

出國報告（出國類別：考察）

2018 年馬來西亞餐飲業商機媒合交流

服務機關：經濟部商業司

姓名職稱：李司長鎡、曾專門委員碧雲

派赴國家：馬來西亞

出國期間：107 年 8 月 14 日至 18 日

報告日期：107 年 10 月 31 日

摘要

馬來西亞和臺灣經貿關係非常密切，不但是臺灣的主要出口市場之一，去（2017）年臺灣對馬來西亞出口金額創歷年新高，同時為臺灣第7大貿易夥伴國，雙邊貿易總額達175.9億美元，較2016年成長24.6%。馬來西亞是臺灣在東南亞的第2大原料供應國及第3大產品出口國。臺馬雙方不論是在投資、貿易、旅遊、教育、醫療等方面互動頻繁，馬來西亞為我國政府目前積極推動「新南向政策」的重要夥伴國家。馬來西亞餐飲服務之市場規模逐年成長，目前約有700萬的華人，經濟實力非常雄厚，對於臺灣美食非常喜愛，加上臺馬間語言沒有隔閡，飲食文化類似，是臺灣連鎖業者開發新南向東協國家以及清真市場的最佳跳板及主力國家。

本司帶領10家臺灣餐飲業者赴馬來西亞進行考察交流，並與海外在地公協會組織合作辦理媒合交流會，拜會餐飲相關重要公協會及清真政府組織、民間推廣單位，包括馬臺經貿協會、馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會、馬來西亞咖啡茶業聯合總會、馬來西亞中華總商會、馬來西亞連鎖加盟協會及馬來西亞購物中心協會、馬來西亞伊斯蘭發展局、馬來西亞清真產業發展公司等，並參訪吉隆坡旋轉餐廳、上閣屋、金爸爸馬來西亞風味餐廳等，以協助我國業者了解馬來西亞企業投資及經營環境、觀摩清真餐飲發展情況，以期進一步創造業務交流及深化合作之機會。

本次行程後續效益，可分為以下三部分：

1. 商機媒合：此次帶領臺灣餐飲業者赴馬國參訪交流，現場展攤共11家餐飲品牌，吸引多家馬來西亞企業的興趣與詢問。其中，已簽定合作意向書的廠商饌前實業有限公司與MORIS-TEA TRADING SDN BHD 上品貿易(技術移轉)、林聰明沙鍋魚頭與POPULAR MEADOW SDN BHD(產品銷售)、超秦集團炸雞大獅品牌與DT&T HOLDINGS BHD(合作代理)、福慧根股份有限公司與天一生物科技國際股份有限公司(合作開發通路)等4案，目前洽談業務合作中。

2. 清真認證商機拓展：透過馬來西亞清真市場考察，並拜會官方、民間清真單位及企業參訪，理解最正確清楚之清真餐飲制度、認證及實際作法，俾利業者進軍新南向國家拓展基石。
3. 邀請馬來西亞業者來臺經驗交流與分享：臺馬雙方合作日益緊密交流，邀請馬來西亞環球清真產品進出口協會(臺灣分會)拿督黃耀佳會長來臺擔任107年10月29日本司主辦之「餐飲新食代國際論壇-新南向篇」講師。會後安排與馬來西亞貴賓，及臺灣餐飲業者共同餐敘，延續臺馬雙方餐飲業學習及合作契機。

目次

壹、緣起.....	1
貳、活動行程.....	2
參、活動辦理情形.....	4
肆、拜會行程情形.....	6
伍、結論.....	23
陸、心得與建議.....	25
柒、媒體露出列表.....	28

壹、緣起

一、活動說明

本次活動係依新南向政策規劃辦理「2018 馬來西亞餐飲業商機媒合考察團」，透過臺馬餐飲業廠商媒合交流會、清真認證相關單位及臺馬公協會拜會及餐飲標竿企業、通路商等參訪，協助臺灣餐飲業者國際業務拓展及實質合作對接。另配合政策投資招商及產業需求安排馬來西亞清真相關政府及民間推廣單位拜會，推展臺馬投資展店之相關政策措施及申請清真認證在地經營交流，並拜會在地具影響力公商會組織、馬來西亞餐飲龍頭餐廳參觀、實際商圈考察，以建立雙方人脈交流管道及標竿觀摩學習，俾促成臺馬雙方投資招商活動之重點發展及提升國際展店的能量。

為協助臺灣餐飲業者拓展海外商機及展店，有鑒於馬來西亞為國際清真產品認證中心，為進軍全球穆斯林國家之最佳跳板，號召有意到新南向國家展店、已申請清真認證或連鎖加盟餐飲業者組團考察，隨團參與的臺灣餐飲同業包括：源士林實業有限公司、金嘉隆企業有限公司、福慧根股份有限公司、饌前實業有限公司、林聰明沙鍋魚頭、五花馬國際行銷股份有限公司、茶湯會股份有限公司、沅沐有限公司、弘爺國際企業股份有限公司、揚秦國際企業股份有限公司等 10 家餐飲企業，臺馬雙方業者可共同集思廣益互相學習，擅用彼此優勢創造新價值，進行海外商協會實質交流，深化我國業者海外商業合作之契機。

二、活動目的

- (一) 為配合新南向政策，本司正積極帶領我國餐飲業者前往東南亞市場布局，強化臺灣餐飲業者落地經營的能力，並與境外目標市場建立合作管道。馬來西亞為國際清真產品認證中心，可作為餐飲業者布局全球穆斯林市場的前哨站，取得馬國清真認證，更容易前進中東地區進行品牌代理與授權。加上馬來西亞對臺灣美食的接受度高，比臺灣餐飲業者更理解東南亞的飲食習慣，因此可結合雙方餐飲優勢及能量，進軍東南亞國家。

