

# 「2011 臺南愛文芒果日本推廣活動」 出國報告

服務機關：臺南市政府

姓名職稱：副市長	顏純左
農業局 代理局長	郭伊彬
農業局 代理主任秘書	吳威達
農業局 農產行銷科科长	許文耀
農業局 約聘人員	黃瓊瑩
新聞及國際關係處	張淑娥

派赴國家：日本東京

出國期間：民國 100 年 6 月 24 日至 6 月 26 日

報告日期：民國 100 年 9 月 26 日

# 目錄

壹、摘要.....	3
貳、目的.....	4
參、過程.....	5
肆、參訪綜合心得.....	18
伍、檢討與建議.....	20
陸、效益評估.....	21

## 壹、摘要

芒果為台南市最具代表性的農特產品，其中又以有著紅澄澄外表、日本稱之為「Apple mango」的愛文芒果最受歡迎，甜美多汁的風味，細緻的口感，總吸引許多國內外消費者的青睞，近年來嚴格管控果品品質，口感香氣已可媲美日本等級，歷年來更多次前往日本辦理臺南愛文芒果拓銷活動，並建立「盛夏的紅寶石」品牌，台南芒果的美味，已漸漸擄獲日本消費者的味蕾。「2011 台南愛文芒果日本拓銷團」由顏副市長率團，於 25 日、26 日兩日密集的拓銷活動，受到當地消費者熱烈的回應。二日共辦理 3 場活動，在駐日代表及外貿協會東京辦事處等大力協助促銷，透過統一速達公司及日本東京新宿丸正超市、冰冰花公司及東京御毛屋調布仙川店等三個通路點，以芒果鮮果試吃、試售、及芒果冰品三種形式，成功推銷台南愛文芒果！

## 貳、目的

日本為我國最大的農林水產品出口國，根據我國行政院農委會所公佈的統計數據顯示，2010 年度我國農林水產品貿易總額高達約 167 億美元。其中出口總額約為 40 億美元，進口總額為 127 億美元。其中農耕產品約 12 億美元佔總體 30%，而我國出口國或地區排名，日本居首。我國銷日的生鮮水果主要以熱帶果實為主，依序為：香蕉、芒果、鳳梨、木瓜、葡萄。根據日本海關統計，我國銷日五大水果的平均單價高於日本進口平均單價，顯示我國生鮮水果品質較佳，獲日本消費者青睞。日本熱帶水果主要進口依總額排序為：菲律賓、厄瓜多、墨西哥、台灣。我國受到氣候影響，熱帶水果的產期非全年，但品質穩定，在日本消費佔有一定地位。

台灣芒果輸日統計從 2007 至 2010 年從 786.81 公噸攀登至 1009.45 公噸，而 2007 至 2010 年間台南愛文芒果知名度逐漸打開，與特定通路商合作，開始以高級禮盒包裝銷售，除進入日本一般零售通路市場，並且進入網路通路與宅配通路商合作，包括與日本樂天公司與黑貓宅急便公司合作，進入網路與宅配市場，今年期望將台南芒果引進日本連鎖超市鋪設更多實體通路販賣點，以禮盒或單顆精緻包裝，將芒果價格再提高，期望媲美日本等級之芒果，提高日本消費者對台南芒果的接受度。並以多元方式行銷台南芒果，以芒果冰品創造消費高峰。

台南與日本長久以來交流頻繁，今年日本發生 311 震災，賴市長在 4 月即安排慰問行程更讓日方感受台南人的關懷與熱情，兩方不僅在觀光文化上交流，長期的外貿交易更為密切。為促進兩方各方面交流，縮短往返交通時程，期望力促台南機場直航日本。

