

澳洲有機產品產業現況

楊奕農

摘要：澳洲在 20 世紀中葉，自歐洲引進有機栽培技術以來，有機農產品日益受到消費者的歡迎。澳洲農林部認為，不管澳洲國內或者海外，由於消費者對食品的生產地與生產方式的興趣和注意力都不斷地提升，伴隨著消費者對健康飲食日漸重視的趨勢，有助於有機產品消費市場之成長。

澳洲有機農產品的認證體系始於 1992 年，權責單位是澳洲檢疫與檢驗局，該局目前與 6 所民間機構和 1 個地方政府合作進行有機農產品之認證。近來 AQIS 另外制定了「澳洲政府認證」標章，以加強消費者對於有機產品之消費信心。

在 2003 年，澳洲經過認證的有機農場共有 1511 處，有機農產品產值據估計已達 120-140 百萬澳幣，有機農場數之成長每年約有 20-30%。目前澳洲有機農產的生產面積，佔澳洲農業生產面積之 1.7%。該國有機產品之主要項目為水果、堅果、蔬菜、牛肉和穀類。

澳洲農林部於 2003-2004 年的有機農產品研究調查中發現，澳洲有機農產品的價格，平均而言高於一般產品約有 80% 之正價差 (price premium)。若以主要產品類別來看，有機肉類產品在澳洲各地區的正價差介於 19%~92% 之間，蔬菜和水果則介於 24%~91% 之間，乳製品之正價差 44%~120% 之間。而澳洲有機產品的銷售通路，在超市販售之比例約佔 42%，在有機產品專賣店販售之比例則佔約 29%。

在出口方面，澳洲有機產品的出口主力項目前三名是穀類、加工品和果汁飲料，其次是肉類和酒，主要出口地區為日本、歐洲 (包含英國、法國、瑞士、比利時、德國、義大利、荷蘭等) 和美國。

關鍵字：有機產品 (organic products)、有機產品認證 (organic produce certification)

一、前言

澳洲在 20 世紀中葉，自歐洲引進有機栽培技術以來，有機農產品日益受到消費者的歡迎。1970-1980 年代，有機農產品多半是經由健康食品專賣店販售，但在 1990 年代，有機農產品的銷售通路已經逐漸擴散到大型超市，並且開始創造了出口至海外市場之契機。

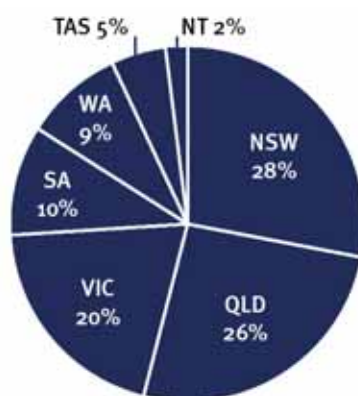
澳洲農林部認為所謂有機農業，係指在不用人工合成之肥料與化學物質的情況下所生產出之農產品，並且在生產過程中，強調資源再利用、節省能源及環境保育。

澳洲有機農產品的認證體系始於 1992 年，權責單位是澳洲檢疫與檢驗局 (Australian Quarantine and Inspection Service, AQIS)，該局目前與 7 個機構 (6 所民間機構和 1 個地方政府) 合作進行有機農產品之認證。¹ 這些認證機構除了擁有自己的有機產品標章之外，近來AQIS另外制定了「澳洲政府認證」(Australian Government Certified) 標章，以加強消費者對於有機產品之消費信心。

二、 澳洲有機產業生產現況

在 2003 年，澳洲經過認證的有機農場共有 1511 處，據統計顯示，有機農場數之成長，每年約有 20-30% 的業者加入生產。而目前這些有機農場的分佈，大約有 1/3 是位於新南威爾斯，26%位於昆士蘭，20%位於維多利亞；而西澳與南澳則分佔 9% 和 10% (見圖 1)。一般來說，澳洲有機農場同時生產多種有機農產品在實務上是很常見的現象。從此次澳洲的調查中顯示，有機穀類和有機羊毛的組合，或者是有機蔬菜和有機水果的組合都是常見的組合。但是，有機的牛乳、糖，以及咖啡和茶的業者則多傾向獨自生產。

