

台灣農產品運用國際展會與跨境電商行銷全球

孫智麗、江佳純

台經社孫智麗社長於今(2023)年 9 月 1 日受邀出席台灣智慧農業週「台灣農業的國際經營論壇」，於會中與產業專家共同探討台灣農產品的海外行銷策略，特別是農業乃受氣候變遷直接影響的產業，再加上俄烏戰爭與美中貿易政治牽動全球糧食市場版圖，以及後疫情時代對韌性供應鏈的需求等因素，台灣農產品如何在這些關鍵點上掌握資訊，運用行銷工具拓展海外市場，孫智麗社長提出觀察與策略建議。

根據農業部的農業統計資料，去(2022)年台灣農產品總出口值為 52.27 億美元，出口前三大國家依序為美國(17.5%)、日本(16.4%)、中國(12.9%)，出口值以魚類及其製品最高、其次為穀類及其製品、花卉及其種苗等，魚類及其製品出口最多到日本、穀類及其製品與花卉及其種苗出口最多到美國。中國陸續暫停台灣多項農漁產品的進口，包含鳳梨、釋迦、蓮霧、石斑魚、柑橘類果品、白帶魚及竹筴魚等，2022 年有超過 5 成的台灣酒類銷往中國。寵萌經濟興起，台灣有超過 7 成的貓狗食品銷往香港。

孫智麗社長提出三大策略建議，包含因應氣候變遷、開拓新興市場、發展多元通路。今年北半球各地熱浪不斷，乾旱與高溫事件頻傳衝擊農作物生產，在稻米部分，義大利連兩年遭逢乾旱、泰國降雨減少、美國加州種稻區也逢旱，大幅影響這些主要產米地區的產量；受國際市場喜愛的芒果，出口國如印度的北方邦今年因氣候因素產量下降約 30%，影響外銷新加坡、馬來西亞、英國和杜拜等國家，其他出口國如巴基斯坦 2022 年也因熱浪導致芒果產量減少 50%，影響出口與農民生計；另一受青睞的水果-鳳梨，產地印度阿薩姆邦巴拉克谷因降雨不足，產量下降，今年無法出口到杜拜；此外，義大利東北海岸生態失衡遭藍蟹大量繁殖，衝擊當地蛤蜊等貝類養殖。孫社長舉這些案例說明因為氣候變遷與生態劣化衝擊，農產品的供應來源可能因此轉換，或許是台灣農產品的另一個出口契機，業者應關注氣候與生態問題、掌握市場供需資訊。

而在開拓新興市場方面，Covid-19 疫情衝擊、俄烏戰爭與美中貿易政治等因素，影響全球農產供應鏈，從全球化回歸重視區域生產，為維持穩定供貨，業者亦將優先選擇運輸距離近、可及時調整供貨的供應端。孫智麗建議多爭取展會曝光，尤其因疫情而蓬勃發展的虛擬展會，在兼顧成本考量下或可讓業者前進不同新市場收集商情。部分虛擬展會不僅一天 24 小時、一年 365 天不間斷開放線上參展、觀展、視訊媒合商談，也導入 AR、VR 科技強化參展產品吸睛度與買家體驗農場的實境度。(以中東地區為例，請詳附表一)

最後在發展多元通路上，則建議強化跨境電商通路的鋪設。透過 B2B、B2C、C2B、B2B2C、O2O 多元模式來交互運用，更甚以區塊鏈建立透明的農產供應鏈與通路交易。除了生鮮超市的網路賣場，全球有各式以農產品或技術為主的電商平台，例如由葡萄牙企業與歐盟共同合作的 Agrimarket Place 是農產品公平貿易平台，為世界農民與買家提供穀物、堅果、咖啡、油品等交易；馬來西亞的 CityFarm 提供城市農藝與園藝資材給消費者選購； Agro InfoMart 是印度平台，擁有多達 25,000 個農產品、供應商和製造商；南非的 Nile 是農產品 B2B 交易平台，平台匯集整個南部非洲發展共同體地區的供應商，以透明價格為買家提供優質新鮮農產品；阿聯酋的 Al Dahara 為大型農企業集團，平台專注於主要糧食種植、動物飼料、製造和營運以及綜合供應鏈管理。(請詳附表二)

