

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書
(出國類別：研究)

率團參加「馬來西亞農貿拓展研習團」
出國報告

出國人員：行政院農業委員會國際處陳建斌處長

出國地區：馬來西亞

出國期間：民國 104 年 9 月 29 日至 10 月 3 日

報告日期：民國 104 年 12 月 16 日

出國報告審核表



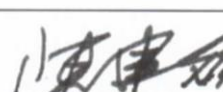
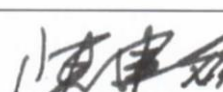
出國報告名稱：率團參加「馬來西亞農貿拓展研習團」

出國人姓名 (2人以上，以1人為代表)	職稱	服務單位
陳建斌	處長	行政院農業委員會國際處

出國類別	<input checked="" type="checkbox"/> 考察 <input type="checkbox"/> 進修 <input type="checkbox"/> 研究 <input type="checkbox"/> 實習 <input type="checkbox"/> 其他 _____ (例如國際會議、國際比賽、業務接洽等)
------	---

出國期間：104年9月29日至104年10月3日	報告繳交日期：104年12月17日
--------------------------	-------------------

出國人員 自我檢核	計畫主辦 機關審核	審 核 項 目
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1.依限繳交出國報告
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2.格式完整(本文必須具備「目的」、「過程」、「心得及建議事項」)
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	3.無抄襲相關資料
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	4.內容充實完備
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	5.建議具參考價值
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	6.送本機關參考或研辦
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	7.送上級機關參考
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8.退回補正，原因：
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(1) 不符原核定出國計畫
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(2) 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(3) 內容空洞簡略或未涵蓋規定要項
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(4) 抄襲相關資料之全部或部分內容
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(5) 引用相關資料未註明資料來源
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(6) 電子檔案未依格式辦理
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	9.本報告除上傳至出國報告資訊網外，將採行之公開發表：
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(1) 辦理本機關出國報告座談會(說明會)，與同仁進行知識分享。
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(2) 於本機關業務會報提出報告
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	(3) 其他 業於104年10月30日辦理馬來西亞農貿研習團行後研習會
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10.其他處理意見及方式： _____

出國人簽章(2人以上，得以1人為代表)	計畫主辦機關 審核人	一級單位主管簽章	機關首長或其授權人員簽章
			

說明：

- 一、各機關可依需要自行增列審核項目內容，出國報告審核完畢本表請自行保存。
- 二、審核作業應儘速完成，以不影響出國人員上傳出國報告至「公務出國報告資訊網」為原則。

率團參加「馬來西亞農貿拓展研習團」出國報告

目 錄

一、摘要.....	4
二、目的.....	4
三、考察行程.....	5
四、考察過程.....	5
五、心得及建議事項.....	8
六、照片.....	10

率團參加「馬來西亞農貿拓展研習團」出國報告

一、摘要：

- (一)為積極培養國內從事農產品行銷之業者提升國際行銷能力，本會委託財團法人中國生產力中心於 104 年 9 月 29 日至 10 月 3 日辦理「馬來西亞農貿拓展研習團」，由職擔任團長，帶領 16 家臺灣優良農產食品業界人士，赴馬來西亞實地考察賣場通路，以充分瞭解馬來西亞穆斯林市場之消費習性、行銷環境，並拜訪馬來西亞伊斯蘭教發展局、馬來西亞中華總商會、馬台經貿協會、馬來西亞 Halal 工業發展機構、駐馬來西亞代表處經濟組等單位，以瞭解馬來西亞對 Halal 食品之規定與行銷推廣策略，並參觀馬來西亞國際食品展。
- (二)全世界穆斯林人口約佔全球總人口之四分之一，馬來西亞主要人口組成即為穆斯林，為購買力最強之穆斯林國家前五名，馬來西亞 Halal 制度完備，認證制度嚴謹，該國各大零售通路皆有 Halal 食品專區，且每年馬來西亞會舉辦 Halal 相關國際展覽，如每年 4 月的 MIHAS 清真展。
- (三)從此次參訪行程可以得知，馬來西亞不但有專職管理馬來西亞伊斯蘭事務及穆斯林信徒福利之政府部門，民間也有專門推廣 Halal 認證的機構，要拓展全球 Halal 市場，必然需先取得 Halal 認證，目前在馬來西亞大型零售通路所陳列商品以 Halal 認證之商品居多，所以日、韓各國的農產食品皆努力取得 Halal 認證，大力搶攻馬來西亞及各地 Halal 市場，但台灣食品在該國零售通路上架之比重不高，未來仍有相當之成長空間，台灣目前僅有 192 家廠商產品與 7 家飯店有 Halal 認證，面對全球穆斯林消費市場成長迅速，未來本處將加強推動我國的 Halal 認證產品，以協助業者拓展全球穆斯林市場。

