

特別報導

文圖 | 江秀娥·潘德芳 農業試驗所

台灣冷凍毛豆外銷歐洲可行性之分析

一．前言

毛豆是極富營養健康食品，其卵磷脂 (Leithir) 為老幼咸宜之天然營養食物。我國毛豆生產 1 年 4 季皆宜，生長期短 (68 - 85 天)，在蔬菜產銷是最適規劃之產品。日本是主要外銷市場，每年外銷日本冷凍毛豆 2 萬多公噸，占年產量的 30% 以上。雖然面對中國大陸與泰國的低價競爭，出口呈現長期下降趨勢；但因我國毛豆產銷在同類農產品中，較為健全，一時頓挫，仍能急速調整，整危為安。產品產銷安全為主要原因之一。另外，在產銷企業經營上，也是企業經營理念之規模經濟的具體呈現。再者，外銷市場不能守住單一國家之市場集約，宜整合多國目標市場，以分散市場風險。在此理念掛帥之下，歐洲目標市場之建立，為一可行之方向。而且毛豆本身內在價值 (intrinsic value) 很高，其附加價值亦深。因此，如能拓展毛豆外銷歐洲，既可分散國際行銷風險，又可調整國內產銷企劃之有效執行。

歐洲市場對我國生鮮農產品而言較為陌生。92 年我國農產品出口總量為 1,692,733 公噸，以日本、香港市場為主，銷往歐盟的農產品總量僅有 49,413 公噸，約占 3%。近年來健康飲食的觀念逐漸風行，對於有健康概念的食品需求越來越高，例如英國，2002 年健康食品市場總值超過 20 億英鎊。我國毛豆亦屬於相當健康的食品，雖然歐洲地區距離遙遠，然因毛豆多以冷凍方式出口，可以克服距離的障礙。

為瞭解歐洲消費者對冷凍毛豆的消費意願，農業試驗所 2004 年進行台灣冷凍毛豆



我國冷凍毛豆於法國試吃的情況

出口至歐洲試吃調查研究。該批冷凍毛豆計 150 公斤，於 6 月 23 日空運至法國，再送往英國，分別請當地消費者試吃，並蒐集其相關意見。

二．歐洲市場露曙光

本次試吃調查，共計蒐集 710 份消費問卷，法國 348 份，英國 362 份。其中男性占 45%，年齡分布以 26 - 55 歲為主，受訪者的經濟狀況以家庭每月所得 2,001 - 3,000 歐元最多，且本次調查對象以英國與法國人為主，各占 43% 及 33%，若包含其他歐洲地區國家受訪者計，則所訪問的歐洲人士占 85%。

受訪者中曾經吃過毛豆的共有 176 人 (表 1)，僅占 25%，未吃過毛豆者占多數，可見毛豆對英國、法國消費者來說應該是屬於新興產品。

曾吃過毛豆的受訪者覺得毛豆好吃的有

表 1. 受訪者是否吃過毛豆樣本分配表 (單位：人)

| 調查地區 | 吃過 | 未吃過 | 未答 | 合計 |
|------|-----------|-----------|---------|------------|
| 法國 | 100 (29%) | 236 (68%) | 12 (3%) | 348 (100%) |
| 英國 | 76 (21%) | 282 (78%) | 4 (1%) | 362 (100%) |
| 合計 | 176 (25%) | 518 (73%) | 16 (2%) | 710 (100%) |

資料來源：本研究調查整理。

160 人 (表 2)，占 91%，表示毛豆對法國與英國的消費者而言只是較為陌生，並非不能接受。

就台灣的毛豆而言，710 位受訪者中，認為台灣毛豆好吃的共有 558 人 (表 3)，占總樣本的 79%。此一比例反映出多數受訪者雖然未接觸過毛豆，但其口味是可以接受的。

受訪者願意購買台灣冷凍毛豆的價格以每公斤 2 歐元以下為主 (表 4)，其中英國占多數，有 61%；法國的消費者仍以 2 歐元以下為主，但願意以 3 歐元以上的價格來購買台灣毛豆者占 13%。

