

香草植物在台灣

農委會中部辦公室第一科 / 徐惠瑩

「香草」，令人迷惘的名詞，它的歷史，它的氣息，它的滋味，它的一切的一切，讓人接觸了就愛不釋手，信手拈來一片葉子，還有許多的想像，那也難怪台灣香草園如此風行，但香草植物的流行，究竟僅是一時的熱潮，或是可長可久的產業呢？讓我們共同揭開台灣香草植物之面紗。

香草植物定義

在台灣，香草植物(Herb)看似個新鮮的名詞，其實早已被廣泛使用在生活的每一個角落，如大家熟知的九層塔，即是香草植物—羅勒，又如各種香精產品也都與我們日常生活息息相關，舉凡具有特殊香味的植物，而其根、莖、葉、花、果實及種子所含有

之成分，可供人類做為藥劑、食品、飲料、香水或美容之用，皆被定義為香草植物，因此除了一般大家熟知的薰衣草、迷迭香等草本植物外，球根植物、一年或多年生植物皆被包含在內。



▲鼠尾草狀似薰衣草花色為紫色

全球市場概況

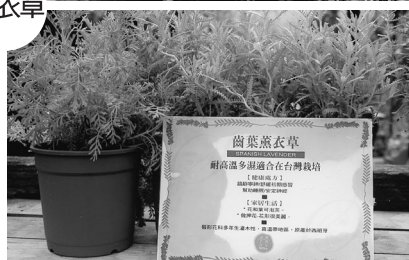
Herb源自於拉丁文，地中海沿岸就是香草的故鄉，然因香草植物定義廣泛，國際糧農組織(FAO)並無針對此項目統計，但由部分報告中可知，歐洲的中部到北部，溫帶的亞洲地區以及熱帶地區，都可



流行的香草植物



薰衣草



精油或乾燥等加工用途，香料植物市場最適合生產規模小的農場進入，以生鮮(Fresh-cut)供應產地市場、餐廳或零售商。

國內生產

國內香草生產數量並不多，以九層塔為例，90年期全省種植面積僅75公頃，至於目前最流行的薰衣草、迷迭香、香蜂草、香茅草、百里香及薄荷等田間生產少，以盆栽生產為主。

國內目前流行的香草植物田間栽培分布於各地，如新竹新埔、苗栗公館、雲林虎尾及高雄大樹皆有栽培，管理模式大致如下：整地施以基肥適當處理並作畦後，即可種植，追肥的數量視需要而定，但一般而言，不若經濟栽培的蔬菜作物多，至於農藥則幾乎不用，當植株生長穩定後，開始發新芽時即可採收，產量因採收次數及消費者需求而有很大的彈性，相關作物單位面積產量參

見到各種不同的香草，全球香草植物產業據估計產值超過6百億美元(ASAC Inc. State of the industry Fact Sheet, "The Herb and Spice Industry", June 2002.)，其中以藥用香草產值最高，也最具有成長潛力，歐洲及亞洲分別為製造及消費之首。

香草植物應用在下列四種市場—香料植物市場、醫療市場、精油市場及製藥市場，國外大面積生產者，多數用為



柳橙薄荷



香草種類繁多，種植面積不大，多樣化栽培

→ 考資料如下表：

品種別	每公頃種植株數	每公頃產量(公斤)
甜蜜薰衣草	25000	8550
香蜂草	33000	9000
迷迭香	16000	5120
香茅草	15000	6000

資料來源：中部辦公室調查整理

香草盆栽存在台灣的時間已久，惟停留在趣味栽培，數量不多，直到最近香草盆栽市場發展迅速，透過原有盆栽通路供應市場，八成賣給販運商及休閒農場，二成直接銷售給消費者，知名的盆栽業者有如埔里的台光香草園或唐山園藝。

台灣市場發展現況

香草植物在台灣最流行的就是喝香草茶、吃香草餐、種香草植物及做香草作品，屬於香料市場之應用，所使用的材料由國內生產的香草植物供應，田間栽培者有部分亦可供製造精油或製成乾燥花及研磨成粉，作為加工產品的原料來源，但精油及乾燥香草市場仍以進口產品為主，兩者國內進口量皆呈增加走



進口之乾燥花束



盆花販售

勢，乾燥香草產品進口價格呈現穩定，1999年至2001年平均進口到岸價格為每公斤2.5美元，精油進口價格則呈下跌走勢，以薰衣草精油為例，其進口到岸價格由2000年之每公斤41美元降至2001年每公斤24美元，進口結構亦由原先以法、英、日為主要進口國轉為新加坡、中國大陸、日為主。

產業發展潛力

目前台灣香草業者面臨的問題是香草如何形成一項產業，使其永續發展，但形成一項產業其實是有條件的，廣大的土地、優良的氣候、具有知識及技能的生產者、各項研究及技術的發展，都是形成產業的必要



甜蜜薰衣草田間種植



進口之香草植物加工品

條件。台灣香草產業發展之優勢、劣勢、機會及威脅究竟如何呢？分述如下：

(一)優勢：由於香草植物產品幾乎不噴灑農藥，符合現代人健康概念，其用途廣泛多樣化產品可滿足各種需求，尤其產地生鮮產品可滿足視覺及味覺的享受，具有生態景觀之優勢。

(二)劣勢：小農制及缺乏垂直或水平整合的組織，使面積擴增不易，乾燥及精油產品國外已有大面積生產，價格競爭力不足，夏季炎熱氣候不易種植，冬季又容易發生產銷失衡，台灣田間生產技術上尚有瓶頸需克服，各項研究及技術的發展尚無整體規劃，永續發展尚未成形。

(三)機會：台灣地處亞熱帶，若能研發並生產歐美冬季無法生產的品種及產品，供應所需可賺取外匯，週休二日休閒需求增加，提供休閒好去處。

(四)威脅：加入WTO後關稅降低，使國內生產競爭力更顯薄弱，另一方面

消費者經常求新求變，嚐鮮過後，必將面臨考驗。

綜合以上所述，台灣小農制使生產成本不易降低，除了發展觀光休閒以外，若以栽種台灣特有香味或藥效之品種，研發適合國內外消費需求的產品，以滿足醫療市場需求為目的，或許可創造另一片天地。

結語

許多潛在競爭者或因加入WTO有轉型的考量，或因看準週休二日的商機，皆欲積極投入香草休閒農業，但當消費者熱度不再時，香草產業何在？台灣香草植物市場目前是以需求引導供給的型態呈現，且僅侷限於香料植物市場，具有成長潛力的藥用香草市場涉獵不多，產業客觀條件尚未成熟，切不可短視近利貿然投入，附加價值的創造需要經營者智慧，不應只是人云亦云，才有賺取利潤之可能。