## 參、過程

### 一、行程

日期	時間	行程
6/24(五)	18:15(台)-21:55(日)	台北松山機場-東京羽田 中華航空 CI 222
	11:30(日)	住宿：京王プラザホテル 地址：〒160-8330 東京都新宿区西新宿 2-2-1
6/25(六)	09:00-10:00	復興航空日本地區總經理閻善存拜會 拜會名單(計4名)： 1.復興航空日本地區總經理 閻善存 2.「朋友！台灣」主編 小森暎悠 3.株式会社ユナイテッドツアーズ台灣事業部部長 小原匡詞 4.近畿日本ツーリスト株式会社海外旅行部 石川善政
	10:00-12:00	京王飯店集團超市 KITCHEN COURT
	14:00-16:00	東京丸正超市販促活動 地點：東京都新宿区四谷 3-12 (丸正超市總店)
6/26(日)	11:00-12:00	芒果冰品推廣與試吃 地點：神奈川県海老名市大谷南 5 丁目
	14:30-15:30	台南新鮮芒果販促活動 地點：いなげや調布仙川店 (東京都調布市仙川町 3-4-1)
	19:50(日) -22:40(台)	東京成田機場-高雄中華航空 CI 103
	18:30(日)- 21:35(台)	東京成田機場-高雄日本航空 JL 811

## 二、活動內容：

### (一)復興航空公司等人拜會顏副市長拜會內容及請求事項：

1.時間：100年6月25日上午9:00~10:00

2.地點：京王プラザホテル飯店

3.參與人：拜會名單(計4名)：

- 復興航空日本地區總經理 閻善存
- 「朋友！台灣」主編 小森暎悠
- 株式会社ユナイテッドツアーズ台灣事業部部長 小原匡詞
- 近畿日本ツーリスト株式会社海外旅行部 石川善政

4.交流內容：

- (1)體育交流：邀請日本「岩手、宮城、福島」三縣青少年棒球選手赴大台南進行友誼交流。
- (2)農業交流：辦理台南芒果之旅，並透過青森蘋果、山形櫻桃推動水果交流。
- (3)「台南、日本包機直航」：透過包機直航讓日本消費者可以台南為第一優先旅遊行程。



洽談



交換資訊 DM



復興航空日本地區總經理 閻善存



「朋友！台灣」主編 小森暎悠

(二)飯店內花藝商店參觀：日本是個花藝大國，全國 70%以上的女性都學習過花藝。此次行程，發現不論在飯店、超市等地區，都有販賣新鮮花材，種類相當多，花藝已深入日本家庭生活中。於飯店內之花藝商店，花材較為高檔，大株蘭花盆栽及花藝品。可引為蘭花附商品研發創意之參考。



小盆蘭花



大型蘭花盆栽



小盆蘭花



各式新鮮花材



乾燥花、壓花工藝品



櫥窗設計

### (三)京王飯店集團超市考察

- 1.京王集團株式會社以電鐵起家，旗下還有不動產、飯店、百貨以及超市商店等，在日本具相當知名度，其中京王超市商店在日本名列前十名以內，遍佈東京都周圍高級住宅區，為販售高級食品之代表，年銷售額高達 4 百億日圓。
- 2.日本京王超市商店於（ 97 ）年開始販售台灣芒果，台灣芒果在京王超市商店銷售，顯示台灣農產品的品質已獲肯定，今 7 月 9 日至 7 月 16 日為期兩週於超市店內鮮果販售區主題陳列專區銷售台南愛文芒果。日本全國 36 家店舖，獨賣台南愛文芒果。
3. 台南芒果定價仍無法超越日本，但近幾年銷售台南芒果發現，雖然台南芒果價格較低，但品質口感卻不遜於日本。日本宮崎縣芒果單顆 2580 日圓，日本沖繩芒果單顆 1000 日圓，台灣芒果目前於日本超市單顆訂價為 500~1000 日圓不等，墨西哥 398 日圓。
- 3.超市內芒果布丁原料來自台灣芒果切丁，各式水果加工品(如果汁、菓子、水果漬品、切丁水果)，產地標示亦相當清楚，方便消費者選購。