表 2. 受訪者吃毛豆感受分配表 (單位：人)

| 調查地區 | 好吃 | 不好吃 | 合計 |
|------|-----------|----------|------------|
| 法國 | 88 (88%) | 12 (12%) | 100 (100%) |
| 英國 | 72 (95%) | 4 (5%) | 76 (100%) |
| 合計 | 160 (91%) | 16 (9%) | 176 (100%) |

資料來源：同表 1。

表 3. 受訪者對台灣毛豆感受分配表 (單位：人)

| 調查地區 | 好吃 | 不好吃 | 未答 | 合計 |
|------|-----------|-----------|---------|------------|
| 法國 | 283 (81%) | 41 (12%) | 24 (7%) | 348 (100%) |
| 英國 | 275 (76%) | 73 (20%) | 14 (4%) | 362 (100%) |
| 合計 | 558 (79%) | 114 (16%) | 38 (5%) | 710 (100%) |

資料來源：同表 1。

表 4. 受訪者願意購買台灣毛豆價格表 (單位：%)

| 調查地區 | 2 歐元/公斤以下 | 2 - 3 歐元/公斤以下 | 3 - 4 歐元/公斤以下 | 4 歐元/公斤以上 | 其他 |
|----------|-----------|---------------|---------------|-----------|----|
| 法國 (249) | 49 | 37 | 10 | 3 | - |
| 英國 (251) | 61 | 37 | 1 | 0 | 1 |
| 合計 (500) | 55 | 37 | 6 | 1 | 0 |

資料來源：同表 1。

三．市場有待開發

本次試吃也訪問法國、英國之蔬菜進口商 12 名，請其表達對台灣冷凍毛豆的進口意願。12 位進口商皆未曾進口過毛豆，是因為不知道有此種產品。

本次所訪問的 12 位進口商中有 10 位對於台灣的冷凍毛豆持肯定的態度，但願意進口

台灣毛豆的僅有 2 位，法國、英國各 1 位，其認為台灣毛豆的合理進口價格為每公斤 1 - 2 歐元。探究不願進口台灣冷凍毛豆的原因，主要是因為需求量少。因此，有必要創造我國冷凍毛豆的市場需求，並與願意進口的進口商接洽，使其成為我國毛豆進軍歐洲市場的先鋒。

依據外貿協會的資料顯示，法國對毛豆的進口關稅為 11.2%。法國對我國出口的農產品，馬鈴薯不准進口，針對甘藷、玉米、大蒜 3 種產品加強檢疫外，並無任何限制。法國人對於豆類食物，如扁豆、四季豆是用來搭配肉類做為主食，食用方式與東方人不太相同。因此，如果要將毛豆銷到法國，必須製成說帖，包括營養價值、食用方法，甚至栽培管理模式等，使消費者對我國毛豆產品有信心，廣為宣傳，以切入法國生鮮市場銷售。

2003 年我國出口 1,680 公斤冷凍毛豆到英國，平均價格為每公斤 48.8 元。又英國於 2001 年進口豌豆 (green peas) 7,920 公噸，主要來自於肯亞、瓜地馬拉及辛巴威等地，而此種豆類的消費僅占 8%，主要是以豆莢類為主 (39%)，顯示英國消費者對於豆類食物仍有其需求。透過本次調查，瞭解英國人對於毛豆的接受度相當高，加上其對健康食品的需求高，我國冷凍毛豆應有相當大的外銷機會。

因此，由進口商及次級資料所反映的訊息可知，英、法 2 國對於豆類食物仍有需求，且進口商對我國冷凍毛豆品質持高度的肯定，但由於目前市場需求量仍少，多數進口商不願意進口。因此，我國必須先創造需求，以各種不同方式讓歐洲消費者瞭解毛豆的營養價值，強化其健康形象，以增強進口商的進口意願，以爭取更大的外銷機會與空間。

