

## 出國報告（出國類別：參加國際會議）

### 出席第二屆兩岸食品產業合作及交流會議報告

服務機關：行政院衛生署食品藥物管理局

出國人：職稱 簡任技正

姓名 薛復琴

出國地區：大陸北京

出國期間：99年8月4日至11日

報告日期：99年11月5日

## 摘 要

財團法人食品工業發展研究所與中國食品科技學會共同舉辦之第二屆「兩岸食品產業合作及交流會議」於99年8月5日至6日在大陸北京辦理，就兩岸實質互動與產業合作進行溝通，為推動兩岸食品產業優勢互補，建立兩岸產業的合作模式，爭取全球化市場商機，持續努力。

本次會議針對「兩岸政策與標準」與「兩岸產業合作」二大主軸，分為「食品產業趨勢與科技支撐」、「冷凍食品產業與現代物流」、「功能食品與益生菌」、「東方風味與傳統食品工業化」及「兩岸食品安全與標準的現狀與願景」等五部分，由兩岸食品相關政府機關、學術界及業界代表共進行22項報告及5場論壇討論。總計約有240人參加，其中臺灣代表團計52人。會後並參訪臺商「頂新集團」、大陸企業「內蒙古蒙牛乳業集團股份有限公司」、「北京燕京啤酒股份有限公司」、「加多寶集團」，及食品研究機構「中國食品發酵工業研究院」。

未來兩岸食品產業之互動，在於如何在競爭與合作中掌握可能出現之商機。應思考如何透過合作方式，提升品質，創造品牌，運用兩岸對於中華飲食文化上的共同點，創新特色，區隔其他國家之食品，行銷國際。與會人士多認為應共同發展具有中華飲食文化特色的保健食品，建議兩岸之食品產、官、學界宜以多方管道，在法規、制度與執行面形成共識，並先從買賣雙方等非強制性要求方面，探討未來相互承認的可能性與方法。

## 目 次

壹、目的	2
貳、過程	2
參、第二屆兩岸食品產業合作及會議	3
肆、參訪	9
伍、心得與建議	12
陸、附件	13
附件一 兩岸食品產業合作及交流會議議程	
附件二 臺灣代表團名單	
附件三 「臺灣進出口食品安全標準的現況」報告內容	
附件四 活動相片集	

## 出席第二屆兩岸食品產業合作及交流會議報告

### 壹、目的

因應國際經貿環境快速變化，兩岸食品產業應可善用雙方之優勢，透過有效的分工與合作，提升兩岸食品產業的價值及國際競爭力。基於上述認知及理念，財團法人食品工業發展研究所與中國食品科技學會 98 年 12 月初在台北召開首屆「兩岸食品產業合作及交流會議」。為帶動兩岸食品產業的長期合作交流，第二屆「兩岸食品產業合作及交流會議」延續首屆會議的合作基礎及共識，於 99 年 8 月 5 日至 6 日在大陸北京辦理，進一步就兩岸實質互動與產業合作進行溝通，為推動兩岸食品產業優勢互補，建立兩岸產業的合作模式，爭取全球化市場商機，持續努力。

本次會議主軸為「兩岸政策與標準」與「兩岸產業合作」，邀集兩岸產官學研專家，共同為兩岸食品產業與科技合作發展的願景、目標、策略與機制等進行研討，以凝聚兩岸食品產業合作共識，作為未來擴大兩岸食品產業更深層合作交流的基礎。

### 貳、過程

- 8 月 4 日 啟程
- 8 月 5 日 第二屆兩岸食品產業合作及交流會議
- 8 月 6 日 第二屆兩岸食品產業合作及交流會議
- 8 月 7 日 赴天津市參觀頂新集團
- 8 月 8 日 參訪行程
- 8 月 9 日 參觀蒙牛乳業股份有限公司及北京燕京啤酒股份有限公司
- 8 月 10 日 參觀加多寶集團（王老吉）及中國食品發酵工業研究院
- 8 月 11 日 返程

