

105 年度國際經貿政策研究中心計畫
(WTO 暨 RTA 中心計畫)
子計畫一：專題研究 (3)

研析具出口至 TPP/RCEP 成員國農產品
競爭力品項及重要品項價值鏈市場分析

執行成果報告書

委託單位：經濟部國際貿易局／外交部

研究單位：中華經濟研究院 (WTO 及 RTA 中心)

中華民國 105 年 12 月

105 年度國際經貿政策研究中心計畫
(WTO 暨 RTA 中心計畫)
子計畫一：專題研究 (3)

研析具出口至 TPP/RCEP 成員國農產品
競爭力品項及重要品項價值鏈市場分析

計畫主持人：杜巧霞

研究顧問：吳佳勳

研究人員：杜巧霞、江文基
李宜靜

委託單位：經濟部國際貿易局／外交部

研究單位：中華經濟研究院 (WTO 及 RTA 中心)

中華民國 105 年 12 月

目次

目次	i
表次	iv
圖次	vii
第一章 緒論	1
第一節 計畫緣起與目的	1
第二節 研究內容與方法	3
第二章 我國農糧產品與 TPP/RCEP 國家貿易情勢	9
第一節 我國農產品對 TPP/RCEP 國家之出口	9
第二節 我國農糧產品在 TPP/RCEP 國家進口市場	15
第三章 我國農糧產品對 TPP/RCEP 國家出口潛力分析	21
第一節 經濟分析工具－貿易指標之建立	21
第二節 利用貿易指標解析我國農糧產品貿易特性	27
第三節 本章小結	87
第四章 重要品項價值鏈市場分析	89
第一節 蘭花產業價值鏈與出口市場	91
第二節 芒果產業價值鏈與出口市場	106
第三節 我國茶葉產業價值鏈市場分析	125
第四節 我國重要品項在 TPP/RCEP 價值鏈中之分工合作－兼本章	

小節	149
第五章 綜合結論與建議	157
第一節 綜合結論	158
第二節 政策建議	162
參考文獻	167
附錄一 廠商訪談紀錄	171
廠商訪談紀錄－蘭花業者（1）	171
廠商訪談紀錄－蘭花業者（2）	173
廠商訪談紀錄－蘭花業者（3）	176
廠商訪談紀錄－蘭花業者（4）	179
廠商訪談紀錄－芒果業者（1）	185
廠商訪談紀錄－芒果業者（2）	188
廠商訪談紀錄－芒果業者（3）	191
廠商訪談紀錄－芒果業者（4）	193
廠商訪談紀錄－芒果業者（5）	196
廠商訪談紀錄－芒果業者（6）	199
廠商訪談紀錄－芒果業者（7）	201
廠商訪談紀錄－芒果業者（8）	203
廠商訪談紀錄－茶葉業者（1）	206
廠商訪談紀錄－茶葉業者（2）	210

廠商訪談紀錄－茶葉業者（3）	215
廠商訪談紀錄－茶葉業者（4）	217
附錄二 專家座談會書面意見	219
專家書面意見（1）	219
專家書面意見（2）	220
專家書面意見（3）	222
附錄三 期初會議審查意見與回覆	223
附錄四 期中會議審查意見與回覆	227
附錄五 期末會議審查意見與回覆	235

表次

表 2-1	我國對 TPP 及 RCEP 國家農糧產品之出口，2014	13
表 2-2	TPP 及 RCEP 自我國進口農糧產品，2014 年	16
表 3-1	我國農糧產品在國際市場具優勢之項目	29
表 3-2	臺灣與 TPP/RCEP 國家貿易互補度高之農糧產品及相關指標	33
表 3-3	台灣與 TPP/RCEP 國家互補度高之農糧加工品	37
表 3-4	我國其他種植用種子項目下，細項產品出口市場	55
表 3-5	具有出口潛力之項目與目標市場	58
表 3-6	我國農糧產品在有潛力出口市場之競爭對手	66
表 3-7	我國農糧加工品在有潛力出口市場之競爭對手	74
表 3-8	農糧署已選定具外銷潛力品項之貿易相關指標，2014 年	81
表 4-1-1	蘭花與文心蘭生產量	92
表 4-1-2	蘭花與文心蘭生產值與成長率	93
表 4-1-3	我國活蘭株出口	94
表 4-1-4	蘭花、鮮切花出口	94
表 4-1-5	美國蘭花（鮮切花）進口(HS 060313)	98
表 4-1-6	美國蘭科植物進口（HS 0602902000）	99
表 4-1-7	我國蝴蝶蘭瓶苗出口主要市場（06029091307）	100
表 4-1-8	我國蝴蝶蘭小苗主要出口市場（06029091）	100
表 4-1-9	我國蝴蝶蘭成株出口主要市場	101

表 4-1-10	我國蝴蝶蘭（鮮切花）出口主要市場.....	101
表 4-2-1	芒果產量及價格	107
表 4-2-2	我國芒果及其製品出口市場—依出口重量前 11 大排序， 2015 年	111
表 4-2-3	我國生鮮冷藏芒果出口市場	112
表 4-2-4	我國脫水或乾製芒果出口市場.....	112
表 4-2-5	我國冷凍芒果出口市場.....	113
表 4-2-6	我國調製芒果出口市場.....	114
表 4-2-7	我國芒果罐頭出口市場.....	115
表 4-2-8	我國芒果及其製品進口來源，2015 年	115
表 4-2-9	中國大陸芒果（HS 08045020）進口來源，2013-2015.....	116
表 4-2-10	香港芒果（HS 08045020）進口來源，2013-2015	117
表 4-2-11	韓國芒果（HS0804502000）進口來源，2013-2015.....	118
表 4-2-12	日本芒果（HS080450011）進口來源，2013-2015	119
表 4-2-13	新加坡芒果（HS 08045020）進口來源，2013-2015.....	120
表 4-3-1	我國歷年茶葉生產概況.....	126
表 4-3-2	我國歷年茶葉進出口貿易概況.....	128
表 4-3-3	我國不同茶葉品項出口單價歷年變化	131
表 4-3-4	我國不同茶葉品項進口單價歷年變化	131
表 4-3-5	歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序： 綠茶 （未發酵）（每包不超過 3 公斤）	133

表 4-3-6	歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序： 綠茶 (未發酵)(每包超過 3 公斤)	134
表 4-3-7	歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序： 部分發酵茶 (每包不超過 3 公斤)	135
表 4-3-8	歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序： 部分發酵茶 (每包超過 3 公斤)	136
表 4-3-9	歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序： 其他紅茶 (發酵)(每包不超過 3 公斤)	137
表 4-3-10	歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序： 其他紅茶 (發酵)(每包超過 3 公斤)	138
表 4-3-11	2015 年 TPP/RCEP 會員國不同茶葉品項進口需求之排序 (HS 六位碼)	141
表 4-3-12	臺灣與 TPP/RCEP 會員國茶葉及其製品關稅結構(HS 六位碼)	143
表 4-4-1	TPP 及 RCEP 2 項 HS 6 位碼蘭花產品之關稅	150
表 4-4-2	TPP 及 RCEP 4 項 HS 6 位碼產品之關稅概況	153

圖次

圖 1-1	研究架構圖	7
圖 2-1	2012-2014 年臺灣對 TPP 成員國 HS 01-24 章農產品之出口情形 ..	10
圖 2-2	2012-2014 臺灣對 RCEP 成員國 HS 01-24 章農產品之出口情形 ...	12
圖 2-3	臺灣出口農糧產品至 TPP 及 RCEP 各國金額	14
圖 2-4	臺灣出口初級農糧產品至 TPP 及 RCEP 各國金額	14
圖 2-5	我國農糧產品在 TPP 及 RCEP 市占率表現	19
圖 4-1	農業價值鏈微笑曲線	91
圖 4-2	蝴蝶蘭產業之微笑曲線圖	96
圖 4-3	2015 年臺灣蝴蝶蘭出口結構	97
圖 4-4	水果產業供應鏈	108
圖 4-5	我國芒果進出口貿易狀況	110
圖 4-3-1	臺灣茶葉產業鏈	127
圖 4-3-2	臺灣茶葉出口品項之結構變化	129
圖 4-3-3	臺灣茶葉進口品項之結構變化	130

第一章 緒論

第一節 計畫緣起與目的

一、計畫緣起

跨太平洋夥伴協定（Trans-Pacific Partnership Agreement, TPP）自 2010 年展開談判，歷經 5 年多，於 2015 年 10 月 5 日上午宣布達成協議，完成高標準、具企圖心、全面且先進的區域自由貿易協定（Regional Trade Agreement, RTA）。TPP 共有 12 個成員國，達成的協定已於 2016 年 2 月正式簽署，未來則待各國完成內部的批准程序即可生效。TPP 12 國國內生產毛額（Gross Domestic Product, GDP）總計達 28.05 兆美元，占全球 36.3%，而且未來可能擴大至 APEC 所有成員。另一個同樣在加強 APEC 成員整合的是區域全面經濟夥伴協定（Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement, RCEP），目前是以東協為核心，已有 16 國參與談判，涵蓋人口超過 30 億，GDP 總計達 21.3 兆美元，占全球 27.6%，原先預計在 2015 年底完成談判，但因市場開放程度等主要談判議題仍尚未完成，已延後至 2016 年中以後完成。

TPP 達成的協議同時涵蓋市場進入、非關稅貿易障礙以及法規制度之調和，在當前多邊貿易談判於短期內難有進展之下，TPP 勢將成為規範亞太地區國際貿易秩序的重要協定。我國為高度向外導向的經濟體，為了避免因為未能加強與亞太國家之經貿整合而被邊緣化，加入 TPP 與 RCEP 已是我國重要的對外經貿政策。然而，我國農業部門在自然資源有限、土地與勞動等生產成本偏高的情況下，處於國際競爭弱勢，加入 TPP/RCEP 等區域自由貿易協定，在市場開放承諾下必然會對我國農業有所影響，因此政策主管單位必須更積極面對此種情勢。惟考量加入區域經濟整合的各方必須對等的相互開

放市場，我國若加入 TPP/RCEP，亦可藉由 TPP/RCEP 成員亦將我對我國調降關稅、降低非關稅障礙，及擴大互惠便捷的經貿管道，而使我國有擴大出口市場以及開發新市場之商機，惟重點在如何找到我國具有競爭優勢的項目與市場。由於資源是有限的，如果我國能及早確定具有優勢的項目，同時在政策上積極規劃提升我方產業競爭力的措施、加強管理與擴大行銷通路，則在未來加入 RTA 的過程中，一方面我國雖然必須加速開放市場，但同時亦可結合我方既有的生產優勢及比較利益，加強開拓 TPP/RCEP 國家之廣大市場。若此不但符合我國經貿利益，亦可協助國內農業生產結構加速調整，以致提高農民所得。因此究竟哪些是值得我國進一步強化出口並開拓商機的項目，是值得吾人重視的課題。

二、計畫目的

TPP 及 RCEP 的積極發展是基於全球化與區域化在過去二、三十年已蔚然成風，亞太地區國家為了因應此一趨勢，自本世紀初起已積極展開雙邊的經濟整合，在整合氛圍愈來愈盛之下，如今擴大為同時涵蓋十幾國的巨型整合體。由於整合規模愈來愈大，我國所面臨的威脅也愈來愈明顯，以致主政單位在政策上必須有所因應。為此農業主管單位近年來已更重視農業價值鏈的發展策略，期能透過創新與跨域合作擴大農業加值空間，同時提升產業與人、地、水資源之效率，以優化產業結構，提升出口價值，化危機為轉機，最明顯的例子是蘭花產業。蘭花是我國重要的農產品出口項目，我國蘭花在育種、栽培、生產、加工、運銷技術上，向來具有國際知名度與優勢，近年來在取得出口市場檢疫認證之後，出口績效更是加速成長，已成為我國最重要的花卉出口項目。此種涵蓋上游育種、中游選苗、催花，以及下游運輸、銷售等完整供應鏈的產銷與研發模式，所創造的價值明顯高於一般農產品，未來我國是否還有其他產品可發展成附加價值較高的供應鏈農業？如果能深入分析我國與各國進出口的相互優劣情勢，同時再彙集實務面的專家意見，或許可以發掘對我國出口有利的新商機，以做為我國農業調整與發展方向的

參考。

本研究主要將利用實際的貿易統計，了解 TPP 及 RCEP 國家的農產品相互貿易情勢，其與我國雙邊貿易之關係，探討雙方在生產供應與需求方面呈現的互補樣態，然後利用亞太地區經濟整合自由化趨勢，分析值得我國進一步開發之商機，最後再以儘量提升價值鏈之方式，推薦我國可進一步強化發展的價值鏈體系。

第二節 研究內容與方法

一、研究內容

農業為一國經濟發展的基礎，隨著經濟成長，由於工業部門技術成長的空間更大，投資報酬率高，所得與薪資成長的速度快，農業部門占有的比重已相對降低，農民所得因而相對偏低。為了盡量維持農業的基本能量，各國對農業多有保護措施。然而由於國際貿易與分工對加速經濟成長與提升所得有利，相互的開放市場在過去幾十年一直是各國促進經濟成長的重要手段之一，尤其自上世紀末、新興市場國家興起後，已開發國家為獲得市場，首先展開與週邊國家的經濟整合，隨後重視經貿發展的東亞國家，在唯恐落後將遭受負面影響之下，也積極展開東亞地區的經濟整合，於是亞太地區在過去 15 年間成為全球經濟整合最熱絡的地區之一，整合的規模與領域乃不斷地擴大且深化。

農產品由於既有的保護較高及調整能力較弱，在整合的初期，開放的速度較慢，或對敏感項目仍有保留。然而對於以農產品出口為主的國家言，此種不對稱的開放無法符合公允的原則，因此當區域經濟整合的程度愈來愈高之後，同樣也要求農產品市場必須開放。TPP 為美國所主導之高度自由化的 RTA，農產品貿易必須同樣開放；其次正在發展、很可能於 2016 年底前完成的區域全面經濟夥伴協定（RCEP），雖然所涵蓋的議題明顯有限，自由化

的程度較低，但卻涵蓋了我國最重要的出口市場。兩者若整合完成，對我國應有重要影響，我國必須積極面對。即在區域經濟整合自由化已經盛行之下，我國必須思考如何進一步擴大我國具有競爭優勢的農產品之出口，以及更加提升我國農產品競爭力，以積極因應自由化的潮流趨勢。

從當前的國際貿易型態與分工來看，跨國企業的投資與全球價值鏈的分工合作關係為影響一國經濟發展與成長的重要因素，若能加入巨型的 RTA，對個別國家的發展與成長無疑的將取得有利的條件，因此如何互惠的開放市場，以擴大商機、促進成長亦成為各國決策者思考的重點。我國為高度向外導向的經濟體，若以附加價值貿易計算，我國在全球價值鏈（GVC）中的參與度，更高居亞太之冠，加入區域經濟整合與擴大對外貿易因而對我國有不宜忽視的重要性。然加入區域經濟整合，事實上是所有成員彼此互惠的開放市場，如果我國能充分利用我方的優勢且了解區域內成員的需求，則加入區域經濟整合不但可為我國開發出口商機，在出口得以擴大之下，我國有競爭力的農產品亦得以擴大生產，因此可以改善我國農產品生產結構，同時有利於農民所得之提升，以致對整體農業發展不失為有利契機。惟欲擴大臺灣農產品之出口，還必須重視提升臺灣農產品之競爭力與附加價值，以致提升農業價值鏈與企業化經營將是重要方向。故本研究一方面將針對 TPP 及 RCEP 國家發掘我國可能存在的商機,另一方面也將針對特定項目探討如何提升我國農產品出口的價值鏈體系。

為了發掘我國對 TPP/RCEP 國家具有出口潛力的品項，必須檢視我國與 TPP 及 RCEP 所有國家在農糧產品上的競合關係。由於 TPP 及 RCEP 國家多達 21 國，而且農產品項目極為龐雜，欲針對個別產品、個別對象國進行彼此產品競爭力差異之分析，勢必需要相當規模的人力、財力與時間來進行。惟進出口貿易是基於一國在國際間，在考量了國內外的生產與需求之後，於外部顯示出來彼此供需的關係。從一國的整體貿易與夥伴國間的進出口項目、進出口能量、進出口結構等進行具有經濟意義之分析，或許可以從大量資料中，篩選出雙方在互惠開放市場後，具有更多商機的項目。為此，本研究首

先將分析我國農產品出口至 TPP 及 RCEP 國家的整體結構及趨勢；其次分析 TPP 及 RCEP 國家的進口及我國在其進口市場的份額；第三分析我國與 TPP 及 RCEP 國家農產品在國際市場的顯示性比較利益及雙邊貿易，探討雙方貿易的特性是否具有互補性；最後再以未來彼此均將進一步自由化之下，推論我方可能具有進一步開發潛力的項目與市場。

具體而言，所謂具有潛在的商機，可以從我國出口的農產品是否具有競爭力與出口潛力來看，為了避免因為利用當前的貿易資料而無法看到因為貿易障礙而限縮的出口，以致忽略了開放市場後可能存在的商機，在進行比較優劣勢分析時，將以各國對全球貿易呈現的比較利益為基礎，然後再做雙方貿易優劣勢之比對與貿易親疏程度分析，以化繁為簡，同時又得以掌握重點與潛在商機。

在具有出口潛力的項目與市場經由貿易資料篩選出來後，本研究將進一步從實務面探討未來擴大出口價值與出口實績的可行性。由於個別農糧產品在出口方面所面對的問題可能各不相同，因此本研究以具出口潛力與代表性的蘭花、芒果、茶葉為例，從價值鏈的角度研析擴大出口價值的可能途徑。由於如何擴大出口市場，涉及廠商在實務面所面對的問題，本研究首先利用貿易統計確認我國具出口潛力的市場，然後再從業者及出口商的角度了解其在實務面可能面對的障礙或限制，以利主管單位未來擬定政策之參考。

二、研究方法

本研究主要藉由經濟理論、參考國際經驗與文獻，建立我國具出口競爭力農產品之評估方法與篩選機制，找出我國具出口潛力及具有提升出口附加價值的品項，並透過與業者、專家訪談或召開座談會方式，綜合從貿易統計層面之發現，輔以實務面業者面對之情勢，找出擴大我國農糧產品對 TPP/RCEP 國家出口之可能做法，最後提出建議。

在研究方法方面，將以經貿資料的量化分析、對象國之進口需求、雙邊

貿易情勢以及與專家業者訪談為主，主要工作項目與步驟如下：

（一）經貿資料之數理與產業特性分析

首先以 TPP/RCEP 21 國整體為目標，分析 TPP 及 RCEP 國家農產品貿易主要情勢，從中找出我國農糧產品出口的主要市場；其次分析 TPP 及 RCEP 國家的進口及我國農糧產品在其進口市場之表現，由於我國出口的農糧產品項目極多，為了盡量深入主管單位關心的重點項目，分析的產品將由全面農產品貿易開始，然後再特別針對農糧產品分析；第三再利用顯示性比較優勢、貿易互補度、貿易密集度等量化分析，找出我國具有進一步擴大市占率或值得加強開發潛在商機之重要項目；亦即透過這些貿易指標可以將我國重要農糧產品在世界市場，尤其是在 TPP/RCEP 市場表現突出及具有潛力的項目篩選出來，不具有潛力的項目則可忽略（包括多數農糧初級品、加工農糧產品及所有調製品）以凸顯值得我國重點開拓的項目。最後再藉由重點項目分析蘭花、芒果、茶葉產業之供應鏈及市場價值鏈之分配模式，來探討值得我國進一步強化的農糧產品價值鏈之推動策略。其中貿易資料主要來自 WTO 與聯合國共同成立的國際貿易中心(International Trade Centre, ITC)「Trade map」資料庫，進口關稅主要來自 WTO 的資料整合庫(Integrated Data Base, IDB) 及 Market access map。

（二）業者專家訪談及座談

在經由對外貿易相對表現與特性分析之後，再從實務面了解未來我國欲擴大出口時，宜進一步改善的問題，此部分主要經由與各產業專家進行訪談並召開座談會來了解。由於我國蘭花、芒果與茶業出口在實務面所呈現的態勢互不相同，本研究首先分析三項產業之生產結構、發展趨勢與特性，以明瞭該等農糧產品價值鏈之主要結構、未來欲進一步發展時必須強化的領域，以利我進一步提升其產值、強化出口；其次與主要業者及出口商進行實務面之訪談，以了解業者在擴大出口、開拓新市場時所面對與必須克服的限制，

從而研判未來我國應予加強改善的配套措施。就中長期而言，更可作為強化我國農業價值鏈發展策略之參考。

三、研究架構

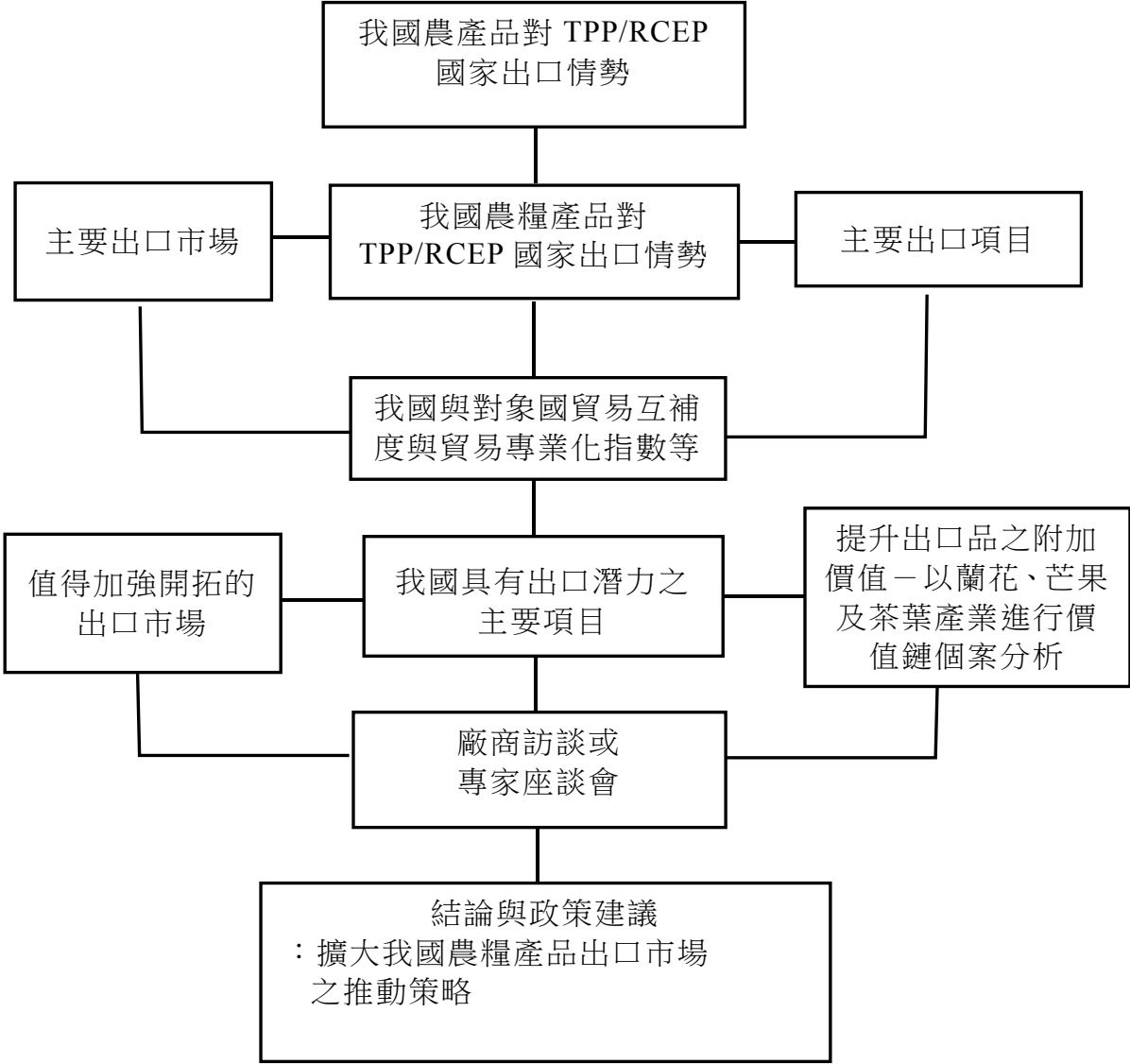


圖 1-1 研究架構圖

四、預期效益

在加入區域經濟整合之前提下，我國與對象國必須互惠的開放市場，本研究利用各國既有的貿易資訊與相對比較優劣勢，發掘彼此經貿的互補性，同時再考量當前我國與各國雙邊貿易的親疏程度，推論哪些是我國具有潛力與值得進一步加強拓銷的項目，因此不但有利我國爭取出口利益、協助我國農業生產結構加速調整，在了解各國進出口優劣勢之下，亦有利於主管單位對其加入 RTA 所規劃之談判策略。在針對蘭花、芒果與茶葉進行價值鏈與進一步擴大出口所面臨之實務面分析方面，則可作為我國強化農糧產品發展策略與農業結構調整策略之參考，以擴大我國農業產值，增進農民所得。

第二章 我國農糧產品與 TPP/RCEP 國家貿易情勢

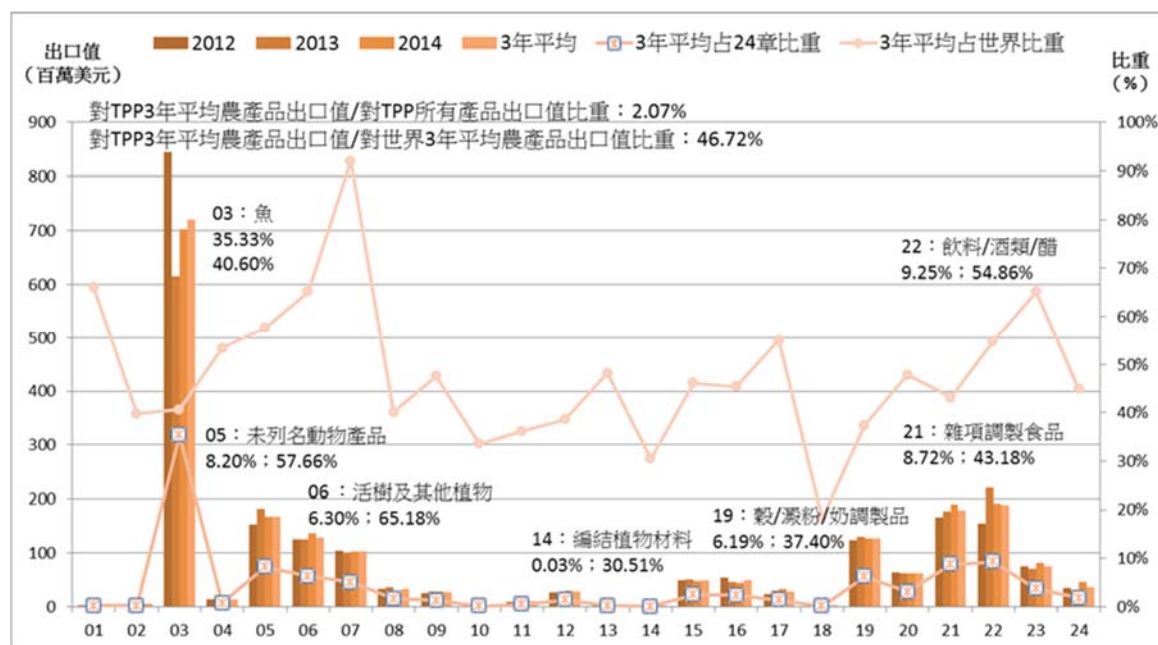
第一節 我國農產品對TPP/RCEP國家之出口

一、我國農產品對 TPP 國家之出口

依據國際貿易中心（International Trade Centre, ITC）統計，我國出口至 TPP 的農產品（HS 01~24 章）金額，由 2002 年的 14.86 億美元逐漸增加至 2014 年的 20.65 億美元，平均每年的複合成長率為 2.78%。主要農產品出口市場依序為日本、美國、越南、馬來西亞、澳洲、新加坡、加拿大、紐西蘭、汶萊、墨西哥、智利與祕魯。以國際商品統一分類制度（Harmonized Commodity Description and Coding System, HS）21 大類貨品類別來看，2012-2014 年我國對 TPP 之平均出口值，以第一類「活動物/動物產品」出口值最高（約 9.10 億美元），占農產品總出口值的 44.60%，其次為第四類「調製食品」（約 7.46 億美元，占 36.57%），兩者相加已超過八成。

就 HS 章別而言，第 3 章「魚類、甲殼類、軟體類及其他水產無脊椎動物」遠超過其他章別（見圖 2-1），為我國農產品出口的最重要項目。2012-2014 年我國對 TPP 平均出口值約 7.21 億美元，不僅占對 TPP 農產品總出口值的 35.33%，亦占該章別產品出口世界的比重達 40.60%，顯示 TPP 亦是我國漁產品的重要出口市場。其他出口值較大的章別依序為第 22 章「飲料、酒類及醋」（平均出口值為 1.89 億美元，占農產品總出口值的 9.25%，占該章別產品出口世界的 54.86%）、第 21 章「雜項調製食品」（1.78 億美元、8.72%、43.18%）、第 5 章「未列名動物產品」（1.67 億美元、8.20%、57.66%）、第 6 章「活樹及其他農糧；球莖、根及類似品；切花及裝飾用葉」（1.29 億美元、6.30%、65.18%）、第 19 章「穀類、粉、澱粉或奶之調製食品；糕餅類食品」

(1.26 億美元、6.19%、37.40%)。至於出口最少的章別為第 14 章「編結用農糧性材料；未列名農糧產品」(67.7 萬美元、0.03%、30.51%)。



資料來源：貿易資料來自國際貿易中心 (International Trade Centre, ITC) 「Trade Map」資料庫，暨本文自行整理。

圖 2-1 2012-2014 年臺灣對 TPP 成員國 HS 01-24 章農產品之出口情形

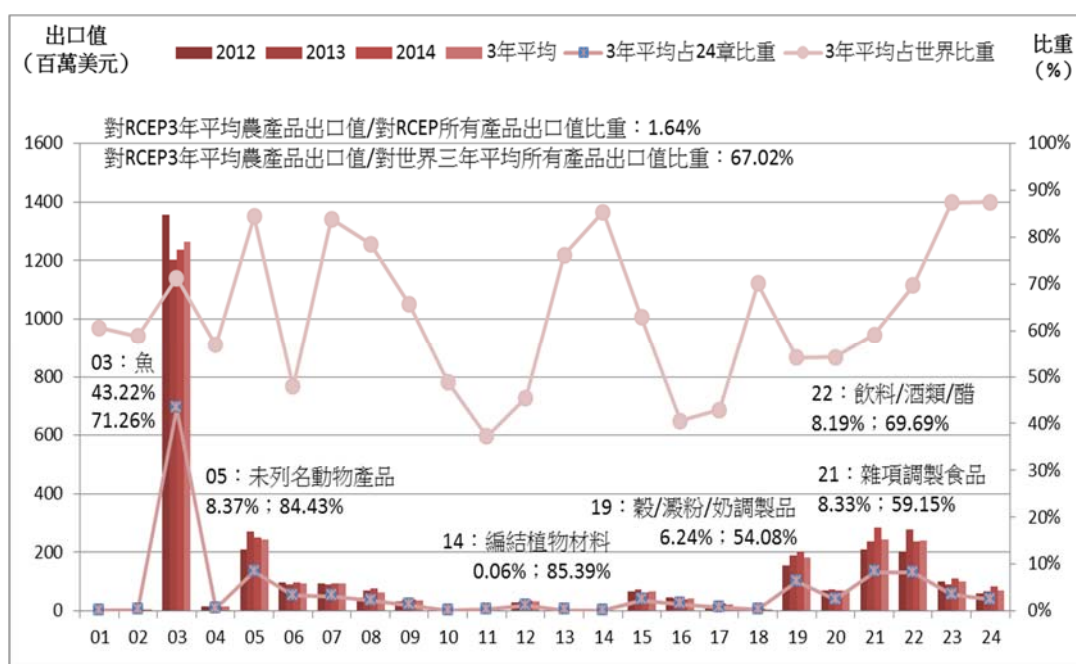
整體而言，我國對 TPP 出口的農產品明顯集中在漁產品，惟各章別產品出口 TPP 國家占出口世界的比重大多高於 40% 以上，尤其是第 7 章「食用蔬菜及部分根菜與塊莖菜類」，即使我國出口不多，但卻高達 92.04% 都出口到 TPP 市場。各類產品高度以 TPP 市場為主的章別還包括第 1 章「活動物」、第 6 章「活樹及其他農糧；球莖、根及類似品；切花及裝飾用葉」、第 23 章「食品工業產製過程之殘渣及廢品；調製動物飼料」、第 5 章「未列名動物產品」、第 17 章「糖及糖果」、第 22 章「飲料、酒類及醋」、第 4 章「乳製品；禽蛋；天然蜜；未列名食用動物產品」，出口至 TPP 占該章別產品總出口值的五成以上。整體而言，2012-2014 年我國對 TPP 農產品的出口值占我國對 TPP 所有產品出口值的比重僅 2.07%，顯示農產品並非我國出口 TPP 國家的主要產品，但因我國對 TPP 之總出口值占我國對世界之總出口比重高

達 46.72%，如果能透過 TPP 以進一步擴大我國農產品之出口，應可為我國農業開創有利其成長的空間。

二、我國農產品對 RCEP 國家之出口

臺灣出口至 RCEP 的農產品金額，由 2002 年的 13.28 億美元逐漸增加至 2014 年的 30.03 億美元，平均每年的複合成長率為 7.04%。日本是我國農產品出口最重要的市場，其次依序為中國大陸、越南、泰國、韓國、印尼和馬來西亞等。就 HS 21 大貨品類別來看，2012-2014 年¹我國對 RCEP 之平均出口值，以第一類「活動物/動物產品」出口值最高（約 15.35 億美元），占農產品總出口值的 52.44%，其次為第四類「調製食品」（約 9.82 億美元，占 33.54%），兩者相加已超過八成。由圖 2-2 可知，就 HS 章別而言，第 3 章「魚類、甲殼類、軟體類及其他水產無脊椎動物」遠超過其他章別為出口的最重要項目，此期間我國對 RCEP 平均出口值約 12.66 億美元，不僅占對 RCEP 農產品總出口值的 43.22%，亦占該章別產品出口世界的比重達 71.26%，顯示 RCEP 亦是我國漁產品的重要出口市場。其他出口值較大的章別依序為第 5 章「未列名動物產品」（平均出口值為 2.45 億美元，占農產品總出口值的 8.37%，占該章別產品世界出口值的 84.43%）、第 21 章「雜項調製食品」（2.44 億美元、8.33%、59.15%）、第 22 章「飲料、酒類及醋」（2.40 億美元、8.19%、69.69%）、第 19 章「穀類、粉、澱粉或奶之調製食品；糕餅類食品」（1.83 億美元、6.24%、54.08%）。至於出口值最少的章別為第 14 章「編結用農糧性材料；未列名農糧產品」（190 萬美元、0.06%、85.39%）。

¹ 由於在 RCEP 國家中，有部分國家尚缺乏 2015 年貿易資料，故以所有國家可取得完整的最近 3 年資料為觀察期間，即 2012 年至 2014 年



資料來源：貿易資料來自國際貿易中心（International Trade Centre, ITC）「Trade Map」資料庫，暨本文自行整理。

圖 2-2 2012-2014 臺灣對 RCEP 成員國 HS 01-24 章農產品之出口情形

三、我國農糧產品對 TPP 及 RCEP 國家之出口

由以上分析得知，我國農產品對 TPP 及 RCEP 國家之出口，以 HS 各章來看，各章別呈現相當之差異，基於本研究的重點為農糧產品，以下再針對我國農糧產品²出口加以分析。表 2-1 分別列出我國初級農糧產品、農糧加工品及調製食品對 TPP 及 RCEP 國家之出口，其中初級農糧產品以日本為最大出口市場，其次依序為美國、中國大陸、韓國、加拿大、新加坡、澳洲、越南，其餘各國在我國出口市場比重方面皆未達 1%。在農糧加工品方面，以中國大陸為最大出口市場，其次依序為美國、日本、韓國、馬來西亞、加拿大、澳洲、新加坡、越南、印度、菲律賓，其餘各國，在我國出口市場比重

² 農糧產品包括：初級農糧產品、農糧加工品及調製食品。其中初級農糧產品指 HS 06~10 章商品，分別為：活樹及其他農糧、食用果實及堅果、咖啡、茶及香辛料、穀類；農糧加工品指 HS 11~14 章及第 1501~1522、1701~1905 節商品，分別為：製粉工業產品、澱粉、油料種子及雜項穀粒、飼料、農糧膠、編結用農糧性材料，農糧油脂、糖及糖果、可可及可可製品、澱粉調製食品等。調製食品指 HS 20~21 章商品，分別為雜項調製品、飲料、酒、醋等。

方面皆未達 1%。在調製食品方面，以中國大陸為最主要出口市場，其次依序為美國、日本、韓國、馬來西亞、新加坡、加拿大、越南、澳洲、印尼、印度、菲律賓。三類合計則以中國大陸為最大出口市場，其次依序為美國、日本、韓國、馬來西亞、新加坡、加拿大、越南、澳洲、泰國、印尼、菲律賓。圖 2-3、圖 2-4 可更清楚地看到我國農糧產品出口市場以中國大陸、美國、日本、馬來西亞、韓國、新加坡、澳洲為主，初級農糧產品的出口市場以日本、美國、中國大陸、韓國、新加坡、加拿大、澳洲為主。

表 2-1 我國對 TPP 及 RCEP 國家農糧產品之出口，2014

協定	國家	出口值（千美元）				占臺灣該類產品出口值比率（%）			
		初級農糧產品	農糧加工品	調製品	三類合計	初級農糧產品	農糧加工品	調製品	三類合計
T P P	美國	84,177	116,077	92,105	292,359	17.63	17.69	15.52	16.93
	加拿大	11,499	19,474	16,486	47,459	2.41	2.97	2.78	2.75
	墨西哥	135	268	133	536	0.03	0.04	0.02	0.03
	智利	350	354	227	931	0.07	0.05	0.04	0.05
	祕魯	19	66	91	176	0.00	0.01	0.02	0.01
	澳洲	8,656	18,600	14,125	41,381	1.81	2.83	2.38	2.40
	紐西蘭	273	3,046	1,971	5,290	0.06	0.46	0.33	0.31
	日本	166,685	35,826	24,423	226,934	34.91	5.46	4.12	13.14
	新加坡	13,872	17,978	31,775	63,625	2.91	2.74	5.35	3.68
	汶萊	694	496	1,573	2,763	0.15	0.08	0.27	0.16
R C E P	馬來西亞	4,662	27,545	50,114	82,321	0.98	4.20	8.44	4.77
	越南	7,832	15,211	19,968	43,011	1.64	2.32	3.36	2.49
	中國	69,444	171,720	134,078	375,242	14.54	26.17	22.59	21.73
	韓國	26,062	31,506	27,857	85,425	5.46	4.80	4.69	4.95
	印度	84	10,427	583	11,094	0.02	1.59	0.10	0.64
	印尼	2,044	5,941	14,953	22,938	0.43	0.91	2.52	1.33
	泰國	3,788	4,654	18,510	26,952	0.79	0.71	3.12	1.56
	菲律賓	2,743	10,056	9,534	22,333	0.57	1.53	1.61	1.29
	寮國	6	0	19	25	0.00	0.00	0.00	0.00
	緬甸	50	335	4,834	5,219	0.01	0.05	0.81	0.30
	柬埔寨	254	643	856	1,753	0.05	0.10	0.14	0.10
TPP及RCEP合計		403,329	490,223	464,215	1,357,767	84.48	74.71	78.22	78.62
臺灣對全球出口		477,444	656,164	593,491	1,727,099	100	100	100	100
占臺灣該類產品出口比率		84.48%	74.71%	78.22%	78.62%	—	—	—	—

說明：初級農糧產品指：HS 06~10 章；農糧加工品指：HS 11~14 章及 HS 1507~1522，1701~1905 節；調製品指：HS 20~21 章。

資料來源：Trade map, ITC.

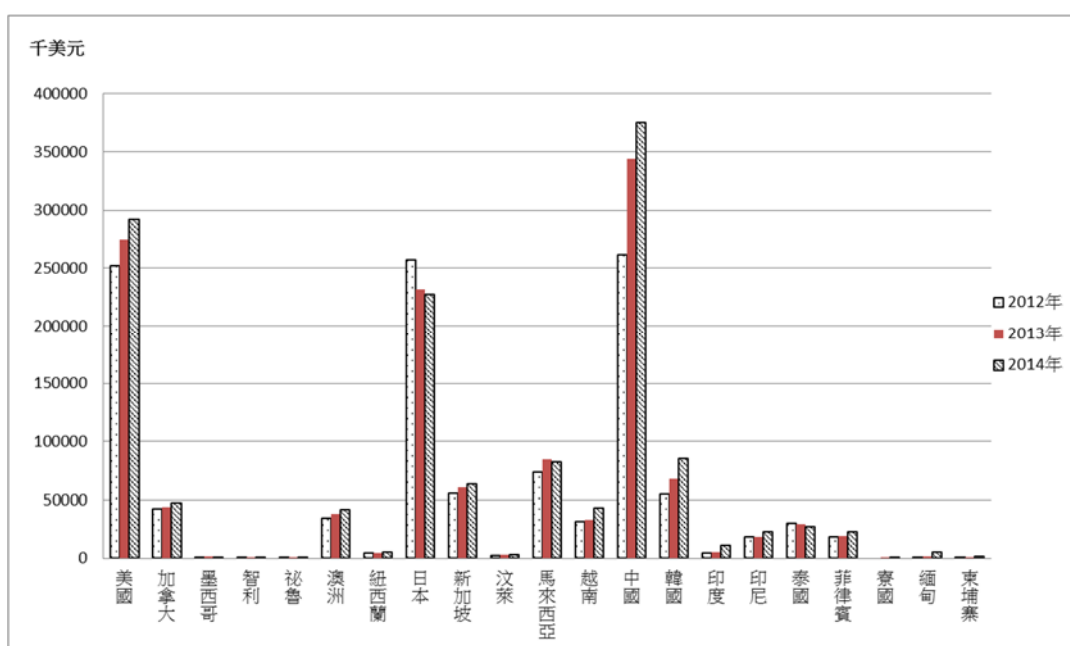


圖 2-3 臺灣出口農糧產品至 TPP 及 RCEP 各國金額

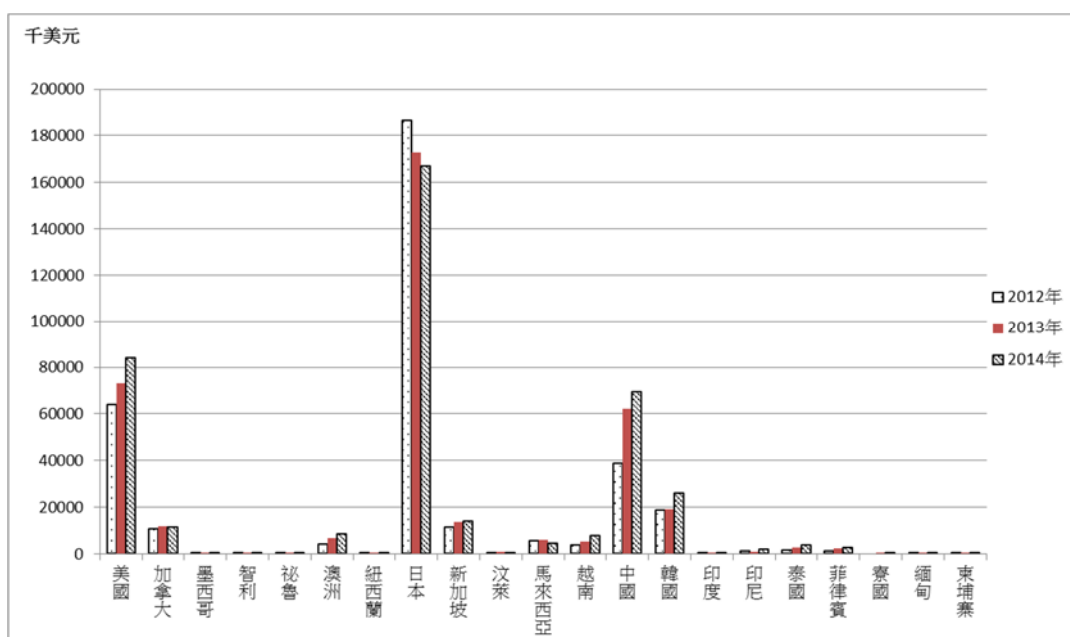


圖 2-4 臺灣出口初級農糧產品至 TPP 及 RCEP 各國金額

第二節 我國農糧產品在TPP/RCEP國家進口市場

2014 年 TPP 及 RCEP 國家自我國進口農糧產品 13.07 億美元，占 TPP 及 RCEP 國家農糧產品進口總值 0.41%，與我國所有產品在 TPP 及 RCEP 市場占有率為 3.72%相比，顯示我國農糧產品表現偏弱。若分別就初級農糧產品、農糧加工品及調製品來看，以調製品表現較佳，市占率平均為 1.04%，初級農糧產品次之，平均市占率 0.37%，農糧加工品最弱，平均市占率僅 0.28%。但個別國家與個別種類農糧產品之表現各有不同。

一、重點國家

就所有農糧產品言，中國大陸自我國進口的農糧產品值最大，2014 年達 3.07 億美元，其次是美國，達 3.04 億美元，第三為日本，達 2.5 億美元，其餘依序為韓國、馬來西亞、新加坡、加拿大、越南等，但金額皆在億美元以下。

就初級農糧產品言，日本、美國、中國大陸分別自我國進口 1.85 億、0.84 億及 0.77 億美元，為我國最重要的三大市場。就農糧加工品言，中國大陸、美國及韓國為我國最重要的三大市場；就調製品言，美國、中國大陸、日本為最重要三大市場。

二、我國農糧產品在對象國之市占率

就我國農糧產品在 TPP 及 RCEP 國家市占率表現言，我國農糧產品在新加坡市場的占有率為 1.14%，表現最好；其次是日本、馬來西亞、韓國市占率為 0.8%、0.68%及 0.6%，但比我國其他產品在這些市場的占有率皆明顯偏低。就初級農糧產品言，占有率最高者為日本（1.24%），其次是柬埔寨（1.14%），第三為新加坡（0.92%）。農糧加工品則以新加坡（0.74%）、馬來西亞（0.62%）及韓國（0.62%）較佳。調製品則為中國大陸（4.6%）、越南（3.86%）、新加坡（2.54%）最佳。顯示初級農糧產品與調製品在這些國

家有相當不同的表現。

表 2-2 TPP 及 RCEP 自我國進口農糧產品，2014 年

協定	國家	自臺灣進口之金額(千美元)				臺灣佔該國進口比率(%)				
		初級農糧產品	農糧加工品	調製品	三類合計	初級農糧產品	農糧加工品	調製品	三類合計	所有產品
TPP	美國	84,024	118,957	100,924	303,905	0.23	0.42	0.86	0.40	1.74
	加拿大	14,047	23,397	14,611	52,055	0.13	0.30	0.30	0.23	0.90
	墨西哥	217	1,140	1,206	2,563	0.00	0.02	0.06	0.02	1.59
	智利	258	451	285	994	0.02	0.03	0.05	0.03	0.55
	祕魯	6	59	213	278	0.00	0.01	0.06	0.01	1.01
	澳洲	8,284	15,797	11,855	35,936	0.40	0.51	0.42	0.45	1.75
	紐西蘭	241	2,911	2,487	5,639	0.03	0.25	0.32	0.21	1.49
	日本	185,277	35,738	29,347	250,362	1.24	0.32	0.56	0.80	2.99
	新加坡	20,212	19,934	28,825	68,971	0.92	0.74	2.54	1.14	8.19
	汶萊	1,111	432	237	1,780	0.82	0.37	0.41	0.57	0.99
	馬來西亞	6,438	34,874	30,876	72,188	0.17	0.62	2.46	0.68	5.03
	越南	7,953	7,200	22,213	37,366	0.23	0.25	3.86	0.54	7.48
	中國大陸	77,479	130,118	99,738	307,335	0.54	0.21	4.60	0.39	7.76
	韓國	25,577	36,240	29,245	91,062	0.35	0.62	1.32	0.60	2.99
RCEP	印度	105	14,793	65	14,963	0.00	0.12	0.03	0.08	0.88
	印尼	2,173	4,076	13,758	20,007	0.04	0.09	1.65	0.19	2.11
	泰國	2,277	5,113	13,288	20,678	0.12	0.17	1.33	0.35	3.31
	菲律賓	3,264	3,568	6,332	13,164	0.17	0.22	0.58	0.29	6.78
	寮國	6	0	19	25	0.02	0.00	0.02	0.01	0.05
	緬甸	49	332	4,815	5,196	0.01	0.03	1.16	0.29	1.00
	柬埔寨	718	756	1,091	2,565	1.14	0.23	0.88	0.49	6.96
	TPP及RCEP合計	439,716	455,886	411,430	1,307,032	0.37	0.28	1.04	0.41	3.73

資料來源：Trade map, ITC.

就發展趨勢言，在初級農糧產品方面，我國在日本、中國大陸、韓國、澳洲、柬埔寨、越南³的市占率，在 2012-2014 年均持續改善，在汶萊、泰國則明顯惡化。此種我國產品在其市占率的變化，固然與我國出口值之增減有關，但由於我國出口值在對象國進口市場通常僅占極小比例，其市占率之改變更受進口國市場需求強弱之影響。例如：以日本市場言，2013 年我國初級農糧產品對日本出口 1.9 億美元，占日本進口市場 1.15%，2015 年我國對日出口初級農糧產品已降為 1.77 億美元，但日本進口市場此期間減少的幅度更大，故我國在日本市占率反而提高至 1.27%。以中國大陸市場言，2013

³ 柬埔寨、越南之進口值尚缺 2015 年。

年我國初級農糧產品對大陸出口 7,356 萬美元，2015 年該出口值大幅增加至 1.35 億美元，但同時期中國大陸的進口也大幅成長，由 121.3 億美元增加至 185.96 億美元，故我國在其市占率僅有小幅提升，由 0.61%提高至 0.73%。以韓國市場言，2013 年我國初級農糧產品對其出口 1,984 萬美元，到 2015 年增加為 2,972 萬美元，但同時期韓國進口初級農糧產品由 75 億美元降為 68 億美元，故我國產品在其市占率由 0.26%提高至 0.43%。以澳洲市場言，2013 年我國初級農糧產品對澳洲之出口，由 608 萬美元至 2015 年增加為 983 萬美元，澳洲同時期進口值僅略增加，由 18.5 億美元提高至 19.65 億美元，故我國產品在其市占率由 0.33%提高至 0.5%。以越南市場言，2013 年我國初級農糧產品對其出口 564 萬美元，至 2014 年增加為 795 萬美元，同時期越南進口值由 27.4 億美元增加為 34 億美元，我國產品在其市占率僅小幅增加，由 0.21%提高至 0.23%。至於我國初級農糧產品在汶萊及泰國市場市占率之下降，則主要是由於我國對其出口值之減少。以汶萊言，2013 年我國對其出口 103 萬美元，到 2015 年減為 83 萬美元，市占率由 1.07%下降為 0.8%。以泰國市場言，我國對其出口由 204 萬美元降為 90 萬美元，市占率由 0.11%降為 0.03%。

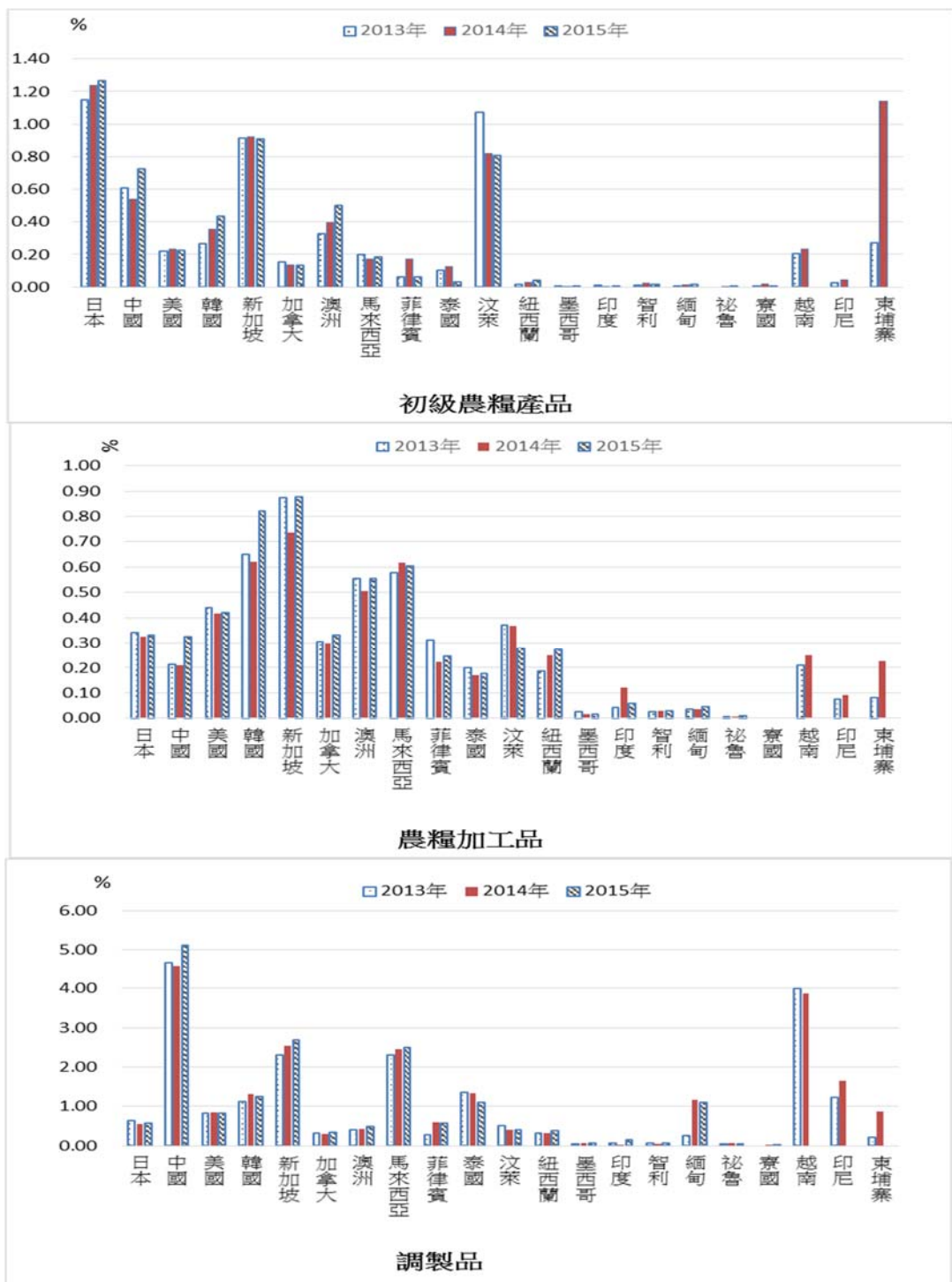
在農糧加工品方面，我國農糧加工品在韓國、中國大陸、紐西蘭、越南、柬埔寨之市占率持續改善，主因在於我國出口之增加；在美國、菲律賓、泰國、汶萊則惡化，主因在於我國出口之相對減少。就個別市場言，2013 年我國農糧加工品對韓國出口 3,580 萬美元，至 2015 年增加為 4,244 萬美元，同時期該國進口值由 54.9 億美元降為 51.7 億美元，故我國市占率由 0.65%提高至 0.82%。在中國大陸市場，2013 年我國農糧加工對其出口 1.28 億美元，至 2015 年增加為 1.81 億美元，我國在其市占率則由 0.21%上升至 0.33%。此外在紐西蘭、越南、柬埔寨市場亦同時有我國出口值與市占率皆提升的現象，惟此三個市場我國出口值均相當有限。

在農糧加工品市占率衰退的市場方面，主要是美國，2013 年我國農糧加工品對其出口 1.19 億美元，2015 年降為 1.15 億美元，此時期美國總進口

值有微幅增加，我國市占率因而由 0.44%降為 0.42%。

在調製品方面，我國調製品主要是在中國大陸、新加坡、馬來西亞、緬甸、印尼、柬埔寨持續改善，在泰國、汶萊則小幅惡化，其中對中國大陸市場之出口由 2013 年出口 8,730 萬美元，到 2015 年增加為 1.36 億美元，但此時期進口值亦由 18.7 億美元增加至 26.6 億美元，故我國市占率僅由 4.68% 小幅增加至 5.12%。在新加坡市場，2013 年我國對其出口 2,639 萬美元，至 2015 年增加為 3,030 萬美元，新加坡總進口值於此期間小幅衰退，我國市占率因而由 2.31%成長至 2.68%。在馬來西亞市場趨勢相同，2013 年我國對其出口調製品 2,910 萬美元，2015 年增加為 3,140 萬美元，我國市占率由 2.31% 提升為 2.49%。在緬甸及印尼市場則為我國出口值與市占率均明顯增加，惟由於我國對此兩市場出口值較有限，對我國影響不大。

綜合而言，TPP/RCEP 國家為我國農糧產品出口的主要市場。過去幾年我國農糧產品在中國大陸、韓國的進口市場呈現明顯的增加，除了有部分是基於我國部分農糧產品具有競爭力以外，其進口市場需求之增加應該亦是重要原因。另外我國農糧產品在泰國、汶萊市場則有減少趨勢。若將農糧產品分為初級農糧產品、農糧加工品及調製品來看，初級農糧產品我國是以出口日本為最重要，農糧加工品及調製品則以出口中國大陸及東南亞國家較重要。但過去幾年我國對已開發國家之出口多持平或無重大改變，對亞洲的開發中國家出口則有較明顯的成長趨勢。



資料來源：Trade map, ITC.

圖 2-5 我國農糧產品在 TPP 及 RCEP 市占率表現

第三章 我國農糧產品對 TPP/RCEP 國家出口潛力分析

影響產品出口競爭力大小之因素可能涵蓋相當廣泛的原因，遠從國家競爭力開始，近至產業結構、經濟發展程度及企業競爭力等皆可能影響出口品在國際市場上的表現，但這些屬於總體層面、產業發展及企業經營策略的因素，並非本研究的領域。如本研究第一章緒論所述，本章主要將藉由國際貿易表現，利用具有特定經濟意義的貿易指標來分析我國農糧產品在國際市場是否具有競爭力，及與目標市場是否互補，以收御繁於簡，從眾多市場及產品項目中篩選及分析出值得我國加強拓銷的項目，因此以下首先於第一節詳細說明這些貿易指標的意義，以及計算方法；其次在第二節再利用實際的計算，了解我國農糧產品在國際市場之表現；至於我國之出口是否符合 TPP 及 RCEP 國家需求，可再從對方進口需求之角度，檢視雙方之進出口是否正好互補，以致可發掘並推論我方具有出口潛力之項目。

第一節 經濟分析工具－貿易指標之建立

在經濟文獻上，分析一國產品是否具有競爭力，最常使用的貿易指標為 Bela Balassa⁴於 1965 年提出的顯示性比較利益（Revealed Comparative Advantage, RCA）指數，該指數主要在表現某特定出口品在出口國所占的比重，相對於世界市場該產品所占比重，如果大於 1，顯示該國具有相對的比較利益。但 RCA 指數的高低與各國專業化分工程度有關，不宜直接進行國際間的比較，然若能配合其他貿易指標，如：貿易專業化指數（Trade Specialization Index, TSI）、貿易密集度（Trade Intensity Index, TII），以及將

⁴ Bela Balassa (1965), Trade liberalization and revealed comparative advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*.

