

出國報告（出國類別：參訪）

赴杜拜 107 年波灣食品展參訪

服務機關：行政院農業委員會農業試驗所

姓名職稱：林盈甄助理研究員

派赴國家：阿拉伯聯合大公國

出國期間：107 年 2 月 16 日至 107 年 2 月 23 日

報告日期：107 年 5 月 23 日

摘要

參加 107 年於杜拜貿易中心舉辦之波灣食品展，於參展攤位中實際了解中東貿易商與消費者對台灣生鮮番石榴、紅龍果、蜜棗之接受度與偏好，波灣食品展參加者對於番石榴之口感、水分含量與外觀偏好高於香氣、硬度、甜度與果實大小。蜜棗方面，受試者則對口感、水分、外觀、甜度、果實尺寸偏好高於甜度與氣味。杜拜零售市場番石榴進口來源國包括埃及、越南、泰國，而埃及番石榴具香氣脆度低，試吃者如將台灣番石榴與埃及番石榴比較，會造成香氣之評價分數低之情況。台灣外銷熱帶果品競爭者，東協國家越南、菲律賓、馬來西亞皆有生鮮農產品展出，馬來西亞展出項目包括：鳳梨、百香果、番石榴、紅龍果等，番石榴品種為羅漢。本次實地參訪也至杜拜蔬果批發市場、貿易商、超市查訪農產品零售價格、包裝與貨架陳列方式，杜拜超市販售越南與泰國番石榴，除高檔通路外，其他通路販售番石榴外觀完整度差，阿拉伯聯合大公國生產之蜜棗尺寸小且甜度低於台灣蜜棗。台灣如能克服儲運性與價格障礙，就外觀、口感、甜度等品質條件而言，台灣番石榴與蜜棗可於通路吸引消費者目光。

目次

主目錄

摘要.....	2
目次.....	3
目的.....	4
過程.....	4
建議與心得.....	26

目的

參加 107 年於杜拜貿易中心舉辦之波灣食品展，於參展攤位中實際了解中東貿易商與消費者對台灣生鮮番石榴、紅龍果、蜜棗之接受度與偏好，並於食品展同時蒐集台灣外銷果品競爭者資訊，實地至杜拜蔬果販售通路，了解外銷重點農產品各通路零售價格、包裝與杜拜當地貨架陳列方式。

過程

一、杜拜概況:

海灣阿拉伯國家合作委員會(Gulf Cooperation Council-4)，由巴林、科威特、阿曼、卡達、沙烏地阿拉伯和阿拉伯聯合大公國組成，前述國家人均年收入皆高，阿拉伯聯合大公國平均國民所得為 59,000 美元。本次實地參訪城市「杜拜」為阿拉伯聯合大公國之酋長國之一，杜拜為阿拉伯聯合大公國之商業中心與貿易中心，其主要經濟由房地產及營造業(22.6%)、貿易(16%)、轉口港(15%)及金融服務業(11%)支持。杜拜因為拓展觀光使得大量遊客湧入，另由於杜拜積極投資於高效率之基礎設施，例如：先進的海運和空運設施，因此吸引許多外國投資客與商人於此從事轉口貿易活動，轉口貿易業務為杜拜帶來了可觀的收入。雖杜拜之人口增長速度不如其他國家，但由於杜拜社會經濟水準不斷提高，連帶增加對勞動力之需求，而許多跨國企業也在杜拜設據點，因此增加了管理職需求。杜拜持續增加之商務活動和旅遊，成為促進進口增長原因，因此與其他海灣阿拉伯國家合作委員會國家相比，杜拜具有農產品或食品進口潛力。

阿拉伯聯合大公國 GDP 為 3,750 億美元，人均 GDP 37,622 美元，人口 9,269,612 人，而杜拜則為阿拉伯聯合大公國之經濟與金融中心，

其以貿易、商業為主，杜拜之石油藏量低。海灣阿拉伯國家合作委員會國家之人口增長率，預估每年為 3.5%，其中科威特、卡達和阿拉伯聯合大公國，外籍人口數量超越了當地人口數量(外籍人口占 80%)，以杜拜為例，印度(約)260 萬人、巴基斯坦(約)120 萬人、孟加拉(約)70 萬人、菲律賓(約)60 萬人、伊朗(約)32 萬人、埃及(約)30 萬人、中國(約)30 萬人，其他則為歐美國籍。外籍人口大多是從事體力性質的勞動。此外，多數跨國公司在中東地區的營運總部設在杜拜，因此外籍人口還佔據了相當大部分的文職、技術和中高階層之管理職位，此群外籍人士消費力較高。

