

國際重要農情資訊

撰文 | 林志鴻¹、葉寶玉²、蔡淳瑩³

糧農組織 6 月份全球糧食價格小幅下跌

(參考自聯合國糧農組織)

聯合國糧農組織7月3日發布最新報告，6月份全球糧食價格較5月份下跌0.3%，但仍比去年同期高出2.2%，植物油及肉類價格上漲被穀類、乳製品及食用糖價格下跌所抵消。

植物油價格在6月份較上(5)月上漲3.8%，較去年同期大漲23.3%，其中棕櫚油因為受到印尼國內對於生質燃料原料需求強勁影響，價格持續上漲；菜籽油價格亦持續走高，主要係因生質燃料強勁需求，而澳洲和加拿大種植園受到天候條件不佳所影響；葵花籽油的價格基本上穩定；相較之下，大豆油則因南美洲季節性供應增加而價格下跌。

肉品價格在6月份較上(5)月上漲0.5%，創歷史新高，較去年同期上漲4%。由於先前禽肉供應過剩，巴西生產者調整產量，導致國內供應吃緊，且在全球進口需求強勁下，巴西禽肉出口價格走高，致使國際禽肉價格上漲；此外，受持續需求和出口供應量有限的限



制，羊肉價格進一步上漲。相較之下，歐盟地區豬肉供應充足及亞洲市場需求疲軟，豬肉價格持續下跌；由於市場預期第三季牛肉供應量將增加，導致澳洲牛肉價格下降，且中國實施的進口配額額度即將達成，導致採購量逐漸下滑，致使6月份全球牛肉價格下跌。

註：1. 農業試驗所 | 2. 臺南應用科技大學兼任研究員 | 3. 臺北駐日經濟文化代表處

6月份穀物價格較上（5）月下跌3.5%，主要是受到國際玉米及小麥價格下跌影響，但仍然比去年同期高出2.7%。其中，玉米價格下跌6.2%，反映出南美洲出口國供應充足而同時因原油價格下跌壓低對生質燃料的需求；6月份小麥價格下跌4.4%，原因是黑海地區收穫進展迅速，市場供應前景看好，抵消了對美國和澳洲作物前景的擔憂；相較之下，6月份大米物價指數上漲了3.2%，原因是亞洲對籼米（Indica rice）的需求增強，同時對氣候的擔憂以及生產、運輸和銷售成本上漲也支撐了非香米的價格。

6月份乳製品價格較上（5）月下降1.5%，比去年同期大跌24.5%，脫脂奶粉、全脂奶粉、奶油價格全數走低，同時，由於全球出口供應持續超過進口需求，國際起司價格已連續第11個月下跌。

食用糖價格在6月份較上（5）月下跌5.7%，較去年同期下跌13.3%，主要係巴西國內酒精價格連續3個月下跌，促使更多甘蔗使用於製糖，導致國際糖價進一步走低。不過，市場對聖嬰現象可能影響印度和泰國食用糖產量的擔憂抑止了國際糖價的跌幅。

預估未來 10 年農業收入成長率將超越碳排放成長速度

（參考自聯合國糧農組織）

經濟合作暨發展組織（OECD）與聯合國糧農組織（FAO）6月29日聯合發表「2026–2035年農業展望（Agricultural Outlook 2026-2035）」報告指出，受到農業生產率提升和總體農產品價格保持穩定的推動，預計到2035年，全球農業勞動力人均農業總收入將增長9%，農業直接溫室氣體排放量預計將增加6.5%。

該報告指出，在穩定條件下，未來10年全球農業和漁業總產量預計將成長13%，這主要得利於農業生產力

的提升和生產集約化進程，主要成長地區將集中在亞洲、拉丁美洲和撒哈拉以南的非洲。不過，該報告也同時強調，即便是短暫性的不利衝擊，也可能帶來破壞性的影響，若2026年上半年高達33%的能源價格平均漲幅在下半年持續，估計2027年全球穀物產量將下降0.9%，而在低收入國家，降幅將更為劇烈，達到1.7%。伴隨而來的收入損失和食品價格上漲也將迫使低收入國家的家庭減少糧食消費，並轉向購買更廉價的食品。

預計全球穀物產量將穩定成長，主要由於單位面積產量年均0.9%的提升，到2035年可望創下32.2億噸的歷史新高，相較之下，穀物種植面積預計年均增幅僅為0.1%。至2035年，預計40%的

