



南州黑珍珠 · 外銷先鋒

搶灘加拿大 · 放眼世界

國產「黑珍珠」蓮霧風味舉世無雙，屏東縣南州鄉蓮霧第一產銷班僅以中級品出國征戰，即所向披靡，迅速攻克加拿大、新加坡、香港市場，93年外銷量高達3萬6千箱，未來更鎖定俄羅斯、歐洲等處女地，進一步將台灣農業技術極致表現的果中珍品，推向世界舞台。

蓮霧原本只是貌不起眼、乏人青睞的酸澀小果，如今卻成為紅透半邊天的高經濟價值的水果，如此巨大的演變其實不過是十幾二十年來的事。除了蓮霧果農大幅提升技術，隨時進行交流，屏東縣南州鄉蓮霧第一產銷班並擔當外銷先鋒的角色，克服冷藏、包裝等困難，將優質蓮霧推進世界舞台，表現傑出，獲選94年全國十大績優產銷班表揚，可說實至名歸。

高雄農改場 · 幕後推手

第一班外銷大業於87年正式開展，但先期規劃於84年即已著手，農委會高雄區農業改良場扮演統籌規劃的重要推手角色。第一班班長蔡順得特別推崇時任農改



新葉出展



蓮霧園

場研究員李賢德積極輔導整合，奠立蓮霧進軍國外市場的基礎，居功厥偉。蔡順得說，蓮霧過去並無外銷經驗，李賢德邀集各產銷班核心果農成立「草根班」集中受訓，加強栽培技術、行銷管理方面的教育，研究外銷規格品質的統一，目前外銷採用依色澤區分為3A、2A、1A、3B、2B、1B六級，大小區分四級，總數24級的分級標準由此訂出。

87年第一班開始試辦外銷鄰近的香港，但起步並不順利，與主要對手泰國蓮霧較勁，並未佔到上風。蔡順得回憶，當時「黑珍珠」蓮霧在國內行情居高不下，首次「出國比賽」的蓮霧選擇1B、2B的最差等級，且成熟度僅五、六分，品質不理想，反觀泰國蓮霧則以最上等的貨色應戰，外觀稱頭漂亮，儘管「黑珍珠」風味口感比泰國蓮霧佳，但以「下駟」對上對手的「上駟」，氣勢已略遜一籌。另外包裝也有問題，當時裝箱係以報紙切成細細的紙絲作為填充物，而蓮霧冷藏運送過程會脫水，報紙印刷油墨遇水化開，蓮霧沾上油墨味，風味盡失。

果實紅艷亮麗，引人垂涎

發現問題後，第一班立即檢討改進，改用不織布作為內襯包裝，外以塑膠套袋雙層包裝，不但解決油墨味問題，並在農改場技術支援下，掌握更精準的保鮮技術。

中級品上場·重新出發

蓮霧一般儲放約一星期後會稍微脫水，而有「軟尾」現象，若將溫度控制在攝氏十度間，並放置乙烯吸收劑，可大幅減緩蓮霧在長途運送過程中的熟化速度，透過這樣的保鮮技術，使蓮霧冷藏期達3、4星期。

保鮮問題獲得突破，89年時，第一班嘗試出口太平洋彼岸的加拿大，這回改派成熟度8、9分，等級1A-3B的中級品上場，果然大獲成功，「黑珍珠」爽脆多汁、甜度合宜的特色，很對加拿大人的口



蓮霧花小巧可愛

味，造成搶購熱潮。蔡順得偕同班員前往考察，曾聽聞有人看到促銷廣告，不惜連開兩天的車趕來購買，令他既感動又驚訝。幾年下來，「黑珍珠」在遙遠的加拿大已擄獲可觀的知音群，銷量年年上揚。