杜拜之氣候條件不佳、有限水資源與貧瘠的土壤，為阿拉伯聯合大公國於農業生產之挑戰，故其 90% 的食品和飼料仍需依賴進口。2013 年海灣阿拉伯國家合作委員會國家，食品年進口值達 240 億美元，而阿拉伯聯合大公國占 60%，前述進口食品，部分會再出口至中東、亞洲和非洲國家。從國際貿易中心統計資料顯示，阿拉伯聯合大公國進口果品(含堅果)，2016 年進口值為 2,064,757 千美元，2012-2016 成長率為 7%，為世界進口排名第 16 位，其中以堅果類進口最多，例如：杏仁、開心果、核桃、夏威夷果，2012-2016 成長率 5%；其次為柑橘類，2012-2016 成長率 8%；再來為棗、無花果...等，2012-2016 成長率 7%，前述類別中，進口價值依序為椰棗(鮮或乾)、番石榴、芒果、山竹(鮮或乾)、酪梨(鮮或乾)、鳳梨(鮮或乾)、無花果(鮮或乾)。其中番石榴、芒果、山竹(鮮或乾)2012-2016 進口量成長 2%，2012-2016 進口價值成長 6%，佔世界進口量 4.1%，為世界第 7 大進口國。

二、波灣食品展

本次實地參訪之波灣食品展(Gulfood)為中東地區規模最大之專

業食品展之一，參觀買主 60% 為國際買主，主要為中東、歐洲與非洲之食品進口商、批發商等。107 年之展覽時間為 2 月 18 日至 2 月 22 日，共 5 天。展區規劃包括：健康與保健與潔淨食品展區(health, wellness and free-from)、世界食物展區(world food)、清真食品展區(halal world food)、飲料展區(beverage)、乳品展區(diary)、肉品展區(meat&poultry)等。



107 年杜拜貿易中心波灣食品展參觀人潮

(一) 健康與保健與潔淨食品展區

Euromonitor 預估健康與保健市場 2017 年-2022 年全球成長 3%，中東與北非地區成長率為 7%。正念飲食(Mindful eating)為最近興起之飲食趨勢，正念飲食內涵為讓飲食者於吃的過程仔細體驗食物，包括香氣、口感、感受等知覺，此飲食趨勢讓消費者更加注意購買產品成分，而潔淨食物則與此趨勢發展有關。本次參展本區國家包括:印度、土耳其、阿拉伯聯合大公國、西班牙、荷蘭、黎巴嫩，其中以印度廠商最多。Allied Natural Products (ANP)為販售蜂蜜之印度廠商，其產品包括荔枝蜜、百花蜜、尤加利蜜等。目前全球正在興起之健康與保健食物包括辣木(moringa)、紅茶菌(kombucha)、機能性菇類

(functional mushrooms)、麥盧卡蜂蜜(manuka honey)。另農業顧問公司 Clarity 預估，中東地區對有機食品的需求，2018 年市場規模達 15 億美元，海灣阿拉伯國家合作委員會國家開始趨向健康飲食消費趨勢。



無麩質漢堡麵包



杜拜超市販售之
紐西蘭麥盧卡蜂蜜新台幣 756 元/罐

(二) 清真食物展區

全球穆斯林人口約 18 億，穆斯林之消費預估 2021 年將達 1.9 兆美元，而清真驗證對穆斯林而言，為選擇食物標準之一，此外越來越多消費者重視天然與食品信任，故清真食物之潔淨意涵與可追溯，則對非穆斯林族群具有吸引力。目前之消費趨勢，消費者除關注價格，也變得越來越重視“誠實”，消費者開始主動支持有相同價值觀的品牌。因潔淨飲食需求、重視食品誠信消費趨勢，使清真食物需求往上提升。清真食物為本次波灣食品重點展區之一，參展企業希望開拓清真食物領域，以拓展穆斯林和非穆斯林國家市場，而波灣食品展將清真食物作為展出重點，顯示出阿拉伯聯合大公國希望成為清真食物重要貿易中心。本次外貿協會也於會展中介紹臺灣的清真食品驗證單位：

