

出國報告(出國類別：洽辦業務)

2014 年參訪國際性化粧品新技術、新 趨勢之歐洲發表展及拜訪原料供應 商

服務機關：台灣糖業公司生物科技事業部

姓名職稱：蔡佳儒 課長

派赴國家：德國、義大利

出國期間：103 年 3 月 28 日至 103 年 4 月 9 日

報告日期：103 年 5 月 16 日

摘 要

歐洲國家是推動綠色生態及有機保養品的主要國際推手，全球有機或胜肽類化妝品原料，大多由歐洲引進。因此，日本及亞洲國家多以歐洲流行趨勢為發展參考依據。透過參訪歐洲的國際專業化妝品展覽，可以很明確的看出歐洲化妝品產業的整個流行趨勢，那些被發表的新原料，通常於在未來的 1~3 年內，都會陸續被應用於新產品上。本次報告心得，將簡要介紹新發表之原料、當地百年知名品牌商店、香水生產工廠、原料商等介紹，另對歐洲市場發展的可行性作說明，以及台糖保養品未來發展建議。另有收集歐洲商場及百貨流行的商品資訊，有助於公司了解歐洲開價商品消費型態，可作為未來發展及開發策略參考。

目 錄

一、 目的	1
二、 行程	1
三、 參訪內容	1
(一) 實體通路商品參訪	1
(二) 參訪貝爾之香精香料公司(Bell Flavors & Fragrances company)	5
(三) 德國漢堡國際化妝品原料展(In-cosmetics 2014: In Hamburg).....	7
(四) 參加義大利化粧品成品展(Cosmoprof in Italy 2014)	11
(五) 參加義大利化粧品包材展(Cosmopack in Italy 2014)	12
(六) 歐洲化妝品新原料發表.....	13
(七) 歐洲超市開放架商品.....	15
四、 心得與建議事項	16
五、 附錄	21
附錄一、出國行程.....	21

一、目的

本次將參加歐美國家，每兩年一次最大的化粧品原料展，以及包材、成品、化妝品用機械等歐洲大展，另有新技術、新原料、新品發表會，透過此展覽將有助於本公司了解國際流行趨勢，借此以提升國際視野，並審視國內研發及技術水準，盼回國後將所見，應用於本產業，以提昇產業水準。另增進國際交流，建立國際情誼，了解歐商合作模式，以促進策略聯盟合作可能性。另將收集歐洲各商場及百貨流行商品和資訊，以作為未來發展及開發策略參考。

二、行程

本公司由生技事業部化粧品課蔡佳儒課長前往德國及義大利參訪，自 103 年 3 月 28 日起至 103 年 4 月 9 日止共 13 天，行程詳如附錄一。

三、參訪內容

(一) 實體通路商品參訪：

1. 聖塔瑪莉亞諾維拉香水製藥廠(Santa Maria Novella)



世界最古老的製藥廠之一。該藥廠歷史應從 13 世紀（西元 1221 年）說起，西班牙修會多明尼克(Dominican)教派的神父，帶領著學識豐富的修道士們，在義大利佛羅倫斯聖塔瑪莉亞諾維拉(Santa Maria Novella)大教堂內的庭園，開始種植可以幫助人的藥草，製成香膏、乳霜等精純而天然的保養、保健、香水晶，用來漱洗淨身及祭祀，並提供給修道院內的小醫療所使用。至 17 世紀(西元 1612 年)，佛羅倫斯托斯卡尼省(Tuscany)大公爵 Fonderia di Sua