RCA 指數進一步應用至貿易互補度 (Trade Complementary Index, TCI) 分析時，則可具體而微的將眾多產品的貿易特性表現出來，可大大的簡化繁瑣的貿易資訊，從而推衍出具有政策意涵的論述。由於所謂貿易互補度的衡量，是同時考量出、進口國在顯示性比較利益中呈現的優劣勢，可以顯示雙方貿易與經濟結構是否互補以致雙方相互開放市場後，是否可能產生更加具體的商機。以下針對這幾項貿易指標加以定義及說明。

一、顯示性比較優勢指數

所謂顯示性比較優勢，是指一國某一出口品占本國總出口的比例高於世界該出口品占全球總出口的比例時，該國該出口品在全球貿易中即呈現顯示性的比較優勢，其定義如下：

$$RCA_k^i = \frac{\left(\frac{X_k^i}{X^i} \right)}{\left(\frac{X_k}{X} \right)}$$

其中， X_k^i ：表示 i 國對 k 產品之出口值，

$X^i = \sum_k X_k^i$ ：表示 i 國對全球市場之出口值，

$X_k = \sum_i X_k^i$ ：表示對全球市場 k 產品之出口值，

$X = \sum_i \sum_k X_k^i$ ：表示世界市場的總出口。

如果 RCA 大於 1，表示 i 國 k 產品出口占 i 國總出口的比重高於世界市場 k 產品出口總值占世界總出口的比重，故 i 國對 k 產品之出口具有顯示性比較優勢；小於 1 則不具有顯示性比較利益。同一國家，不同產品的 RCA 值，其值愈大，表示在世界市場愈具有顯示性比較利益。

二、貿易專業化指數

貿易專業化指數⁵（TSI）可以顯示產品之淨出口或淨進口狀況，其定義如下：

$$TSI_k^i = (X_k^i - M_k^i) / (X_k^i + M_k^i)$$

TSI_k^i 代表 i 國 k 商品的淨出口占其貿易總值比重， X_k^i 、 M_k^i 分別為 i 國 k 商品之出口與進口。TSI 指標係同時考量特定產品之進出口狀況，而非如 RCA 僅考量出口狀況。因此，若 k 商品之進出口平衡時，TSI 值等於 0，而若 TSI 為正值表示該國 k 商品的出口大於進口，為淨出口產品。反之，若 TSI 值為負值時，k 則為淨進口財。TSI 介於-1~1 之間，當只有出口，沒有進口時，TSI=1，為 TSI 之極大值；當只有進口，沒有出口時，TSI=-1，為 TSI 之極小值。

由於 TSI 同時考量進出口狀況，在衡量競爭力方面其涵意不同於 RCA。例如：RCA 值大於 1 的產品，其出口比重雖然大於世界該產品之比重，但有可能是該國專業化分工程度高所致，其進口值仍有可能會大於出口值（TSI<0），則這類產品該國應該不見得具有競爭力，而是出口集中的結果。反之，某些尚未屬於成熟階段的產業及產品，該產業可能不具有競爭力，但其出口仍可能多於進口（TSI>0），此時 RCA 可以反映該產品在全球市場上的相對地位，可顯示其真正競爭力。因此 TSI 與 RCA 在衡量產品競爭力時可以相互為用，以反映不同狀況。

另一方面，若 TSI 之計算係依據產業別計算，則此一指標可顯示該產業同時存在進出口，即存在產業內貿易現象。根據經濟理論，其值之高低可以反映雙邊產業之分工狀況。低的 TSI 絕對值，顯示該產品同時呈現進出口貿易、產業內貿易盛行。高的 TSI 絕對值表示雙方產業內貿易的程度低，例如：

⁵ 貿易專業化指數，亦稱貿易競爭優勢指數、貿易特化指數或淨出口指數。

TSI 接近於-1 時，顯示其出口很少，國內需求主要靠進口來填補；TSI 接近於 1 時，則表示進口很少，該產品主要是出口，在出口市場應該具有很強的競爭力。

在文獻上，利用 TSI 分析一國產品競爭力之大小者很多，例如：Li Menggang 在其 *Research on Individual Security Theory*⁶ 書中將其引為評估一國工業產品是否具有競爭力之方法。Balassa 及 Noland⁷則將其與 RCA 指數並用，作為評估日美貿易比較優勢的變化。另外也有文獻⁸對 TSI 之大小作如下解釋：若 $TSI \geq 0.8$ 表示該產品具有很強競爭力；若 $0.5 \leq TSI < 0.8$ 表示該產品較強競爭力；若 $0.1 \leq TSI < 0.5$ ，則具有強競爭力；若 $TSI = 0$ ，該產品具有一般競爭力；若 $-0.5 \leq TSI < 0$ ，該產品具有低競爭力；若 $-0.8 < TSI < -0.5$ ，該產品具有較低競爭力；若 $TSI \leq -0.8$ ，該產品具有很低競爭力。

三、貿易密集度指數

貿易密集度指數⁹（Trade Intensity Index, TII）可以顯示貿易雙方的市場關係相對於其與世界市場關係的緊密程度，其定義為：
$$TII_{ij}^K = (M_{ij}^K / M_{iw}^K) / [X_{jw}^K / (X_w^K - X_{iw}^K)]$$
。其中， TII_{ij}^K 表示 i 國從 j 國進口 K 產品的貿易強度， M_{ij}^K 、 M_{iw}^K 分別為 i 國從 j 國和世界進口 K 產品的金額， X_{jw}^K 、 X_{iw}^K 分別為 j 國和 i 國對世界出口 K 產品的金額， X_w^K 為 K 產品的全球出口總額。此外如果 M 表示進口，X 表示出口，則上式可以顯示 i 國對 j 國進口之貿易強度。貿易強度大於（或小於）1，表明雙邊貿易流量大於（或小於）平均水準，貿易夥伴國具有較重要（次要）地位。

舉例而言，如果將上式簡化，以 i 代表臺灣，j 代表美國，

⁶ Menggang Li, *Research on industrial security theory* (2013), P373. Springer, NY.

⁷ Bela Balassa & Marcus Noland (1989) "Revealed" comparative advantage in Japan and the US, *Journal of International Economic Intergration* 4(2).

⁸ 請參閱張建輝、李英（2015）浙江省出口產品國際競爭實證分析，*經濟管理論文*。

⁹ Peter Drysdale (1969), Japan, Australia and New Zealand: The Prospects for western intergration, *Economic Record*.

臺灣對美國出口的貿易強度為：

$$TII_X = \frac{X_{ij} / X_i}{M_j / (M_w - M_i)} \quad (1)$$

臺灣自美國進口的貿易強度為：

$$TII_M = \frac{M_{ij} / M_i}{X_j / (X_w - X_i)} \quad (2)$$

其中 TII_X 是 i （臺灣）對 j （美國）的出口強度， TII_M 是 i （臺灣）對 j （美國）的進口強度； X_{ij} 是 i （臺灣）對 j （美國）的出口， X_i 、 X_j 分別代表 i （臺灣）與 j （美國）的總出口； M_{ij} 為 i （臺灣）自 j （美國）的進口， M_i 、 M_j 分別代表 i （臺灣）與 j （美國）的總進口， X_w 、 M_w 分別代表世界的總出口與總進口。根據此公式可以計算出臺灣對美國出進口相對於美國自世界進出口的貿易強度，如果大於 1，顯示臺美雙邊貿易關係緊密，高於美國對世界貿易的平均水準；如果小於 1，則顯示臺美貿易關係不緊密，低於美國對世界貿易的平均水準。本研究將針對臺灣計算其相互貿易之強度，以了解雙邊貿易的疏密；同時也可以針對重要項目計算雙邊貿易之疏密，以顯示雙邊貿易中彼此產業分工之重要項目。

以實務面來看，雙邊市場份額是以絕對數量角度反映雙邊相互間直接的貿易地位，但 i 國對 j 國之貿易重要性還間接地受 j 國與他國貿易關係強弱的影響，而貿易強度指數可顯示雙邊貿易相對動力或阻力，反映雙方市場關係相對於世界市場關係的緊密程度。貿易強度指數越大，說明雙邊貿易關係越緊密，反之，雙邊貿易聯繫越疏遠。就特定產品而言，如果 i 國對 j 國 k 產品的出口比重低於 j 國自世界市場進口的比重，但 i 國該產品的 RCA 指數

事實上偏高，則顯示，i 國對 j 國出口之該產品應該具有開發的潛力。

四、貿易互補度

貿易互補度指數（Trade Complementay Index，TCI）是將出口國的比較優勢與進口國的比較劣勢聯結起來，如果出口國（i）具有出口比較優勢的項目正好是進口國（j）的比較劣勢項目，則 i 國未來得以向 j 國進一步開發的出口商機就比較大。

在文獻上有很多作者均曾以此貿易互補度來衡量國與國間對特定產品相互貿易之競合關係，例如：Chumyan Yu 等¹⁰以貿易互補度顯示中國大陸與東歐國家在農產品方面的比較優勢與互補；杜莉¹¹等以中美間貿易互補度之變化趨勢分析中美雙邊之性質與發展趨勢，從而對未來中美雙邊貿易之發展提出建議；鍾熙維¹²等則利用互補度與貿易專業化指數分析雙方農產品貿易極不平衡，但互補性強，以及呈現產業間貿易等現象，並建議中國大陸可以依據比較利益原則擴大專業化分工，以獲得更大經濟利益。貿易互補度的計算式如下：

$$TCI_{ij}^K = \sum_{KES} \theta^K \times RXS_i^K \times RMS_j^K \quad (4)$$

其中 TCI_{ij}^K 為 i 國對 j 國出口 k 產品與 j 國的互補度，式中的 RXS_i^K 與 RCA 指數相同， RMS_j^K 則是利用進口數據進行與 RCA 同樣的計算，因此顯示的是 j 國進口比重相對偏高的項目； θ^K 表示 K 產品在世界 S¹³部門的出口份額。故貿易互補度指數是以貿易加權的方式描述一個出口國家某個部門的比較

¹⁰ Yu Chunyan & Chunjie Qi (2015), Research on complementarity and comparative advantage of agricultural product trade between China and CEE Countries, *Japan of service Science and Management*, P201~208.

¹¹ 杜莉、謝皓（2011），中美貨物貿易互補性強弱及性質動態變化研究，國際貿易，武漢大學 WTO 學院。

¹² 鍾熙維、高蓉及常悅（2015），中國和阿根廷農產品貿易互補與競爭性研究，世界農業。

¹³ 視研究需要，S 部門可定義為特定部門或個別產品。如果分析的對象為個別產品，則 θ^K 為 1。

優勢和另一進口國家同一部門的比較劣勢的吻合程度。互補性指數等於 1 是個界限，如果計算結果大於（小於）1，就說明出口國 i 國和進口國 j 國之間的貿易互補性比平均水準要高（低）。TCI 值愈大，貿易互補度愈高。

透過以上貿易指標之計算，可以了解我國與對象國農產品貿易呈現的競合情勢，雙方貿易關係是否是緊密或互補。由於貿易是基於國際市場上供給與需求互動的結果，而本研究期望能發掘我國具有進一步擴大出口潛力的項目，故將以貿易互補度為主，進行我國農糧產品與 TPP/RCEP 成員國進口市場是否具有進一步開發潛力之篩選，篩選出來的產品再配合以上相關的貿易指標，及如果 TPP 與 RCEP 國家未來將有降稅行動，而我國在已有相當出口績效與市占率之下，即可推論出我國在未來將加入 TPP 及 RCEP 之下，值得我國重視的出口商機。

第二節 利用貿易指標解析我國農糧產品貿易特性

一、我國農糧產品在國際市場具有優勢之項目

我國所有農糧產品如果按 HS 6 位碼分類來看，2015 年有進出口貿易值者總計有 340 項，本研究利用各產品在我國出口貿易之比重，相對於全球出口市場該產品所占的比重，計算得到的我國顯示性比較優勢（RCA）指數，其值大於 0.8 者，僅有 19 項（詳見表 3-1）。由此可見我國農糧產品在國際市場表現佳者相當有限。具體而言，這些項目主要是豆類蔬菜、活植物（蘭株及蘭苗）、蘭花（鮮切花）、其他鮮或乾之柑橘類果實、植物苗、由澱粉製成之片狀樹薯粉及其代用品、芝麻油及其餾分物、種植用種子、人參根、其他粉條、改質之動植物油脂、其他固體甘蔗糖、醬油及柑橘類水果調製品等 13 項，其 RCA 值 >1 ，表現最優。亦即其他所有農糧產品的出口比重相對於世界的出口比重皆低，我國不具有顯示性比較優勢。不過也由於這幾項產品是我國農糧產品在國際市場表現傑出的項目，因此特別值得重視。

就個別項目言，表 3-1 將我國農糧產品 RCA 值大於 0.8 以上者皆列示出來，此外再列出貿易專業化指數及我國出口值可以綜合顯示這些我國重要農糧產品在國際市場之表現。以初級農糧產品言，其他冷凍豆類蔬菜、蘭花（鮮切花）、其他活植物苗、其他鮮柑橘等是我國生鮮農糧產品在國際市場中具有顯示性比較利益的品項；另外，鳳梨、番石榴及芒果、其他生鮮豆類蔬菜、紅茶包、其他生鮮水果（包括荔枝、楊桃、釋迦）等的 RCA 指數在 0.8 以上，接近於 1，從貿易專業化指數來看，我國也均有貿易順差，其中尤以其他冷凍豆類蔬菜、番石榴及芒果、其他生鮮豆類蔬菜 3 項，我國幾乎只有出口沒有進口，顯示在農糧產品中，這些是我國較具有競爭力的項目。若以出口值來看，2015 年我國其他活植物苗（060290）出口值達 1.6 億美元，則屬最為重要的項目；其次是其他冷凍豆類蔬菜，出口值達 7,464 萬美元；再次為其他生鮮水果，出口值達 3,907 萬美元。

就農糧加工品言，由澱粉製之樹薯粉及其代用品之顯示性比較利益明顯最高，惟出口值 2,522 萬美元，次於其他粉條（出口值 6,406 萬美元）及以化學方法改質之植物油脂（出口值 3,449 萬美元），但其貿易專業化指數達 0.94，顯示該項產品我國在出口市場相當具有優勢。另外值得一提的是人參根，雖然其 RCA 指數為 1.75，但貿易專業化指數為負，顯示我國事實上仍需自國外進口。該項產品的 RCA 指數偏高，應是貿易集中度較高所致。

就調製品言，我國 RCA 指數大於 1 者僅有 3 項，分別是醬油、柑橘類水果調製品及已調製之咖啡。就出口值言，醬油之出口值略高於咖啡，但就發展趨勢言，醬油之出口值在下滑，而已調製之咖啡出口值在逐年提升，而且在 2015 年轉為順差；由於我國亦進口相當數量的咖啡，故其貿易專業化指數僅有 0.08，但其逐年改善的趨勢，顯示我國已調製之加工咖啡產品已由淨進口國轉變為淨出口國。

表 3-1 我國農糧產品在國際市場具優勢之項目

農糧產品	HS 6位碼	中文貨名	臺灣出口（千美元）			臺灣進口（千美元）			顯示性比較利益RCA			貿易專業化指數TSI		
			2,013	2,014	2,015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
初級農糧產品	071029	冷凍豆類蔬菜	66,279	70,062	74,646	178	152	693	14.4	14.4	15.6	1.0	1.0	1.0
	060313	蘭花	19,837	21,427	20,752	2,344	2,498	2,282	5.8	6.5	6.8	0.8	0.8	0.8
	080590	其他鮮或乾柑橘類果實	888	1,548	2,905	290	390	296	0.6	1.0	2.1	0.5	0.6	0.8
	060290	菇類菌種、其他菇類菌種、植物苗	157,783	174,032	166,358	3,318	5,307	3,940	1.4	1.5	1.7	1.0	0.9	1.0
	080430	鳳梨	4,943	9,184	26,407	1,803	1,750	2,295	0.2	0.3	0.9	0.5	0.7	0.8
	080450	番石榴、芒果及山竹果	21,363	23,251	32,075	3	34	143	0.7	0.6	0.9	1.0	1.0	1.0
	070890	其他豆類蔬菜	1,995	1,506	1,561	28	8	10	1.1	1.0	0.9	1.0	1.0	1.0
	090230	紅茶(發酵)及部分發酵茶,每包不超過3公斤	19,206	19,025	26,588	5,287	6,172	5,796	0.5	0.5	0.8	0.6	0.5	0.6
	081090	其他鮮果	26,327	29,621	39,073	5,372	6,639	5,126	0.8	0.8	0.8	0.7	0.6	0.8
農糧加工品	190300	由澱粉製成之粉片狀、粒狀、珍珠狀,經篩濾之粉狀或類似形狀之樹薯粉及其代用品	23,510	25,290	25,221	537	352	739	16.3	17.6	17.9	1.0	1.0	0.9
	151550	芝麻油及其餾分物	31,108	26,400	20,962	4,001	3,322	4,455	8.3	6.2	5.4	0.8	0.8	0.6
	120999	種植用種子、果實及孢子	15,131	15,056	14,071	6,835	4,937	5,889	2.4	2.4	2.5	0.4	0.5	0.4
	121120	人參根	14,134	17,916	17,076	31,493	39,696	39,749	1.5	1.7	1.7	-0.4	-0.4	-0.4
農糧	190230	其他粉條	61,301	62,998	64,059	13,914	18,098	28,454	1.4	1.4	1.5	0.6	0.6	0.4

農糧產品	HS 6位碼	中文貨名	臺灣出口（千美元）			臺灣進口（千美元）			顯示性比較利益RCA			貿易專業化指數TSI		
			2,013	2,014	2,015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
加工品	151800	沸製、氧化、脫水、硫化、吹製,在真空中或惰性氣體中行聚合化或經其他化學方法改質之動、植物油脂及其餾分物,但不包括第1516節所列產品;未列名非食用之動、植物油脂或本章不同油脂餾分物之混合物或調製品	19,935	31,167	34,491	3,804	5,774	839	0.7	1.0	1.2	0.7	0.7	1.0
	170191	其他固體甘蔗糖或甜菜糖及化學級純蔗糖,含有添加香料或色素者	384	655	2,658	529	407	716	0.1	0.3	1.1	-0.2	0.2	0.6
調製品	210310	醬油	26,821	27,114	24,592	3,567	4,143	5,104	3.0	2.8	2.8	0.8	0.7	0.7
	200791	柑橘類水果	2,003	1,723	3,191	784	906	467	1.0	0.9	1.9	0.4	0.3	0.7
	210112	以咖啡之萃取物、精、濃縮物或咖啡為主要成分之調製品	21,615	21,552	24,549	25,936	21,711	21,029	0.8	0.8	0.8	-0.1	-0.0	0.08

說明 :1) RCA>1 表示本國該產品出口占本國總出口之比重大於全球貿易該產品所占比重，具有顯示行表較利益。但亦有文獻認為 RCA>0.8 該產品即具有相對優勢。RCA<1 表示該產品出口占本國總出口的比重小於全球該產品出口所占比重，不具有比較利益。但亦有文獻認為 RCA<0.8 以下，始不具有比較利益。

2) 若 TSI 為正值，表示該產品為淨出口項目；若 TSI 為負值，表示該產品為淨進口項目。TSI 的極大值為 1，表示該產品本國只有出口沒有進口，TSI 的極小值為-1，表示該產品只有進口，沒有出口。

3) 以上貿易指標之數學式定義及更詳盡之經濟意義，詳見第三章第一節主文。

資料來源：本研究。

二、我國農糧產品出口與 TPP/RCEP 國家之貿易互補度

(一) 初級農糧產品

根據貿易互補度之定義，表 3-2 列出我國與 TPP/RCEP 家初級農糧產品貿易互補度大於 1 的項目，主要有：其他植物苗（HS 060290）、蘭花（鮮切花 HS 060313）、其他水苔、裝飾用枝葉（HS 060490）、結球萵苣（HS 070511）、其他生鮮根類蔬菜（HS 070690）、其他豆類蔬菜（HS 070890）、其他冷凍豆類蔬菜（HS 071029）、冷凍菠菜（HS 071030）、蘑菇屬之菇類（HS 071231）、其他混合蔬菜（HS 071290）、小紅豆（HS 071332）、其他生鮮、冷藏、冷凍或乾的根莖類（HS 071490）、番石榴、芒果（HS 080450）、其他鮮或乾之柑橘果實（HS 080590）、荔枝、桂圓及其他鮮果（HS 081090）、未發酵綠茶（HS 090210）、紅茶（HS 092030）、馬黛茶類（HS 090300）、其他肉桂及肉桂花（HS 090619）、未壓碎或未研磨之薑（HS 091011）、壓碎或研磨之薑（HS 091012）、以及其他香辛料（HS 091099）等共 22 項產品。其中其他冷凍豆類蔬菜是我國出口最具優勢的品項，其次是蘭花（鮮切花），第三是其他豆類蔬菜，第四是其他活植物苗，第五是其他鮮或乾的柑橘類果實。至於其他品項，主要都是因為進口國的需求傾向偏高，而我國出口優勢沒有特別低，在兩者相乘之後得到雙方互補度大於 1，故未來如果我國可以加強國內產出，則我國仍然具有擴大出口的可能。

(二) 農糧加工品

表 3-3 是針對農產加工品，利用前述之各項貿易指標篩選出來的我國農產加工品與 TPP/RCEP 國家互補度大於 1 的項目，主要有：小麥粉或雜麥粉、其他穀粉、粗碾去殼之其他穀類及其細粒、滾壓或製成細片之其他穀類、去殼未脫皮、其他加工之燕麥、第 0713 節之各種乾豆類蔬菜製成之粉及細粒、西穀米或第 0715 節之根莖或塊莖製成之粉及細粒、第八章產品製成之粉及細粒、其他澱粉、乾椰子肉、大豆(黃豆)粉及細粒、其他非供食用之油料種

子或含有油質果實之粉及細粒,芥末除外、其他種植用種子、果實及孢子、人參根、其他藥用、香料用、殺菌用植物及植物之一部份、適於人類食用海藻及其他藻類、竹、籐、其他編結用植物材料、精製大豆(黃豆)油及其餾分物、精製棉子油及其餾分物、芝麻油及其餾分物、動物油脂及其餾分物、其他可食用動植物油脂混合品或調製品、經其他化學方法改質之動、植物油脂及其餾分物、其他固體甘蔗糖或甜菜糖及化學級純蔗糖、化學級純果糖、其他果糖及果糖漿、轉化糖與其他糖及糖漿混合物、可可粉、其他第 1901 節所屬之調製品、其他粉條、由澱粉製成之粉片狀、膨潤或焙製穀類或穀類產品之調製食品、預煮或以其他方式調製之粒狀、乾麵包、其他第 1905 節所屬之貨品等。其中由澱粉製之粉片是我國最具有競爭力之項目，其次是芝麻及其餾分物，第三是蔬菜種子(HS 120999)，第四是精製棉子油及其餾分物，第五是粉條，其餘主要是因為進口國需求強烈，而我國競爭力未特別低，以致雙方互補度仍大於 1，故未來我國如果加強國內供應能力，仍有擴大出口之潛力。

以上篩選出來的產品，因受限於國際通用的 HS 分類只到 HS 6 位碼，故所呈現的商品均以 HS 6 位碼表現。但在 HS 6 位碼中仍然含有少數不同產品的項目，而這些不同產品在貿易表現上可能有相當差異，故以下再進一步針對表 3-2 的項目進行 HS 8 位碼分析，並將其 HS 8 位碼中較重要的項目列於表 3-5。即凡我國與 TPP 及 RCEP 國家雙方貿易互補度大於 1，且在 HS 8 位碼產品中，我國出口值明顯偏高的細項產品，即成為未來我國具有出口潛力的項目。至於表 3-2 及表 3-3 列出之其他各項貿易指標可以做為後續進行深入分析之參考；而調製品部分則未有產品符合上述標準。

表 3-2 臺灣與 TPP/RCEP 國家貿易互補度高之農糧產品及相關指標

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年臺灣 出口值 (千美元)	與臺灣出口互補 度高之 TPP/RCEP國家	2014年該 國進 (千美元)	2014年該國 自臺進口值 (千美元)	2014年臺於 該國市佔率 (%)	臺灣RCA			該國進 口RMS	互補 度 TCI	專業 化指 數 TSI	密集 度TII	該國 關稅 (%)
							2012 年	2013 年	2014 年					
060290	菇類菌種、其他菇 類菌種、植物苗	174,308	加拿大	136,548	3,603	2.64	1.25	1.23	1.29	0.83	1.07	0.94	0.97	3.00
			緬甸	128,758	8	0.01				16.28	21.01		0.00	0.00
060313	蘭花（鮮切花）	21,466	澳洲	6,958	239	3.43	5.82	5.29	6.01	2.28	13.70	0.79	0.55	0.00
			汶萊	176	68	38.64				3.65	21.91		0.00	0.00
			加拿大	2,606	1	0.04				0.42	2.52		0.00	14.25
			中國大陸	13,113	14	0.11				0.50	3.00		0.00	10.00
			印度	5,298	13	0.25				0.86	5.17		0.02	60.00
			日本	61,448	21,042	34.24				5.64	33.90		3.37	0.00
			韓國	1,231	26	2.11				0.17	1.05		15.66	25.00
			墨西哥	985	0	0.00				0.18	1.10		0.00	20.00
			紐西蘭	272	0	0.00				0.48	2.87		0.00	0.00
			新加坡	6,035	491	8.14				1.23	7.38		0.24	0.00
			美國	12,838	282	2.20				0.41	2.45		0.61	6.40
			越南	7,806	4	0.05				3.94	23.66		0.00	20.00
060490	其他水苔、其他苔 藻蘚及地衣、其他 花束用或裝飾用 之各種植物之枝 葉、花朵及花蕾除 外、乾、染色、漂 白、塗裝或其他方式 處理者	494	汶萊	573	0	0.00	0.00	0.01	0.10	10.64	1.02	-0.57	0.98	0.00
070511	結球萵苣,生鮮或 冷藏	9,540	汶萊	481	3	0.62	0.49	0.64	0.65	2.59	1.68	0.26	0.00	0.00
			加拿大	74,906	0	0.00				3.13	2.03		0.00	0; 2.35 ¢ /kg but not less than 12.5%

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年臺灣 出口值 (千美元)	與臺灣出口互補 度高之 TPP/RCEP國家	2014年該 國進 (千美元)	2014年該國 自臺進口值 (千美元)	2014年臺於 該國市佔率 (%)	臺灣RCA			該國進 口RMS	互補 度 TCI	專業 化指 數 TSI	密集 度TII	該國 關稅 (%)
							2012 年	2013 年	2014 年					
														pl美國 4%
070690	蘿蔔、火焰菜、婆羅門參、根芹菜及其他類似可供食用根菜,生鮮或冷藏	4,302	汶萊	411	1	0.24	0.51	0.32	0.48	3.65	1.74	-0.29	0.33	0.00
			韓國	45,989	43	0.09				2.80	1.33		0.13	27.60
070890	其他豆類蔬菜	1,504	汶萊	71	0	0.00	1.43	1.07	1.13	4.15	4.69	0.99	0.00	0.00
			馬來西亞	1,091	0	0.00				1.10	1.24		0.00	0.00
			紐西蘭	908	0	0.00				4.49	5.08		0.00	0.00
			新加坡	3,630	0	0.00				2.08	2.36		0.00	0.00
071029	冷凍豆類蔬菜	71,460	澳洲	673	220	32.69	13.8 8	14.2 2	14.1 1	0.23	3.28	1.00	2.90	5.00
			汶萊	122	0	0.00				2.66	37.60		0.00	0.00
			加拿大	1,333	0	0.00				0.23	3.19		1.87	4.75
			智利	1,168	0	0.00				1.27	17.91		0.00	6.00
			日本	150,650	63,568	42.20				14.58	205.7 4		1.39	7.25
			韓國	3,118	0	0.00				0.47	6.58		0.00	27.00
			馬來西亞	248	0	0.00				0.09	1.32		0.10	0.00
			墨西哥	1,032	0	0.00				0.20	2.86		0.00	15.00
			紐西蘭	208	0	0.00				0.38	5.43		0.00	0.00
			新加坡	686	3	0.44				0.15	2.08		0.51	0.00
			泰國	1,106	0	0.00				0.38	5.38		0.00	40.00
			美國	17,754	77	0.43				0.59	8.39		1.08	0 ; 1 cents/k g ; 0.1 cents/k g ; 0.8 cents/k g ; 3.5 cents/k g

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年臺灣 出口值 (千美元)	與臺灣出口互補 度高之 TPP/RCEP國家	2014年該 國進 (千美元)	2014年該國 自臺進口值 (千美元)	2014年臺於 該國市佔率 (%)	臺灣RCA			該國進 口RMS	互補 度 TCI	專業 化指 數 TSI	密集 度TH	該國 關稅 (%)
							2012 年	2013 年	2014 年					
			越南	216	0	0.00				0.11	1.62		0.00	17.00
071030	冷凍菠菜、番杏(毛 菠菜)及山菠菜	2,387	日本	58,422	2,687	4.60	0.70	0.56	0.48	4.63	2.22	0.86	4.97	6.00
071231	乾蘑菇屬之菇類	289	汶萊	180	0	0.00	0.37	0.27	0.23	11.90	2.72	0.12	0.00	0.00
			馬來西亞	4,210	252	5.99				4.79	1.09		0.52	5.00
			紐西蘭	936	2	0.21				5.24	1.20		0.00	5.00
071290	其他蔬菜;混合蔬 菜,乾	6,888	寮國	5,483	0	0.00	0.30	0.32	0.29	8.85	2.61	0.17	0.00	40.00
071332	乾小紅豆(紅豆)	242	韓國	40,018	0	0.00	0.44	0.21	0.10	10.14	1.03	-0.82	0.03	420.80
071490	荸薺、葛根、山藥 以外其他屬第 0714節之貨品,生 鮮、冷藏或乾、冷 凍	1,461	汶萊	167	1	0.60	0.40	0.41	0.67	5.74	3.86	-0.34	0.00	0.00
			加拿大	5,993	3	0.05				1.60	1.08		0.24	4.75
			寮國	97	0	0.00				1.65	1.11		0.00	40.00
			馬來西亞	14,515	14	0.10				8.60	5.79		0.01	0.00
			紐西蘭	3,267	3	0.09				9.51	6.40		0.00	2.50
			新加坡	10,471	9	0.09				3.54	2.38		0.02	0.00
			美國	52,247	0	0.00				2.75	1.85		1.87	8.28
080450	番石榴、芒果及山 竹果	23,078	汶萊	1,870	32	1.71	0.59	0.70	0.64	4.18	2.68	1.00	0.97	0.00
			越南	124,588	0	0.00				6.77	4.35		0.00	25.00
080590	其他鮮或乾柑橘 類果實	1,550	汶萊	206	0	0.00	0.74	0.60	1.00	15.46	15.47	0.60	0.00	0.00
			加拿大	3,483	1	0.03				2.03	2.03		0.00	0.00
			寮國	65	0	0.00				2.42	2.42		0.00	40.00
			緬甸	436	0	0.00				5.29	5.29		0.00	15.00
081090	其他鮮果	29,767	汶萊	4,625	6	0.13	0.51	0.80	0.85	9.00	7.65	0.63	0.12	0.00
			中國大陸	917,325	30,254	3.30				3.28	2.79		2.27	20.18
			印尼	99,664	4	0.00				3.92	3.33		0.03	5.00
090210	綠茶(未發酵),每 包不超過3公斤	10,419	汶萊	431	1	0.23	0.51	0.55	0.56	2.86	1.59	0.71	1.57	\$0.22/ kg
090230	紅茶(發酵)及部分 發酵茶,每包不超	19,073	美國	92,647	533	0.58	0.48	0.55	0.55	4.04	2.23	0.51	0.66	0.00
			智利	15,222	5	0.03				2.09	1.15		0.01	6.00

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年臺灣 出口值 (千美元)	與臺灣出口互補 度高之 TPP/RCEP國家	2014年該 國進 (千美元)	2014年該國 自臺進口值 (千美元)	2014年臺於 該國市佔率 (%)	臺灣RCA			該國進 口RMS	互補 度 TCI	專業 化指 數 TSI	密集 度TII	該國 關稅 (%)
							2012 年	2013 年	2014 年					
	過3公斤		紐西蘭	22,569	29	0.13				5.27	2.90		0.10	0.00
			緬甸	8,531	24	0.28				3.80	2.10		0.28	15.00
090300	馬黛茶類	324	智利	17,865	0	0.00	0.08	0.07	0.08	20.07	1.69	0.08	0.00	6.00
090619	肉桂花及其他肉桂,未壓碎或未研磨者	185	印度	45,902	0	0.00	0.16	0.20	0.10	10.91	1.05	-0.87	0.00	30.00
091011	暫時保藏之薑、其他薑,未壓碎或未研磨者	4,132	汶萊	1,879	0	0.00	0.00	0.03	0.29	10.64	3.04	0.69	0.00	0.00
			馬來西亞	40,644	2	0.00				3.97	1.13		0.02	0.00
091012	暫時保藏之薑、其他薑,壓碎或研磨者	121	汶萊	198	0	0.00	0.00	0.01	0.10	14.22	1.44	0.18	0.00	0.00
091099	麝香草、月桂葉、咖哩、其他香辛料	4,274	汶萊	933	0	0.00	0.38	0.47	0.40	7.34	2.92	0.49	0.00	0.00

說明: 1)RCA、TSI 之說明，請參閱表 3-1

2)RMS 為從進口面衡量該國該商品的比較劣勢，RMS>1 表示該商品具有比較劣勢，RMS<1 表示該商品不具有比較劣勢。

3)TCI 為貿易互補度，為出口國該商品的 RCA 指數與進口國該商品的 RMS 指數的相乘積，TCI>1 表示彼此貿易具有互補性，TCI 值愈高，表示互補性愈高。TCI<1 則表示彼此貿易不具互補性。

4)TII 為貿易密集度，TII>1 表示雙方貿易關係緊密，大於其與世界其他國家貿易的強度；TII<1 表示雙方貿易關係較為疏離，小於其與世界其他國家貿易的強度。

5)以上貿易指數之數學式定義與更詳盡的經濟意義，請參閱第三章第一節。

*：加拿大對進口結球萵苣採季節關稅，以 12 個月為週期，於 3 月 31 日以前的 16 週為高關稅期，每公斤 2.35¢，或不少於從價稅 12.5%，其餘時間為零關稅。在高關稅期間，重量小於 2.27kg 者，再加 4%關稅。

**：日本自臺進口值大於臺灣出口值，應該是由於兩國統計基礎不同所致。如果按照臺灣出口統計資料，2014 年臺灣向日本出口的冷凍菠菜為 2,384 千美元。

資料來源：本研究。

表 3-3 台灣與 TPP/RCEP 國家互補度高之農糧加工品

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅(%)
							2012年	2013年	2014年					
110100	小麥粉或雜麥粉	13,430	汶萊	8,799	0	0.00	0.10	0.12	0.16	8.84	1.37	0.04	0.00	0.00
110290	其他穀粉	1,881	汶萊	942	0	0.00	0.19	0.23	0.25	11.00	2.71	-0.15	0.50	0.00
		1,881	寮國	2,259	0	0.00	0.19	0.23	0.25	13.08	3.22	-0.15	0.00	5.00
		1,881	馬來西亞	20,760	483	2.33	0.19	0.23	0.25	4.18	1.03	-0.15	8.18	0.00
		1,881	紐西蘭	5,115	25	0.49	0.19	0.23	0.25	5.06	1.25	-0.15	0.09	2.50
110319	粗碾去殼之其他穀類及其細粒	235	汶萊	969	5	0.52	0.14	0.08	0.05	27.55	1.41	-0.89	0.79	0.00
110419	滾壓或製成細片之其他穀類	441	寮國	3,113	0	0.00	0.16	0.14	0.15	40.98	5.99	0.23	0.00	5.00
110422	去殼未脫皮、其他加工之燕麥	697	馬來西亞	2,611	1,150	44.04	0.55	0.28	0.50	2.05	1.02	-0.89	2.70	0.00
		697	墨西哥	16,213	0	0.00	0.55	0.28	0.50	6.65	3.29	-0.89	0.00	7.00
		697	美國	43,132	0	0.00	0.55	0.28	0.50	3.02	1.49	-0.89	0.02	0.50
110610	第 0713 節之各種乾豆類蔬菜製成之粉及細粒	527	澳大利亞	4,399	22	0.50	0.35	0.38	0.49	5.76	2.81	0.33	0.14	0.00
		527	加拿大	3,442	89	2.59	0.35	0.38	0.49	2.21	1.08	0.33	1.45	3.00
		527	智利	949	0	0.00	0.35	0.38	0.49	3.91	1.91	0.33	0.00	6.00
		527	紐西蘭	309	2	0.65	0.35	0.38	0.49	2.17	1.06	0.33	0.38	0.00
		527	美國	17,580	467	2.66	0.35	0.38	0.49	2.23	1.09	0.33	1.51	8.30
110620	西穀米或第 0715 節之根莖或塊莖製成之粉及細粒	872	汶萊	563	5	0.89	0.68	1.20	0.52	34.89	18.16	0.75	0.00	0.00
		872	加拿大	5,603	396	7.07	0.68	1.20	0.52	2.70	1.40	0.75	0.62	0.00
		872	韓國	5,499	3	0.05	0.68	1.20	0.52	2.33	1.21	0.75	0.00	8.00
		872	寮國	1,489	0	0.00	0.68	1.20	0.52	45.77	23.82	0.75	0.00	5.00
		872	馬來西亞	2,550	211	8.27	0.68	1.20	0.52	2.72	1.42	0.75	2.04	1.67

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCE P國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅(%)
							2012年	2013年	2014年					
		872	緬甸	932	0	0.00	0.68	1.20	0.52	9.34	4.86	0.75	0.00	4.00
		872	菲律賓	1,034	20	1.93	0.68	1.20	0.52	3.41	1.77	0.75	0.19	7.00
		872	美國	34,787	930	2.67	0.68	1.20	0.52	3.31	1.72	0.75	1.19	4.15
110630	第八章產品製成之粉及細粒	2,949	紐西蘭	1,853	23	1.24	0.84	0.61	0.57	2.77	1.58	-0.17	0.16	0.00
110819	其他澱粉	1,552	汶萊	192	1	0.52	0.56	0.62	0.44	4.00	1.77	-0.08	0.83	0.00
		1,552	韓國	29,670	0	0.00	0.56	0.62	0.44	4.23	1.87	-0.08	0.75	520.75
		1,552	馬來西亞	46,821	603	1.29	0.56	0.62	0.44	16.82	7.44	-0.08	1.70	0.00
		1,552	泰國	20,128	0	0.00	0.56	0.62	0.44	6.62	2.93	-0.08	0.40	5% or 0.50 Bath/K G whichever is higher
120300	乾椰子肉	21	菲律賓	52,556	0	0.00	0.01	0.03	0.01	122.55	1.13	-0.61	0.00	10.00
120810	大豆(黃豆)粉及細粒	6,731	緬甸	6,157	0	0.00	0.12	0.13	0.24	8.89	2.13	0.27	0.00	5.00
		6,731	秘魯	39,621	0	0.00	0.12	0.13	0.24	30.17	7.23	0.27	0.00	0.00
120890	其他非供食用之油料種子或含有油質果實之粉及細粒,芥末除外	735	秘魯	2,729	0	0.00	0.24	0.35	0.24	4.97	1.19	0.87	0.00	0.00

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅(%)
							2012年	2013年	2014年					
120999	其他種植用種子、果實及孢子	15,120	澳大利亞	20,773	13	0.06	1.70	2.35	2.27	3.28	7.44	0.51	0.09	0.00
		15,120	智利	1,649	0	0.00	1.70	2.35	2.27	0.82	1.86	0.51	0.00	6.00
		15,120	中國大陸	31,911	408	1.28	1.70	2.35	2.27	0.58	1.33	0.51	3.04	0.00
		15,120	印度	2,362	0	0.00	1.70	2.35	2.27	0.48	1.08	0.51	0.00	0.00
		15,120	日本	11,925	77	0.65	1.70	2.35	2.27	0.53	1.20	0.51	0.24	0.00
		15,120	寮國	174	0	0.00	1.70	2.35	2.27	0.86	1.95	0.51	0.00	5.00
		15,120	墨西哥	26,818	5	0.02	1.70	2.35	2.27	2.41	5.46	0.51	0.00	0.00
		15,120	緬甸	1,464	22	1.50	1.70	2.35	2.27	2.36	5.36	0.51	0.51	0.50
		15,120	紐西蘭	2,903	36	1.24	1.70	2.35	2.27	2.45	5.56	0.51	0.33	0.00
		15,120	秘魯	2,752	7	0.25	1.70	2.35	2.27	2.34	5.31	0.51	0.09	0.00
		15,120	越南	18,260	799	4.38	1.70	2.35	2.27	4.43	10.06	0.51	1.24	0.00
121120	人參根	17,915	加拿大	17,954	1,202	6.69	1.51	1.47	1.63	1.41	2.30	-0.38	1.86	0.00
		17,915	中國大陸	44,483	11	0.02	1.51	1.47	1.63	0.82	1.35	-0.38	0.27	16.88
		17,915	日本	77,106	1,531	1.99	1.51	1.47	1.63	3.45	5.64	-0.38	0.56	4.30
		17,915	馬來西亞	8,447	2,479	29.35	1.51	1.47	1.63	1.47	2.40	-0.38	6.58	0.00
		17,915	新加坡	16,170	430	2.66	1.51	1.47	1.63	1.60	2.62	-0.38	1.39	0.00
121190	其他藥用、香料用、殺菌用植物及植物之一部份(包括種子及果實),新鮮或乾燥,不論是否已切割壓碎或製粉	23,687	馬來西亞	84,062	683	0.81	0.36	0.42	0.48	2.77	1.34	-0.56	0.87	0.00
		23,687	新加坡	139,765	716	0.51	0.36	0.42	0.48	2.62	1.27	-0.56	0.06	0.00

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCE P國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅(%)
							2012年	2013年	2014年					
121221	適於人類食用海草及其他藻類,生鮮、冷藏或乾燥	5,163	澳大利亞	20,796	78	0.38	0.00	0.05	0.68	2.40	1.62	-0.79	0.22	2.50
		5,163	汶萊	328	0	0.00	0.00	0.05	0.68	2.40	1.62	-0.79	0.00	0.00
		5,163	智利	8,288	13	0.16	0.00	0.05	0.68	3.01	2.04	-0.79	0.02	6.00
		5,163	中國大陸	179,676	19	0.01	0.00	0.05	0.68	2.41	1.63	-0.79	0.20	14.77
		5,163	日本	178,714	273	0.15	0.00	0.05	0.68	5.78	3.91	-0.79	2.64	16.17
		5,163	紐西蘭	4,946	8	0.16	0.00	0.05	0.68	3.06	2.07	-0.79	0.00	0.00
		5,163	泰國	36,281	1	0.00	0.00	0.05	0.68	4.18	2.83	-0.79	0.00	5.00
140110	竹(竹竿、竹片、竹皮、竹根在內)	1,667	印尼	15,515	0	0.00	0.82	1.00	1.07	4.79	5.14	-0.04	0.00	30.00
		1,667	日本	6,356	69	1.09	0.82	1.00	1.07	1.11	1.19	-0.04	1.73	8.50
		1,667	紐西蘭	421	0	0.00	0.82	1.00	1.07	1.41	1.51	-0.04	0.00	0.00
		1,667	美國	17,724	2	0.01	0.82	1.00	1.07	1.07	1.15	-0.04	0.08	0.00
140120	籐條、籐心、籐絲、籐皮、籐片	115	中國大陸	26,565	3	0.01	0.32	0.27	0.32	4.40	1.40	-0.26	1.64	10.00
		115	新加坡	5,355	0	0.00	0.32	0.27	0.32	4.74	1.51	-0.26	0.00	0.00
140190	其他編結用植物材料	116	秘魯	1,123	0	0.00	0.14	0.06	0.16	9.50	1.50	-0.81	0.00	0.00
150790	精製大豆(黃豆)油及其餾分物	6,592	智利	112,090	0	0.00	0.51	0.62	0.23	16.85	3.92	0.91	0.00	6.00
		6,592	秘魯	19,872	0	0.00	0.51	0.62	0.23	5.12	1.19	0.91	0.00	0.00
151229	精製棉子油及其餾分物	2,512	澳大利亞	10,000	0	0.00	0.43	0.56	1.54	8.30	12.79	1.00	0.00	5.00
		2,512	汶萊	747	0	0.00	0.43	0.56	1.54	39.22	60.41	1.00	0.00	0.00
		2,512	加拿大	10,535	0	0.00	0.43	0.56	1.54	4.30	6.62	1.00	0.00	9.50
		2,512	日本	6,255	0	0.00	0.43	0.56	1.54	1.46	2.24	1.00	0.00	0.00
		2,512	馬來西亞	12,582	2,493	19.81	0.43	0.56	1.54	11.38	17.53	1.00	6.64	0.00
		2,512	墨西哥	15,427	0	0.00	0.43	0.56	1.54	7.29	11.22	1.00	0.00	0.00
		2,512	紐西蘭	1,194	0	0.00	0.43	0.56	1.54	5.31	8.18	1.00	0.00	0.00
		2,512	新加坡	1,911	397	20.77	0.43	0.56	1.54	0.99	1.52	1.00	8.11	0.00
		2,512	美國	9,766	0	0.00	0.43	0.56	1.54	0.79	1.21	1.00	0.00	5.6cen

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
														ts/kg
151550	芝麻油及其餾分物	26,451	澳大利亞	9,950	1,149	11.55	8.78	8.20	6.04	3.37	20.36	0.78	1.16	0.00
		26,451	汶萊	291	2	0.69	8.78	8.20	6.04	6.24	37.64	0.78	0.00	0.00
		26,451	加拿大	12,773	1,990	15.58	8.78	8.20	6.04	2.13	12.84	0.78	1.42	8.50
		26,451	智利	236	32	13.56	8.78	8.20	6.04	0.25	1.52	0.78	0.77	6.00
		26,451	中國大陸	5,666	2,573	45.41	8.78	8.20	6.04	0.22	1.35	0.78	3.86	12.00
		26,451	香港	625	2	0.32	8.78	8.20	6.04	3.02	18.24	0.78	0.03	7.00
		26,451	印度	6,419	0	0.00	8.78	8.20	6.04	1.08	6.50	0.78	0.00	71.67
		26,451	印尼	2,856	11	0.39	8.78	8.20	6.04	1.24	7.46	0.78	0.03	5.00
		26,451	日本	6,079	419	6.89	8.78	8.20	6.04	0.58	3.48	0.78	0.61	8.50 yen/kg ; 10.40 yen/kg
		26,451	韓國	2,140	0	0.00	8.78	8.20	6.04	0.31	1.90	0.78	0.00	630% or 12,060 won/kg whichever is the greater
		26,451	馬來西亞	4,126	680	16.48	8.78	8.20	6.04	1.52	9.20	0.78	1.28	0.00
		26,451	墨西哥	4,640	414	8.92	8.78	8.20	6.04	0.89	5.40	0.78	0.23	10.00
		26,451	緬甸	214	0	0.00	8.78	8.20	6.04	0.74	4.48	0.78	0.00	1.50
		26,451	紐西蘭	1,688	161	9.54	8.78	8.20	6.04	3.06	18.49	0.78	2.13	0.00
		26,451	秘魯	1,147	1	0.09	8.78	8.20	6.04	2.10	12.65	0.78	0.00	0.00
		26,451	菲律賓	2,103	344	16.36	8.78	8.20	6.04	2.39	14.46	0.78	0.60	3.00

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCE P國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
		26,451	新加坡	7,714	713	9.24	8.78	8.20	6.04	1.62	9.80	0.78	0.90	0.00
		26,451	泰國	1,537	167	10.87	8.78	8.20	6.04	0.52	3.14	0.78	0.91	27% or 0.75 Bath/Litre whichever is higher ; 27% or 5 Bath/Litre whichever is higher
		26,451	美國	72,220	16,054	22.23	8.78	8.20	6.04	2.37	14.33	0.78	1.94	0.68 cents/kg
		26,451	越南	1,278	2	0.16	8.78	8.20	6.04	0.67	4.02	0.78	0.06	12.33
151610	動物油脂及其餾分物	146	紐西蘭	4,185	0	0.00	0.08	0.05	0.07	15.09	1.12	-0.61	0.00	0.00

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
151790	其他可食用動植物油脂混合品或調製品,第1516節食用油脂或其餾分物除外	10,086	智利	159,626	0	0.00	0.02	0.03	0.13	10.54	1.42	-0.14	0.03	6.00
151800	沸製、氧化、脫水、硫化、吹製,在真空中或惰性氣體中行聚合化或經其他化學方法改質之動、植物油脂及其餾分物,但不包括第1516節所列產品	31,173	墨西哥	80,940	0	0.00	0.51	0.60	0.91	1.18	1.07	0.69	0.00	8.33
		31,173	菲律賓	337,269	96	0.03	0.51	0.60	0.91	29.04	26.38	0.69	0.04	3.00
170191	其他固體甘蔗糖或甜菜糖及化學級純蔗糖,含有添加香料或色素者	659	寮國	846	0	0.00	0.04	0.08	0.25	5.11	1.26	0.24	0.00	10.00
170250	化學級純果糖	2,033	印度	9,608	0	0.00	0.25	0.28	0.36	2.97	1.07	0.36	6.49	5.00
		2,033	墨西哥	32,443	0	0.00	0.25	0.28	0.36	4.47	1.61	0.36	0.00	125.00
170260	其他果糖及果	8,118	加拿大	56,925	99	0.17	0.23	0.37	0.50	2.47	1.24	0.94	0.06	3.50

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
	糖漿,在乾燥狀態下含果糖重量超過50%者,轉化糖除外	8,118	印度	34,059	398	1.17	0.23	0.37	0.50	3.85	1.93	0.94	0.12	5.00
		8,118	墨西哥	365,651	2	0.00	0.23	0.37	0.50	18.40	9.21	0.94	0.00	125.00
		8,118	菲律賓	62,502	61	0.10	0.23	0.37	0.50	18.58	9.30	0.94	0.90	7.00
		8,118	越南	31,407	501	1.60	0.23	0.37	0.50	4.28	2.14	0.94	2.58	15.00
170290	其他,包括轉化糖與其他糖及糖漿混合物,在乾燥狀態下含果糖重量51%者	4,349	菲律賓	60,540	80	0.13	0.28	0.22	0.20	11.23	2.28	-0.35	0.84	3.00
180610	可可粉,加糖或其他甜味料者	2,722	汶萊	3,831	5	0.13	0.09	0.22	0.34	42.48	14.52	0.52	0.27	0.00
		2,722	寮國	1,125	0	0.00	0.09	0.22	0.34	6.19	2.12	0.52	0.00	10.00
		2,722	緬甸	2,305	0	0.00	0.09	0.22	0.34	4.13	1.41	0.52	0.00	15.00
190190	其他第1901節所屬之調製品	64,792	汶萊	5,896	16	0.27	0.39	0.51	0.47	4.00	1.88	-0.51	0.61	0.00
		64,792	印度	178,344	2	0.00	0.39	0.51	0.47	2.44	1.15	-0.51	0.06	5.00
		64,792	寮國	8,439	0	0.00	0.39	0.51	0.47	2.84	1.33	-0.51	0.00	10.00
		64,792	馬來西亞	316,655	649	0.20	0.39	0.51	0.47	3.70	1.74	-0.51	0.44	3.44
		64,792	緬甸	115,786	24	0.02	0.39	0.51	0.47	12.69	5.96	-0.51	0.02	12.20
		64,792	菲律賓	71,913	21	0.03	0.39	0.51	0.47	2.59	1.22	-0.51	1.10	4.40
		64,792	泰國	284,626	84	0.03	0.39	0.51	0.47	3.05	1.43	-0.51	0.09	4.50
		64,792	越南	175,131	16	0.01	0.39	0.51	0.47	2.89	1.36	-0.51	0.12	13.30
190230	其他粉條	63,094	澳大利亞	74,720	613	0.82	1.20	1.39	1.33	2.48	3.31	0.55	2.78	5.00
		63,094	汶萊	13,124	11	0.08	1.20	1.39	1.33	27.54	36.76	0.55	0.10	0.00
		63,094	加拿大	181,928	2,159	1.19	1.20	1.39	1.33	2.97	3.96	0.55	0.26	3.57
		63,094	香港	63,481	17	0.03	1.20	1.39	1.33	30.05	40.11	0.55	0.01	15.00
		63,094	寮國	29,890	0	0.00	1.20	1.39	1.33	31.11	41.52	0.55	0.00	10.00
		63,094	馬來西亞	115,898	96	0.08	1.20	1.39	1.33	4.19	5.59	0.55	0.35	7.00

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
		63,094	緬甸	21,430	0	0.00	1.20	1.39	1.33	7.27	9.70	0.55	0.00	15.00
		63,094	紐西蘭	41,067	821	2.00	1.20	1.39	1.33	7.30	9.74	0.55	0.69	5.00
		63,094	菲律賓	11,290	254	2.25	1.20	1.39	1.33	1.26	1.68	0.55	1.40	15.00
		63,094												
190300	由澱粉製成之粉片狀、粒狀、珍珠狀、經篩濾之粉狀或類似形狀之樹薯粉及其代用品	25,320	澳大利亞	1,628	502	30.84	17.26	16.05	17.13	1.65	28.18	0.97	1.34	0.00
		25,320	汶萊	20	9	45.00	17.26	16.05	17.13	1.28	21.89	0.97	6.08	0.00
		25,320	加拿大	3,165	1,551	49.00	17.26	16.05	17.13	1.57	26.92	0.97	0.86	0.00
		25,320	智利	33	25	75.76	17.26	16.05	17.13	0.10	1.80	0.97	0.58	6.00
		25,320	中國大陸	7,707	4,125	53.52	17.26	16.05	17.13	0.91	15.50	0.97	1.65	15.00
		25,320	香港	180	60	33.33	17.26	16.05	17.13	2.59	44.44	0.97	1.07	35.00
		25,320	印尼	328	0	0.00	17.26	16.05	17.13	0.16	2.81	0.97	0.00	30.00
		25,320	印度	123	123	100.00	17.26	16.05	17.13	0.16	2.72	0.97	17.08	5.00
		25,320	日本	3,196	864	27.03	17.26	16.05	17.13	0.90	15.50	0.97	0.67	9.60
		25,320	韓國	4,609	4,020	87.22	17.26	16.05	17.13	2.02	34.54	0.97	2.14	8.00
		25,320	寮國	60	0	0.00	17.26	16.05	17.13	1.90	32.57	0.97	0.00	10.00
		25,320	馬來西亞	1,527	647	42.37	17.26	16.05	17.13	1.68	28.80	0.97	4.51	5.00
		25,320	墨西哥	877	195	22.23	17.26	16.05	17.13	0.50	8.64	0.97	0.08	10.00
		25,320	緬甸	401	20	4.99	17.26	16.05	17.13	4.14	70.96	0.97	0.16	1.00
		25,320	紐西蘭	2,088	51	2.44	17.26	16.05	17.13	11.30	193.53	0.97	0.13	0.00
		25,320	菲律賓	1,520	410	26.97	17.26	16.05	17.13	5.16	88.41	0.97	1.69	15.00
		25,320	新加坡	1,576	901	57.17	17.26	16.05	17.13	0.99	16.95	0.97	2.39	0.00

HS 6位碼	產品名稱	2014年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RCEP國家	2014年該國進口值 (千美元)	2014年該國自台進口值 (千美元)	2014年台於該國市佔率 (%)	台灣RCA			該國進口RMS	互補度TCI	專業化指數TSI	密集度TII	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
		25,320	泰國	131	31	23.66	17.26	16.05	17.13	0.13	2.26	0.97	3.13	30.00
		25,320	美國	15,425	5,360	34.75	17.26	16.05	17.13	1.51	25.90	0.97	1.82	0.00
		25,320	越南	224	140	62.50	17.26	16.05	17.13	0.35	5.97	0.97	8.03	40.00
190410	膨潤或焙製穀類或穀類產品之調製食品	18,184	紐西蘭	36,428	131	0.36	0.17	0.18	0.26	3.88	1.02	0.31	0.75	5.00
190490	預煮或以其他方式調製之粒狀、片狀或其他加工(粉、碎粒及細粒除外)之未列名穀類(玉蜀黍(玉米)除外)產品	7,347	澳大利亞	32,220	177	0.55	0.43	0.42	0.41	2.59	1.06	0.81	1.27	4.00
		7,347	汶萊	2,920	0	0.00	0.43	0.42	0.41	14.83	6.07	0.81	0.48	0.00
		7,347	加拿大	101,336	915	0.90	0.43	0.42	0.41	4.00	1.64	0.81	0.25	4.07
		7,347	寮國	3,453	0	0.00	0.43	0.42	0.41	8.70	3.56	0.81	0.00	10.00
		7,347	紐西蘭	10,463	41	0.39	0.43	0.42	0.41	4.50	1.84	0.81	0.19	5.00
		7,347	秘魯	22,901	0	0.00	0.43	0.42	0.41	9.92	4.06	0.81	0.00	6.00
		7,347	菲律賓	28,017	0	0.00	0.43	0.42	0.41	7.56	3.10	0.81	0.06	7.00
190540	乾麵包,烘焙麵包及類似烘焙製品	5,242	汶萊	678	0	0.00	0.52	0.54	0.46	4.98	2.28	0.38	0.00	0.00
190590	其他第1905節所屬之貨品	125,478	汶萊	20,351	77	0.38	0.41	0.42	0.40	5.63	2.25	0.21	1.16	0.00

說明: RCA、RMS、TRCI、TSI、TII等貿易指標之相關說明,請參閱表3-1及3-2,或報告第三章第一節主文。

資料來源:本研究。

三、值得加強拓銷之產品與市場

表 3-5 除了列出我國各項具有出口潛力的 HS 8 位碼共 21 項產品，同時依據 2015 年我國出口貿易值大小，我國與對象國貿易互補度高者，列出最值得我國加強開拓的出口市場，以下按產業鏈或產品別加以說明。

（一）蘭苗、蘭株及蘭花（鮮切花）（HS 06029091、06029099、06031300）¹⁴

蘭花（鮮切花）及活植物是我國農糧產品少數在國際市場表現極為亮眼的項目，2015 年我國 RCA 指數分別為 6.8 及 1.7，顯示我國產品在國際市場具有相對的比較優勢。依表 3-2 顯示，060290 為其他活植物，包含蘭苗、蘭株及其他活植物等，我國與加拿大¹⁵、緬甸¹⁶的互補度最高，互補度分別為 1.07 及 21.01，但針對 HS 8 位碼有關活植物之進口，其中緬甸之進口值仍然十分有限，故 2015 年緬甸並未自我國進口。至於加拿大若以 HS0602909090 其他活植物來看，2015 年進口值有 2148.6 萬美元，其中以自美國進口為主，自我國進口只有 4000 美元。以我國實際出口值來看，2015 年加拿大為我國第 7 大出口市場，顯示加國是值得我國進一步開發的市場；在蘭花（鮮切花）方面，我國與日本、越南、汶萊、澳洲貿易互補度最高，雙方互補度分別為 33.9、23.6、21.9 及 13.7，其中日本為我國主要的出口市場，澳洲頗值得我國加強開拓。至於越南，目前主要是自泰國進口秋石斛，我國對越出口則主要為蝴蝶蘭及文心蘭苗株，此外越南也是我國文心蘭與蝴蝶蘭切花在日本之主要競爭對手。至於汶萊，市場較小，我國出口與其進口雖然互補性高，但

¹⁴ 由於相通的國際商品碼只到 HS6 位碼，以下凡是在 HS8 位碼（含）以上的商品名稱與稅號，均是我國的 HS 稅號與品名。

¹⁵ 加拿大於 HS060290 活植物之下，雖然將活植物細分為 20 種活植物，但並未有針對蝴蝶蘭之稅號，按其稅號分類，蝴蝶蘭應歸屬於 0602909090 其他用於生活、蔬菜或傳播目的之活植物。

¹⁶ 緬甸於 HS060290 活植物分類下，只有一個分類，即 06029000 活植物，並未將蝴蝶蘭細分出來。

就其總進口量而言，需求有限¹⁷。

2015 年我國出口蘭苗總值共 4,376 萬美元，出口蘭株 1.23 億美元，出口蘭花（鮮切花）2,080 萬美元，三者合計出口值達 1.86 億美元。就我國已有相當出口實績，未來值得進一步加強開拓的市場言，在蘭苗階段主要是荷蘭、美國、越南、韓國、德國、日本，在蘭株階段主要是美國、日本、韓國、荷蘭、澳洲、越南。在蘭花階段主要是日本、韓國、美國、丹麥、阿拉伯聯合大公國及香港。此顯示由於國際分工與各國國內市場需求因素，蘭花植株在不同的生長階段，對我國產品的需求各不相同，導致我國銷售業績在各國之差異；其中在蘭苗階段是以荷蘭、美國為主，兩市場合計占我國蘭苗出口之 48%；在蘭花成株階段，是以美國、日本為主，兩市場合計占我國蘭株出口之 61%。在蘭花（鮮切花）階段則以日本、韓國為主，兩大市場占我國出口總值 84.7%。

未來若我國得以加入 RCEP 及 TPP，由於韓國及越南對蘭花（鮮切花）之關稅率分別為 25%及 20%，將有利於我國蘭花（鮮切花）之擴大出口；反之，若無法參與，則其高關稅將成為限制我國對其出口的重要障礙。

（二）生鮮或冷藏結球萵苣（HS 07051100）

生鮮或冷藏結球萵苣我國出口的 RCA 指數只有 0.65，沒有大於 1，但也不是特別低，由於汶萊、加拿大的進口需求明顯偏高，因此雙方的互補度仍然大於 1，分別為 1.68 及 2.03。2015 年我國出口值達 897 萬美元，其中日本市場占 74.4%，是我國最重要出口市場，其次為韓國（占 13.3%）、新加坡（占 10.9%）、香港、馬來西亞、中國大陸。2014 年我國曾有對加拿大出口少許，但 2015 年沒有，未來若能加強我方對其出口通路之開拓，應可擴大我國出口績效。