1. 台灣清真產業品質保證推廣協會

Taiwan Halal Integrity Development Association

與許多國際知名清真認證機構合作，如 JAKIN、MUI 等。除了在

台灣可以看見此協會驗證的產品外，馬來西亞、印尼、新加坡與中東地區市場上也會有該協會驗證的產品，驗證產品包括外銷食品，含生鮮蔬果。

2. 台北清真寺 TAIPEI GRAND MOSQUE

主要是針對台灣國內所生產的食品、水果、蔬菜等清真驗證。

3. 中國回教協會 Chinese Muslim Association

以台灣國內市場產業的清真驗證為主要業務，包含旅遊業、生鮮肉品、屠宰業等。

4. Sincung HALAL for Taiwan Co.,Ltd- the agent of MUI in Taiwan

為服務穆斯林移工來台、創造穆斯林友善的觀光環境，以及協助台灣更多食品、美容及醫藥相關產品順利銷往印尼和其他回教國家。2017年正式取得了印尼 MUI(印尼伊斯蘭宗教學者理事會)在台唯一授權，MUI 清真認證是印尼目前最具代表性的清真認證單位。



波灣食品展中台灣清真驗證單位介紹

(三)飲料展區

全球無酒精飲料類零售價未來五年內將成長 2.3%，至 2022 年，

中東和非洲地區將佔全球無酒精飲料售總額之 10%，其 5 年內預估成長 5%。「健康與保健」為全球飲料重要趨勢，消費者越來越喜愛選購無酒精飲料，使得碳酸飲料銷售下降，此尤其北美、西歐趨勢明顯，健康與保健趨勢也導致冰茶、運動飲料、功能性果汁和調味水的銷售快速成長。許多飲料公司正加快開發多元化飲料產品。中東和北非地區之年輕人和中產階級，對於具有「功能」、「減糖」和「超級果汁」關注度高，儘管飲料選購上仍受到品牌影響，但在未來幾年內，配送效率、食用方便性和價格將是此產業之競爭策略著重處。本次台灣展出多種無酒精飲料，包括：新湖合作農場之綜合蔬果汁以及珍珠奶茶。

在熱飲的部分，未來五年預計將增長 2.9%，而至 2022 年，中東和非洲地區將佔全球零售總額的 11%，成長率為 5%。專門咖啡店以高收入消費者為目標，是熱飲市場中最快速成長的類別，中東和非洲地區的熱飲與全球趨勢相似，主要集中於高品質奢侈品體驗，同時強調風味，健康和機能性。未來幾年，高價值熱飲產品包括：精品咖啡，特殊風味之水果/香草茶，具有健康價值之綠茶，以及強調地區特色的茶(specialty tea)將持續成長。臺灣本參展飲料廠商包括：承恩食品、保證責任雲林縣新湖合作農場、太允國際股份有限公司。

目前全球飲料產品之關鍵趨勢和銷售驅動因素包括：

- 強調功能性、減糖和超級果汁
- 冷壓果汁
- 低人工甜味劑或零人工甜味劑
- 提供體驗
- 植物為原料製成之飲品
- 使用天然當地原料少量釀造

(四)本次高雄市政府，使用高雄首選品牌，於「2018年波灣國際食品展」，展出紅龍果、蜜棗、番石榴，以及蜂蜜、鳳梨乾等，並提供試吃。波灣食品展生鮮農產品參展品項少，故台灣優質果品受到參觀者關注，另外也有多數從事生鮮果品貿易商前來實際洽談。波灣食品展參加者對於本次參展番石榴之口感、水分含量與外觀分數較高，平均分數4.5，而對於香氣、硬度、甜度與果實大小之平均分數3.25，蜜棗方面，口感、水分、外觀、甜度、果實大小分數皆高於4分，其中以外觀分數最高，而甜度與氣味分數為3分。



