

92年農業產銷班專輯

台東區番荔枝產業競爭力分析探討

台東區農業改良場 / 蘇東生

產業背景

依據台灣農業統計年報資料2002年台灣省番荔枝種植面積為5,631公頃，台東縣佔4,550公頃。年產量55,340公噸，台東縣43,514公噸。產區包括15個縣市，主產地在台東縣，面積及產量分別佔全國的80.8%及78.6%。主要品種種類台東1號、軟枝種、粗鱗種、大目種、鳳梨釋迦。產期台東1號、軟枝種、粗鱗種及大目種大致集中在7~9月（夏期果）及12月~隔年3月（冬期果）之間。鳳梨釋迦產期主要集中在1~3月。番荔枝最主要的產地在台東地區，由於番荔枝對生長環境特殊需求及果實易軟熟之更年性生理特性，形成了本身之特產性條件，加以本台東區農業改良場與農民數十年來對於品種的選汰，栽培技術之研發改進，已建立了一套實用的生產技術，包括田間栽培管理技術、人工授粉技術及產期調節技術等，使得產量與品質都達到良好的水準與穩定性。因此，番荔枝於民國70年以後，已成為台東最重要的經濟果樹，經營範圍，涵蓋本區329個產銷班之24%，頗具全省獨佔性局面，亦是加入世界貿易組織 (WTO) 後，少數不會直接受到進口衝擊之作物之一。

主要面臨問題

(一) 研發層面面臨的主要問題：

經過本區農業研究人員數十年的努力，番荔枝栽培管理與生產之相關技術，大都已臻成熟並已建立適當的技術操作模式，使得番荔枝產業能持續在穩定中發展。在傳統的栽培技術方面，除了持續朝精緻、高品質與省工的方向努力外，為因應消費市場的需求與國際競爭的壓力，品種的多樣化是必須努力的方向，包括口感、外型、抗逆境特性、



台東地區釋迦直銷DM



番荔枝果實共同分級包裝



吉園圃番荔枝產品

耐貯運特性與具省工栽培特性等均是品種選育方向之一，但傳統品種選育的方式並非短時間能達成目標，所以將高科技或生物技術應用在品種的選育上應是值得嘗試的方式之一。另外，番荔枝多樣化的利用也是值得研發的方向，目前番荔枝除了食用果實或其相關的加工食品外並無其他的利用部位與方式，若能嘗試針對番荔枝的根、莖、葉、花、種子等部位進行成份萃取與分析，或可發現具有實用商品價值的產品。以上不論是品種的選育或成份的萃取分析等方面，都必須借助高科技的技術才能達成，此不只牽涉到技術、設備上問題，相關專業人才的缺乏更是關鍵。

(二) 生產層面面臨的主要問題：

本省水果產業，勢必在加入WTO後受到重大衝擊，台東地區亦不例外，所幸本區最主要的經濟果樹--番荔枝，因其對栽培環境之風土適應性較為獨特與不耐貯運的特性，不僅不會有進口同類產品之競爭，而且主要產區應會一直

集中在台東地區，全國番荔枝的供應將仍由本區繼續掌握。目前雖市場容量尚有餘裕，但栽培面積仍不宜大幅快速增加，以免市場供應迅速達到飽和量，而造成價格驟降。若氣候條件穩定，本區番荔枝在生產上大致並無問題，但由於本區偶有焚風與颱風等天然災害，常造成程度不一的損害，導致產量減少或品質下降，故要持續維持生產優質的果品，在天然災害的預防與因應上仍需努力。另外，生產正確用藥的安全果品也是必要的，在推廣與輔導農友生產符合「吉園圃」標章認證的果品上亦需加強。

(三) 行銷層面面臨的主要問題：

番荔枝市場價格與產量有關，同時亦受年節之影響，在每年7月至翌年3月之產期，盛產之時，價格稍低，每逢大節日，價格即有上漲之趨勢。在銷售通路上，經過多年之共同運銷作業，運作模式與流程均已成熟與穩定，但未來在銷售通路上，仍可配合時代消費習慣的

