

臺灣農產品外銷 平臺與勵進作為

報告人：行政院農業委員會
國際處洪處長忠修
108.2.21

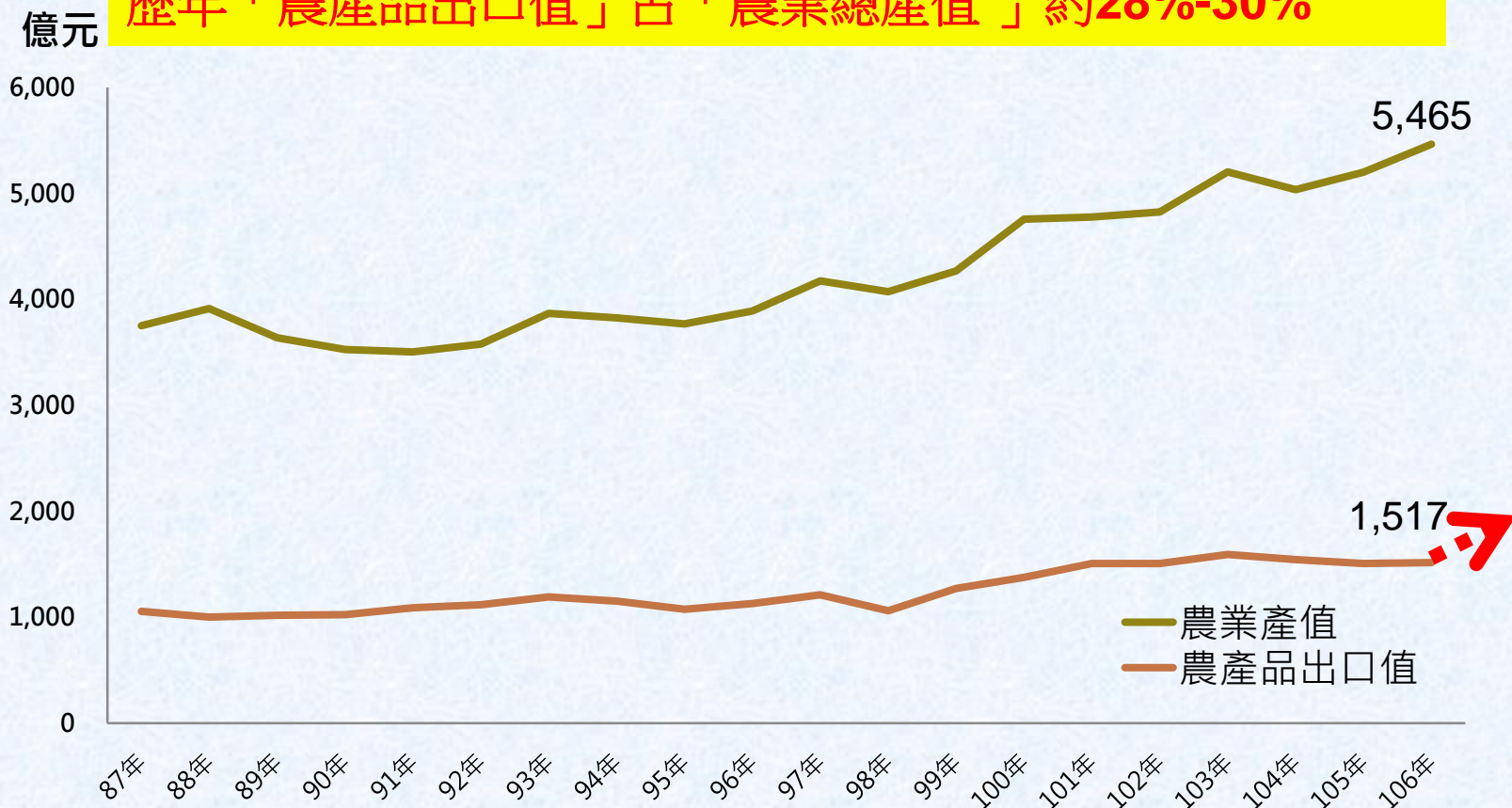


大綱

- 一. 農產品外銷現況
- 二. 農委會外銷輔導措施
- 三. 農產品外銷進擊策略-成立農產品
外銷平臺
- 四. 結語

臺灣農業總產值及農產品外銷情形

歷年「農產品出口值」占「農業總產值」約28%-30%

