

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)

參訪新加坡通路出國報告

出國人員：行政院農業委員會國際處陳俊言處長、張予馨技正
出國地區：新加坡
出國期間：中華民國 105 年 11 月 13 日至 16 日
報告日期：中華民國 106 年 3 月 20 日

參訪新加坡通路出國報告

目 錄

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

參訪新加坡通路出國報告

一、摘要：

- (一)新加坡為我國農產品重要出口市場，為擴大我國農產品出口新加坡，並配合新南向政策布局東南亞國家，行政院農業委員會派員赴新加坡拜會主要通路、進口商、物流業者及電子商務等相關業者，瞭解深耕既有通路及開拓新興通路之可能性。
- (二)新加坡既有之超市通路對臺灣生鮮蔬果等農產品並不陌生，但要求我國必須穩定供貨，並以日本農產品經營新加坡市場為例，指出日本農產品致力於供貨穩定不間斷，有利超市通路規劃上架空間及銷售計畫，期望臺灣供應商可以擬訂全年供貨計畫，俾利通路銷售。
- (三)新加坡超市建議可循 105 年 7 月本會輔導新北市農會辦理「臺灣農產品節」之通路行銷活動方式，整合相關縣市政府與單位，擴大辦理行銷活動，增加曝光效果及活動效益。
- (四)電子商務已是通路的主流之一，惟發展生鮮農產品之電子商務需有完善的物流系統支持，若是跨境電商，所涉及的層面及限制因素更多；因應國際貿易的發展，新加坡物流業者跨域提供物流、倉儲系統及行銷策劃等整合性業務，或許是未來臺灣農產品開拓新興市場或通路可合作對象之一。

二、目的：

為擴大我國農產品出口新加坡，並配合新南向政策布局東南亞國家，行政院農業委員會派員赴新加坡拜會主要通路、進口商、物流業者及電子商務等相關業者，瞭解深耕既有通路及開拓新興通路之可能性。

三、考察行程

日期	內容
11/13(日) 第一天	去程
11/14(一) 第二天	1. 拜會職總平價合作社(NTUC Fairprice Co-operative Limited) 2. 與駐新加坡代表處經濟組及菲律賓駐新加坡經濟參事會晤 3. 參訪 Shopee Mobile Marketplace 4. 參觀 Cold Storage 及 Giant 超市
11/15 (二) 第三天	1. 拜會萬春商行私人有限公司(Ban Choon Marketing Pte Ltd.) 2. 拜會 IM Holdings 物流公司
11/16 (三) 第四天	回程

四、考察過程

(一)新加坡農產貿易情形

新加坡國土面積 714.3 平方公里，人口約 550 萬人，人均 GDP 為 55,910 美元(2015 年)。新加坡因人口密度很高，應用在農業上的土地面積非常少，農產品供給多仰賴進口，依據 International Trade Centre (ITC)統計資料，2015 年新加坡進口總額約 2,969 億美元，其中農產品進口額約 123 億美元，前 10 大進口國分別為馬來西亞(19.5 億美元)、法國(12.4 億美元)、中國大陸(10.6 億美元)、印尼(10.4 億美元)、美國(8.5 億美元)、澳大利亞(7.6 億美元)、英國(6.2 億美元)、泰國(6.0 億美元)、越南(4.5 億美元)及紐西蘭(4.3 億美元)，臺灣為其排名第 20 名之農產品進口國(1.1 億美元)。另 2015 年新加坡出口總額約 3,468.1 億美元，其中農產品出口額約 103.0 億美元，前 10 大出口國分別為越南(13.1 億美元)、馬來西亞(11.9 億美元)、日本(10.6 億美元)、澳大利亞(9.0 億美元)、泰國(7.2 億美元)、印尼(7.1 億美元)、中國大陸(5.9 億美元)、香港(5.5 億美元)、菲律賓(4.8 億美元)及臺灣(3.8 億美元)(以上摘自參加「『2016 臺

灣農產品節』暨參訪新加坡及馬來西亞通路」出國報告)。

根據我國財政部關務署統計資料，新加坡為臺灣農產品排名第 12 名之出口國，2016 年出口總量為 3.1 萬公噸，出口總值為 0.86 億美元，占臺灣農產品總出口值 46.73 億美元之 1.8%；其中農耕產品 0.63 億美元、畜產品 0.02 億美元、水產品 0.17 億美元及林產品 0.03 億美元，重要出口品項為鮑魚罐頭、酒類、冷凍旗魚、冷凍鯊魚、檳柑、菸製品、蝴蝶蘭、全發酵或部分發酵茶、冷凍鮪魚等。

(二)拜會職總平價合作社(NTUC Fairprice Co-operative Limited)