	
<p>京王超市東中野店</p>	<p>超市內陳列</p>
	
<p>芒果品牌</p>	<p>芒果開賣定價宣傳</p>



沖繩單顆裝芒果 單顆 1000 日圓



日本宮崎縣芒果 單顆 2580 日圓

進口墨西哥芒果 單顆 398 日圓



水果布丁

以台灣芒果為原料 芒果布丁



日本沖縄 香檬果汁



日本青森縣 蘋果汁



水果陳列



新鮮切丁水果



奇異果袋裝販售



水果加工漬品



水果甜度教育指示牌

### (三)台南愛文芒果產地直送販促活動

1.地點：東京新宿丸正超市總店

2.說明：

(1)以「盛夏的紅寶石」品牌與日本消費者溝通，且透過日本最大的電子商務平台樂天集團宣傳及東京新宿丸正超市實體之銷售，拓展台南愛文芒果之外銷業務。丸正超市為日本地區家喻戶曉的老牌超市，消費族群廣泛。活動當天駐日代表及外貿協會東京辦事處等大力協助促銷，並由顏副市長親手贈送限量 100 顆來自台南的愛文芒果，更向日本人推薦「來自台南的香味，愛文芒果」，每個領取來自台南的愛文芒果，聞其果香都相當驚艷，現場備有芒果切丁試吃品嚐，引來大批試吃人潮。使台灣芒果成為注目的焦點。

a.現場排隊人次：約 100 人

b.圍觀群眾：約 100 人

c.到場媒體：約 10 家

d.當日貨架上約 40 箱(5 公斤)的芒果禮盒全數銷售一空。

(2)今年「台灣下單、日本取貨」、「日本下單，日本取貨」網路銷售模式，自 5 月 20 日至 7 月 7 日止，歷年銷售成果：

貿易商	年度	外銷日本(量)	重量	重量成長
統一速達股份有限公司	2008 年	1,818 箱	4,695 公斤	逐年成長
	2009 年	11,365 箱	18,141 公斤	
	2010 年	19,047 箱	31,941 公斤	
	2011 年	17,828 箱	32,207 公斤	



東京丸正超市



顏副市長致詞



顏副市長與中村店長合影



到場媒體



發放試吃券



排隊領取試吃券



DM 宣傳吃法 單顆販售 1,000 日圓



試賣陳列區(三顆裝禮盒)



試吃區



媒體採訪及專題報導



顏副市場親自分送愛文芒果



選購人潮

#### (四)台南愛文芒果冰品推廣與試吃

1.地點：神奈川縣海老名市服務區

2.說明：

(1)日本國內最大休息服務區「海老名服務區域」（東京到名古屋路上）冰冰花公司販售點由顏副市長親送限量一百份愛文芒果刨冰，將台南愛文芒果藉由不同形式介紹給日本消費，加深台南愛文芒果於日本消費者印象。

(2)一碗芒果冰單價 500 日圓，去年創下單日 500 碗，今年預計突破 1000 碗。芒果冰相當受到歡迎。日商公司更不停的向媒體宣勢台南的愛文芒果為「世界一級棒!」

(3)芒果切丁經過急速冷凍保存至一年，全年可供應，增加食用芒果的多樣性，該公司今年已透過貿易商，向台南訂購逾 30 噸的芒果切丁。

a.現場排隊人次：約 100 人

b.圍觀群眾：300 人

c.到場媒體：1 家



神奈川縣海老名市服務區



芒果冰販售區



與業者貿易商交換名片



台灣芒果冰宣傳海報



致贈日本業者友好牌匾



共享台灣芒果冰



排隊試吃人潮



顏副市長與日本民眾合影



顏副市長向日本消費者推薦「台南一級棒芒果」



小朋友的最愛芒果冰



媒體採訪試吃心得



媒體採訪日本芒果冰業者

### (五)台南新鮮愛文芒果販促活動

- 1.地點：いなげや調布仙川店(東京都調布市仙川町 3-4-1)
- 2.說明：透過日本三大行銷集團之一伊藤忠株式會社通路之一的いなげや(裕毛屋)調布店做為本次拓銷地點之一，裕毛屋超市以販售健康生鮮食品為主，台南愛文芒果輸日皆通過檢役認證，安全、健康、高品質。於店內與日本消費者面對面行銷，新鮮愛文芒果試食推廣，加深日本消費者對台南愛文芒果印象。
  - a.現場排隊人次：約 100 人
  - b.圍觀群眾：200 人
  - c.到場媒體：約 2 家

