

台灣鮮食荔枝

在新加坡市場競爭力分析

農試所農經組 涂凱茗 沈宗德 江秀娥

一、前言

近年來受到經濟全球化的影響，台灣農產品貿易市場受到相當大的衝擊與挑戰。2014年農委會統計資料指出，當年度農產品貿易逆差達103.2億美元(進口156億美元、出口52.8億美元)，為扭轉此一劣勢，積極開拓農產品的外銷市場是現階段重要的農業政策之一。

鮮食荔枝在水果國際貿易上雖屬小宗產品，但為特色產品，故各生產國對其外銷市場皆有相當程度之重視。台灣荔枝在2014年外銷出口量達1,178公噸，是重要的出口農產品之一，主要外銷市場有日本、美國、新加坡等國家。

比較各外銷市場，新加坡市場檢疫標準較易達成，與我國距離較近，消費水準亦高，成為我國近年來荔枝外銷的主要目標市場。因此本文將針對台灣鮮食荔枝外銷新加坡市場之競爭力進行探討，了解我國鮮食荔枝在新加坡市場之發展潛力，可作為研擬拓展市場行銷策略之參考。

二、新加坡荔枝市場概況

自2011年以來，新加坡生鮮荔枝進口數量呈現長期增加趨勢，主要來自中國大陸，2015年輸出量達1,525公噸；其他主要輸出國則為泰國及台灣。詳見表一。若以進口值(表二)來看，近年來新加坡生鮮荔枝年平均進口金額達3,799千美元，中國輸入年平均達2,925千美元，其次為台灣的323千美元及泰國的306千美元。泰國原為新加坡市場荔枝輸入的第二大國，但輸入額在各年度間波動幅度大，2013年起由台灣取代其地位。

市場占有率(market share)是國際貿易中常見的競爭力指標之一。新加坡市場荔枝各主要進口來源國之市場占有率以中國最高(表三)，平均達76.83%。雖台灣在2011年市占率僅有3.16%，但近年來呈現穩定成長，近5年平均市占率達8.43%。泰國方面雖然市占率一度高達15.71%，但由於各年間輸入量不穩定，平均市占率為8.23%。

三、台灣荔枝在新加坡市場之競爭力表現

透過觀察中國、台灣及泰國的荔枝在新加坡市場的輸入金額與市占率，無

作者：江秀娥副研究員
連絡電話：04-23317652

法全面性得知競爭國之間的出口趨勢與競爭力消長。而顯示性比較優勢指數(Revealed Comparative Advantage Index, RCA)於1965年由 Balassa提出後被廣泛應用於競爭力相關研究,是目前衡量一國產品或產業在國際市場競爭力最具說服力的指標之一。本指標能定量地描述各國家間不同產業(或產品)的相對出口表現,通過RCA指數可以判定一國的哪些產業更具出口競爭力,從而揭示一國在國際貿易中的比較優勢。其計算方式如下所示:

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_i) \div (W_j/W)$$

RCA_{ij} 代表i國(地區)j產品的顯現性比較優勢指數, X_{ij} 代表i國(地區)對特定市場出口j產品的出口額, X_i 代表i國(地區)對目標市場的總出口額, W_j 代表該市場j產品的總輸入額, W 代表該市場輸入的總額。本文RCA指標為了聚焦於生鮮荔枝的競爭力並排除不相干的因素,故在計算基礎上採用生鮮荔枝與水果的進出口資料。

一般而言,如果 $RCA > 2.5$, 則表明該國產品具有極強的競爭力;如果 $1.25 \leq RCA \leq 2.5$, 則表明該國產品國際競爭力尚佳;如果 $0.8 \leq RCA \leq 1.25$, 則表明該國

表一、近5年新加坡荔枝進口量表

單位:公噸

來源國	2011	2012	2013	2014	2015
合計	1,763	1,438	1,529	2,167	1,975
中國	1,484	955	1,279	1,633	1,525
泰國	126	381	73	301	228
台灣	43	74	156	131	137
美國	97	0	0	0	23
澳洲	12	15	13	19	22
其它	0	13	8	52	39

