

加拿大農產貿易近況及其擴展具開發潛力市場的因應策略

童福來

摘要：由加拿大農業部探討農產貿易的近況與推動擴展貿易市場策略的分析結果中可窺出，加國農產品及其加工品的國際貿易已擴展到世界各地，且有些地區尚在擴展中的階段。因此，加國便將國際貿易市場區分為：首要國際市場、具開發潛力之國際市場及其他國際市場等三個不同的國際貿易市場。

加國將美國、日本、中國／香港、墨西哥、巴西、南韓及台灣歸納在「首要國際市場」。出口至首要國際市場的總出口值在 2001 年時已佔全世界總出口值之 83.5%，足見加國之農產品及其加工品之出口至首要國際市場的程度已近最高點，而出口以北美地區的鄰國最多，但出口至東南亞首要國際市場國家的出口值增加的速度也相當快速。

加拿大視新加坡、菲律賓及哥倫比亞地區具開發潛力，而積極推動各種擴展該地區的有效策略，可見加國相當重視東南亞市場，因其深信東南亞市場是亞洲市場的最大據點。

關鍵詞：加拿大、農產貿易、國際貿易市場、因應策略、農產品出口、進口

一、前言

自國際市場開放後，國際貿易進入競爭激烈的另一階段，各國透過各種有利貿易的因應措施，擴展貿易市場，以利其農業的發展。加國也不例外，乃於近年內策劃國際貿易市場的劃分，積極努力推動國際貿易，擴張其國際市場，提高農業持續的發展，穩定農業所得。加國的國際農產貿易的演變非常快速，將國際農產貿易市場劃分成有利擴展與其他市場的目標，以及其擴展具有開發潛力市場的因應策略，值得國人重視。因此，特地在此報導其貿易狀況與市場開發策略如下，以供參考。

二、加拿大農產貿易狀況

(一) 加拿大的農業與農產貿易概況

農業在加拿大整個經濟體系中佔了相當重要的地位。雖然農業生產值僅佔了國內生產毛額(GDP)之百分之三左右，但其食品加工業部份之生產毛額卻佔 5.4%，使整個農業的生產毛額佔國內生產毛額之 8.4%左右。就其就業人數方面，農業就業

人數佔總就業人數之 13%。在 1999 年時，加拿大農產品及其加工品之出口值便達 21.8 億加元，而進口值僅 16.5 億加元，賺取外匯約 1.5 億加元，幾乎佔總農產品及其加工品總出口值之 24% 左右，對貿易平衡之貢獻相當大（表 1）。

表 1、加拿大農產品及其加工品產業之各項指標

指標	價值 (億加元)
1. 購買投入因素	14.0
2. 農業收入	28.5
3. 農產加工品	57.2
4. 食品銷售	100.4
5. 農產品及其加工品出口	21.8
6. 農產品及其加工品進口	16.5

資料來源：加拿大國際貿易策略，2001-02 年度報告

（二）國際貿易市場的劃分

由此，加國農產品及其加工品的國際貿易到目前為此便已擴展到世界各地，且有些地區尚在擴展當中的階段。因此，加國便將國際貿易市場區分為：首要國際市場、具開發潛力(次要)之國際市場，及其他國際市場等三個不同的國際貿易市場。

加拿大為提高聯邦與省政府有關單位與國際貿易機構的聯繫，乃把國際貿易國家與地區依其貿易量之多寡而歸納成三種程度之貿易市場，將各國或地區之總出口值約佔全世界總出口值之 80% 的八個國家與地區歸納成「首要國際市場」(Priority Markets)。此八個國家與地區為：美國、日本、歐聯、中國／香港、南韓、台灣、墨西哥及巴西等。另外正在開發，但具有發展潛力的國家與地區便規劃成「具開發潛力之國際市場」(Emerging Markets)。這些國家與地區為：新加坡、菲律賓與哥倫比亞，加國將盡力協助各產業推動提高各產品出口至此一市場。其他未包括在「首要國際市場」與「具開發潛力的國際市場」的國家與地區則列入「其他國際市場」(Other Markets)。其他國際市場的範圍包括中東各國、非洲各國與地區及印度。此一其他國際貿易市場相當分散，且貿易量也少，因此僅摘述「首要國際市場」與「具開發潛力的國際市場」的貿易狀況如下：