台灣農產品項精緻而多元，隨著生產、集貨包裝、冷鏈儲運等技術的提升，後端的通路銷售成為重要推手。孫智麗社長建議因應氣候變遷、地緣政治、農產供應鏈與消費習慣的調整，即時掌握市場資訊、爭取展會曝光、強化跨境電商通路、運用行銷新科技做出台灣農產品牌差異化，期待台灣農產品擴大出口規模，走向國際。

附表一 中東地區的國際展會

名稱	舉辦地/國	項目	說明
Abu Dhabi International Food Exhibition	杜拜/ 阿拉伯聯合大公國	食品、飲料與餐旅相關產品與服務	2022 年啟動，由阿布達比農業和食品安全局（ADAFSA）副總統、副總理、總統法院部長兼董事會主席贊助。2022 年簽署的交易總價值相當於 55 筆交易和 26 份 MOU，3 天內價值超過 2 億迪拉姆(2,450 萬美元)。
Gulfood	杜拜/ 阿拉伯聯合大公國	豆類、米、麥片、麵粉、扁豆、草、家禽、有機肉類等	2019 年啟動，該食品展歷史上規模最大的一屆展會彙集了 5000 多家領先的食品和飲料公司，展示了來自超過 125 個國家 10 萬種新產品。
Middle East Organic and Natural Product Expo Dubai	杜拜/ 阿拉伯聯合大公國	有機農產品、飲料、健康/保健品等	中東和北非地區頂級有機買家的第一大目的地。過去 21 年來，該博覽會一直是中東和北非地區領先的批發和零售貿易平臺，可說是唯一致力於展示有機和天然產品的展會。
FHO - Food and Hospitality Oman	馬斯喀特/阿曼	米、漁產、家禽、肉類、茶、咖啡、蜂蜜、豆類等	FHO 是阿曼蘇丹國最大的食品和飯店業國際展會。該活動是在農業、漁業、財務和水資源部的贊助下舉辦。阿曼的飯店業預計在 2022 年到 2026 年間，以 6.3%的複合年增長率（CAGR）成長、達到 900 億美元。
Agro Pack Iraq	艾比爾/伊拉克	食品和飲料、乳製品、飲料、魚類和海鮮、有機食品、麵包和烘焙、肉類及肉製品等	2018 年啟動，為伊拉克最重要和最大的農業食品博覽會，2023 年展出 15 個國家、超過 190 個展商。伊拉克為阿拉伯中東第三大食品進口國的地位，僅次於沙烏地阿拉伯和阿聯酋。
ISRAFOOD	特拉維夫/以色列	新鮮(冷凍/罐頭)食品、肉類、家禽、魚/海鮮、奶製品、水果、天然/有機食品、啤酒等	展會至今有 39 年，展覽為產業決策者展示了以色列食品和飲料行業的全方位產品和服務。
IDMA Istanbul	伊斯坦堡/土耳其	生產與加工技術: 穀物和麵粉、玉米和粗麵粉、飼料、米和豆類、麵食等	IDMA 博覽會已經舉辦 16 年，每年匯聚穀物和豆類加工行業的代表。IDMA 是該領域第一個也是唯一一個國際技術展覽會，為買家彙集了穀物和豆類加工領域的最佳品牌和技術。
Anfas Food Product	安塔利亞/土耳其	穀物、肉類和肉製品、海產品、新鮮農產品、奶製品、咖啡、茶、濃縮果汁等	至今已舉辦 29 年，2019 年吸引了來自 7 個地區和 81 個城市的參觀者。國內 42,379 人次，國際 2,246 人次，共有 44,625 名專業人士參加展會。

