

出國報告（出國類別：促銷）

臺中縣優質農特產品國外行銷計畫—市場 訪調及蒐集分析

服務機關：臺中縣政府

姓名：張彩玲

派赴國家：新加坡

出國期間：96 年 2 月 11 日至 2 月 14 日

報告日期：96 年 5 月 7 日

目次

正文：

壹、	目的·····	3
貳、	過程·····	3
參、	心得·····	4
肆、	建議·····	5

臺中縣優質農特產品國外拓銷宣傳團員名冊（臺中縣政府及鄉鎮農會）

單位	職稱	姓名	備註
農業局	約僱技術員	張彩玲	領隊
東勢鎮農會	股長	劉根枝	工作人員
東勢鎮農會	指導員	巫國周	工作人員
東勢鎮農會	指導員	趙志豪	工作人員
沙鹿鎮農會	指導員	林富美	工作人員

壹、目的

臺中縣有著絕佳的自然地理環境，生產高經濟農特產品，一提到水果大家都會聯想到台中縣的優質水果，其中椪柑、梨、葡萄、荔枝、金針菇等，品質優於其他國家所生產者，因此極具外銷潛力。在我國加入 WTO 後，農產品在自由市場競爭機制下，瞬息萬變的搶攻消費市場，唯一可以確認的是「優質的農產品」永遠受消費者的喜愛。臺中縣政府深刻體會此一鐵律下，長期輔導各鄉鎮市之產銷班進行 CAS 吉園圃標章之認證工作，在全縣 486 個產銷班當中，已有 225 個班通過 CAS 吉園圃之認證；並自 93 年起積極輔導產銷班辦理 ISO 認證工作，至 95 年已完成 15 個產銷班認證通過，目前持續增加辦理中，為本縣農產品邁進國際市場取得一張「通行證」。本次拓銷計畫為持續拓展本縣優質農特產品之知名度，以通過安全蔬果認證為訴求，將本縣具有競爭力之農產品也能陸續登陸消費市場，其中以東勢鎮生產的「台灣椪柑」促銷為主力，宣導展示，執行新加坡市場蒐集分析，並辦理市場調查及促銷活動。

貳、過程

96 年 2 月 11 日出發（下午抵達）

訪視新加坡蔬果冷藏設施（Foodbex Global PTE LTD）：

位於新加坡東區工業區內，該冷藏庫現代化設施，使用組合式櫃架，調度操作靈活，增加容積率使用量，外銷貨櫃運儲過程溫濕度設定：溫度：2-5℃濕度：75-85%，並檢視台灣椪柑外銷包裝情形，以全包式蔬果套裝，確保台灣椪柑在貨櫃運儲過程品質。隨後拜訪進口商 FRESHMART，該公司為新加坡排名第一農產品進口商，並向該公司負責人表示此次行銷重點是更深入了解台中縣農產品在當地銷售量、價格及消費者反應等情形。該公司代表表示：台灣農產品普遍受到新加坡肯定與認同，尤其本縣東勢鎮所生產的「台灣椪柑」在當地已漸有知名度，唯國際自由市場競爭下，近年來大陸地區農產品價廉物美，對台灣農產品形成一股不容忽視之威脅。

96 年 2 月 12 日

生鮮超市訪視活動及農特產品品嚐會：

訪視位於新加坡 Jurong Point 的 Fair Price NTUC，類似 5 處的生鮮超市通路商，了解本縣椪柑產品在當地鋪貨情形，並蒐集當地農產品銷售概況，作為本縣農產品出口分析之依據。生鮮超市提供椪柑現場試吃活動，讓新加坡消費者能在大賣場直接品嚐台灣水果的口感，進而達到宣傳效果及銷售量。

96 年 2 月 13 日

傳統批發市場訪視活動（上午）：拜訪主要的水果供應商和進口商，增進新加坡當地進口商及通路商的關係，並訪視及蒐集當地傳統市場銷售情形。

拜訪新加坡職工總會平價合作社（下午）：該合作社目前在新加坡共約有 90 家超市作為行銷通路，拜訪該合作社負責採購部門主管溫少強先生，並洽詢本縣農產品在當地各生鮮超市，消費者反應及市場成長空間之情形互相交換意見。

