由課程加強農企業的貿易知識，而不定期舉辦座談會，讓政府瞭解出口商的需求並予以協助。

另外，此深耕計畫輔導策略包含市場調查、組團參展、通路促銷、展售據點、廣告宣傳、改包裝、人才培訓等七項，組團參展的工作項目所占經費比例最高，廣告宣傳雖投入金額偏低，但未來將



行政院農業委員會國際處國際行銷科 蔡淳瑩技正
「農產品國際行銷策略規劃」

逐漸增加。目前積極運作的尚包括國外超市及連鎖攤位，將水產品（如鰻魚）與蔬菜（如毛豆），在世界各地主要的通路，直接向消費者推廣。若依產業別，在綜合產業的經費比較多，水果產業占 19%，水產品占 12%，花卉占 8%，而政府逐漸重視的一個觀賞魚產業占 5%，其他還有茶葉、蔬菜與畜產品等皆占 4% 以下。

今年針對中國大陸拓銷策略規劃方向，政府立定四個政策目標：(1) 於中國大陸市場打造「台灣農業精品」形象；(2) 讓大陸消費者能看得到、買得到台灣優質農產品，並區分山寨版台灣農產品；(3) 農產品出口中國大陸，相對帶動國內價格穩定；(4) 提升出口量、質及單價，創造生產者、加工者、貿易商三贏。

在市場發展趨勢分析部分包括：(1) 兩岸 ECFA 的簽訂，經貿交流環境朝向制度化發展；(2) 頂級消費客群成長快速，對食品安全及品牌的認知日益提升；(3) 中國大陸十二五規劃以擴大內需、提升國內消費為目標。依這三個市場發展趨勢，相對應有三個措施，第一個措施是透過兩岸檢疫檢驗協商平台，突破外銷關鍵障礙，改善出口環境。第二，以

「CAS 台灣優良農產品」及「吉園圃台灣安全蔬果」等認證標章，作為行銷品牌；第三個措施則是運用台資企業力量，於中國大陸佈建台灣農產品長期、穩定行銷通路。

如何善用政府資源取得營運資金

創投公司雖不是一個新的概念，但至今多數企業與民眾仍是一知半解，且對他們有期待過高的盲點。中華民國創業投資商業公會賴宇志專案經理表示，創投是先成立基金，再對發展中的公司進行投資，期待公司上市櫃時，釋出股票獲取利潤後離開，這是創投公司標準的運作模式。因此若想要獲得創投的資金，則先要有上市櫃的願景，否則應先利用政府的資源，申請計畫或融資，把自己建立起來，再去接觸創投。但如何善用政府資源以取得公司的營運資金，將可從瞭解籌措資金的管道、接觸政府資源的準備與輔導資源的尋求三個方向著手。

首先是籌措資金的管道，資金來源有自有資金、融資、投資與政府補助計畫等四項。首先自有資金不能少於借貸資金，如此企業主會更慎重且貸款壓力較低。其次在融資方面，即針對銀行各項政策性貸款專案申請，其優點是利息低，且提供創業輔導，缺點是審查嚴格，如青創貸款可貸率就非常少，政府並無法保證銀行一定會貸給你。而在資金投資方面，公司營運一段時間後會有增資計畫，可以尋求創投的幫助，缺點是企業規模要大，原因是創投公司最多要求 30% 股權，並不想干預企業的经营，僅去審視經營企劃的適當性。此外，還有政府參與投資，主要有投資中小企業 100 億計畫及投資文化創意產業 100 億計畫兩項。政府是針對中小企業或文創產業，參與一半的投資，為創投公司承擔風險。最後，在政府補助計畫方面，有協助傳統產業技術開發計畫 (CITD)、促進農業企業機構研發輔導計畫，以及小型企業創新研發計畫 (SBIR) 等等。

賴經理表示，接觸政府資源的準備可包括：



中華民國創業投資商業公會 賴宇志專案經理
「如何善用政府資源取得營運資金」

(1) 選擇你需要的資源，公司要融資、補助計畫或增資，應先考慮公司該選擇哪一種資源，這部分可以諮詢各計畫辦公室、輔導資源、創投公會與外部顧問，其中僅外部顧問需要付費。(2) 準備計畫書，無論貸款、申請政府補助計畫、增資，或是邀朋友合資創業，都需有一個營運的計畫書。這一點非常重要，因為對創業者本身而言，在將計畫寫成文字時，會發現邏輯不通的地方，顯示想像與實際常會有一段差距。