穀物將直接用於食用消費，34%將用作動物飼料。其中，小麥和大米將繼續以食用消費為主，而玉米則主要用於飼料生產。

開啟森林復興的關鍵條件： 韓國林業政策從保育走向永續治理 (參考自韓國農民日報)

韓國森林政策正迎來新的轉折點。從過去以「保護森林」為核心目標，逐步邁向兼顧生態、經濟與社會價值的「森林價值創造」時代，已成為全球林業治理的重要趨勢。韓國森林覆蓋率約占國土面積63%，每年創造高達259兆韓元的生態、環境及公共效益，森林早已不只是自然資源，更是攸關國家永續發展的重要戰略資產。然而，支撐森林價值的第一線林業經營者，卻仍面臨收入偏低、勞動條件艱困，以及氣候變遷導致災害風險加劇等多重挑戰。若無法建立穩定且具誘因的經營環境，再完善的森林政策也將失去落實基礎。

因此，擴大林業經營規模、提升產業競爭力，並建立健全的所得保障制度，應是當前森林政策改革的首要課題。

其中，最迫切的工作莫過於全面改革「林業直接支付制度」。現行制度無

論在申請資格或給付標準上，均較農業直接支付制度更為嚴格，補助金額卻相對偏低，長期受到林業界批評。政府應重新檢討從業年限、居住地等不合理限制，建立更符合林業實際經營情況的補貼機制，使林業經營者能夠安心投入森林經營，而非將大量行政成本耗費於資格認定。

尤其值得重視的是，隨著《森林保護法》修正案通過，「森林公共價值保護支付制度」已確立法源基礎。由於相當比例的私有林地因劃設保護區而限制開發利用，其所有權雖屬私人，卻長期承擔公共利益所需的機會成本，因此政府理應建立合理補償機制，回應財產權受限制所衍生的不公平問題。由於新制度將於1年後正式施行，未來能否與企劃財政部等相關部會協調預算、確保財源穩定，將直接影響制度成敗。

除了直接支付制度之外，林業稅

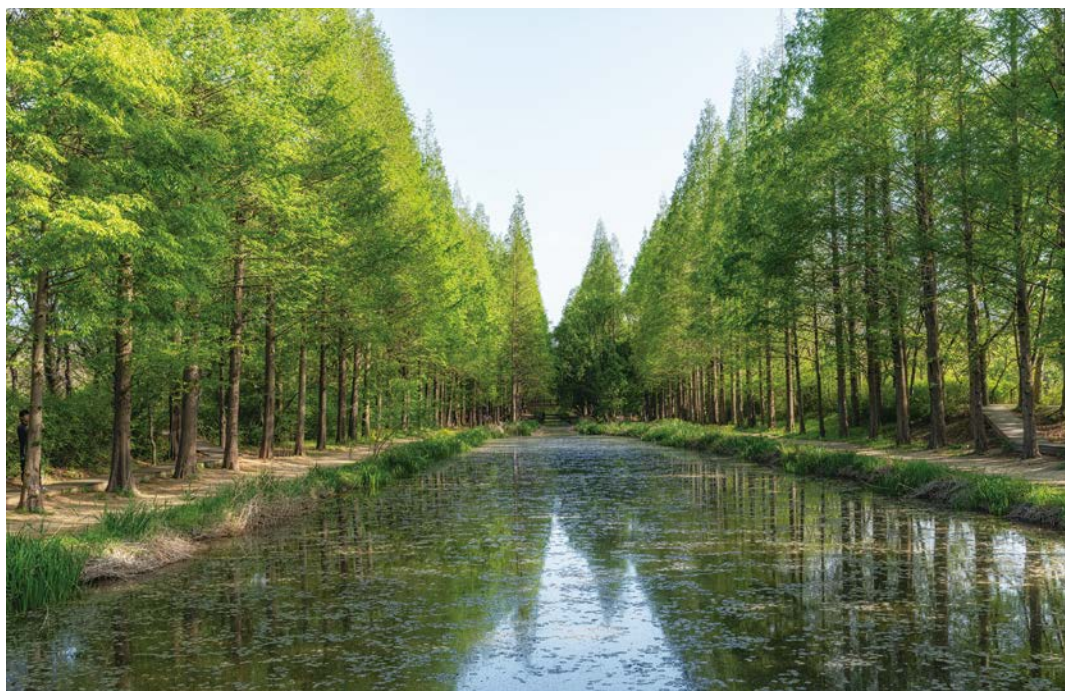
制與林產品災害保險制度亦須同步改革。在稅制方面，現行遺產稅與贈與稅制度，仍是家族林業經營傳承的重要障礙。政府應適度降低林業經營者的租稅負擔，建立有利於世代交替的制度設計，吸引更多青年投入林業，避免森林經營因高齡化而逐漸斷層。