波灣食品展高雄首選之番石榴、蜜棗、紅龍果

(五)生鮮農產品參展國家與廠商：

本次波灣食品展參展廠商以加工食品、食品原料與飲料及其原料、肉品乳製品等，生鮮農產品較少，中國館展出品項以芝麻、花生等穀物為主。馬來西亞國家館中，Fruitglo 廠商展出生鮮果品，包括：榴槤、紅龍果、百香果、番石榴等，Fruitglo 以熱帶水果為主要產品，其擁有一系列完整的管理系統，包括從種植(馬來西亞良好農業規範認證)、採收與採後處理(馬來西亞政府食品安全計畫，控制溫濕度)、物流(擁有自己的冷鏈物流)、零售(冷藏以延長櫥架壽命)等嚴格的品

質控管。Fruitglo 亦結合許多果農和果農企業，建置龐大之供應基地，以穩定供應新鮮之熱帶水果。Fruitglo 亦強調水果可於 24 小時內上架、100% 天然、重視食品安全與可追溯性，且自有冷鏈物流體系等。此外馬來西亞也展出生鮮鳳梨，品種為 MD2。

菲律賓生鮮果品部份則展出香蕉、芒果以及鳳梨，菲律賓參展廠商說明其外銷鳳梨之季節主要為 5 至 7 月。越南攤位十分盛大，展出品項包括：米、咖啡、香料、食用油、加工食品以及生鮮農產品，生鮮農產品部份，參展廠商為 VinECO。VinEco 是間從事農業投資、生產開發的公司，以生產各種蔬菜、水果為主。VinEco 在生產管理上應用了一些高科技技術，如農田生產技術 VietGAP 標準認證（包括種子選擇、灌溉、收穫，採後處理、儲運、加工和銷售）之科學管理，採用以色列最先進之灌溉技術、溫室蔬菜栽培技術等。公司旗下擁有 1000 名員工從事農場生產，數間數千公頃的大規模農場並分布於越南各地。



馬來西亞展出之生鮮鳳梨



馬來西展出之百香果、紅龍果與羅漢番石榴



越南 VinECO 展出之生鮮農產品



越南 VinECO 多媒體簡介

三、杜拜通路與農產品價格:

(一)批發市場:

杜拜蔬果批發市場位於杜拜之 Al Awir，於批發市場周邊，貿易商和通路商會設立辦公室與冷藏庫，部分貿易商在蔬果批發市場有零售攤位，蔬果批發市場中也會有鄰近中東國家蔬果批發商前來購買。本次拜訪一家經營白柚、番石榴進口之貿易商，其從3年前開始進口越南番石榴，進口規格為單顆 300-350 克，但其反應越南之果品外觀時常有所問題，顧客會退貨，對台灣番石榴有進口興趣。



杜拜 Al Awir 蔬果批發市場



埃及番石榴每盒 15AED 新台幣 133.5 元(1 AED=8.9NTD 換算)



蔬果批發市場周邊貿易商辦公室、集貨與冷藏處



越南進口生鮮番石榴與退貨番石榴外觀

(二) Union Coop 超市

Union Coop 為阿拉伯超市，販售許多阿拉伯消費者喜愛之產品以及在地本土品牌， Union Coop 受到政府支持，商品售價相對其他超市比較便宜。Union Coop 販售多種在阿拉伯聯合大公國種植之葉菜，包括菠菜、香菜、巴西里、蔥、薄荷等，價格約在 1-2AED /100 克之間(1 AED=8.9NTD 換算)。生鮮水果包括芒果、紅龍果、木瓜、西瓜、棗、番石榴、香蕉等。



Union Coop 販售多種在阿拉伯聯合大公國種植之葉菜

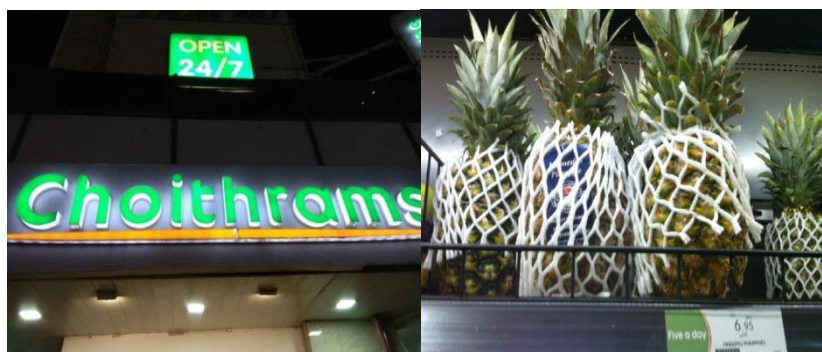


販售通路	品項	來源國	單價	單位	貨幣	實際購買尺寸
Union coop	白肉紅龍果	越南	13.9	kg	AED	420g/顆
Union coop	棗(Jujube)	阿拉伯聯合大公國	6.5	kg	AED	
Union coop	番石榴	越南	6.9	kg	AED	350 g/顆