96 年 2 月 14 日回程：

新加坡-台灣

參、心得

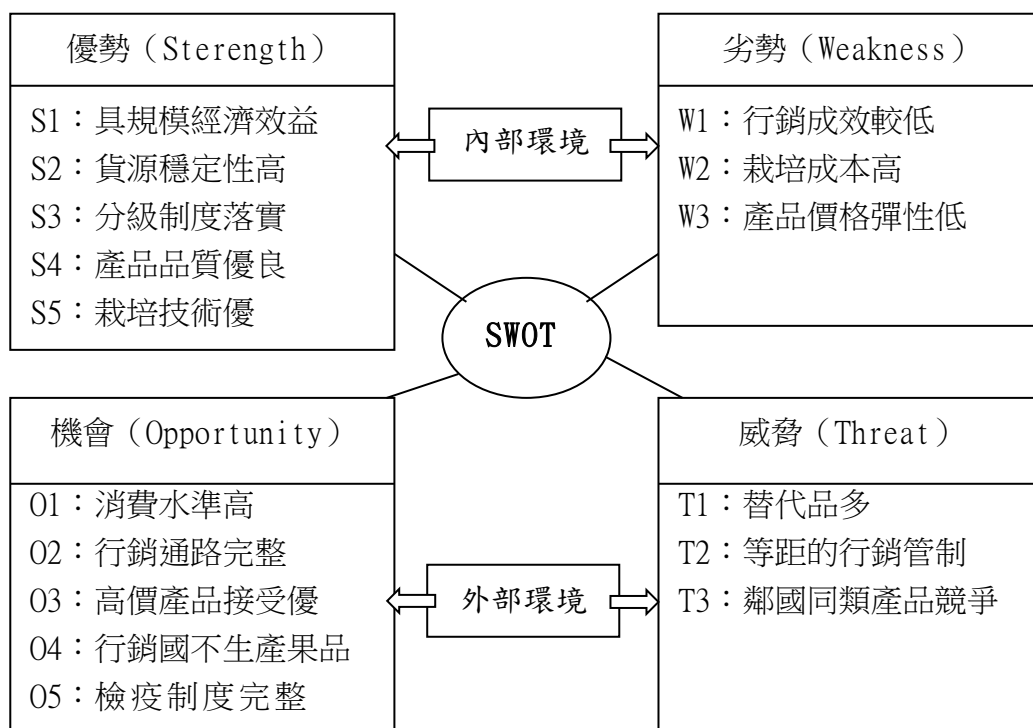
一、市場分析：

(一)、新加坡人口約 430 萬人，但其流新加坡人口超過 500 萬人，國民平均所得 2 萬 1556 美元，年貿易額約 2700 億美元，本身並無農業生產，是個仰賴農業進口的國家，成為世界各國農產品出口的重要消費國家，其市場開發潛力無窮，尤其是國民大都為華人，對於台灣水果極為喜好，尤其遇過年節慶時，對檳柑情有獨鍾，不論是在傳統批發市場或大賣場，幾乎都是以檳柑為主商品，而消費者詢問購買也是檳柑禮品，已蔚為當地華人逢年過節時期必備的應景水果，而本縣東勢鎮與豐原市盛產的檳柑汁多味美，糖酸比例適中，吃起來甜中帶酸，酸中帶甜，頗迎合當地華人的口味，是柑桔推動國際行銷的最佳地點。

在實地訪查深入了解之後，本縣檳柑在當地銷售情形及行情價格來看，雖然我們的出口量僅佔新加坡市場約 10% 左右，面對中國蘆柑、蕉柑和韓國柑桔強而有力的競爭對手，我們依然能在新加坡市場賣出高於中國大陸價格一倍以上，此現象突顯出本縣農產品已與中國大陸等國家做市場區隔，中國大陸是以量取勝，而本縣著重產品品質穩定，安全蔬果為導向，走在金字塔頂端的消費產品，以質取勝，讓當地國人願意掏腰包付更高額的價錢購買，這是別於其他東南亞國家不同之處，也是我們的優勢之一，加上新加坡政府對於台灣農產品檢疫制度非常肯定，鄰近東南亞國家中，唯獨台灣的農產品進口至當地免檢疫，這是我們的優勢之二。

本縣農產品目前已有水梨、葡萄、金針菇及檳柑等農產品出口至新加坡，且深獲新加坡消費者喜愛，並持續穩定成長，而本縣有豐富質優的農產品，例如荔枝、龍眼、甘薯、芋頭等農產品均有機會進軍新加坡市場，參與國際競爭，以達本縣產銷調節，穩定國內價格，增加農民收益。

(二)、本縣農產品銷售新加坡市場以 **SWOT** 方法市況分析：



SWOT			優勢 (Strength)					劣勢 (Weakness)		
			具規模經濟效益	貨源穩定性高	分級制度落實	產品品質優良	栽培技術優	行銷成效較低	栽培成本高	產品價格彈性低
			S1	S2	S3	S4	S5	W1	W2	W3
機會 (Opportunity)	消費水準高	O1	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	○
	行銷通路完整	O2	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	○
	高價產品接受優	O3	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	○
	行銷國不生產果品	O4	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	○
	檢疫制度完整	O5	◎	◎	◎	◎	◎	○	○	○
威脅 (Threat)	替代品多	T1	○	○	○	○	○	×	×	×
	等距的行銷管制	T2	○	○	○	○	○	×	×	×
	鄰國同類產品競爭	T3	○	○	○	○	○	×	×	×

◎為正相關 ○為平相關 ×為負相關

二、成果：

在「珈廣實業有限公司」協助下，95 年台中縣東勢鎮盛產的椪柑順利拓展新加坡市場，截至目前為止已出口 18 貨櫃（約 320 公噸），並迎合該區華人討喜的紅色，以禮盒規格呈現，提供過農曆新年之應景水果。另大里市的金針菇出口量從去年 7 月至今超過 100 噸，並持續穩定成長中，新社鄉「虹溪葡萄」外銷約 30 噸。據當地進口業者表示，只要品質穩定，做好分級包裝，台灣水果已成為當地頂級消費市場搶手貨。輔導農民團體其拓展新加坡市場的「珈廣實業有限公司」在當地建立良好信譽及自創「ABC」品牌，此品牌在消費者心目中已認定為屬高級精緻農產品，這是本縣最好的機會，更應把握這契機轉為商機。

肆、建議

本縣農產品用藥安全宣導與管制已奠定良好基礎，有助於提升優質農產品的穩定性，為紓解國內農產品市場的飽和度，穩定國內農產品的價格，提高農友收益，將積極協助拓展優質農特產品外銷市場，輔導農民團體培養具有農產貿易專才，結合各產業轄區農會、產銷班制定合作機制，與東南亞地區採購商達成供貨契約，將優質農產品因季節需求供貨，幫助農會及農民降低成本，獲得更高利潤，打響台灣優質農特產品知名度，達到三贏局面。