

出國報告（出國類別：考察）

## 「2018馬來西亞穆斯林買主對接訪問團」出國報告

出國人員	服務機關：行政院農業委員會 姓名/職稱：國際處國際行銷科 郭俊伶 技正
派赴國家：馬來西亞	
出國期間：107 年 12 月 18 日至 12 月 21 日	
報告日期：108 年 4 月 12 日	

## 摘要

為擴大穆斯林市場銷售實績，建立長期穩定的貿易夥伴及外銷管道，此行與財團法人商業發展研究院於 107 年 12 月 18 日至 21 日，帶領國內 10 家業者籌組「2018 馬來西亞穆斯林買主對接訪問團」，與當地 7 家進口商、零售通路商及連鎖餐飲業者等，進行 40 場次實體商機媒合會，統計至 108 年 3 月底止，本團參加廠商之已接單金額為 51.2 萬美元。此行另參訪雪蘭莪州清真中心（Selangor Halal Hub），洽談未來協助我臺灣業者便捷貿易之合作模式。

**關鍵字：**清真市場、農產品貿易、農產外銷、國際行銷。

## 目 錄

壹、目的.....	3
貳、出國人員.....	3
參、行程概要.....	4
肆、參訪紀要.....	4
伍、心得與建議.....	10
陸、附錄.....	15

## 壹、目的

財團法人商業發展研究院（以下簡稱商研院）執行本會「臺灣農水產品（含加工品）在穆斯林市場之商機調查暨推動計畫」，為擴大穆斯林市場海外銷售實績，建立長期穩定的貿易夥伴及外銷管道，於前揭計畫中辦理「臺灣農水產及加工品廠商與穆斯林市場買主對接」專案（以下簡稱「穆斯林買主對接專案」），業甄選 30 家國內廠商，陸續與馬來西亞、印尼及阿拉伯聯合大公國等三國重要通路業者進行一對一精準商機媒合。

前揭專案於 107 年 12 月 18 日至 21 日籌組「2018 馬來西亞穆斯林買主對接訪問團」，帶領國內 10 家業者前往馬來西亞吉隆坡，與 7 家當地年營收 1,000 萬美元以上，或資本額 200 萬美元以上的進口商、零售通路商及連鎖餐飲業者以貿易洽談及媒合會形式，進行為期 1 天半的商機媒合，期促成實質交易訂單。此行並帶領國內業者參訪馬來西亞雪蘭莪州清真中心（Selangor Halal Hub），除瞭解穆斯林國家推動清真業務之具體作法，亦與該園區人員交流區內運作模式，研議未來協助我臺灣業者便捷貿易之合作模式。

## 貳、出國人員

此行由商研院許添財董事長率團，本會國際處國際行銷科郭俊伶技正代表農委會參團，帶領穆斯林買主對接專案中有意願拓展馬來西亞市場之 10 家業者赴當地洽談媒合商機及參訪，團員名單如下：

姓名	單位	職稱
郭俊伶	行政院農業委員會國際處	技正
許添財(團長)	財團法人商業發展研究院	董事長
林侃言	財團法人商業發展研究院	資深經理
莊媛婷	財團法人商業發展研究院	研究員
李昌鴻	財團法人商業發展研究院	研究員
謝睿宸	海自慢食品股份有限公司	執行長
林泳宸	得意中華食品有限公司	經理

劉淑珍	永昇冷凍食品股份有限公司	副理
蔡興昌	臺灣司麥爾食品股份有限公司	總經理
許偉玲	萬岱豐食品股份有限公司	國貿專員
林孟慧	元進莊企業股份有限公司	經理
許永洲	鉉洲生技有機農場	董事長
許丁權	鉉洲生技有機農場	特助
謝孟晃	鈺統食品股份有限公司	協理
廖顯榮	華南食品工業股份有限公司	總經理
邱美菁	豐華生物科技股份有限公司	經理
謝涵羽	豐華生物科技股份有限公司	產品經理

### 參、行程概要

日期	地點	說明
107/12/18 (星期二)	臺灣－馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 臺灣出發(搭乘中華航空 CI721, 0830 臺灣桃園-1315 馬來西亞吉隆坡。)</li> <li>➢ 下午通路參訪</li> </ul>
107/12/19 (星期三)	馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 上午拜會馬來西亞雪蘭莪州清真中心 (Selangor Halal Hub), 。</li> <li>➢ 下午進行一對一買主對接媒合會。</li> </ul>
107/12/20 (星期四)	馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 全日辦理一對一買主對接媒合會。</li> </ul>
107/12/21 (星期五)	馬來西亞－臺灣	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 結束參訪行程返臺(搭乘中華航空 CI722, 1425 馬來西亞吉隆坡-1855 臺灣桃園。)</li> </ul>

