

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展及視察）

2024 臺南芒果星馬日芒果拓銷 出國報告

服務機關：臺南市政府農業局

姓名職稱：市長室：黃偉哲市長、那盛科員

農業局：陳仲杰副局長、馮秋蓉科長、李沅珊約聘人員

新聞及國際關係處：邱曉萱科長

派赴國家或大陸地區：新加坡、馬來西亞、日本

活動期間：113 年 6 月 27 日至 113 年 7 月 1 日

報告日期：113年9月24日

目錄

一、 摘要	2
二、 活動人員名單	3
三、 緣由或目的	4
四、 過程	5
五、 心得	17
六、 建議	18
七、 效益	18

一、摘要

7月適逢臺南芒果盛產期，為加強臺南生鮮芒果及加工品海外通路行銷本府農業局規劃於新加坡、馬來西亞、日本各辦理一場「臺南芒果上架超市通路」推廣活動，呼籲當地消費者踴躍採購，同時展現臺南農產海外拓銷決心，以臺南愛文芒果為主加工品為輔布局潛在市場，增進外銷量穩定國內市場供需，漸而增進農民收益。

為推廣臺南愛文芒果國際市場，於今(113)年6月27日至7月1日於新加坡、馬來西亞以及日本超市辦理「臺南芒果上架超市通路」推廣記者會並視察芒果上架及他國農產品於通路販售情形，出訪期間另安排與通路進行農貿交流以及通路洽談，由市長親率團隊出訪，展現臺南農產品上架誠意及決心，更能增添買賣雙方互信同時建立雙方深厚情誼。

二、活動人員名單

編號	姓名	單位 職稱	工作項目
1	黃偉哲	臺南市長	總率隊官
2	陳仲杰	臺南市政府農業局 副局長	活動督導
3	馮秋蓉	臺南市政府農業局 農產行銷科 科長	活動統籌
4	邱曉萱	臺南市政府新聞及國際關 係處 國際關係科 科長	活動聯繫
5	那盛	市長室 科員	活動紀錄
6	李沅珊	臺南市政府農業局 農產行銷科 約聘人員	活動聯繫及執行等相關事 務

三、緣由或目的

臺南是臺灣非常重要的芒果產區，地理優勢非常適合芒果生長，臺南芒果種植面積約占全臺灣的 50.3%，臺灣每 2 粒芒果就有 1 粒產自臺南，加上臺南農民有精湛栽培技術，因此臺南芒果的果皮色澤特別鮮豔，皮薄肉質纖細，香氣濃郁，甜酸適中，營養價值也很高。

近年來，臺南行銷力道不僅在臺灣內部積極推廣，更著重於開拓海外市場，新加坡、日本為臺南重點拓展市場之一，因此從去年起就跟新加坡、日本超市攜手合作，把臺南最新鮮的芒果還有鳳梨跟文旦帶至當地讓更多人可以品嚐臺南新鮮甜美鮮果。

今年除了行銷當令盛產的愛文芒果外，去年曾出口少量西施芒果跟金煌芒果至新加坡推廣，並獲得新加坡朋友對這兩種芒果特別喜愛獲得極大回響，消費者的意見與回饋臺南市府團隊謹記在心，今年特地加量推廣愛文、金煌、西施三種芒果來到新加坡，滿足當地消費者需求，讓大家能夠一次品嚐到三種不同風味但都同樣可口的芒果，現場安排農產試吃活動，將臺南的美味呈現給現場的民眾，促進採購意願並增添臺南農產印象。

除了於當地超市行銷推廣外此外，臺南市政府代表團更藉此機會展開一系列商務活動和交流，包括與當地貿易商及通路進行採洽，從中回饋了解市場需求，促進兩地農產品貿易合作的進一步發展。