目前澳洲有機農產的生產面積約為 790 萬公頃，佔澳洲農業生產面積之 1.7%。有機產品之主要項目為水果、堅果、蔬菜、牛肉和穀類 (見圖 2)。2003 年之有機農產品產值據估計約為 120-140 百萬澳幣。若以產品項目的產值大小來看，其前四大項中，有機牛肉之產值最大，約為 5200 萬澳幣，其次為蔬菜類 (約 2400 萬澳幣)、水果與堅果 (2100 澳幣)、穀類 (1700 萬澳幣) (見表 1)。



¹ 這些機構包含：Australian Certified Organic (<http://australianorganic.com.au>)、Bio-Dynamic Research Institute (Demeter)、National Association for Sustainable Agriculture Australia (<http://www.nasaa.com.au>)、Organic Food Chain (<http://www.organicfoodchain.com.au>)、Organic Growers of Australia (<http://www.organicgrowers.org.au>)、Safe Food Production Queensland (<http://www.safefood.qld.gov.au>)、Tasmanian Organic-Dynamic Producers (<http://top.org.au>)。

圖 1. 澳洲有機農場分佈圖 (2003 年)



圖 2. 澳洲有機產品生產之農場比例 (以項目別區分，2003 年)

表 1. 澳洲經認證有機農產品各項目之產值估計 (2003 年)。

產品項目	產值 (澳幣)
牛肉	52,349,101
蔬菜	24,384,964
水果和堅果	21,373,875
穀類	17,565,525
牛乳	7,410,000
羊	2,915,387
蛋類	795,755
豬	745,750
家禽類	353,337
合計	127,893,694

若以各地區的有機農產品產值來看，則前 5 名分別為昆士蘭、維多利亞、新南威爾斯、南澳、和西澳，其中昆士蘭的產值在 2003 年估計已約達 6 千萬澳幣，是第 2 名和第 3 名的維多利亞和新南威爾斯兩地產值之總和。維多利亞和新南威爾斯兩地之有機農產品產值則分別達 3200 萬與 2800 萬澳幣 (見表 2)。

表 2. 澳洲各地區有機農產品之產值估計 (2003 年)。

地區	產值 (澳幣)
昆士蘭	59,314,339
維多利亞	32,415,970
新南威爾斯	28,836,545
南澳	11,893,084
西澳	6,236,720

塔斯梅尼亞	1,890,616
北領地	82,320

一般咸認從事有機農產品生產的方式多是兼業或者基於興趣，但澳洲的調查卻顯示，澳洲的有機農產品生產者中，有高達 77% 的農民表示有機農產品生產是他們主要的工作；受訪業者之平均年齡約為 51 歲。而且其中有 1/3 的業者擁有大學或更高的學歷。且其中高達 40% 的業者之前並沒有從事農業生產的家庭背景；另外，該次調查亦顯示，回應問卷者有四分之一是女性。

在有機農產品的生產成本方面，大部分澳洲有機農產品業者都同意有機農產品的生產報酬高於成本，而且多數業者並不認為其投入成本高於傳統的農產品生產方式。約有 60% 的受訪有機農產品業者是從傳統的生產方式轉型到有機方式生產。有趣的是，大部份有機畜產品的業者是由傳統的生產方式轉型而來，而有機水果和蔬菜的生產者，則約有一半是一開始就直接投入有機生產的行列；至於澳洲較新興之有機產品，例如咖啡和茶的生產者，則大部分都是直接以有機生產的方式種植作物。

三、 澳洲有機農產品之加工現況

多數澳洲的有機農產品是在農場內加工，加工後的產品有的是直接在農場內所經營的專營店販售，也有的是透過銷售管道銷往特定市場。在澳洲，這些典型在農場內加工的有機產品包含優格、起士、蜂蜜、橄欖油、酒類、巧克力堅果、蜜餞、果汁與蔬菜。而送往食品加工廠的主要產品則包含製成早餐穀片、麵條類、麵粉、漢堡、乳製品、果醬、果汁與沙拉醬等等。

大體上來說，澳洲認目前該國有機農產品的原物料之銷售情況還算不錯，除了季節性生產因素所造成的情形外，最終有機食品在市場上的需求仍然是大於供給。澳洲有機食品加工業者表示，澳洲有機食品市場的成長限制，不在於消費，而在供應鏈的結構上，主要的原因是有機食品加工所需的原料供應、價格和品質皆不穩定、這使得業者在有機食品上產品研發、品牌建立、加工技術等方面的投資都有所疑慮。

在加工的成本方面，澳洲的業者表示有機食品在加工時，因為必需和一般食品加工的程序完全分開，所以會有額外的前置成本，此外則與一般食品加工的成本相當；在運輸與處理的成本上則略高於一般食品，主要是由於有機食品的加工量少，所以並沒有足夠的經濟規模得以降低成本。