¹⁷ 由於汶萊進口市場需求有限，故我國出口雖與其進口之互補度高，但在以下分析我國主要出口市場時，並不具重要性，故將予以省略，特此說明。

（三）毛豆及冷凍毛豆（HS 07089000104、071029901）

我國冷凍豆類蔬菜（071029）的 RCA 指數為 14.1，為我國所有農糧產品最具有顯示性比較利益的項目。另外生鮮豆類蔬菜之 RCA 值為 1.13，亦具有比較利益。2015 年我國生鮮豆類蔬菜及冷凍豆類蔬菜出口值達 7,146 萬美元，主要出口市場為日本，兩者合計顯示我國毛豆在國際市場具有相當突出的顯示性比較優勢。在冷凍豆類蔬菜(HS 071029)之下，冷凍毛豆的出口值最高，其稅號為 071029901。在日本 HS 稅號中，071029010 為冷凍毛豆，2015 年其進口總值為 1.53 億美元，自我國進口 6,759 萬美元，我國市占率達 44.3%，其次進口來源國為泰國與中國大陸，其市占率分別為 29%及 22.4%。在 HS070890 豆類蔬菜中，則以 HS07089000104 毛豆為主，2015 年我國出口 150.9 萬美元，99.6%均銷往日本。在日本稅號為 07089000 豆類蔬菜，根據 Trade map 資料，我國為日本該稅號豆類蔬菜之唯一進口來源。

以互補度言，其他豆類蔬菜與我國互補度高者有汶萊（4.69）、馬來西亞（1.24）、紐西蘭（5.08）及新加坡（2.36），但欲了解毛豆之進口時，各國稅則皆未將毛豆單獨列出，故難以推論我國毛豆在此類國家市場是否具有開拓之潛力¹⁸。

至於冷凍豆類蔬菜，與我國貿易互補度高者還有智利¹⁹（17.91）、美國²⁰（8.39）、韓國²¹（6.58）及泰國²²（5.38），但是除了美國市場我國已有出口實績外，智利、韓國、泰國市場皆值得我國進一步開發。在已有出口實績之市場中，我國產品在日本、美國、加拿大、澳洲、阿拉伯聯合大公國未來應可進一步擴大市場。尤其泰國、韓國對冷藏豆類蔬菜的關稅率高達 40%及

¹⁸ 未來在資源許可時，可以進一步了解其市場需求，或由我方駐外人員幫忙查證。

¹⁹ 智利在冷凍蔬菜（稅號 HS071029）之下，2015 年有進口值 140.4 萬美元，其中來自台灣者僅有 14 美元。

²⁰ 美國在冷凍蔬菜（稅號 071029）之下之冷凍豆類蔬菜稅號為 0710294000，2015 年其進口值為 1124.8 萬美元，其中來自台灣者值 9.5 萬美元。

²¹ 在 Trade map 中韓國的貿易資料只到 HS 6 位碼為止，無更細項資料。

²² 泰國冷凍豆類蔬菜稅號為 07102900000，2015 年其進口值為 83.1 萬美元，未自我國進口。

29%，在 RCEP 中，若泰國、韓國均調降關稅，而我國若無法加入，對我國欲拓展該地區出口市場將是嚴重的障礙。

（四）鮮或乾之番石榴（HS 08045010）

HS 080405 包含三種鮮果，分別為番石榴、芒果及山竹果，我國 RCA 值 0.64，其中我國有出口的主要是番石榴與芒果。與我國互補度高者主要是汶萊（2.68）與越南（4.35）。

2015 年我國出口番石榴 495.8 萬美元，主要出口市場為加拿大（占 35.8%）、中國大陸（34.9%）、香港（16.1%）、新加坡（11.3%）、阿拉伯聯合大公國（1.72%）。由於我國 RCA 指數為 0.64，沒有偏高，但也不算特別低，故如果對象國進口需求強烈，則我國即具有開拓市場潛力。由於越南 2014 年進口此類²³水果金額達 1.25 億美元，進口需求強烈，未來值得我國加強開拓。由於我國番石榴品質優良，目前我國出口之前 5 大出口市場亦可擴大出口，而越南與中國大陸關稅率分別為 25%及 15%，對於我國參與區域經濟整合具有重要意義。

（五）鮮或乾芒果（HS08045020）

2015 年我國出口芒果 2,734.6 萬美元，是我國重要的出口水果項目，與番石榴一樣，我國芒果在國際市場的表現主要視對象國的進口需求強度。依出口值而言，2015 年我主要出口市場為：韓國、中國大陸、日本、香港、新加坡，未來越南值得進一步開發。其中韓國及越南稅率分別為 30%及 25%，對我國出口績效有重要影響。若依出口重量來看，出口市場重要性略有更變，我出口中國大陸達 4,701,963 公斤最多，其次為香港 2,714,242 公斤、南韓 1,769,085 公斤、日本 804,913 公斤、新加坡 716,253 公斤。

²³ 越南在 Trade map 的貿易資料，在 HS 080450 之下，未進一步細分，即鮮或乾番石榴、芒果及山竹之 HS 碼均為 08045000。

（六）其他鮮或乾之柑橘類果實（HS 08059000）

2015 年我國出口其他生鮮或乾柑橘 290 萬美元，RCA 指數為 1，在水果項目中是頗具有競爭優勢的品項，主要出口市場為中國大陸（占 81.7%）、新加坡（4.9%）、馬來西亞（4.5%）、加拿大（2.9%）、印尼（2.6%）、香港（2.3%）。此外我國與汶萊、緬甸、寮國的互補度亦高，惟該 3 國進口市場較有限，總計未超過 50 萬美元。但寮國、中國大陸、緬甸關稅率分別為 40%、30%及 15%，若未能加入 RCEP，未來可能使我國柑橘位於極不利的競爭情勢。

惟與其他柑橘類似的柑橘果實尚有 HS 080540 葡萄柚、HS 080550 檸檬及萊姆、HS 080520 中國種之柑橘及 HS 080510 橙等果實，針對此四類柑橘類果實，我國在國際市場之表現均不具有顯示性比較利益，其中 RCA 值最高者為葡萄柚 0.368，其餘三項均不到 0.1，就貿易專業化指數（TSI）來看，葡萄柚為 0.38，中國種之柑橘為 0.21，另外兩項則為-0.61 及-0.31，遠不及 080590 其他柑橘之 0.8。

HS6 位碼	中文貨名	台灣出口（千美元）			台灣進口（千美元）			顯示性比較利益 RCA			貿易專業化指數 TSI		
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
080510	橙	1,444	1,232	2,319	9,417	9,807	9,586	0.018	0.017	0.03	-0.73	-0.78	-0.61
080520	中國種之柑類（寬皮柑、溫州蜜柑在內）；地中海早橘、螺柑及其他同類雜交果實	5,092	4,116	5,713	2,570	3,062	3,693	0.068	0.053	0.073	0.33	0.15	0.21
080540	葡萄柚，包括柚	2,652	3,475	5,155	4,224	3,215	2,319	0.186	0.252	0.368	-0.23	0.04	0.38
080550	檸檬及萊姆	30	328	652	539	841	1,250	0.001	0.007	0.013	-0.89	-0.44	-0.31

（七）其他鮮果（HS 081090）

其他鮮果類我國出口 RCA 指數為 0.85，算是表現不錯且在持續改善中

的農糧產品。與我國出口呈現互補度較高的是汶萊(7.65)、中國大陸(2.79)及印尼(3.33)，就出口值而言，表現優異的項目有鮮荔枝、鮮楊桃、鮮釋迦及蓮霧等4項，以下分別說明：

1.鮮荔枝 (HS 08109010107)

2015年我國出口荔枝209.6萬美元。依出口值，主要出口市場為：日本(占50.6%)、新加坡(20.9%)、美國(17.5%)、韓國(6%)、加拿大(2%)。根據表3-2顯示，我國與中國大陸、汶萊及印尼其他鮮果之互補度分別2.79、7.65及3.3，中國大陸市場2015年進口值為2,482.9萬美元，主要進口來源為越南(進口值2,106.7萬美元)市占率達84.8%，其次為泰國，占15.2%。由於中國大陸對鮮荔枝之進口大於我國出口，顯然應該是值得我方進一步開拓之市場。至於汶萊與印尼2015年進口值分別為5.6萬美元及31.3萬美元，進口需求明顯較中國大陸弱。故中國大陸是值得我商進一步開拓之市場。此外韓國對此類新鮮水果的關稅率高，未來在TPP或RCEP中，韓國若降稅，則我方應該亦具有值得進一步開拓之潛力。若依出口重量來看，我國總計出口535,910公斤，出口美國最多達188,700公斤，其次是日本152,478公斤、新加坡137,953公斤、加拿大29,690公斤、韓國14,367公斤。而我國冷凍荔枝(HS08119022004)僅出口日本，出口值為48.3萬美元。

2.鮮楊桃 (HS 08109040)

2015年我國出口鮮楊桃272萬美元，我國主要出口市場為：香港(占34%)、中國大陸(26%)、美國(19.6%)、加拿大(19.1%)、新加坡(1.2%)，此外我國與印尼互補度高，而且印尼為鮮果類全球第8大進口國，市場容量大，目前關稅率僅5%，值得未來進一步擴大開拓市場。

3.鮮釋迦 (HS 08109060)

2015年我國出口鮮釋迦2,806萬美元，主要出口市場為中國大陸(占98.9%)，其他次要出口地區為：香港、印尼、馬來西亞、新加坡，惟出口值

均極為有限。目前中國大陸關稅介於 12%到 30%之間，馬來西亞最高關稅達 30%，值得我國未來在談判中爭取其立即取消關稅。

4.蓮霧 (HS 08109099101)

2015 年我國出口蓮霧 559.5 萬美元，主要出口市場為：中國大陸占 96%，其次為香港占 3.3%。按 HS 6 位碼其他鮮果項目，我國與汶萊、中國大陸、印尼貿易互補均高，惟目前我國蓮霧對印尼尚未有出口，未來值得加強開拓。

(八)紅茶(發酵)及部分發酵茶，每包不超過 3 公斤(HS 090230)

每包不超過 3 公斤包裝之紅茶（發酵）及部分發酵茶，我國出口 RCA 指數 0.55，不算高，但如果對象國進口需求強烈，則雙方貿易互補度將高於平均值，而與我國出口呈現互補度較高的是美國（2.23）、紐西蘭（2.9）、緬甸（1.15）、智利²⁴。在我國主要出口市場中，韓國、中國大陸、緬甸、智利對紅茶（發酵）及部分發酵茶的關稅分別為 40%、15%、15%及 6%（詳見表 4-3-12）在此 HS 6 位碼項之下，我國主要出口項目為部分發酵（09023020009）及其他紅茶（09023090004）。如果能於未來貿易談判時取得消除關稅之優惠待遇，尤其值得開發。

1.部分發酵茶，每包不超過 3 公斤（HS 09023020009）

2015 年我國出口部分發酵茶(每包不超過 3 公斤包裝)1,408.3 萬美元，主要出口市場為：中國大陸（占 64.2%）、香港（7.8%）、美國（7.8%）、加拿大（4.6%）。若由進口國市場規模來看，中國大陸市場亦最重要。2015 年中國大陸進口部分發酵茶達 3,540.4 萬美元，我國產品在其市占率約 45%。主要原因可能是我國已經藉由 ECFA 取得零關稅待遇，其餘國家，則我國產

²⁴ 美國、紐西蘭、智利的進口稅則在 HS090230 之下未針對發酵茶或部分發酵茶加以區分。緬甸則缺乏近幾年之相關貿易資料。

品在其進口市場占有率皆偏低，例如：香港 2015 年進口 405.8 萬美元，我國在其進口市場僅占 7%；此外在美、加²⁵市場，我國市占率亦偏低，未來均值得進一步擴大。在紐西蘭及智利市場，由於彼此互補度高，但我國對紐西蘭出口僅 4,042 美元，市占率 0.03%，對智利則尚無出口。在緬甸，目前緬甸對部分發酵茶有 15%關稅，未來在 RCEP 之下，若其將降稅，值得我國進一步開拓此潛在市場。

2.其他紅茶（發酵），每包不超過 3 公斤（HS09023090004）

2015 年我國其他發酵紅茶出口 1,225.8 萬美元，主要出口市場為：中國大陸（34.04%）、美國（15.78%）、韓國（10.23%）、香港（9.70%）、馬來西亞（5.40%）、加拿大（4.72%）。而我國出口紐西蘭僅 3.1 萬美元，占我國該項產品出口比重 0.26%；出口緬甸僅 2.6 萬美元，占比 0.21%；出口智利更少，僅 1,457 美元，占比 0.01%。其中除中國大陸以外，我國紅茶在各國進口市占率皆偏低，未來值得加強開拓。此外韓國對茶的關稅率達 40%，如果因為 TPP 及 RCEP 韓國未來將降低關稅，則我國是否加入 TPP/RCEP，對紅茶之向韓國市場擴大出口將有重要影響。

（九）其他種植用種子（HS 12099900）

其他種植種子（120999）我國 RCA 值 2.27，屬於我國具有顯示性比較利益之商品，2015 年我國出口種植用種子 1,411 萬美元，主要出口市場為：印度（占 31%）、中國大陸（18%）、巴西（7%）、美國（5%）、越南（5%）、新加坡（5%）。其中僅印度有 5%關稅，其餘國家則均為零關稅。在此 HS 8 位碼分類下又分西瓜種子、果樹種子、馬拉邦栗種子、果實及未列名種子，其中出口最高者為果樹種子，2015 年我國出口值 600.2 萬美元，主要出口至印度，占 5%。出口值次高者為未列名種子，2015 年我國出口 467.6 萬美元，以出口中國大陸 158.9 萬美元最高。第三高為西瓜種子，2015 年我國出口

²⁵ 美國、加拿大、智利、紐西蘭等對茶的稅則分類與我國不同，無法完全相互對照分析。

303.3 萬美元，以出口中國大陸、荷蘭、新加坡等為主，分別占 18%、17% 及 14%。由於我國在各國市佔率均偏低，但我國與澳洲(7.44)、墨西哥(5.46)、緬甸(5.36)、紐西蘭(5.56)、秘魯(5.31)、越南(10.06) 等之互補度較高，未來值得加強開拓。

表 3-4 我國其他種植用種子項目下，細項產品出口市場

HS 11 位碼	品名	2015 年台灣出口值 (千美元)	主要出口市場	出口金額 (千美元)	重要出口市場，出口 份額 (%)
12099900107	西瓜種子	3,033	中國大陸	540	17.8
			荷蘭	514	16.9
			新加坡	420	13.8
			印度	303	10.0
			香港	195	6.4
			美國	106	3.5
12099900205	果樹種子	6,002	印度	3,198	53.2
			巴西	920	15.3
			美國	398	6.6
			越南	214	3.6
			多明尼加	178	3.0
			玻利維亞	170	2.8
12099900900	未列名種子	4,676	中國大陸	1,589	40.0
			印度	812	17.4
			越南	467	10.0
			香港	339	7.2
			泰國	279	6.0
			美國	221	4.7

(十) 芝麻油及其餾分物 (HS 15155000)

芝麻油及其餾分物為我國 RCA 值 6.04，出口具有顯示性比較利益，2015 年我國出口 2,101 萬美元，主要出口市場為美國（占 63.7%）、加拿大（占 8.6%）、澳洲（占 5.1%）、新加坡（占 5%）、波蘭（占 3.2%）及中國大陸（占 2.6%），其中中國大陸關稅達 12%，加拿大關稅介於 6%~11%之間，美國為從量稅，每公斤 0.68 分，在未來經濟整合談判中皆可能降稅至零。若我國得以加入，將對我國出口有利。另外與我國互補度較高者還有印度（7.46）、

柬埔寨（18.49）、菲律賓（14.46），顯示其進口需求強烈，尤其印度及柬埔寨關稅高達 71.7%，以及韓國關稅達 630%，互補性 1.9，未來若能調低關稅，將可使我國出口明顯獲益。

（十一）環氧大豆油（HS 15180040）

HS 151800 動植物油脂我國 RCA 值 0.91，尚可屬於具有競爭優勢的項目，其中我國最重要的出口項目為環氧大豆油（15180040），2015 年我國出口大豆油 1,379 萬美元，主要出口市場為日本（占 30%）、印尼（占 13%）、泰國（占 13%）、越南（占 12%）、中國大陸（占 6.3%）及新加坡（占 5%），其中泰國現行關稅達 27%最高，其次是中國大陸關稅達 10%，相對於已與東協及中國大陸簽署 FTA 的國家言，我國明顯居於不利地位。此外，日本及越南稅率分別為 2.5%及 5%，在 TPP 生效後，亦使我國相對於 TPP 成員而居於不利地位。與我國互補度高者為菲律賓（26.38）及墨西哥（1.07），就進口而言，菲律賓對大豆油之進口需求強烈，其關稅為 3%，惟我國對其出口極其微小，未來值得我國加強拓銷，應該具有擴大市場占有率之潛力。

（十二）其他果糖及果糖漿（HS 17026000）

其他果糖（HS 170260）我國 RCA 值 0.5，出口優勢不算明顯，惟如果進口國需求強烈，我國仍有出口機會。

2015 年我國出口其他果糖及果糖漿（HS 17026000）878 萬美元，主要出口市場為：美國（占 32.4%）、中國大陸（占 22.8%）、越南（占 13.5%）、香港（占 4.7%）、菲律賓（占 3.6%）及澳洲（占 3.4%）。其中中國大陸稅率最高達 30%。若 RCEP 達成協議，對我國出口將最為不利。其他 TPP 成員包括：越南稅率 15%、美國稅率介於 5.1%~6%，澳洲稅率 5%，則顯示我國產品相對於 TPP 成員已有 5%~15%關稅差距之不利。在進口需求方面，墨西哥與菲律賓之進口需求強烈，與我國互補度分別為 9.21 及 9.3，其目前關稅率 125%及 7%，未來值得我國加強出口行銷，同時加入區域經濟整合應可提

升我國市占率。

（十三）生鮮或冷凍之樹薯、其他甘藷類屬之產品（071490）

生鮮或冷凍之樹薯或其他甘藷類產品(除荸薺、葛根、山藥、蓮藕以外)，我國 RCA 值 0.67，與我國貿易互補度最高者為馬來西亞（5.79）及紐西蘭（6.4）。其中在馬來西亞，其主要進口來源為：中國大陸、泰國。在紐西蘭，其主要進口來源為：斐濟、薩摩亞、泰國。然 2015 年我國出口此類根莖塊類產品（071490）120.6 萬美元，進口 262.7 萬美元，我國實為淨進口國；至於互補度高，主要是由於進口國進口需求強烈所致，我國出口並不具有明顯優勢。

（十四）由樹薯、粽粉等製成之澱粉製品（HS 190300）

樹薯、粽粉等澱粉製品（190300）我國 RCA 值 17.13，明顯具有出口優勢，與我國互補度較高者包括：菲律賓（88.41）、紐西蘭（193.53）、緬甸（70.96）、韓國（34.54）、寮國（32.57）、馬來西亞（28.8）、澳大利亞（28.18）等。

此種澱粉製品主要包含 3 類產品：

1. 樹薯澱粉製品（HS 19030010）

2015 年我國出口樹薯澱粉製品 1,338 萬美元，主要出口市場為：美國（占 42.6%）、馬來西亞（占 10%）、日本（占 7.9%）、新加坡（占 6.4%）、韓國（占 6.2%）及印尼（占 5%）。其中日本、韓國關稅較高，分別為 9.6%及 8%，其次馬來西亞、印尼關稅均為 5%，在未來談判中宜加以爭取。

2. 粽粉澱粉製品（HS 19030020）

2015 年我國出口粽粉澱粉製品 447 萬美元，主要出口市場為：美國（占 31.7%）、韓國（占 25.2%）、新加坡（占 8%）、香港（占 7%）、菲律賓（占 5%）及澳洲（占 4.8%），其中菲律賓現行關稅達 15%，其次韓國關稅達 8%，其他國家則皆為零關稅。故在未來我國與菲律賓、韓國展開談判時，宜予注

意爭取立即消除關稅。

3. 其他第 1903 章（澱粉製品）所屬之代用品（HS 19030030）

2015 年我國出口此類產品共 743 萬美元，主要出口市場為：美國（占 43.4%）、中國大陸（占 33.4%）、馬來西亞（占 7.6%）、加拿大（占 3.1%）、越南（占 2.2%）及香港（占 2.2%）。其中越南關稅最高達 40%，其次馬來西亞關稅為 5%，因此我國較 TPP 成員國在進入越南市場，於 TPP 生效後將面臨相當高的關稅障礙。此外，中國大陸關稅 15%，亦值得我國在未來談判時注意爭取其立即降稅至零。

綜合而言，樹薯澱粉製品，粽粉澱粉製品及其他類似代用品均為我國出口具有競爭優勢的項目，在進口方面，菲律賓、緬甸、柬埔寨、寮國及中國大陸亦具有很強的進口需求，未來若能爭取其進一步調降關稅，則我國出口空間應可進一步擴大，惟至目前為止，上述各國的進口需求量均非很大，故發展潛力因而有限。

表 3-5 具有出口潛力之項目與目標市場

序號	HS 8位碼	品名	2015年臺灣出口值 (千美元)	主要出口市場（排名）	出口金額 (千美元)	主要出口市場出口 份額(%)	該國HS6 平均關稅 (%)	稅率範圍 (%)
1	06029091	其他活植物苗 (蘭苗)	43,762	荷蘭	15,516	35.47	7.01	0.00~8.30
				美國	5,599	12.83	2.32 ; 1.4 cents/kg	0.00~4.80
				越南	5,586	12.76	0.00	0.00
				韓國	4,949	11.37	8.38	8.00~18.00
				德國	2,527	5.78	7.01	0.00~8.30
				日本	2,337	5.34	0.00	0.00
				加拿大(8)	1,191	2.72	3.00	0.00~6.00
2	06029099	其他活植物 (蘭株)	122,968	美國	50,243	40.95	2.32 ; 1.4 cents/kg	0.00~4.80
				日本	25,686	20.91	0.00	0.00
				韓國	9,585	7.83	8.38	8.00~18.00
				荷蘭	7,151	5.82	7.01	0.00~8.30
				澳洲	4,808	3.92	0.00	0.00
				越南	4,294	3.50	0.00	0.00
3	06031300	蘭花 (鮮切)	20,805	日本	16,681	80.32	0.00	0.00
				韓國	896	4.38	25.00	25.00

序號	HS 8位碼	品名	2015年臺灣出口值 (千美元)	主要出口市場(排名)	出口金額 (千美元)	主要出口市場出口 份額(%)	該國HS6 平均關稅 (%)	稅率範圍 (%)
		花)		美國	887	4.23	6.40	6.40
				丹麥	419	1.96	8.50	8.50
				阿拉伯聯合大公國	397	1.91	5.00	5.00
				香港	313	1.50	0.00	0.00
				澳洲(7)	301	1.43	0.00	0.00
				越南(16)	6	0.00	20.00	20.00
4	07051100	結球萵苣，生鮮或冷藏	8,972	日本	6,652	74.43	3.00	3.00
				韓國	1,194	13.30	45.00	45.00
				新加坡	979	10.88	0.00	0.00
				香港	74	0.82	0.00	0.00
				馬來西亞	36	0.40	0.00	0.00
				加拿大(0)	0	0.00	0 ; 2.35 ¢ /kg but not less than 12.5% plus 4% ; 2.35 ¢ /kg but not less than 12.5%	0.00
5	07089000104	毛豆	1,509	日本	1,496	99.60	3.00	3.00
				阿拉伯聯合大公國	2	0.13	0.00	0.00
				澳洲	2	0.13	0.00	0.00
				智利	1	0.07	6.00	6.00
6	071029901	冷凍毛豆仁、冷凍帶莢毛豆	74,617	日本	65,283	87.32	7.25	6.00~8.50
				美國	6,042	8.09	0 ; 1 cents/kg ; 0.1 cents/kg ; 0.8 cents/kg ; 3.5 cents/kg	0.00
				加拿大	764	1.02	4.75	0.00~9.50
				澳洲	591	0.79	5.00	5.00
				阿拉伯聯合大公國	456	0.61	5.00	5.00
				智利(0)	0	0.00	6.00	6.00
				韓國(0)	0	0.00	29.00	27.00
				泰國(0)	0	0.00	40.00	40.00
				加拿大	1,765	35.80	0.00	0.00
7	08045010	番石榴，鮮或乾	4,958	中國大陸	1,729	34.86	15.00	15.00
				香港	797	16.08	0.00	0.00
				新加坡	558	11.25	0.00	0.00
				阿拉伯聯合大公國	87	1.72	0.00	0.00
				越南(0)	0	0.00	25.00	25.00
				韓國	9,971	36.35	30.00	30.00
8	0804502	芒果，	27,346	韓國	9,971	36.35	30.00	30.00

序號	HS 8位碼	品名	2015年臺灣出口值 (千美元)	主要出口市場(排名)	出口金額 (千美元)	主要出口市場出口 份額(%)	該國HS6 平均關稅 (%)	稅率範圍 (%)
	0	鮮或乾		中國大陸	8,300	30.56	15.00	15.00
				日本	5,642	20.60	3.00	3.00
				香港	2,462	9.08	0.00	0.00
				新加坡	721	2.65	0.00	0.00
				馬來西亞	144	0.53	5% and RM 0.22045 per kg; 5% and RM 0.4409 per kg	—
				越南(0)	0	0	25.00	25.00
9	0805900 0	其他鮮 或乾柑 橘類果 實	2,900	中國大陸	2,372	81.74	30.00	30.00
				新加坡	141	4.91	0.00	0.00
				馬來西亞	127	4.47	10.00	10.00
				加拿大	84	2.89	0.00	0.00
				印尼	73	2.56	5.00	5.00
				香港	66	2.27	0.00	0.00
10	0810901 0107	鮮荔枝	2,096	日本	1,063	50.57	5.50	5.00~6.00
				新加坡	442	20.94	0.00	0.00
				美國	368	17.46	1.10	0.00~2.20
				韓國	128	6.06	47.50	45.00~50.00
				加拿大	43	2.05	0.00	0.00
				馬來西亞	29	1.38	20 ; 5% and RM 0.6614 per kg ; 5% and RM 0.3307 per kg	0.00~30.00
11	0810904 0	鮮楊桃	2,722	中國大陸(10)	1	0	20.00	—
				香港	924	34.06	0.00	0.00
				中國大陸	706	26.04	20.18	12.00~30.00
				美國	536	19.59	1.10	0.00~2.20
				加拿大	519	19.13	0.00	0.00
				新加坡	32	1.17	0.00	0.00
12	0810906 0	鮮釋迦	28,058	印尼(0)	0	0	5.00	5.00
				中國大陸	27,696	98.86	20.18	12.00~30.00
				香港	231	0.83	0.00	0.00
				印尼	34	0.12	5.00	5.00
				馬來西亞	26	0.09	20 ; 5% and RM 0.6614 per kg ; 5% and RM 0.3307 per kg	0.00~30.00
				新加坡	14	0.05	0.00	0.00

序號	HS 8位碼	品名	2015年臺灣出口值 (千美元)	主要出口市場(排名)	出口金額 (千美元)	主要出口市場出口 份額(%)	該國HS6 平均關稅 (%)	稅率範圍 (%)
13	0810909 9101	蓮霧	5,595	中國大陸	5,395	96.35	20.18	12.00~30.00
				香港	181	3.25	0.00	0.00
				加拿大	12	0.20	0.00	0.00
				新加坡	9	0.16	0.00	0.00
				阿拉伯聯合大公國	1	0.02	0.00	0.00
				印尼	1	0.02	5.00	5.00
14	0902302 0009	部分發酵茶， 每包不超過3公斤	14,083	中國大陸	9,0	64.18	0*	0
				香港	1,10	7.83	0.00	0.00
				美國	1,10	7.82	0.00	0.00
				加拿大	65	4.63	0.00	0.00
				馬來西亞	424	3.01	5.00	5.00
				韓國	422	3.00	40.00	40.00
				日本	26	1.86	14.5	12.00~17.00
				緬甸(22)	10	0.07	15.00	15.00
				紐西蘭(31)	4	0.03	0.00	0.00
15	0902309 0004	其他紅茶(發酵)， 每包不超過3公斤	12,258	中國大陸	4,173	34.04	0*	0
				美國	1,935	15.78	0.00	0.00
				韓國	1,254	10.23	40.00	40.00
				香港	1,189	9.70	0.00	0.00
				馬來西亞	662	5.40	5.00	5.00
				加拿大	579	4.72	0.00	0.00
16	1209990 0	其他種用種子、果實及孢子	14,116	印度	4,317	30.69	5.00	5.00
				中國大陸	2,508	17.68	0.00	0.00
				巴西	1,041	7.41	0.00	0.00
				美國	726	5.16	0.00	0.00
				越南	712	5.08	0.00	0.00
				新加坡	693	4.86	0.00	0.00
				澳洲(0)	0	0	0.00	0.00
				墨西哥(0)	0	0	10.00	10.00
				緬甸(0)	0	0	1.5	1.5
				紐西蘭(0)	0	0	0	0
				秘魯(0)	0	0	0	0
				韓國(0)	0	0	63.0	63.0
17	1515500 0	芝麻油及其餾分物	21,013	美國	13,384	63.73	0.68 cents/kg	—
				加拿大	1,795	8.56	8.50	6.00~11.00
				澳洲	1,072	5.12	0.00	0.00
				新加坡	1,058	5.04	0.00	0.00
				波蘭	669	3.20	6.08	3.20~9.60
				中國大陸	545	2.62	12.00	12.00
				菲律賓(15)	79	0.38	3	—

序號	HS 8位碼	品名	2015年臺灣出口值 (千美元)	主要出口市場(排名)	出口金額 (千美元)	主要出口市場出口 份額(%)	該國HS6 平均關稅 (%)	稅率範圍 (%)
				印度(16)	78	0.37	71.67	—
				柬埔寨(47)	0	0	20	—
18	15180040	環氧大豆(黃豆)油	13,797	日本	4,139	29.99	2.50	2.50
				印尼	1,782	12.98	5.00	5.00
				泰國	1,768	12.79	27; 27% or 5 Bath/Liquid:Litre/Otherwise:KG whichever is higher ; 27% or 0.75 Bath/Liquid:Litre/Otherwise:KG whichever is higher	27.00
				越南	1,623	11.79	5.00	5.00
				中國大陸	868	6.29	10.00	10.00
				新加坡	690	5.00	0.00	0.00
				菲律賓(24)	7	0	3.00	3.00
19	17026000	其他果糖及果糖漿，在乾燥狀態下含果糖重量超過50%者，轉化糖除外	8,777	美國	2,847	32.43	5.7 ; 33.9 cents/kg of total sugars + 5.1%	5.10~6.00
				中國大陸	1,995	22.76	30.00	30.00
				越南	1,181	13.53	15.00	15.00
				香港	408	4.66	0.00	0.00
				菲律賓	318	3.63	7.00	7.00
				澳洲	297	3.39	5.00	5.00
				墨西哥(0)	2	0	125.0	125.0
20	19030010	樹薯澱粉製品，片狀、粒狀、珍珠狀或其類似形狀者	13,381	美國	5,711	42.64	0 ; 0.8 cents/kg	0.00
				馬來西亞	1,323	9.93	5.00	5.00
				日本	1,063	7.93	9.60	9.60
				新加坡	856	6.44	0.00	0.00
				韓國	825	6.18	8.00	8.00
				印尼	658	4.94	5.00	5.00
21	19030020	粉(西穀米)澱粉製品，片	4,472	美國	1,416	31.69	0 ; 0.8 cents/kg	0.00
				韓國	1,130	25.17	8.00	8.00
				新加坡	354	7.95	0.00	0.00
				香港	311	6.97	0.00	0.00

序號	HS 8位碼	品名	2015年臺灣出口值 (千美元)	主要出口市場(排名)	出口金額 (千美元)	主要出口市場出口 份額(%)	該國HS6 平均關稅 (%)	稅率範圍 (%)
		狀、粒狀、珍珠狀或其類似形狀者		菲律賓	237	5.31	15.00	15.00
				澳洲	210	4.84	0.00	0.00
22	19030030	其他第1903節所屬之代用品	7,433	美國	3,224	43.43	0 ; 0.8 cents/kg	0.00
				中國大陸	2,477	33.42	15.00	15.00
				馬來西亞	559	7.56	5.00	5.00
				加拿大	231	3.10	0.00	0.00
				越南	161	2.17	40.00	40.00
				香港	160	2.15	0.00	0.00

說明 1：本表 HS8 位碼稅號及品名為我國海關公告的 2016 年 HS 稅號及品名，出口值為 2015 年出口值。

2：主要出口市場為我國出口前 6 大市場（在資料許可之情況下），再加上與我國互補度高，但尚未列入我國前 6 大出口市場之 TPP/RCEP 國家。例如：蘭花（鮮切花），澳洲、越南之進口需求強烈，與我國互補性高，但澳洲為我國第 7 大出口市場，越南則我國尚未有明顯之出口實績，故在表中蘭花（切花）項目，將澳洲（7）、越南（0）列為我國具有進一步開發潛力之市場。

3.*因 ECFA，中國大陸對自臺灣進口的部分發酵茶及其他紅茶之關稅已經降為零。

資料來源：中華經濟研究院中華民國進出口貿易統計資料庫，ICT, Trade map 資料庫，財政部關務署統計資料庫。

四、我國農糧產品在有潛力出口市場之競爭對手

針對表 3-2 及 3-3 中我國初級農糧產品及農糧加工品特別具有出口潛力的項目（即雙方貿易互補度大於 5 以上者），為了便利業者展開擴大出口的行銷活動，茲特別再針對其進口市場主要參與國家進行分析（分別見表 3-6 及 3-7）；

（一）初級農糧產品

1. 蘭苗及蘭株

與我國貿易互補度最高的是緬甸，其活植物的進口來源主要是中國大陸，市占率達 98.6%，其次是泰國，我國僅有極少量的出口，市占率居於第 3。

2. 蘭花（鮮切花）

與我國蘭花出口貿易互補度高於 5 以上的國家有：澳洲、汶萊、印度、

日本、新加坡及馬來西亞。以我國蘭花對該五國的出口言，在其進口市場分別占 3.4%、39%、0.3%、34%及 8%，顯示我國在澳洲、印度、日本、新加坡市場仍有極大發展空間。就澳洲進口市場言，其前 3 大進口來源分別為泰國、新加坡及馬來西亞，三國的市占率分別為 34%、26%及 14%。在印度，其主要進口來源為：泰國、荷蘭、哥倫比亞，三國市占率分別為 98%、1%及 0.13%。在日本，其主要進口來源為：泰國、臺灣、紐西蘭，三國市占率分別為 40%、34%及 10%。在新加坡，其主要進口來源為：馬來西亞、臺灣、泰國，三國市占率分別為 80%、8%及 6%。此外越南亦是我國具有出口潛力之市場，其主要進口來源為：泰國、臺灣，其市占率分別為 99%及 0.1%。其中新加坡對蘭花（鮮切花）之出口值，2015 年後雖有 1,095.4 萬美元，但進口值亦有 642.6 萬美元，淨出口值約 452.8 萬美元；而馬來西亞淨出口值為 294.2 萬美元，顯示兩者之出口能力有限。故我國蘭花在海外市場的主要競爭對手，應屬泰國、荷蘭。

3.其他豆類蔬菜與冷凍豆類蔬菜

與我國貿易互補度大於 5 以上者主要是：紐西蘭、汶萊、智利、日本、韓國、紐西蘭、泰國、美國，其中在紐西蘭，其主要進口來源為斐濟；在汶萊，其主要進口來源為：新加坡、美國；在智利，其主要進口來源為：中國大陸、埃及；在日本，其主要進口來源為：臺灣、泰國及中國大陸；在韓國，其主要進口來源為：中國大陸、越南及美國；在紐西蘭，其主要進口來源為：印度、中國大陸及斐濟；在泰國，其主要進口來源為：中國大陸、義大利及日本；在美國，其主要進口來源為：中國大陸、厄瓜多爾及加拿大。綜合而言，我國主要競爭對手為：中國大陸、泰國、厄瓜多爾及加拿大等。

4.其他鮮或乾之柑橘類果實（08059000）

與我國貿易互補度高者主要為：汶萊、緬甸，但兩國之進口市場合計僅約 63 萬美元，其主要進口來源為：馬來西亞、美國、泰國、南非。

5.其他鮮果（081090）

其他鮮果與我國貿易互補度大於 5 以上的主要是汶萊，2014 年期進口值為 462.5 萬美元，其主要進口來源為：馬來西亞、泰國、越南。由於其他鮮果包括多種水果，其中屬於我國強項的有：荔枝、蓮霧、釋迦、楊桃等，我國均具有進一步擴大出口之潛力。

表 3-6 我國農糧產品在有潛力出口市場之競爭對手

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年 臺灣出 口值 (千美 元)	與臺灣出口 互補度高之 TPP/RCEP國 家與(互補度)	2014年 該國進 口值 (千美 元)	2014年 該國自 台進口 值 (千美 元)	2014年 台於該 國市佔 率 (%)	臺灣RCA			該國進口 RMS	前3大進 口來源	前3大進 口來源 值 (千美 元)	前3大進 口來源市 占率 (%)	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
060290	其他活植物（包括根），插穗及裔芽；菇類菌種	174,308	緬甸 (21.01)	128,758	8	0.01	1.25	1.23	1.29	16.28	中國大陸	127,000	98.63	0.00
											泰國	1,745	1.36	
											臺灣	8	0.01	
060313	蘭花（鮮切花）	21,466	澳洲 (13.7)	6,958	239	3.43	5.82	5.29	6.01	2.28	泰國	2,364	33.98	0.00
											新加坡	1,825	26.23	
											馬來西亞	942	13.54	
			汶萊 (21.9)	176	68	38.64	5.82	5.29	6.01	3.65	泰國	96	54.55	0.00
											臺灣	68	38.64	
											新加坡	6	3.41	
			印度 (5.2)	5,298	13	0.25	5.82	5.29	6.01	0.86	泰國	5,200	98.15	60.00
											荷蘭	73	1.38	
											哥倫比亞	7	0.13	
			日本 (33.9)	61,448	21,042	34.24	5.82	5.29	6.01	5.64	泰國	24,589	40.02	0.00
											臺灣	21,042	34.24	
											紐西蘭	5,974	9.72	
			新加坡 (7.4)	6,035	491	8.14	5.82	5.29	6.01	1.23	馬來西亞	4,864	80.60	0.00
											臺灣	491	8.14	
											泰國	358	5.93	
			越南 (23.7)	7,806	4	0.05	5.82	5.29	6.01	3.94	泰國	7,802	99.95	20.00
											臺灣	4	0.05	
070890	其他豆類蔬菜	1,504	紐西蘭 (5.1)	908	0	0.00	1.43	1.07	1.13	4.49	斐濟	906	99.78	0.00
											中國大陸	2	0.22	
071029	其他冷凍蔬菜（未煮或蒸煮或水煮）	69,956	汶萊 (37.6)	122	0	0.00	13.88	14.22	14.11	2.66	新加坡	62	50.82	0.00
											美國	35	28.69	
											泰國	24	19.67	
			智利	1,168	0	0.00	13.88	14.22	14.11	1.27	中國大陸	562	48.12	6.00

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年 臺灣出口值 (千美元)	與臺灣出口 互補度高之 TPP/RCEP國 家與(互補度) (17.9)	2014年 該國進口值 (千美元)	2014年 該國自 台進口 值 (千美元)	2014年 台於該 國市佔 率 (%)	臺灣RCA			該國進口 RMS	前3大進 口來源	前3大進 口來源 值 (千美 元)	前3大進 口來源市 占率 (%)	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
			日本 (205.7)	150,650	63,568	42.20	13.88	14.22	14.11	14.58	埃及	556	47.60	7.25
											秘魯	46	3.94	
											臺灣	63,568	42.20	
			韓國 (6.6)	3,118	0	0.00	13.88	14.22	14.11	0.47	泰國	40,877	27.13	27.00
											中國大陸	39,721	26.37	
											中國大陸	2,698	86.53	
			紐西蘭 (5.4)	208	0	0.00	13.88	14.22	14.11	0.38	越南	190	6.09	0.00
											美國	142	4.55	
											印度	87	41.83	
			泰國 (5.4)	1,106	0	0.00	13.88	14.22	14.11	0.38	中國大陸	51	24.52	40.00
											斐濟	43	20.67	
											中國大陸	800	72.33	
											泰國 Trade between Thailand and Thailand can be explained by the re-import activity	143	12.93	
											義大利	95	8.59	
											日本	35	3.16	
			美國 (8.4)	19,216	77	0.43	13.88	14.22	14.11	0.59	中國大陸	6,911	35.96	0 ; 1 cents/kg ;
											厄瓜多爾	5,519	28.72	

HS 6位碼	HS6產品名稱	2014年 臺灣出口值 (千美元)	與臺灣出口 互補度高之 TPP/RCEP國 家與(互補度)	2014年 該國進口值 (千美元)	2014年 該國自 台進口 值 (千美元)	2014年 台於該 國市佔 率 (%)	臺灣RCA			該國進口 RMS	前3大進 口來源	前3大進 口來源 值 (千美 元)	前3大進 口來源市 占率 (%)	該國關稅 (%)
							2012年	2013年	2014年					
											加拿大	2,278	11.85	0.1 cents/kg ; 0.8 cents/kg ; 3.5 cents/kg
071490	其他樹薯、葛根、草蘭球根、菊芋、甘藷及其他富含澱粉或菊糖成分之類似根莖、塊莖，生鮮、冷藏、冷凍或乾燥，不論是否切片或為團粒狀者均在內；西穀莖髓	1,461	馬來西亞 (5.8)	14,515	14	0.10	0.40	0.41	0.67	8.60	中國大陸	13,219	91.07	0.00
											泰國	671	4.62	
			紐西蘭 (6.4)	3,267	3	0.09	0.40	0.41	0.67	9.51	斐濟	2,212	67.71	2.50
											薩摩亞	350	10.71	
080590	其他鮮或乾之柑橘類果實	1,550									泰國	314	9.61	
			汶萊 (5.5)	206	0	0.00	0.74	0.60	1.00	15.46	馬來西亞	150	72.82	0.00
											美國	30	14.56	
											南非	10	4.85	
			緬甸 (5.3)	436	0	0.00	0.74	0.60	1.00	5.29	泰國	428	98.17	15.00
081090	其他鮮果實	29,767									馬來西亞	8	1.83	
			汶萊 (7.7)	4,625	6	0.13	0.51	0.80	0.85	9.00	馬來西亞	3,409	73.71	0.00
											泰國	960	20.76	
											越南	112	2.42	

資料來源：本研究整理。

(二) 農糧加工品

1. 滾壓或製成細片之其他穀類 (HS 110419)

此項產品與我國貿易互補度大於 5 者為寮國，主因在於寮國的進口需求非常強烈，而我國 2014 年出口值僅 44.1 萬美元。2014 年寮國進口值達 311.3 萬美元，全自泰國進口。2014 年我國未對寮國出口。

2. 西穀米或第 0715 節之根莖製成之細粒 (HS 110620)

西穀米與我國貿易互補度特別高者為寮國及汶萊，2014 年我國出口值 87.2 萬美元，主要是對加拿大、馬來西亞出口。寮國與汶萊進口值分別為 148.9 萬及 56.3 萬美元，其中寮國主要是從泰國進口，占 99%，我國對其出口值幾乎趨近於 0，未來可向寮國及汶萊開拓出口市場。

3. 其他澱粉 (HS 110819)

其他澱粉與我國貿易互補度高者主要是馬來西亞，2014 年我國出口 155.2 萬美元，主要是對馬來西亞及美國出口。惟 2014 年馬來西亞進口值達 4,682 萬美元，我國在馬來西亞市占率僅 1.29%，未來值得進一步開拓馬國市場。目前馬國主要自泰國與越南進口，兩者市占率合計達 95%。

4. 大豆粉及細粒 (HS 120810)

大豆粉及細粉與我國貿易互補度高者主要是秘魯，2014 年我國出口 673.1 萬美元，主要是向越南出口，未向秘魯出口。同年秘魯進口 3,962.1 萬美元，幾乎完全來自玻利維亞。

5. 其他種植用種子、果實及孢子 (HS 120999)

其他種植用種子又分西瓜種子，果樹種子及未列名種子，2014 年我國出口 1,512 萬美元，主要是向中國大陸、印度及中國大陸出口，與我國貿易互補度高者主要為澳洲、墨西哥、緬甸、紐西蘭、秘魯及汶萊。其中澳洲進

口 2,077.3 萬美元、2,181.8 萬美元及 1,826 萬美元，主要自秘魯、荷蘭、美國、以色列、智利及中國大陸等進口，我國對其出口僅 1.3 萬、5000 及 79.9 萬美元，未來值得我國進一步開拓其出口市場。

另外我國與緬甸、紐西蘭、秘魯之貿易互補度亦高，惟此三國之進口市場較小，2014 年進口值均在 300 萬美元以內，故就進口市場能量言，我國可將對墨西哥、澳洲及汶萊之出口開拓列為優先。

6.人參根（HS 121120）

人參根與我國貿易互補度高者主要為日本，2014 年我國總出口值 1,791.5 萬美元，其中對日本出口 153.1 萬美元，但日本進口 7,710.6 萬美元，主要自中國大陸、韓國進口，我國僅在其進口市場占 1.99%。由於我國也自中國大陸、韓國進口人參根，而且有入超，因此進一步開拓日本市場將面臨中國大陸及韓國產品之強烈競爭。

7.竹竿、竹片、竹皮（HS 140110）

竹竿、竹片、竹皮產品與我國貿易互補度高者主要為印度，2014 年我國總出口值 166.7 萬美元，而印度當年進口 1,551.5 萬美元，主要自越南及中國大陸進口。2014 年我國未對其出口，由於印度對此產品之關稅高達 30%，如果未取得印度之調降關稅，我國將面對相當高之關稅障礙。

8.精製棉仔油及其餾分物（HS 151229）

精製棉仔油與我國貿易互補度高者主要為澳洲、汶萊、馬來西亞、墨西哥、紐西蘭及加拿大。2014 年我國出口值 251.2 萬美元，主要是對馬來西亞出口，故上述各國市場皆值得進一步開發，其中加拿大進口關稅達 9.5%。以各市場主要的進口來源看，主要是馬來西亞、美國及中國大陸。

9.芝麻油及其餾分物（HS 151550）

芝麻油及其餾分物與我國貿易互補度高者主要為澳洲、紐西蘭、加拿大、

柬埔寨、印度、印尼、馬來西亞、墨西哥、汶萊、秘魯、菲律賓、新加坡、美國，涵蓋 TPP/RCEP 中之 13 國，主因在於我國芝麻油出口本來就具有顯示性比較優勢(2014 年 RCA 指數達 6.04)，再加上上述各國進口需求亦強，故呈現與我國貿易互補度高者達 13 國。2014 年我國出口值 2,645.1 萬美元，主要是對中國大陸、加拿大、澳洲、新加坡、馬來西亞、墨西哥等出口。未來最值得擴大出口市場者為澳洲、加拿大、日本、印尼、墨西哥，但其中加拿大有關稅 8.5%，印尼有關稅 5.0%，墨西哥有關稅 10%，若我國沒有加入 TPP/RCEP，其關稅必成為我國開拓市場之重要障礙。此外印度的關稅更高達 71.7%，在沒有加入 RCEP 之下，對印度市場之開拓，必須克服的關稅障礙最高。

10.動植物食用油脂及其分餾物 (HS 151800)

動植物食用油脂與我國貿易互補度高者為菲律賓，2014 年我國出口 3,117.3 萬美元，主要對韓國、日本、泰國、越南出口，對菲律賓只有微量出口，但 2014 年菲國進口動植物食用油脂 3.37 億美元，故值得我國對其進一步開拓出口市場。2014 年菲國主要自馬來西亞及印尼進口，兩國產品在菲國市占率合計達 94%。

11.其他果糖及果糖漿，含果糖量超過 50%者 (HS 170260)

其他果糖及果糖漿與我國貿易互補度高者主要為墨西哥、菲律賓，2014 年我國出口 811.8 萬美元，主要向美國、中國大陸、越南出口，而墨西哥與菲律賓當年進口值分別達 3.66 億及 6,250.2 萬美元。然其中墨西哥有關稅 125%，而墨國主要自美國進口。在 NAFTA 之下，美國產品應有關稅減免，故如果我國不能加入 TPP，對墨國之出口將難以擴大。菲律賓則有關稅 7%，若能加入 TPP 或 RCEP，將更有利於我國產品對菲律賓之出口。

12.可可粉；加糖或其他甜味料者 (HS 180610)

可可粉與我國貿易互補度高者主要為汶萊，主因在於汶萊之進口需求強

烈。2014 年我國出口 272.2 萬美元，主要向韓國及馬來西亞出口。2014 年汶萊進口可可粉 383.1 萬美元，主要自馬來西亞進口，占 98%，未來我國可加強對汶萊市場之開拓。

13.麥芽提取物（HS 190190）

麥芽提取物與我國貿易互補度高者主要為緬甸，主因為緬甸之進口需求強烈。2014 年我國出口 6479.2 萬美元，主要向香港、中國大陸、澳門、新加坡出口。2014 年緬甸進口 1.16 億美元，進口需求市場大，主要自新加坡、泰國進口，兩國產品在緬甸市占率達 96%。惟緬甸有關稅 12.2%，如果能加入 RCEP，對我國產品之開拓緬甸市場將更為有利。

14.麵食，熟食（HS 190230）

熟的麵食與我國貿易互補度高者為汶萊、柬埔寨、寮國、馬來西亞、緬甸、紐西蘭，主因在於進口國進口需求強烈，而我國出口亦具有優勢。2014 年我國出口 6,309.4 萬美元，主要向中國大陸、美國、香港、澳洲出口，而上述國家於 2014 年進口值皆在千萬美元以上，其中馬來西亞進口值更達 1.16 億美元，其次柬埔寨、紐西蘭進口值分別達 6,348.1 萬及 4,106.7 萬美元，主要自印尼、中國大陸、泰國等東南亞國家進口，未來皆值得我國加強開拓市場，惟除汶萊以外，各國均有 5%~15%不等關稅，若能加入 TPP/RCEP，將對我商開拓出口市場更為有利。

15.由澱粉製之粉片狀、柱狀之樹薯粉及其代用品（HS 190300）

此類與我國貿易互補度高者包括澳洲、汶萊、加拿大、中國大陸、柬埔寨、日本、韓國、美國、越南等 16 國，主因在於我國具出口優勢，2014 年 RCA 值高達 17.13。2014 年我國出口 2,532 萬美元，主要向美國、中國大陸、馬來西亞、韓國出口，而取其中進口市場占有率分別達 53.5%及 87.2%，未來可以進一步向加拿大、日本、紐西蘭及美國開拓市場。由於我國在這些市場之市占率通常已名列第 1，僅在少數國家次於泰國或巴西，故泰國、巴西

為我國主要競爭對手。

16.以預煮或其他方式調製之未列名穀類產品（HS 190490）

此產品與我國貿易互補度高者主要為汶萊，2014 年我國出口 734.7 萬美元，未向汶萊出口，而汶萊當年進口值為 292 萬美元，主要自馬來西亞、英國、新加坡進口，未來我商應可進一步開發汶萊市場。

五、其他重點項目之相關指標

針對農糧產品，主政單位原已選定具有外銷潛力之蔬果，包括鳳梨、釋迦、番石榴、芒果、茂谷柑及椪柑、結球萵苣、青花菜、毛豆、胡蘿蔔及蕃茄等，為此本小節亦利用前述的貿易指標分別計算，惟其中芒果、結球萵苣、毛豆、釋迦已經計算被確認為我國與對象國互補度大於 1 的項目，相關分析已如上述，故針對其餘 5 項計算並列於表 3-8。

表 3-8 顯示，我國與 TPP 及 RCEP 國家在蕃茄、花椰菜、胡蘿蔔、鳳梨及柑橘類之貿易互補度均小於 1，而且大多數互補度均極小，是否是受到季節性因素影響所致，未來值得探討。在上述 5 項產品中，互補度居中，而對象國進口市場亦具有一定規模者主要包括：1) 鳳梨在美國、加拿大、智利；2) 胡蘿蔔在加拿大、印度及馬來西亞等，是較具有開拓潛力的產品項目與市場。

表 3-7 我國農糧加工品在有潛力出口市場之競爭對手

HS6 位碼	HS6 產品名稱	2014 年台灣出口值 (千美元)	與台灣出口互補度高之 TPP/RC EP 國家	2014 年該國進口值 (千美元)	2014 年該國自台進口值 (千美元)	2014 年台於該國市佔率 (%)	臺灣 RCA			該國進口 RMS	互補度	前 3 大進口來源	前 3 大進口值 (千美元)	前 3 大進口來源市佔率	該國關稅 (%)
							2012 年	2013 年	2014 年						
110419	滾壓或製成細片之其他穀類	441	寮國	3,113	0	0.00%	0.16	0.14	0.15	40.98	5.99	泰國	3,113	100%	5.00
110620	西穀米或第 0715 節之根莖或塊莖製成脂粉及細粒	872	汶萊	563	5	0.89%	0.68	1.20	0.52	34.89	18.16	馬來西亞	342	61%	0.00
												泰國	208	37%	
												新加坡	7	1%	
		872	寮國	1,489	0	0.00%	0.68	1.20	0.52	45.77	23.82	中國	11	1%	5.00
110819	其他澱粉	1,552	馬來西亞	46,821	603	1.29%	0.56	0.62	0.44	16.82	7.44	泰國	1,478	99%	0.00
												越南	32,312	69%	
												中國	12,130	26%	
												中國	855	2%	
120810	大豆（黃豆）粉及細粒	6,731	秘魯	39,621	0	0.00%	0.12	0.13	0.24	30.17	7.23	玻利維亞	39,620	100%	0.00
												智利	2	0%	
120999	其他種植用種子、果實及孢子	15,120	澳洲	20,773	13	0.06%	1.70	2.35	2.27	3.28	7.44	秘魯	3,222	15%	0.00
												荷蘭	2,651	13%	
												美國	2,521	12%	
		15,120	墨西哥	26,818	5	0.02%	1.70	2.35	2.27	2.41	5.46	以色列	5,008	19%	0.00
												智利	4,597	17%	
												中國	3,951	15%	
		15,120	緬甸	1,464	22	1.50%	1.70	2.35	2.27	2.36	5.36	泰國	1,401	96%	0.50
												巴西	22	2%	
												台灣	22	2%	
		15,120	紐西蘭	2,903	36	1.24%	1.70	2.35	2.27	2.45	5.56	美國	984	34%	0.00
												澳洲	851	29%	

HS6 位	HS6 產品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
												玻利維亞			
		15,120	秘魯	2,752	7	0.25%	1.70	2.35	2.27	2.34	5.31	智利	186	6%	0.00
												以色列	815	30%	
												美國	682	25%	
		15,120	汶萊	18,260	799	4.38%	1.70	2.35	2.27	4.43	10.06	泰國	5,822	32%	0.00
121120	人參根											日本	4,566	25%	
												荷蘭	1,076	6%	
												中國	71,272	92%	4.30
												韓國	4,287	6%	
140110	竹(竹竿、竹片、竹皮、竹根在內)											台灣	1,531	2%	
		1,667	印度	15,515	0	0.00%	0.82	1.00	1.07	4.79	5.14	越南	10,419	67%	30.00
												中國	5,073	33%	
												美國	16	0%	
151229	精製棉仔油及其餾分物	2,512	澳洲	10,000	0	0.00%	0.43	0.56	1.54	8.30	12.79	馬來西亞			5.00
												亞	9,562	96%	
												新加坡	324	3%	
												紐西蘭	27	0%	0.00
		2,512	汶萊	747	0	0.00%	0.43	0.56	1.54	39.22	60.41	新加坡	346	46%	
												印尼	336	45%	
												阿拉伯聯合大公國	33	4%	9.50
		2,512	加拿大	10,535	0	0.00%	0.43	0.56	1.54	4.30	6.62	美國	10,438	99%	
												荷蘭	93	1%	
												巴西	2	0%	0.00
		2,512	馬來西亞	12,582	2,493	19.81%	0.43	0.56	1.54	11.38	17.53	中國	6,903	55%	
												台灣	2,493	20%	
												美國	1,517	12%	0.00
		2,512	墨西哥	15,427	0	0.00%	0.43	0.56	1.54	7.29	11.22	美國	15,154	98%	
												巴西	261	2%	
												英國	10	0%	

HS6 位	HS6 產 品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
		2,512	紐西蘭	1,194	0	0.00%	0.43	0.56	1.54	5.31	8.18	馬 來 西 亞	1,042	87%	0.00
												澳洲	94	8%	
												美國	45	4%	
151550	芝 麻 油 及 其 餾 分 物	26,451	澳洲	9,950	1,149	11.55%	8.78	8.20	6.04	3.37	20.36	新加坡	3,276	33%	0.00
												中國	1,845	19%	
												台灣	1,139	11%	
		26,451	汶萊	291	2	0.69%	8.78	8.20	6.04	6.24	37.64	新加坡	176	60%	0.00
												馬 來 西 亞	87	30%	
												美國	13	4%	
		26,451	加拿大	12,773	1,990	15.58%	8.78	8.20	6.04	2.13	12.84	日本	6,099	48%	8.50
												台灣	1,990	16%	
												美國	1,003	8%	
		26,451	柬埔寨	625	2	0.32%	8.78	8.20	6.04	3.02	18.24	韓國	3	43%	7.00
												日本	2	29%	
												新加坡	2	29%	
		26,451	印度	6,419	0	0.00%	8.78	8.20	6.04	1.08	6.50	孟加拉	5,915	92%	71.67
												新加坡	221	3%	
												美國	118	2%	
		26,451	印尼	2,856	11	0.39%	8.78	8.20	6.04	1.24	7.46	美國	1,653	58%	5.00
												新加坡	701	25%	
												中國	321	11%	
		26,451	馬來西亞	4,126	680	16.48%	8.78	8.20	6.04	1.52	9.20	中國	1,842	45%	0.00
												新加坡	932	23%	
												台灣	680	16%	
		26,451	墨西哥	4,640	414	8.92%	8.78	8.20	6.04	0.89	5.40	印度	3,658	79%	10.00
												台灣	414	9%	
												美國	276	6%	
		26,451	紐西蘭	1,688	161	9.54%	8.78	8.20	6.04	3.06	18.49	中國	668	40%	0.00
												日本	309	18%	
												新加坡	169	10%	
		26,451	秘魯	1,147	1	0.09%	8.78	8.20	6.04	2.10	12.65	中國	1,047	91%	0.00

HS6 位	HS6 產 品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
												美國	48	4%	
		26,451	菲律賓	2,103	344	16.36%	8.78	8.20	6.04	2.39	14.46	印度	24	2%	3.00
												中國	926	44%	
												新加坡	638	30%	
												台灣	344	16%	0.00
		26,451	新加坡	7,714	713	9.24%	8.78	8.20	6.04	1.62	9.80	馬 來 西 亞	2,545	33%	
												日本	1,700	22%	
												中國	1,307	17%	0.68 cents/kg
		26,451	美國	72,220	16,054	22.23%	8.78	8.20	6.04	2.37	14.33	日本	30,819	41%	
												墨西哥	17,420	23%	
												台灣	16,576	22%	3.00
151800	沸 製 、 氧 化、脫水、 硫 化 、 吹	31,173	菲律賓	337,269	96	0.03%	0.51	0.60	0.91	29.04	26.38	馬 來 西 亞	262,612	78%	
												印尼	54,081	16%	

HS6 位	HS6 產品 製，在真空中或惰性氣體中聚合或經其他化學方法改質之動、植物油脂及其餾分物，但不包括第 1516 節所列產品；未列名非食用之動、植物油脂或本章不同油脂餾分物之混合物或調製品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
												新加坡	9,855	3%	
170260	其他果糖及果糖漿，在乾燥狀態下含果糖重量超過 50% 者，轉化糖除外	8,118	墨西哥	365,651	2	0.00%	0.23	0.37	0.50	18.40	9.21	美國	363,780	99%	125.00
												加拿大	1,866	1%	
												德國	2	0%	
		8,118	菲律賓	62,502	61	0.10%	0.23	0.37	0.50	18.58	9.30	中國	22,971	37%	7.00
												韓國	19,689	32%	
												美國	19,518	31%	
180610	可可粉，加糖或其他甜味料者	2,722	汶萊	3,831	5	0.13%	0.09	0.22	0.34	42.48	14.52	馬來西亞	3,746	98%	0.00
												英國	77	2%	
												台灣	5	0%	
190190	其他第	64,792	緬甸	115,786	24	0.02%	0.39	0.51	0.47	12.69	5.96	新加坡	62,084	54%	12.20

