

臺灣西瓜市場概況與銷售策略

路全利

台北農產運銷公司第一果菜批發市場主任
yfycki@tapmc.com.tw

1. 前言

西瓜水分含量高，富甜度，一年四季皆有生產；依台北農產運銷公司 97 年至 101 年交易資料統計，全年銷售量佔水果總交易量達 12%，佔有率為所有果品中最高者。目前省產西瓜以內銷為主，外銷為輔，內銷市場主要可分為四類：大西瓜、中大型西瓜（鳳光、英妙等）、黃肉小西瓜、紅肉小西瓜。外銷市場主要為慧玲紅肉小西瓜、鳳光中大型西瓜及蜜鳳黃肉小西瓜。隨著氣候不穩定因素逐年增加，以及進出口貿易快速變化，今後農民生產除應積極掌握市場消費動態，善用行銷策略，更需加強氣象資料收集及栽培設施運用，並積極開拓外銷市場，方可提升生產收益。

2. 台北農產運銷公司西瓜供應概況

2.1 大西瓜

一年四季皆有供應，4~9 月為盛產期，產地依季節性先後為屏東、高雄、台南、嘉義、雲林、彰化、台中、花蓮、台東、桃園等縣市，年平均交易量 14,242 公噸，佔西瓜總交易量 58%（表一），平均價格為 11.43 元（表二）。供應品種以華寶及富寶二號為主，其中華寶因果肉鮮紅、肉質細膩爽口、糖度達 13~14 度，最受承銷人歡迎，每箱包裝 1 粒，每粒重量以 13~17 公斤居多，銷售通路以零售居多，大賣場次之。

2.2 中大型西瓜

供應品種以鳳光、英妙為主，5 月為盛產期，6~8 月次之，產地主要在雲林二崙、崙背、東勢、麥寮、草湖，年平均交易量 447 公噸，佔西瓜總交易量 2%（表一），平均價格為 10.51 元（表二）。鳳光每箱包裝 2 粒，每粒重量以 7~11 公斤居多，因其果皮厚不易裂果，果肉呈桃紅色，色澤佳且多汁少子，糖度可達 12 度，除內銷市場受歡迎，亦為外銷加拿大主要品種。

2.3 黃肉小西瓜

4~8 月為盛產期，產地依季節性先後為台南、嘉義、雲林、彰化、台中、桃園等縣市，年平均交易量 6,510 公噸，佔西瓜總交易量 26%（表一），平均價格為 12.86 元（表二）。供應品種主要有蜜鳳、金蘭及新蘭；蜜鳳與金蘭產期較早，果肉均呈黃色、多汁清甜、細嫩爽口，每箱包裝 5~6 粒，每粒重量為 4~6 公斤。新蘭產期較晚，果肉呈橙色、甜度約 12 度，肉質細緻，每箱包裝 5~6 粒，每粒重量為 5~6 公斤。近年來蜜鳳以每箱包裝 4 粒、22~24 公斤裝，外銷香港，獲得不錯評價，銷量逐年增加。

2.4 紅肉小西瓜

4~10月為盛產期，產地主要為台南、嘉義、雲林、彰化等縣市，年平均交易量2,839公噸，佔西瓜總交易量12%（表一），平均價格為12.03元（表二）。供應品種以嬌蜜及甜美人為代表。嬌蜜產期較早，果肉鮮紅多汁，糖度12~13度，品質優良，每箱包裝6~7粒，每粒重量為3~4公斤。甜美人產期5月至11月，肉色鮮紅，細嫩多汁，糖度可達13度，每箱包裝6~7粒，每粒重量為4~5公斤。另一品種慧玲，主要產地為雲林，因果皮較厚，甜度高，肉質細嫩多汁，近幾年以每箱包裝4粒、24~28公斤裝，外銷加拿大及香港，亦獲得不錯評價。

2.5 進口西瓜

進口西瓜於1~3月省產西瓜淡產期及颱風季節時，為主要進口期，年平均交易量502公噸，佔西瓜總交易量2%（表一），平均價格為26.74元（表二）。進口西瓜為無子西瓜，主要來自馬來西亞。

3. 銷售策略

台灣西瓜品種優良，全世界平均每四顆西瓜種子就有一顆來自台灣。因此近幾年西瓜種植面積雖減少，但總產量卻呈3.82%~9.17%成長（表三），因此未來銷售策略，除自行運售、交付販運商銷售或送果菜批發市場交易外，應該尋求新的模式，建立新的通路，以因應產銷變化。

