

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書
(出國類別：其他)

隨團參加在大陸昆明舉辦之「第 14 屆中
國國際農產品交易會」出國報告

出國人員：行政院農業委員會國際處袁華興科長
漁業署陳歐泉科長
農糧署林孟克科長
國際處顏深賢科員

出國地區：中國大陸

出國期間：民國 105 年 11 月 03 日至 11 月 08 日

報告日期：民國 106 年 3 月 15 日

隨團參加在大陸昆明舉辦之「第 14 屆中國國際農產品交易會」

出國報告

目 錄

一、摘要.....	2
二、目的.....	3
三、參訪行程.....	4
四、參訪過程.....	5
五、具體建議事項.....	22

隨團參加在大陸昆明舉辦之「第 14 屆中國國際農產品交易會」

出國報告

一、摘要：

(一)中國國際農產品交易會係由中國大陸農業部主導，每年由各省市政府輪流主辦，主要目的為促進農產品貿易、推廣農業先進技術、推動國際農業交流等，平均每屆吸引 15 個國家和地區企業參展，約有 20 個國家和地區採購商參加，歷屆貿易額累計達約 4,993.53 億元人民幣。第 14 屆中國農交會在雲南省昆明市舉行，舉辦地點為昆明國際會展中心，展期自 11 月 5 日起至 11 月 8 日(共 4 天)，展場室內面積 55,000 平方公尺，室外面積 10,000 平方公尺，共有 33 個展區。此次出國行程包括隨臺灣參展團參加第 14 屆中國國際農產品交易會，並主持臺灣館之開幕儀式，另安排參訪鬥南花卉拍賣交易市場、雲南農業大學滇台特色農業產業化工程研究中心及雲南當地發展特色農業之相關農企業等。

(二)本次農交會「臺灣館」由臺灣優良農產品發展協會徵選組團參加，臺灣參展廠商共有壽米屋有限公司(白米)、信義鄉農會(青梅加工品)、梓官區漁會(石斑魚、水產加工品)、台灣精果公司(臺灣水果)、福記冷凍公司(鐵蛋、粥品)、得意中華公司(秋刀魚、滷味)、味一食品公司(魚鬆)、新力香食品公司(魚鬆)及太允國際公司(果膏、風味糖漿)等 9 家廠商參加，參展品項計約 25 項、60 多種商品，最吸引注目的是臺灣米、水果、石斑魚及各式水產加工品，臺灣館觀展採購商及民眾達約 10 萬人，現場販售金額為新臺幣 96 萬元，後續接洽訂單預估金額為新臺幣 1,000 萬元，參展成績豐碩。

(三)昆明鬥南國際花卉產業園區規劃總面積 1,020 畝，分三期開發，目前已興建完成一期花花世界，占地共 286 畝。昆明鬥南花卉市場電子交易中心，即位於園區一期花花世界內，產銷營運模式係由花農每天清晨採收鮮花送到 6 個主要集貨據點進行分級與包裝，並由該中心安排花卉物流配送專車運回市場交易，交易品項僅玫瑰、百合、非洲菊、繡球花、洋桔梗及滿天星等六大品項，餘品項交易模式為議價(對價)交易為主，據該中心每天統計資料，3 個小時拍賣鮮切花枝數超過百萬枝交易量，顯示拍賣交易漸具規模。拍賣市場營運主體係採公司組織運作，由農民及承銷業者共同組成，並透過中心交易平臺向供銷雙方各收取 5%之手續費，該中心採用荷蘭式拍賣交易，目前設置 3 口拍賣鐘，提供約 306 個人承銷座位，自 104 年 12 月 24 日啟用，並開始進行拍賣。

- (四)雲南農業大學創辦於 1938 年，是一所以農業為主、同時並發展與農業結合之工、商、文、法及教育等之多元大學，為雲南省屬重點大學之一。校地面積約 250 萬平方公尺，學生數約 2 萬多名，正式教職員共 1,848 人，其中教授與副教授約 700 餘人，設有 20 多所學院(包含 6 所國家級特色學院，如普洱茶學院、菸草學院及熱帶作物學院等)，專業系所分科約 70 個，為教學與科研並重之學校。
- (五)雲南省為中國大陸最著名的優質菸葉產區，其海拔 1,700 公尺、微酸性紅土壤環境，為世界公認適宜優質烤菸之四大種植區域(北(南)回歸線、海拔 1,800 公尺、向陽緩坡及弱酸性紅壤)之一，菸葉年產量 10 億公斤，占全中國總產量 40%以上(中國烤菸生產量占全世界 50%以上)，而印象菸莊石林園正是建構於石林台灣農民創業園區內之這片土地上，計有綠色菸葉種植區 80 萬平方公尺、植物香、原料種植區 40 萬平方公尺及企業文化展示廳、捲菸印象工坊與生態餐廳等，為品牌綜合效應之高端菸莊。
- (六)雲南下關沱茶（集團）股份有限公司的前身為雲南省下關茶廠，始建於 1941 年，是中國大陸西南地區建廠較早、規模較大的茶葉加工企業，也是馳名中外的「雲南下關沱茶」的發源地。企業總資產已達到億元以上，產品包括各種緊壓茶、綠茶、特種茶、袋泡茶等共四大類、近 200 個品項，銷售區域已從境內 20 多個省市拓展到歐盟、美國、日本、港澳臺等地區。

二、目的：

- (一)本會以「立足臺灣、佈局全球」為目標，積極開拓農產品外銷國際市場，其中在中國大陸方面受惠於兩岸開放直航、簽署農產品檢疫檢驗合作協議等政策利多，並於強化推廣臺灣農產品拓銷中國大陸下，中國大陸已成為臺灣農產品外銷第一大市場。
- (二)中國國際農產品交易會(以下簡稱中國農交會)係由中國大陸農業部主導，每年由各省市政府輪流主辦，主要目的為促進農產品貿易、推廣農業先進技術、推動國際農業交流等，平均每屆吸引15個國家和地區企業參展，約有20個國家和地區採購商參加，歷屆貿易額累計達約4,993.53億元人民幣。第14屆中國農交會有別以往在中國大陸沿海城市舉辦，本年特別於其內陸都市-昆明舉行，舉辦地點為昆明國際會展中心，展期自11月5日起至11月8日(共4天)，展場室內面積55,000平方公尺，室外面積10,000平方公尺，設

