

行政院及所屬機關出國報告書

【出國類別：其他(參訪&查核)】

「赴香港進行『長期展售據點-臺灣食品廣場』查核及考察當地市場」報告

出國人員 1-

服務機關：行政院農業委員會

姓名：唐淑華

職稱：簡任技正兼科長

出國人員 2-

服務機關：行政院農業委員會

姓名：劉婉君

職稱：技正

出國人員 3-

服務機關：行政院農業委員會 農糧署

姓名：陳立儀

職稱：科長

出國地區：香港

出國期間：107年9月5日至107年9月7日

報告日期：107年9月0日

「赴香港進行『長期展售據點-臺灣食品廣場』查核及考察當地市場」報告

目 錄

壹、摘要.....	3
貳、目的.....	3
參、出國人員.....	3
肆、行程.....	3
伍、活動紀要.....	4
陸、參訪心得與建議.....	11
柒、參訪及活動照片.....	13

「赴香港進行『長期展售據點-臺灣食品廣場』查核及考察當地市場」報告

壹、摘要：

香港為我國重要出口市場，惟近年因香港零售市場景氣低迷，爾後又因我國食品接連發生黑心油、毒澱粉事件，以及爆發禽流感，再加上當地市場高額租金、反中致陸客流失、消費力疲軟及電商衝擊，我國農產品出口香港量值逐年減少。為能有效提升臺灣農產品輸香港量值，此行拜會相關進口業者及查核本會設置之長期展售據點-臺灣食品廣場，共同研商未來香港市場之佈局及行銷規劃。

貳、目的：

- 一、前往參觀「2018 香港亞洲國際蔬果運銷展覽會 (Asia Fruit Logistica)」，掌握目前國際蔬果運銷趨勢及評估未來組團參展之可行性。
- 二、查核「長期展售據點-臺灣食品廣場」營運情形，以適時調整本會於該國之整體行銷策略。
- 三、拜訪當地進口商，掌握目前臺灣農產品銷售動向，並請益各國在香港拓銷情形，以規劃未來市場拓銷重點。

參、出國人員：

本次赴香港行程係由國際處國際行銷科唐淑華簡任技正兼科長、劉婉君技正及農糧署陳立儀科長等 3 人奉派前往。

肆、行程：

此次行程為 3 天 2 夜，行程如表 1。

表 1、「赴香港進行『長期展售據點-臺灣食品廣場』查核及考察當地

市場」行程表

日期	行程
107.09.05 (星期三)	1. 臺北-香港 2. 參觀「香港亞洲國際蔬果運銷展覽會」並拜會主辦單位 3. 拜會臺灣蔬果進口商成記欄公司
107.09.06 (星期四)	1. 臺灣食品廣場營運研商會議(4家展售商) 2. 臺灣食品廣場營運研商會議(永安百貨) 3. 視察佐敦永安百貨「臺灣食品廣場」展銷現場 4. 參觀其他展銷通路
107.09.06 (星期五)	1. 拜會高盛公司 2. 參觀4家展售商自營門市及專櫃 3. 香港-臺北

伍、活動紀要：

一、香港市場基本資料：

香港管轄總面積 2,755.03 平方公里，其中陸地面積 1,105.6 平方公里(香港島 80.7 平方公里、九龍 46.9 平方公里、新界及離島 978 平方公里，2014 年年底數字)，水域面積 1,650.64 平方公里。香港土地可概括為香港島、九龍半島、新界三大部份及 263 個島嶼，眾島嶼中以大嶼山面積最大。香港位於南海北岸、以及珠江口東側，北接廣東省深圳市，西隔珠江與澳門及廣東省珠海市相望，其餘兩面與南海鄰接。全境由香港島、九龍和新界組成，其中香港島北為最發達地區；地理環境上則由九龍半島等大陸土地、以及 263 個島嶼構成，人口約 739 萬人。在對外航空交通方面，位於

