

公務出國或赴大陸地區報告（出國類別：考察）

越南農貿商機考察出國報告書

服務機關：臺中市政府農業局

姓名職稱：蔡勇勝副局長 派

赴國家：越南

出國期間：105 年 12 月 19 至 24 日

報告日期：106 年 02 月 23 日

目錄

摘要

壹、 出國人員名單	1
貳、 目的	1
參、 行程紀要	2
肆、 心得	21
伍、 建議	22

摘要

此次參訪目的為洞悉東南亞-越南農業商機，行程包含至韓國企業在越南投資成功案例之樂天百貨參訪，拜訪代表越南高科技農業生產技術之高科技農業園區(胡志明市)、1991 年拓點越南之台商味丹企業、台北經濟文化辦事處經濟組、越南台商聯合總會及越南胡椒協會，並進行多場會議交流，除進一步了解越南產業現況外，並探討越南的農業生產及消費市場需求，透過拜訪當地官方及生產業者所掌握之資訊及心得，以促進與台灣之間的農業發展與意見交流，期能對台越未來農貿業務往來有更大之助益。

發展中之越南市場為投資之好選擇之一，亦符政府推動之政策。近幾年、日、韓兩國不但有此認知，亦加碼投資，這一、兩年頭資額早已超過我國，且兩國在越南是以團隊整合，有計畫佈局之方式投資，值得單打獨鬥的台商引為借鏡，此盼中央政府出面主導，整合各方力量到越投資或行銷，以壯基石。

壹、出國人員名單

臺中市政府農業局 蔡勇勝 副局長

貳、目的

我國於 91 年 1 月 1 日加入 WTO，逐年推動經濟貿易自由，但加入該組織後農業面臨國際競爭，也需重新定位農業角色。原本著重於生產導向之技術革新，已轉變以消費者為導向針，並對地區農業特色篩選核心知識或競爭能力，整合農業產業價值鏈，結合農業生產、生活、生態、地方文化特色、行銷策略與農業生產科技等知識，創造競爭利基與優勢，為其能否永續發展之所續。

為配合 105 年 12 月行政院推出之「新農業創新推動方案」及擴展推動南向農業政策，農產品的外銷通路，避免過度集中於中國大陸市場，受非經濟因素影之影響，積極拓展東協、南亞、紐西蘭及澳洲等新興市場勢在必行。

農委會表示，2020 年前將與 4 個南向國家(以越南、泰國、印尼、緬甸等)全面農業合作，並以建立農業新典範、建構農業安全體系、提升農業行銷能力為 3 大重點主軸，盼強化台灣農業體質，創新台灣農業的價值。期藉此趟考察深入了解越南產業現況，並探討越南的農業生產及消費市場需求，並透過拜訪當地官方及生產業者所掌握之資

訊及心得，能促進與台灣之間的農業發展與意見交流，對台越未來農 貿業務往來能有更大之助益。

參、 行程紀要

參訪日程

越南農貿商機考察團	
日期	考察內容
12/19 1st Day	12:20 於桃園機場集合準備出發前往越南 CI783 TPE14:20→SGN16:50
12/20 2nd Day	專題演講： 上午：越南市場與政策(講者： - Ms. Le Thi Thanh Hong - CEO Happy Trade Co.Ltd) • 農業加工食品的營銷通路 • 相關問題 Q&A 下午：越南精品通路(講者: - Mr.Dang Minh Hung-Director of Quality, Nhip Cau Enterprises Group) • 食安政策規定 • 對臺進出口之產品品項及通路解析 晚上：越南樂天百貨
12/21 3rd Day	上午：越南農業科技-高科技農業園區(胡志明市) • 花卉、蔬菜、種苗及加工生產等現代化科技 • 進出口業務介紹 晚上： 百盛廣場市場商機考察
12/22 4th Day	上午：越南通路引薦-越南水果蔬菜協會 • 進出口業務簡介 下午：經驗 交流-日商-Angimex-kitoku • 日本米生產、加工及出口
12/23 5th Day	上午：經驗交流-越南-味丹企業 • 臺商在越南經營經驗 下午：產官交流 • 台北經濟文化辦事處經濟組、越南台商聯合總會 晚上：商機拓展與媒合餐會
12/24 6th Day	搭機返台 CI782 1105/1520

