

臺中市政府公務出國或赴大陸地區報告提要

類別：其他

出國報告提要名稱：114年度赴馬來西亞行銷臺中市椪柑及赴新加坡視察椪柑消費市場 含附件： <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
出國計畫主辦機關：臺中市政府農業局 聯絡人：陳明禧 電話：04-22289111 分機：56519	
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱 黃玉君/臺中市政府農業局/農地利用管理科/科長 陳明禧/臺中市政府農業局/運銷加工科/科員	
出國類別：其他 <input type="checkbox"/> 國際會議 <input type="checkbox"/> 業務接洽 <input type="checkbox"/> 洽展 <input type="checkbox"/> 表演 <input type="checkbox"/> 比賽 <input type="checkbox"/> 擔任裁判 <input type="checkbox"/> 海外檢測 <input checked="" type="checkbox"/> 行銷農特產品	
出國期間：114年1月8日至114年1月13日	出國地區：馬來西亞、新加坡
報告日期：114年2月27日（填寫一級機關首長核定日）	
[內容應包含目的、過程、心得、建議。（各機關可依需要自行增加項目）]	
<p>摘要：</p> <p>椪柑為臺中市重要水果產業之一，也是主要外銷果品品項。臺中市椪柑產期為每年11月至翌年2月，種植面積1,388公頃，年產量約2萬5,045公噸，以東勢、石岡、豐原、后里、新社及北屯為主要產區。因臺中雨量充沛、土壤及氣候環境適合柑橘類果樹生長，所生產的椪柑果皮色澤亮麗、果實外型飽滿、果肉多汁且酸甜比適中，營養價值豐富，加以其具有大吉大利之涵義，故於國際間深受華人喜愛，常作為年節送禮首要選擇，而華人眾多的東南亞國家也因此成為臺中市椪柑主要外銷國家。為協助臺中柑橘產業發展，本府常年輔導產區農會外銷椪柑至東南亞國家，並配合辦理國外行銷活動，提升國際市場能見度，同時輔導產區農會於椪柑禮盒上印製「臺中市政府農業局優質農特產品商標」及張貼防偽標籤，透過嚴格把關篩選，強化品牌識別度，讓消費者安心購買。本次透過海運方式外銷15公噸的椪柑至馬來西亞，並於當地辦理「2025年臺中椪柑行銷馬來西亞上市推介會」，藉以強化本市農特產品品牌曝光度，穩定國際市場通路；另亦外銷230公噸的椪柑至新加坡，並藉此次機會至新加坡超市通路視察，了解當地市場現況，期許未來能逐步擴大外銷量能，拓展國際市場，提升本市農民收益。</p>	
<p>目的：</p> <p>為穩定本市椪柑國際市場通路，本局持續輔導產區農會外銷椪柑至馬來西亞及新加坡等東南亞國家，並於椪柑禮盒上印製「臺中市政府農業局優質農特產品商標」及張貼防偽標籤，強化品牌識別度，同時配合辦理相關國外行銷活動，提升整體形象與曝光度。本次擇定於馬來西亞辦理椪柑上市推介會，該國人口成長快速，商業經濟活動多集中在馬來半島西海岸地區，並以首都吉隆坡和檳城為其經濟、文化和政治中心，本次於首都吉隆坡辦理椪柑上市推介會，透過媒體宣傳將本市優質椪柑推薦給當地民眾，也與「RT Pastry雅特烘焙」合作推出限量椪柑麵包，及與網紅「阿鴻廚房」合作，結合當地食材，推出椪柑如意雞料理，讓國外民眾體驗椪柑的多元美味，更期盼透過此次行銷活動，穩固國際市場，並觸及更多元的國際消費客群，逐步拓展銷售通路，支持柑橘產業發展。</p>	

過程：

第一天 1月8日(星期三)

搭乘長榮航空，上午7時自桃園國際機場起飛，上午11時45分降落於馬來西亞吉隆坡國際機場，飛行時間4小時45分，抵達吉隆坡後，住宿於馬來西亞萬豪酒店。

下午3時參訪吉隆坡當地傳統批發市場，貿易商凱勝股份有限公司亦於該市場內設置有銷售門市，批發市場上除本市椪柑禮盒，大多為中國柑橘，包裝規格多樣，有禮盒、箱裝及袋裝，柑橘種類包含蘆柑、果凍橙(愛媛38號)、春見柑橘(耙耙柑)、紅美人(愛媛果試第28號)、沃柑、砂糖橘、金桔等，經了解，現場進貨量以中國蘆柑為大宗，不同的柑橘產品均有其消費客群，且中國已開始推出無籽柑橘品種(沃柑、紅美人等)，具市場特色。