	
<p>いなげや調布仙川店</p>	<p>推廣活動陳列</p>
	
<p>芒果禮盒</p>	<p>單顆零售</p>
	
<p>台灣愛文芒果(屏東縣)單顆 498 日圓</p>	<p>墨西哥芒果單顆 398 日圓</p>



芒果食用教學宣傳單



台灣芒果切丁 一盒(半邊 198 日圓)



芒果切丁試吃



媒體採訪



超市內蔬果供應之農民介紹

## 肆、參訪綜合心得

「2011 台南愛文芒果日本拓銷團」由顏副市長率團於 6 月 24 日晚上出發，經過 2 天在日本日拓銷活動與日本水果市場考察，於 26 日晚上順利歸國，這次拓銷活動進一步將台南愛文芒果味道香甜、氣味高雅之形象深入日本消費者心中，而「台灣下單、日本取貨」與「日本下單、日本取貨」接單數量已經創下歷年新高。加上以愛文芒果為主要材料製作之芒果冰，也順利攻佔日本消費者在夏日冰品之最佳選項之一。

台南市生產之愛文芒果滋味首趨一指，而日本與台南長期建立密切友好關係，今年日本震災，本市發揮台南人的熱情與愛心，捐助許多善款給日本震災民眾，更於捐贈善款給宮城縣等地區政府時，同時將台南與愛文芒果強力結合宣傳，以愛文芒果之名加深日本人對台南城市的印象。台南這個古都城市是最好的愛文芒果生產城市，更是一個有熱情愛心的城市，因為意象的結合，日本許多媒體與當地政府機關對台南城市都留下深刻印象。此外，此次行程與復興航空日本地區總經理閻善存會面，探討「台南、日本包機直航」方式，讓台南愛文芒果成為帶領日本觀光客走進台灣的誘因之一，如果能將台南市城市的觀光行銷與愛文芒果的故事結合，整合產地採果樂之體驗，加上品嚐愛文芒果冰品美食等方式，一定可以吸引許多愛好愛文芒果日本消費者來到台南，讓更多日本消費者可以選擇旅遊台灣的第一選擇是與日本連結度最高的台南，更期望可創下新的觀光人潮。

「2011 台南愛文芒果日本拓銷團」由顏副市長率團，於 25 日、26 日兩日密集的拓銷活動，受到當地消費者熱烈的回應。二日共辦理 3 場活動，在駐日代表及外貿協會東京辦事處等大力協助促銷，透過統一速達公司及日本東京新宿丸正超市、冰冰花公司及東京裕毛屋調布仙川店等三個通路點，成功推銷台南愛文芒果！愛文芒果為夏日最另人引頸期盼的果品，芒果的香氣，本次三場活動選定日本家喻曉的連鎖超市辦理，藉由超市行銷，將愛文芒果推薦給更多不同族群的消費者。在日本當地愛文芒果可堪稱最頂級的享受，透過台南芒果販促活動，團長親力親為，一直不停的向日本消費者宣傳這是來自台南的愛文芒果，看著消費者吃著芒果、芒果冰一口接一口滿足的樣子，更提升台南芒果於日本消費市場的接受率，日商公司更不停的表示台南的愛文芒果為「世界一級棒!」，絕非浪得虛名。

