



上半年出口創新高

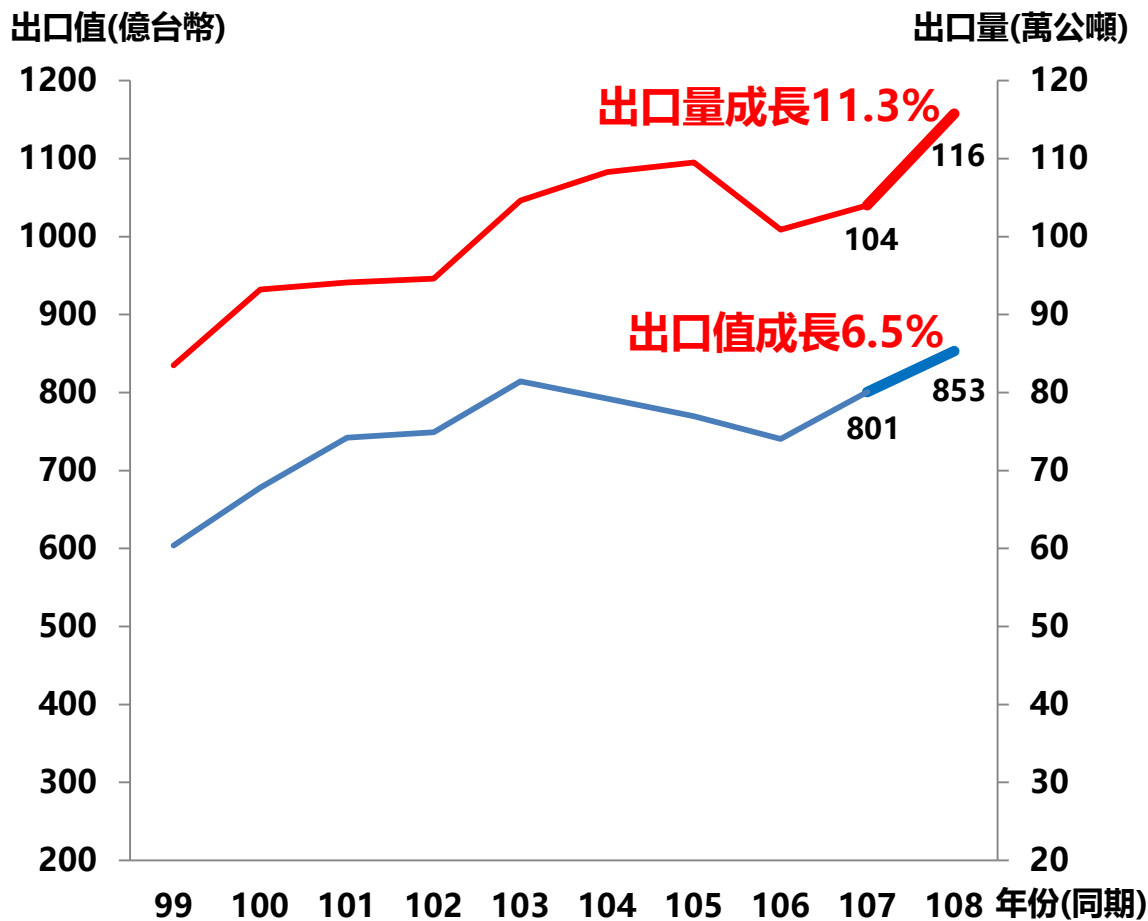
新市場開拓再出招

臺灣農產品外銷成果記者會

行政院農業委員會

108年7月12日

108年1至6月農產品出口量值達新高

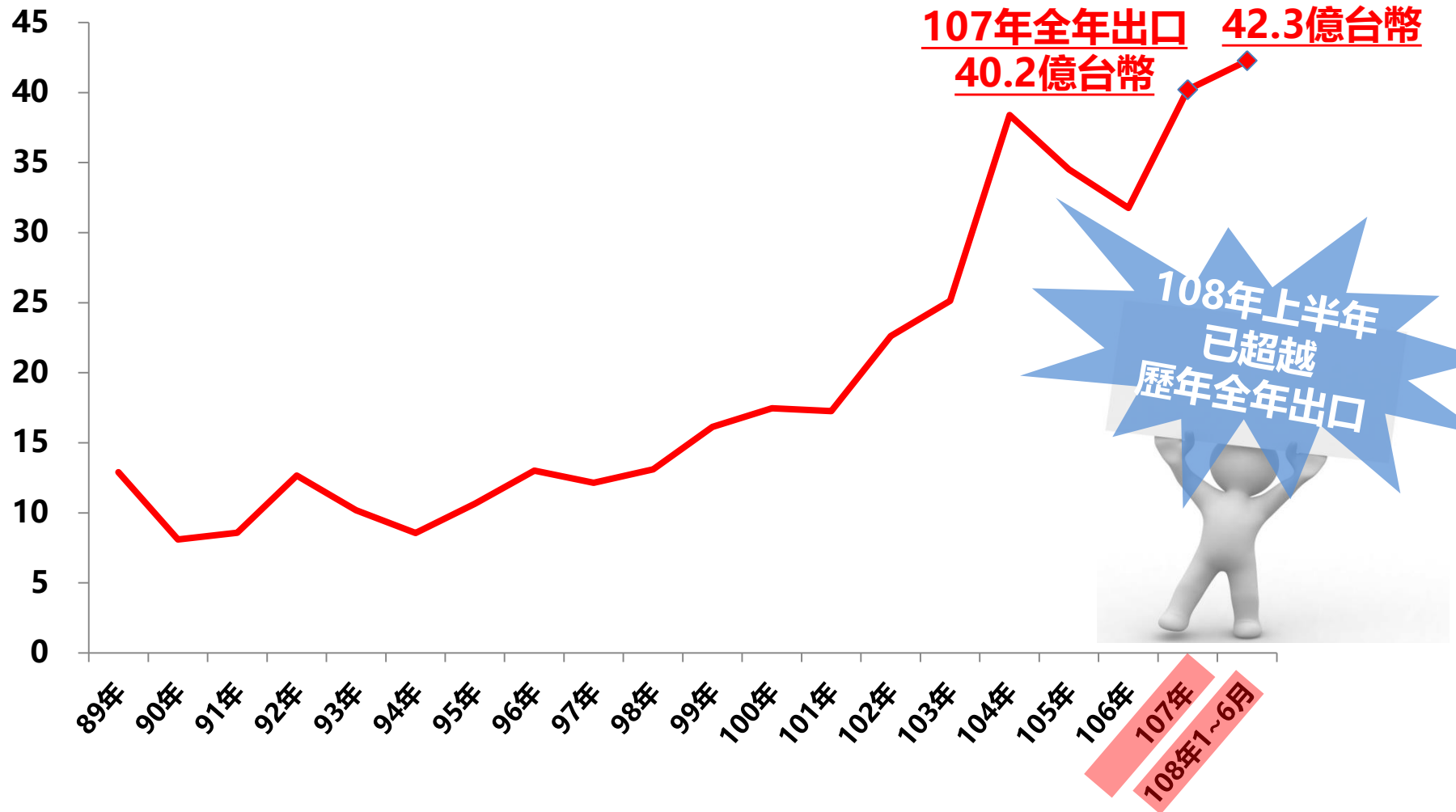


主要成長品項	108年1-6月 出口值 (億台幣)	較去年同期 成長值 (億台幣)	成長率 (%)	
生鮮冷藏水果	42.3	13.9	48.7	
鳳梨	18.8	7.5	66.4	
釋迦	8.8	1.4	18.0	
蓮霧	4.3	2.0	88.0	
芒果	4.0	1.3	49.6	
番石榴	1.3	0.5	66.4	
椪柑	1.3	0.6	79.5	
香蕉	1.0	0.4	70.9	
花卉及其種苗	33.4	3.2	10.5	
蝴蝶蘭	22.8	1.9	9.3	
文心蘭切 花	2.8	0.6	27.3	
稻米	7.1	4.4	162.6	
茶葉及其製品	18.5	3.9	27.1	
主要成長品項	108年1-6月 出口值 (億台幣)	較去年同期 成長值 (億台幣)	成長率 (%)	
水產品	鱸魚	8.0	2.9	59.0
	吳郭魚	9.4	1.6	20.7