HS6 位	HS6 產品 1901 節所 屬之調製 品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
												泰國	48,336	42%	
190230	其他粉條	63,094	汶萊	13,124	11	0.08%	1.20	1.39	1.33	27.54	36.76	馬來西亞	2,012	2%	0.00
												馬來西亞	6,907	53%	
												印尼	3,476	26%	
		63,094	柬埔寨	63,481	17	0.03%	1.20	1.39	1.33	30.05	40.11	新加坡	1,566	12%	15.00
												越南	3,264	61%	
												中國	1,037	19%	
		63,094	寮國	29,890	0	0.00%	1.20	1.39	1.33	31.11	41.52	泰國	303	6%	10.00
												泰國	27,096	91%	
												越南	2,129	7%	
		63,094	馬來西亞	115,898	96	0.08%	1.20	1.39	1.33	4.19	5.59	韓國	644	2%	7.00
												印尼	78,501	68%	
												中國	14,873	13%	
		63,094	緬甸	21,430	0	0.00%	1.20	1.39	1.33	7.27	9.70	泰國	14,680	13%	15.00
												中國	15,461	72%	
												韓國	3,592	17%	
		63,094	紐西蘭	41,067	821	2.00%	1.20	1.39	1.33	7.30	9.74	泰國	1,454	7%	5.00
												澳洲	12,574	31%	
												印尼	6,144	15%	
190300	由澱粉製成之粉片狀、粒狀、珍珠狀，經篩濾之粉狀或類似形狀之樹薯粉及其代用品	25,320	澳洲	1,628	502	30.84%	17.26	16.05	17.13	1.65	28.18	泰國	5,680	14%	0.00
												台灣	793	49%	
												中國	503	31%	
		25,320	汶萊	20	9	45.00%	17.26	16.05	17.13	1.28	21.89	台灣	109	7%	0.00
												台灣	9	45%	
												泰國	6	30%	
		25,320	加拿大	3,165	1,551	49.00%	17.26	16.05	17.13	1.57	26.92	新加坡	3	15%	0.00
												台灣	1,551	49%	
												美國	544	17%	
		25,320	中國大陸	7,707	4,125	53.52%	17.26	16.05	17.13	0.91	15.50	泰國	542	17%	15.00
												台灣	4,125	54%	
												泰國	3,572	46%	

HS6 位	HS6 產 品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
												美國	6	0%	
		25,320	柬埔寨	180	60	33.33%	17.26	16.05	17.13	2.59	44.44	台灣	37	65%	35.00
												馬來西亞	14	25%	
												泰國	5	9%	
		25,320	日本	3,196	864	27.03%	17.26	16.05	17.13	0.90	15.50	泰國	1,868	58%	9.60
												台灣	864	27%	
												馬來西亞	455	14%	
		25,320	韓國	4,609	4,020	87.22%	17.26	16.05	17.13	2.02	34.54	台灣	4,020	87%	8.00
												中國	370	8%	
												泰國	202	4%	
		25,320	寮國	60	0	0.00%	17.26	16.05	17.13	1.90	32.57	泰國	60	100%	10.00
		25,320	馬來西亞	1,527	647	42.37%	17.26	16.05	17.13	1.68	28.80	泰國	741	49%	5.00
												台灣	647	42%	
												印尼	118	8%	
		25,320	墨西哥	877	195	22.23%	17.26	16.05	17.13	0.50	8.64	巴西	390	44%	10.00
												台灣	195	22%	
												美國	144	16%	
		25,320	緬甸	401	20	4.99%	17.26	16.05	17.13	4.14	70.96	泰國	381	95%	1.00
												台灣	20	5%	
												印尼	0	0%	
		25,320	紐西蘭	2,088	51	2.44%	17.26	16.05	17.13	11.30	193.53	泰國	1,988	95%	0.00
												台灣	51	2%	
												越南	26	1%	
		25,320	菲律賓	1,520	410	26.97%	17.26	16.05	17.13	5.16	88.41	泰國	999	66%	15.00
												台灣	410	27%	
												印尼	44	3%	
		25,320	新加坡	1,576	901	57.17%	17.26	16.05	17.13	0.99	16.95	台灣	901	57%	0.00
												馬來西亞	297	19%	
												泰國	296	19%	
		25,320	美國	15,425	5,360	34.75%	17.26	16.05	17.13	1.51	25.90	台灣	5,790	34%	0.00

HS6 位	HS6 產品	2014 年	與台灣	2014 年	2014 年	2014 年	臺灣 RCA			該國	互補度	前 3 大	前 3 大	前 3 大	該國關
												泰國	4,775	28%	
		25,320	越南	224	140	62.50%	17.26	16.05	17.13	0.35	5.97	巴西	1,508	9%	
												台灣	140	63%	40.00
												泰國	68	30%	
												馬來西亞	16	7%	
190490	預煮或以其他方式調製之粒狀、片狀或加工之未列名穀類產品(玉蜀黍除外)	7,347	汶萊	2,920	0	0.00%	0.43	0.42	0.41	14.83	6.07	馬來西亞	2,553	87%	0.00
												英國	212	7%	
												新加坡	88	3%	

說明：1.緬甸與寮國僅有 mirror data（mirror data 為利用貿易對象所申報之資料推算而來之數據）

2.RCA、RMS、TCI 請參閱表 3-6，或請參閱報告第三章第一節本文

資料來源：本研究

表 3-8 農糧署已選定具外銷潛力品項之貿易相關指標，2014 年

HS6位碼	產品名稱	臺灣出口	TPP/RCEP 國家	臺灣出口該國	該國進口（千美元）	該國自進口臺灣（千美元）	台於該國市佔率（%）	臺灣出口RCA			該國進口 RMS	貿易互補度	臺灣貿易專業化指數	貿易密集度	該國關稅（%）
								2012年	2013年	2014年					
070200	番茄，生鮮或冷藏	189	澳洲	0	1,744	0	0.00	0.0001	0.0007	0.0012	0.0150	0.0000	-0.1906	0.0000	0
			汶萊	0	1,195	0	0.00				0.6520	0.0008		0.0000	0
			加拿大	0	322,723	0	0.00				1.3685	0.0016		0.0000	0 ; 1.41 ¢ /kg but not less than 9.5% ; 4.68 ¢ /kg but not less than 12.5%
			智利	0	346	0	0.00				0.0094	0.0000		0.0000	6
			中國大陸	0	0	0	-				0.0000	0.0000			13

HS6位碼	產品名稱	臺灣出口	TPP/RCEP國家	臺灣出口該國	該國進口 (千美元)	該國自進口臺灣 (千美元)	台於該國市佔率 (%)	臺灣出口RCA			該國進口RMS	貿易互補度	臺灣貿易專業化指數	貿易密集度	該國關稅 (%)
								2012年	2013年	2014年					
			印度	0	229	0	0.00				0.0025	0.0000		0.0000	5
			印尼	0	0	0	-				0.0000	0.0000			30
			日本	0	29,732	0	0.00				0.0719	0.0001		0.0000	3
			柬埔寨	0	14	0	0.00				0.0017	0.0000		0.0000	7
			韓國	0	0	0	-				0.0000	0.0000			45
			寮國	0	141	0	0.00				0.0382	0.0000		0.0000	40
			緬甸	0	14	0	0.00				0.0012	0.0000		0.0000	15
			墨西哥	0	32,800	0	0.00				0.1610	0.0002		0.0000	10
			馬來西亞	2	2,882	2	0.07				0.0271	0.0000		35.0202	0
			紐西蘭	0	925	0	0.00				0.0427	0.0001		0.0000	0
			秘魯	0	0	0	-				0.0000	0.0000			0
			菲律賓	0	13	0	0.00				0.0004	0.0000		0.0000	10
			新加坡	8	36,156	14	0.04				0.1938	0.0002		11.1659	0
			泰國	0	303	0	0.00				0.0026	0.0000		0.0000	40
			美國	0	1,960,938	0	0.00				1.6412	0.0020		0.0000	3.9 cents/kg ; 2.8 cents/kg
			越南	0	102	0	0.00				0.0014	0.0000		0.0000	20
070410	花椰菜及青花菜	302	澳洲	0	0	0	-	0.0046	0.0047	0.0146	0.0000	0.0000	-0.9412		0
			汶萊	1	1,678	3	0.18				8.4396	0.1233		2.0221	0
			加拿大	29	95,865	39	0.04				3.7474	0.0548		1.0264	0 ; 1.88 ¢ /kg but not less than 4% plus 4% ; 1.88 ¢ /kg but not less than 4%
			智利	0	0	0	-				0.0000	0.0000			6
			中國大陸	0	1	0	0.00				0.0000	0.0000		0.0000	10
			印度	0	1,976	0	0.00				0.2007	0.0029		0.0000	5

HS6位碼	產品名稱	臺灣出口	TPP/RCEP國家	臺灣出口該國	該國進口 (千美元)	該國自進口臺灣 (千美元)	台於該國市佔率 (%)	臺灣出口RCA			該國進口RMS	貿易互補度	臺灣貿易專業化指數	貿易密集度	該國關稅(%)
								2012年	2013年	2014年					
			印尼	0	0	0	-				0.0000	0.0000			30
			日本	0	538	0	0.00				0.0120	0.0002		0.0000	3
			柬埔寨	0		0	-								7
			韓國	0	14,315	0	0.00				0.4930	0.0072		0.0000	27
			寮國	0	1	0	0.00				0.0025	0.0000		0.0000	40
			緬甸	0	3	0	0.00				0.0024	0.0000		0.0000	15
			墨西哥	0	4,223	0	0.00				0.1911	0.0028		0.0000	10
			馬來西亞	8	61,454	22	0.04				5.3266	0.0778		0.4417	0
			紐西蘭	0	55	0	0.00				0.0234	0.0003		0.0000	0
			秘魯	0	20	0	0.00				0.0086	0.0001		0.0000	0
			菲律賓	0	44	0	0.00				0.0118	0.0002		0.0000	25
			新加坡	127	26,151	242	0.93				1.2924	0.0189		16.4783	0
			泰國	0	14,953	5	0.03				1.1874	0.0173		0.0000	40
			美國	0	19,792	0	0.00				0.1527	0.0022		0.0000	8.833333333
			越南	0	644	0	0.00				0.0788	0.0012		0.0000	20
070610	胡蘿蔔及蕪菁	3,766	澳洲	0	8	0	0.00	0.1675	0.1438	0.1858	0.0005	0.0001	0.6631	0.0000	0
			汶萊	9	1,189	13	1.09				5.1086	0.9491		2.4329	0
			加拿大	153	114,708	175	0.15				3.8304	0.7117		0.4287	0 ; 1.88 ¢ /kg but not less than 4% plus 4% ; 1.88 ¢ /kg but not less than 4% ; 0.94 ¢ /kg plus 4% ; 0.94 ¢ /kg

HS6位碼	產品名稱	臺灣出口	TPP/RCEP國家	臺灣出口該國	該國進口 (千美元)	該國自進口臺灣 (千美元)	台於該國市佔率 (%)	臺灣出口RCA			該國進口RMS	貿易互補度	臺灣貿易專業化指數	貿易密集度	該國關稅 (%)
								2012年	2013年	2014年					
			智利	0	521	0	0.00				0.1114	0.0207		0.0000	6
			中國大陸	10	42	15	35.71				0.0003	0.0001		76.5272	13
			印度	0	41,334	0	0.00				3.5868	0.6664		0.0000	12.5
			印尼	0	0	0	-				0.0000	0.0000			30
			日本	1,819	33,105	1829	5.52				0.6302	0.1171		17.6605	3
			柬埔寨	0	19	0	0.00				0.0184	0.0034		0.0000	7
			韓國	13	42,382	0	0.00				1.2469	0.2317		0.0986	27 ; 30% or 134won/kg, whichever is the greater
			寮國	0	262	0	0.00				0.5583	0.1037		0.0000	40
			緬甸	0	416	0	0.00				0.2890	0.0537		0.0000	15
			墨西哥	0	6,338	0	0.00				0.2450	0.0455		0.0000	10
			馬來西亞	162	50,962	157	0.31				3.7734	0.7011		1.0217	0
			紐西蘭	0	175	0	0.00				0.0637	0.0118		0.0000	0
			秘魯	0	5	0	0.00				0.0018	0.0003		0.0000	0
			菲律賓	0	3	0	0.00				0.0007	0.0001		0.0000	30
			新加坡	146	18,937	268	1.42				0.7995	0.1485		2.4780	0
			泰國	0	40,586	0	0.00				2.7532	0.5115		0.0000	40
			美國	0	78,623	0	0.00				0.5182	0.0963		0.0000	7.45 ; 1.4 cents/kg ; 0.7 cents/kg
			越南	28	9,847	15	0.15				1.0299	0.1913		0.9139	18.5
080430	鳳梨	9,162	澳洲	2	1,003	1	0.10	0.1247	0.1672	0.2916	0.0334	0.0097	0.6780	0.5378	0
			汶萊	0	574	0	0.00				1.2079	0.3522		0.0000	0
			加拿大	42	110,937	53	0.05				1.8145	0.5290		0.1021	0
			智利	0	16,766	0	0.00				1.7551	0.5117		0.0000	6
			中國大陸	7,972	58,643	8695	14.83				0.2268	0.0661		36.6651	12
			印度	0	0	0	-				0.0000	0.0000			5
			印尼	0	0	0	-				0.0000	0.0000			30
			日本	1,095	117,387	1146	0.98				1.0946	0.3191		2.5159	12.1

HS6位碼	產品名稱	臺灣出口	TPP/RCEP國家	臺灣出口該國	該國進口 (千美元)	該國自進口臺灣 (千美元)	台於該國市佔率 (%)	臺灣出口RCA			該國進口RMS	貿易互補度	臺灣貿易專業化指數	貿易密集度	該國關稅 (%)
								2012年	2013年	2014年					
			柬埔寨	0	7	0	0.00				0.0033	0.0010		0.0000	7
			韓國	11	62,216	13	0.02				0.8965	0.2614		0.0477	30
			寮國	0	2	0	0.00				0.0021	0.0006		0.0000	40
			緬甸	0		0	-								15
			墨西哥	0	970	0	0.00				0.0184	0.0054		0.0000	20
			馬來西亞	2	1,112	3	0.27				0.0403	0.0118		0.4851	RM 0.608 per kg
			紐西蘭	0	8,212	0	0.00				1.4634	0.4267		0.0000	0
			秘魯	0	40	0	0.00				0.0072	0.0021		0.0000	6
			菲律賓	0	1	0	0.00				0.0001	0.0000		0.0000	10
			新加坡	4	8,249	6	0.07				0.1706	0.0497		0.1308	0
			泰國	0	12	0	0.00				0.0004	0.0001		0.0000	40% or 33.50 Bath/kg whichever is higher
			美國	0	603,909	0	0.00				1.9495	0.5684		0.0000	0.51 cents/kg ; 1.1 cents/kg ; 0.44 cents/kg
			越南	0	1	0	0.00				0.0001	0.0000		0.0000	30
080520	中國種之柑類（寬皮柑、溫州蜜柑在內）；地中海早橘、螺柑及其他同類雜交果實	4,142	澳洲	0	4,876	0	0.00	0.0427	0.0667	0.0526	0.0843	0.0044	0.1496	0.0000	0
			汶萊	85	977	84	8.60				1.0684	0.0562		99.8918	0
			加拿大	175	181,429	142	0.08				1.5420	0.0811		1.1075	0
			智利	0	672	0	0.00				0.0366	0.0019		0.0000	6
			中國大陸	1,624	29,395	3,621	12.32				0.0591	0.0031		63.4334	12
			印度	171	142,690	242	0.17				3.1515	0.1658		1.3760	20
			印尼	0	856	0	0.00				0.0073	0.0004		0.0000	30
			日本	166	17,540	180	1.03				0.0850	0.0045		10.8664	17
			柬埔寨	0	814	0	0.00				0.2008	0.0106		0.0000	7
			韓國	0	0	0	-				0.0000	0.0000			144
			寮國	0	342	0	0.00				0.1855	0.0098		0.0000	40
			緬甸	0	36,203	0	0.00				6.4005	0.3366		0.0000	15
			墨西哥	0	2,156	0	0.00				0.0212	0.0011		0.0000	20

HS6位碼	產品名稱	臺灣出口	TPP/RCEP國家	臺灣出口該國	該國進口 (千美元)	該國自進口臺灣 (千美元)	台於該國市佔率 (%)	臺灣出口RCA			該國進口RMS	貿易互補度	臺灣貿易專業化指數	貿易密集度	該國關稅(%)
								2012年	2013年	2014年					
			馬來西亞	78	45,820	86	0.19				0.8635	0.0454		1.9545	5
			紐西蘭	0	9,066	0	0.00				0.8395	0.0442		0.0000	0
			秘魯	0	65	0	0.00				0.0061	0.0003		0.0000	6
			菲律賓	0	31,800	0	0.00				1.8480	0.0972		0.0000	10
			新加坡	1,122	24,024	1,734	7.22				0.2581	0.0136		53.6232	0
			泰國	0	111,338	0	0.00				1.9223	0.1011		0.0000	40% or 33.50 Bath/kg whichever is higher
			美國	0	255,217	0	0.00				0.4281	0.0225		0.0000	1.9 cents/kg
			越南	0	11,651	0	0.00				0.3101	0.0163		0.0000	30

資料來源：中華經濟研究院中華民國進出口貿易統計資料庫

第三節 本章小結

本章利用貿易指標，將我國眾多農糧產品在國際市場具有進一步擴大出口潛力的品項篩選出來。雖然以 HS 6 位碼進行篩選時有分類較粗、不夠精確的缺憾，但是能將眾多農糧產品篩選出來，同時也針對 TPP/RCEP 國家進行分析，不失為禦繁於簡的有效方法。為了彌補分類不夠細的問題，在隨後進行產品別與市場別分析時，已將重要品項進一步細分到 HS 8~11 位碼，並在資料許可下，進一步分析在目標市場所呈現之關稅、我國產品在其進口的市占率及我國主要的競爭對手等，以利未來業者加強拓銷時有充分資料可以了解我國產品在進口國市場之相對位置。由於進一步細分的產品項目都是該 HS 6 位碼項下貿易量最大或明顯較大的項目，因此應該仍然擁有依 HS 6 位碼商品在全球貿易下得到的相對貿易特質。

在進行進口國現行貿易障礙分析時，發現部分 TPP/RCEP 國家部分產品的關稅率明顯偏高，如果我國將加入 TPP/RCEP，將對我國業者之擴大出口有利，但如果我國無法加入 TPP/RCEP，也將成為業者未來在開拓該市場時之主要障礙。其中特別值得注意其進口關稅偏高的是：韓國對於蘭苗、蘭花（鮮切花）、結球萵苣、冷凍毛豆、鮮荔枝、芒果、每包不超過 3 公斤之部分發酵茶及紅茶之關稅；泰國對冷凍毛豆、環氧大豆油之關稅；越南對蘭花（鮮切花）、番石榴、芒果之關稅；印度對芝麻油之關稅（詳見表 3-5）等。

就我國具有進一步開拓出口市場潛力的產品言，主要是蝴蝶蘭苗、蘭株、及蘭花（鮮切花）、生鮮或冷藏結球萵苣、毛豆及冷凍毛豆、鮮或乾之番石榴、芒果、柑橘、鮮荔枝、鮮楊桃、鮮釋迦、蓮霧，每包不超過 3 公斤之部分發酵茶及紅茶、其他種植用種子、環氧大豆油、其他果糖及果糖漿、由樹薯、粽粉等製成之澱粉製品等。

至於我國重點產品在主要潛力市場之競爭對手，以蘭苗及蘭株言，在緬甸市場主要是中國大陸、泰國。以蘭花（鮮切花）言，在澳洲市場主要是泰

國；在印度市場主要是泰國；在日本市場主要是泰國、紐西蘭；在新加坡市場，主要是馬來西亞、泰國；在越南亦是泰國。以產品言，蘭苗、蘭株、鮮果及每包不超過 3 公斤之發酵茶與紅茶是我國農糧產品在國際市場最具特色的品項，在許多市場均具有進一步開發之潛力，而我國由於農業技術、專業化分工與服務品質之進步，部分產品更可以從強化價值鏈之角度來進行國際分工，故以下將特別從如何強化價值鏈的角度進行重要產品的個案分析。為此有必要了解我國業者於實際的出口活動中所面臨的情況，若欲擴大出口時，業者最需要強化的領域是哪些？或者是否有亟待克服的貿易障礙？惟由於本研究資源與時間均相當有限，無法將各種產品均進行深入研究，僅能就其中較具有代表性之產品，包括蘭花、芒果、茶葉，在第四章中實務面進行更深入之分析

第四章 重要品項價值鏈市場分析

產品在價值鏈上的分工合作是由於市場競爭與貿易的結果，使不同國家在生產過程中分別於專業化於不同的生產階段，因此使供應鏈體系得到有效的運作，使最終產品的供應在最有效率的生產與服務過程中完成，因此消費者獲益最大，而參與供應鏈體系的生產者也得到加速成長的機會。

經由前述我國農糧產品出口潛力品項分析結果顯示，我國蘭苗、蘭株、蘭花最具有價值鏈分工合作的特性，這是由於我國生產環境受到後天的限制，但貿易持續發展的結果所致。但我國也有一些農糧產品於鮮採階段或於後續加工階段具有特色，因此未來擴大農業生產與出口時值得我國進一步強化其價值鏈中的上、下游階段，其中最具有代表性的即是芒果及茶葉。本章主要針對此三類產業進行價值鏈市場分析。惟在進入產業價值鏈分析前，首先就價值鏈的概念加以說明，其次再分別針對蘭花、芒果與茶葉產業之價值鏈市場與產業界所面對的問題進行探討與分析，以期能進一步促進該等產品之出口。

所謂價值鏈起源於 1985 年 Michael Porter 針對如何提升企業經營模式的競爭優勢，指出如果將一系列的生產流程連接起來，包括主要活動（Primary Activities）與支援活動（Support Activities），就可凸顯一個企業在此生產活動中，在不同階段所創造的價值，因此展開相關價值鏈之論述與探討。故產業價值鏈是由一連串價值活動所構成，企業價值鏈乃附屬在這個體系之下。

一般而言，企業的價值鏈與企業競爭策略規劃息息相關，欲達到價值創造的最大化，不外採用成本優勢（Cost advantage）與差異化（Differentiation）兩大策略，其中成本優勢就是在每一價值鏈環節中，盡可能降低成本，而差異化是達到比競爭者更佳的效能，這兩大策略的目的均在提升獲利能力。

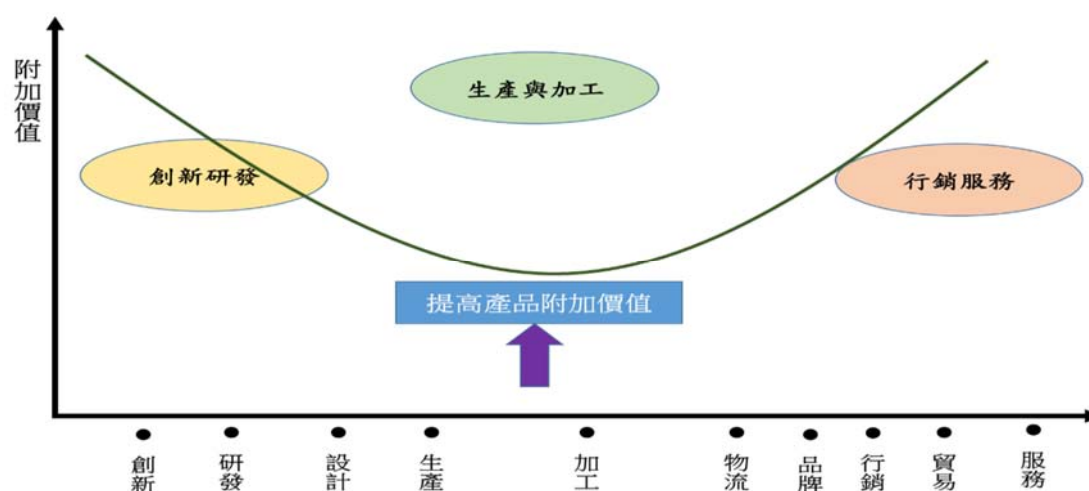
供應鏈是在價值鏈的概念下，上、下游生產者間所形成的供需關係。此

時生產者不僅僅是實物產品的生產者，亦包括提供運銷、通關、金融、會計、商業服務，以及參與貸款的業者，因此供應鏈管理涵蓋各企業間資源的流動與整合，其管理的目的在強化整個供應鏈組成成員間彼此分享資訊與完成共同的企業目標，在滿足客戶需求下，達成整體利潤之極大化。其間從原物料到最終產品之配送等所有過程，包括有關的供應商管理、物料管理以及需求管理等環節，包括客戶需求的規劃和預測、存貨管理、供應商排程、倉儲、現金流、客戶服務、配銷、供應鏈資訊系統管理、生產排程、供應商評選和採購、產品售後服務、包裝材料之回收和處理等活動。從功能面來看，供應鏈管理為整合性活動，將前述流程中供應商、製造商、倉儲及商店等成員之各項活動加以有效連結，使這些成員能透過資訊分享，降低整體商業活動全面性的風險與成本。

在農業供應鏈中，最常見的生產管理為效率導向模式，乃根據客戶需求（契作）、或是市場需求預測來制定生產計畫，進行生產程序，然後將所生產之產品提供給客戶。在考量農業產業之特性下，農業產業價值鏈基本組成之價值活動包括育種、生產、加工、銷售及週邊支援等，而每一階段主要活動皆可能包括研發、生產與行銷。

加強價值鏈之整合可以涵蓋從上游原物料之供應到下游行銷管道，經由協調整合後，對最終消費者能提供更具有效益的最終產品，包含合理的價格、速度、品質與服務等。在此各生產階段，各企業與上、下游各廠商及行銷商間有供應鏈關係，價值鏈是將供應鏈的意涵加以延伸，在經濟活動中只要能創造出價值的環節就可納入價值鏈，因此只要能在形成價值鏈的過程中創造新的附加價值，就可以強化競爭優勢。廠商亦可以透過許多不同的策略，增加自己在價值鏈中的重要性與不可替代性，從而建立本身的競爭優勢。然而以當前國際貿易非常發達而言，市場的力量常使分工活動更加的分散，尤其當後進國家基於成本優勢而積極進入供應鏈體系時，就迫使已進入者不得不向更接近研發與消費者的兩端發展。

在不同生產階段所創造的附加價值產品經由產品研發、設計、生產與銷售通路到達顧客，在各階段所創造的價值最為人熟知的就是價值鏈的微笑曲線(見圖 4-1)，一般而言，生產及加工是屬於低附加價值的產業活動，創新、研發以及行銷服務則屬於附加價值較高的項目。因此，要如何加強農業科技的創新研發與應用、拓展國內外農產品市場以爭取消費者認同是未來農業發展可以著力之重點；另一方面，如何提升較低附加價值之生產與加工效率以強化競爭力，也是未來農業不可忽視的一環。



資料來源：葉執東，農政與農情，140 期，農業 e 化的發展策略。

圖 4-1 農業價值鏈微笑曲線

第一節 蘭花產業價值鏈與出口市場

一、蘭花產業概述

蘭花為高收益的農糧作物。根據 2015 年農業統計年報，2015 年我國蘭花種植面積為 707 公頃，產值達 54.29 億臺幣，若再加上文心蘭產值 7.56 億臺幣，種植面積 261 公頃，總計產值達 61.85 億臺幣，種植面積達 968 公頃，平均每公頃產量 10.62 萬盆，經濟產值每公頃達 638 萬元，遠遠高於其他所

有農糧產品²⁶。由於經濟價值高，蘭花種植面積自 2011 年以來，已成長 9.3%，每公頃產量也成長 0.6%，顯示蘭花的專業化生產與資源投入在近幾年已不斷成長。

蘭花種類繁多，目前在整體蘭花產業中，能夠有效商品化，大量繁殖及販賣的品種包括嘉德麗雅蘭、蕙蘭（國蘭）、石斛蘭、文心蘭、拖鞋蘭、蝴蝶蘭等，但若以我國出口值來看，蝴蝶蘭產值明顯高於其他各種蘭花；若以鮮切花之出口值來看，又以文心蘭排名第一。

（一）蘭花生產趨勢

根據農委會統計資料，我國蘭花種植面積在 2006～2015 年間成長了 23%(見表 4-1-1)，產量則增加了 30%；同期間文心蘭種植面積增加了 43%，產量增加 26%，故蘭花每公頃產量有改善，而文心蘭單位面積產量反而減少（見表 4-1-1）。就產值而言，2015 年蘭花產值是文心蘭產值的 7 倍，但過去十年蘭花產值成長了 96%，文心蘭產值則成長 124%，故以成長幅度言，文心蘭產值成長幅度較大，其中最主要的時間點是 2010 年文心蘭產值大幅成長 86%所致。（見表 4-1-2）

表 4-1-1 蘭花與文心蘭生產量

	文心蘭(切花)			蘭花		
	種植面積 (公頃)	每公頃產量 (打)	產量 (4打)	種植面積 (公頃)	每公頃產量 (盆)	產量 (千盆)
2006	182	24,059	4,387	574	100,617	57,785
2007	191	20,946	3,993	592	98,048	58,064
2008	216	21,355	4,615	579	93,488	54,087
2009	213	21,596	4,600	608	102,040	62,027
2010	207	23,864	4,941	645	106,220	68,503
2011	217	22,240	4,832	647	105,585	68,343
2012	243	22,057	5,366	662	105,154	69,654
2013	149	21,436	5,334	677	105,742	71,592

²⁶ 2015 年我國主要農作物的平均每公頃產值稻米為 14.85 萬元，蔬菜為 44.1 萬元，花卉整體為 120.48 萬元，均明顯較蘭花為低。

	文心蘭(切花)			蘭花		
	種植面積 (公頃)	每公頃產量 (打)	產量 (4打)	種植面積 (公頃)	每公頃產量 (盆)	產量 (千盆)
2014	261	22,003	5,736	691	106,611	73,715
2015	261	21,218	5,532	707	106,190	75,085
2006-2015 改變率(%)	43	-11.8	26	23	5.5	30

資料來源：整理自農委會統計資料庫

表 4-1-2 蘭花與文心蘭生產值與成長率

	文心蘭(切花)		蘭花	
	生產值 (臺幣千元)	成長率 (%)	生產值 (臺幣千元)	成長率 (%)
2006	337,817	—	2,773,696	—
2007	359,343	6.4	2,874,179	3.6
2008	394,602	9.8	2,650,285	-7.8
2009	393,301	-0.3	2,946,295	11.2
2010	733,367	86.5	3,253,899	10.4
2011	717,237	-2.2	4,582,750	40.8
2012	788,177	9.9	4,757,384	3.8
2013	780,840	-1.0	4,841,070	1.8
2014	812,282	4.0	4,943,511	1.9
2015	756,747	-6.8	5,428,651	10.0
2006~2015 改變率(%)	124	—	95.7	—

資料來源：同表 4-1-1

(二) 蘭花出口結構

2015 年我國出口活蘭花（含蘭株及蘭苗）共 1.56 億美元，其中以蝴蝶蘭最重要，達 1.42 億美元（見表 4-1-3），占所有蘭株出口總值 91%，其餘蘭株包括國蘭、東洋蘭、文心蘭、嘉德麗雅蘭、石斛蘭、拖鞋蘭等，但合計不超過 9%。若以鮮切花出口言，則以文心蘭出口值最高，2015 年達 1,151 萬美元，蝴蝶蘭居次，出口值為 780.6 萬美元（見表 4-1-4）。但如果將株蘭與蘭花（鮮切花）之出口合併計算，則蝴蝶蘭的出口價值明顯高於文心蘭。基於生產量值與產業價值鏈之分工，在我國蘭花產業中均以蝴蝶蘭為最重要，以下關於蘭花產業價值鏈之分析將以蝴蝶蘭為代表。

表 4-1-3 我國活蘭株出口

單位：千美元

品名	2011	2012	2013	2014	2015
蝴蝶蘭小計	108,529	126,508	132,530	147,312	142,209
成株	79,922	87,813	92,616	107,168	103,047
小苗	15,927	22,127	20,096	20,302	21,339
瓶苗	12,680	16,568	19,818	19,842	17,823
國蘭	8,049	6,920	7,392	9,385	7,506
國蘭苗	0	0	0	144	1,614
其他蘭科植物	3,515	5,339	3,072	2,657	2,188
其他蘭科植物苗	153	166	48	85	81
東洋蘭	1,966	1,317	1,135	1,375	1,054
東洋蘭苗	33	9	6	0	46
文心蘭	388	292	409	279	379
文心蘭苗	26	117	69	46	56
嘉德麗雅蘭	101	250	271	225	347
嘉德麗雅蘭苗	30	24	9	24	8
石斛蘭	108	139	138	130	214
石斛蘭苗	9	27	5	1	5
拖鞋蘭	68	51	60	52	67
拖鞋蘭苗	1	0	3	1	1
合計	122,976	141,159	145,147	161,716	155,775

資料來源：本研究整理自 Trade map。

表 4-1-4 蘭花、鮮切花出口

單位：千美元

品名	2011	2012	2013	2014	2015
蝴蝶蘭、鮮切花	209	4,508	5,547	6,181	7,806
文心蘭、鮮切花	14,365	18,107	12,904	13,005	11,509
其他蘭、鮮切花	2,498	2,266	1,359	2,209	1,421
東亞蘭、鮮切花	13	4	19	12	14
蘭花、鮮切花	19,781	24,888	19,837	21,427	20,752

資料來源：本研究整理自 Trade map。

（三）蝴蝶蘭產業鏈

蝴蝶蘭的生產流程繁瑣，所需用到的技術、資金和人力與電子產業不相上下，並且每個生產階段皆可商品化。而蘭花屬於活生命體，相較於電子產品可能出現之變異型態更多，難以賦予標準化的品質管理。此外，蘭花所需要的照顧更是需要長年之經驗及技術的累積。依照整體產業結構來看，蘭花產業的上游主要為育種繁殖（**Breeding**），包括研發、鑑定、育種和瓶苗；中游為育苗（**Seedling culture**），包括馴化、小苗、中苗、大苗、催花和成花場；下游有物流通路和行銷。

在產業界實務面，通常臺灣較大型之蘭花企業，皆跨足中上游市場，其中上游企業所需花費的固定成本較低，若欲跨足中游部分則需要投入大量的溫室搭建、場地和人事成本，因此部分中小型公司主要著重於瓶苗的代工生產，下游部分則依國家類別的不同，在市場結構方面有所差異。在銷售通路上，歐洲、日本和臺灣所生產的花卉皆會進入花卉拍賣市場，之後再轉賣給零售商、批發商和經銷商，但是美國主要是由大型連鎖超市及連鎖販賣企業直接對蘭園下單，因此必須有終年穩定供應蘭花的企業，才能接下龐大的訂單。

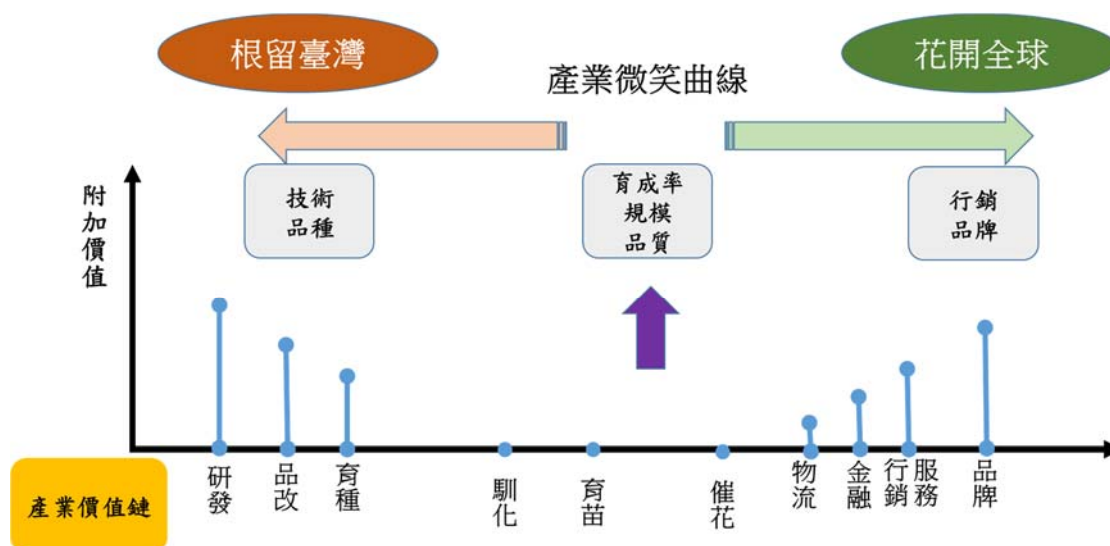
就上、中、下游各階段的利潤空間言，由於蝴蝶蘭產業之生產過程很長，且每項生產階段皆可商品化銷售，因此個別廠商間可能有相當差異，而且應與其銷售策略、分工合作方式有關。一般而言，在產業鏈的上游主要有研發、育種、分生桎苗等，其研發育種約佔蝴蝶蘭成本 10-15%²⁷；中游有馴化、小苗、中苗、大苗、催花與成花場，所佔成本為 50-60 %；下游有物流通路、行銷與品牌，成本約佔 30-35%（張驥，2010）。蝴蝶蘭銷售目標市場的不同，價格也有明顯的差異，假設在臺灣所賣之蝴蝶蘭零售價格為 100 元，賣至歐洲的零售價約為 200 元，日本約為 250 元，美國則大約為 125 元（林咸嘉，

²⁷ 多數業者認為育種、研發階段的成本難以計算。

2007)。

由於蝴蝶蘭產品的特性為自瓶苗、種苗、小苗、大苗、摧花至開花株皆可以成為商品銷售，因此不同生長階段的商品毛利率也有所不同。根據文獻（張驥，2010）顯示，臺灣蝴蝶蘭商品之毛利率如下：瓶苗 10%、小苗 20%、中苗 30%、大苗 40%和開花株 50%之間。因此若栽植生長其間越長，毛利率也越高，但是相對成本如所需花費的時間、投入人力以及栽植所需的溫室廠房等固定成本，也會隨之增加。整體而言，平均利潤約 20%，而在育種階段，其重點在長期投資，非為短期利潤。

在蝴蝶蘭價值鏈中，由於臺灣業者較缺外語人才，無法迅速擴展歐、美等高附加價值市場，僅能依靠貿易商或大型通路商代銷，對於獲利造成直接或間接壓縮。目前臺灣蝴蝶蘭業者較具有優勢的部分主要為上游階段，其平均獲利率較市場行銷階段低。但通路商及大型業者常常偏好特定品種，使供應業者常安於栽培既有品種，缺乏開發新品種的意願及進度，使我國的蝴蝶蘭優勢較難發揮。



資料來源：張驥（2010）。

圖 4-2 蝴蝶蘭產業之微笑曲線圖

二、我國蝴蝶蘭出口結構

若按不同的生產階段來看，我國蝴蝶蘭出口以成株出口所占比重最大，以出口值計，2015 年占蝴蝶蘭總出口值之 68.7%，其次為小苗，占約 14.3%，瓶苗占 11.9%，鮮切花占 5.2%。

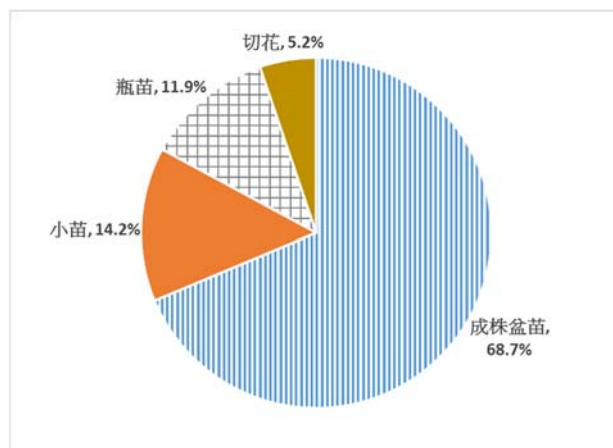


圖 4-3 2015 年臺灣蝴蝶蘭出口結構

三、全球蝴蝶蘭供應鏈

蝴蝶蘭從育種、測試、組織培養、蘭苗栽培、催花乃至於銷售都可能在不同國家進行。目前世界蘭花的主要生產國有荷蘭、臺灣、泰國。其中我國主要由於氣候適宜、具有豐富的種原與育種優勢，蘭花廠商主要以接力生產模式，和進口國當地業者合作，在市占率上具有優勢。泰國以人力優勢，主打代工栽培並掌握切花市場。荷蘭以長年在花卉市場之經營及經驗，以規模化栽培設備及通路，近年在蘭花市場快速成長。此外，中國大陸的蘭苗及蘭株，在過去 5 年成長了 97%，在 2015 年達到 1,158.9 萬美元，成為我國在國際市場新進的競爭者。

以不同生產階段言，在育種階段，國際市場中的主要供應者為荷蘭及臺灣，荷蘭的育種主要由種苗公司進行，種苗公司主要針對歐洲的需求，育成 2 吋的盆苗供應歐洲地區。其他很多美、日、瑞士、丹麥的蘭花公司或中型

蘭園則向組織培養業者購買組織培養苗，種植至 2 吋盆苗或 4 吋盆苗，或者催梗成開花株後出售。此外也有直接購買大苗，再催花出售者。

提供種苗的組織培養者相當多元，包括德國、荷蘭、泰國、印度、中國大陸及臺灣均有一席之地²⁸，但美、日、歐主要市場的小苗及中大苗的供應仍以荷蘭、臺灣及中國大陸為主。

美國為蘭花成株（盆苗）最大之消費市場，由於北美市場之龐大，2010 年荷蘭商曾直接在北美設廠生產，對臺灣出口蝴蝶蘭成株造成威脅。自 2011 年起至 2015 年我國對美國出口的蘭株平均年成長率只有 5.5%。不過近幾年我國一直是美國進口蘭株的最重要進口來源。2015 年美國進口蘭株總共 8,361.1 萬美元，其中來自臺灣的進口值達 6,444.4 萬美元，占美國進口市場 77%（見表 4-1-6），其中重要原因之一為自 2004 年起我國為唯一獲得可以帶介質水草進入美國的供應來源。惟此一優勢日前已被中國大陸趕上，故未來市場的競爭性勢必進一步提高。

表 4-1-5 美國蘭花（鮮切花）進口(HS 060313)

單位：千美元

國家 \ 年	2013		2014		2015	
	金額	比重(%)	金額	比重(%)	金額	比重(%)
泰國	11,876	57.2	10,884	55.1	11,977	57.7
荷蘭	6,425	31.0	6,223	31.5	5,982	28.8
馬來西亞	825	4.0	819	4.1	838	4.0
紐西蘭	879	4.2	926	4.7	815	3.9
越南	345	1.7	388	2.0	564	2.7
臺灣	314	1.5	434	2.2	522	0.3
世界	20,752	—	19,761	—	20,740	—

資料來源：本研究整理。

²⁸ 傅子煜(2008)，植物品種權智慧資源規劃與全球化之產業經營－以蝴蝶蘭為例，農業生技產業季刊。

表 4-1-6 美國蘭科植物進口 (HS 0602902000)

單位：千美元

國家 \ 年	2013		2014		2015	
	金額	比重(%)	金額	比重(%)	金額	比重(%)
臺灣	57,369	71.9	64,306	74.0	64,444	77.1
荷蘭	12,398	15.5	11,957	13.7	8,903	10.6
泰國	3,216	4.0	3,064	3.5	3,521	4.2
德國	888	1.1	911	10.5	1,579	1.9
中國大陸	1,684	2.1	2,392	2.8	1,427	1.7
哥斯大黎加	1,457	1.8	1,462	1.7	1,027	1.2
世界	79,783	—	86,899	—	83,611	—

資料來源：本研究整理。

四、我國主要出口市場

由於蝴蝶蘭可接力生產，我國蝴蝶蘭出口市場也因對象國產業分屬於不同的接力生產階段而不同，即我國蝴蝶蘭之出口可以分別按瓶苗、小苗、成株及鮮切花等不同生產階段來看。

以瓶苗言，2015 年我國出口 1,782.3 萬美元（見表 4-1-7），以荷蘭為最主要出口市場，占 51.6%，其次是德國、韓國、美國、巴西、比利時，比重分別占 14.2%、7.9%、6.3%、5.3%及 3.6%。以小苗來看，2015 年我國出口小苗 2,133.9 萬美元（見表 4-1-8），同樣以荷蘭為最重要，占 29.5%，其次是美國占 20.7%，再其次是越南、日本、澳洲、韓國，所占比重分別為 15.6%、8.3%、8.1%及 7.9%。

表 4-1-7 我國蝴蝶蘭瓶苗出口主要市場（06029091307）

單位：千美元;%

國家	2013	2014	2015	比重
荷蘭	12,064	11,333	9,189	51.6
德國	2,927	2,651	2,522	14.2
韓國	908	1,408	1,400	7.9
美國	490	876	1,118	6.3
巴西	0	0	951	5.3
比利時	163	589	649	3.6
世界	19,818	19,842	17,823	100.0

資料來源：本研究整理。

表 4-1-8 我國蝴蝶蘭小苗主要出口市場（06029091）

單位：千美元;%

國家	2013	2014	2015	比重
荷蘭	6,216	6,744	6,304	29.5
美國	4,821	4,942	4,422	20.7
越南	1,800	1,953	3,320	15.6
日本	2,444	2,314	1,771	8.3
澳洲	812	763	1,735	8.1
韓國	1,153	1,105	1,684	7.9
世界	20,096	20,302	21,339	100.0

資料來源：本研究整理。

以蝴蝶蘭成株來看，2015 年我國出口蝴蝶蘭成株 1 億又 304.7 萬美元，其中美國市場占 46.9%，其次日本市場占 22%，再其次是荷蘭、澳洲、越南及英國，所占比重分別為 5.2%、4.6%、3.9%及 3.0%。

蝴蝶蘭鮮切花出口則以日本為最重要出口市場，2015 年我國出口蝴蝶蘭鮮切花 780.6 萬美元，其中日本市場占 70%，其次美國市場占 10.7%，再其次為丹麥、阿聯大公國、土耳其、澳洲，比重分別占 5.4%、5.1%、3.2%及 2.2%。

蘭花雖然為高經濟價值作物，但由於蘭花需生長於濕度較高的環境，再加上目前的繁殖技術採用分生苗的方式進行生產，因此增加感染病毒的危機。此外，臺灣環境濕熱，在密集栽種下更容易導致病蟲害或是病毒的傳播，相對於荷蘭採大規模、科學化管理，較無病毒問題，是我國產品在國際市場競爭中面對的隱憂。²⁹

表 4-1-9 我國蝴蝶蘭成株出口主要市場

單位：千美元;%

國家	2013	2014	2015	比重
美國	43,896	50,575	48,330	46.9
日本	22,868	23,980	22,710	22.0
荷蘭	4,853	7,739	5,374	5.2
澳洲	2,330	3,822	4,760	4.6
越南	1,530	2,917	3,970	3.9
英國	2,785	3,157	3,137	3.0
世界	92,616	107,168	103,047	100.0

資料來源：本研究整理。

表 4-1-10 我國蝴蝶蘭（鮮切花）出口主要市場

單位：千美元;%

國家	2013	2014	2015	比重
日本	4,598	5,075	5,467	70.0
美國	547	640	838	10.7
丹麥	0	0	419	5.4
阿聯大公國	152	159	397	5.1
土耳其	0	0	250	3.2
澳洲	129	121	168	2.2
世界	5,547	6,181	7,806	100.0

資料來源：本研究整理。

²⁹ 楊玉婷（2010），全球蘭花發展現況與未來展望－兼論我國蝴蝶蘭與文心蘭發展策略，臺灣經濟研究月刊。

五、蝴蝶蘭產業價值鏈市場分析

綜上所述可以了解我國蝴蝶蘭在國際市場頗具有特色，然而就未來進一步擴大出口言，廠商所面對的問題為何？如何協助廠商擴大出口以利蝴蝶蘭產業價值鏈進一步發展？本小節主要透過廠商訪談之方式，了解我國業者當前所面對的情勢，再綜合主政單位已經採取主要措施，以及前述的基本資料加以研析（相關訪談紀錄請參閱附錄一）。

（一）我國蘭花產銷特性

1. 品種多元，規模較小，在國際市場以接力生產為主

我國由於氣候適宜、品種多元、中小企業供應能力旺盛，但生產規模較小，主要以接力生產方式，由瓶苗、小苗、成株至鮮切花分別供應不同市場。在瓶苗階段，以歐洲市場為主；在小苗階段，美國、日韓市場的重要性明顯提高，但我國產品在此仍略遜於荷蘭；在成株階段則以美國市場為主，其在美國市場的市占率也遠遠高於其他國家。我國蘭花種植方式，由於土地分割，規模明顯小於歐盟國家，在難以自動化與機械化之下，瓶苗以後的生產階段無法與歐洲國家相比。為了提升競爭力與維持市占率，廠商已有到海外投資，以接力生產的方式經營，一方面可降低苗株生產成本，另方面瓶苗與小苗仍由國內供應，以利掌握更長的生產階段，獲得更多利潤與強化蝴蝶蘭產業價值鏈。

2. 在國際市場頗具競爭力，但已面臨後進者追趕壓力

我國蝴蝶蘭在國際市場頗具競爭力，但自從中國大陸及越南興起後，出口市場已面臨強大的競爭壓力。基於我國氣候適宜、品種豐富，即使在 2008 年金融海嘯之後，已開發國家國內需求減緩，我國蝴蝶蘭出口並未受到重要影響，但自從荷蘭廠商在美國投資生產，以及中國大陸廠商改為以出口為主之後，市場競爭已對我國相對不利，日後越南更可能成為主要的競爭對手，我國必須積極提升競爭力。

3. 銷售通路未直接面對消費者；行銷策略以維持品質與價格的穩定為主

蝴蝶蘭出口市場之開拓，業者主要是以參加蘭展，結識買方開始，由於我國廠商可以提供的品種較多，買方持續的忠誠度較高。又由於業者銷售仍以 B2B 為主，我方業者行銷策略主要以維持穩定的品質與價格為主，以利買方進一步向消費者銷售。惟由於未直接向消費者銷售，我國以水草種植蝴蝶蘭，其花期較長的優點，不易向消費者宣導。

（二）蝴蝶蘭產業價值鏈進一步之強化與提升

就蝴蝶蘭產業言，如果業者能夠將蝴蝶蘭自瓶苗培養一直到成株、開花及販售鮮切花等階段，所有過程皆在國內進行，其價值鏈當最為完整，所創造的附加價值亦將最高。惟我國由於人力與土地成本費用等，以及為了節省關稅，很多業者已將小苗、中苗至成株的生產階段轉移至國外進行接力生產，為了避免此種現象進一步外移，我國可從強化價值鏈的兩端進一步努力。

1. 新興市場之開拓，有待業者強化行銷通路

針對未來具有潛力之出口市場，如加拿大、緬甸、越南、澳洲等，我國業者均已有銷售經驗。其中加拿大為我國第 7 大外銷市場，澳洲於 100 年 8 月同意我蝴蝶蘭可帶介質輸入後，104 年亦已躍居我國蘭花第 6 大出口市場，故目前我國對其銷售金額較少，主要是業者對行銷通路的掌握尚未充分到位，而非對方具有檢疫障礙。但臺灣由於貿易人才較少，主政單位若能協助行銷、推廣，或者強化行銷人才之培育，將有利於我國蝴蝶蘭進一步擴大出口。此外巴西亦是值得進一步進行接力生產而開拓的市場。

為此，農政主管單位每年以輔導產業團體參加國際蘭花盛事，提高國際市場能見度，塑造臺灣蘭花品牌形象，及協助突破檢疫與貿易障礙等方式，

加強建立銷售通路。另國內部分，除繼續辦理台灣國際蘭花展外，106 年將推動蘭花品種交易中心計畫(名稱暫定)，加強核心品種保存及育種資訊服務，及將輔導產業舉辦 2020 年第 23 屆世界蘭花會議暨蘭展，以期能協助業者強化其產業國際競爭力。

2. 消除非關稅障礙有利我蝴蝶蘭出口

取得檢驗檢疫措施之認證與簡化程序，有利我蝴蝶蘭之出口，目前較重要的檢疫問題主要在印度市場，此外在中國大陸、越南與印尼之通關過程較欠缺透明性，未來若能經由簽署貿易協定而加強相關規定之透明度、簡化流程，對我出口有利。此外我國文心蘭在紐西蘭則尚未取得檢疫認證（正在持續接洽中³⁰）是業者關心的另外一重點。

3. 加速自動化、提升技術水準、增加人力供應可強化我蝴蝶蘭產業發展

面對越南與中國大陸興起，我國勞動成本偏高，必須加速自動化，以提升技術水準。惟我國蝴蝶蘭主要採用吸水性較佳且耐貯運之水苔介質，與荷蘭栽培方式不同，可海空運輸銷全世界，為我國外銷旗艦農產品。但栽培過程自組織培養瓶苗、小、中、大苗至外銷出口需時約 2~3 年，尤其組織培養技術大量繁殖種苗，種苗出瓶後須配合植物根系生長階段，經多次換盆作業，極度耗工、手指負擔重，又水苔介質鬆軟不易定型，無法如荷蘭以樹皮栽培方式全自動化裝填，上揭作業均需要眼力、手巧及訓練熟練人手，產業需要大量基層作業勞力。然而近年在人力供應方面，因鄉村人口老化及人口外移，人力招募，不易且流動率高，供給不穩定，以致品質難以掌控，且產能不確定性增高，影響業者接單能力及國際競爭力。部分蘭園為能順暢運作，已逐漸轉往越南、中國大陸等國家發展，可利用當地充沛勞力、擴大經營規模，結果反而與國內業者競逐國外市場，長此發展，恐將導致更多產業鏈相關業

³⁰ 105 年 11 月 28-30 日紐西蘭已派員來臺進行文心蘭輸入植物風險評估實地查證。

者外移，不僅影響上下游花農生計及週邊產業，如：溫室設施與農業資材等業者生存空間，更衝擊國內人民就業的機會。相關產業團體及農企業因而希望政府能開放引進外勞。

此外，未來水草之供應可能不足，可能影響我國蝴蝶蘭之生產與供應；澆水與換盆如果能自動化，亦可降低我生產成本；而主政單位於 106 年亦將推動智能農業方案(農業 4.0)，研發適合臺灣蝴蝶蘭產業規模之自動化或半自動化設備、導入感測與智能動態控制系統、物聯網數位產銷服務，以協助產業強化智慧化與自動化經營。在主政單位輔導下，業者亦已在加強研發當中。

4. 強化產業金融與保險市場以利擴大經營規模

蝴蝶蘭如果從選種、育種、組培、瓶苗、小苗、大苗到成株，週期可能長達 5 年，若欲擴大生產規模，資金回收的週期較長，而國內農業金融保險市場尚不夠成熟，不利農業之企業化經營；若能強化農企業保險或海外資金籌措及融資貸款，將有利我蝴蝶蘭海外接力生產及產業進一步發展。

5. 輔導業者赴非洲國家設廠生產，同時鼓勵研發，持續掌握品種優勢

基於土地資源有限，薪資成本偏高，再加上區域經濟整合之下，其他國家間常常因整合而消除關稅，而我國產品則仍然必須支付關稅，因此已有廠商前往海外設廠生產以避免這些不利因素。未來除了我國應爭取加入 TPP/RCEP 的機會外，若在取銷關稅後仍無法克服生產成本偏高的因素，再加上人力供應問題難以解決，則出口設廠恐將是業者為持續保持出口市場而難以避免的途徑。惟如果設廠地點在東南亞，對本土業者將形成競爭壓力，故輔導的對象應以赴南非或非洲國家設廠、並且以出口歐洲市場為主，以與本國業者之銷售市場有所區隔，對臺灣整體效益較大。此外當外移的業者獲得利潤之後則應該加強品種開發，以繼續掌握我國品種優勢。此時主政單位則可採取鼓勵研發及對利潤課稅的政策，以繼續我國蝴蝶蘭產業在上游階段

之優勢。

第二節 芒果產業價值鏈與出口市場

一、芒果概述

芒果原產於印度，為漆樹科熱帶果樹，荷蘭人據台期間首次引進台灣種植，其後為改良芒果品質，日據時代引入 White、Carabao、Aroemanis 等南洋種品種，台灣光復以後引進愛文、聖心等美國種，近代國內自行育成金煌、台灣一號、台農二號。目前芒果產地主要分佈於台南（玉井、南化、左鎮、山上、官田、大內、楠西等鄉）、屏東（枋山鄉）、高雄（六龜鄉）等地區，嘉義、彰化及其他地區亦有零星種植。

台灣芒果栽培品種不同，成熟期亦不同，早熟種如再來種、台農一號，中熟種如愛文、海頓，晚熟種如金煌、凱特、聖心等。成熟期早晚除與品種有關之外，亦與氣候溫度關係密切，例如台南地區的愛文芒果自開花至採收需 180 天，屏東枋山地區則僅需 150 天。芒果產期自 3 月至 10 月，盛產期集中在 6~7 月，常有產銷失衡現象。由於芒果儲藏成本頗高，難以長期儲藏方式來提高售價，頂多以短期低溫儲藏來延長果品壽命，但低溫儲藏易有寒害、腐爛、不轉色、失重等現象。

農委會自 1998 年起，即積極推動國產優良品牌水果蔬菜品質認證，廣邀各界學者專家訂定「國產優良品牌水果蔬菜品質認證作業須知」，期以提升品牌蔬果之公信力與競爭力。品牌認證申請以鄉鎮市級農會或合作社場、青果社等農民團體為單位，2002 年 5 月起由各區農業改良場承辦認證業務。目前經過認證的芒果品牌有南芝園（南化鄉）、白二姐（左鎮鄉）、熱情小子（玉井鄉）、日豐（官田鄉）、太陽果（枋山地區）。

二、臺灣芒果產業與產業鏈概況

根據 2015 年農業統計年報，我國芒果種植面積為 15,465 公頃，收穫面積為 15,205 公頃，產量達 166,260 公噸，每公頃產量達 10,934 公斤。就過去 10 年農業統計數據來看，芒果種植面積有逐漸減少的趨勢（2006 年時種植面積為 18,200 公頃），每公頃產量大致維持在 1 萬公斤左右，2009 年及 2010 年產量偏低，每公頃產量平均僅有 8300 公斤，2007 年及 2013 年芒果盛產，每公頃產量分別達 1.2 萬、1.3 萬公斤以上。

表 4-2-1 芒果產量及價格

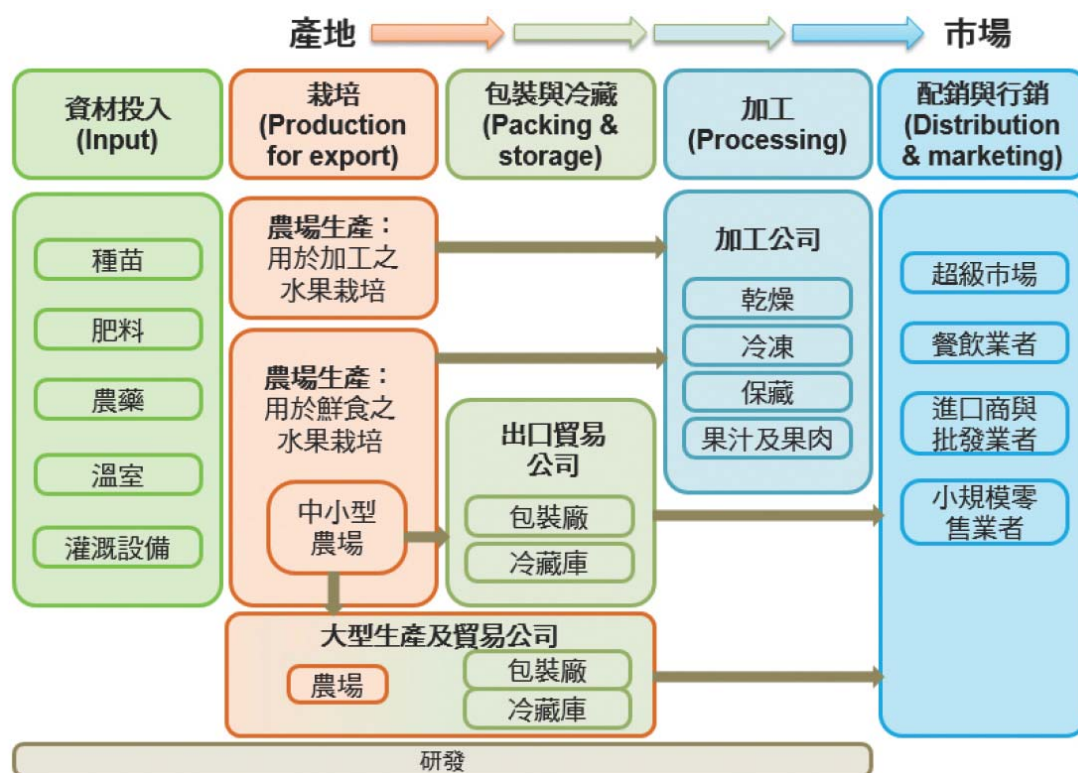
年	芒果				愛文芒果（元/公斤）	
	種植面積 （公頃）	收穫面積 （公頃）	每公頃產量 （公斤）	產量 （公噸）	產地價	批發價
2006	18,200	17,633	10,851	191,332	62.29	36.40
2007	18,375	17,836	12,071	215,292	51.78	35.70
2008	18,090	17,663	10,005	176,716	61.76	45.10
2009	17,130	16,637	8,432	140,290	59.16	37.30
2010	16,796	16,437	8,231	135,293	71.18	40.80
2011	16,695	16,487	10,274	169,380	69.49	46.00
2012	16,356	16,087	10,397	167,247	79.82	56.10
2013	16,508	16,352	13,159	215,168	57.02	43.60
2014	15,068	14,833	10,311	152,932	66.86	50.20
2015	15,465	15,205	10,934	166,260	57.59	39.50