有省級展區、國際展區、農村金融服務創新、農產品地理標誌、漁業、畜牧、種業、雙創（包括農業電商）、休閒農業等33個展區。

(三)本會補助財團法人臺灣優良農產品發展協會（以下簡稱CAS協會）規劃設置臺灣展區並組團參展，計有9家產品具外銷潛力(包含以零售用或業務用通路為對象)，且已具備正式輸銷中國大陸地區之農漁畜業者參加，展區面積共計252平方公尺。

(四)財團法人農村發展基金會暨CAS協會此次組團赴昆明，除參加中國農交會外，並安排參訪大陸重要農企業，本會派員隨團參加，俾瞭解我國農產品(特別是梓官漁會準備之冷凍石斑魚切片)於中國大陸內陸城市之市場推廣及接受情形，並瞭解當地特色農業及臺灣農民創業園等之發展情形。

三、參訪行程

日期	行程/地點
11/03(四) 第一天	去程，桃園中正機場－中國大陸昆明長水機場
11/04(五) 第二天	1.參訪中國大陸昆明石林臺灣農民創業園 2.參訪中國大陸昆明鬥南花卉拍賣交易市場
11/05(六) 第三天	1.參觀「第14屆中國國際農產品交易會」，並出席臺灣展區開幕典禮 2.參訪雲南農業大學滇台特色農業產業化工程研究中心
11/06(日) 第四天	1.參訪鄧川蝶泉乳業公司暨其有機示範牧場 2.參訪雲南大理洱寶實業有限公司(青梅加工)
11/07(一) 第五天	參訪雲南下關沱茶(集團)股份有限公司
11/08(二) 第六天	回程，中國大陸昆明長水機場－桃園中正機場

四、參訪過程

(一) 第十四屆中國國際農產品交易會

第 14 屆中國農交會於 105 年 11 月 5 日至 8 日假中國大陸雲南省昆明市「雲南昆明國際會展中心」舉行，本屆農交會室內展覽面積 55,000 平方米，室外展覽面積 10,000 平方米。展區設有 33 個省級展區（含新疆兵團）、國際展區和扶貧、農村金融服務創新、農產品地理標誌、農墾、農藥、漁業、畜牧、土傳病蟲害防控、種業、雙創（包括農業電商）、休閒農業等專業展區以及銷售區等 33 個展區。

本屆中國農交會有別於以往於中國大陸沿海城市舉辦，105 年特別於其內陸都市-昆明舉行。本次參展，CAS 協會規劃以 CAS 台灣優良農產品、2016 臺北食品展臺灣館十大創新產品、TGA 農業品牌精品及臺灣產製之優良農產品等為臺灣展區之展示主題，並邀集壽米屋有限公司(白米)、信義鄉農會(青梅加工品)、梓官區漁會(石斑魚、水產加工品)、台灣精果公司(臺灣水果)、福記冷凍公司(鐵蛋、粥品)、得意中華公司(秋刀魚、滷味)、味一食品公司(魚鬆)、新力香食品公司(魚鬆)及太允國際公司(果膏、風味糖漿)等 9 家臺灣優良農產品經營業者組團參展，其中特別針對該內陸市場準備我國石斑魚與各種水產加工品，希能藉此瞭解當地市場口味偏好及水產品於當地之接受程度，除持續深化我國農產品於中國大陸消費者之正面印象外，並能有效拓展中國大陸市場。

本次臺灣展區位於「雲南昆明國際會展中心」第 3 會館，屬大會少數的觀展主動線之一，臺灣展區恰位於第 3 會館入口處，CAS 協會利用入口空間規劃臺灣館之開幕儀式，以臺灣獨特之電音三太子表演進行開場，一開始便將人潮匯聚於臺灣館前，在熱鬧的氣氛下，由農村發展基金會胡興華董事長、本會國際處袁華興科長、CAS 協會吳天賜常務董事及中國大陸農業部貴賓等人剪綵。臺灣館以封閉性空間進行規劃，俾與周遭中國大陸農民創業園區區隔，隧道式的設計，輔以臺灣特色意象及參展產品的上空投影，讓觀展者彷彿穿越似的來到臺灣館，通道上以 CAS 臺灣優良農產品、2016 臺北食品展臺灣館十大創新產品、TGA 農業品牌精品及臺灣產製之優良農產品進行展示與介紹，讓觀展者瞭解臺灣在產品安全、創新以及品牌形象上之努力，同時讓他們知道臺灣農產品是值得選擇的選項。

本次 9 家廠商參展計約 25 品項、60 多種商品，最吸引注目的是臺灣米、水果、石斑魚及各式水產加工品，臺灣館觀展採購商及民眾達約 10 萬人，現場販售金額為新臺幣 96 萬元，後續接洽訂單預估金額為新臺幣 1,000 萬元，參展成績豐碩。