### 肆、參訪紀要

一、12月18日(星期二)下午參訪位於馬來西亞 KLCC 內的 Cold Storage 通路，  
重點摘要如下：

- (一) 馬來西亞的 Cold Storage 成立於西元 1963 年，歷經多年發展已成為當地高檔超市通路代表，櫃點多設置於大型百貨地下樓層。此次參觀的通路內販售各式生鮮及加工農產品，種類眾多，入口處多以專區形式陳列，例如肉類專區、水產專區、生鮮蔬果專區、截切蔬果及沙拉專區、熟食區等，品項除了馬來西亞當地生產，亦有來自世界各國的特色農產，後方大面積的加工食品區則多為馬來西亞本地產食品，可惜繞了一圈未見臺灣農產品於超市內上架。另馬來西亞為清真國家，但此通路內未見清真食品專區，不過瀏覽架上產品，近半數已取得清真驗證。
- (二) 由於抵達參訪時間為當地下班時間，看到不少上班族裝扮的消費者前來消費，採購品項為可做為晚餐的食材或熟食。另 KLCC 為大型商場，亦為參觀熱點，有不少觀光客前來消費；高檔超市內產品售價不斐，但結帳隊伍仍大排長龍。
- (三) 此參訪點停留時間短暫（約 20 分鐘），係利用行程空檔由團員自由參觀，行前未安排通路主管接待及座談交流會，甚為可惜！KLCC 內另一家高檔超市 Isetan（伊勢丹）亦因時間未及，無法於此行順訪，盼下回本會其他同仁有機會前來，可安排與通路交流行銷策略，爭取臺灣農產品上架機會。

## 二、12 月 19 日（星期三）上午拜會馬來西亞雪蘭莪州清真中心（Selangor Halal Hub），重點摘要如下：

- (一) 馬來西亞人口中超過 60% 為穆斯林，以隸屬總理辦公室的馬國伊斯蘭事務發展部（JAKIM）為辦理清真認驗證的官方機構，包括執行與管理馬來西亞之伊斯蘭事務及穆斯林信徒福利，其中 Halal 中心部門為 JAKIM 分支，另有其他二十所分支，並具備國際認可的清真標章。
- (二) 清真工業園區是馬來西亞政府視為促進清真產業發展的重要基礎建設之一，目的是為清真相關產業建造個別專業發展園區，藉以提升產業競爭優勢。園區內進駐的公司可使用相關公共設施，例如：儲存設施、

冷藏冷凍倉庫及園區提供之相關服務支援等，或於園區內結盟發展供應鏈，藉此創造協同效益。

- (三) 馬來西亞全國目前有 25 個清真工業園，部分已全面營運，有些仍在發展階段。某些清真工業園是為特定的清真產業而設，例如：恩斯德科技園 (Techpark@Enstek) 是清真藥品生產及研發中心，丹戎馬尼斯清真中心 (Tanjung Manis Halal Hub) 是為水產養殖及其相關清真食品加工而設置，Prima 清真食品工業園 (Prima Halal Food Park) 專門從事清真加工食品製造。
- (四) 此行參訪雪蘭莪州清真中心 (Selangor Halal Hub) 為生物科技清真園區，該園區目前由 Central Spectrum (M) Sdn Bhd 經營管理，由園區 Zukarnine Shah Zainal Abidin 營運長及 Central Spectrum (M) Sdn Bhd 的 Mohamad Razif Abdul Wahab 資深總經理接待，並與臺方參訪人員進行園區簡介及意見交流。雪蘭莪州清真中心訴求是與自然結合的高科技園區，面積 5,324 英畝 (換算約 2,155 公頃)，因與吉隆坡鄰近，交通便利，具高度發展潛力。園區內設置清真輔導部門，可代為訓練進駐園區的業者並提供清真業務諮詢，課程部分可以短、中、長期不等的課程培訓方式，詳實瞭解馬國官方制定的清真認證相關事務及取得清真認證流程，但相關課程結訓後不會核發清真認證證書，受訓廠商仍需依正常申請流程向主管機關申請。
- (五) 在園區導覽過程中，察覺此園區尚處開發中半營運階段，園區內仍有許多空地及建置中廠房，經與導覽人員確認證實招商作業仍持續進行中，目前確認進駐企業、較具國際知名度之廠商為 IKEA，將於園區內設置亞太營運中心。
- (六) 此行與該園區主管交流，現階段應可提供符合臺灣廠商需求的跨國教育訓練內容，以及未來協助我臺灣業者便捷貿易之合作模式；商研院許董事長現場亦明確表達有意於返國後規劃與雪蘭莪州清真中心簽署合作協議，以協助我業者拓展馬來西亞清真市場。

