

出國報告（出國類別：洽公）

參訪「2012 年法國巴黎國際食品展 (SIAL)並參觀當地食品通路」

服務機關：台灣糖業股份有限公司商品行銷事業部

姓名職稱：陳啟祥 執行長

莊艷慧 業務管理師

派赴國家：法國

出國期間：101 年 10 月 20 日至 26 日

報告日期：101 年 12 月 03 日

摘要

法國產品及通路均為世界上食品業先進地區之一，發展動態影響全球，此次參訪「2012年巴黎國際食品展(SIAL PARIS)」，考察法國產品發展現況與趨勢，進行零售通路市場調查，以作為產品及通路未來發展策略之參考。

藉由實際參訪「2012年巴黎國際食品展(SIAL PARIS)」，參觀體驗包含有機食品、一般食品、冷凍冷藏食品等展品，切實瞭解國際食品產業的發展。法國食品產業的市場規模高達1500億歐元，其樣貌的多樣性，產品內容物的趨勢，包裝形態的精緻，各種食品業的特色，形成領先全球的優勢。其中有機食品逐漸鋪銷至一般零售通路，成為消費者生活日常品。

不但食品產業發展先進，法國的通路發展也逐漸細緻化、分眾化，以超市為例，除了一開始的量販店由法國樂福創立經營型態，小型超市及便利店發展也非常健全，提供法國消費者日常所需。

出國行程概述如下：

日期	行程	詳細工作內容
101.10.20 (星期六)	台北-巴黎	啟程
101.10.21 (星期日)	巴黎	參觀 Sial France
101.10.22 (星期一)	巴黎	參觀 Sial France
101.10.23 (星期二)	巴黎	參觀 Sial France、 參觀通路
101.10.24 (星期三)	巴黎	參觀通路
101.10.25 (星期四)	巴黎-台北	回程
101.10.26 (星期五)	抵達台北	

目次

摘要-----	01
---------	----

本文

壹、緣由及目的-----	04
--------------	----

貳、參訪法國巴黎國際食品展(SIAL)----	04
-------------------------	----

叁、法國食品及有機食品概況-----	06
--------------------	----

肆、參觀產品通路-----	07
---------------	----

伍、心得與建議事項-----	09
----------------	----

壹、緣由及目的

做為歐洲食品業發展指標的法國地區，它的實地發展樣貌，各方面食品業的情況，消費者的喜好，新產品的概念，在在都吸引各國業者仿效與學習，本公司自國外引進優良食品銷售，近年來績效卓著，有效增加公司營收。

法國食品業一直是世界潮流，其中如奶製品、罐裝水和餅乾等一般食品，享譽國際。同時法國的通路業領先全球，其中如開創新的零售理念：大賣場，世界第一家量販店「家樂福」(Carrefour)就誕生在法國，家樂福集團也是量販店(Hypermarket)業態的首創者，經營形態影響全球，目前是世界第二大零售集團。

本次出國為廣續進口業務，需尋訪其他國家優秀產品，藉參訪「2012年巴黎國際食品展(SIAL PARIS)」，進行產品與通路市場調查，以擴展本公司OEM及進口產品線。

貳、參訪法國巴黎國際食品展 (SIAL)

2012年巴黎國際食品展(SIAL PARIS)，自10月21日起在法國巴黎北維勒班特展館(NORD VILLEPINTE)一連展出5天。SIAL展由愛博展覽集團(GROUPE EXPOSIUM)主辦，該集團是法國第一大展覽集團，世界十大展覽集團之一，每年主辦近60個專業展覽會。SIAL創建於1964年，每2年於法國舉行，迄今已有40多年的歷史，本屆食品展是第44屆。法國SIAL食品展與德國的ANUGA食品展每年交錯舉行，是歐洲的重要食品展，同時也是全球3大食品展之一。