108年1至6月臺灣水果出口值創新高



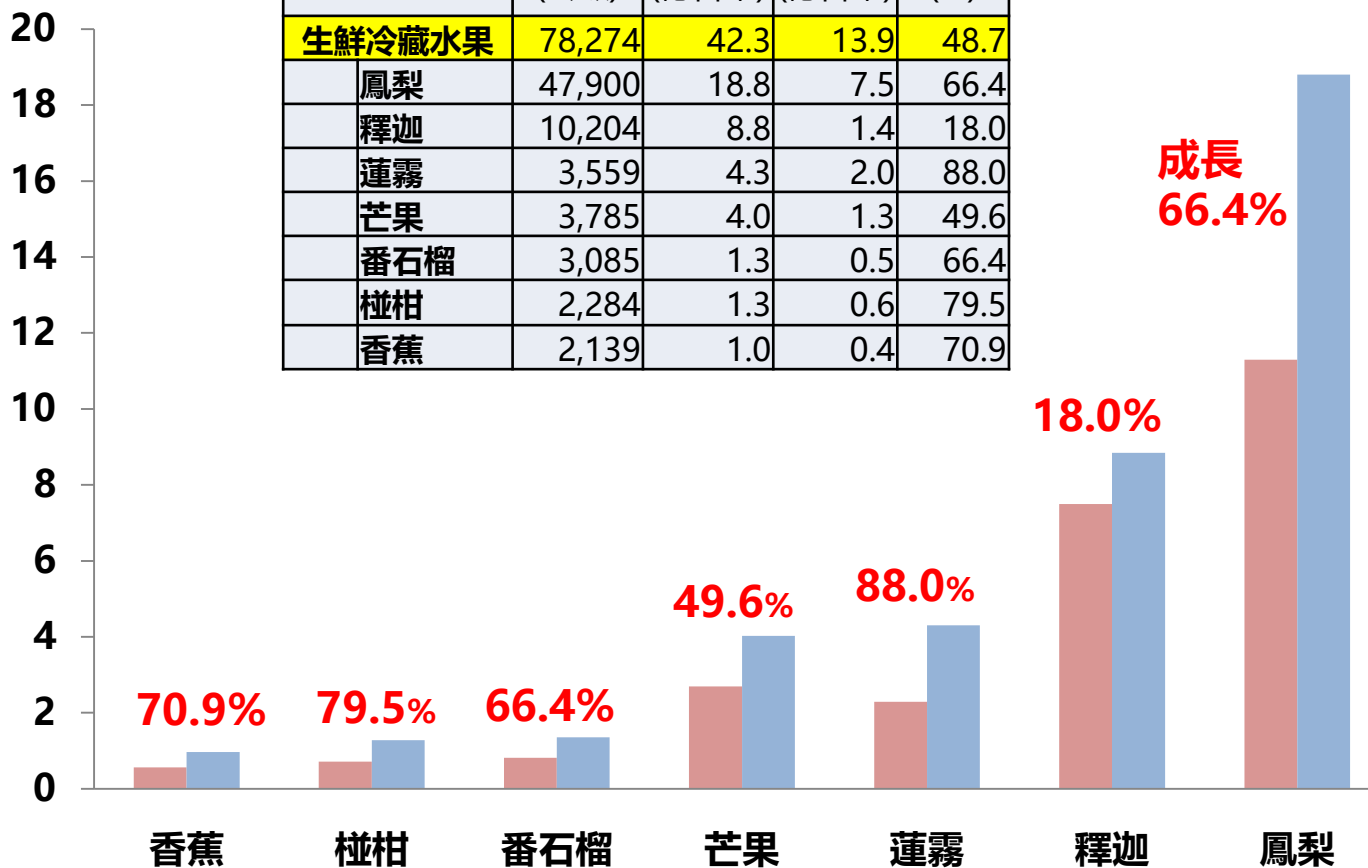
出口值(億台幣)



108年1至6月臺灣水果主要出口品項成長率

主要成長品項	出口量 (公噸)	出口值 (億台幣)	成長值 (億台幣)	成長率 (%)
生鮮冷藏水果	78,274	42.3	13.9	48.7
鳳梨	47,900	18.8	7.5	66.4
釋迦	10,204	8.8	1.4	18.0
蓮霧	3,559	4.3	2.0	88.0
芒果	3,785	4.0	1.3	49.6
番石榴	3,085	1.3	0.5	66.4
椪柑	2,284	1.3	0.6	79.5
香蕉	2,139	1.0	0.4	70.9

