

出國報告 (出國類別:洽公)

參展「2013年澳洲雪梨國際食品展」

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：彭進統 副執行長

陳正聲 組長

派赴國家：澳洲

出國期間：102年 09月 07日至 09月 13日

報告日期：102年 09月 27日

摘要

澳洲國際食品展(Find Food Australia)是澳洲最大的食品行業展覽，匯集了全世界最新的食品、飲料產品和相關食品製造設備。台灣廠商在 2003 年開始參加澳洲國際食品展，以往由貿協主辦，由各公協會聯合廠商組成國家展館的形式參加。

本公司承租 2 個攤位，攜帶砂糖製品、沖調產品、薑母茶、餅乾、生技等台糖產品及海報布置物，參加此次澳洲國際食品展。

自 9 月 9 日起，澳洲國際食品展開幕，本公司 2 位同仁全天駐點，廠商與民眾入場參觀，本公司人員解說企業文化與形象，進行產品試吃活動，介紹台糖產品的特性及價值，增加公司品牌及產品的曝光度，接待來訪賓客、經銷商、接受一般民眾的詢問。首日食品展一直到 20:00 結束。翌日到 9 月 12 日也是一樣的工作時程，展覽於 17:00 結束。

展覽結束，稍事晚餐後，即出發當地零售通路，做市調的活動，調查台灣食品、同質性產品的終端售價、品牌名稱，及競爭對手產品品質等資料。

目次

壹、目的-----03

貳、過程-----03

參、心得-----13

肆、建議事項-----13

壹、目的

本公司此次參加澳洲國際食品展的主要目的，一為推廣台糖品牌、找尋澳洲經銷商，一為當地市場的調查。

貳、過程

一、出國行程

預定起迄日期	天數	到達地點	詳細工作內容
9月7日	1	台北-雪梨	啟程前往雪梨
9月8日	1	雪梨	佈置展場
9月9日	1	雪梨	參展「2013年澳洲雪梨國際食品展」
9月10日	1	雪梨	參展「2013年澳洲雪梨國際食品展」
9月11日	1	雪梨	參展「2013年澳洲雪梨國際食品展」
9月12日	1	雪梨	參展「2013年澳洲雪梨國際食品展」
9月13日	1	雪梨-台北	返回台北
合計	7		

二、澳洲國際食品展

澳洲國際食品展(Find Food Australia)自1984年第一次在墨爾本 Royal Exhibition Building 舉辦至今，已是第29年，是澳洲最大的食品行業展覽，匯集了全世界最新的食品、飲料產品和相關食品製造設備，由澳洲 Diversified 展覽公司主辦，該展覽公司是澳洲展覽協會會員，且本食品展為 UFI(國際展覽業協會, Union des Foires Internationales)註冊項目，為國際知名的食品展，受到了澳洲政府貿易委員會大力支持。該食品展每年舉辦一次，由墨爾本和雪梨兩城市交替舉辦今年輪到在雪梨舉辦。每屆都吸引著來自世界各地的食品、飲料生產商和專業貿易人士。



(圖 1: 澳洲國際食品展)

今年澳洲國際食品展的展品範圍，主要是國際食品、飲料、烘焙設備、食品工業設備暨旅館酒店設備，包括烘焙原料與設備、糖果餅乾零食、肉與海鮮、乳製品及加工技術設備、飲料、無麩質食品、精緻美食、天然食品、國際美食、餐飲設備、包裝材料與設備、食品供應設備、零售設備與服務。展覽期間，主辦者還安排了各種廚藝表演、食品評比以及調酒宴會等。來自業界的人們不僅可以嘗遍世界各地的特色美食，洽談商機，還可以欣賞到澳洲本土烹調技藝。



(圖 2: 澳洲國際食品展)

本屆 2013 年澳洲國際食品展的展商來自 35 個國家/地區，家數近 1,000 家，另有國家展團，如韓國、美國、中國、義大利、賽普勒斯、馬來西亞、泰國、奧地利等國家。設立國家館的國家中，以中國大陸陣容最為強大，然因中國食品安全聲譽不佳，造訪中國館者少，門庭相對冷清，泰國館因推出泰國口味的食物，成為澳洲買主甚感興趣的賣點，吸引許多人潮駐足參觀。賽浦路斯陣容也很大，賽浦路斯因有歐盟補助經費，參展者幾乎免費，因此參展者眾。



(圖 3: 中國與泰國展館)