(二)馬來西亞是我政府目前積極推動「新南向政策」的重要夥伴國家之一。加上臺馬間語言沒有隔閡，雙方的飲食文化類似，基於前述條件，馬來西亞市場值得我方餐飲業者前往布局經營，因此本司於本年 8 月 14 日至 18 日率領我國餐飲業者，前往馬來西亞中華總商會、馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會、馬新咖啡茶業聯合總會、馬來西亞連鎖加盟協會、馬來西亞購物中心協會；參訪吉隆坡旋轉餐廳、上閣屋、PappaRich 金爸爸馬來西亞風味餐廳等餐廳；並實地帶領餐飲業者拜會馬來西亞負責清真相關業務之政府單位－馬來西亞伊斯蘭發展局及民間推廣單位－馬來西亞清真產業發展公司；為貼近馬來西亞及新南向市場之趨勢及商情，至馬來西亞 1 Utama Shopping Centre 萬達購物中心、Pavillion 精品百貨及十號胡同等不同經營型態之商圈考察及重點特色餐飲體驗，以強化臺馬雙邊在餐飲產業上的對話與尋找合作的可能。

貳、 活動行程

日期	地點	主要任務
8 月 14 日	臺灣-馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 前往馬來西亞吉隆坡 ➤ 出席臺馬餐飲業媒合交流會及晚宴
8 月 15 日	馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 拜會馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會 ➤ 參觀吉隆坡旋轉餐廳 ➤ 拜會馬新咖啡茶業聯合總會 ➤ 考察 Pavillion 精品百貨及十號胡同商圈
8 月 16 日	馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 拜會馬來西亞伊斯蘭發展局 ➤ 參訪上閣屋 ➤ 拜會馬來西亞中華總商會

8月17日	馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 拜會馬來西亞清真產業發展公司 ➤ 拜會馬來西亞連鎖加盟協會、馬來西亞購物中心協會 ➤ 1 Utama Shopping Centre 萬達購物中心
8月18日	馬來西亞-臺灣	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 拜會 PappaRich 金爸爸馬來西亞風味餐廳 ➤ 搭機返臺

參、 活動辦理情形

一、 臺馬餐飲業商機媒合交流會

(一) 活動內容及議程

媒合交流會係與馬臺經貿協會合作辦理。本次邀請馬來西亞有意代理臺灣餐飲品牌的當地廠商、對臺灣餐飲品牌有興趣的通路廠商等，找到最關鍵的人及可能的合作夥伴參與媒合會。透過業者上臺發表產品或服務簡報安排，提供現場設攤及產品試吃，進行 1 對 1 媒合交流。

臺馬餐飲業媒合交流會活動議程

時段	內容	主持人
17：50 18：00	貴賓報到	--
18：00 18：10	開場/介紹雙方與會貴賓	司儀
18：10 18：20	長官及貴賓介紹及致詞	主辦單位/貴賓
18：20 18：30	MOU 簽約儀式發表	司儀
18：30 19：10	【產品及服務簡報】	企業簡報：餐飲品牌介紹 (每家 3 分鐘)
19：10 20：20	廠商一對一媒合交流時間	司儀
20：20 20：30	大合照	司儀

(二) 媒合交流會重點摘要

為強化臺灣餐飲業者與在地合作交流，與馬臺經貿協會聯合舉辦臺馬餐飲業媒合交流會，會中臺灣餐飲業者針對自家品牌上台簡報外，並設攤位與馬方進行 1 對 1 交流，更邀請駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處洪慧珠大使、徐大衛組長出席盛會給予支持鼓勵，分享臺商在馬來西亞餐飲業經貿及在地人才及教育情況，期待串起餐飲業共同合作，創造雙邊經貿往來

更強大的價值。

在餐飲業企業交流部分，現場展攤吸引超過 20 家馬來西亞企業的興趣與詢問，目前洽談中的廠商請詳見下表：

臺馬餐飲業媒合交流會簽署合作意向書廠商

公司名稱	品牌	馬方簽署單位	預計合作項目
饌前實業有限公司	禾記嫩骨飯	MORIS-TEA TRADING SDN BHD 上品貿易	技術移轉
林聰明沙鍋魚頭	林聰明沙鍋魚頭	POPULAR MEADOW SDN BHD	產品銷售
超秦集團/揚秦國際 企業股份有限公司	炸雞大獅	DT&T HOLDINGS BHD	合作代理
福慧根股份有限公司	福慧根湯	天一生物科技國 際股份有限公司	合作開發通路

1. 臺灣餐飲業者企業簡報：由源士林實業有限公司、金嘉隆企業有限公司、福慧根股份有限公司、饌前實業有限公司、林聰明沙鍋魚頭、五花馬國際行銷股份有限公司、茶湯會股份有限公司、沅沐有限公司、弘爺國際企業股份有限公司、揚秦國際企業股份有限公司、鮮茶道股份有限公司(僅代表臺灣品牌參加媒合交流會)等 11 家代表依序分享經營實績、業務範圍、加盟制度等，現場設攤深度討論以探詢彼此合作的可能機會。
2. 清真市場商機合作：馬來西亞餐飲服務之市場規模逐年成長，同時也是東協十國中清真產業發展最佳的國家，並擁有國際級清真產品認證制度，普遍為穆斯林市場所接受，已被公認為「國際清真產品中心」。取得馬國清真認證，更容易前進中東地區進行品牌代理與授權。馬國

的華人餐飲業市場以及穆斯林市場，將是臺灣餐飲業者拓展馬來西亞非常理想的切入點。

(三)活動集錦



駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處
洪慧珠大使開幕致詞



臺馬餐飲業商機媒合交流會合作意向
書簽署儀式



臺餐飲業者企業設攤媒合交流



臺馬餐飲業者共同合影留念

肆、 拜會行程情形

本次行程主要為清真市場通路拓展及標竿學習人脈架接二大主軸，所接觸對象均為馬來西亞具代表性的單位、企業及商圈，透由互動交流以開展更多合作商機，互相經驗分享以啟發不同創新及視野，協助業者掌握清真業務拓展及學習國際化成功經驗。

一、馬來西亞伊斯蘭發展局

(一)接待人員：

Mr. Naim 國際主官。

(二)拜會情形：

1. 單位簡介：

馬來西亞伊斯蘭發展局((Jabatan Kamajuan Islam Malaysia, Department of Islamic Development Malaysia，以下簡稱 JAKIM))，主要負責驗廠審核與簽發證書，認證業務已從本國走向國際市場，通過該機構所頒發的 HALAL 證書在世界各國通用。該局為馬來西亞唯一可辦理清真認證之單位，也是全球所有 halal 認證機構中認可度最高，影響力最大的機構。JAKIM 自 1974 年開始了清真認證，一開始是在國內及食物領域部份，後來才延伸到其它領域，包括藥劑、物流、倉庫、零售業及屠宰業等。有關國際認證部份，JAKIM 首先承認國外的清真認證，後續承認國外屠宰場清真認證，以便外國的肉類可引進馬國。