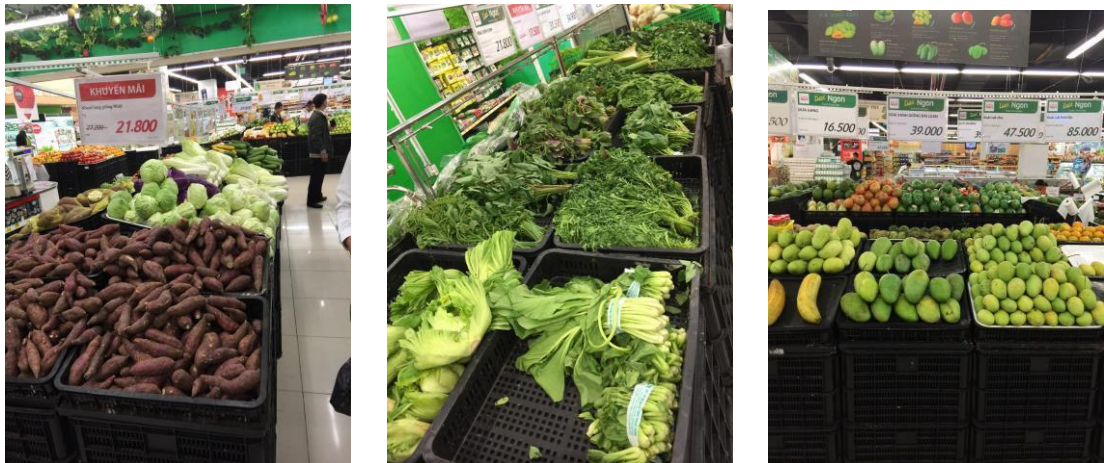
一、 越南樂天百貨

現在的越南儼然成為韓國的後花園，當地韓國企業所投資之 Lotte Mart 樂天超市從原本的一間店，於幾年內迅速開拓 6 家分店，更規劃在 2020 年擴增至 60 家，追上當地零售通路領導品牌 Coopmart 與 Big C，並挾帶各式各樣韓國品牌和消費品進入越南市場，像是韓國美妝品 TONYMOLY、The Face Shop、韓國正官莊高麗蔘、韓國速食店 Lotteria，甚至知名連鎖麵包店 TOUS Les JOURS，以滿足越南人民生活所需要為出發點考量，在越南城市中拓展包含建設、餐飲店及電視購物台等多角經營並有突出表現，韓國企業長期發展之規劃，將成為越南經濟與發展歷史性重要一環。



樓層高 7 層樓的大型綜合商業基地，緊鄰飯店入口，超商區域位於地下一樓，幾乎各式各樣商品都能於此購買得到，且價格相當便宜，因

此需多族群在此購物。從樂天百貨之經營模式可窺韓國在國外經營策略及企圖，整合式行銷韓國產品，漸進式涉入越南市場，是台灣該學習之處。



上圖 超市擺放蔬果之擺放各式蔬果

二、 高科技農業園區(胡志明市)

設在古芝縣的胡志明市高科技農業園區，面積達 88 公頃，於 2010 年正式投入運營。目前，該園區完善了高科技農業生產模式，生產符合越南良好農業規範認證標準（Viet GAP）和全球良好農業規範組織（Global GAP）的產品，並出口到歐洲市場。

至今共吸引了 14 家高科技農業企業入駐，投資總額 3400 億越盾。入駐企業分佈於各領域，如農業生物技術、無土栽培、種苗生產、保管加工、花卉盆景、食用菌和藥用菌。企業在生產和加工中使用了 很多先進科技，如塑料棚種植、溫室種植、可自動澆水和施肥的滴灌系

統、並對收穫後水果進行採後處理等。



高科技農業園區的成立為農民找到符合當地環境條件的生產模 式，確定拳頭產品，從而打造品牌，提高產品價值做出了貢獻。此外， 園區還協助農民收購產品。目前，朝著該方向發展的許多生產模式初 步取得了積極結果。

胡志明市高科技農業園區入駐企業中之康生蘑菇企業曾經表 示，蘑菇產量仍未能滿足越南國內需求，越南蘑菇產業潛力仍然巨 大。在高科技農業園區的幫助下，胡市和南部一些省份的蘑菇種植業 正迎來較好的發展機會。