Bursa Agriculture Fair	布爾薩/土耳其	農藥、種子、種苗、樹苗與園藝、乳製品等	至今已舉辦 20 年，2019 年展會曾在 5 天內吸引了來自 54 個國家的 221,889 人參觀。
Interfresh Eurasia	安塔利亞/土耳其	新鮮(冷凍)蔬菜和水果、種子、植物營養劑等	展會所在地 Antalya 為土耳其生鮮蔬果出口大區，每年約創造 50 億美金的產值。為歐洲、中東、俄羅斯、非洲與土耳其的匯聚地。
World Food Istanbul	伊斯坦堡/土耳其	水果、蔬菜、乳製品、漁獲及海鮮、肉類、禽肉、天然有機食品、無麩質產品、茶葉、咖啡、非酒精性飲等	已舉辦 30 年，伊斯坦堡世界食品展一直是食品和飲料生產商與土耳其主要買家的聚會點。作為 B2B 活動，WorldFood Istanbul 是企業在價值 10 億美元的市場中增加銷售額和獲取新客戶的完美平台。
SEAFOOD EXPO EURASIA	伊斯坦堡/土耳其	水產養殖、罐頭食品、罐頭食品、蜜餞、零食等	歐亞海鮮博覽會是漁業專業人士的全新國際 B2B 展會。該展覽針對幾乎所有全球市場，基於「超越政治原則的商業」，活動不受政治和地理邊界的限制，旨在將歐洲和亞洲，非洲和拉丁美洲的國家團結在一個地方。
Saudi Agriculture (歷史近 40 年)	利雅德/ 沙烏地阿拉伯	家禽、農產品和有機食品、水產養殖、乳製品等	2023 年為第 40 屆，是該地區最大的農業 B2B 展會，在沙國環境、水和農業部的贊助下舉行。旗下有 Saudi Agrofood、Saudi Foodpack、Saudi Aquaculture。
Saudi International Marine Exhibition	吉達/沙烏地阿拉伯	漁業、海產品、冷藏和冷凍海鮮、水產養殖等	2022 年啟動，沙烏地阿拉伯有史以來第一個專注於漁業，水產養殖和相關海洋活動和工業的專業展覽。在沙國環境、水和農業部長指示下所籌辦的國家漁業發展計劃活動。
Iran Agrofood (歷史 30 年)	德黑蘭/伊朗	農產、漁產、穀物、種子、種苗、農藥等	歷史 30 年，為伊朗及其鄰國卓越的農業食品平臺。伊朗農業食品展涵蓋了從農田到餐桌的整個價值鏈。該展會獲得” 伊朗農業部-聖戰組織”、” 伊朗工業、礦業和貿易部”、” 伊朗食品和飲料進口商協會 FBIA” 等機構支持。2023 年展會有來自 16 個國家、700 個展商、超過 4 萬人參觀。2021 年伊朗食品進口 150 億、出口 54 億。
- Iran food + hospitality		乳製品、飲料、魚/海鮮、新鮮和冷藏食品、健康食品、肉類及肉製品、有機食品	
- Iran food + bev tec		農產加工技術與設備等	
- Iran food ingredients		食品原料 (ex:水果和蔬菜粉、混合果汁/還原果汁、麵包店和糖果店的水果製品)	

資料來源：各大網站，台經社 2023 年 8 月 31 日彙整。

附表二 全球農業相關電商平台

電商名稱	所屬國	簡介
Agrimarket Place	葡萄牙公司、歐盟	Agri Marketplace 的願景是成為最大的農產品公平貿易平台，將世界各地的農民與企業界串聯起來。交易主要品項為穀物、堅果、咖啡、橄欖油等。
Amazon Business	美國	亞馬遜平台中特別開設農業平台，提供農業企業購買營運所需。
Zagro	瑞士發跡、新加坡上市	Zagro 在 70 多個國家擁有 150 個商標、782 個作物保護產品註冊和 522 個動物保健產品註冊。Zagro 新加坡也開設 Zagro Fresh 鮮食電商。
myCargill.com	美國	為食品製造商、零售商和食品服務業者提供健康肉品與家禽產品。從事穀物和油籽的生產、交易、加工及配銷，同時提供各種農民服務與風險管理解決方案。
Al Dahara	阿聯酋	為大型農企業集團，專注於動物飼料、主要糧食種植、製造和營運以及綜合供應鏈管理，與國際供應商建立長期協議和關係。利用集團交易量的談判能力將風險和成本降至最低。
Agro InfoMart	印度	印度 B2B 農業目錄平台。該平台只經營產品，但他們為企業製訂農業解決方案。農業企業可以宣傳他們的品牌或產品，以吸引來自世界各地的買家和賣家。擁有多達 25,000 個農產品、供應商和製造商。該平台還為其客戶提供不同的套餐。他們有各種農產品的最新目錄。
B2A Business	中國	是中國農業商業名錄 B2B 網站，提供來自中國農業商業經過驗證的供應商和製造商，例如種子、農藥、化肥、生物製品、農機、苗圃等生產商。
Agriconomie	法國	為歐盟農企業提供各式農用資材、動物營養的交易。
CityFarm	馬來西亞	為一般消費者或公司提供城市農藝/園藝資材。
Nile Marketplace	南非	是一個 B2B 電子商務平台，支持生產商和向消費者銷售的實體之間進行直接交易。該平台讓客戶與不同地區的多個生產商進行新鮮農產品交易。平台匯集整個南部非洲發展共同體地區的供應，以透明價格為買家提供優質新鮮農產品。

