

臺中市議會第2屆第8次定期會

臺中市花卉與水果產業升級與近三
年內外銷績效專案報告



臺中市政府農業局

報告人：局長王俊雄

中華民國 107 年 8 月 6 日

目 錄

壹、 前言	1
貳、 政策規劃	1
參、 執行成果	2
一、 國內行銷	2
二、 國外行銷	6
三、 花卉產銷	9
肆、 結語	11
伍、 各項成果照片及說明	12

壹、前言

臺中市位居本省中部地區，腹地遼闊，自然環境豐富多元，發展豐產多樣化之農業生產型態，憑藉著得天獨厚的地理環境及農民的努力研發，成功培育出許多優質的農特產品，為推動地產地消及多元行銷，與農民團體密切合作透過辦理農特產品國內外行銷活動，推廣新鮮、安全、優質之當季特色農產品，以有效創造商機，增進農民福祉，打響大臺中農特產品國際知名度。

貳、政策規劃

- 一、農特產品展售促銷活動：於農產品生產季節，在都會區及產地辦理展售促銷活動，以吸引人潮創造商機及達到宣傳之效果。
- 二、建構多元行銷通路：透過各大高速公路休息站及百貨公司進行銷售，開拓多元化行銷管道。
- 三、建立農特產品品牌行銷活動：透過辦理展售促銷，同時藉由品牌之行銷提高品質及強化活絡市場經濟活動，穩定價格及提昇產品之競爭力。
- 四、積極參加大型國際展覽：增加本市農產品曝光率，並建立與國外貿易商建立良好聯繫溝通管道。
- 五、配合中央農業新南向政策行銷：盤點本市具有潛力優質農特產品，邀集業者、農民及農民團體參加各項國際食品展及展售促銷活動，宣傳轄內特色農特產品，增加在世界舞台的曝光度。
- 六、積極開拓新外銷通路：除了在既有中國大陸市場持續加強外，為降低中國大陸市場之風險，拓展其他外銷管道，如東協國家（新加坡、馬來西亞、汶萊、越南、泰國）、香港、澳門、日本、韓國等。
- 七、促進外銷鼓勵方案：透過外銷獎勵計畫鼓勵本市農產品外銷國外，如中國大陸、日本、新加坡。

八、次級品收購方案：輔導產地農民團體辦理椪柑次級品收購加工作業，提高農產品附加價值。

參、執行成果

一、國內行銷

(一) 依農產品產期辦理行銷活動

本市盛產豐富多樣之農產品，一年四季皆有代表性的作物，規劃輔導本市農業團體因應不同農產品產期，如春季的枇杷；夏季的荔枝、龍眼、水蜜桃、水梨、紅龍果；秋季的蜜蘋果、甜柿、葡萄，冬季的柑橘類，於本市都會區、其他縣市或農產品產地，辦理農特產品展售及促銷活動，倡導「吃在地、食當季」精神。

(二) 配合市府各項活動辦理農特產品展售

為協助拓展本市農特產品行銷通路，配合市府年度大型活動設置農特產品展售區，如每年配合本府客委會臺中巧聖仙師文化祭、本府觀旅局臺中媽祖國際觀光文化節、配合本府觀旅局臺中國際花毯節設置「臺中市農特產品行銷區」及配合新社花海節設置臺中市農特產品行銷區等，其他小規模配合臺中藍帶海洋觀光季、臺中市珍釀享好酒暨農特產品展售、臺中市體育嘉年華、臺中市各界慶祝國慶升旗典禮活動、2018 中都農業論壇等多項活動設置農特產品展售區，藉由活動帶來的人潮，行銷在地農特產品，增加產品市場能見度。

(三) 輔導參加農產品展覽活動

為拓展本市農特產品國內行銷市場，輔導本市農業團體參加大型展覽活動等，此類活動能吸引大量國內外買家到場參觀，以推廣本市優質農產品給國內外採購商及消費者，並提高消費者對本市農產品的採購認同與食用信心，同時也建立銷售推廣渠道，

以增加農民收益，開創市場通路，為本市精緻農業拓展商機。

- 1、 2016 台灣國際食品展：105 年 11 月 18 至 21 日在臺北南港展覽館盛大展開，整合臺中在地生產雜糧及農特產品參展。
- 2、 2016 第 12 屆臺北國際素食暨有機產品博覽會：105 年 5 月 6 日至 9 日在臺北世貿一館盛舉行，行銷本市有機農產品。
- 3、 2018 台灣蔬食·自然產品展：107 年 5 月 11 至 14 日假臺北世貿一館舉辦臺中以香甜一夏·豐味臺中為主題，展出臺中農特產品，並與臺北烘焙坊合作將臺中茂谷柑研製茂谷蜂蜜蛋糕、茂谷柑片、茂谷柑香蕉果醬、硫磺磚（茂谷酥）四種新產品。