目前胡志明市乃至全國居民都習慣吃蘑菇，市場需求不斷增加。胡市每天的蘑菇銷售量達 1.5 噸，西寧、平陽、隆安等省居民都種蘑菇並銷往胡市，甚至還出口到柬埔寨。公司向居民提供菌苗，指導種植技術，並收購蘑菇產品，種植蘑菇的效益比水稻多幾倍。

胡志明市高科技農業應用與發展效果顯著。2010 年以前，古芝是胡市的貧困縣，年人均收入僅 1900 萬越盾。由於大膽投資建設基礎設施，應用高科技、塑料棚、噴霧式澆水、擠奶器等技術，目前，該縣年人均收入已經達到 4000 萬越盾。古芝縣農民的公頃土地產值已經達到 2.58 億越盾，比 5 年前增加近一倍。該國政府為發展高科技農業提供切實政策扶持，農民努力在生產中應用科技，已經和正在為胡志明市發展農業帶來較大轉變。從這些初步結果出發，胡市的目標是把公頃年產值提升至 3 億越盾，其中勞動者可從營收額中享受百分之 40 至 50 的利潤，提前完成胡市提出的 2020 年目標計劃。

三、 越南胡椒協會(VPA)

2016 年一至九月，越南出口了近 14.55 萬噸胡椒，比去年同期增長 31.5%，出口額為 12 億美元，(增長 13.1%)，預測今年胡椒全年出口量將達到 15 萬噸。越南前八個月胡椒出口價格為 8141 美元/噸，比去年同期降低 13.6%。就該國市場價格而言，胡椒價格巨幅波動，三月份價格降到約 13 萬越南盾/公斤，而六月份價格飆升到 17 萬越南盾/公斤，此後價格再次暴跌係為供需失調或人為操控，未獲說明。

越南胡椒種植業快速增長。近年來胡椒種植面積已迅速增加，去年達到 8.5 萬公頃。截至今年第一季度末，胡椒種植面積已達到 10 萬公頃。這一數字已是越農業農村發展部 2020 年胡椒主分區規劃設定目標的兩倍。許多在中部高地和南部省份的農民砍倒橡膠、腰果和咖啡樹而改種胡椒。

越南巴地頭頓省（Bà Rịa-Vũng Tàu）作物生產副主管與植物保護處處長表示，該省分區規劃目標是到 2020 年全省胡椒種植 8300 公頃。但目前，全省胡椒種植面積已經超過 1.11 萬公頃。胡椒價格在短期內仍維持高價，但隨著種植擴大，胡椒供應將超過市場需求，價格將滑落，這將影響農民的收入。該省周德縣(Châu Đức)農業官員表示，該縣建議農民暫緩種植香料樹，但目前胡椒種植的高利潤難以讓農民停止種植胡椒。

根據越南胡椒協會統計，越南胡椒佔全球總產量的 32%，佔全球市場出口額 56% 以上。越南胡椒產品遠銷亞歐 100 多個國家和地區，美國是越南胡椒最大的出口市場。

胡椒協會主席表示，越胡椒產業增長勢頭強勁，但仍面臨氣候變化和秧苗發育不良的挑戰。胡椒最近幾年價格高漲激勵了農民擴大胡椒種植面積，甚至在沒有任何規劃的情況下，諸多農友在不適當的土地上種植。同時，過度使用化肥造成植被迅速退化容易患病。

雖些近幾年藉由新的自由貿易協定為胡椒行業帶來新的發展機會並提振出口，但同時越南胡椒也面臨質量、衛生和食品安全等方面的挑戰。像美國和歐盟等進口市場對食品安全要求更高，因此農民、加工商和經銷商需更注重產品安全和衛生。



四、 味丹國際的越南總部園區

味丹國際總部園區於一九九一年拓點至越南，是最早到越南大規模投資的台商之一，佔地超過一二〇公頃，規模與五股的新北產業園區相仿。園區內有澱粉糖漿廠、味精廠、變性澱粉廠、酸鹼廠、汽電共生發電廠等，雇用超過四千位員工，二十四小時生產。「味丹」在越南已成為味精的代名詞，從路邊攤到五星級飯店，都是味丹的客戶。味丹在越南年營業額約一二〇億台幣，味精就貢獻了七成。



