

臺北農產運銷股份有限公司

www.tapmc.com.tw

2020 FEB.
二月號

農產運銷報導

主題企劃 邁向世界的臺灣蔬果

01 CHAPTER
主題企劃／
邁向世界的臺灣蔬果

04 CHAPTER
有機副刊／
走入山間秘境
新竹那羅部落的有機農莊

06 CHAPTER
公司要聞／
交易行情

07 CHAPTER
蔬果介紹／
鳳梨

二月號主題企劃

|邁向世界的臺灣蔬果|

臺灣耕地狹小，不利大規模農業耕種，許多雜糧需靠進口，但憑藉優質農業改良技術及高附加價值的精緻農業如水果、花卉等，外銷出口金額逐年成長，早已令世界各國刮目相看。

臺北農產身為臺灣最大蔬果交易平臺，亦積極推動將本土特色農產品呈現至世界舞臺。本期農產運銷報導，將介紹對於臺灣蔬果邁向國際的努力與成果。

臺灣蔬果 展望國際

臺灣以農業經濟起家，經年累月的多方淬鍊與不斷努力，農產品已享譽國際，然而盛產果菜集中上市的窘境經常發生，亟須賴多方開拓銷售通路以為奧援。行政院農業委員會新農業政策，強調以「安定農民生活」、「落實安全農業」、「拓展農業行銷」三大策略為基礎，配合新南向政策，藉由擴張出口市場，以穩定農業產銷，提升農民收益，擴大臺灣外銷市場的措施為正確方向。

目前臺灣已結合地方政府、外貿與駐外單位、產銷單位建構農產外銷平臺，匯集各方資源，強化外銷供應鏈積極開拓海外市場。根據農委會統計，去年度（民國108年）上半年臺灣農產品外銷總量達116公噸，尤其生鮮水果出口總值達42億元，較諸前年同期成長48.7%，超越歷年水果全年出口值。以此顯現臺灣蔬果於國際市場已搶佔有利地位，農產外銷平台整合亦獲初步佳績。

◀ 外銷蔬果裝箱進櫃





實地考察產地，掌握產地貨源品質

臺北農產與國際貿易

為配合政府農業外銷政策，本公司於業務系統增設貿易課，負責經辦農產品進出口業務。自民國107年起，為配合拓展國內農業產銷措施，除積極接洽各外銷通路不遺餘力外，並暫停蔬果進口業務，以協助穩定國內市場交易價格，保障農民生產收益。

為創造本土農業收益並與國際接軌，年來本公司整合出口貿易策略，概分如下：

1. 建置良好溝通平臺

聯繫國外通路，提供良好聯繫管道，並適時掌握臺灣蔬果出口到貨品質。

2. 強化雙邊業務交流

定期邀約國外客戶來臺參訪，藉由實地考察，掌握推介臺灣蔬果市場脈動，促進國際交流。

3. 開發出口相關運輸

開發蔬果出口貿易週邊相關報關行、船運公司、物流公司等產業，降低生產成本並提供客戶更優質的服務。



積極舉辦臺灣蔬果促銷活動，提升國際知名度



4. 提前掌握辦理蔬果促銷活動

爭取農政單位相關補助經費，協助國外客戶辦理臺灣蔬果促銷活動，提升臺灣蔬果國外市場知名度與接受度。

5. 產銷長期合作方案

掌握客戶消費市場需求與蔬果產地建立長期合作方案，提供穩定且長期的蔬果品項貨源，強化與國外蔬果貿易往來。

6. 積極開發合作通路

參與國際各項蔬果展售活動，宣傳臺灣優質蔬果，積極開發潛在通路商與合作通路。



強化雙邊交流，使海外了解臺灣蔬果特色



開發外銷通路，使臺灣蔬果飄香海外



績效成果

自去年度(民國108年)，本公司與新加坡、帛琉、日本等國家出口貿易往來積極，其成果甚豐，尤其去年起與新加坡、帛琉當地大型連鎖超市合作，讓臺灣蔬果飄香海外。



臺灣蔬果進駐新加坡(Prime Supermarket)百美連鎖超市

新加坡(Singapore)

