

# 兩岸保健食品產業 合作商機及運作模式之研究

陳麗婷 鄭佩真 簡相堂

委託單位：經濟部技術處

執行單位：財團法人 食品工業發展研究所

中華民國一〇〇年十二月

# 兩岸保健食品產業 合作商機及運作模式之研究

陳麗婷 鄭佩真 簡相堂

## 目 錄

	頁次
目 錄 .....	I
表目次 .....	III
圖目次 .....	IV
摘 要 .....	1
1.合作動因與商機 .....	3
1.1 五大動因 .....	3
1.2 六大商機 .....	10
1.3 研究目的與方法 .....	11
2.兩岸保健食品產業環境現況、趨勢與差異點 .....	15
2.1 臺灣產業 .....	15
2.1.1 產業環境(PEST) .....	15
2.1.2 產業現況與趨勢 .....	17
2.2 中國大陸產業 .....	35
2.2.1 產業環境(PEST) .....	35
2.2.2 產業現況與趨勢 .....	36
2.3 兩岸產業環境差異與問題 .....	52

3.兩岸保健食品產業鏈運作與解構 .....	55
3.1 臺灣保健食品產業鏈 .....	55
3.1.1 產業鏈運作 .....	56
3.1.2 產業鏈特色案例 .....	59
3.2 中國大陸保健食品產業鏈 .....	61
3.2.1 產業鏈運作 .....	62
3.2.2 產業鏈特色案例 .....	65
4.兩岸保健食品產業合作模式探討 .....	69
4.1 臺灣經驗 .....	69
4.2 臺灣廠商觀點 .....	72
4.3 建議的合作模式與商機 .....	78
4.4 合作與發展的限制與突破 .....	83
5.臺灣保健食品產業發展的關鍵下一步 .....	85
5.1.合作商機停看聽.....	85
5.2 調整體質：精實產業鏈.....	88
5.3 掌握產業脈動：精準抓緊時間.....	90
6.謝誌 .....	92
7.參考文獻.....	93
附 錄 .....	96
附錄一：近三年中國大陸審核批准之進口保健食品.....	96
附錄二：中國大陸保健食品認證產品現況 .....	101
附錄三：中國大陸重要保健食品廠商一覽表 .....	103

## 表目次

	頁次
表 2-1 臺灣保健食品廠商使用主原料比例 .....	18
表 2-2 臺灣保健食品人均消費(2001-2010) .....	21
表 2-3 臺灣保健食品人均消費預估(2011-2015) .....	21
表 2-4 臺灣保健食品通路結構 .....	32
表 2-5 2010 年臺灣不同消費者對各項保健食品的年食用率差異 .....	34
表 2-6 中國大陸上市保健食品廠商經營的產品 .....	38
表 2-7 2010 年中國大陸保健食品前二十大出口廠商 .....	39
表 2-8 2010 年保健食品銷售企業結構 .....	39
表 2-9 中國大陸保健食品 場混亂的現象與原因 .....	41
表 2-10 中國大陸認列 87 項既為藥品又為食品的保健食品原料 .....	45
表 2-11 中國大陸認列 114 項可用於保健食品原料 .....	45
表 2-12 中國大陸 59 種禁用於保健食品原料 .....	45
表 2-13 中國大陸衛生部已公告之新資源食品名單 .....	46
表 2-14 中國大陸歷年審核批准之進口保健食品國別 .....	48
表 2-15 中國大陸審核批准之保健食品功效集中度 .....	50
表 2-16 兩岸保健食品產業環境差異 .....	52
表 2-17 臺灣保健食品其產品開發關鍵成功因素(KSF) .....	53
表 4-1 臺灣保健食品廠商的中國大陸布局 .....	70