四．安全檢驗易推廣

針對層出不窮的食品安全問題，歐盟歐洲

議會 (European Parliament) 已針對「歐盟食品及飼料安全管理法規」進行投票表決通過，決議將於 2006 年 1 月 1 日起實施。本法規實施後，歐盟各國對於食品安全的作法將趨於一致，並更加嚴格監管食品的生產管理流程。此乃與各國推行生產履歷的要求一樣。

歐盟零售商產品工作群針對新鮮蔬果安全供應訂有 1 套驗證制度-EUREPGAP。此一驗證如同 ISO 制度，雖非強制性規定，但上述法規無異給予 EUREPGAP 強有力的依據，因該法令除對各會員國有所規範外，對於第 3 國將產品出口到其成員國時，也必須保證符合其規定標準。所以，若我國要將農產品出口到歐盟，必須加緊執行生產履歷制度的建立，還要取得 EUREPGAP 的驗證。

我國毛豆生產係採契作方式，種子由契作廠商提供，一般生產管理由農民執行，但農藥使用必須依照特定項目及用量，或者廠方委由專人負責病蟲害管理，嚴格掌控農藥的使用，農藥的殘留一定可以符合外銷國家的要求。採收、清洗、選別、殺青、冷凍、包裝、儲藏等作業一律由廠商執行，品質要求嚴謹。因此，若要符合歐盟 EUREPGAP 的相關規定，只要毛豆生產者在「紀錄」的部分再加強訓練即可輕易達成。

根據農委會資料顯示，已於 93 年示範推動毛豆等產品的產銷履歷制度，此舉將有助於冷凍毛豆外銷歐洲。由於毛豆產銷一元化，除了生產階段有較多農民的投入外，在加工處理、運輸、出口等階段皆由少數廠商所掌握，對於完成整個生產履歷的過程較為容易。雖然歐洲方面所要求的 EUREPGAP 與日本或其他國家的生產履歷要求不盡相同，但原則原理相同，只要能夠建立起制度化的工作模式，不論那個目標市場的要求，應可輕易達成。目前最重要的工作即是儘快推廣落實到生產者的階

段，不僅有助於出口市場的開拓，亦能保障國內消費者的食用安全。毛豆產業有其產業優勢，更應該積極推廣。

五．結論

我國冷凍毛豆品質優良，營養價值高，符合健康飲食的消費趨勢，除了現有日本及美國市場外，值得我國開發其他外銷市場。透過試吃，蒐集法國、英國消費者與進口商對我國冷凍毛豆的意見，做為我國開拓歐洲市場之重要依據。

在參與試吃的 700 多位消費者中，僅有 1/4 過去曾吃過毛豆，但其中喜愛吃毛豆的高達 91%，顯示消費對於毛豆較陌生，但不是不能接受。而受訪者吃過我國的冷凍毛豆後，表示喜歡的占 79%，可見英、法國的消費者對我國冷凍毛豆的接受度還不錯。就價格而言，受訪者表示願意購買台灣冷凍毛豆的價格以每公斤 2 歐元以下居多。

至於進口商對我國冷凍毛豆的看法是出口能否成功的關鍵因素。本次訪問 2 個國家共 12 位進口商，其中 10 位對我國冷凍毛豆皆給予高度肯定。但願意進口我國毛豆的只有 2 位，而不願進口的因素主要是認為需求不高。對於此一擔憂，以我國冷凍毛豆的特性，應該主動出擊，除了過去的食品展示試吃外，更應製成說帖，將其營養價值、食用方式、栽培管理的方式等優異之處，向消費者說明，或者邀請進口商前來台灣深入瞭解，以增加進口商對我國毛豆的信心，提高其進口意願。且我國目前正積極推動生產履歷制度，若能儘早建立，則有助於歐洲市場的拓展。

經由上述分析，顯示我國冷凍毛豆還是有機會外銷到歐洲地區，必須主動積極推廣，以拓展外銷市場的空間。 