台灣廠商在 2003 年開始參加澳洲國際食品展，以往由貿協主辦，由各公協會聯合廠商組成國家展館的形式參加。但自 2010 年後，台灣食品安全事件陸續發生，重創國際形象，海外市場萎縮，參加人數下降。

表 1. 澳洲國際食品展-台灣歷次參展廠商

	參展廠商
2005年-雪梨	台灣糖果餅乾公會、冷凍食品公會、冷凍水產公會、冷凍蔬果公會、製茶公會、蜜餞公會及養殖漁業發展協會這7個相關食品公會與義美、家會香、三叔公、成偉、宏益製茶、順泰蜜餞、允偉、新和興、冉蒂及蘭揚等10多家生產、經銷臺灣優質食品的廠商，以「國家館」的方式展出打入澳洲市場。
2006年-墨爾本	由台灣冷凍水產公會，率領台灣糖果餅乾公會、冷凍蔬果公會、製茶公會及其會員等共22家廠商共同組成「台灣食品館」，總展示面積達234平方公尺，創下台灣參加澳洲食品展歷年來最大的參展規模。參展的廠商有義美、家會香、艾芳迪、小林煎餅、宏亞、鴻福食品、石城、薌園等9家食品公司。
2007年-雪梨	此次展覽是由貿協主辦、台灣八大工業協會參與的，全團有100多位成員，來自飲料、糖果、餅乾、蜜餞、水產和冷凍食品等廠商。其中大部份都是經常參加國際展的常客，包括元海鄉、冉蒂、青葉三傢廠商，還有早在華人中享有知名度的維力、馬玉山等。這次首次參展的太頂咖啡、春喬食品、雪花方塊酥、龐德國際等。
2008年-墨爾本	台灣廠商係由台灣區糖果餅乾麵食工業同業公會及台灣區製茶工業同業公會共同組團來澳拓銷，糖果餅乾公會陳朝陽總幹事率領國內柏泰食品、鈺統食品、太頂咖啡、成偉食品、石城實業、郭元益食品、宏益製茶廠、台灣農林、飄逸實業、盛香珍食品及統一食品等多家大型廠商前來參展，展示各式台灣精緻食品、糕點、烘培類添加物、健康加工穀類產品、高級咖啡及茶葉產品，吸引許多買主洽談及人潮駐足。
2009年-雪梨	本次參展的台灣廠商由台灣區糖果餅乾麵食公會、台灣區蜜餞公會、台灣區製茶公會、台灣食品GMP發展協會、台灣區食品暨製藥機械工業同業公會、台灣區冷凍水產工業同業公會共同組團，率領32家台灣廠商前來參展，包括統一企業的嚴選奶茶、滿漢大餐泡麵系列；日正食品標榜天然的健康十穀米、養生燕麥及各式健康果仁；台灣龍口牌粉絲；華升食品的各款日式火鍋料、冷凍食品；台灣特好食品公司(註冊商標是十全)。佳美食品的健康濃縮蔬果汁、蔬果粒及果丁等。
2010年-墨爾本	此次台灣廠商僅有6家參展，冷凍食品區有新和興海洋企業股份有限公司(珍珍魷魚絲)、松珍生物科技公司(素食產品)及詠璽海產國際公司(魚類)，茶葉產品有主打「大觀」品牌的宏益製茶廠公司，及包裝區有可微波的食品容器德億包裝公司與行銷紙杯的統奕包裝公司(統一關係企業)等。

此次澳洲國際食品展，台灣並無國家展館，不像以往有「台灣食品館」，台灣廠商參加的家數為 18 家，除了本公司之外，有台灣區冷凍食品工業同業公會及台灣區食品暨製藥機械工業同業公會，冷凍食品工業同業公會有三家廠商參加，分別為允偉興業股份有限公司、新和興海洋企業股份有限公司、陸仕企業股份有限公司，台

灣區食品暨製藥機械工業同業公會則有快特勵食品機械有限公司、崇新企業股份有限公司、安口食品機械股份有限公司等 14 家廠商。



(圖 4: 台灣參展廠商)

本公司承租 2 個攤位，攜帶砂糖製品、沖調產品、薑母茶、餅乾、生技等台糖產品及海報布置物，參加此次澳洲國際食品展。9 月 7 日晚間抵達雪梨，次日(9 月 8 日)跟主辦單位領取參展證(Entrance Card)，以方便進出展場，開始進行展品擺設及攤位佈置。先檢查已裝運至展場的產品，已經安全抵達，清點無誤，進行展品擺設。將海報布置物攜入展場，進行攤位佈置。產品依序排放，其他的海報、公司簡介及產品目錄等也依序歸位。