## 參、第二屆兩岸食品產業合作及交流會議

本次會議針對「兩岸政策與標準」與「兩岸產業合作」二大主軸，分為「食品產業趨勢與科技支撐」、「冷凍食品產業與現代物流」、「功能食品與益生菌」、「東方風味與傳統食品工業化」及「兩岸食品安全與標準的現狀與願景」等五部分，由兩岸食品相關政府機關、學術界及業界代表共進行 22 項報告及 5 場論壇討論（會議議程如附件一）。總計約有 240 人參加，其中臺灣代表團計 52 人，名單如附件二。

### 一、兩岸食品產業發展趨勢

#### （一）臺灣食品產業發展趨勢：

1. 臺灣食品工業之發展，從 1950 年至 1980 年出口賺取外匯之外銷導向，轉變為 1980 年至 1990 年增加農產品價值滿足國民食品需求之內銷導向，發展到 1990 年以後開始建立自有品牌之全球化經營，以 2009 年來看，食品工業產值約為新台幣 5,304 億元，登記之食品工廠約 5 千餘家，其就業人口約 10 萬人。
2. 臺灣食品產業發展重點：
  - （1）紮實核心能耐跳脫內需市場飽和之限制：相對於中國大陸之食品產業，臺灣食品產業之經營管理與技術能力高，產業整合度高，市場敏銳度強，且政府長期重視與支持。臺灣食品產業進入大陸市場，約自 1980 年代末期開始陸續布局，逐漸擴大沿海城市經營據點，進而開發內陸城市之經營據點。而布局之產品，則隨時間及環境不斷變化，自早年之飲料、速食麵、休閒食品等，逐漸轉變為餐飲及保健食品。
  - （2）原料端及零售通路端引導產品走向：近年來，臺灣大型零售業例如量販店、超市、便利商店等開始向上游整合，開發其自有品牌食品，並以低價為訴求，對製造商品牌漸具威脅性。另餐飲業亦開發商品，透過網路及宅配販售。在原料端方面，則出現強調安全、認證及產地差異，以增加辨視度與品牌價值，其價格較一般產品高。
  - （3）服務增值尋求創新與轉型：新型食品製造業提供以顧客問題為導向之顧問式服務，提供客製化產品及經營流程規劃，提升信

賴基礎，進而成為合作夥伴。而透過加強與異業（如醫療機構、資訊產業、網路產業、娛樂產業、餐飲業等）合作，創造消費者的最大滿足，以便取得成功的機會。例如食品加工與餐飲服務之結合，提供消費者以健康、道德、愉悅、便利為訴求之餐食，共同拓展市場。

- (4) 重視保健食品等優勢產品發展潛力：隨著國民所得增加健康意識抬頭，保健食品市場逐漸上升，依據消費者對於健康保健的需求，開發新的保健食品或創造新食品素材，經由提升產品品質並降低不良因素，使保健食品之價值發展空間更為寬廣，紅麴即為一典型例子。又，臺灣素食人口約佔 10%，為素食產業的基礎市場，相關產品之生產與開發多樣化，且研發布局時間長，產業價值鏈完整；隨著信仰、健康、環保、動物保護等議題之蘊釀與衍生，全球素食產業之發展空間大。因應市場需求，近年衛生署針對相關食品訂定相關規範，例如健康食品相關法規、食品中橘黴素限量、素食標示等，為產業發展建立秩序，亦為政府管理之重要概念。
- (5) 善用文化特色行銷：臺灣各縣市發展有「一鄉鎮一特產」，各縣市政府推薦有伴手禮，如苗栗縣客家桔醬、台中縣綠豆椪、屏東縣櫻花蝦乾等，藉由電子商務與實體店鋪銷售，將產品推向全臺灣及世界舞台。而善用中華文化特色中節慶文化、滋補文化、祭祀文化、茶文化等飲食特性，在提升原料品質、加工技術、包裝與行銷後，將具有中華文化特色之食品推向國際市場，例如餐飲業之國際化、傳統中草藥保健素材、中式香料及調味料等，均為具有發展潛力之產業。

