

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告
(出國類別：促銷)

2012 臺中市優質農特產品國際行銷新
加坡及馬來西亞宣導促銷計畫

服務機關：臺中市政府農業局

姓名職稱：蔡精強局長等 4 人

派赴國家：新加坡、馬來西亞

出國期間：101 年 1 月 4 日至 1 月 9 日

報告日期：101 年 3 月 20 日

目 次

壹、組團出國的目的.....	1
貳、過程	1
參、心得	3
肆、建議	4
伍、活動照片.....	5

2012 臺中市優質農特產品國際行銷新加坡及馬來西亞宣導促銷計畫

臺中市政府農業局出國人員

單位	職稱	姓名	備註
臺中市政府農業局	局長	蔡精強	領隊
臺中市政府農業局	技士	李幸芳	工作人員
臺中市政府農業局	技士	劉祥洲	計畫聯絡人
臺中市政府農業局	約聘	王靜瑜	工作人員

壹、組團出國的目的

臺中市椪柑栽種面積廣達 1431 公頃，年產量為 34,439 公噸，主要產地在豐原、石岡、東勢、大坑等地區，由於冬天日夜溫差大，所生產的椪柑汁多味美，並取得吉園圃蔬果安全認證，品質有保證，臺中市和平區摩天嶺甜柿種植面積有 810 公頃，摩天嶺地區位於海拔 600 至 1200 公尺，最適合甜柿生長，其甜度可達 18 至 20 度、色澤鮮艷、口感極佳，是具有外銷潛力的水果。新加坡及馬來西亞等東南亞國家與臺灣之距離近、人民生活水準高且華人多，有親切感、投資環境良好，是具有開發潛力的市場，其中新加坡及馬來西亞過年送禮習俗是送椪柑，基於送禮習俗，市場椪柑需求高，為加強拓展本市優質椪柑、甜柿等農特產品東南亞市場，胡市長核派農業局蔡精強局長率員赴新加坡及馬來西亞辦理宣導行銷活動，並考察當地市場。

貳、過程

本局蔡精強局長等 4 員奉 市長核派於今（101）年 1 月 4 日至 9 日赴新加坡及馬來西亞執行「臺中市優質農特產品國際行銷新加坡及馬來西亞宣導促銷計畫」，加強拓展本市優質椪柑等農特產品東南亞市場，以下是 6 天的行程：

第 1 天（1 月 4 日）：

搭機前往新加坡及拜會駐新加坡臺北經濟文化辦事處：1 月 4 日上午 8 時由桃園國際機場搭乘長榮航空公司之班機前往新加坡，是日下午 4 時由蔡局長率行銷團團員拜會駐新加坡臺北經濟文化辦事處，由王華榮副代表接見，王副代表表示：新加坡國民所得已達 45,000 元美金，新加坡人很喜歡臺灣的農產品，臺灣椪柑、甜柿等農產品雖然售價高於其他國家產品，但品質比其他國家好，高單價農產品在新加坡較容易接受，建議加強輔導產品的包裝及廣告，並可搶攻新加坡頂端市場。

第 2、3 天（1 月 5、6 日）

1. **召開臺中市甜柿、椪柑新加坡行銷記者會：**5 日上午 10 時假新加坡希爾頓飯店舉辦臺中市甜柿、椪柑新加坡行銷記者會，由蔡局長與王副代表共同主持，

計有聯合早報、聯合晚報、新民日報、我報、omy-internet 等媒體到現場採訪，蔡局長向當地民眾介紹臺中市各項農特產品特色，讓新加坡消費者認識了解，並提高本市農特產品曝光度，以提高市場購買意願，擴大大本市農特產品銷售市場。現場除展示臺中市各項農特產品外，並提供椪柑及甜柿試吃及百合花展示推廣，普遍獲得當地媒體讚賞，現場反應熱烈，並由貿易商當場增加訂購甜柿及荔枝乾，這些產品將由相關農會緊急空運至新加坡，以供應當地農曆新年市場的需求，新加坡今年向本市訂購椪柑 322 公噸、甜柿 5 公噸，外銷金額達 1750 萬元，新加坡消費者對本次供應的農特產品品質均極為肯定，購買意願非常高。