赤鱗角的新香港國際機場載客運輸數量位居全球機場前列，是來往歐美、亞洲及大洋洲航班的轉機點，九龍及香港島之間的維多利亞港則因為港闊水深和四面抱擁，有利於船隻航行，譽為世界三大天然良港之一。香港最初就是從維多利亞港兩岸的平地開始發展，至今該區仍然是香港都市的命脈所在。香港是全球重要的國際金融、服務業及航運中心，連續多年蟬聯全球最自由經濟體，並以優良治安、廉潔社會、簡單稅制和健全的法律制度而聞名於世，因此有「東方之珠」的美譽。

香港為我國重要出口市場，101年我國農產品出口香港市場出口值為5億1,455萬美元，至103年達最高峰5億3,554萬美元，期間成長4%。隔年因香港零售市場景氣低迷，104年我國農產品出口香港市場出口值為4億7,680萬美元，大幅減少11%。爾後又因我國食品接連發生黑心油、毒澱粉事件，以及爆發禽流感，再加上當地市場高額租金、反中致陸客流失、消費力疲軟及電商衝擊，我國農產品出口香港量值逐年減少，至106年出口值僅為3億7,800萬美元，相較103年高峰衰退30%。以106年我國農產品出口香港來看，輸往香港大宗之農產品主要為其他農耕產品，約8,275萬美元，占總出口22%；其次為皮及其製品，約3,987萬美金，占總出口10.6%；第三名為石斑魚，約3,049萬美元，占總出口8.1%。其次為魚類及其製品、烘製糕餅、奶粉及粉塊、小麥及麵食等。

二、參觀香港「亞洲國際蔬果運銷展覽會」：

（一）展覽基本介紹：

「亞洲國際蔬果運銷展」是由德國柏林商展公司將承辦全球最大之柏林國際蔬果運銷展(Fruit Logistica)經驗帶入亞洲，由全球產品會展公司(Global Produce Events GmbH)和水果網有限公司(Fruit Ltd. UK)共同主辦。該展首屆於泰國辦理，惟考量展品為生鮮蔬果恐有檢疫問題，因此自第2屆改在香港辦理，迄今為第12屆。

該展覽主須購票入場，為專業性蔬果展覽。展覽期間亦舉辦趨勢論壇及亞洲水果大獎等。

亞洲水果大獎-由 Asia Fruit Logistica 亞洲國際水果蔬菜展覽會，以及《Asiafruit 亞洲水果》雜誌聯合頒發，旨在表彰亞洲果蔬業內的卓越成就。獲獎名單由《Asiafruit 亞洲水果》雜誌和亞洲國際水果蔬菜展覽會聯合甄選，每年頒發三個年度獎項：年度行銷方案（Marketing Campaign of the Year），年度進口商（Importer of the Year），和年度果蔬零售商（Produce Retailer of the Year）。今年，亞洲水果首次推出全新“影響力”大獎（Impact' Award），以表彰在亞洲果蔬生鮮領域做出傑出貢獻的單位或個人。

(二) 本次展覽觀察：

1. 「2018 蔬果運銷展覽會」辦理日期為 2018 年 9 月 5 日至 9 月 7 日，於香港亞洲國際博覽館舉辦(Hall3 及 Hall5)於香港 AsiaWorld-Expo 亞洲國際博覽館 Hall3 及 Hall5 舉行，今年度展出類別多元，包括各國蔬果貿易商、批發市場、電子商務平臺、超市、物流包裝、冷鏈物流業者等。許多國家組成國家館參展，包括秘魯館、智利館、荷蘭館、韓國館、阿根廷館。亦有許多國際品牌參展，例如 Zespri。展區並未特別按主題區隔(例如國家館/非國家館、本地/海外、蔬果產品/物流運輸/蔬果包裝包材)。
2. 該展除作為進入亞洲蔬果市場及香港市場重要的管道外，亦為進入中國大陸重要跳板。不少買主及參展廠商於展前先至廣州視查市場蒐集情報。
3. 臺灣近年係由臺灣蔬果工業同業公會組團參展。今年由經濟部國際貿易局支持為 4 攤位，4 家廠商參展，位於 Hall5 的 K 區，展區位置不佳。