2. 現場交流情形：

藉由官方單位的拜會，協助業者更了解馬來西亞清真認證單位，掌握餐飲業在清真市場之概況與商機，未來展店時亦有支援的管道。馬來西亞伊斯蘭發展局與餐飲業者所討論議題包括：JAKIM 主要負責權限介紹、查詢單位、HALAL 進口資源、討論從臺灣進出口的常見問題、清真認證制度、馬來西亞認證體系、清真保證管理系統(HAS)等。目前我國與馬來西亞已有合作認證單位，本團業者日後可積極與該單位洽詢清真認證事項，將有助於臺商打入全球清真市場。現場臺灣餐飲業者提問重點包括：

(1) 馬來西亞與臺灣認證單位關係

目前 JAKIM 所承認的臺灣認證單位為臺灣清真產業品質保證推廣協會(Taiwan Halal Integrity Development Association，以下簡稱 THIDA)。舉例臺灣炸雞業者在馬國開店所使用的肉類由在地提供，而醃料、醬料等產品已取得臺灣 THIDA 認證，醃料、醬料即可直接進口馬國，但產品上的標籤會是 THIDA，不是 JAKIM，THIDA 目前受承認的國家不多。由於馬國 JAKIM

清真認證受到全球承認，倘若公司未來業務經營擴及全球其它國家，最好可以申請 JAKIM 標籤，因為 JAKIM 清真認證可通往全球（除了印尼之外，印尼只承認己國標籤）。

(2) 原物料進口

有關不是肉類或肉類相關產品取得臺灣 THIDA 認證後可直接進口馬來西亞。但若和肉類或和肉類有關的製造廠商進口馬國還是得再取得馬國的清真認證。亦可透過另一管道，即在馬國尋找聯營或貿易公司進行代理合作，當地公司可協助申請清真認證，臺灣公司即可免去申請環節。JAKIM 強調的概念是，不論產品是從印度或任何國家進口，必須是被當地清真認證過的，整個產品供應鏈從源頭開始都必需取得清真認證。

(3) 申請時程及清真認證委員會

連鎖餐飲業者在馬來西亞開餐廳，JAKIM 建議可透過在馬來西亞註冊或聯營公司，由馬來西亞在地公司和 JAKIM 來處理進口的問題。申請的時間一般需時 3 個月，但最主要是申請公司必需成立委員會配合 JAKIM 運作，委員會存在最重要的目的是如何指導公司內部去推動以符合 JAKIM 的標準。故清真認證申請及核發速度，需視公司效率而定，有時時間被拖長，可能是因為委員會未能及時提交文件。

(4) 申請費用

申請 JAKIM 清真認證 1 次申請費用為 2100 美元，該店或廠的所有產品都包括在內，但不包括馬來西亞官員至臺灣審核的交通費用（實支實付）。由於每間店或廠是不同地址，故在當地開的每 1 間分店都要申請清真認證，有效期為 2 年（即每 2 年 2100 美元），每開立 1 間店也要再次個別申請，產品狀態必需已經是完成品，不能在審核時加入新產品或正在生產的產品；若有 8 個代工廠就要申請 8 次，審核的產品多時間就長，之間產生的費用由臺灣企業承擔。

(5) 落地經營展店

JAKIM 建議餐飲業者若要落地展店必需要在地開公司或找姐妹公司、代理公司合作，若是要開連鎖餐廳欲申請清真認證，可透過在地公司協助在國內申請。而餐飲業者已在臺灣取得的 THIDA 認證，就可以直接至馬來西亞開店。亦或目前尚未取得清真認證的餐飲業者亦可透過在地的註冊公司，協助申請國內的清真認證，手續會簡易的多。

馬來西亞伊斯蘭發展局拜訪照片



二、拜會馬來西亞清真產業發展公司

(一) 接待人員：

Ms. Saliha 及 Ms. Molly

(二) 拜會情形：

1. 單位簡介：

馬來西亞清真產業發展公司(Halal Industry Development Corporation, 以下簡稱 HDC)成立於 2006 年 9 月 18 日，負責協調馬來西亞清真產

業的整體發展。HDC 專注於清真標準的制定、審計和認證，以及清真產品和服務之建設，促進馬來西亞在全球清真市場的參與和發展。透過馬來西亞清真園區之基礎設施以促進清真產業，以共同財產為基礎的清真公司社區，為他們提供基礎設施和服務支持。HDC 通過吸引外國公司，特別是跨國公司，投資於全國各地的清真園區，幫助企業在馬來西亞取得成功。

2. 現場交流情形：

HDC 為協助企業向 JAKIM 取得認證之單位，討論議題包括：清真認證的申請流程、清真(Halal)認證的基本流程、清真認證的範圍(非肉類產品及肉類產品)、清真認證的益處、穆斯林食品消費市場等。現場臺灣餐飲業者提問重點包括：

(1) 穆斯林食品消費市場

取得清真認證後可以不僅只銷售給華人市場，更可銷往穆斯林市場，商機龐大。目前萬達購物商場內有很多清真餐廳或速食快餐店，像麥當勞就沒有賣豬肉口味產品，只要有總部連鎖店取得清真認真，就所有的連鎖店都是清真認證餐廳。賣場內非清真產品亦會被規定在一個區域，穆斯林就不會靠近。

(2) 商品組成及包裝

在商品的成份、品牌、材料、包裝設計等製作流程都要符合清真規範。舉例玻璃製品裡有個成份有用到動物的骨頭的話就不會通過認證；商品的包裝封面有杯子冒泡泡圖案，感覺像酒精類會造成誤導也無法通過；像肉骨茶品牌名稱，雖然有肉但不一定是豬肉，可以取得清真認證。