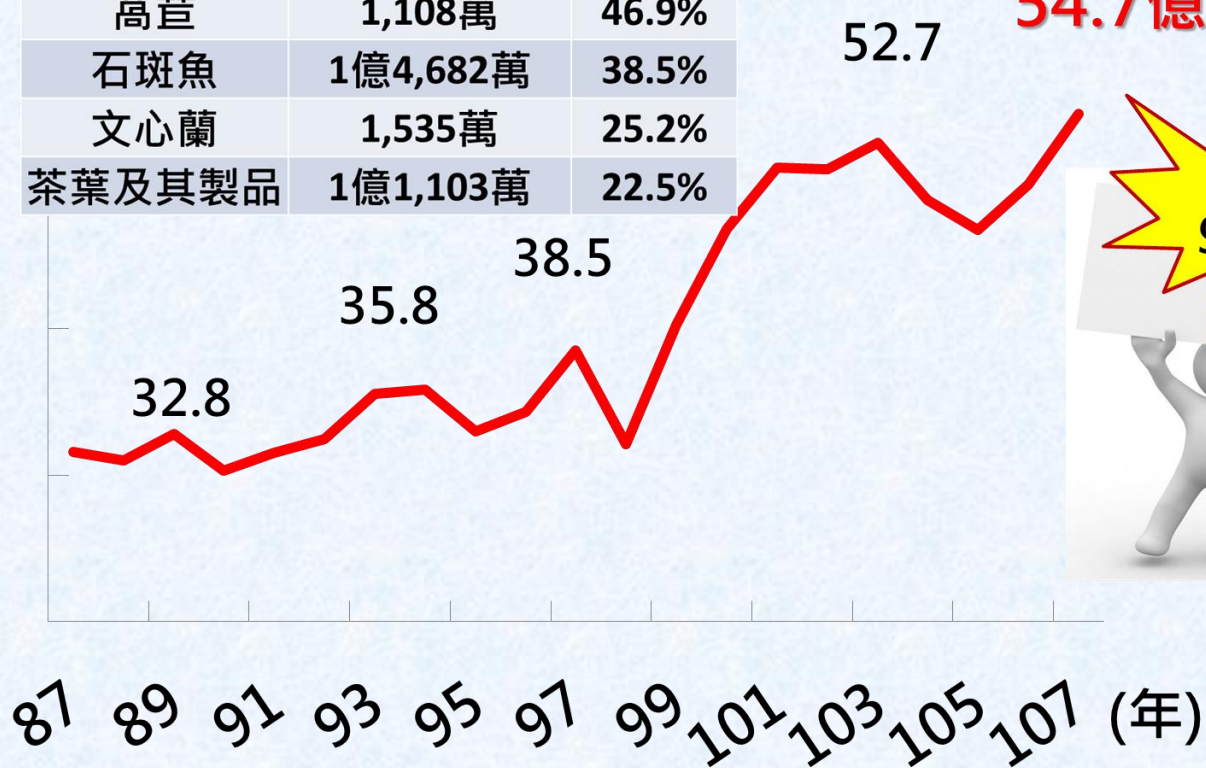


1. 臺灣農產品外銷現況

臺灣農產品出口創近20年新高

外銷品項	出口值(美元)	成長率
釋迦	3,241萬	86.9%
鰻魚	8,996萬	84.6%
稻米	6,385萬	63.7 %
萵苣	1,108萬	46.9%
石斑魚	1億4,682萬	38.5%
文心蘭	1,535萬	25.2%
茶葉及其製品	1億1,103萬	22.5%

出口值
(億美元)