下午4時拜會凱勝股份有限公司，凱勝公司轄下包含Star Grocer及Whole Foods 2家超市，目前各有10家分店，其中Star Grocer店面較大，規模約6~8個店鋪面積，類似臺灣的全聯或量販店，客群為中高端消費族群；另Whole Foods店面規模約2個店鋪面積，屬於小型社區超市。凱勝公司執行長曾翠霞(Edmanda Chang)於會談中表示，本市椪柑品質優良，深受馬來西亞華人喜愛，期許未來能繼續合作，本局亦極力推薦本市茂谷柑，建議其114年春季繼續進口本市茂谷柑，供當地民眾選購。

另針對113年度馬來西亞衛生部公告將柑橘列為第五級嚴格檢疫品項，輸入至馬來西亞之柑橘需於當地經逐櫃檢驗農藥殘留量，合格後始得放行，曾執行長表示，該公告對馬來西亞柑橘市場為全面性之影響，貿易商考量檢驗期間柑橘儲放及保鮮等問題，為降低風險，便減少自各國輸入馬來西亞之柑橘貨量，其中市占率最高之中國柑橘，輸入量便減少3成之多，後續仍須密切注意該公告對當地柑橘市場之影響。

第二天 1月9日(星期四)

上午10時拜會駐馬來西亞台北經濟文化辦事處經濟組，由章遠智組長及章凱婷秘書接待，本局黃玉君科長與章組長針對本市農產品外銷馬來西亞等議題交換意見，並邀請章組長團隊出席下午「2025年臺中椪柑行銷馬來西亞上市推介會」。

章組長分享馬來西亞國家人口種族多樣，以馬來西亞人、華人及印度人為主，屬於中等收入國家，當地民眾具食用水果習慣，除當地自產水果外，亦大量進口他國水果，其中華人於農曆年節期間具送禮習慣，會特別選購臺灣水果禮盒，臺灣水果於當地具品牌識別度。本局表示，市府積極協助農民使用合格的農藥，提升食用安全性，讓各界享受臺灣優質水果。本次外銷至馬來西亞之椪柑獲全球優良農業規範(Global Gap)之認證，品質佳且符合馬國食品安全規範，係民眾佳節贈禮之優質選擇。

另本局亦向章組長請益，有關113年度本市椪柑外銷至馬來西亞，因遭遇該國將柑橘列為第五級嚴格檢疫品項，需逐櫃檢驗農藥殘留量，貿易商為降低銷售風險，遂減少出口至馬來西亞柑橘貨量，章組長表示，該狀況已近似貿易障礙，建議本局向農業部及經濟部國際貿易署反應此狀況，並請其協助於臺馬雙邊諮商會議中提案討論，另建議本局密切觀察114年春季外銷茂谷柑時是否遭遇類似狀況。

下午1時至Grand Imperial Restaurant辦理「2025年臺中椪柑行銷馬來西亞上市推介會」活動，包含本局科長黃玉君、駐馬來西亞台北經濟文化辦事處經濟組長章遠智、吉隆坡台灣貿易中心主任彭湘尹、石岡區農會主任廖廷堅、主任傅裕欽、馬來西亞台灣商會聯合總會副會長蔡欣恬、凱勝股份有限公司執行長陳忠慶及雅特烘焙董事經理呂建崑等人均到場參與，活動中除展示本市優質椪柑禮盒與鮮果，也安排臺商雅特烘焙(RT Pastry)展示椪柑麵包，並與馬國網紅「阿鴻廚房」合作，現場使用椪柑入菜，製作椪柑如意雞料理，期盼讓更多馬國民眾認識臺灣水果。

下午4時參訪凱勝公司所屬Star grocer超市，該分店營業規模約6~8家店鋪面積，類似臺灣

的全聯超市，店內販售生鮮蔬果、日用品及食品等，商品類別與臺灣相似，其中柑橘類產品部分，臺灣極柑禮盒為18粒裝(規格L，售價89.88令吉)，該店面亦銷售中國耙耙柑(2公斤裝，規格L，售價45.88令吉)、紅美人(2公斤裝，規格L，售價33.88令吉)、永春蘆柑(20粒裝，規格L，售價43.88令吉)及砂糖橘(800公克，袋裝，售價8.88令吉)等，種類多樣。

