

# 積極拓展台灣水果外銷市場

嘉義大學 / 呂明雄教授

台灣地處熱帶、亞熱帶，終年氣候溫暖，適合各種果樹生長，不僅有熱帶、亞熱帶水果生產，在一些中、高海拔地區，也生產溫帶水果，使得台灣的水果可以周年供應，並在國際上獲得「水果王國」美譽，特別是香蕉、柑橘與鳳梨，共稱「台灣三大青果」。

三大青果在民國50至70年代初期，出口日本、香港、新加坡及東南亞，曾有輝煌的歷史，尤其是香蕉出口，民國50年代在日本市場佔有率高達82%，也替國家賺進大量外匯。

## 出口萎縮 影響農民收入

曾幾何時，近年來不僅水果出口有萎縮現象，國內水果市場也因此生產過剩而價格低迷；自我國加入WTO後，這一年半以來，水果平均批發價格更滑落了25%，嚴重影響果農收入。因此，



外銷芒果包裝

應重新檢討台灣水果產業定位，調整水果產業發展，積極拓展外銷市場。

## 成本增加 削弱出口競爭力

近20年來，因經濟發展，國民所得增加，帶動了高級水果的消費。高品質、多樣化、周年化、安全性等市場消費趨勢引導了台灣水果產業的發展方向，但在另一方面，卻也因此而增加生產成本，削弱了台灣水果出口的競爭力。因為品質好的果品在國內市場售價高，致使出口果品及品管愈來愈困難，導致國外市場逐年萎縮。

## 加強水果出口的聲音再起

另一方面，在市場國際化下的推動下，進口果品種類、數量每年都在成長，已造成國內市場強大競爭壓力。10幾年來，發展政策多以鞏固國內市場為



外銷椪柑包裝



外銷水果棧板化作業



柑桔外銷包裝作業

主，較缺乏積極、主動出擊及強化果品出口的策略。

所以這幾年來，台灣水果產銷業界已有許多要求加強水果出口的聲音。政府亦已增加預算，鼓勵水果出口。

### 注意降低成本 穩定品質與供貨

如何加強國外舊有市場經營，並積極開拓新的目標市場，是我們應該努力的目標，但國外市場需要靠長期互信、互利來經營。成本低、品質穩定，且配合市場供貨，為國外市場經營基礎。

國外市場競爭，首要為成本；其次為品質，品質一般不要求高，但一定要品質穩定，例如不要求有機果品，但要求無藥劑殘留；再者應周年穩定的供貨。

在這些競爭條件下，應探討台灣那些果品可為主力出口種類，那些果品可為配合出口種類。一些台灣高價果品或容易腐損不易貯運的果品只能搭配出口，絕對不能勉強做為出口主力產品。但在今天民意高漲時代，一些不具競爭力的水果組織或團體，要求政府補助拓展出口，但這種作法，效果不大，因為

若選擇沒有競爭力果品出口，往往成本高、品質不穩定且無法長期供應，最後不論如何努力，都是徒勞無功，造成浪費資源，影響整體水果產業發展。

### 有效的努力與做法

積極規劃，選定果品種類與周年生產及出口排程。檢討各種果樹合理化栽培技術，減少浪費，才能再降低生產成本。

採行集團栽培及共同經營方式，不僅可降低成本，並可穩定品質。在品質管理上，應採取全程品質管理模式，確保出口果品的品質，特別在果品安全性方面，更需加強管制，以加強對國外消費者品質保證，方能鞏固市場。台灣果農經營規模小，品管較困難，集團栽培及共同經營是未來發展的途徑。

### 邀請國外業者前來參訪

對於國外市場的行銷，要有長期經營的決心，不僅對台灣的果品要有明確的定位，而且要有一定的出口規模，讓果農、出口商與國外業者之間建立互信，才能互蒙其利。唯有大家建立共識，水果出口才能減少國內市場壓力。我們應多邀請國外業者來台灣參訪，了解台灣水果產業，同時也應整建幾個讓業者信得過、品管流程、規模較大、現代化的集貨包裝場，使國外業者對台灣水果供貨能力沒有疑慮，果品出口才能順暢，這應該是今後我們產官學界共同努力的目標。