三、加拿大與首要國際市場之貿易狀況

（一）與首要國際市場之貿易狀況

加拿大將美國、日本、歐聯、中國／香港、墨西哥、巴西、南韓及台灣歸納在「首要國際市場」，並將新加坡、菲律賓及哥倫比亞三國列入「具開發潛力的國際市場」，而其餘的國家與地區的貿易則置於「其他市場」。加國出口農產品及其加工品至首要國際市場最多的是美國，在 2001 年時已達 165 億 9 千 1 百多萬加元，

次為日本，達 23 億 5 千 4 百多萬加元，再次是歐聯各國，亦達 13 億 4 千 8 百萬加元。出口至台灣的也有 1 億 3 千 8 百多萬加元，最低的巴西也有 5 千 5 百多萬加元（表 2）。出口至「首要國際市場」的總出口值在 2001 年時已達 227 億 8 千 5 百多萬加元，佔全世界總出口值之 83.5%。足見加國之農產品及其加工品之出口以首要國際市場為主。

表 2、加拿大農產品及農產加工品與首要國際市場之貿易狀況，2001-2002 年

	美國	日本	歐聯	墨西哥	中國	南韓	台灣	巴西	合計
出口總值 (百萬加元)									
2001	16,591	2,354	1,348	949	1,084	266	138	55	22,785
2002	17,447	2,355	1,177	768	458	244	178	59	22,686
出口地區 百分比 (%)									
2001	72.82	10.33	5.92	4.16	4.76	1.17	0.61	0.24	100.00
2002	76.91	10.88	5.18	3.38	2.02	1.08	0.78	0.26	100.00
進口總值 (百萬加元)									
2001	12,262	41	2,368	442	284	34	30	360	15,821
2002	13,169	48	2,519	510	318	38	35	438	17,075
進口地區 百分比 (%)									
2001	77.50	0.26	14.97	2.79	1.80	0.21	0.19	2.28	100.00
2002	77.12	0.28	14.75	2.99	1.86	0.22	0.20	2.57	100.00
貿易順 (逆)差									
2001	4,329	2,313	(1,020)	507	800	232	108	(305)	6,964
2002	4,278	2,307	(1,342)	258	140	206	143	(379)	5,611

資料來源：加拿大農業部，貿易服務司 2003，農產品及農產加工品貿易季刊各年期

在農產品進口方面，加拿大從首要國際市場進口的農產品及其加工品亦以美國

最多，在 2001 年時已達 122 億 6 千 2 百多萬加元，次為歐聯諸國達 23 億 6 千 8 百多萬加元，再次為墨西哥，4 億 4 千 2 百萬加元。日本雖是加國出口次多的地區，其自日本進口的農產品及其加工品則僅 4 千 1 百多萬加元。然自中國／香港進口的農產品及其加工品卻相當高，在 2001 年時佔首要國際市場之第五位僅次於巴西，進口值已達 2 億 8 千 4 百多萬加元。自國際市場開放後，加國的農產品貿易變化也相當可觀，因此到 2002 年時加國進口自各首要國際市場國或地區之農產品及其加工品皆增加許多，較顯著的是從歐聯諸國，由 2001 年之 23 億 6 千 8 百萬加元提高到 2002 年時已達 25 億 1 千 9 百萬加元，增加 6.4%。自台灣進口額之提高雖僅 5 百萬加元，其增加比率卻高達 16.6%。

加拿大與首要國際市場之貿易狀況若以市場佔有率區分時，美國市場最大，在 2000 年時，加國農產品及其加工品之出口值佔美國市場之市場佔有率達 20%，而預計到 2005 年時將達 22%（表 3）。其次是墨西哥，加國農產品及其加工品出口至墨西哥之出口值遠較日本、歐聯及中國低，其市場佔有率卻有 8%，並預計到 2005 年時將擴展到佔有率達 10%左右的程度。加國農產品及其加工品之出口至南韓、歐聯及台灣的出口量之市場佔有率皆低於 3%，但無論如何加國預估到 2005 年時皆將擴展其市場佔有率。由此可見，到目前為止，加國之農產品及其加工品之出口市場尚以其鄰近國之北美地區為主，而在遠距離之南韓及台灣的出口市場則尚在擴展的階段。