本公司於民國108年與當地大型連鎖超市「百美超市(Prime Supermarket)」展開合作，主要進駐品項水果為椪柑、鳳梨、文旦、蜜棗、芭樂；蔬菜為甘藍、西洋芹菜、結球萵苣、甘藷及金針菇等，出口前由本公司質譜化學快檢實驗室嚴格把關。今年2月17日起，屏東鳳梨亦加入供應行列，未來將配合市場需求持續增加外銷品項。

帛琉(Palau)

帛琉為臺灣主要邦交國之一，當地蔬果來源多為進口。民國107年底，本公司與當地蘇浪大超市(Surangel and Sons Co.)開始合作銷售臺灣蔬果，經過多次磨合，108年4月克服海運期程長、品項混裝(集裝)的困難及精選出貨品項並改善冷藏包裝等努力，營運量已大幅提升，截至今日，每月固定銷售1~2個大貨櫃，出口多達37~45種大宗蔬果。

日本(Japan)

目前主要對日出口品項為鳳梨、荔枝、芒果及美生菜。去年日本受暖冬氣候影響，其本土美生菜(結球萵苣)盛產致進口需求減少，惟經多方努力接洽。兼透過契作產地完善田間管理、用藥管控、品質確保、產地預冷後，再經本公司質譜化學快檢實驗室嚴格把關等品管，能充分滿足日本高標準藥檢要求。今年2月份已陸續出口48公噸美生菜，冷鏈封櫃直送日本。



帛誼專案啟動，副總統陳建仁率隊遠赴帛琉，開啟蔬果文化交流



出口日本的臺灣美生菜



質譜化學快檢，嚴格把關用藥



走入山間秘境 新竹那羅部落的有機農莊

雅威農莊 新竹縣尖石鄉229-1號

跟著徐榮偉走在他的農莊裡，比較像是在帶我們參觀他的老家，那羅第五部落的居民大多是自家親戚，每個人都親切的互相招呼讓從台北來訪的我們感受到部落的熱情。在這裡蝴蝶翩翩起舞的不是美麗的花園，而是一大片綠油油的有機高麗菜田，從日治時期就在這山谷開墾的原住民部落，梯田景觀獨樹一格，有著自己迷人的風情特色。

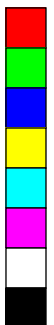
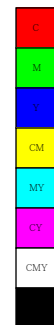


完全沒有農業背景 誤打誤撞進入有機農業

徐榮偉從小就跟著爸媽離開部落到外地生活，原本學財經的他沒有務農經驗，讀書當兵工作都在台北生活，直到六年前，因年邁的爸媽退休回到山上養老這一契機，讓他思考自己往後的人生規劃，才決定跟著爸媽一起回到部落生活。

其實徐榮偉是很有行動力的人，聽到親戚在務農，上網查了資料便跑去報名農業課程，也因為農場實習認識了資深有機農吳文岳，看著前輩的農場經營管理良好，默默在心裏對有機農業前景有了信心。

「那時候我說想學，結果老師笑了笑要我回去想一想再打電話給他。」徐榮偉笑著說。結果想都沒想，便辭去原本的工作，跑去找前輩拜師學了三個月後，回到部落正式開啟他的有機農業之路。





