


具指標性意義，而在亞洲各國仍陸續發生高病原性家禽流行性感冒疫情之際，為及時掌握時機，我國亦曾於去年底籌組「台灣家禽產品赴日拓銷團」，實地前往日本舉開貿易商談會，並安排日方通路商與我國生產業者面對面溝通。在業界的努力及農政單位的積極輔導下，今年的禽品外銷更開出亮麗的成績單，在10個月內輸銷日本的禽肉及蛋品已逾4,500公噸，預估至年底可達6千公噸以上；而新加坡等國也派員來台與我諮商，主要採購品項為雞蛋，農委會亦將積極協助業界克服出口檢疫(驗)事宜，以拓展禽品外銷市場。(農委會) 

小 啓

## 熱烈招募優質外銷農產品

**為** 拓展我國農產品外銷，農委會特別建置台灣農產品外銷網(<http://www.agexporter.com.tw>)，提供農民團體及農產食品業者網路行銷的機會。台灣農產品外銷網有中、英、日文等三種版本，以外國買主為對象，為國內農產品免費宣傳平台。若大家有符合衛生安全及具外銷競爭力之產品，請洽0800-506-088外貿協會網路行銷中心。

## 台灣取經荷蘭業者 發展亞太花卉中心有望

**外** 貿協會日前邀請「荷蘭園藝商務代表訪問團」來台訪問，在荷蘭貿易暨投資辦事處共同主辦及台灣區花卉輸出業同業公會、台灣區花卉發展協會、台北花卉產銷股份有限公司、中華盆花發展協會、台灣蘭花產銷發展協會等單位的配合協辦下，舉辦一場「亞洲園藝商機研討會」，邀請雙方園藝界專家業者從台灣蘭花市場現況及未來趨勢、利用荷蘭作為進入歐洲市場之跳板與植物育種權保護等角度，探討台灣發展亞太花卉中心樞紐之機會。

### 技術及經驗分享

荷蘭貿易暨投資辦事處副代表Mr. Hank H. J. Nouwens認為，荷蘭與台灣二國不僅土地面積相近，產業經營特性上亦極為相似，荷蘭強在園藝產業(Horticulture)台灣則在工業科技產品，荷蘭是進入歐洲市場之門戶，台灣則是打入亞洲市場的跳板。兩國貿易關係更是密切，園藝產品方面，荷蘭出口到台

灣的金額是銷往韓國的2倍及香港的3倍，同時自台灣進口相關產品金額是自日本進口的2倍及韓國的3倍。Nouwens副代表表示，很高興台灣的園藝產業在WTO的規範下，進口規定將更透明化，但同時有關植物抗病毒(Inhibitor of virus replication, IVR)的技術與推動執行也愈趨進步，這些相關的條件顯現雙方未來農藝合作成功的因素是存在的。

我方貴賓之一的經濟部國際貿易局主任秘書何裕良致詞時指出，貿易局配合政府農業政策，積極推廣優質農產品拓銷海外市場，花卉就是其中之一；台灣花卉的產值是從1980年起開始成長，1983年到2004年間花卉栽培面積成長10倍，產值更成長了8倍。今年1-8月份種苗與花卉的出口值達4,723萬美元，較去年同期成長18.49%，主要出口對象是日、韓、美、荷，而進口值是1,097萬美元，也較去年同期成長11%。但何主任秘書說，整體來看台灣的農產品

產占全球產值的比率並不高，例如雖然台灣蝴蝶蘭在2004年時已躍居為歐、美、日市場蘭花進口消費市場的第一位，台灣握有全球蝴蝶蘭市場五成以上的種源，也具有四成的核心技術，但占全球產值只有5.82%，因此政府必須有計畫的協助產業品種研發與保護，並開拓更廣大的市場。

### 台荷合作前景樂觀

農委會國際處處長黃子彬致詞指出，荷蘭從事農業的人口只有5%，土地面積占全球0.008%，但生產的農產品產值則占全世界第3位，是了不起的成就。台灣海平面100公尺以下的平地不到30%，必須與高山爭地，荷蘭則有1/4土地在海平面以下，必須與大海爭地，因此兩國未來在園藝產業上的合作應相當樂觀。

台灣是天然的溫室，適合生產熱帶氣候的產品，而荷蘭則適合溫寒帶的產品，因此荷蘭可以將台灣當做銷售遠東地區熱帶產品的生產基地，不必老遠在荷蘭種植再運送到遠東來，從此角度來看雙方合作的空間就很大，台灣有勤奮的農民、公私方面皆有充分品種選育與技術改良人才，資金亦不缺乏，適合發展與荷蘭一樣土地、資金與技術密集的高產值、高技術與高品質的產業，未來不需要再從事大面積粗放生產廉價的產品。此次荷蘭代表團將前往台灣重要花卉產地彰化、台南與台中改良場參觀，希望雙方會有豐碩的成果。

### 亞太市場自給自足

福爾摩莎園藝集團總經理彭福全，簡報分享該集團多年來推廣台灣花卉行銷國際的經驗。彭總經理以其園藝集團多年市場拓銷的觀點，從市場、成本、匯率與供

應鏈的變化四方面，提出他對台灣發展亞太花卉中心契機的看法。一是亞太花卉市場將會隨著亞太地區經濟快速的發展大幅成長，特別是北京2008年奧運、2010年的世博會勢必會帶動亞太地區花卉產業的蓬勃發展。其次是經濟快速成長時，能源需求急速增加、石油價格持續攀升，海空運輸成本節節高升，促使園藝產品在溫帶地區生產成本居高不下。第三是歐元自2002年開始不斷升值，對歐洲花卉輸出歐元區以外的市場影響甚鉅，尤其是相對貶值幅度較大的日本、台灣等亞洲國家。最後是亞太地區區域供應鏈的形成，由於亞太市場逐漸成長、生產技術不斷提升，花卉生產面積在亞太地區大幅增加，區域外的產品輸入逐漸減少，已產生了新的區域供應鏈；例如，荷蘭玫瑰花輸入日本逐漸減少，取而代之的是印度、南韓、中國大陸的玫瑰花；菊花也同樣，被馬來西亞、韓國、越南、中國大陸產品取代，據統計，日本自荷蘭進口花卉年平均值已減少45%。

彭總經理認為產業的實務面有，一、具競爭力的技術研發；二、卓越的品種改良；三、與荷蘭花卉產業及日本消費市場接軌的經驗。

至於需官方配合的包括，一、高效率的出口行政作業，例如CITES(即「瀕臨絕種野生動植物國際貿易公約」，簡稱華盛頓公約，對國際間貿易行為可能導致滅絕之部分物種以及須獲得許可方得以貿易之物種列有清單)許可的申請，台灣只需1個工作天，中國大陸需28天。二、政府政策的支持(如花卉專業區的設立、農產品國際行銷策略)，使台灣絕對有發展成為亞太花卉中心的有利條件。(外貿協會) 