## (二)大陸食品產業發展趨勢

1. 大陸食品工業之發展，從 1950 年至 1980 年的食物短缺階段，到 1980 年代開始靠出口賺取外匯，食品工業的發展訴求在於「吃得飽」，1990 年代起從農產品逐漸發展下游產品，到 2000 年開始逐漸提高農產品的附加價值，食品工業的發展訴求在於「吃得好」，2000 年以後民生物資大幅改善，食品工業的開始朝「吃得健康」發展。近年來，大陸食品與餐飲產業的成長數字吸引全球關注，2009 年其

食品工業產值為 4.97 兆人民幣，成長率 17.8%，業務年度營收達 500 萬人民幣之具規模的企業家數達 3.2 萬家，佔 29.7%；其餐飲業營業則達 1.8 兆人民幣，成長率 17%。

2. 整體而言，近年來大陸食品工業發展，產品種類漸趨豐富，且工業結構逐漸優化，較能滿足城鄉居民之消費需求，並較具有持續發展之能力；其產業布局之觀念逐漸形成，視各地區之特性，從原料收購、儲存、食品加工、銷售、到物流集散，成立不同的食品產業園區；在質量保障方面之相關措施，包括建立食品安全及質量相關法規標準、形成食品生產加工流通消費整體流程之各級檢驗檢測機構、提高企業質量水準等，開始逐步強化；政府投入大量研發資源提升技術能量，其十一五計畫中投入 108 項食品研發計畫，經費達 6.25 億人民幣，八六三計畫（高技術研究發展計畫綱要）中投入 117 項研發計畫，經費達 1.07 億人民幣。
3. 大陸食品產業發展政策：大陸國家改革發展委員會配合五年政府任期，每 5 年即定有一發展規劃。從十一五（2006~2010）到十二五（2011~2015），其整體發展重點在於擴大內需及重新分配所得收入，其中在食品產業方面之發展重點為：
  - (1) 提高產品質量，強化食品安全：完善食品質量安全監管制度，健全食品安全標準體系和誠信體系建設，加強食品安全危害識別和風險評估能力建設、食品安全事件應急處理能力建設和檢驗檢測體系能力建設。
  - (2) 加快技術進步，增強自主創新能力：採取產學研結合模式，著力突破制約食品工業產業升級的關鍵技術並實現產業化；在引進消化吸收再創的基礎上，加快食品裝備自主化進程。
  - (3) 加快調整食品工業結構，促進產業升級。建立產業退出機制，明確淘汰標準，量化淘汰指標，加大淘汰落後產能力度；鼓勵和引導內資食品工業骨幹企業，採取兼併、重組等方式，發展若干家大型企業集團，提高產業的集中度和核心競爭力，促進產業升級。
  - (4) 推進節能減排，加強綜合利用。鼓勵和支持食品工業企業按照循環經濟的要求，加快實施新型清潔生產和綜合利用技術的應

