

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書
(出國類別：考察)

「派員赴印尼隨團觀摩『2016印尼食品原料展』，暨收集市場商情資訊案」出國報告

出國人員：行政院農業委員會國際處蔡淳瑩技正
出國地區：印尼雅加達
出國期間：民國 105 年 9 月 18 日至 9 月 24 日
報告日期：民國 105 年 12 月 15 日

「派員赴印尼隨團觀摩『2016 食品原料展』，暨收集市場商情資訊案」
出國報告

目 錄

一、摘要.....	3
二、目的.....	3-4
三、考察行程.....	4
四、考察過程.....	4-6
五、考察心得及建議事項.....	6-8
六、照片.....	9

「派員赴印尼隨團觀摩『2016 食品原料展』，暨收集市場商情資訊案」出國報告

一、摘要：

為了解臺灣農產食品在印尼市場的進口需求及潛在商機，本會組團赴印尼雅加達，除參加「2016 印尼-東南亞食品原料展」，並邀請亞洲華商經貿聯合總會、印尼華商聯合經貿會及印尼臺灣工商聯誼總會代表與參展廠商深度交流，拜會及參訪當地知名的實體及電子商務通路，參訪單位包括：電子商務通路 BOBOBOBO、實體通路大華超市、印尼慕求生技公司(Mucho)及 PT. INDO JASA BERSAMA 投資顧問公司等，增進對印尼市場現況及商機之瞭解。

二、目的：

「東南亞食品原料展」為全球知名食品及原料展覽，亦為亞洲地區最新農產食品技術之展示平臺，該展兩年舉辦一次，於印尼及泰國兩地輪流開展，來場觀展者包括東南亞及南亞地區的食品製造商、代理商、經銷商及具備食品原料需求之相關業者，展出內容包含農漁產品原料、機能性食品等。

「2016 印尼-東南亞食品原料展」業於本(2015)年 9 月 21 日至 9 月 23 日假雅加達國際會展中心(Jiexpo)舉辦，屬 B2B 性質。本(2016)年度展覽計有來自全球 15,000 位專業買家進場參觀，650 家廠商進場參展，參觀買家包含食品/飲料製造商、分銷商、原料製造商等，為農產食品廠商進入東南亞市場的最佳途徑。

東協國家與我國貿易往來密切，東協市場亦為我國拓展新南向市場農產貿易之重要地區，本次組團參加「2016 印尼-東南亞食品原料展」，邀集 12 家具開拓外銷市場實力的業者共同參展，共同開拓進入東協市場之契機。

三、考察行程

日期	內容
9/18(日) 第一天	前往印尼雅加達
9/19(一) 第二天	1. 邀請電子商務平台 BOBO BOBO 說明網站經營概況 2. 邀請亞洲華商經貿聯合總會及台灣工商聯誼總會代表與團員交流 3. 拜會臺商李勇芳(印尼慕求 Mucho,經營冬蟲夏草生產及販售) 4. 拜會臺商李曉芬(PT. INDO JASA BERSAMA 投資顧問公司)

日期	內容
9/20 (二) 第三天	1. 參訪大華超市及瞭解超市販賣情形 2. 進展覽館佈置
9/21 (三) 第四天	組團參加「2016 食品原料展」及觀摩其他參展單位
9/22 (四) 第五天	組團參加「2016 食品原料展」及觀摩其他參展單位
9/23 (五) 第六天	組團參加「2016 食品原料展」及觀摩其他參展單位
9/24 (六) 第七天	返回台北

四、考察過程

(一)隨團觀摩「2016 印尼食品原料展」

1.參展概況

參展期間，買家及參訪者均對臺灣優質美味的農產品留下深刻印象，試吃後對口感及風味讚不絕口，展覽主辦單位 UBM 公司英國籍總裁 Christopher Eve 在臺灣館駐足達一個多小時，主動向參訪者介紹臺灣產品。參展廠商中元進莊的鴨肉製品，讓印尼通路商對於臺灣加工鴨肉的好品質感到非常驚喜，也表達想要採購的意願。據瞭解，印尼普遍有吃鴨肉的習慣，但肉質口感及風味均差，因此多位印尼採購商對臺灣加工鴨肉產品好感度大大增加及希望採購。

