

印度棗外銷經驗談(一)香港篇

1 賴錫堯

87年在高雄區農業改良場的發起與農委會國貿科的輔導下，使高屏地區熱帶優良農產品得以結盟，並於香港舉辦「台灣熱帶優良農產品展售會」，重啓我國熱帶農產品外銷之門。

但是，外銷對於一般只重生產的農民可說是有路無門，因此，展售會結束後，我就透過政府機關、貿易商、報關行等各種管道積極收集資訊籌備外銷事宜，終於在88年首度將番石榴外銷香港並陸續搭配蓮霧、楊桃與椪果等水果，而今年(90年)1、2月間再嘗試將棗子進軍香港，今年的試銷量雖僅約10,000公斤，但也紓緩不少產量過剩的壓力，並得到不少的資訊。

在香港市場，台灣的主要競爭對手是大陸，由於台灣在品種改良與栽培管理技術佔

有優勢，再加上嚴格的品質控制，所以品質佳售價高，據香港方面的反應，目前以台灣「雙燕」標記的產品品質、信用最好；但倉儲與運輸方面因為運費高所以增加較多成本處於劣勢。消費主力在品質的選擇以中等貨色為主，中等價格較易被接受。

雖然目前在香港市場台灣仍具優勢，但其中也有幾項有待生產者與貿易商共同努力：(1)外銷價格要比內銷好，且供貨量要大。(2)配合儲藏運輸，慎選品種，保證品質。(3)作好市場區隔，建立品牌。(4)分級包裝，嚴格品質。(5)出口貿易商，應重視品質品質，不要只圖利潤，忽略信譽。

未來加入WTO後，進軍國際市場所面對的問題將更為複雜，但香港的試銷經驗至少可提供作為參考。■

(二)加拿大篇

2 邱耀瑞

前言

將台灣優質農產品推向國際舞台，一向是本公司的經營目標之一。因此，在89年11月開始嘗試將台灣的優質果品—印度棗推銷到加拿大，在這次試銷的過程中個人累積一些心得，希望與各位農民、先進共同分享，為台灣的農產品開拓國際市場盡些綿薄之力。

試銷結果

本次試銷產品是以屏東縣高樹產銷班第19班所生產的高朗1號、2號印度棗為主，消費地為加拿大的多倫多與溫哥華，出口期間從89年11月15日到90年2月15日，共出口25,000公斤，平均單價折合新台幣40元/公斤。

在這次的試銷過程中發現一些寶貴資料分述如下：

在消費習性上當地消費者喜歡果粒外型

大、顏色青翠具光澤；口感上要求皮薄、多汁、甜脆的產品，購買方式以單粒購買方式為主。整體而言，消費者對台灣印度棗的接受度還不錯。

在倉儲運輸上，由於外銷加拿大儲運時間長(從產地採收到消費地上架)，到溫哥華約15-16天，多倫多約28天，因此，要使產品品質維持在相當水準是一大挑戰。

而產地則須注意：選擇適合加拿大消費者需求的品種栽種，兼顧早、晚熟品種，以延長供貨期，穩定供貨量；採收過程中手指易刮傷表皮，使賣相不佳；冬天採收遇到下雨時，蒂頭易腐爛；成熟度若依內銷的標準採，到消費地時已無商品價值；產地分級標準應一致並確實執行。

展望

雖然，加拿大的市場對印度棗而言深具「錢」景，但不論是從品種選育、生產管理技術、儲運技術及行銷方式都須依市場需求加強研發改進，未來才能永續經營並於國際市場上佔一席之地。■

1 高雄縣燕巢鄉

傑出農友 (07)6161952

2 中國實味企業股份有限公司 董事長 (05)2695088