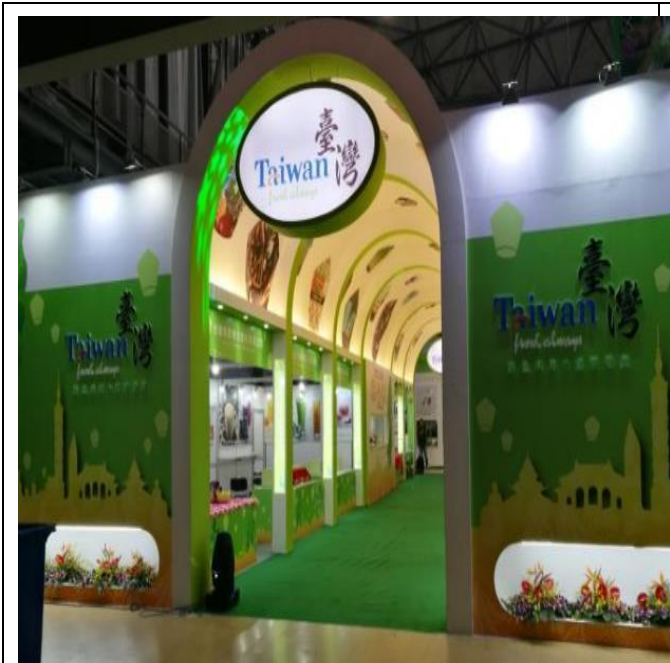


圖 1 臺灣館迎賓入口



圖 2 CAS 臺灣優良農產品、2016 十大創新產品、TGA 商品展示區



圖 3 開場電音三太子表演



圖 4 剪綵儀式



圖 5 臺灣館觀展人潮



圖 6 展會實況

(二)參訪昆明鬥南花卉拍賣交易市場

1.營運現況

昆明鬥南國際花卉產業園區規劃總面積 1,020 畝，分三期開發，目前已興建完成一期花花世界，占地共 286 畝，總建築面積 23 萬平方公尺。昆明鬥南花卉市場電子交易中心，即位於園區一期花花世界內，每天都有上百萬枝花卉在該中心完成交易後，即轉運各地。目前產銷營運模式係由花農於每天清晨採收鮮花送到 6 個主要集貨據點進行分級與包裝，並由該中心安排花卉物流配送專車運回市場交易，工作人員將花卉名稱、等級、長度及拍攝圖片等資料輸入電腦系統後，進入待拍區等待交易。

該市場營運主體係採公司組織運作，據孫董事長鑫表示，公司係由農民及承銷業者共同組成，由中心交易平臺係向供銷雙方各收取 5%之手續費，該中心採用荷蘭式拍賣交易，目前設置 3 口拍賣鐘，提供約 306 個人承銷座位，自去(104)年 12 月 24 日開拍以來，運營穩定，交易量逐月成長，供貨品項及種類多元。該中心正式開拍花卉迄今雖未滿一年，經由電子化交易及標準作業流程等管理技術導入，該市場去年交易量達 57.2 億枝數及交易金額達 42.9 億人民幣(如表 1)，創下該市場營運高峰。

目前該中心採電腦拍賣之品項，係以該地區生產之玫瑰、百合、非洲菊、繡球花、洋桔梗及滿天星等六大品項，餘品項交易模式為議價(對價)交易為主，據該中心每天統

計資料，3 個小時拍賣鮮切花枝數超過百萬枝交易量，顯示拍賣交易漸具規模，決價效率逐步提升，有效吸引更多農民及業者加入交易體系，帶動花卉產業進一步發展。(如圖 7-圖 10)