第三天 1月10日(星期五)

上午10時參訪位於谷中城花園廣場內的AEON Food Market，該超市位於當地複合式商場中，規模約6~8個店鋪面積，類似臺灣百貨公司內生鮮超市，店內販售生鮮蔬果、日用品及食品等，商品類別與臺灣相似，店內販售柑橘類產品以禮盒為主，臺灣極柑禮盒為16粒裝(規格M，售價65.88令吉)，另店內銷售多樣中國柑橘禮盒，包含紅美人(8粒裝，規格2XL，售價42.88令吉)、永春蘆柑(15粒裝，規格L，售價38.88令吉)、春見柑橘(6粒裝，規格3XL，售價57.88令吉)及帝王柑(1.8公斤裝，規格M，售價32.88令吉)等，其中以蘆柑數量最多，並具多樣款式及包裝。

上午11時50分搭乘馬來西亞航空，自吉隆坡國際機場起飛，12時50分降落新加坡樟宜機場，抵達新加坡後，住宿於新加坡茂昌閣瑞士酒店。

下午4時參訪NTUC FairPrice超市，FairPrice超市由新加坡全國職工總會(NTUC)成立的合作社經營，集團轄下擁有100多家超市及超過50家暢貨中心，是新加坡最大的連鎖超市。Fairprice超市依據店內銷售商品種類及規模與客群分為Fairprice shop(常規超市)、Fairprice Xtra(銷售多種類食品和家居用品)、Fairprice Xpress(通常與加油站相鄰，類似便利商店形式)以及Fairprice finest(提供較多進口產品)。

該分店為Fairprice shop，位於唐城坊購物中心內，規模較小，約3~4個店鋪面積，類似臺灣全聯超市，以販售生鮮蔬果及食品為主，店內柑橘產品以禮盒為主，其中有3種臺灣極柑禮盒，分別為4粒裝(規格XL，售價6.8新元)、12粒裝(規格L，售價12.8新元)及20粒裝(規格XL，售價35.8新元)，中國柑橘禮盒則以永春蘆柑(16粒裝，規格XL，售價21.8新元)、紅美人(6粒裝，規格L，售價11.8新元)及汕頭蕉柑(16粒裝，規格L，售價19.8新元)為大宗，另還有巴基斯坦蜜柑禮盒(36粒裝，規格L，售價18.8新元)，其中以蘆柑數量最多，並具多樣款式及包裝。

第四天 1月11日(星期六)

上午10時參訪勿洛區(東區)Fairprice finest超市，規模較小，約3個店鋪面積，以販售生鮮蔬果、食品及進口商品為主，店內柑橘產品以禮盒為主，其中有4種臺灣極柑禮盒，分別為4粒裝(規格XL，售價6.8新元)、12粒裝(規格L，售價12.8新元)、16粒裝(規格L，售價40.95新元)及20粒裝(規格XL，售價35.8新元)，中國柑橘禮盒則以永春蘆柑(16粒裝，規格XL，售價21.8新元)、紅美人(6粒裝，規格L，售價11.8新元)及汕頭蕉柑(16粒裝，規格L，售價19.8新元)為大宗，另還有巴基斯坦蜜柑禮盒(36粒裝，規格L，售價18.8新元)，其中以蘆柑數量最多，並具多樣款式及包裝。

下午2時參訪裕廊西區Fairprice finest超市，該分店規模約5~6個店鋪面積，以販售生鮮蔬果、食品及進口商品為主，店內柑橘產品以禮盒為主，其中有2種臺灣極柑禮盒，為12粒裝(規格L，售價12.8新元)及20粒裝(規格XL，售價35.8新元)，中國柑橘禮盒則以永春蘆柑(16粒裝，規格XL，售價21.8新元)、紅美人(6粒裝，規格L，售價11.8新元)及汕頭蕉柑(16粒裝，規格L，售價19.8新元)為大宗，另還有巴基斯坦蜜柑禮盒(36粒裝，規格L，售價18.8新元)，其中同樣以蘆柑數量最多，並具多樣款式及包裝。