資料來源：行政院農委會農業統計年報

我國芒果大多為新鮮食用，惟受限於季節性和保鮮期，可於芒果盛產期將鮮果加工製成芒果汁和果泥、芒果丁、芒果果醬、芒果罐頭、芒果青、芒果乾、芒果氣泡飲料或啤酒、芒果冰或冰淇淋、芒果蛋糕或芒果凍等。整體加工過程及加工程序受限於產製設備及空間相對不足，且無法添加許多食品添加物的情況下，易造成芒果加工品品質良莠不齊。³¹

³¹ 陳曉菁，芒果多元化利用。

根據杜克大學全球化管理與競爭力中心指出，水果產業供應鏈可區分為資材投入、栽培生產、包裝與冷藏、加工、配銷與行銷等階段。



資料來源：杜克大學全球化管理與競爭力中心（CGGC）；台灣經濟研究院生物科技產業中心編譯修正。孫智麗、楊玉婷，從全球水果消費及生產趨勢觀察論鏈整合之產業化與國際化發展策略。

圖 4-4 水果產業供應鏈

2015 年我國出口芒果共 2700 萬美元，占 HS080450 三種鮮果合併計算，項下鮮果出口值之 84.2%，而若依 080450 三種鮮果合併計算，我國鮮果出口之 RCA 值達 0.9，因此也可以推論我國芒果出口具有相對比較優勢³²。

³² 雖然 080450 鮮果之 RCA 指數於 2013、2014 年分別為 0.7 及 0.64，但是在我生鮮農糧產品之出口表現中已屬良好等級。

三、我國芒果進出口貿易

(一) 出口貿易趨勢與芒果產品種類

根據 FAO 最新資料（2013 年）顯示，芒果、山竹及番石榴全球前 5 大生產國依序為印度、中國大陸、泰國、印尼、墨西哥；前 5 大產量出口國依序為墨西哥、印度、泰國、祕魯、巴西，以貿易額計前 5 大出口國則為墨西哥、荷蘭、印度、泰國、巴西；前 5 大進口量最多的國家依序為美國、荷蘭、沙烏地阿拉伯、英國、德國，進口額最多的前 5 大則為美國、荷蘭、德國、英國、法國。

根據 Trade map 貿易資料，2015 年新鮮或乾燥番石榴、芒果及山竹（HS080450）全球主要進口國為美國（22.12%）、中國大陸（10.58%）、荷蘭（9.49%）、德國（6.90%）、英國（6.64%），5 國合計占全球總進口 55.72%；全球主要出口國為墨西哥（23.34%）、哥斯大黎加（9.52%）、荷蘭（8.68%）、祕魯（5.74%），4 國合計占全球總出口 47.29%。

我國芒果進出口貿易向來有貿易順差，於 2007 年起芒果出口金額突破 1 千萬美元，2014 年出口金額突破 2 千萬美元，近 5 年進口金額約 200~300 萬美元。2015 年我國出口 11805 公噸芒果產品，出口額達 3049.1 萬美元；進口 1272 公噸芒果，進口額達 289.4 萬美元。以出口額來看，主要出口市場為韓國（34.94%）、中國大陸（27.51%）、日本（22.44%），若以出口重量來看，主要出口市場為中國大陸（40.13%）、香港（23.57%）、韓國（16.30%），日本僅占 9.14%；以進口金額來看，進口來源主要為菲律賓（32.21%）、印度（29.53%）、泰國（18.55%）、越南（15.82%），若以進口重量來看，進口來源依序為印度（49.07%）、越南（20.83%）、泰國（15.17%）、菲律賓（12.91%）。不論進出口，我國芒果產品貿易對象主要侷限於亞洲地區。

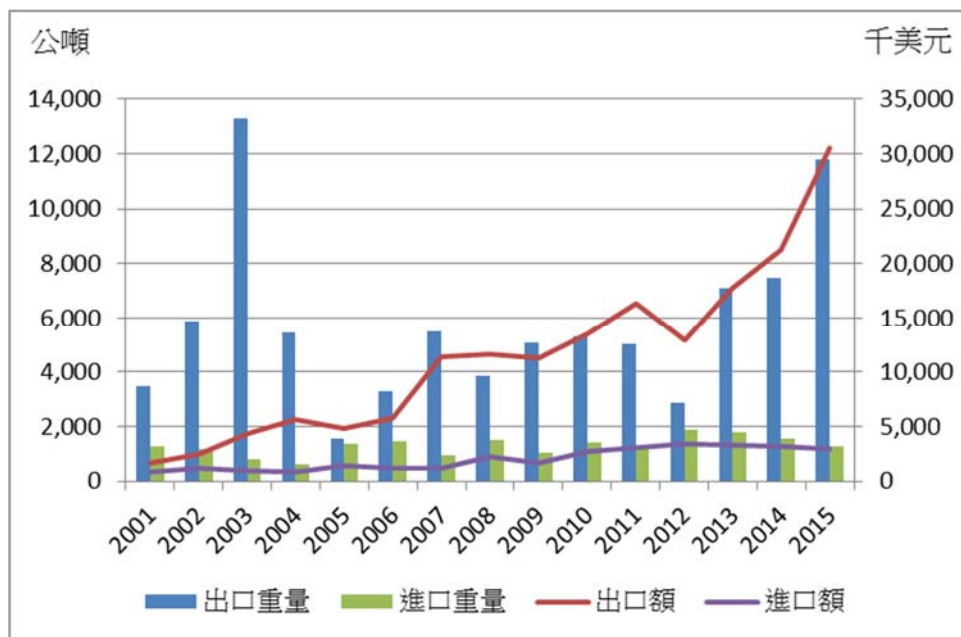


圖 4-5 我國芒果進出口貿易狀況

我國出口之芒果產品有生鮮冷藏芒果、脫水或乾製芒果、冷凍芒果、調製芒果、芒果汁、芒果罐頭等。生鮮冷藏芒果為出口最大宗，約占九成左右，以 2015 年出口金額計，出口目的市場依序為韓國（36.69%）、中國大陸（30.25%）、日本（20.76%）、香港（8.93%）、新加坡（2.65%）、馬來西亞（0.52%）；以重量計，出口市場依序為中國大陸（43.43%）、香港（25.08%）、韓國（16.36%）、日本（7.44%）、新加坡（6.62%）。其次為調製芒果（出口金額占比 4.25%，出口市場依序為：韓、日、香港）、冷凍芒果（2.92%，出口市場依序為：日本、澳洲、美國）、芒果汁（2.21%，出口市場依金額排序為：美國、香港、韓國）（見表 4-2-2）。

表 4-2-2 我國芒果及其製品出口市場—依出口重量前 11 大排序，2015 年

國家別	合計		芒果，生鮮冷藏		芒果，脫水或乾製水果		芒果，冷凍		芒果，調製		芒果，果汁		芒果，罐頭	
	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元
合計	11,805	30,491	10,812	27,179	9	115	151	891	321	1,297	447	674	65	335
中國大陸	4,737	8,388	4,696	8,223	6	70	1	1	7	65	28	29	-	-
香港	2,783	2,702	2,712	2,426	3	35	3	21	36	134	22	50	8	36
韓國	1,924	10,653	1,769	9,971	-	-	-	-	139	617	12	43	4	21
日本	1,079	6,842	805	5,642	-	-	142	839	88	270	34	41	10	51
新加坡	744	805	716	721	-	-	-	-	16	63	10	14	2	7
美國	317	621	-	-	0	1	3	9	12	56	279	423	22	131
馬來西亞	113	225	96	140	0	3	-	-	1	5	3	10	14	66
越南	49	39	-	-	-	-	-	-	2	6	46	32	0	1

資料來源：農委會農業統計

就時間序列發展趨勢言，韓國與中國大陸是持續成長的市場，日本、新加坡則明顯衰退（見表 4-2-3），香港市場不穩定。就個別市場言，持續 2011 年我國生鮮芒果以出口日本為最大宗，占生鮮冷藏芒果出口總額 56.63%，但出口值有下降趨勢，2015 年出口占比降至 20.76%；韓國原排名第 2 大出口市場，但 2015 年出口較前一年成長 78.26%，躍居成為我國生鮮冷藏芒果首要出口市場，出口占比由 20.92%提高至 36.69%；中國大陸於 2011 年時占我國出口比重僅 4.94%，2013 年起有爆炸性成長，2015 年出口占比已提高至 30.25%。

（二）價值鏈中不同產品之出口單價

我國生鮮冷藏芒果於 2013-2015 年出口之平均單位約每公斤 2.56 美元，較 2011-2012 年出口平均單價略低。就中日韓三大市場而言，我國出口日本之平均單價最高，每公斤約 7~8 美元，其次為韓國，每公斤約 5~6 美元，出口至中國大陸之平均單價偏低，每公斤僅 1~2 美元。此外，我國出口加拿大、

汶萊、泰國之平均單價相對較高，每公斤約 5~6 美元；出口至南非的平均單價最高，每公斤達 9 美元，可能與其路途遙遠、運輸費用較高有關。

表 4-2-3 我國生鮮冷藏芒果出口市場

國別	出口額（千美元）					單位價格：美元/公斤				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
總計	14,717	11,374	15,320	17,454	27,179	3.36	4.82	2.45	2.71	2.51
大韓民國	3,079	2,597	4,194	5,594	9,971	5.88	6.22	5.82	6.10	5.64
中國大陸	727	771	1,800	3,090	8,223	1.52	1.80	1.31	1.50	1.75
日本	8,335	6,977	6,025	5,806	5,642	7.18	8.36	7.44	7.64	7.01
香港	1,321	483	1,928	1,833	2,426	0.97	1.14	0.92	0.97	0.89
新加坡	953	340	1,151	847	721	1.27	1.88	0.99	1.21	1.01
馬來西亞	85	57	72	104	140	2.21	2.00	1.84	1.99	1.46
阿拉伯聯合大公國	-	-	-	-	26	-	-	-	-	1.97
加拿大	71	81	66	135	14	2.47	2.76	2.12	2.86	6.68
汶萊	3	6	9	18	9	2.73	7.11	6.73	7.61	6.05
澳門	1	-	-	10	4	1.82	-	-	5.93	3.51

資料來源：農委會農業統計

就脫水或乾製芒果而言，2011 年我國產品主要銷往澳門，其次為中國大陸和香港，2012 年後以中國大陸為主要出口市場，其次為香港。2013 年至 2015 年我國脫水或乾製芒果產品出口明顯成長，2011 年出口值僅 1.7 萬美元，2015 年成長為 11.5 萬美元。

我國脫水或乾製芒果出口之平均單價並無一定趨勢，但其出口平均單價，2015 年為每公斤 12.58 美元（見表 4-2-4），與生鮮芒果每公斤 2.51 美元比較，其附加價值提高 5 倍，就延伸產業價值鏈而言，是未來值的發展的品項。

表 4-2-4 我國脫水或乾製芒果出口市場

國別	出口額（千美元）					單位價格：美元/公斤				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
總計	17	18	43	70	115	12.34	14.16	11.54	15.24	12.58
中國大陸	5	6	18	21	70	16.56	18.22	17.56	14.84	11.83

國別	出口額（千美元）					單位價格：美元/公斤				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
香港	3	8	10	42	35	18.62	24.14	16.63	15.82	14.08
馬來西亞	0	0	6	1	3	7.41	25.56	15.88	16.32	13.56
加拿大	-	2	2	0	2	-	8.15	1.38	2.86	14.59
美國	-	-	-	1	1	-	-	-	53.70	10.03
澳大利亞	3	2	1	1	1	5.05	5.29	11.18	8.30	13.01

資料來源：農委會農業統計

就冷凍芒果而言，我國產品主要出口至日本，零星銷往香港、澳洲。2012-2013 年我國該項產品出口日本超過 100 萬美元，2015 年金額降至 84 萬美元。2013-2014 年我國冷凍芒果也曾銷往韓國市場，雖然 2015 年無貿易紀錄，但 2015 年韓國為我國生鮮冷藏芒果的首要出口市場。

就冷凍芒果出口平均單價言，2015 年我國出口冷凍芒果平均每公斤 5.92 元，其單位價格亦高於生鮮芒果，但低於乾製芒果。

表 4-2-5 我國冷凍芒果出口市場

國別	出口額（千美元）					單位價格：美元/公斤				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
總計	743	568	1,056	1,722	891	4.01	4.49	4.53	5.53	5.92
日本	716	546	1,033	1,241	839	4.07	4.44	4.49	4.82	5.92
香港	0	-	-	29	21	3.45	-	-	8.33	8.33
澳大利亞	-	0	-	22	21	-	10.07	-	7.47	6.90
美國	-	-	-	1	9	-	-	-	2.94	3.25
中國大陸	27	-	0	0	1	2.95	-	3.21	1.85	2.12
英國	-	-	-	-	0	-	-	-	-	3.19
大韓民國	-	-	22	428	-	-	-	8.91	9.09	-

資料來源：農委會農業統計

就調製芒果而言，2011-2012 年主要銷往香港、日本，2013 年後銷售對象以韓國為主，其他出口市場包括日本、香港及中國大陸，為我國該產品出口排名第 2~4 名，排名每年變動不定，4 國合計約占我國該項產品出口 80% 以上。

我國調製芒果出口之平均單價，2015 年平均為 4.04 美元（見表 4-2-6），亦高於生鮮芒果平均單價，其中對中國大陸的出口價平均單價最高，為我國未來可加強出口拓銷的市場。

表 4-2-6 我國調製芒果出口市場

國別	出口額（千美元）					單位價格：美元/公斤				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
總計	130	294	369	1,191	1,297	4.14	4.73	5.06	4.56	4.04
大韓民國	-	4	140	872	617	-	4.53	4.64	4.30	4.45
日本	31	38	87	40	270	5.13	5.46	9.56	5.45	3.06
香港	86	169	48	70	134	3.87	4.10	4.25	4.11	3.70
中國大陸	4	36	22	103	65	11.82	16.00	13.12	23.27	9.96
新加坡	2	2	4	16	63	8.15	5.32	4.31	4.06	3.88
美國	1	4	18	28	56	5.27	3.65	2.49	2.64	4.72
澳大利亞	0	1	10	29	51	3.70	4.50	4.80	4.41	4.14
澳門	-	-	1	2	11	-	-	17.40	15.68	4.03
越南	-	1	0	3	6	-	6.80	4.29	4.18	2.66
加拿大	3	5	4	4	6	2.97	14.32	5.24	5.10	4.18
馬來西亞	2	11	17	11	5	3.67	3.84	3.59	3.70	6.09
關島	0	8	12	4	4	13.33	3.51	3.36	2.98	3.68
菲律賓	-	11	3	6	4	-	4.13	4.16	4.20	3.81

資料來源：農委會農業統計

就我國芒果罐頭言，2015 年我國出口急速成長，出口值分別達 15 萬、33.6 萬美元。美國過去幾年一向是我國芒果罐頭的主要出口市場，2014-2015 年我國出口市場已擴大至馬來西亞、日本、香港、韓國等地。

2015 年我國芒果罐頭出口之平均單價亦明顯成長，平均每公斤 5.17 美元。就個別市場而言，出口美國之單位價格最高，未來亦值得進一步開拓其市場。

表 4-2-7 我國芒果罐頭出口市場

國別	出口額（千美元）					單位價格：美元/公斤				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
總計	4	7	1	150	335	2.63	2.70	2.70	5.08	5.17
美國	4	6	-	35	131	2.57	2.58	-	5.14	5.83
馬來西亞	0	-	0	70	66	8.33	-	1.54	5.15	4.79
日本	-	-	-	-	51	-	-	-	-	5.10
香港	-	1	-	15	36	-	3.68	-	4.60	4.54
大韓民國	-	-	-	12	21	-	-	-	4.96	5.23
澳大利亞	-	-	0	4	7	-	-	2.29	4.97	4.91
新加坡	-	-	-	5	7	-	-	-	4.96	4.67
菲律賓	-	-	-	2	7	-	-	-	4.83	4.52
加拿大	0	-	-	6	3	1.85	-	-	6.16	5.84
印尼	-	0	-	0	2	-	3.85	-	2.58	2.40
阿拉伯聯合大公國	-	-	-	1	1	-	-	-	5.20	5.23

資料來源：農委會農業統計

我國 2015 年進口 1272 公噸芒果，進口額達 289.4 萬美元，包含有生鮮冷藏芒果、脫水或乾製芒果、冷凍芒果、調製芒果、芒果汁、芒果罐頭等（見表 4-2-8）。其中以調製芒果、芒果罐頭為主，進口金額分別占總進口之比為 55.20%及 28.31%，重量占比為 33.55%、49.02%。以進口來源言，調製芒果的進口來源主要為菲律賓（58.34%）、泰國（30.92%），若以進口重量排序則為泰國（39.17%）、菲律賓（38.47%）、越南（15.57%）。芒果罐頭進口來源主要為印度（進口額占比 96.76%、重量占比 96.60%）。

表 4-2-8 我國芒果及其製品進口來源，2015 年

國家別	合計		芒果，生鮮 冷藏		芒果，脫水 或乾製水果		芒果，冷凍		芒果，調製		芒果，果汁		芒果，罐頭	
	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元
合計	1,272	2,894	0	1	0	11	163	337	427	1,598	58	129	624	819
印度	624	855	-	-	-	-	-	-	11	17	11	45	602	793
越南	265	458	-	-	-	-	159	324	66	56	33	74	7	3
泰國	193	537	-	-	0	11	1	2	167	494	10	7	14	23

國家別	合計		芒果，生鮮 冷藏		芒果，脫水 或乾製水果		芒果，冷凍		芒果，調製		芒果，果汁		芒果，罐頭	
	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元	公噸	千美元
菲律賓	164	932	-	-	-	-	-	-	164	932	-	-	-	-
法國	11	65	-	-	-	-	0	1	11	64	-	-	-	-
比利時	6	25	-	-	-	-	-	-	6	25	-	-	-	-

資料來源：農委會農業統計

四、我國於重要出口市場之競爭對手

我國以生鮮冷藏芒果為出口最大宗，出口市場以數量計，最大是中國大陸，以出口貿易金額計，最大市場是韓國，主要出口市場包括韓國、中國大陸、日本、香港、新加坡。

（一）中國大陸市場

2015 年中國大陸自台灣、泰國、菲律賓、澳洲、秘魯、巴基斯坦、布吉納法索、哥斯大黎加、香港、西班牙、德國、美國等 12 國進口芒果。不論以重量或進口值來看，台灣都是首要進口來源，市占率達 44.82%，其次為泰國、菲律賓、澳洲。然而中國大陸自此三國之進口，於 2015 年皆呈現衰退，自菲律賓進口較去年衰退 36.48%。就平均單價而言，台灣芒果 1.95 美元/公斤，雖較前 2 年略高些，但低於泰國（4.19）、菲律賓（8.89），亦低於中國大陸總進口平均單價（2.98）。

表 4-2-9 中國大陸芒果（HS 08045020）進口來源，2013-2015

年	重量(公噸)			進口額(百萬美元)			市占率(%)			成長率(%)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	-	15/14	-
總進口	24,268	4,973	6,843	12.704	17.276	20.418	100	100	100		18.18	
台灣	1,442	2,104	4,696	2.060	3.221	9.151	16.21	18.64	44.82		184.13	
泰國	1,239	1,643	1,190	4.595	5.442	4.984	36.17	31.5	24.41		-8.42	
菲律賓	393	522	371	2.830	5.198	3.301	22.28	30.08	16.17		-36.48	
澳洲	74	683	541	0.408	3.390	2.752	3.21	19.62	13.48		-18.81	
秘魯	0	0	30	0.000	0.000	0.208	0	0	1.02		0	

重量(公噸)				進口額(百萬美元)			市占率(%)			成長率(%)		
年	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	-	15/14	-
巴基斯坦	2	22	15	0.006	0.024	0.015	0.05	0.14	0.08		-37.42	
布吉納法索	0	0	0	0.000	0.000	0.002	0	0	0.01		0	
哥斯大黎加	0	0	0	0.000	0.000	0.002	0	0	0.01		0	

資料來源：WTA

(二) 香港市場

香港 2015 年自菲律賓、澳洲、台灣、泰國、越南、南韓、日本、印度、巴基斯坦、馬來西亞、印尼、以色列、美國、祕魯、中國大陸、緬甸、墨西哥、紐西蘭、巴西、西班牙等 20 國進口芒果。菲律賓為香港芒果主要進口來源，市占率高達 49.48%，但近三年市占率呈現下滑趨勢，其次為澳洲（28.81%）、台灣（11.44%）。就平均單價而言，澳洲芒果平均單價（3.66 美元/公斤），高於菲律賓（1.53）及台灣（1.65）。

表 4-2-10 香港芒果（HS 08045020）進口來源，2013-2015

重量(公噸)				進口額(百萬美元)			市占率(%)			成長率(%)		
年	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	-	15/14	-
總進口	24,035	21,682	22,408	35.99	36.87	43.34	100	100	100		17.57	
菲律賓	17,897	15,089	14,028	22.85	21.27	21.45	63.48	57.69	49.48		0.83	
澳洲	2,321	2,567	3,411	7.59	8.62	12.49	21.09	23.39	28.81		44.8	
台灣	2,358	1,988	2,997	2.83	2.66	4.96	7.86	7.21	11.44		86.58	
泰國	788	1,544	1,091	1.45	3.14	2.43	4.03	8.51	5.61		-22.54	
越南	176	170	287	0.29	0.28	0.54	0.8	0.77	1.25		91.82	
南韓	42	85	193	0.14	0.18	0.48	0.38	0.48	1.12		175.32	
日本	3	5	10	0.07	0.14	0.25	0.21	0.39	0.57		74.83	
印度	75	100	97	0.20	0.24	0.20	0.54	0.65	0.46		-16.52	
巴基斯坦	141	39	130	0.15	0.09	0.15	0.4	0.23	0.34		72.11	
馬來西亞	0	17	52	0.00	0.01	0.10	0	0.02	0.24		1075.59	
印尼	11	13	39	0.03	0.03	0.10	0.09	0.08	0.24		268.93	

資料來源：WTA

（三）韓國市場

2015 年韓國自泰國、菲律賓、台灣、越南、澳洲、美國、巴基斯坦、加拿大、英國、新加坡等 10 國進口芒果。泰國及菲律賓為韓國芒果主要進口國，市占率分別達 49.71%、28.85%，台灣市占率 19% 位居第 3。就平均單價而言，台灣出口至韓國之芒果價位偏高，約 5.74 美元/公斤，高於泰國（4.65）及菲律賓（2.69）。

表 4-2-11 韓國芒果（HS0804502000）進口來源，2013-2015

年	重量(公噸)			進口值(百萬美元)			市占率(%)			成長率(%)
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	- 15/14-
總進口	6,154	10,599	13,469	24.20	43.08	53.21	100	100	100	23.52
泰國	2,447	4,619	5,693	11.74	22.18	26.45	48.5	51.48	49.71	19.27
菲律賓	2,954	4,961	5,716	7.99	14.52	15.35	33.02	33.71	28.85	5.72
台灣	723	909	1,760	4.30	5.69	10.11	17.76	13.22	19	77.55
越南	0	55	211	0.00	0.26	0.74	0	0.61	1.38	181.71
澳洲	16	49	85	0.12	0.38	0.52	0.48	0.88	0.98	36.38
美國	2	0	1	0.01	0.03	0.03	0.05	0.06	0.05	12.62
巴基斯坦	12	4	3	0.04	0.01	0.01	0.17	0.02	0.02	67.02

資料來源：WTA

（四）日本市場

2015 年日本自墨西哥、泰國、台灣、菲律賓、巴西、秘魯、澳洲、巴基斯坦、美國、越南、印度、馬來西亞等 12 國進口芒果。墨西哥、泰國、台灣是日本主要的芒果進口來源，市占率分別為 34.76%、21.46%、20.56%，雖然三國市占率皆較去年提高，但近三年日本芒果總進口金額逐年下降，自三國之進口金額亦逐漸減少。就平均單價而言，台灣芒果價格相對偏高，約 7.16 美元/公斤，高於墨西哥（3.55）及泰國（5.38）。

表 4-2-12 日本芒果 (HS080450011) 進口來源，2013-2015

年	重量(公噸)			進口額(百萬美元)			市占率(%)			成長率(%)
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	15/14-
總進口	8,589	7,354	5,841	40.43	35.74	27.98	100	100	100	-21.71
墨西哥	3,569	2,849	2,740	13.41	11.30	9.72	33.18	31.62	34.76	-13.96
泰國	1,309	1,229	1,116	7.69	7.04	6.00	19.03	19.69	21.46	-14.67
台灣	805	759	803	6.48	6.43	5.75	16.03	17.98	20.56	-10.48
菲律賓	1,733	1,300	464	7.24	5.69	2.59	17.92	15.92	9.25	-54.51
巴西	424	334	235	2.31	1.84	1.33	5.72	5.14	4.77	-27.3
祕魯	549	515	250	2.20	1.99	1.31	5.45	5.56	4.68	-34.17
澳洲	62	49	68	0.61	0.48	0.55	1.52	1.35	1.96	13.49
巴基斯坦	1	2	80	0.01	0.01	0.36	0.02	0.02	1.3	4159.94
美國	109	100	39	0.39	0.36	0.20	0.96	1.01	0.7	-45.79
越南	0	0	22	0.00	0.00	0.11	0	0	0.39	0
印度	0	5	24	0.00	0.03	0.05	0	0.09	0.17	52.2
馬來西亞	2	0	0	0.01	0.00	0.00	0.02	0	0.01	0
多明尼加	24	214	0	0.06	0.57	0.00	0.16	1.61	0	-100

資料來源：WTA

(五) 新加坡市場

2015 年新加坡市場自泰國、澳洲、菲律賓、馬來西亞、印度、台灣、印尼等 20 多國進口芒果，雖然進口來源偏多，但泰國為其主要進口國，近三年市占率皆達 40%以上，但逐年遞減。澳洲、菲律賓為新加坡次要的進口來源，市占率皆在 10%以上，馬來西亞、印度及台灣分別為新加坡芒果進口第 4~6 名，市占率約 5%以上，台灣在新加坡之市占率有逐年遞減的趨勢。就平均單價而言，台灣芒果與新加坡總進口平均單價相當，均為 1.61 美元/公斤，泰國（1.31）、印度（1.75）相差不遠，菲律賓相對偏高（6.33），澳洲居次（2.94），馬來西亞最低（0.79）。

表 4-2-13 新加坡芒果 (HS 08045020) 進口來源，2013-2015

年	重量(公噸)			進口額(百萬美元)			市佔率(%)			成長率(%)
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	- 15/14 -
總進口	12,606	13,437	13,752	20.88	22.06	22.17	100	100	100	0.53
泰國	7,175	7,473	7,506	9.90	10.19	9.83	47.39	46.19	44.32	-3.54
澳洲	687	808	1,118	2.21	2.58	3.29	10.6	11.7	14.82	27.33
菲律賓	568	478	396	2.96	2.62	2.51	14.17	11.88	11.31	-4.29
馬來西亞	1,468	2,099	2,178	1.00	1.49	1.72	4.81	6.74	7.76	15.68
印度	786	858	838	1.37	1.52	1.47	6.56	6.88	6.61	-3.43
台灣	1,161	710	746	1.81	1.24	1.20	8.69	5.62	5.43	-2.92
印尼	287	490	516	0.61	1.12	0.97	2.92	5.06	4.39	-12.75
巴基斯坦	316	155	154	0.66	0.47	0.43	3.17	2.15	1.96	-8.14
緬甸	82	169	111	0.17	0.41	0.27	0.81	1.86	1.21	-34.79
南非	21	41	77	0.04	0.08	0.17	0.19	0.36	0.76	112.5
中國大陸	11	10	67	0.01	0.01	0.14	0.06	0.05	0.62	1060.15
越南	27	76	22	0.04	0.15	0.06	0.19	0.68	0.27	-60.04
日本	0	0	0	0.04	0.05	0.04	0.19	0.21	0.18	-15.05
斯里蘭卡	1	3	7	0.00	0.01	0.02	0.01	0.04	0.11	192.51
美國	2	0	0	0.01	0.01	0.02	0.07	0.06	0.09	66.09

資料來源：WTA

五、芒果產業價值鏈市場分析

儘管芒果產品可以依加工層次而有多種不同型態，但我國仍以生鮮芒果為主，約占 90% 左右，在出口市場亦以生鮮芒果為主。惟近幾年國內已有專營芒果加工製品的專賣店出現，而且業績良好，顯示芒果加工品及其服務業市場已經開發出來並受消費者喜愛，因此芒果產業價值鏈已由果樹生產、加工製造發展到服務業領域。

我國芒果既以生鮮消費為主，在強化芒果產業價值鏈方面仍以加強生產採收後處理及拓展生鮮芒果出口為主。

（一）我國芒果產銷特性

1. 芒果品種多元，種植多以愛文為主，惟產期集中，近幾年已開拓外銷盛產期更可搜購發展加工產品

根據長年研究農產採收後處理的學者認為，採後處理是影響水果品質的關鍵，然而農產採收後處理、冷鏈運輸等產品技術層面的問題相對容易，影響外銷績效的主要癥結為消費國的市場調查、國內的產銷分工調配、貿易策略（設定目標市場），以及產銷的連貫性等。³³由於台灣土地資源有限，芒果產量不可能永遠持續成長，在有限的產能下，應了解和掌握我國產品的特質與定位。

為了拓展出口市場，目前世界各國對農產品食品安全衛生之要求與標準日趨嚴格，芒果外銷亦必須通過檢疫及農藥安全性之檢驗規定。在檢疫方面，我國為東方果實蠅分布疫區，依許多國家的植物檢疫規定，芒果輸入該國前必須經過蒸熟及殺蟲處理，由我國及外國檢疫人員共同執行的。

在農藥安全性方面，各國對於農藥之安全性制定有不同標準，以日本為例，台灣水果必須通過 586 項農藥殘留檢驗，凡驗出 2 件不合格，該項銷日農產品將逐批檢驗。³⁴

在行銷通路方面，我國芒果以內銷為主，在內銷途徑方面包括：行口拍賣、超市賣場、國內宅配（團購、網購）、產地直售等，各農會及合作社為便於國內行銷已發展自我品牌，如夏之星、太陽果等。為了延長芒果產業價值鏈，主政單位更展開推廣觀光旅遊的配套行程、舉辦國際芒果節等活動。

在外銷途徑方面按目的地而有所不同，其中中國大陸市場於接單後，透過農會集貨場溫湯處理後裝箱集運出櫃。日本市場於四月份起接單訂購，於

³³ <https://www.newsmarket.com.tw/blog/87105/如何把台灣農產賣出去？專家：重點不是行銷 是產銷調節>

³⁴ 黃千芷，台灣愛文芒果國際市場拓銷策略之研究

芒果產期經農會及合作社篩選後由協力貿易商經蒸熱廠處理再輸往日本。隨著電子商務的發展，海外客戶對於跨境電商產品的需求日增，唯鮮果需要配合當地的檢疫標準，因此國內農會及合作社沒有發展海外網購平台。簡言之，農會是供應單位，國內通路自行拓銷，外銷由貿易商自行拓展通路。

（二）芒果產業價值鏈進一步之強化與提升

1. 強化中日韓既有市場，善用加工品開拓新市場

我國芒果外銷以東北亞市場為主，其中日本市場對芒果有固定需求，但日本政府要求藥檢越來越嚴格，使得水果外銷的困難度增加。中國大陸市場因為馬政府的開放與對岸讓惠，外銷最為簡便快速，然而今年因政治因素影響，市場需求減弱許多，業者以改變營銷思維方式持續拓銷該市場、轉移出口目的市場等方式因應變化，此外亦可利用芒果加工品開拓華中及華北地區。近幾年韓國對我國芒果有相當多市場需求，預期未來韓國市場之需求可能會減緩，此外韓國對於檢驗檢疫要求也日趨嚴格。

2. 開拓新興市場需考量當地所得水準及消費偏好

台灣芒果外銷亞洲穩定成長，進一步發展機會可能在歐盟、中東、俄羅斯、加拿大等，然而由於運送時間、保鮮技術，運輸太遠將導致產品價格偏高（運輸費+產品成本），而我國芒果為高單價水果，消費市場可能不大。考量價格及運輸問題，未來可以多發展芒果加工品，如：芒果丁或芒果乾之出口。

3. 消除關稅及非關稅障礙以利芒果外銷

自由化對我國芒果出口有些微影響，畢竟降低關稅會使進口國進口成本降低，出口國外銷意願提高，農民收益穩定，整體益處大。但關稅並非影響出口的唯一因素，影響我國芒果出口的原因尚有：台灣為小農耕種、工資高，以及出口檢驗及農藥殘留等問題，為此未來我國若能加入 TPP/RCEP，關稅

與非關稅障礙應可降至最低。其次以我國出口至日本的檢疫程序言，即有業者期望能比照出口韓國的檢疫模式，委任台灣檢疫官處理檢疫，以減少人事差旅成本。而近期防檢局已積極與日本政府協商，簡化檢疫模式，以降低果品外銷日本的成本。此外，對輸日供果園田間農藥殘留檢測之檢驗費用，政府亦有補助，以減少貿易商負擔，使其能以較低成本行銷、推廣台灣鮮果。

4. 加強對消費市場與加工品進行市場調研

國內已建置產銷履歷系統，有助於出口外銷，但業者對於國際市場需求、消費行為與市場調查，包括消費意願、消費數量等資訊，仍覺不足，未來主政單位可協助業者盡量提供相關資訊以利其拓展外銷市場。

目前我國芒果產品在海外消費市場亦以鮮果為主，惟鮮果有產季以及氣候不確定等因素，如果僅侷限在鮮果銷售，恐增加產業危機。反之若能再發展加工類產品，則能突破保存及運輸之限制，因此多樣化的加工產品應能創造更多樣化的芒果產品，並有利於保存期間的延長。為此農糧署對各類水果加工品已展開研發，欲透過相關科技計畫研發加工技術、開發加工設備，並適時修正相關規定，讓產地能有直接加工機會、減少製造成本，開創新商機。

5. 強化技術研發、防治病蟲害、克服氣候影響等因素

台灣夏季高溫多濕，炭疽病及東方果實蠅已影響果品多年，造成外銷芒果出口的困難。為此農委會所屬試驗改良場所，已極力推廣共同防治方法，如利用毒甲基丁香油達到降低東方果實蠅族群密度，以及請果農加強套袋作業，以降低其危害，確保果品品質。

至於氣候因素，天災造成供貨不穩，再加上台灣芒果季節性強，難以搭配外國超市常見的行銷方式。如：寒害、颱風可能，業者建議以示範場實驗試做芒果溫室，以便克服天候因素，目前農糧署已將芒果列入「水平棚架網室」及「加強型蔬果水平棚架網室」之果樹溫（網）室設施補助項目，未來應可減少災害損失。

6. 整合國內農民教育資源，加強宣導以利出口

多年來主政單位一直積極研究及輔導農民改良芒果品質，例如：透過果樹技術服務團 輔導優質水果集團產區果品之共同安全用藥防治及合理化施肥、教育講習及果園現場經營診斷等，以精進栽培技術，降低生產成本，最終目的在於改善我國農產品品質。然而部分農民卻認為目前的教育訓練似有重複，諸如改良場、農糧署，及熱帶水果研究所等常提供類似的訓練，故希望未來能整合教育資源，進一步建立農民上課的記點獎勵機制，從改善種植技術、提升果品品質到維持優質環境等應有更全面與整體考量。

針對外銷的芒果，亦有業者建議可考慮統一用藥，同時對內銷的芒果抽樣管控，落實田間栽培管理，約束生長肥料的使用，教育農民正確的觀念，不止要求果實外觀，亦應避免喪失風味及糖度，以強化消費者購買的意願。針對於此，藥毒所亦已針對重點外銷農產品訂定用藥基準，如芒果輸往大陸及日本雙方用藥規定，供農民用藥參考。然而目前民眾對於國外市場資訊似乎仍認為欠缺，未來可加強對國外資訊之提供。

7. 整合國內生產

國內芒果業者現況為單打獨鬥，尚未能有效合作，在芒果需求激烈的情況下，往往造成產地主導果價，就地喊價，收果品質不一，且為搶得先機，果品常未到成熟甜美便採收，推出市場後反應不佳，影響消費者後續對台灣芒果的採購。有鑑於此，農糧署已透過成立「優質水果集團產區」整合產區之農民、產銷班或生產單位，以形成聚落型態之集團產區，同時導入優良品種與技術，並共同施作用藥，以提昇高品質果品比率及穩定供應，俾利國產水果品質與產銷經營效益進一步提升。

第三節 我國茶葉產業價值鏈市場分析

一、我國茶葉產業特性

茶葉為我國附加價值相當高的農產品。臺灣茶葉早期是以外銷為主，然而，由於臺灣人力成本的提升，使得茶葉生產成本增加，喪失出口競爭力，故臺灣茶葉逐漸由外銷轉為內銷導向。如表 4-3-1 所示³⁵，我國茶葉種植面積在 2015 年為 11,780 公頃，產量為 14,405 公噸，每公頃產量達 1,223 公斤。就過去十年統計數字來看，我國茶葉種植面積呈現下滑的趨勢（2006 年茶葉種植面積為 17,205 公頃），歷年單位面積產量大概維持在每公頃 1 千公斤至 1 千 2 百公斤，2007 年單位面積產量偏低，為每公頃 1,077 公斤，而 2014 年的單位面積產量（每公頃 1,277 公斤）為近十年最高。以國內單價而言，我國茶葉由 2006 年的新台幣 225 元/公斤一路成長，在 2011 年價格約為新台幣 400 元/公斤，在 2014 年價格更高達新台幣 495 元/公斤。雖然我國茶葉產量呈現萎縮現象，其所創造出的價值卻是逐年上升，顯示國內茶葉市場正朝向高附加價值的方向發展。

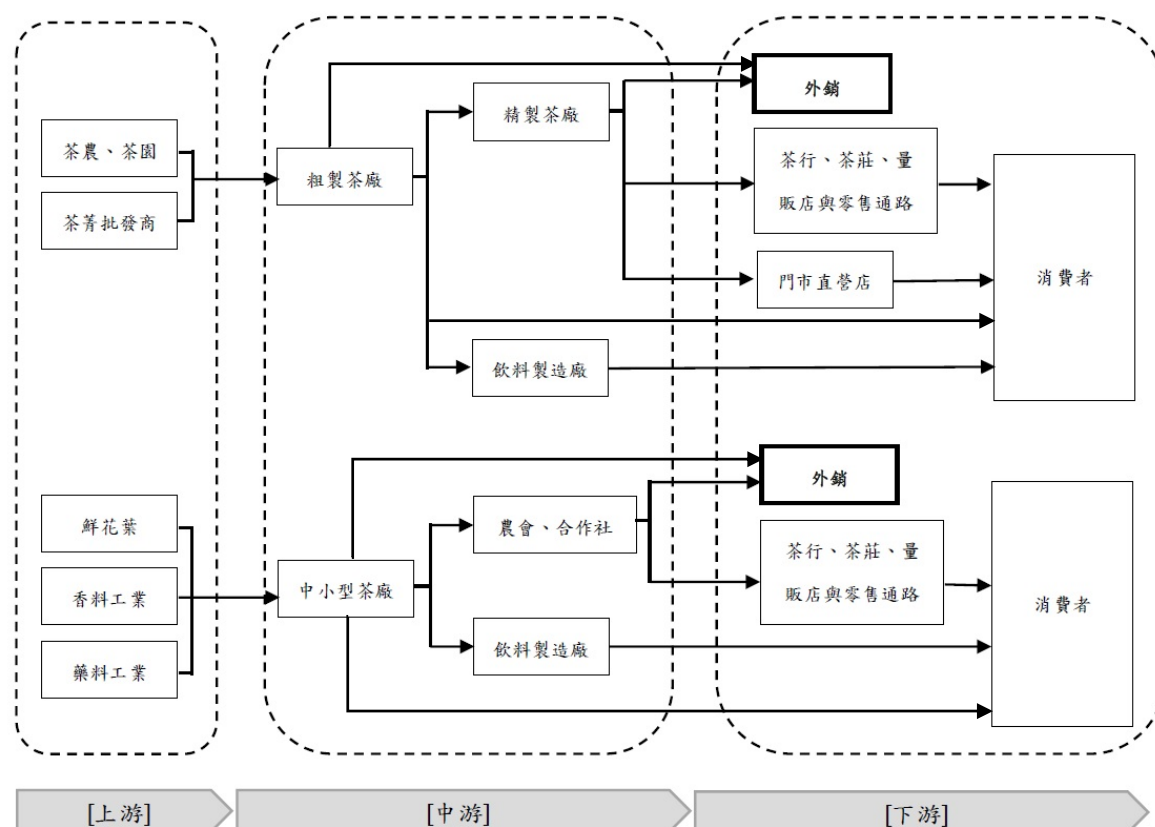
³⁵ 表中數量包含茶葉及其製品。

表 4-3-1 我國歷年茶葉生產概況

年份	產值 (新台幣千元)	產量 (公噸)	單價 (新台幣元/公斤)	種植面積 (公頃)	每公頃產量 (公斤/公頃)
2006	4,352,679	19,345	225	17,205	1,124
2007	4,499,869	17,502	257	16,256	1,077
2008	4,844,785	17,384	279	15,744	1,104
2009	4,906,438	16,780	292	15,322	1,095
2010	6,410,527	17,467	367	14,739	1,185
2011	6,894,424	17,310	398	14,333	1,208
2012	6,735,506	14,902	452	13,486	1,105
2013	6,917,312	14,718	470	11,903	1,236
2014	7,523,876	15,200	495	11,906	1,277
2015	6,827,835	14,405	474	11,780	1,223

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

臺灣目前茶葉產業鏈可以分成三個部分：上游部分由茶農、茶園、茶菁批發商與香、藥料工業構成，主要從事育種、研發以及培育等需要經驗累積之經濟活動；中游部分包含茶廠、茶葉合作社與飲料製造廠，主要從事收購茶菁、加工、精緻與包裝等商品化經濟活動；最後下游則由茶行、茶莊以及百貨公司等零售商將茶葉及其製品販售給消費者。此外，除上中下游分工，近年來亦已建立特色茶的 B2C 產銷模式，由茶廠直接販售給消費者。由產業鏈分析可知，我國外銷至國外的茶葉屬於精緻包裝過後的形式，而非以瓶裝飲料方式出口。在內需穩定成長的情況之下，若能夠刺激外銷，將可更加強化我國茶葉產業鏈（圖 4-3-1）。



資料來源：陳映如（2011）與本研究

圖 4-3-1 臺灣茶葉產業鏈

二、我國茶葉進出口貿易概況

（一）進出口概況

如表 4-3-2 所示，我國茶葉出口量於 2002 年至 2015 年約在 5 千到 1 萬公噸之間波動，其中以 2010 年出口 1 萬 1 千公噸為最高，2012 年出口 4 千公噸最低。出口值則是呈現出成長的趨勢。明確來說，2002 年的出口值約為新台幣 6 億 5 千萬元，在 2009 年時成長至新台幣 8 億元，2015 年的出口值達新台幣 18 億 8 千萬元。以出口單價而言，2002 年至 2010 年我國茶葉出口單價低於新台幣 100 元/公斤，但在過去四年出口單價已逼近新台幣 300 元/公斤。值得注意的是，臺灣茶葉進口量在 2002 年時僅有 1 萬 8 千公噸，到 2004 年時，我國茶葉進口量為二萬一千公噸，首次超越產量，而 2015 年

的進口量更高達三萬二千公噸，反映出臺灣對於茶葉的龐大需求。以價格而言，臺灣過去進口茶葉單價大約落在每公斤新台幣 30 至 70 元之間，顯示我國目前可能以進口大宗商用茶為主。

表 4-3-2 我國歷年茶葉進出口貿易概況

年份	出口量 (公噸)	出口值 (新台幣千元)	出口單價 (新台幣元/公斤)	進口量 (公噸)	進口值 (新台幣千元)	進口單價 (新台幣元/公斤)
2002	6,708	651,002	97	18,564	745,817	40
2003	8,557	755,162	88	19,725	806,634	41
2004	8,820	709,439	80	20,887	903,283	43
2005	9,943	664,689	67	22,059	965,515	44
2006	9,198	672,767	73	25,518	1,188,806	47
2007	9,068	759,701	84	26,431	1,425,037	54
2008	9,693	810,381	84	27,289	1,525,732	56
2009	9,556	807,133	84	27,734	1,573,004	57
2010	10,651	968,403	91	32,392	1,857,290	57
2011	5,849	1,059,138	181	30,515	1,787,847	59
2012	4,242	1,225,899	289	31,374	1,931,540	62
2013	4,829	1,364,517	283	31,555	2,050,171	65
2014	5,769	1,492,843	259	33,903	2,214,998	65
2015	6,370	1,879,547	295	31,552	2,348,402	74

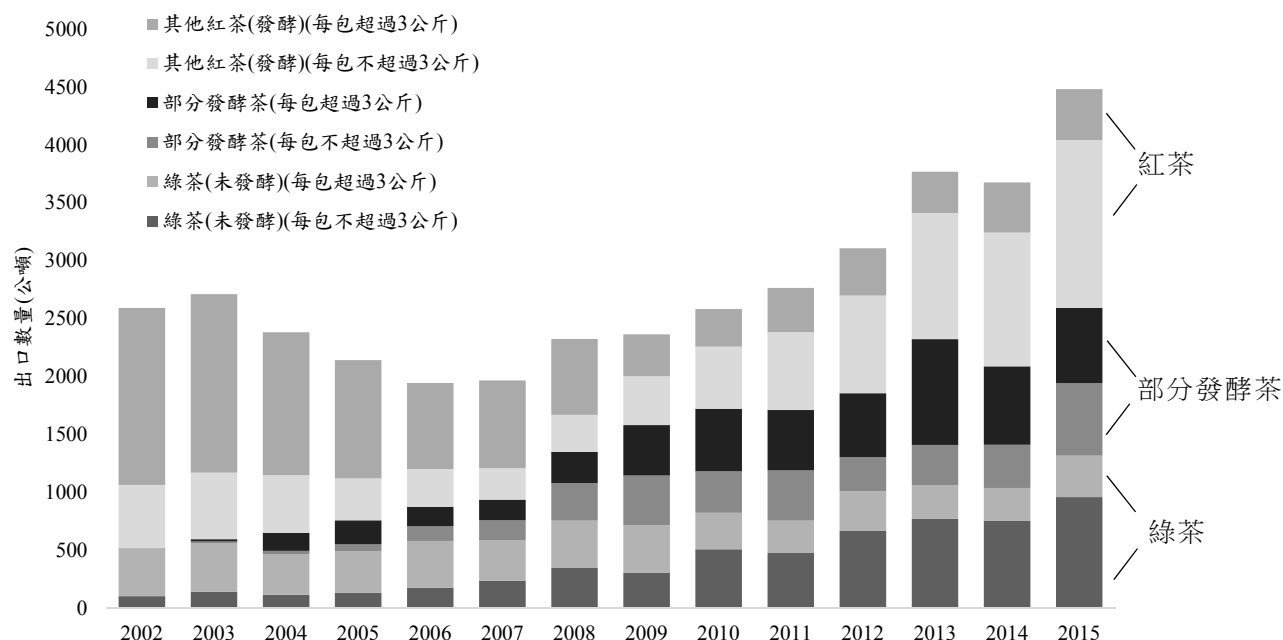
資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

(二) 我國茶葉主要進出口品項³⁶

圖 4-3-2 與圖 4-3-3 所呈現的是臺灣歷年主要茶葉進出口品項。臺灣在 2002 年以其他紅茶(發酵)為主要出口商品，占主要出口品項總出口量 80%，其中又以其他紅茶（發酵）（每包超過 3 公斤）為大宗，主要目的是供國外茶葉充配用；而其餘 20%則是綠茶（未發酵），其中又以綠茶（未發酵）（每包超過 3 公斤）為主要出口品項。此外，在同一年，無論是每包超過 3 公斤或每包不超過 3 公斤，部分發酵茶幾乎沒有出口，非我國茶葉出口主要品項。

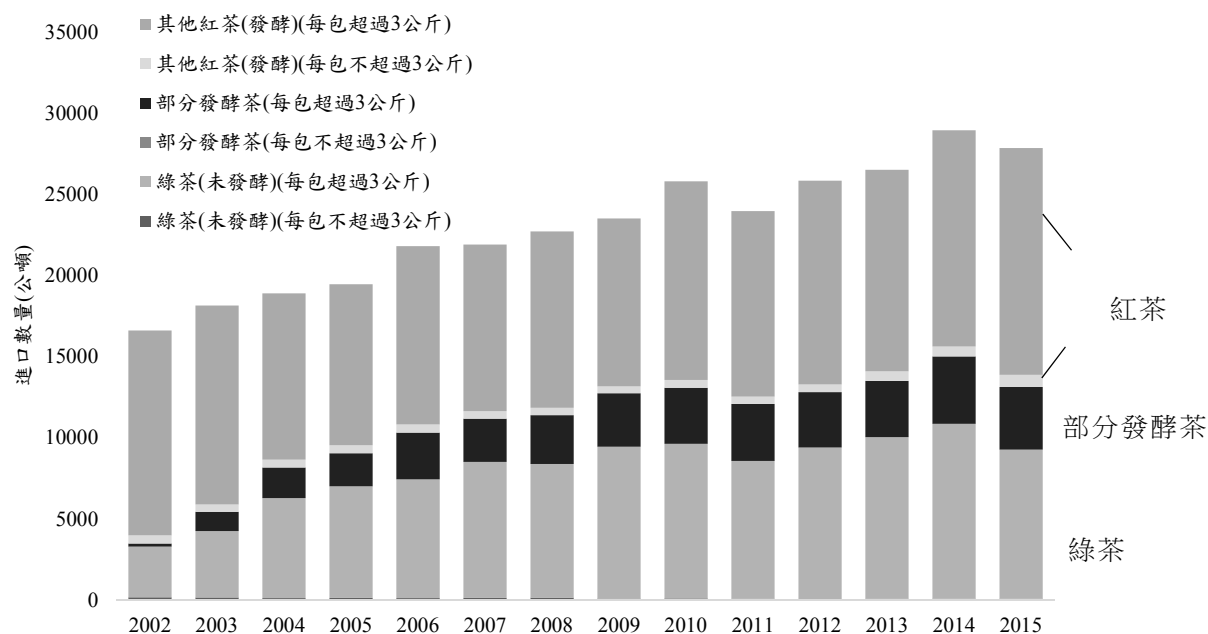
³⁶ 依 HS 八位碼區分。

隨著時間遷移，我國茶葉出口品項出現了一些值得注目的變化。首先，部分發酵茶的出口量逐年提升。截至 2015 年為止，部分發酵茶出口量為 1 千 3 百公噸，占主要出口品項總出口量 28%，其中每包超過 3 公斤與每包不超過 3 公斤皆占有一定比重。觀察其他紅茶（發酵）與綠茶（未發酵），可以發現出口品項由過去以大包裝（每包超過 3 公斤）為主轉變為小包裝（每包不超過 3 公斤）（圖 4-3-2）。而在進口品項部分，我國歷年皆以大包裝其他紅茶（發酵）與綠茶（未發酵）為主。此外，在近十年，大包裝部分發酵茶亦逐漸成為主要進口品項（圖 4-3-3）。



資料來源：農委會統計資料庫與本研究整理

圖 4-3-2 臺灣茶葉出口品項之結構變化



資料來源：農委會統計資料庫與本研究整理

圖 4-3-3 臺灣茶葉進口品項之結構變化

以出口單價而言，歷年皆以小包裝部分發酵茶為最高，2012 年價格甚至達到每公斤新台幣 1 千元。其次，在 2007 年之前，小包裝紅茶出口單價僅次於小包裝部分發酵茶，然而，近年來小包裝綠茶以及大包裝部分發酵茶的出口單價已經超過小包裝紅茶，成為出口單價前三名的品項（表 4-3-3）。而我國進口茶葉以大包裝為主，其中大包裝綠茶與紅茶進口單價大概維持在新台幣 30-40 元/公斤，而大包裝部分發酵茶近幾年進口單價則維持在 100 元/公斤（表 4-3-4）。

表 4-3-3 我國不同茶葉品項出口單價歷年變化

年份	每包超過3公斤			每包不超過3公斤		
	綠茶	部分發酵茶	其它紅茶	綠茶	部分發酵茶	其它紅茶
2002	182	539	171	253	508	348
2003	166	342	201	238	431	333
2004	198	135	204	258	513	343
2005	151	200	198	284	590	334
2006	198	261	219	284	681	290
2007	215	272	250	279	819	236
2008	246	325	225	209	536	171
2009	164	312	142	279	482	177
2010	226	316	157	252	633	159
2011	218	319	181	327	775	177
2012	242	355	195	350	1,010	204
2013	252	241	187	375	950	202
2014	275	351	218	415	835	213

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

表 4-3-4 我國不同茶葉品項進口單價歷年變化

年份	每包超過3公斤			每包不超過3公斤		
	綠茶	部分發酵茶	其它紅茶	綠茶	部分發酵茶	其它紅茶
2002	29	84	28	101	114	188
2003	30	53	27	146	656	185
2004	28	54	26	184	685	180
2005	28	67	25	211	483	180
2006	29	74	28	305	354	191
2007	33	88	30	302	1,839	224
2008	36	101	30	252	1,032	233
2009	36	106	32	348	572	223
2010	36	104	33	474	632	249
2011	34	101	32	455	1,504	256
2012	37	108	34	452	993	261
2013	43	101	39	488	997	232
2014	46	89	43	599	1,546	271

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

由以上可以歸納出以下幾點臺灣茶葉目前在全球茶葉市場上的定位：(1) 部分發酵茶漸漸成為臺灣茶葉出口主要品項，特別是該品項出口單價高，所創造出的價值也很龐大；(2) 出口模式由過去大包裝成為小包裝；(3) 我國所進口的茶葉以單價較低的大包裝品項為主。在瞭解臺灣目前茶葉概況之後，再來必須探究的一個問題是「市場在哪?」。未來加入 TPP 與 RCEP 談判時，我國茶葉勢必面臨開放，因此，鞏固並擴大現有主要市場以及開發未來潛在市場將成為兩個刺激茶葉外銷的主要方向。

(三) 臺灣茶葉主要 TPP/RCEP 出口市場

以下呈現我國各茶葉品項出口至 TPP/RCEP 會員國之概況（表 4-3-5 至 4-3-10）。就 2015 年出口量而言，大包裝與小包裝綠茶皆以出口至中國大陸與美國為大宗。小包裝部分發酵茶出口量以中國大陸為最大，而大包裝部分發酵茶以銷往日本為最多，中國大陸次之。小包裝紅茶除了中國大陸與美國，亦有不少出口量銷往韓國與馬來西亞，大包裝紅茶則以出口至中國大陸與美國為大宗。值得注意的是，以具有競爭優勢的品項（小包裝部分發酵茶與其他紅茶）而言，韓國過去以來並非我國該茶葉品項主要出口市場，但近兩年卻躍升成為前三大外銷市場，類似現象亦發生在小包裝綠茶，顯示韓國對我國茶葉需求正逐漸增加。

本研究亦列出我國各茶葉品項出口至 TPP/RCEP 會員國之單價，以反應茶葉之附加價值。如表 4-3-5 至 4-3-10 所示，在 2015 年，小包裝綠茶出口單價前三名分別為韓國、日本與紐西蘭；大包裝綠茶出口單價前三名分別為智利、澳大利亞與韓國；小包裝部分發酵茶出口單價前三名分別為墨西哥、柬埔寨與加拿大；大包裝部分發酵茶出口單價前三名分別為印度、澳大利亞與加拿大；小包裝紅茶出口單價前三名分別為印度、墨西哥與緬甸；大包裝紅茶出口單價前三名分別為韓國、新加坡與加拿大。

表 4-3-5 歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序：
綠茶（未發酵）（每包不超過 3 公斤）

單位：千美元、公噸、美元/公斤

年份	2007				2011				2015			
單價排序	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	出口量	單價
1	泰國	0	0	50	智利	2	0	31	韓國	473	25	19
2	韓國	4	0	32	秘魯	1	0	26	日本	69	4	18
3	日本	157	10	15	柬埔寨	4	0	26	紐西蘭	30	2	17
4	馬來西亞	345	23	15	紐西蘭	17	1	22	緬甸	8	1	15
5	智利	0	0	14	日本	22	1	21	柬埔寨	36	2	14
6	紐西蘭	13	1	14	韓國	2	0	17	中國大陸	4,479	315	14
7	新加坡	83	7	11	新加坡	472	29	16	新加坡	426	30	14
8	加拿大	307	28	11	越南	35	2	14	美國	3,518	256	14
9	美國	638	92	7	澳大利亞	269	19	14	秘魯	2	0	13
10	汶萊	2	0	7	菲律賓	29	2	14	澳大利亞	412	31	13
11	印尼	20	3	6	加拿大	321	27	12	越南	56	5	12
12	中國大陸	41	8	5	美國	1,182	98	12	馬來西亞	643	55	12
13	越南	1	0	5	墨西哥	3	0	12	菲律賓	138	12	11
14	柬埔寨	1	0	4	汶萊	4	0	10	加拿大	465	43	11
15	澳大利亞	66	15	4	中國大陸	1,194	121	10	墨西哥	11	1	11
16	菲律賓	6	2	4	馬來西亞	534	64	8	印尼	140	13	10
17	印度	-	-	-	印尼	41	8	5	汶萊	4	0	10
18	秘魯	-	-	-	緬甸	10	6	2	智利	3	0	9
19	墨西哥	-	-	-	印度	-	-	-	泰國	21	2	9
20	寮國	-	-	-	泰國	-	-	-	印度	-	-	-
21	緬甸	-	-	-	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

表 4-3-6 歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序：
綠茶（未發酵）（每包超過 3 公斤）

單位：千美元、公噸、美元/公斤

年份	2007				2011				2015			
單價排序		出口值	出口量	單價		出口值	出口量	單價		出口值	出口量	單價
1	柬埔寨	6	0	29	柬埔寨	4	0	40	智利	1	0	22
2	紐西蘭	3	0	15	加拿大	56	5	12	澳大利亞	24	2	13
3	韓國	12	1	14	新加坡	77	7	10	韓國	5	0	13
4	日本	1,068	109	10	印尼	5	0	10	菲律賓	37	3	13
5	新加坡	23	3	9	菲律賓	20	2	10	加拿大	12	1	13
6	美國	314	42	8	泰國	42	5	9	新加坡	95	8	12
7	加拿大	58	8	7	越南	10	1	9	印尼	6	1	10
8	智利	1	0	7	印度	5	1	8	緬甸	1	0	10
9	印尼	4	1	6	馬來西亞	120	17	7	日本	72	8	9
10	中國大陸	224	48	5	中國大陸	460	66	7	中國大陸	748	85	9
11	馬來西亞	42	14	3	日本	291	43	7	泰國	68	8	9
12	澳大利亞	121	58	2	澳大利亞	42	7	6	墨西哥	0	0	9
13	泰國	9	7	1	美國	497	91	5	馬來西亞	112	14	8
14	越南	1	1	1	智利	0	0	2	美國	560	84	7
15	印度	-	-	-	紐西蘭	0	0	1	汶萊	2	0	5
16	汶萊	-	-	-	汶萊	4	6	1	紐西蘭	0	0	3
17	秘魯	-	-	-	韓國	-	-	-	越南	124	59	2
18	菲律賓	-	-	-	秘魯	-	-	-	印度	-	-	-
19	墨西哥	-	-	-	墨西哥	-	-	-	柬埔寨	-	-	-
20	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-	秘魯	-	-	-
21	緬甸	-	-	-	緬甸	-	-	-	寮國	-	-	-

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

表 4-3-7 歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序：
部分發酵茶（每包不超過 3 公斤）