新加坡職總平價合作社是由職總工會(National Trades Union Congress, NTUC)於 1973 年建立，目標是提供廉價商品，以平穩物價。目前職總平價合作社為新加坡最大零售商，約有 200 餘家店面，店面形式包括：1. 平價超市(NTUC FairPrice Supermarkets)，超過 80 家店面，銷售品項包含生鮮蔬果及居家用品等，以符消費者日常生活所需。2. 高檔超市(FairPrice Finest)，提供消費者多樣且精緻之產品，105 年 7 月「臺灣農產品節」活動即在此類高檔超級市場辦理。3. FairPrice Xpress，與 ExxonMobil 加油站合作的便利店，此便利店的特點是空間較一般加油站便利店大，故可提供更多樣化的產品、具競爭力的價格及 24 小時的服務。4. Cheers，為 24 小時的便利商店，全新加坡超過 100 個店面。5. 線上購物網站(FairPrice Online)。6. 量販店(FairPrice Xtra)，提供的產品與服務包含電子產品、各式服飾，商品販售形式以家庭號包裝為主(以上摘自參加「『2016 臺灣農產品節』暨參訪新加坡及馬來西亞通路」出國報告)。

此次拜會新加坡職總平價合作社，向該社表達希望臺灣農產品可依循日本農產品模式，於其高檔通路(FairPrice Finest)設置展售專櫃。該社表示設置臺灣農產品展售專櫃需要就品項的選擇、供應量及齊全性等因素進行細部討論，目前所設置的日本產品專櫃係由新加坡的進口商負責產品供應與上架，職總平價合作社抽取該專櫃銷售額之 25%做為設置該專櫃的費用。

有關臺灣農產品長期穩定供貨給新加坡職總平價合作社部分，該社希望臺灣供貨商可以提供全年性可供應的產品品項及其供應期間與供應量，以利安排超市銷售空間，另應針對具特色的品項設計獨特的包裝及介紹文宣，增進消費者對該產品的認知。

該超市每年約有 15 個國家週的大型行銷活動，原則上 1 個國家 1 年辦理 1 次，建議臺灣可以參照 105 年 7 月辦理臺灣農產品節活動的方式，整合相關單位辦理通路行銷活動。

(三)與駐新加坡代表處經濟組及菲律賓駐新加坡經濟參事會晤

由我國駐新加坡代表處經濟組引介與菲律賓駐新加坡經濟參事會晤，渠表示菲律賓馬尼拉首都圈約有 1,200 萬人口，對於農產品及食品之需求很高，希望未來臺菲雙方可以更密切就農產貿易、食品加工技術進行合作與交流。

(四)參訪 Shopee Mobile Marketplace

Shopee (中文稱蝦皮拍賣)是新加坡電競遊戲集團 Garena 所設立之網路購物平臺，本次參訪地點是位於 Garena 的企業總部。Garena 創立於 2009 年，目前是東南亞最大的電競公司，員工平均年齡為 27 歲，每年舉辦 3 千至 4 千場電競比賽，事業主體是代理線上遊戲及建造線上遊戲平臺，每年產值約 10 億美元。據 Garena 公司表示，在發展遊戲平臺的過程中，該公司開發社群交友軟體 BeeTalk(雖在新加坡沒有受到普遍歡迎，但目前在緬甸為使用率第 2 之社群軟體)，另因東南亞地區許多線上玩家沒有銀行帳戶，故該公司也開發行動支付軟體 AirPay，提供用戶行動付款服務。2014 年 6 月 Garena 集團同時在臺灣、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、越南、菲律賓等 7 國推出蝦皮拍賣線上購物平臺，蝦皮拍賣運用的是手機使用介面，對使用者的訴求為免費的 C2C(Customer to Customer)平臺，會員皆可運用平臺不受時間地點的限制，進行貨品購買與販售；目前在海外尚未發展自有物流及倉儲系統，係搭配各國既有的物流系統，例如在新加坡，蝦皮拍賣搭配的物流服務是新加坡的 NinjaVan。目前在東南亞 7 國所經營的 Shopee 系統各自獨立，尚未發展跨境商務。

Garena 公司進一步表示，在新加坡蝦皮拍賣上熱賣的產品以化妝品、女性服裝、母嬰產品等為主，農產食品品項很少，因新加坡對海外郵件價值 400 元新加坡幣(以下稱新幣，SGD)之個人物品不課稅，故有少量從臺灣寄送至新加坡的小額交易。未來有關發展農產食品跨境電商，首要克服的是國際物流及倉儲部分，若從海外直送，由於運費高，宜發展高單價商品，或是未來進貨量大時，應設置海外倉儲管理系統進行進貨、儲存及配送等事宜。