（四）「中彰投苗區域治理平台」聯合行銷活動

透過「中彰投苗區域治理平台」於中部縣市都會區辦理中彰投苗農特產品聯合行銷活動，藉此推廣中部縣市優質農特產品，共同行銷及宣傳，深化彼此合作，提升區域整體競爭力。每年於中台灣農業博覽會活動，舉辦中彰投苗農特產品聯合展售活動，透過此類大型長時間的聯合展售行銷活動，為中部農業創造高經濟效益。

（五）拓展本市農特產品多元化行銷通路

- 1、 國道服務區：國道 1 號的泰安服務區，每年幾百萬車次進入服務區，是進入臺中的重要交通驛站，本局輔導后里區農會於國道 1 號泰安服務區設置「台中農好禮」專區，自 104 年營運至今，已成為推廣台中市農特產品重要的行銷窗口，107 年 12 月在高速公路 11 個服務區促銷台中椪柑，為農民帶來直接收益。
- 2、 百貨公司：107 年 6 月 22 日至 24 日在台北 SOGO 忠孝店、Citysuper 板橋店、新光百貨天母店超市、新光百貨台中店超市等 4 間店舉辦荔枝推廣活動。

- 3、 食物銀行：為照顧農民及推廣珍惜食材社會互助精神，106 年底因椪柑盛產，採購 30 公噸送給食物銀行，透過 30 個發放處，與全市 2,500 戶弱勢家庭分享、107 年與農會合作共計收購 1,910 箱的茂谷柑，配送至各大關懷協會、特殊教育學校等 47 個關懷弱勢單位。

(六) 農夫市集

輔導農民辦理農夫市集計 8 處，利用假日於人潮聚集地(如觀光景點)設置定期定點市集，提供在地小農銷售自產農產品，及與消費者「面對面行銷」互動管道，以增加農產品行銷管道，推動「地產地消」，減少中間流通成本，縮短食物里程，定點定期舉行，提供消費者新鮮、安全、安心、具地方特色及魅力的地區農產品，持續輔導增加中。

(七) 輔導辦理主題性農產品展售活動

- 1、 柑桔：輔導北屯區公所辦理 106 年度臺中市北屯區大坑椪柑行銷嘉年華計畫；豐原區農會辦理柑桔促銷活動。
- 2、 枇杷：輔導太平區農會辦理 105 年度臺中市枇杷農特產品行銷活動；新社區農會辦理 105 年度臺中市枇杷行銷暨農特產品展售活動、106 年度臺中市虹溪枇杷品牌建立暨推動安全健康高品質農產品活動
- 3、 荔枝：輔導農民團體辦理 107 年度豐味臺中·豔荔一夏農特產品展售，並於 107 年 7 月 28 至 29 日辦理 107 年度荔枝行銷推廣活動。
- 4、 水蜜桃：輔導和平區農會辦理臺中市 104 年度「梨山水蜜桃」展售活動、105 年度臺中市水蜜桃暨農特產品展售活動、106 年度臺中市水蜜桃暨農特產品展售活動；和平區公所辦理 2016 和平區梨山水蜜桃展售暨原風音樂季活動。

- 5、 紅龍果：輔導外埔區農會辦理 105 年度臺中市優質紅龍果暨農特產品展售促銷活動計畫；外埔區公所辦理 105 年度紅龍果嘉年華暨特色農特產品行銷推廣活動。
- 6、 甜柿：輔導和平區農會辦理 105 年度臺中市甜柿暨農特產品展售活動、106 年度臺中市甜柿暨農特產品展售活動計畫；和平區公所辦理 2017 臺中市和平區大梨山地區雪梨暨甜柿行銷推廣活動計畫。
- 7、 雪梨：輔導和平區農會辦理 105 年度臺中市雪梨暨農特產品展售活動、106 年度臺中市雪梨暨農特產品展售活動。