另一方面，隨著極端氣候日益頻繁，暴雨、乾旱、病蟲害等災害風險快速升高，林產品生產的不確定性也隨之增加。因此，擴大林產品災害保險的保障範圍、提高理賠效率與補償水準，已成為提升林業經營韌性的必要措施。

森林基礎建設同樣攸關森林治理品質，其中林道建設更是森林經營、防災救災與木材運輸的重要命脈。隨著《林道建設與管理法》正式施行，林道政策

不應再停留於追求建設數量，而應轉向兼顧生態保育、安全防災與長期耐用性的高品質建設模式。提高林道密度，逐步接近先進林業國家的水準，有助於提升森林資源利用效率，降低木材生產與運輸成本；然而，在極端降雨與山崩風險日益增加的情況下，未來林道設計更應充分納入地形、水文及生態因素，採用更安全、更具韌性的工程標準，避免因設計不當而反成災害來源。

然而，再完善的制度，最終仍須落實於第一線治理。近期媒體揭露部分林業公司資格審查流於形式、工程品質低落及現場管理鬆散等問題，再度暴露森林治理體系的制度漏洞。不具專業能力的業者透過低價競標取得工程，不僅影響造林品質，更可能破壞森林生態，損害林業經營



者權益，形成惡性循環。因此，有必要提高林業企業的設立與登錄門檻，建立更完善的資格審查制度，同時導入以績效評估為核心的「負面管理機制」，透過持續性的事後查核，淘汰不符合標準的業者，而非僅依賴事前審查。

此外，也應積極導入人工智慧（AI）、資訊通信技術（ICT）、無人機及遙測監測等智慧林業技術，建構透明且即時的工程監督系統，提高森林管理效率與治理透明度，使森林經營從傳統的人工作業逐步邁向智慧治理。

韓國林政單位指出，森林，是前人留下來的珍貴資產，也是必須完整交付下一代的重要自然資本。森林政策真正的成功，不在於法令制定多少、預算投入多少，而在於是否能讓長年守護森林的林業經營者獲得應有的尊重、合理的收入與穩定的發展前景。唯有建立兼顧生態保育、產業發展與經營者權益的制度環境，森林才能真正從「保護森林」邁向「經營森林」，再進一步走向「創造森林價值」，開啟下一個森林復興的新時代。

韓國國會評估報告：政府應打造真正的線上批發市場，規模成長之外，更應強化制度升級，而非傳統市場的數位翻版

（參考自韓國農民日報）

韓國政府近年積極推動農產品與水產品線上批發市場，目的在於突破傳統公營批發市場的限制，藉由數位交易平臺建立全天候、24小時不間斷的交易機制，縮短流通鏈、降低交易成本，並提升農民收益與市場效率。政府除持續擴大可交易品項外，也透過物流、行銷及政策資金等措施扶植平臺發展，使線上批發市場快速成長。截至2025年底，可交易品項已增至279項，全年交易額突破1.2兆韓元，不僅超越原定1兆韓元的政策目標，也顯示市場規模持續擴大。

然而，交易規模的成長，並不必然代表流通改革已真正成功。韓國國會預算政策處日前公布的《農產品流通結構改善計畫評估報告》，針對線上批發市場的實際成效提出值得重視的警訊。報告指出，在交易占比最高的蔬果類商品中，高達58.4%的交易量仍沿用既有的流通模式，也就是「產地-批發企業-中間批發商-消費地」的傳統交易路徑；若以交易金額計算，亦占28.9%。更值得關注的是，這些交易之中，有84.9%仍須經由實體批發市場完成物流作業，

顯示多數交易只是將原本的批發市場交易程序「數位化」，而非真正改變流通結構。

換言之，線上批發市場雖然完成了交易平臺的建置，卻尚未充分發揮縮短流通層級、降低物流成本與提升流通效率等核心功能。如果物流仍依賴既有批發市場，運輸成本無法有效下降，農民與消費者自然也難以感受到數位轉型帶來的實質利益。