進軍新加坡·戰果輝煌

循此模式，第一班捲土重來，90年再度叩關香港，這回有備而來，遠非上回經驗可以比擬，市場反應十分熱烈，而進軍新加坡，同樣戰果輝煌。93年出口量達到3萬6千箱，約佔全台蓮霧外銷總量的八成左右，成績相當傲人。

外銷加拿大的成功經驗，顯示寒溫帶



小果拇指大時就已套袋



蔡班長展示精品禮盒

國度居民對於來自熱帶地區的蓮霧接受度很高，市場展望看好，國產蓮霧外銷宏圖，俄羅斯、歐洲列為下一個開拓目標。蔡順得說，保鮮技術獲得突破，外銷疆界可以無限延伸，全世界都將是「黑珍珠」的舞台。

登陸風險高·審慎評估

不久前，國產水果輸出中國成為熱門話題，第一班蓮霧也曾循「小三通」模式登陸，對於中國市場不算陌生，但並不特別看好。蔡順得認為，除了政治因素考量外，中國市場風險高也需納入評估。蔡順得向貿易商打探情報，即經常聽到貿易商抱怨中國生意難做。通常有經驗的貿易商對每一出口貨櫃可獲得的利潤事先均可計算清楚，但中國市場機制並不完備、透明度低，「烏魯木齊」的事情又多，水果賣得好，可能被倒帳收不到錢；賣得不好時，故意拔掉冷藏庫的插頭讓水果腐爛再硬「ㄝ」，早已不是新鮮事，有貿易商全球生意做透透、到處都賺錢，唯獨在中



第一產銷班集貨場

國賠得慘兮兮。據蔡順得所知，不少頗具規模的貿易商都不喜歡做中國生意。

蔡順得認為，中國市場大、距離近、運送時程短，有其誘人之處，如能開拓當然很好，但絕不能輕忽風險，否則賣得再好，賺的錢不能入袋，一切白費。

「黑珍珠」蓮霧在國內行情向來不差，南州鄉蓮霧第一產銷班最上等的2A、3A級「黑珍珠」，去年1公斤可賣到1,000元，但隨著栽植面積日增，供求失調隱憂

不容忽視。第一班積極開拓外銷市場，主要即著眼於調節產能，穩定國內價格，該班以中級品為外銷主力，原因就在於中級品產量最多，部分銷往國外，正可紓解盛產期的供銷壓力，維持合理利潤。蔡順

得表示，近幾年來，外銷雖然頗有斬獲，其實利潤並不高，但可確保國內果農收益。

調節外銷貨·永續經營

國產水果外銷，經常發生果農在國內價格走俏時轉銷國內市場，導致外銷無貨

600g (1斤)	4-5粒 (特大)	5-6粒 (大)	6-7粒 (中)	7-8粒 (小)
AAA (鮮黑)				
AA (泛黑)				
A (淡黑)				
BBB (鮮紅)				
BB (泛紅)				
B (淡紅)				

說明：
 1. 果皮顏色，A字愈多，表示果皮愈黑；反之，A字愈少，表示愈近紅色。
 2. B字愈多，表示果皮愈紅；B字愈少，表示愈近白紅色。
 3. 外銷蓮霧只有“實”，沒有“有”，並通過吉園圃標準認定，且未隱藏種子者。
 4. 重量600g(1斤)含4-5粒表特大級，依次5-6-7-8粒各表大、中小等4級。
 5. 果皮顏色A級者，甜度10度以上；B級者，甜度8度以上。
 6. 統一辦理內銷運銷時，亦採用本表分級標準。

外銷蓮霧分級多達24級



外銷先鋒蔡順得班長（右）班員王德和（左）

供應問題。蔡順得認為，國外行銷網絡創建不易，必須用心維護，即使內銷行情較佳時，也必須「擠」出貨品供應國外，不能斷貨，如此一來，外銷才能永續經營。

拓展外銷多年，每當國內蓮霧價格看好時，第一班班員總是自行設法調節供應外銷貨品。蔡順得強調，生意起起伏伏、有好有壞，不能只「卯」贏，何況內外銷價格通常差距不到一塊錢，即使損失也相當有限。

