

外銷專欄

台灣農產品進軍日本高級禮品市場

2005年日本禮品市場規模約為6.3兆日圓(參考富士經濟調查報告)，這是以每位國民平均每年花費5萬日圓以上用於贈禮，並考慮人們有非常多之紀念日、慶典等，而計算得來的。日本人很喜歡贈送禮物，從很早以前即有禮貌性的贈答文化流傳下來，另外針對不同「紀念日」，廠商會塑造出「今天是特別的」氣氛，勾起消費者之購買欲望。

近年由於不景氣影響，拘泥於形式之送禮文化稍有式微，而法人需求也呈衰退，禮品市場略微縮小。而各業者為維持競爭力，紛紛推出優惠方案，如免費運送、預約打折等，並以「安全」「健康」為訴求，這些訴求與國內市場相符，值得台灣業者前來開發日本禮品市場。

福岡禮品展 台灣產品揚威

今年6月8-10日於日本福岡Marine Messe展覽館辦理之「2005年福岡國際禮品展」，參展業者計有338家(日本國內213家、海外125家)，參展國為14國(含台灣、泰國、韓國、中國大陸、印尼、加拿大、美國、英國等)及Asean Center，3天展期合計來場日商為2萬8,836名；其中以批發商及進口商為主，並不開放一般民眾參觀。因此參觀人潮大部分是買主，是九州地區禮品相關展覽會中規模最大者。

展期中主辦單位辦理「新產品比賽」，結果由台灣產品獲得了第一名。該產品是國內雲林縣奇香妙草國際有限公司所推出之「香草蜜醋」；該廠商於今年3月4日辦理之



台灣芒果暢銷日本

「福岡新食品，食材商談會」前來拓銷而獲得商機，開始出口到日本，本展由其日本代理商代為參展，並參加該「新產品比賽」，大幅提高該產品之知名度，該產品獲得第一名之理由為：一、包裝美觀又有趣，一看令人以為材質是木箱實際上是紙箱。二、口味非常好。三、使用香草與醋是對身體非常好之健康飲料；因此具特色之農產品及其加工產品也可當作高級禮品。

台灣芒果 暢銷日本

近兩年來日本自台灣進口芒果之金額為快速成長。可以說是芒果熱，而且還將繼續流行，原因如下：

一、貿協及台南縣政府、高雄縣政府等單位多次在日舉辦芒果促銷活動，使得相關產品之知名度越來越高。

二、知名電視節目陸續介紹芒果之營養價值及健康效果。

三、果汁、發酵乳等加工食品用途的需求越來越高。

四、餐廳、咖啡店等積極開發芒果之甜食(芒果塔、芒果布丁、芒果刨冰等)。



台灣芒果在日本市場還有很大之成長空間

五、作為禮品之需求越來越高。

六、在很多超市、百貨店等店鋪直接銷售，消費者會採購作為家庭內自行享用。

七、隨著日本國內生產增加及擴大宣傳，相對便宜的進口芒果之需求也隨著增加。

雖然自台灣進口之芒果越來越多，但是日本芒果之總進口量中台灣之占有率僅為約4%，金額約8%，還有很大之成長空間，隨著認知度逐漸提高以及第一次吃的

人感到好吃會重複採購之需求，業者估計還有5年以上之遠景。

成功開拓 有例可循

福岡地區台商海翁有限公司，今年5月開始嘗試進口台灣芒果，即以高級禮品為切入點，透過網絡銷售，該公司推出2.5公斤／箱之包裝售價4,300日圓。由於此價格適合禮品市場，自始即預定中元禮品。於6、7月間以電子商務密集宣傳結果即售出4,000公斤芒果，在樂天市場之點閱率高居第6名，可以說試銷非常成功。另外，年底之「御歲暮」則是更大之市場，12月初旬至年底購禮送給一年來關照過自己的人，是日本人共通之習慣。中元及歲暮這兩項為日本二大禮品市場，該禮品之一般單價為3,000-4,000日圓。中元禮品之市場規模為6,500億日圓，歲暮禮品市場規模則為6,800億日圓。另外，「御中元」及「御歲暮」禮品之中，生鮮水果越來越受大家之歡迎。