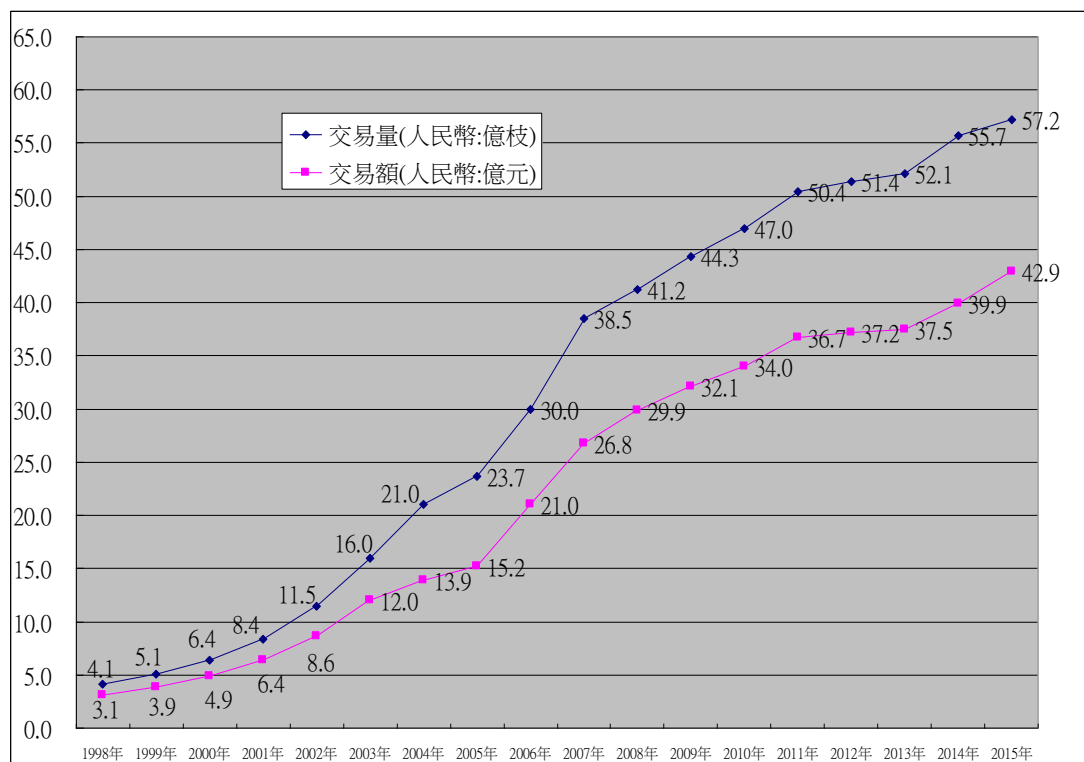


表 1:昆明鬥南花卉市場自 1998 年-2015 年交易量及金額統計圖



圖 7 中國大陸雲南省昆明鬥南花卉市場入口

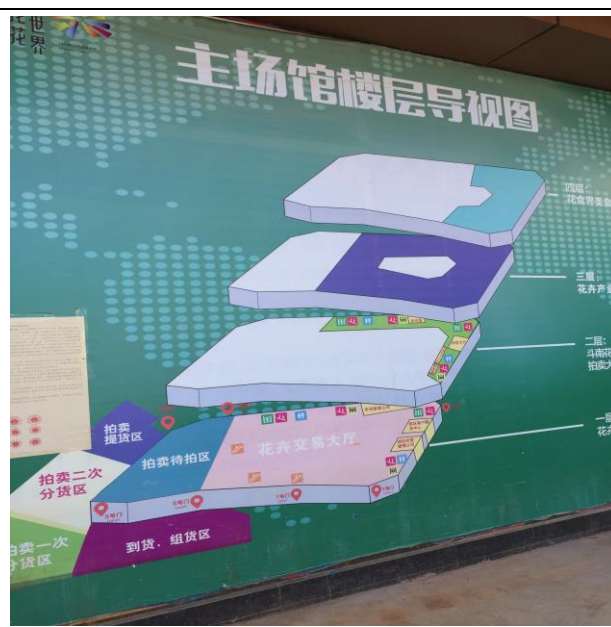


圖 8 中國大陸雲南省昆明鬥南花卉市場配置圖



圖 9 昆明鬥南花卉市場拍賣分級作業區



圖 10 孫董事長鑫介紹花卉拍賣分級作業方式

2. 產業及市場策略

(1) 整合花卉產業供應鏈

加強建設中心市場，開放品牌加盟，整合前端種球、種苗等農業資材，結合現代化物流技術，發展物流區域中心建立完善種植包裝及運輸冷藏保鮮作業標準，並建置冷藏、倉儲及加工等設備、包裝場域、質量檢驗(測)中心，提供完善推廣服務體系，拓展多元運銷通路。

(2) 逐步開展創新交易模式

建立花卉分級交易標準及採用電子結算，擴充拍賣電腦裝置規模，同時推展中長期訂貨交易方式及發展電子商務交易模式，持續強化市場資訊，並推動花卉拍賣物流配送及監控等資訊系統，利用微信(WeChat)行動商務平臺，建構建花卉電子訊息互動平臺，提供產銷各界及時資訊服務，形成大陸花卉價格之指標市場(如圖 11-圖 14)。

(3) 產學合作科技研發

與大學科研機構密切合作，吸引國內外知名花卉企業進駐，建立花卉科技支援平臺，帶動花卉科技進展，提高花卉品質和商業價值，提升參與國際市場競爭能力，縮小與荷蘭及日本等已開發國家之差距。

(4) 結合會展擴展商機

以市場電子交易中心為核心，連接花卉種植基地及花卉銷售終端，發展文化旅遊，

並打造國內及泛亞地區花卉文化旅遊線。發展國際精品花卉會展交易中心，舉辦泛亞國際花卉展及農業博覽會，建構東南亞及南亞之農業特色會展貿易平臺，增進花卉產業交流與合作。

(5) 導入現代金融服務

建立完善與金融機構合作機制及服務平臺，方便花卉企業、花商及花農等花卉供應鏈體系取得資金投入，滿足拓展營運之資金需求，吸引資本市場投向花卉產業。



圖 11 昆明鬥南花卉市場電子交易中心簡介

圖 12 電子交易中心拍賣鐘及競價器



圖 13 電子交易中心拍賣作業方式介紹(一)

圖 14 電子交易中心拍賣作業方式介紹(二)

3.發展願景

中國大陸為因應國內花卉市場日益蓬勃發展及拓展東協十國商機，已規劃第二期拍賣大廳興建工程，將規劃 7 個拍賣鐘，提供 700 個以上承銷人拍賣坐席，並逐步規劃採行遠端拍賣、線上、零售端標準化，建構花卉期貨交易模式。未來將持續加強鮮切花拍賣外，拍賣 2 廳規劃將增加綠植、盆花等拍賣交易。

為帶動花卉產業永續發展，將生活花藝向下紮根，並透過土地綜合開發之效益，及結合當地文化藝術、紅木藝術、兒童主題樂園、休閒娛樂、主題旅業、特色餐飲、創意工坊等多元業態經營，塑造雲南昆明花卉文化創意產業園。

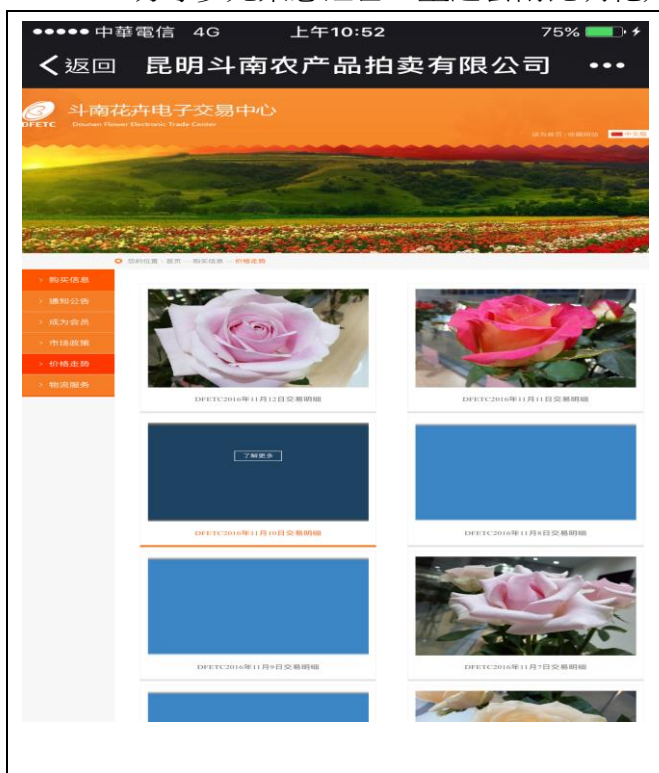


圖 15 昆明鬥南市場透過微訊提供會員資訊(一)