二、目的：

- (一)為積極提升國內從事農產品外銷業者之國際行銷能力，本會執行辦理「103 年度農產品國際行銷人才培訓」勞務採購後續擴充案，規劃辦理國際行銷課程、貿易商邀訪、國際論壇及海外研習團等工作項目，並依「政府採購法」規定評選執行廠商為財團法人中國生產力中心；前揭海外研習團係為協助我國貿易商及農漁民團體瞭解重要出口市場之產業環境及行銷通路之運作，並實地拜訪當地重要進口業者及流通業者。
- (二)經查全世界穆斯林人口超過 16 億人，約佔全球總人口之四分之一，預估 2030 年全球穆斯林人口將突破 22 億人，亞洲國家約有 10 億穆斯林人口，其中馬來西亞主要人口

組成即為穆斯林，且列位購買力最強之穆斯林國家前五名，該國之清真制度完備，認證制度嚴謹，每年亦定期舉辦清真產品之國際展覽，該國為拓展穆斯林市場之重要入口，因此，有鑑於穆斯林人口持續增加，其對於清真食品之需求亦大幅成長，本處規劃將馬來西亞列為拓展穆斯林農產食品市場之優先國家。

(三)為充分瞭解馬來西亞穆斯林市場之消費市場、行銷通路環境，並參觀馬來西亞國際食品展，本處委託中國生產力中心規劃於 104 年 9 月 29 日至 10 月 3 日辦理「馬來西亞農貿拓展研習團」活動，並於 8 月 21 日辦理參訓學員資格複審會議，足額甄選出 16 家臺灣優良農產食品業界人士參訓。

三、考察行程

日期	參訪行程
9/29(二) 第一天	搭機前往
9/30(三) 第二天	1.拜訪馬來西亞中華總商會 2.拜訪馬臺經貿協會 3.參觀馬來西亞 Halal 工業發展機構(HDC)
10/1(四) 第三天	1.馬國 AEON 連鎖超市市場商情蒐集 2.參觀馬來西亞國際食品展 3.拜訪馬來西亞伊斯蘭教發展局(JAKIM) 4. Pavilion 精品百貨 - Mercato 超市考察參訪
10/2(五) 第四天	1.參訪 Julie's 食品公司 2.拜訪駐馬來西亞代表處經濟組
10/3(六) 第五天	1.參訪 KLCC/Coldstorage 2.搭機返國

四、考察過程

(一)馬來西亞農產貿易情形

馬來西亞農業產值占其 GDP 的 12%，約有 16%的人民從事農業相關工作，2014 年馬來西亞進口總額為 2,088 億美元，其中農產品進口額為 165 億美元，前 5 大進口國分別為印尼(20.7 億美元)、中國(16.2 億美元)、泰國(14.4 億美元)、阿根廷(12.6 億美元)及澳洲(11.6 億美元)。2014 年臺灣為馬來西亞排名第 22 名之農產品進口國，馬來西亞則為臺灣農產品排名第 9 名之出口國，出口總量為 4.6 萬公噸，出口總值為 1.18

億美元，占臺灣農產品總出口值 52.6 億美元之 2.2%；其中農耕產品為 0.84 億美元、畜產品 0.13 億美元、水產品為 0.18 億美元及林產品為 0.02 億美元；重要出口品項為食物調製品、動物飼料、冷凍魚、蔬果汁、玉米油、棉子油、人參等。

(二)拜會馬來西亞中華總商會

拜訪馬來西亞中華總商會，認識眾多華商及台商，建立爾後外銷洽詢管道，並就 Halal 認證及台灣食品如何輸入馬來西亞之議題進行三方溝通。

(三)拜訪馬臺經貿協會

透過拜訪該協會得知馬來西亞的農業糧食自給率偏低，安全存糧僅一個月，糧食與加工食品多數靠進口。主要是因為農地生產力低、農業從業人員比例偏低且農業技術較為落後，台灣在農業技術方面較具優勢，技術成熟度高、應變能力強且管理制度完備，故商會成員希望引進台灣先進的農業生產技術，包括農作栽培與水產養殖等方面，在馬來西亞建立蔬果、水產養殖合作專區。