值得注意的是，澳洲在此次的調查中發現，在澳洲有機食品的供應鏈中，

已有加工業者、或者是大盤商與經銷商開始扮演協助有機農產品的生產者進行計畫生產的工作。例如在水果與蔬菜的部份，有的加工業者會主動提供生產者有關市場需求之訊息，讓生產者知道應該生產哪些種類的產品，有的甚至會提供生產技術之研究成果以協助生產者。在有機肉品方面，則有加工業者提供價格誘因引導生產者成為有機農產品的供應來源，並協助生產者建立庫存管理與追蹤機制，以穩定供貨來源與市場價格。

四、 澳洲有機農產品消費市場現況

一般咸認有機產品的售價，應該會高於同類的傳統產品。澳洲農林部於2003-2004年的有機農產品研究中，在位於6個主要城市，超過70家的有機食品專賣店的樣本調查中發現，澳洲有機農產品的價格，平均而言高於一般產品約有80%之正價差 (price premium)，如表3所示。其中，價差超過100%的項目包括義大利麵、硬起士、Extra Virgin 橄欖油、牛絞肉、早餐穀類片、全麥麵粉、豆類、綠皮胡瓜、牛後腿肉、胡蘿蔔等。

表3. 澳洲各有機農產品正價差 (price premium) 之平均比率(2004年)。

產品項目	百分比 (%)	產品項目	百分比 (%)
義大利麵	287	蕃茄	64
硬起士	178	甜蕃茄	61
Extra Virgin 橄欖油	158	軟起士	51
牛絞肉	152	萵苣	46
早餐穀類片	141	羊肉塊	44
全麥麵粉	129	雞蛋	41
豆類	120	脫殼燕麥	40
綠皮胡瓜	119	全脂鮮乳	35
牛後腿肉	103	水果優格	34
胡蘿蔔	100	瓶裝嬰兒食品	32
豬肉片	94	蘋果	31
南瓜	93	全麥麵包	29
紅洋蔥	77	天然優格	23
白麵粉	76	豬絞肉	20
全雞 (烤雞用)	73	柳橙	17
馬鈴薯 (未洗)	66	全麥小餅乾	11
平均價差			80

資料來源: AFFA (2004a)。

若以主要產品類別來看，有機肉類產品在澳洲各地區的正價差介於19%～92%之間，蔬菜和水果則介於24%～91%之間，乳製品之正價差44%～120%之間 (參見表4)。從表中亦可發現，不同產品在不同地區的正價差趨勢並不相同，

例如維多利亞有機肉類產品的正價差最高，高達 92%，而在昆士蘭正價差最高者就不是有機肉類產品（只有 56%），反而乳製品和蔬果類的正價差都高達 90% 以上。

若以地區來看，有機產品平均正價差較高的前三名地區則是維多利亞、昆士蘭和西澳。其中最高者是維多利亞地區，其所有有機產品平均正價差高達 115%，相較於平均正價差最低的新南威爾斯（只有 56%），平均正價差竟可高達一倍。

再以有機產品的銷售通路來看，澳洲有機產品在超市販售之比例約佔 42%，在有機產品專賣店販售之比例則佔約 29%，其餘的銷售方式包含直接向農民（約佔 16%）、小販購買、或是在餐飲店消費。

值得注意的是，澳洲有機產品在超市販售之正價差，並不見得一定高於或低於一般的零售通路。例如從表 5 可以看出，在維多利亞、西澳及新南威爾斯地區，有機產品在零售通路販售之正價差，高於在超市販售之正價差；而在昆士蘭、塔斯梅尼亞和南澳，有機產品在超市販售之正價差，卻是高於在一般零售通路販售之正價差。

表 4. 澳洲各類有機農產品正價差 (price premium) 之平均比率 (2004 年)。

產品別	南澳	西澳	昆士蘭	塔斯梅尼亞	維多利亞	新南威爾斯
肉類	33	19	56	N/A	92	65
蔬菜與水果	76	88	91	24	68	53
乳製品	48	44	98	122	59	57
平均 (含其它產品)	64	90	99	83	115	56

