



臺灣代表與東海小學生合照。

【推動進擊性農業，布展國際市場】

品質口碑展市場，臺蕉輸日創榮景

陳立儀¹

壹、前言

臺灣香蕉果肉質地細緻、口感Q彈，味道芬芳甜美、香氣特別濃郁，50年代為外銷黃金時期，年外銷量達40餘萬公噸，為我國賺取大量外匯，擁有「香蕉王國」美譽。惟60年代以

後，受菲律賓香蕉產業崛起，國內香蕉黃葉病蔓延及生產成本提高；復民國89年日本取消對我國優惠關稅，及94年因應國際自由貿易化，取消原由台灣省青果運銷合作社統一辦理香蕉出口之制度後，各外銷業者在日本市場低價惡性競爭，壓低產地香蕉收購

| 註1：行政院農業委員會農糧署。

表 1. 近 5 (103 ~ 107) 年香蕉收穫面積、產量及外銷量

| 年度 | 收穫面積 (公頃) | 產量 (公噸) | 外銷量 (公噸) |
|------|-----------|---------|----------|
| 103 | 13,999 | 299,900 | 4,167 |
| 104 | 14,605 | 274,066 | 3,281 |
| 105 | 16,016 | 257,559 | 1,585 |
| 106 | 16,842 | 356,017 | 1,109 |
| *107 | 15,500 | 355,000 | 1,871 |

資料來源：農業統計年報、農產貿易統計查詢系統 (* 預估值)

價格，致農民出口意願降低，輸日香蕉量大幅下滑。

為提振臺灣香蕉在日本市場的占有率，行政院農業委員會（簡稱農委會）於100年邀集香蕉外銷業者籌組「臺灣香蕉外銷聯誼會」，導入香蕉外銷集團產區，推動契作契銷，透過該組織進行產業整合，提升香蕉量質，積極拓展國際市場。行政院農業委員會農糧署（簡稱農糧署）為強化產業間縱向、橫向及異業連結，107年輔導成立「香蕉產業策略聯盟」，成員包括生產控管、加工媒合、內銷通路、外銷通路等小組，以產業自主運作，共同解決產業問題。考量臺灣香蕉在日本市場的消費客群仍以關東地區的東京，關西地區的大阪、京都、神戶，中部地區的名古屋及近北海道的仙台等大型城市為主，消費客群又以中高齡長者居多，倘欲提升臺灣香蕉外銷量能，亟應再拓展新消費族群。

貳、臺灣香蕉的競爭利基

臺灣位於全球可經濟生產香蕉區域的最北端，國內收穫面積約1萬

5千公頃，主要種植在屏東、高雄、臺南、嘉義、南投及花東等地區，可利用日照長短及日夜溫度差異培育全年供貨，田間定植後約1年可採收。其中高屏地區以生產2~6月春蕉，嘉義以北地區生產9~翌年2月秋冬蕉為主，抽穗後掛果期達2.5~4個月，生產之香蕉肉質細緻、香味濃郁，品質優於東南亞或南美洲熱帶地區生產掛果期僅約2個月之平地蕉。然臺灣耕地面積狹小零散，栽培香蕉者多為小農，土地、勞力及資材等生產成本高，不易與其他國家大面積栽培者競爭，近5（103~107）年外銷量由103年4,167公噸遞減至107年1,871公噸（如表1）。

臺灣香蕉在日本市場倘欲與菲律賓蕉大面積栽培競爭，宜採「高品質」、「新（學童）消費族群」之策略，與菲蕉做市場區隔。農糧署胡忠一署長自105年即透過靜岡縣御殿場市採購臺灣香蕉供應日本學童午餐水果；106年於東京武藏野調理學校舉辦甜點比賽，向媒體、通路業者及餐飲業者廣宣以臺蕉製成甜品的特色；107年拓展至富山縣、石川縣與靜岡



圖 1. 日本志摩市市長（右）致贈我方代表農糧署陳立儀科長（左）精美磁盤及該市珍珠徽章。

縣中小學團膳及靜岡鐵道超市、大阪屋超市連鎖店等新通路，並由胡署長與日本富山縣日臺親善協會洽簽臺蕉輸往富山縣備忘錄。今（108）年為了讓三重縣志摩市的東海小學學生也能在營養午餐中吃到美味的臺灣香蕉，特別採購雲林縣產銷履歷冬蕉，除口感細緻香味濃郁外，每根香蕉皆可追溯至生產蕉農，整個生產過程完全揭露，品質、衛生及安全更具有保障，可作為代表臺灣優質農產品的代表。