(四)拜訪馬來西亞 Halal 產業發展機構

馬來西亞 Halal 產業發展機構(HDC)，成立於 2006 年 9 月 18 日，為負責推廣 Halal 認證之機構，該機構透過馬來西亞食品和非食品部門的經驗與專業知識，協助提供製造商、零售商以及投資者所需之一切資源，以拓展全球穆斯林食品市場，截至 2011 年，全球約有 13 億 9,300 萬穆斯林，加上目前信奉回教人口居多的國家皆推行 Halal 認證，顯示未來 Halal 認證將更形重要，且消費市場亦日益壯大，此行拜訪 HDC 瞭解該國政府運用 Halal 認證，設立清真工業區，廣向全球招商之策略。

(五)AEON 超市商情蒐集

AEON 連鎖超市隸屬日商永旺集團，亦是永旺集團設於吉隆坡之東南亞總部。目前在馬國有 29 家量販店，2014 年年營收為 37 億馬幣(約台幣 296 億元)，食品占整體營收 47%(約台幣 139 億)，台灣食品 2014 年只佔 3,176 萬(0.22%)，有極大成長空間。該公司的主要消費族群以馬來人居多約佔 50.1%，若依客群的宗教信仰區分則是以 61.3% 的回教為主，但若以會員人數統計則是以華人居多，故該店設有台灣食品專區，且其銷售金額自 2012 至 2014 年皆持續成長，亦不定期推出台灣食品週之展售活動。

(六)參觀馬來西亞國際食品展

參觀第十三屆馬來西亞國際食品、飲料、烘焙設備、食品相關設備、零售科技暨

旅館酒店設備展，我國貿協亦有協助本國食品業者成立 Halal 台灣館，該展會以 Halal 認證為各參展廠商宣傳之重點。

(七) 拜會馬來西亞政府伊斯蘭宗教事務局

拜訪馬來西亞政府伊斯蘭宗教事務局(JAKIM)，為馬來西亞伊斯蘭事務發展部，執行與管理馬來西亞伊斯蘭事務及穆斯林信徒福利，Halal 部門為 JAKIM 其中一支，另有其他 20 個分支，此行目的為瞭解其 Halal 認證核發作業方式，目前申請 Halal 認證需依據馬來西亞伊斯蘭宗教事務局的規範與申請程序，台灣生產之食品則要透過被 JAKIM 授權之「台灣清真產業品質保證推廣協會」(簡稱 THIDA)驗證，惟該協會出具之 Halal 證書並非適用於世界各國，仍需各驗證單位間取得相互認證方能生效。

(八) Mercato 超市商情蒐集

Mercato 與 KLCC coldstorage 同是隸屬於香港牛奶公司旗下，惟兩家賣場之客群有所區隔，Mercato 位於精品百貨公司中，其客群以外籍人士、華人及少數馬來人為主。該店設有台灣專櫃販售鳳梨酥、鐵蛋、茶包等休閒食品及伴手禮。該店亦售有肉骨茶包，展示區設在角落標示 Non Halal 的區域，且須分開結帳。

(九) 拜訪「Julie's 餅乾廠」

參訪位於麻六甲的 Julie's 食品公司，該公司於 1982 年成立，迄今於馬來西亞共設三廠、四條生產線，商品以夾心餅乾、蘇打餅乾與蛋捲為主，除了在馬來西亞各大商品通路販售外，目前已擴大行銷通路至世界七十餘國，預計在 2015 年其外銷營收會超過該公司總營業額 50%，目前偏重於國際行銷市場，其 2014 年之成長率為 16%，2015 年之營收預估為 2.8 億馬幣。該公司近年之經營策略以異業結盟為拓展行銷之主軸，例如與中藥商「余仁生」合作一桶金、LINE 公司結盟生產 LINE Brown Cookies，搶攻年輕族群市場，另外與美國巧克力大廠 HERSHEY'S 合作開發巧克力餅乾，成功拓展商品種類與銷售模式。Julie's 目前採全廠 Halal 認證，從原料、製程、包裝、產品、倉儲到物流皆符合 Halal 認證之規範，即使採用進口原料，亦須為取得 JAKIM 授權認證之 Halal 標章產品；此外，該廠員工皆須遵守規範，不得攜帶 Non Halal 之食品或物品進入公司。Julie's 之商品外包裝上皆標示有 Halal 食品標章，有助於提升商品在中東地區之銷售，該公司目前著重於新加坡市場之營運，以其為中心再行銷世界，該公司業務主管表示，該公司現有外銷全球 70 餘國市場之通路平台，歡迎我國業者洽