(五)參觀 Cold Storage 及 Giant 超市

Cold Storage 及 Giant 是新加坡連鎖超市及量販店系統，皆屬於 Dairy Farm International Holdings 旗下事業體，Cold Storage 目前在新加坡有 44 家店，陳列擺設類似歐美國家之超級市場，販售商品也有許多來自歐美國家。Giant 屬於量販店型態有 8 家、屬超市型態有 25 家、屬小型超商型態有 28 家。此 2 超市系統所販售之蔬果及售價包括泰國產蔬果：馬鈴薯 0.75 公斤/2.25 新幣、釋迦(Custard Apple, 2 顆裝)1 公斤/5.99 新幣、芒果(Honey Mango, 3 顆裝)1 公斤/12 新幣、蓮霧(Jambu Rose Apple, 5 顆裝)1 公斤 6.99 新幣、番石榴(2 或 3 顆裝)3.8~3.99 新幣或每 100 公克 0.39 新幣、龍眼(1 公斤盒裝)6.95 新幣；馬來西亞產蓮霧(Pearl Jambu)1 公斤裝 2.5 新幣；西班牙橘子 380 克/5.8 新幣、巴西芒果(空運)1 顆 7.95 新幣、越南紅龍果 1 顆 2.25 新幣、日本奇異果(Rainbow Kiwi)1 袋 15.5 新幣、日本玉米棒(真空包裝)1 根 6.9 新幣、紐西蘭玉米棒(真空包裝)2 根 7.9 新幣、MD2 品種鳳梨 1.8 公斤 5.95 新幣。

(六)拜會萬春商行私人有限公司

萬春商行於 1988 年成立，為生鮮蔬果的進口商與分銷商，客戶包括超級市場、航空餐廚、郵輪供給、飯店、餐廳等外食產業，其主要業務之一是將生鮮蔬果進口後，分裝為零售用包裝，供給超級市場等零售通路，進口主要品項包括：菇類、莓果類、沙拉類蔬菜等，另外，每週自日本運送當季生鮮農產品，包括網紋香瓜、巨峰葡萄、水蜜桃等。為健全冷鏈物流體系，該公司自 2005 年起設立自有物流及倉儲系統，貨品到港後，確保貨品在運送過程中儲存在適當的溫層，其自有 32 部物流車及 88,000 平方呎的倉儲空間，可提供冷藏、冷凍空間及調整出貨。除了生鮮蔬果外，該公司業務範圍涵括：肉類、水產品、營養補給品、乾貨等(以上摘自參加「『2016 臺灣農產品節』暨參訪新加坡及馬來西亞通路」出國報告)。

本次拜會萬春商行，該公司表示農曆年前新加坡消費市場對臺灣椪柑之需求量大，但臺灣供應尚無法滿足需求，同時亦面臨中國柑橘的競爭。另外，臺灣香蕉外觀普遍不好，影響銷售，臺灣鳳梨則是面臨菲律賓的競爭。渠更進一步表示，日本產品雖價格高，但蔬菜可全年穩定供貨，水果則可依季節供應不同品項，通路可預先規劃上架空間及銷售計畫，希臺灣農產品應致力供貨穩定。

(七)拜會 IM Holdings 公司

IM Holdings 公司創立於 1999 年，目前主要有 3 個業務主軸：物流、倉儲系統及

行銷。在全球 15 個國家包括：澳大利亞、汶萊、印尼、馬來西亞、日本、香港、印度、韓國、臺灣、泰國、美國、越南、柬埔寨、中國等設有辦公室。IM Holdings 的物流服務包含海運及空運，倉儲系統可提供位於世界各國之產品在目標市場上架銷售前的倉儲服務，另有關行銷部分，則提供辦理線上或實體行銷活動策劃的服務，例如協助澳大利亞柑橘行銷至中國大陸，該公司提供包括進口准證的辦理、通關、通路鋪貨及行銷活動等整合性服務。IM Holdings 為提供海外客戶進入新加坡市場更完善的服務，建造 54 萬平方呎的倉儲設施，並設置 2.6 萬平方呎的展示空間，該展示空間預計在 2017 年 6 月開幕，用途包括商品靜態展示、產品發表會、廚師料理示範等活動場所。IM Holdings 稱該展示空間為 IM HORECA Marketplace，所謂 HORECA 是集合飯店 (Hotel)、餐廳(Restaurant)跟餐飲服務(Catering)的產業，而這些產業正是以農產原物料或相關食品為主要採購標的產業。

五、考察心得及建議事項

- (一)新加坡屬自由化程度極高之市場，臺灣農產品在此開放市場下面臨相當大的競爭，若要在新加坡市場維持競爭力，產品特色、品質及價格將是關鍵因素。透過通路行銷活動，可向消費者直接傳達產品資訊，另也應針對具特色的品項設計獨特的包裝及介紹文宣，增進消費者對該產品的認知。
- (二)有關於通路設置臺灣農產品專櫃，涉及產品品項數及穩定供貨量，除通路願意配合安排空間設置外，也需找到有意願配合並有能力協調整合之進口商合作。另外，後續經營也須達到通路要求的營業額，才能持續經營。
- (三)發展生鮮農產品之電子商務需有完善的物流系統支持，若是跨境電商，所涉及的層面及限制因素更多；因應國際貿易的發展，新加坡物流業者跨域提供物流、倉儲系統及行銷策劃等整合性業務，或許是未來臺灣農產品開拓新興市場或通路可合作對象之一。