## 圖目次

	頁次
圖 1-1 兩岸保健食品產業合作五大動因 .....	3
圖 1-2 全球保健營養食品 場現況與趨勢走向.....	4
圖 1-3 健康產業空間廣闊 .....	5
圖 1-4 臺灣廠商認為保健食品產業最具潛力 .....	6
圖 1-5 臺灣廠商食品外銷及海外布局重心置於中國大陸 .....	7
圖 1-6 臺灣廠商認為保健食品產業最具潛力 .....	8
圖 1-7 中草藥的特色與發揮空間-連結中式養生的獨特性及故事性.....	9
圖 1-8 兩岸保健食品產業合作商機.....	10
圖 1-9 研究架構及方法 .....	12
圖 2-1 臺灣保健食品的定義與法規管理規範 .....	15
圖 2-2 臺灣保健食品產業環境分析(PEST).....	17
圖 2-3 臺灣保健食品廠商不同類別原料的來源差異 .....	18
圖 2-4 臺灣保健食品廠商對原料選擇的考量因素 .....	19
圖 2-5 臺灣保健食品 場規模變化(2001-2010) .....	20
圖 2-6 臺灣保健食品 場規模預測(2010-2015) .....	23
圖 2-7 臺灣保健食品廠商對不同產品未來成長率看法.....	23
圖 2-8 臺灣健康食品朝傳統食品型態發展 .....	24
圖 2-9 不同傳統食品型態的健康食品其結構比例 .....	25
圖 2-10 傳統食品型態保健食品的發展動向.....	26
圖 2-11 臺灣歷年健康食品認證的功效訴求變化 .....	27
圖 2-12 臺灣不同保健食品廠商著重的功效訴求差異 .....	28
圖 2-13 臺灣保健食品廠商經營的價值活動.....	30

圖 2-14	臺灣不同環節的保健食品廠商其價值活動經營範圍 .....	31
圖 2-15	2010 臺灣消費者對身體健康的關心程度 .....	33
圖 2-16	中國大陸保健食品產業環境分析(PEST) .....	36
圖 2-17	中國大陸保健食品市場在波動中持續成長.....	37
圖 2-18	2010 中國大陸保健食品通路結構 .....	40
圖 2-19	2010 中國大陸保健食品銷售區域 .....	41
圖 2-20	中國大陸保健食品審批流程及投入成本 .....	43
圖 2-21	中國大陸審核批准的保健食品累積數目 .....	47
圖 2-22	中國大陸審核批准的保健食品數目－功效類別.....	49
圖 2-23	中國大陸審核批准的保健食品數目－營養素補充劑 .....	51
圖 2-24	從中國大陸保健食品產業環境問題中找商機 .....	54
圖 3-1	臺灣保健食品產業鏈.....	55
圖 3-2	臺灣保健食品廠商界入通路狀況 .....	58
圖 3-3	羽茗創產品特色：故事性+臺灣食材+食療文化+時尚 .....	61
圖 3-4	中國大陸保健食品產業鏈.....	62
圖 3-5	中國大陸近期保健食品產業鏈變化(一).....	63
圖 3-6	中國大陸近期保健食品產業鏈變化(二).....	65
圖 4-1	保健食品成為臺灣食品廠商布局中國大陸的新興產品.....	69
圖 4-2	廠商認為限制臺灣保健食品產業長期發展的關鍵因素.....	72
圖 4-3	廠商對臺灣保健食品未來發展的意見 .....	74
圖 4-4	廠商對兩岸保健食品產業核心價值差異及合作看法 .....	75
圖 4-5	廠商對兩岸保健食品產業合作的建議 .....	76
圖 4-6	兩岸保健食品產業合作適合的功效訴求.....	77
圖 4-7	廠商期望兩岸合作可得到的支援與協助.....	78
圖 4-8	合作模式一：從獨特性素材開發著手布建新產業鏈 .....	80

圖 4-9	合作模式二：從品牌及服務著手擴大市場空間.....	81
圖 5-1	兩岸合作商機路徑 .....	86
圖 5-2	中國大陸未來環境對產業發展的變化與隱憂 .....	87
圖 5-3	臺灣保健食品廠商在中國大陸的競爭力差異 .....	88

SAMPLE

# 兩岸保健食品產業 合作商機及運作模式之研究

陳麗婷 鄭佩真 簡相堂

## 摘要

「健康」與「保健」已為全球最重要的食品消費趨勢，不論歐美、日本、臺灣、中國大陸或東南亞，廣義或狹義的保健食品，其已成為極具關注、高投入且具發展潛力的重點產業，市場成長表現亮麗。今日臺灣保健食品產業或企業的競爭實力，能否透過與中國大陸的合作能量，搭建更紮實與寬廣的產業發展道路或商機，係本研究關心的重點議題。因此，本研究將從兩岸保健食品產業環境、價值鏈運作等角度，發現現況與差異，發掘兩岸保健食品產業合作空間與關鍵問題。研究發現：

