

越南咖啡供應鏈與認證貿易¹

簡立賢 (中興大學應用經濟學系副教授) 編譯

摘要

越南由於文化背景與自然環境的影響，大量種植咖啡。目前已經成為東亞地區重要的咖啡出口國。本文主要介紹現階段越南咖啡產業供應鏈結與相關的內外貿易的產銷狀況，並對於該國政府與國際企業的產業輔導及參與提出介紹，也對於目前產業的發展挑戰提出觀察。因應環境保育與食品安全的發展，本文亦對 UTZ 與公平貿易(Fairtrade)等認證制度在越南咖啡產業的實施概況予以介紹。

越南政府積極與國外企業促進其國產農產品在國外貿易與國內消費中取得平衡的努力，值得我國農政單位對扶植特色農產業時的參考。換言之，應該特別重視有快速成長市場或時尚需求優勢特色農產業的扶植，以陪同小規模農民積極面對開放市場的壓力，同時協助國內產銷業者透過銷售權與國際認證體系的建立，積極與國際企業連結，降低國外企業為求產量而對環境的壓力，並控制市場對農民不公平的訂價。另一方面，透過認證做為商標，可以促進國內外消費者對於健康安全產品的信任，才是我國應該努力的永續農業發展模式。

關鍵詞：咖啡、越南、供應鏈、認證、產業政策

¹ 本文翻譯取材自 Ipsos 商業諮詢公司的「越南咖啡產業」一文與國立屏東科技大學熱帶農業暨國際合作系阮氏明琪小姐之碩士論文「咖啡標章對小農所得之影響——以越南達哈地區為例」附錄資料。感謝 Ipsos 公司 Tam TranThanh 先生與阮氏小姐授權翻譯改寫。

壹、前言

咖啡已經成為現代人必備的飲料之一。尤其對於過去普遍喝茶的亞洲人而言，咖啡已經與時尚、年輕、文化、藝術等生活認知產生緊密連結，由大街小巷到處林立的咖啡館，以及連便利商店都開始銷售咖啡，即可得知，咖啡已經成為生活的一部份。

過去國人對於咖啡生產的認知，多是以產地認知，如巴西、牙買加、爪哇、中南美洲各國等為訴求，其實鄰近的越南也是國際重要的咖啡生產與出口國。由於過去與法國在政治與文化的聯繫，越南飲用咖啡歷史甚早，當然種植咖啡的規模也較東亞各國為大，因此該國的咖啡產銷概況值得國人注意。加上政府的大力輔導與發展，越南的咖啡產業的價值供應鏈早已成形，面臨國際企業的經營與競爭，政府如何在政策上兼顧外部投資追求短期報酬的目標與國內產業長期健全的發展，並透過品質認證體系扭轉越南咖啡產品的品質形象，相關的作法值得我國相關參與者在擬定特定農產品產業措施時參考。

貳、全球與越南咖啡概況

多數咖啡生產國產出的咖啡絕大多數輸出至其他國家，只有少部分用於國內消費。根據國際咖啡組織的資料，在2012年，世界咖啡總出口量為1.131億袋（每袋60公斤），相較於2011年成長了8.2%（見圖1）。在2012年，羅布斯塔（Robusta）咖啡出口量達到4,661萬袋的紀錄，高於2011年的3,753萬袋。阿拉比卡（Arabica）咖啡出口量相較於2011年的6,704萬袋，在2012年略下降為6,652萬袋。