四、過程

行程表：

日期	時間	行程說明	備註
6/27(四)		前往新加坡	
6/28(五)	上午	電台專訪	
	下午	臺南芒果百寶盒-新加坡上架記者會暨試吃品嚐活動 @CS Fresh Gold in Paragon	
		視察 Cold Storage 臺南芒果上架情形	
		視察 NTUC 最潮國民超市克拉碼頭門市(Fairprice Finest Clarke Quay)	
6/29(六)	上午	啟程至馬來西亞	
	下午	馬來西亞駐處洽談	
		臺南芒果百寶盒－馬來西亞上架記者會暨試吃品嚐活動	
		視察臺南芒果試吃品嚐門市 AEON Mid Valley Megamall	
		視察上架臺南芒果門市 Aeon Bandar Utama	
	凌晨	啟程至日本關西	
6/30(日)	凌晨	機場稍事梳洗、用早餐	
	上午	LIFE 超市西宮原店商洽	
		臺南芒果推薦記者會暨試吃推廣	
	中午	拜訪百貨公司	
	下午	LIFE 超市京都西大路花屋町店視察	
	晚上	與商界商洽	
7/1(一)	上午	大阪市區前往機場	
	中午	關西→桃園(IT211)	
	下午	桃園→臺南(0645)	

(一)臺南芒果上架超市記者暨試吃推廣活動 (新加坡、馬來西亞、日本)

臺南是臺灣最大的芒果產地，栽培品種豐富，今年特別推薦愛文、金煌、西施等多品項芒果，進軍新加坡高端水果超市 CS Fresh 及 Giant，冷藏超市 CS Fresh 為英國商，隸屬於 DFI 零售集團，總部位於新加坡，以東南亞為市場為主的連鎖超級市場。為新加坡水果品質最高的精品超市。最初是一家本土的新鮮優質肉類和乳製品貿易商。目前經營品牌，分別有 Cold Storage、CS Fresh、Market Place、Jasons 和 Giant，今年特別擇定 CS Fresh Gold in Paragon 辦理「臺南芒果百寶盒上架記者會」並將臺南芒果分別上架至 5 間 CS Fresh 及 5 間 Giant 共 10 家門市上架，同時安排試吃品嚐活動。

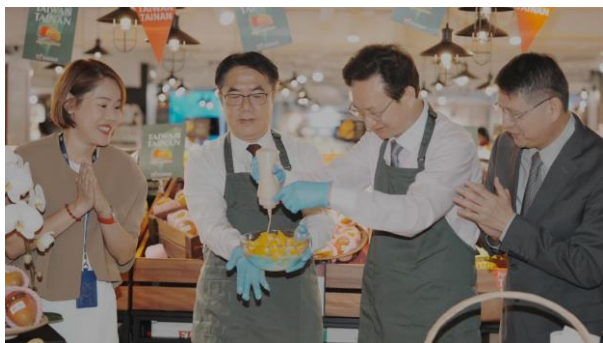
在新加坡臺南芒果百寶盒上架記者會，由市長黃偉哲、臺灣駐新加坡大使童振源、新加坡超市及臺星兩地貿易商高層，以獲得美國有線電視新聞網 CNN 與旅遊雜誌「TRAVEL+LEISURE」評選為全球最佳甜點之一的臺南芒果冰為主題，共同在代表臺南繽紛多彩芒果的雪花冰上，霸氣放置無敵美味的愛文、金煌、西施芒果，現場網美系的「臺南夢幻極光芒果雪花冰」瞬間閃亮登場，成功吸引新加坡媒體、網紅的目光，同時也在超市現場引起搶購熱潮。

繼去年在新加坡的成功銷售經驗，臺南芒果再度走向國際市場進軍新加坡 Cold Storage 冷藏超市。今年新加坡 Cold Storage 冷藏連鎖超市，增加去年的六倍訂購量，去年在新加坡爆紅的西施芒果，今年在臺南產地價，直翻了將近 2 倍的身價，超市非常看好後勢發展。

今年特推的臺南芒果百寶盒內，分別有愛文、金煌和西施，每一款都具有臺南盛夏果實獨特的風味和口感。愛文芒果口感 Q 彈、香氣濃郁、酸甜多汁，金煌芒果則是清甜肉多、纖維細、西施芒果纖維細緻、口感扎實甜度高，讓消費者有更多選擇，一次滿足不同口味的需求。今年除了超市的販售之外，貿易商結合電商，提供跨境線上訂購臺南芒果百寶盒、愛文及金煌西施芒果禮盒直送新加坡服務，創造新一波臺南芒果的採購風潮。







