



捍衛韓國泡菜市場地位 泡菜產業振興綜合計畫

亞太糧食肥料技術中心農業政策資訊平臺 譯¹

一、前言

韓國農業食品暨鄉村事務部（Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, MAFRA）期望透過國內泡菜產業的推廣建立起韓國為泡菜發源地的市場形象，因而

提出「2018～2022年泡菜產業振興綜合計畫」（2018－2022 Kimchi Industry Promotion Comprehensive Plan）。近期泡菜消費量因稻米消費量的減少而隨之降低，但原料價格較為低廉的中國泡菜之進口量

的提升卻抑制了韓國泡菜在市場上的地位。危機四伏下，MAFRA在去（2017）年11月組建工作小組來推廣這項泡菜綜合計畫，並同時匯集了相關領域專家以及泡菜產業人士的意見來擬定計畫內容。

註 1：此翻譯之原文為 Lee, Byoung-Hoon, 2018, Preparing a "Kimchi Industry Promotion Comprehensive Plan" to Reaffirm Korea's Sovereignty over Kimchi—Increasing the Market Share of Korean Kimchi by 22 years (65% → 70%), AP platform website. http://ap.fttc.agnet.org/ap_db.php?id=938。此文章來自亞太地區農業政策資訊平臺網站，本網站提供亞太地區各國農業政策文章與相關資訊，歡迎造訪 <http://ap.fttc.agnet.org/index.php> 取得更多亞太地區農業政策文章。

此項泡菜產業振興綜合計畫著重於提升韓國泡菜之價格和品質競爭力，以因應中國泡菜進口量的增加，期望透過泡菜相關產業（如泡菜醬）的培植提升泡菜市場價值，使其由2017年的1,800億韓元成長為2022年的3,500億韓元；亦希望提升韓國泡菜品質競爭力，使韓國泡菜市占率從目前的65%增加為70%；另外也透過促進國內消費與產品出口來調整泡菜產業的貿易差額。此項綜合計畫包含6項策略目標與24項任務，主要內容如下。

政策目標

- 擴大泡菜市場規模：由1,800億（2017年）增加至3,500億韓元（2022年）。
- 擴大韓國泡菜的市占率：從65%（2017年）增加至70%（2022年）。
- 改善泡菜產業之貿易差額：從4,700萬韓元逆差（2017年）改善至2022年無逆差。

二、推廣策略 1：輔助泡菜相關產業

MAFRA將強化醃製白菜（pickled cabbage）的製造與食品安全管理（醃製白菜為泡菜的相關產業），並培植其他如泡菜醬、泡菜家庭代餐（Home Meal Replacement, HMR）等泡菜相關產業。MAFRA將擴大白菜主要產區中醃製白菜之製作與供給，並試

圖降低泡菜的生產成本和改善物流效率，同時輔助醃製白菜產業，在主要產區建立生產者和泡菜製造商的網絡、投資醃製白菜和製造副產品的生產設備（目前醃製白菜市場規模約為1,800億韓元，預期於2022年擴展至2,500億韓元）。MAFRA將輔助泡菜醬和採用泡菜的HMR產業，亦會增加開發符合當地飲食文化的泡菜醬和因應HMR市場拓展需求的新穎泡菜HMR產品所需之研發補助。

三、推廣策略 2：提升韓國泡菜競爭力

MAFRA將引進一套標籤制度，依據泡菜的口味及品質做標準化和分級，並透過機能性泡菜的開發來開拓新市場，同時制定泡菜口味標準指數（依辣度、鹹度、酸度區分），並引進口味標籤分類制度，以提供更多泡菜口味相關資訊給消費者。為提升中小型泡菜製造商的生產品質，MAFRA將提供品質與優質生產的管理指南，並擴大提供客製化的田間技術指導。此外，為了因應健康與高齡友善食品市場的擴張，MAFRA將大力支持新興泡菜種類的開發，如使用乳酸菌所製成的機能性泡菜。

四、廣策略 3：因應進口泡菜產品和進口量的擴張

MAFRA將強化對進口泡菜的管

理，提供適合不同出口市場的產品以實現出口多元化和緩解對日本出口的集中度，同時也計畫增加進口泡菜產地和原料之管控。為了降低泡菜的生產成本，MAFRA將發展並推廣適合商業化和自動化生產設備的泡菜生產技術，透過顧問小組輔助多項專案的執行，提高小型泡菜公司的議價能力，藉以提升產品整體品質。政府也計畫擴增「韓國泡菜自願標籤制度」（Korean kimchi voluntary labelling system）的使用範圍，核發認證標章給國內泡菜業者。此外，MAFRA也考慮導入「國家地理標誌」（geographical indication on country name），防止韓國泡菜的商標在國外被盜用。政府另計畫輔助針對出口市場的產品或食譜之開發，例如結合當地傳統美食的泡菜料理。

- 泡菜捲餅融合東西文化，結合韓國泡菜和墨西哥傳統食材（塔可捲餅）。
- 泡菜捲餅主要以餐車形式進行銷售，受當地人歡迎。

五、推廣策略 4：增加大眾對泡菜的認識並發揚其優勢

MAFRA計畫增進大眾對泡菜的認識和舉辦泡菜文化相關活動，以促進泡菜的消費量，並拓展泡菜市場的客群基礎。MAFRA也將提升幼童

和青年族群對泡菜的認識，同時會舉辦烹飪比賽、擴大現有的泡菜展覽以推廣泡菜文化以及擴大泡菜市場的客群。

六、推廣策略 5：建立治理制度

MAFRA計畫建立治理制度，積極收取來自泡菜業界的意見，並推行田間適用的泡菜政策，也規劃舉辦一場由政府、研究機構和泡菜協會共同與會的泡菜政策論壇。

七、推廣策略 6：穩定原料供應

MAFRA將擴展計畫範圍以穩定蔬菜的供需，進而穩定泡菜原料的供給。為加強泡菜的運送管理和存量，MAFRA預計從2018年開始將辣椒加進蔬菜價格穩定系統中，也計畫透過契作的方式協調農民和泡菜公司之間的關係，促成穩定的泡菜原料供給。

八、結論

總而言之，MAFRA計畫和泡菜製造商及相關組織共同參與泡菜政策論壇，以確保泡菜綜合推廣計畫的有效實施。政府強力希望此項計畫能提升國內泡菜產業的競爭力，並確立韓國泡菜在市場的地位。