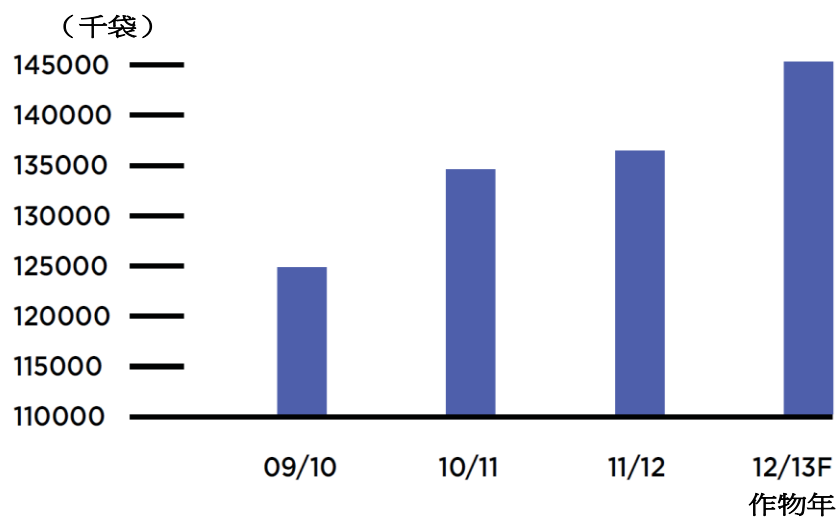


圖1 2009-2012年咖啡總產量

資料來源：國際咖啡組織（International Coffee Organization, ICO）

在1857年，法國殖民者首度將咖啡引進越南，此後，咖啡深植於當地文化。目前越南是全世界第二大咖啡生產國以及出口國，僅次於巴西。

在過去十年內，越南的咖啡也已經躍升為世界第二位輸出國，更是Robusta種咖啡

豆出口的首位。圖3表示越南以每年2,547萬袋²的數量位居世界第二位，僅居於巴西之後。此外，這些出口數量約佔生產量的95%左右（見圖2）。

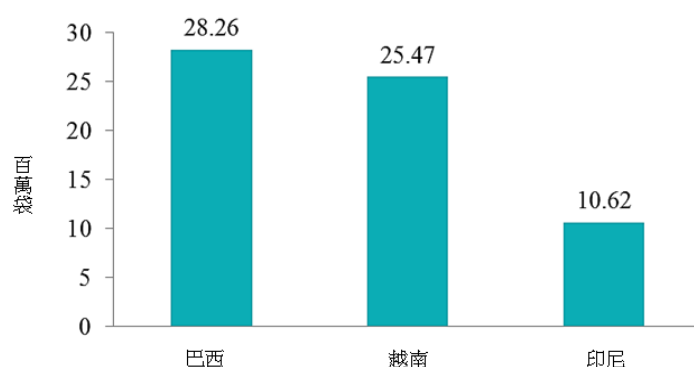


圖 2 2012 年前三名咖啡出口國

資料來源：國際咖啡組織 (International Coffee Organization, ICO)

咖啡對越南而言，已在近年成為主要出口農產品，每年咖啡出口值約佔該國國內生產毛額 (GDP) 約3%，而約有50萬人則是依賴咖啡產業維持生計。根據越南農業與鄉村發展部 (Ministry of Agriculture and Rural Development, MARD) 的資料，在2011至2012作物年中，全國咖啡種植面積約有614,500公頃土地，其中549,100公頃乃是直接與生產有關，平均產量每公頃約為2.4公噸(圖3)。

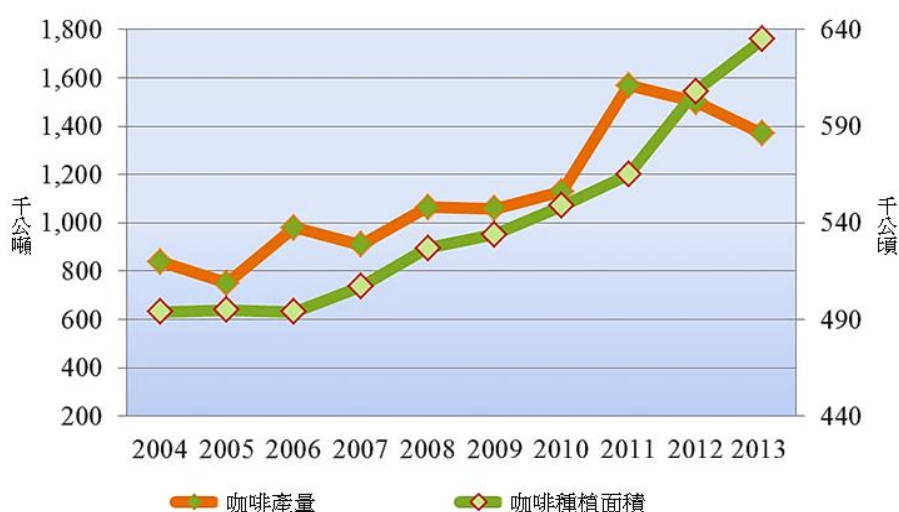


圖 3 2004—2013 年越南種植咖啡面積與產量

資料來源：越南統計辦公室 (General Statistics Office, GSO) 以及越南農業暨農村發展部 (Ministry of Agriculture and Rural Development, MARD)

圖3清楚顯示越南在2004年至2013年間咖啡種植面積與產量的成長趨勢。不過，雖然種植面積逐年上升，但是咖啡產量似乎並不穩定，呈現年間顯著的波動，尤其是過去二年間，產量甚至呈現下降的情形。有些專家指出氣候變遷可能是造成產量減少的主因，而世界銀行的資料，似乎也間接支持此一論點。

