



貨車到港等候檢驗

奇異果到港檢驗與裝載的情形

奇異果的行銷策略 (下)

中國栽種的奇異果品種與紐西蘭相差無異，均是市場接受度較高的海華德品種 (Hyward)。近幾年來，中國正努力發展紅色奇異果 (紅陽品種)，在出口產值也屢創新高，未來或許將成為市場的主流。

中國本身就是獼猴桃的原產地，主產於陝西、四川、成都一帶，產期與南半球的紐西蘭是為相反。紐西蘭奇異果，每年採收是在 3 - 6 月之間，貯藏

果銷售一直到 11 - 12 月份就會產生空缺；反觀中國奇異果則在每年的 7 - 9 月之間就採收，貯藏果可以一直銷售到隔年的 2 - 3 月，以因應市場的空缺期。然而，中國奇異果產地的經營，目前尚不能達到自動機械化模式，大多仍屬於人力密集的方式作業，利用人工方式進行分級包裝、篩選等出口作業。雖然近幾年來在品質上大有提升，仍無法達到紐西蘭奇異果的出口水準。

全球奇異果最大產量在中國，其次



靠邊檢驗的情形



檢驗後貨車等候裝船



把奇異果吊上專船集載



將貨車上的棧板卸下



將棧板集中準備裝載

為紐西蘭，而紐西蘭 Zespri 的奇異果在全球市場的市占率超過 20%，其他為智利、義大利、法國、美國，且均有大規模的經濟栽培；而在日本、韓國，也有些許的栽培。北半球的產季與南半球不同，因此每年農曆春節前後均是中國、法國、義大利的奇異果，在市場占有一定的數量，對紐西蘭奇異果產生相當程度的威脅。

紐西蘭 Zespri 為了全年都有奇異果供應，採取了全球種植、全年供應的方式因應，此舉不只將其他國家的威脅降至最低，也讓消費者在任何時間都能購買到該品牌的奇異果。

亞洲市場

紐西蘭 Zespri 奇異果目前最大的進口國家是日本，占了17%；其次依序為西班牙 (16%)、德國 (12%)、荷蘭 (8%)、南韓 (7%)、台灣 (6%)。亞洲市場除了日本、台灣之外，近年來經濟發展快速的南韓、中國等，因為消費力道強，進口需求大，也成為了重要的市場之一。Zespri 在日本之所以能夠創造如此大量的需求，最重要的原因即是從紐西蘭出口、進口到日本、在日本銷售均是由 Zespri 自己經營。所以，不論在品質、價格及供貨量都受到良好的管控，而且均在一定的水準之上。另外亦進行大量的廣告宣傳，銷量均能維持一



中國奇異果包裝廠

中國奇異果包裝廠及作業情形

定的數量，而且每年呈現增加的現象。

在亞洲市場中，中國、南韓、日本均有生產奇異果，但大多數都是在南半球產季空缺時，補足國內的市場所需。綜觀中國在近幾年大量的種植生產，開始奇異果的出口，補足冬季旺季之需求。值得注意的，在 2005、2006 年中國奇異果的品質已有愈來愈好的現象，這也讓紐西蘭 Zespri 感受到相當大的市場威脅。

歐洲市場

西班牙、德國、荷蘭、法國、義大利、比利時等國家，均是 Zespri 的進口大國，可見在歐洲市場中，對紐西蘭

奇異果的喜愛。其實，在歐洲的義大利每年的產量是大於紐西蘭的 1 倍，法國與葡萄牙本身出產奇異果的量均在 1,000 萬箱左右。而法國與義大利每年所生產的奇異果也大量的向國外出口，特別是在紐西蘭產期空缺時。葡萄牙所生產的果實，因為較不具出口的品質，大多是歐洲市場流通。

美洲市場

美洲是以美國為最重要的奇異果市場，而美國本身也出產大量的奇異果，但大多集中在加州一帶，每年約有 6、800 萬箱左右。當地所出產的奇異果大多數也是供應國內所需，也有少部分的



外銷，加拿大就是主要的市場之一。

就能打造出絕對品質、相對價格。

結論

奇異果，因為易貯藏、耐運輸，漸而發展成為國際進出口的明星水果產業。從原產中國到被紐西蘭發揚光大，打造成為國際貿易的主力品項，其實就是致力於品質的控管，從栽培管理、肥培、剪枝修剪、採收、分級包裝、貯藏、出口，每一過程均堅持品質的要求與品牌的營造，在國際上廣受認可，因而造就了許多的忠誠的顧客。

雖然農產品不需過度的包裝與形塑，但紐西蘭奇異果的行銷就可看出農產品是鮮活的產品，更需要去建立有品質的品牌形象，制定完整的行銷策略，

未來與發展

2007 年春節，中國北京市場奇異果批發價格，單層 30 粒，一般品牌售價為 30 - 35 元人民幣，北京春林自有品牌為 60 - 65 元人民幣，紐西蘭 Zespri 則為 120 - 125 元人民幣之間。顯而易見的，品牌與品質在價格上影響之大。

價格取決於品質，在紐西蘭奇異果的發展上，特別重視的是統一的國家標準。因此在架構此一基礎上，市占率只會再提高，而有相當程度的獲利空間，而有無限的未來性。堅持高品質是區隔市場最好的方法，紐西蘭 Zespri 注重



賣場促銷奇異果

從生產、採收到出口的每一環節，良好的品質控管，更為其發展打下最好的基礎。未來，只會被更多的消費者所支持，被更多的忠誠顧客所購買。

奇異果的行銷策略在紐西蘭 Zespri 的運行之下，是最為成功的。然而採取了許多的策略模式，亦架構了標準化的出口系統與末端進口管理與市場的促銷，創造紐西蘭奇異果的最大市占率；不僅在果農的供貨品質、進出口的利潤、消費者的選購，均得到相當大的成

功，更創造三贏的局面。為此，國內生產者與業者若能以這樣的操作管理方式，不論是奇異果，再或者是其他的生鮮農產品，均能獲得高度的發展性與未來性。🍌

誌謝

感謝紐西蘭Zespri公司資料提供與校正、鳴和公司修定與潤稿、北京春林照片提供。