54.7億美元

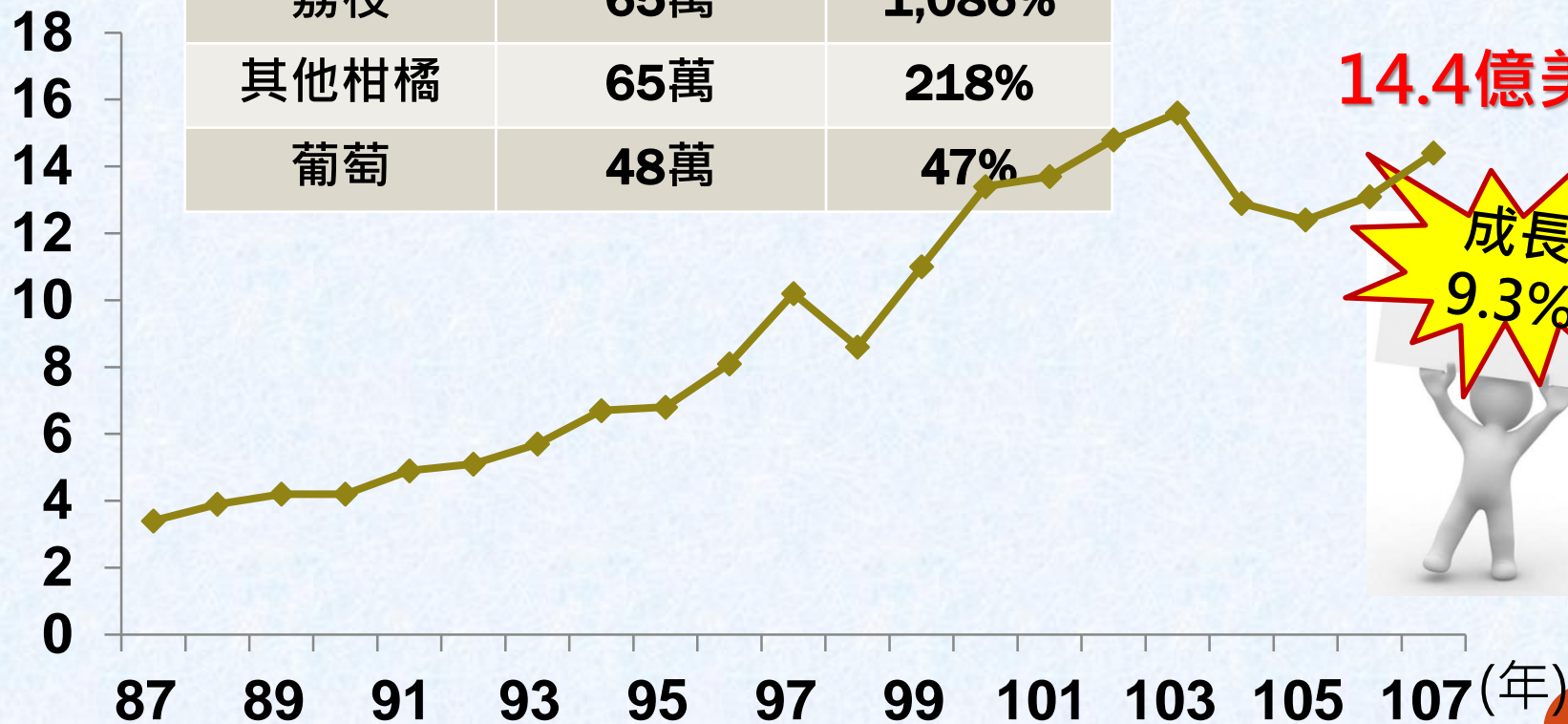


成長
9.8%

農產品出口新南向市場持續成長

外銷品項	出口值(美元)	成長率
肥料、農機	1.8億	15%
椪柑	197萬	138%
荔枝	65萬	1,086%
其他柑橘	65萬	218%
葡萄	48萬	47%

出口值(億美元)