山上種植的成本與壓力

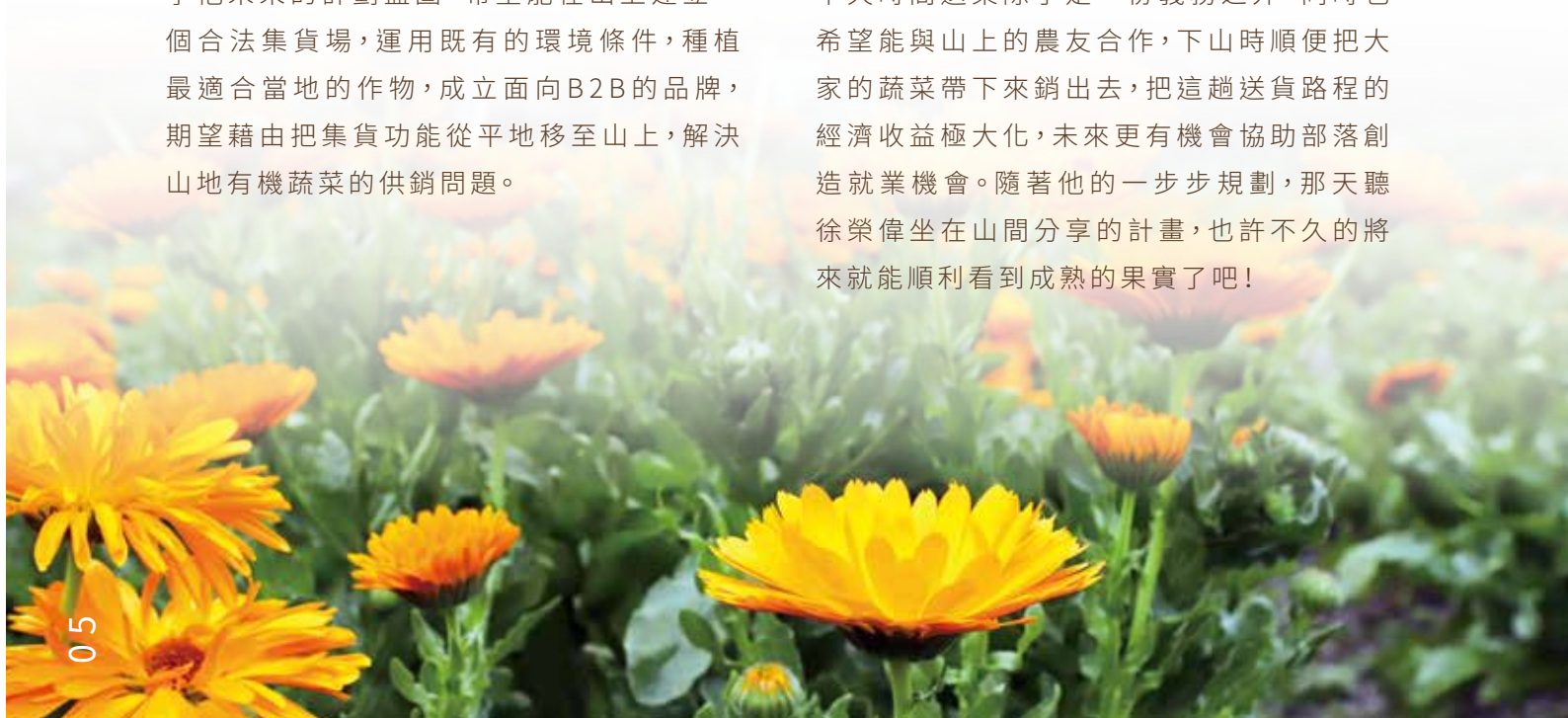
徐榮偉的農莊目前有2甲種植面積，在尖石鄉算是中小型規模。主要的作物是高麗菜、小葉菜類、花椰菜、芥藍等。生產的作物有55%是交給團膳，35%是供應尖石附近的學校午餐，剩下才是零售。每週要開貨車送菜到8間學校，山上學校與學校之間距離遙遠，通常要從早上6點一直送到中午才送完。

儘管縣府執行了學校每週兩餐有機餐的政策，但是山上的學校不論是距離還是學生人數都很難達到跟平地一樣的條件。很多山地的有機小農都有同樣的銷售壓力，除了送貨的成本之外，還要考量到與平地不同的氣候、種植條件等，來制定山地的產銷計畫。因此徐榮偉積極尋找直接與餐廳或銷售點合作的機會，他也很希望自己的蔬菜能夠讓其他地區的人能夠吃到。

有機更有機會！山上的有機蔬菜集貨場

經過多次嘗試經驗累積，要種出品質良好的有機蔬菜其實難不倒徐榮偉，但要如何銷出去，一直以來都是農友們共通的煩惱。接觸過當地農會體系、農民直銷站、市場擺攤... 親身跑過這些銷售點之後，徐榮偉和我們分享他未來的計劃藍圖，希望能在山上建立一個合法集貨場，運用既有的環境條件，種植最適合當地的作物，成立面向B2B的品牌，期望藉由把集貨功能從平地移至山上，解決山地有機蔬菜的供銷問題。