→ 改變而調整，採多面向的行銷策略，如利用電子商務模式並結合宅配到府的服務，可以開拓番荔枝產品新的行銷通路，吸引不同的消費族群。而運用策略聯盟建立優良品牌與形象也是很重要的，以異業結盟的方式，如結合廣告行銷、媒體與物流通路等，將台東優質番荔枝形象深植於消費大眾心中，奠定不可取代的地位。除不同品種優質鮮果之供應外，結合食品加工，以番荔枝及鳳梨釋迦為主原料加工品之開發，如冰淇淋、餅類、酒精飲料等食品，亦深具市場潛力，尤其是在觀光據點以觀光客為對象的直銷方式，應是此類產品的一股新興力量。另外，為了產業之可長可久，在行銷上，開拓外銷市場將勢在必行，若番荔枝貯運相關技術問題獲得突破與解決，配合外貿單位，則外銷市場的開拓應不成問題，如此番荔枝產業將會有另一片新的榮景。

產業競爭力分析

依據SWOT模式分析該產業內部環境之優勢與劣勢，及外部環境之機會與威脅，以作為訂定策略之依據。

策略及執行措施

依據SWOT分析的結果，定出產業發展之策略及執行措施。

(一) 生產管理方面

1. 擴大由栽培至行銷之共同作業項目。
2. 調整番荔枝及鳳梨釋迦之栽培面



番荔枝果實在馬路旁擺攤促銷

積比例及產期，以達市場之供需平衡。

3. 學習冰品、酒精飲料、果汁等加工技術並持續研發新產品及購置相關設備。
4. 進行集貨場5S、顏色管理及動線規劃。
5. 持續研發省工管理栽培技術。

(二) 品質管理

1. 掌握關鍵時刻進行蟲害防治並全面配合套袋及生物防治。
2. 推廣與輔導農友生產符合「吉園圃」標章認證的果品。
3. 於果園設置焚風偵測、預警與防範（噴水）裝置。對於果園防颱風的技術與災後復育之措施加強研發。
4. 適當疏果，合理留果數
5. 採機動方式，依不同等級產量比例，訂定等級間價差。

(三) 組織與人力管理

1. 加強產銷班的行銷自主性，培養行銷專業人員。
2. 規劃有意願投資加工之核心班員，並予組織、訓練。

(四) 行銷管理

1. 加強行銷教育及訓練。
2. 尋找觀光據點設攤，並試行網路行銷。
3. 研發產品，加強廣告促銷並於觀光地區建立據點，拓展冷飲店通路。

(五) 財務管理

1. 輔導班電腦化財會分析，行個別記帳及軟體之開發。
2. 產銷班財務應用應由班基金投資，符合共同作業之推動。



SWOT分析表

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發新品種與接受新技術之意願高。 2. 栽培管理技術成熟，每年均能穩定生產並逐年提昇產品品質。 3. 配合農會進行共同運銷，共同品管，共同計價等措施。 4. 銷貨通路流暢，目前均能順利供貨至全省行口商與果菜市場等。 5. 配合市場價格與需求量有效的進行產期調節以調整供貨量。 6. 利用軟熟、格外品及瑕疵品，開發加工產品，提高附加價值之意願高。 7. 集貨場及產銷班場所接近觀光據點易發展直銷通路。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 產銷班常缺乏行銷能力與自主性。 2. 產銷班組織偏重生產及品質方面。 3. 人力資源未充分利用。 4. 產品直銷比率太低。 5. 尚有未採取共同運銷作業之農戶須加強宣導。 6. 長程貯運技術尚未發展成熟，外銷市場之開發推展不易。 7. 產量及品質易受焚風、颱風等天然災害影響。 8. 推廣與輔導農友生產正確安全用藥、符合「吉園圃」標章認證的果品上亦需加強。
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. 特產性高，較不會直接受到加入WTO之衝擊。 2. 本類水果，目前國外仍無成熟之長程貯運的技術。 3. 台東區就現有栽培品種，已建立一套完整成熟之栽培管理體系。 4. 有農會之共同運銷輔導及改良場之生產栽培技術輔導，確保產銷無虞。 5. 現有多樣品種及完整的產期調節技術，可供市場分配及消費者選擇。 6. 有重量及外觀之分級制度。 7. 已建立商品化及特產產區形象。 8. 已有多項加工產品上市，並陸續開發中。 9. 已有多班獲得「吉園圃」標章認證。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加入WTO後，仍會因季節性而受到其他進口水果的影響。 2. 產區內部競爭，各產銷班各自作業分散力量。 3. 分級制度分歧，尚未完全統一。 4. 受病蟲害與天然災害之影響仍大。 5. 若干因氣候變遷所引發栽培管理之問題，仍不易克服。 6. 加工技術與產品開發仍有待加強。 7. 開拓外銷市場受限於貯運技術與檢疫等問題不易克服。 8. 面臨國外之同類果品進口之壓力。