

112年鳳梨產銷精進 記者會

112年4月6日



行政院農業委員會

COUNCIL OF AGRICULTURE, EXECUTIVE YUAN





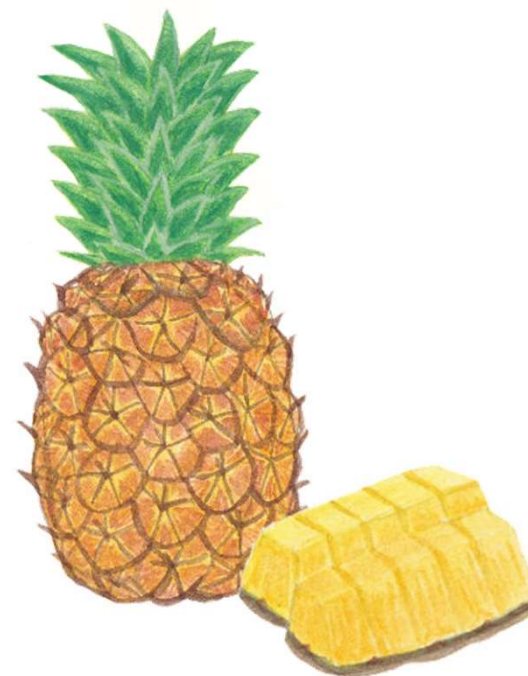
報告大綱

一 112年鳳梨產銷現況

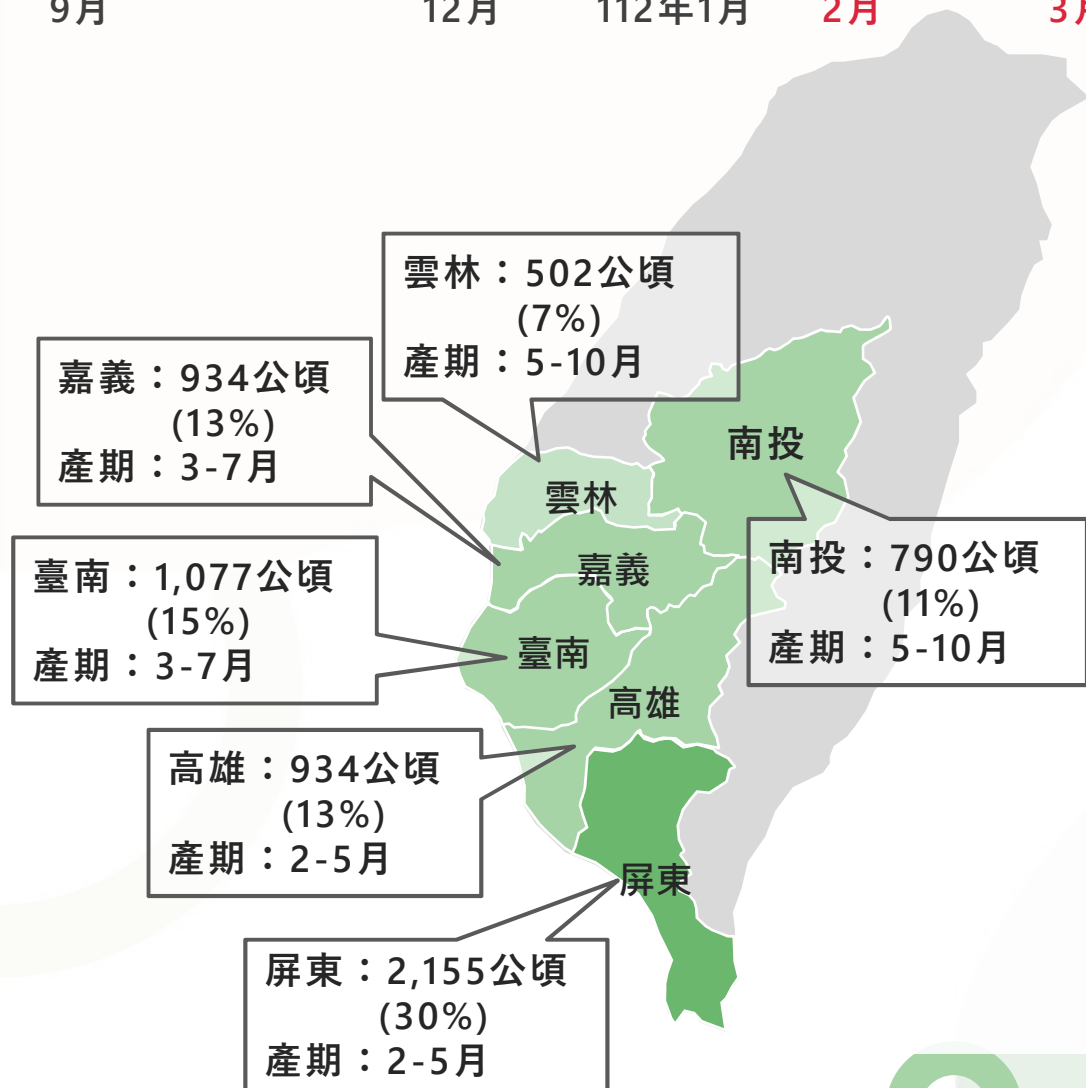
鳳梨收穫面積、產量及產區生產情形
近2年鳳梨產期及產量分析

二 產銷輔導措施

拓展外銷、國內行銷及多元加工措施



鳳梨產銷現況





單位：公噸；元/公斤

近2年鳳梨產期及產量分析

項目	月份	1月	2月	3月				4月				5月	6月	7月	8-12月	合計
				上旬	中旬	下旬	小計	上旬	中旬	下旬	小計					
產量預測	112年	29,945	44,917	17,467	17,850	17,086	52,403	20,962	19,763	19,165	59,890	48,660	37,431	35,060	71,119	379,425