用，加大環境保護力度，降低污染物排放，實現資源綜合利用。

## 二、兩岸食品法規政策之發展

### (一)大陸食品法規之發展

1. 大陸於 2009 年 6 月 1 日公布食品安全法，並成立國務院食品安全委員會，但三聚氰胺事件幾次回潮、海南豇豆農藥污染、聖元乳品之安全等食品安全事件，仍時有所聞，顯示其食品安全狀況在短期內並不可能根本改觀，由於中國大陸各地區之差異甚大，發展不平衡，監管措施既要高水準與國際接軌，又要照顧落後的地區與環節，相關法規之制定與管理之落實更形艱鉅。而食品安全法實施一年多以來，逐步清理制定各種法規標準，但並未改變一般消費者對於食品安全之擔心，顯示落實管理與風險溝通之重要性與急迫性。
2. 食品安全法實施一年多以來的主要進展：
  - (1) 在風險評估方面，建立食品安全風險評估專家委員會及其秘書處，並制定 2010 年計畫，據以執行。於 2010 年 5 月 14 日完成「中國食鹽加碘和居民碘營養狀況的風險評估」，秘書處人力已在加強，專案進展整體順利。但缺乏風險評估實體機構，技術水準較差數據不完整，而與國際之交流有限，並缺乏與風險預警及風險溝通之連結。
  - (2) 在風險監測方面，已協調多個部門，制定了第一個全國食品安全風險監測計畫，據以執行。有關食品污染物監測網及食源性疾病致病菌監測網之執行，獲中央財政支持，其範圍涵蓋中國大陸全部地區。惟中國大陸幅員廣大，部分地區實施仍有困難，品質控制難度大。
  - (3) 在食品安全國家標準方面，建立食品安全標準審評委員會及其秘書處，下設污染物、農藥殘留、獸藥殘留、微生物、營養與特殊膳食食品、食品相關產品、食品產品、生產經營規範、食品添加劑、檢驗方法與規程等 10 個專業委員會，展開工作。於 2010 年已公布第一批新標準（乳製品），另有數個橫向標準如食品添加物、農藥獸藥殘留、污染物等正在加速進行中。惟品質與安全界線難定，協調困難。



## (二)臺灣食品法規之發展

1. 臺灣食品衛生管理法於 1975 年公布，其後因經濟發展與社會進步在各階段面臨不同的食品安全問題而有多次修正。隨著食品貿易之全球化，臺灣現階段食品安全管理面臨之挑戰，在於消費者意識逐漸抬頭，食品安全業務急遽增加但過去投資不足，而進出口食品貿易頻繁，國際食品安全問題牽動整體管理機制，另隨著資訊傳遞快速與媒體發展興盛，對於危機處理能力、食品衛生安全與營養教育，及對各界風險溝通之能力均待加強。
2. 現行臺灣食品安全管理體系，由衛生署制定食品安全政策與管理架構，各地方衛生局進行實際之稽查抽驗，由農業委員會在源頭進行原料生產階段之管理，而輸入食品之邊境管制，則由衛生署委託經濟部標準檢驗局執行。為整合資源作更有效之運用，衛生署整合原食品衛生處、藥政處、藥物食品檢驗局、及管制藥品管理局等 4 個單位，於 2010 年 1 月 1 日成立食品藥物管理局，並預定於 2011 年 1 月 1 日收回輸入食品邊境管理業務，有關食品安全管理之事權，將更趨統一。
3. 臺灣食品安全法規之類型，大致包括產品、微生物、食品添加物、藥物殘留、污染物殘留、標示與廣告、食品業、管理程序、分析與取樣等，其均屬行政上的管制點，其制定亦非以零風險為目標。目前臺灣制定法規時，從市場實際狀況、國際規範、風險評估結果、與各機關之分工與合作、可應用的方法與資源、產業衝擊及消費者接受之程度等各面相作整體之評估與考量，並強調與各界溝通，務求所定法規以科學證據為基礎，又能兼顧國際規範，並考量業者、消費者之實際情況與衛生機關之管理需求。
4. 未來臺灣食品衛生安全法規之發展，在於以現有基礎為本調整管理措施，以有效保障消費者飲食安全，使相關法規一方面可因應食品貿易之新潮流，一方面又能符合世界貿易組織之原則與規範。

## 三、兩岸食品產業合作之可能性

(一)大陸人口約為臺灣的 57 倍，食品企業總產值約為臺灣的 32 倍。

1. 隨著大陸自 1980 年代末起食品產業之發展與市場經濟之轉型，

臺灣食品產業之對外投資多以大陸為主，以海外投資件數計約佔 91%，以海外投資金額計約佔 81%。在此期間約有 1400 餘家臺灣食品企業進入大陸市場，大多屬中小企業，平均投資額約為 1500 萬人民幣。

