

專題報導

馬來西亞禽畜產品市場概況

馬國近二年來經濟成長約為4%左右，成長的主要貢獻在於國內消費及投資支出穩定成長。馬國向為我國主要出口市場之一，雙方貿易關係非常密切，我國為其第五大貿易夥伴，僅次於美國、日本、新加坡及中國大陸。馬國是一個由多元種族組成之國家，其中土著(含馬來人)約占65.1%，其次為華人與印度人，分別約占26.6%及7.7%，其餘為其他少數民族。由於各種族之宗教、文化、生活習慣各異，其消費特性亦呈多元化，我國廠商可針對華人開拓市場，市場區隔應特別注意。

畜類產品市場分析

馬國豬肉及其他畜產品都能自足，惟牛肉及其相關製品需進口，澳洲是活牛第一大供應國，紐西蘭則是冷凍牛肉及其製品第一大供應國。根據伊斯蘭教律法，豬肉是不被允許購買的，伊斯蘭教律法並沒有控制豬肉的生產。無論如何，因為馬來西亞是一個受到伊斯蘭教影響頗深的國家，政府考量國內的穆斯林教徒人口，已實施一些政策以規範豬肉的生產。其中一個政策就是在數個州屬當中創立豬農區(Pig Farming Areas)。生豬的進口並不被鼓勵，且根據記錄顯示在過去4年內少過400頭豬隻進口到馬來西亞。唯一跟豬進口有關的是種豬的進口。無論如何，馬來西亞從2002年開始已經減少種豬從東南亞國家聯盟以及歐洲國家的進口。在馬來西亞

主要的豬種類為馬來西亞採用的主要豬種類為藍瑞斯，杜洛克以及約克夏(大白豬)，依資料顯示，過去進口國依序加拿大、丹麥、南韓及瑞典。冷凍豬肉的需求，馬來西亞必須從世界各國進口，此貿易額超過馬幣680萬令吉，進口國依序澳洲(198萬令吉)、中國、印度及瑞典。

禽類產品市場分析

對雞肉的需求，馬來西亞能夠自給自足的滿足，馬來西亞是全球人民對雞肉年平均消費量最高的國家之一。雞肉對馬來西亞人是最普遍又最便宜的肉類蛋白質食物源，很大原因是因為雞肉並沒有飲食上的禁令，或宗教上的限制。2004年人民對雞肉年平均消費量大約為31公斤，而2002年則為32.5公斤。在馬來西亞雞肉是由兩種系統生產的：獨立式的農場以及農場食物加工處理的零售整合業者。垂直整合在馬來西亞發展迅速，大型整合業者如肯德基炸香雞簽約式的養殖提供了超過60%的總產量。

農場的雞肉市價為馬幣3.5令吉一公斤。經過批發商包裝好的雞肉每公斤要賣馬幣4.5令吉。在今年7月泰國再度復發的禽流感並沒有影響馬來西亞的雞肉產業。馬來西亞自身的供應依然能夠滿足國內的需求量。日本和台灣還未解除進口的禁令。

大多數的馬來西亞人更喜歡購買剛屠宰的新鮮雞肉，所以70%的雞隻都是從菜市場售賣出去，剩下的30%的雞隻都是透

過百貨商店售賣出去，這些百貨商店，大型超市，以及無數的零售商店都是透過整合型雞肉商操作販賣雞肉。馬來西亞已經不再對進口雞肉課稅，但所有運送進來的雞肉以及雞肉產品都必須有馬來西亞獸醫檢疫部發出的進口准證。2000年全民對雞蛋的年消耗量為270顆而2004年為255顆，平穩的成長趨勢。90%的雞蛋產量是供馬來西亞國內市場，它們大多數以殼蛋（shell eggs）批發出去。因為馬來西亞的蛋產量能自給自足，鮮蛋（fresh eggs）的進口就顯得非常少。液蛋產品的需求正因為麵包店以及糖果糕點店的增長而變大2004年成長了3%並達到了馬幣20億令吉，進口國為澳洲、比利時、德國以及紐西蘭。

清真食品發展

全世界的穆斯林人口約有18億，而預計整個清真食品的市場每年會有馬幣2.12兆令吉（元）。馬來西亞伊斯蘭發展部門（The Malaysian Islamic Development）的標誌因為它嚴厲並令人信服的認證系統而被國際間承認並熟知。馬來西亞正和伊斯蘭組織的成員國緊密的合作以推廣清真食品到世界各國去。馬來西亞有機會把自己提升為國際間的清真食品中心，除了清真食品製造國之外，她甚至可以成為市場，認證以及參考的中心。

西亞強力支持清真食品業的發展。從1982年開始，全國對halal食品的認證一律交由伊斯蘭發展部門（JAKIM）統一檢驗。食品法典委員會（Codex Alimentarius Commission），聯合國糧食及農業組織（Food以及Agriculture Organization，FAO）以及聯合國世界衛生組織（World Health

Organization of United World，WHO）在國際食品標準，指導方針，以及最新專業規範等等促進國際貿易的問題上扮演著不可或缺的角色。在這一方面，馬來西亞正準備一分國際的依據標準「清真用詞的使用導則」General Guidelines for use of the Term Halal）。正被全球看作是清真食品的中心的事實已使得外國的穆斯林教徒前來馬來西亞觀光旅遊。在1999年到2003年之間，來自中東國家的穆斯林旅客從20,000人上升到800,000人，而且數目持續在增加中。

馬來西亞政府已經將清真食品的發展視為工業主要計畫（Industry Master Plan）以及國家農務政策（National Agricultural Policy）的其中一個策略，這個目標是為了將馬來西亞定位成全球的清真食品中心。馬來西亞的獸醫檢疫部正逐步發展成為一個清真食品中心以應付肉類產品在清真食物的處理過程所能帶來的商機。（外貿協會）

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。