於中元禮品及歲暮禮品分居第一、二位之「水果」，隨著消費者日漸重視自然、健康、產地直送、高級等意向，更加提高所占比重的可能性。日本禮品市場約6兆3,000億日圓之中，食品禮品約為1兆4,000億日圓。「健康、安全、衛生、特

2004、2005年5-8月份日本進口台灣生鮮芒果一覽表

	2004年		2005年	
	數量(噸)	金額 (1,000日圓)	數量(噸)	金額 (1,000日圓)
5月	6,000	3,349	21,765	1,3726
6月	168,415	94,848	217,854	140,400
7月	260,350	142,036	197,987	140,984
8月	7,0055	36,036	未發布	未發布
合計	504,820	276,269	437,606 (5-7月)	295,110 (5-7月)

(資料來源：日本財務省 貿易統計)

日本歷年進口台灣生鮮芒果統計表

	數量(公斤)	金額(1,000日圓)
1999年	35,340	22,229
2000年	100,750	54,864
2001年	108,845	66,301
2002年	123,475	67,641
2003年	74,850	41,744
2004年	504,820	276,269
2005年(1-7月)	437,606	295,110

(資料來源：日本財務省 貿易統計)

2004年日本生鮮芒果進口來源表

進口總計	12,336噸	41億2,700萬日圓
國別	數量(%)	金額(%)
菲律賓	59.2	46.7
墨西哥	23.6	25.1
泰國	7.3	11.0
台灣	4.1	7.8
澳大利亞	3.8	6.7
美國	2.0	2.7

(資料來源：日本大阪稅關 貿易統計)

色商品」是台灣農產食品業之既有之定位，特別是於農藥及添加物使用之控管、衛生方面(在食品製作流程中作業環境的衛生)，台灣均優於其他亞洲國家，也有較佳之切入機會。除了既有之農產通路外，禮品則是值得

後續開發之潛在市場，台灣廠商可進一步朝研發具特色產品、改良包裝、提供安定的品質、提高附加價值等方向努力。(商情周報/商情電子報) 

台灣農產品E化國際行銷研討會

——台灣農產品外銷網優質供應商，熱情招募中

敬邀您參與

為促進台灣農產品外銷，農委會特委託資策會、豐年社、外貿協會共同籌劃建置「台灣農產品外銷網(www.agexporter.com.tw)」，以多元e化網路行銷，拓展台灣農產品外銷新通路，藉以提升台灣農產品全球知名度，並同時為廠商帶來無限商機。

本研討會特邀資策會現身說法如何運用國家級農產品網路平台「台灣農產品外銷網」獲得最新專業商情及刊登您商品的重要資訊，同時外貿協會並以「網路行銷」角度，告訴您如何優勢曝光您的商品，藉以拓展海外市場，將農產品e化行銷全球。活動全程免費，名額有限，敬請從速報名參加，以免向隅。 

場次表

場次	時間	地點
台北場	94年10月27日(星期四) 下午2:00 ~ 4:00	台北國際會議中心 台北市信義路5段1號 101 A 會議室
台中場	94年10月28日(星期五) 下午2:00 ~ 4:00	外貿協會台中辦事處 台中市英才路260號4樓

議程表

時間	主題	演講者
2:00 ~ 2:10	台灣農產品外銷網簡介	農委會
2:10 ~ 3:00	台灣農產品外銷網使用功能	資策會
3:00 ~ 3:30	如何應用台灣農產品外銷網國際行銷	外貿協會 網路行銷中心 採購組
3:30 ~ 4:00	現場Q&A	

活動洽詢專線：02-27255200 分機1767 袁先生

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://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，可將廠基本資料及產品資訊E-mail至豐年社h3628148@ms15.hinet.net(格式請至網站中文首頁之FAQ下載)，請多多利用。如有任何疑問請洽豐年社(02)23628148轉27黃先生。