2. 台商在大陸食品產業的布局，以獨資為主，少量合資則以與國外資本合作為主；其布局由沿海向內地逐漸推進，近年投資熱點不斷西進與北移，已適應了 2009 年大陸食品產業增達 20% 以上者均為內陸省的現象；整體而言，台商在大陸創業初期充滿創新精神，產品由此形成優勢，近十年來，則多以拉長產品成熟期的價格競爭方式佔領市場，對於中小配套行業的創新相對活躍；另外，新一輪的投資動機逐漸從成本推動型轉變為佔領內陸市場的市場擴張型，優勢企業已落地生根，其生產基地、工廠、營業所、經銷商等遍布各地。
3. 2008 年，臺灣四大食品企業包括康師傅、統一、旺旺、大成，其一年之營業收入達 86 億美元，顯示體質健全經營策略正確的臺灣食品企業進入大陸市場後，藉由大陸之廣大市場及早期原料價格便宜的優勢，仍能展現臺灣企業之實力與價值。

(二) 兩岸食品工業處於不同的發展階段，相對而言，臺灣食品工業具有先期發展之優勢與經驗，近年來對於食品產業與異業結合及行銷策略亦更見靈活。

1. 中華飲食文化之融合：台商進入大陸的成功企業及產品中，一個重要的優勢是臺灣對於中華飲食文化的尊重與發揚，及對飲食習慣與口味的區域化市場挖掘，例如康師傅經燒牛肉口味、統一泡椒牛肉口味、龍鳳湯圓黑芝麻口味、茶飲料中的東方情懷、冷凍調理食品中對於媽媽口味的工業化傳承、永和豆漿、旺旺米餅等，均以中華傳統飲食文化為載體。
2. 兩岸食品專業交流之便利：從企業之成長環境、市場因素、管理結構、文化傳統而言，大陸與歐、美、日等國家之差異太大，而臺灣企業從國際間汲取之技術與管理經驗等，過去在臺灣的經營過程中，已不斷去蕪存菁自成一格，這些成就對大陸而言相對較易接受，例如康師父與統一對於大陸速食麵產業，及龍鳳與桂冠

對於大陸冷凍食品工業等，均具有重要的引導作用。

3. 臺灣食品企業大陸獲取利潤的四個機會點及特徵如下：

- (1) 1980 年代~1995 年前：賺政策的錢，在市場空白期的摸索階段，機會多、空間大，統一、大成等企業進入。
- (2) 1995 年~2000 年：賺機會的錢，以康師傅、旺旺、老蔡等以小搏大的成功為標誌。
- (3) 2000 年~2005 年：賺管理的錢，以品牌推進、管道深耕、團隊培育為主要方式，競爭與淘汰加劇。
- (4) 2005 年~2015 年：賺企業家決策眼光與資本運作的錢，以康師傅、統一、旺旺等的資本運作，及眾多企業西進與北移為特徵。

## 肆、參訪

### 一、參訪頂新集團

頂新集團為台商在大陸生產銷售食品之重要指標廠商，依其發展過程來看，除了從原料到配銷整體流程之嚴格管控外，其配套產業的同步發展，及建立綿密的配銷網路，是該集團事業成功發展的重要原因。頂新集團之前身是 1958 年創立於臺灣彰化的鼎新油廠，1974 年更名為頂新製油公司，生產工業用蓖麻油。1988 年，中國大陸實施改革開放政策，該公司開始到大陸考察投資，先後在北京、內蒙、濟南等地區投資開工廠，推出「頂好清香油」、「康萊蛋酥卷」等產品。