表 3、加拿大農產品及其加工品出口至首要國際市場之出口值佔該國市場佔有率

首要國際市場國／地區 國／年	市場佔有率(%)		
	1998	2000	2005*
美國	21.20	20.00	22.00
墨西哥	6.30	8.00	10.00
日本	5.40	6.00	8.00
巴西	2.40	5.00	5.80
中國／香港	8.60	4.50	4.80
南韓	1.90	3.00	3.50
歐洲	2.30	2.60	3.00
台灣	1.50	2.00	3.00

*2000 年預估值

資料來源：加拿大農業不貿易與評價處

（二）與北美市場之貿易狀況

出口至美國之農產品及其加工品以高價值之肉類、飲料類、培烤食品、新鮮蔬菜、即時食品及加工之蔬菜類食品為主。高價值之農產品及其加工品出口值佔一半以上之總出口值。美國市場對此類食品之需求量約有 30%來自加拿大，較具競爭力的國家則以墨西哥、法國、義大利、荷蘭、印尼、巴西、哥倫比亞、英國及澳洲等國。

出口至墨西哥的農產品及其加工品亦以高價值之產品居多，亦即半加工之農產品及供直接消費之農產品，包括加工製成可供食用之蔬菜、馬鈴薯、水果及蛋產品等。墨西哥對此類產品之需求從加國進口的量並不多，約僅佔其市場需求量之5%，但僅次於美國而較紐西蘭與智利高。加國未加工之農產品在傳統上出口至墨西哥居多，到1999年時，未加工的農產品出口至墨西哥的佔全球出口量之51%以上，其餘的則出口至中國、日本、南韓及台灣等地區。

(三)與歐聯市場之貿易狀況

加拿大將歐聯15個聯盟國：奧地利、比利時、丹麥、荷蘭、法國、德國、希臘、愛爾蘭、義大利、盧森堡、葡萄牙、西班牙、瑞典、及英國等15個國家的消費市場相當大，歐聯的人口總數已達3億7千6百萬，較美國的人口多出1億，且預期在未來的5-10年內人口將增加到5億5千萬。

歐聯可說是全球最大的進口農產品及其加工品的最大市場，但其出口這些商品卻佔全球第二大出口地區。加國出口農產品及其加工品至歐聯諸國的價值有逐漸減少的趨勢，自1995年之8億多萬加元降低到2001年時以降低到13億4千8百萬加元，且尚在繼續減少的現象，到年時僅11億7千7百萬加元。減少出口最多的農產品為菜籽油，但高價值之半加工農產品及供直接消費之加工品等產品之出口值卻增加許多，緩和了總出口值急速降低的情勢。加國之出口市場均集中在英國、德國及法國。加國農產品及其加工品出口至歐聯的價值雖有持續減少的趨勢，其出口量尚佔有約2%之市場佔有率，而預期在未來二、三年內將出口量提高至3%之市場佔有率。

相對的，加拿大從歐聯進口的農產品及其加工品卻有增加的趨勢。加拿大自歐聯進口的農產總值在2001年時約23億6千8百萬加元，佔從首要國際市場總進口值之14.97%，但加國自歐聯進口之農產品及其加工品到2002年時卻增加許多，由2001年之23億6千8百萬加元增加到2002年之25億1千9百萬加元，增加1億5千1百萬加元，增加約6.4%。因此，加國與歐聯間的農產貿易形成巨額逆差的現象，逆差已超過10億加元以上。

加國與歐聯之農產貿易產生巨額逆差的主要因素是由於加國受到：(1)歐聯對有些產品尚具有高額的關稅；(2)歐聯政府與消費者對食品安全的考量相當嚴格；及(3)歐聯各國間的消費市場廣大，且雜異。除非加國能有效的突破這些限制條件，加國與歐聯市場貿易形成巨額逆差的情勢不易改善。