最後是輔導資源的尋求，計有中小企業財務金融服務團、促進中小企業智慧財產資金融通計畫與文化創意產業財務輔導小組三項輔導資源。中小企業財務金融服務團，是協助申辦貸款審查前，提供有關財會融資問題、營運計畫等諮詢服務，還有健全財務資金管理、內部控制等現場諮詢及診斷輔導。促進中小企業智慧財產資金融通計畫，是透過輔導服務、資金媒合以及廣宣活動，增進金融機構對智慧財產權的瞭解，提升金融機構提供智慧財產權融資。而文化創意產業財務輔導小組，輔導內容是健全財務資金管理及診斷輔導作業。

轉譯農學人才培訓課程

品牌發展需要資金與人才，在資金到位後，接著就是人才培訓。國立台灣大學生物技術中心產學合作組陳明汝主任就教育部在 98 年起推動之「轉譯農學人才培育計畫」作一個扼要的說明。她表示因大環境的改變，台灣農業面臨生技轉型與科技化的衝擊，企業對新的生技產品開發躍躍欲試，但開發新產品需有創新研究與專業知識做根基，而將學界重理論與業界重應用的嚴重落差拉近，這就是所謂的「轉譯」。

轉譯農學人才培育計畫的特色，包括課程類別涵蓋廣、師資陣容堅強、學習資源豐富、課程內容實用精彩、學費便宜與獲頒學分證明等，補助大專院校開設包括畜禽、作物花卉、水產養殖等三大領域之課程。現有台灣大學、文化大學、清華大學、中興大學、東海大學、中國醫藥大學、嘉義大學、成功大學、宜蘭大學與慈濟大學等十所大專院校，於暑假期間開課，為期一週或週末兩天，課程涵蓋講授、實習、實驗與跨領域高階課程。

在課程內容設計上，首先是「動物產品創新研發與行銷」課程，聘請管科院教授以管理學的角度

來帶領如何開發一個新產品的創新思維，並邀請業界授課分享包裝行銷方面的經驗，例如一個知名廣告，純粹喝咖啡，讓人印象深刻是因該廣告將年輕人想的事情付諸實現，此廣告也立刻替味全公司打出品牌。第二是「生物技術與智慧財產權」，包含專利申請、技術評價等專業是學術界較弱的部分，則邀請理律法律事務所楊代華律師與台灣經濟研究院生物科技產業研究中心孫智麗主任等外部師資授課。第三個課程為「生技產業潛力及商機」，是今年新開設的課程，亦邀請台灣經濟研究院生物科技產業研究中心研究員談產業趨勢與未來潛力，並邀請疫苗、水產、植物與微生物等領域企業菁英，分享各產業的現況與前景。第四個是「生物產業經營管理」課程，財經管理在產業也扮演非常重要的角色，因此也獨立開了一門課，五天的課程，可獲得一個學分。另外今年特增設「畜禽產業轉型生技產業專家論壇」，讓學員能將學界或企業所面臨的困難，藉由論壇的課程討論，尋求可能的解決之道。此外，還有細胞培養、生醫實驗動物、禽畜領域課程、花卉作物課程、企業管理、植物病原分子檢測等豐富課程。

結語

農業生技產品是現代科技化的新興產物，產品源自農業生產是有別於工業產品，具有緩慢性與季節性的限制，因此早期一般業者在國際行銷方面無法快速發展品牌。政府近五年來由經濟部、農委會與教育部的積極推動，加上外貿協會與創投公會參與執行，協助企業資金取得與知能提升，輔導品牌建立，如此產、官、學的整合必能事半功倍，讓台灣的農業生技在國際上能占有一席之地。

AgBIO

蔡欣怡 農業生物技術產業化推動辦公室 專案經理
吳金洌 中央研究院 細胞與個體生物學研究所 特聘研究員
農業生物技術產業化推動辦公室 總主持人



國立台灣大學生物技術中心產學合作組
陳明汝主任「轉譯農學人才培訓課程」