

臺灣地區有機果品 產業經營及銷售形態研析

1 林秀雲

1 蔡永輝



一、前言

臺灣有機農業推廣多年，「有機農業促進法」於107年5月30日制定公布，透過立法保障農民及消費者之權益，為我國發展有機農業跨出重要的一步。施行以來，我國有機農業持續蓬勃發展，迄109年12月底通過有機農產品驗證機構驗證之有機農糧產品驗證面積共10,789公頃，包括水稻、蔬菜、果樹、茶樹及其他作物。

然而，有機農民經營模式多採多元栽培為主，農民會將現在或未來欲種植之作物納入驗證產品項目中，但農民實際種植的作物品項則與登記資料有所落差，若僅將農民依其主要經營作物類別歸類，則難以掌握有機農產品栽培狀況，為更細緻及完整地描繪臺灣有機果品產業之樣態，本研究先由臺灣有機農業資訊網內，篩選系統內驗證狀態為通過且登錄品項含果品的農場作為分析資料之母體，經由

註1：行政院農業委員會農糧署。

盤點判定其是否種植有機「果品」，同時結合前3年已蒐集有機果品之農場資訊進行整併，探討其有機果品產業發展，並掌握經營者特性，以供產業單位作為擬訂輔導措施之參考。

二、研究架構

本研究之經營概況對象為通過有機驗證（轉型期）且其登錄項目含有機果品之農戶，區域範圍含括臺灣本島及離島地區。於109年1月19日臺灣有機農業資訊網中挑選登錄含果品品項之農戶2,240戶，將前3年計畫已訪問或與他人併戶之農戶等重覆驗證者排除，檢核結果作為本年度盤點名冊，共計1,149戶，根據本年度盤點結果挑選實際種植有機果品之農戶且非法人戶者，計755戶。將本年度盤點結果加入前3年計畫有實際種植果品農戶（計730戶），進一步瞭解有機果品農場其經營概況及樣態分析，共計1,485戶，如圖1。

三、有機果品產業經營概況

（一）經營主特質

有機果品農場之經營者以男性1,125人（占75.8%）為主、另女性占24.2%；教育程度以「專科及大學」為最

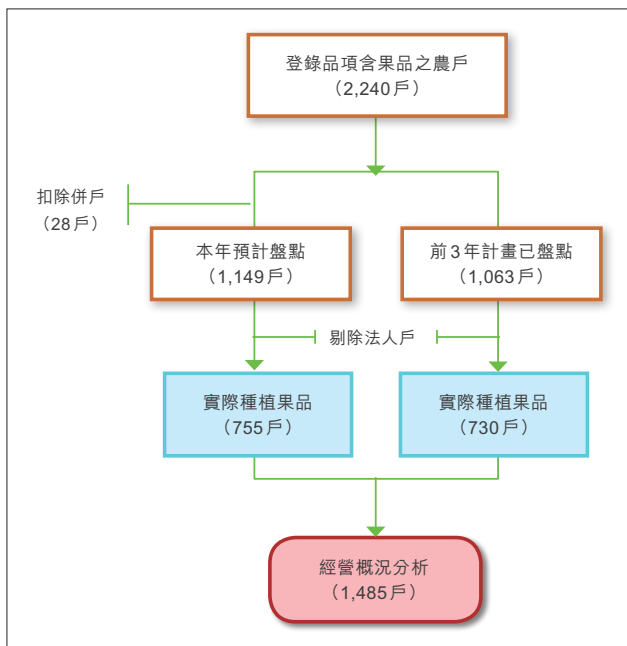


圖1. 實際盤點有機果品農戶數流程圖。

多計568人（占38.2%），「高中（職）」次之計433人（占29.2%）；平均年齡55.0歲，年齡分布情況以「55歲～未滿65歲」為最多計560人（占37.7%），其次則落於「45歲～未滿55歲」區間內計388人（占26.1%）；平均從事有機經營年數為6.6年，半數以上從事有機經營年數未滿10年（累計75.4%），其中「未滿5年」者計633人（占42.6%），其次為「5年～未滿10年」者計487人（占32.8%）。顯示近年來加入有機行列之農民有增多之趨勢，且有機農場經營主具年輕化及高教育程度之特性（圖2）。



