

國際蔬菜市場概況盤點與分享

郭俊伶

農業部國際事務司

linnlinn@moa.gov.tw

摘要

本文係以次級資料分析及蒐集網路收費資料庫內容，綜整蔬菜國際市場生產、貿易概況及消費行為，並依配銷通路(批發市場、零售通路、電商通路等)及最終用途(家庭消費、食品加工及餐飲服務等)，分析未來蔬菜市場採購趨勢。

根據資料顯示，2022年全球生鮮蔬菜市場規模為6,502.5億美元，預計從2023年的8,141.1億美元成長到2031年的49,149.5億美元，在預測期間（2024-2031）年複合成長率為25.2%。就蔬菜種類而言，根莖類蔬菜市佔率在2022年需求旺盛，預計2023-2032年將穩定成長，包括胡蘿蔔、馬鈴薯和甜菜等因其營養價值高、多功能性和易於烹飪等條件，有利成為各種菜餚的搭配主食而受到歡迎。

受COVID-19疫情影響，線上消費蓬勃發展，電子商務平臺整合金流、物流，消費者不需出門即可輕鬆獲得各式生鮮蔬菜，在線上購物趨勢的推動下，預計2023年至2032年生鮮蔬菜市場規模將以3.3%的CAGR擴大。此外，疫情期間的人流及交通限制，降低生鮮食材運送便利性及外食通路消費量，建立在家烹飪習慣，易於處理的食材如：截切蔬菜逐漸受到一般消費者及餐飲通路採購青睞。2020年全球截切蔬果產值約581億美元，且將以6.8%的年複合成長率，預估至2026年將達到864億美元。

隨著採前、採後技術精進，精緻農業、永續栽培技術及設施設備改良，逐步提升生鮮蔬菜的到貨品質、保存期限和整體適銷性。隨著飲食習慣改變，注重健康的消費者追求永續飲食，預計生鮮蔬菜市場將不斷成長，成為全球食品的重要領域。

關鍵字：蔬菜、國際貿易、產量、產值、消費趨勢、行銷、通路

前言

五顏六色的蔬菜不僅賞心悅目，因其豐富的營養素如： β -胡蘿蔔素、茄紅素、花青素、葉酸、維生素C、維生素E及膳食纖維等，為人體日常飲食攝取不可缺乏的項目，世

界衛生組織(World Health Organization,WHO)建議成人每日蔬菜攝取為200至250克，前三大蔬菜消費國依序為烏克蘭、中國大陸、土耳其，每人年均蔬菜消費量分別為687公斤、475公斤、341公斤，然而在部分亞洲、非洲及中南美洲地區，仍有許多國家人民的



蔬菜攝取量未達建議標準，可能原因為氣候變遷、栽培面積或產量不足、缺乏交通運輸順暢動線及冷鏈設施設備、政治經濟不穩定等，需要各國投入更多資源改善現況。

國際蔬菜市場概況

2022年全球生鮮蔬菜市場規模為6,502.5億美元，預估從2023年的8,141.1億美元將成長到2031年的49,149.5億美元，前三大生產國依序為中國大陸、印度、美國，產量分別為616.2百萬公噸、145.1百萬公噸、27.1百萬公噸，年成長率為5.7%、3.5%、0.4%，由於消費需求旺盛，預測2024年至2031年全球生鮮蔬菜市場複合成長率為25.2%。就蔬菜種類而言，前五大生產品項、產量及占比依序為番茄(186.1百萬公噸,17.1%)、洋蔥(110.6百萬公噸,10.2%)、黃瓜與小黃瓜(94.7百萬公噸,8.8%)、甘藍及其它莖苔屬(72.6百萬公噸,6.8%)、茄子(59.3百萬公噸,5.5%)。整體來說，根莖類蔬菜市佔率在2022年需求旺盛，預計2023-2032年將穩定成長，包括胡蘿蔔、馬鈴薯和甜菜等因其營養價值高、多功能性和易於烹飪等條件，有利成為各種菜餚的搭配主食而受到歡迎。