攤位 編號	公 司 名 稱	攤位數
----------	---------	-----

5K38A	翔景國際有限公司 RIC International Corp.	1
5K38B	長龍農產股份有限公司 CHANG LUNG AGRICULTURE CO., LTD.	1
5K38C	康群科技實業社 COMTREE ENTERPRISE CO.	1
5K38D	嘉鐸貿易有限公司 GAMA FRUTTI INTERNATIONAL CO., LTD.	1
合 計		4

4. 本次參展廠商雖少，但前往觀展的國內廠商則相同湧躍，本次觀展期間，則碰到不少國內生產業者及農民團隊前往觀展取經。
5. 綜上，該展為國際蔬果專業展覽，確實有商機，值得本會再次組團參展。臺灣館多為 4-6 個攤位，主要參展廠商以生鮮蔬果貿易商，未來倘組團參展，建議擴大參展面積，將有意願外銷的業者透過外貿協會整合，並涵納各式蔬果及其加工品廠商，例如地瓜、玉米、果乾業者。另外，至於有意願惟尚未有外銷能力之農民團體，則建議可組團前往觀展。

三、本會設置長期展售據點「臺灣食品廣場」：

- (一) 成立時間：93 年 2 月 27 日
- (二) 設置地點：香港九龍永安百貨公司彌敦道店地下一樓
- (三) 賣場面積：原面積 1,180 平方英尺(約 32 坪)，104 年 8 月份後遷移至新位置，展售面積縮減為 700 平方英尺(約 19 坪)。
- (四) 據點營運模式：
1. 本會委託外貿協會協助據點管理，由該協會徵集廠商進駐，並由進駐展售廠商個別與永安百貨公司簽訂場地使用合約。
 2. 展售廠商每月繳交銷售總金額 27% 予永安百貨公司做為場地包底佣金，包底佣金未達港幣 20 萬元時，以港幣 20 萬元計算，由展售廠商按使用面積比例分攤。
 3. 外貿協會負責廣宣及辦理短期促銷活動，及支付每月倉庫租

金港幣 3,800 元。(本工作項目由本會經費支應)

4. 據點曾有廠商銷售臺灣水果，惟受限於外銷果品無法終年供應，致無法長期營運。目前據點以銷售臺灣農產加工品為主，配合夏、冬產季辦理水果短期宣傳活動，推廣臺灣水果並帶動臺灣食品廣場業績。

(五) 歷年進駐廠商：

年度	進駐廠商
93	皇上皇、添安、統一、華記永昌、味一、通泰行、麗沁花藝(花卉)、新台場
94	樂仙(水果)、皇上皇、添安、華記永昌、味一、新台場
95~迄今	添安、華記永昌、味一、新台場

(六) 目前進駐廠商及展售項目：

年度	進駐廠商	主要展售項目
95 ~ 迄今	新台場	義美食品、新東陽食品、冷凍食品、農產加工品、茶葉、罐頭、飲料、麵食、調理食品等
	華記永昌	黑橋牌肉類食品、老天祿滷味、度小月肉燥、冷凍食品、休閒食品、蛋品等
	添安	臺畜肉類食品、米、罐頭、醬菜、蜜餞、麵粉、麻糬、鳳梨酥等加工食品
	味一	旗魚鬆、豬肉鬆、肉乾、魷魚絲、魚乾、果乾、堅果等

(七) 據點主要執行工作內容：

1. 據點營運
2. 臺灣優質農產品短期促銷活動
3. 刊登形象廣告
4. 新品上市及暢銷品限時限量特賣會
5. 展售商來臺洽商採購
6. 組團參加香港美食博覽會