Altezza Reale 將徽章授權給當時教堂主持人 Fra Angiolo Marchissi 神父作為商標，象徵 Santa Maria Novella 成為當代皇室認定的榮譽製造廠。同年，Santa Maria Novella 有了正式的文字交易記載。從此，聖塔瑪莉亞諾維拉的產品也自教廷、皇宮貴族御用，轉為正式對外販售，幫助更多人。傳至 18 世紀時，許多優質的醫療配方及日常漱洗淨身的保養、保健用品，已被這些具有淵博藥學知識的傳教士們研發出來，名聲傳播至西北歐洲及遠東地區。至 19 世紀（西元 1848 年），教堂內的一間大會客室被開放成 Santa Maria Novella 的門市，直至今日仍提供服務給更多人。西元 1866 年，拿破崙佔據義大利，將教堂沒入政府名下，門市及製藥廠則承租給最後一任主持多明尼克教派神父 Stefani 的姪子 Cesare Augusto Stefani，開始民營化的經營。歷經 Stefani 家族四代的管理經營，儘管 Santa Maria Novella 脫離教派主持，至今仍遵守傳教士的精良傳統製程，不用任何化學殺蟲劑、除草劑，不作任何的動物試驗，堅持只選用最好的天然植物品質。

目前，現任總裁 Eugenio Alphantery 以機械工程師的專業背景加入 Santa Maria Novella 的研究團隊，依循 18、19 世紀各種生產器具的原理，擔任改革生產器具及設備的重責。在完整保留古老配方與嚴謹製程的堅持下，傳承了傳統精湛手工，同時大大提升了商品生產的精緻度，讓更多的產品逐步拓展至世界各地，將品牌的發展推向另一高峰。現今義大利的門市，自佛羅倫斯本店擴展到羅馬、米蘭、波隆那、威尼斯等地，加上倫敦、巴黎、馬德里、巴塞隆納等歐洲其他據點，經過百年後，才陸續在台北、紐約、東京等地相繼設立專賣店。在 Eugenio Alphantery 的督導下，謹守過去修道士們的精神，僅有最高級與天然的成份才可被使用。從植物的種植、選材，到生產、包裝，整個製造過程皆嚴格控管於佛羅倫斯托斯卡尼省總部，因為對品質的堅持，致使原料來源受限，直到今日，全球不超過 50 家專賣店。

2. 妮維雅 (NIVEA)



妮維雅 (NIVEA) 公司全名為，拜爾斯道夫公司 Beiersdorf A G (簡稱 BDF)，創立於 1882 年德國漢堡，致力於開發，生產及銷售高品質的護膚品，創口貼及膠帶等品牌產品。事業體分成三大部分：化妝品事業部 (占 62%)，工業膠帶 TESA 事業部 (占 17%)，醫療用品事業部 (占 21%)。員工近 2 萬人(2013 年)，行銷 100 餘國。一百多年以來，該公司所推崇的「研究、創新、追求高品質」的經營哲學，使研發擁有堅實的基礎。

發展始於 1911 年，當時創立油包水專利配方，「妮維雅潤膚霜」是該公司研發的開始。在 BDF 公司的 PGU 研究中心，有一百多位博士。其品牌形象「妮維雅能給肌膚最溫和的呵護」深植人心。在歐洲，「妮維雅」更已成為皮膚保養的代名詞。2003 年 8 月，美國商業週刊雜誌公佈最新全球 100 個最有價值品牌，妮維雅品牌名列第 92 位，品牌價值增長 8%。2007 年德國拜爾斯道夫出資 3.17 億歐元 (折合約台幣 133.14 億元)，購入絲寶國際集團旗下絲寶日化 85% 的股份。

妮維雅的品牌創立歷史始於，突破性的發現了最初油包水型乳化劑。1911 年，Beiersdorf 的擁有者 Oskar Troplowitz 與化學家 Isaac 和皮膚學家 Paul Unna 緊密合作，在該乳液的基礎上開始開發潤膚露。1911 年 12 月，世界上第一個長效潤膚露問世。源自於意為「雪白」的拉丁語「NIVUUS」，Troplowitz 將該潤膚霜命名為 NIVEA，即妮維雅。其設計具有豐富的藝術想像力，體現了

時代風格，符合人們對婦女看法的主流觀念——嬌弱，芬芳，柔美。到了 30 年代，妮維雅強化其作為戶外娛樂護膚霜的概念。對於商標概念，還意識到商標顏色藍和白與清新空氣，及陽光的相互促進效果，堅持使用這些顏色，並將這一傳統保持到現代，也獲得大眾的認可。