Agrofy	阿根廷	供應農用設備、車輛、工具、機械、田地、動物營養等。每週提供產品，買家可以以折扣價購買商品。也經營二手農機交易。
iGrow	印尼	iGrow 是印尼第一個端對端的農業貸款平臺，贊助者透過平台資助農民的專案，融資人將根據每個專案的期限獲得保證金分潤。

資料來源：各大網站，台經社 2023 年 8 月 31 日彙整。

台灣智慧農業週
《台灣農業的國際經營論壇》

台灣農產品
海外市場推展策略

2023.9.1

BIO台灣經濟研究社
孫智麗 社長

講者簡歷：孫智麗

孫智麗博士任職台灣經濟研究院超過20年，創立生物科技產業研究中心暨智慧財產評價服務中心擔任主任，長期從事生物經濟(Bioeconomy)、生技醫藥、策略規劃、技術評價、科技前瞻、產業調查、效益評估等研究分析與產業化推動工作。目前創立**台灣經濟研究社**擔任社長。

■ 學 歷

- ✓ 英國劍橋大學 管理學院 博士
- ✓ 國立台灣大學 經濟學研究所 碩士
- ✓ 國立台北大學 (國立中興大學法商學院) 經濟學系 學士

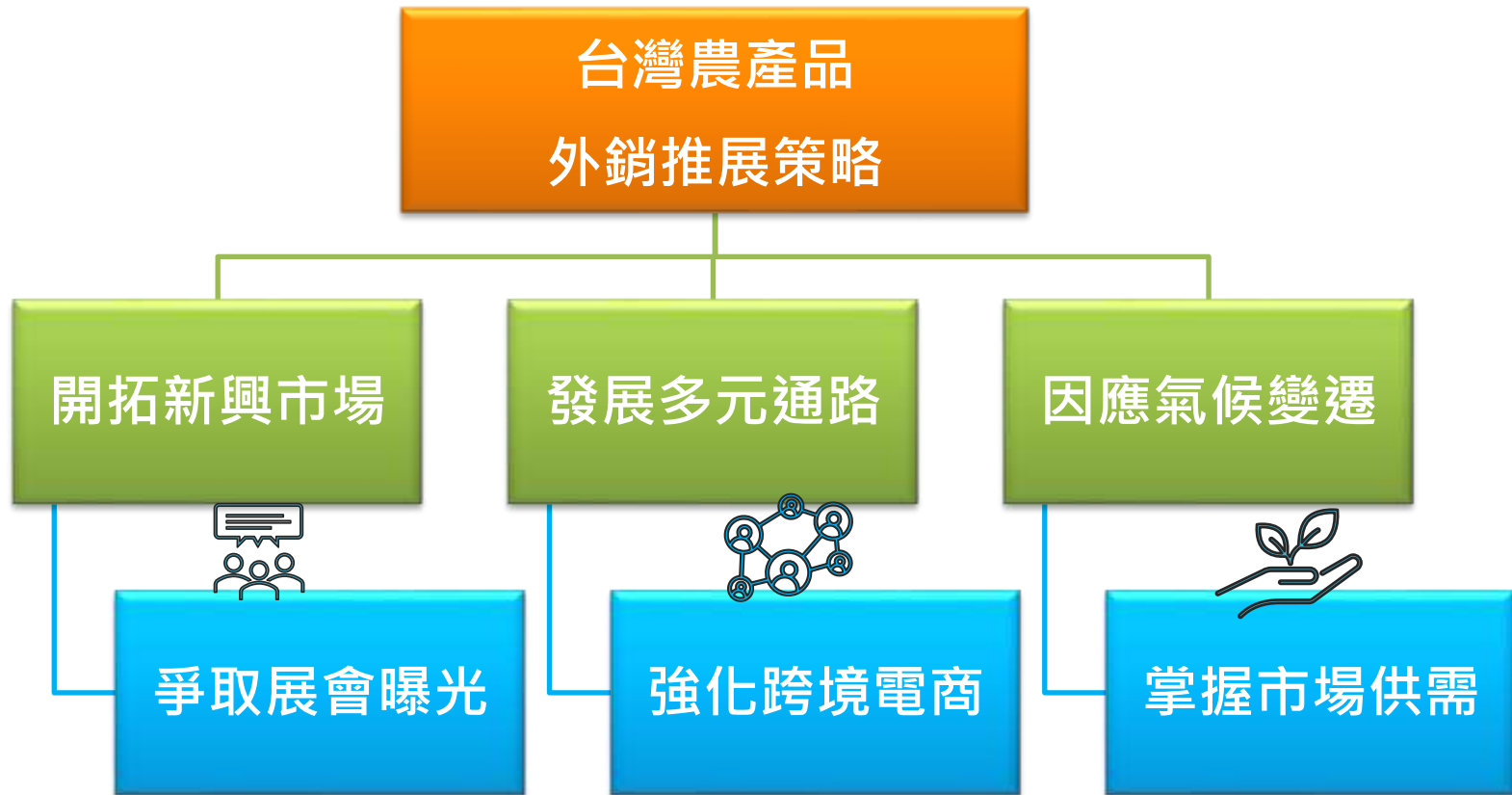
■ 專業證照

- ✓ 國際評價專家專業認證 (ICVS, International Certified Valuation Specialist, 2020)

■ 經 歷

- ✓ 行政院國家金融安定基金管理委員會第11、12屆委員(2020~2024)
- ✓ 國發基金公股代表-中華開發生醫創投董事(2014~2020)、中華開發生醫貳基金投資決策委員(2020~)