「部落年輕人想回來但沒東西做，不可能大家都重新創造產業，要把一個產業做起來需要多久的時間？」徐榮偉回憶當時想回部落就業卻不知道有什麼能做。其實為了讓山上的孩子能吃到新鮮的有機蔬菜，每週都花個半天時間送菜除了是一份義務之外，同時也希望能夠與山上的農友合作，下山時順便把大家的蔬菜帶下來銷出去，把這趟送貨路程的經濟收益極大化，未來更有機會協助部落創造就業機會。隨著他的一步步規劃，那天聽徐榮偉坐在山間分享的計畫，也許不久的將來就能順利看到成熟的果實了吧！



二月 / FEB.

公 司 要 聞

2月 農產外銷再捷報

美生菜外銷日本福岡大同市場

北農擁有質譜化學快檢實驗室，可以立即監測農友田間用藥，滿足日方嚴格的藥檢要求，成功出口台灣美生菜至福岡大同市場。



2/4 因應開學展開田間採樣檢驗

為了讓學生們，吃到新鮮安全的有機蔬菜，除了由通過「有機驗證」之農場供應外，出貨前，還會對所有供貨農場進行田間採樣，並特別針對遞補(新增)的契作農戶進行抽驗把關，盯緊每一個環節，確保食材安全無虞。



2/11 2020臺北燈會在西門

臺北農產精心設計《五谷豐登》花燈與市民同慶元宵節。



2/17 配合北市府，有機小白菜團購活動

學校延後開學兩週，為解決臺北市校園午餐有機菜契作農戶銷售卡關，臺北市政府教育局、產業發展局與北農公司，共同發起愛心團購，獲各界熱烈響應，580箱(共5.8公噸)有機小白菜搶購一空！



2/25 鳳梨6.7噸裝櫃外銷新加坡

為降低中國疫情影響，北農協助農民將嚴選的臺灣鳳梨行銷到其他海外市場！2/25飄香於新加坡25家百美連鎖超市，3/18至3/24再與百美連鎖超市合作舉辦『台灣蔬果節』行銷推廣活動，主推金鑽鳳梨。

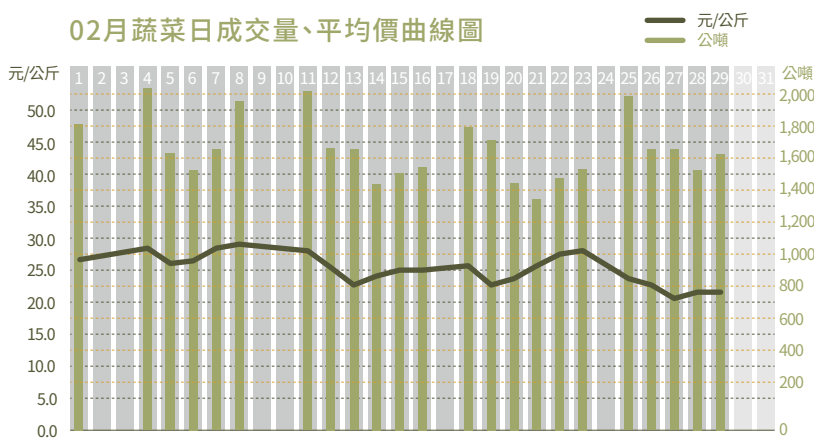


2/27防疫等級再提升，全場消毒真安心

北農針對環境進行全面性防疫作業，每週於一、二市場全面消毒兩次，期提供承銷業者、消費大眾與相關工作人員一個衛生安全的交易環境，並加強宣導自主配戴口罩、勤洗手、落實健康管理