(3) 清真認證店經營及廣宣

店鋪經營時，可能會同時販售清真及非清真產品，例如 7-11 便利超商，但產品是分開儲存的，在結帳時，必需雇用穆斯林員工協助結帳，程序必需分開不能混在一起。除了標章之外，在行銷策略上有很多管道可宣傳自己店是清真認證店，舉例日出茶太的整個供應鏈都取得清真認證，穆斯林才會靠近購買。

有的原物料看似明顯不會涉及豬肉及酒精，例如紅豆、綠茶等，但因為未取得清真認證沒有標章，穆斯林在購買時將會自行判斷及衡量是否安全再購買，端看個人主觀認定。

馬來西亞清真產業發展公司拜會照片



三、拜會馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會、吉隆坡旋轉餐廳

(一)接待人員：

馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會吳亞聲總會長。

(二)拜會情形：

1. 協會概述：

馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會在馬來西亞共有 18 個分會，屬於在地且歷史悠久的餐飲組織。迄今擁有 120 周年悠久歷史的雪隆姑蘇慎忠行係由經營中餐酒樓、酒店老板以及中餐廚師和樓面經理工作人員

所組織起來的一間中餐飲食團體，從 1991 年開始開辦廚師培訓班，至今已進入第 85 屆。持繼崇高的姑蘇精神來對前輩作出回饋，並以現代的步伐來符合社會進展的飲食需求，不但是同業的精神中心，促進國家旅遊業成長、推動中餐業發展的一大支柱。

2. 現場拜會情形：

因馬來西亞幅員廣大，馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會吳亞聲總會長協助本團將拜會地點安排在吉隆坡高塔宴會廳，召集全馬 18 個分會之會員前來接待，並帶領參觀吉隆坡旋轉餐廳（清真認證餐廳）。臺馬雙方以座談型式進行交流，對談重點如下：

(1) 清真認證餐廳為全新的經濟模式

餐飲業者做清真認證餐廳已經不是一個宗教問題，而是一個全新經濟模式的開展。黃耀佳會長說明整個清真認證程序部份，回教法律大約只佔了 10%，其它 90% 均是 SOP(標準作業程序)，即類似像 HACCP(食品安全管制系統)等食品安全相關制度系統。全世界八大清真產品出口國包括巴西、印度、阿根廷、俄羅斯、法國、澳洲、泰國及中國等，全部都不是穆斯林國家，預估為 7 兆美元的市場，搶攻商機。

(2) 清真認證餐廳首重原料履歷

原料從源頭管理，如果這些原料未取得清真認證，餐廳也就無法取得清真認證。不管是魚、肉、菜、蛋等都必需取得清真認證、商品形狀及廚房設計都需符合清真要求。清真認證大致分為食品安全、食品品質、宗教及永續發展四大部份，清真之價值主張包括消費者的利益(健康食物、物超所值、附加價值)、經營者的利益(合理獲利及永續經營)、存在價值(通過社會企業的模式去實現社會關懷)。

(3) 臺灣在清真市場的利基

黃耀佳會長說明臺灣擁有雄厚軟實力，在臺灣做清真產業及餐廳是可行的，因為臺灣的穆斯林遊客多會去消費，但若要做全

球的市場的話，應該考慮到馬來西亞，因為是國家品牌的關係，舉例香水要到法國買，購買清真產品就到馬來西亞，這裡是穆斯林國家也是清真食品的好選擇，為唯一國家政府頒發的認證，臺灣餐飲業者可透過馬來西亞這個跳板，掌握全世界有將近16億穆斯林人口消費市場。

(4) 臺馬合作商機

馬方認為臺灣餐飲業優勢強項在於包裝、培訓、企業化，服務能力非常優秀，擅長標準作業流程的設計；而馬來西亞多元種族文化發展出豐富美食，沒有天災經濟穩定，為全球清真認證權威，亦比臺灣餐飲業者理解東南亞國家的消費習慣，拿到馬來西亞清真認證在全球是通行無阻的。像沙爹是馬來西亞代表性食物，其地位就如同臺灣滷肉飯一樣，臺灣的餐飲進到馬來西亞需做調整而融入馬來西亞日常飲食，例如納入椰漿飯選項，即可包裝成全新產品輸出東南亞。

馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會拜會、吉隆坡旋轉餐廳參觀照片





四、馬新咖啡茶業聯合總會

(一)接待人員：

馬新咖啡茶業聯合總會何子孟總會長

(二)拜會情形：

1. 協會簡述：

馬新咖啡茶業聯合總會 (Malaysia Singapore Coffee Shop Proprietors' General Association) 成立於 1947 年，是馬新兩國咖啡茶商業組織的最高機構，目前擁有 45 個屬會，分布在馬新兩國各地，會員茶餐室不下數萬間，為一個完善聯繫，根基健全之強大業緣性團體。

2. 現場拜會情形：

馬新咖啡茶業聯合總會成立於 1947 年，為馬來西亞及新加坡分家之後，迄今唯一橫跨兩國的行業總會，組織結構完整，致力於走向時代、保存傳統的概念，深耕經營馬新兩地之咖啡店及茶餐室店，為馬新社會及經濟做出巨大貢獻，非常值得臺灣餐飲業者學習。現場臺灣餐飲業者交流重點包括：

(1)咖啡店為新馬獨特行業型態

咖啡店為南洋地區特有的飲食文化品牌，也是一門獨特行業，經營門檻低、從業者眾、分布面廣，具有影響力，為馬新兩地日常

生活中必備的用餐、休閒、聊天、娛樂場所，每天喝一杯咖啡已是日常習慣。所謂的咖啡店與臺灣的小吃店美食餐廳類似，經營方式較為傳統，也面臨現代化轉型及租金高漲的壓力。

(2) 飲食習慣

馬來西亞常見飲品咖啡、奶茶、美祿、好立克、薏米水等，搭配白麵包（蒸或烤）及咖椰、奶油抹醬、雞蛋，即為傳統而道地的餐點。歐洲曾殖民東南亞各國，同時也將咖啡文化帶入東南亞，而當時被英國殖民的新加坡及馬來西亞也順勢帶入了咖啡文化，即海南咖啡和白咖啡。其實咖啡並非華人文化，而是海南人將外國的咖啡改良自成一格，並將英國烤麵包的花生醬改成咖椰，半熟蛋加上當地土著喜歡的椰漿飯，成就今日的傳統咖啡店主要供應的餐點態樣。