- ✓ 經濟部生技新藥公司發行認股權憑證審查委員(2020~2023)、市場性意見書常務評估委員(2019~2021)
- ✓ 台杉生技股份有限公司董事(2018~2021)
- ✓ 台灣生技整合育成中心Si2C-新藥開發商業育成整合平台CEO Club委員(2015~2016)
- ✓ 台灣仿生科技發展協會Biomimicry Taiwan理事長(2014~2020)、永續發展組召集人(2020~2023)
- ✓ 台灣大學 生物科技研究所 兼任副教授(2013~)
- ✓ 清華大學 科技管理研究所 兼任副教授(2010~2013)
- ✓ 中華無形資產暨企業評價協會第四至八屆監事(2012~)、經濟部無形資產評價能力鑑定委員會委員(2016~)
- ✓ 『農業生物技術產業化發展方案』策略規劃組委員(2009~2013)
- ✓ 衛生署全民健康保險精算小組第七至九屆委員(2008~2012)
- ✓ 『農業生技產業季刊』總編輯(2007~)
- ✓ 中央社『2007台灣十大潛力人物』財經企管類得獎人(2007)

策略綜觀



圖片：農委會(2021)

台灣農產品主要出口國家與品項分析

2022 年農產品總出口值 **52.27 億美元**，
較 2021 年的 56.69 億美元，年減 7.8%。

單一品項出口占比最高的國家^(1/2)

美國

- 冷凍鬼頭刀 94%
- 糖食* 74.4%
- 冷凍吳郭魚 70%
- 植物油 58.5%
- 蝴蝶蘭活花卉植物 52.7%
- 樹薯薯粉及細粒 50.4%
- 未發酵茶* 45.2%