1 AED = 8.9NTD

(三) Choithrams

Choithrams 在中東地區的歷史有三十多年，除了實體店面通路外，Choithrams 亦提供網路購物的電商服務。其販售之生鮮葉菜種類較 Union coop 少，販售蔬菜有結球萵苣、花椰菜、胡蘿蔔、蘿蔓等。果品方面，菲律賓生鮮鳳梨整顆販售，貨架上鳳梨成熟度不一致，部分鳳梨底部有發霉現象，外面包有保麗龍網袋。越南番石榴販售單價每公斤 8.95 AED，裸賣消費者可自行挑選，貨架上番石榴大小範圍 300-350 克/顆。進口於越南之白肉紅龍果，鱗片已有失水皺縮現象，外觀品質不佳。Choithrams 販售都樂 Dole 和金吉達 Chiquita 香蕉，都樂以袋裝而 Chiquita 裸賣陳列。





販售通路	品項	來源國	單價	單位	貨幣	實際購買尺寸
Choithrams	白肉紅龍果	越南	18.95	kg	AED	325g/顆
Choithrams	番石榴	越南	8.95	kg	AED	350g/顆
Choithrams	番石榴	埃及	11.75	kg	AED	
Choithrams	鳳梨	菲律賓	6.95	pcs	AED	
Choithrams	香蕉(Dole)	菲律賓	8.35	pcs	AED	
Choithrams	香蕉(Chiquita)	厄瓜多	5.95	kg	AED	

1 AED = 8.9NTD

(四)LULU

LULU 超市商品品質較家樂福和 Spinneys 低。LULU 超市販售的紅龍果、番石榴、荔枝皆為裸賣，可由消費者自行挑選，紅龍果之鱗片新鮮無枯黃皺縮現象，越南白肉紅龍果，每公斤 10.95AED，越南番石榴每公斤 6.95AED，馬達加斯加荔枝每公斤 13.95AED，菲律賓鳳梨每顆 5.5AED。



販售通路	品項	來源國	單價	單位	貨幣	實際購買尺寸
lulu	白肉紅龍果	越南	10.95	kg	AED	462g/顆
lulu	番石榴	越南	6.95	kg	AED	395g/顆

lulu	鳳梨	菲律賓	5.5	pcs	AED	
lulu	荔枝	馬達加斯加	13.95	kg	AED	

1 AED = 8.9NTD

(五) Spinneys

Spinneys 為杜拜很有口碑的超市品牌，在阿拉伯聯合大公國已經營 50 年。Spinneys 較家樂福高端，有全球的食品供貨商，提供歐美日韓進口商品，也販售一些不常見的商品，商品品質較其他超市高且包裝精美。Spinneys 會免費提供消費者一些食物飲食挑選的刊物，刊物內容除了食材料理食譜、健康食物選購建議、有機飲食推廣等等，也介紹與 Spinneys 合作的農場，讓消費者更了解 Spinneys 的產品來源與生產理念。可見 Spinneys 除了販售商品外，也很重視與消費者的溝通。Spinneys 超市主要客群為歐美商務人市，其番茄包裝販售方式，偏向歐美。此超市重視消費者溝通，可看見懸掛於販售商品上之香料植物之說明以及料理方法，此外於 Spinneys 看到截切盒裝鳳梨與新鮮果汁販售。於店內也可看到各種不同蘋果品種簡介。此外 Spinneys 有有機專區，販售有機產品。販售水果之價位高，例如：馬達加斯加荔枝單價每公斤 51AED，泰國番石榴則使用收縮膜包裝且貼有品牌標籤，販售單價每公斤 36.22AED。鳳梨方面則可看到南非 Baby pineapple，每個 8.92AED，都樂菲律賓鳳梨每公斤 7.95AED。相較於其他通路，此超市經營客群之收入水準較高且對品質有所要求。