馬新咖啡茶業聯合總會拜訪照片



五、馬來西亞中華總商會

(一) 接待人員：

中總副總會長丹斯里林寬城先生、中總總秘書拿督盧成全

(二) 拜會情形：

1. 協會簡述：

馬來西亞中華總商會成立於 1947 年，是國內華裔商會的聯合總機構，其 17 個屬會，分布在國內 13 個州，唯一在國內最早擁有完整區域代表性的總商會，在工商界具有一定角色及地位。目前直接及間接會員總數超過十萬名代表，具影響力。每年 2 次對國內經濟進行調查，收集華商對經濟狀況和政府政策的看法，充分掌握業界具體情況和需求，協助提高效率和流程監管，降低企業經商成本。熟悉市場商情，對業務拓展有直接幫助。

2. 現場拜會情形：

今年馬來西亞政府首次迎來中央政權輪替，為馬來西亞帶來全新風貌，中總提供各項工商經濟課題及建議，協助政府塑造親商環境，降低經商成本，招商引資，期待透過改革重振大馬經濟。現場臺灣餐飲業者交流重點包括：

(1) 馬來西亞的前景及投資機會

中總社會經濟研究中心執行董事李興裕先生說明內需為馬來西亞經濟成長的主要推動力，並在國家轉型計劃下，設下 2020 年達成高收入國目標，即國民人均 GDP 達 15000 美元。在馬來西亞平均家庭月收入方面，從 2002 年至 2016 年之平均增長率為 6.2%，2016 年馬國平均家庭月收入已達 6,958 馬幣。馬來西亞各大經濟領域全面增長，以服務業、製造業及建築業為領頭羊，適中消費價格和穩定就業環境有利消費及商業。並提及馬來西亞生產力藍圖為打造未來的勞力資源、帶動數字化及創新、確保各領域生產力的增長、塑造穩固的生態系統及加強執行機制等為全面提昇生產力之五大策略，馬來西亞在 2017 年達到 3.8% 的成長，

僅次於中國、印度及菲律賓。馬來西亞正在積極進行經濟和市場改革，包括提倡自動化，產業結構調整和深化，降低外勞比例至15%、逐步優化稅務制度：公司稅率(24%)；中小型企業稅率(18%)；隨著可徵稅收入的提高可享有1-4%的稅率優惠、推進數位倡議，資訊，通信和技術，包括電子支付等。

(2) 消費概況

馬來西亞企業先進說明目前大學生起薪約 2700~2800 馬幣。在餐飲部份一餐消費可接受約 6~10 馬幣、一杯飲料約 2~4 馬幣。若至高檔購物中心一餐約 50 馬幣。馬來西亞城市消費力依序為吉隆坡、檳城、新山，而霹靂州、麻六甲以遊客為主，年輕一代有喜歡韓式、日式料理傾向。

(3) 簽署合作備忘錄

本司此行擔任中國生產力中心與馬來西亞中華總商會合作備忘錄之見證人，樂見雙方在拜會交流後帶領企業相互觀摩也建立密切的關係，對於臺馬雙方民間產業的合作提供良好的交流平台，促成未來更多輔導及培訓合作。

馬來西亞中華總商會拜訪照片





六、標竿企業參訪—上閣屋、Papparich 金爸爸風味餐廳

(一)接待人員：

上閣屋：范翠芳經理

Papparich 金爸爸風味餐廳：Mr. Wallace 區域經理

(二)拜會情形：

1. 企業簡介：

(1)上閣屋

上閣屋是在馬來西亞擁有 3 萬平方英尺的自助式餐廳，在吉隆坡非常著名。同時間可容納 650 人同時用餐，宣稱為全馬最大的日式自助餐廳。餐廳設計講究”留水”概念，除了有開放式大廳，也有半開放式，適合情侶的私人空間及貴賓房。餐飲沒有豬肉供應，使用頂級食材，在上閣屋創意十足的廚師領導下，每天備有多達 400 多種的菜色，包括中式、西式、日式、馬來西亞風和其它料理，非常受到客人的喜愛。

(2)Papparich 金爸爸風味餐廳

PappaRich 是一個多種族和多元文化的馬來西亞美食品牌，PappaRich 集團成立於 2005 年，第一家店坐落在馬來西亞吉隆坡。十年間已在馬來西亞成長到 70 多家店，海外也有 30 多家分店，在當地與國際餐飲業界是知名的新興品牌。臺灣首家門市在今年

2015年5月21日正式開幕，由欣葉和大陸知名唐宮餐飲集團聯手代理引進 PappaRich 金爸爸。

2. 現場拜會情形：

本次帶領臺灣餐飲品牌至以台商至馬開餐廳的上閣屋及馬來西亞至全球開餐廳的金爸爸風味餐廳等標竿企業，由不同角度協助臺灣餐飲業者了解至馬來西亞展店經營所需注意及學習之處，並進行用餐體驗，交換心得。現場臺灣餐飲業者交流重點包括：

(1) 上閣屋

該品牌為臺灣早期吃到飽日式餐廳先驅，以菜色多樣化為主軸，目前經營權易主並與馬來西亞的經營分開。在馬來西亞屬於高檔消費吃到飽餐廳，為非清真認證餐廳，但部份食材會標示清真認證，供穆斯林顧客自行判斷是否食用。馬來西亞口味偏辣、鹹及甜，也需留意多元種族的用餐需求，另外，馬來西亞吸菸者眾，上閣屋因應在地消費者習慣，在餐廳內提供吸菸室。

(2) Papparich 金爸爸風味餐廳

本次參觀 PappaRich 位於吉隆坡 Melawati Mall 的分店，該品牌為發源於馬來西亞，與 Old Town 齊名為馬來西亞最大的連鎖餐飲之一。全球超過百家分店，以道地烹調手法呈現馬來西亞多元飲食經典風味，店內裝潢全球一致，讓消費者可體驗美好用餐氛圍。學習到 PappaRich 在全球化的發展中，致力於嚴謹的管理、完善食材物流配送系統及員工培訓，內外場運作以 SOP 為準則，保持餐飲口味一致，堅持保留傳統、新鮮及高品質。PappaRich 將海南麵包、椰漿飯、沙爹、炒粿條、叻沙、海南雞飯等馬來西亞國民美食，從特有的咖啡店文化提昇精緻度及層次，在跨國連鎖經營方面，透過中央廚房來解決香料難以取得，並維持餐點口味穩定度等，以便能在全球快速展店。