2.農委會外銷輔導措施

建立外銷蔬果穩定供應鏈

協助產銷設備

7家大型蔬果理集貨場
加強冷鏈管理

教育講習

指導農民栽培管理技術
及安全用藥
計100場次以上

供果園及集團
產區

計14,642公頃
媒合外銷業者與農民
契作契銷及登錄

溯源管理

輔導外銷果品包材
溯源條碼全程品管

檢疫處理
輸出檢疫

供果園、外銷集貨場、
邊境抽檢農藥殘留
計3,488件

三級品管

海外市場國際行銷措施

深化參展後行銷推動，深耕市場
新興市場開拓，提升外銷總值

國際食品展及
專業展31場

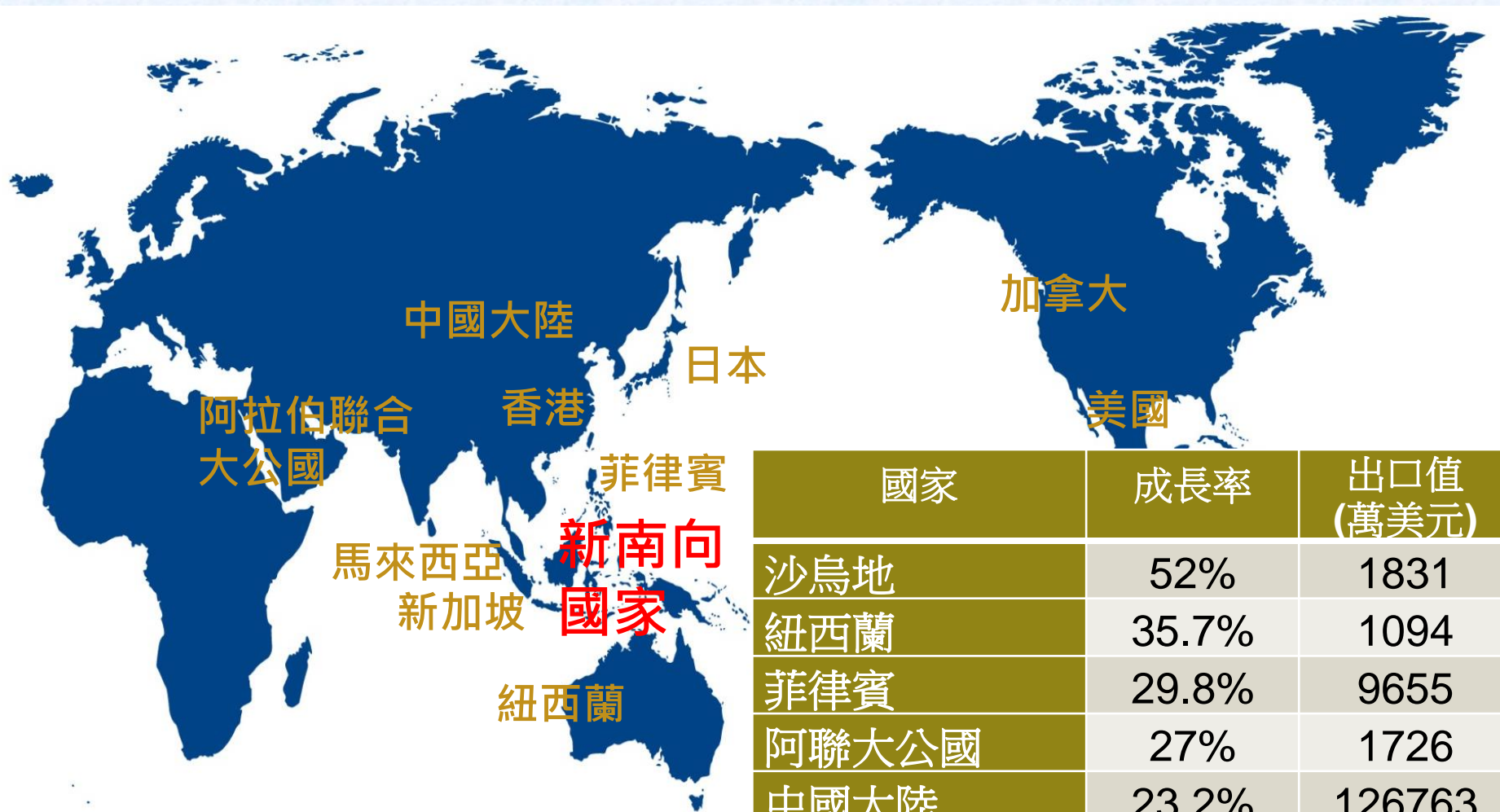
海外媒體宣傳
6場次
台灣蔬果節8個國家

全球外銷值54.7億美元，
年成長9.8%，創20年新高

海外通路行銷活動
21場次
國外買主洽邀
8場次

外銷品牌輔導10案
跨境電商4國6地區

擴展新興市場-分散風險



國家	成長率	出口值 (萬美元)
沙烏地	52%	1831
紐西蘭	35.7%	1094
菲律賓	29.8%	9655
阿聯大公國	27%	1726
中國大陸	23.2%	126763
馬來西亞	17.9%	11170
新加坡	17.4%	9318

3.農產品外銷進擊策略-

成立農產品外銷平臺

為何需要成立農產品外銷平臺?

宗旨

- 增加外銷10%，提高農民收益。

目的

- 透過國家力量解決外銷供應鏈（生產、分級、包裝、運輸、報關、檢疫、檢驗）各環節問題，並協助小農媒合外銷通路。
- 促進產業升級，提高農產品國際競爭力。

組成

- 對內：行政部門整合（農委會 + 縣市政府 + 農業團體 + 產業團體 + 農民 + 集貨包裝廠 + 貿易業者）