出口值(億台幣)



水果品項

- 去年同期出口值
- 108年出口值

全球佈局分散風險

108年目標新興市場

- 新南向市場包括菲律賓、馬來西亞、新加坡等。
- 中東市場沙烏地阿拉伯、阿拉伯聯合大公國等出口皆成長。

阿拉伯聯合大公國

沙烏地阿拉伯

菲律賓

馬來西亞

新加坡

澳大利亞

紐西蘭

出口國家	成長率	108年1-6月 出口值(億台幣)
沙烏地阿拉伯	33.1%	3.0
菲律賓	21.3%	17.5
馬來西亞	21.1%	16.9
澳大利亞	19.7%	17.8
阿拉伯聯合大公國	16.1%	2.7
紐西蘭	14.9%	1.6
新加坡	13.6%	14.7

農委會外銷策略—建構平台

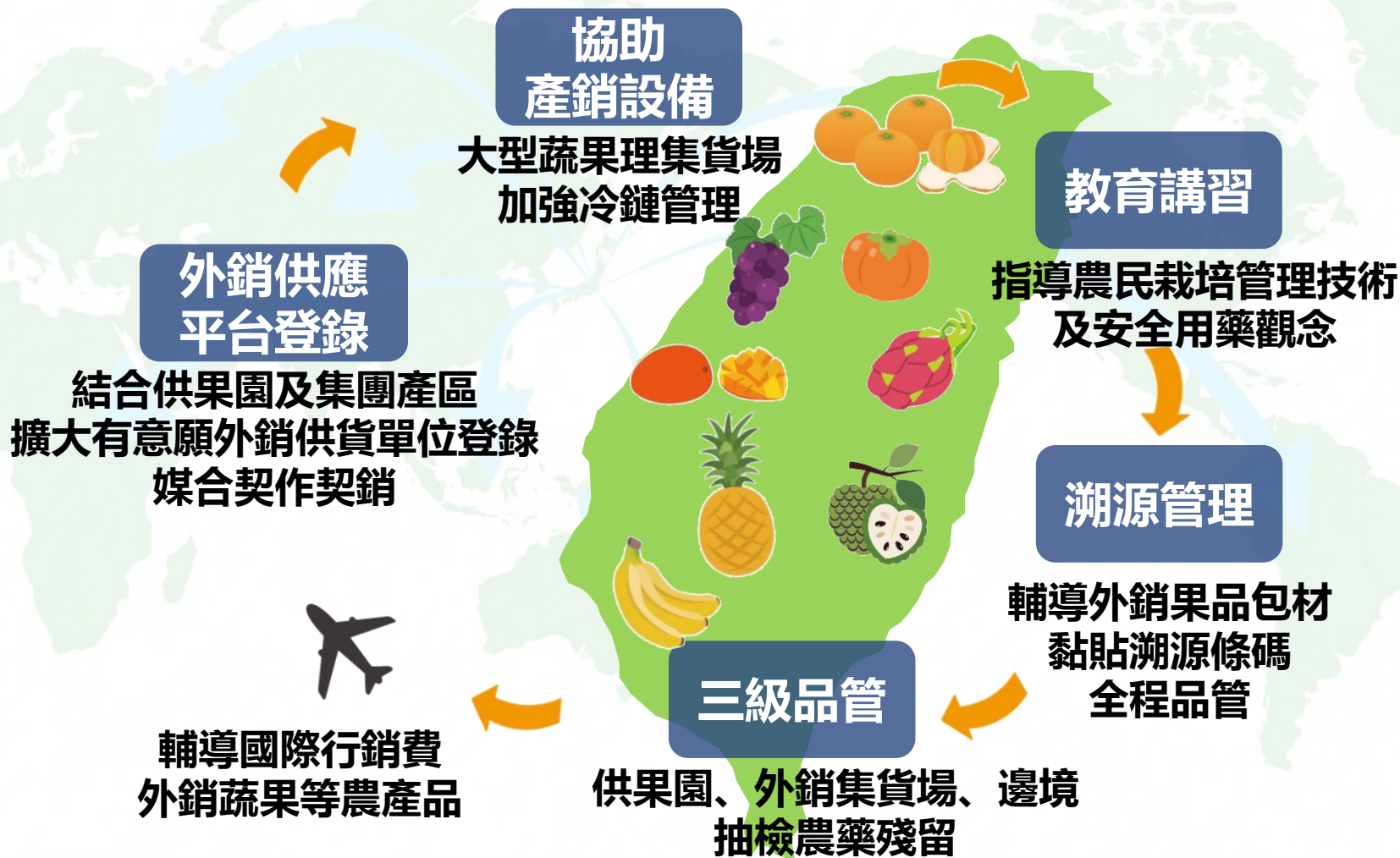


平台結合縣市政府、我駐外單位、外貿協會，農民團體及業者團體，提供完整產銷資訊、外銷輔導及獎勵與媒合措施。

農民有感



農委會外銷策略——建立蔬果穩定供應鏈



農委會外銷策略——建立水產穩定供應鏈

協助產銷設備

1. 補助產銷班購置組合冷凍庫、真空包裝機、選別機等產製儲銷設備。
2. 補助養青智能加工冷鏈或行銷設備。
3. 補助彰化、梓官等區漁會設置冷凍、加工等產銷設備。
4. 已輔導永安、南縣等區漁會設置產地區域加工廠，另規劃協助蘇澳、興達港、枋寮、新港等漁會設置。

品質安全管理

1. 未上市抽驗1,800件/年以上、魚市場抽驗約2萬5千件/年，合格率99%以上。
2. 產品品質及包裝標示查驗700件/年以上，合格率99%以上

教育講習

1. 產銷履歷、溯源、歐盟等教育訓練計50場次/年以上。
2. 石斑、甲魚、觀賞魚、鰻魚等衛生安全講習15場次以上。

溯源管理

1. 建立產業申查報制度，掌握約4萬餘公頃產況；籌組5種大宗魚種產業小組，產銷預警調配。