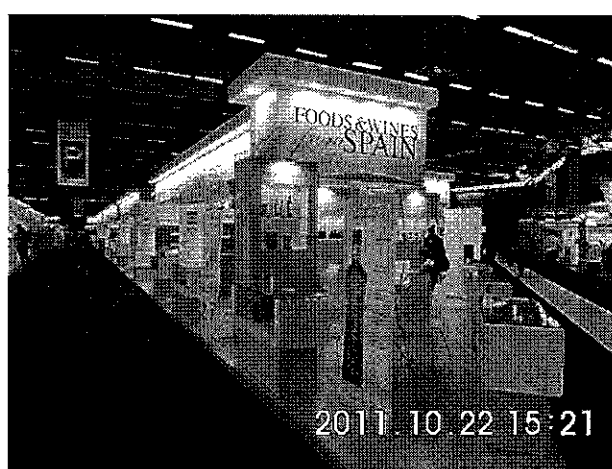
本次食品展共有8個展館，1-3號和4號館的一半是國家館，4號館的另一半、5A、5B、6、7、8號館為專業館。來自全世界100多個國家和地區的5900家廠商參展，前10大參展國家依序為法國、義大利、土耳其、西班牙、大陸、荷蘭、比利時、德國、巴西、希臘，多以國家館方式整體展出；總計約14萬人次出席本次會展。

參展產品極其豐富，包括食品添加劑、調味品、熟食、奶製品、蛋製品、肉製品和醃漬品、新鮮肉類和腸類、海產品、鮮果蔬、水果乾和脫水蔬菜、甜品、餅乾、麵包、罐裝食品、冷凍食品、生物製品、飲料等19類。參觀者包含批發商、零售商、有機食品專賣店、便利商店、百貨店、食品製造商等。

法國國家館各廠商展示商品主要包括葡萄酒、香料、餅乾、奶製品、罐頭及天然產品等，西班牙國家館展示商品主要橄欖油、橄欖、甜食及冷凍調理食品。希臘國家館展示商品包括橄欖油、橄欖、醬料、水果乾，義大利國家館也展出當地最負盛名的產品，如橄欖油、奶製品及紅酒等產品。加拿大館以楓糖漿、果醬、餅乾、水果乾、綜合維他命為主；墨西哥館以醬料、飲料等為主；智利館以堅果類、葡萄乾、黑莓乾、紙盒裝玉米為主；哥倫比亞館以橄欖、醬料、果汁、盒裝玉米、葡萄酒為主；巴西館以堅果類、桶裝油、零食為主；以色列館展區非常小，僅有零食、飲料、酒等產品參展；阿聯館則是一圓形展覽區塊，展品多為椰棗乾、果醬、水果乾等；中國館展區非常大但並無統一色調，產品以茶、豆類、農產品、零食、醬料、乾辣椒、罐頭、麵條為主；韓國館以人蔘、柚子茶、飲料、果乾、大蒜、蜂蜜薑茶為主；日本館展區小，以芥末、醬料、米、大豆製品為主；泰國館以紅茶、米、罐頭為主；新加坡館以一小型綜合開放式展覽區塊，無單獨攤位，展品多為零食類、沖調飲品等為主；越南館則以堅果類、咖啡、飲料、醬料、河粉為主；斯里蘭卡館則以紅茶、水果乾、水果罐頭、飲料為主；巴基斯坦館則是米、豆類為主。



(希臘館)



(西班牙館)



(新加坡館)



(台灣館)

台灣則有奇美、興霖、好帝一、味一、石城、京工、家會香、百鄰、司麥爾、亞細亞、三叔公、菇王、日正等 33 家食品商參展。主辦單位辦理創新產品選拔活動，百鄰公司生產的即時穀粒燕麥餐系列產品自 1000 多件報名產品中脫穎而出，成為 400 件創新產品之一，強調沖調後呈現三種穀物層次，一泡三享受多穀物內容。據外貿協會表示，5 天展期內計有法國、以色列、黎巴嫩、英國、墨西哥、西班牙、德國、荷蘭、義大利、印尼、南韓等地 900 多位專業買主至台灣館洽談。

參、法國食品及有機食品概況

法國為全球第 5 大加工食品出口國。這是因為法國居歐盟重要核心位置，聚集多國人口，消費力一直非常豐沛。同時食品產業非常發達，擁有豐富異國飲食文化，發展非常多樣化的食品產業。

