

個城市為中心進行配銷，各大城市成爲一個獨立的市場，形成一個既集中、又分散的特殊市場環境。茲將澳洲茶葉行銷通路說明如下：

(一)國內製造生產商：澳洲近年來茶葉生產量平均已達1,300多公噸，但此數量僅占整個澳洲消費量之5~8%，其中九成五以上爲紅茶。

(二)進口代理商：由於澳洲進之茶葉量遠大於國內生產量，故進口代理商在澳洲茶葉市場上占有重要地位。

(三)全國批發商或州、市地區批發商：此一層次廠商原占重要之地位，惟由許多國際知名品牌公司已於澳洲各地設立區域性發貨倉庫，削減了此類廠商所扮演之角色及發展空間。

(四)連鎖超市或折扣商店：80%的澳洲人使用茶包，一般消費者多從連鎖超市或折扣商店購買茶包，此一通路影響茶葉銷售量。

(五)終端消費者：澳洲之飲茶文化延襲傳統西方（英式）沖泡習慣，全年之茶葉消費金額達2億6,440萬澳元（約折合新台幣64億5,136萬元），約占該國各類飲料產品（Drinks）市場之18%。澳洲茶葉消費市場主要以各類紅茶爲主（82.9%），其他茶葉消費皆被歸屬於加味健康茶（Flavoured Health Tea）類（16.6%）。我國烏龍茶歸屬於綠茶，

每年輸澳洲總值108萬澳元~67萬5,000澳元（約合新台幣2,635萬~1647萬元之間）。

五、拓銷建議

由於目前澳洲茶葉消費市場仍有高達九成以上是與紅茶相關產品，故在拓展澳洲綠茶市場上，建議我國茶商可分從短期性及長期性產品拓展，同時進行推廣。

(一)短期性市場拓展：直接針將相關茶葉產品推介與澳洲潛在客戶；可藉考察、參加本地商展等方式，打入澳洲消費市場，並擴大我國產品在澳洲市場之占有率。我國產品或在價格上無法與大陸、印尼及其他東南亞國家競爭，但由於品質、口感及包裝遠勝於其他競爭者，我國產品仍具有相當之拓展潛力。

(二)長期性產品拓展：由於亞洲移民增加，使澳洲呈現多元文化，東方飲茶（綠茶）之文化（市場）逐漸增長，但綠茶與紅茶的消費量仍有相當差距。對於我綠茶出口供應商而言，除可透過政府、組織、協會、學校乃至業者等多種管道，運用不同之媒體、廣告、或教育方式，進行一連串及長期之宣導，推廣飲用綠茶之好處。另外，可配合新一代年輕消費者口味，推出類似泡沫紅茶（或西方冰紅茶-Ice Tea Drink）等新飲料，經長期推廣後，開創出新消費族群之市場。（貿協商情週報 / 商情電子報）



商情資訊

美國新鮮蔬果市場不斷擴大

美國營養政策和推廣中心宣導消費者每天要食用5至9份的新鮮蔬菜和水果，雖然並非所有消費者都能達到這個目標，但美國每人年消費的新鮮蔬果數在增加，1980年至2001年間，每人年消費的新鮮水果增加19%，新鮮蔬菜增加29%。由於這種原因，延長新鮮蔬果貯藏壽命的技術也在不斷進步，加以比

較自由的貿易協定，進口新鮮蔬果不斷增加，可彌補國內產量的不足。在1980年和2001年間，新鮮水果進口成長155%，新鮮蔬菜進口增加265%。2001年進口的新鮮水果約占全美新鮮水果消費的38.9%，1980年時僅爲24.2%，而進口新鮮蔬菜亦由1980年的5.5%成長至2001年的11.6%。

進口蔬果，易受季節影響

美國的進口蔬果種類不多，多來自美洲的幾個國家。其中，哥斯大黎加的是美國新鮮水果的最大供應國，墨西哥是供應新鮮蔬菜的最大國（不含馬鈴薯），另外，加拿大因為以溫室生產的蔬菜不斷增加，也供應美國相當多的新鮮蔬菜。

美國蔬果的進口量與該國生產量及季節有相當大的關係，例如，占全部水果消費22%以上的香蕉，有60%是進口貨，但因為美國本土不生產香蕉，主要以進口為主，故其數量通常不受季節影響。進口數量為第二大的甜瓜(melon)則受到季節因素影響，3月和4月的進口是量多，7月至9月時進口則減少。

美國農業部預測，新鮮蔬果的消費還會不斷增加，預計每人年蔬果的支出在2020年時會達到最高峰，主要是受到家庭收入提高、嬰兒潮世代進入老化、人口增加、族裔食品消費增加以及教育水準提升等因素影響。

追求安全，將是未來趨勢

未來，消費者將願意為安全、高品質的產品付出較多的錢，這種趨勢將為市場帶來影響。消費者除要求蔬果種類多樣化，安全、衛生也是購買的考量之一，美國農業部指出，新鮮蔬果是最暢銷的有機產品，未來有機生產及標榜環保概念的食品，將成為消費者選購的依據。

蔬果貨架，提供更多選擇

美國在1994年時，小型和大型超市陳列的農產品不及350種，目前大型超市所販售種類為558種之多，小型超市亦有540種，此一數字雖包括花卉和非新鮮產品，但大多數是新鮮蔬果。更多種類的蔬果及便利的包裝，能增加消費者購買慾望，提升蔬果價值。

目前美國新鮮蔬果市場仍以大宗物品主導，但由於進口供應的比例將不斷增加，且消費者願意花更多錢來購買高品質蔬果，對非大宗物品產生利基，也讓外國農產品有機會提高新鮮蔬果的產地價值。（貿協商情週報/商情電子報）



▲美國蔬果消費量增加，有利我國農產品外銷

外銷新聞

日本解除我國禽鳥類及禽肉產品之輸入禁令

日本於今年8月30日宣布，解除我國禽鳥類及禽肉產品之輸入禁令，即日起，我禽肉產品恢復輸出日本。行政院農委會防檢局表示，我國於今(93)年1月檢出低病原性家禽流行性感病毒後，日本立刻於本年1月16日起暫停我國禽鳥類、家禽、禽肉、蛋及其相關產品輸入。後經防檢局於本年6月11日向日方申請，聲明我國為家禽流行性感之非疫國，日方亦於本年7月5日至9日派農林水產省

檢疫官來台查核我國家禽流行性感之控制情況及參觀我養雞、養鴨場，我國亦配合訂定「台灣輸日家禽肉等之衛生條件」。經日方實地調查及瞭解後，確認我國為本病之清淨區。並於本年8月30日公告，解除自我國輸入禽鳥類動物及禽肉產品之禁令。凡自本年6月11日以後出生或屠宰之禽鳥及其產品，依「台灣輸日家禽肉等之衛生條件」規定，均可輸出至日本，有效拓展我禽肉產品出口市場，並增加我養禽業者之收益。

防檢局指出，本次日本解除禁令，係