3.1 辦理品嚐活動

為讓採買者瞭解西瓜口感及甜度，可於上市初期在交易現場（批發市場、量販店、超市等）辦理品嚐活動，透過試吃及解說，增進採買者購買信心，提升銷售數量。

3.2 與便利商店鮮食產品結合

國內便利商店已超過10000家，而各大體系近年來紛紛推出新鮮、衛生、安全截切水果商品，以滿足上班族或外食族需求，銷售數量逐年成長中，此通路未來極富發展潛力。

3.3 與社會活動結合

各縣市每年春夏季均有辦理數場大型活動，如宜蘭童玩節、台北海洋音樂節、屏東黑鮪魚祭等，因人潮眾多，並逢西瓜盛產期，可與主辦單位研商合作，行銷西瓜，當有不錯成績。

3.4 透過媒體、網路、大眾運輸系統廣告行銷

近年來平面及電子媒體快速發展，加上網路已成為多數人生活重心，因此善用媒體、網路及大眾運輸系統，如高鐵、捷運、公車之車箱或車體，製作創意廣告，刺激消費者購買慾望。

3.5 結合食品公司開發飲料及冰品

西瓜含水量高，是最天然的飲料，且營養豐富，對人體益處甚多。因此結合食品公司開發相關飲料，如西瓜汁、西瓜牛奶等，或製作西瓜冰品，再透過便利商店、超市、

量販店等通路販售，將可有效調節西瓜產銷。

3.6 團購促銷

團購是時下消費者非常流行採購方式，交易平台以網路為主，透過此種交易模式，採買者在價格上得到優惠，節省成本，而農友不但銷售數量增加，並可透過網路廣告產品，提升知名度。

3.7 設計意象商品贈送

配合時下流行趨勢，設計具西瓜意象商品，如公仔、鑰匙圈等，隨貨件或採買金額附贈，可提高購買意願，並加深採買者對產品印象。

3.8 拓展外銷市場

台灣西瓜品質優良，在加拿大、香港均獲得極高評價，未來農友更應建立品牌並取得產銷履歷及吉園圃等相關認證，提升產品競爭力，開拓新的外銷市場。

結語

近年來社會快速發展，多數人面對繁忙工作，生活節奏與飲食需求均產生極大變化。因此未來農友西瓜生產除對於品質持續努力外，必須對產品安全及品牌建立投入更大心血，以滿足消費者對自然及健康的要求。在銷售方面除傳統模式外，更應隨時吸收消費資訊，迎合消費者口味、習慣及生活方式，才能將辛苦栽種高品質西瓜，以較優的價格順利銷售出去，以提升自身收益。而臺灣西瓜不論品種或品質舉世聞名，此等高品質西瓜，除了讓國人享用外，更應積極研究採收、包裝、冷藏等技術，開拓外銷市場。如此內銷與外銷雙頭並進，方能力求西瓜產銷穩定及永續經營。

表一、台北農產運銷公司西瓜交易數量統計

單位：公噸

年度 \ 品種	大西瓜	中大型 西瓜	黃肉 小西瓜	紅肉 小西瓜	進口	合計
97年	12,969	514	4,872	2,393	473	21,221
98年	13,786	479	6,789	3,499	620	25,173
99年	14,163	575	6,461	2,465	834	24,498
100年	15,417	364	7,725	3,006	293	26,805
101年	14,874	305	6,702	2,831	290	25,002
合計	71,209	2,237	32,549	14,194	2,510	122,699
年平均	14,242	447	6,510	2,839	502	24,540
百分比	58	2	26	12	2	100

資料來源：台北農產運銷公司年報

表二、台北農產運銷公司西瓜交易平均價格統計

單位：元/公斤

年度 \ 品種	大西瓜	中大型 西瓜	黃肉 小西瓜	紅肉 小西瓜	進口	合計
97	12.12	13.52	10.37	15.01	25.19	12.93
98	10.97	8.89	11.37	10.75	27.68	11.42
99	11.35	9.05	11.92	12.67	26.91	12.11
100	11.51	10.21	13.26	12.40	26.77	12.26
101	11.27	11.06	14.89	14.84	26.72	12.82
合計	11.43	10.51	12.86	12.97	26.74	12.26

資料來源：台北農產運銷公司年報

表三、台灣西瓜生產概況

面積與 產量	97年	98年	98年與97 年比較%	99年	99年與98 年比較%	100年	100年與99 年比較%
種植面積 (公頃)	12,665	11,925	-5.84	11,610	-2.64	11,715	0.90
收穫面積 (公頃)	12,456	11,799	-5.27	11,604	-1.65	11,693	0.77
每公頃產 量(公斤)	16,320	18,444	13.01	19,469	5.56	21,094	8.35
總產量 (公噸)	203,275	217,619	7.06	225,925	3.82	246,643	9.17

資料來源：農糧署