本市連續四年來台南市政府與統一速達公司合作，運用國際宅急便配送平台，及日本最大的電子商務平台樂天集團宣傳網路訂購，讓無遠弗屆的網絡將台南芒果拓展日本行銷市場進入網路與宅配市場，並且進行「台灣下單、日本取貨」之行銷方式，將台南愛文芒果跨國產地直送至日本。

今年特別安排以芒果冰向日本人推薦本市愛文芒果，夏日限定之「芒果冰」於日本相當受到消費者的歡迎，以香甜的愛文芒果為基底，日商引進本市愛文芒果切丁，與冰品結合，一碗雖訂價 500 日圓，仍常常供不應求。活動區域，以斗大「台灣」字眼突顯宣傳芒果來自台南，顏副市長更逐一向排隊民眾介紹「台灣，台南」，讓消費者產生強力的連結。芒果切丁經過急速冷凍保存至一年，全年可供應，增加食用芒果的多樣性，冷凍芒果切丁及其加工品，對於愛文芒果銷售絕對有加乘的效果。今年日商冰冰花公司已簽下 30 噸的芒果切丁訂單，預期芒果將以不同形式與日方消費者親密接觸，再創銷售高峰。

本次拓銷行程，除三場公開促銷活動，於空檔之餘，更安排通路考察為實地檢視日本市場價格趨勢，安排京王飯店集團超市 KITCHEN COURT 進行考察。位於東京多摩市的 KITCHEN COURT 超市店內已陳列日本宮崎縣愛文芒果單顆 2,580 日圓及沖澗縣單顆價為 1,000 日圓，超市青果課長渡邊恭男表示，台南芒果逐漸已被日本消費者接受，雖說定價仍無法超越日本，但近幾年銷售台南芒果發現，雖然台南芒果價格較低，但品質口感卻不遜於日本，因此於日本市場台南芒果的品質不能完全取決於價格。今年於京王集團超市日本全國 36 家店舖 7 月 9 日至 7 月 16 日為期兩週於超市店內鮮果販售區主題陳列專區銷售台南愛文芒果。

本次日本拓銷行程，不同以往時程雖短，卻獲得相當多的回應，今年為台南市縣市合併第一年再次前往日本進行台南芒果拓銷活動，除了往年既有的網路宅配銷售模式，更期望可以結合更多日本地區生鮮超市鋪設更多實體販售通路，可嘉惠更多日本消費者，愛文芒果外銷日本逐年提升，期望透過不同的通路，再創外銷實績。

## 伍、檢討與建議

1. **【芒果行銷即早規畫】**：黑貓宅急便外銷芒果禮盒是以預購模式接單，故會於芒果產季前即開始展開，約於 6 月底 7 月初即結束，並為搶攻行銷日本中元節送禮市場，故赴日行銷活動建議應於 6 月上中旬即應舉辦，搶先於產季前或初期即先起跑，創造第一波的產地直送的話題，帶動整體芒果銷售的成長。
2. **【行銷地點及活動模式再創新】**：記者會的活動應安排於市區，媒體記者採訪意願較高，且每場活動的主題及行銷模式應同中求異，創造出不同的報導題材，今年 311 日本震災，4 月市長即率團至日本表達慰問之意，並承諾於芒果季時，透過宅配方式，將台南芒果直送至受災戶及地方政府。如能結合公益方式行銷，創造媒體效益。或能透過日本農協會單位邀請當政府主管機關共同行銷，並直接推薦本市愛文芒果，吸引媒體記者的興趣，。
3. **【規劃拜會日本網路集團通路】**今年原訂已安排日本樂天集團總裁的見面會，因為時間的安排無法成行，但日本樂天是日本第一大的網路公司，且樂天網路上銷售芒果一直是銷售排行的前幾名，故若能透過與總裁的接觸，而讓台灣的芒果獲得樂天銷售上的支持，透過網路的無遠弗界的力量，相信對於台灣芒果的能見度，一定能大大的提昇，故明年期望可再作安排。
4. **【塑造頂級果物形象及品牌行銷】**今年三場活動有兩場是銷售芒果鮮果，於通路考察發現一般量販超市的販售價格較低，單顆散裝之台灣芒果以堆壘陳列，相較於日本宮崎縣及沖繩縣芒果單顆包裝陳列販售質感較差，無法突顯本市想塑造的台南芒果是國際級果物的形象，故建議下次地點應以高檔水果販售地點為考量，且若為超市量販，應搭配高檔水果禮盒販售作區隔。市府與統一速達公司 2008 年所註冊建立「盛夏的紅寶石」芒果品牌尚未深植於日本消費市場，未來更應強化品牌行銷，期望來年將可媲美有「太陽之子」的日本芒果。
5. **【芒果甜品再升級，台日包機直航觀光行】**如果能將台南市城市的觀光行銷與愛文芒果的故事結合，整合產地採果樂之體驗，加上品嚐愛文芒果冰品美食等方式，一定可以吸引許多愛好愛文芒果日本消費者來到台南。更進一步可以透過「台南、日本包機直航」方式，讓台南愛文芒果成為帶領日本觀光客走進台灣的誘因之一。發現日本對於甜食的喜愛程度高，愛文芒果可加工製成各種點心，多元開發或媒合研發芒果加工品，如促成台南、日本包機直航，於明年台南芒果季期間，機上餐食可搭配芒果甜點，加深來台日本遊客對於愛文芒果的美味印象。

