



「洋果子」是由和新生鮮直營的新鮮水果通路平台，去年成立實體店面，作為北台灣冷鏈中心。



和新生鮮推出的櫻桃禮盒，包裝設計非常 Pinky。

## 世界水果專家 洋果子 Sweet Seasons 免出國 即刻品嚐全球新鮮水果

文／洪詩茵 攝影／陳建宏 部分圖片／和新生鮮

走進大安森林公園附近的小巷弄中，一個純白低調、署名「洋果子」的店面躍然眼前，乍看之下，會讓人以為是日式甜點店，走近一看～「世界水果專家」，會發現是鮮果專賣店，提供來自全球各地的優質新鮮水果，乾淨清新的裝潢，帶出一種高級質感，也畫出與一般傳統水果行的分水嶺。

「洋果子」是由全台前三大專業水果貿易商「和新生鮮」直營的新鮮水果通路平台，全程由數十年經驗的資深選果團隊負責，進行嚴格品管分級、分庫冷藏運送，主要代理全球各產區知名水果品牌，包括：美國、紐西蘭、澳洲、智利、祕魯、義大利、日本、韓國、泰國等水果產地，與各地果園建立長期合作關係；同時，其在紐西蘭與義大利，更擁有自己的果園，從種植開始把關。其實體店面去年（2023）10月正式開幕，配備有北台灣最專業先進的鮮果冷藏設備，確保「洋果子」供應的進口水果，每一口都像新鮮現採，品質穩定、安全有保障。

### 貿易商直營 新鮮水果通路平台

和新生鮮的創辦人紀奕成先生，為台大農經系畢業，有別其他年輕人畢業即失業的擔憂，紀先生學生時期就積極參加演講與座談會，與相關企業與廠商都有接觸，畢業後即被網羅進一家傳統水果貿易商工作（和新生鮮前身）。他坦言，前老闆聘請他的時候，就有交棒的計畫，「水果貿易的本質是期貨交易，而且是一定要平倉的期貨生



和新生鮮創辦人紀奕成先生分享「洋果子」成立的起心動念。

## 和新生鮮精選全球各產區明星水果，邀您品嚐當季最新鮮的水果風味！



意，因為水果到期一定會壞，風險非常高！其成敗取決於決策者對農產品行情的判斷、對市場需求的嗅覺，包括對生產、對品牌、對供給、對需求…等層面的判斷，供需判斷的準確度越高成功機率就越高，收益高低取決於決策者的每一個判斷。如果沒有相關知識背景的人接手，獲利可能會是天差地遠。」

2014年，紀先生偕同幾位股東接手創業，並成立和新生鮮，當時員工大約15位，身為主要決策者的紀先生，承擔著和新生鮮的成與敗，他透露自己的閱讀量非常龐大，需要廣泛且深入地涉略各產地第一手的天氣狀態、生產、品種、產量…等資訊，還包括傳統市場、超市、量販店、便利商店等型態的通路消息，資訊量越龐大越有助於精準判斷。過去的和新生鮮是傳統水果進口貿易商，主要只做進口業務，紀先生接手之後，專注本業之餘，更著手拓展三大面向的業務，包括：一、拓展出口業務；二、拓展超商通路與直營電商通路；三、拓展海外市場，與香港最大進口商合資成立子公司，進口國外水果至多國市場。

上述三大業務層面的拓展，主要在經營通路、發

展品牌，從理解供應、理解需求，到增加需求、增加供應，以推動公司業績的攀升。

和新生鮮一直致力於增加需求、強化服務，包括創立新鮮水果通路平台「洋果子」，並成立實體店面，線上、線下全面整合，建置北台灣最先進的冷藏設備，確保水果的新鮮度；並且舉辦各式各樣的行銷、試吃活動，例如在大賣場、超級市場舉辦行銷活動、在天母棒球場舉辦紐西蘭蘋果行銷活動…等，藉此達到增加需求的目標，當需求增加、供應自然隨之增加。面對競爭激烈的市場，和新生鮮選擇多走一步、多做一點，不只是理解需求，更進一步直面消費者，帶動消費者的「需求」。