1991 年底，該公司決定投資方便食品，以「天津經濟開發區」作為「康師傅」第一個生產基地，自 1992 年 7 月起開始生產和銷售速食麵，並從 1993 年開始，以合作經營方式引進臺灣專業製造商來大陸投資設廠，先後建成了紙箱廠、PSP 碗廠、包膜廠、塑膠廠等配套服務廠商，形成了產業的垂直整合。由於大陸幅員遼闊，“康師傅”自 1994 年起，相繼在廣州、杭州、武漢重慶、西安、瀋陽等地設立生產基地，在全國形成了一個區域化的產銷格局。其投資領域也不斷擴大至糕餅及飲品；目前此三大品項產品，皆已在中國大陸佔有顯著的食品市場地位，產品種類由原來的兩三種發展到目前百餘種產品。而集團方便食品事業部分年產速食麵近 100 億包，並視

各地口味之不同，研發生產銷售不同口味之方便麵，是目前世界上最大的速食麵生產企業。

頂新集團透過其自有之銷售網路配銷旗下產品，截至 2009 年 12 月底計擁有 493 個營業所及 79 個倉庫，以服務 5,798 家經銷商及 72,955 家直營零售商。其未來將持續著力於食品流通事業，強化物流與銷售系統，以期建立「全球最大中式方便食品及飲品集團」。

## 二、參訪內蒙古蒙牛乳業集團股份有限公司

內蒙古蒙牛乳業集團股份有限公司成立於 1999 年 8 月，總部設在中國乳都核心區內蒙古和林格爾經濟開發區，總資產人民幣 100 億元，員工近 3 萬人，乳製品年生產量達 600 萬噸。產品包括液態奶、酸奶、冰淇淋、奶品、奶酪計 400 多個品項，銷售覆蓋全國市場，並出口美國、加拿大、蒙古、東南亞及港澳等多個地區。至 2008 年底，該集團主營業務收入達人民幣 239 億元，主要產品之市占率超過 35%。

該集團目前在全國 16 個省區市建立 20 多個生產基地，並在其生產基地周邊地區建立奶站 3000 多個，聯繫奶農達百萬戶。為達到蒙牛現代化生產技術之需求，並滿足高品乳製品生產之需要，該集團正加強奶源建設，並與現代牧業公司合作，在全國先後建立了 11 個萬頭乳牛以上的牧場，其奶源已佔蒙牛總奶源 60% 以上，未來，將在各生產基地周圍以同樣方式組織建設萬頭乳牛以上的大型牧場。

該集團製造之食品「冠益乳酸牛奶」已通過食品藥品監督管理局保健食品審批，取得「國食健字 G20090243 號」認證，其認證之保健功效為具有調節腸道菌群、增強免疫力之雙功能。

## 三、參訪北京燕京啤酒股份有限公司

燕京啤酒於 1980 年建廠，1993 年組集團，目前擁有總資產 150 億元。目前燕京啤酒集團公司擁有啤酒生產企業 34 家、啤酒原料生產基地 2 家、相關附屬產品企業 7 家。其生產體系通過 ISO9002 產品質量認證和質量體系認證、ISO14001 環境管理體系認證，及 HACCP 食品安全控制體系，燕京啤酒之市場占有率在北京市場約為 85%，在華北市場約為 50%，在全國市場約為 12%。其啤酒生產量持續在行業中保持主導地位，並為全世界前八名，

2009年生產量為467萬噸，2010年目標為500萬噸，2015年目標為800萬噸，以期進入世界啤酒行業前六名，並實現燕京品牌之國際化。

#### 四、參訪加多寶集團（王老吉）

加多寶集團為港資飲料產銷企業。1998年在廣東東莞設立第一家工廠，其後陸續在北京市、浙江紹興、福建石獅、浙江杭州、青海格爾木、湖北武漢等地設立工廠。

加多寶集團生產之重要產品一為「王老吉」涼茶飲料，另一為「崑崙山天然雪山礦泉水」。「王老吉」涼茶創於清道光年間，採用本草植物材料包括金銀花、菊花、甘草、夏枯草、雞蛋花、涼粉草、布渣葉為原料配製而成，強調「預防上火」及「降火」作用，經該集團以現代科技進行萃取、調配，成為具有傳統風味養生文化之飲料，並於2006年經商務部列入「中華老字號」。至於「崑崙山天然雪山礦泉水」，其水源來自海拔6000米之崑崙山玉珠峰，含鋁、鉀、鈣、鈉、鎂等多種元素，pH值呈弱鹼性。