	111年	13,786	13,595	12,701	12,663	12,740	38,104	24,349	21,014	20,347	66,710	77,088	57,404	42,929	72,761	382,377
	與上年比較	117%	230%	38%	41%	34%	38%	-14%	-10%	-6%	-10%	-37%	-35%	-18%	-2%	-1%

▶ 去(111)年風調雨順鳳梨植株生長良好及去年2、3月價格好，致農友提早催花致採收期集中2-4月，加上今年早春偏寒，2月底前採收鳳梨品質較不穩定。

▶ 4月上旬高屏已採收5成，嘉南產區2-3成，達到今年產量高峰。

▶ 112年產地價格：

- 3月1日至4月6日平均價：17.5元/公斤
- 4月5日：17.9元/公斤

▶ 112年臺北批發市場價格：

- 1月1日至4月6日平均價：19.5元/公斤
- 4月4日：21.4元/公斤(5、6日休市)

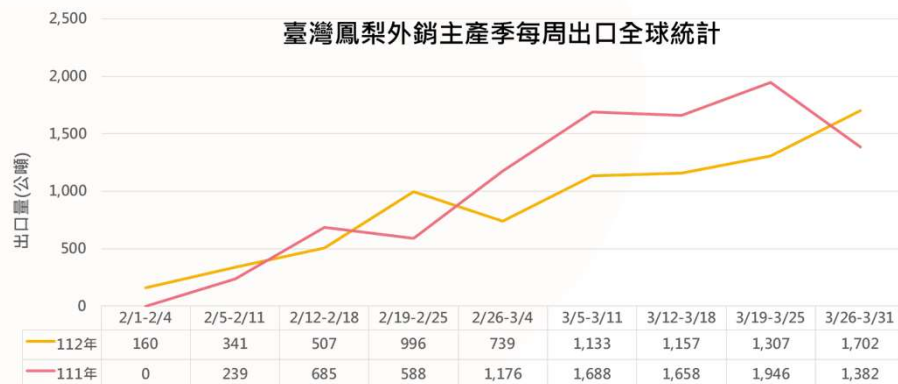
▶ 外銷價格：每箱10公斤(不含紙箱)260-300元

產銷輔導措施 總目標40,000公噸

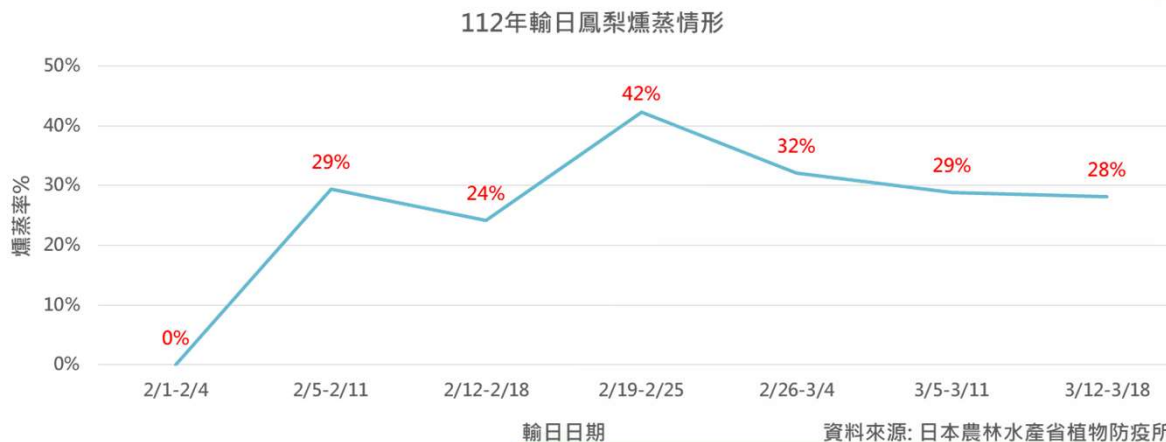


拓展外銷(目標量20,000公噸)