五、 安東市場

位於市區較遠一些的第五郡，從第一郡騎車約 15 分鐘的路程。在堤岸唐人區的安東市場，老闆大多都會說中文，因此買東西、議價也更親切容易。安東市場分為新舊兩處，舊安東市場一共六層樓建築，每天從早上 6 點半攤販開始營業，下午 6 點半就休市，地下樓同樣賣著小吃、伴手禮、生活用品、咖啡茶葉、罐頭名產等等；二樓開始便多為布料店、服飾鞋款包包店，但樓層裡的走道相當狹小，逛起

來並非這麼舒適，但語文能力在此將市場轉化成具行銷優勢之處。

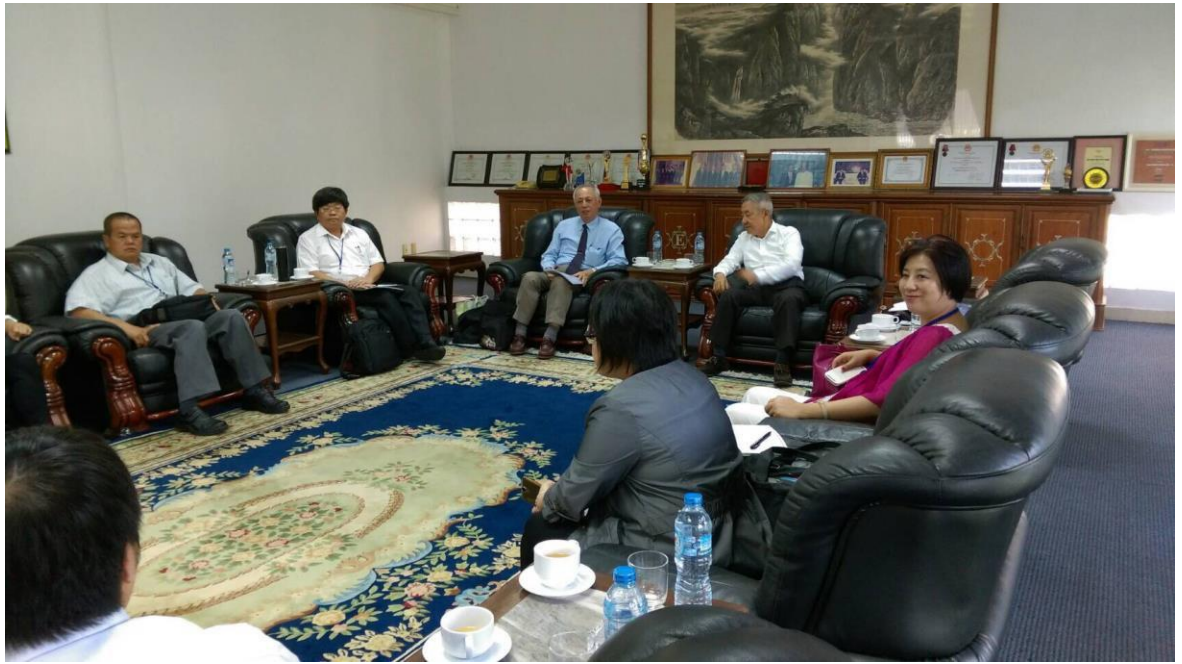


安東市場水果買賣區

六、 拜訪台北經濟文化辦事處經濟組、越南台商聯合總會

「越南台灣商會聯合總會」經越南政府於 1998 年正式發給社團執照，設總會長一人，副會長則由各分會會長擔任。「越南台灣商會聯合總會」在各省設有 14 個分會，北部有河內、海防、太平、河靜及北寧等 5 個分會，中部有峴港及林同分會，南部有胡志明市、同奈、平陽、新順、西寧、隆安及頭頓分會，每一分會均設有會長、副會長及理監事領導幹部。「越南台商總會」會員廠家約在 1,450 家。

旅居越南台商約 6 萬人(含家眷)，惟實際參與商會活動者比例偏低，故台商組織未來仍有相當大的成長空間。此外，從台灣至越南發展之大企業主，已擁有與當地政府談判的籌碼及自行溝通管道的能力，為政府可借重之資源。