## 陸、效益評估

### (一)媒體報導剪輯

民視新聞：2 篇

僑社新聞：1 篇

自由時報：2 篇

中央社：2 篇

#### 台灣芒果冰 東京貴2倍大熱賣

 更新日期:2011/06/29 23:01

珍珠奶茶在英國聲名大噪，在日本有另一樣台灣之光，在台灣一碗大約70元的芒果冰，漂洋過海到東京後，在當地一碗竟然賣500日圓，雖然貴了2倍，但還是賣得嚇嚇叫，平均一家店，一天至少賣超過1000碗，台灣新鮮好吃的芒果，征服了日本民眾的味蕾。

促銷芒果新方法，就是要讓日本民眾知道，芒果冰有多好吃，看看店員作芒果冰的過程一點也不馬虎，除了要挑選來自台南新鮮A級的愛文芒果外，更有小撇步。

大部分日本民眾都沒有吃過芒果冰，所以對挫冰裡面加上芒果和煉乳，入口即化的滋味，感到相當好奇，興奮的從台南市副市長顏純左手中拿到芒果冰後，立刻大快朵頤。

這一碗台灣的芒果冰，來到日本東京價格比台灣貴上一倍，但是日本民眾還是很捧場，更對芒果的產地感到好奇，原來用水果也能拼觀光。(民視新聞 顏政育 廖錦雄 日本東京採訪報導)

#### 行銷愛文芒果 日本民眾超捧場

 更新日期:2011/06/26 19:01



愛文芒果是台南市具有代表性的農產品之一，開拓日本國際市場，台南市副市長顏純左，帶愛文芒果到日本東京，免費請日本民眾試吃，由於外銷日本的價格是國內的2倍，這項促銷，日本民眾非常捧場。

超市服務生大聲叫賣，日本民眾熱情搶拿號碼牌，看看這位小朋友吃到滿嘴都是，還有這群粉絲更是吃到連話都說不清楚。

幫助農民，行銷芒果，台南市府有一套，連續4年和超商業者合作，運用產地直送的銷售模式，不斷開拓海外市場，愛文芒果產地價每公斤37元，但是外銷價格每公斤卻高達70元，整整貴上2倍，不但讓日本民眾可以馬上吃到好吃的台灣芒果，更可以增加農民的收入。

甜美多汁的風味，細緻的口感，來自台灣的愛文芒果，持續征服日本民眾的味蕾。(民視新聞 顏政育、廖錦雄日本東京採訪報導)