另一項更值得警惕的問題，是「特殊關係交易」比例偏高。報告顯示，此類交易占總交易量16.2%、交易金額26.5%，包括同一代理人交易、關係企業交易、家族成員交易，以及物流距離極短的交易等。雖然形式上皆透過線上批發市場完成，但實際上並未增加新的市場媒合功能，也未減少任何流通環節，甚至可能只是將原有交易改以線上形式申報。

更令人憂心的是，調查發現，高達54.2%的政策結算資金流向這類特殊交易。由於政府規定，取得政策貸款者必須完成一定比例的線上交易績效，因此不排除部分業者藉由特殊關係交易來達成政策門檻，導致交易數據被高估，也削弱了政策資源配置的合理性與公信力。

因此，當前政府不應再以交易額是否突破新高作為衡量政策成功的唯一指標。交易量只是成果的表象，真正應該檢驗的是線上批發市場是否有效降低流

通成本、縮短交易流程、提高價格透明度，以及增加生產者的議價能力。如果缺乏這些核心改革，即使交易規模持續成長，也難以稱得上完成農產品流通創新。

韓國農林畜產食品部與韓國農水產食品流通公社（aT）已提出2030年交易額達7兆韓元的發展目標。要實現此一願景，未來政策重點不能只是追求平臺規模的快速擴張，而應同步深化制度改革。

首先，應建立更完善的績效評估制度，將物流效率、流通層級縮減幅度、生產者收益提升及消費者價格改善等指標納入政策評估，而非僅以交易金額或交易件數作為績效依據。其次，應建立特殊關係交易的分類管理與揭露制度，避免政策補助遭到扭曲運用，並提高市場透明度。第三，應加速建構與線上交易相配套的物流體系，包括共同集貨、智慧配送及冷鏈物流等基礎設施，真正發揮數位交易平臺的規模經濟。

韓國國會報告結論指出，線上批發市場的真正價值，不在於打造另一個大型交易平臺，而在於建立不同於傳統批發市場的新型流通體系。唯有當生產者能獲得更合理的收益、消費者能以更合理的價格購得農產品，同時整體流通效率明顯提升，線上批發市場才能真正成為推動韓國農產品流通改革的重要引擎，而非僅是傳統批發市場的數位延伸。

韓國正積極推動農產品流通數位轉型，未來線上批發市場能否從「交易平臺」升級為「流通改革平臺」，關鍵不在交易規模的持續擴張，而在於制度設計、物流創新與市場治理是否同步精

進。唯有真正縮短流通鏈、提升效率並建立公平透明的交易機制，才能實現農民增收、消費者受益與流通體系現代化的政策初衷，朝打造「另一個加樂市場」的願景邁進。

日本牛奶及乳製品之供需動向暨牛乳價格形成

(農林水產省公布資訊)

一、牛乳及乳製品之生產消費動向

生產動向

【生乳生產量】

生乳生產量於1996年度為高峰後，因乳牛飼養戶數及飼養頭數減少等原因呈現減少趨勢，後於2019年度轉為增加。

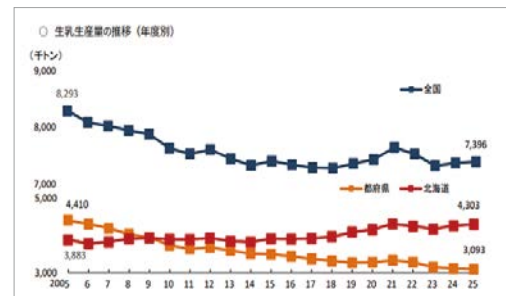
自2022年度起，以生乳供需緩和等為背景，生乳生產量連續2年減少，但2024年度以後，因政策重新評估減少生乳生產制度等因素，生乳生產量連續2年增加。

2005年度 → 2025年度

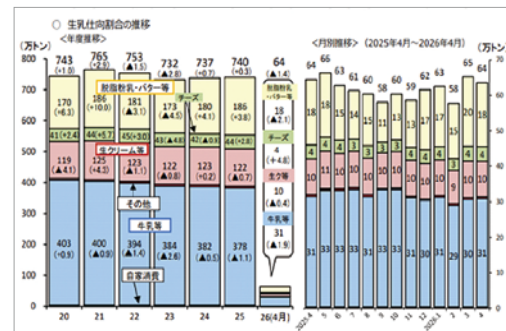
- 全國平均：8,293千公噸 → 7,396千公噸
- 北海道平均：3,883千公噸 → 4,303千公噸
- 都府縣平均：4,410千公噸 → 3,093千公噸