單位：千美元、公噸、美元/公斤

年份	2007				2011				2015			
單價排序	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	出口量	單價
1	中國大陸	730	7	98	韓國	2	0	129	墨西哥	6	0	40
2	印尼	3	0	53	印度	4	0	95	柬埔寨	20	1	34
3	韓國	22	1	41	柬埔寨	56	1	72	加拿大	645	21	31
4	加拿大	833	24	34	加拿大	544	15	35	越南	53	2	30
5	美國	1,687	58	29	美國	2,953	100	30	新加坡	163	6	26
6	泰國	1	0	22	新加坡	246	9	29	日本	263	11	24
7	馬來西亞	178	10	18	中國大陸	6,052	217	28	中國大陸	9,056	403	22
8	日本	391	36	11	澳大利亞	186	8	22	澳大利亞	206	9	22
9	澳大利亞	25	3	9	汶萊	2	0	19	美國	1,094	52	21
10	新加坡	23	3	9	日本	278	15	18	泰國	9	1	18
11	紐西蘭	1	0	9	智利	0	0	18	馬來西亞	425	24	17
12	越南	7	3	2	印尼	14	1	16	韓國	422	26	16
13	汶萊	0	0	2	馬來西亞	430	27	16	印尼	77	5	16
14	印度	-	-	-	泰國	11	2	7	汶萊	4	0	14
15	柬埔寨	-	-	-	紐西蘭	1	0	7	紐西蘭	4	0	8
16	秘魯	-	-	-	菲律賓	25	4	7	菲律賓	10	1	8
17	智利	-	-	-	越南	10	6	2	緬甸	10	3	4
18	菲律賓	-	-	-	秘魯	-	-	-	印度	-	-	-
19	墨西哥	-	-	-	墨西哥	-	-	-	秘魯	-	-	-
20	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-	智利	-	-	-
21	緬甸	-	-	-	緬甸	-	-	-	寮國	-	-	-

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

表 4-3-8 歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序：
部分發酵茶（每包超過 3 公斤）

單位：千美元、公噸、美元/公斤

年份	2007				2011				2015			
單價排序	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	出口量	單價
1	澳大利亞	4	0	33	加拿大	292	7	42	印度	7	0	37
2	加拿大	148	8	18	中國大陸	1,071	35	31	澳大利亞	13	0	35
3	中國大陸	73	8	9	越南	112	6	20	加拿大	113	3	35
4	墨西哥	5	1	8	新加坡	121	8	15	汶萊	0	0	22
5	美國	407	58	7	印尼	0	0	14	馬來西亞	41	2	18
6	日本	624	90	7	馬來西亞	44	3	14	新加坡	362	21	17
7	馬來西亞	10	2	4	菲律賓	3	0	14	韓國	12	1	16
8	新加坡	5	2	3	澳大利亞	7	1	13	中國大陸	2,487	166	15
9	泰國	0	0	2	美國	775	83	9	美國	1,030	70	15
10	越南	0	0	2	日本	2,432	328	7	菲律賓	0	0	14
11	菲律賓	0	0	1	紐西蘭	0	0	2	印尼	1	0	14
12	韓國	-	-	-	韓國	-	-	-	越南	130	12	11
13	印尼	-	-	-	印度	-	-	-	日本	2,527	331	8
14	印度	-	-	-	汶萊	-	-	-	泰國	7	1	5
15	汶萊	-	-	-	柬埔寨	-	-	-	柬埔寨	-	-	-
16	柬埔寨	-	-	-	泰國	-	-	-	秘魯	-	-	-
17	秘魯	-	-	-	秘魯	-	-	-	紐西蘭	-	-	-
18	紐西蘭	-	-	-	智利	-	-	-	智利	-	-	-
19	智利	-	-	-	墨西哥	-	-	-	墨西哥	-	-	-
20	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-
21	緬甸	-	-	-	緬甸	-	-	-	緬甸	-	-	-

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

表 4-3-9 歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序：
其他紅茶（發酵）（每包不超過 3 公斤）

單位：千美元、公噸、美元/公斤

年份	2007				2011				2015			
單價排序		出口值	出口量	單價		出口值	出口量	單價		出口值	出口量	單價
1	韓國	34	1	45	韓國	17	1	13	印度	0	0	110
2	泰國	0	0	40	加拿大	96	8	12	墨西哥	10	0	33
3	加拿大	137	12	12	紐西蘭	3	0	11	緬甸	26	2	14
4	新加坡	188	16	12	澳大利亞	216	29	8	柬埔寨	37	3	12
5	美國	857	92	9	菲律賓	114	16	7	韓國	1,251	108	12
6	馬來西亞	72	9	8	汶萊	2	0	7	加拿大	557	55	10
7	菲律賓	3	0	6	印尼	28	4	7	紐西蘭	31	3	10
8	日本	263	43	6	中國大陸	883	146	6	澳大利亞	463	49	9
9	澳大利亞	93	17	6	馬來西亞	381	67	6	汶萊	7	1	9
10	越南	3	1	5	新加坡	460	86	5	印尼	248	27	9
11	中國大陸	56	12	5	日本	112	21	5	新加坡	382	42	9
12	印尼	17	4	4	秘魯	0	0	5	秘魯	1	0	8
13	汶萊	1	0	3	柬埔寨	1	0	5	中國大陸	4,160	518	8
14	墨西哥	0	0	3	美國	716	158	5	菲律賓	274	35	8
15	柬埔寨	4	2	2	泰國	1	0	3	日本	120	17	7
16	紐西蘭	15	10	1	越南	3	1	2	越南	145	22	7
17	印度	-	-	-	印度	-	-	-	美國	1,884	290	6
18	秘魯	-	-	-	智利	-	-	-	馬來西亞	640	106	6
19	智利	-	-	-	墨西哥	-	-	-	泰國	12	2	5
20	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-	智利	1	0	5
21	緬甸	-	-	-	緬甸	-	-	-	寮國	-	-	-

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

表 4-3-10 歷年臺灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序：
其他紅茶（發酵）（每包超過 3 公斤）

單位：千美元、公噸、美元/公斤

年份	2007				2011				2015			
單價排序	國家別	出口值	出口量	單價	國家別	出口值	量	出口單價	國家別	出口值	出口量	單價
1	日本	3,666	338	11	韓國	21	1	20	韓國	5	0	11
2	印度	47	5	10	加拿大	49	4	14	新加坡	436	40	11
3	紐西蘭	6	1	8	越南	170	20	8	加拿大	57	6	10
4	加拿大	172	23	8	澳大利亞	44	6	7	澳大利亞	62	6	10
5	韓國	15	2	7	新加坡	292	40	7	菲律賓	290	34	8
6	印尼	2	0	6	秘魯	0	0	7	馬來西亞	39	5	8
7	美國	603	108	6	印尼	2	0	6	智利	0	0	8
8	菲律賓	1	0	5	中國大陸	542	84	6	越南	86	11	8
9	新加坡	84	16	5	馬來西亞	46	10	5	中國大陸	1,085	147	7
10	澳大利亞	24	5	5	菲律賓	29	6	5	汶萊	1	0	7
11	馬來西亞	46	9	5	美國	300	69	4	墨西哥	0	0	7
12	泰國	0	0	3	泰國	133	32	4	印尼	8	1	6
13	中國大陸	297	101	3	柬埔寨	0	0	3	柬埔寨	1	0	6
14	越南	6	3	2	日本	64	21	3	緬甸	0	0	6
15	汶萊	-	-	-	紐西蘭	0	0	3	美國	400	76	5
16	柬埔寨	-	-	-	印度	-	-	-	日本	27	6	5
17	秘魯	-	-	-	汶萊	-	-	-	泰國	151	37	4
18	智利	-	-	-	智利	-	-	-	印度	-	-	-
19	墨西哥	-	-	-	墨西哥	-	-	-	秘魯	-	-	-
20	寮國	-	-	-	寮國	-	-	-	紐西蘭	-	-	-
21	緬甸	-	-	-	緬甸	-	-	-	寮國	-	-	-

資料來源：本文整理自農委會統計資料庫。

（四）TPP/RCEP 國家茶葉進口需求概況

表 4-3-11 為 2015 年 TPP/RCEP 國家茶葉進口需求概況。2015 年世界茶葉進口總值約為 63 億美元。以占世界進口份額而言，TPP/RCEP 前十大進口國分別為美國（7.4%）、日本（2.75%）、加拿大（2.12%）、中國（1.67%）、澳洲（1.66%）、越南（1.1%）、智利（0.86%）、印尼（0.86%）、馬來西亞（0.83%）與新加坡（0.63%）。TPP/RCEP 成員國中，2015 年小包裝綠茶進口前十名分別為美國、加拿大、越南、澳洲、馬來西亞、新加坡、中國、墨西哥、智利與泰國。另一方面，觀察小包裝部分發酵茶以及其他紅茶（發酵），可知 2015 年 TPP/RCEP 成員國進口量前十名依序為美國、澳洲、加拿大、日本、中國、越南、紐西蘭、緬甸、新加坡與智利。在大包裝茶葉部分，大包裝綠茶進口前十大 TPP/RCEP 國家為美國、日本、越南、新加坡、加拿大、馬來西亞、印尼、中國大陸、泰國與澳大利亞，而大包裝紅茶則是美國、日本、中國大陸、印度、智利、馬來西亞、加拿大、印尼、新加坡與越南。

（五）我國與 TPP/RCEP 國家茶葉關稅結構

本節呈現我國與 TPP/RCEP 成員國茶葉關稅結構，並分析我國爭取加入 TPP 及 RCEP，在互惠關稅模式之下，哪些國家可能成為臺灣茶葉出口的新興市場。如表 4-3-12 所示，臺灣目前綠茶（未發酵）關稅介於 12.8%-25% 間，保護程度偏高。若以 25% 為比較基準，TPP/RCEP 會員國綠茶（未發酵）關稅高於我國的有越南（40%）、韓國（513.6%）、印度（100%）、寮國（40%）與泰國（30%-90%）。另一方面，臺灣的紅茶（發酵）以及部分發酵茶關稅介於 17%-25% 間，保護程度亦偏高。在 TPP/RCEP 國家中，除了韓國對紅茶（發酵）以及部分發酵茶所課關稅為 40%，較綠茶（未發酵）低，上述其他四個國家對於紅茶（發酵）以及部分發酵茶所課的關稅與綠茶（未發酵）相同。由此可知，越南、韓國、印度、寮國與泰國等國茶葉的關稅壁壘相對較高，未來若這些關稅障礙消除，可能是我國可進一步拓展的市場。

值得注意的是，除關稅外，上述越南等茶葉高關稅國家可能有其他非關稅貿易障礙需要突破。根據本研究由實務面彙整茶葉業者之意見，我國茶業訂定的農藥殘留標準相對嚴格，為全球謹慎把關國家之一，因此以越南市場來說，非關稅障礙問題應不至對於我國出口造成嚴重影響。惟若目標出口市場農藥殘留標準訂定與我國不一致，則對我國業者可能形成困擾，此時需要業者向相關單位提出國外田間試驗報告，以作為我國修改茶葉農藥殘留標準並調合現有法規的參考依據。是以，面對目標出口市場的非關稅障礙，我國茶葉出口並非完全沒有調整空間，惟政府相關單位可以彙整並加強提供茶農國外檢疫標準的相關資訊，方能突破非關稅貿易障礙，充分提供我國茶葉出口之競爭力。

表 4-3-11 2015 年 TPP/RCEP 會員國不同茶葉品項進口需求之排序 (HS 六位碼)

綠茶（未發酵） （每包不超過3公斤）				綠茶（未發酵） （每包超過3公斤）				紅茶（發酵）以及部分發酵茶 （每包不超過3公斤）				紅茶（發酵）以及部分發酵茶 （每包超過3公斤）				合計			
排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重
	全球	895,549	100%		全球	592,998	100%		全球	1,751,374	100%		全球	3,088,217	100%		全球	6,328,147	100%
1	美國	64,481	7.20%	1	美國	67,737	11.42%	1	美國	129,397	7.39%	1	美國	206,383	6.68%	1	美國	467,998	7.40%
2	加拿大	31,546	3.52%	2	日本	17,429	2.94%	2	澳大利亞	82,773	4.73%	2	日本	111,446	3.61%	2	日本	174,021	2.75%
3	越南	25,001	2.79%	3	越南	12,136	2.05%	3	加拿大	72,006	4.11%	3	中國	57,951	1.88%	3	加拿大	134,053	2.12%
4	澳大利亞	12,529	1.40%	4	新加坡	7,707	1.30%	4	日本	43,216	2.47%	4	印度	50,426	1.63%	4	中國	105,563	1.67%
5	馬來西亞	10,056	1.12%	5	加拿大	7,440	1.25%	5	中國	35,404	2.02%	5	智利	42,527	1.38%	5	澳大利亞	104,915	1.66%
6	新加坡	9,928	1.11%	6	馬來西亞	6,395	1.08%	6	越南	22,016	1.26%	6	馬來西亞	29,704	0.96%	6	越南	69,520	1.10%
7	中國	8,125	0.91%	7	印尼	6,080	1.03%	7	紐西蘭	20,176	1.15%	7	加拿大	23,062	0.75%	7	智利	54,419	0.86%
8	墨西哥	4,248	0.47%	8	中國	4,083	0.69%	8	緬甸	13,947	0.80%	8	印尼	16,537	0.54%	8	印度	54,222	0.86%
9	智利	2,190	0.24%	9	泰國	3,670	0.62%	9	新加坡	10,358	0.59%	9	新加坡	11,768	0.38%	9	馬來西亞	52,273	0.83%
10	泰國	1,996	0.22%	10	澳大利亞	3,185	0.54%	10	智利	8,119	0.46%	10	越南	10,368	0.34%	10	新加坡	39,760	0.63%
11	日本	1,930	0.22%	11	印度	2,840	0.48%	11	韓國	7,341	0.42%	11	緬甸	7,284	0.24%	11	印尼	25,747	0.41%

綠茶（未發酵） （每包不超過3公斤）				綠茶（未發酵） （每包超過3公斤）				紅茶（發酵）以及部分發酵茶 （每包不超過3公斤）				紅茶（發酵）以及部分發酵茶 （每包超過3公斤）				合計			
排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重	排序	國家	進口值 （千美元）	比重
12	菲律賓	816	0.09%	12	智利	1,583	0.27%	12	馬來西亞	6,118	0.35%	12	澳大利亞	6,427	0.21%	12	緬甸	21,719	0.34%
13	柬埔寨	619	0.07%	13	墨西哥	1,366	0.23%	13	墨西哥	3,357	0.19%	13	泰國	5,736	0.19%	13	紐西蘭	21,092	0.33%
14	秘魯	455	0.05%	14	菲律賓	1,258	0.21%	14	印尼	2,714	0.15%	14	韓國	2,001	0.06%	14	泰國	13,601	0.21%
15	印尼	416	0.05%	15	紐西蘭	850	0.14%	15	泰國	2,199	0.13%	15	菲律賓	839	0.03%	15	韓國	9,799	0.15%
16	緬甸	395	0.04%	16	汶萊	178	0.03%	16	菲律賓	1,091	0.06%	16	汶萊	806	0.03%	16	墨西哥	9,582	0.15%
17	韓國	391	0.04%	17	寮國	165	0.03%	17	印度	761	0.04%	17	秘魯	677	0.02%	17	菲律賓	4,005	0.06%
18	汶萊	283	0.03%	18	柬埔寨	165	0.03%	18	秘魯	508	0.03%	18	墨西哥	610	0.02%	18	秘魯	1,701	0.03%
19	印度	195	0.02%	19	緬甸	93	0.02%	19	柬埔寨	130	0.01%	19	柬埔寨	170	0.01%	19	汶萊	1,339	0.02%
20	紐西蘭	65	0.01%	20	韓國	66	0.01%	20	汶萊	72	0.00%	20	寮國	43	0.00%	20	柬埔寨	1,082	0.02%
21	寮國	7	0.00%	21	秘魯	62	0.01%	21	寮國	1	0.00%	21	紐西蘭	1	0.00%	21	寮國	215	0.00%

資料來源：ITC Trade Map 與本文整理。

表 4-3-12 臺灣與 TPP/RCEP 會員國茶葉及其製品關稅結構（HS 六位碼）

協定		國家	綠茶（未發酵） （每包不超過3公斤）	綠茶（未發酵） （每包超過3公斤）	紅茶（發酵）以及部分發酵茶 （每包不超過3公斤）	紅茶（發酵）以及部分發酵茶 （每包超過3公斤）	
TPP		美國	6.4	6.4	0	0	
		加拿大	0	0	0	0	
		墨西哥	20	20	20	20	
		智利	6	6	6	6	
		秘魯	6	6	6	6	
	RCEP	澳大利亞	0	0	0	0	
		紐西蘭	0	0	0	0	
		日本	17	17	12-17	3-17	
		新加坡	0	0	0	0	
		汶萊	22*	22*	22*	22*	
		馬來西亞	0	0	5	5	
		越南	40	40	40	40	
			中國	5-15	5-15	5-15	5-15
			韓國	513.6	513.6	40	40
			印度	100	100	100	100
印尼	5		5	5	5		
泰國	30-90**		30-90**	30-90**	30-90**		
菲律賓	3		3	3	3		
寮國	40		40	40	40		
	緬甸	15	15	15	15		
	柬埔寨	7	7	7	7		
		臺灣	12.8-25	12.8-25	17-25	17-25	

資料來源：本研究整理自經濟部國際貿易局資料庫。

註：*表示該項六位碼稅號之稅率為從量稅；**表示該項六位碼稅號之稅率為配額關稅制。

三、茶葉產業價值鏈市場分析

本節主要透過廠商訪談的方式，瞭解我國茶葉當前所面對的情勢，同時考量目前政府相關政策的推動，給與相關單位拓展我國茶葉出口以及強化整體產業鏈之建言。為此，本節將由實務面瞭解未來擴大出口以及強化產業鏈的因應與挑戰，以下綜合彙整相關資訊分析如下：

（一）我國茶葉產銷特性

1. 國內茶葉產業具有加工與調配優勢

臺灣茶葉產業發展歷史悠久，但隨著土地與勞動成本增加，生產大宗商用茶已無競爭力，只能往高附加價值的特色茶生產。即使如此，我國在商用茶的後端加工仍具有技術上的優勢。明確來說，針對不同消費者喜歡的口味，我國在茶品的調配及原料掌控能力相當純熟。是以，我國茶葉加工技術精良，如再搭配台灣名茶之國家品牌，有助建立出口利基。舉例而言，目前農委會透過相關出口行銷計畫，以「台灣名茶」為核心品牌進行國際行銷工作，對於我國茶葉拓展海外市場將有實質之助益。值得一提的是，依據我國及國際對原產地標示之認定，進口茶葉原料於國內進行加工後，如達實質轉型，則可依規標示為台灣產製（Made by Taiwan），因此樹立優良品牌形象為強化我國茶葉產業鏈以及拓銷出口的首要課題。相關單位在行銷策略上可以協助培育行銷之專業人才，協助業者不管是「B2C」或「B2B」在國際市場上嶄露頭角。

2. 面對區域經濟整合熱潮，我國茶葉面臨國際市場競爭壓力

自越南茶葉產業興起，我國茶葉出口已面臨強大的競爭壓力。越南經濟在近年來快速發展，除了本身土地與勞動成本所具有的優勢，加入 TPP 與 RCEP 更為越南提供良好的貿易環境，使越南茶葉得以銷售到國際市場。面對這樣的國際態勢，相關單位（如行政院農委會茶業改良場）可致力研發新

品種，以創新與高品質來因應全球茶產業的挑戰。以下將逐一說明臺灣茶葉開拓國際市場的可能方向。

（二）茶葉產業價值鏈進一步強化與提升

1.區域價值鏈上游之市場佈局：特色茶留在國內生產，部分大宗商用茶南向生產

本國茶葉產量萎縮主要原因是勞動與土地價格高昂，因此，目前國內茶葉產業正朝高附加價值的方向發展。換言之，我國環境已經不適合生產大宗商用茶類，必須調整生產模式，方能在全球茶葉外銷取得利基市場。據此，本文參考業者意見，歸納出強化茶葉外銷的第一個步驟為調整生產結構，即「高附加價值的特色茶（如東方美人茶與包種茶）應在國內生產，部分大宗商用茶（如臺式烏龍茶）可以南向生產」。此作法主要目的係利用國外價格低廉的勞工與土地，彌補臺灣在商業用茶產能不足的部分，達到規模經濟的目的。

我國政府近期推動新南向政策，促進臺灣茶葉廠商在越南或泰國直接對外投資（foreign direct investment, FDI），並結合產業內貿易（intra-industry trade）與加工，應有利於我國提升茶葉競爭力。此外，我國特色茶像是東方美人茶，係藉由國內優良生產環境，以手工採摘之高品質茶葉，清香且風味良好，深受國內外消費者喜愛。若能導入傳統茶藝與文化等特色，建立臺灣茗茶的精品品牌形象，將具有相當大的出口潛力。

2.區域價值鏈下游之市場佈局：瞭解不同國家茶葉需求

在產能問題解決之後，接著要瞭解國外消費者的需求，才能順利銷售至國外，也就是把對的東西賣給需要的人。舉例而言，如表 4-3-11 所示，以大包裝紅茶及部分發酵茶來說，TPP/RCEP 國家如美國、日本、中國大陸、印度、智利、馬來西亞、加拿大與印尼等國有進口需求，因此我國加工後之商

用茶可以銷售至這些國家，而大包裝綠茶則是可銷往美國、日本、越南、新加坡、加拿大、馬來西亞、印尼與中國大陸。在 TPP/RCEP 國家之外，中東地區喝茶人口比例高，無論是特色茶或是商用茶，中東是相當具有潛力的茶葉消費市場。值得注意的是，除了直接將茶葉銷往這些國家之外，亦可結合我國對於茶葉加工與調配的技術優勢，將大宗商用茶配製成進口國消費者所喜愛的獨特風味，一旦國外消費者為我國所調配的茶葉所吸引，在國際市場的可取代性便會降低。

3. 電子商務平台的建置與推廣有助於我國茶葉外銷

在現在的資訊時代，資訊與通訊技術（information and communication technologies, ICTs）的使用已經成為新興的購物方式，尤其茶葉品項與種類繁多，適合利用電子商務平台加以整合，以利銷售。然而，我國在推廣茶葉電子商務平台時，仍有一些必須注意的事項。首先，須要明確建立第三方支付平台，且收取的手續費要合理，以避免不必要的消費爭端及確保貨品質量。其次，建立完善的物流系統並善用物流策略，達到低成本營運且快速的物流機制。第三，價格與產品資訊要透明化，防止生產者隨意哄抬價格。重要的是，透過專業語言人才，將產品資訊在電子商務平台上以不同語言呈現給國外消費者，方能有助我國茶葉外銷。

4. 舉辦茶展與博覽會對於推廣我國茶葉有所幫助

在國外舉辦茶會或茶葉展覽是推廣與促進我國茶葉外銷最直接的方法。2016 年在德國漢堡市所舉辦的茶、咖啡與可可全球產業博覽會（Coffee, Tea and Cocoa Global Industry Expo, COTECA）就吸引了來自世界 40 多個國家的廠商參展，以及近 4,000 位來自歐洲不同國家的參觀者。我國在該博覽會共有 8 家廠商參展，一方面展現臺灣茶葉的特色，另一方面也是在尋找客源。本文在此就廠商對於茶葉博覽會與電子商務平台的訪談內容提出以下看法。由於茶展與電子商務平台皆有助於我國茶葉開拓國外市場，因此，在電子商

務平台建置完善的情況下，若能在國外茶葉博覽會同時推廣電子商務平台，應可培養長期顧客關係與忠誠度。準此，參與國外茶葉博覽會對我國業者開拓國外市場而言是實質的助力，政府與相關單位可在這方面給予協助。

5. 國內食安問題與媒體報導會影響國外消費者態度

我國茶葉過去遭受媒體以強烈字眼打壓，不僅使國內茶葉滯銷，更使國外消費者怯步。特別是歐洲消費者，對於茶葉來源、標示與安全性相當重視，這些消費對於食品安全的關注更甚於品牌與價格。有鑑於此，在樹立我國茶葉品牌之餘，我國茶葉業者也應以質感與健康為訴求推廣茶葉，而媒體則是應該盡到監督義務，替國內食安把關，不應使用聳動標題來製造恐慌。本研究蒐集業者意見，並整理出以下幾點予以參考：(1) 鼓勵業者自主檢驗，強調產品符合安全規範；(2) 雖然我國對於茶葉農藥殘留標準的訂定相對嚴格，但倘若出口市場檢疫規範與我國不一致，業者可提出國內外田間試驗結果，交給相關單位作為法規調和之參考；(3) 國內檢疫規範修改要有合理的調整期間，同時應該將訊息明確傳達給業者；(4) 過去已累積許多茶葉的研究，相關單位與業者可尋找並引用具有公信力的研究，宣導茶葉對人體的好處，藉此達到以健康為訴求的推廣目的。

(三) 其他強化茶葉產業鏈之因應與建議

1. 自動化生產可取代部分人力

我國茶葉產業目前面臨的另一個問題是人力不足，近年願意投入製茶的年輕人越來越少，使得茶葉產量受到嚴重影響。為了解決此問題，可協助廠商引進機器進行自動化生產取代部分人力。然而，自動化生產固然可以解決人力問題，但部分茶葉品項如東方美人茶，必須以手工方式採摘，難以用機器取代。在合理的勞雇關係與薪資之下，相關單位可以協助學校與茶園進行實習合作，不僅可因應我國茶葉長年缺工的情況，亦可培養未來製茶之人才。

2. 產製銷分工與整合並重

我國於民國 71 年以前，茶葉以生產大宗商用茶之產業模式為主，此時期著重產製銷分工合作。自民國 71 年《製茶業管理規則》廢除後，特色茶品之產業型態便逐漸發展，形成產製銷一條龍之生產模式。台灣茶葉產業存在這二種產銷模式多年，均為政府輔導之方向。其中，大宗商用茶之生產係透過「優質茶集團產區」之輔導措施，輔導茶企業與茶農進行契作契銷，分工明確，共同推動茶園安全用藥與防治病蟲害，強化茶菁原料安全與製茶品質。而特色名茶部分，則是輔導推動「建置衛生安全製茶廠」與「亮點茶莊」，強化「地產地銷」及「引客入茶鄉」之理念，結合在地茶文化，形成台灣特色茶莊。惟後續仍應持續輔導強化茶品定位，依商用茶及特色名優茶等不同市場定位，落實相關產銷輔導措施導入，使廠商瞭解適合自己之產銷模式。

3. 發展景觀茶園有助於強化我國茶葉產業鏈

臺灣可以實行景觀茶園，發揮茶園多功能性，對於強化茶葉產業鏈有所幫助。我國名茶名聞遐邇，產製加工技術優良，擁有優異的一、二級產業基礎，為了推廣臺灣茶文化、提升茶產業多元發展與附加價值，可推廣特色茶莊或景觀茶園。相關單位目前所積極推動的亮點茶莊計畫，目的即師法歐洲酒莊經營理念與模式，導入三級服務產業，同時結合一、二級產業為六級化產業，提升產業價值。目前政府輔導之特色茶莊營運模式有五大類，分別為：

(1) 行銷該茶區與莊園之景觀；(2) 茶藝文化、泡茶技藝學習；(3) 茶區生態、歷史人文等深度旅遊；(4) 茶葉採製加工體驗；(5) 時尚及異業結合。

除了品飲鑑賞，並融入茶藝、茶餐、茶園與觀光精髓，更把充滿人情味的奉茶文化，讓茶產業走向故事性、趣味性與品牌化。發展景觀茶園與特色茶莊可跳脫農業生產的層級，使茶廠與茶園不再只是生產茗茶的專業場所，同時可為茶產業注入文化、服務與茶園生活體驗等要素，是強化我國茶葉產業鏈的良方。

景觀茶園除了種植茶葉的功能之外，亦可因應國內外觀光客對於品味旅遊的需求，提供他們健康舒適的環境，體驗並認識我國茶葉特色。政府可透過輔導經營團隊，辦理茶相關服務體驗活動，並改善其服務流程，協助形塑在地優質茶莊。景觀茶園與特色茶莊不僅可以帶動我國旅遊與服務等其他產業，對於提升臺灣茶葉形象亦有所助益。因此，景觀茶園串聯第一、第二與第三級產業，為加值國內茶葉產業值得參考的方向。

第四節 我國重要品項在TPP/RCEP價值鏈中之分工合作－兼本章小節

一、蝴蝶蘭

本章分別分析了我國蘭花、芒果及茶葉在國際市場的競爭及我國與對象國在生產上的分工合作，其中蝴蝶蘭主要是以接力生產方式，一方面利用我國在育種、組培方面的優勢，將部分瓶苗、小苗出口到外國，在國外成長為成株及開花株，另一方面蘭農也自行培養蘭株，有的成長為成株、開花或直到最後階段販賣新鮮切花，當成長的過程愈接近消費者的最終階段，產品的附加價值愈高。平均從瓶苗、小苗、中苗、大苗至開花株，每一階段利潤率均增加 10%。此外我國蝴蝶蘭握有品種優勢，買家常常基於品種因素向我國購買，其價值難以具體衡量。

在出口市場方面，瓶苗階段以出口荷蘭、德國等歐洲國家為主；在小苗階段以出口荷蘭、美國、越南為主；在成株階段以出口美國、日本、荷蘭為主；在鮮切花階段則以出口日本、美國為主。在投資方面，為了降低生產成本，業者已經展開向美國及越南投資。其中到美國生產，除了降低土地成本外，更可接近市場；到越南投資則主要在降低土地及人力成本，其產品將再向最終市場出口，因此和我國蝴蝶蘭之出口形成相互競爭態勢。尤其目前我國周邊國家多已積極加入區域經濟整合，赴外投資的業者，未來出口時可能

還有免關稅優惠，因此更對國內業者有不利影響。

目前 TPP/RCEP 國家對蘭花、蘭株之關稅多介於 0~30%間，其中，澳洲、汶萊、日本、馬來西亞、紐西蘭、新加坡已經為零關稅，其餘關稅較高者為東南亞及南亞國家，例如：印度關稅介於 5%~60%間，泰國關稅 30%，越南對蘭株不課稅，但對鮮切花課 20%關稅，韓國關稅介於 8%~25%間，墨西哥關稅介於 0~20%間，菲律賓關稅介於 3%~15%，印尼關稅介於 0~20%間（詳見表 4-4-1）。然而這些國家多數彼此均已積極簽署 FTA/RTA，因此彼此間貿易可能不用課稅，這導致我國廠商為了避免繳稅而加速向其投資，而其投資生產出來的產品將向鄰近國家或我國主要出口市場出口，因此再形成對我國業者之競爭壓力。未來我國業者除了積極提升競爭力外，若能掌握機會加入 TPP/RCEP，當可免去此種不利情勢。反之若無法加入，我國業者可能繼續外移，而形成蝴蝶蘭產業自小苗以後的生產逐漸減少，由於成株為價值最高與利潤最後的階段，長遠而言，恐導致我蝴蝶蘭產業之逐漸萎縮。

表 4-4-1 TPP 及 RCEP 2 項 HS 6 位碼蘭花產品之關稅

國家	關稅年度	HS060290		HS060313
		從價稅	從量稅	從價稅
澳洲	2016	0		0
汶萊	2014	0		0
緬甸	2013	0		5
柬埔寨	2014	0 ; 7 ; 15		15
加拿大	2016	0 ; 6		16 ; 12.5
智利	2016	6		6
中國大陸	2015	0 ; 10		10
台灣	2015	0 ; 24		20
印度	2015	5		60
印尼	2014	0 ; 5 ; 10 ; 20		20
日本	2015	0		0
南韓	2016	8 ; 18		25
寮國	2014	10		30

國家	關稅年度	HS060290		HS060313
		從價稅	從量稅	從價稅
馬來西亞	2013	0		0
墨西哥	2016	0 ; 10		20
紐西蘭	2016	0		0
秘魯	2015	0		6
菲律賓	2016	3		15
新加坡	2016	0		0
越南	2015	0		20
泰國	2014	30		30
美國	2016	0 ; 1.4 ; 1.9 ; 3.5 ; 4.8	1.4 cents/kg	6.4

資料來源：整理自 WTO IDB 資料庫

二、芒果

在芒果產業方面，我國產品在國內外市場均以鮮食為主，惟芒果按加工層次亦可分為生鮮、冷凍、調製及脫水芒果等階段，其中加工層次愈多，出口平均單價愈高。以我國 2015 年出口資料來源來看，從生鮮芒果、調製芒果、芒果罐頭、冷凍芒果到脫水芒果五種產品看，其平均單價分別為每公斤 2.51 美元、4.04 美元、5.17 美元、5.9 美元及 12.58 美元。由於生鮮芒果產季集中，未來可加強發展加工產品以提升芒果產業產值。

在芒果產品所面對的關稅方面，就鮮果而言（包括番石榴、芒果及山竹果，HS 080450），加拿大、汶萊、紐西蘭、新加坡、澳洲等國進口關稅已經為零（見表 4-4-2）；日本、柬埔寨、秘魯、智利等國之進口關稅低於 10%，中國大陸、墨西哥及印尼（芒果進口關稅為 20%）之進口關稅介於 10%~20% 之間；越南、印度、南韓、寮國等之進口關稅高於 20%；美國、泰國、馬來西亞等國則以從量稅方式課徵進口關稅（馬來西亞芒果進口關稅為 5% and RM 0.22045 per kg）。其中。中國大陸於 2005 年起開放台灣芒果零關稅進口

³⁷，因此我國芒果已可享零關稅待遇進入中國大陸市場，而非適用最惠國待遇。

稅則號列	貨品名稱	最惠國稅率	普通稅率	協定稅率		
				東協	香港	澳門
0804	鮮或乾的椰棗、無花果、鳳梨、鱷梨、芭樂、芒果及山竹果：					
08045	-芭樂、芒果及山竹果：					
08045020	---芒果	15	80	0		0
0804502001	鮮芒果					
0804502090	乾芒果					
20098912	----芒果汁	20	90	0	0	0

資料來源：中國大陸海關

就我國芒果的價值鏈市場言，在鮮或乾芒果階段主要是銷往韓國、中國大陸、日本、香港、馬來西亞，其中韓國關稅為 30%，對我國出口影響最大，其次是馬來西亞關稅為 5%及另加每公斤 0.4 林吉從量稅，因此若無法加入 TPP/RCEP 將對我芒果出口有十分不利的影響。在調製芒果方面，亦以出口韓、日為主，而韓國關稅介於 30%~45%，仍然最為不利；至於日本關稅介於 6%~29.8%間，對我國調製芒果出口也是明顯障礙，故加入 TPP/RCEP 將對我芒果產品在亞太地區價值鏈發展有重要影響。

³⁷ <http://www.mac.gov.tw/ct.asp?xItem=85552&ctNode=6740&mp=111>、兩岸農產品貿易情形及 ECFA 貨品貿易協議後續協商立場資料剪輯

表 4-4-2 TPP 及 RCEP 4 項 HS 6 位碼產品之關稅概況

國家	關稅 年度	HS080450 (鮮果)		HS081190 (加糖調製)		HS200899 (其他調製保藏者)		HS200989 (果汁)	
		從價 稅	從量 稅	從價 稅	從量稅	從價 稅	從量稅	從價 稅	從量 稅
中國大陸	2015	15		30		15~25		20	
日本	2015	3		6~23 .8		7.7~29 .8		7.2~25 .5	29.8 % or 23ye n/kg, whic hever is the great er
加拿大	2016	0		0~10 .5	9.37 ¢ /kg but not less than 12.5%	0~6		0~9.5	
印尼	2014	5~20		5		5		10	
印度	2015	30		30		30		30	
汶萊	2014	0		0		0		0	
南韓	2016	30		30		45		30~50	
柬埔寨	2014	7		7		35		35	
美國	2016		6.6 cents /kg ; 1.5 cents /kg		0.25 cents/k g		0.9 cents/k g ; 10.6 cents/k g ; 1.5 cents/k g		0.64 cents /liter ; 0.5 cents /liter ; 0.2 cents /liter

國家	關稅 年度	HS080450 (鮮果)		HS081190 (加糖調製)		HS200899 (其他調製保藏者)		HS200989 (果汁)	
		從價 稅	從量 稅	從價 稅	從量稅	從價 稅	從量稅	從價 稅	從量 稅
泰國	2014		40% or 33.50 Bath/ kg whic hever is highe r		30% or 25 Bath/k g whiche ver is higher		30% or 25 Bath/K G whiche ver is higher ; 40% or 33.50 Bath/K G whiche ver is higher ; 30% or 26 Bath/K G whiche ver is higher		30% or 10 Bath/ Litre whic hever is highe r
秘魯	2015	6		11		6		6	
紐西蘭	2016	0		0~5		0~5		5	
馬來西亞	2013		5% and RM 0.220 45 per kg ; 5% and RM 0.440 9 per kg						
智利	2016	6		6		6		6	
菲律賓	2016	15		7		10		10	
越南	2015	25		30		30~40		25	
新加坡	2016	0		0		0		0	
墨西哥	2016	20		0	20%+0 .36 Dls por Kg de azú car	20		20	

國家	關稅 年度	HS080450 (鮮果)		HS081190 (加糖調製)		HS200899 (其他調製保藏者)		HS200989 (果汁)	
		從價 稅	從量 稅	從價 稅	從量稅	從價 稅	從量稅	從價 稅	從量 稅
寮國	2014	40		30		30		30	
緬甸	2013	15		15		15		15	
澳洲	2016	0		0		5		5	

資料來源：整理自 WTO IDB 資料庫

說明：

1. 出口至韓國需經蒸熱處理，並檢附我國輸出植物檢疫證明書，加註經檢疫殺蟲處理，韓國植物檢疫官到產地檢疫，符合條件者即可輸韓。
2. 出口至澳洲需要(1)輸出前取得 AQIS 核發之輸入許可證。(2)輸澳之國產芒果均須來自經農委會登記註冊之產銷班所屬芒果供果園。(3)蒸熱處理場及包裝場須經本局及澳方認可（計 3 家），蒸熱處理時間為果實中心溫度到達 46.5℃ 起算至少 30 分。

此外柬埔寨對調製芒果課 35%關稅、越南課 30%~40%關稅，但東協國家間及東協與區域外國家間多數已有 FTA/RTA，雙邊貿易享有優惠關稅或免關稅待遇，以致可能吸引我國業者轉往其鄰近國家設廠生產，故亦成為我國應該盡力爭取加入 TPP/RCEP 之重要原因。

三、茶葉

在茶業產業方面，與芒果產業明顯不同的是我國在發展茶園、生產初製茶方面已不具優勢，但是加工技術精良，而且「臺灣茗茶」已經具有品牌形象，因此在對外貿易表現上已呈現大量進口低價茶而出口高價茶的現象。以 2014 年我國進出口平均單價來看，進口的小包裝部分發酵茶與紅茶分別為每公斤 114 元及 188 元，出口品則平均為 508 元及 348 元。就每包超過 3 公斤的部分發酵茶與紅茶來看，進口品平均每公斤 84 元及 28 元，出口則平均每公斤 539 元及 171 元，進出口平均單價之明顯差距顯示我國茶葉加工技術與產品在國際市場具有極高品牌形象。然而由於我國土地與人力成本偏高，業者在取得一般製茶原料時已必須自國外進口初製茶，因此也展開對外投資。為了進一步強化我國茶產業發展，未來值得我方加強拓銷的項目主要是出口高價茶，而拓銷策略重點則是強化我優良的品牌形象。換言之，未來我方應一方面積極開拓下游消費市場，另方面也可將大宗生產的初製茶或商用茶向

海外進行投資布局，以取得具有競爭力的原料茶；而在國內部分則強化加工技術、積極營造優良品牌形象，建立電子商務平台，加強產品之外銷與推廣等。

以亞太地區經濟整合的發展趨勢言，多數國家已各自或彼此間簽署 FTA/RTA，彼此享有優惠或免關稅待遇，而我國茶葉則面臨很多高關稅障礙，例如：韓國、印度、泰國的關稅在 90% 以上，寮國、越南關稅為 40%，墨西哥關稅 20% 皆可能導致我國茶業喪失價格優勢，因此加入區域經濟整合，取得對象國取消關稅障礙，對我國茶葉出口、國內茶產業繼續發展具有重要意義。

就茶產業之價值鏈市場布局方面，在亞太地區我國大包裝紅茶及部分發酵茶可銷往美國、日本、中國大陸、印度、智利、馬來西亞、加拿大、印尼等，而大包裝綠茶可銷往美國、日本、越南、新加坡、加拿大、馬來西亞、印尼與中國大陸。在價值鏈之上游布局方面，可向新南向政策國家，如：越南或泰國進行直接投資，並結合產業內貿易與加工，未來應有助於我國茶產業競爭力進一步之提升。

第五章 綜合結論與建議

本研究於利用貿易統計進行客觀分析與拜訪業者進行實務面了解後，進一步展開專家學者座談會（專家學者意見列於附錄二），以期有更周嚴的思考。綜合二位學者專家及主政單位意見，主要均肯定本案對我國農糧產品出口至 TPP/RCEP 國家之全面性分析，同時也認可廠商訪談內容之豐富，及指出部分疏漏及待加強之處。本研究乃就時間許可部分盡量修正及補充，但亦有部分意見難以在此有限時間內達到完善程度，故可建議作為未來繼續研究或針對少數特定產品深入研析時之參考。例如：

- （1） 進一步參考 UNCTAD 評估開發中國家農產品出口潛在能力的作法，更深入探討我國主要農糧產品特色、生產規模、是否符合市場需求等因素。
- （2） 考慮市場價格，利用國際貿易經濟分析模型，以實證分析方法探討加入 TPP/RCEP 對我國農糧產品市場之影響，以及探討農糧產品出口成功案例之經驗與重要因素。

以上兩者對於欲進行進一步深入研究者均極具有參考價值，然而就本研究來說，首先針對第 1 點，由於目前我國農業發展已達相當水準，2015 年有出口貿易的 HS 6 位碼品項已達 340 項，在有限的時間、人力與資源下，實在很難做全面評估，故建議未來在限縮研究品項後，可做為進一步深入研析之評估方式。其次就第 2 點來說，若能進一步以理論實證方法分析，或對成功業者之經驗進行了解，必可協助我國農糧產品出口，以及促使我農糧產品國際競爭力之提升。惟限於研究方法之截然不同，而本案研究資源有限，故建議在未來將進一步深化研究領域，或主政單位將設定新研究議題時可納入考量。以下綜合各章研究成果，提供結論與政策建議如下。

第一節 綜合結論

一、具有出口利益與潛力之品項

本研究主要從貿易的角度分析我國農糧產品在國際市場之表現，經由我國出口呈現的顯示性比較優勢與進口國的互補程度，推論我國具有出口利益與出口潛力的品項與目標市場（見表 3-5），同時針對目標市場也列出其目前關稅水準，可以顯示我國目前該類產品所面對之關稅障礙。由於部分 TPP/RCEP 國家對農糧產品所課徵的關稅仍然偏高，如果我國將加入 TPP/RCEP，TPP/RCEP 國家將同樣對我國開放市場，將使我國農糧產品出口得到更大發展空間；反之若我國無法加入 TPP/RCEP，此種關稅將成為限制我國農糧產品出口的重要障礙。具體而言，這些產品有豆類蔬菜、蘭苗、蘭株、蘭花（鮮切花）、結球萵苣、番石榴、芒果、其他柑橘果實、荔枝、楊桃、釋迦、蓮霧、部分發酵茶、其他紅茶、其他種植用種子、芝麻油、大豆油、其他果糖及果糖漿、樹薯粉條澱粉製品等。此外為了便利我方未來加強開拓市場，本研究也分析了我國在目標市場的主要競爭對手（見表 3-6）。

二、重要品項價值鏈市場

（一）蘭花產業的接力生產模式

就產品出口與價值鏈關係言，我國蘭苗、蘭株與蘭花（鮮切花）之出口最具有價值鏈分工合作的關係。基於擴大出口、提升農民所得為我國農業未來必須重視的方向，當出口品在價值鏈上加工的程度愈深時，出口價值必然愈高。然而由於先天條件的限制，我國多數農家得以使用的土地面積不夠大，不利其作物之機械化與大規模操作，因此使蝴蝶蘭在蘭苗階段即有相當的出口，形成接力生產現象。另外，我國部分農糧產品，目前於生鮮階段已表現出相當具有競爭力，未來若可延伸至農糧加工品之出口，不但有利我農糧初級產品於盛產期之去化，其加工完成之農糧加工品，相信於出口市場亦可創

造更高的附加價值。然而也有部分農糧產品，由於我國加工技術之優良，在國內及國際市場已經受到消費者肯定，而國內作物的生產量已不符合加工業者需求，因而必須自國外進口原料，於加工完成後再出口，以致亦可創造不容忽視的附加價值。以上最具有代表性者即屬芒果及茶葉，因此本研究於第四章繼續針對蘭花、芒果及茶葉之價值鏈市場進一步深入分析。

以蝴蝶蘭言，我國在育種、組培及供應鏈完整方面具有優勢，然蘭苗、蘭株、蘭花分別以向荷蘭、美國及日本出口為主，未來在擴大出口方面，由於目前已經面臨新興國家興起之競爭壓力，而且越南更是極具潛力的新加入者，使我國蘭花業者必須加強技術水準之提升、行銷通路之強化，以及部分國家關稅與非關稅障礙之取消，因此加入 TPP/RCEP 對業者極為有利。此外由於我國國內市場有限，業者規模偏小，業者亦盼在出口行銷、人才培育、產銷整合等方面，政策主管單位能從更長遠的目標與高度強化整合，及解除管制。

為此，農政單位已從加強人才培育與協助業者外銷布局來精進產業技術，強化經營體質及拓展新興市場，例如：已推動集團產區營造產業聚落，執行「打造新世代蘭花產業鏈」、「智能農業方案(農業 4.0)」科技計畫，開發相關產業鏈技術外，並持續輔導相關產銷協會辦理蘭花產業招募人才培訓班及「蘭花產業人才投資」系列教育訓練，提升產業人力素質，厚植發展實力。104 年後開設基礎核心課程、中階管理課程、高階經營課程、溫室工程、稅務及組織培養等訓練課程，以及配合產業需求辦理國蘭組合盆花(2 場)、文心蘭產期調節(4 場)、台灣蘭花輸美分享、熱帶蘭花產業講習、蘭花產業研討會(3 場) 及荷蘭花卉環保生產認證(MPS)說明會。在拓展新興市場方面，每年輔導產業團體參加國際蘭花盛事，提高國際市場能見度，塑造臺灣蘭花品牌形象，及協助突破檢疫與貿易障礙，建立銷售通路。另國內部分，除繼續辦理台灣國際蘭花展外，106 年將推動蘭花品種交易中心計畫(名稱暫定)，加強核心品種保存及育種資訊服務，及將輔導產業舉辦 2020 年第 23 屆世界

蘭花會議暨蘭展，以強化蘭花產業國際競爭力。

（二）芒果可強化鮮果出口與加工製品發展

芒果產品之價值鏈雖然分為鮮果及加工製品兩大類，在芒果加工製品部分又分為冷凍芒果、芒果丁、芒果果醬、芒果罐頭、芒果青、芒果乾、芒果氣泡飲料或啤酒、芒果冰或冰淇淋、芒果蛋糕或芒果凍等，但我國芒果約 9 成皆為新鮮食用，故最重要仍在芒果生產與運銷部分。我國芒果種植面積與生產量過去 10 年有減少趨勢，每公頃產量亦於 2013 年達到高峰，近兩年產量已明顯下降，但出口值持續成長。出口以韓國、中國大陸、日本為最重要市場，三者合計占我國生鮮芒果總出口 87.7%。我國芒果在海外市場的主要競爭對手為泰國、菲律賓、澳洲及墨西哥等。

我國芒果雖然在國際市場持續成長，顯示其品質頗受國際肯定，但果農耕作面積與規模不大、生產及運銷管理階段不易標準化作業，以致品質、規格無法穩定，未來欲擴大出口，在應進口國要求執行之出口檢驗方面，應盡量爭取簡化的處理方式。此外出口行銷若能加強整合，病蟲害防治、農業管理與人才培養能夠進一步強化，當可進一步提升我芒果出口之競爭力。從價值鏈觀點，則可強化芒果丁、芒果乾、芒果布丁、蛋糕及冰淇淋之發展，尤其是在盛產期，芒果加工製品之發展可進一步提升我國芒果產業價值鏈。

（三）茶葉產業

我國茶葉同樣面臨土地面積不足的限制，但由於加工技術與消費市場具有優勢，因此茶商已赴外投資生產，而本國廠商於進口初製茶後，加工成為高價的茶葉再出口。目前各國對於茶葉多仍有關稅，少部分國家更有偏高的關稅，如墨西哥（20%）、日本（3%~17%）、汶萊（22%）、越南（40%）、韓國（40%~513.6%）、印度（100%）、泰國（30%~90%）、寮國（40%），未來如果我國將加入 TPP/RCEP，將有利我國茶葉進一步擴大出口，反之如果無法加入，則關稅障礙可能成為限制我國茶葉出口之重要因素。

為了擴大茶葉之出口，本研究對具代表性的茶葉廠商進行了深度訪談，了解我國茶葉產業的優勢主要是加工技術與國內消費市場之支持，然區域經濟整合積極發展，新興市場國家興起，使我國面對的競爭壓力已愈來愈高，因此在大宗商用茶與特色茶間可能需要分工，在拓展市場，加強推廣與掌握通路方面也可按市場需求而有不同行銷策略，而消費者所重視的食安問題，也應從安全、有益健康、加強品牌與管理等方面著手；最後在強化產業價值鏈方面，可加強研發，強化產業自動化的生產過程、整合產、製、銷的分工合作，以利開發新產品、提升產業價值，形成有利我茶產業向更高附加價值的方向發展。

第二節 政策建議

面對區域經濟整合的熱潮，我國主要貿易夥伴與競爭對手多數均已積極加入經濟整合行列，彼此加速開放市場，使我國出口貿易自然受到不利影響。尤其在農糧產品方面，不管是初級農糧產品、農糧加工品或調製品的關稅，通常是各國在 FTA 之前仍然保有較高關稅的部分，但是在 FTA 中可能已經大幅度削減，因此不利我國農糧產品出口。為了強化我國農糧產品出口，本研究針對我國農糧產品之國際競爭力與特定品項實務面進行研析，提出以下建議：

一、爭取加入區域經濟整合，有利我國農糧產品出口

農糧產品通常是多數國家關稅保護最多且最高的領域，但是在 FTA，尤其是 TPP 中，所有成員必須大幅度開放，因此對於無法加入的非成員國將形成貿易轉向的不利影響。我國目前對農糧產品之關稅保護較很多國家均低，如果在加入區域經濟整合之下，需要互惠的開放市場，通常我國需要降稅的程度並不會比對象國高，因此對國內業者的影響有限。反而是在對象國對我也同樣取消關稅下，對我國擴大出口應該更為有利。但是若沒有加入區域整合，我國就將面臨貿易轉向的影響。為了避免未加入而受到的貿易轉向影響，我國應該盡量爭取加入 TPP/RCEP 的機會。

然而自從川普當選美國總統之後，TPP 的前進已經佈滿荊棘，現在所達成協議的 TPP 協定極可能無法生效，因此未來 TPP 可能必須修正或由 TPP 11 國重新擬定類似目前 TPP 的相關協定。就我國尚非 TPP 成員言，只要修正後的 TPP 或 TPP (11) 可以達成協議，均值得我國爭取加入。因為只要是修正後的 TPP 或 TPP (11) 仍然屬於 APEC 成員國間的經濟整合協定，為了避免我國因為來加入經濟整合而被排擠，就值得我國加入。此外更由於我國目前總體的對外關稅比 APEC 很多國家均低，加入區域經濟整合，反而是對象國必須對我國必須作更大幅度的市場開放，故加入亞太地區的區域經濟整合，反

而對我國有利。至於開放市場後對部分弱勢產業可能會產生的衝擊，主政單位已有將規劃配套措施與調整措施的做法，以協助國內產業調整因應。

二、擴大農產品的專業化分工，加速產品結構調整，有利我農業產值與農民所得之提升

開放市場、取消關稅可能使我國一般農產品面對進口品將增加之競爭威脅，以致農業產值與農民所得可能受到負面影響。然而按照本研究顯示，我國在豆類蔬菜、蘭苗、蘭株、部分鮮果、部分發酵茶、生鮮萵苣、種植用種子、芝麻油、大豆油、澱粉製品、果糖漿等仍然具有競爭力，而且與部分進口國形成互補，是我國未來可以擴大生產、加強出口的項目；因此在國內生產品項方面可以加強調整。尤其在這些項目中，有的品項單位面積產值特別高，如：蝴蝶蘭，擴大生產規模後，有利我農業產值與農民所得之提升。

三、鼓勵企業化經營，擴大規模，以機械代替人力

農地耕作規模不大，土地分散為影響我國農產品生產成本的重要因素，然面對後進國家興起，我國勞動成本與土地成本無法與其競爭，必須以企業化經營與機械化操作克服此先天限制，否則難以競爭，因此若有不利企業化經營的相關法規，應全面檢討、改善，以利土地之合併使用、經營規模之擴大。雖然我國業者即使展開企業化經營，其規模亦無法與歐美相比，但擴大經營規模實為降低生產成本的必要途徑。此外蝴蝶蘭的生產過程需要人工多次換盆，人力需求大，但目前農村勞動力不足，開放農業外勞又有困難，因此業者已有赴外國投資生產，以解決人力不足的問題，但其產品卻對國內業者形成競爭壓力，若此種情勢無法改善，則我國蝴蝶蘭業者恐將加速外移，因此盡量鼓勵業者擴大經營規模仍有其必要。

四、針對特定品項，可依市場需求，強化我國產業價值鏈布局，以利我產業進一步發展

在全球貿易、生產分工與價值鏈積極發展之下，我國不同農糧產品具有的優勢各不相同，雖然不變的是愈接近價值鏈兩端的部分，附加價值愈高，但我國業者通常無法主導全球供給市場，而必須依市場需求而供貨，因此常在半成品階段即出口，以及有時廠商亦需在海外設廠生產，以降低土地成本或接近消費者，形成接力生產模式，以維持競爭力及擴大收益。未來在新興市場國家仍將快速發展之下，此種分工模式有可能更加深化，因此政策主管單位可依市場需求加強我產業價值鏈的布局。例如在蘭花產業方面，我國在品種研發、組織培養及瓶苗方面仍然具有優勢，荷蘭、越南、巴西或非洲國家則在小苗、中苗甚至在大苗方面具有優勢，因此可以強化我國瓶苗、小苗對上述市場之出口，甚至由於這些國家土地及人工便宜，亦可輔導廠商赴海外投資，惟由於其生產出來的成株可能與我國產品形成直接的競爭，因此最好在出口市場或品種上有所區隔，例如可以到非洲投資，其產品以出口歐洲國家為主。而國內業者必須強化新品種之研發，持續提升產品競爭力，以避免產業空洞化。

在芒果產業部分，除了繼續強化我國芒果鮮果之特色與通路外，已有業者開發出更高附加價值的芒果加工製品；由於加工製品若得到消費者肯定，亦可強化業者對芒果之需求，因此政策主管單位在推動產業發展與價值鏈布局時亦不妨有更寬廣與長遠的視野。而當加工製品進一步進階至服務業時，其所形成的附加價值又將更加提高，故加工產品之發展對芒果上、中、下游業者都具有正面效果。在價值鏈市場方面，我國各階段芒果產品主要是對東亞國家，尤其是韓、日等東北亞國家出口。但韓國對芒果產品的關稅偏高，因此在加入 TPP/RCEP 之後，預計我國芒果在韓國市場將有更大發展空間。

茶葉產業部分與芒果產業不同的是，我國茶商早已赴外投資以取得足夠的初製茶供國內茶產業發展，因此政策主管單位在推動產業發展時，已將茶

產業的上、中、下游連結起來，未來在出口方面主要是可加強對美、日、中國大陸、印度、智利、馬來西亞、加拿大、印尼、越南、新加坡等之出口，因此加工技術、產品形象、銷售通路是維持與下游市場密切連結的重要關鍵，與上游國家則以穩定商用茶進口來源為主，甚至可配合我新南向政策展開對外投資，如：對越南及泰國投資將有利於我整體茶產業發展。主要是協助業者解決各階段所呈現的局部問題。

五、鼓勵產銷整合以利出口與市場秩序之維持

國內業者多屬中小企業，業者對銷售通路之開拓，通常係藉由辦理展售會來累積關係，形成買方市場。因此在農產旺季，賣方彼此相互競爭，常常影響產銷秩序，如果能有策略性的行銷整合，應可降低行銷成本同時有利出口秩序之維持。

六、加強人才培育、產品推廣，以強化對行銷通路之掌握

中小企業在市場開拓與行銷方面，常常無法與大企業相比。在本研究中曾經發現我國部分商品具有出口潛力，而且進口國有相當需求但目前出口績效不佳，主因在於銷售通路尚未掌握。未來政策主管單位可以協助其產品推廣，並強化行銷人才之培育，以利我商進一步開拓市場。

七、持續加強農產品檢驗檢疫、非關稅貿易障礙協商以利我農糧產品出口

農產品檢驗檢疫之認證與非關稅貿易障礙之清除，對於農產品出口具有決定性影響。雖然認證之取得非我方一方可以決定，仍必須視對象國之意願而定，但一旦取得認證之後，農糧產品即多一個出口市場，值得主政單位持續努力。

八、重視研發與對消費者服務，可強化我國產業價值鏈發展

價值鏈上的分工合作是市場競爭與國際貿易發達下之成果，而下游加工品之出口可能已不算入農業產值，但仍可促進我國整體產業更深化之發展。尤其在價值鏈中，愈接近價值鏈兩端的產品，其附加價值愈高，因此加強對我國重要品項之研發，以促進我農糧產品品質之改善，不但可促進我國產品價值鏈發展，同時也可確保我農糧產品之國際競爭力。至於在接近消費者端，我國則須強化食品加工技術、加強對行銷人才的培養及掌握通路，若此，不但有利農糧產品之出口，亦有利於創造更高的出口價值。

參考文獻

1. Bela Balassa (1965), Trade Liberation and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*.
2. Bela Balassa & Marcus Naland (1989), “Research” comparative advantage in Japan and the US, *Journal of International Economic Intergration* 4(2).
3. Meggang Li (2013), *Research on industrial security theory*, P.373. Springer Science & Business Media, New York.
4. Peter Drysdale. Japan, Australlia and New Zealand: the Prospects for Western Integration. *Economic Record*, September, 1969.
5. Yu Chunyan & Chunjie Qi (2015), Research on complementarity and comparative advantage of agricultural product trade between China and CEE Countries, *Journal of service Science and Management*, P201~208.
6. 工業技術研究院資通所(2015), 茶產業營運模式與供銷架構之研究, 經濟部商業司。
7. 行政院農委會台南區農業改良場(2013), 提昇台灣芒果產業價值鏈研討會專刊。
8. 李孟訓、黃雅旻(2013), 影響臺灣蘭化生物科技園區的廠商成功導入供應鏈管理的關鍵因素分析, 長榮大學, 鄉村發展學報。
9. 李易航、許仁弘、陳添進、吳金洌等(2011), 淺談臺灣蝴蝶蘭王國—國力分析與領土擴張之道, 植物種苗技術, 農業生技產業季刊。
10. 杜巧霞(2015), 我國在全球價值鏈的參與及政策意涵, 國際經濟情勢週報, 國發會。

11. 杜巧霞等（2014），全球價值鏈發展對我國經貿關係之意涵，外交部暨經濟部國際貿易局委託研究計畫報告。
12. 杜莉、謝皓（2011），中美貨物貿易互補性強弱及性質的動態變化研究，國際貿易，武漢大學 WTO 學院。
13. 林咸嘉（2007），蘭花產業之智慧資源規劃，政大智慧財產研究所碩士論文。
14. 張智麗（2013），從價值鏈觀點看農業產業化發展之整合策略：供應鏈聯盟 VS 開放式創新聯盟，農業生技產業季刊。
15. 鍾熙維、高蓉及常悅（2015），中國和阿根廷農產品貿易互補與競爭性研究，世界農業。
16. 張智麗、楊玉婷（2015），從全球水果消費及生產趨勢觀察論價值鏈整合之產業化與國際化發展策略，農業生技產業季刊。
17. 張驥（2009），臺灣蝴蝶蘭產業競爭策略之研究－以個案 A 公司為例，國立交通大學高階主管管理學程碩士班論文。
18. 彭作奎、蔡秉叡、蔡項倉（2004），臺灣蝴蝶蘭產業價值鏈建構之研究，臺灣 46 銀行季刊，57 卷 4 期，頁 103 - 105。
19. 葉執東(93)，農業 e 化的發展策略農委會，農政與農情，140 期。
20. 臺南區農業改良場、臺灣園藝學會（2013），提昇臺灣芒果產業價值鏈研討會專刊。
21. 劉志雄（2012），中國與越南貨物貿易的互補性研究，國際商貿，廣西民族大學商學院。
22. 謝廷芳、楊舜臣、陳駿季（2012），花卉產業研發現況與展望－農業試驗所機構典藏系統。

23. 謝思娜、楊軍、劉合光（2013），中國-東盟農產品貿易結構變化及互補性分析，湖南農業大學學報，第 14 卷第 2 期。
24. 傅子煜，植物品種權面面觀－植物品種與產業全球化布局－以蝴蝶蘭為例。