拜訪台北經濟文化辦事處經濟組

七、 專題演講(綜合)

演講議題如下

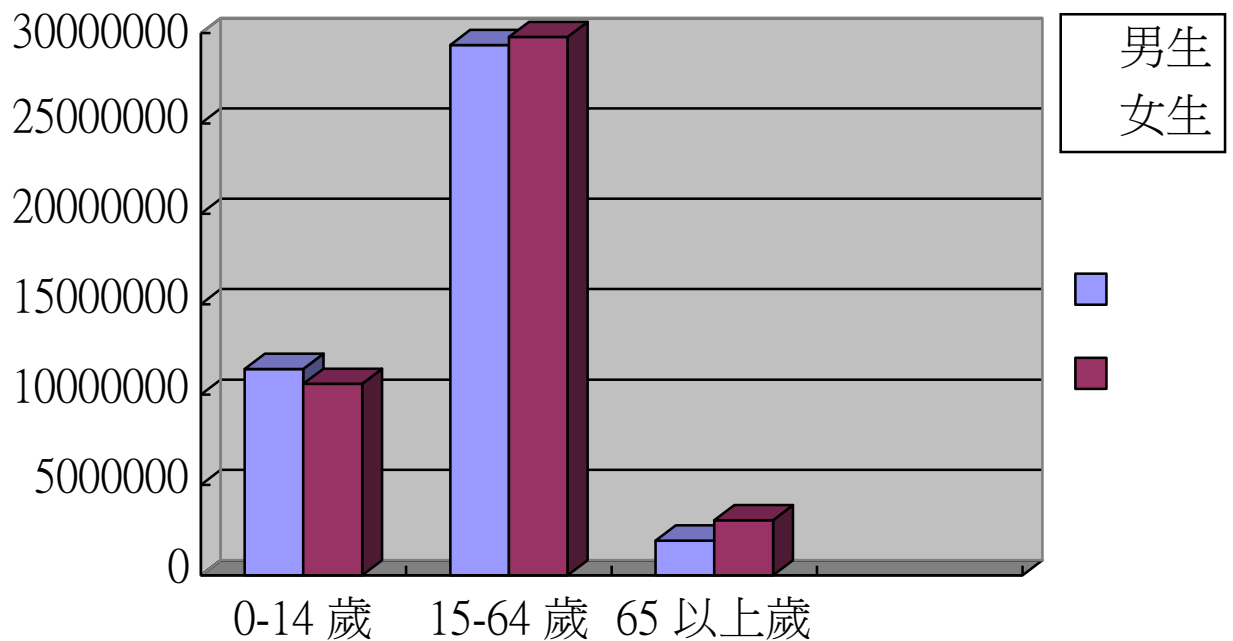
日期	上午	下午
12/20	越南市場與政策(講者： - Ms. Le Thi Thanh Hong - CEO Happy Trade Co.Ltd) • 農業加工食品的營銷通路 • 相關問題 Q&A	越南精品通路(講者: - Mr.Dang Minh Hung-Director of Quality, Nhip Cau Enterprises Group) • 食安政策規定 • 對臺進出口之產品品項及通路解析
12/21	上午:越南農業科技-高科技農業園區(胡志明市) • 花卉、蔬菜、種苗及加工生產等現代化科技 • 進出口業務介紹	
12/22	越南通路引薦-越南水果蔬菜協會 • 進出口業務簡介 • 產業交流與 QA	

(一) 越南人口消費族群

因越南戰爭（1955 年－1975 年），受美國等資本主義陣營國家支持的南越（越南共和國）對抗受蘇聯等社會主義陣營國家支持的北越（越南民主共和國）和「越南南方民族解放陣線」（又稱越共）的一場戰爭。其發生在冷戰時期的越南（主戰場）、寮國、柬埔寨，1995 年越南政府公布稱越南人民軍（北越軍隊）和越南南方民族解放陣線（越共）損失的人員：110 萬人死亡，60 萬人受傷，33 萬人失蹤。在滾雷行動中因轟炸死亡的越南平民估計從 52,000 人到 182,000 人，因此現