馬來西亞為臺南市府首度開拓的新通路，馬來西亞本地農產品市場競爭激烈，產品需要面臨來自本地農產品以及其他進口產品的競爭壓力，要打進馬來西亞市場實屬不易，沒有比較就無法區分臺南芒果的優勢，相信臺南的芒果品質絕對能在廣大的市場脫穎而出，初次在馬國試銷，同樣以愛文、金煌、西施品項之芒果，進軍馬來西亞高端水果連鎖超市 Aeon，在馬來西亞臺南芒果百寶盒記者會上，臺南市長黃偉哲、臺灣駐馬來西亞公使卜公使正珉、新加坡超市及臺馬兩地貿易商高層，以美國有線電視新聞網 CNN 評選為全球十大必吃甜品之一的臺南芒果冰為主題，搭配馬來西亞繽紛多彩雪山冰的愛文、金煌、西施芒果吸引民眾靠攏，同樣吸引馬來西亞媒體的目光，馬來西亞本地雖然生產芒果，但當地超市試吃臺南芒果後，對於臺南芒果香氣濃郁、甜度高、沒有纖維感、甚至 Q 彈的口感，感到無比驚艷，為了讓馬來西亞消費者體驗臺南芒果不同凡響的好滋味，在馬來西亞規模數一數二的 Aeon 連鎖超市，安排在 Mid Valley 及 Bandar Puchong 兩大門市，連續三週的周末安排臺南愛文、金煌及西施芒果的試吃品嚐活動，記者會當天正好是 Aeon 會員日，在超市現場掀起了搶購熱潮，臺南首次試銷新市場反映超乎預期，未來期許臺南農產品將繼續走向國際市場，讓更多國家的消費者能夠品嚐到臺南農產品的美味，同時也促進了臺南農業的發展，期待臺灣農產品能夠在國際市場上繼續發光發熱，為農民帶來更多的效益。





臺南芒果成功進軍日本關西地區的 Life 超市，株式會社 Life corporation 創立於 1910 年，1961 年開始營運連鎖超市，現日本全國有 309 家 life 超市分店，年營業額達七千億日幣。主要分佈在關西(大阪 127 家、兵庫 19 家、京都 18 家、奈良 3 家)、關東(東京 98 家、神奈川 31 家、埼玉 8 家、千葉 5 家)。

Life 超市雖以食品販售為主，但近年來也逐漸增加自有品牌的家居服飾、藥妝、日用品販售，甚至大型店鋪也販售家具、裝潢廚房用品等。

該超市過去以進口屏東芒果為主，今年首次上架臺南芒果，讓當地消費者也能品嚐到臺南優質的芒果。這次上架的臺南芒果是臺南今年參加日本東京食品展所取得的成果，在展會結束後，日本貿易商即刻下單臺南芒果成功進軍關西地區的 Life 超市，成為臺南農產品在日本市場的一大突破並上架該超市 170 家通路。同時安排在 6 家 Life 超市辦理試吃活動，這次上架不僅讓日本關西消費者有機會品嚐到臺南的美味，為日本市場的推廣打下了良好的基礎。





(二)通路商談

1. Life 超市、百貨商洽

臺南芒果成功上架日本關西地區 Life 超市，市府團隊在拜訪之際緊握機會攜帶多項農產加工品與超市採購進行洽談，希望將臺南農產加工品順勢推薦上架該通路，並表示本次臺南芒果順利上架 Life 超市，未來期許文旦以及鳳梨也可以持續上架，同時利用出訪之際拜訪百貨尋找商機。