圖 2. 有機果品農場經營主特質。

(二) 農地資源

有機果品農場平均每戶之經營面積為2.9公頃，其中平均每戶有機農地面積2.3公頃（占總經營面積之79.0%），非有機面積0.6公頃（占總經營面積之21.0%），顯示有機果品農場有部分土地非以有機栽培，但據受訪農戶表示，該土地雖未經過有機驗證，其耕作上有部分仍採友善耕作方式經營。而有機農地面積租入及自有（含委託）者面積各半，分別占有機面積之51.7%（1.2公頃）及48.3%（1.1公頃），如圖3。

進一步，將1,485戶有種植果品之有機面積土地由小至大排序，累積面積達3,343.2公頃，然有機果品栽種面積僅1,940.6公頃（占58.0%），而栽種其他非果品類作物達1,402.6公頃（占42.0%），顯見有機農民多採雜異化種植為其經營管理模式，見圖4。同時，對角線（灰色）係農戶以2.3公頃／戶之累積戶數及面積關係圖，故由有機總面積累積（紅色）之情形觀察，整體有機農地資源的分配是相當不均，且由圖中圈選處發現，約由1,000多戶左右累積斜率開始向

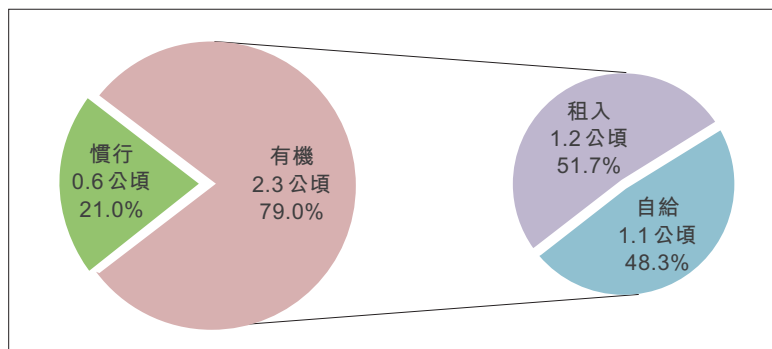


圖 3. 農場每戶經營面積概況。

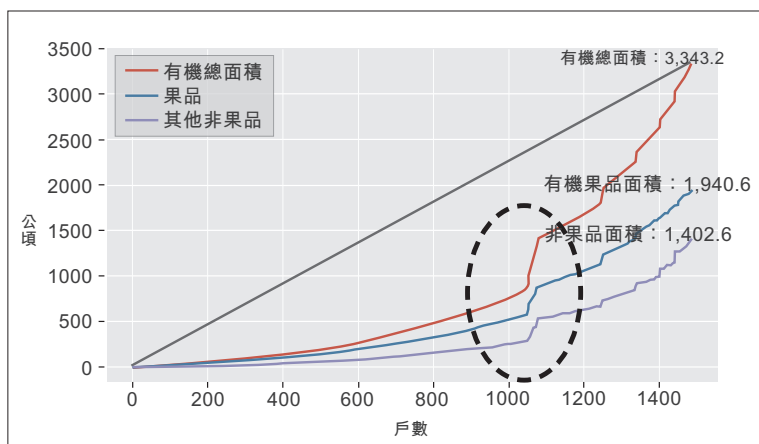


圖4.農地資源及栽種有機果品概況。

上，代表著7成以上農戶屬較小規模經營。

(三) 農作物種植組合

有機農場生產方式的規劃在於必須事先考量其銷售對象的需求予以規劃制定，如果是採用直接售予消費者，則為符合消費者（家庭）日常飲食多樣化習性的需求，其生產方式常常採行「少量多樣化」；若是採用間接式（有機專賣店、賣場專櫃或行銷通路系統業者）的銷售方式，由於同一種類的農產品可以運送許多不同的銷售通路，可以實行較大量規模的生產方式，故其生產規劃作物可較單一。