(八) 辦理加工果收購加工計畫

1、 椪柑

臺中市為臺灣柑橘重要產區，柑桔類種植面積 2,592 公噸。其中椪柑為主要栽培作物，種植面積 1,448 公噸，年產量 28,803 公噸。受氣候因素影響，105 年椪柑次級品每公噸約占產量 2~3 成，輔導產地農民團體辦理椪柑次級品收購加工作業，計畫執行自 105 年 11 月 23 日至 12 月 20 日止，預計收購 1,100 公噸。因連續陰雨等氣候因素影響椪柑次級品數量遽增，為體恤農民展延椪柑收購期限至 12 月 27 日，實際收購數量為 619.28 公噸。106 年計畫執行自 106 年 11 月 10 日至 107 年 1 月 26 日止，實際收購數量為 3,406 公噸。另將次級果品朝加工方式處理，不僅減少椪柑次級品流入市場衝擊行情，亦可促進椪柑品質之提升，有利於提升國內外市場之競爭力，且製成之椪柑果汁更可外銷至歐、美、日、韓等國家，提高農產品附加價值。

2、 荔枝

105 年度荔枝栽培面積約 1,910 公噸，年產量約 12,032

公噸，主要產區分布於太平、大里、霧峰及神岡等區。因氣候與蟲害因素影響，導致荔枝果粒偏小，為穩定市場價格及照顧辛勞的農民，自 105 年 6 月 14 日起至 7 月 10 日止，輔導各區農會協助辦理荔枝收購加工作業，實際收購 71.835 公噸。106 年度荔枝栽培面積約 1,906 公頃，預估年產量約 10,837 公噸，自 106 年 6 月 15 日起至 7 月 15 日止，輔導各區農會協助辦理荔枝收購加工作業，收購數量為 113.057 公噸。107 年 6 月 5 日公告收購，收購數量為 464.762 公噸。

3、 紅龍果

107 年 7 月 10 日公告辦理紅龍果加工果收購加工作業，預定收購 50 公噸，刻正辦理中。

二、 國外行銷

臺中市位處臺灣中部，憑藉著得天獨厚的地理環境及農民的研究開發，成功培育出許多優質的農特產品，除了內銷途徑外，拓展外銷可避免供需失衡以及確保果農收益來源，因此，協助農民外銷是本府的重點工作項目，臺中市主要外銷品項有文心蘭、火鶴花、荔枝、椪柑、茂谷柑、香米、高接梨等農產品，目前積極拓展日本、香港、美國、荷蘭等國外市場，讓更多農產品由臺中港輸出至海外市場，推動中部農產品由臺中港輸出已行之多年，續輔導本市各區農會及合作社場透過貿易商、國際物流公司將農產品外銷至日本、中國大陸、新加坡、馬來西亞、香港及汶萊等國家，臺中市水果外銷金額 105 年 52,869,010 元、106 年 19,845,440 元、107 年因實施外銷獎勵截至 5 月止已外銷金額 21,073,000 元，增加農民收益。

(一) 配合政府新南向政策開拓新通路

本府配合中央政府新南向政策，將臺中市主力產品椪柑、茂谷柑、水梨、荔枝、葡萄、紅龍果、甜柿農產品及近來發展非基因改造黃豆等加工品推廣至東協各國，並至當地國家進行農特產品展售促銷活動，

有效推廣本市優質農特產品，更參加國際性大型國際食品展，以拓展外銷管道。

(二) 積極參加國際展售活動

- 1、 2016 臺灣農產品節：105 年 7 月 29 日至 8 月 3 日在新加坡 NTUC 國營超市之 Bedok Mall Finest 分店舉行，由本府農業局輔導東勢區、新社區、和平區農民將台灣水梨、巨峰葡萄及白玉苦瓜等，以農產品標章作為品質保證，配合行政院農業委員會、新北市農會舉辦「2016 臺灣農產品節」，至新加坡行銷臺中優質農產。
- 2、 2017 東京國際食品展：106 年 3 月 7 日至 10 日在日本幕張國際展覽館舉行，宣傳臺中優質農特產品並拓展日本市場。
- 3、 2017 香港國際食品展：106 年 5 月 8 日至 11 日在香港會議展覽中心舉行，香港是大中華地區重要高端農特產及食品市場，更因飲食習慣與口味相近，再加上地理位置接近，為臺灣重要出口市場之一。
- 4、 2017 馬來西亞國際食品展：106 年 9 月 26 日至 29 日在馬來西亞吉隆坡國際會展中心及永平台灣城與雲林縣政府共同參加，藉由加強建立清真認證如 GLOBAL GAP 的申請，提升臺灣農特產品國際競爭條件。
- 5、 第 28 屆香港美食博覽會：106 年 8 月 17 日至 21 日在香港會議展覽中心舉辦，展出當季火龍果、新興梨、葡萄及無籽檸檬等。