今越南人口比例如下表所示，資料來源越南統計辦公室

www.gso.gov.vn



由此可知，目前越南人口以青壯年為主要族群，因此未來出口以年輕人需求為優先考量。

(二) 進口的農特產品販售分布與傳統市場差異性進口農特產品主要以超商販售為主，因至超商購買之族群消費能力較高，且重視品質，有別於一般傳統較市場，較有管理方式之經營下，不論是賞味期限、有效日期、農藥殘留相較傳統市場較於文明且安全。

(三) 越南農業發展現況

1. 越南目前是全球經濟發展速度排名第二的國家，經查越南原料豐富、人工便宜、關稅協定優勢是越南食品產業目前在全球產業發展中的基本優勢。越南是全球主要的農水產品供應國之一，有利

於就地利用既有的初級農產品進行深度加工。而越南在東協成員內，享有區域內關稅優惠等優勢，對食品外銷具有優勢。越南是全球最大的腰果與胡椒供應國、第二大咖啡與稻米外銷國、第七大茶葉供應國與養殖水產品生產國。近年越南鼓勵利用當地豐富的農產資源進行各種深加工，提高出口產品的附加價值。

2. 越南擁有多元的農業氣候非常適宜栽培果樹的條件，產地集中在南部地區。有超過 40 種的果樹品種，包含地方品種。根據越南作物生產部的調查，2013 年果樹作物總面積占 83 萬 2,720 公頃，產量 760 萬公噸。因生態環境及農業栽培方法的差異，使各地區的水果具有不同的品質特性。
3. 熱帶水果占越南水果生產量的 95%，種類包含香蕉、芒果、紅龍果、鳳梨、龍眼、柑橘、榴槤、荔枝、紅毛丹。2013 年總產量超過 760 萬公噸，略微高於 2000 年的 700 萬公噸。產量最高的水果為香蕉，超過 1,800 千噸，占水果總產量的 24%，其次是芒果 776 千公噸、紅龍果 585 千公噸、鳳梨 572 千公噸、龍眼 545 千公噸、柑橘 521 千公噸、柚子 433 千公噸、荔枝 337 千公噸、榴槤 217 千

4. 公噸。
5. 越南蔬果出口在過去 15 年呈現顯著的上升，1996-2013 年間都是呈現穩定成長，僅在 2001-2003 年些微下降。出口總額在 2013 年達 1,040 百萬美元，值得注意的是 2010 年到 2013 年間從 460 百萬美元成長至 1,040 百萬美元。
6. 越南水果已外銷超過 90 個國家，出口最多的國家依序是中國大陸（28.4%）、日本（8.2%）、美國（4.9%）、俄羅斯（3.0%）、泰國（2.8%）、馬來西亞（2.8%）、韓國（2.8%）、臺灣（2.4%）及荷蘭（2.3%）。2008-2013 年間越南的水果外銷金額顯著增加，熱帶水果在 2008 年的出口金額為 128 百萬美元，至 2013 年成長至 456 百萬美元。2013 年最重要的出口熱帶水果依序為紅龍果（44.5%）、荔枝（4.3%）、鳳梨（4.0%）、龍眼（2.8%）、山竹（2.0%）、波羅蜜（1.8%）、芒果（1.7%）、紅毛丹（1.6%）及柚子（1.3%）。
7. 越南農業尚屬發展階段，栽培資材種類不多、應用技術及相關管理規範亦欠完善，機械及設施利用也仍未普及，目前只有少面積溫室栽培，主要作物為花卉、哈密瓜及小番茄等。

（四）越南地理環境及氣候與台灣比較

1. 地理環境：

越南位於中南半島東側，東濱南中國海，西鄰寮國和柬埔寨，北與中國大陸（廣東、廣西、雲南）接壤，南與馬來西亞隔海相望，全國總面積為 329,600 平方公里，居世界第 58 位（約為台灣之 9.3 倍），其中山地佔總面積四分之三，水域面積約 6,600 平方公里，陸地邊界全長 3,818 公里，海岸線長 3,260 公里。地形全境

呈狹長型，可分為 3 個自然地理區：北部紅河三角洲、中部高原及南部湄公河三角洲。

2. 氣候：越南屬於熱帶季風氣候，南部終年溫暖，另分乾季與雨季，平均氣溫約攝氏 25 度以上；北部夏熱冬涼，每年 11 月至次年 2 月稍有寒意，與屏東、高雄相似。年雨量平均為 1,500 毫米以上，濕度在 80% 左右，7 月至 10 月間時有颱風及水災。