日本

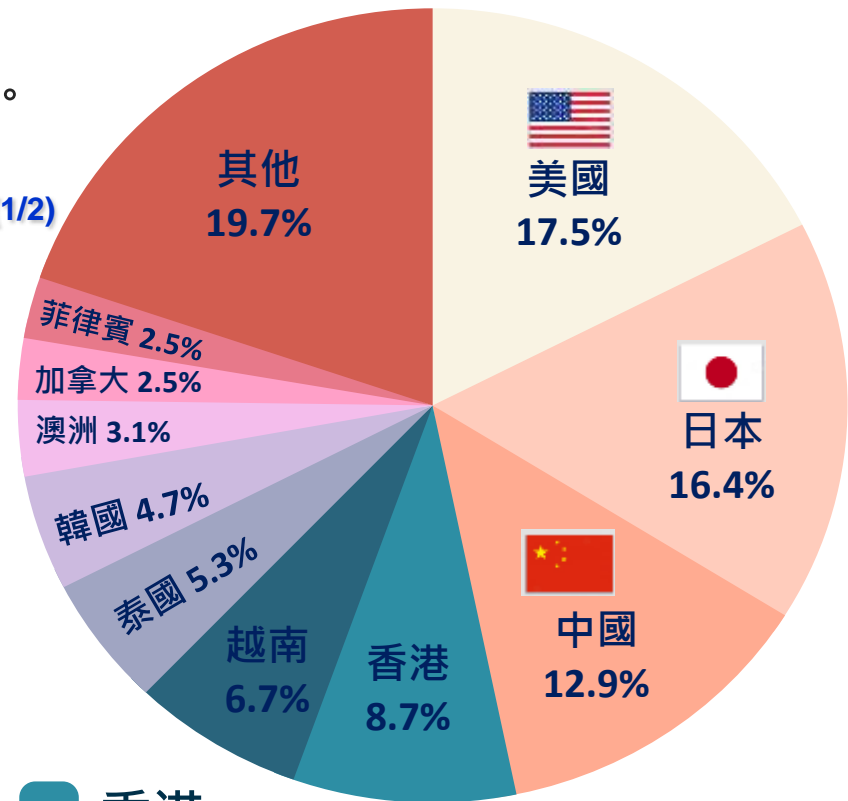
- 鰻魚活魚 98.5%
- 文心蘭切花 96.2%
- 蝴蝶蘭切花 80.5%
- 生鮮冷藏鳳梨 87.8%
- 冷凍毛豆 80.3%
- 冷凍鮪魚 55.4%
- 羊毛 41.6%

中國

- 石斑魚活魚 57.5%
- 冷凍魷魚 52.4%
- 酒類 51.4%
- 羽毛及羽絨 45.1%
- 豬皮革 36.8%
- 全發酵或部分發酵茶* 30%

香港

- 海參, 調製 100%
- 豬, 調製品 76.7%
- 貓狗食品# 72.1%
- 小麥, 穀粉 71.3%
- 奶粉及粉塊* 42.8%



註：以出口價值計算比例

台灣農產品主要出口國家與品項分析

單一品項出口占比最高的國家(2/2)



澳洲

- 冷凍鱸魚 71.9%



巴布亞紐幾內亞

- 稻米、穀 28.9%



韓國

- 鰻魚魚苗 65.5%
- 冷凍旗魚 50.1%
- 冷凍秋刀魚 49.6%



越南

- 糠及麩皮 55.2%
- 牛皮革 44.7%
- 畜飼料用副產品* 39%
- 蝴蝶蘭花苗 37.5%

註：以出口價值計算比例



開拓新興市場

爭取展會曝光

疫情與地緣政治帶來貿易改變

- Covid-19 疫情衝擊，導致全球供應鏈改變，農產供應由全球化回歸重視區域化。為維持穩定供貨，將優先選擇運輸距離近、可及時調整供貨的供應端。
- 俄烏戰爭、美中關係影響全球糧食供應鏈。中國大陸暫停我多項農漁產品進口(鳳梨、釋迦、蓮霧、石斑魚、柑橘類果品、白帶魚及竹筴魚等)。