(四)與東南亞市場之貿易狀況

加拿大將東南亞地區內之日本、中國／香港、南韓及台灣間之貿易列入「首要國際市場」貿易範圍。加國從東南亞地區進口農產品並不多，各地區均有不多的農產品及其加工品輸往加拿大。在東南亞各地區中，中國／香港是加拿大之最大進口供應國。加拿大從東南亞地區之中國／香港、日本、南韓及台灣四個國家地區進口之農產品總值在2001年時約3億8千9百萬加元，其中約2億8千4百萬加元(73%)係由中國／香港供應，由日本供應4千1百萬加元，而由台灣供應3千4百

萬加元。然由東南亞四國／地區輸往加拿大的價值皆有增加的趨勢，但加國出口至這些東南亞首要國際市場之國家的出口值增加的速度更快速。因此，加拿大除與中國／香港及南韓之農產貿易順差有減少的趨勢外，與台灣的貿易順差卻有提高的情形。

四、 加拿大與具開發潛力之國際市場的貿易現況、限制條件與 展擴策略

加拿大視新加坡、菲律賓及哥倫比亞地區具開發潛力，而積極推動各種擴展該地區市場的有效策略。加國認為這些地區具開發市場之潛力，但也認為有許多限制開發其市場的條件必須加以突破，始能有效的運用各種措施，開發該地區的貿易市場。茲將加國對各地區的看法、面臨擴展該地區的限制條件與擴展策略分述如下：

(一)新加坡地區

1. 具有開發新加坡貿易市場的理由

加拿大認為新加坡的貿易市場具有開發的價值。由於新加坡的面積不大又無自然資源，而人口卻有 4 百萬，絕大部份的需求食品由進口供應。在 1998 年時，進口之食品與飲料超過 6 億。新加坡人口雖僅 4 百萬，但其建設與治安條件卻吸引了許多觀光人潮，吸引了超過 6 百萬的觀光客。因此，星加坡須大量提高其食品進口量，始能因應需求的提高。

另一理由是新加坡的經濟成長相當快速，在 2000 年時，新加坡的國內生產毛額增加 9.5%，失業率降低到僅 2.5%。因此，加國認為新加坡的經濟具有平穩成長的條件，不必擔憂對食品進口需求量的不穩。

此外，新加坡已成為東南亞各國與印度之貿易轉運中心，加工製造後再轉售東南亞各國與印度，甚至有些已出口至北美地區。因此，新加坡對農產品及其加工品之進口需求也將受到此種特殊運銷結構的改變而增加。

2. 面臨擴展此一貿易市場的限制條件

綜觀所述，加國對擴展新加坡貿易市場的各项條件相當樂觀，但積極推動擴展此一市場的有效措施卻受到一些不易解決的限制條件。較明顯的限制條件在於：

- (1)消費者對一些食品僅持短暫消費的習慣，使一些產品之需求量急速的增加，形成供不應求的狀況，而過一段短暫的期間後，消費者之消費形態完全改變，而對這些消費品之需求急速的下降，導致供過於求許多的現象；
- (2)部份消費者固守成規，不受到經濟的成長而增加消費量；
- (3)對價格的變遷具有相當敏感的程度，價格提高時，消費量的減少相當多。因此，消費者視價格的提高視同生活成本的提高，限制市場的擴大相當嚴重，及
- (4)面臨不易突破國際貿易地位已佔有相當穩固的其他輸出國的貿易形態。

3. 擴展市場策略

由於限制條件不易克服，加國便採取一種可行的策略擴展新加坡市場。採取的策略集中在：

- (1) 直接利用新加坡為貿易轉軸，發展旅館與餐館為中心之消費市場；
- (2) 精選對出口業務具有高度推動力的人員擔任出口工作，推動高品質加工食品、海產品等市場之擴展。

