

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：考察）

# 「2024臺南文旦暨優質農產新加坡海外拓銷」 出國報告

服務機關：臺南市政府農業局

姓名職稱：臺南市政府黃偉哲市長、市長室那盛科員、新聞及國際關係處國際關係科邱曉萱科長、農業局吳俊傑專門委員、農產行銷科馮秋蓉科長、農產行銷科張家維科員

派赴國家或大陸地區：新加坡

活動期間：113年9月6日至113年9月8日

報告日期：113年11月25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.....	10
六、建議.....	11
七、效益.....	11

## 一、摘要

新加坡深受華人文化影響，也有中秋節和家人團聚的傳統，且經貿發達國內生產毛額（GDP）為全世界第一，故新加坡為臺南文旦等優質農特產之極具潛力市場。

今年中秋節在 9 月 17 日，擇 9 月 6 日至 8 日赴新加坡進行文旦拓銷並舉辦行銷記者會，與新加坡大型超市通路合作，並安排試吃品嚐活動，除了鮮果品嚐，也將文旦入菜製作成泰式沙律，無論在綜合大型超市 Xtra 型店面、抑或是在 Finest 店型，皆大受好評；此外亦透過網紅行銷，和咖啡品牌合作推出文旦飲品，增加市場受眾、加強推廣力道。

此行發現新加坡仍有濃厚的中秋節過節氣氛，東南亞柚類果品亦同時上架，除了文旦柚，臺灣的紅文旦、大白柚亦後勢看漲，可藉由臺灣輸入新加坡的手搖飲文化，讓果品有更大的應用，此外，星國民眾亦對文旦加工品大表興趣，後續應加強產品包裝以符合該國法規，增加拓銷市場。

## 二、活動人員名單

編號	姓名	單位 職稱	工作項目
1	黃偉哲	臺南市政府市長	活動督導
2	那 盛	臺南市政府市長室科員	行程聯繫
3	邱曉萱	臺南市政府新聞及國際關係處國際關係科 科長	活動督導、行程聯繫
4	吳俊傑	臺南市政府農業局 專門委員	活動督導
5	馮秋蓉	臺南市政府農業局 農產行銷科 科長	活動督導
6	張家維	臺南市政府農業局 農產行銷科 科員	活動聯繫等相關事務執行

### 三、緣由或目的

新加坡深受華人文化影響，同時也有中秋節和家人團聚的傳統，在財經網站 Insider Monkey 2023 年發布的「全世界最富裕 20 國」排行榜中，經貿發達的新加坡人均國內生產毛額（GDP）為世界第一，且國土面積小，農產品仰賴進口，因此，新加坡為臺南文旦等優質農產之極具潛力市場，值得拓展農產市場並建立長期穩定之貿易關係。

2022 年 8 月，中國宣布暫停進口臺灣柑橘類水果，包括中秋節的最佳時令果品一文旦，該年臺灣文旦銷新加坡 56 公噸，2023 年即大幅增加到 523 公噸，增加了近 10 倍，足見新加坡與臺灣兩國之間的友好與密切。

今年的中秋節在 9 月 17 日，我們選擇在 9 月 6 日至 8 日赴新加坡行銷臺灣文旦，新加坡的華人也有中秋節與家人團聚的習俗，此外文旦柚有「保佑」的諧音意涵。雖今年因凱米颱風受影響，文旦柚整體產量略減，市府仍已蓄勢待發準備皮薄多汁的高品質臺南文旦外銷至新加坡，出發前已出口了 175 公噸文旦，期待裝載文旦柚的貨櫃陸續到港，與新加坡國人分享文旦柚的美味。

## 四、過程

### (一)行程表

日期	時間	行程說明	備註
9/6(五)		桃園—新加坡	去程
9/7(六)	1000-1200	臺南文旦上架新加坡記者會	泰式文旦沙律品嚐 臺南文旦推薦記者會
	1500-1530	新加坡網紅 SHC Live 訪問市長 The Coffee Academic-Millenia Walk分店	臺南文旦加工產品試吃 臺南文旦柚蜂蜜紅茶泡泡茶 品嚐
	1630-1700	視察臺南文旦上架狀況	前往通路視察臺南文旦上 架、銷售狀況
9/8(日)		新加坡樟宜機場-桃園機場-臺南	回程

### (二)、9月6日 去程

### (三)、9月7日 臺南文旦上架新加坡記者會

和駐新加坡臺北代表處童振源大使、通路超市的生鮮部門主管共同舉辦臺南文旦行銷記者會，此超市為該通路之 Xtra 型店面，為綜合型百貨超市，因此人潮絡繹不絕，且該通路超市將文旦柚層架置放於入口處，非常顯眼。

本記者會主軸為泰式文旦柚沙律品嚐試吃活動，泰式文旦柚沙律因含有魚露醬故為葷食，現場亦備有素食之選擇，黃市長在現場協助調製文旦柚沙律分送給在場民眾，並發送臺南文旦紙本介紹 DM，除了帶動人潮，更增添中秋快樂之氣氛，場面熱鬧非凡。