2025年度生乳生產量受惠於每頭乳牛泌乳量增加等，朝向增產方向推

移，較2024年度增加0.3%。倘依照用途劃分：牛奶等用途減少1.1%、脫脂粉乳與奶油等用途增加3.8%、乳酪等用途增加2.8%、鮮鮮奶油等用途減少0.7%。



2005年-2025年生乳生產量推移。(來源：農林水產省)



2200年-2026年4月生乳用途推移。(來源：農林水產省)

2026年度4月生乳生產量較2025年同月減少1.4%。倘依照用途劃分：牛奶等用途減少1.9%、脫脂粉乳與奶油等用途減少2.1%、乳酪等用途增加4.8%、鮮鮮奶油等用途減少0.4%。

【飲用牛奶等消費動向推移】

飲用牛奶生產量因新型冠狀病毒疫情擴大帶動家庭需求提高等因素，自2015年度起呈現增加趨勢。另一方面，2022年度因生產成本上漲，價格之緣故，2025年度較去年同期減少1.2%。

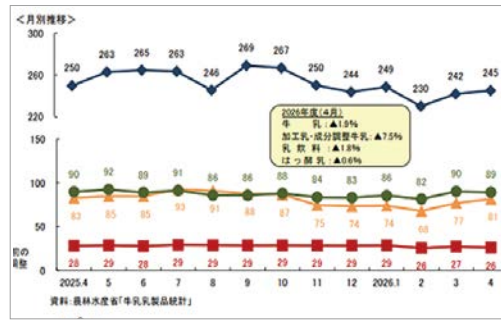


2012年-2025年乳品消費動向推移 (年度別)。(來源：農林水產省)

有關加工乳、成分調整牛奶大致呈現減少趨勢，2025年度減5.8%。

乳飲料自2014年度起呈現減少趨勢，2025年度減少2.7%。發酵乳（優格）自2021年度起呈現減少趨勢，但於2024年度轉為增加，2025年度增加0.3%。

2026年度（4月）牛奶生產量較2025年度同月減少1.9%、加工乳與成分調整牛奶減少7.5%、乳飲料減少1.8%、發酵乳減少0.6%。



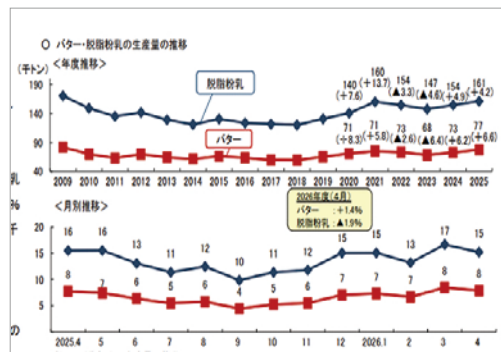
2025年4月 - 2026年4月乳品消費動向推移 (月份別)。(來源：農林水產省)

【乳製品】

① 奶油、脫脂奶粉生產量

奶油、脫脂粉乳生產量作為「生乳供需調節閥」，會根據生乳生產與需求而變動。

- 2025年度因飲用需求減少等，因此用於奶油與脫脂粉乳之生乳分配量擴大，奶油生產量增加6.6%，達7.7萬公噸，脫脂粉乳生產量增加4.2%，達16.1萬公噸。
- 2026年度（4月）奶油生產量較2025年同期增加+1.4%，達8千公噸，脫脂粉乳生產量減少1.9%，達1.5萬公噸。



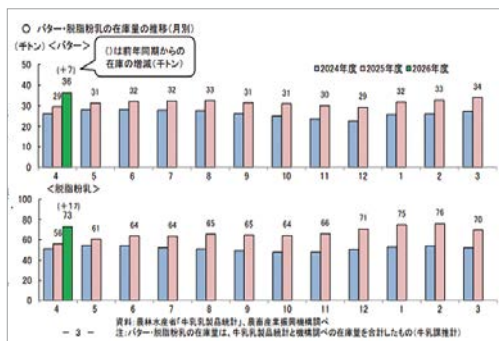
2009年-2025年乳酪及脫脂乳生產量推移 (年度別)。(來源：農林水產省)