3. 美體小舖 (THE BODY SHOP)



THE BODY SHOP 為全球首創以道德導向為宗旨的高品質從頭到腳的清潔保養品製造及零售商。創始於 1976 年的英國布萊頓，直到 2004 年為止已經在全球超過 50 個國家並建立了 2100 家以上的店舖。該公司有五大理念：包括(1)反對動物實驗：堅持反對以殘酷方式進行動物測試化妝品，而以其它科技方法來測試化妝品成分，絕不採購動物測試過的成份。(2)支持社區公平交易：保護雨林及自然資源，教導落後地區的農民以傳統方式種植農作物，並以合理的價格向他們購買天然原料，使他們維持穩定經濟收入；並提升當地居民物質生活及文化水平，讓兒童有接受教育的機會。(3) 倡導自覺意識：透過宣導、活動來支持性別平等，反對性別歧視，並鼓勵大家接受與生俱來的樣貌及特質，不以浮誇的宣傳包裝來銷售產品。(4) 保障人權：相信天賦人權，包括言論自由、生命財產的保障，並以實際行動表示對基本人權的支持與維護。致力幫助受到家庭暴力、兒童虐待的受害者。(5) 保護地球：長期致力於環保工作，徹底執行 Recycle 再回收、Reuse 再利用、Reduce 節能，推出長期空瓶

回收的環保行動，提高消費者環保意識，並支持研發「再生」及「綠色」能源。

4. Parfumerie Douglas 歐洲藥妝店



Parfumeria Douglous 是歐洲最大的化妝品和香水零售商。該公司成立於德國，但現在它遍布整個歐洲的商店。

(二)參訪貝爾之香精香料公司(Bell Flavors & Fragrances company)



貝爾是一家香精香料公司，起源於德國萊比錫，成立於 1829 年，至今已 185 年，被歐洲認為是最悠久的香精香料工廠之一。工廠生產皆以現代化管路輸送香精作混合，注重創新，With over 40 R&D professionals, 20 of whom hold Doctorates, Bell's tradition of innovation and research continues to create award winning products throughout the wor 擁有超過 40 名博士專注於研發。該公司擁有一間私人的詩密爾圖書館(Schimmel Library)，成立於 1870 年，圖書館藏書超過 30,000 冊，它們收集全世界香精相關研究的書籍，有期刊和香精，香料，合成香料，植物等相關書籍。該圖書館的寶藏可以追溯到 1700 年初。例如，植物藥的百科全書，包含所有手繪插圖，該庫包含所有的 17 卷本手繪的植物系列。



上圖為貝爾公司副總 Michael Hein 先生



上圖為貝爾公司廠長 Eberhard Meier 先生

(三) 德國漢堡國際化妝品原料展(In-cosmetics 2014: In Hamburg)



In cosmetic 展覽為全球領先的化妝品業務平台，以化妝品護理原料為導向，匯集了全球眾多化妝品原料供應商，以及研發團隊和營銷專家，在此共創領域商機。此展示內容多以創新的化妝品成分和技術最多元化為主訴求，因此吸引世界各國化妝品產業到此拜訪，在化妝品領域是不容錯過的盛會。

本次參觀除了看最新原料發表外，亦同時拜會原料商，其相關資訊簡要如下：

1. ICHTHYOL-GESELLSCHAFT Company :

該公司是一間承襲家族第四代企業，總部位於德國漢堡，擁有 120 年的製藥歷史。主要利用磺化頁岩油進一步研發頂級的物質，該原料可作用於人用和獸用藥品以及化妝品。



2. apf arômes & parfums company :