臺灣蔬菜外銷現況

臺灣蔬菜及其製品近五(108-112)年平均出口量75,053公噸，平均出口值153,428千美元，前五大出口國及占比依序為日本(54%)、香港(12%)、中國大陸(3.5%)、韓國(3.3%)、澳大利亞(2.7%)。如以出口形式分類，以冷凍蔬菜為大宗(占比49%)，其他為生鮮冷藏蔬菜(27%)、脫水及乾製蔬菜(0.8%)、調製蔬菜(13%)、蔬菜汁(6.9%)、蔬菜罐頭(3.8%)。生鮮冷藏蔬菜尤以毛豆、胡蘿蔔、萵苣、甘藍為重點輔導品項。

毛豆：近五年(108-112)平均出口量

35,661公噸，平均出口值78,966千美元。前五大出口國及占比依序為日本(82%)、澳大利亞(1.2%)、阿拉伯聯合大公國(0.9%)、加拿大(0.9%)、科威特(0.7%)。多以冷凍形式出口，近年雖受新冠肺炎疫情、日幣貶值、日本市場整體消費景氣不振影響，出口略為衰退，但仍是最主要的出口品項，且外銷國家遍及全球，出口量占整體蔬菜及其製品48%。

胡蘿蔔：近五(108-112)年平均出口量6,719公噸，平均出口值2,314千美元。主要出口國及占比依序為香港(82%)、日本(16%)。因農藥殘留受日本進口逐批命令檢查影響，出口國由早期日本市場往香港偏移，其餘轉移至國內消費市場。

萵苣：近五(108-112)年平均出口量7,424公噸，平均出口值6,229千美元。主要出口國及占比依序為日本(68%)、韓國(30%)。因供應業務用市場及重要餐飲通路，具基本外銷需求量，近年透過精進採後處理及長程運輸技術，致力拓展新興市場如：俄羅斯、中東國家。

甘藍：近五(108-112)年平均出口量1,385公噸，平均出口值533千美元。主要出口國及占比依序為香港(27%)、新加坡(21%)、汶萊(20%)、日本(13%)。十字花科為國外普遍認知及食用的蔬菜品項，惟因飲食習慣差異，國內外銷採購需求品種不同，國外多將甘藍作為生菜沙拉使用，國內種植品種以適合拌炒為大宗，不利拓展外銷市場。

外銷機會與挑戰

臺灣受限於耕地面積小，土地取得及雇用勞動力之成本高，加上氣候異常、天災，不易確保穩定供應量及品質，待強化以外銷市場為導向的生產供應鏈，以及研發耐熱、抗病品種。

生鮮農產品外銷易受限運輸距離及保鮮期限制，影響貯架壽命，透過採前、採後處理技術精進，並確保全程低溫冷鏈，研發耐貯運品種，可延長市場銷售期。

新冠疫情導致全球供應鏈改變，由全球化回歸重視區域化，過往以進價較低優先考量的採購策略，改為優先選擇運輸距離近、可及時調整供貨的供應端。高品質、合理價格的農產食品或原料供應國家，在後疫情時代已逐步取代中國大陸市場切入全球供應鏈。

新冠肺炎疫情爆發後導致人流、交通運輸受阻，消費者透過電子商務採購農產食品的比例大幅提升，未來品項組合豐富多元的「蔬菜箱」、加熱即食的調理蔬菜、方便餐飲通路或家庭主婦烹調的截切蔬菜，將取得銷售先機。

結語

近年永續、再生、碳匯等議題受到國際重視，此外，健康、養生及逐步邁向高齡化社會趨勢影響，人類對於無毒、有機飲食的市場消費需求也不容忽視。在線上購物趨勢的推動下，預計2023年至2032年生鮮蔬菜網購市場規模將以3.3%的CAGR擴大，易於處理、烹調的食材受到消費者及餐飲通路採購青睞，據統計2020年全球截切蔬果產值約581億美元，且將以6.8%的年複合成長率，預估至2026年將達到864億美元。在蔬菜消費採購需求逐漸升高的未來，如何利用智慧化技術精準調控，在有限耕地突破空間限制，提高蔬菜單位面積產量，並減少商品運輸耗損、延長貨架保鮮期，是產業界未來投入研究發展重點。