② 奶油、脫脂奶粉庫存量

奶油方面，以景氣復甦及海外行情高漲為背景，自2022年度期初左右起，日本國產產品消費量推移穩健，但2026年度4月底庫存量為 3.6萬公噸，高於2025年同期 7千公噸，連續20個月高於去年同期。

脫脂奶粉方面，因價格消費減少等導致需求低迷，產生了需求缺口，造成庫存堆積。雖然透過庫存削減等措施，脫脂奶粉庫存量已獲得一定程度改善，但預計短期內仍會面臨需求不足狀況，若全國沒有協調一致之對策，庫存將再度堆積。

2026年度4月底庫存量為 7.3萬公噸，高於去年同期 1.7萬公噸，亦連續17個月高於去年同期。



2024年-2026年奶油及脫脂奶粉在庫量推移（月份別）。（來源：農林水產省）

消費動向

牛奶等：2024年度，日本每人平均全年牛奶等消費量，較2025年度增加0.1%（24.8公升），加工乳與成分調整牛奶則減少4.4%（2.9公升）。

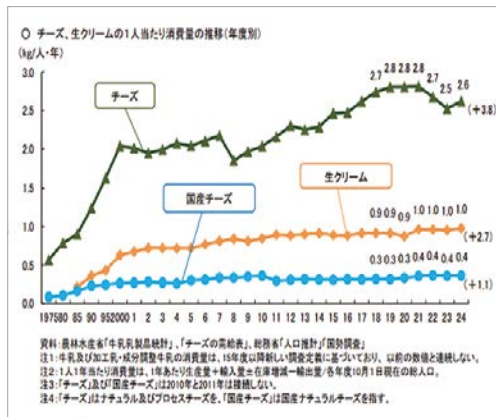


1975年-2024年牛乳、加工乳及成分調整牛乳消費量推移。（來源：農林水產省）

乳酪：乳酪每人平均全年消費量因飲食西化及對健康功能正面評價而呈現增加趨勢，但自新型冠狀病毒疫情擴大以來，受到業務（餐飲）用需求減少影響及國際行情上漲等因素，輸入（進口）量減少，消費增加趨勢暫時停滯。

2022年度以後，除商品漲價與容量變更外，以食品為首之物價高漲亦使消費者節約意識提高，導致作為嗜好品之乳酪出現延後購買等現象而呈現減少趨勢，惟2024年度仍增加 3.8%（2024年 2.6公斤/人・年）。

其中，關於國產乳酪每人平均全年消費量，近年來大致持平。



1975年- 2024年乳酪及鮮奶油消費量推移。（來源：農林水產省）

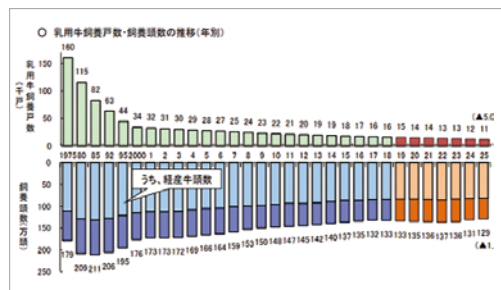
鮮奶油：鮮奶油每人平均全年消費量在2021年度因新型冠狀病毒疫情擴大後外食業務（餐飲）用需求回溫而增加，2022年度以後則大致持平。