羅布斯塔咖啡的全國總產量高於95%，阿拉比卡咖啡則佔全國總產量其餘的部分，最多只達到5%（見圖4）。在策略中，為了生產高品質咖啡，咖啡產業正推動採

² 1 袋約 60 公斤。

用阿拉比卡咖啡，希望在2020年達到全國咖啡種植面積8%的目標。

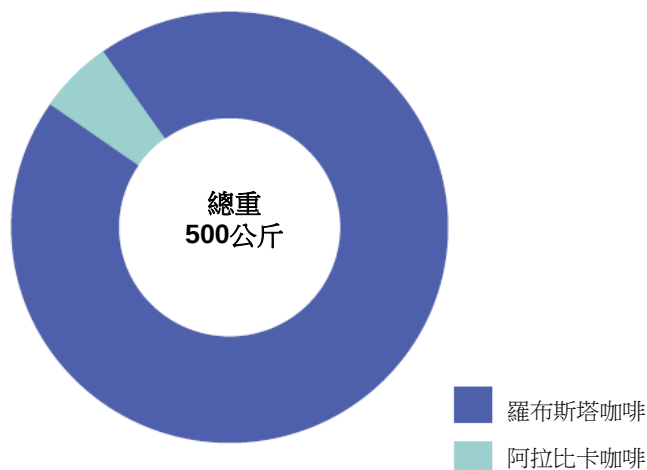


圖4 越南至2020年的咖啡種植面積（公頃）生產計畫

資料來源：越南農業鄉村發展部門（Ministry of Agriculture and Rural Development, MARD）

目前越南咖啡總產量約有6%用於國內消費，其餘銷售至國際，製作咖啡是國家重要出口商品之一。即使近年來的國內消費顯著成長，相對於其他國家，越南對咖啡豆的渴求仍相當緩和（見圖5）。目前國際間消耗量最大的兩個國家是美國與巴西，分別為2,223萬8千袋以及2,033萬袋。

在2012年，越南出口170萬公噸的咖啡，創下出口價格相當於37億美金的紀錄。相較於2011年，出口數量成長了23%，出口價格上升了24%。

在2012年期間，其國內咖啡平均價格為每公斤1.89美金，出口平均價格略高於此價格，為每百萬公噸1,986美金（約為每公斤1.99美金），相較於2011年下降8.4%。然而，自2010年起，越南咖啡每公斤的出口價格上升34%，這種趨勢對農民擴大種植咖啡提供了強烈的誘因。



圖5 越南相對於前五名咖啡消耗國的比較

資料來源：國際咖啡組織（International Coffee Organization, ICO）以及易普索市場調查研究公司（Ipsos）

除了氣候變遷所造成的風險外，越南咖啡產業也同樣面臨其他挑戰，包括咖啡品質的不一致與不穩定。過去幾年中，種植咖啡區域成長迅速，許多家族擁有及經營的咖啡農場普遍在各地設立，而農場遍地開花的結果，卻導致整體咖啡產量生產效率下降。同時，約有三成的咖啡樹的樹齡已經超過20年，而遲未更新咖啡樹植栽的結果，即造成植栽在樹齡超過15年後產量即會明顯下降，這個現象也真正威脅到整個產業的發展。再者，生產管理中，咖啡價值鏈的各階段利害關係者對於生產管理的認知也缺乏緊密的聯結。

對此，越南政府在未來幾年中，也已針對如何提升咖啡的產量、品質與相關技術及市場的挑戰規劃了因應策略。為落實相關政策，越南政府已在2012年對於2020年咖啡產業的發展提出主要方向。該計畫設定全國的總咖啡生產面積維持在50萬公頃，並在中央高地（central highland）區的Daklak、Lam Dong、Daknong、Gia Lai、Don Nai與Kontum等6個主要省份設立產量生產中心以生產高品質的咖啡產品。表1為此6個主要省份的種植面積與產量。

表 1 2011—2012 作物年主要省份咖啡種植面積與產量

產量排名	省份	種植面積（千公頃）	產量（千公噸）
1	Daklak	190.3	487.7
2	Lam Dong	140.0	343.4
3	Daknong	81.0	179.7
4	Gia Lai	75.6	151.8
5	Dong Nai	17.0	30.3
6	Kontum	12.8	28.5
	總計	516.7	1,221.4

資料來源：越南農業暨農村發展部（Ministry of Agriculture and Rural Development, MARD）以及 Kontum 統計辦公室（Kontum Statistic Office）

參、越南咖啡價值鏈

對於越南農民來說，在咖啡價值鏈中，支持咖啡產業的其中一環如輸入供應商，包含咖啡樹苗供應商、肥料銷售商以及植物防護銷售商。

平均來說，每株咖啡樹苗需花費2,000至3,000越南盾³（約為0.094至0.141美金），而農民在每公頃（約每公頃生產2.5公噸的咖啡豆）的肥料花費約為1,500萬越南盾。為了生產更佳品質的咖啡產品，以較高要求來要求投入的供應商以及種植者使用更好的咖啡種子、肥料以及其他種植因素，藉此達到投入資格的標準。

越南的咖啡產業鏈可以圖6 表示。由於政府的角色相當重要，因此政府政策則在此連結中視為此鏈結的干涉因子。此外，公私部門對技術與市場的投資對於此鏈結亦有顯著影響。

在此鏈結關係中，越南農民與其他的投入因素的供應商，如咖啡植栽供應商、肥

³ 2014 年 7 月 1 日越南盾與美金匯率為：1：0.0001，與新台幣匯率為 1:0.0015。因此 2 千至 3 千的越南盾約為 0.2-0.3 美金，或是 3.02-4.53 元新台幣。

