

葡萄成熟時

請再給它一個名字

紫峯葡萄

《紫峯葡萄將取代巨峯葡萄》

編輯部

「紫峰葡萄」是台中縣新社鄉農民最近合力創造出來的新品牌，農民們希望這個新品牌能成為新社鄉的特優葡萄行銷國內及海外的利器。新社鄉的特優葡萄雖然早於四年前就已行銷日本，深受消費者歡迎，利潤也相當不錯，但卻沒有自己的品牌，完全仰賴日本商社行銷。而在內銷方面，則由於中間剝削嚴重，屢買屢虧，新社鄉少數有遠見的農民有鑑於此，才合力創立「紫峰葡萄」品牌。

新社鄉是葡萄主產區，該鄉絕大多數農民以栽種葡萄為主，四年前，專營葡萄的「日本巨峰會」（簡稱JKC）發現新社鄉所生產的葡萄品質優良，於是策動新社鄉農民成立「台灣巨峰會」（雙方並締為姊妹會），並透過日本一家商社，把新社鄉的葡萄以「巨峰」的名稱銷到日本，結果大受歡迎。在前年，掛著「巨峰」名稱的新社鄉葡萄曾迫使日本本土葡萄由一公斤二千日元跌至七百日元。去年，日本青果商不再在夏季冷藏本土生產的葡萄，轉向

我國採購葡萄，我國青果合作社亦於去年間開始辦理葡萄銷日，並直接進入東京市場。

據新社鄉農民劉瑞明透露，他們去年透過日本巨峰會銷往日本的葡萄共約五十五公噸，售價爲一公斤新台幣八十元，如在日本市場銷售一公斤超過一千五百日元，則日方會按超出的實際數目給予一定比例的加給，以鼓勵我國農民在栽種、採收、分級、包裝做到盡善盡美。另一位農民沈火旺則透露，包裝盒係日方提供，並專程由日本空運來台，裝箱妥善後再由空運到日本市場發售。可見，在行銷方面，從包裝盒開始，全操諸日方之手。

就在我國葡萄大受日本消費者歡迎之際，我國農業單位發現在行銷上已失去了機先——日本巨峰會以「巨峰」作爲商標分別在我國及日本有關單位註冊，形成除非得其首肯，否則我國葡萄不得以「巨峰」二字名義在國內及日本行銷，幸而我國農林廳早於七十三年間及時提出異議，以「巨峰」原乃葡萄品種名稱，不可作爲品牌，要求予以撤銷。結果在國內獲得勝利，即在國內任何人銷售葡萄均可冠上「巨峰」

二字，但在日本除非經過日本巨峰會的許可，任何人均不能使用「巨峰」二字行銷葡萄。

面對上述不利情況，缺乏商標知識及組織能力的農民似乎別無良策。直到去年六月，由於一位畢業於國立台中商專的年輕人謝志盛介入，才使事情有了轉機。謝志盛發現上述情形，於是建議他們聯合起來共同打造品牌，組成了「紫峰研究班」，並在國內以「紫峰」名稱向中央標準局申請註冊，預計今年三月一日公告，日本地區則預定今年六月提出申請，在新加坡亦在進行市場試探。謝志盛強調：「我們打品牌，一定要事先註冊，否則就是白打了，這方面是委託一家大的專利商標事務所來處理。」推動「紫峰研究班」的謝志盛作了一個總結：「我們不要做愚農，我們要企管化、科學化，這次『紫峰葡萄』共同打造品牌，共同行銷，希望能起帶頭作用，使農產品產銷暢通，農民與消費者兩蒙其益。」

我們期待每個產品都有自己的品牌，自己的名字，我們更企盼業界重視商標權保護的重要性，別讓您的權利睡着了。