- 2. 參訪 Giant supermarket 及合果公司蔬果批發市場：**5 日下午及 6 日行銷團前往新加坡 Giant supermarket 及合果公司蔬果批發市場參訪，新加坡蔬果來自許多國家，其中以大陸、韓國進口數量最多，本市 20 粒裝周徑 25 公分豐原椪柑售價為新幣 20.8 元（約合新臺幣 488 元），價格雖高於大陸的盧柑及蕉柑，品質及口感皆勝於大陸產品，因此具有很大的競爭力，銷售情況熱絡。6 日下午 1 時 40 分搭乘馬來西亞航空公司班機前往馬來西亞。

第 4、5 天（ 1 月 7 日、8 日）

- 1. 召開臺中市甜柿、椪柑馬來西亞行銷記者會：**臺中市甜柿、椪柑馬來西亞行銷記者會 7 日上午假吉隆坡 JW MARRIOTT 酒店舉辦，由駐馬來西亞代表處林明禮副代表及農業局蔡精強局長共同主持，並邀請馬來西亞臺灣商會聯合總會名譽總會長拿督丁重誠、副總會長拿督江文洲、吉隆坡臺灣商會會長蔣平中、吉隆坡臺灣貿易中心主任曾玉淳前來參加，當地媒體，有星洲日報、南洋商報、光明日報等媒體等約 30 人參加，現場除展示臺中市各項農特產品外，並提供椪柑、甜柿、荔枝乾、橘子酥及梨山茶試吃品嚐，蔡局長介紹臺中市各項農特產品特色，讓馬來西亞消費者認識了解，蔡局長表示：臺中市今年椪柑品質佳，並取得農委會吉園圃蔬果安全認證，品質極優且安全有保障。從去年底開始，有來自馬來西亞、新加坡、汶萊、印尼及日本等國的訂單源源不絕，其中外銷馬來西亞的訂單已有 124 公噸。駐馬臺北經濟文化辦

事處副代表林明禮表示：臺中的椪柑每年春節在馬來西亞都是供不應求，顯見臺中農產品在馬來西亞的大力促銷與宣導，已獲得大馬消費者的肯定。

2. **前往吉隆坡超市及傳統蔬果市場考察：**7 日下午及 8 日前往吉隆坡超市及傳統蔬果市場考察，本市椪柑銷售通路包括全馬家樂福門市、MBG 水果行、凱勝士拉央批發市場以及專營中高級水果路線的 Village Grocer，至於甜柿則在吉隆坡 Publika 商場的 B.I.G. Ben's Independent Grocer 銷售，本市農產品深獲大馬地區民眾喜愛，銷售情況熱絡，18 粒裝周徑 25 公分石岡椪柑售價為馬幣 58.8 元〈約合新臺幣 588 元〉。

3. **與駐馬來西亞代表處舉行座談：**8 日晚上駐馬來西亞林明禮副代表邀請行銷團舉行座談，對於本市行銷作法上，代表處建議本市在宣傳廣告方面，可做車廂廣告及透過臺商總會的月刊（每月發行 3 萬本）宣傳，並可在超市辦理促銷活動，林副代表並邀請本市參加 7 月間的馬來西亞食品展。

第 6 天（1 月 9 日）搭機返國：行銷團團員於 9 日上午考察馬來西亞傳統市場後，下午 1 時 10 分由馬來西亞搭機返國。

參、心得

一、本府積極輔導椪柑外銷到新加坡、馬來西亞、汶萊、印尼及日本等國家的訂單源源不絕，101 年椪柑共外銷 627 公噸，其中新加坡 322 公噸，馬來西亞 124 公噸，臺中椪柑已成為華人過年最佳伴手禮，成功搶佔東南亞年節市場，甜柿今年於新加坡及馬來西亞試銷約 6 公噸，市場反應熱絡。椪柑及甜柿外銷對穩定國內市場價格有很大的幫助，今年國內椪柑及甜柿產量雖比去年增加，國內市場價格還算平穩，實質增加農民收益。

