

國際重要農情資訊



劉凱翔¹

2021年全球糧食價格指數高於2020年

參考自聯合國糧農組織 2022/1/6

聯合國糧農組織（FAO）公布2021年12月全球糧食平均價格指數為133.7點，較2021年11月略下降0.9%，惟2021年全年糧食價格指數平均為125.7點，較2020年增加28.1%，顯示2021年全球糧食價格明顯上升。FAO糧食價格指數係以2014~2016年全球主要糧食出口價格之加權平均作為基礎，設定指數為100，以利比較不同年度全球糧食價格的變化趨勢。FAO資深經濟學家Abdolreza Abbassian表示，一般情況下，全球產量增加應會促進糧食價格下降，惟因投入物質成本增加、全球新冠肺炎疫情持續蔓延及不確定的氣候因素等，預期2022年全球糧價仍無法回到穩定狀態。

在穀物價格方面，2021年12月價格指數較11月略減少0.6%，此係因南半球收穫供應量增加，帶動出口價格下降，抵銷了全球對於玉米強勁需求造成的玉米價格上揚。然而，就2021年全年而言，穀物價格指數仍

達到2012年來的高峰，較2020年增加27.2%，其中玉米更增加44.1%，小麥增加31.3%，稻米減少4%。

2021年12月肉類價格指數維持平穩，惟2021年全年仍較2020年增加12.7%。2021年12月乳品價格指數較11月增加1.8%，主因為國際對於酪乳及乳粉的需求增加，然而西歐及大洋洲的牛乳產量減少，推升乳品價格上揚。2021年全年乳品價格指數，較2020年增加16.9%。

美國啓動覆蓋作物種植面積倍增計畫

參考自 Reuters 2022/1/11

美國農業部發布一項新的保育計畫，設定2030年前覆蓋作物種植面積倍增，達到3,000萬英畝（1英畝約為0.405公頃）。美國農業部自然資源保育署預訂提供3,800萬美元，協助11個州的農民在休耕農田種植覆蓋作物，以促進土壤健康、防止土壤侵蝕及捕捉與儲存碳。

本項計畫透過與聯合大豆委員會、國家玉米種植協會、國家豬肉委員會及其他機構合作進行，此為拜登

註1：行政院農業委員會國際處。



政府為克服氣候變遷所採行的最新農業相關措施。美國近年來種植覆蓋作物的面積快速增加，有些大型農業公司推出減碳農業計畫，給付農民採取更友善環境的操作。依據美國農業部農業統計顯示，2017年覆蓋作物面積為1,540萬英畝，僅占全美農地面積的小部分。密蘇里大學再生農業中心主任Rob Myers估計，2021年全美覆蓋作物面積已達2,200萬英畝；美國農業部規劃未來陸續將本計畫擴大適用至其他州。

英國預定展開基因編輯作物之立法工作

參考自 Reuters 2022/1/6

英國農業及環境部長 George Eustice 表示，政府將鬆綁基因編輯

相關法規，首先將針對作物進行立法，不包括農場動物。Eustice 部長 2021年曾表示，經過公共諮詢後，英國將放寬農業研究中與基因編輯技術相關的法規，但仍須訂定基本法。至於基因編輯家畜由於涉及較複雜的倫理議題，目前並不處理，將優先進行基因編輯作物之立法，避免一步到位。在歐盟，基因編輯與基因改造適用相同規範，但基因編輯並不導入其他物種的遺傳物質。Eustice 部長表示，透過基因編輯工具的協助，可減少作物對化學農藥的依賴、育成更耐旱品種及協助對抗氣候變遷。支持者主張基因編輯可以較短時間達到與傳統育種相同成果，然而反對者認為基因編輯技術將被企業利用，而非解決農業真正面臨的問題，包括缺乏作物

多樣性及有益生物的減少。本項基因編輯立法政策僅適用於英格蘭，蘇格蘭及威爾斯另行自訂規定，至於北愛爾蘭則依據英國脫歐貿易協定，持續遵守歐盟規範。

歐盟發布「農產品進口及其在歐盟 供應鏈中扮演角色」研究結果

參考自 歐盟農業及農村發展委員會
2022/1/20

依據歐盟執委會發布「農產食品進口及其在歐盟供應鏈中扮演角色」報告指出，歐盟進口之農產食品主要為原料及中間產品，最終產品的占比則逐漸下降。進口農產品的來源也更加多樣化，自歐盟以外之歐洲國家，以及自東南亞國家進口的農產品占比逐漸增加，而自南美洲進口占比則相對減少。整體而言，農產食品進口對於歐盟生產形成互補，替代的情況則相對有限。