apf 是一家香水公司，成立於 1993 年，以創作客戶所需香水為導向，除自己生產香水外，還可替客戶開發特殊香氣。

3. Lipotec company :

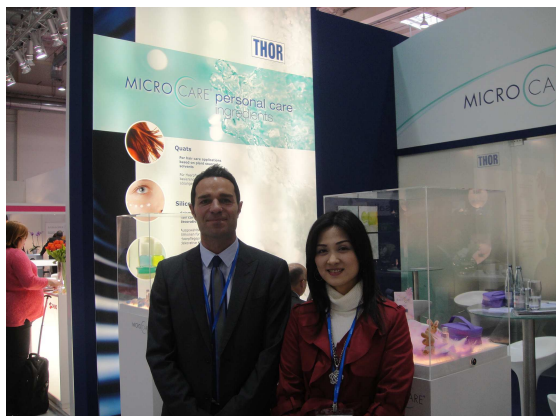
公司於西班牙的巴塞隆納 Barcelona(Spain)，成立於 1987 年，於 2012 年由 Lubrizol (Berkshire Hathaway)公司收購，以開發高科技化妝品活性成分為主，尤其是胜肽類的活性成分。



左圖為 Lipotec 公司的執行長 Juan C. Escudero 先生。

4. THOR company :

THOR 是一家生產防腐劑的公司，應用於工業及化學業，總部設在英國，主要的製造工廠和技術設施在德國，其他生產單位和經營公司戰略性地分佈世界各地 13 個國家。



左圖為 THOR 公司的產品經理 Arno Dalla-Fontana 先生。

5. CLR - Chemisches Laboratorium Dr. Kurt Richter GmbH company :

CLR 公司成立於德國柏林，創建於 1926 年，是一個獨立的私人企業，在製造化妝品活性添加劑方面具有悠久傳統，並在國際市場中行銷。也提供大量的配方協助和科學上或技術上的支援。



上圖從左而右，依序為 CLR 公司的全球市場銷售總監 John Lofthouse 先生、研發總監 Heiko Prade 博士、及執行長 Stefan Borchert。

6. Frey Lau company :

Frey Lau 是一家德國公司，成立於 1836 年，以製造香精為主，也可配合廠商需求，作客製化商品。



左圖一為 Frey Lau 公司產品經理 Sven Radtke 先生。

7. 丸善製藥株式会社(maruzen pharmaceuticals company)：

創立於 1938 年，主要產品項目為藥品製造、藥品原料萃取、功能性食品原料、化粧品原料。



從左圖而右，依序為丸善公司
松下 高大先生、惠谷 英夫副
部長、池田 耕士先生、木曾
昭典研發組長。

8. Worlée Company：

Worlée 是一家德國公司，成立於 1851 年，迄今已有 162 年歷史。經營煉油和銷售調味品，脫水蔬菜，茶葉等食品產業的原料，以及生產和銷售用於塗料、漆和化妝品原料。



左圖一為 Worlée 公司產品經理 Dirk Hansen 先生。

9. RAHN Company :

RAHN 是一家來自於瑞士的化妝品植物活性萃取公司，成立於 1940 年。近年來所選用植物素材具特殊性，常於國際間發表新產品，並受到國際間矚目與青睞



左圖為RAHN公司海外行銷總監 philippe Aeby 先生。

(四)參加義大利化粧品成品展(Cosmoprof in Italy 2014)



Cosmoprof 展會被認為是最大的美容和化妝品行業貿易展覽，為專業的美容機構和化妝品和保健行業的國際業務平台，展出面積約 194000 平方米。本次展覽統計約有 177287 人次前來，本次美容展匯聚 2300 多個參展企業來自 58 個國家，皆為在國際市場宣傳自己的美容品牌或代工業務，並多方面的進行洽商。展覽的主要項目有頭髮和指甲切割產品，營養產品，美容美髮產品及設備，水療產品，中草藥及化學化妝品，盥洗用品和香水，時裝配飾，化妝包，皮包等，可說是一場大型的貿易洽商平台，一天是無法將所有展都看完，但這卻是一個非常有明顯流行趨勢且新穎的大展覽。

(五)參觀義大利化粧品包材展(Cosmopack in Italy 2014)