商合作。

(十)拜訪我國駐馬來西亞代表處經濟組

拜訪駐馬來西亞代表處經濟組以了解當地市場情報，馬來西亞以馬來人居多，約佔 60%以上，華人則佔 20%約 600 萬人口，政治權力由馬來人所掌握，主要宗教為伊斯蘭教，故 Halal 認證在當地是由政府單位 JAKIM 主導，且台灣食品在馬來西亞主要銷售對象是華人，馬來人的購買率偏低，故建議以當地華人及印度人作為優先目標客群，加上 Halal 認證費用也偏高，其市場銷售量與成本間之平衡須列入考量。台灣現有 192 家廠商產品與 7 家飯店有 Halal 認證。目前日、韓等國很積極申請 Halal 認證，以開拓馬來西亞消費市場，尤其日本非常鼓勵該國餐飲業能進駐 Halal 市場，透過餐飲習慣促進食材之銷售。

(十一)Cold storage 超市商情蒐集

參訪位於雙子星大樓附近的 KLCC coldstorage，其主要消費客群以馬來人居多，與 Mercato 不同之處在於，Mercato 中設有美、日、韓及台灣食品專區，coldstorage 則無明顯區隔，因位於觀光地區，可發現貨架陳列上以伴手禮、巧克力等居多。

五、考察心得及建議事項

- (一)此行馬來西亞農貿拓展研習團參訪行程之安排中，可以感受到中國生產力中心之用心，不論馬來西亞產業界、官方及通路系統，都是由高階主管接待，顯現對馬來西亞農貿研習團之重視。
- (二)此團集結不同產業別業者，到馬來西亞實地參訪及瞭解通路，不但能掌握馬來西亞市場發展趨勢外，並能增加不同領域業者相互交流經驗，以及異業結盟的可行性。
- (三)此行確認我國的「台灣清真產業品質保證推廣協會」有得到馬國 JAKIM 當局承認，亦和印尼、沙烏地阿拉伯、阿聯酋等國之 Halal 認證單位取得相互認可，未來我國農產食品外銷伊斯蘭市場將可更順暢；然而日本、韓國的農產食品皆努力取得 Halal 認證，大力搶攻馬來西亞及各地伊斯蘭市場，值得我國警惕及效法。
- (四)馬來西亞農漁業不夠發達，主要糧食(稻米)自給率只有 65%，我國農產食品銷售馬來西亞市場甚具潛力。同行之壽米屋陳肇浩總經理本年度已外銷 8 櫃高價優質米進入馬國，即一實例。
- (五)經過 5 日馬來西亞 Halal 市場考察下來，發現國內農業或食品業者可以馬來西亞為跳

板進攻全球清真市場，因為馬來西亞為回教世界領導國之一，取得 Halal 就是取得清真市場的入門票，此外，在馬來西大型零售通路所陳列的商品，除了有豬肉、酒精成分等產品外，架上以 Halal 認證之商品居多，但馬來西亞有約 2 成的華人，飲食消費習慣也與台灣接近，台灣食品目前在馬來西亞零售通路比重偏低，未來仍有成長空間，未來本處將會同農林漁牧產業主管機關加強推動我國的 Halal 認證產品以拓展全球伊斯蘭市場。

六、照片

馬來西亞農貿拓展研習團活動照片



前往中華總商會拜訪



馬台經貿協會熱烈歡迎農貿團來訪



HDC 參訪－蒐集 Halal 認證相關資訊



馬國對於非清真的食品，都設有專區



代表處經濟組張組長與組內同仁與團員交流



考察當地具指標性之零售通路－KLCC 的 Coldstore