本研究指出，某些產品對於進口的倚賴，顯示某些供應鏈面臨潛在風險，而供應鏈中的參與者，則因農產食品進口增加而受到不同程度的影響。目前已有各項政策工具可協助減緩風險，包括共同農業政策下的所得支持政策、歐盟貿易政策下的關稅配額措施。商業策略也可減緩風險，包括多元經營策略、提高生產標準、品牌或價值鏈重組等。另外，農產食品進口的變化，為帶動歐盟農業結構變化的眾多因素之一。

本研究針對 2005~2018 年期間，農產食品進口對歐盟農業生產及價值鏈其他階段的影響進行分析，包括經濟、社會及環境面向，涵蓋議題包括農產食品整體進口情形、農產食品價值鏈類型、造成農產食品進口趨勢變化的驅動力，以及農產食品進口造成的影響。



蔡淳瑩²

農林水產省推動育種者海外權利保護制度，由獲得品種專屬授權的海外生產團體於現地監視違法事例

參考自日本農業新聞 2022/1/19

農林水產省為保護育種者的海外權利不受侵犯，刻正著手推動「防禦性許可」制度，在不妨害日本農產品輸出到海外的前提下，給予海外生產者團體專屬授權，海外生產者團體需支付權利金給品種權擁有者；另一方面，日本品種權擁有者與海外生產者

團體簽訂監視契約，由獲得專屬授權的海外生產團體協助監視當地未獲授權的違法事例，所需之簽約費用，農水省給予三分之二補助金（圖1）；相關經費在「防止植物品種海外流出之綜合對策暨推進事業」項下，2021年追加預算3.39億日圓，2022年編列初期預算1.77億日元支應。

為協助日本新品種拓展海外市場，農水省鼓勵育種者在海外申請品種登錄，截至2021年9月，已完成海外登

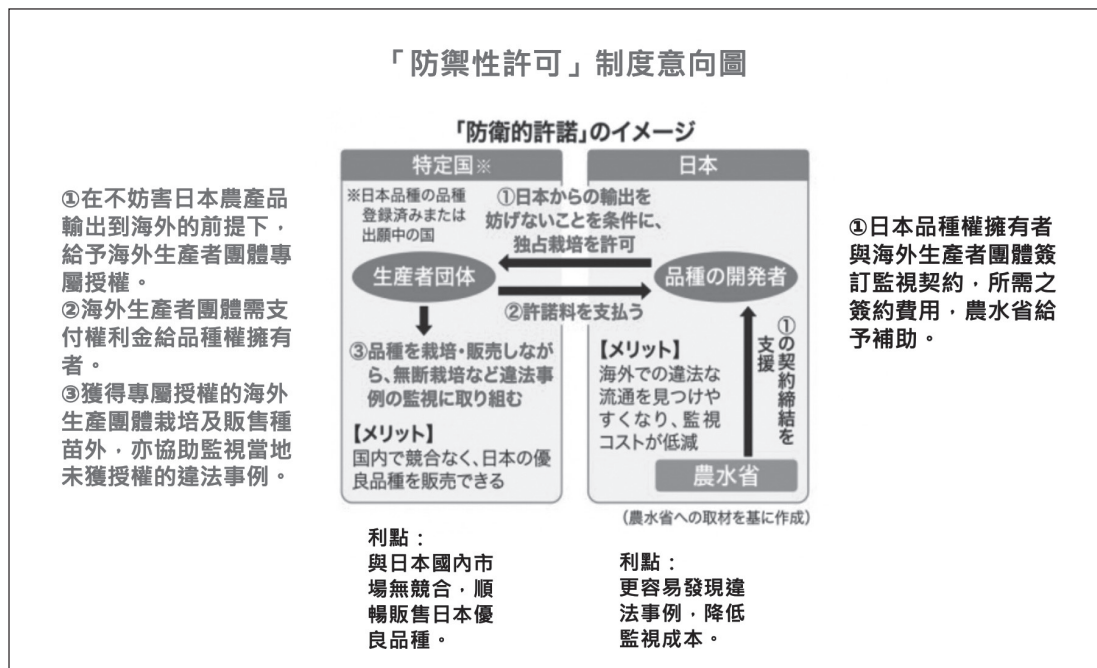


圖1. 農水省推動「防禦性許可」意象圖。

資料來源：日本農業新聞。

註2：台北駐日經濟文化代表處。

錄117個品種。惟為瞭解該等新品種在海外是否有遭侵權或非合法種植，必須定期到海外現地視察，並聘請當地律師監督，倘有發生侵權則須停止種植並要求賠償，需支付高額費用且相當耗費時間。農水省說明，經由「防禦性許可」與熟悉海外現地栽培環境的生產者團體合作，更容易發現違法案件，降低品種權擁有者的監控成本，確保高品牌力農產品的銷售利潤。