(圖 5: 台糖展館)

9月9日2013年澳洲國際食品展開幕，本公司2位同仁全天駐點，早上吃早餐後立刻出發，到達展場準備商品擺設、試吃活動，自10:00開始，廠商與民眾入場參觀，本公司人員解說企業文化與形象，進行產品試吃活動，介紹台糖產品的特性及價值，增加公司品牌及產品的曝光度，接待來訪賓客、經銷商，接受一般民眾的詢問，午餐及晚餐需偷空食用，若有客戶進入展場，須棄筷接待，首日食品展一直到20:00結束。翌日9月10日到9月12日也是一樣的工作時程，展覽較早於17:00結束不過趕緊用完晚餐後，即出發當地零售通路，做市調的活動，調查台灣食品、同質性產品的終端售價、品牌名稱，及競爭對手產品品質等資料，再返回旅館。

本公司此次參加澳洲國際食品展的主要目的，一為推廣台糖品牌、找尋澳洲經銷商，一為當地市場的調查。

1、找尋澳洲經銷商

由於本公司沒有自有辦事處與分公司，在澳洲沒有自有的銷售人員，新產品要成功進行海外市場拓銷，一般須仰賴有經驗的經銷商，藉助經銷商的通路關係及各種資源(如有經驗的經銷商在各賣場已經有帳號，只需繳納新產品上架費、新產品條碼費等，而不需要再逐一繳納通路費用)，能並以最小的代價，快速將產品推向零售市場。

尤其是海外市場的經銷商，還需要熟悉當地海關進口規定，肩負辦理進口報關作業，以布建銷售通路。尤其目前澳洲的食品通路，雖然已經有大型的連鎖通路(如Woolworth及Coles)，但是還有其他許多較小規模的通路市場，尤其是亞洲超市，需要經銷商來進行鋪貨的作業。凡此種種客觀因素的考量，可以瞭解若要拓展本公司商品在澳洲市場，招募經銷商是最重要的工作，這也是本次參加澳洲國際食品展的主要目的。

一個品牌的建立不可能一蹴而就，需要有耐心、穩扎穩打的經銷商長期的予以扶持。

從以往的海外銷售經驗來看，目前只有台灣人對台糖有品牌認知。在澳洲的亞洲移民的增多，澳洲市場開發有很大潛力。此次在澳洲國際食品展的展覽期間，接觸到許多潛在經銷商，分別在不同的區域，如雪梨、墨爾本等區域。經過產品介紹、報價與業務洽商，已經有廠商下單。

2、當地市場的調查

由於考量台糖品牌在台灣人中較有認知度，所以外銷澳洲的目標市場設定為華人超市。故此關於當地市場的調查，重點放在華人超市。

華人超市在雪梨主要分布在唐人街(China Town)，依規模來看，以位於唐人街之泰記超市(THAI KEE IGA SUPERMARKET)及美而廉超級市場(MIRACLE SUPERMARKET)規模較大，其中美而廉超級市場有5個分店，分布較廣。另外還有一些小型的傳統華人通路。

表2. 澳洲代表性的華人超市

名稱	超市簡介
泰記超市 THAI KEE IGA SUPERMARKET	較大型的華人超市，出售華人食品，位於雪梨中國城附近的market city的1樓。有很多台灣的飲料、醬料跟餅乾等食品，也有亞洲商品和適合亞洲人口味的生鮮蔬菜，適合東方人需求。
美而廉超級市場 MIRACLE SUPERMARKET	是台灣人開的華人超市的連鎖通路，有5個分店，分別位於雪梨唐人街附近、Chatswood、Newtown、North Ryde、Marrickville等地區。

實地走訪華人超市，我國許多加工食品已在澳洲華人超市上架銷售，例如：統一的泡麵、飲料、義美的餅乾、桂冠的冷凍食品、波蜜果菜汁、馬玉山的沖調食品…等多數可在華人超市買到，許多臺灣的食品已經打入澳洲的華人超市。究其台灣品牌已在華人超市上架銷售原因，主要是相關台灣食品公司在2005年前均已經參加澳洲國際食品展，如義美、統一、馬玉山等，實際設攤，進行品牌的推廣活動。



(圖 6: 華人超市)

在各台灣品牌中，以統一公司的泡麵(滿漢大餐系列)、泰山的冰鎮紅茶等產品鋪銷通路是最全面的，除了華人超市、亞洲超市之外，也擴及到澳洲主流通路市場 7-Eleven 與 City Convenience Store 便利超商。