資料來源: International Trade Centre(ITC)資料庫

表二、各國荔枝外銷新加坡金額表

單位:千美元

來源國 \ 年	2011	2012	2013	2014	2015	平均
全球輸入總額	3,666	3,094	3,574	4,763	3,898	3,799
中國	2,958	2,215	2,793	3,666	2,992	2,925
台灣	116	204	459	397	437	323
泰國	244	486	145	451	205	306

資料來源: 同表二。

表三、各國輸入之荔枝於新加坡市占率

單位: %

來源國 \ 年	2011	2012	2013	2014	2015	平均
中國	80.69	71.59	78.15	76.97	76.76	76.83
台灣	3.16	6.59	12.84	8.34	11.21	8.43
泰國	6.66	15.71	4.06	9.47	5.26	8.23

資料來源: 同表二。

表四、各國荔枝占其所有水果外銷新加坡市場比例

單位: %

來源國 \ 年	2011	2012	2013	2014	2015	平均
荔枝占新加坡水果輸入總額	0.62	0.52	0.57	0.66	0.57	0.59
中國	3.81	2.97	3.44	4.60	3.72	3.71
台灣	1.40	4.70	6.33	4.51	6.61	4.71
泰國	0.70	1.30	0.41	1.31	0.59	0.68

資料來源: 同表二。

產品具有一般的國際競爭力；如果RCA < 0.8，則表明該國產品競爭力疲弱。

表四為各國輸出的荔枝占該國輸出至新加坡水果之比例，以均值而言，近5年由中國輸入的荔枝占該國輸入水果類的3.71%；台灣為4.71%，泰國則是0.68%。台灣的荔枝出口到新加坡市場占我國水果出口該市場的比例是三個國家中最高，且自2012年起有明顯的成長，2015年更大幅度的成長至6.61%。

圖一為2011至2015年台灣、中國及泰國的RCA指數變化。中國荔枝在新加坡市場的競爭力十分強勁且穩定，近5年波動幅度小。再觀察台灣的生鮮荔枝，除了2011年RCA指數為2.26之外，其後各年度均有相當耀眼的表現，在2015年更是創下11.69的歷史新高。三個主要競爭國中表現最弱的是泰國，除2012年及2014年RCA指數分別達2.47及2.0以外，其餘各年度皆無亮眼的表現。

透過以上數據比較，可知新加坡的荔枝市場中競爭力最佳者為台灣，雖然RCA指數波動幅度較大，但仍維持向上發展之趨勢，相較於前一個年度，2015年更是有超過70%的提升。再觀察中國，雖然RCA指數的表現上十分穩定，近兩年相比之下卻有6%的降幅。除RCA指數之外，本研究亦彙整比較中國、台灣及泰國的荔枝近5年內的價量變化，以對RCA指數的結果進行驗證。

圖二主要用於彰顯2011至2015年台灣荔枝及主要競爭國於新加坡市場的輸入價格差異及變化。新加坡由全世界進口生鮮荔枝的平均價格每公噸在1.97至

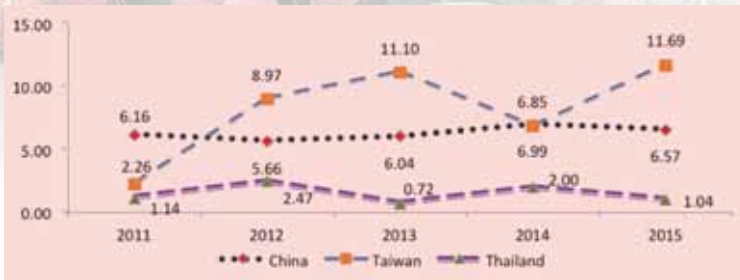
2.34千美元之間。與之相比，台灣輸入的荔枝價格由2011年的每公噸2.7千美元一路攀升至2015年的3.19千美元，遠高於新加坡進口生鮮荔枝的平均價格。兩造價格之間有每公噸0.6至1.2千美元的差距。中國輸入的部分則與世界均價相去不遠，與台灣的差距在0.44至1.23千美元之間。泰國的輸入價格為三個主要輸入國中最低者。