（五）越南與台灣合作關係

1975 年南北越統一後，台灣與越南外交關係即告終止，雙方幾無往來。

1987 年起越南政府實施改革開放政策後，台灣廠商赴越投資者日眾。

1991 年 3 月外貿協會於胡志明市及河內設立商務辦事處。

1992 年 9 月 6 日台越正式通航。

1992 年 11 月台灣在河內及胡志明市分別設立台北經濟文化辦事處。

近期在「南向」政策鼓勵下，台灣廠商掀起「投資越南熱」。兩國目前已簽訂有中越投資保障協定、避免雙重課稅協定等多項重要協定。雙方經貿合作關係日益密切。

（六）越南農業比例

越南農業人口佔全國 80%，近年來在農業私有化制度鼓勵之下，農業生產不但恢復自給自足，並一躍而為世界第二大稻米出口國。稻

米、茶葉、漁產、咖啡、腰果為越南主要出口農產品。越南政府並對外國投資者提供一系列土地資金稅賦之獎勵優惠措施，以吸引外商投資農業部門。

九、 參訪花絮



合影



交流會議



交流會議



交流會議

肆、心得

與越南相較，台灣可種植之土地過少，且不論從稻米、水果、蔬菜、雜糧與水產等農業生產操作，農民擁有的土地面積都很小，由於種植面積不大，種植單一種類作物習慣普遍存在，造成間歇性的高密度勞力需求，如甜柿生產，在同樣區域內於套袋、採收的短暫期間，需要大量人力。

台灣面臨擁有土地之老年人無法耕種，其子孫無意願返鄉，導致農業勞力失衡，本局近期推動青年加農及營農計畫鼓勵青年農民安心學習營農知能及加入農業生產，為未來投入農業工作做充分準備，效法德國師徒制模式，對遴選出之青年提供一年的實務訓練見習及基本生活津貼；對提供見習機會及場域之賢拜酌予支付指導津貼，讓農業賢拜之專業栽培技能得以傳承，並培育臺中市農業發展的接棒中堅人力。

此次越南行，主辦單位安排之課程或參訪，雖無技術及專業可言，但從互動及相關資料中仍可知越南耕地廣、氣候穩定、年輕人口多、農業人力豐富，但栽培技術落後，未能充分引入動力機械及相關資材不足，法規管理皆屬欠缺，屬草創之期。

伍、 建議

此趟越南考察行程早定，未事先討論團員之需，中途又有異動，且由越方辦理，實無法滿足出發前之期待，僅就所掌握之資訊分析建議如下：

- （一） 目前許多農業企業移至越南栽種其主要原因為降低稅務支出及運輸成本，可將本局所推廣之青年農民媒合至越南，以大量栽種加強規格、酸度、甜度等品質管理，以及後續保存都整合農民，產量調節，建立標準 SOP 維持品質。
- （二） 從樂天超市看到越南食用蔬菜種類與台灣差異不大，但品質較差，若可引進台灣栽培技術，不管內外銷都是具有競爭力。又，如能在台灣整合業界及農友，組成農企業經營團隊赴越南從事重要蔬果生產，不但能創造利基，且可解決台灣不分季節缺蔬果之問題。
- （三） 越南胡椒是世界最大生產國，生產且積極逐年擴大，但受疫病及鐮胞菌等兩種病害之威脅嚴重，利用國內所建立之兩種病害防治技術轉移越南，應有機會掌握該農產品量及市場之機會。
- （四） 越南高科技農業園區在技術上落後台灣，從參訪講談中可知越方在農業生產資材之管理上仍屬落後，針對該項缺點，可鼓勵從事農業經營資材生產或貿易之廠商儘速立足，溫網室之栽培亦是。
- （五） 拜訪台北經濟貿易文化辦公處及越南味丹公司心得結論即是；發

展中之越南是投資之好選擇，近幾年、日、韓兩國不但有此認知，亦加碼投資，這一、兩年頭資額早已超過我國，且兩國在越南是以團隊整合，有計畫佈局之方式投資，值得單打獨鬥的台商引為借鏡，此盼中央政府出面主導，整合各方力量到越投資或行銷，以壯基石。