料商與藥肥資材銷售商一樣，提供投入因素。產品在地區做初步集貨後，再交給位於港口或是大都市的出口與加工公司，之後再根據市場需求，分為出口與國內市場兩大部份，出口主要以原豆貿易為主，國內則分為即溶與研磨兩類銷售，這部份後面會再說明。

根據Ipsos顧問公司的分析，越南咖啡的供應鏈結構主要由政府措施與國外援助投資為主要的影響因素。在生產端主要由技術來推動其發展，而分類規格、價格行情與消費（即溶/研磨）方式則是由消費的需求力量來拉動其型態。

大部分越南境內的咖啡種植型態多為小規模私營農場，約有九成五的經營均為此一模式。其中超過85%的私營農場經營規模均不超過2公頃，而過去5公頃以上的農場大約僅佔百分之一。實際上，由農民營運的咖啡合作社場的組織模式在越南國內並不多見，主要是一些農民組織以及非正式的小組，群體與自願組合的農民團體。這些型態的團體則是由非政府組織或是與工廠企業配合的公司所協助設立。不過非正式的團體亦無法律立場來執行相關商業契約。

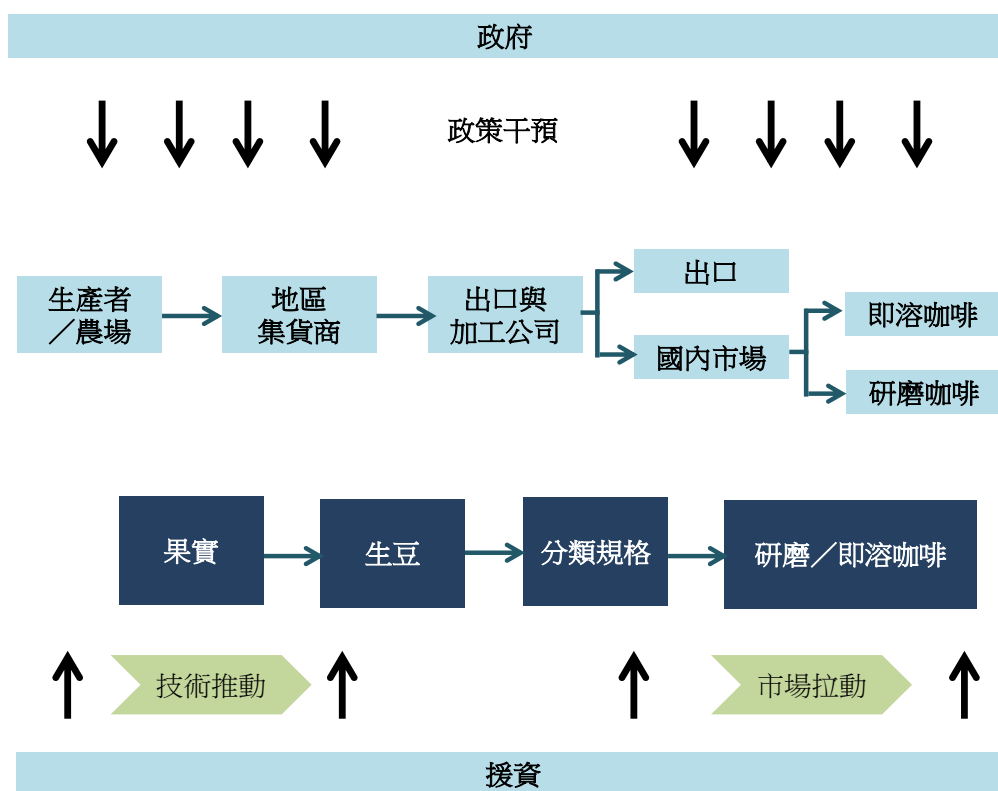


圖 6 越南咖啡價值鏈

資料來源：IPSOS Business Consulting

咖啡一旦被採收後，集貨商即會直接到農場的倉庫去收購鮮咖啡豆（cherry bean）或是咖啡豆（coffee bean），然後再賣給更大規模的咖啡加工業者。基於原料控制的考量，出口貿易商、加工商與國外貿易商也嘗試與生產者與農民直接接觸。然而，地區集貨商在某些區域依然相當重要，尤其是在國營企業營業範圍以外的地區，主要是由於農民所生產的咖啡豆多未清楚分級，因此品質良莠不齊，主要都是袋裝後運到工廠進一步的加工。集貨商的功能即是由個別農民手中採買集中，提供碾製廠相關運輸選別服務，再由這些勞務的提供中賺取微薄的報酬。介於種植者與集貨商的採購程序，

主要著眼於彼此信任的發展與長期關係的強化。咖啡豆的選擇主要基於集貨商所提供的條件，主要包括氣味、濕度以及外型。在賣給加工公司前，集貨商通常會進行初步乾燥，並予以簡單分級以確保品質標準濕度含量與豆子大小，以爭取更好的價格並維持良好的關係。

