

【農產品國際行銷】



# 臺灣綠金傳奇， MIT 生菜站上世界舞臺

文圖 | 農糧署 蔡正宏 · 傅立忠

## 壹、前言

臺灣地處亞熱帶，氣候四季分明，農作物種類繁多，且地理位置位於東亞、南亞之中心，為海運或空運相當重要之戰略位置，發展外銷理應具競爭優勢。惟臺灣為兩大板塊擠壓而成，山區所占面積較多，僅西部嘉南平原為主要農業生產區，加上位於颱風路徑，每年幾乎都受颱風豪雨危害，影響蔬果生產，因此逐漸發展成以內需為主的農產業結構。

至 90 年代，臺灣經濟起飛，農業技術突飛猛進，各項農作物產量及品質皆有重大突破，惟以內銷為主的農產品市場屬於淺碟型市場，時常遭受生產過剩或量少價昂的產銷失衡窘境，農民及政府意識到單靠內需無法穩定市場，須經由外銷貿易途徑舒緩產銷及分散市場，結球萵苣因具有耐貯性，因此崛起成為新綠金產業。

## 貳、結球萵苣產業之興起

結球萵苣為全球性重要蔬菜，多為生食或西餐佐菜，惟依據華人蔬菜食用習性，熱炒為主要食用方式，尚非屬國內消費主流，因此，在 2002 年以前臺灣鮮少種植，僅少量進口。

臺灣冬季氣候少雨乾燥，平地氣候冷涼，非常適合各類蔬菜生長，中南部農民習慣於冬季裡作種植蔬菜，賺取正期作以外的「外快」。惟大宗蔬菜雖易種植，卻常因盛產而導致產銷失衡，因此政府不斷輔導轉作其他具有外銷市場潛力之蔬菜。行政院農委會中部辦公室（現今農糧署）民國 91 年度辦理「外銷結球萵苣生產及採後處理技術示範輔導」計畫，針對外銷生產輔導工作，從品種選擇、育苗、生產栽培管理、田間病蟲害管理，到採收、預冷、分級包裝、檢疫及貨櫃運輸工作，建立有效的生產及運銷模式，在雲林縣設置 15 公頃生產基地，輔導農民團體配合辦理契作及外銷業務，逐漸開啟了臺灣結球萵苣外銷的新頁。

表 1. 近 3 年結球萵苣主要外銷國家數量

單位：公噸

國家 \ 年別	104 年	105 年	106 年
日本	7,842	8,825	7,606
韓國	2,516	2,759	1,082
新加坡	1,248	210	154

## 參、輔導結球萵苣產業邁向國際

臺灣裡作結球萵苣產期為每年 12 月至翌年 3 月，正巧填補日本冬季缺口，由於產期及地理優勢（海運約 6 天可達日本，鮮度佳），加上貿易商長期經營日本市場，建立品牌口碑，穩定日本客源。確立臺灣結球萵苣外銷競爭優勢後，政府逐年投入大量人力、物力及資金，輔導農民團體、外銷業者與國際接軌，除輔導設置集貨場及通過相關食品安全認證（CAS、HACCP、ISO20002 等）外，另自 99 年起成立外銷蔬菜集團產區，輔導契作契銷，形成生產聚落，以共同防治、集中運銷等，強化品管把關，進一步更輔導合作社場購置真空預冷機、機械採收機、包裝機、冷藏庫等相關採後處理設備，降低勞力等產銷成本，落實產品優質化與規格化，以提高國際競爭力。

經政府大力輔導，市場逐漸開拓，外銷屢見佳績，自 94 年起我國每年結球萵苣外銷出口量達 1,000 公噸以上，98 年外銷出口量突破 2,000 公噸，99 年突破 4,000 公噸，至去（106）年結球萵苣外銷量更增加為 9,000 公噸，外銷值近新臺幣 2 億 3 千萬餘元。臺灣結球萵苣外銷市場以日本為大宗，約占 70%~80%，其次為韓國及新加坡（表 1）。結球萵苣因生食特性，消費量與民生飲食習慣具關連，日本民生食用生菜及速食餐點頻度高，需求量大；而韓國近年亦因料理創新及民生飲食改變，結球萵苣消費需求也趨增。

目前國內生產結球萵苣主要產區集中在雲林縣麥寮、崙背、二崙、褒忠等地，農民團體包括：麥寮果菜生產合作社、新湖合作農場、庄西果菜生產合作社、大庄果菜生產合作社及二崙果菜生產合作社等，契作面積約 700 公頃，透過合作社場與農民契作契銷，並搭配穩定國際貿易商通路進行外銷，使農民賺取穩定的利潤，也樂意配合計畫產銷。



- ▲ 建置國際化裝櫃出貨碼頭，利用機械化搬運設備，縮短出貨時程。（照片來源：麥寮果菜生產合作社）
- ▶ 利用真空預冷設備，確保出貨品質。（照片來源：麥寮果菜生產合作社）



## 肆、維持結球萵苣優勢與開拓新興市場

查日本國內亦有生產結球萵苣，惟冬季受降雪及勞動人口老化等影響，產量仍不敷國內需求，因此向臺灣等國家進口供應市場。我國因近年結球萵苣的外銷佳績，國內契作之農民團體及面積都逐漸增加，惟外銷市場並非年年需求穩定，受極端氣候影響，時有暖冬現象產生，又倘遇日本冬季結球萵苣盛產，則導致替代原有需求量，臺灣外銷受阻，多數則轉至國內市場批發零售；因國內結球萵苣消費量僅占產量約4~5成，且以熟食為主，需求用量有限，常一時無法胃納暴增的產量，導致連動國內市場價跌。