(三) 拓展外銷市場

- 1、 106 年度由石岡區農會、和平區農會將本市優質柑橘、茂谷柑行銷至馬來西亞、新加坡及中國大陸上海，以「台灣精品極柑」為訴求，透過促銷展售品嚐活動，拓銷市場通路。豐原區農會亦執行本市優質極柑外銷汶萊 40 噸並在汶萊第一百貨公司摩拉分行舉辦展售促銷活動，引起國際媒體報導

及關注，石岡區農會也到馬來西亞、新加坡辦理行銷活動，將「台灣精品椪柑」透過促銷展售品嚐活動，拓銷市場通路及穩定增加出口數達 100 噸。

- 2、 107 年 2 月輔導豐原區農會辦理椪柑行銷至汶萊及本局赴加拿大溫哥華行銷椪柑，開拓新市場在知名超市推廣臺中在地農產品，藉由促銷臺中農特產品活動，推廣臺中市各產區當季水果，期以透過國外展售活動，讓當地消費者對臺中質優味美的農特產品更加喜愛。
- 3、 107 年 6 月 28 日日本「臺中美荔推介會」活動於日本東京皇宮酒店舉辦，上銀科技卓永財董事長拋磚引玉，向本市農民採買本市荔枝 1,450 箱、2,175 公斤前往日本推廣。此批荔枝的特色在於使用由中興大學所研發的荔枝保色防失水處理技術，以解決目前荔枝銷往日本因必須經由蒸熱處理過程所造成外觀顏色褪卻，導致觀感不佳的問題。
- 4、 107 年 6 月 29 日由張副市長光瑤帶團前往日本福島縣 York Benimarun Corporation 超市，該超市與裕源企業股份有限公司合作，採購本市生產荔枝黑葉 4,110 公斤、糯米滋 160 公斤，在福島縣 10 家分店販售，另石川縣採購 1,000 公斤販售。
- 5、 透過該連鎖超市與台商企業裕源企業股份有限公司合作關係，再次訂購外銷日本，經本府農業局及保證責任台灣省青果運銷合作社臺中分社積極協助尋找下，再次採購本市糯米荔枝外銷日本，由保證責任台灣省青果運銷合作社台中分社協助送藥毒所檢驗，符合外銷日本標準後，集貨量達 1,000 公斤，經荔枝分級、選別等精選過程後，最後挑選出 735 公斤，5 公斤包裝，共計 147 箱，經採用中興大學謝慶昌教授研發採保色防失水技術，減緩荔枝運送過程中外殼變黑，於 107 年 7 月 12 日成功運往日本銷售。

- 6、 107 年 7 月 6 日為開拓紅龍果銷售通路，透過貿易公司協助，試銷至加拿大多倫多市，此批紅龍果為實驗性質，經由特殊包裝及整櫃保鮮處理。今年實驗運送銷往加拿大如能成功保鮮 30 至 45 天，明年貿易商將擴大採購數量，將有助於拓展本市紅龍果外銷通路穩定成長。

(四) 臺中市拓展國外市場輸銷計畫

- 1、 為鼓勵農產品外銷，增加農民收益，於 107 年 3 月 31 日公告臺中市拓展柑橘類國外市場輸銷計畫，依實際外銷出口量可獲補助柑橘集運分級包裝費每公斤 5 元及補助農民團體行政勞務費每公斤 1 元，藉由獎勵計畫鼓勵全國貿易商、農會、農民團體及合作社(場)共同為本地優良茂谷柑行銷國外，總計外銷 460,738 噸。
- 2、 107 年 4 月 19 日公告臺中市拓展荔枝國外市場輸銷計畫，全國貿易商、農會、農民團體及合作社(場)向荔枝園座落於臺中轄內之生產農民收購荔枝外銷者，依計畫規定程序申請者，實際外銷出口量由農業局補助每公斤 10 元，有效將本市荔枝行銷國外，讓國外朋友能品嚐臺中優質水果，同時提升農民收益，刻正辦理中。

三、 花卉產銷

臺中市花卉種類繁多，以百合、文心蘭、火鶴、劍蘭為大宗美不勝收，近年花卉新秀伯利恆之星、繡線菊及在日本上市的白色繡線菊，也慢慢成為本市后里地區栽培主力，近年外銷數量興日俱增，花卉出口品項主要有劍蘭、火鶴、文心蘭、蝴蝶蘭、百合、繡線、伯利恆之星等多種鮮花，臺中市外銷花卉金額 105 年 219,347,190 元、106 年 174,097,160 元、107 年截至 5 月止 70,928,380 元，積極拓展外銷通路。