加工商與出口商則居供應鏈的下一階段，目前在越南約有150家註冊的咖啡加工商與貿易商。其中包括一些與國際企業的合夥企業，另外尚有數以千計的小型未註冊的地方型商家。小規模農民與咖啡集貨商並不會參與出口貿易的部分，所有大型國際型的咖啡貿易商均在越南設立營業據點，並且與地方企業一起營運。領導廠商如：Vinacafe、Nestle（雀巢）、Trung Nguyen、Thai Hoa咖啡公司、Neumann、Armstrong、Parcolini、Olam、Dakman（Volcafe）、Acom（Ecom）、Simexco與Intimex等廠商。

專門從事咖啡出口的外國投資者或是業者所主導企業的比例，相較於當地數百位產業業者來得少，在過去的二、四年中，海外公司的市場佔有率上升。擁有一定程度外商投資的企業，每年咖啡出口量佔總額的60%至65%，這種動態對其國內咖啡生產者構成潛在威脅，其國內生產者需要更多政府支援，以維持競爭力對抗國外業者。

事實上，2012年7月起，越南貿易與工業部（Ministry of Industry and Trade, MOIT）已禁止外國企業直接向農民購買咖啡，並在越南建立咖啡購買網絡，顯示國外廠商與其國內廠商間的市場議價地位正在改變，能否有效培養其國內廠商，增進市場秩序以保障其國內產銷利益，值得注意。

肆、咖啡在越南國內競爭力

根據Ipsos的市調資料顯示越南咖啡產業計畫將對於其國內咖啡的銷售有大幅裨益，促使越南的即溶咖啡銷售率每年可以以兩位數的速率成長，這對未來其國內咖啡產業的發展帶來樂觀的預期。

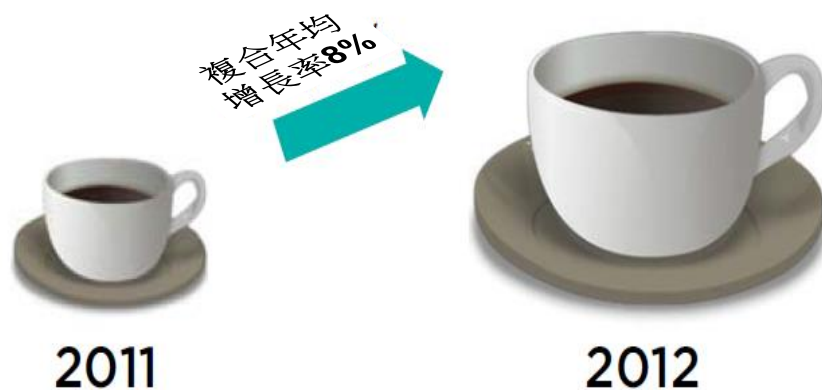


圖7 預計零售咖啡銷售量（銷量增長/公噸）

資料來源：歐睿國際市場調查公司（Euromonitor International）以及易普索市場調查研究公司（Ipsos）

這些增長的消費需求，主要來自青少年與青壯年對即溶咖啡的需求不斷提高，由於追求速度與便利性，年輕族群對於方便的即溶產品喜好遠大於研磨咖啡。在市面上，到處可見到許多咖啡廠商所開發的多樣化產品，包含二合一、三合一以及四合一即溶咖啡均有。