 運用線上、線下多方參展、找尋新市場

線上虛擬展會

Virtual Fairs365

INTERNATIONAL VIRTUAL ONLINE FAIRS

Promote Your Brand to the World with Online Virtual Fairs for 365 Days



Virtual Building and Construction Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Building, Construction Materials, Bathroom and Ceramic Products Fair



Virtual Property Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Real Estate, Real Estate Investment Projects and Financing Fair



Virtual Furniture and Home Decoration Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Furniture, Accessories, Lighting, Office, Kitchen, Bathroom and Design, Home Decoration Fair



Virtual Carpet and Floor Covering Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Carpet, Floor Covering, Parquet, Wood Floor Products Fair



Virtual Textile and Garment Machinery Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Textile and Garment Machinery and Equipment Fair



Virtual Textile and Fashion Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Textile, Ready-to-Wear Suppliers and Technologies Fair



Virtual Shoe, Bag and Belt Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Shoes, Leather supply industry, Products, Bag and Belt Fair



Virtual Jewelry, Gems and Watch Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Jewelry, Gems and Watches, Precious Natural Stones Fair



Virtual Mine and Petroleum Products Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Mine, Petroleum Products and Equipment Fair



Virtual Marble and Natural Stone Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Marble, Travertine, Granite, Decorative Natural Stones, Machinery, Side Industry Fair



Virtual Agriculture and Stock Breeding Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Agriculture and Stock Breeding Fair



Virtual Environment and Waste Technologies Fair

Duration: 365 Days | Fair Location: Online
Environmental Technology, Recycling and Zero Waste Fair



虛擬農畜產展會

Virtual Fairs365

線上參展、觀展，搭配視訊媒合商談。一天24小時、一年365天不間斷開放。導入AR、VR科技強化產品吸睛度、實境度。

Virtual Fairs365

Home Virtual Fairs Fair Platform Contact Us VISITORS EXHIBITORS BUY STAND CART  



AGRICULTURE AND STOCK BREEDING VIRTUAL FAIR AREA

Promote Your Brand to the World with Online Virtual Fairs for 365 Days

以數位文宣、農場/產品真實影片 吸引買家目光、身歷其境



(c) Ekkasit Keatsirikul

中東地區農產品相關實體展會

	名稱	舉辦地/國	項目
	Abu Dhabi International Food Exhibition	杜拜/ 阿拉伯聯合大公國	食品、飲料與餐旅相關產品與服務
	Gulfood	杜拜/ 阿拉伯聯合大公國	豆類、米、麥片、麵粉、扁豆、草、家禽、有機肉類等
	Middle East Organic and Natural Product Expo Dubai	杜拜/ 阿拉伯聯合大公國	有機農產品、飲料、健康/保健品等
	FHO - Food and Hospitality Oman	馬斯喀特/阿曼	米、漁產、家禽、肉類、茶、咖啡、蜂蜜、豆類等
	Agro Pack Iraq	艾比爾/伊拉克	食品和飲料、乳製品、飲料、魚類和海鮮、有機食品、麵包和烘焙、肉類及肉製品等
	ISRAFOOD	特拉維夫/以色列	新鮮(冷凍/罐頭)食品、肉類、家禽、魚/海鮮、奶製品、水果、天然/有機食品、啤酒等

農產品相關中東地區展會

	名稱	舉辦地/國	項目
	IDMA Istanbul	伊斯坦堡/土耳其	生產與加工技術: 穀物和麵粉、玉米和粗麵粉、飼料、米和豆類、麵食等
	Anfas Food Product	安塔利亞/土耳其	穀物、肉類和肉製品、海產品、新鮮農產品、奶製品、咖啡、茶、濃縮果汁等
	Bursa Agriculture Fair	布爾薩/土耳其	農藥、種子、種苗、樹苗與園藝、乳製品等
	Interfresh Eurasia	安塔利亞/土耳其	新鮮(冷凍)蔬菜和水果、種子、植物營養劑等
	World Food Istanbul	伊斯坦堡/土耳其	水果、蔬菜、乳製品、漁獲及海鮮、肉類、禽肉、天然有機食品、無麩質產品、茶葉、咖啡、非酒精性飲等
	SEAFOOD EXPO EURASIA	伊斯坦堡/土耳其	水產養殖、罐頭食品、罐頭食品、蜜餞、零食等