### 三、12月19日(星期二)下午及12月20日(星期三)全日辦理一對一買主對接媒合會，工作內容說明如下：

#### (一)前置作業流程：

1. 據統計，目前世界上清真及非食品每年市值約 2.77 兆美元，食品年貿易值約 6,000~9,000 億美元，隨著穆斯林人口成長，預期未來清真市場各類產品及服務之需求將大幅增加。2017 年臺灣農產食品出口前 10 大國家中，穆斯林人口占比高於 10% 之國家為印尼、馬來西亞及新加坡等國，其中馬來西亞位列購買力最強之穆斯林國家前 5 名清單之列。馬來西亞清真產品(包括食品及非食品)與服務之出口總值達 10 億馬幣(換算約 2.6 億美元)，其中以食品及飲品、原料等占比最高，且馬來西亞之清真制度完備，認證制度嚴謹，每年定期舉辦清真產品之國際展覽，亦對清真工廠具稅制優待措施，故將馬來西亞列為拓展穆斯林市場之優先國家之一。
2. 為擴大穆斯林市場海外銷售實績，建立長期穩定的貿易夥伴及外銷管道，農委會委託商研院辦理「穆斯林市場買主對接專案」，於 107 年 9 月甄選出受輔導廠商 30 家，輔導期程至 108 年 12 月 15 日結束。為提升接單機會，期間農委會及商研院另依個別廠商拓展海外市場需求提供客製化訓練課程，行前已針對各家受輔導廠商完成辦理 8 場次訓練課程；後續將安排 30 家受輔導廠商與馬來西亞、印尼及阿拉伯聯合大公國等地買主辦理對接媒合會，務求實質接單。
3. 為利此次馬來西亞一對一買主對接媒合會順利進行，行前已詳細調查瞭解 10 家參加廠商之主力產品、包裝規格及是否取得清真或其他國際認證等，並對照馬來西亞 7 家買主預先提出之採購需求，安排一對一媒合洽談時段，以節省媒合時間，亦印製「穆斯林買主對接專案 30 家廠商產品型錄」於媒合會現場發放，供買主參考。

#### (二)媒合過程及成果概述：

1. 「馬來西亞一對一買主對接媒合會」於 12 月 19 日(星期二)下午及

12月20日(星期三)全天在馬來西亞吉隆坡唯爾登大飯店辦理，除親臨現場的10家臺灣業者外，另有2家臺灣業者透過馬國當地代理商代表與買主洽談。

2. 辦理方式：

(1) 安排3間會議室由不同廠商於同時段各自辦理對接媒合會，每間會議室安排1家馬國買主、通路商或採購商與1家臺灣廠商，就所帶公司產品、紙本及電子型錄等解說產品特性，溝通產品外包裝、標示或是符合馬國當地消費者喜愛的口味調整方式；有意採購者可由臺灣廠商現場報價，或是討論通路販售模式、辦理宣傳活動檔期等更進一步的產品行銷方式。此類媒合方式在為期1天半時間內，共與7家馬國買主採購商進行對接媒合36場次。

(2) 另有些參與對接專案的臺灣廠商受限活動檔期或公司出國經費不足，無法派員親往馬來西亞，十分可惜；為掌握商機，本活動亦安排4場次時段，由商研院專員引導買主現場瀏覽「穆斯林買主對接專案30家廠商產品型錄」，針對買主有興趣之商品代為解說，並提供廠商名片以利雙方後續聯繫。

(3) 前揭2種型式的對接媒合會，總計辦理40場次。

3. 成果：由於行前商機調查及安排洽談作業完備，辦理方式大獲馬國業者及臺灣廠商好評，且成果豐碩，統計至108年3月底止，為期一天半的對接媒合會共促成實質訂單51.2萬美元。

表1、參與「馬來西亞一對一買主對接媒合會」之7家當地買主名單與簡介

NO	買主名稱	主要經營品類	簡介
1	Khaishen trading	新鮮蔬果進口	成立於1993年，具有超過20年的新鮮蔬果進出口貿易經驗，與歐、亞、南北美、非洲的蔬果出口商都有合作，並將來自世界各地的蔬果服務給馬來西亞當地大型的現代通路以及大盤商，亦提供運輸、倉儲以及行銷的服務。

