

# 台灣畜產種原知識庫 -

## 加入W T O以來台灣農業之挑戰與發展對策

類別：其他

\_MD\_POSTEDON由 [ShuYing](#) 發佈於 2005/5/2

李金龍：發展優質農業 強化國際行銷 全球農業自由化競爭激烈 農委會籌設五個生技園區及國家農研院 選定蝴蝶蘭、芒果、烏龍茶、台灣鯛增加出口

中國時報 A12/專題 2005/05/02

紀錄整理：陳炎生

主 題：加入W T O以來台灣農業之挑戰與發展對策

時 間：四月廿七日下午二時

地 點：農委會畜產試驗所國際會議廳

主辦單位：行政院農業委員會

承辦單位：中興大學

前言：

經濟全球化的態勢越來越明顯，台灣加入W T O三年來，面臨全球競爭之壓力也越來越大，對我國以小農經濟為主的農業生產模式帶來很大的衝擊，也對台灣農業的生存與發展帶來前所未有的挑戰，農委會為因應經濟全球化之競爭，在台灣地區北中南召開「加入W T O以來台灣農業之挑戰與發展對策」座談會，邀請產官學研商因應對策，提高產業競爭力。

李金龍（農委會主任委員）：

台灣加入W T O三年來，國內農業遭受衝擊未如預期大，去年農業產值甚至成長約五．四％，可說已通過第一關考驗，不過，隨著國際競爭激烈及自由化幅度加大，未來勢必面臨更嚴峻之挑戰。農委會積極推動發展優質、安全、休閒、生態等多元農業，今年尤以「安全農業」為施政重點，以提高農業國際競爭力。加入W T O三年來，台灣農業產值小幅增加，農業人口雖然減少，但農業勞動生產力明顯提升，九十三年農業生產總值為三七七一億元，較上年增加五．四％，較加入W T O前之九十年亦增加約七％，整體而言，市場影響未如預期大。我一再要求農委會各處、署、局人員應該走出辦公室，上山下海傾聽農民的心聲，實地了解農業發展所面臨的問題，謀求對策解決，才能提高台灣農業之競爭力。對外應加強具競爭力農產品之出口，對內建立以市場為主軸、以消費為導向產業價值鏈，以創新研發為發展動力，展現產業競爭力。

廖安定（農委會企劃處處長）：

以「全球化下台灣農業之挑戰與發展策略」提出專題報告：面對全球農業自由化競爭壓力，農業必須轉型升級，將推動五個農業生物技術園區，並將成立國家農業研究院，將台灣優質農產品推向國際舞台。為加強國際行銷，已選定蝴蝶蘭、芒果、烏龍茶、台灣鯛等四項旗鑑產品，規畫專業行銷模式，建立以外銷為導向之產品供應鏈以增加出口，並於日本、香港設置台灣精品農產品展售據點。在加強農業科技創新研發方面，九十三年育成水稻、馬鈴薯、荔枝及唐菖蒲等優良農作物新品種共廿四項，技術轉移案共五十一件，推動農業科技產學合作計畫一四三項，並研擬完成國家農業研究院設置條例草案，成立籌備推動小組，將整合農委會所屬農、林、水、畜等九個試驗研究機關人力與資源，轉型為國家級農業研究院，以提升研發效率，做為促進農業升級轉型的後盾。台灣農業雖然在經貿自由化的浪潮中站穩腳步，但仍有諸多挑戰有待克服，九十四年起豬腹肉、雞肉等畜產品全面開放自由進口，農委會將積極運用先期產業結構調整與產銷輔導計畫引導生產，並規畫九十四年度整體產銷政策，同時加強整合推動水旱田利用後續調整、農產品衛生品質執行計畫、國際行銷方案等跨產業的發

展計畫，以促進農業永續發展，維護農民權益。

林啟淵（嘉義大學應用經濟學系教授）：

未來發展國內農業應以加強拓展具台灣特色農產品的外銷，以及它所具有的本土優勢來鞏固國內市場為兩大重點，再則一定要鼓勵研發新產品、加強農產品新鮮度及提升農產品衛生水準，從掌握國際環境，發展生產面、生態面及生活面等農業三大外溢C

