

專題報導

美國有機食品市場展望

據美國Whole Food Market公司2004年有機食品趨勢追蹤調查指出，全美超過四分之一的民眾(27%)比一年前享用更多的有機產品。美國農業部(USDA)強制要求明確標示有機產品的規定已過一年，調查亦顯示，超過半數的美國民眾(54%)曾嘗試有機食物和飲料，並有10%的民眾經常食用有機產品。

美國消費者購買有機產品的原因很多，調查指出，超過半數的受訪者(58%)相信有機食品對環境有幫助，並且有益於身體健康(54%)，另外57%受訪者表示，購買和使用有機產品是對小農和當地農民有幫助，近三分之一(32%)受訪相信有機產品口味較好，42%相信有機食品品質較好，報告另指出，2003年有機食品成長20%，將達到100億美元的規模。

早期的天然有機食品都是擺放在商店

的果菜貨架上，現在已延伸至整個商店的各個部門和角落，包括新鮮果菜、手工麵糰、穀片、乳品、酒、乳酪、巧克力、五穀及醋等產品，雖然商店的有機產品種類很多，果菜仍是有機食品的主要項目。目前選擇有機食物的68%受訪者表示，最想購買的是新鮮有機果菜，至於其他有機食物則包括：麵包或烘焙品(26%)、非乳品飲料(26%)、蛋(26%)、乳製品(24%)、如湯或麵糰等的調理食品(19%)、肉(22%)、冷凍食品(18%)、調理食品或即食餐品(14%)以及嬰兒食品(7%)。

有機產品的主要障礙仍是價格，調查顯示，近四分之三(73%)受訪者認為有機產品太貴，然而，在有機食物業不斷成長，供應和種類不斷增加的情況下，預期價格將會下跌。(外貿協會商情週報/商情電子報)



活動看板

2004年上海台灣農產節熱烈展開

農委會委請外貿協會於本(93)年10月29~31日在中國上海樂購超市辦理「台灣農產節」，由七寶、光新、真北、莘庄及嘉定等5家門市店同時舉辦，並選定七寶及光新二處為辦理重點。為擴大宣傳效果，於10月29日下午3時在光新店隆重舉行開幕記者會，由台北世界貿易中心行銷專案處陳副處長、台灣農業策略聯盟發展協會吳秘書長秋穀、台灣農產品行銷協會呂理事長德仁及燕巢鄉潘鄉長建芳等貴賓聯合剪綵，現場並安排民藝表演。

在農委會的補助下，外貿協會今年在日本、香港及美國已辦理多場「台灣農產

節」，希望藉由此類活動拓展台灣優質農產品市場，就中國市場而言，是透過與樂購超市的合作，協助我國業者與中國超市建立長期穩定的供貨關係，並進一步在上海建立台灣農產品行銷通路，作為擴展至其他都市之起點。

樂購超市為台灣頂新集團所經營，目前共有27家門市，在上海共有10家門市，綜合大賣場、商店街、名店街、餐飲街及兒童遊樂場為一體，去年銷售額已達新台幣185億元，尤其在上海，其銷售業績已超過家樂福。今年頂新將擴大投資，爭取在中國開到39家店，分布地區則遍及華東、