二、酪農經營動向

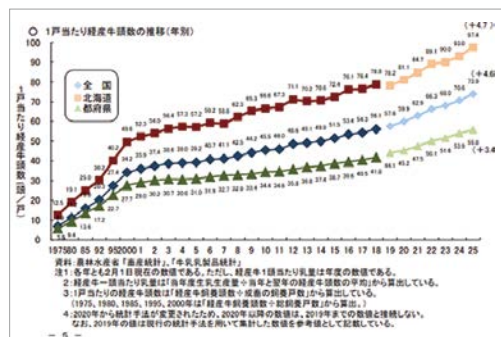
1. 酪農戶數等推移

乳牛飼養戶數持續呈現減少趨勢，2025年較2024年減少5.0%（11千戶）。飼養頭數至2022年為止連續5年增加，但2023年以後因生產成本等上漲而減少。

每戶酪農平均飼養乳牛頭數持續呈現增加趨勢，特別是在北海道因規模擴大而大幅增長。2025年全國較2024年增加4.6%（73.9頭）。



1975年-2025年酪農戶數及飼養乳牛頭數推移。（來源：農林水產省）

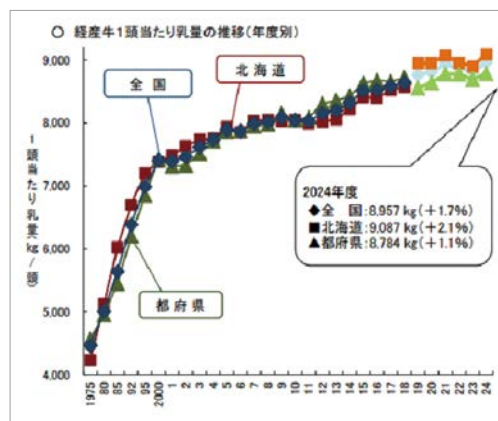


1975年 - 2025年酪農平均飼養乳牛頭數推移。（來源：農林水產省）

每頭乳牛平均產乳量在2022至2023年度因酷暑等影響而減少，但長期來看呈現增加趨勢（2024年 8,957公斤/頭）。

2024年度每頭乳量：

- 全國平均：8,957公斤（+1.7%）
- 北海道平均：9,087公斤（+2.1%）
- 平均都府縣：8,784公斤（+1.1%）



1975年 - 2024年每頭乳牛平均乳量推移。（來源：農林水產省）

2. 酪農經營收益性

生產成本與所得推移

生產成本：生產每 100公斤實榨乳成本（全算入生產費）在2015年度因小牛價格上漲導致副產品收入增加等，特別是在北海道有所減少，但2016年度以後，因流通飼料費、乳牛折舊費上漲等而呈現增加趨勢。

2022年以後，因配合飼料為首的資材價格高漲，以及小牛價格下跌導致副產品收入減少，成本大幅增加。

2024年因配合飼料價格下跌及乳牛折舊費減少等，較前年減少。

① 北海道平均生產成本（日圓/100公斤生乳）

- 2022年：10,371日圓
- 2023年：10,837日圓
- 2024年：10,455日圓

② 都道府縣平均生產成本（日圓/100公斤生乳）

- 2022年：11,898日圓
- 2023年：12,506日圓
- 2024年：12,088日圓

所得：每100公斤生乳所得在2016年度左右前，因主要產品價格上漲等而呈現增加趨勢，但2017年度以後因生產成本上漲等，所得呈現減少趨勢。特別是在2022年，由於生產成本大幅增加，所得較前年減少。2023年以後，伴隨2022年11月起階段性調漲乳價所帶來的主要產品價值提升，所得較前年增加。