02月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

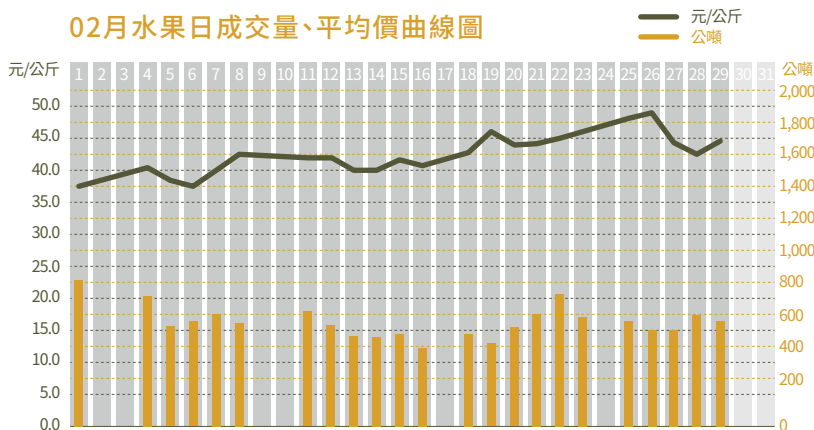


02月份蔬菜行情分析

文.業務部

本(2)月份時節已入立春，早晚溫差大致使蔬菜生長趨緩，加上月初及月中兩波寒流影響，部分短期葉菜類有農損現象，尤以蕪菜、甘藷葉等較為嚴重，貨源減少。另外因應「新型冠狀病毒」疫情，各級學校均延後二週開學，以致部分團膳業所需葉菜類有滯銷情形，零售市場亦因疫情影響，人潮減少，供過於求導致價格漸趨下滑。

02月水果日成交量、平均價曲線圖



02月份水果行情分析

本(2)月份因春節過後，需求減緩，除農曆「天公生」、「元宵節」民間祭祀所需買氣較佳以外，餘日市況趨於平淡。月中寒流來襲，氣候低溫濕冷，外市需求明顯減弱，場內交易買氣低迷，節後需求與進口水果進貨量減少，間接影響全場批發價格下跌。棗子、桶柑、甜橙、茂谷柑等產期近尾聲，貨量漸少；春季果種如枇杷、鳳梨因進入產期，貨源漸增，尤以屏東地區金鑽鳳梨，品質穩定深受消費者喜愛。

蔬果介紹：鳳梨

鳳梨

pineapple

菠蘿、露兜子、黃梨、王梨、番梨、旺萊、王萊

二月份市況：

因去年冬季氣候溫暖，使金鑽果種鳳梨季節提前至今年二月盛產，且平均溫度高，亦使鳳梨酸甜適中；今年金鑽鳳梨平均單價來到每公斤23.36元，較去年同期平均單價增長28.35%。

價格突出者

二月份金鑽鳳梨最高價由屏東縣內埔鄉農會農友提供，該組貨件分級清楚，熟度適中且果形完整，色澤優良，無損傷與溢汁，因此承銷人競購意願高。

同期到貨量、價比較表：

期數 / 品 項	金鑽鳳梨(B2) 到貨量(公斤)	金鑽鳳梨(B2) 平均價(元/公斤)
109年02月	626,285	23.36
108年02月	830,874	18.20
增減%	-24.62%	28.35%

二月份鳳梨量價表

品 名	最高價	上 價	中 價	下 價	平均價(元/公斤)	交易量(公斤)
金鑽鳳梨(B2)	66.00	31.56	23.16	15.76	23.36	626.285

分級包裝規格標準

品 名	規 格	2 L	L	M	S
金鑽鳳梨(B2)	公斤	2.5以上	2.0~2.5	1.5~2.0	未達1.5
1.每箱6支裝為原則，紙箱長寬須固定，高度可依產品特性調整。 2.果柄需修剪整齊					

編輯團隊

發行單位 臺北農產運銷股份有限公司
發行人 黃向羣
總編輯 翁震圻
編輯 企劃部
本期圖片 企劃部 / 有機誌
設計 蕭宇哲
印刷 傳暢國際事業有限公司
出刊日期 2020年03月10日
地址 台北市中山區民族東路336號
電話 (02)2516-2519



臺北農產 @tapmc



f 臺北農產 臉書粉絲頁



www.tapmc.com.tw
臺北農產運銷公司官網

總公司(含第二果菜批發市場)
臺北市中山區民族東路336號
電話：(02)2516-2519

第一果菜批發市場
臺北市萬華區萬大路533號
電話：(02)2307-7130