由圖5觀察，以單純種植果品農戶613戶最多，占41.3%。在跨2項作物類別中，以蔬菜與果品的組合為最多計377戶，占25.4%；其次為果品與特作計131戶，占8.8%。而跨3項組合

以特作、蔬菜、果品最多計129戶，占8.7%；其次為雜糧、蔬菜、果品計63戶，占4.2%。餘跨4項以上組合農戶較少，僅占5%左右。

綜上，顯示農場純粹以種植「果品」類之農戶占4成左右，而在跨類別作物種植組合上，以果品與蔬菜的組合最

為普遍，其次則為果品與特作的組合；且單純種植果品平均每戶有機面積1.8公頃規模較小，惟隨著經營作物組合品項越多則經營規模逐漸擴大，惟其規模之擴大主要係水稻、雜糧等機械化程度高之作物面積增加所致。

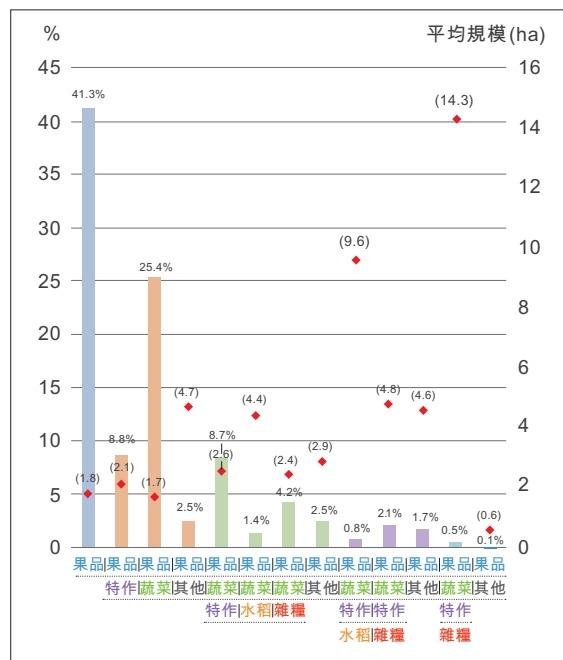


圖5. 有機果品農場作物組合與平均規模。

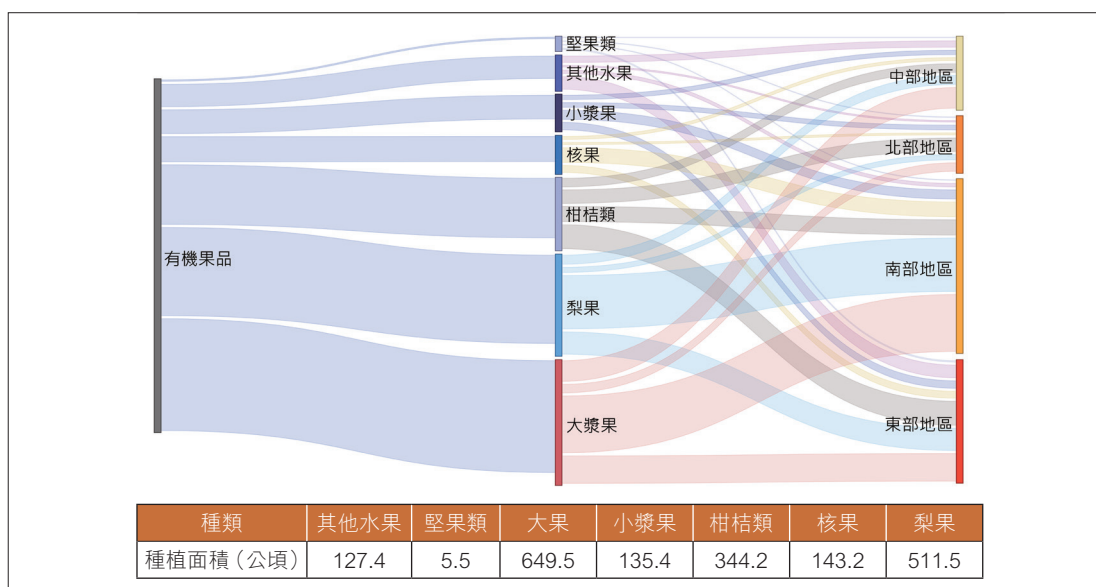


圖6. 各類有機果品栽培樣態。

(四) 果品種植概況

進一步探討有機農場果品種植概況，首先將果品分類為大漿果、小漿果、梨果等。有機果品以大漿果種植面積最廣計649.5公頃，其次為梨果511.5公頃，再次為柑桔類344.2公頃，且以南部種植面積最廣，其次為東部地區，再次為中部地區。若再進一步由各

地區觀察，南部地區主要種植大漿果及梨果；東部地區除大漿果及梨果外也有不少柑桔類作物，中部則以大漿果為最大宗，而北部地區則以柑桔類作物為主（圖6）。

而農民選擇栽種之果品類細品項作物面積累計中，以梅、鳳梨、香蕉、紅龍果及檸檬栽種面積較大，顯示有機農民在果品栽種選擇上較多偏好栽培管理較粗放之果品；而果品因小規模混植致調查無法明確切割的亦有相當之面積（圖7）。



圖7. 有機果品種植面積（依細品項累計分）。

四、有機果品銷售形態

有機果品農場之銷售通路方面，本文以農民主要經營作物之銷售通路進行分析。有機果品農場自行銷