圖 16 昆明鬥南市場透過微訊提供會員資訊(二)

中華電信 下午10:05 90%

斗南花卉



1. 终端花店增长
云南鲜花可以说是影响了整个中国的花店业。今年终端花店的数量增多，新开花店的增长量在9.8%左右，带动进货需求量每天都有增长；

2. 情人节预热已到
大家都想靠情人节大赚一把，但节日货源问题是难题，这个时候大基地也好，花农也罢，都在忙于清桩，说简单点就是老的花苗全部剔除掉，种植新苗算好上市采收时间，好搭上情人节这趟高价快车。毕竟辛辛苦苦一年更多期望寄托于情人节了。导致市场供货量大幅下滑，供不应求，品质较差。但供货量下滑的这段时

圖 17 昆明鬥南市場透過微訊提供會員資訊(三)

中華電信 4G 上午10:33 48%

斗南花卉

2016年11月12日价格参考				
名称	A	B	C	D
	均价	均价	均价	均价
卡罗拉	52	42	36	28
黑魔术	46	45	31	17
影星	40	31	22	12
雪山	44	30	19	11
蜜桃雪山	43	39	24	13
糖果雪山	44	36	31	17
粉红雪山	49	38	29	16
桃红雪山	43	33	28	15
水蜜桃	31	20	21	11
苏醒	44	29	21	12
粉佳人	31	26	19	10
冷美人	34	30	22	12
大桃红	27	23	20	11
芬得拉	49	36	22	12

圖 18 昆明鬥南市場透過微訊提供會員資訊(四)

(三)參訪雲南農業大學滇台特色農業產業化工程研究中心

本次參訪由雲南農業大學孫海清副校長率食品科學技術學院龔加順院長、動物科學技術學院段剛院長及滇台中心張應華常務副主任等人接待，並進行交流座談。雲南農業大學創辦於 1938 年，是一所以農業為主、同時並發展與農業結合之工、商、文、法及教育等之多元大學，為雲南省屬重點大學之一。校地面積約 250 萬平方公尺，學生數約 2 萬多名，正式教職員共 1,848 人，其中教授與副教授約 700 餘人，設有 20 多所學院(包含 6 所國家級特色學院，如普洱茶學院、菸草學院及熱帶作物學院等)，專業系所分科約 70 個，為教學與科研並重之學校。基於「農業脫貧」之社會責任，雲南農業大學注重學生專業學科與職業運用之訓練，並建立與產業間之相關重點技術創新平臺，因此該校畢業生極受雲南當地企業歡迎。

雲南省滇台特色農業產業化工程研究中心成立於 2012 年 9 月，中心憑藉雲南農業大學在特色農業領域之優勢，針對雲南特色農產業研發之關鍵技術問題，聯合臺灣與雲南兩地之農業研究、推廣及企業的力量，研發特色農業技術與應用，並建立農企業與生產者的技術服務平臺，以成就雲南在地之花卉、藥材、蔬菜、水果、菇菌、茶業、菸草及咖啡等之產業發展，並促進兩岸學術交流與合作及經濟發展。其重點學科為植物病理學、園藝學及食品科學等，與臺灣合作之大學有臺灣大學、中興大學、屏東科技大學等，企業方面則有臺北市生物

產業協會、昆明統一生物科技(股)公司、雲南國巨食品有限公司及台麗國際集團等，每年合作出口到臺灣的農產品有食用菌、茶業及咖啡等。雲南挾低緯高原之地理優勢、多樣化之生態優勢、豐富之資源優勢及邊境之區位優勢等，滇台特色農業產業化工程研究中心已逐漸發展成為特色農業暨生物技術產業優化之兩岸服務平臺。



圖 19 與雲南農業大學座談及交流(一)



圖 20 與雲南農業大學座談及交流(二)



圖 21 參訪滇台特色農業產業化工程研究中心



圖 22 臺灣企業投資雲南簡介

(四)昆明農企業參訪

本次除了隨同臺灣展區參展團參加第 14 屆中國國際農產品交易會，並出席臺灣館開幕典禮外，另安排參訪鬥南花卉拍賣交易市場、雲南農業大學暨滇台特色農業產業化工程研究中心及雲南昆明與大理具代表性之農企業，該農企業有石林台創園內之石林耀奇農產品開發有限公司與紅雲紅河集團印象菸莊、蝶泉乳業公司暨其有機示範牧場、洱寶實業公司及雲南下關沱茶(集團)股份有限公司等，對雲南發展當地的特色農業及臺商投入創業情況，得以更深入的觀察與瞭解。茲就參訪之各農企業分別摘要說明如下：

1.石林耀奇香草谷農產品開發有限公司(石林台創園)

耀奇香草谷位於石林台灣農民創業園區內，土地面積約 200 萬平方公尺，為芳香植物之種植基地，該公司成立於 2009 年，專業技術人員計 22 人，其他職工約 60 人，經營者王耀進先生為臺商，其借鏡臺灣精緻農業的生產與運作模式，結合當地特色農業環境與科研技術合作，專門生產高原特色芳香植物香料及其萃取之精油或原液，開發之品項種類有大馬士革玫瑰、法國墨紅玫瑰、薰衣草、迷迭香、羅勒、紫蘇、百里香、香葉天竺葵、美國薄荷、香茅草及管峰香草等近百種。

近年來，耀奇香草谷農產品開發有限公司通過技術開發與多方異業合作，發展為「公司+科研院所+基地+農戶」經營模式，經營範圍擴及芳香植物種苗繁育、栽培種植及多元加工(香草茶、香草枕頭、美容保養粧護等)、觀光休閒體驗及芳香養生度假等，以芳香植物為主題，提供養生食用、美容保養、休閒觀光等全面性服務。