### 鎖定全球品牌水果 品質新鮮有保證

「全世界的果園，就像你家後山果園」是「洋果子」致力打造的品牌印象，主力提供全球各產區知名品牌水果的進口與團購服務，包括：紐西蘭 Envy 愛妃蘋果、Dazzle 蘋果、紐西蘭 Blue Royal 藍莓、美國 Family Tree 水蜜桃、日本青森蘋果、泰國易開香水椰青…等；同時，其在紐西蘭與義大利，更擁有自己的櫻桃、奇異果果園，進行獨家品種的



研究與培育，紐西蘭南島自營櫻桃園即種植高品質 Dunstan Hills 櫻桃。

「洋果子」所有選果分級與品檢過程，均由數十年水果專業經驗團隊主導，透過契作果園與自營農場第一手掌握全球各產區知名水果品牌，水果採摘下來立即冷藏運送抵台，依照水果特性分庫冷藏，冷鏈完整不間斷，確保進口水果的新鮮度，貨源充足、品質穩定有保證！

紀先生對水果產業生態持續研究，一直致力於導入新觀念、新創意、新產品，包括早前出現在市場上、完全顛覆水果包裝思維的管裝蘋果，就是由和新生鮮創新引入，他指出：「這其實是一種品牌包裝的概念，強化消費者對水果的品牌印象，從生產、包裝、行銷、銷售…一條龍思考，為品牌水果打開知名度，進而帶動銷售，這是我們一直在做的事，成為亞洲最受信賴的水果貿易夥伴，是我們對自己的期許！」

## 拓展農業視野 讓世界看見台灣水果

堪為年輕創業者表率的紀先生坦言，台大農經系畢業的同學中，至今仍留在農產品業的只剩下二、三位，他一直覺得非常可惜，所謂「農業」，不一定是

要被幫助、扶植的角色，農業是透過種植來獲利的行業。由於農業的競爭力與重要性一直被大家忽略，這反而成為一個機會，最容易從中找到成功的路徑，或許比投身金融業更有機會脫穎而出。而且，「這個行業接觸的都是一些風光明媚的地方，是一份非常美好的事業！」

經營水果貿易多年，接觸國外品牌水果，看見國外農產品的「智慧財產權」，紀先生感觸頗深，「台灣自詡為水果王國，風味、甜度備受稱許，但就我看來，台灣農業的體質非常孱弱。怎麼說呢？當其他世界水果都在走出國際，台灣的水果卻走不出去，最遠只能外銷到香港、

大陸等地，究其根本原因在於，台灣農產品的風味雖好，卻保鮮期短、穩定性差，沒有足夠的產業規模及強韌的供應鏈。如果要為農產品申請智慧財產權，導入品牌，農產品的品質、產量與價格（2Q1C）必須要穩定，例如：甜度、風味、規格等等。但是當前台灣農業並沒有導入具規模且建立 SOP 的控管流程，水果保鮮期短、穩定性不佳、價格浮動大，這些都是水果品牌化必須克服的問題，只有解決這些內部問題，台灣農產品才有機會發展品牌、走出國際。」

「讓台灣水果走出國際」是紀先生從業的最終夢想。這些年來，他始終致力於推動產學合作，希望推動台灣農業走上正確的道路，讓世界看見台灣在水果產業的影響力，雖然踏出的每一步都很艱難，但他始終堅持前行！🍌

- ◆「洋果子」FB 粉絲專頁：  
<http://www.sweetseasons.tw>
- ◆「洋果子」線上商店：  
<https://www.facebook.com/swtsss.fruits>
- ◆「洋果子」實體店面：  
台北市大安區建國南路二段 11 巷 39 號