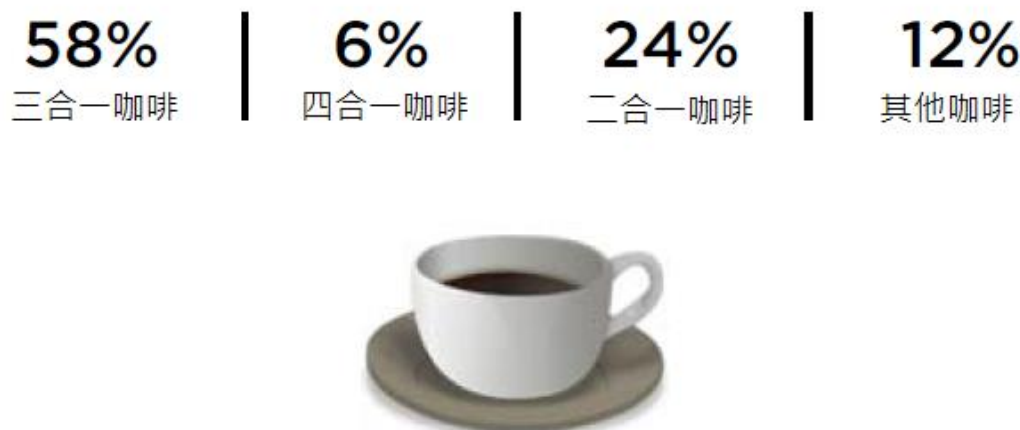


圖9 各即溶咖啡在越南國內市場的比例

資料來源：歐睿國際市場調查公司（Euromonitor International）以及易普索市場調查研究公司（Ipsos）

對在地消費者而言，三合一即溶咖啡是最暢銷的即溶咖啡產品，業界領導品牌分別是「中原咖啡集團（Trung Nguyen Coffee Corporation）」的G7咖啡、「威拿邊和（Vinacafe Bien Hoa）」的威拿咖啡（Vinacafe）以及「越南雀巢（Nestle Vietnam）」的雀巢咖啡（Nescafe）。根據2011年的Ipsos的市場調查資料，在三合一即溶咖啡市場上，G7市占率高於38%，緊追在後的是威拿咖啡（市占率為31%）以及雀巢咖啡（市占率為27%）。越南咖啡產業在近幾年成長迅速，大大增加對於本國與國外投資者的吸引力，儘管新的法律規範外國人禁止在某些貿易項目進行交易，不過許多外資投資咖啡產業與產銷的傳聞與報導仍時有聽聞。

2011年，越南最大公開上市集團馬山消費公司（Masan Consumer Corporation）獲得「威拿邊和股份公司（Vinacafe Bien Hoa Joint Stock Company）」的股份，這致使雙方受益，多虧馬山消費公司的豐富的經銷和零售經驗，威拿邊和公司改善其市場定位。在2012年，威拿邊和公司的銷售據點由45萬個增加至180萬個，銷售量上升30%，利潤也增加14%，獲得顯著的成長。

這些正面的產業趨勢促使外國投資者有更大的興趣投資，在產業的發展中，外商投資顯然扮演著決定性的角色。然而，由於越南咖啡產業過去太過於關注加工咖啡和出口咖啡的階段，未來若想維持近幾年的成長趨勢，在全球市場突破現狀，更需要在研發等其他核心領域有所增進。

伍、檢視目前的挑戰與潛在危機

越南加入全世界咖啡市場後，迅速的發展與崛起使該國成為僅次於巴西的第二大生產者，為產業的未來描繪了一幅樂觀景象。然而，為維持這幾年的樂觀榮景，未來

仍有許多挑戰必須克服。

1. 咖啡樹的老化影響品質

咖啡的種植生產流程可以圖10來表示。種植採收部份大概會持續五個步驟，大概在種植後四年後可以開始收穫，果實採收後，在經過幾道手續，成為最終產品，整株植株會在種植五年後進入結果成熟穩定期。

不過目前高達30%的越南咖啡樹樹齡超過20年，雖然這些咖啡樹仍可存活40年，不過樹齡一旦超過15年，產量就會明顯遞減，這對整個產業構成主要威脅。樹齡約6年的咖啡樹即達到滿產，如果越南當局不想看到咖啡生產的數量以及品質對出口造成嚴重影響，重植咖啡樹的措施應立即實施。

重植每公頃咖啡樹需花費100萬至120萬越南盾（美金4,710至5,652元）。西部高地農林科學研究院（Western Highlands Agriculture & Forestry Science Institute, WASI）最近的研究指出許多農民缺乏組織性的重植策略，使用未經認證來源的咖啡樹苗，此一現象如果不予重視妥善處理，可能會導致嚴重的後果。相關研究已經證明，不重視樹苗品質的後果就是導致只有12%至14%的重植咖啡樹能存活至隔年。

WASI試圖在2012年至2013年作物年解決此問題，初步的作法是由越南咖啡協會（Vietnam Coffee Association, VICOFA）和越南雀巢（Nestle Vietnam）籌措贊助資金，以免費提供農民約30萬株的咖啡樹苗，重植面積約為270公頃，經過這項調整，預計這些高品質樹苗每公頃咖啡豆的年收益率將增加一倍以上。

實際上，另一個主要問題是出口的越南咖啡豆完全沒有經過加工處理，儘管越南有150個咖啡加工商及出口商，對於咖啡價值鏈中的每個環節來說，咖啡豆品質的保證仍然是個挑戰。因為「品質」一詞不單單是指產品品質，更擴大到涵蓋更廣泛的問題，包含生產系統的整體以及營運商對整個環境的影響，目前的產業鏈必須有所調整回應國際社會的要求。