附錄一 廠商訪談紀錄

廠商訪談紀錄—蘭花業者（1）

時間：2016 年 8 月 26 日

廠商：蘭花產銷發展協會（清華蘭園） 理事長

一、公司基本資料

1. 清華蘭園位於台南市後壁區，目前基地有 1 公頃，員工約 15~20 位。產品種類：主要蘭苗，從瓶苗、小苗、大苗到成株均有，切花最少。清華蘭園有世界蘭花的百貨公司之稱，每年蘭展常有來自各國的買家在清華蘭園尋找特殊的品種，是清華蘭園歷經 30 多年來努力開發的結果。
2. 清華蘭園產品的出口市場以美國市場最重要，約占營業額 30%~40%，公司銷售通路以 B2B 為主，通常只要持續掌握前三大買家，即可達公司銷售額之 90%。對大陸市場之出口則面臨較多不確定因素，包括人與制度之因素。
3. 就蘭花接力生產中各階段產品的利潤言，瓶苗利潤應有 20%，小苗、大苗約 10%~15%較低，成株利潤比小苗階段可再提高一些。
4. 台灣蝴蝶蘭在品種方面的優勢，即使國外尊重品種權，權利金每株可多賺 3~5 元，利潤仍然有限。台灣蝴蝶蘭業者：按蘭花產銷發展協會的會員來看約有會員 1000 多家，有商業行為者 500 家左右，數量較大者 50 多家，有競爭力者約 20 多家。

二、國際市場競爭情勢

1. 台灣蝴蝶蘭除了種原、育種及天然環境適宜具有優勢外，產業鏈結構完整，有相當的供應量，符合消費者需求亦是重要優勢之一。
2. 2008 年金融風暴之後，對韓國的銷售有減少，其他市場則不受影響；主要在於公司蘭花品種較為特殊，但由於資訊發達，台灣蘭花品種多元化之優勢，已愈來愈不明顯。

三、對未來的因應策略與建議

1. 加強開拓出口市場：澳洲市場對玫瑰的需求較強；越南市場，目前應以出口文心蘭為主；緬甸市場，以石斛蘭為主。對加拿大已有出口蝴蝶蘭。
2. 加強對新興市場之開拓，欲加強蝴蝶蘭對蝶蘭業者的整合不易，目前台灣貿易人才較少，政策主管單位若能協助加強行銷、推廣，長期而言，將有利於蝴蝶蘭進一步之擴大出口。

廠商訪談紀錄—蘭花業者（2）

時間：105 年 8 月 31 日下午 4:00~4:30，電話訪談

廠商：一心生物科技有限公司 總經理

一、公司基本資料

1. 一心生物科技有限公司位於嘉義縣大林鎮三村里，目前公司有蝴蝶蘭生產基地共 2.2 萬坪，員工約 200 人。公司設備有瓶苗溫室 7000 平方公尺，無菌操作台 180 台，年產瓶苗 150 萬瓶，約 2500 萬株，育種及苗株溫室栽培場 36000 平方公尺，另外在美國加州洛杉磯有 1.2 萬坪，員工 30 多人。主要產品從瓶苗、小苗、大苗到成株均有，早期以瓶苗為主，目前成株比例漸增。
2. 出口以美國、日本市場為主，其中美國約佔 70%，日本約佔 30%。近期澳洲、越南、印尼亦有銷售，屬於接力栽培模式。惟越南市場多集中於過年期間（有季節性）。
3. 蝴蝶蘭由於栽培時間長，其間變數會影響育成效果，各階段產品之利潤又受育成率好壞影響，不易估計各階段利潤率。公司行銷模式主要是 B2B，行銷策略主要是盡量維持價格穩定，以利與客戶維持穩定的關係。
4. 接力生產模式：由小苗、大苗至成株，在開花前需要 15°C~25°C 催花期，可以海運將小苗、大苗或成株運至國外市場。目前產品仍然具有價格競爭力，但未來國際市場價格只會下降，不會上升，而生產成本不斷攀升，人力不足，以致影響產品良率，是未來面對的威脅。雖然台灣蝴蝶蘭品種優良，但荷蘭量大，尤其在歐洲市場仍以荷蘭蝴蝶蘭為主。在運輸方面，接力生產方式，由海運蘭苗到當地接力生產，或出口成株至當地催

花，到美西需要 20 天，到美東需要 35 天，到巴西需要 40 天。

二、國際市場競爭情勢

1. 台灣蝴蝶蘭的品種多元，在國際市場仍有競爭力，主因在於育種能力較荷蘭為佳。荷蘭主要是針對歐洲市場需要的品種，故在歐洲市場稱霸。在行銷策略方面，市場競爭會隨銷售淡季而擠壓到價格，但一心價格為單一價格以穩定和買方之關係。
2. 中國大陸的蝴蝶蘭過去多以銷售其國內市場為主，自從習近平打貪禁奢之後，蝴蝶蘭出口增加，未來可能影響市場價格，但短期內預期影響不大。此外，亦有中國大陸民眾為獲得居留美國身分，在美國投資設廠生產，未來也會對臺灣出口蝴蝶蘭有影響。公司的因應對策則是在美設廠生產。
3. 台灣蝴蝶蘭具品種優勢，7、8 年前荷蘭曾以台灣蝴蝶蘭有病毒而搶攻台灣蝴蝶蘭在國際市場的佔有率，但近年台灣蝴蝶蘭已經建立檢驗與品管流程，很少有病毒問題。
4. 2008 年金融風暴後，國際市場需求減弱，但本公司在美國市場仍穩定成長，主要靠控制品種及品質之穩定。但過去 2 年台灣整體的銷售持平，似乎較金融風暴後的影響大。本公司對澳洲、越南、加拿大、緬甸亦有出口，皆以接力栽培方式出口，惟數量不多。以加拿大市場而言，加國對蝴蝶蘭的檢疫要求很嚴，本公司於得到加國蘭園通知後，會依其要求通過蘭園之相關檢疫。
5. 台灣蝴蝶蘭面對之威脅
 - (1) 人力不足，需要栽培人員：業者建議開放外勞，但人力主管單位考慮本地勞工就業機會，尚未開放。過去日、韓曾以研習的名義赴澳洲培養技術，取得人力。此外，如果開放外勞的話，建議薪資不要與本國

勞工之最低薪資掛勾。

(2) 自動化部分仍無法與荷蘭相比

在荷蘭 1 台機器可以工作 6~7 公頃場地，在台灣本公司雖有 2 萬多坪（約 6~7 公頃），但是場地分散在 9 個地方，自動化機器無法操作（日本情況與我略同）。

三、對未來的因應策略與建議

1. 面對電子商務與新型消費型態

本公司已有電子商務，外來可能必須更加重視郵購之包裝與生產線。

2. 對輔導政策之建議

(1) 應選擇有競爭力的品項，加強研發，加強對溫室生產技術的控制，以利出口。

(2) 專業化經營是擴大出口必須重視的方向，但是一旦成立公司即不屬於農民，無法繼續享受輔導單位相關的輔導與優惠。

廠商訪談紀錄—蘭花業者（3）

時間：2016 年 9 月 2 日

廠商：擎園實業有限公司 XXX 總經理

一、公司基本資料

1. 公司位於台南市後壁區蘭花生物科技園區，基地面積約 5 公頃，員工約 40 人（博士 1 人，大學 4 人，其他 35 人）。使用設備除了水牆風扇與雙層遮光網外，加溫機與降溫設備（冰水機、儲冰機）依產品需求，也都有裝設。
2. 目前本公司 70%產品為切花，30%為苗株。出口市場主要以日本以及美國為主，東南亞及澳洲為輔。國際上整體通路需求仍強勁，在美國市場，最大的競爭來自荷蘭，至於日本與東南亞則不受影響。
3. 本公司並未發展特殊品種，主要以白花(V3)及紅、粉系列之品系為主，切花與盆花皆適用。基本上，不管小苗、中苗、大苗或切花，市場銷售之利潤都會維持在 20%-30%間，看訂單之大小與穩定度而有所差別。台灣蝴蝶蘭產業，歷經十多年來之整合與磨練，不管在品種或栽培技術上皆相當成熟，成本之管控也很嚴謹，除非匯率大升，在國際上的價格競爭力甚強。
4. 切花的部分沒有接力生產的問題，苗株的部分主要以大苗海運至市場國當地催花生產盆花。由於蝴蝶蘭裝在貨櫃內 45 天都還可以承受，因此海運裝箱前的處理扮演很重要的角色，也因為蝴蝶蘭具有耐儲運與開花期長，全年皆可開花的特性，很適於發展成積極出口型農業。在國際市場上，以歐、美、日三大市場為主軸，日本由於地利之便，問題較小，美國雖有輸美溫室的屏障，讓台灣保有些優勢，但荷蘭生產廠商直接進

入美國本土設廠，預估 3-5 年內會有超過 1000 萬株的產量，屆時市場勢必有一番廝殺。至於歐洲就更不用說了，但在歐美若有夠專業的銷售中心，專門從台灣進口苗株，從事批發銷售，而不是拿著公事包跑單幫從事抽佣事業的貿易商，情況應會家左右，扣掉代工、切花及內銷盆花的業者，能從事外銷生產的不到 100 家，產品主要分大花與小花，小花花色較雜，大花則以白、紅、粉三色為主，占有 8 成以上。由於國際市場競爭激烈，生產規模低於 5000 坪以下的，其原物料成本與人員的優勢較低。國內各家在海外市場經常會碰到同一買家的競爭狀況，但大都相安無事，偶有廝殺也無傷大雅，由於大陸與越南這幾年來也陸續加入戰場，價格上的競爭已趨近於穩定，產品品質與服務品質應是未來的重點。

二、國際市場競爭情勢

1. 面對區域經濟整合熱潮，荷蘭廠商赴美投資，以及中國大陸蝴蝶蘭產業之興起，對臺灣蝴蝶蘭出口會有影響，預計會有約 30%的市佔率被分享。
2. 因應國際市場之競爭，由於本公司主要業務為切花（70%），並未積極投入品種的開發，而是透過生產的穩定與成本的降低來強化市場的產品品質與服務品質，以確保產銷的流暢。此外在市場端設置發貨與服務中心，以強化市場預估與售後服務的品質，讓生產與市場之溝通能順暢。
3. 因應新競爭者之加入與荷蘭商在美國本土設廠生產，本公司經營並無太大影響，金融風暴之後，雖然日幣貶值讓收益減少，但美金又稍補一些回來。因此風險的分散與管控，是未來會再加強的地方。爭取各國簡化檢疫程序非常重要，像巴西開放進口台灣蝴蝶蘭就是很好的案例。目前全球各地對蝴蝶蘭需求仍然強勁，市場仍在成長，未來可在穩定度方面再加努力。

4. 企業整合是必然的趨勢，只是不必強求，我國蝴蝶蘭生產方面的穩定度若能在種植與澆灌的自動化程度再加強些，相信生產穩定度可不輸荷蘭。若能在歐美等重要國際市場設置專業的發貨銷售中心，相信台灣在全球的市佔率應會超過荷蘭。

三、對未來的因應策略與建議

1. 進一步提升台灣蝴蝶蘭競爭力之方向
 - (1) 種植與澆灌的自動化
 - (2) 品種依市場需求開發
 - (3) 市場端設專業銷售發貨中心
2. 面對新型消費型態與資訊科技，各地海外市場對蝴蝶蘭之偏好各有不同，各業者會依手上的訂單調整品種的生產與流程。
3. 相較於電子產業與其他生化科技產品，由於蝴蝶蘭的生產速度，相對緩慢，從育種選定完成，開始組培大量生產需要 2-3 年，從小苗、中苗、直到大苗需要 1.5 年，每一品種的生產周期約為 5 年，週轉金需求大。雖然農業金庫已有相關的政策性貸款，但要打國際市場，仍然不敷所需，只能放慢腳步，或做取捨與抉擇。

廠商訪談紀錄—蘭花業者（4）

時間：2016 年 9 月 6 日

廠商：展壯園藝股份有限公司（台大蘭園），
XXX 總經理
XXX 科長

一、公司基本資料

1. 台大蘭園成立於 1981 年，專業投入於蝴蝶蘭、文心蘭、虎頭蘭、拖鞋蘭、嘉德利亞蘭等蘭花之育種研發及產銷，位於彰化縣大村鄉，目前有生產基地溫室 1.5 萬坪，擁有溫室、水牆、風扇、高溫滅菌、自動填充機、冷氣機等設備。無塵室有 250 坪，操作台 26 台。員工有 80 人，其中包括碩士 5 人，學士 31 人，專科 29 人，其他 15 人。
2. 主要出口市場以美、日最重要，各占 3 成，其他港、澳、非、印尼、越等合占 3 成，國內 1 成。
3. 產品種類以蝴蝶蘭言，育種、小苗、中大苗、成株、切花等均有，但切花最少（5000 苗），瓶苗最多。以每年產值言，約瓶苗 500 萬，小苗、中苗、大苗各占約 300 萬、200 萬及 100 萬，開花成株約 24 萬株。近年由於氣候異常（全球暖化），影響開花率，在平地的催花（18°C）已於溪洲增建 1200 坪催花場（自 20 多年前起即已在山上有廠房，10 年前起加裝冷氣）。整體利潤平均約 20%。育種部分重點在長期投資，非為短期之收益。
4. 接力生產模式
 - (1) 台大蘭園模式：

由台大蘭園做無病毒之瓶苗，並將瓶苗賣給小農，小農代工種到 2.5 吋盆，再由台大蘭園種到 3.5 吋大苗，並賣成熟株到美國，到

美國再開花。

(2) 荷蘭模式：

荷蘭有 5 家大廠在做向瓶苗業者購買瓶苗或種苗，由荷蘭農民由小苗、大苗種到開花株賣給德、法、丹麥、英國等。即荷蘭農民利用大規模、機械化生產，可以由小苗種到大苗，很有競爭力。惟在組培部分還無法自動化，故荷蘭需向台灣購買瓶苗。

接力生產主要視市場需求而定，在育種階段即需與市場接軌；各階段的生產量亦決定於市場需求。由海運出口到國外，由於海運時間頗長，海運前的包裝處理相當重要，以降低耗損率。此外也盡量種植耐儲運之品種，如果是非耐儲運品種則要施打藥劑。為此於 2005 年曾與教授們研究如何降低耗損率，後來發現濕度的控制很重要，例如：太溼會產生病原菌，改善後已使耗損率由 30% 降到 2%，最早期耗損率更曾高達 70%，故裝運前的處理技術改良亦是此後出口快速成長的重要因素之一。

5. 面對之威脅：

(1) 水草的供應可能不足

水草主要自智利進口，另紐西蘭及中國大陸亦有出口，但未來可能供不應求，目前已在開發可能替代的介質，例如：1.7 吋的小苗，已經嘗試以膠水黏合固型介質（椰纖材質）做為未來的生產介質，如果能成功，即可穩定生產介質之供應，同時節省照顧時間。

(2) 農業企業化經營之風險

企業化經營是擴大農產品出口必須走向的發展途徑，但企業化經營需要強化農業保險，否則影響農企業的經營意願。

(3) 越南之積極興起：目前已有荷蘭大廠 Hasfarm 到越南投資生產，大幅提升越南出口文心蘭的能量，可能使越南成為台灣業者重要的競爭對手。目前台商也有去越南投資生產蝴蝶蘭，未來的越南可能成

為亞洲的花卉中心。

(4) 台灣目前農業極缺人力，生產成本偏高，未來必須克服自動化澆水及換盆，才可能進一步提升競爭力。

6. 行銷通路：主要靠參加展售會以結識買方來拓展市場，也有部份透過貿易商銷售。在美國市場自 2004 年通過可以帶介質出口後，使出口順利成長。台灣蝴蝶蘭以水草栽培之方式，具有花期較長之優勢，與荷蘭以樹皮為介質之栽培不同，但消費者不見得完全了解此種優勢，未來應加強宣導。惟台灣蝴蝶蘭主要是銷售給當地蘭園，蘭園於培養至開花株時再銷售給消費者，故宣導的部分難以著力。

二、國際市場競爭情勢

1. 2008 年金融風暴之後，對台大蘭園之出口影響不大。惟最近 1、2 年銷售持平（未成長），主因可能是市場生產過剩。面對荷蘭與中國大陸蝴蝶蘭興起，業者正努力開發新興市場，例如越南，目前已是我國蝴蝶蘭出口之第 4 大市場。在美國，則在紐約及紐澤西州設廠生產，占地 2000 坪，年產 30 萬株。此種模式，在當地已有 8 家具規模之外國業者。
2. 台灣在品種方面的優勢仍然應盡量登記、註冊及主張，否則蘭花被買走後，若被對方先註冊，日後反而可能被控侵權。例如：2009 年協會曾對幾種蘭花在歐洲申請品種權，但其中有部分品種於 2007 年已有人搶先註冊，好在後來經過協調處理，順利完成品種權之註冊。目前我國蘭花品種在 ECFA 談判中已註冊了 50 幾種品種權，每年約有 1000 萬元收入。未來可授權協會去登記。
3. 國外市場障礙
大陸市場有潛規則，在通關及取得進口許可方面有人為與制度性之障礙；越南、印尼也有通關障礙，但程度較輕；印度有檢疫方面障礙。文心蘭

到紐西蘭市場尚未完成檢疫認證。

4. 我國蘭花品種具有優勢

目前國內蘭花有三大協會：產銷協會及育種者協會。育種者協會於 2008 年成立，是結合台灣蘭花育種者，從事研究、創育蘭花品種的專業團隊。協會正在籌劃設立育種保存中心，將對滿天星、柑橘、蝴蝶蘭進行育種保存。

三、對未來的因應策略與建議

1. 產業發展仍待改善之方向

(1) 自動化之改善，例如：澆水之自動化及換盆之自動化，目前仍在研究

(2) 強化在專業區以機器代工之可能性研究

(3) 加強育種、研發及品種權之註冊登記

台灣蘭花具有品種優良且多元化之優勢，應予以重視。建議未來可以設立網站，集中處理，以及到當地申請品種權，例如可進行研究計畫，到歐洲抓一、二件侵害品種權之案件，以宣示台灣對蘭花品種權之重視。但目前台灣蘭花品種之開發多為小農，而新品種要具有商業價值，必須經過測試階段，因此品種權的利益在育種者與測試階段間如何公平分配或分享，需要大家合作解決。

(4) 加入國際組織

未來在加入 TPP 時，TPP 要求成員國必須參加 UPO 公約（植物品種保護公約），是我國在加入 TPP 時仍然必須克服的問題。

2. 對蝴蝶蘭產業政策之建議

(1) 蝴蝶蘭農需要外勞以降低成本。但之前主政單位已經向勞動部建議

開放外勞，同時亦呼籲農企業應將需要外勞之情況向外界表達出來，惟目前台灣外勞形成的問題很多，一時間很難解決。反觀目前馬來西亞用印尼外勞；泰國用緬甸外勞；韓國有農業外勞可用 3 年，同時可再延長一次；日本有研修生制度等，故其生產成本較低，對台灣蘭花業者形成很大的競爭壓力。

(2) 輔導業者出國設廠生產

協助廠商在海外設廠生產，可降低生產成本，但設廠地點如果在東南亞，結果將對本土業者形成競爭壓力。如果在南非或非洲國家設廠生產，然後以出口歐洲市場為主，比較有市場區隔，對台灣整體效益較大。

3. 主要市場之發展潛力

加拿大：已有種苗賣到加拿大，加國目前自台灣進口種苗後，在當地以松樹殘渣種蘭花，生產成本低，具有發展優勢。

到巴拉圭種蘭花的可能性：當地市場有限，機會不大。（如果量大、成本低，可銷到美國，但當地運費高，不見得容易銷到美國。此外中南美洲各國均有生產蘭花，故機會不大。）

印度：若檢疫問題可解決（各省有不同檢疫），值得開發。

巴西：天氣適合但品種不多，尚需向台灣購買種苗，但品種權尚未開放。

南向：如果配合新南向政策到東南亞國家投資，應注意爭取品種權，例如：可向印尼、緬甸爭取品種權。

柬埔寨：歡迎台灣蝴蝶蘭農去開發，投資種植蘭花。

緬甸：有高原，具發展潛力，但屬於大陸一帶一路區域，對大陸似乎更為有利。

中國大陸：市場大（每年 8000 萬棵），品種不如台灣，加溫成本貴（上海光線差），病毒多，儘管海南島氣候與台灣差不多，但供給量有限，故台灣蝴蝶蘭仍有競爭力。此外進入大陸市場有非關稅障礙。越南、印

尼也有類似的障礙，惟程度較輕。

紐西蘭：文心蘭切花檢疫仍在協商中。

4. 企業化經營以面對未來新的競爭者：

中國大陸產品之競爭力還好，尚不構成威脅。但中國大陸對運輸費用補貼，可能使其價格較低，惟其品質及品種次於台灣。巴西：用椰纖種植，與我國不同，屬於技術性的支援服務，雙方已有合作，及已進行產銷資訊交流。

鼓勵企業化經營雖系蘭農必須走向的生產模式，但也有限制

(1) 農發條例沒有對農企業之輔導，導致農企業與農民之營所稅、土地增值稅不同，很難有優惠措施。換言之，相關的優惠措施涉及財政部、內政部與農委會多部會政策，非單一的農委會可以解決。

(2) 強化農企業保險，以降低風險，但台灣保險市場不若美國美國保險市場之成熟。

(3) 可以到具有發展潛力的東協國家投資生產

越南人工成本具有優勢，但內銷市場尚有限；未來可能可以在台灣育種，越南做組培，並利由組培，由小苗種到大苗再出口，但如此一來，對本地蘭花業者將形成強大的競爭壓力。故本地業者必須加速自動化與技術升級。

5. 了解市場差異，生產活動需與市場需求接軌

美國市場需求以開花株為主、植株較大、較傳統式，歐洲偏好中型高度的植株。就不同生產階段的植株言，歐洲有 7 成為大苗，2 成為中苗，5%為小苗，5%為 5 公分盆。就花色言，歐、美、日均以白花為主，越南人喜歡黃色花，過年時需求尤其旺盛，但目前切花關稅偏高，未來會漸漸下降。此外日越已簽署農業合作協定，未來越南花卉可能快速發展。台灣農業生產已經破碎化，很難回復。

廠商訪談紀錄—芒果業者（1）

時間：2016 年 9 月 23 日問卷回覆

廠商：台南市玉井農會 XXX 指導員

一、公司基本資料

1. 玉井農會無生產基地，芒果產品由當年度與農民簽約契作（面積約 35 公頃）。芒果運銷處理員工含短期工約 20 員，皆為有專業知識且熟悉芒果處理過程。農會目前擁有的設備包括：三部重量式選別機、四部堆高機、仟坪包裝集貨場、近百坪冷藏庫。
2. 玉井農會的銷售方式有：國內宅配、產地直售、日本直送及外銷。
 - （1）國內市場：玉井農會現階段以國內市場為主要開發對象，消費者藉由本會冰館品牌建立，設計生產一系列芒果加工產品，讓芒果不再局限於鮮果銷售，多樣的產品讓消費者有更多的選擇，讓產品曝光度大為增加。此外，藉由觀光旅遊的配套行程，進入玉井不只有眼前所見、送入口中的鮮甜美味，加工類伴手禮則變成非芒果產季，延長芒果產業最大利器。另外，網路平台的展銷，也能使芒果產業拓展的更為迅速，再加上媒體的薰染，到了夏季直接喚醒消費者對芒果的欲望，短時間芒果網紅程度不會消退，農會所能做的就是保持新鮮感、鞏固品質。
 - （2）國外銷售：外銷以鮮果為主，途徑依目的地有所不同。中國大陸市場接單後，透過農會集貨場溫湯處理後裝箱集運出櫃。日本市場於四月份起接單訂購，於芒果產期本會挑選後由協力貿易商經蒸熱廠處理後送日本宅配直送。
 - （3）外銷優勢：台南玉井芒果產地知名度於外銷市場有一定接受度；蒸熱廠位於產地，能夠以最短時間內將鮮果處理包裝及運送，便捷的交通能縮短外銷時效。

3. 玉井農會於芒果行銷發展的機會與威脅

- (1) 機會：芒果產業可多項發展並不侷限在鮮果類銷售，其多樣化的加工產品能創造更多種的商品並延長保存。
- (2) 威脅：眾多合作社及加工廠都有具備處理芒果產業的能力，競爭力相對大。

二、國際市場競爭情勢

- 1. 國際市場之自由化對我國芒果出口有些影響，畢竟降低關稅，使其成本降低，外銷意願升高，農民收益穩定，整體益處大。
- 2. 近年來台南市政府致力於行銷，日本市場對芒果之需求並無減弱，目前推行台灣下單日本取貨服務，該部份逐年增加，且風評很好，消費者指定要購買臺南芒果，只是近年日本政府藥檢益趨嚴格，使得水果外銷的困難度增加。
- 3. 中國大陸市場因為馬政府的開放與對岸讓惠，外銷中國大陸市場最簡便快速，能做到今日集貨出關明天入關到貨，其成本較其他市場低廉，為這幾年來，台灣水果外銷最大宗目的地。

三、對未來的因應策略與建議

- 1. 芒果近年來因需求量大增，相對種植面積也增加，國外地區種植面積也有成長，而芒果如侷限在強調鮮果銷售，恐增加產業危機。政府如能對水果加工業，多予以挹注及在限制法規上修改，讓產地能有直接加工機會、減少製造成本，才能再開創新機。
- 2. 海外市場仍以鮮果為出口主要方式，但侷限於產季又有氣候等不確定因素，如要配合電子商務，採預購方式，必須限定時間及數量，而非無限制的接單，避免過度接單後而無貨可出的狀況。因此如果可以再發展加

工類產品，則能突破保存及運輸限制，多角化發展可讓芒果產品更有銷路。

3. 現行芒果外銷模式已趨於穩定，問題在於氣候因素影響產量及品質。
4. 市場突破固然是必要找尋的出路，但鮮果類在運輸上就有一定風險且各國家對農藥檢測要求不盡相同，不只要對通路能有所要求，甚至對生產端都要有一定程度教育及規範，否則只是徒勞無功。

廠商訪談紀錄－芒果業者（2）

時間：2016 年 9 月 26 日問卷回覆

廠商：南瀛農產國際行銷股份有限公司 XXX 總經理

一、公司基本資料

1. 南瀛農產國際行銷股份有限公司員工合計 11 名，擁有蒸熱機台 2 噸、8 噸各一，非破壞性選色、甜度、重量選別機 1 台，果乾烘培機台 3 台、冷庫 100 坪及包裝設備。
2. 南瀛公司位居台南市玉井區，此為芒果產區，握有地利之便，鮮果直送。由於公司本身同時經營蒸熱處理廠，對於新鮮芒果品質的優劣，出貨流程的掌握，非常熟悉，能有效控制成本。
3. 南瀛公司的愛文芒果主要銷往日本、韓國及大陸。日韓銷售主要透過台灣的貿易公司；中國大陸地區則透過當地的業者。

二、國際市場競爭情勢

1. 台灣芒果現今只有日、韓及大陸為主要輸出國家，口感好、色澤紅潤且甜度實在，倘若能在品質管控上更加落實，必定有其競爭力，但因芒果果實蠅及炭疽病迄今無法有效改善，農民用藥不能積極配合，才是致命要點。
2. 台灣芒果生產業者（泛指集貨場）有二十家，眾多集貨場崛起，生產規模不一，選果標準認定不一，欠缺冷庫預冷，容易造成出口品質不穩定；同時，一般集貨場大多經營宅配銷售，分級時常有所聞優先將頂級果品留做自家宅配之用，因此影響海外對台灣果品的觀感。各家貿易商面臨的問題，認為是售價太高、品質不穩定、產期太過集中、櫥架壽命太短等等。

3. 其實關稅並非影響出口的主要原因，影響我國芒果出口的原因包括：台灣小農耕種、工資高、用藥過量，增加芒果生產及出口成本。
4. 國際競爭日趨激烈，台灣農業屬小農機制，且生長期間常受颱風、多雨等氣候因素影響，如何能有穩定的供貨量及品質面臨挑戰。夏日果品多，台灣人工費用高，加上檢疫流程所產生的費用造成芒果單價不斐，也是銷售上的一大壓力。
5. 隨著電子商務的發展，海外客戶對於跨境電商產品的需求日增，唯鮮果需要配合當地的檢疫標準。

三、對未來的因應策略與建議

1. 檢疫：目前公司積極配合中日韓芒果的輸出，在檢驗部分還算流暢。唯希望簡化日本檢疫的程序，期望政府積極與日本政府協商，是否可遵循韓國的檢疫模式，委任台灣檢疫官處理檢疫，減少人事差旅的成本，降低果品外銷日本的成本。此外，希望政府提高藥檢費用的補助，以俾減少貿易商的負擔，能實際幫助行銷推廣台灣鮮果。
2. 整合國內生產：國內芒果業者現況為單打獨鬥，尚未能有效的合作，在芒果需求激烈的情況下，往往造成產地主導果價，就地喊價，收果品質不一，且為搶得先機，果品常未到成熟甜美便採收，推出市場後反應不佳，影響消費者後續對台灣芒果的採購。台灣是小農體制的模式，更應強化整合管理，學習紐西蘭的奇異果制度，才能有效優化台灣芒果的品牌。相關單位應積極籌組水果生產業者共同經營，統一用藥，建立生產履歷，成立台灣芒果品牌，以提高品質並降低成本。
3. 加工品市場開拓：芒果加工方面可積極開拓大陸市場，特別是華中及華北地區。
4. 農民教育：目前有重複的機構進行教育訓練，諸如改良場、農糧署，及熱帶水果研究所等，希望能整合教育的資源，進一步建立農民上課的記點獎勵機制，鼓勵從源頭改善果品的優質環境。

5. 農藥管理：針對外銷的芒果，建立農藥用藥的統一標準，也對內銷的芒果抽樣管控，落實田間栽培管理，同時，約束生長肥料的使用，教育農民正確的觀念，不只求果實外觀，而喪失對風味及糖度的要求，以強化消費者購買的意願。
6. 病蟲害防治：夏季高溫多濕，炭疽病及東方果實蠅已影響果品多年，造成外銷芒果出口的困難，農改場應該積極發展對應之道，協助解決困境。

廠商訪談紀錄－芒果業者（3）

時間：2016 年 10 月 6 日下午 4:30~5:20，電話訪談

廠商：屏東縣枋山地區農會 XXX 主任

一、公司基本資料

1. 農會為輔導單位，旗下輔導的果樹產銷班計有 21 班，生產作物以芒果為主。21 班總面積有 350 公頃。（依規定 1 班須 10 個人以上，面積 10 公頃以上）。
2. 產銷班設備有冷藏庫、搬運車、重量選別機；農會有冷藏車、小貨車、分級機、堆高機，農會本身為集貨場，沒有經營蒸熱廠。（全台蒸熱場：高雄小港 1 家，台南玉井 2 家，台中青果社最早有蒸熱廠）。
3. 枋山地區農會以國內市場為主，約佔 70%，其餘 30%外銷（外銷以鮮果為主）。國內銷售途徑包括：台北一市、二市（農產運銷公司），新北市市場（三重市市場改名），台中也有果菜拍賣市場，亦有團購、網購、行口。外銷則透過合作之貿易商進行。簡言之，農會是供應單位，外銷是貿易商找通路，國內通路則須自己找（例如：機關團體大量購買）。
4. 屏東芒果產期較早（4-6 月，台南產期 7-8 月）、芒果相對小顆（也有大顆的）、較香、較 Q。合作社及其他農會是競爭對手，通常是各做各的，打好自己的品牌，而枋山農會經營之芒果品牌為太陽果。就芒果外銷而言，團體才能做外銷，農會或合作社才能簽約。
5. 芒果是熱帶水果，由於屏東地區芒果較早上市，（國內）市場需求不虞匱乏，如果產量過多，可透過外銷穩定價格。

二、國際市場競爭情勢

1. 芒果外銷市場包括日、韓及中國大陸，中國海南芒果是主要競爭對手。實際上，有許多台商前往中國大陸或是東南亞地區種植芒果，也是台灣芒果外銷

面臨的競爭者。

2. 台灣芒果外銷亞洲穩定成長，發展機會可能在歐盟、中東，問題在於運送時間、保鮮技術。歐盟檢疫與日本同屬嚴格，而我國芒果已可通過日本嚴格的檢疫標準，但因運送路途遙遠，較少外銷至歐盟。雖然政府推動新南向，但不看好東南亞市場，因為東南亞薪資相對較低、發展程度落後，而芒果是高單價水果，因此消費市場可能不大。
3. 外銷面臨之課題包括：天災造成供貨不穩動，無法外銷；鄰國芒果的競爭威脅；芒果保鮮、儲存技術（台商容易技術、品種外流）；貿易商在海外惡性競爭（削價），影響芒果價格（壓低收購價）。
4. 電子商務方面，農會國內行銷方式包含網購，貿易商有建置國外網購市場。

三、對未來的因應策略與建議

1. 面對市場競爭，農民本身須做好田間管理。
2. 民國 80 多年曾推行芒果策略聯盟，實施幾年後就斷了，台灣芒果品牌發展不好，也許跟台灣制度、小農多有關，或許台灣可向紐西蘭的奇異果取經。政府可評估再次推行芒果策略聯盟，發展台灣芒果的品牌。
3. 是否有整合貿易商的可能性，以避免貿易商的惡性競爭。
4. 多元發展芒果加工產品，除了鮮果市場，芒果加工品（如芒果乾）亦有龐大商機。
5. 政府可協助外銷市場的消費調查，包括消費意願、消費數量等資訊，協助拓銷。

廠商訪談紀錄－芒果業者（4）

時間：2016 年 10 月 23 日問卷回覆+10 月 24 日下午 3：40~4：55 電話訪談

廠商：屏東縣枋山鄉建賢果菜運銷合作社 XXX 理事主席

一、公司基本資料

1. 公司生產芒果基地約有 300 坪，基本員工有 6 人，農忙期 10 人以上。公司擁有設備包括：冷凍庫、辦公室、會議室、外銷溫室、包裝場、分級包裝。
2. 主要銷售市場：國內方面有拍賣、超市、大量宅配（公家機關、學校老師集體訂購），未來規劃發展國內 B2C 網購。外銷市場則包括日本、中國大陸、韓國、香港。
3. 合作社發展的品牌：夏之星。芒果種植品種主要為愛文，目前約佔 9/10，規劃日後降低愛文比例至 4/5，因為愛文競爭太激烈且較不耐寒，擴展其他品種如：蜜水（比較耐寒，但較不好管理）。
4. 合作社主攻日本外銷（稱為日本外銷廠），產銷班共同採購、共同管理、統一用藥為建賢合作社芒果優勢之處，芒果幾乎每天都會抽驗較其他家更為安全。
5. 由於集貨場太多間、貿易商也太多間，所以競爭相對激烈。各合作社理念不同難以整合，此外縣府核准的合作社太多，部分合作社根本沒有在運作。
6. 各集貨場選果篩選標準不同，有些集貨場依循規定篩選，但部分集貨場相對不太嚴格，造成農民轉向其他較不嚴格的集貨場，較嚴格的集貨場會比較難收到貨，而不嚴格的篩選標準也會打壞台灣芒果出口的口碑。
7. 現在貿易商在國外市場會競價（以前不會，現在會，因為貿易商太多），收購價會被壓低，因此外銷價格視市場需求／貿易商狀況不同，高低起伏。因時勢造成之價格混亂是芒果行銷的威脅，例如：價格有業者施壓，市場價格混亂，須嚴管出口業者。

8. 貿易商於國外削價競爭（可能以芒果蒸熱費用（1 公斤 45 元）補充收益）。通常是大型貿易商削價競爭，壓低芒果產品價格以打壓其他競爭者（小型貿易商），形成市場獨佔後，壓低產地收購價格。此外，貿易商可能因市場需求強而提高對農民之收購價，即便集貨場、合作社開會決定產地收購價，也無法統一收購價（農民會轉往價格較高的貿易商，不供貨或減少提供給集貨場）。

二、國際市場競爭情勢

1. 區域經濟整合，關稅自由化對我國芒果出口有影響。因為我國出口品仍被課稅，產品成本相對較高。
2. 中國市場因政治因素市場需求減弱，日本市場因單價太高對我國芒果需求減弱，運輸太遠而導致產品價格偏高（運輸費+產品成本）也會影響市場需求，譬如運輸至歐洲需 20 多天、芒果運送至俄國莫斯科價格約 300 多元/公斤。韓國市場需求增加（不知明原因），這幾年需求大，但可能今年會消退。
3. 每年輸往日本約 2000 多噸，韓國約 1000 多噸（今年 400/500 噸，因為寒害、颱風，今年開花 90%，結果 10 多%，往年結果一般約 5、6 成）。
4. 於外銷市場，通常是貿易商自己打通路。

三、對未來的因應策略與建議

6. 多聽農民心聲再調整產業政策，勿僅以專業人士（農改場、農業相關碩博士等）言論下定論，因為其於專業理論如病蟲害有深究，但農民亦有豐厚實務經驗可參考。
7. 改革農藥用藥制度：台灣土地小，易有鄰地用藥感染，政府可考慮放寬農藥限制（日本部分規定較台灣鬆）。此外，植株對規定用藥產生抗藥性之問題，或許可利用新增其他相同藥效之農藥替代來解決。
8. 強化農民教育程度：合作社會教導農民用藥問題，也會視情況邀請農改場協助教育農民。

9. 試作溫室：鑒於寒害、颱風之影響，建議示範場實驗試做芒果溫室，以便克服寒害、颱風，目前災損補助約一公頃 9 萬，倘若溫室可行，便可減少災害損失。
10. 出口市場拓銷：國內已建置產銷履歷系統，有助出口外銷；政府可進行國外市場調查，協助農民外銷。例如：新加坡不喜歡愛文（偏愛金煌），因此出口較少；出口香港亦較少；泰國、越南則因愛文太貴，消費不起。建議芒果（瑕疵品）切丁或芒果乾方式出口東協、歐洲或莫斯科。
11. 降低檢疫檢驗費用：台灣政府以外包方式抽樣檢驗，每年約 200~300 萬檢疫費，檢疫費太貴，易對農民造成負擔。
12. 企業化經營管理：政府可以考慮規劃整合合作社+產銷班+簽約的加工廠之制度，以企業化方式經營、管理。
13. 發展台灣品牌須確保品質：貿易商壓低價格收購或向篩果標準不嚴格的集貨場，就容易有濫竽充數問題，而瑕疵品出口對台灣芒果品牌傷害很大。政府是否可規劃制度管控貿易商出口之品質，例如：情節重大時撤銷外貿執照、查探銷售價格是否屬實之監督機制、瑕疵品出口（AB 國問題：原定出口 A 國卻改出口 B 國）。

廠商訪談紀錄－芒果業者（5）

時間：2016 年 10 月 27 日上午 10：00~10：20+下午 2：00~2：30 電話訪談

廠商：高雄農業開發股份有限公司副總

一、公司基本資料

1. 高雄縣各級農會集資籌設農會共同經營之事業-高雄農業開發股份有限公司，包括：高雄縣農會、燕巢區農會、田寮區農會、阿蓮區農會、梓官區農會、甲仙地區農會、澎湖縣農會及仁武區農會等單位。合作之產銷班有屏東（3-4 個）、台南（2 個）、嘉義（2 個）、台東（1 個）。品牌為高農。
2. 產品出口以鮮果為主，少量芒果丁及芒果乾。
3. 芒果出口前須確保品質，通常明年 5 月要出口的芒果，今年 11 月就必須前往契作農場簽約訪視，而明年 5 月出口前 1 星期或 10 天抽樣送藥物毒物試驗所作農藥殘留檢驗證明，合格者才能出口。就芒果檢測費用，由公司負擔 2/3、政府負擔 1/3（原本為公司、政府各一半），其他水果品項由貿易商自己承擔。
4. 外銷市場包括日本（70%）、中國大陸（25%）、韓國（5%）。
5. 芒果出口前須獲得台灣檢驗合格證明，當地檢驗由進口商負責。於國外市場主要行銷管道為超市，宅配相對少（日本>中國大陸>韓國）。

二、國際市場競爭情勢

1. 日本市場：為高緯度國家，有果實蠅的貿易限制條件，在芒果出口前須至蒸熱處理廠蒸熱（約耗時 1~1.5 天），並邀請日本檢疫官一併進行，檢疫官來台 3 個月約 100 天的費用由貿易商承擔。檢疫、蒸熱這些費用加上去，因此芒果在日本售價較高。日本當地有種植愛文芒果，但溫室栽培成本較台灣貴。日本市場芒果進口約 10 多%關稅，由對方進口商負責通關處理。

2. 中國大陸市場：沒有其他貿易限制條件。其幅員遼闊，亦為東方果實蠅區，因此無果實蠅限制。雖然也生產很多芒果，但人口多、市場大。此外，中國大陸開放 23 項水果零關稅，芒果可零關稅進入中國大陸市場。
3. 韓國市場：與日本相同的貿易障礙。芒果出口需蒸熱處理，今年開始亦需要韓國檢疫官前來台灣，其之前對農藥殘留沒有強烈要求。
4. 於外銷市場，通常是貿易商自己打通路。公司會參加日本東京食品展，以尋找新的潛在客戶，亦經營舊有客戶。拓展通路的方式有很多，例如：朋友介紹、對方尋找到公司資訊等等，政府外貿協會也會有所協助。
5. 即便電子商務發達，於出口市場之網購亦由進口商負責處理，國外直接網購台灣芒果，會有檢驗檢疫的問題。
6. 文化不同，消費偏好不同，例如土芒果外表易有黏稠汁液，國外買家根本不會買單，對於情人果（土芒果加工品）也沒有興趣。公司於國外行銷芒果時，通常強調愛文品種之口味佳，然而台灣芒果季節性太強，難以搭配外國超市常見的行銷方式。

三、對未來的因應策略與建議

1. 推動南向政策對於水果產業並無助益
 - （1）我國水果與東南亞大致雷同，甚至某些水果源自東南亞，例如：木瓜的原生種來自東南亞、火龍果源自越南（之後我國設貿易條件，越南無法出口至我國）。東南亞生產很多芒果，且價格低廉，台灣芒果價格高至少 2 倍，最高甚至達 5~6 倍。此外，7D 芒果乾為菲律賓名產，其已深耕芒果乾市場，即便台灣發展芒果乾也難以與其競爭。東南亞國家主要想要台灣的農業技術。
 - （2）澳紐（空運）運費太貴，台灣農產是小農經營，成本高且產品貴，農作物採收僅 1、2 個月，走精緻農業路線，量也不多，所以主攻日本，不攻澳紐。
2. 不應放棄中國大陸市場。

3. 政府介入規定種植面積的管制，又有天災的威脅，產量達瓶頸（能出口的量也隨之達瓶頸）。政府是否考量不要限制種植面積，促台糖釋放土地讓農民種植果樹。
4. 自由市場之競爭，即便產量達契作要求，農民亦可能不足量提供，會轉提供給收購價稍高的，利之所趨，收購價格無法統一。

廠商訪談紀錄－芒果業者（6）

時間：2016 年 10 月 24 日問卷+28 日上午 10：30~11：00 電話訪談

廠商：臺南市山上果菜生產合作社 XXX 先生

一、公司基本資料

1. 合作社契作面積共計 72 公頃，大約 5 個產銷班（僅外銷，內銷之產銷班數字無統計）。國內品牌為笠園。
2. 內銷約 7 成，外銷約 3 成。外銷以鮮果為主，外銷市場主要為中國大陸、日本、韓國。今年銷售與去年不同，去年中國大陸最多，其次為日本，韓國比例偏少，今年因政治關係沒有銷往中國大陸，主銷日本，韓國比例少。
3. 芒果銷售價格與銷售數量、生產量密切相關。如果外銷多，國內銷售量少則國內價格就會高。如果國際需求減少，外銷減少，國內銷售量便多則國內價格就會偏低。

二、國際市場競爭情勢

1. 愛文芒果在國際上是有競爭力的。中國大陸沒有愛文品種，因為不好管理，無法種植（台商曾嘗試種植，但是失敗），其他品種都有（也是台商過去種植的），也許中國大陸試種愛文芒果會成功，但需要一段時間，可能至少 10 多年吧。
2. 外銷產品之品質依循貿易商的要求，檢驗檢疫部分，我國政府僅要求出口日本者須通過藥檢，出口韓國及中國大陸不需要藥檢，當地僅會抽驗。因此若遵循出口日本之規範，要出口韓國及中國大陸就沒有問題。但今年中國大陸的檢疫比較嚴格（聽貿易商說的）。
3. 因政治關係，今年沒有出口中國大陸，主要出口日本。芒果出口之品質大致相同，今年日本產地價約 220，韓國產地價約 150-160，主要是因為

今年產量少，而日本有固定需求，所以價格較高。計畫出口韓國之芒果因為藥檢或檢驗檢疫問題不能改出口日本。

三、對未來的因應策略與建議

1. 因為中東、加拿大沒有芒果，可以考慮拓銷該兩市場。東南亞有種植芒果，品種不同，印度也有芒果，不建議外銷開拓。
2. 面對國際市場之競爭，合作社身為芒果供應者，僅能以加強愛文品質管理作為因應方式。
3. 政府應獎勵品質好的農友，以提升國際競爭力。例如：補助農民資材：套袋、農藥等。

廠商訪談紀錄－芒果業者（7）

時間：2016 年 11 月 3 日問卷回覆

廠商：台華貿易有限公司 XXX 總經理

一、公司基本資料

1. 台華貿易有限公司直接和農會產銷班及合作農場訂定合作意願書模式，選擇與優良的生產單位合作，提供高品質芒果，在最後包裝時由公司品管人員做最後確認。
2. 公司芒果外銷型態為新鮮芒果，銷售主攻日本市場，以中央市場、超市、禮盒為主。整體外銷價格方面，這幾年台灣國內原物料上漲，加上露地栽培，極易受自然災害影響，造成產地品質及價格不穩定。
3. 貿易商於國外市場之通路，都是以積極溝通的心態，展現公司信用及信任之方式來打通與經營管理。

二、國際市場競爭情勢

1. 面對區域經濟整合熱潮，關稅自由化對我國芒果產品出口還是會有影響，雖然台灣芒果風味佳，但日本經濟成長狀況不好，其他零關稅國家的產品在銷售上比較有競爭力。
2. 目前台灣新鮮芒果，日本只准愛文種單一品種可以進口。在整體經營績效與行銷通路上，商貿易僅能以加強品管，提升品牌競爭力作為因應策略。

三、對未來的因應策略與建議

1. 由於台灣為果蠅疫區，銷往日本前，須經過蒸熱處理(vaporheattreatment, VHT)；高溫處理後，果品不耐儲藏，減少上架販賣時限，政府應與日

方討論協商其他處理方式。

2. 目前台灣芒果在日本市場還是集中在幾個大都會區，結合大都會區的中央市場打入地方市場可能是芒果於日本行銷的發展機會。
3. 廠商拓展國際市場極需政府持續的輔導，以提升芒果產發展之國際競爭力，包括：產地栽培技術、農藥宣導及檢驗費用、與其他國家在關稅上的談判。
4. 面對新型消費型態與資訊科技，海外市場對芒果之消費，業者必須強化與進口國的商務平台合作。

廠商訪談紀錄－芒果業者（8）

時間：2016 年 11 月 8 日下午 2~5 點

廠商：芒果恰恰 XXX 執行長

一、公司基本資料

1. MangoChaCha 是以臺灣長年外銷日本的頂級愛文芒果為主軸，獨家打造愛文芒果系列產品的品牌，僅有愛文芒果為其與其他商家差異化之特色。愛文芒果系列產品包括：冰品（芒果雪花冰）、甜品（芒果切盤、優格、慕斯捲）、飲品（芒果汁、醋、酒）、熱品（芒果茶、咖啡、湯圓）、禮品（芒果牛軋糖、乾、酥、麻糬、布丁、酒、醬、肥皂、面膜）等。冰磚、冷凍芒果條是主要外銷型態。
2. 原物料來源：家族種植芒果（屏東枋山），契作面積約幾十公頃，以急速冷凍保鮮芒果條方式保障原料來源，因此即便今年有天然災害（預料明年芒果產量亦少），亦沒有芒果短缺問題。隨著外銷芒果出口日漸成熟與市場成長趨緩，芒果恰恰透過品牌的結合將 B 級外銷品的芒果銷出。
3. 經營模式：一條龍經營，從最上游的原料、芒果急凍保鮮，到最終冰品呈現，完整掌握供應鏈的供給、需求和品質。芒果恰恰有如小型跨國公司，從機器廠房、產品研發到市場調查，每個步驟都十分嚴謹。其與加農合作社的 IQF 中央廚房廠通過 HACCP 認證，冷凍設備、保鮮技術是「芒果恰恰」發展最重要的一環，也是預算比例最高的投資之處。
4. 國內市場調查：透過和消費者的對談，收集商情、了解甜品市場並且做市場的區隔（不同區域開店類型以及定價策略）。例如墾丁都是觀光客，就做成海灘小屋，並且附設得來速。而台北，則是設計店面，讓情侶或

是三五好友可以來聚會，餐點份量和價格也較高。

5. 國外市場之產品須配合當地飲食習慣，例如：日韓口味相對偏甜（飛機餐點也是口味較重，推測緯度高、偏冷會導致口感比較遲鈍），新加坡偏酸。
6. 芒果恰恰企業主要經營品牌，供應海外原料，以加盟方式（海外品牌授權）拓展國際連鎖頂級芒果冰品專賣店，佈局日韓港澳，目前在海外已有 13 家店，一年至少要用掉 150 噸的芒果。由於其具有明顯差異化特色，海外展店時，當地媒體相當關注（尤其是日本）。
7. 異業通路結盟、跨領域行銷。例如：結合觀光旅展促銷、2016 富邦 LPGA 台灣錦標賽大眾餐飲區攤位、全家便利商店網購，自由行的國際觀光客於境外時即可透過知名旅遊網站（tripadvisor）訂購餐點。

二、國際市場競爭情勢

1. 芒果冰店的商業模式非日本人習慣的模式，日本的習慣是冷凍芒果丁會賣到超市，再加上日本喜愛台灣愛文芒果，因此在日本市場相當有競爭力。
2. 韓國市場競爭狀況相對激烈，其依樣畫葫蘆的展店模式，貨源採用東南亞相對較低價的水果。此外，韓國也到東南亞地區展店。

三、對未來的因應策略與建議

1. 推廣台灣芒果的優質形象，形塑國際品牌價值，跳脫以價格競爭的思考模式，推動農產品高值化、推動國產農產六級化。
2. 水果除了鮮果形式，也可以加工產品外銷，重點在於加工技術，例如：急速冷凍技術（IQF）
3. 國際認證及食品履歷追溯有助於產品行銷，彰顯優質、安全之特性，產

品高價有其價值。

4. 外銷時，通路掌握非常重要，初期時可與當地通路商合作（末端通路合作），例如日本 sogo、新光三越。
5. 消費客群的定位，決定了行銷的策略方式。Made with Taiwan / Made by Taiwan / Made in Taiwan，有不同的附加價值，眼光不能只侷限於國內市場。
6. 外銷市場的拓展建議：（1）東協國家之中，印尼可能是值得開發探索的市場；東協其他國家只能著重開發當地所得偏高的消費族群，該地區亦有歐洲及中東前往消費。（2）不應依賴中國大陸市場。
7. 農民與農企之間應相互連結：以後端需求支援，回推企劃栽種，重點在於農企是否能保證保價收購，農民才能安心契作種植，信任與風險承擔問題。而農民應做好田間管理，這是最基本的。
8. 於海外拓展時，目前面臨的困難點是資金周轉問題，目前政府已有提供低利貸款，也許可擴大此業務範疇及規模。。

廠商訪談紀錄－茶葉業者（1）

廠商：台灣區茶輸出業同業公會 XXX 理事長

受訪方式：電子郵件及電話訪談

時間：2016 年 10 月 18 電話訪談，10 月 24 日收到電子郵件問卷回覆

一、訪談內容

1. 面對區域經濟整合熱潮，國際市場自由化與競爭程度皆快速提高，茶葉產業在國際市場有全球化趨勢，例如：越南茶葉產業已積極興起，對我國茶葉出口是否有重要影響？是否有因應策略？

回應：

越南經濟快速發展，隨著 RCEP、AEC 為越南奠定出口優惠的基石，且越南大量低價茶銷到世界，對我國茶產業確實影響不小。我國政府近期推動新南向政策，協助台商投資也利於我們跟越南有良好的競爭環境。行政院農委會茶業改良場也致力研發新品種，使得台灣茶業以創新、高品質來面對全球茶產業的挑戰。

2. 在面對國際市場競爭日益激烈下，貴公司在拓展海外市場時所面臨的最大困境為何？在茶葉生產管理與行銷策略上如何因應？在「B2C」及「B2B」的行銷策略是否有強化品牌與售後服務的調整？

回應：

主要的困境來自於各國間對於全球市場的佈局比我國早，我們必須更積極努力的開發當地市場。另有一些國家例如中國和東南亞，是由國家執行規畫、佈局投資，再讓業者參與，以國家的力量打知名度並協助相關服務與後勤支援。行銷策略上須透過國家協助培育行銷之專業人才，協助業者不管是

「B2C」或「B2B」在國際市場上嶄露頭角。除了須透過專業的行銷策略帶領我們創造品牌形象，也希望政府能給予更多在參加國際展覽上的補助與協助，這必定是對我們茶產業業者最實質的助力。

3. 2008 年金融風暴以後，國際市場對貴公司的營運是否有影響？針對國外某些特定市場，貴公司是否曾遇到或知道該市場有檢疫檢驗方面之障礙(如農藥殘留)？是否有我國亟需取得檢驗認證的項目？在行銷通路上是否有亟待突破的市場？例如：在美國、紐西蘭、緬甸與智利，我國茶葉（紅茶及部分發酵茶，每包不超過 3 公斤）出口與其進口高度互補，未來我國進一步擴大出口的可能性如何？

回應：

2008 年金融風暴以後，許多國家開始以國家的力量在支持與支援宣傳該國業者在國際上的知名度，對我國影響甚大。須藉由國家大力支持走訪更多國際展覽，開發更多市場來因應。我國近年來在茶檢驗方面相當嚴格，在全球亦為最謹慎把關之一的國家。中東地區喝茶人口比例高，盼政府能給予支持來協助我們茶產業，以「台灣茶」的行象來打入中東市場。台灣茶葉內需量大過於產量，還是希望政府先有效的協助茶業業者解決缺工的問題

4. 茶葉供應鏈包含上游(茶廠與茶園)、中游(製茶廠、飲料工廠與合作社)以及下游(銷售通路)，貴公司認為目前國內茶葉供應鏈最需要加強的是哪個部份，理由為何？

回應：

近年來投入製茶的年輕人越來越少，導致採茶缺工嚴重影響茶葉產量，雖說可引進機器採摘，但部分茶葉如東方美人茶，便難以用機器取代。希望政府能夠大力支持產業合作，例如協助學校與茶園之實習合作等，以因應長年缺工採茶的情況。另個現象為許多上游、中游端直接跳過下游，自己處理

銷售事物，導致整個供應鏈失序，政府應該介入再重新界定各自的定位，不然容易形成互相爭利、惡性循環之現象。

5. 在行銷策略方面，我國茶葉產業是否需要加強企業整合？如何強化我國茶葉產業之價值鏈，以促進產業發展？

回應：

期盼政府能當強而有力的後盾，除了應立即解決缺工情況，也須輔導整個茶產業供應鏈平衡之問題，來促使台灣茶產業之企業整合，共同塑造出一「台灣茶」優良、高品質之形象，讓台灣茶產業在國際上一同發光發熱。

6. 從產業價值鏈的角度觀察，未來我國茶葉外銷之產銷策略是否有應予強化的產業政策或輔導措施，以提升我國茶葉產業國際競爭力？

回應：

我國茶業擁有相當關鍵的技術在，但往往後半部行銷人才缺乏，導致世界看不見我們產品的露出。為提升我國茶葉產業國際競爭力，盼政府能持續進行國際行銷人才培育。處理好缺工、供應鏈失序等問題後，做台灣茶產業最強而有力的後盾，把整個茶產業提升至國家形象，立足國際舞台，創造展新的台灣茶榮景。

7. 面對新型消費型態與資訊科技，海外市場對茶葉之消費是否有新型通路與管理上的需求（如電子商務）？我國業者的因應策略為何？

回應：

茶葉的交易種類多、規格繁雜相當適合發展電子商務，來整合產品以利販售，本會亦有提供會員電子商務之相關課程，來因應新時代的需求。希望相關政府部門能協助我國茶產業業者，在電子商務領域的提升，帶領台灣茶產業以新的面貌走向國際市場。

由於電子商務有助於我國茶葉產業發展。近來茶葉輸出公會也與 91APP 合作，開發電子商務平台，以拓銷我國茶葉。若欲透過電子商務平台外銷至國外市場，可在電子商務平台中提供中英文產品資訊，供國外消費者參考，以利銷售。

8. 基於健康因素以及農藥殘留問題，實施有機與產銷履歷認證是否有助於我國茶葉拓銷至國外市場？

回應：

我國要實行有機茶葉相當不容易。第一，檢驗費用龐大，一般小農無法負擔。第二，多數茶農不懂得使用電腦，對推廣有機或產銷履歷認證有困難。

廠商訪談紀錄－茶葉業者（2）

廠商：桔揚股份有限公司 XXX 經理

受訪方式：電子郵件及電話訪談

時間：2016 年 10 月 17 電話訪談，9 月 30 日收到電子郵件問卷回覆

一、訪談內容

(一) 公司或國內產業基本資料

1. 請問您，貴公司生產茶葉面積有多大？以生產何種茶葉品項為主(未發酵茶、部分發酵茶或發酵茶)？大包裝或小包裝？員工有多少（素質為何）？公司目前擁有的設備為何？

回應：

我司台灣國內製作茶園面積約 300 公頃。各種茶類均有生產，以未發酵茶及發酵茶為最大宗。生產包裝茶為主，占總生產比例為 70%。員工 200 餘名（大專以上人員約 40%）。設備有篩分機、剪切機、混合機、烘焙機、包裝機。

2. 請問您，貴公司主要的銷售市場？銷售通路及國際競爭態勢如何？

回應：

本公司主要銷售市場為台灣、美國、中國、日本、東南亞、歐盟區域。台灣本產茶葉平均價格比國際茶葉價格高，數量少，商用茶與國際市場難以競爭，需以後段加工能力及產品設計打入國際市場。

3. 請問您，貴公司目前茶葉品項優勢為何？整體外銷價格的競爭力如何？

回應：

茶品的調配及原料掌控能力為主要優勢，產品設計為次要優勢。本土茶葉外銷價格難與國際價格競爭。

4. 請問您認為，貴公司在茶葉的行銷上，重要的發展機會與威脅各是什麼？

回應：

機會：可有效原料種類、數量及價格。

威脅：政府僅重視高價本產茶葉的生態，商用茶及飲料茶因相關法令，造成製造、加工、銷售都受到很大阻礙，相關的片面新聞報導也重創台灣生產茶葉的銷售。

5. 臺灣茶葉生產業者約有幾家？互相競爭狀況如何？

回應：

大型廠約 20-30 家，小型廠超過百家，呈現既合作又相互競爭情況。

(二) 主要內容

1. 面對區域經濟整合熱潮，國際市場自由化與競爭程度皆快速提高，茶葉產業在國際市場有全球化趨勢，例如：越南茶葉產業已積極興起，對我國茶葉出口是否有重要影響？是否有因應策略？

回應：

越南茶葉早已供應給世界各地，台灣應該著重在後段加工技術而非一天到晚在喊 原產地 台灣。試想，政府推茶葉原產地台灣後，台灣茶葉用量有增加嗎？實際上是沒有增加的，實際的策略應該要把茶葉當一般食品管理，當行銷通路寬廣，台灣茶葉種植才會有通路。

2. 在面對國際市場競爭日益激烈下，貴公司在拓展海外市場時所面臨的

最大困境為何？在茶葉生產管理與行銷策略上如何因應？在「B2C」及「B2B」的行銷策略是否有強化品牌與售後服務的調整？

回應：

要走向國際化就需口味設計及調配，其次就是價格，就國際市場，台灣本產茶葉是處於劣勢的。

3. 2008 年金融風暴以後，國際市場對貴公司的營運是否有影響？針對國外某些特定市場，貴公司是否曾遇到或知道該市場有檢疫檢驗方面之障礙(如農藥殘留)？是否有我國亟需取得檢驗認證的項目？在行銷通路上是否有亟待突破的市場？例如：在美國、紐西蘭、緬甸與智利，我國茶葉（紅茶及部分發酵茶，每包不超過 3 公斤）出口與其進口高度互補，未來我國進一步擴大出口的可能性如何？