7. 與其他通路合作辦理夏季水果促銷活動
8. 與其他業者異業結盟辦理促銷活動

(八) 「長期展售據點-臺灣食品廣場」查核情形：

1. 臺灣食品廣場為本會於 93 年補助中華民國對外貿易發展協會(以下簡稱外貿協會)徵集進駐廠商並進行管理，位置設置於香港佐敦永安百貨彌敦道店地下一樓賣場，以店中店方式經營，主要作為臺灣農產品在香港市場之展示櫥窗，供消費者及通路買主選購。
2. 臺灣食品廣場原面積近 40 坪(位於手扶梯下樓右側)，為獨立專櫃；惟於 104 年 8 月配合永安百貨重新裝潢而調整櫃位，面積縮小為 19 坪(位於手扶梯下樓直走到底)，並與永安百貨自營之食品攤位相鄰，無明顯分隔櫃位，不易讓消費者發現。
3. 據點曾有廠商銷售臺灣水果，惟受限於外銷果品無法終年供應，致無法長期營運。目前據點以銷售臺灣農產加工品為主，配合夏、冬產季辦理水果短期宣傳活動，推廣臺灣水果並帶動臺灣食品廣場業績。
4. 4 家展售廠商(華記永昌號、新台場、添安產品有限公司及味一食品有限公司)表示，自據點成立以來，確實對其銷售臺灣農產品有所助益，目前除永安百貨彌敦道店外，渠等亦經營臺灣農產品之獨立櫃位或專賣店。惟近年因受到臺灣食安問題、反中問題，再加上香港整體零售業下滑、電子商務崛起等諸多因素，確實對營業額造成極大影響。惟今(107)年第一季開始，零售業逐漸復甦，臺灣農產品之銷售可望止跌反彈。
5. 永安百貨公司代表說明，目前賣場位置已固定，難再重新調整臺灣食品廣場的櫃位。但在行銷宣傳上，可強化以多元方式合作，包括：
 - (1) 永安百貨自有之電子商務平臺，可供 4 家廠商商品上架，並提供線上購物、線下百貨取貨服務。

(2) 4 家展售廠商可配合永安百貨年度活動(如過年檔期、週年慶、中秋及聖誕節檔期等，增加花車宣傳銷售。

(3) 配合本會短期促銷活動，可於永安百貨其他分店同時進行展售及宣傳，並同步於線上購物銷售。

四、拜會香港蔬果進口商(拜會香港主要進口臺灣蔬果商成記欄有限公司及高盛有限公司)：

(一) 成記欄有限公司：

1. 公司成立 30 餘年，為香港大型進出口 蔬果業者，年營業額接近港幣 2 億元，進口產品來自中南美洲、歐洲(西班牙)、紐澳、東南亞、日本及我國等，並在中國山東自營農場生產蘋果。
2. 該公司與疊溪果菜生產合作社合作多年，經營香港高端市場，臺灣蔬果進口業務僅占其全球經營市場的一小部分，全年進口臺灣芒果、鳳梨、芭樂、紅龍果、葡萄、木瓜、楊桃、小玉西瓜等產品，於惠康、水上名都、SOGO 等超市販售。

(二) 高盛有限公司：

1. 公司成立 1996 年，營業項目包括國外生產(契作)、進口、包裝、分級、截切、加工等，並於香港、中國、日本及我國成立分公司，進行國際運銷及銷售。
2. 其供應 Taste、City' Super、SOGO 百貨等高端超市生鮮蔬果區，亦批發至傳統市場，以去化次級品。
3. 該公司經營模式創新、靈活、滿足多元消費者需求，提供多元產品服務，與臺灣合作廠家包括鮮綠農產科技股份有限公司(玉米棒)及慶全地瓜生產合作社(地瓜)，並有長期駐臺人員，在產地進行管理並契作生產蔬菜，該公司希望未來更進一步在臺契作水果並建置集貨包裝場，並認為臺灣水果具多元及風味優勢，針對供貨及國際行銷建議如下：

- (1) 落實果品分級包裝標準：各農場規格不一，農民亦不遵照規格交貨，政府應訂統一規格，以避免貿易爭議。
- (2) 臺灣花東農產品品質佳(例如小玉西瓜、柚子及釋迦)，但內陸運輸費用高，致不具外銷競爭力，建議政府可予協助。
- (3) 韓國政府在海外進行大規模通路補貼，行銷廣告；建議臺灣除學習外，並應簡化海外行銷宣傳之核銷手續，以鼓勵海外通路商採購臺灣產品。