Cosmopack 是首屈一指的國際性展會，致力於化妝品行業的整個包材供應鏈。每年亮相皆有新包材發表，這些設計都是來自世界各地的供應商，Cosmopack 提供一個國際化妝品包材業務最大平台，為彩妝保養品行業的流行趨勢指標。主要展覽類別：包裝和封裝、包裝的配件及用品、測試/分析服務、包裝設備和機械、化妝品包材原材料。

(六) 歐洲化妝品新原料發表



以密羅木 (*Myrothamnus flabellifolia*) 為素材，它是一種南非復活植物，具有獨特的適應能力，它能夠生存於極端乾燥地區，若有雨水，此植物會在變青翠。具抗衰老，抗皺，抗氧化，保濕效果。



Hydro-Gain™是將樺樹皮提取物、巴巴利無花果種子油和芥花籽油組成獨特的活性成分，提供了皮膚強大的保濕力。



Superox-C™是來自澳洲本土的抗衰老植物成分卡卡杜李果萃取(Kadadu plum)，它被稱為世界上最豐富的維生素 C 來源。具有強大的抗氧化活性，對抗細胞氧化應激反應，減少自由基誘導、皮膚損傷和保持皮膚年輕。



來自於南美的一种植物 (*Phytolacca bogotensis*)，它們作用於皮膚的整個水化過程，它能提高了皮膚的保濕平衡。可應用在分散體或粉末，及任何護膚或彩妝品。



來自西班牙橄欖提取的活性物質。有效的抗氧化劑化合物的含量。特點是它含有高羥基酪醇 >20% (HYDROXYTYROSOL) 及酪醇 (TYROSOL) 等多酚物質。羥基酪醇被認為是最強大的抗氧化劑之一：可保護細胞結構、紫外線輻射及 DNA 保護。



GUARDIAN 提高生產角質化包膜，並維持屏障功能，增加透明質酸的保濕效果。亦可防止皮膚乾燥或粗糙度。



金銀粉：奢侈護膚品的添加劑和彩妝產品。



CYTOBIOL™ IRIS A 2 是一個協同維生素 A 和鋅的融合虹膜，已被臨床證明，可減少皮膚不完善的地方，並盡量減少毛孔。針對皮膚瑕疵改善，以達肌膚光澤。

(七) 歐洲超市開放架商品



四、心得與建議事項

(一) 參訪心得：

本次參訪德國與義大利，對於人文氣息及生活水平並沒有讓人感到驚艷，生活的方便性更沒有台灣優質。但反觀歐洲國家對化妝品的堅持與要求不禁讓人感動，如聖塔瑪莉亞諾維拉香水製藥廠(Santa Maria Novella)，堅持傳統也歷經 400 年之久，比起台灣建國以來，足足高了四倍的時間，可見傳統產業，必須找到企業之永續經營之立足點，才能展現企業之核心與存在的價值。台糖以糖業崛起，不應以糖業而沒落，雖眾人認為糖已是夕陽產業，但以「糖」能發展的商品，我們並沒有好好規劃，僅能說糖有被作區分，但真正以糖演化之附加價值商品並不多見，這是我們可以思考的方向，以保養品為例，甘蔗多酚是可應用的素材。再者就是蘭花而言，本次參訪國外 3 個展覽，在展場上若要顯現產品之高貴，莫不以蘭花為首要輔助鋪陳，以展現商品之價值感。但不見有廠商以蘭花萃取液或甘蔗多酚萃取液的產品為訴求。有以「蘭花」為題材的商品陳列，經詢問之後，才知廠商只是以蘭花合成香味為訴求而已，並非真正應用蘭花萃取液為訴求。因此，若以台糖固有的素材為未來發展，應是一個不錯的考量。因為台糖有足夠的資源，提供這些萃取素材，若資源無法供應，當然另當別論，所以，有效利用資源即可增加產業效能。