(一) 臺中主力花卉-百合花

臺中市栽培面積約 220 公頃，年產值高達 14.67 億元，為本市重

要生產花卉之一，以后里區栽培面積最多，產量高、品質好，除此之外也有許多栽培品種，例如：杯子重瓣百合、紅色重瓣百合、粉色重瓣百合、帕雷諾紅色、蔓尼薩黃色、加倍優橘色重瓣、康卡多，白水晶等等新品種，花色豐富亮麗且多元，許多品種更具亮麗、花大、清香等特性，深受消費者喜愛。

(二) 臺中主力花卉-文心蘭

為熱帶性花卉，其花形特殊、造型優美、花期長，花朵盛開時形狀宛若一群跳舞的女郎，又稱「跳舞蘭」，花色除常見的黃色之外，尚有棕色、綠色、白色、紅色和洋紅色等。臺中氣候環境非常適宜文心蘭生長，所生產的文心蘭品質優良，產量高，左右叉枝均衡，花莖挺直具韌性、粗細一致，廣泛運用於園藝佈置和切花裝飾中。種植面積 103 公頃，占全國產量約 4 成，為全臺第一，每年外銷日本、澳洲、香港、新加坡等國家達新臺幣約 1.5 億元。

(三) 臺中主力花卉-火鶴花

火鶴花被廣泛運用於園藝布置和切花裝飾，現已發展為台灣重要的切花產業，目前臺中市的種植面積約 23 公頃，年產量可達 732 萬枝，是全國火鶴花主要產區之一。

(四) 輔導辦理花卉藝術活動

- 1、 106 年度輔導舉辦包括每年於陽明大樓辦理「臯月花季展」、科博館以火鶴花為主題舉辦「璀璨秋金·中秋花藝展」、西屯區公所-花團錦簇迎花博等 8 場花卉藝術活動。
- 2、 107 年度於 107 年 3 月 31 日至 4 月 15 日輔導本市在地農民團體假士林官邸公園辦理花藝造景，主題採用本市重要花卉之一百合花為主；107 年 5 月 1 至 21 日在臺北士林官邸新蘭亭及園藝展覽館，以文心蘭為主題展出「士林官邸蘭花展」等。

(五) 開拓新興市場外銷文心蘭至荷蘭

為拓展「臺中市高品質農特產品文心蘭」市場，105年起開始將文心蘭外銷荷蘭，除了拓展臺中市文心蘭行銷新通路外，更可增加農民收益、解決文心蘭盛產及過度依賴日本市場，並穩定文心蘭市場價格。

(六) 花博花卉植栽採購

本局於106年至今已舉辦6次「臺中世界花卉博覽會」植栽採購說明會，於說明會中說明臺中花博所使用花卉種類與提供各標案植栽花卉使用數量。花博佈展目標以採用台灣在地生產的花卉，目前各局相關標案廠商於本市在地採購，預計採購花卉種類如百合、蝴蝶蘭、文心蘭、鹿角蕨、窗簾蕨及四季國蘭等，各局標案陸續正與台中花農接洽簽定契作，本局將依各局提供之資料彙整植栽花卉數量等相關事宜。自105年至107年6月止，臺中市在地花卉統計數量為1,042,213株(盆)，滾動式盤點中。臺中花博透過標案要求廠商向農民契作，向農民採購大量及高品質的花卉，以實質照顧在地農民，提升花博帶來的產業經濟效益，透過花博讓全世界看見台灣在地花農辛苦的結晶，將在地花卉行銷至全世界。

肆、結語

農業局針對臺中水果產季皆提前擬定農產品行銷規劃及策略，行銷至國內、外市場，加強農產品對外展售，創造本市農民更高收益已著成效，並透過宣傳本市優質農產品，讓全國及國外消費者認識及認同臺中農產品牌，打造臺中優質農產品牌印象，實踐新五農政策，共同為臺中市農業發展的活絡努力，未來將加強與農會、合作社等農民團體聯手打造進擊型農業，同時推動營養午餐水果補助優先使用在地當季產品，發展食農教育，從根做起。

伍、各項成果照片及說明

(一) 農特產品展售行銷活動



(二) 拓展多元行銷通路(國道服務區、超市)



(三) 國外行銷



(四)花卉產銷