下午4時參訪新加坡Cheers便利超商，Cheers目前在新加坡有160家分店，類似7-11經營模式，除銷售即時餐點、小包裝食品及日用品外，也提供提款、繳費及寄送包裹等多元服務，部分店面與Fairprice Xpress合作設置，另也開始拓展智慧無人商店服務。該店面位於新加坡捷運站內，僅一個店鋪面積，店內亦銷售柑橘禮盒，以中國柑橘為主，包含永春蘆柑(16粒裝，規格L，

售價12.8新元)及紅美人(6粒裝，規格L，售價14.8新元)，尚無其他國家柑橘產品。

另亦藉此機會參訪新加坡當地7-11便利商店，店內亦銷售中國柑橘，以單粒銷售為主，包含永春蘆柑(每粒售價1新元)及紅美人(每粒售價2.8新元)，紅美人另有2粒裝(售價4.5新元)，店內同樣無銷售其他國家柑橘產品。

第五天 1月12日(星期日)

上午10時參訪新加坡傳統市場(中峇魯市場)，該市場攤商眾多，1樓以銷售蔬果、花卉及肉品等為主，2樓則為餐飲區，市場內銷售水果之商家不多，其所銷售之柑橘產品種類亦較超市通路少，其中有1種臺灣極柑禮盒，為16粒裝，尚無標價，另亦有中國柑橘產品，包含永春蘆柑、紅美人、春見柑橘(耙耙柑)及砂糖橘等，有單粒散賣，也有禮盒包裝。

下午2時參訪紅山區Fairprice Xtra賣場，規模較大，約6~8個店鋪面積，類似臺灣家樂福等量販店型式，銷售多種類生鮮蔬果、食品和家居用品，其中有3種臺灣極柑禮盒，分別為4粒裝(規格XL，售價6.8新元)、12粒裝(規格L，售價12.8新元)及20粒裝(規格XL，售價35.8新元)，中國柑橘禮盒則以永春蘆柑(16粒裝，規格XL，售價21.8新元)、紅美人(6粒裝，規格L，售價11.8新元)及汕頭蕉柑(16粒裝，規格L，售價19.8新元)為大宗，另還有巴基斯坦蜜柑禮盒(36粒裝，規格L，售價18.8新元)，其中以蘆柑數量最多，並具多樣款式及包裝。

下午4時參訪新加坡Don Don Donki商店，其為源自日本的跨國連鎖商店，目前於新加坡共設有15家分店，銷售貨品種類包羅萬象，包括食品、成衣、家居用品、彩妝及3C產品等，店內銷售臺灣極柑與該商店聯名禮盒，有2種規格，分別為12粒裝(售價25.8新元)及16粒裝(售價29.8新元)，店內尚無其他國家柑橘產品。

第六天 1月13日(星期一)

上午10時前往新加坡樟宜機場，下午1時15分搭乘長榮航空飛往臺灣班機，於下午5時50分抵達桃園國際機場，飛行時間4小時35分鐘。

心得：

馬來西亞與新加坡為本市極柑重要外銷國家，經至該2國批發市場、傳統市場、超市及便利商店等通路訪查發現，中國為柑橘產品中市占率最大國家，且中國柑橘種類多元，包含蘆柑、春見柑橘(耙耙柑)、紅美人、沃柑、蕉柑、帝王柑及砂糖橘等品種，因品質佳、包裝精美，各有其消費客群，另中國已開始推出無籽柑橘品種(如：紅美人)，據貿易商表示，其具備商品特色，且符合方便、易食用之消費習慣，為近期具發展潛力之商品。經觀察，馬來西亞與新加坡銷售通路中柑橘產品以禮盒包裝為大宗，且皆以紅色系、具喜氣設計為主，顯示市場端仍以華人農曆過年期間送禮需求為大宗，且以同規格比較，中國柑橘相較於本市極柑，銷售價格較低，於價格上確具競爭力與市場潛力，惟貿易商表示，因不同柑橘禮盒代表不同身分象徵，而臺灣柑橘品牌於當地市場已深耕多年，為品質優良之象徵，故新、馬2國家部分華人仍會指定選購臺灣柑橘禮盒，臺灣柑橘品牌具備一定程度之市場識別度，因此，藉由持續加強本市柑橘品牌行銷，建立優質形象並增加曝光度，除維持現有市場通路穩定外，亦能逐步拓展消費客群，讓更多國外消費者認識本市柑橘，擴大國際市場區隔，創造更豐富品牌價值與收益。