在這短短的行程裡，若要說全盤了解歐洲是不可能的，但個人就所見所聞，作一份簡要的評估，評估要點如下：

1. 評估自產原料有否機會，進入歐洲市場。

自產原料當然有機會進入歐洲市場，最快速的方法是透過展覽方式，因為全球大廠也都一定會參加，這是打開知名度最佳的管道，但有許多仍應思考的問題。據本次參訪了解，目前唯一台灣自產且具規模的化妝品原料商為富鉑公司，該公司成立於 1982 年，進入國內化妝品藥品原料市場後，合法地進口、代理及經銷歐美知名品牌。歷經數年與外商長期的關係，從而了解並自創許多原料，目

前國際知名大廠許多都是他們的客戶。對於化妝原料產業的區塊，此家公司已有 30 年的相關經驗，以台糖的資源是可以發展的，但將萃取之原料變成商品，穩定性及保存方式是我們可以努力的方向。以日本丸善公司為例，該公司只做食品及化妝品原料開發，年營業額可達日幣 122 億元（台幣約 43.5 億元），規模是一個事業部體系，員工達 360 人。以目前台糖生物科技事業部，在此人力上是有限而不及的，今比喻只是提供讓大家悉知，原料產業也可以發展相當的規模。但是這非一夕間的投資，中、長程規劃是必要的。

參展場地費參考：一坪約台幣 2 萬，稍微較具規模中型約 20-25 坪，但另有場地佈置設計費（每坪設計費用約 10 萬元台幣），故展一場 3 天，平均每日 30-35 萬元場地費（不包含設計費）。以此規模人力派遣約 5-6 人左右。且展場參展登記，一年前就需登記，通常在展覽的同時，招攬商會主動連絡當年度有參展的場商，並給舊展商些許優惠。另若有展覽商贊助該活動，則招攬商就會給展攬商更多曝光機會。如廣告看板或在廣宣資料上，秀出贊助商。並給予能見度最好的展位。

2. 評估有否機會歐洲化妝品成品展展覽，接洽歐洲代工訂單。

這機會是有的，不過仍然需要透過展覽來提升公司知名度。費用與原料展覽大同小異，據了解通常初次參展，都是先提高曝光率，因為買家會選熟識的廠家代工，尤其第 2-3 年後可見成效。參訪過程中，有許多台商參加歐洲化妝品成品展，據了解台商美帥公司參加此展覽達 20 年之久，從傳統台灣代工產業轉型為國際代工產業，有近 90%來自外國訂單，其中亦包含國際大廠。另一種方式，是透過中間商進行商業需求謀合，而獲得訂單。其過程仍需至當地與相謀合廠商洽談，有廠家認為用商業謀合方式成功機率高於參展，因謀合商目標明顯，皆為尋找亞洲代工廠商為目的。因此，能獲得訂單機率高，介紹安排費用與展覽費用差不多，因此目前有一些台商則選擇此一方式。

(二) 建議事項

1. 追求原料生產的專業化，透過與外國產業交流，提升原料製備技術：化妝品的原料來源有植物(花、根、莖、葉)、藥物、動物、合成化學物質、食物等等，化妝品原料開發第一步驟就是尋找原料素材，除了要有功效外，在行銷上還要有故事性可訴求，以日本丸善公司為例，據筆者參訪所知，該公司的化妝品原料素材來自世界各地，如甘草來自大陸，鳳梨來自泰國，日本對原料開發是經過篩選的，他們會事先比較各國產量及價格，然後從各國收集同一種素材，並進行研究分析，從中比較及選取效果最佳的原料作為發展。他們曾說在篩選鳳梨時，泰國鳳梨所含鳳梨酵素比許多國家都還要高，因此被選用，目前該化妝品原料於去年已正式上市。就開發能力而言，過去台糖開發化妝品用原料，來自畜殖事業部、生物科技事業部、糖研所、砂糖事業部等，有豬胎盤素、豬膠原蛋白、絲蛋白、蘭花、花生根、大豆、龍膽、天仙果、積血草、雷公根、甘蔗多酚等數十種萃取液已應用於化妝品。如此看來研發能力是無庸置疑的，但就植物萃取部分，製造完成的原料保存與安定性，一直是我們沒有突破的部分。這點需要一點專業訓練與概念，然而台灣在這領域是沒有可研習或學習的對象，但如果國外有任何原料商能提供這方面的研習，那對原料未來發展是非常有幫助的，目前接洽過的原料廠商中，就屬日本丸善公司最為友善(該公司目前是全日本數一數二食品及化妝品原料公司)，在接觸近3年的過程中，該公司透露可為我公司開放研習，如果能去研習，我們可以清楚了解國際性所採用原料的規格標準，並可從中了解原料量產的生產設備、保存方式、運送、測試報告，對未來發展是有益的，若能有食品與化妝品技術合作或更多交流，相信不管是技術提升或對台糖未來的國際發展是有幫助的。尤其是日本對檢測技術的要求甚高，要求的測試也多，所以，如果賣原料成品(如龍膽萃取液)給日本，則要求標準會比較高，因為要求檢測項目報告多，但賣原材料(如龍膽草)可能會輕鬆的多，但不管多困難，產業一旦有多方面的接觸與交流，眼界與水平也會在無形中被建立。

