台農發公司的出路與爭議

戰略中心　吳福成副主任

最近民進黨立委蘇震清、劉櫂豪、莊瑞雄和陳其邁聯合指控，行政院農委會輔導成立的台灣國際農業開發公司〈簡稱台農發公司〉向台糖公司承租土地，並與農民契作，準備種植香蕉、鳳梨及鳳梨釋迦出口，其成立的目的原本要幫忙農民賣水果，現在卻自己種起水果出口，根本在與民爭利。立委們還宣稱:「將會跟農民站在一起！」由於成立台農發公司是蔡英文總統推動農產貿易的重要政策，台農發公司有責任站穩定位，並儘速提出足以服眾的經營方向，才能化解外界疑慮，並為台灣農產品出口打開新的出路。

台農發公司成立的目的有三項，即農產品進出口、技術輸出及海外投資與資材外銷，另外農委會還交付要擴大新興出口市場的任務。根據當初農委會的說法，台農發公司將結合各方力量，建立台灣農業加值的示範機制，建立完整的國內外銷售管道，重整農產品進出口常軌運作機制。未來台農發公司將與農民、農場社等建立穩固的契作關係，並與台糖公司協調提供可租賃土地，規劃幾項主力產品發展契作制度，分散產區適地適種，以建構具備一年四季供貨穩定及品質保證的農產品外銷供應體系。將來還會邀請策略夥伴加入，攜手拓展海外新興市場，並塑造國家品牌，如「台灣香蕉」、「台灣鳳梨」、「台灣鳳梨釋迦」等，進而與國外大型通路接洽全年不間斷的供貨訂單，以擴大農產貿易量。

據瞭解，台農發公司是由台肥一家生技子公司重組清算而來，額定資本額 10 億元，泛官股不超過總股權的 50%，並特聘紐西蘭奇異果公司前全球行銷總裁陳郁然擔任董事長，希望借助他的行銷專長幫助台灣水果出口成功複製「奇異果傳奇」。目前台農發公司已向台糖公司租地，並委託青農契作，力求達到規模面積和產量，以穩定供應品質和來源，最後把台灣農業調整成以外銷為導向，甚至依照市場需求，加強行銷農產出口到高端市場〈如日本〉，並開拓東南亞及伊斯蘭等新興市場，俾建立多元化出口管道，以利台灣的香蕉、鳳梨、鳳梨釋迦等優質水果拓銷出去。

基本上，台農發公司具有很高的經營理想性和農產貿易出口攻擊性，如今卻因產銷模式創新遭質疑為「與民爭利」，可能是始料未及。譬如台農發公司承租台糖公司在台東縣鹿野鄉的 200 公頃土地，改種鳳梨釋迦外銷，此舉已引發當地農民的疑慮，認為可能與當地傳統穩定的鳳梨釋迦外銷模式和既有利益產生衝突。另外，台農發公司計劃在屏東、高雄等地區種植香蕉，但高屏兩地的香蕉也都是農民穩定的水果外銷項目，未來發生爭議勢必難免。

尤其台農發公司已鎖定日本為台灣香蕉的首要出口市場，將透過改善包裝、

提高售價和市場接受度方式，重建過去台灣香蕉在日本市場高占有率之光榮。但現實問題是，目前日本最大的香蕉進口國為菲律賓、墨西哥和巴西等國，除了香蕉品質有保證之外，這些國家都與日本簽署有不同形式的經貿合作協議而得以享受優惠關稅待遇，出口價格相對台灣香蕉具有競爭力，遂得以在日本市場攻城掠地。反觀台灣香蕉出口日本，從當年發生吳振瑞「金盤金碗案」事件，以及後來爆發有「香蕉癌症」之稱的黃熱病之後，就一路下滑，從 1967 年最高的八成市場占有率萎縮到 2016 年的一成左右，而今在各國搶攻日本香蕉市場的激烈競爭下，台農發公司短期內要翻轉台灣香蕉在日本市場的占有率，任務艱巨，恐怕要有更務實的策略和行動才行。

不容置疑的，台農發公司承租台糖公司土地、與農民契作種植台灣具競爭力的農產品項目〈尤其是水果〉，希望整合從生產、集貨到行銷各個環節，此一產銷模式確實可提供質量穩定和衛生安全的農產品，並朝類似日本的「攻擊型農業」方向走出去。台農發也信誓旦旦，預估在 3 年內即可看到外銷成果。所謂「攻擊型農業」，就是日本安倍首相所提出的新農業政策，主要內容包括出口的農產品有競爭力、農產品安全被信任，以及背後有農產貿易公司管理。顯見，台農發在本質上與日本農產貿易公司相同，目的都在提振農產出口競爭力。

但在台農發公司蓄勢待發之際，面對實際運作過程所發生的爭議和潛在困難，似乎更應該正確掌握經營方向，並努力做好有效的溝通和遊說工作，極大化爭取農民認同，大家一起努力，讓台灣水果在國際市場有更好更廣的出路，屆時成功複製「奇異果傳奇」就不是夢了！