① 北海道平均所得（日圓/100公斤生乳）

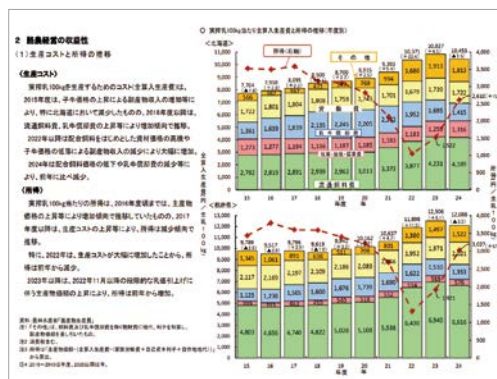
- 2023年：1,522日圓
- 2024年：2,610日圓

② 都道府縣平均所得（日圓/100公斤生乳）

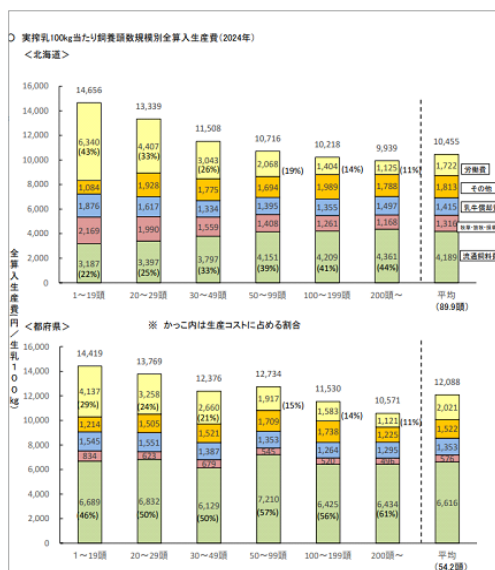
- 2023年：1,921日圓
- 2024年：3,027日圓

3. 依飼養頭數規模別的生產成本

2024年，以平均飼養頭數規模計算之生產成本（全算入生產費，以每100公斤實際擠乳量計算），北海道為



2015年-2024年每100公斤生乳成本及所得推移。（來源：農林水產省）



2024年飼養頭數規模別的生產成本。（來源：農林水產省）

10,455日圓（平均飼養89.9頭乳牛），都府縣則為12,088日圓（平均飼養54.2頭乳牛）。

無論是北海道或都府縣，隨著飼養規模擴大，勞動成本（人工費）占整體生產成本的比重均呈現下降趨勢。

另一方面，流通飼料費（購買飼料費）占生產成本的比重，則隨著飼養規模擴大而大致呈現增加趨勢。

4. 牛乳價格形成

牛乳價格由4個部分組成：酪農生產成本、生乳購入價格、加工廠費用、流通成本及利潤等；倘以零售價格180 - 290日幣/單瓶900-1,000毫升（低價185日圓；中價218日圓，高價289日圓；未稅價）牛乳為例，其中原料乳費用約120-140日幣，加工廠費用20-50日幣，以及運送、販售及超市利潤約40-100日幣。

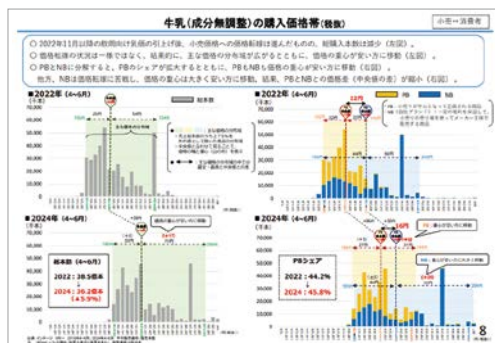
自2022年11月起調高飲用乳（飲用牛乳）收購價格後，雖然價格已逐步反映至零售端（價格轉嫁有所進展），但整體購買瓶數（購買量）仍呈現下降趨勢。然而，各商品將成本轉嫁至零售價格的情況並不一致，因此，主要零售價格的分布範圍（價格帶）反而擴大，同時整體價格分布的重心向較低價格區間移動。

若進一步區分為PB（Private Brand，零售商自有品牌）與NB（National Brand，品牌製造商商品）來分析，PB的市場占有率持續擴大，且無論PB或NB，其價格分布的重心皆向較低價格區間移動。

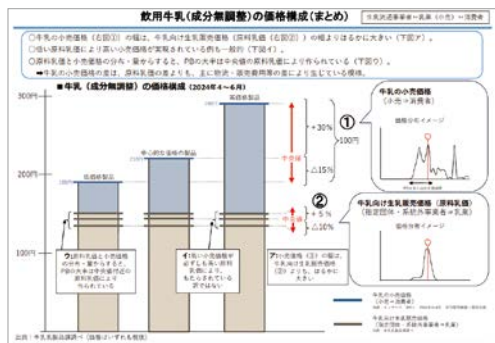
另一方面，NB（品牌商品）在將成本轉嫁至售價方面面臨較大困難，因此其價格分布重心大幅向低價區間移動。結果，PB與NB之間的價格差距

（以價格中位數計算）也因此縮小。

農水省調查資料顯示，低價、中價及高價牛乳之原料乳費用（酪農所得）差異不大，並非造成超市販賣價格大幅差距之原因；零售價格高低，主要取決於乳品業者與零售通路之成本配置、物流、促銷、品牌策略及配送方式等，而非酪農出售生乳價格造成。此亦為農林水產省討論「牛乳價格形成機制」及「酪農所得保障」相關議題時，加強向消費者、乳業與零售業者說明之重要觀點。 



日本牛乳價格偏向低價格方向移動趨勢。（來源：農林水產省）



農水省調查資料顯示，低價、中價及高價牛乳之原料乳費用（酪農所得）差異不大。（來源：農林水產省）

參考資料

農林水產省公布資訊「最近的牛乳乳製品をめぐる情勢について」<https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/attach/pdf/index-394.pdf>；「生乳取扱量等の見通し（令和6年度）」について <https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/attach/pdf/seinyujukyu-34.pdf>；「牛乳乳製品関係」<https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/tikusan/attach/pdf/251126-16.pdf>