2. 了解國際化妝品產業發展趨勢：在出國資源有限的情況下，需多參予國際原廠之台灣代理商研討會，尤其是外國原廠之介紹演說，有疑慮時可直接詢問，以吸取相關新資訊。
3. 尋求國際代工機會：國際代工機會有兩種模式，一是透過國際性商品展覽，二是透過專業公司介紹，參與外國當地謀合廠商會議。據了解前者費用會較高，但消費群廣泛，後者為有意願廠商，但謀合過程需靠廠家自己協商，兩者都不保證有訂單，需視接洽談論過程接受度情況而定。一般參加國際性展覽，稍微有規模展覽商含人員費用，約花費 100-300 萬台幣不等。同質性的展覽有區分亞洲及歐美兩大區塊，所以，可以區隔所要訂單市場。對於長年參展的商家其獲利是有的，而且長期投資報酬率都高於台灣代工許多，至於高出多少廠家大多不願透露，只知有一些台商廠家參展 10-20 年之久，70-90% 都來自國外訂單。台灣區內代工價格低、數量少，不符合廠商代工成本，因此，近年來紛紛走訪國際尋求更多代工機會，以創造更大的商機。參訪過程也得知，一般第二、三年後接訂單機率會增高，因為新廠家對外國尋求者而言，會較不信任，也會有較多評估，一旦有意代工，一定會先訪廠，再三確認，才可能下單。但有一方面可確定的是，外國廠商對政府單位的信任及敬重都明顯偏高，這是台糖公司的優勢。但對台糖生技事業部而言，目前是沒有足夠人力去執行這一領域。筆者認為，對於企業長期發展而言，培育國際人材，尋求國際商業發展，是國營企業重要的指標之一。因為，賺取台灣少數人民的消費利潤是有限的，應賺取他國利潤，然後降低國內商品成本以福利國人，才能真正發展國家企業的魅力。為永續經營努力，唯有走出國際，才能創造企業的競爭力。
4. 台灣雖小但比起歐洲國家，已算是人口稠密，物產豐富的島國。這幾十年來不斷強調生技產業，連大專院校科系也紛紛標榜以生技為導向。但近年台灣受到國際青睞的卻是觀光產業，台灣化妝品觀光工廠已漸漸在發展，這亦是一個可發展的方向。本次參訪遇見前台灣祕魯駐台代表 Gyys M. Gordon 先生（如下圖）。目前擔任德國祕魯駐德代表，該代表對台灣的美食及文化，讚賞有加，可見台灣觀光產業是未來明星產業之一。