段兆麟（屏東科技大學農企業管理系教授）：

農產品需具獨特性及價值感，才能獲得消費者青睞，企業打贏的策略是低成本擴大市場占有率，再則就是產品差異化，包括創新性產品策略及高品質產品策略。如欲落實安全農業，政府與農場經營應相輔相成，如政府切實執行無毒農產、農產品產銷履歷制度、加強農藥及動物用藥品管等，而農業經營者務必遵守有機農產品生產規範及安全農業相關法令，採取「綠色行銷」策略及「體驗行銷」策略，建立安全健康的品牌形象。

陳淑恩（屏東科技大學農企業管理系教授）：

農產品國際行銷必須主動去分析國際市場的需求狀況，分析競爭國家的競爭力，依據我國農產品之競爭力擬定策略，建立強而專業的國際行銷供應鏈體系，積極主動拓展農產品國際市場。台灣農產品之競爭劣勢包括生產成本高、缺乏國際行銷為導向之供應鏈及國際行銷專業人才，但台灣生產技術好，農產品質高又具獨特性，在行銷上可以成左漸H差異化策略在國際市場上取勝。

蔡順得（屏縣南州鄉果樹產銷第一班班長）：

政府拓展外銷市場固然重要，但若無穩定供果貨源將徒勞無功A如屏東蓮霧價格看俏在外銷市場一枝獨秀，但今年結果期因天氣寒冷蓮霧出現嚴重裂果，讓果農只有無奈的望著外銷訂單興嘆，政府應輔導農民成立外銷供果園區，配合外銷調整果樹產期，以免辛苦拓展外銷市場，卻未獲實際成效。

施啟賢（中華民國養鹿協會常務理事）問：

過去低成本的農畜產品已無法在國際競爭，如何創造高附加價值的加工產品，如鹿茸、人參研發為生技保健食品，透過農政單位與業者合作研發，再利用國際通路外銷以及舉辦產官學會議，這樣才能因應衝擊，對此不知農委會有何實際做法？

黃子彬（農委會國際處長）答：

農委會協助農畜產品推向國際市場責無旁貸，而如何行銷相當重要，去年台灣農產品出現在日本東京車廂廣告相當成功A至少有數十萬人看過；華航機翼彩繪蝴蝶蘭，於各國升降國際行銷效果更大，未來將加強這項工作。

陳幸浩（農委會畜牧處長）答：

關於研發附加價值高的加工農畜產品，本處很樂意跟國際處合作，先從免稅商店配合開發和行銷。國產鹿茸產值雖不高，價格卻比外國多出好幾倍，附加價值很高，在國際上有其競爭力，因此召開產官學研討會也有必要。

陳淑恩（屏科大農企管系教授）問：

近年來台灣休閒咖啡相當盛行，古坑、屏東、台東到處都有，但台灣咖啡大都從國外進口，到底這項發展規模是否可行？未來一直膨漲會否出現問題？農委會是否應有一套規範預先防範？

黃有才（農委會農糧署長）答：

目前咖啡產業仍以工資便宜的中南美洲、印尼等地為主，這種單獨性經濟作物，較無國際競爭力，惟台灣結合生態和休閒，庭園咖啡到處林立，針對這項休閒產業未來發展和走向，農委會將會深入探討。

吳明哲（農委會畜產所遺傳育種組長）問：

我國優質農產品要拓展外銷，需要具有國際化的人才協助，我建議上級應擴編經費，定期舉辦相關訓練活動，全力蒐集拓展外銷相關資料，提升台灣農產品在國際市場佔有率。

陳幸浩（農委會畜牧處長）答：

為促銷農產品，國際貿易人才的培養，以及出國經費預算不能少，由於經費不足，目前培訓工作綁手綁腳很難推展，必須編列專案預算才行。

溫秀嬌（農委會畜試所會計主任）問：

台灣農民創造農業奇蹟，很值得留下記錄做見證，我發現自民國卅四年到六十五年，在這卅年間的農業記錄很不完整，卻是台灣農業史精華部分，建議農委會編列預算，由作家深入民間進行「口述歷史」採訪出書。

戴振耀（農委會副主委）答：

這個構想不錯，農委會將研討其可行性。

施啟賢（中華民國養鹿協會常務理事）問：

最近本會有意前往韓國觀摩鹿茸生意情形，農委會卻沒有相關的經費補助和行銷費用，必須自掏腰包才能成行，這不太合理。

黃子彬（農委會國際處長）答：

農畜行銷團體到國外辦活動可補助，但旅費無法補助，連農委會行政人員出國也一樣，本會將再積極爭取。