



照7-1：洋蔥（林伊辰攝）  
資料說明：車城、恆春一帶，在洋蔥產期隨處可見商家販售。

近年由於洋蔥的產銷出現微妙的變化。一方面由於臺灣各項成本高漲，導致日商減少最終停止對臺灣的採購，甚至必須進口洋蔥以填補國內需求。另一方面，洋蔥成為車城、恆春地區的特色產業，臺灣消費者也認同車城、恆春地區洋蔥的品質，而地方農會也開發出許多洋蔥加工產品，成為恆春地方特色產業。從下圖中可以看出，洋蔥產量並沒有明顯的消長，而是個年間隨著氣候以及各種因素波動。根據調查，洋蔥的主要產銷體系包括1.結合地方產業辦理洋蔥文化配銷活動，約佔26.6%。2.銷售果菜市場體系，佔總產量20%。3.自產自銷，直接售予團膳機構，約佔25%。4.盛產期時直接供應給在地零售商，約佔22.4%。<sup>190</sup>可以看出洋蔥的通路呈現出相當多元的型態，農會對產銷已經不具壟斷作用。

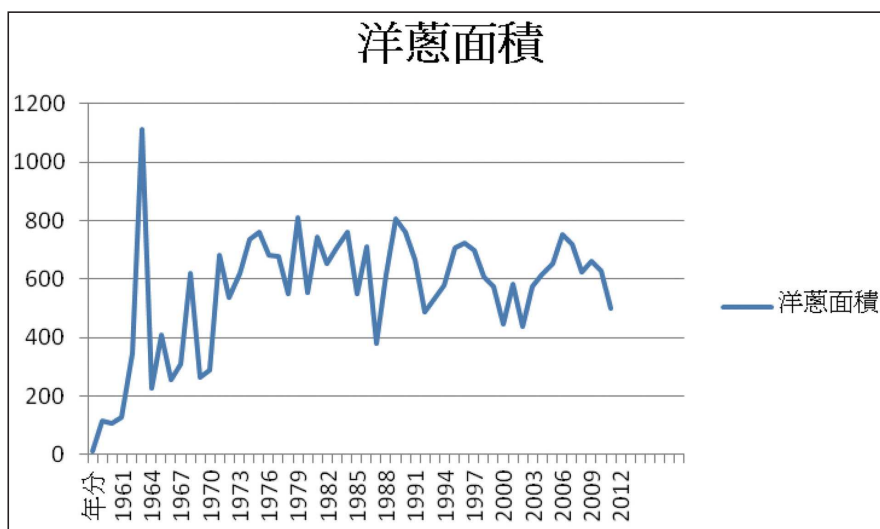


圖7-7：屏東洋蔥栽種面積圖  
資料來源：台灣農業年報（1970-1999）以及農業統計年報（1999-2012）

<sup>190</sup> 韓麗華，〈洋蔥配銷通路策略之研究-以恆春地區生產者為例〉，〈屏東：屏東科技大學，農業企業管理學系碩士論文，2008〉。