由於日本品種權擁有者與海外生產團體簽訂的協議，是在不妨害該品種從日本出口的前提下，因此海外生產團體販售日本品種農產品時間，不會與日本生產之該產品出口時間重疊，經由簽署「防禦性許可」契約，可以結合日本及海外獲授權農產品，全年供應該等品種之農產品銷售到全世界，更有助於擴大日本農產品外銷市場。

日本本期冬春季美生菜產季延後且產量略減，但需求受新冠疫情影響，批發價格跟歷年平均值差不多

參考自日本農業新聞2022/1/25

受到2021年底乾旱及低溫寒流影響，本期冬春季美生菜產期延後，且產量略減少，但業務及加工需求受新冠疫情影響並未恢復，因此批發價格跟歷年平均值差不多（圖2），產地正透過與食品業者加強合作，在超市辦理活動等，希望喚起消費者需求。主要產地生產概況（茨城縣、靜岡縣、兵庫及長崎縣）如下：

2月美生菜批發量價

(各地區主要七大批發市場數據計算得來)

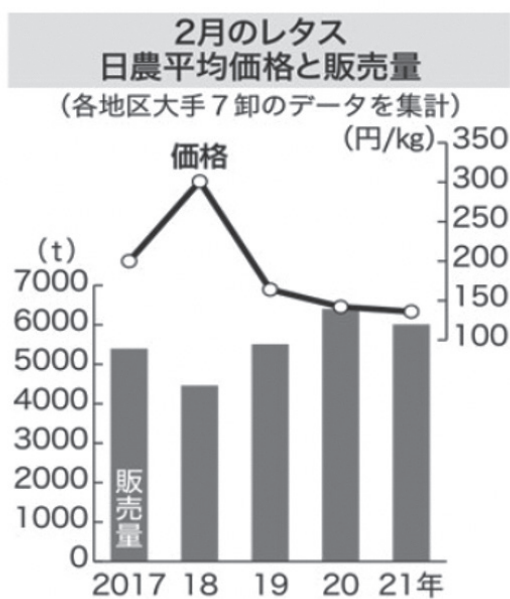


圖2. 2017~2021年2月美生菜量價。
資料來源：日本農業新聞。

一、茨城縣

2021年出貨量計畫約164萬箱（1箱10公斤，產期2~5月），2022年出貨計畫尚在制定中，由於新冠疫情限制國外技能實習生入國，導致勞動力短缺，故預期產量將略低於去年。另受到去年底寒流影響生育延遲，但預估氣候會與歷年相同，故產期高峰落在3月上、中旬。販售通路為京濱市場70%、北海道／東北20%、關西10%；正透過與食品製造商和超市共同合作，擴大消費需求。

二、靜岡縣

本期計畫出貨量為130萬箱（10月～隔年6月），與上年出貨量接近，但本期受到年底寒流及乾旱影響，結球肥大有所延遲，因此主要規格是L等級，並可維持產量與上年期相同每日1萬箱出貨量，其中90%以上銷售到京濱市場，產量高峰是1月及2月，正透過縣市集活動和調味品製造商合作，加強銷售推廣。

三、兵庫縣

本期計畫出貨量為220萬箱（10月～隔年5月），近年來生產面積逐年減少，預估最終出貨量會減少；

另受到去年11月大雨及本年初低溫影響，預估結球較小。販售通路為京阪神45%、京浜35%、東海／北陸20%。

四、長崎縣

JA島原雲仙（占該縣總產量5成以上）表示，本年1～3月的出貨量約為4,800公噸，與上年大致相同；另由於受到去年8月大雨影響種植時間延後，去年10～12月出貨量僅為前2年平均的8成。本年1月出貨量少，預估高峰期是2月下旬～3月。販售通路部分，京浜和關西各占40%，另由於消費需求下降，對販售不利。

