



食力升級、串聯世界—— 2025 台北國際食品展 臺灣館參展紀實

撰文——國際事務司 陳昱安、林芹如

2025年台北國際食品展於6月在南港展覽館登場，作為亞太地區指標性食品展會之一，今年由農業部策劃的「臺灣館」以「食力升級、串聯世界」為主題，強調我國農產品多樣化，不止生鮮產品，種類多元豐富，更透過加工加值，滿足各類消費者需求，並加上品質、安全性等優勢，建立海外消費者口碑，展現臺灣農業走向國際市場的嶄新能量。展期4天（6月25日至6月28日）期間，臺灣館吸引海內外專業買主、媒體與業界人士高度關注，更獲多組海外訪團主動指定參訪，印證臺灣農產品日益增強的國際吸引力。

3大亮點揭示臺灣農業競爭力： 好多、好買、好安心

今年臺灣館參展的3大特色為「好多、好買、好安心」，充分體現臺灣農業的多元性與國際競爭力。

所謂「好多」，指的是本屆展館共邀集93家優質廠商參展，為新冠疫情後規模最大的一次。其中設置「農糧精品區」、「畜禽產品

今年臺灣館參展的3大特色為「好多、好買、好安心」，充分體現臺灣農業的多元性與國際競爭力。

區」、「水產品區」、「調理食品區」及「農村好物區」5大主題展區，囊括臺灣農、漁、畜生鮮產品與各類加工食品範疇，展品種類豐富，並具備客製化能力，可滿足各類市場與消費需求。

「好買」則體現在農業部近年透過檢疫諮商及貿易談判取得多項鮮果、漁畜產品市場准入成果，同時對接海外大型通路及跨域開拓多元通路，讓海外消費者得以在越來越多地方看見、購買到品質優良的臺灣農產品。

同時，展覽期間多組海外訪團主動指定參訪臺灣館，對於不同種類產品如具輸日潛力的生鮮水果、石斑魚與稻米，以及符合Halal清真認證規範的產品表達高度興趣，顯示臺灣產品在國際買主眼中極具採購價值。

至於「好安心」，則是臺灣農產品長期推動的產銷履歷制度與可溯源機制。透過生產管理、合理用藥與標準化流程，臺灣產品在品質與食品安全上的表現深獲國際肯定。

海外訪團踴躍來訪 強化臺灣農產品國際能見度

本屆展會期間，臺灣館接待來自多國的重點訪團，顯示臺灣農產品的國際吸引力日益升高。6月25日，日本北海道北日本通商株式會社由大西昇社長率團參訪，該公司長年為北海道地區供應優質食品，並已實際引進臺灣稻米供應當地養護機構。本次參訪中，大西社長高度肯定臺灣稻米的品質與風味與日本國產米相仿，容易被日本消費者所接受，並走訪多家供應商，期望深化雙邊合作，同時也對臺灣生鮮水果、石斑魚、冷凍毛豆表達採購興趣。

6月26日則有南亞智庫暨意見領袖訪問團到館參觀。農業部安排訪團與多家具Halal清真認證之廠商交流，包括水果、蔬果乾、醃漬果菜、茶飲與蛋品等，訪團對臺灣農產品加工技術、品質與包裝設計表示讚賞，顯示臺灣產品在穆斯林市場具備進一步推廣潛力。

左頁上圖：農業部陳駿季部長與現場貴賓共同進行臺灣館啟動儀式（左起台灣蔬果輸出業同業公會蘇雲嶢理事長、財團法人對外貿易發展協會王熙蒙秘書長、經濟部國際貿易署劉威廉署長、臺南市政府葉澤山副市長、農業部陳駿季部長、財團法人中央畜產會蘇治芬董事長、財團法人台灣優良農產品發展協會張裕屏董事長及台灣水產工業同業公會楊雲裕理事長）。



農業部陳駿季部長（右3）及日台交流協會服部崇首席副代表（左3）共同見證簽署日本通路採購臺灣稻米，以及引進臺灣農產品上架日本電商通路等2項合作意向書。

6月27日，笠間臺灣辦事處坪井勇樹處長率團參訪，特別導覽多家代表性業者，對臺灣農產品的創新與品質給予高度肯定，並對臺灣農村酒莊展出的特色酒品表現出濃厚興趣。他指出，若能與笠間市陶藝特產「笠間燒」結合，發展具地方文化特色的酒類商品，將極具潛力。農業部亦表達支持，願協助推動異業連結與臺日農業創新合作。

稻米輸日成績亮眼 臺日建立常態供應關係

本屆展會也促成一項重要成果，由日本Central株式會社與米屋智農股份有限公司簽署稻米採購合作意向書，規劃供貨至日本主要零售通路。農業部部長陳駿季於受訪表示，今年截至5月，臺灣稻米輸日量已達7,759公噸，全年出口規模可望突破10,000公噸。並強調臺灣稻米不僅品質優異、口味與日本國產米相近，更具穩定供應能力，期望藉由本次機會，以臺灣米優良品質與口味優勢贏得日本消費者的喜愛，推動臺灣米進入日本市場成為常態貿易合作，而非僅止於短期彌補日本缺米所需。

臺灣豬肉獲國際認證 3大豬疫病非疫區提升出口競爭力

展會期間另一項重大外銷突破來自於豬肉產業。世界動物衛生組織（WOAH）於2025年5月底正式宣布，臺灣取得「傳統豬瘟非疫區」認證，加上既有的「口蹄疫非疫區」與「非洲豬瘟非疫區」，臺灣成為亞洲唯一3大豬病皆為清淨區的生產國，這項認證不僅象徵臺灣在動物防疫管理的國際水準，更為臺灣豬肉進軍高端出口市場鋪平道路，加上近2年我國生鮮豬肉先後獲得菲律賓、新加坡等市場准入，展現我國豬肉品質備受肯定，未來在品質與安全性兩大優勢帶動下，農業部將積極推動生鮮豬肉重返日本市場，並拓展至全球其他市場，讓臺灣豬肉成為國際餐桌上的最佳選擇。

展望未來： 打造臺灣農業國際品牌 讓世界看見臺灣

總結本屆展會成果，臺灣館不僅展現了農業部「產業升級、外銷拓展」的具體政策成果，更透過與各國訪團的互動，實質促成多項潛在合作與採購契機。農業部強調，未來將持續整合科技創新、食品安全管理與國際行銷資源，全力打造「可溯源、可信賴、可持續」的臺灣農業品牌，讓更多臺灣好產品走向國際，為臺灣農業爭取更大發展空間。🌱



上圖：南亞智庫暨意見領袖訪問團參觀臺灣館內具備 Halal 認證資格的多家業者，並對我國農產加工品深感興趣。

下圖：日本笠間台灣辦事處訪團參觀臺灣農村酒莊所參展酒類製品，並認為倘其與笠間市所產笠間燒陶器共同開發連動商品，將極具商業潛力。



北日本通商株式會社訪團參觀臺灣優質稻米生產業者並合影。