- 今年1月1日起至4月6日鳳梨已外銷8,076公噸，其中輸日約占9成，將近7,285公噸、香港數量742公噸，成長111%、外銷南韓數量25公噸，成長44%



- 臺灣鳳梨輸日燻蒸率於2月底達高峰，已逐漸趨緩，主要原因輔導農友針對蛾類有害生物提供延伸用藥及集貨場建立果實清潔作業。



產銷輔導措施 總目標40,000公噸



拓展外銷 目標量20,000公噸

外銷市場	行銷活動
日本	<ul style="list-style-type: none">●辦理通路行銷活動，包括與日本大型果菜貿易業者如Wismettac Foods商社、Farmind株式會社等企業合作。●4月辦理社群及地鐵燈箱廣告行銷宣傳。    
日本以外	<ul style="list-style-type: none">●辦理臺灣農產節海外通路行銷活動，開拓韓國、加拿大、汶萊、新加坡、馬來西亞等新興市場。

輔導措施

- 本會持續提供海外拓銷獎勵，擴大鳳梨外銷數量。
- 持續由本會防檢局、農糧署及農試所等鳳梨品項團隊加強輔導，進一步降低輸日鳳梨遭到燻蒸的比例。
- 要求外銷鳳梨在日本通路零售價每公斤不得低於300日圓(含稅)，倘有發現品質不佳或低價競售情形，本會將不提供海外拓銷獎勵。

產銷輔導措施 總目標40,000公噸



國內行銷 目標量8,000公噸

(一) 多元行銷(3月份啟動至產期結束)

都會區農民市集加強行銷

- 北區-希望廣場：臺北希望廣場有國產鳳梨專區販售，並搭配直播活動提升國產鳳梨買氣。
- 南區-神農市集：每月一次辦理展售活動，4月份訂於22至23日展售鳳梨鮮果及加工品。

量販超市、超商通路

與全聯福利中心、家樂福、大潤發、全家便利商店及統一便利超商合作全面啟動：

●全聯福利中心及大潤發

- 於3月底至4月中旬推出3檔次「激省優惠」活動，1.5公斤原價79元，激省價59元。
- 3月17日至4月20日於門市購買指定鳳梨任2支現折10元。

●家樂福：四月份推出選購大顆產銷履歷鳳梨搭贈小顆鳳梨之優惠措施。

●7-ELEVEN：推出產銷履歷鳳梨截切商品，於4月19日至5月16日推出第二件8折活動。

●全家便利超商

- 推出購買國產截切商品贈點活動：至5月22日止凡購買任一截切商品並登錄會員即贈送點數一點(鳳梨截切2點)，累計3點兌換鳳梨截切杯，累計5點兌換鳳梨截切盤(原價99元)。
- 與交通部觀光局合作推廣國產截切鳳梨，針對出入境者發送鳳梨等截切水果商品兌換券10萬張(兌換至5月份)。



產銷輔導措施

總目標40,000公噸

國內行銷 目標量8,000公噸

4月份新強化措施

(二)產地聯合行銷

- 屏東、高雄、臺南、嘉義、雲林以及南投等縣市政府聯合行銷
- 4月15日在高雄市「神農市集」辦理各縣市政府聯合行銷活動

(三)農會相挺促銷鳳梨 目標量600公噸

(四)手搖飲通路行銷

大苑子

合作辦理國產鳳梨手搖飲品之促銷活動，增加消費者選購意願；推出三項系列活動：

- 4月26日至4月28日推出旺來翡翠買一送一優惠，每間門市限量40組
- 5月1日至5月10日旺來翡翠2件119元(原價150元)。

(五)企業團購

臺灣優果鮮販企業團購平臺目前供貨單位計16家，截至4月5日訂單計15,200箱，計91.2公噸
企業團購規格分成下列2種：

- 10公斤：每箱6-8粒裝，最低售價為500元(含運費)
- 2.5公斤-3公斤：每箱2粒裝，最低售價為290元(含運費)

產銷輔導措施



(六) 設置電商平台

農良直賣所 設置「炫鳳來襲」專區，販售果產鳳梨鮮果及加工產品，於**3月30日至4月30日間**推出**兩項促銷**(贈送刮刮樂及蔬果箱等優惠活動)。

臺灣農產嘉年華 「金鑽旺來 好運攏來」專區，自本年4月1日起推出消費者滿千送百，以及登錄發票抽好禮等優惠活動。

多元加工 目標量12,000公噸

- 本(112)年2月7日至8月31日止協調加工廠以每公斤8元以上收購者，獎勵集運費及加工處理費。
- 本年4月盛產期，以每公斤10元以上向產地供應單位收購者，增加獎勵集運費及加工處理費，全國目標量由8,000公噸增至12,000公噸。
- 截至4月6日已登記6,920公噸，已加工2,900公噸。



感謝聆聽
敬請指教



行政院農業委員會

COUNCIL OF AGRICULTURE, EXECUTIVE YUAN