上閣屋、Papparich 金爸爸風味餐廳拜訪照片



七、拜會馬來西亞購物中心協會、馬來西亞連鎖加盟協會及參訪萬達購物中心

(一)接待人員：

馬來西亞購物中心協會(PPK) Ms Evelyn Lo 董事、馬來西亞連鎖加盟協會(MRCA) Simon wong 主席、萬達購物中心 Mr Patrick So 總經理

(二)拜會情形：

1. 單位簡介：

(1)馬來西亞購物中心協會(PPK)

成立於 1984 年（俗稱 PPK 馬來西亞），該會對國家在購物中心行業和許多國際獲獎商場擁有重要貢獻，並為馬來西亞購物中心的公認發言人，具有影響力。PPK 馬來西亞是亞洲購物中心理事會（CASC）的創始成員之一，該理事會由來自馬來西亞，印度

尼西亞，香港，中國，台灣和日本的購物商城協會組成。

(2) 馬來西亞連鎖加盟協會(MRCA)

成立於 1992 年，該會提供零售商家們互相建立網路、交換想法、分享資源與推動國內外零售業良性擴展的優良管道。願景是能被認可為馬來西亞最具影響力的零售組織之一，支援零售業的發展與全球化。截至 2015 年，馬來西亞已註冊的特許經營公司達 726 家，來自全球 53 個國家，特許經營者則約有 8,000 名，包括 Marry brown 速食、舊街場白咖啡、Big Apple 甜甜圈、Kenny Rogers Roasters、Cup Bon 飲料、多美(Tomei)和美容保養品牌 SHINS 等。

2. 現場參觀情形：

由於馬來西亞連鎖加盟協會(MRCA)、馬來西亞購物中心協會(PPK)兩會友好，故安排於萬達購物中心與兩會同步交流，俾便進行商圈、展店適合通路考察現場臺灣餐飲業者交流重點如下：

- (1) 位於馬來西亞吉隆坡市郊八打靈再也 (Petaling Jaya) 北部萬達鎮 (Bandar Utama)，於 1995 年開幕。該廣場是馬來西亞面積最大的購物中心，總面積為 5,000,000 平方呎(465,000 m²)，共有 700 多間店鋪。每日人流量為 60,000 至 90,000 人，最高紀錄為一天 120,000 人，出租率百分百的商場。
- (2) 萬達購物中心說明大馬消費型態，儘管全球經濟逆風，馬來西亞年度國內生產總值增長率(2013-2017)顯示當地經濟表現相對較好也較有彈性，逐年增加的人口表示對購物商場的需求是健康的。馬來西亞是東南亞最城市化的國家之一，不斷增長的城市化進程創造了更多社區空間，購物中心即扮演這個重要角色。商場空間供應量在過去 10 年中增長了 59%，但入住率保持穩定，平均為 80%，反映了對商場的需求。馬來西亞購物中心非常蓬勃發展並持續成長，從 2014 年的 550 間至 2018 年 695 間，估計購物中心成長 27%。有將近 20%的馬來西亞會在購物中心渡過週末，即每 5 個人就有 1 個會選擇到購物中心消費，可一次購足也有停車位，

非常便利。

馬來西亞連鎖加盟協會及馬來西亞購物中心協會拜訪照片



八、商圈考察—Pavilion 精品百貨及十號胡同 (Lot 10)

帶領團員參訪在地著名 Pavilion 精品百貨及十號胡同 (Lot 10)，以觀察當地商圈經營現況及當地消費型態，考察重點如下：

(一) Pavilion 精品百貨

該百貨位於吉隆坡市中心，共有七層樓的建築，提供時尚、美食、都市休閒一站式購足之精品百貨，當中擁有超過 450 的名牌精品與零售商店，同時重視餐飲規劃，為美食的寶庫，來自世界和當地新鮮食材，提供多樣國際與當地口味的美食。附近商圈林立，Lot10 樂天百貨及金河廣場等，為當地人及遊客必定到訪之地。

美食街及餐廳規劃原則上與臺灣類似，但由於在地風土民情喜

歡戶外空間，部份吸菸者也方便使用，未來若進駐百貨商場，戶外空間規劃動線可納入考量。

(二) 十號胡同 (Lot 10) 樂天廣場

該空間位於吉隆坡單軌捷運武吉免登站(Station Bukit Bintang) 旁邊樂天廣場的地下室，為香港美食家蔡瀾所打造的華人美食天堂，聚集了許多國內外出名的餐廳、小吃店，不只是馬來西亞料理，也有許多港澳的有名料理在此設店，諸如金蓮記福建麵、頌記牛肉麵、何榮記雲吞麵等。十號胡同內之擺設、裝潢以古色古香懷舊風格為主，讓人感覺來到另一個時空，為吉隆坡新興特色美食商圈。

十號胡同有別於馬來西亞其它的商場經營手法，並不以清真認證餐廳為號召，是一個以華人傳統美食為主打的商場，具話題性也有反差。臺灣業者在進入馬來西亞市場時也需考量清楚目標顧客，馬來西亞是以穆斯林為大宗消費的國家，而臺灣小吃製做大多使用豬肉及豬油製品，未來是否需要更換菜單或取得清真認證，值得業者思考。

伍、 結論

- 一、本次帶領臺灣餐飲業者和馬來西亞企業進行媒合交流合作洽接，並與馬來西亞在地具影響力之馬臺經貿協會合作辦理，由該會邀請當地有意代理臺灣餐飲品牌的當地廠商及對臺灣餐飲品牌有興趣的通路廠商等參與。現場與會業者超過 20 家，臺灣部分共設攤 11 家，共已簽署合作意向書 4 案。在國際餐飲業企業交流部分，現場展攤吸引多家馬來西亞企業的興趣與詢問，包括饌前實業有限公司與 MORIS-TEA TRADING SDN BHD 上品貿易(技術移轉)、林聰明沙鍋魚頭與 POPULAR MEADOW SDN BHD(產品銷售)、超秦集團炸雞大獅品牌與 DT&T HOLDINGS BHD(合作代理)、福慧根股份有限公司與天一