五、參觀當地其他通路系統：

(一) 參觀百佳、惠康、Jason、Taste 及 City' Super 等香港超市通路水果販賣趨勢及各國產品展售情形：

1. 香港超市多結合地鐵站設立，標榜國際多元，故產品少量多元，售架上多為小包裝，且為方便消費者比較選購；例如西瓜區放置臺灣、日本、東南亞國家等地產品並列，以供消費者選購，與國內銷售方式不同。
2. 另香港大部分以顆計價，故產品規格化極為重要，至截切水果、現榨果汁亦極為普遍，產品包裝品質精良。

(二) 參觀香港機場內「九份手信坊」、「SOPHiSCA 臺灣特產專賣店」：

1. 添安產品有限公司於 7 年前進駐香港機場(國內區)設置二賣場，專賣臺灣產品，包括臺灣文創食品、紀念品、復刻臺灣味，以及凍烤甘薯、糕餅(宜蘭餅)、臺灣農產品、各式食品、有機米等。
2. 對象除香港旅客、機場工作人員外，亦甚受東南亞、中東等其他各國旅客歡迎，單店月營業額約港幣 50 萬元。為據點營運延伸至臺灣農產品專櫃的案例之一。

陸、心得與建議：

(一) 「永安百貨-臺灣食品廣場」已設立 15 年，經由外貿協會專人(凌經理)聯繫洽接，對於通路業者及進口買家有具體掌握；該

據點經長期設立，建立香港消費者對臺灣優質產品食品形象，且進駐廠商亦另行建立臺灣專櫃及據點，甚具指標意義，似不宜輕易結束；惟應強化與永安百貨其他據點及部門合作，在更多分店進行聯合銷售，並媒合更多優質臺灣農產品進入永安百貨通路，擴大辦理臺灣農產品特展，加強宣傳，應可創造更好外銷實績。

- (二) 香港為自由貿易港區，銷售市場多元，進口產品眾多，市場競爭激烈，故品質、價格、產品特色及服務均需注意，始能立足香港。參考各國參加蔬果展之行銷宣傳，除掌握國際市場脈動，更可維繫與買主之關係，爰建議未來似可組團參加「亞洲國際蔬果運銷展覽會」，展現臺灣蔬果王國形象及企圖心；另亦應鼓勵國內蔬果生產者參觀國際市場趨勢，改善冷鏈、加工等，提升國內蔬果之國際競爭力。
- (三) 有關高盛公司所提臺灣水果外銷相關建議，以及香港通路對臺灣產品之反饋意見，本處將會同農、漁、畜等相關產業單位強化外銷策略聯盟工作，進行相關改革，以符合國際趨勢及需求，提升我農產品外銷實績。

柒、參訪及活動照片：



圖一、「2018 亞洲國際蔬果展」臺灣館計有 4 個攤位，係由臺灣蔬果輸出業同業公會組團參加。圖為臺灣廠商展出情形(主要展示臺灣產紅龍果、文旦等生鮮蔬果)以及其他國際企業及國家館展出情形。