另外一項人氣商品是壽米屋的越光米，現場試吃時人氣暢旺，等候電鍋打開的排隊人龍一直沒有中斷，甚至吃過後會再回頭排隊。由於印尼稻米栽培技術差，對肥培管理的沒有概念，米飯品質很差；團員們在參訪期間於餐廳吃到的米飯，沒有香氣也不 Q 彈，因此在現場提供試吃時，吸引大批買家、參觀者聚集在攤位前討論，也成為當地媒體報導的話題。

2. 2016 年亞洲食品原料市場趨勢

依據展覽主辦單位提供的資訊顯示，由於國民所得提升及飲食習慣改變等因素，亞洲

食品原料市場健康意識提升，對於天然/無添加/非化學性食材需求增加，且願意為了健康因素，付出較高的價格，這樣的趨勢成為食品供應商必須思考的方向，也是未來進入市場的必要考量。

另一方面，2014 年亞洲穆斯林人口達到 1.4 億，約占總人口的 32%；預估全球穆斯林人口增加速率將高於其他族群，因此，符合清真認證產品(Halal-certified product)的需求也隨之增加。例如製作飲料、甜品及化妝品常用的明膠(Gelatine)，是一種從動物的骨頭或結締組織提煉出來，帶淺黃色透明，無味的膠質，主要成分為蛋白質，常用於食物、藥物或化妝品作為膠凝劑，也常用於軟糖以及其他產品，如棉花糖、冰淇淋和優格。預估經過清真認證的明膠原料，在清真食品中需求相當大，是非常值得開發的商品。

3.邀請電子商務平台 BOBO BOBO 說明網站經營及邀請臺商代表分享市場商機資訊

BOBOBOBO 是印尼新興的網路通路前三名之一，新型態網路購買通路也呈現出印尼市場新一代年輕人對於科技的應用；依據行銷總監 Saras Heidiana 於簡報時表示，目前該網路商店販售食品的比例約只有 10%(主要為時尚服飾)，且多數屬於由歐洲進口之高單價的奢侈品，比如像是陳年葡萄酒、高級甜點糖果等食品，且這些產品的消費力相當驚人。印尼人口是東協最大的經濟體，擁有 2 億多人口，根據調查其財富多集中於高所得之 10%人口，其人口數相當於一整個台灣，且這些家庭其年輕一代多半具有留學經驗，對於歐美的奢侈品並不陌生，因此針對此利基而產生的商業模式便是網路通路的興起，滿足高消費族群對該等商品的需求。

本次交流會也邀請華商經貿聯合會及臺灣工商聯誼總會的代表們前來，對本次參展廠商展售商品深感興趣，期盼能有進一步交流機會，並已安排返台時赴產地參訪。

4.拜會經營印尼慕求生技公司及投資顧問公司之臺商

本次參展廠商有 3 家是生技公司，因此安排前往拜會印尼生技產品公司及瞭解印尼消費者需求與通路概況；印尼慕求(Mucho)冬蟲夏草生技公司是臺商赴印尼投資的實例，由於印尼高端市場對於保健食品需求強勁，且當地政府對於產業保護嚴格，希望廠商能在當地設廠生產增加就業機會及提升當地技術，因此李勇芳總經理於 10 多年前決定赴印尼設廠，目前已將印尼列為研究中心，並在廈門、廣西及臺灣均有銷售據點。在印尼的設廠主要是看上東南亞華僑的市場相當大，因此選擇在印尼設點。另，李總經理說明，印尼政府對於傳統藥草跟生技產品之標示規定不同，後續國人在推動進入印尼市場時，應該先對當地的