生物科技國際股份有限公司(合作開發通路)等，後續將持續追蹤並提供協助。

二、透過馬來西亞清真市場考察，並拜會官方、民間清真單位及企業參訪，理解最正確清楚之清真餐飲制度、認證及實際作法，俾利業者進軍新南向國家拓展基石。並協助臺灣餐飲業者架接在地公協會組織人脈，包括馬來西亞中華總商會、馬來西亞姑蘇廚業茶酒樓聯合總會、馬新咖啡茶業聯合總會、馬來西亞連鎖加盟協會、馬來西亞購物中心協會等 5 大具代表性商會，暢通在地合作管道及建立關鍵對接窗口，掌握馬來西亞投資環境、餐飲業市場趨勢、法規及商圈型態，有利餐飲業者了解展店資訊及資源整合運用。

三、 本次參訪後，臺馬雙方合作日益緊密交流，邀請馬來西亞環球清真產品進出口協會(臺灣分會)拿督黃耀佳會長來臺擔任 107 年 10 月 29 日本司主辦之「餐飲新食代國際論壇-新南向篇」講師。會後安排與馬來西亞貴賓，及臺灣餐飲業者共同餐敘，延續臺馬雙方餐飲業學習及合作契機。

陸、心得與建議

一、心得

本次透過拜訪馬來西亞伊斯蘭發展局(JAKIM)及馬來西亞清真推廣公司(HDC)，瞭解馬來西亞在清真認證的全球權威地位，目前穆斯林國家大都有自己的一套清真認證準則，但馬來西亞的清真是目前唯一由政府官方所監督、主導及推動，並且獲得全世界所有穆斯林國家所通用的清真認證標誌(除了印尼之外)，足見馬來西亞在清真市場的領導地位。馬來西亞政府全面推行國內外之本地及外國企業申請 JAKIM 清真認證，亦授權部份國家在本國即可申請。臺灣在餐飲業相關清真認證包括餐廳、冷凍食品、粉圓及醃漬物等，從源頭管理到後端物流，確保整個餐飲業整體供應鏈均符合清真規定，使用原料要環保，並友善對待動物、禁用童工等善盡企業社會責任作法，這也符合食品衛生原則，亦為企業永續經營嚴謹之體現。

爰此，我國為馬來西亞第 4 大貿易夥伴，馬來西亞也是我國第 7 大貿易國，臺馬經貿往來密切，基於馬來西亞在清真市場的重要地位，取得馬國清真認證也就掌握了全球 16 億穆斯林人口商機，馬來西亞為進攻清真市場之最佳跳板，建議業者提早做好準備。餐飲業者在馬來西亞展店或進口食品，取得清真認證並不是必要條件，若以華人為主要目標顧客者，有無取得清真認證並不會影響華人上門消費。主要關鍵在於臺灣餐飲業者至馬來西亞落地經營餐廳策略，鎖定的目標顧客對象必需明確，也需考量到產品特性及定位，若未取得清真認證，可能就未能吸引穆斯林人口至餐廳消費。

馬來西亞除了地理優勢外，豐富的自然資源也是一大重點，近年馬來西亞的經濟發展仍呈現成長，服務業成為最重要的產業部門。在基礎設施、社會政治、外商投資環境等部份相對其它亞洲國家友善，官方語言為英文，但有多數人華文可以溝通，在語言上沒有太

多隔閡。在飲食方面，對臺灣的食物接受度高，主食以飯、麵為主，煎煮炒炸之料理作法也很熟悉，再者臺灣、華人與馬來西亞有極深之歷史淵源，在菜式口味及飲食文化上更能相互理解。臺灣餐飲業者需要思考自我的競爭優勢，並理解穆斯林清真市場，臺馬雙方可共同集思廣益互相學習，善用彼此優勢創造新價值，不斷精進創新，合力布局東南亞海外市場。

近年來臺灣餐飲品牌版圖朝海外多元發展，已有相當多的臺灣品牌，例如日出茶太、黑丸嫩仙草、貢茶、豪大大雞排、鼎泰豐均已至馬來西亞展店，大都透過品牌授權、合作加盟及原料供應等方式進入當地市場，借重當地合作夥伴優勢及協助，將可大大降低跨國經營的風險。馬來西亞清真市場利基厚實，一般臺灣業者對於新南向國家法令法規不熟悉，在申請清真認證就有相當的複雜度，或許可以馬來西亞作為起點，俟站穩腳步後，再慢慢擴展到鄰近國家，可能是風險最低之作法。由於馬來西亞在理解東南亞餐飲方面比臺灣相對熟悉，未來若能結合馬來西亞合作夥伴企業，帶入臺灣新興餐飲產業的經驗，以團體戰的模式進入東南亞餐飲市場，相信未來我國餐飲業者在進攻新南向市場將有相當大的發展機會。

二、 建議

(一) 強化與馬來西亞的在地合作鏈結

本司帶領臺灣餐飲業者此次前往馬來西亞拜會5家餐飲相關公協會主席、參訪2個清真相關單位及2家標竿企業，並與在地公協會合作辦理媒合交流會等，可協助業者暢通未來在進入東協市場的合作管道。我方更邀請馬來西亞環球清真產品進出口協會(臺灣分會)拿督黃耀佳會長來臺擔任107年10月29日本司主辦之「餐飲新食代國際論壇-新南向篇」講師，加深彼此熟悉度，強化關係鏈結，延續臺馬雙方餐飲業學習及合作契機。日後接續洽邀馬來西亞餐飲相關協會來臺分享，以強化雙方互動交流。

(二) 持續追蹤未來可能合作之潛在廠商

目前臺馬餐飲業媒合交流會洽談中合作廠商中，已簽定合作意向書的廠商包括饌前實業有限公司與 MORIS-TEA TRADING SDN BHD 上品貿易(技術移轉)、林聰明沙鍋魚頭與 POPULAR MEADOW SDN BHD(產品銷售)、超秦集團炸雞大獅品牌與 DT&T HOLDINGS BHD(合作代理)、福慧根股份有限公司與天一生物科技國際股份有限公司(合作開發通路)等。辦理媒合會是雙邊業務對接最直接的方式，未來將持續關切臺馬業者合作之動向，並與馬來西亞方面保持互動聯繫，鞏固合作基礎，並持續帶領我國餐飲業者拓展新南向市場，以協助餐飲產業海外拓店，開啟新南向市場商機。