圖 23 耀奇香草谷公司人員現場導覽



圖 24 養生舒壓服務(未來將提供)之現場說明



圖 25 耀奇香草谷公司產品暨服務之簡介



圖 26 耀奇香草谷公司產品展示

2.紅雲紅河集團印象菸莊(石林台創園)

紅雲紅河菸草有限責任公司(以下簡稱紅雲紅河集團)成立於 2008 年 11 月 8 日，下設昆明、紅河、曲靖、會澤、新疆及烏蘭浩特等 6 間捲菸生產廠，另分別控股山西昆明菸草有限責任公司與內蒙古昆明菸草有限責任公司，員工總計約 10,000 餘名。2015 年，集團資產總額為 841 億元人民幣，生產捲菸 536 萬箱，「雲菸」品牌銷售 385 萬箱，

總營業額高達 1,143 億元人民幣，為中國大陸菸草事業之代表性企業。

借鏡歐美葡萄酒莊運作之成功經驗，紅雲紅河集團於 2010 年開始，於該公司核心原料基地選擇最佳生態區域，分別於石林、紅河、曲靖、騰衝、巍山等設有集團「印象菸莊」五座，主要為突顯紅花大金元品種原產地之生態特性(石林園)、北回歸線中低海拔之生態特性(紅河)、潔淨無污染之珠江源頭生態特性(曲靖)、亞熱帶火山灰土壤區域之生態特性(騰衝)及山澗盆地之調和光度、溫度、水質生態特性(巍山)，依託豐富生態優勢環境，搭配特色烤菸品種，打造高端捲菸品牌與企業文化，提升市場競爭力與企業形象。

雲南省為中國大陸最著名的優質菸葉產區，其海拔 1,700 公尺、微酸性紅土壤環境，為世界公認適宜優質烤菸之四大種植區域(北(南)回歸線、海拔 1,800 公尺、向陽緩坡及弱酸性紅壤)之一，菸葉年產量 10 億公斤，占全中國總產量 40% 以上(中國烤菸生產量占全世界 50% 以上)，而印象菸莊石林園正是建構於石林台灣農民創業園區內之這片土地上，計有綠色菸葉種植區 80 萬平方公尺、植物香、原料種植區 40 萬平方公尺及企業文化展示廳、捲菸印象工坊與生態餐廳等，為品牌綜合效應之高端菸莊。

紅花大金元品種原名路美邑菸，因花色深紅得名，是 1962 年由雲南省昆明市路美邑村的菸農從美國引進種植之品種變異，後經雲南菸草科學研究所培育成穩定之正式品種。1986 年通過中國大陸全國菸草品種審定，曾是其全國主要栽培品種，現則為該國家菸草專賣局認定之全國二大特殊品種之一，只在雲南及四川仍有大面積種植。該品種在雲南種植已超過 50 年，是全世界種植最悠久的烤菸品種，其香氣細膩優雅，中國大陸境內現階段之主栽培品種，尚無超過紅花大金元之品種，屬高端捲菸配方之必要原料，紅雲紅河集團是中國大陸紅花大金元品種每年生產最多的企業，共 6,000 萬公斤；惟該品種仍為紅雲紅河集團生產品項之第二名，僅次於 K326 品種。



圖 27 參訪雲菸印象菸莊



圖 28 菸莊人員說明菸草之橡木桶調香作業



圖 29 香料植物牆導覽與體驗



圖 30 自製捲菸體驗

3.鄧川蝶泉乳業公司暨其有機示範牧場

鄧川蝶泉乳業公司創建於 1956 年，前身為洱源縣鄧川奶粉廠，經中國大陸新希望集團投資後更名之，公司資本額 9,280 萬元人民幣，2015 年產量達 6.3 萬噸，營業額為 63,970 萬元人民幣，出口外匯 425 萬美元。公司員工計有 662 人，其中專業技術人員有 221 人(包含品管檢測人員 61 名)。，具有通過 ISO9001 品質管理及 HACCP 食品安全管理等驗證之 13 條乳品加工生產線，日處理鮮奶量 600 噸，產品包括液態奶、奶粉及調味奶等三大系列、共計 70 格品項商品，商品供應遍及其國內各地，外銷上亦售至東南亞各國，該公司商標已分別在緬甸、越南、老撾及柬埔寨等國家完成註冊。

蝶泉有機示範牧場則建於 2011 年，距離公司約 10 公里，占地約 8 萬平方公尺，現場員工為 54 人，飼養規模為 1,500 頭，另於 2012 年從澳大利亞引進後備牛 500 頭，總建築面積為 2 萬平方公尺，其中包含成牛牛舍 2 棟、產房 1 棟、青年牛舍 1 棟、育成牛舍 1 棟及仔牛舍 1 棟等，另有先進自動化擠奶設備廠房 1 間及 3,000 平方公尺的青稞玉米儲窖 3 座(年收購量為 10,000 噸青稞玉米)，日產鮮奶約 20 噸、全年約 7,000 噸；公司另租賃附近 17.5 萬平方公尺土地作為牧草種植示範基地及奶源基地，基地寄欄乳牛約 50,000 頭，帶動周遭 2.5 萬戶農民養牛營生，蝶泉公司每年支付乳款達 1.5 億元人民幣，促進地方酪農業之快速發展，本土化策略使得該公司員工 98% 為大理當地居民，年支付薪資超過 2,200 萬元人民幣。公司的快速發展連帶影響當地物流業與餐飲業之發展，著實發揮推動地方經濟效益之功能與貢獻。

