

政府有關單位協助，分工合作確保外銷貨款的回收，有助於增加農民出口商機。此外，中國輸出入銀行也將提

供融資配套措施，希望從事農產品外銷的業者多加利用，共創更大的外銷遠景。（農委會國際處）

日方對我輸日韭菜實施逐批檢驗

依據日本厚生勞動省醫藥食品局食品安全部監視安全課輸入食品安全對策室於本(2004)年3月19日來函表示，我國於本(2004)年3月10日輸日之生鮮韭菜花，經成田機場檢疫所抽驗發現，其陶斯松 (CHLORPYRIFOS) 農

藥殘留值達0.04ppm，高於基準值0.01ppm，已屬第二個案例，依據食品衛生法規定，該省自本(2004)年3月19日起對我輸銷日本之韭菜及其簡易加工品，實施逐批進口檢驗。（農委會國際處）

活動看板

2004年紐約夏季食品展

農委會委託外貿協會籌組的「2004年紐約夏季食品展(2004 SUMMER FANCY FOOD SHOW)」，正在積極進行，參展日期為2004年6月27至29日，地點在紐約會議展覽中心。該展每年分春、夏和冬季三次，在美國東西兩岸舉行，其中以夏季展覽規模最大，約可吸引兩萬多人次之歐美食品業界專業採購人員、代理商前往

參觀，係廠商拓展北美市場之極佳管道。該展為美國第一大展，亦為全球第四大國際食品專業展。本參展團預定徵集攤位數為25個廠商攤位，適合參加之產業為台灣生產製造之各類農產與加工食品，歡迎有興趣的業者與外貿協會陳怡燕小姐聯絡(27255200轉310分機)。（農委會國際處）

參加2004年東京國際食品展我廠商成果輝煌

日本為世界最大農產食品進口國，今年受惠於日本經濟復甦，消費

者買氣回春，提高食品進口商採購意願，所以參觀東京國際食品展人數較 →

→ 去年增加，現場熱鬧滾滾。

今年農委會委託中華民國對外貿易協會，帶領11個

公農協會之58家優質農產品廠商參展，展出產品包括茶、休閒食品、生鮮蔬果、水產品等，其中以保健、有機蔬菜、素食及茶最受歡迎。如以各別產品來說，則以筴白筍、竹筍、地瓜、米、鳳梨、海鱷、甜玉米、米酒及黑木耳等最受青睞。整體來說，我國參展廠商不論是在產品的開發及包裝上，均較去年有長足進步。



為加強宣傳推廣我國具有國際競爭力之優質農產品，外貿協會特設立代表性農產品展示區，辦理產品試吃品嚐，吸引參觀者大排長龍，成功將我農產品推銷出去。明年參展將擴大辦理，計畫成立各縣市特色農產品展示專區，配合觀光局擴大推廣休閒農業，以繁榮農村經濟，提高農民收益。此外，據農委會表示關於台灣農產品的安全與衛生問題，我政府已加強農水產品施肥用藥的管制，努力降低農藥殘留，符合日本檢驗規定。讓日本消費者可安心選購食用。（外貿協會）



台灣花卉國際行銷論壇紀實

由外貿協會主辦的「台灣花卉國際行銷論壇」，於3月4日假鹿港立德文教休閒會館國際會議廳舉行，現場邀請日本及荷蘭三位從事花卉國際行銷的專家講演，現場並有近2百位花農、花卉產銷業者與學者專家蒞臨參加，講演內容精彩，講者與聽眾互動熱烈。

為了提昇台灣花卉在國際舞台的地位，本次台灣花卉國際行銷論壇，邀請到日本輸入商社協會會長酒井龍夫、日本株式會社大田花卉營業本部販賣企劃經理上田潤及荷蘭阿斯米爾(Aalsmeer) 花卉拍賣中心計劃經理 Mr. Henk de Groot 等3位專家，分別就「我國花卉產業行銷日本市場之策略」、

「日本花卉電子商務行銷」、「花卉國際行銷」等主題講演，提供寶貴經驗供國內從事花卉生產、花卉運銷及有志從事花卉外銷的相關人士參考。

酒井龍夫是日本輸入商社協會會長，負責將國外品質優良的花卉進口到日本，他認為台灣的花農與政府已經很努力地在發展花卉產業，但仍有需要改進之處。舉例來說，台灣的花農集中種植某些花卉品種，沒有考量到日本消費者的需求與喜好，不易吸引消費者購買，加上供貨不穩定，再經過船運後的櫥架壽命不久，都會影響日本消費者的購買慾。台灣若想將花卉外銷到日本，首先要進行市場調查，了解當地消費者的喜好，然後再