依據市場調查公司 GFK 最新之研究，2012 年度歐洲 42 個國家之平均購買力每人約 12,802 歐元。個別國家人均購買力最高的是列支敦斯登，約有 56,978 歐元，依序為挪威 32,037 歐元，瑞士 31,666 歐元，法國 19,881 元，排名第九。

法國是台灣在歐洲之第 4 大貿易夥伴，僅次於德國、荷蘭、英國。依據法國財經部海關署發表之最新統計，2010 年法國出口金額為 3,925 億歐元，進口金額為 4,439 億歐元，出進口貿易逆差金額達 514 億歐元。農產食品以酒類及穀物最突出，初級農產出口額成長 15.7%，加工食品成長 10.4%；主要是出口小麥至埃及、摩洛哥及歐洲鄰國，出口酒類至亞洲國家、美國及英國。按 2010 年法國農產及加工食品出口 495 億歐元，超出 78 億歐元。藥品及化妝品香水，2010 年法國銷出香水化妝品之出超金額由 2009 年之 69 億歐元增至 76 億歐元。至於藥品類出口金額年亦成長了 5.2%，銷售地區以比利時等歐盟夥伴國之成績良好。

依據 Euromonitor International，法國農產加工食品工業(Industrie agroalimentaire)為法國策略性產業，營業額年達 1500 億歐元，員工約 50 萬人。

有機食品價格較一般食品價格貴約 2~4 成，法國有機食品的販售主要透過宅配/直銷通路/網路購物(如 Auchandirect)、販售機能性食品的天然食品店(如 Biocoop、Naturalia 等)、量販店及超市等一般零售通路。

法國有機產品的國家認證標誌，即 AB (AGRICULTURE BIOLOGIQUE) 有機認證，法規依據歐盟所頒布的 European regulation (EC 2092/91)。由 Direction Generale de l'Agriculture 擔任法國的檢驗和發證單位。凡取得此認證之商品，全原料成份必須 100% 來自受控管之有機農場；商品從製造、包裝、

運輸過程，皆必須符合最嚴格之環保與安全規範。確保消費者食(飲)用有機(BIO)商品的權益。法國有機食品之標示規定，必須符合管理規範。

由於法國消費者有機意識抬頭，法國有機食品非常發達，其中以 Biocoop 最具代表性。該公司創立於 1986，距今已有 26 年歷史，銷售網絡遍布法國大中城市，總門店數達到 335 家，營收已經超過 5 億歐元，市場佔有率為 16%。Biocoop 店內銷售的有機食品品項眾多，從一般的農產品之外，也包括如乳製品、果汁、紅酒等的一般食品，銷售品項超過 400 種以上。



(有機超市)



(有機超市內零售各式日用穀類)

肆、參觀產品通路

法國人主要購物地點為超市，超市有量販店、小型超市及便利店等；若依商品分類，則有綜合類超市與專用品超市。量販店及專用品超市多位於郊區，除食品、用品、服飾外，量販店同時銷售小型傢俱、電腦、五金等，尤其近年來許多量販店與專用品超市、餐館、汽車用品專賣店、花店、洗衣店、藥店等連在一起，形成完整的購物商圈。

大型綜合超市如加樂福(Carrefour)、歐尚(Auchan)、E.Leclerc、Intermarché、E.Loclerc 等。家樂福成立於 1959 年，除了是法國最大的綜合性超市外，是歐洲最大的量販業集團，僅次於 Walmart，為世界第 2 大量販集團，目前在 29 個國家擁有 11,000 多家分店，員工總數約 47 萬人，主要以大型量販店、量販店、折扣店等型態營業，國家尚有會員制量販店或便利商店之型態。歐尚集團創立於 1961 年，是法國第 2 大綜合超市集團，在全世界擁有 300 多個大型超級市場，600 多個超級市場，600 多個便利店，員工總數約 16 萬人；以物美價廉、品種豐富聞名。