左圖為前台灣祕魯駐台代表 Gycs M. Gordon 先生，目前擔任德國祕魯駐德代表。

五、附錄

(一)出國行程

103年3月 28日(五)	23:00	起迄地點	台灣桃園機場-杜拜(Dubai)機場
		工作記要	自台灣搭機(23:00pm)前往杜拜(Dubai)轉機。
103年3月 29日(六)	8:55 ~ 20:00	起迄地點	杜拜(Dubai)機場(8:55am) -漢堡(Hamburg)機場(12:56pm)
		工作記要	1. 出關後搭火車大概 25 分鐘至 Hauptbahnhof 車站，到達後再拖行李步行約 30mins 到大飯店。 2. 至飯店放置行李後，外出勘查附近有否藥粧店及化粧品專櫃店，發現所住宿區域有兩家小型超市都設有開放式的保養品專櫃。
103年3月 30日(日)	8:00 ~ 21:00	起迄地點	漢堡(Hamburg)至柏林(Berlin)
		工作記要	1. 漢堡(Hamburg) Hauptbahnhof 車站至柏林(Berlin)車站，通車來回約 6 小時。 2. 參看德國第一大城市的化妝品商品及商店販售型態。
103年3月 31日(一)	8:00 ~ 21:00	起迄地點	1. 漢堡(Hamburg)至萊比錫(Leipzig)。
		工作記要	1.漢堡(Hamburg) Hauptbahnhof 車站至 Leipzig 車站通車來回約 7 小時。 2.拜訪德國百年 Bell 公司及參觀香精生產廠。
103年4月	8:00	起迄地點	1. 至 in-cosmetics 國際展覽中心。

1日(二)	~ 21:00	工作記要	<ol style="list-style-type: none"> 1. 參觀歐洲每年最大之化粧品原料展。 2. 拜訪 Bell company、Ichthyol company、apf company、maruzen pharmaceuticals company 等知名大廠公司。 3. 會見前秘魯駐台代表, 現任德國秘魯代表 Gycs M.Gordon。 4. 收集應用於化粧品之原料新資訊。
103年4月 2日(三)	8:00 ~ 21:00	起迄地點	1. 至 in-cosmetics 國際展覽中心。
		工作記要	<ol style="list-style-type: none"> 1. 參觀歐洲每年最大之化粧品原料展。 2. 拜訪 Lipotec company、THOR company、corum company、Chemisches Laboratorium company、Frey Lau company 等知名大廠公司。 3. 收集應用於化粧品之原料新資訊。
103年4月 3日(四)	8:00 ~ 5:15	起迄地點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 漢堡 (Hamburg) 至慕尼黑 (Munich) 2. 慕尼黑 (Munich) 轉站至佛羅倫斯 (Florence)
		工作記要	搭乘火車從漢堡至慕尼黑 (Munich) 轉車。夜臥火車隔日至義大利佛羅倫斯 (Florence) (5:15am)。
103年4月 4日(五)	5:15 ~ 18:00	起迄地點	佛羅倫斯 (Florence) 至波隆納 (Bologna)
		工作記要	至義大利波隆納 (Bologna) Cosmoprof 國際展覽中心看化妝品成品展覽。
103年4月 5日(六)	8:00 ~ 18:00	起迄地點	佛羅倫斯 (Florence) 至波隆納 (Bologna)
		工作記要	至義大利波隆納 (Bologna) Cosmopack 國際展覽中心看化妝品包材展覽。
103年4月	8:00	起迄地點	佛羅倫斯 (Florence) 至米蘭 (Milano)

6日(日)	~ 20:30	工作記要	1. 佛羅倫斯(Florence)百年化妝品商店及一般商店型態參觀。 2. 佛羅倫斯(Florence)搭火車至米蘭(Milano)城市,車程約2小時。
103年4月 7日(一)	9:00 ~ 21:00	起迄地點	米蘭(Milano)
		工作記要	1. 至米蘭時尚之都(米蘭大教堂),品牌流行訊息收集,化妝品市場觀察。 2. 義大利米蘭(Milano)一般化妝品商店參觀。
103年4月 8日(二)	08:00 ~ 22:00	起迄地點	義大利米蘭瑪爾賓莎國際機場至杜拜機場
		工作記要	從義大利米蘭瑪爾賓莎國際機場至杜拜轉機回台灣桃園機場。
103年4月 9日(三)	8:00 ~ 16:43	起迄地點	杜拜機場回台灣桃園機場
		工作記要	抵達台灣桃園機場