### (四)、9月7日 新加坡網紅 SHC Live 訪問市長

文旦除了鮮食以外，此次新加坡文旦拓銷活動特別運用巧思將文旦鮮果結合飲品共同推廣，The Coffee Academics 於 2012 年成立，創辦人為香港人，以新加坡為品牌總部，於香港、東南亞等國皆有多家分店，此次於 Millenia Walk 購物中心之分店舉辦行銷活動，推出以臺南文旦柚製成的泡泡冰飲品，並安排新加坡網紅 SHC Live 訪問市長。

SHC Live 是一個食物、時尚和美妝的臉書直播頻道，追蹤者超過 8 萬人，擁有非常多位直播主，除了直播之外也開代購，新加坡人均所得高，且是以華人為主的社會，消費習慣跟臺灣相似，而臺南產出的水果一直以高品質著稱，因此透過 SHC Live 網紅頻道的宣傳，必能加強臺南農特產在新加坡的能見度。

#### (五)、9 月 7 日 臺南文旦柚通路超市上架視察

下午至通路超市的 Finest 店型視察，此店型比較類似臺灣 City Super 類的高檔生鮮超市，通常裝潢新穎、重視質感，產品重視友善環境、品質，臺南文旦亦有在此門市進行試吃品嚐活動，因此門市產品貨架較多，久待易影響消費者動線，除協助分送試吃品給民眾外，並於此超市了解東南亞各國果品價位，臺灣果品之價位雖較不具競爭力，但可從品質提升區隔出市場之差異化。

#### (六)、9 月 8 日回程

9月7日臺南文旦上架新加坡記者會





9月7日 新加坡網紅 SHC Live 訪問市長



9月7日 文旦上架視察 NTUC FairPrice Finest Woodleigh Mall 店



## 五、心得

此行出訪主要是視察臺南文旦在新加坡通路超市的上架狀況，並了解中秋節前新加坡通路市場的鋪貨狀況，心得簡述如下三點：

### (一)、新加坡仍有中秋節過節氣氛，東南亞柚類果品同時上架

新加坡的華人也有中秋節過節氣氛，通路超市除了臺灣的文旦柚，亦有馬來西亞的 Tambun pomelo，外型接近大白柚，但果肉是紅色的，一顆約 1.5 公斤至 2 公斤重，顯見新加坡、馬來西亞也有中秋節品嚐柚類水果的習慣，臺灣常見的文旦柚、紅文旦、大白柚未來在新加坡的市場能見度可期。

### (二)、新加坡飲食習慣及氣候與臺灣類似，手搖飲風氣盛行

新加坡的氣候與臺灣臺南類似，多屬於濕熱的熱帶、亞熱帶氣候，深受臺灣的手搖飲影響，「一芳水果茶」(YiFang Tea)、「老虎堂」(Tiger Suger)、「天仁茗茶」(Ten Ren Tea)、「吃茶三千」(CHICHA San Chen) 等手搖飲店均源自於臺灣，此次新加坡拓銷活動，結合在地咖啡業者推出飲品，未來更可以積極與手搖飲業者結合，擴展鮮果行銷之效益。

### (三)、文旦加工品對新加坡民眾有吸引力，加強產品包裝符合星國法規

此次於 The Coffee Academics 舉辦行銷活動，麻豆區農會的文旦吸凍、蜂蜜柚子風味爆米花和梅柚片兒等產品有極大的興趣，惟這些產品僅帶來供品嘗試吃，後續可研商輔導業者符合進口新加坡之食品包裝規範，輔導優質農產加工品拓銷進口到新加坡。

## 六、建議

綜合前頁心得，建議簡述如下三點：

- 一、於現場發放的摺頁為農產生鮮品及柚類農產加工品之介紹文宣，若推廣對象為一般消費大眾，改以介紹食用方式的宣傳 DM 或許效果會更好。
- 二、此次有和在地咖啡店家合作開發「臺南文旦泡泡冰」手搖飲，並於現場辦推廣活動，因新加坡也有臺灣手搖飲店之海外分店，期望未來可以和手搖飲店合作，將文旦的美味透過手搖飲的魅力散播出去。
- 三、近年來的柚類行銷活動，已讓紅文旦和大白柚吸引新加坡市場的注意，今年已有紅文旦以貨櫃進入當地超市市場，民眾接受度普遍佳，預計位仍有潛在之銷售市場，可加強生產端之農民產銷履歷認證或外銷資格之協助輔導。

## 七、效益

- (一)今年中秋節為 9 月 17 日，因應新加坡大型超市通路拓銷宣傳活動，於中秋節前之 9 月 6 日至 8 日、9 月 13 日至 15 日各擇 5 家門市進行試吃品嚐活動，除帶動銷量更提升臺南文旦在新加坡國人心中之知名度及品牌意象。
- (二)本案新加坡通路超市上架媒合，計 10 月底止已出口文旦柚、紅文旦 6 貨櫃 56 公噸，此外亦有大白柚貨櫃約 7 公噸外銷至新加坡通路，臺南大宗柚類文旦、紅文旦、大白柚陸續上市，讓新加坡民眾逐漸認識臺灣文旦之特色，讓新加坡通路超市也能跟著臺南的入秋節氣走。
- (三)國內電視台民視等，以「迎中秋柚見熱潮 新加坡連鎖超市上架臺南文旦」為標題，報導臺南文旦柚上架新加坡最大連鎖超市。