## 【僑社新聞】愛文芒果 日本促銷超搶手



更新日期:2011/06/28 20:55 劉品希

311東日本核電廠輻射外洩，使許多蔬果產品銷售受到影響；多座核電廠因檢修停機，面臨電力不足，如何在用電尖峰的夏季省電、消暑，是日本目前最熱門的話題。

日本民眾省電消暑的招數紛紛出籠，連台南愛文芒果冰也成為日本人的消暑聖品。台南市副市長顏純左26日在東京表示，日本賣芒果冰品的店家說，今年業績可望比去年倍增。

顏純左這兩天在東京促銷台南愛文芒果，台南以「盛夏的紅寶石」專屬品牌搶攻日本市場有成，26日他到東京鄰縣神奈川縣的冰品店、東京調布市稻毛屋超市及昨天在新宿區一家超市促銷芒果，讓日本民眾「有吃又有抓」，場面很熱絡。

顏純左表示，這次促銷之行，充分感受到日本人對台南芒果及對台南的喜愛，聽到有日本民眾說「台南芒果是世界第一」，他信心大增。還有冰品店的老闆說，去年夏天賣出芒果冰約500碗，今年可望突破1000碗。

此行，台南市也特別贈送芒果給台南市的友好城市、311大震災受到重創的宮城縣長及仙台市長。

台灣民眾在日本震災後捐出巨額善款，並率先由立法院長王金平以及台南市長賴清德揪團協助日本振興觀光，隨著台灣人的愛心遠播，台灣的芒果知名度可望更為提高。

## 台南愛文芒果 東京大放異彩

自由時報 更新日期:2011/06/26 04:11

〔駐日特派員張茂森／報導〕廣受日本消費者喜愛的台灣愛文芒果，今天在東京四谷的丸正超級市場促銷活動中大放異彩，吸引大批顧客佇足。一位日本太太試吃後豎起大姆指說：「一個5百圓的台灣芒果，色香味都勝過一個賣5千圓的日本芒果！」

台南市副市長顏純左向日本消費者推薦，好吃的芒果一定要有像台灣的土地和氣候，從外觀、光澤到果肉的甜度，「絕對是世界一流水準的！」愛文芒果不但是台灣的「芒果王」，品質更勝日本九州溫室栽培芒果，價錢甚至只有日本芒果的1/10。

顏純左說，日本黑貓宅急便今年首次和台南市簽約，第一批進1萬5千箱芒果，顯示台灣芒果在日本已經建立品牌。

## 赴日促銷芒果 顏純左：今年銷量將創高

自由時報 更新日期:2011/06/29 04:11



〔自由時報記者王涵平／新營報導〕副市長顏純左赴日促銷芒果獲得熱烈回響，強調今年輸日芒果銷售量將創新高，台南芒果在日本市場競爭力高，日方建議常設據點行銷，如能配合包機直航，更可進一步帶動觀光人潮。

顏純左表示，在日本兩天進行密集促銷活動，日本業者稱台南愛文芒果為全世界最好吃的芒果，而日本最有名的宮崎芒果每顆定價八千日圓，台南愛文芒果每顆僅八百日圓，有業者認為台灣芒果價格訂得太低，顯示台南愛文芒果在日本市場有相當高的競爭力。

他指出，台南愛文芒果在日本市佔率從一%成長迄今已超過十%，而出口芒果至日本的國家包括菲律賓、巴西等多國，台灣芒果的價格是最高的，然是否再調高售價，需考量會否影響出口量等諸多因素。

他說，今年透過促銷活動，發現日本消費者非常喜歡芒果冰品，一碗定價五百日圓，依舊供不應求，因而日商公司主打愛文芒果切丁，經過急速冷凍後可保存一年，全年都可供應，因而芒果加工品對於新鮮芒果銷售有加乘效果，值得進一步研發。