2	Lee's Frozen Foods Sdn	冷凍蔬菜、果汁、肉品、水產、禽肉、糕點、冷凍加工食品	是馬來西亞大型的進口商與通路商，事業版圖跨足馬來西亞、越南與柬埔寨，主要進口快速消費品。主要客戶為馬來西亞的現代通路、餐廳與零售商。除了提供進口食品的服務，亦提供行銷、物流、倉儲等的服務。除了進口事業外，也有自己的大型通路。
3	Joo Lee import and export co. sdn. Bhd	非酒精飲料製造及販售；生鮮蔬果、海鮮、冷凍食品的進口	擁有自己的無酒精飲料製造品牌 "Happy Brand" 供給國內及海外市場。亦有從事生鮮蔬果、海鮮以及冷凍食品的進口，有進口過臺灣的生鮮海鮮以及冷凍海鮮，目前最有興趣的是臺灣的水產品，其次才是生鮮蔬果以及冷凍食品。
4	Village Grocer (The Food Purveyor Sdn. Bhd)	批發：各類型食品	是馬來西亞在地企業，從 1950 年代的小雜貨店起家，現今已成為馬國全境共有 15 間分店的現代超市，各類型食品都有經手，是馬來西亞當地著名的前三十大通路品牌，提供新鮮的生鮮食品是該品牌持續強調且擅長的服務。
5	Shiny Marketing Group	臺灣、日本的休閒零食、泡麵飲料等	致力將臺灣、日本等地的食品，原汁原味帶至馬來西亞，進口許多臺灣人熟悉的食品如：滿漢全席泡麵、統一布丁、可樂果等。
6	Asianmac (M) sdn.bhd	食品原料、手搖飲料原料、果汁等	從進口食品業機器起家，現今業務拓展至各類食品原料-醬料、炸粉、調味料、調味粉、咖啡、果醬、果肉、珍珠、糖漿等。
7	Jimrosa M Sdn. Bhd.	台式的飲料、休閒零食、麵條等	自 1997 年起開始進口生意，致力於將臺灣的商品進口至馬來西亞各大通路，幾大知名高端通路皆是由悅旺提供臺灣商品並上架，如: AEON 集

			團的各類型通路、MaxValue、Cold Storage、Giant Supermarket、Village Grocer 等通路，悅旺都有經手。
--	--	--	--

## 伍、心得與建議

### 一、進入馬來西亞市場的關鍵為適地化程度，非清真認證：

馬來西亞為清真國家，在發展整體清真產業過程政府扮演極重要角色，包含政策引導、建置清真認驗證體制、設置專責組織並由最重要的總理直轄等，加速跨組織間的溝通協調與橫向聯繫。然而此行觀察了解，馬來西亞清真認證制度雖為全球高知名度的認證系統之一，但其規範仍係針對「穆斯林」國家設計，許多條文對我國風俗信仰及生產流程環境而言，仍屬置礙難行；且取得當地清真認證成本高昂，目前臺灣清真產業品質保證推廣協會所核發的清真證書，已被馬來西亞政府認可具同等效力。馬來西亞通路及消費者看中的仍是產品品質、適地化程度及對產品的熟悉度等，建議臺灣業者在對清真產業及市場切入未詳實規劃前，應先思考自身產品競爭力及行銷方式，回歸商業基本面打造適地化產品，提供清楚易讀的全英文包裝，確立市場拓展計畫，之後再思考取得當地清真認證。如果能發揮自家產品特色及品牌優勢，拓展當地市場將大有可為。

### 二、進入清真市場需要專業的協力組織，俾收事半功倍之效：

清真食品市場商機雖大，但對於非穆斯林國家的臺灣而言必需有通盤規劃，除了針對市場進入作好詳實的可行性研究、消費者需求、市場變化趨勢、關稅及檢疫條件限制等，亦可透過協力組織，排除外銷業者在取得清真認證或市場拓展過程中可能面對的障礙，例如農委會委託商研院辦理「穆斯林市場農水產品及其加工品市場調查暨推動計畫」，即是針對馬來西亞、印尼及阿拉伯聯合大公國等穆斯林市場辦理深度市場調查，希望透過市場流通情報調查與商機研究、國外成功標竿案例研析等，瞭解他國企業拓銷穆斯林市場之具

體作法及提出具體可行策略；亦透過推動海外市場精準媒合及協助受輔導廠商與國外買家洽談，實際接單出口，並辦理辦理國際研討會及研討會等活動，協助我國業者逐步拓展全球清真市場，盼未來能有更多廠商受惠。