同時考慮台灣食品的消费客群。澳洲人口普查資料顯示，1981 年時台灣移民只有 877 人，1990 年末期達到高峰，2001 年約有 2 萬 2 千餘位台灣出生的移民。目前在澳洲的 3 萬多名台灣移民，分別落腳在人口最多的前 3 大城市，雪梨、墨爾本和布里斯本，其中以布里斯本人數最多(一萬多人)，是台灣人最集中的地區。目前澳洲的台灣移民人數約 3 萬多人，去澳洲打工旅遊的台灣人人數 3 萬 5 千人，亦即台灣食品的消费人口約 6 萬人。

由於近年來澳洲的經濟發展與澳幣的升值，澳洲國民平均所得快速增加為 59,570 美金，推動澳洲國內物價高漲。即以台灣食品為例，在澳洲華人超市的零售價普遍都比台灣高出許多，除了肉醬、沙茶醬等產品之外，其他一般台灣食品價格普遍高台灣零售價 50%。

表3. 台灣食品在澳洲銷售價格比較

澳幣匯率=27.45

台灣食品	台灣零售價 (新台幣 元)	澳洲零售價 (澳幣 元)	價格比
台糖 紅麴穀康 360g	139	8.80	1.74
馬玉山 榛果杏仁燕麥片 360g	150	8.40	1.54
馬玉山 山藥五穀粥 560g	150	10.90	1.99
鄉味 燕麥薏仁 360g	150	6.80	1.24
黑松沙士 600ml	25	1.70	1.87
麥香 水沙連紅茶 600ml	25	2.00	2.20
日式無糖綠茶 茶裏王 600ml	20	1.80	2.47
泰山冰鎮紅茶 535ml	20	3.10	4.25
愛之味 麥仔茶 590ml	25	1.35	1.48
阿薩姆奶茶 400ml	15	1.25	2.29
味全珍味花瓜 400g	50	2.60	1.43
愛之味脆瓜 180g	40	1.80	1.24
統一 滿漢大餐 蔥燒牛肉麵 192g	53	3.75	1.94
可樂果 原味豌豆酥	25	2.00	2.20
蝦味先 原味 60g	29	1.50	1.42
義美 芝麻蛋捲 60g	35	1.50	1.18
義美 營養餅乾 205g	60	2.70	1.24
可樂果 72g	25	1.60	1.76
同榮 番茄汁秋刀魚 230g	50	2.40	1.32
同榮 蔥豆鮪魚 185g	40	2.20	1.51
同榮 豆豉紅燒鰻 100g	39	2.40	1.69
老船長紅燒小卷 100g	45	2.20	1.34
味全 辣味肉醬 150g	40	1.70	1.17
牛頭牌沙茶醬 250g	109	4.80	1.21
金蘭陳年醬油 590ml	60	4.20	1.92
工研醋 600ml	45	3.50	2.14
金蘭 薄鹽醬油 590ml	75	3.90	1.43
桂冠 蛋餃 130g	55	3.60	1.80
義美 香酥蔥油餅 525g	47	2.60	1.52
味全 瓜仔肉 170g	40	1.70	1.17
廣達香 肉鬆 227g	199	13.50	1.86
廣達香 旗魚鬆 227g	165	8.70	1.45

參、心得

- 一、由於其他台灣食品廠商於 2003 即陸續赴澳洲國際食品展，設攤位推廣澳洲市場，年深日久，已將他們的產品鋪銷到華人超市，甚至一般主流便利超商。今年參加澳洲國際食品展，是本公司第一次進行大陸大區以外的海外布展，一方面實地觀察當地通路，瞭解通路的排面，台灣食品在澳洲的零售價格；另外一方面也親自與經銷商進行商業洽談，了解當地食品進口報關的程序，食品標示的規定，建立經銷關係。凡此均有助於協助拓展海外通路。
- 二、此次在展覽過程中，接洽澳洲雪梨當地的經銷商，經過產品介紹、報價與業務洽商，已經有墨爾本地區經銷商下單本公司沖調商品，進行試銷。

肆、建議事項

由於經濟部審查出國計畫的原則，以不增加為原則，故本事業部從事海外市場的出國計畫均限制在每年 2 個，人數亦限制每次 2 人。以往海外市場的出國計畫，著重在引進產品的訪廠，如泰國的鳳梨罐頭、義大利的橄欖油、美國的紅花籽油等，以保持產品品質。建議日後增編出國計畫及增加人數，以推廣台糖海外市場。