法規有所瞭解後再進入。

不同於臺灣的通路實態，在印尼市場中直銷是很重要的通路；本次也安排拜訪當地前三大的健康食品直銷集團-K-link Group，接待人是臺商李曉芬女士。除經營健康食品外，李女士也創立投資顧問公司，在臺灣及印尼均有據點，李女士表示，印尼有土地廣闊、勞動力充足及消費力正在成長等優勢，對臺灣的高科技農業技術有很大的渴求；李女士很期待政府能對印尼臺商多些助力，後續臺灣出口廠商倘貿易或投資上有遇到困擾，都可以與她多多交流洽問。

5.拜會印商大華超市(Ranch Market)

大華超市在 1997 年首次成立，原為美國大華超市集團 PT Supra Boga Lestari 在印尼的特約連鎖店，並在當年重新改組後，成立獨立公司並努力經營超市。近二十年來該公司穩定成長，成為印尼食品銷售業之領先零售商，不斷努力提供最高檔的產品，包括熟食、優質的肉類、魚和家禽，以及進口雜貨等，以獨特的氣氛和優良的服務，為消費者創造一個健康舒適的購物體驗，目前已經在印尼開立 12 家商店，也是印尼唯一取得聯合國全球契約網絡成員的超市(聯合國全球契約組織(UNGC)致力於促使全球企業在人權，勞工，環境和反腐敗等領域，採取負有社會責任的配套作法)。大華超市也有取得 ISO 22000 標準認證，以及與食品安全相關的 HACCP 9000 認證。

本次經由中華民國對外貿易發展協會(以下簡稱外貿協會)雅加達臺灣貿易中心的聯繫安排，拜訪大華超市坐落於印尼最高端的 Shopping mall, Grand Indonesia 的分店，由總裁 Mr. Harman Siswanto 親自接待，對於臺灣訪團的到訪表達歡迎之意，也對我方人員相當友善。

在參觀超市過程發現，由於道路、電力及冷鏈等基礎建設尚未普及化，運用高科技技術生產之高品質農產品價格高昂，舉例來說當地的家禽售價為國內的 1.5 倍，但口感及大小均與國內相差甚遠，我方廠商均覺得印尼市場大有可為。另一方面，當地水果的種類很多，但多數口感相當差，可能與當地種植技術落差有關；總裁 Harman 表示，希望能夠獲得臺灣方面在農產品栽培及加工技術方面的交流，也相當鼓勵業者赴印尼投資，運用當地土地及勞動力等優勢，增進雙方農業交流與發展。

五、考察心得及建議事項

(一)印尼市場需求概況及臺灣農產食品進入之機會：

印尼人口數高達 2 億餘人，惟由於道路等基礎建設及農業生產技術仍相當落後，當地

尚處於糧食及物資不足狀態，一般商品品質低下，貧富差距極大，富裕階層對於好品質產品的需求旺盛，且不在意價格；台灣優質農產食品、保健食品及醫美商品有很大潛力進入該市場。

然而，印尼對農業採取保護主義，對審核進口產品項目及核發進口准證均相當嚴格，因此即使市場需求相當大，但通過進口審核非常困難，整體市場呈現需求大進口小之漏斗型，市場進入的障礙高；另據報印尼刻正依據「清真產品認證法」(Halal Product Assurance Law) 研擬強制性清真產品之認證及標示，並將設立官方機構(BPJPH)核發清真認證並制定相關行政規則，受本法規範產品包括與食品、飲料、藥品、化妝品、化學品、生物產品、基因改造產品及日常生活使用等相關之貨品及服務。印尼預定於 2019 年起正式實施「清真產品認證法」，成為全球第一個強制性清真產品認證及標示之法規，將要求進口清真相關產品需明確標示「清真」或「非清真」，臺灣政府及廠商應充分收集資訊儘早因應。

