

臺中市政府公務出國或赴大陸地區報告提要

類別：其他

出國報告名稱：103年度臺中市優質農特產品荔枝國際行銷(新加坡)計畫活動	
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：李翠鳳 電話：22289111#56511	
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱 蔡精強/臺中市政府農業局/局長 李幸芳/臺中市政府農業局/股長 李翠鳳/臺中市政府農業局/技佐	
出國類別：其他 <input type="checkbox"/> 出席國際會議 <input type="checkbox"/> 業務接洽 <input type="checkbox"/> 表演 <input type="checkbox"/> 比賽 <input type="checkbox"/> 競技 <input type="checkbox"/> 洽展 <input type="checkbox"/> 海外檢測 <input checked="" type="checkbox"/> 農產品行銷	
出國期間：103年6月25日至103年6月27日	出國地區：新加坡
報告日期：103年7月16日	
<p>內容摘要：</p> <p>一、摘要</p> <p>(一)臺中黑葉荔枝的品質比中國大陸好，廣受新加坡人之喜愛，且保鮮技術優良，雖經過10天左右的運輸，上市後外觀仍保持鮮紅顏色，成為新加坡地區夏天最暢銷的水果。本局自2011年起輔導太平區、霧峰區農會以「冷鏈式低溫」處理荔枝保鮮，讓新鮮荔枝可以保鮮長達21天以上，深受東南亞居民之青睞與讚賞。</p> <p>(二)為行銷盛產的荔枝，本局特別前往新加坡，展開一連3天的農產品行銷活動，至6月30日止，已成功外銷達228公噸，成長37%，創荔枝外銷東南亞新紀錄。</p> <p>二、目的</p> <p>(一)本局由蔡精強局長會同太平區農會及石岡區農會前往新加坡進行荔枝行銷，前往新加坡 NTUC 及 cold storage 等超市賣場視察本市銷往新加坡荔枝果品品質，了解在新加坡銷售及市場反應度。今年的包裝有別以往，以透明塑膠盒包裝，從外盒即可觀看到荔枝品質，讓新加坡民眾更可以安心購買汁多味美的黑葉荔枝，除調節國內荔枝過盛產量外，希望能開拓更多國際市場。</p> <p>(二)貿易商今年早已預定15個貨櫃，今(2014)年首櫃貼有臺灣臺中註冊商標及防偽標籤雙重標章的新鮮荔枝，於6月10日封櫃啟運，6月18日抵達新加坡，今年外銷的黑葉荔枝計有新加坡175公噸、馬來西亞13公噸、日本40公噸，</p>	

合計 228 公噸，相較於去（2013）年外銷 166 公噸，增加了 62 公噸，持續穩定臺中黑葉荔枝的國外市場通路。

三、過程

(一)6 月 25 日搭機前往新加坡：6 月 25 日下午 2 時 25 分由桃園國際機場搭乘新加坡航空公司之班機前往新加坡，約下午 7 時抵達新加坡樟宜機場，出關後前往飯店辦理住宿手續。

(二)6 月 26 日行程：

1. 拜會代表處：上午 9 點 30 分本局蔡局長會同太平區農會李總幹事及石岡區農會廖庭堅主任拜會駐新加坡代表處謝處長發達，會談中蔡局長精強表示今年臺中荔枝品質非常好，以透明塑膠盒為新包裝，從外盒即可觀看到荔枝品質，讓新加坡民眾更可以安心購買汁多味美的黑葉荔枝。謝處長回應今年臺中荔枝不論在品質還是包裝上都更勝以往，在新加坡市場反應極好，代表處會積極宣傳及行銷。

2. 參訪國家胡姬花園(National Orchid Garden)：

結束拜會代表處，隨即前往國家胡姬花園，該園是新加坡植物園中最吸引遊客的園區，園區中的蘭花以全世界名女人來命名，其中最特別的是新加坡國花——卓錦萬代蘭(Vanda Miss Joaquim)，在 1981 年 4 月 15 日獲選為新加坡國花。

3. 赴 NTUC、cold storage 等超市視察荔枝銷售情形：前往新加坡 NTUC 及 cold storage 等超市賣場視察本市銷往新加坡荔枝及高接梨果果品品質及銷售情形，今年更換新包裝，以透明塑膠盒裝，可以讓消費這從外盒即可觀看到荔枝品質，讓新加坡民眾更可以安心選購本市荔枝，且雖經過 10 天左右的運輸，上市後外觀仍保持鮮紅顏色，加上今年的品質更勝往年，成為新加坡地區夏天最暢銷的水果。

(三) 6 月 27 日搭機返國：上午 10 時前往新加坡樟宜機場，搭乘上午 11 時 55 分班機返臺。

四、心得

(一)今年外銷新加坡的荔枝在包裝上有別以往換新包裝，以透明塑膠盒包裝，從外盒即可觀看到荔枝品質，讓新加坡民眾更可以安心選購汁多味美的黑葉荔枝。

(二)在品質方面，今年的品質非常良好，汁多味美，採收後經「冷鏈式低溫」處理荔枝保鮮，經過 10 天左右的運輸，在新加坡上市後，外觀仍保持鮮紅顏

色，賣相十分討喜，市場接受度更勝以往。

五、建議

「臺灣臺中」品牌水果逐漸打開國際市場，卻受「山寨版」威脅，尤其以在中國最嚴重，冒牌貨外盒還印上「臺灣臺中農產」販售，讓代理商相當頭痛，本局今年在包裝盒上皆貼有防偽標籤。此項措施應加強落實，藉由此防偽標籤，使喜愛「臺灣臺中」水果之民眾，能買到真正由臺灣臺中農民所生產之「安全、健康、優質」之「臺灣臺中」品牌水果。