售有機農產品及售予運銷商之比例相當，但整體仍以「自行銷售」略高，計763戶（占51.4%），其中以「在家自售」通路為最多，計451戶（占30.4%），其次則為「農民市集、農民直銷站」通路，計159戶（占10.7%）；而「售予運銷商」計599戶（40.3%），其中以「販運商、批發商」為最多，計243戶（占16.4%），其次則為「超市、零售商店」之通路，計169戶（占11.4%）；另有未銷售者計123戶（占8.3%）（表1）。

五、結語

有機農業兼具生產安全農產品及保護環境生態之功能，為帶動有機農業持續成長，農政部門積極投入多項

輔導資源，鼓勵農民轉型有機農業。近年來，加入有機行列之農民有增多之趨勢，惟臺灣因緯度關係，易受氣候影響及多病蟲害，加上果樹生育期長，相較於蔬菜、水稻，果樹有機栽培難度最高，但可否持續獲利乃是支撐該經濟活動可否持續發展之主要因素，而獲利條件則又取決於其是否具競爭力。因此，生產面除豐產與品質視為需持續追求的目標外，更需輔導農民現階段尚未有機耕種之作物使其跨入有機栽培領域，以增加產品競爭力；同時配合擴大經營規模減少交易成本及拓展多元化行銷

通路以穩定收益，加速國內有機農業的發展。



表1. 有機果品農場主要經營作物銷售通路

項目		平均規模（公頃）	戶數	占比（%）
總計		2.3	1,485	100.0
銷售通路	自行銷售	1.8	763	51.4
	農民市集、農民直銷站	1.7	159	10.7
	網路銷售（特定交易平臺、購物網站）	2.5	111	7.5
	在家自售（含自營農場、FB、IG及LINE）	1.7	451	30.4
	傳統市場（零售擺攤）	1.5	42	2.8
	售予運銷商	2.9	599	40.3
	販運商、批發商	3.1	243	16.4
	貿易商（出口）	7.7	11	0.7
	大消費戶（例如：餐飲、團膳、機關）	2.0	43	2.9
	超市、零售商店	2.7	169	11.4
	農民團體（農會、產銷班、合作社）	2.6	69	4.6
	加工廠	3.7	43	2.9
	批發市場	1.5	19	1.3
	其他（集團／香蕉研究所）	0.6	2	0.1
	未銷售	1.8	123	8.3