建議：

因應中國柑橘產品大幅出口至馬來西亞及新加坡，品質佳、包裝精美，且其售價相對較低，價格上確具競爭力與市場潛力，然臺灣柑橘具品牌優勢，擁有一定程度市場信賴度，近年來國際

市場上也出現仿冒臺中椪柑之狀況，因此，除持續輔導產區農會於外銷禮盒上印製「臺中市政府農業局優質農特產品商標」及張貼防偽標籤，藉以強化品牌，提升產品包裝識別度外，亦可透過多元策略加強對本市柑橘品牌之行銷，例如：辦理國外線上或線下行銷活動、異業合作及新型態媒體宣傳廣告等，藉此提升國際曝光度，並塑造優質品牌形象，加強消費者印象，穩固現有通路並逐步拓展銷售市場。

另針對113年度本市椪柑外銷至馬來西亞，因遭遇該國將柑橘列為第五級嚴格檢疫品項，需逐櫃檢驗農藥殘留量，貿易商為降低銷售風險，遂減少出口至馬來西亞柑橘貨量之狀況，建議參酌駐馬來西亞台北經濟文化辦事處之提醒，向農業部及經濟部國際貿易署反應此狀況，並請其協助於臺馬雙邊諮商會議中提案討論，且後續仍需密切觀察本市114年春季外銷茂谷柑時是否遭遇類似狀況，以及該公告對當地柑橘市場之影響。

附件：

相關活動照片

拜會駐馬來西亞台北經濟文化辦事處經濟組



本局拜會代表處，針對農產品外銷交換意見並一同合影。

拜會凱勝股份有限公司



凱勝公司執行長曾翠霞(Edmanda Chang)與本局黃玉君科長針對農產品外銷交換意見。



凱勝公司進出貨倉儲區域。

赴馬來西亞辦理臺中極柑上市推介會照片



推介會-黃玉君科長致詞。



推介會-來賓大合照



推介會現場展示臺中極柑禮盒、與 RT Pastry 雅特烘焙異業合作之限量極柑麵包及極柑料理。



馬國網紅阿鴻師傅現場示範極柑如意雞料理。

馬來西亞傳統批發市場、超市現地訪查



批發市場外觀。



批發市場中國柑橘禮盒-蘆柑。



批發市場中國柑橘禮盒-蘆柑。



批發市場中國柑橘禮盒-春見柑橘(耙耙柑)。



批發市場中國柑橘禮盒-果凍橙。



批發市場銷售本市極柑禮盒。



參訪 Star Grocer 超市。



本市極柑禮盒於 Star Grocer 超市鋪貨促銷。



店內銷售耙耙柑、紅美人、永春蘆柑及砂糖橘等中國柑橘禮盒。



中國蘆柑數量最多，並具多樣款式及包裝。



參訪 AEON Food Market。



本市極柑禮盒於 AEON Food Market 鋪貨。



AEON Food Market 內銷售中國蘆柑禮盒。



AEON Food Market 內銷售中國紅美人禮盒。



AEON Food Market 內中國蘆柑禮盒眾多。



AEON Food Market 內銷售中國春見柑橘禮盒。

新加坡超市、傳統市場及便利商店現地訪查



參訪 Fairprice shop。



Fairprice shop 店內銷售本市檳柑禮盒。



Fairprice shop 店內銷售本市極柑禮盒。



Fairprice shop 店內銷售眾多中國柑橘禮盒。



參訪 Fairprice finest 超市。



Fairprice finest 超市內銷售中國蘆柑、紅美人、汕頭蕉柑及巴基斯坦蜜柑禮盒等。



Fairprice finest 超市內銷售本市極柑禮盒。



Fairprice finest 超市內銷售本市極柑禮盒。



參訪 Fairprice Xtra 賣場。



Fairprice Xtra 賣場內銷售本市極柑禮盒。



Fairprice Xtra 賣場內銷售本市極柑禮盒。



Fairprice Xtra 賣場內銷售多樣中國柑橘禮盒。



參訪新加坡傳統市場(中峇魯市場)



中峇魯市場內銷售本市極柑禮盒及中國柑橘。



Don Don Donki 商店內銷售與本市椪柑聯名禮盒。



Don Don Donki 商店內銷售與本市椪柑聯名禮盒。



Cheers 便利超商內以銷售中國柑橘為主。



新加坡當地7-11便利商店以銷售單粒裝中國柑橘為主。