



行銷優質農產，創造出口商機

| 文 編輯部 |

108 年臺灣農產品出口值達 55.8 億美元，為歷年次高，109 年欲乘勝追擊之際，全球遭遇新冠肺炎疫情衝擊，導致運輸受阻和消費習慣改變，大大影響我國農產品出口。為降低疫情對產業的影響，保持貿易出口活力，行政院農業委員會藉由把香蕉拓銷至日本，讓日本學童認識並認同優質臺蕉，為臺蕉打下長線銷售基礎；提供水產品海外行銷獎勵，規劃改變外銷市場組成，降低過度依賴單一市場的

風險；在重回口蹄疫非疫區與成功防堵非洲豬瘟激勵下，順勢推動豬肉產品輸銷國外，並建構臺灣豬出口國家隊，提升臺灣豬的國際知名度；積極發展冷鏈技術，有效穩定外銷品質。

農政單位持續開發國際間多元市場通路，推廣臺灣農產優良口碑，以取得後疫情時代的貿易出口先機，期待在疫情消解後持續推升出口能量，再度締造外銷佳績。