Spinneys 超市重視消費者溝通懸掛不同蘋果品種之介紹



Spinneys 超市重視消費者溝通懸掛香料使用介紹



Spinneys 超市販售截切後之生鮮水果，包括鳳梨、阿蜜瓜、西瓜等



Spinneys 超市設立有機專區





販售通路	品項	來源國	單價	單位	貨幣	實際購買尺寸
spinneys	番石榴	泰國	36.22	kg	AED	470g/顆
spinneys	鳳梨 (Baby pineapple)	南非	8.92	pcs	AED	
spinneys	鳳梨 pineapple	菲律賓	7.95	pcs	AED	
spinneys	香蕉 (Chiquita)	厄瓜多	6.95	kg	AED	
spinneys	香蕉 Sweetio (Dole)	菲律賓	9.39	Pcs/700g	AED	
spinneys	Baby banana	-	4.72	Pcs/300g	AED	
spinneys	有機香蕉 (Chiquita)	厄瓜多	9.95	pcs	AED	

1 AED = 8.9NTD

(六)家樂福 CARREFOUR

家樂福在杜拜各大商業區和住宅區開設，價格合理選擇多樣，於阿拉伯聯合大公國，購物商可見家樂福。家樂福販售之白肉紅龍果使用保麗龍盒與收縮膜包裝，2顆一盒，一盒價格 14.95AED，紅龍果鱗片已有失水與枯黃現象。香蕉品牌為都樂 Dole 和金吉達 Chiquita，

家樂福販售之都樂香蕉為其 sweetio 品牌。Chiquita 則除一般慣行香蕉外，也販售有機香蕉。泰國番石榴為裸賣無包裝，由消費者自行挑選，每公斤 9.95AED，菲律賓鳳梨則為整顆販售，每個 7.25AED。家樂福看到金黃紅龍果，稱麒麟果來自厄瓜多，每公斤 76.75AED，屬高價水果。於家樂福可見有機甜椒，其原產地為阿拉伯聯合大公國，阿拉伯聯合大公國仍有農業生產。





販售通路	品項	來源國	單價	單位	貨幣	實際購買尺寸
carrefour	番石榴	泰國	9.95	kg	AED	395/顆
carrefour	白肉紅龍果	泰國	14.95	2pcs	AED	
carrefour	鳳梨	菲律賓	7.25	pcs	AED	
carrefour	麒麟果	厄瓜多	76.75	kg	AED	
carrefour	香蕉	菲律賓	9.95	pcs	AED	
carrefour	香蕉	厄瓜多	6.95	pcs	AED	
carrefour	有機香蕉	厄瓜	16.95	pcs	AED	

		多				
carrefour	西瓜	義 大 利	12.95	kg	AED	

1 AED = 8.9NTD

(七)溫州超市

溫州超市是由中國溫超集團成立，始於 2006 年，總部坐落於杜拜，是融合零售、農場、電商、物流、文化、貿易六大產業集團，溫州超市為華人提供其生活所需之食品和日用品。除零售外，同時也為阿聯地區其他酒店、超市、餐館提供食品。溫超集團有自己之農場位於阿聯的杜拜納茲瓦沙漠，於 2012 年斥資兩千萬元投入建設。目前綠色農場已初具規模，主要種植葉菜。溫州超市為本次唯一販售紅肉紅龍果之超市，其位置距離中國龍城近，附近多為外來移民，溫州超市販售商品多為華人熟悉之農產品、南北乾貨、大陸與臺灣品牌休閒食品，商品超市以簡體字為主，顯示主要顧客應多為華人。紅肉紅龍果售價每公斤 31.4AED，採裸賣顧客可自行挑選，麟片新鮮無皺縮枯黃情形，其也販售切開之紅肉紅龍果，一顆販售 11.06AED，溫州超市水果無標示產地。溫州超市販售之生鮮果品種類不多，包括:柑橘類、蘋果、梨、桃、香蕉。





販售通路	品項	來源國	單價	單位	貨幣	實際購買尺寸
溫州超市	紅肉紅龍果	-	31.4	kg	AED	
溫州超市	番茄	-	12.5	kg	AED	
溫州超市	梨	-	12.5	kg	AED	
溫州超市	香蕉	-	6.2	kg	AED	