回應：

金融風暴無影響，但台灣自己的食安風暴卻重創茶產業，目前國際大廠很多都轉向 越南、中國、印度、印尼等地尋找貨源。

4. 茶葉供應鏈包含上游(茶廠與茶園)、中游(製茶廠、飲料工廠與合作社)以及下游(銷售通路)，貴公司認為目前國內茶葉供應鏈最需要加強的是哪個部份，理由為何？

回應：

茶廠茶園，因為最難管理。

5. 在行銷策略方面，我國茶葉產業是否需要加強企業整合？如何強化我國茶茶葉產業之價值鏈，以促進產業發展？

回應：

太複雜，無從說明起。

6. 從產業價值鏈的角度觀察，未來我國茶葉外銷之產銷策略是否有應予

強化的產業政策或輔導措施，以提升我國茶葉產業國際競爭力？

回應：

政府一直來執行很多產銷策略，如優質茶、商用茶專區、QR code 等，

但在國際的競爭上覺得沒多大效益。

7. 面對新型消費型態與資訊科技，海外市場對茶葉之消費是否有新型通路與管理上的需求（如電子商務）？我國業者的因應策略為何？

回應：

該部分未實際研究，無法回答。

8. 對於我國茶葉外銷國際市場有何建議？

回應：

台灣茶葉目前在後端加工仍具有優勢，在調配消費者喜愛口味時，對於原料的掌控很純熟。但這些原料可能來自越南，在包裝上茶葉來源只能標示越南，國外消費者即使覺得好喝，只會覺得是越南茶，不會想到是臺灣的加工技術，使我國茶葉在加工技術無法顯現出其價值。

此外，國內自己的食安問題也是影響茶葉出口的重要因素。過去國內媒體在報導茶葉食品安全相關議題時，經常使用強烈字眼，如有毒茶葉，重挫消費者信心。國外消費者看到我國茶葉食安出問題，自然不會購買。媒體應該扮演監督角色，而非打壓，因此，在敘述時應該多用中性字眼，避免製造消費者恐慌。

9. 在強化我國茶葉拓銷時，政府從中可以扮演何種角色？

回應：

目前中國與越南茶葉產業逐漸發展，使我國茶葉所面臨的國際競爭壓

力日益增加。我國應該趁還有競爭力時，將台灣茶葉這個品牌行銷至全球，奠定基礎。明確來說，我國茶葉可用「區域」作為品牌基礎推廣至國際，如阿里山紅茶。過去雖然已經有些成果，但在行銷全球這方面還不夠，有待政府與業者共同努力。

廠商訪談紀錄－茶葉業者（3）

廠商：台灣區製茶工業同業公會 XXX 總幹事

受訪方式：實地訪談

時間：2016 年 10 月 18 日

一、訪談內容

- 1 由於土地與人力價格高昂，大眾商用茶在臺灣沒辦法生產，可以南移至東南亞國家生產。而臺灣以生產高附加價值的特色茶為主。但是也不應將台灣特色茶價格無限上綱，因為金字塔尖端的消費者有限。
- 2 舉辦茶展或茶博覽會有助於我國茶葉推廣。在 2016 年 9 月所出版的『茶訊月刊』中，即顯示 2016 年在德國漢堡市所舉辦的茶、咖啡與可可全球產業博覽會（Coffee, Tea and Cocoa Global Industry Expo, COTECA）以及泰國國際食品、飲料、烘培設備暨旅館展對於推廣我國茶葉有相當大的助益。政府可於參與國際茶葉展覽這部分提供業者協助。
- 3 媒體因素非常重要，一個產業往往因為媒體誇大不實報導而受到相當大的損害。例如之前我國茶葉農藥殘留事件，是因為法規改變，使得前一批檢驗合格的茶葉在一夜之間變成不合格，媒體便抓準這點大力抨擊。政府應給予法規適應期，否則此類事件會繼續發生。
- 4 茶葉在外銷時，應以健康為訴求推廣。烏龍茶是我國相當具有特色的茶葉品項，然而，目前對於烏龍茶對人體的好處之相關研究仍在少數。相關單位可以投入這方面研究，並在具有公信力的期刊上發表，達到健康推廣目的。
- 5 商人其實利之所趨，政府對於出口不用干涉太多。但政府應該做為我國業者後盾，發生任何不利於我國之貿易爭端可出面調停。

- 6 電子商務平台有助於推廣我國茶葉。但在建置電子商務平台同時有幾點要注意：(1) 第三方支付平台要落實；(2) 特色茶取得國際認證（如 ISO 認證）搭配電子商務平台會更有助於我國茶葉外銷；(3) 農藥使用的管理要嚴格。
- 7 我國實行有機茶葉的可能性不高，雖然有機茶葉可解決農藥殘留問題，但成本太高，一般茶農無法負擔，是推行有機農法的障礙。

廠商訪談紀錄－茶葉業者（4）

廠商：沙坑股份有限公司 XXX 理事長

受訪方式：實地訪談

時間：2016 年 10 月 14 日

一、訪談內容

- 1 我國茶葉能否順利出口，瞭解進口國的需求相當重要。明確來說，進口國需要茶包、商用茶或是高價特色茶，都有待進一步釐清，以確保正確掌握整體市場脈絡。目前 TPP/RCEP 國家中，可進一步開拓的市場有美國、加拿大、日本、紐西蘭與澳洲。但重點還是要觀察對方的需求是何種品項的茶葉。
- 2 媒體是影響我國茶葉能否出口的重要因素。過去媒體對於茶葉的誇大負面報導，使得國外消費者對於我國茶葉失去信心。政府可以與媒體溝通，在客觀求證之後，以中性以及和緩字眼敘述事實，不要任憑未經證實的報導，使整個茶葉產業面臨危機。
- 3 多舉辦茶博覽會，可培養推廣台灣茶的外國人。舉辦茶博覽會是拓銷臺灣茶葉最直接的方式，但在國外舉辦茶展之餘，培養語言人才亦是拓銷茶葉的重要關鍵。把產品訊息清楚的交代給國外消費者，讓他們瞭解茶葉優點與好處，才能使他們進一步考慮購買。
- 4 電子商務平台有助於拓展我國茶葉外銷。有三點是在建置茶葉電子商務平台必須注意的。第一，第三方支付平台的手續費不要太高；第二，物流要做好，才能節省成本；第三，產品資訊與價格要透明化，防止消費爭端。

- 5 法規緩衝期要落實，不要今天農藥殘留標準一修改就馬上公布，要給業者調整期限。否則，國內媒體見縫插針，大肆報導，又會重創我國茶葉產業，連帶影響出口市場之拓展。
- 6 臺灣種植有機茶葉的可行性不高，成本太高，且消費者不一定買單。
- 7 臺灣可以實行景觀茶園，發揮茶園多功能性，對於強化茶葉產業鏈應該有所幫助。

附錄二 專家座談會書面意見

專家書面意見（1）

學者：中華經濟研究院第一研究所 XXX 副研究員

本報告運用多項客觀經濟量化指標，全面性評估我國農產品及面對 TPP/RCEP 等多國市場的競爭力，報告分析內容十分詳盡用心，殊值肯定。

謹提供若干建議或想法供參：

1. 貿易與發展會議（UNCTAD）和 WTO 過去曾透過技術合作，成立 ITC（International Trade Center），針對多個發展中國家，研究分析如何以國家層級的角度建立出口潛能評估機制，其機制設立與作法，研究團隊或可參考。
2. 台灣多屬小農生產模式，生產規模有限，故採用量化評估指標很難突顯產品競爭力，加上台灣農產品品質優良，應朝量少質精價位高的路線發展。故建議要挑選台灣具出口潛力農產品，可有以下幾點原則：(1)該產品本身是否具有特色(是否具特殊性)；(2)該產品是否具一定生產規模；(3)考慮該產業屬內需型亦或外銷型產業；(4)該產品能否符合目標市場需求。
3. 就蝴蝶蘭產品來說，承如研究者所述，擁有相當完整的產業價值鏈，過去輸出海外市場多採 B2B 模式，以接力栽培方式為主，但缺點是難以掌握終端市場，故荷蘭蝴蝶蘭拓展經驗值得參考，以建立品牌，結合文創與服務，就市場特性發展 B2C，可進一步延伸我國蝴蝶蘭產業價值鏈。
4. 此外就政策建議來說，政府在協助農民拓展海外市場時，在資金方面，應協助解決融資問題。在技術方面，可協助農民進行海外市場品種測試。在行銷方面，協助進行目標市場的消費者行為調查。

專家書面意見（2）

學者：臺灣綜合研究院 XXX 副研究員

一、未來我國加入自由貿易協定，將面對市場開放之影響，而該研究針對我國出口優勢產品，採取主動提高競爭力的積極做法，除了實際數據分析之外，同時參採業者訪談內容，整合理論分析及實務經驗之報告內容，提供我國農糧產品提升競爭力方式之參考，報告撰寫內容豐富，值得肯定。

二、針對該報告撰寫內容，提供部分建議如下：

（一）文字及說明內容確認

1. p.94~p.95 表 4-1-1 及表 4-1-2 中，計算 2006-2015 改變率部分，建議統一改變率的數值後面是否加上百分比(%)。另外，請確認表 4-1-1 文字內容，將公頃修改為公頃。
2. 第四章第一節蘭花產業價值鏈與出口市場中，標題五、進一步強化蝴蝶蘭出口競爭力之可能方向(p.103)，該標題鎖定為蝴蝶蘭，但部分內容包含文心蘭及其他蘭花。請確認該部分內容僅針對蝴蝶蘭分析，或擴大分析包含其他種類蘭花。

（二）訪談內容建議

1. 訪談內容精彩豐富，若時間許可，未來可以此為基礎進行更深入分析。
2. 電子商務是否適用所有商品?或是僅適用於哪一類農糧產品?
3. 是否考慮納入「國際認證」對提升農糧產品出口優勢之效果。

（三）未來進一步研究之建議

1. 未來可蒐集過去我國農糧產品成功提高出口競爭力之經驗，探究其背後

因素，作為提升我國出口競爭力之政策建議。

2. 我國加入 TPP/RCEP，面對市場開放後是否提高出口產值？目前採用總體面之數據分析，未來研究可納入考慮市場價格或國際貿易經濟分析模型，以實證分析方式探討對我國農糧產品市場之影響效果。

專家書面意見（3）

單位：農糧署

1. 因價值鏈與供應鏈分析情況不同，本計畫宜再加強說明價值鏈之內涵，及與供應鏈之區隔，避免造成混淆。
- 2 建請補充全球價值鏈之產業發展趨勢，及農產業全球價值鏈發展之形式，分析臺灣農業的利基為何？選定之產業有無發展空間？
3. 請補充本計畫所指的價值鏈市場分析之範圍為何？
4. 請說明選定之重要品項於全球價值鏈下可能的附加價值及貿易情形。
5. 就政策建議部分，請以我國產業價值鏈發展政策為基礎做建議及探討，並請就經濟貿易專業性提供最佳之價值鏈配置分析與建議。

附錄三 期初會議審查意見與回覆

審查委員意見	回覆或修正情形
(一) 審查委員意見	
一、中華民國全國工業總會徐顧問純芳	
- 何謂新價值鏈農業角度？其定義為何？ - 請說明簡報中所指之「互補度高」意義為何？如何得來的？從互補之角度，必須亦能掌握進口國上中下游角度去觀察，在目前之研究方法中，難以了解，盼能多作說明。 - TPP 完成後，那些具有發展潛力之品項，若我未加入 TPP，市場可能被取代之情形，是否亦會列入研究範圍？ - 計畫係以貿易統計及分析發掘具出口潛力之商品與商機，是否亦可納入我國具發展潛力的農產品項作為拓展之目標，兩者相結合方能發揮功效。 - 相關之觀察不應侷限於關稅及市場開放，例如 RCEP 中甚多國家具市場潛力，非關稅貿易障礙可能亦扮演重要角色，因此若觀察之品項確立後可能涉及之 NTM（例如：智慧財產權），可能亦須納入考慮。	- 已於第一、四章說明。 - 貿易互補度是指從出口國出口的相對優勢與進口國進口之相對劣勢是否相互吻合來看。相關說明見第三章第一節。 - 謝謝，已列入考量。 - 我國具發展潛力之商機屬於長期觀點，可於座談會或訪談章節中考量。 - 非關稅障礙（NTM）屬於實務面議題，為業者在拓展市場時所面對的問題，可於座談會及專家訪談時探討。
二、行政院農業委員會農糧署洪副組長忠修	
- 報告書第 23 頁表 2，分析基礎是以 6 位碼貨品為基礎，未來如何運用海關 8 或 10 碼貨品回推為 6 位碼貨品，甚至回推為農產品品項，並提出政策建議。例如我國紅豆產品下有 8 項 8 位碼貨品；稻米產品下有 24 項 8 位碼貨品，其進出口量值異差甚大。未來分析 6 位碼貨品出口競爭力並提出政策建議時，須留意合理性。 - 對於進口國採行非關稅貿易障礙，以致無法明顯揭露目前貿易實情部分，應適度估算其未來若貿易自由化時，對我國出口機會。	- 謝謝指教。 因限於國際相通的統計資料只到 HS 6 位碼。若所研究的 HS 8 位碼或 10 位碼商品為該 HS 6 位碼項下的主要項目，則其 HS 6 位碼之貿易指標應可適用。若非主要項目時，將特別加上相關說明。 - 本案研究的對象包含 21 國，必須利用貿易指標先篩選重要品項，然後再進行深入分析。利用本案建立的貿易指標可以顯示部分產品在特定國家可能存在非關稅障礙。然實務面存在的問題，可能相當廣泛，將於座談會或專家訪談時探討。

審查委員意見	回覆或修正情形
3. 報告書第 27 頁研究進度，期中報告研析蘭花價值鏈模式，研究比重似乎不足，建議增加完成 TPP/RCEP 會員國相關重點農產品進出口量值蒐集。 4. 研究題目請與委託單位再酌，務求具體且聚焦研究方向。 5. 報告中「農產品」請酌修為「農糧產品」。 6. 建議中經院客觀篩選具出口競爭力之品項，並和農委會專家討論後，再提出政策建議。	3. 遵照辦理。 4. 經會商後，已酌予修正。 5. 已修正。 6. 遵照辦理。
三、行政院農業委員會農糧署方副組長怡丹	
1. 本計畫以蘭花為例，研擬以產業鏈方式分析及發掘我國有利出口農產品商機，立意甚佳，惟內容尚未能發現以產業鏈(如育種、育苗、催花…等)角度解析有利市場佈局。(例如:瓶苗、切花、盆花) 2. 依目前提出之出口優勢品項範圍過大(例如冷凍豆類蔬菜)，尚無法據以盤點國內有利產業，宜朝 10 位碼以上之產品分析較為可行。 3. 除主力品項外，是否有開發周邊產品，如蘭花溫室、防治資材…等(例如第 14 章等)，建議可納入分析。 4. 生鮮產品有運輸及保存限制，相關農產加工品(例如第 20 章)亦為發展潛力產品，建議納入分析。 5. 建議先與產業單位座談瞭解產業概念與研究方向，較能扣合需求。	1. 特定品項價值鏈之分析為期中之後之研究主題。 2. 本研究首先經由進出口國相互貿易關係推導出我國具有出口潛力之商機，無法避免有產品分類較粗之限制，待後段以我國角度進行進一步分析時，可以將產品分類至 HS 8 位碼或 11 位碼。 3. 將納入實務面及專家訪談時探討。 4. 遵照辦理。 5. 已於 4 月中赴農糧署報告及會商。
四、逢甲大學國際貿易學系楊教授明憲	
1. 農委會過去及目前有委辦相關計畫，請進一步瞭解並結合相關研究成果，或顯示本計畫之差異性。 2. 專家訪談只針對蘭花業者，是否已選定產業別？ 3. 出口機會相關資訊的瞭解最為重要，包括關稅結構、非關稅貿易障礙、通路、市場需求等，請在本計畫中特別重視。	1. 已進行了解並持續蒐集資料。已針對主政單位所提具有出口潛力之項目，以本研究之貿易指標進行分析。 2. 除蘭花外，尚有芒果與茶葉。 3. 配合辦理。

審查委員意見	回覆或修正情形
4. 在相關計算中，請特別考量國內外價格及所得差異、物流成本等資料，以務實導向為主。 5. 參考文獻及統計資料來源請再加強補充。	4. 由於農糧產品項目繁多，而且所研究對象包括 TPP 及 RCEP 共 21 國，相關計算必須藉助於具有經濟意義的貿易指標，先進行篩選，然後再針對特定項目進行分析。在實務面則以專家及主要廠商或公協會訪談為主，以了解實務面問題，及研析可能的解決方案。 5. 已補充，並將隨研究案之進行繼續增補。
五、經濟部國際貿易局多邊貿易組范組長德安	
1. 建議就值得拓銷項目，提供具出口利益的產品項目及說明，或競爭力分析。 2. 建議補充不加入 TPP 將會對農產品出口造成之影響說明。	1. 配合辦理。 2. 配合辦理。
六、行政院農業委員會農糧署企劃組 1. 由研究團隊先就農糧產品先以經濟研究方法(例如比較優勢指數、貿易密集度指數、貿易互補度等指標)，以 HS 6 位碼為對象，篩選 TPP/RCEP 成員國中具互補性可能有出口發展潛力之品項與國家，所分析資料建議至少分析 3 年，以利找出發展趨勢。針對已選出可能具潛力之 6 位碼品項，再進一步分析 8 位碼或 10 位碼的具潛力貨品品項。 2. 另本署原已選定具外銷潛力之蔬菜及果品(鳳梨釋迦、番石榴、鳳梨、芒果、茂谷及椪柑、結球萵苣、青花菜、毛豆、胡蘿蔔、番茄)，亦請研究團隊列為分析 10 位碼的貨品項目，提供客觀之市場發展潛力佐證資料。 3. 在分析 8 位碼或 10 位碼品項的過程，即有可能找出價值鏈之分工，並提出產業鏈的分工規劃，例如蘭花的瓶苗、開花株等分工之差異。 4. 期中報告時請研究團隊依據研究結果列舉具出口潛力之貨品項目至少 20 項(8 位碼或 10 位碼)，及各潛力貨品項目之目標市場，每項目以 6 個以上目標市場為原則，以利後續召開專家會議檢視。	
	1. 配合辦理。 2. 配合辦理。 3. 配合辦理。 4. 配合辦理。

審查委員意見	回覆或修正情形
5. 由研究團隊篩選出具潛力互補性之品項，或許因檢疫等條件影響市場進入導致目前無法拓展市場，仍可作為我國未來談判或諮商時要求對手國開放的標的、檢疫諮商排序參考，或作為未來我國拓展海外市場的對象。 6. 部分產品具有上下游產業鏈者，將由產業單位提供相關分群資料供研究團隊分析產業鏈分工潛力，例如鳳梨果實(鮮、冷藏、冷凍)、鳳梨汁、鳳梨餡、鳳梨酒等具上下游關係，可進行產業鏈分析。其他果品與果乾，或芒果、芒果丁…等。 7. 研究團隊篩選出具潛力互補性品項後，請邀集相關產業單位或團體提供實務運作之經驗，協助解析產業遭遇之問題，如技術瓶頸、檢疫准入問題、品種、消費嗜好或其他非關稅貿易障礙。 8. 期末報告需分析產業價值鏈之市場布局至少 3 個產業。	5. 配合辦理。 6. 配合辦理。 7. 預計於期中之後辦理。 8. 經過 4 月份工會會議之後，決議將進行蘭花、芒果及茶葉產業鏈之分析。
(二) 決議	
請中華經濟研究院(WTO 及 RTA 中心)依據審查委員、需求單位及相關單位之意見修正報告，並請執行團隊與需求單位保持密切聯繫，俾利本計畫之執行成果符合需求，期初報告於修正後通過。	遵照辦理。

附錄四 期中會議審查意見與回覆

審查委員意見	回覆或修正情形
(一) 審查委員意見	
一、中華民國全國工業總會徐顧問純芳	
1. 價值鏈市場包括上中下游產業間之關係，因此建議期末報告應將特定產品上中下游產業之關聯性顯示出來，方能看出我國出口具競爭力之產品定位，以做為未來市場拓展之參考。	1. 產品價值鏈的探討主要在第四章，並且分別於該章第一、二、三節針對蘭花、芒果、茶葉進行深入分析。
2. 本研究報告可以看出研究團隊之用心，惟因表格專業度極高，建議將表格予以規格化，也就是說每一指數代表是什麼，且如何取得、為何如此設計等，在表格下方以註腳方式呈現以利了解。	2. 已於各表下增加簡要說明；惟由於各指標具有相當經濟意義，欲深入了解，必須了解其定義，為此請參考第三章第一節本文之相關說明。
3. 本研究報告應從加入 TPP/RCEP 之觀念著手，其定位不僅在市場分析，而是未來做出特定市場拓銷之策略建議提出，否則可能流於紙上談兵。	3. 加入 TPP/RCEP 有利我國具有競爭優勢之農糧產品之擴大出口，乃本研究相關論述之基礎，並貫穿所有章节。市場拓銷策略屬於業者實際推展業務之面向，為強化研究報告之實用價值，已針對三個產業進行研析及向具代表性之業者進行訪查，然後提出建議。
4. 本研究案係就關稅角度去分析，但農產品之拓銷，檢疫是一大問題，建議期末報告時能將目標國及目標產品之非關稅貿易措施及政府輔導措施亦能多加著墨，以求周延。	4. 已增加相關分析，請見第四章。
5. 專有名詞是否係國際通用名詞，若是請列出處。若不是，是否可以用淺顯易懂之方式呈現，例如貿易專業化指數，為何不直接使用出口利益指數？	5. 本研究所計算之貿易指標均係國際通用名詞，已增加說明及參考文獻。
6. 以毛豆為例，因關稅已為 0，我是否仍將其列為研究對象，其是否因不加入 TPP/RCEP，我會被 TPP/RCEP 會員國取代，請說明之。	6. 關稅僅為影響我商出口能力之因素之一，並非全部。毛豆之貿易指標顯示其為我國在國際上具有競爭力的項目，加強拓銷也許可以取得更佳出口實績。
二、行政院農業委員會農糧署洪副組長忠修	
1. 本報告所指農糧產品範圍係包括初級農糧產品、農糧加工品及調製品，請研究團隊依該範圍解析我國農糧產品貿易特性。如「我國農糧產品在有潛力出口市場之競爭對手」部分，未說明我國農糧	1. 已補充分析及說明。

審查委員意見	回覆或修正情形
糧加工品之競爭對手分析，建請研究團隊補充。	
2. HS 06029091 品名為「其他活植物苗」，以臺灣而言該稅號出口多為蘭花苗株，但對某些國家可能是其他作物苗株。建議就該稅號與我國互補性高之對象國(加拿大、緬甸)，再進一步釐清其作物品項，補充於本報告第 44 頁「值得加強拓銷之產品與市場」，將更具參考價值。	2. 已加強說明
3. 有關研究報告第 57 頁指出，我國蘭花在海外市場的主要競爭對手為：泰國、荷蘭、新加坡及馬來西亞；惟新加坡農業規模小，且表 3-5 資料顯示臺灣即為該國蘭花（鮮切花）進口來源國之一，是否屬轉口貿易之出口數據？為能確切釐清真正競爭對手，建議研究團隊就具出口潛力之項目，比對表 3-5 後於「我國農糧產品在有潛力出口市場之競爭對手」項下進一步分析。	3. 已參考其進出口能力，修正相關說明。
4. 「值得加強拓銷之產品與市場」部分，建議將表 3-3 研究所得與我國貿易互補度高之對象國，納入該節做分析。如在蘭花方面，我國與日本、越南、汶萊、澳洲貿易互補度最高，其中日本、越南、澳洲皆有納入表 3-4 做為具有出口潛力之目標市場，惟汶萊並未納入分析；如該國並非我國具有出口潛力之目標市場，建議以文字敘述於該節做分析，餘產品亦建議比照辦理。	4. 我國蝴蝶蘭出口與汶萊進口互補度雖高，但汶萊進口市場有限，故在表 3-4 中無法成為我國主要出口市場。已加強說明。
5. 如第 29 頁所述，國際共通分類僅至 HS6 位碼，表格 3-1~3-4 皆列該國 HS6 位碼平均關稅，由於 HS6 位碼關稅為 HS8 位碼平均/加權平均所得，當進一步分析 HS8 位碼時，是否會高估/低估我國 HS8 位碼產品對其出口之競爭優勢？	5. 由於各國 HS 8 位碼產品名稱不同、分類不同，無法作 HS 8 位碼關稅之相關比較與分析。HS 6 位碼關稅是可以參考並相互比較之最細分類的產品項目。
6. 表 2-1、表 3-1、表 3-3、表 3-5 等的單位格式，部分標示於表頭欄位內，部分標示於表格欄位外，請統一格式。	6. 已修正及統一。
7. 第 19 頁 TCI 單字誤植，應為 complementary。	7. 已修正。
三、行政院農業委員會農糧署企劃組	
1. 本報告第 16 頁，分析 TPP 及 RCEP 自我國進口農糧產品部分，文字內容以「持續改善」或「惡化」來表示與我國貿易情形，建議能再予修飾。	1. 已增加詳細說明。

審查委員意見	回覆或修正情形
2. 表 3-1 有關我國農糧產品在國際市場具優勢之項目中，HS 060313 中文貨名建議修正為蘭花(鮮切花)，以與 HS 060290 蘭苗及 060291 瓶苗做區隔，並請一併修正本計畫內容有關 HS 060313 之中文品名。	2. 已修正。
3. 承上，併請修正第 44 頁有關蘭苗、蘭株及蘭花之標題為「蘭苗、蘭株及蘭花(鮮切花)」。	3. 已修正。
4. 本報告第 45 頁有關毛豆及冷凍毛豆(HS 07089000104、071029901)文字說明，「冷藏豆類蔬菜(主要指毛豆)是我國農糧產品 RCA 指數最高的項目」部分有誤，請將「冷藏豆類」修正為「冷凍」豆類；「農糧產品」修正為「生鮮」農糧產品，以與第 24 頁具有優勢項目說明一致。	4. 已修正。
5. 承上，有關毛豆及冷凍毛豆(HS 07089000104、071029901)稅號互補度研究係以冷凍豆類蔬菜做說明及分析，因該稅號與我國品名為毛豆及冷凍毛豆，倘係為便於與他國分析而以冷凍豆類蔬菜做說明，建請於本報告加註與我國貿易互補之對象國(日本、智利、美國、韓國及泰國等)該稅項之品名，以利做為評估拓展市場之依據。	5. 已增加說明並以註腳加註。
6. 第 51 頁表 3-4 第 5 欄增加「主要」兩字，第 7 欄刪除括號「前 6 大」3 字。第 4、6、7 欄位(出口值、出口金額、市占率)應具一致性。	6. 已修正。
7. 於第四章價值鏈市場分析之前新增「農糧產品競爭力品項小結」，以連貫前後章節。	7. 已增補於第三節本章小結。
四、行政院農業委員會農糧署方組長怡丹	
1. P24(第二節第一點)：評估我國農糧產品在國際市場具有優勢之項目，開頭直接論述「我國農糧產品在國際市場表現並不佳」，惟後續未見該說明立論基礎或相關佐證數據，請研究團隊在個別分析具競爭優勢農糧產品前，補充說明外銷貿易總體表現。	1. 已增加說明。另我國農糧產品之總體出口，在第二章亦有說明。
2. P24、26(表 3-1)：說明我國生鮮(初級)農糧產品在國際市場中具顯示性比較利益之品項中，研究團隊以「HS092030」六位碼進行評估，惟該六	2. 計算出口品在國際市場之顯示性比較利益指數(RCA)，是以我國該產品占出口之比重相對於世界該產品在全球貿易的比重而言，故必須有全球該產品之

審查委員意見	回覆或修正情形
位碼內含紅茶、部分發酵茶及普洱茶等三種茶品，建議以八位碼（或十位碼）進行研究分析，並修改相關說明及表 3-1 數據。	相關貿易值。本研究在此階段必須先確認我國農糧產品在國際市場的相對競爭力，必須利用貿易資料來確認。由於貿易資料係按 HS 分類，共同的分類只到 HS 6 位碼，無法進行更細部分析。
3. P24（表 3-1）：說明我國生鮮（初級）農糧產品在國際市場中具顯示性比較利益之品項中，研究團隊以「HS080590 其他鮮或乾柑橘類果實」六位碼進行評估，惟柑橘類包含 HS080550 檸檬及萊姆、HS080540 葡萄柚（包括柚）、HS080520 中國種之柑橘、HS 080510 橙等種類，建議增列進行研究分析。	3. 在隨後分析中已針對重要項目進行 HS 8 位碼或 11 位碼進行分析，請見第三小節之後之相關分析。
4. 表 3-1、3-2、3-3、3-4 之 HS 位碼 060313 之中文貨名：蘭花，建議註明為蘭花(鮮切花)，另報告內之相關文字建議也一併修正(如 P44)，避免混淆。	4. 已修正。
5. P24：2015 年其他活植物苗出口值達 1.6 億美元，所對應號列應敘明。由表 3-4 似指蘭苗及蘭株，惟其他活植物苗包含種類甚多。	5. 本研究先以 HS 6 位碼貿易資料測得我國具優勢及與進口國互補的項目，然後在該 6 位碼項下再找出其中細項（HS 8~11 位碼）的主要出口項目。就活植物苗而言，該項目中以蘭苗及蘭株最為重要，故可確認具有代表性以及符合相關之推理分析。
6. P25：研究團隊以調製咖啡貿易專業化指數由負（-0.1）轉正（+0.08）來說明我國咖啡產品被國際市場接受乙節，僅依第 21 章咖啡加工品資料進行分析，建議再以第 9 章咖啡豆資料重複確認我國咖啡是否具有國際市場競爭力。	6. 我國咖啡豆出口並不具優勢，第 21 章之咖啡產品係指咖啡加工品，已修正相關說明。
7. P44 及 P56-57：加拿大雖非我國 2015 年蘭花苗株前 6 大出口國，但就外銷值而言為我第 7 大外銷國家；其蘭花苗株主要進口自美國，而美國蘭花苗株，主要進口自臺灣。建議瞭解相關國家相關品項之相互關稅，將有助進一步釐清市場競爭力。	7. 由美國出口至加拿大之商品欲利用 NAFTA 優惠關稅，必須符合 NAFTA 的原產地規定，否則不得享受零關稅。
8. P46 敘述越南對番石榴進口需求強烈，未來值得我國加強開拓部分，由於報告係以 HS 6 位碼 080450 分析，該號列係包含番石榴、芒果及山竹果等品項，建議進一步以 8 位碼或 10 位碼找出與我國番石榴對應的品項以釐清越南對番石榴的需求。	8. 在越南，其稅則未就該 HS 6 位碼項下進一步按石榴、芒果、山竹果予以細分。（已加註說明）
9. P47 其他鮮果(HS 081090)之鮮荔枝(HS	9. 2015 年中國大陸進口鮮荔枝（稅號

審查委員意見	回覆或修正情形
0810901010) 分析我國與中國大陸市場互補度高，且中國大陸市場容量大，具有進一步開拓之潛力，請再進一步確認。	08109010) 2483 萬美元，主要自越南進口，占 84.8%，未自我國進口。已確認並增加說明。
10. P48(表 3-4)： (1)HS09023020009 此稅則號列為部分發酵茶，並且部分發酵茶主要出口國為中國大陸、美國、日本、香港、加拿大等，請研究團隊重新修正相關數據。 (2)又，未來值得進一步開發市場中，仍將中國大陸納入待開發市場，請再確認(中國大陸關稅因 ECFA 協議已為 0)。 (3)另值得開發市場中，紐西蘭為世界茶類人均消費第三高國家，以紅茶消費量最高、其次為烏龍茶，並且該國關稅為 0，故紐西蘭應較緬甸、智利優先列入值得開發市場。	10. (1) 本案根據 Trade Map 資料進行分析，HS09023020009 為每包不超過 3 公斤之部分發酵茶，經再次檢視無誤。我國出口至日本的茶，以每包超過 3 公斤者為主，相關分析詳見第四章第三節。 (2) 待開發市場，可以從加強行銷通路著手。 (3) 已增加說明。
11. P54(表 3-4)：其他種植用種子包含西瓜種子、果樹種子、馬拉巴栗種子、果實及未列名種子，建議分項資料分析其出口國別與數量，將更有參考價值。	11. 已增加說明及相關數據。
12. P57：所列潛力市場之競爭對手中之新加坡，其農業規模小，出口可能為轉口貿易，倘能進一步瞭解產品來源國，有助釐清真正競爭對手。	12. 已增加新加坡進口來源說明。經過扣除其進口值後，2015 年星國蘭花(鮮切花)仍有 452.8 萬美元淨出口值。
13. P57：說明其他樹薯及甘藷等與我國貿易互補度最高者為馬來西亞及紐西蘭，該計算方式係以我國與該國進出口值乘積推算，惟我國未生產樹薯且甘藷主要出口國為香港、新加坡、日本，故此部分請研究團隊就「甘藷」品項重新分析。	13. 已修正及增加說明。
14. P67：第四章重要品項價值鏈市場分析為本計畫重要章節，因產業結構變化迅速，請研究團隊引用近五年資料(目前文獻資料為十年前)進行分析。蘭花產業價值鏈引用之文獻有點舊，建議實際訪談業者更新。至於茶葉價值鏈分析，因茶葉重要附加價值在於製茶加工與行銷服務階段，如何在國內產量不足下，利用國產茶或國產茶與進口茶拼堆之原料，以臺灣優良製茶技術針對不同目標市場生產規格化、規模化茶品，並以茶文化進行品牌加值等，請研究團隊深入分析。	14. 謝謝提點。實務面的問題已於進行業者訪查時蒐集資料並加以研析。

審查委員意見	回覆或修正情形
15. 建議以 060290 篩選出與我國互補性大之國家後，嘗試針對這些國家進一步以 8 位碼或 10 位碼找出與我蘭花苗株之對應品項。因我國 060290 位碼下之出口多為蘭花苗株，但對許多國家而言，其進口可能是其他作物苗株，甚至不是花卉，進一步釐清，將更有參考價值(如緬甸)。	15. 已加強說明。但多數國家皆未針對蝴蝶蘭給予單獨稅號。以緬甸為例，其在 060290 之下，只有 1 個稅號，即 06029000 活植物。
16. 建議果品出口值統計資料，以近 3 年或 5 年平均出口值為計算基礎，以實際反應出口市場。	16. 針對特定產品，於第四章有較細部之趨勢分析。
五、逢甲大學國際貿易學系楊教授明憲	
1. 從價值鏈的角度，HS8 位碼較能表現屬於相同產業的不同次產品的貿易強項或互補情形，尤其是蘭花產業的國際分工特別明顯，故建議若資料許可，宜以更詳細的分類方式計算。	1. 針對重要品項，在需要時，已進行 HS 8~11 位碼之分析。
2. 關稅是影響貿易的因素之一，但是許多非關稅的因素，例如檢疫、食品安全、通路等考量，建議對此宜有較多說明，並以質性分析方式呈現。	2 非關稅因素可能包含很多面向，非本研究之主題。惟針對實務面之問題，於進行廠商訪查時，已向業者探究其出口時所面對之主要問題，並加以分析。
3. 以貿易相關指標量化分析，已為普遍方式，文中雖有提及 2012-2014 年的計算，若資料許可，建議計算近 10 年的市場消長變化及趨勢，以較長期反映市場動態及需求。	3. 由於 HS 稅則原則上 5 年修正一次，超過 5 年以上的資料有稅則可能修改或調整的問題，不適宜進行所有細部產品全面的分析。本研究主要於進行個案分析時，盡量進行趨勢分析。
六、經濟部國際貿易局多邊貿易組	
1. 本文以蘭花、芒果及茶葉產業做為重要品項價值鏈分析之案例，然似無具體說明選擇原因，僅在 P.2 的計畫目的中簡述蘭花產業的優勢。此外，第三章分析中對芒果及茶葉並無特別著墨。為求貫連，請加強相關論述。	1. 已增加第三章第三節以利說明。
2. P.12 下方註腳將農糧產品分為初級農糧產品、農糧加工品及調製食品，而 P.26 表 3-1 中的項目分類為初級「植物」產品、農糧加工品及調製品。是否誤植？請說明。	2. 已修正。
3. P.22 式(1)中，因已簡化貿易密度指數公式，不再考慮產品項目，建議可將代表產品項目的上標 k 移除。另外，為避免爭議，建議將下方文字說明中，i(臺灣)國、j(美國)國的「國」字移除。	3. 已修正。
4. 在期初會議回覆中，提及未來將針對可	4. 已於廠商訪談或問卷調查中了解廠商所

審查委員意見	回覆或修正情形
能存在之非關稅貿易障礙舉辦座談會或專家訪談，而 TPP 與 RCEP 對於農產品及其加工品之檢疫法規，勢必影響我國相關廠商之出口佈局，建議未來可將此面向之分析納入報告中。	面對的實務面問題，詳情請見第四章或訪談紀錄。
5. 文字調整建議： (1)第 9、10 頁：內容中以「近三年我國對 TPP…」等文字敘述，若資料取得時段為 2012 年至 2014 年，建議直接將近三年改為 2012 年至 2014 年。 (2)第 11 頁：第一段第 4 行「近三年我國對 RCEP 之近三年（2012-2014 年 1）平均出口值…」，建議調整為「2012 至 2014 年我國對 RCEP 平均出口值」。	5. (1) 已修正。 (2) 已修正。
(二) 決議	
請中華經濟研究院（WTO 即 RTA）中心依據審查委員、需求單位及相關單位之意見修正報告，並請執行團隊與需求單位保持密切聯繫，俾利本計畫之執行成果符合需求，期中報告於修正後通過	遵照辦理

附錄五 期末會議審查意見與回覆

審查委員意見	回覆或修正情形
(一) 審查委員意見	
一、中華民國全國工業總會徐顧問純芳	
1. 簡報第 8 頁，面對國際競爭，我方亟待進一步提升競爭力第 2 小項“加強保險市場以利擴大經規模”，指的是什麼？是否指金融體系之強化？	1. 加強農業保險市場指的是農業金融貸款及保險，已增加說明。
2. 同頁第 3 項，“在出口市場設立集體發貨中心…”應有市場規模及台灣出口能量之考慮，請說明作如是建議之重心何在？	2. 已刪除。
3. 同頁第 4 項，“輔導業者出國設廠生產”，可能須多作說明，否則恐與政策相悖，可能須加強說明出國生產之細節，以避免回銷與我國國內產品競爭。	3. 已增加說明。
4. 同頁第 (四) 項第 2 小項，建議“開放農業外勞及農企外勞”之建議為何？蘭花是否為勞力密集產業？目前缺工情況如何？	4. 已增加說明。
5. 簡報第 12 頁建議相關政策之制定宜更加周全，似指現有政策制定不夠周延之意，可否多加著墨以求周全？另農糧產品可否仿效工業產品之整合模式去整合，以求整合之功效？	5. 已刪除。
6. 政策建議，尚可考慮以下各節： (1)加入 TPP/RCEP 雖有利我農產品出口，但是也將面對來自 TPP/RCEP 會員之農產品進入我國，例如越南茶進口對台灣市場極可能造成極大之衝擊。 (2)企業化經營必須要有市場規模 (3)強化我產業價值鏈布局，可否舉例說明，以求明確。 (4)農業管理及統一用藥之可能性，可否更明確的說明？	6. (1)自越南進口的茶主要為初製茶，我國出口主要為高價的小包裝茶，特別是特色茶，雙方產品有市場區隔。此外越南對茶課徵的進口關稅明顯較我國高，雙方若同樣需要開放市場，對我國較有利。 (2)擴大規模以降低生產成本為我國業者面對國際市場競爭必要的調整，已加強說明。 (3)已增加第四章第四節，並加強說明。 (4)已於第四章加強說明，同時刪除第五章政策建議中之該項建議。
二、行政院農業委員會農糧署洪副組長忠修	
1. 本計畫研究分析具出口潛力之產品，其中蘭花、茶葉、芒果等重要品項之目標市場 (TPP/RCEP 國家)，請研究團隊依前次審查委員意見增加目標國之非關稅貿易措施等相關分析。	1. 非關稅措施涉及的領域廣泛，而且本案涉及的目標國家眾多，無法從各目標國的進口制度中，檢視及分析其非關稅措施是否具有限制我國涉案產品出口之效果。本案透過廠商訪查從實務面了解 (見期初評審意見回覆)，相關情況已於廠商訪談記錄及研究報

審查委員意見	回覆或修正情形
	告中呈現。
2. 有關重要品項價值鏈市場分析，因本計畫係架構於 TPP/RCEP 成員國農產品之競爭，就產業價值鏈市場分析建議定位在 TPP/RCEP 之區域價值鏈上，並就選定之重要品項於區域價值鏈之展現與發展做分析，包括上中下游產業間之鏈結，及原產地規則對產業價值鏈發展之影響，進而提供最佳之價值鏈配置分析與建議。	2. 由於受限於研究資源，本案價值鏈市場分析係透過不同階段出口品之出口實績與廠商實際經驗進行了解與分析。目前我國亞太地區參與的經濟整合只有 ASTEP 及 ANZTEC，若要探討原產地規則，顯然對我國極為不利，我國只有積極爭取加入，或許可盡量避免因不符合原產地規則而受到的不利影響。本案三種重要品項是由我國對 TPP/RCEP 國家出口中被篩選出來、最具代表性之產業，惟國內業者生產規模不大，在國際市場中處於買方市場，國內業者主要是視買方需求提供產品，未來必須向上、下游兩端開發產品、提升技術、掌握通路，才能擴大產值、強化價值鏈，相關分析已於文中呈現。
3. 請補充說明選定之重要品項(蘭花、芒果、茶葉)於全球價值鏈或區域價值鏈下呈現的方式及可能的附加價值。	3. 已補充，見各重要產品之產銷特性與價值鏈分析。
4. 第四章建請增加小節，整合說明加入 TPP/RCEP 與未加入情況下，對於選定之品項產業價值鏈市場配置分析上之轉換。	4. 已增加第四章第四節。
5. 政策建議部分建議拿掉開放外勞(係業者訪談)	5. 已刪除。
三、行政院農業委員會農糧署方組長怡丹	
1. P50，06029091 為其他活植物苗，06029099 為其他活植物，以此貿易數據所進行之出口國優勢與進口國劣勢聯結比較，僅能說明我與緬甸在其他活植物及苗部分互補度高，但不一定雙方蘭花植株及苗互補度高。	1. 因受限於貿易統計分類在各國間不一致，因此在進行 HS 6 位碼分析後已經再進行廠商訪談，以確認實務面的可行性，以及是否有擴大商機之可能。
2. P50，加拿大與我在其他活植物苗及其他活植物部分互補度高，是值得開發的市場，目前已為我第 7 大(外銷值)蘭花外銷市場。	2. 已列入說明。
3. P51，越南與我蘭花切花互補度高，但蘭花種類多，越南與我同為文心蘭及蝴蝶蘭切花出口國，是我該 2 項產品外銷日本之主要競爭對手；目前我出口越南，主要為蝴蝶蘭及文心蘭之苗株；而越南主要進口蘭花切花來自泰國之秋石斛蘭。	3. 已列入說明。
4. P53，(表 3-1 及 3-2)：說明我國生鮮(初級)農糧產品在國際市場中具顯示性比較利益之品項中，研究團隊以「HS080590 其他鮮或乾柑橘類果實」六位碼進行評估，惟柑橘類包含檸檬及萊姆、葡萄柚(包括柚)、中國種之柑橘、橙等種類，建議增列進行研究分析。	4. 已增加分析，惟四種柑橘之 RCA 值皆不高，最高者為葡萄柚 0.368，顯示此四種柑橘我國在國際市場皆不具有顯示性比較利益。

審查委員意見	回覆或修正情形
5. P53, 其他鮮果 (HS 081090) 之鮮荔枝 (HS 0810901010) 分析我國與中國大陸市場互補度高, 且中國大陸市場容量大, 具有進一步開拓之潛力, 請再進一步確認。	5. 已經確認並列出中國大陸荔枝進口值及重要進口來源。
6. P98, 建議敘明出口占比為量或值。	6. 已加註說明。
7. 建議果品出口值統計資料, 以近 3 年或 5 年平均出口值為計算基礎, 以實際反應出口市場。	7. 已增加相關統計與分析。
8. P124、125, 茶葉產業鏈及圖 4-6, 產業模式已非所述上中下游分工, 近年來已建立 B2C 模式, 由製茶廠直接銷售消費者, 建議修正新增納入。	8. 已修正。
9. P126、129, 表 4-3-4、4-3-5 表內數值建議以千分位表示, 方便閱讀。	9. 修正稿中相關表格數值皆以千分位表示。
10. P131, 「如表 2 所述」之表 2 似為誤植。	10. 已修正。
11. P139, 產地來源標示為何強調為越南? 會讓讀者誤以為臺灣茶品牌都來自越南, 建議修正文字寫法; 並且出口商用茶之外, 建議多著墨特色茶產品優勢。	11. 已修正文字寫法, 並納入我國特色茶產品優勢之論述。
12. P141, 目前電子商務平台 (或通路) 已建立, 多數茶農、農會、茶商均有使用, 惟茶葉是嗜好產品, 多數消費者仍需品嚐後購買, 電商通路是行銷管道方法之一, 非主要可行作法, 建議再酌。	12. 電子商務平台雖普遍使用, 但本文強調重點有二: (1) 培養外語行銷人才, 並將產品資訊於電子商務平台以國外語言呈現給國外消費者; (2) 由於茶葉為嗜好品, 多數消費者須品嚐後才會購買。因此, 本文原稿才會建議舉辦茶博覽會之餘, 應同時配合推廣電子商務平台給國外消費者。舉辦海外茶博覽會目的在於讓國外消費者品嚐我國優質茶葉, 而推廣電子商務平台給這些國外消費者的目的在於讓他們知道購買的管道, 尤其若電子商務平台能以外文方式呈現, 對於拓銷我國茶葉國際市場應有幫助。
13. P142, (4)烏龍茶研究非常普遍, 不宜再列。	13. 已修正相關內容。
14. P142, 供應鏈未失序, 齊頭並行, 產製銷分工與產製銷一條龍均為本署輔導, 商用茶我們希望透過集團產區輔導生產、製作契銷, 特色茶我們輔導結合茶文化及體驗經濟, 形成特色茶莊文化。建議修正文字內容。	14. 針對不同品項應搭配不同產銷模式, 因此產製銷分工與整合應該並重, 主政單位在其中可扮演輔導之角色。本研究已修正相關論述。
四、逢甲大學國際貿易學系楊教授明憲	
1. 本計畫選擇以蘭花、芒果及茶葉為重要品項之價值鏈分析, 惟基於本計畫強調出口至 TPP/RCEP 成員國之市場分析, 建議宜針對我國這些品項在 TPP/RCEP 主要出口國進一步瞭解為何是主要出口國的原因? 該國市場	1. 本案主題為: 了解我國農糧產品在 TPP/RCEP 國家具有競爭力之品項及重要品項之價值鏈市場分析, 故確定我國具有競爭力的品項及重要品項之價值鏈分析應為首要目標, 至於原因為何及該國市場之特性, 已於主要目

審查委員意見	回覆或修正情形
特性，以及發現在該國出口變化之原因，方有助於後續對 TPP/RCEP 市場的經營。	標之下附帶分析及說明。
2. 在蘭花產業方面，宜進一步分析瞭解為何荷蘭會是我國瓶苗及小苗的最大出口國？臺灣是否成為荷蘭所主導全球供應鏈的一環，因此將降低我國在國際市場的競爭力及附加價值？此外，越南也是我國主要的出口市場，基於 RCEP 考量，其背後原因為何？是否有可能成為我國在 RCEP 或東協市場的重要切入點及價值提升的重要節點？	2. 基於 (1)過程中已經說明我國由於氣候適合、品種多元及以組織培養方式生產瓶苗，在早期的蘭苗培養與生產階段具有優勢，惟因土地及人力成本無法與歐美大規模農場競爭，故發展出接力生產模式。 (2)蘭花成株價值較瓶苗、小苗、中苗、大苗價值皆高，而我國成株在美國市場占有絕對優勢，荷蘭無法與我相比。 (3)我國對越南之出口主要為蝴蝶蘭苗及蘭株。我國與越南在鮮切花之互補度高，主要是因為越南自泰國進口秋石斛蘭。 (4)由於越南生產成本較低，成為我商赴外投資之主要地區，有利於我國瓶苗與小苗之出口，但其成株與開花株之出口則與我商形成競爭。
3. 本計畫對於每一出口品項有不同產品形式出口的資料分析，值得肯定。基於價值鏈的考量，建議可從全球供應鏈的策略，以產業內貿易(intra-industry trade)並結合直接對外投資(foreign direct investment)，來加強對於 TPP/RCEP 市場的經營及參與。	3. 產業內貿易分析必須使用針對特定農糧產品 HS 分類的雙邊貿易資料，但農糧產品的 HS 6 位碼分類不符合本案所欲分析的農糧產品之分類程度，例如：蘭花苗株在不同階段必須細分到 HS 8 位碼才能顯示出來在不同階段的貿易情況，各國 HS 8 位碼分類不相通，無法使用他國的資料作進一步分析。本案利用我國貿易資料及廠商訪談了解我國業者在各市場之分工及投資布局情勢，例如蝴蝶蘭之接力生產模式，應已達到了解我國該產品在全球價值鏈市場分工與布局，及未來發展策略之目的。
4. 在值得加強拓銷之產品與市場方面，除分析主要產品在各國之關稅之外，建議增加主要出口國對於這些產品的非關稅貿易要求，以提高可行性。	4. 非關稅障礙涉及的層面很廣，而本案提出值得拓銷之產品與市場很多，無法逐一分析。本案利用廠商訪談了解其實際在出口時所面對的問題，應已達到知其是否面對進口國非關稅障礙的目的。
五、外交部國際合作及經濟事務司	
1. 川普當選後，TPP 前景未明。請補充若 TPP 重啟或美退出 TPP，對我國農糧產品之衝擊及因應做法。	1. 已補充於第五章第二節。
六、行政院農業委員會農糧署	
1. 有關表 3-1 我國農糧產品在國際市場具優勢之項目，就調製品部分，咖啡的貿易專業化指數為 0.1，與第 29 頁 0.08 數字不符，請修正為一致。	1. 由於在表格中，為要求一致，前者以 4 捨 5 入後成為 0.1，現已恢復為 0.08，以求一致。
2. 農糧產品包括初級產品、加工品及調製品，	2. 依據貿易統計計算貿易互補度後，沒有被篩

審查委員意見	回覆或修正情形
本報告從與 TPP/RCEP 國家貿易互補度分析開始即未提及調製品部分，請補充說明，或請寫明不分析之理由。	選出來，故之後沒有對其進行相關分析。
3. 「我國出口值得加強拓銷之產品與市場」(48 頁至 57 頁) (1) 有關具出口潛力之項目市場目標分析，於第 48 頁已有載明依據 2015 年我國出口貿易值大小，我國與對象國貿易互補度高者，列出最值得我國加強開拓的出口市場，建議本節可依該層次之順序論述，如從我國出口貿易值大小、RCA 指數、互補度分析、目標市場及潛在市場之說明等等，相關之數據說明上，請儘量援引表 3-1、3-2 或表 3-3 做論述，較有連貫性。 (2) 承上，建請於表 3-5 具有出口潛力之項目與目標市場依據表 3-2 或表 3-3 分析，完整列出互補度高之國家。例如：毛豆（HS 070890）與我國出口互補度高之 TPP/RCEP 國家為汶萊、馬來西亞、紐西蘭、新加坡，但於表 3-5 該品項主要出口市場（含潛在市場）為日本、阿拉伯聯合大公國、澳洲、智利，並不包括汶萊等具出口互補度高之國家。（如係因 HS 6 位碼和 8 位碼問題而無法列出，則請加註說明即可）。 (3) 第 48 頁所指「表 3-4」與內文說明不符，應修正為表 3-5。另外針對「在活植物（蘭苗、蘭株）階段以我國與加拿大和緬甸的互補度最高…更為有限。」建議可修正為「依表 3-2 顯示，在活植物（HS060290）階段以我國與加拿大和緬甸的互補度最高，針對 HS 8 位碼有關蘭苗、蘭株進口值部分，緬甸則比重不高」，並請於註腳加註緬甸有關蘭苗、蘭株進口值說明。 (4) 承上，加拿大與我在其他活植物苗及其他活植物部分互補度高，且目前已為我第 7 大(外銷值)蘭花外銷市場，是值得開發的市場，請修正「或許是值我國進一步開發的市場」文字，並請再潤飾加拿大、美國與我間的供應鏈關係的文字，或移到註腳補充說明。 (5) 越南雖與我蘭花切花互補度高，但蘭花種類多，越南主要進口蘭花切花係來自泰國之秋石斛蘭；我出口越南，則主要為蝴蝶蘭及文心蘭之苗株。另外，越南與我同為文心蘭及蝴蝶蘭切花出口國，是我該 2 項產品外銷日本之主要競爭對手，建議可納入說明。(第 48-49 頁)	3. (1) 已增加說明。 (2) 已增加說明。 (3) 表序部分已修正。 (4) 已修正。 (5) 已增加說明。

審查委員意見	回覆或修正情形
(6) 依表 3-2 其他鮮果 (HS 081090) 與我國互補度高之國家為汶萊 (7.65)、中國大陸(2.79) 及印尼(3.33)，有關鮮荔枝 (HS 0810901010) 品項互補度分析以中國大陸市場互補度高之說明，請加註互補度數據來源(第 51-52 頁)。 (7) 柑橘類除 HS080590 其他鮮或乾柑橘類果實，尚有 HS080540 葡萄柚(包括柚)、HS080550 檸檬及萊姆、HS080520 中國種之柑橘及 HS080510 橙等種類，有關前次審查意見建議增列上開品項進行研究分析部分，請研究團隊依本報告第 214 頁回應辦理，提供相關分析。 (8) 紅茶(HS 090230)之市場分析數據(53 頁)請與第四章重要品項價值鏈市場分析有關茶產業部分一致，關稅數據來源請加註「依表 4-3-10」。相關統計表未列出之國家，請加註出處，如第 54 頁「紐西蘭為全球人均消費茶第三高國家，值得加強開拓」。	(6) 已增加說明。 (7) 已增加說明。 (8) 紐西蘭人均茶消費量資訊來自於期中評審意見，因缺欠具體統計數字，現已刪除。
4. 第四章重要品項價值鏈市場分析(89-141 頁) (1) 本章節建議以重要品項於 TPP/RCEP 區域價值鏈項下做市場分析，並強化於 TPP/RCEP 國家之上中下游產業間鏈結關係，及可能的附加價值型態，如發展特色茶產品等產業加值之模式。 (2) 有關茶葉產業之推動，我國目前係採雙軌併行，保留過去產製銷產業分工模式，並強化地方特色，輔導業者建立品牌，以因應人工成本的增加及國際競爭下的外銷萎縮。因此，有關茶葉產業鏈之模式，已非僅分為上中下游分工，近年來已建立 B2C 模式，由製茶廠直接銷售消費者，建議可修正新增納入。 (3) 對於越南、韓國、印度、寮國與泰國等茶葉高關稅國家，經由加入 TPP/RCEP 可為我國進一步拓展的市場之結論一節，建議說明所指可開拓的市場是否為具茶葉消費市場，或是指可在價值鏈分工上伴演之角色。 (4) 上開茶葉高關稅國家，其中韓國部分醱酵茶關稅高達 40%，但為我國第四大茶葉出口國 (128 頁)。是以，越南等茶葉高關稅國家是否除關稅外仍有其他非關稅貿易障礙須要突破，建議補充說明。 (5) 有關各重要品項之強化產業出口競爭力可能方向 (102-104 頁，117-121 頁，137-141 頁) 建議架構在發展產業價值鏈之市場佈局	4. (1) 已增加重要品項價值鏈市場分析，包括在各種藥品項部分及增加一節綜合彙整分析。 (2) 針對不同品項應搭配不同產銷模式，因此產製銷分工與整合應該並重，主政單位在其中可扮演輔導之角色。本研究已修正相關論述。 (3) 已於修正稿中補充說明區域價值鏈之上下游佈局。 (4) 根據本研究訪談業者的意見，我國茶葉訂定農藥殘留標準相對嚴格，因此以越南市場來說，非關稅障礙問題應不至對於我國出口造成嚴重影響。 (5) 本文已作適當文字修正。除了業者意見，在修正稿中也納入主政單位目前所推動的相關政

審查委員意見	回覆或修正情形
項下分析；業者訪談之意見，則請摘要納入第二節政策建議部分，惟業者主觀之意見並非與政府推動情形相符，如業者提出茶產業供應鏈失序之意見，即與實際顯有差異。請依前次審查委員意見多加著墨政府輔導措施，較為客觀。 (6) 有關芒果出口值統計資料前次審查會議已建議，以近 3 年或 5 年平均出口值為計算基礎，以實際反應出口市場，請研究團隊依本報告第 216 頁回應辦理，於第四章提供該特定產品出口值趨勢分析。	策，以求研究內容之客觀。 (6) 已增補相關分析。
5. 其他意見： (1) 相關統計表內數值建議以千分位表示，方便閱讀。 (2) 第 132 頁所指「如表 6 所述」與內文說明不符，應修正為表 4-3-10。 (3) 第 97 頁有關我國蝴蝶蘭出口結構，請敘明出口占比為量或值。 (4) 本計畫研究分析具出口潛力之產品請註明有幾項（第 86 頁）。 (5) 有關業者就相關研究單位可投入烏龍茶研究之建議，因該研究已非常普遍，不宜再列。(第 140 頁)	5. (1) 已修正。 (2) 已修正。 (3) 已加註。 (4) 已增加說明。
6. 政策建議係綜合訪談業者意見，然統一用藥議題涉及防檢局，需跨部會協商，此政策建議的可行性低。	6. 已刪除。
7. 價值鏈為核心內容，結論宜深入。建議加強對特定品項之論述，如芒果加工品之市場、茶葉加工調配之市場。	7. 已增加說明。
七、行政院農業委員會動植物防疫檢疫局	
1. 有關政策建議乙節，其中第 7 與 8 點內容，本局建議可合併為「強化國內生產、栽培之病蟲害防治管理及產銷制度，以利市場進入諮商程序之推動，與我國農糧產品出口」。	1. 已刪除第 8 點。
八、經濟部國際貿易局雙邊貿易二組	
1. (第 116 頁,論述衝突)報告分析「(芒果外銷)...整體而言，美國、日本對於果實蠅檢疫相當嚴格、歐盟相對寬鬆。…」惟(第 176 頁)卻表示「(芒果外銷)…歐盟檢疫跟日本一樣嚴格，因路途遙遠…」針對以上 2 頁歐盟檢疫條件與日本比較寬鬆或一樣嚴格，兩者似有矛盾之處，建議須釐清後將文字進行修改。	1. 已修正。
2. 爭取加入 TPP/RCEP 有利於出口，然而報告並	2. 本研究資源有限，研究主題為分析我國農糧

審查委員意見	回覆或修正情形
未沒提及因全球自由化、市場開放對弱勢農民的影響。	產品具有競爭力之品項，及重要品項之價值鏈市場分析，對於弱勢農民的影響部分建議另案辦理。
九、經濟部國際貿易局多邊貿易組范組長	
1. 可將第四章中歷年各項農產品(蝴蝶蘭、芒果、茶葉)出口至主要市場分別製表呈現，以利了解歷年概況。考量到重量無法確實反映農產品之附加價值，而文中提及我茶葉產業已邁向高附加價值產業前進，建議統一將數據以價格呈現，以符實況並便於跨項比較。 註:文中 p100-p101 表 4-1-7~4-1-10 在比較蝴蝶蘭各細項歷年出口市場時，使用單位為價格(美元)，芒果未比較歷年出口市場，茶葉則使用總出口量製成表 4-3-5(歷年台灣茶葉出口至 TPP/RCEP 會員國之排序:總出口量)。	1. 已增加芒果出口之歷年價值資料與分析。
2. P147,「農糧產品通常是多數國家關稅保護最多且最高的領域，但是在 FTA，尤其是 TPP 中，所有成員必須大幅度開放，因此對於無法加入的非會員國將形成貿易轉向的不利影響。我國目前對農糧產品之關稅保護較很多國家均低，為了避免未加入而受到的貿易轉向影響，我國應該盡量爭取加入 TPP/RCEP。」 請問此處貿易轉向的不利影響是否指，TPP 會員國原進口我農產品，TPP 生效後因關稅問題而不再進口我農產品，轉向其餘會員國購買，使我國農產品出口量減少之不利影響？倘是，則上文底線部分提及我國農糧產品之關稅保護較低稍有突兀，因我國的關稅保護較低係指外國出口農產品至我國時所課之關稅稅率較低，與貿易轉向似無直接關聯。建議此段或可考慮由加入 TPP/RCEP 等區域經濟組織後，我農產品如何取得有利競爭地位之角度撰寫，較為適切。	2. 已修正及增補相關文意說明。
(二) 決議	
請中華經濟研究院 (WTO 即 RTA) 中心依據審查委員、需求單位及相關單位之意見修正報告，並請執行團隊與需求單位保持密切聯繫，俾利本計畫之執行成果符合需求，期末報告於修正後通過	遵照辦理