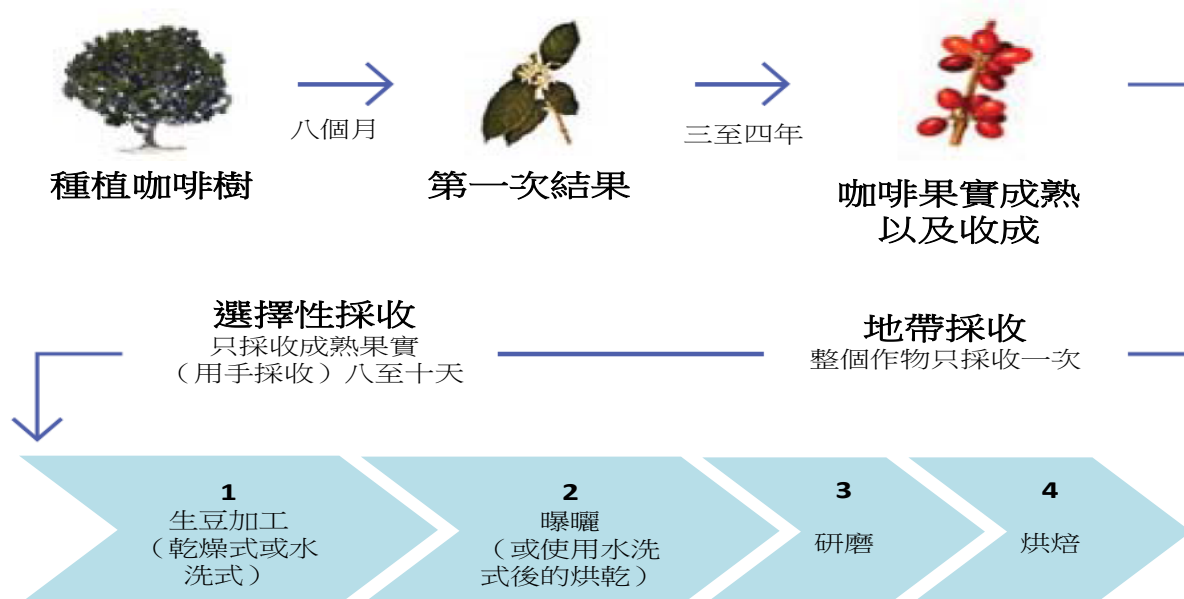


圖10 咖啡生產流程圖

資料來源：易普索市場調查研究公司（Ipsos）

2. 更多整合支援需克服挑戰

對於咖啡價值鏈的各個利害關係者而言，政府仍然沒有給予足夠的支援讓相關參與者了解整個產業環境、所面臨的風險以及如何用最好的方式管理風險。事實上，咖啡生產地區廣泛分布，在教育農民上會產生額外有關如何適當種植以及加工技術上的問題，必須與公共部門進行有效的配合才能展現成效。對於目前遇到的瓶頸來說，大多解決方案需要改善公營部門和私營部門之間的整合和合作來達到。出口面臨遇到最大的挑戰即是追溯性、食物安全、永續性，這些在出口市場上由相關機構，如美國食品藥物管理局（US Food and Drug Administration, FDA）、歐洲食品安全局（European Food Safety Authority, EFSA）、荷蘭食品及消費者產品安全部門（Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority, VWA）等所監督的條件，而這些條件可以由價值鏈上的領導廠商透過增加管控與影響所克服。

在咖啡價值鏈上，與初級生產階段所面臨的提高生產力與高投入因素等問題相反的是，上述議題如無法與產銷履歷追溯性與食品安全規定相對應，都將會讓產品出口到關鍵市場時因為無法滿足相關的條件，而產生進入障礙。

陸、越南認證咖啡與現況—以 Kontam 省為例

越南在認證咖啡的發展上，比起該國在國際咖啡領域的涉入方面要深入得多。近年來，有許多小規模的咖啡農場加入並參與認證的程序，例如UTZ認證(企業永續經營、具社會責任、遵行優良農業規範及具備可追溯性的供應鏈認證)、Fairtrade認證(公平貿易認證)、4C(common code of coffee community)聯合會、雨林聯盟（Rainforest Alliance）等，除了UTZ認證體系已經在越南施行以外，其他的認證體系目前仍處於拓展的實驗階段。

1. UTZ 認證

2001年年底，UTZ認證體系被引入越南的Daklak省，並開始在咖啡生產上實施，由於進入時間早，UTZ認證也是越南最大規模生產的體系。據該組織的年報資料，2008年由UTZ認證的總咖啡產量為14,628公噸，較2007年的6,146公噸成長了238%。這個生產量約佔世界總認證量的18.9%，而UTZ認證也對於加工認證咖啡的公司與企業進行認證。

經過UTZ認證的咖啡，可以在買家與賣家之間取得一個協商價格，而能使認證豆每公噸價格較市場價格高60元美金。當然此一獎勵金主要還是視咖啡豆的品質而定。然而，相較於其他國家，越南的獎勵金上升相當緩慢，主要原因還是因為大部分的越南咖啡是Robusta種的乾燥豆子，品質並不太理想所致。

2009年起，UTZ認證開始透過合作契約，針對認證合作團體內的小規模農場實施檢查，這些農場必須在合作社的供應鏈中提供咖啡，對於無法取得穩定且高品質咖啡豆供應的加工商而言是個好消息。因此，UTZ認證被視為一公正的第三方，針對生產操作與農場操作的訓練、履歷系統的設立、取得認證所需檢查的花費支出以及獎勵金的實施等事項進行調查，並已取得顯著的效果。