資料來源: AFFA (2004a)。

表 5. 澳洲有機農產品不同銷售通路之正價差之平均比率 (2004 年)。

通路別	南澳	西澳	昆士蘭	塔斯梅尼亞	維多利亞	新南威爾斯
超市	87	75	102	112	56	48
其它零售店	52	92	94	79	122	64

資料來源: AFFA (2004a)。

澳洲農林部的研究報告指出，有機農產品相對於傳統生產的同類產品有高正價差的因素有二，一是由於有機產品是比較勞動密集的生產，另一則是來自於消費者的信心，因為他們發現，在澳洲所得較高，或者生活品質較高的地區，有

機農產品的銷售管道較為普遍，而在這些地區的有機產品正價差也比較高。

澳洲農林部的研究報告引用在 2000-2001 年另一個研究的問卷調查結果，顯示澳洲仍有 28% 的受訪者不願意對有機農產品支付較高的價格來消費。這或許顯示澳洲的民眾對有機農產品的消費仍存有部份疑慮。

在出口方面，澳洲有機產品的出口主力項目前三名是穀類、加工品和果汁飲料，其次是肉類和酒。而在 1999 年時的出口數量仍很少，僅約 774 公噸左右，之後出口量呈直線成長，到 2001 年時達到最高峰，約有 37470 公噸之多。不過隨後因國際經濟景氣之影響，有機產品的出口量在 2002 年衰退到 16196 公噸，2003 年則只剩 4089 公噸。這顯示有機產品的海外消費市場受經濟景氣影響頗深。

圖 3 則顯示澳洲有機產品的主要出口地區為日本、歐洲 (包含英國、法國、瑞士、比利時、德國、義大利、荷蘭等)和美國。值得注意的是，以 2003 年的出口資料來看，日本對澳洲有機產品的進口需求是最多的，較英、法等地區對澳洲有機產品的進口需求高出許多倍。這似乎顯示日本這個市場對有機產品的接受度相當不錯。

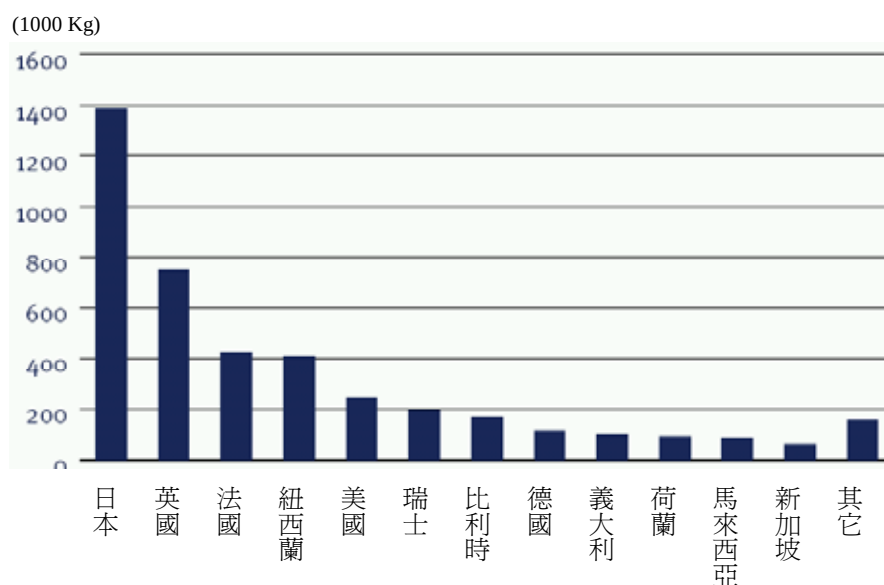


圖 3. 澳洲有機產品之主要出口地區與出口量 (2003 年)。

五、 小結

澳洲農林部認為，不管澳洲國內或者海外，消費者對食品的生產地與生產方式的興趣和注意力都不斷地提升，伴隨著消費者對健康飲食日漸重視的趨勢，有助於有機產品消費市場之成長。特別是經由特定機構認證過的有機產品，從研

究調查的資料顯示，相較於同類產品的市價，似乎有一定程度的正價差。不論對澳洲本國市場或者是經濟發展較早、所得較高的海外市場來看，有機產品的市場成長或許是另一個值得注意的發展。

參考文獻

AFFA (2004a) "The Australian Organic Industry: A Summary."

http://www.daff.gov.au/corporate_docs/publications/pdf/food/australian_organic_industry_summary.pdf

Halpin, D. (2004) "The Australian Organic Industry: A Profile."

http://www.daff.gov.au/corporate_docs/publications/pdf/food/aust_organic_industry_full_report.pdf