## 台南芒果消暑 日人讚世界第一



更新日期:2011/06/26 23:09



日本民眾擔心今夏電力不足，省電消暑招數多。台南芒果也成為日人消暑聖品。台南市副市長顏純左在東京促銷台南芒果表示，今年日本芒果相關產品銷售會很好。中央社記者楊明珠東京傳真 100年6月26日

## 愛文芒果 日本促銷超搶手



更新日期:2011/06/26 22:22

(中央社記者楊明珠東京 26日專電) 日本民眾擔心今夏電力不足，省電消暑招數紛出籠，台南愛文芒果冰也成為日本人的消暑聖品。台南市副市長顏純左今天在東京表示，日本賣芒果冰品的店家說，業績將比去年倍增。

顏純左這兩天在東京促銷台南愛文芒果，台南以「盛夏的紅寶石」專屬品牌搶攻日本市場有成，今天他到東京鄰縣神奈川縣的冰品店、東京調布市稻毛屋超市及昨天在新宿區一家超市促銷芒果，讓日本民眾「有吃又有抓」，場面很熱絡。

顏純左開玩笑說：「原本此行台南市長賴清德要率團來促銷芒果，但擔心颱風侵襲台南，賴市長必須在台南照顧芒果樹，避免芒果樹被颱風吹倒。」

他說，這次促銷之行，充分感受到日本人對台南芒果及對台南的喜愛，聽到有日本民眾說「台南芒果是世界第一」，他信心大增。還有冰品店的老闆說，去年夏天賣出芒果冰約500碗，今年可望突破1000碗。

311東日本大震災及福島核電廠輻射外洩，使許多蔬果產品銷售受到影響；多座核電廠因檢修停機，面臨電力不足，如何在用電尖峰的夏季省電、消暑，是目前最熱門的話題。

### (二)總體活動效益說明

2011年販促活動為期二天推廣活動，在各貿易商及通路端的鼎力合作下，順利完成此次拓銷任務。

台南與日本締結姐妹城市，文化融合及物產交流頻繁，國人與日本觀光客皆視為對方國為亞洲觀光旅遊第一首選。台南愛文芒果逐年至日本行銷，已於日本市場打開知名度，赴日首站復興航空公司等人拜會洽談台南日本兩岸包機直航事宜，透過台南愛文芒果此次拜會發現台南與日本於農產貿易、古蹟文化、棒球運動等多處謀合，如能促成包機直航並與旅遊業者規劃主題之旅，除觀光採果、芒果美食冰品、飯店異業結盟預計除農產貿易更能創造農產觀光經濟之效益。

本次由顏副市長代表，以芒果丁試吃、芒果現場贈送、芒果冰試吃四樣題材做為媒體操作議題，並透過日本代表處的力量發布新聞稿邀請記者，因此東京的三場活動合計約有媒體12家左右到場拍攝，日本及台灣皆有廣泛的媒體露出報導；另再加上本次有民視兩位記者隨行，同步將現場活動的盛況傳送回台灣進行播放，使得台灣媒體及民眾也相當關注此次的拓銷活動，成功的行銷來自台灣台南的愛文芒果。

今年「台灣下單、日本取貨」、「日本下單，日本取貨」網路銷售模式，自 5 月 20 日至 7 月 7 日止，歷年銷售成果：

貿易商	年度	外銷日本(量)	重量	重量成長
統一速達股份有限公司	2008 年	1,818 箱	4,695 公斤	逐年成長
	2009 年	11,365 箱	18,141 公斤	
	2010 年	19,047 箱	31,941 公斤	
	2011 年	17,828 箱	32,207 公斤	

此次拓銷活動，標榜來自台南的愛文芒果冰廣受日本消費者歡迎，可見芒果加工副產品經濟產值亦不容忽視，芒果切丁經過急速冷凍保存至一年，全年可供應，增加食用芒果的多樣性，冰冰花公司今年已透過貿易商，向台南訂購逾 30 噸的芒果切丁。經農委會貿易統計 99 年度芒果冷凍出口日本總量達 142 公噸，預計今年將突破去年總量。