本次在 Life 超市以及百貨推薦的農產加工品品項有，南市區漁會蠡味餅(十三香、鹽酥)、南縣區漁會虱目魚鬆(脯)禮盒、鹽水農會的番茄乾、麻豆農會的纖柚抹茶巧克力脆條、台江生技的龍膽石斑香絲、虱目魚香絲、東山區農會東山濾泡式咖啡、台灣陽光菓菓芒果及鳳梨水果果酥、新市區農會茶豆香酥、新化區農會鳳梨酥、旭陽農場果乾雪 Q 餅、鳳梨乾、山海屯企業社芒果醬、水果法式牛軋糖、觀芯園企業社芯園柚茶醬-紅柚、山頂壯圓炎谷堂羊羹、桂圓黑糖地瓜酥、台灣黃金蕎麥有限公司蕎麥海苔蕎麥脆丸子、參同企業有限公司鳳梨米麴飲臺灣芒果汁、玉井之門食品有限公司情人果乾無糖、愛文芒果乾等品項，日方採購人員也針對產品包裝提供意見，小包裝產品較符合日本習慣，另外也針對部分產品口感以及產品添加物提供寶貴意見，未來可根據消費者喜好調整產品特性和包裝設計，讓臺南產品未來銷日較有實際的參考依據幫助臺南農產品在日本打下根基成功行銷。







(三)市場訪視

冷藏超市簡介 CS Fresh 為英國商，隸屬於 DFI 零售集團，總部位於新加坡，以東南亞為市場為主的連鎖超級市場。為新加坡水果品質最高的精品超市。最初是一家本土的新鮮優質肉類和乳製品貿易商。其目前經營四個品牌，分別是冷藏公司超市（在新馬兩地）、Market Place（在新加坡）和 Giant Hypermarket（在新加坡、馬來西亞、汶萊、印尼、越南和阿聯）和 Jason。

新加坡 CS Fresh 以及 Cold Storage 也有進口與本市相同的鮮果品項，如越南的火龍果 3 顆 4.95 新幣，約 121 臺幣、泰國的番石榴 2 粒裝為 3.95 新幣約臺幣 97 元、菲律賓鳳梨每粒 7 至 4.5 新幣，約臺幣 171~110 元。



超市也有進口其他國家的芒果品種，其中包含 Gold Mango 2 顆 3.55 新幣、Rainbow Mango 3 顆 4.55 新幣、Susu Mango 2 顆 4.55 新幣、菲律賓產的愛文芒果一顆 3.95 新幣、泰國產紅愛文每顆 1.75 馬幣、Golden Phoenix Mangoao 每顆 1.65 馬幣相較臺灣臺南的愛文芒果每顆 14.9 新幣、金煌 19.9 新幣、西施 20.9 新幣相對便宜許多，包裝也比較精緻，本次貿易商進口 32 公噸的臺南芒果全部售罄，可見臺南芒果在新加坡以及馬來西亞市場有一定的消費力，可多加宣傳行銷推廣臺南產芒果。





五、心得

站穩主要市場，逐步拓展國際

年度	芒果	
	數量(公噸)	產值(千美元)
2024~8 月	2,384	12,406
2023	4,297	15,286
2022	2,174	12,649

資料來源：農業統計資料查詢系統

查近 3 年芒果外銷量皆穩定成長，往年臺南外銷主力著重於中國市場，出口近年開始慢慢轉向其他東南亞國家拓點，透過通路辦理試吃活動並利用出訪期間拜訪許多大型超市、連鎖通路、食品批發商及食品電商，建立良好關係。

年度	芒果		
	新家坡	馬來西亞	日本
2024~8 月	46	46	659
2023	88	1	715
2022	23	1	522
資料來源：農業統計資料查詢系統			

芒果近 3 年外銷新加坡、日本較為穩定，芒果出口馬來西亞市場前兩年外銷量較為薄弱，今年是本市第一次於該國進行行銷推廣，可明顯感受當地民眾的喜愛，今年馬來西亞外銷量也明顯成長，芒果除了在日本、韓國、新家坡穩定成長，馬來西亞未來是一個值得開發推展的國家。

六、建議

建議簡述如下：

建議持續加強扶植本市農企業、農漁會赴日參展以及媒合海外商社交流機會，市府作為業者強而有力推手持續媒合業者及通路建立友好貿易關係。

七、效益

- (一)經過積極推廣新加坡、日本外銷量穩定，而今年在市府團隊積極布局推廣下，馬來西亞外銷量明顯成長。
- (二)本次至新加坡、馬來西亞、日本拓銷臺南芒果貿易商陸續追加出貨，市場反應良好。
- (三)宣傳成效及新聞稿發布情形：國內新聞露出彙整電子新聞 22 則，國際媒體露出共 3 則。