農產品相關中東地區展會

	名稱	舉辦地/國	項目
	Saudi Agriculture (歷史近40年)	利雅德/ 沙烏地阿拉伯	家禽、農產品和有機食品、水產養殖、乳製品等
	Saudi International Marine Exhibition	吉達/沙烏地阿拉伯	漁業、海產品、冷藏和冷凍海鮮、水產養殖等
	Iran Agrofood (歷史30年)	德黑蘭/伊朗	農產、漁產、穀物、種子、種苗、農藥等
	- Iran food + hospitality		乳製品、飲料、魚/海鮮、新鮮和冷藏食品、健康食品、肉類及肉製品、有機食品
	- Iran food + bev tec		農產加工技術與設備等
	- Iran food ingredients		食品原料 (ex:水果和蔬菜粉、混合果汁/還原果汁、麵包店和糖果店的水果製品)



發展多元通路

強化跨境電商

疫情與科技驅動電子商務的成長

- 2020 年，全球電子商務銷售額突破 4.2 兆美元，跨境電商持續成長。
- B2B (Business to Business)、B2C (Business to Consumer)、C2B (Consumer to Business)、B2B2C (Business to Business to Consumer)、O2O (Online To Offline)，多元模式交互運用
- 區塊鏈建立透明的農產供應鏈與通路交易

 運用多元電商模式、線上線下串聯新通路

全球農業電商平台





因應氣候變遷

掌握市場供需

氣候變遷下的農糧危機



全球農漁產受氣候與生態衝擊



鳳梨-印度阿薩姆邦巴拉克谷因降雨不足，鳳梨產量受到影響，無法出口到杜拜。



米-義大利連兩年遭逢乾旱、泰國降雨減少、美國加州種稻區逢旱，大幅影響產量。



芒果-印度北方邦芒果產量，因氣候變遷下降約 30%；巴基斯坦2022年因熱浪導致芒果產量減少了 50%，影響出口。



養殖蛤類-義大利遭藍蟹大量繁殖，衝擊蛤蜊等貝類養殖。

具外銷競爭力之農產品項目

類別	產品項目
第一類 (具有技術優勢、獨特性或過去出口具有績效者)	蓮霧、番石榴、楊桃、棗子、結球萵苣、高級烏龍茶、蝴蝶蘭、文心蘭、水產種苗、觀賞魚、生鮮及冷凍海鱺、台灣鯛(吳郭魚)、活鰻、活石斑、冷凍虱目魚及其製品等
第二類 (外銷穩定成長、品種或技術必須加強研發改進，以防止國外趕上、或被代替者)	木瓜、鳳梨、荔枝、芒果、椪柑、葡萄、冷凍毛豆、綠竹筍、冷凍菠菜、超甜玉米、其他類蘭花、花卉及種苗、冷凍鮪鰹魚類、冷凍魷魚及其製品、冷凍牛蛙腿、冷凍鯖魚、冷凍秋刀魚、複合竹材等
第三類 (遭遇國外同類產品強烈競爭者)	香蕉、檸檬、葡萄柚、食用甘藷、米(糯)醋、蘿蔔糕、油飯、米粉條、土雞、鴨肉及其加工製品、酒蛋、鐵蛋、西式香腸及火腿(豬肉)、炸雞塊、竹炭、竹藝品等

➔ 氣候變遷下「熱通膨(Heatflation)」的缺口?

BIO 台灣經濟研究社 Taiwan Economist

www.bioeconomy.tw

Email: julie.sun@bioeconomy.tw

TEL: 02-23711288 分機 2209

統編: 88292262

地址: 台北市忠孝西路1段80號22樓2209室

生物科技產業研究中心
智慧財產評價服務中心
永續發展政策研究中心
趨勢觀測暨意見調查站

生醫評價實績: <https://www.bioeconomy.tw/ip/>



農業生技產業季刊: <https://www.bioeconomy.tw/publications/>