#### 五、參訪中國食品發酵工業研究院

中國食品發酵工業研究院成立於1955年2月，為中國大陸規模最大、歷史最久的食品、生物工程研究開發之研究機構。現有員工140餘人，其中教授11人、博士10人，專職從研究開發之科技人員109人。

研究院之主要業務包括食品工程、生物工程技術研製開發及技術諮詢、服務、食品機械設備及配件、轉讓；生物工程技術科研和生產所需之原物料、機械設備、儀器儀表、化工材料、食品包裝材料、食品機械設備及配件、食品質量及衛生檢測設備的銷售；質量檢測；工程諮詢；菌種鑑定及評價；人員技術培訓；市場信息服務；進出口業務等。院設食品工程研究發展部、發酵工程研究部、釀酒工程技術研究發展部、標準和信息技術研究發展部、食品質量檢測部五個事業部，及下屬企業北京市發綜合經營部及北京中食發生化工程設計諮詢公司。另並擁有國家級中國工業微生物菌種保藏中心、國家食品質量監督檢驗中心、全國食品發酵標準化中心、全國食品發酵工業科技情報信息中心、全國食用菌研究開發中心。近年來，該研究院承接國家高技術發展等相關計畫，並接受委託制定國家標準、行業標準，及其他質檢總局、工商總局、食藥局等委託之任務。

該研究院注重以市場化方式，整合並完備現有技術成果，建構形成食品發酵工應用基礎研究、技術開發、成果工程化轉化平台，以便結合企業與市場需求，使研究項目立足於市場開發之需求上。在成果轉移方面，逐步由過去之單純局部工藝技術成果，轉化為整體工程化成果實施、關鍵性產品輸出、關鍵技術資本化轉化等方式。

## 伍、心得與建議

- 一、 本次會議及參訪，有助於瞭解兩岸食品產業之發展特色，及台商在大陸經營之情況。會議中之相關討論在後續的參訪行程中，可獲得觀察，旅途中與參團之臺灣食品產業主管人員及大陸相關學術界人士亦多有意見交換，對臺灣政府機關之人員而言，機會實屬難得。
- 二、 未來兩岸食品產業之互動，在於如何在競爭與合作中掌握可能出現之商機。大陸幅員廣大，原料可提供量大，市場供應鏈大，但需有技術面與管理面的協助，以確保其品質與衛生安全，而近年來相關成本金額雖已上漲，但在內陸如二、三線城市之成本仍相關便宜。相對於大陸，臺灣的技術與管理能力均具有優勢，對於製造流程及產品之衛生安全要求高，且經營策略與行銷手法靈活。因此，應思考如何透過合作方式，提升品質，創造品牌，運用兩岸對於中華飲食文化上的共同點，創新特色，區隔其他國家之食品，行銷國際。
- 三、 對於兩岸食品產業合作的可能性，與會人士多認為應共同發展具有中華飲食文化特色的保健食品，特別是以藥食兩用中藥材為原料製成之保健食品。其中可能牽涉到的環節，包括雙方管理制度、法規與進出口程序之瞭解與調合、藥食兩用中藥材品目之調合、相關資訊之透明化、雙方保健食品產業發展的水準等。要將此等可能性化為實際可行，建議兩岸之食品產、官、學界宜以多方管道，在法規、制度與執行面形成共識，並先從買賣雙方等非強制性要求方面，探討未來相互承認的可能性與方法。