結球萵苣產業除面對國內市場競爭，外銷也同與其他國家（美國、中國大陸等）競爭日本市場及貿易商間的相互比價，因此逐漸凸顯我國外銷市場過度集中、外銷欠缺整合等問題。

近年來日本311地震後重要蔬菜產區受福島核電之輻射外洩污染影響，日本民眾基於食安考量，購買進口農產品意願提升，如何保持我國於日本的競爭優勢，並拓展其他市場，為當前首要課題，分析輔導策略如下：

## 一、降低成本

- (一) 以目前臺灣產業結構，「人工」成本仍為最大影響因子。結球萵苣採收需要人力，包裝、上櫃出貨為最耗費人力之環節，在日本需求量最大的期間，一間生產廠需有每天 10 個貨櫃以上的出貨能力，惟目前國內能應付此訂單的農民團體仍然有限。
- (二) 除既有日本加工或截切業務市場，日本、新加坡超市通路部分，要求單粒套袋的小包裝，因此農糧署逐年輔導由荷蘭及日本引進全自動包裝機，配合輸送帶作業方式，大幅提升逐粒包裝處理效率，並且藉由試驗改良場所研發能量，修正栽培及採後處理流程關鍵技術，逐步提升我國結球萵苣品質。另為解決出貨量能問題，農糧署持續針對具外銷潛力蔬菜生產廠輔導改善產銷設備，例如 107 年初次引進義大利結球萵苣採收機，期能降低田間作業時間、人力需求及作業成本。
- (三) 除日本以外的市場，如新加坡、中東等多以價格導向，因此具有競爭力之價格為切入新興市場主要利基。

## 二、提升品質

外銷蔬菜自生產、採收（處理）、包裝至裝櫃作業，全程均須監控疫病蟲害問題，避免產品運送至目標國因病蟲害檢出，被強制執行消毒或退運，導致金錢與商譽嚴重損失，而政府近年針對食安把關不遺餘力，逐步引導建立外銷溯源、產銷履歷驗證與國際品質驗證等安全生產體系，持續強化品質控管，維持臺灣結球萵苣出口競爭力。



自動化包裝並加速採後處理效能。（照片來源：麥寮果菜生產合作社）



日本超市需求萵苣與臺灣萵苣之差異，左邊為臺灣種植，右邊為日本超市需求樣品。（照片來源：農業試驗所 徐敏記）

### 三、拓展其他市場

- (一) 除日本外，新加坡為東南亞及中東的轉運樞紐，且因具有東協自由貿易協定（AFTA），利用新加坡的轉口，能讓結球萵苣版圖更加擴大，且臺灣於 103 年與新加坡簽訂臺星經濟夥伴協定（ASTEP），有助於新加坡及中東市場之開拓。另外，國內各試驗改良場所亦致力於研究延長結球萵苣貯藏及船運等關鍵保存技術，期望能延長貯藏期，讓外銷中東等較遠國家更具品質競爭力。
- (二) 萵苣類除結球萵苣外，近期新興蘿蔓萵苣作為生菜沙拉主菜，尤以凱薩沙拉需求量最大，且蘿蔓是萵苣中營養價值最高的一種，因此改變種植品種為另一項外銷新選擇。

### 四、發揮團體作戰效能

- (一) 臺灣於貿易商場習慣單獨作戰掌握全局，但目前日本市場已呈現臺灣貿易商割據，且時有低價競爭情況，影響彼此利潤，加上周邊有中國大陸、美國等伺機而入，如何確保日本市場占有率，又不相互影響，是值得貿易商們共同討論的議題，以「臺灣」為出口統一品牌，統一外銷牌價共同爭取利潤為目前政府努力方向，惟各生產農民團體間品質差異與設備必須提升至同一水平，才有利於共同品牌之輸出。

(二) 以毛豆為例，目前國內以臺灣區冷凍蔬果工業同業公會—冷凍豆類小組為統一供應窗口，每年國內生產廠及貿易商針對當年度毛豆生產狀況、預定價格區間等進行意見交換，並透過東京食品展或臺日貿易懇談會持續與日本採購商社互動，針對毛豆出口貿易業者關切議題進行協商與溝通，藉由互信互利的貿易夥伴關係，確保交易順暢；另為建立雙方貿易互訪機制，擴大採購商機，定期邀請日本輸入冷凍野菜安全協議會及產業專家訪臺指導，並交換意見，使產業人員掌握日方最新之安全管理與市場資訊。

## 伍、結語

臺灣目前在結球萵苣栽培技術上已臻熟練，除了省工自動化機械的引進，仍需政府、農民、農民團體及貿易商四方協力，將整體生產導向團隊化、自動化與標準化，以掌握合理生產成本，最重要的更在於後端通路的整合，不僅保有內銷市場穩定供銷，減少夏季進口量，更可提升對鄰近國家冬季蔬菜缺乏時之外銷供應優勢，讓結球萵苣能持續寫下綠金傳奇，創造外銷佳績。