小型超市規模較量販店小好幾倍，多為地域性，並非法國全境皆有之連鎖通路，主要為銷售食品與生活用品。小型超市可分為2種，一種位處市中心，銷售品項多為中高檔次商品，價格比量販店昂貴；另一種地理位置一般，多銷售量販店缺乏之中低檔次商品。常見之小型超市包含 Marche Plus、Champion、ALDI、Monoprix、Leader Price、Netto、Ed、Match 等。Monoprix 創立於1931年，門市銷售以食品為主，全法已有260多家連鎖超市。LIDL 亦是以食品為主之超市，產品售價便宜，吸引許多低收入消費者。

法國大型超市集團

單位：百萬歐元

	通路	營收	純益	備註
1	Carrefour S.A.	81,271	371	全球第二大國際化零售連鎖集團
2	Auchan S.A.	44,373	857	歐尚集團，是以經營大型綜合超市為主的國際商業集團
3	E.Leclerc	37,800	-	是法國領先的零售品牌
4	Casino	34,750	906	法國超市品牌
5	Intermarché	31,200	-	與E.Leclerc都是以低價為策略
6	Système U	18,748	-	法國超市品牌
7	Louis Delhaize	12,943	-	比利時超市品牌
8	LIDL	6,900	-	德國食品超市，折扣商店
9	MONOPRIX	4,000	-	法國超市品牌
10	ALDI	3,200	-	德國食品超市，折扣商店

備註：營業數字來自2011/10年公開財務報告(Annual Report) 與 Global Powers of Retailing 2012

另，周末市集亦是一特色據點，城市周邊的農民會於周末市集銷售自家的農產品(蔬菜、水果)、畜禽品、魚類、自製麵包、自釀酒、巧克力、鮮花等。

巴黎的華人主要集中在3區 Arts et Metiers，13區 Avenue de Choisy，東北4區交界的 Belleville 周邊，19區 Crimee 94省的 Vitry sur seine 及93省的 Aubervillier 等地。

法國地區之亞洲超市包含陳氏超市(Tang Frères)、巴黎士多超市(Paris Store)等。陳氏兄弟集團是由陳克威、陳克光兄弟於1976年創辦於法國巴黎，從事亞洲食品的批發與零售業務，為法國第一家專營亞洲食品的現代化超市，亦是西歐最大的華商企業，該集團在巴黎擁有多家連鎖超市，最主要的是位於巴黎13區伊夫里大街的陳氏第一超市。巴黎士多超市則是由鄭輝創立1978年，主要從事亞洲食品的連鎖零售業務。二家超市內所銷售之商品主要來自東南亞及大陸，產品包含海鮮魚蝦、牛羊豬肉、新鮮蔬果、冷凍食品、罐頭乾果、南北雜貨、醬料、熟食糕點、酒、中藥材、中西藥品、日用百貨、鍋碗瓢盆等，同時亦銷售熟食、滷味。



(陳氏超市)



(陳氏超市內銷售之食品)



(巴黎士多超市)



(巴黎士多超市內銷售之冷凍食品)

伍、心得與建議事項

- 一、法國巴黎國際食品展 (SIAL) 為全世界最大型的食品展，展出規模龐大，高達 8 個展館，將近 6,000 家廠商參展，本公司此次首次參加，一方面對於產品的多樣性印象深刻，展場的攤位設計也頗多可資借鏡之處。本公司以往比較沒有參加相關國際食品大展的經驗，經過此次巴黎國際食品展的洗禮，本公司將積極參加國際食品展，將台糖產品推銷至全世界的華人。
- 二、法國巴黎的通路發展非常成熟，各階通路都齊備。可是因為歐洲金融危機與國家債務危機的影響，經濟發生衰退，民眾消費力下降，所以低

價的通路最被消費者青睞，如 E.Leclerc、LIDL、ALDI 等通路，業績均持續成長。至於傳統的量販集團家樂福，則受到最大衝擊，不但業績受到影響，導致 CEO 頻頻換人，造成經營階層動盪，影響集團的發展。

三、除產品口味、特色外，現代人越來越重視感官訴求，包裝設計除了傳遞品牌訊息外，更成為吸引消費者目光並刺激其購買欲望之重要角色；而本公司商品包裝過於傳統，相對於國際知名品牌新穎之包裝設計仍有待提升。