- 對外：本會 + 外貿協會 + 台商網絡

運作

- 成立「外銷平台專案小組」專責推動辦理。
- 訂定外銷目標、目標市場、推動方案、解決外銷供應鏈各環節問題。
- 以策略聯盟方式，各別外銷品項由專人負責督導並定期開會滾動檢討。

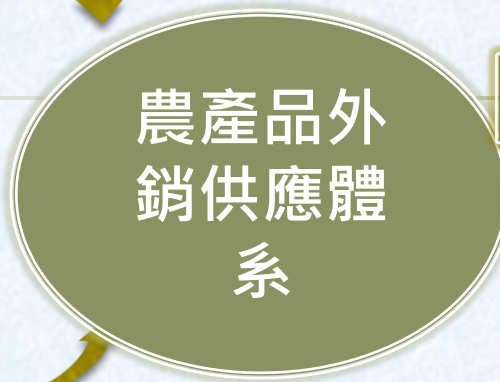
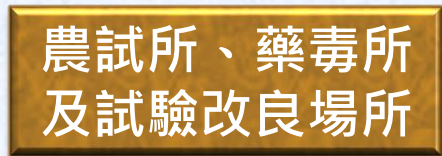
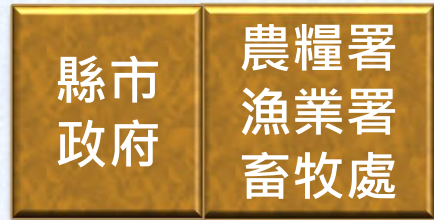
農產品外銷供應體系

海外市場

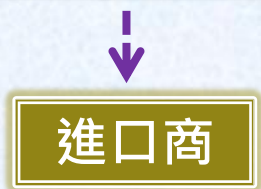
外銷農產品品質控管

(外銷供果園、養殖場、HACCP)

外銷貿易障礙排除



多元通路、新興市場
開拓



田間栽培技術、用藥輔導
及採後處理技術

海外參展行銷輔導措施

外銷平台運作機制

- 建立國家團隊(Team Taiwan)
- 國內價格支撐，保障農民收益

國內整合：農委會產業單位、縣市政府、農民、農民團體

誘因

- 新興市場加碼補助
- 輔導媒合

產業登記
策略聯盟

海外市場
深耕擴展

增加出口實績

輔導媒合

台農發、臺
農投及貿易
商整合

國外整合：農委會、貿協、台商網絡

- 國外參展
- 品牌輔導及海外拓展
- 舉辦貿易洽談會
- 臺灣蔬果節
- 國外買主邀訪

農委會成立「外銷平台專案小組」

結語

- 以國家團隊(Team Taiwan)概念，整合相關單位資源，成立農產品外銷平臺，提供完整農產品產銷資訊、拓展海外市場。
- 108年達成農產品出口60億美元目標。