2. Fairtrade 認證

Fairtrade體系在Daklak省的啟動，是源自於2008年年中透過Dakman公司的研究計畫。透過計畫在CuM'Nga區的Cudliemnonng與Eakiet二個社區中，包括137位農民在230公頃農地上所開始。2009年，二個農民團體均符合認證方案的要求，而得到Fairtrade的認證。

Fairtrade透過給農民的差別價格是整個方案的核心，所有購買價必須不低於Fairtrade透過其國際公司FLO(price varies by coffee type and origin,視品種與來源不同)所設定的最低價。如果市價高於Fairtrade的最低價，買家應該以市價付款，並且還要付一項社會獎勵金以作為福利基金與社區發展的用途。

3. 雨林聯盟認證 (Rainforest Alliance)

在Daklak省，雨林聯盟如Fairtrade一般也是在2008年經由Dakman公司的計畫，在CuM'Nga區另外二個不同的社區，Eatar與Quangphu的實施而展開，當時有300戶農家500公頃農地加入此一計畫。2009年，二個農場組織均滿足認證計畫的要求，通過Fairtrade認證，並推展到Hoadong與Eatu等另外二個社區，共有560位農民550公頃土地參加。

4. 咖啡社區的通用代碼(Common Code)

2003年設立後，Daklak區域的4C通用代碼逐漸受到歡迎。2007年4C聯合會在越南生產的咖啡逐漸出現在國際市場，在2008年年底已經有13個4C聯合會的機構位於Daklak的Gialai與Lamdong地區。根據4C聯合會業務代表表示，截至2013年3月為止，越南境內共有57個單位擁有4C聯合會所頒發的執照。總共有124,152公頃，由73,815位農民生產438,014公噸的認證咖啡豆，其中Daklak與Lamdong兩省為越南主要的認證咖啡產地，由於各認證體系的種植區域多有重疊，因此要分離計算其區域的產量，其實並不容易。

柒、越南咖啡產業發展的挑戰

整個咖啡產業，若要達到持續成長，需要來自政府、相關機構以及價值鏈的利益者及時有效率的行動。

這意味著不只是農民與出口商之間需要更好的整合以及長遠持續合作關係，在咖啡價值鏈中的角色以及企業援助組織之間也一樣，可透過咖啡農民的能力以及功能來達成，藉由橫向組織農民或是增加農民與加工業者之間的正式關係，鼓勵更多的加工業者投資於咖啡農場。

政府政策的作用是對抗具挑戰性的問題，並為業界統籌領導，全球市場上更激烈的競爭，意味著河內(Hanoi)的中央政府將需更新其重點，於咖啡價值鏈中的各個角色塑造更穩固的連結，並推動更進一步投資所需，充分利用永續生產咖啡的產量，以確保產業的美好未來。

國家政府、咖啡研究機構、越南咖啡可可協會(Vietnam Coffee and Cocoa Association, VICOFA)、國際及當地出口商以及非營利組織間的合作是相當重要的，透過持續團結努力、共享知識以及攜手提升農民能力與培訓，已經被證明是成功的必

備條件。此法已被證明是有效的，因此，公營部門和私營部門必須更要密切合作，這將是唯一擴大永續生產咖啡產量並能確保業界未來的辦法。

捌、結論與政策建議

在未來幾年，隨著人口以每年一百萬人的速率持續成長，競爭日益激烈以及快速成長的市場讓越南人民口味變得更難捉摸，該國咖啡產業有望於茁壯成長。消費者和來自當地或是國際業者的貿易程度，彼此與日俱增的商業活動是另外一個加速產業成長的因素。

近年來，由於消費咖啡人口遽增，引發咖啡豆的強烈需求，而且有耕種歷史的越南，在此波市場的發展中，得以異軍突起，成為代表亞洲足以與其他大陸咖啡分庭抗禮的另一種選擇。本文藉由現階段越南咖啡產業的供應鏈架構與相關產品認證的現況介紹，說明政府與國外企業如何在國外貿易與國內消費中取得平衡。同時，透過快速成長市場的優勢，在國際企業要求開放市場的壓力下，協助國內產銷業者與生產者透過銷售權與國際認證體系、地方政府的參與建立質量中心、對投入因素與銷售條件的管理，降低國外企業為求產量而對環境的壓力，以及控制市場對農民不公平的訂價。此外也透過認證做為商標，降低國際消費者對於原豆產地的品質關切，轉而為對健康安全產品的信任，這個策略值得相關單位在扶植特色農產業時之參考。

玖、參考文獻

Ipsos Business Consulting, 2013, Vietnam's Coffee Industry,

<http://www.ipsosconsulting.com/pdf/Ipsos-Research-Note-Vietnam-Coffee.pdf> 2014
年7月1日。

阮氏明琪，2014，咖啡標章對小農所得之影響-以越南達哈地區為例，國立屏東科技大學熱帶農業季國際合作系碩士論文初稿，國立屏東科技大學。