(三) 清真市場掌握

臺商對於清真市場飲食習慣及方式較不熟悉，未來欲至馬來西亞落地開餐廳，必需深入了解穆斯林的宗教、文化及生態，從日常生活中衍生的消費需求，另一方面需對當地清真市場及勞工產能（包括工作態度、執行速度等）有所掌握，而能因地制宜接地氣。馬來西亞是全球清真認證權威，若藉由馬來西亞做為跳板進入清真市場，對於清真相關專業、法規及運作將更清楚正確，日後再展店其它穆斯林市場，也相對容易。

柒、 媒體露出列表

海外媒體部份，在地合作單位馬臺經貿協會以發布臺馬餐飲業媒合交流會消息方式，會前廣宣於馬來西亞南洋商報及星洲日報刊登，廣宣在地企業先進與會，活動當日亦吸引媒體前來報導。報紙報導露出4則，新聞網路平台1則，本次前往馬來西亞之媒體報導露出整理如下圖所示：

<p>贈送名家作品予沈君偉。</p> <h1>大争议</h1> <h2>国家财富</h2> <p>人财长手中夺走国库控制，我们不禁要问，内阁到底研究和施压？主张约束首相权力，在除了近半成员的公正党和，为何没有一人针对这议发声？”</p> <h3>提 6 大争议</h3> <ul style="list-style-type: none"> 乖离初衷而要整顿？ 富而非全民受益？ 敢阿里的重组理由牵强 由掌管国库控股的标准 变放任首相揽大权 数增长何须改革？ <p>(吉隆坡 5 日讯) 马台经贸协会与台湾中国生产力中心于 8 月 14 日 (周二) 下午 6 时至 8 时 30 分，在吉隆坡帝苑酒店合作展开“马台餐饮业媒合交流会”。</p> <p>马台经贸协会秘书处发文告指出，上述媒合交流会是由台湾经济部商业司主办，台湾中国生产力中心执行并与马台经贸协会合作办理。</p> <p>文告提及，有多家来自台湾著名餐饮业者前来欲寻求合作、开发、拓展等项目，并欢迎本地业者踊跃报名参加。</p> <p>上述活动免费参与，惟座位有限，先到先得，联络徐忍川 019-322 3158 或电邮 main.mttfa@gmail.com。</p> <p>14 日办马台餐饮业媒合交流</p> <p>2018年8月5日</p> <p>馬來西亞南洋商報A4版</p>	<p>馬台餐飲業媒合交流會</p> <h1>14 日隆舉行</h1> <p>(吉隆坡6日讯) 马台经贸协会与台湾中国生产力中心于8月14日合作办理“马台餐饮业媒合交流会”，欢迎有兴趣者报名。</p> <p>马台经贸协会秘书处发文告指出，首次在吉隆坡举行的“马台餐饮业媒合交流会”，将于8月14日下午6时至8时30分在吉隆坡帝苑酒店举行。</p> <p>文告说，此项媒合交流会是由台湾经济部商业司主办，台湾中国生产力中心执行并与马台经贸协会合作办理。</p> <p>文告也指出，有多家台湾著名餐饮业者前来欲寻求合作、开发、拓点等项目，欢迎本地业者踊跃报名参加。报名免费，唯座位有限，先到先得，可联络徐忍川(019-3223 158)或电邮main.mttfa@gmail.com。</p> <p>鋼材五金商會</p> <h2>2日頒獎勵金大專盾牌</h2> <p>(吉隆坡6日讯) 马来西亚钢材五金商会(SMDA) 8月12日(星期日)上午10时30分，于该会所会议厅，举行颁发2018年度会员子女中小学优</p> <p>2018年8月6日</p> <p>星洲日報</p>
---	---

圖 1、馬臺經貿協會協助會前刊報廣宣



圖2、2018年8月16日星洲日報夜報報導(近四分之一版面)



圖3、2018年8月16日中國報報導



台灣餐飲新南向 台馬業者簽署意向書 中央社

2018/08/15 17:35

(中央社實習記者吳昇鴻 15日吉隆坡專電)馬來西亞是新南向政策進軍東協市場的前哨站之一,台灣業者搶建灘頭堡與馬台經貿協會簽署合作意向書,促進雙方交流,擴大合作面向。馬台經貿協會與財團法人中國生產力中心合辦「馬台餐飲業媒合交流會」,14日在吉隆坡舉行媒合會,受到大馬商界高度關注。

駐馬來西亞代表洪慧珠致詞

指出,台灣餐飲業要打入馬來西亞市場,必須雙管齊下,貼近在地多元文化,符合在地飲食習慣。她表示,台灣食品不只要推廣到華人市場,更要盡力得到清真認證,打入穆斯林市場。台灣餐飲業迄今有將近200家業者獲得認證,這也說明推動新南向政策已獲致若干成效。

不少與會台灣業者指出,台灣多元的美食餐飲文化如進一步配合新南向政策,進軍東協市場才有更多機會與國際餐飲市場接軌,擴大影響力。

台灣超泰集團採購副理丁鳳如和馬台經貿協會會長、大馬拿督斯里陳榮立簽署合作意向書。陳榮立指出,外地餐飲業想要打進大馬市場,就要深入各大種族了解飲食習慣。大馬是多元種族國家,取得清真認證是非常重要的事。

清真(Halal)產品是指經清真認證,申報的產品必須符合伊斯蘭教義及規定。以食品為例,不能含有豬肉與酒精,祭祀過的食物及未遵循伊斯蘭規定宰殺的動物等,穆斯林都不可食用。

洪慧珠也在交流會強調,大馬留台學生近兩年持續增長,今年達到1萬7000多人。大量留台生成為台馬橋樑,交流結果促成廣泛商業往來及大批觀光人潮,去年觀光人次超過52萬。(編輯:廖漢原) 1070815

圖3、2018年8月15日中央社網路新聞媒體露出

網址: <https://www.nownews.com/news/20180815/2801694>