



向內紮根， 向國際進擊

| 文 編輯部 |

107年我國農產品外銷金額54.7億美元，創下過去20年來新高。為了讓臺灣農業持續與國際接軌，本期〈農政視野〉介紹農政單位從生產端著手，提升硬體、軟體、智慧化管理等，提升產品的品質與價值的作為，使農業在國際市場中更具競爭力。農委會已規劃建立「臺灣農產品外銷平臺」，結合相關單位資源，從輔導農友生產具有安全、健康的產銷履歷的優質農產品，到冷鏈物流、媒合外銷貿易商，並拓展海外新消費客群，一條龍整合行銷，全面提升出口量值。

此外，在「永續經營、共存共享」的國際趨勢下，農、漁、畜牧

需在政策輔助下，逐漸邁向永續生產的作業模式，確保外銷優勢。例如，獲得生態標章與認證的水產品，基於海洋生態環境保護及人類社會公益責任，便更具備外銷優勢。

除了將農產品外銷，休閒農業旅遊也是將臺灣推向國際的重點，今年推展水產與花卉合併的「水花旅行」，強化行程的深度與特色，期許能將臺灣農業旅遊推上亞洲農旅的首選之位。

無論是產品品質、產線、物流、平臺、銷量的提升，農委會穩定奠基，拓展視野，創新規劃，持續成長，逐步推動進擊型農業，拓展海外新市場。