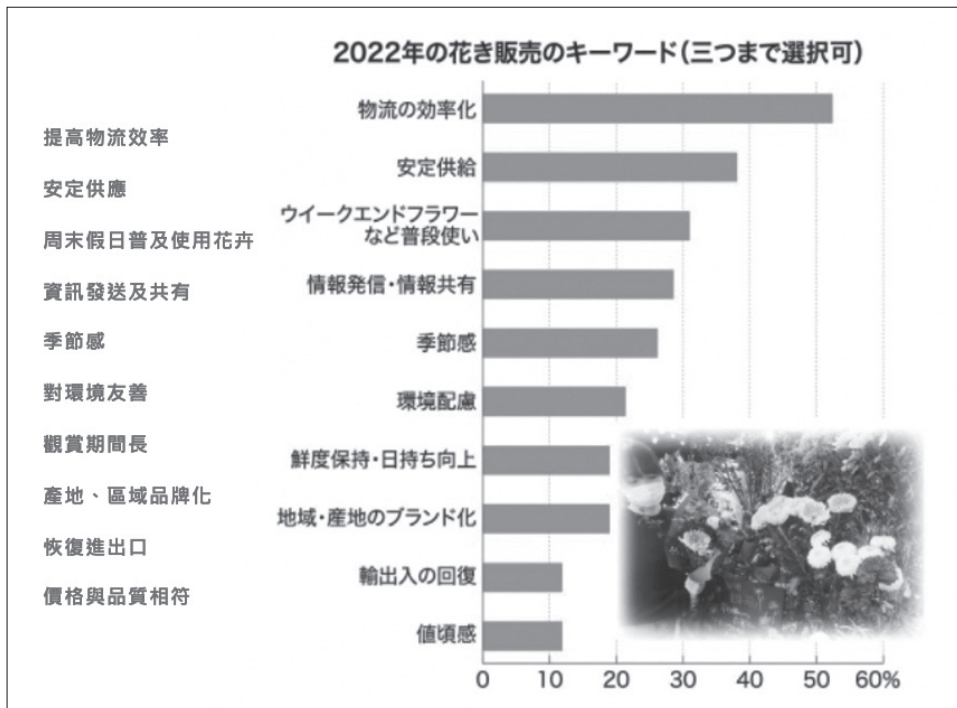


圖3. 2022年販賣花卉關鍵問卷調查。
資料來源：日本農業新聞。

2022年將是確認家庭用花卉需求的重要時點，物流改革及媒合供需是關鍵因素

參考自日本農業新聞2022/1/20

日本農業新聞以零售商、批發商、加工業者、進口商及種苗商等43家業者為訪問對象，進行2022年花卉市場趨勢調查，結果顯示本年花卉產業可能將重點放在擴大對家庭用銷售，以及提高物流效率（圖3）。受訪者普遍認為，新冠肺炎下家庭用需求已獲得確認，2022年將是關鍵的一年，通過市場媒合供需，建構減少損耗浪費的安定供應系統，是為產業發展重要課題。

調查銷售花卉之關鍵詞中，「提高物流效率」（52%）排名第一，由於運送成本飆升導致產地出貨受到影響，因此建立媒合產地與消費需求的機制，以及更有效率地運送等，是首要關鍵。排名第二位的是「安定供應」（38%），排名第三是「周末鮮花等普及使用」（31%）。

預估銷售額增長最快的節日部分，去年排名第三的「母親節」躍升為第一名（54%），第二名是「正月新年」，第三名是「盂蘭節」（7~8月期

間），前三者是在新冠疫情之下穩定銷售花卉的節日。另2021年排名第一位的「國際婦女節」（3月8日）降為第四名（28%），超越花卉銷售暢旺的「情人節」（第五名，26%）。

有關預計銷售額會增長的品項，「草花類」因結合自然派、小花及綠色等發展趨勢，以26%得票率位居榜首；另「葉材」、「盆花」、「菊花」及「康乃馨」均獲得12%支持，並列第二名。花色部分，則以跟室內裝潢互相搭配的中性色為主，亦有人提出推薦染色品種。

有關擴大花卉消費部分，業界各方意見如下：

- 一、生產面部分，為穩定家庭用花市場需求，「開發及導入觀賞期長的品種」以及「業務用規格調整為家庭用規格的必要性」等意見被提出。
- 二、流通面部分，「市場間調度調節，降低損耗浪費」及「向消費者傳達生產者容顏、生產情況」等建議被提出。
- 三、販售面部分，將花卉與生活及經濟活動結合，呼籲「異業結合挖掘新客戶」的聲音強烈。