另將中國及台灣荔枝的價量變化彙整如圖三強化競爭力比較。中國荔枝雖然以高輸入量在新加坡市場占有領先的地位，但其價格明顯不如台灣，價量皆呈現下跌趨勢。反觀台灣，輸入量雖然不及中國，但不論價格或輸入量均呈上揚態勢。綜而觀之，台灣荔枝在新加坡市場呈現價量齊揚的態勢，後續發展令人期待。

四、結論

新加坡市場與台灣距離近且消費能力強，對於積極拓展農產品外銷的台灣而言是不可多得的機會，我國荔枝也已經逐漸打開新加坡市場。

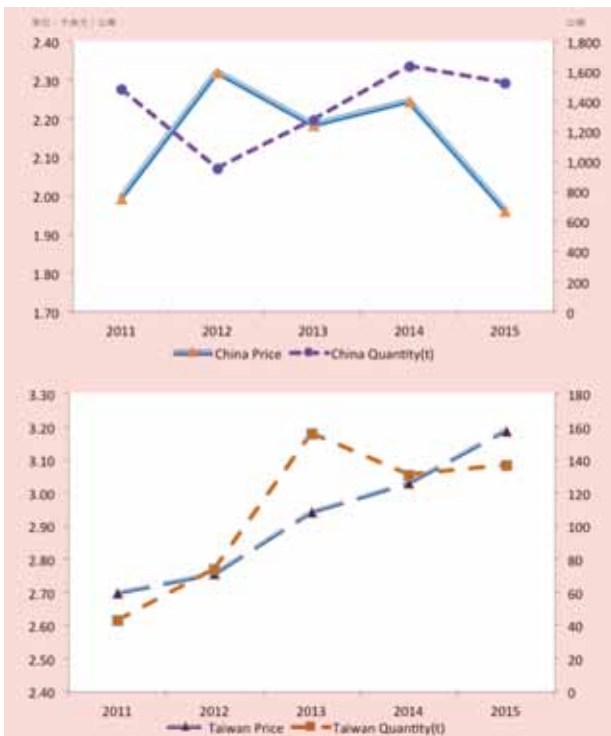
為充分了解台灣荔枝在新加坡市場的競爭力，本研究除了分析市場占有率之外，也採用顯示性比較優勢指數(RCA)來做為競爭力指標，並以價量變化作為佐證。根據計算結果台灣RCA指數在近5個年度表現相當優異，均值高達8.17，明顯高於有出口優勢的中國的6.28，且呈現價量齊揚的趨勢，由此可見台灣的荔枝在新加坡市場頗具競爭力。



圖一、中國、台灣及泰國荔枝RCA指數 資料來源:同表二。



圖二、新加坡市場荔枝價格變動。 資料來源:同表二。



圖三、台灣與中國荔枝於新加坡市場價量變化。

資料來源:同表二。

然而在貿易自由化的激烈競爭中，產品除必須具備優良特色、符合市場需求外，能提供持續且穩定的貨源及品質者才得以永續經營。

我國荔枝精緻化的生產模式，無法與中國的荔枝進行大量且低價的競爭，但必須努力維持每年提供穩定品質的荔枝，穩住新加坡市場對台灣荔枝的需求。因此結合各個小農，供應足夠的貨量，並從生產管理、集貨、分級、包裝、保鮮處理、運銷物流等各個環節進行管控，做到品質均一且穩定的供應鏈，才能維持我國荔枝於新加坡市場的競爭力。

目前政府積極推動「台灣國際農業開發(股)公司」，期能整合農民穩定供貨，並降低行銷成本提升國際競爭力。建議以台灣代表性形象，利用企業形象識別(CI)的設計，建立「台灣農產品」品牌，對外行銷，型塑國際市場對台灣高品質的農產品印象，創造台灣農產品整體效益與利基。

五、參考文獻

Balassa, B. (1965), Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage, The Manchester School, 33, 99-123.