2. 建立外銷登錄場：石斑、甲魚、觀賞魚及鰻魚等約1,300場/年及輸歐盟養殖場103場。
3. 迄108年6月輔導內外銷產銷履歷641戶、TGAP 49項、QR Code 872戶65項。

農委會外銷策略—海外參展

主要市場

- **日本東京國際食品展**
以國家隊方式共同出擊，提升臺灣農產品牌於日本及國際上的曝光度及知名度，成功創造臺灣農產銷日商機近新臺幣30億元。
- **北美海產品展**
後續交易金額達新臺幣16億元。
- **東京巨蛋蘭展**
創造蘭花產業商機超過新臺幣1.5億元。
108年1-6月花卉銷日成長8.1%。

新興市場

- **新南向國家「臺灣形象展」**
協助業者了解、掌握市場資訊，建立臺灣品牌產品知名度及產業聯結，獲取經貿合作機會與潛在商機。
印度臺灣形象展(5月16至18日)，未來1年商機預估近新臺幣900萬元。
印尼臺灣形象展預計於9月辦理，刻正積極籌備中。
- **巴拉圭蘭花展**
合作推動花卉產業，拓展我蘭花美洲商機。

農委會外銷策略—強化市場佈局

開拓 新市場

- **俄羅斯市場**-與駐地代表處合作辦理農產品推廣會(8月21日-22日)排除貿易障礙、建立通關基礎。
- **中東市場**-規劃於第4季擇定中東國家如沙烏地阿拉伯或杜拜辦理農產品推廣會。

既有市場 新通路

- **新加坡 HAO Mart超市通路**設置臺灣農產食品長期展售專區，擴大農產品輸星。

潛力佈局 產品

- **稻米出口**-臺灣包裝米首度於新加坡昇崧超市上架販售，已採購30公噸(5KG*6000包)，7月7日首批上架銷售反應熱烈，訂單追加中。
- **生鮮豬肉重返外銷市場**-持續備戰、透過雙邊諮商，積極佈局規劃。
- **HALAL商品**-專案一對一精準商機媒合，6月28日至7月12日馬來西亞伊勢丹百貨辦理「2019臺灣好味道」展售活動。