屏東「黑珍珠」蓮霧崛起於民國60年代，原先以林邊鄉為多，70年代走紅後，迅速帶動週邊的枋寮、佳冬、南州種植風氣，大規模經濟栽培於是展開。80年代更延

伸至內地的潮州、竹田、內埔，乃至屏北的高樹、九如等鄉鎮，屏東縣種植面積已跨過7千公頃，年產值超過30億元，是國內最重要的高經濟水果之一。

種植面積增·產業欣榮

南州鄉目前栽植面積約700公頃，產



蓮霧套袋

量僅次於枋寮，高居全縣第二，且年年激增。第一產銷班16位班員原栽種16公頃蓮霧園，近幾年來，或新栽或以承租方式又增加6公頃，從種植擴增速度可以想見南州鄉蓮霧產業的欣欣向榮，但相較於林邊、枋寮、佳冬等鄉鎮，南州的「黑珍珠」名氣並不算響亮，對此，蔡順得班長頗感委曲。

蔡順得認為，南州的「黑珍珠」品質

第一等，比發源地林邊鄉更佳，林邊的「黑珍珠」甜度雖然較高，但反而易膩，如果不配茶水解膩，食用不多；而南州蓮霧不僅個頭大、水分多，肉質細緻可比擬二十世紀



蓮霧樹矮化處理

梨，且甜度在10-12度之間，恰到好處，還帶些淡淡的黑糖香味，合乎大眾口味，吃多也不會膩。

甜蜜果上市·自創品牌

蔡順得表示，依據蓮霧的生長習性，如地下水位較高，根系不敢向下紮深，即



蓮霧園一望無際

橫向發展，枝幹也往水平伸展，養分容易累積，若地下水位太低，枝葉只顧向上拔高，所謂「『帕』母不會顧子」，影響果實品質。屏東平原臨山一帶地下水位低，沿海一帶因地層下陷，土壤鹽化日趨嚴重，若超過限度，植株即會死亡，林邊鄉蓮霧園即因此從高峰的4、500公頃遞減至目前的300多公頃，而南州近海但不靠海，3、4尺以下就是地下水，具有栽培「黑珍珠」最優越的環境條件。

南州「黑珍珠」的產量、品質與名氣未成正比，蔡順得認為宣傳不夠是主要原因。除了推展外銷，第一班近年也致力於創立自家品牌，該班「甜蜜果」品牌於90年通過認證後，名氣日盛，連帶拉抬南州「黑珍珠」的整體氣勢。蔡順得自豪地說，一般都是農會輔導產銷班創設品牌，但第一班走在前面，率先打響品牌，農會才起而效尤。

研發新技術·帶動產業

蓮霧栽培技術進展極快，樹幹環刻、引水澆灌、為果樹「穿裙子」圍起黑網等各式新穎技術不斷推陳出新，蓮霧從早



碎枝機是果農的好幫手

先貌不起眼、乏人青睞的酸澀小果，演變成爲當前

紅透半邊天的景況，也不過是十幾

二十來的事。蓮霧果農技術提升非常重要，否則很容易落伍。第一產銷班班員之間，隨時進行技術交流，發現問題，全班一起研究解決，有新技術毫不藏私，該鄉目前風行的田間管理方式，不少來自第一班的創意，例如蓮霧樹剪下的枝葉過去均以焚燒處理，如今改用機器就地絞碎，不但節省人力，且可形成覆蓋阻絕雜草滋生，並提供最佳的有機肥，就是第一班率先開始。

蔡順得班長表示，此次榮獲全國十大績優產銷班肯定，全體班員都十分高興，視爲至高榮譽。展望未來，除繼續推展外銷，第一班也期許能繼續扮演帶動南州鄉整體農業發展的重要角色。🌱



榮獲十大殊榮，各方道賀