蝶泉牧場另發展沼氣發電系統，沼氣工作站占地約 6,200 平方公尺，包含預處理系統、沼氣生產系統、沼氣淨化與儲存系統、沼渣沼液利用系統及附屬設施。年產沼氣 25.55 萬立方公尺，其中 350 立方公尺用於為週邊 230 戶農戶生活用電，100 立方米用於熱水鍋爐，剩餘 250 立方米用於沼氣發電。日發電約 390 千瓦(年發電量約 14.1 萬千瓦)。其餘乾濕牛糞全部出售給有機肥料場加工有機肥料，牛糞利用率達 98%。沼液無償提供給牧場週邊農戶用於灌溉土地。藉由沼氣生產做燃料與發電，液態及固態之有機肥料運用，實現資源循環再利用，創造良好之經濟、社會與生態之效益。

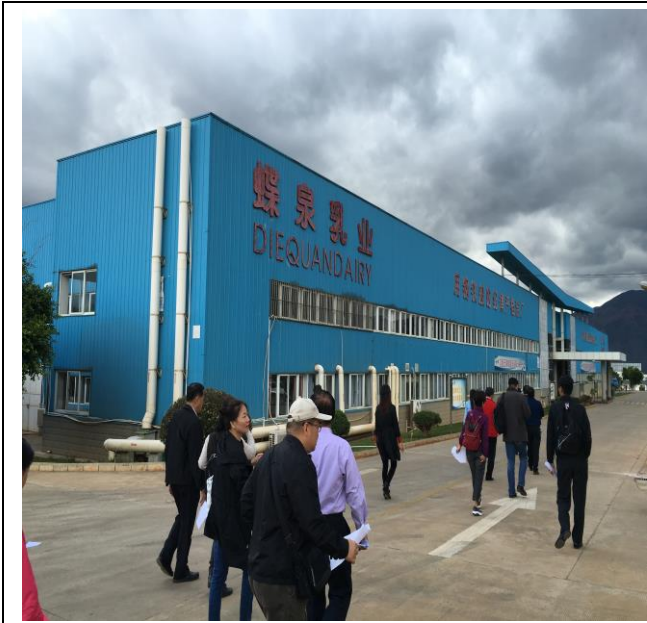


圖 31 參訪蝶泉乳業公司



圖 32 蝶泉乳業公司之作業生產線情形



圖 33 與蝶泉公司代表座談



圖 34 參訪蝶泉有機示範牧場



圖 35 蝶泉牧場長導覽說明

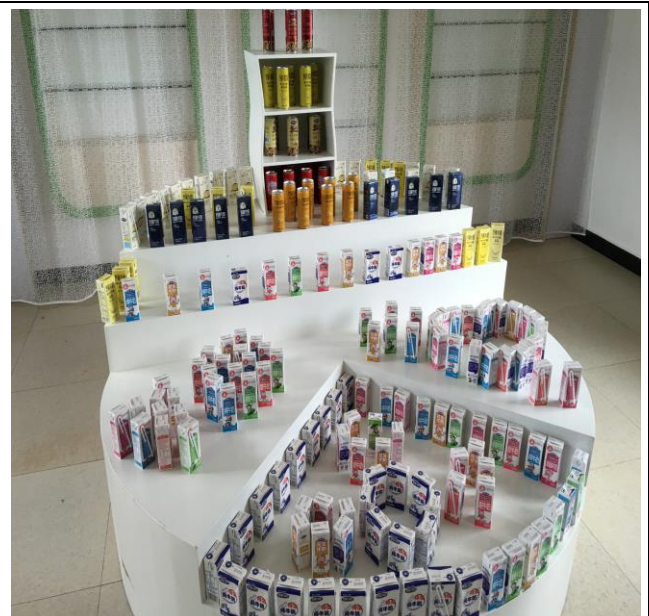


圖 36 蝶泉乳業公司的各項產品

4.雲南大理洱寶實業有限公司(青梅加工)

大理洱源素有「中國梅子之鄉」稱呼，洱源梅子更是被中國大陸列為地理標誌產品以為保護原產地，雲南大理洱寶實業有限公司成立於 1995 年，創辦人李協鼎原從事供銷體系，為供銷社職工，服務 24 年，期間對於梅樹的種植與梅子的加工進行長期的鑽研，基於對梅鄉的熱愛與農民的關心，遂成立「公司+生產基地+農戶+自主創新」之新型農林產業發展公司—洱寶實業公司，長期與大專院校、科研院及當地農戶進行產學合作，開展企業輔助農業生產之效應。

洱寶實業公司建有梅子加工生產基地約 2,400 平方公尺，核桃加工生產基地約 700 平方公尺，共有 1 座生產廠及 2 座加工廠，另有配合之生產農地 85,000 平方公尺，正式長期雇用員工 485 人，季節性用工將擴增至 600-800 人，主要利用當地盛產之梅子、木瓜及核桃等，研發話梅、雕梅、脆梅、梅醋、梅酒、梅子糕點、木瓜汁、木瓜糕點、核桃乳等多達 150 項商品，並將大理南詔千年傳統工藝「雕梅」透過梅子文化的推廣與宣傳，傳遞至全國各地，同時也將梅子商品推向全國市場，為洱源梅子產業的發展與梅子文化的傳承，做出極大的貢獻。