(二)參展接單及展覽成果

為瞭解參展廠商之回饋意見，業於展覽後 9 月 24 日上午召開展後交流討論會議，參展廠商都對參加本次商拓團表達肯定，除增進對市場的商機了解外，於參展期間詢問代理進口、代工生產的比例也相當高。壽米屋已接獲印尼進口商 60 噸訂單，該印商政商關係良好，也對台灣高品質梗米深感興趣，現正努力申請進口配額。依據參展廠商回報，本次展覽之採購商來自新加坡、印尼、馬來西亞、菲律賓及模里西斯等，顯示該展確實為進入東協、南亞國家等之窗口，值得持續前往參展及拓展市場。

(三)後續輸出及建置長期販售通路

由於食品在超市通路等販賣，必須先申請進口准證，且印方基於保護國內產業的立場，對進口產品管制嚴格，核發准證需要 6-12 個月或更長時間才能取得；為使臺灣農產食品能在通路上實際販售，已與外貿協會聯繫，規劃由外貿協會印尼臺灣貿易中心擔任窗口與大華超市對接，協助匯集商品後送大華超市挑選及辦理進口准證，大華超市之定位屬於高檔超市，且對臺灣相當友善，是辦理臺灣農產品促銷展售的良好選擇。倘申請准證進度順利，將可於明年 10 月在大華超市辦 Taiwan fair，並與臺北駐印尼代表處規劃之國慶日臺灣週活動結合，共同打響臺灣農產食品在印尼的知名度。倘可以持續長期經營，可比照於香港永安百貨公司設立據點模式，在印尼大華超市設立臺灣農產食品專區，成為臺灣農業進軍新南向市場的灘頭堡。

(四)持續開拓新通路及販售管道

參展後獲知，臺灣農產食品出口至印尼市場確有發展潛力；除了參加國際性展覽外，也可以主動辦理採購洽談會，邀請當地重要進口業者及通路商，由臺灣供應商向潛在的買家介紹特色商品或加工技術，媒合採購商機。業已洽請外貿協會及印尼臺灣貿易中心協助規劃，提出具體方案後可向本會研提計畫。由於進口業者才是辦理進口准證的負責單位，向進口商推介產品倘獲得青睞，就會主動辦理進口准證，因此以進口商為對象辦理採購洽談會，有其必要及意義，可有效擴大進口臺灣農產食品的採購商，有效增進外銷量值。

(五)廠商請求協助事項及後續規劃事項-希望恢復良好工廠作業規範(GMP)認證，或發函向國外說明台灣的 GMP 已轉為臺灣優良食品規範(TQF) 方可順利出口外銷：

本次參展得知，由於 GMP 驗證標章在國外推行多年，在國際間具有知名度及公信力，印尼許多食品廠商都要求台灣出口商需檢附 GMP 認證證明，惟國內因受食安風暴影響，已於 2015 年 4 月將「台灣食品 GMP 協會」更名為「台灣優良食品發展協會」(Taiwan Quality Food Association, TQF)，2015 年 6 月 GMP 微笑標章正式由經濟部移轉至 TQF 協會，爾後由 TQF 協會將負責移轉後標章督導管理，致使國內已無核發 GMP 認證標章之單位，也無法向買家提出相關認證文件，間接造成產品無法外銷。

後於 2016 年 12 月 8 日會議上碰到台灣優良食品發展協會蔡仲偉秘書長，蔡秘書長表示，確有接獲多家廠商表達相同的問題，該協會正積極洽請外交部協助向印尼、馬來西亞等國家說明，臺灣的 TQF 認證等同 GMP 認證；TQF 協會將盡力協助業者解決本項問題，並可依各家廠商遭遇的情況，個案為業者開立證明文件或說明資料，協助順暢外銷。已將本資訊轉知參展廠商代表，並請有遭遇困難的業者與 TQF 協會聯繫。

六、照片



邀請電商 BOBOBOBO 與廠商交流



拜會臺商研討進口程序等



參訪大華超市及聆聽解說



參展團員全體合照



BUM 總裁熱心推薦臺灣商品



駐印尼代表處同仁到場關心



展場洽談情形



買家對臺灣米讚不絕口