圖二、「亞洲國際蔬果運銷展」已成為各國在亞洲蔬果運銷上，提供各式解決方案的重要展覽。圖為阿里巴巴於展場提供蔬果運銷的「云象供應鏈」服務。



圖三、本會於 93 年設置香港長期展售據點，位於香港佐敦永安百貨彌敦道店地下 1 樓賣場，為店中店概念經營。圖為永安百貨彌敦道店外觀。



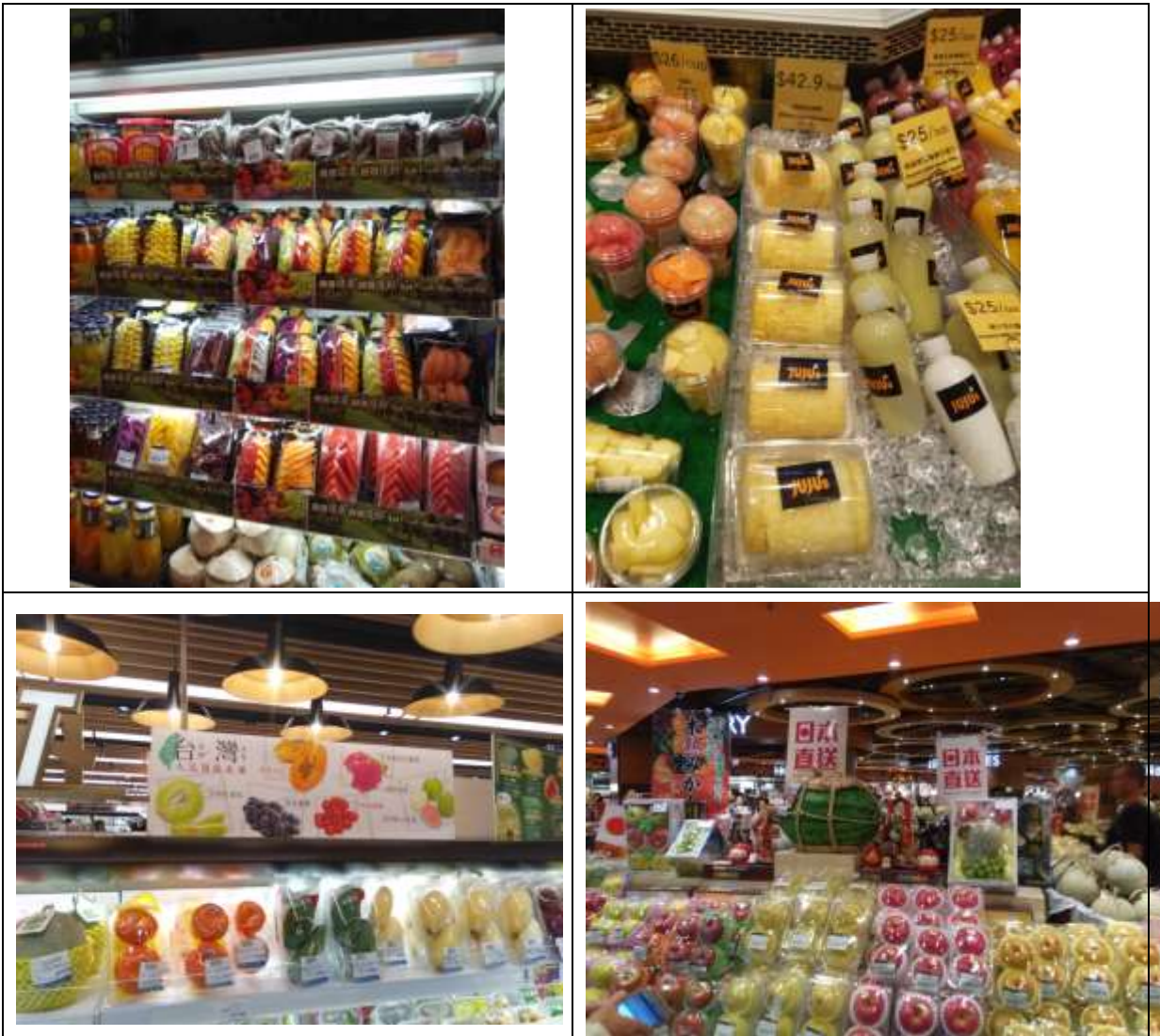
圖四、「臺灣食品廣場」目前有 4 家進駐廠商，每家均派銷售人員現場服務，全年商品約有 6000 餘項，包括常溫商品及冷凍食品等。



圖五、成記欄公司為臺灣蔬果進入香港市場之主要進口商之一，為香港大型進出口業者，主要與國內豐溪果菜生產合作社合作，近年參與本會「臺灣蔬果節」，主要於香港惠康超市辦理。圖為成記欄公司供香港 Jasons 超市之臺灣水果。



圖六、高盛公司為臺灣蔬果進入香港市場之主要進口商之一，於臺灣另設有公司派駐專人於產地收購果品，亦曾參與本會「臺灣蔬果節」活動。圖為該公司供給 Taste 超市之臺灣生鮮水果及各國截切水果及果汁。



圖七、超市內水果商品多元，多已小包裝化，並有截切及果汁的商品；
水果進口來源多，除臺灣外，日本及韓國亦常辦理宣傳促銷活動。