圖 37 洱寶實業公司之梅樹種源區

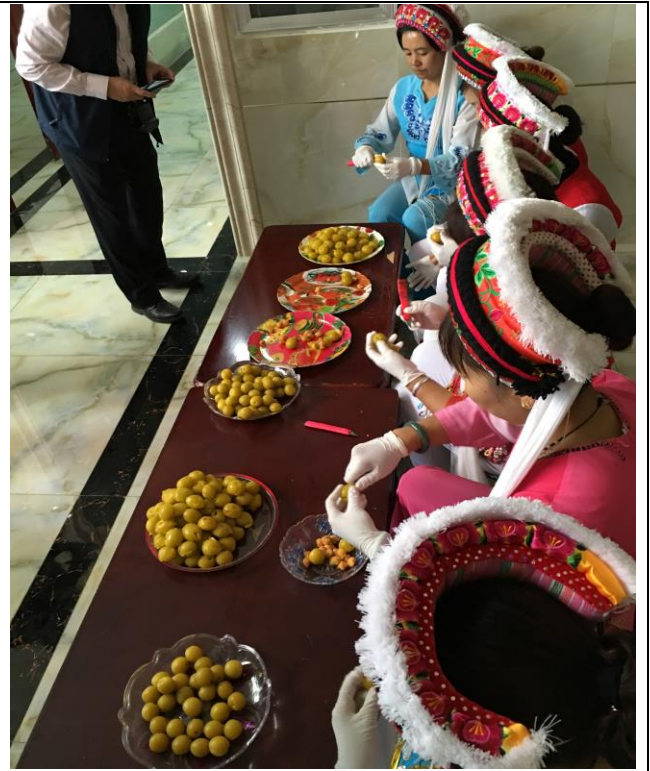


圖 38 洱源南詔傳統工藝「雕梅」



圖 39 洱寶實業公司之影片簡介



圖 40 洱寶實業公司之作業生產線(共 3 條)情形

5.雲南下關沱茶(集團)股份有限公司

下關沱茶，因創始於茶馬古道中心雲南下關而得名。其品牌創設於 1902 年，至今歷經 110 餘年，中間分別出現各具代表性的商標如寶焰、松鶴、獅球、復春、鷹球、

雙虎、金鐘、雙獅滾球、地球等，下關茶廠成立後，1951 年 9 月中國茶業總公司通知一律使用「中茶」商標，直至 1990 年才結束使用。鑒於商標的使用有助於企業的識別，因此雲南下關沱茶(集團)股份有限公司除原有的寶焰、松鶴、七子等 36 個歷史性商標外，新登記「下關」商標(圖 41)以為商品競爭之識別。

雲南下關沱茶(集團)股份有限公司的前身為雲南省下關茶廠，始建於 1941 年，是中國大陸西南地區建廠較早、規模較大的茶葉加工企業，也是馳名中外的「雲南下關沱茶」的發源地。企業總資產已達到億元以上，產品包括各種緊壓茶、綠茶、特種茶、袋泡茶等共四大類、近 200 個品項，銷售區域已從境內 20 多個省市拓展到歐盟、美國、日本、港澳臺等地區。110 餘年發展至今，無論從商品累計生產量或累計消費量，均堪稱中國大陸普洱茶企業之首，相對特殊成果亦有致贈十世與十一世班禪之禮茶，藉由滇茶銷藏，解決青康藏高原地區畜肉之腥、青稞之熱之飲食消解問題，為藏民供佛、生活不可或缺之必需品，甚至被當成貨幣使用。



圖 41 下關沱茶現在使用之商標



圖 42 下關沱茶文物解說

五、具體建議事項

(一)臺灣農產品對雲南消費者來說，推廣試吃產品，口味上頗受當地民眾認同(註：當地菜餚料理少用糖)。由於臺灣產品食品標示清楚，特別也有食用說明，接近六成民眾會詢問是否有質量保證並詢問產品保存期限、成分等問題，產品或文宣有 QR Code 時會掃描，

以了解產品相關資訊，現場民眾再經由試吃後，均對於臺灣生產製造產品品質相當覺得安全有保障，各參展廠商均受到當地電商業者及禮贈品業者之詢問，且後續採購意願度也很高。故對於中國國際農產品交易會，建議政府應持續支持業者組團參加，以擴大臺灣農產品之展售效益，並強化臺灣優良農產品於中國大陸之形象宣傳。

(二)這次臺灣展館特別展售石斑魚全魚、冷凍切片及冷凍加工產品，並以簡單烹調方式讓民眾試吃，民眾對於石斑魚肉質細緻、無土味及其味道鮮美非常青睞，均對臺灣石斑魚品質印象深刻，且詢問度極高。根據現場所作口味調查分析，臺灣之調味相對偏淡，但因目前內地民眾對於產品之健康訴求，是作為選擇產品上一個新的潮流，因此相較於內陸偏鹹、偏辣之飲食習慣，進而臺灣產品與食用習慣是相對健康安全的選擇。故建議我國石斑魚可以冷凍切片與加工形式，搭配健康調味與適宜之烹飪教學，拓銷中國大陸內陸市場，應該會有不錯效果。

(三)我們發現中國大陸昆明鬥南花卉市場電子交易中心，用不到 8 個月時間，花卉交易枝數，每天交易量從無到有，快速增加至 100 萬枝，並逐年完成建置花卉拍賣、電子結算、行動商務、現代物流之綜合交易服務平臺。另該中心為積極開拓國際市場，陸續承辦第 11 屆昆明泛亞國際農業博覽會鬥南分會場、第 16 屆昆明國際花卉展和昆明盆景精品邀請展暨雲南賞石根藝展。我們發現規劃單位，適度結合「十三五」及「一帶一路」之中國大陸國家政策，積極建設發展成為南亞及東南亞市場之花卉交易樞紐中心。綜上，花卉產業鏈發展之成功關鍵，在於整合當地花卉生產優勢，建立效率產銷雙方交易平臺，制訂良好之分級標準，引導花卉產業快速升級，以利拓展國際市場及多元銷售管道。中國大陸在花卉市場跨域整合，及與異業結盟之發展經驗，可作為花卉產業單位拓展新興市場之重要參考。

(四)這次參訪雲南各農企業發現其水平都非常高，且跨域發展非常多元，兼具照顧生產農民的產業發展模式，正是我國農政單位時刻強調的產業鏈發展，顯示中國大陸之農業水準正快速的跳躍發展，其成果正可藉由每次參加中國國際農產品交易會，去觀察中國大陸之其他省分展區，而強烈地有所感受。長期以來，我們普遍認為中國大陸農產品的品質跟不上我們，但我們觀察本屆某些省分(如海南、廣西、四川等)之同質性農產品如蓮霧、芒果、橙柚及果干加工品等，毫不遜色於我們的產品，我們應該省思並有所警惕，持續優化並提升我們的農業生產水準與品質。