參、見證臺日好蕉情

一、108年1月7日在日本三重縣志摩市舉辦臺日雙方農業交流會議，由農糧署陳立儀科長代表臺灣參加，內容摘要如下：

（一）志摩市竹內千尋市長致詞表示，2011年日本經歷311大地震期間，臺灣行政機關、民間單

位及慈善機構之物資、經費及人力支援活動，為全世界最熱烈國家，日本全體民眾非常感動，此次臺灣政府又致贈臺蕉給當地小學生食用，證明臺日雙方友好關係，並介紹當地特產珍珠、牡蠣、龍蝦及草莓等，希望我方能夠協助銷售至臺灣或請臺灣人到志摩市觀光採購。

（二）農糧署陳科長致詞表示，首先感謝日本三重縣志摩市市民在臺灣2018年2月6日花蓮縣發生6級地震後，提供救援捐金給花蓮縣新城鄉，謹代表臺灣政府感謝市長、議長及全體日本友人。2018年6月30日志摩市與臺灣花蓮縣新城鄉簽訂了友好交流協議，再次見證臺日雙方友好關係，這也是選擇致贈臺灣香蕉給志摩市學童緣由，並願意強化雙方農業、林業和漁業產品的交流。而志摩市自1,000年前至今皆為提供日本天皇食材的主要區域，可見當地農產品是最高品質，能夠讓志摩市學童品嚐優質臺灣香蕉，感到非常榮幸。這次希望用美味的臺灣香蕉讓志摩市小學生變得更有活力、更有精神，更加健康。

（三）雙方交流政府對農產品輔導措施後，志摩市長致贈我方精美磁盤及該市珍珠徽章，我方致



圖 2. 臺灣代表農糧署陳科長（後排左 3）致贈臺灣香蕉給東海小學生合照。

贈臺灣日月潭紅茶，握手照相後結束（圖 1）。

二、108 年 1 月 8 日，陳立儀科長於中日本株式會社青山忠司社長、並木嘉久部長等重要幹部分別從大阪及東京前來志摩市會合後，前往志摩市市立東海小學展開一系列拜會及行銷活動（圖 2），過程摘述如下：

- （一）小學生列隊揮舞我國旗熱烈歡迎我方參訪團，由板下吏校長介紹我方代表團，並代表全體師生表示歡迎臺灣代表團與受贈臺灣香蕉，同時強調推動學生關心臺灣及國際事務之重要。
- （二）由農糧署陳科長代表致詞及致贈臺灣香蕉給學生代表森口弘美等 5 人，學生當下直呼「又



圖 3. 致贈臺灣香蕉供東海小學生午膳水果。

甜又好吃」，美味的感覺呈現在語言及表情上，這次活動中，很多學生都說跟以前吃過的香蕉比起來，臺灣香蕉不論是口感或是香味都完全勝出，第一次吃到如此美味的香蕉。在紀念品互贈、唱校歌及大合照後交流活動於 10 時結束，數百名師生依然持我國旗列隊歡送我方代表團及中日本幹部離開學校（圖 3）。

肆、結語

日本是國產香蕉主要外銷國家，但生產成本高無法用低價競爭，需以品質及口碑開拓新市場，發展方向如下：

- 一、長期海外擴展行銷計畫：一系列日本學童食用臺蕉活動已在日本造成潮流，將持續辦理以成功打入日本年輕族群，開拓新市場。

二、降低關稅，加強廣宣臺蕉特色，提升國際競爭力：臺灣香蕉生產成本約每公斤 12 元，加上輸日關稅高達 25%，相對菲蕉生產成本僅每公斤 5 元及輸日零關稅成本優勢，一箱 12.5 公斤菲蕉在日本大盤價為 2,000 日圓，臺蕉卻要 5,500 日圓，為菲律賓蕉的 2.7 倍。建議需積極爭取加入國際合作組織如 CPTPP 談判爭取降低關稅，並加強廣宣臺蕉香 Q 甜優質特色及輸日香蕉具有安全安心、健康的產銷履歷，讓消費者願意掏錢購買。若能搭配觀光局在日本的臺灣旅遊行銷計畫，製作我國蔬果之美系列影片，在日本廣宣播放，加強行銷臺灣蔬果等產品特色，將更有助於發揮整合行銷效果，提升國際競爭力。

三、透過香蕉策略聯盟，整體議價及行銷：由於臺灣秋冬蕉較夏蕉價格高，平均每公斤達 30 元以上，常有海外訂單卻沒有貨可出的窘境。為確保海外市場穩定供貨，透過已籌組香蕉策略聯盟，集合有意願的農民、出口商，共同規劃契作生產規模化經營，改善產銷設備提升品質，包括設置香蕉集團產區、採後冷鏈系統如預冷室、低溫運輸（圖 4、圖 5）等，期能再創臺灣香蕉輸日榮景。



圖 4. 臺灣香蕉水洗、選別及分級包裝等流程。



圖 5. 臺灣香蕉水洗、選別及分級包裝等流程。