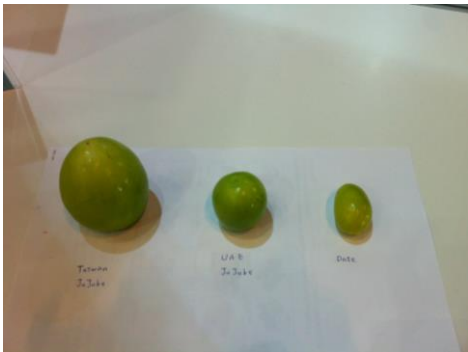
1 AED = 8.9NTD

建議與心得

一、本次實地參訪波灣食品展(Gulfood)為中東地區規模最大之專業食品展之一，參觀人潮多，包括國際買主、中東消費者等。本次展區規劃包括：健康與保健與潔淨食品展區、世界食物展區、清真食品展區、飲料展區、乳品展區、肉品展區，其中健康與保健與潔淨食品展出品項，多為加工食品，本次於杜拜超市看到多種標示高血糖患者也可食之果醬與休閒食品，訴求健康或功能性之食品於杜拜具有市場。

二、波灣食品展中生鮮農產品展出少，台灣優質果品受到注目，國際

買家詢問度高，其對於番石榴、蜜棗之外觀與口感滿意度高。本次參展番石榴，測試結果顯示，波灣食品展參加者對於口感、水分含量與外觀偏好高，但對於台灣番石榴香氣偏好較低。另來自中東其他國家之貿易商，例如：伊朗、沙烏地阿拉伯等，對臺灣蜜棗有興趣，因中東國家也有生產棗子(jujube)，但明顯比臺灣小且較無甜味。



台灣、阿拉伯聯合大公國生產之棗子(jujube)與產自於阿拉伯聯合大公國之椰棗(date)

三、本次馬來西亞、菲律賓、韓國、越南皆有生鮮農產品產出，顯見東協國家也十分重視中東市場，擬以生鮮果品來進軍杜拜。杜拜為中東之貿易中心，多數商品經由杜拜進口後，可能再轉口至非洲或再運輸至中東其他國家例如：沙烏地阿拉伯、科威克等，故若生鮮果品要外銷至中東，需配合物流時間注意本身果品之儲運性。

四、杜拜進口商提及因航程與運輸距離，進口杜拜之果品耗損率高，雖零售價格高但實際採購價格大約 50%，杜拜果品進口商之採購價格可能不如預期高價。

五、杜拜 Union coop 超市所販售葉菜類產品，大多生產於阿拉伯聯合大公國，葉菜種類包括：香料類（薄荷、香菜、巴西里）、蔬菜(菠菜)，而其他可儲運蔬菜，結球萵苣、花椰菜進口於西班牙、胡蘿

萄進口於澳洲。家樂福可見由阿拉伯聯合大公國生產之有機彩色甜椒，阿拉伯聯合大公國之農業生產佔 GDP 低但仍持續發展。

六、本次實地查訪之超市以 Spinneys 最高檔，此通路重視消費者溝通，通路透過懸掛展板、刊物等，教育消費者如何選購產品，Spinneys 也設立有機專區，顯見此通路消費者有購買高品質與有機產品之需求，此通路販售之生鮮果品價格與品質皆高於其他訪查通路。以番石榴為例，Spinneys 販售之泰國番石榴一顆 470 克，甜度與脆度與台灣番石榴相似，包裝採精品方式陳列，價格也居所有通路之冠，每公斤 36.22AED/KG，約為台幣 322 元，建議台灣水果如外銷至杜拜市場，應洽談類似 Spinneys 之通路，並可參考泰國番石榴包裝，於果品上標示品牌識別貼紙。

七、杜拜通路販售之番石榴多進口自菲律賓、泰國與越南，果型偏小每顆約 300 至 350 克，外觀色澤與外觀完整度差。而埃及番石榴於杜拜也受消費者歡迎，超市每公斤 11.75AED，約為台幣 105 元，較越南番石榴貴，杜拜消費者對番石榴認知度高，已具消費習慣。

八、杜拜當地通路僅於溫州超市看到紅肉紅龍果，其他超市皆販售白肉紅龍果，進口來源國包括:越南、泰國等，紅龍果之價格每公斤介於 10AED-18AED 之間，杜拜消費者對於紅肉紅龍果認知度尚低，建議如要外銷紅肉紅龍果至杜拜，需從消費者溝通強化認識。