(二) 菲律賓地區

1. 具有開發菲律賓貿易市場的理由

加國認為菲律賓的貿易市場具有高度擴大的先決條件如下各點：

- (1) 消費需求成長快速：菲律賓的人口約 7 千 8 百萬，且尚以每年約 2% 之增加率增加。人口增加的速度以中等收入及高收入戶的人口增加率較高，無形的擴大消費市場；
- (2) 菲律賓的政治趨於穩定的地步，幣值也已穩定：加國預期菲律賓的經濟在未來幾年內將趨向於利息的降低、匯率趨於平穩以及適度的經濟成長，因此對擴展貿易市場有利；
- (3) 近年來的努力已顯示出菲律賓的消費者已對加國之特別農產品或其加工品有需求，顯示已具有擴展菲律賓貿易市場的基礎。具統計，在 2000 年時出口至菲律賓的農產品增加 20%，出口產品高速提高的以菜籽油、小麥、大豆、燕麥及混合麵粉為主，次為加拿大肉豬、肉雞、馬鈴薯加工品、新鮮蘋果及調味料。此種貿易現象顯示，加國能在菲律賓設置各種加拿大連鎖店的潛在力；
- (4) 另一理由是除政治的安定程度尚不如新加坡外，消費形態的變遷卻較新加坡具有擴展市場的潛力。同時受到其他各國強力競爭的程度也較低。

2. 面臨擴展此一市場的限制條件

限制條件並不多，較大的限制條件可說在不易突破被美國、歐洲及其他持有穩固基礎的商品市場方面，特別是這些國家已佔有的旅館與餐館市場及加工業方面。

3. 擴展市場策略

加國考量到不易突破已被其他輸出國持有穩固基礎的商品市場，乃採取另一角度的擴展策略，避免直接與已佔有菲律賓市場之出口商競爭，鼓勵貿易廠商積極進行研發適應菲國消費市場之新產品，特別適合旅遊與旅店業需求之新產品。

(三) 哥倫比亞地區

1. 具有開發潛力的理由

哥倫比亞的貿易市場具開發價值的理由可從下列各點窺出：

- (1) 消費市場不小，哥倫比亞的人口已達 4 千萬，是南美各國中第三多人口的國

家；

- (2) 加國近期的努力已顯示出，哥倫比亞的消費者已對加國之農產品及其加工品有需求。因此，到 1999 年時加國出口至哥倫比亞的農產品及其加工品已達 1 億 2 千 5 百萬加元，且每年均在增加的趨勢。

2. 面臨擴展此一市場的限制條件

限制加國農產品及其加工品貿易條件最明顯的是：

- (1) 哥倫比亞與拉丁美洲其他各國訂有「優惠關稅稅率」合約，以及這些鄰國具有運輸成本低的優勢，加國不易突破此種限制條件；及
- (2) 許多加國生產之農產品及其加工品在哥倫比亞本國亦生產，具有當地產品適合當地消費者的特殊消費習慣。

3. 擴展市場策略

為突破上述之限制擴展哥倫比亞貿易市場之條件，加國採取的策略尚稱符合與哥國之貿易環境，亦即推動研發高附加值又能與哥國當地產品競爭的各項加工品，擴大哥國消費市場之佔有率。

五、結語

綜觀所述，加國之農產貿易雖已擴展到全球各地均有的地步，仍以北美鄰近諸國為主。然對東南亞地區之貿易卻已發展到具有相當程度的基礎，特別是對具有廣大消費市場之日本、中國、南韓與台灣。同時加國也發現，在亞洲的新加坡及菲律賓也具開發潛力深厚的地區，值得特別加以推動各種擴展該地區市場的有效策略，足見加拿大相當重視東南亞市場，因其深信東南亞市場是亞洲市場的最大據點，而其北美市場可說已進入飽和的地步。

資料來源：

1. Agriculture and Agri-Food Canada, August 1, 2001, Canada' s International Business Strategy, Agri-Food Trade Service, Ottawa, Ontario.
2. Agriculture and Agri-Food Canada, April 4, 2003, Opening Doors to the World, Canada' s International Market Access Priorities-2003, Agri-Food Trade Service, Ottawa, Ontario.