二、新加坡國民所得已達 45,000 元美金，馬來西亞華人消費水準也很高，當地華人非常喜歡臺灣的農產品，臺灣椪柑、甜柿等農產品雖然售價高於其他國家產品，但品質比其他國家好，高單價農產品在東南亞國家較容易被華人接受，惟應加強輔導產品的包裝及廣告，以搶攻新加坡及馬來西亞的華人市場。

肆、建議

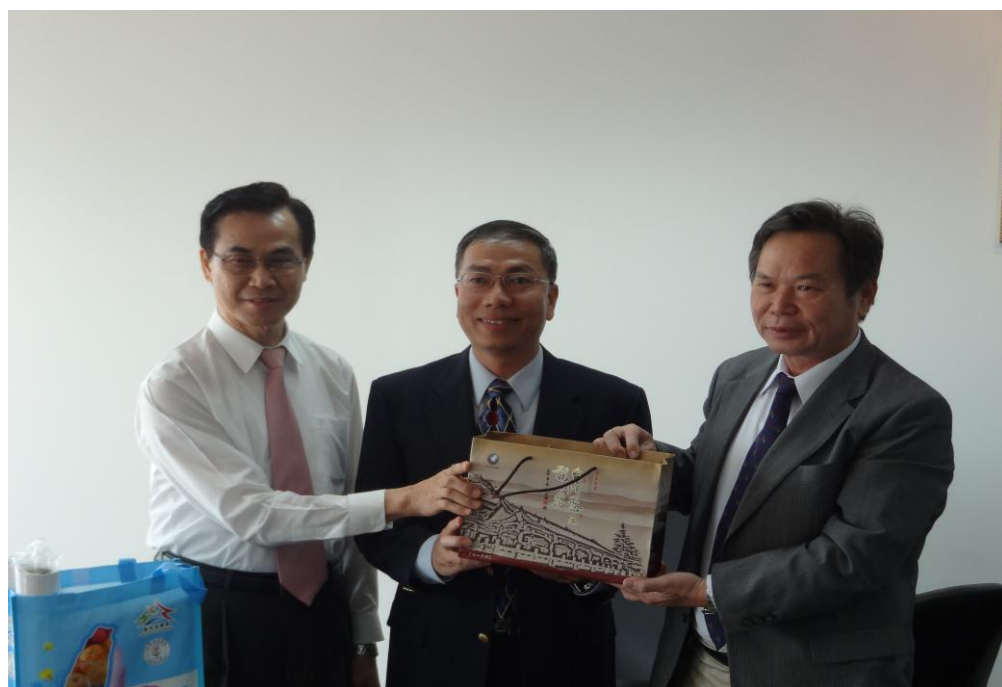
加強輔導本市椪柑、甜柿、荔枝、水梨、荔枝乾等農特產品外銷到東南亞，辦理本市農產品媒體及車廂廣告，並於超市等賣場加強辦理促銷活動，改善禮盒的設計包裝，提升市場競爭力，建立優質臺中農產之市場品牌，拓展外銷市場。

伍、活動相片

一、新加坡甜柿、椪柑促銷活動照片



拜會駐新加坡臺北經濟文化辦事處



拜會駐新加坡臺北經濟文化辦事處



臺中甜柿、椪柑新加坡行銷記者會



蔡局長及王副代表於記者會推薦臺中椪柑、甜柿及百合花



新加坡 Giant supermarket 銷售之豐原極柑



本市甜柿於合果公司蔬果市場銷售



蔡局長參觀合果公司冷藏倉儲



韓國草莓廣告宣傳車

二、馬來西亞甜柿、極柑促銷活動照片



臺中甜柿、極柑馬來西亞行銷記者會



臺中甜柿、極柑馬來西亞行銷記者會



蔡局長接受馬來西亞媒體專訪



行銷團團員與貴賓於記者會合影



MBG 水果行銷售之石岡極柑〈每盒 58.8 馬幣〉



石岡區農會於家樂福門市辦理極柑品嚐促銷活動



B.I.G. Ben's Independent Grocer 銷售之豐原椪柑及和平甜柿



家樂福門市銷售之韓國草莓



大陸永春冠軍盧柑包裝精美，並附贈紅包袋



B.I.G. Ben's Independent Grocer 銷售之韓國富有甜柿