1. 兩岸保健食品產業合作的五大動因，包括：(1)走在趨勢；(2)注入活水；(3)掌握時機；(4)增加活力；(5)延伸文化。
2. 兩岸保健食品產業合作，可創造的六大商機，包括：(1)產品創新力；(2)素材深耕力；(3)文化加值力；(4)拓展外銷；(5)布局全球；(6)增加國際合作機會。
3. 中國大陸保健食品原料供應豐富、人口支撐的內需市場可觀潛力，及政策具操作空間，是中國大陸保健食品產業的優勢基礎。雖目前面臨法規未確定，市場混亂，與消費者對保健食品存在高度的信任危機等問題。但因產業屬朝陽產業，市場發展可創造的空間仍大。今日中國大陸保健食品產業現存的問題，即是明日臺灣廠商可突破的商機。
4. 臺灣紮實的產業鏈布建於產業中下游，上游僅微生物及部分特色農特產品素

材端發展較為成熟。為加速產品深度及能量，增加下游客戶服務，除品牌培育外，新興的產業動力逐步向關鍵保健素材及客製化應用服務深化。

5. 中國大陸的產業鏈布建分散於上中下游，但產業鏈中的價值活動較為鬆散，廠商品質與優勢能量差異性大。因具動植物原料優勢，上游素材原料的生產、萃取及量產等活動已成形，唯部分價值活動仍未完全開發或到位。保健素材應用端的價值服務多數未成形，僅外資廠商從事及運作。
6. 建議未來兩岸保健食品產業的合作模式，有二：(1)從獨特性素材開發著手布建新產業鏈；憑藉臺灣技術優勢、整合實力及產學研研究能量，透過中國大陸的原料、市場優勢，共同爭取中華獨特素材的國際地位與空間，為兩岸產業注入正面的力量。合作效益雖非立即可顯現，但卻有機會布局全球。(2)從品牌及代工服務著手擴大市場空間；但投入品牌，注意需有豐厚的資金支援；投入代工，重借重全方位服務展現差異；蓄積實力，成為後續品牌發展奠基。
7. 兩岸產業合作除存在雙方法律規範等執行面障礙，待克服外，亦有歐美日廠商的競逐壓力。後續精實臺灣競爭實力，保持合作吸引力，引導兩岸趨勢發展，臺灣保健食品產業才能真正透過合作，贏在未來。

\*\*\*\*\*

計畫編號：10G436-02

委託單位：經濟部技術處 100-EC-17-A-01-06-0453-6

調查報告：第 100-4940 號

提出日期：中華民國一〇〇年十二月

研究人員：陳麗婷—財團法人 食品工業發展研究所研究員

鄭佩真—財團法人 食品工業發展研究所研究助理

簡相堂—財團法人 食品工業發展研究所研究員兼企劃室主任

# 1. 合作動因與商機

「健康」與「保健」已為全球最重要的食品消費趨勢，不論歐美、日本、臺灣、中國大陸或東南亞，廣義或狹義的保健食品，其已成為極具關注、高投入且具發展潛力的重點產業，市場成長表現亮麗。因此，如何在成長，但同時競爭的國際保健食品產業環境與趨勢中，透過鮮明的定位方向，堅強的產業鏈合作陣容，紮實且具國際化規模的經營實力，取得在臺灣、中國大陸、亞洲區域或甚至全球市場的價值及特色差異，是未來臺灣保健食品產業發展的重要方向。但如何擴大及增強臺灣保健食品產業或企業的競爭實力，透過中國大陸市場的空間及合作能量，借力使力，搭建更紮實與合乎潮流的產業及企業能耐。產業發展的道路或前景，或許更為寬敞。因此，本章將就兩岸保健食品產業合作的動因，與可能帶動的商機進行說明。釐清原因與確認目標後，接續的才是空間與執行問題。

## 1.1 五大動因

兩岸保健食品產業的合作，其背後的價值與影響力，可有五個面向觀察(圖 1-1)。

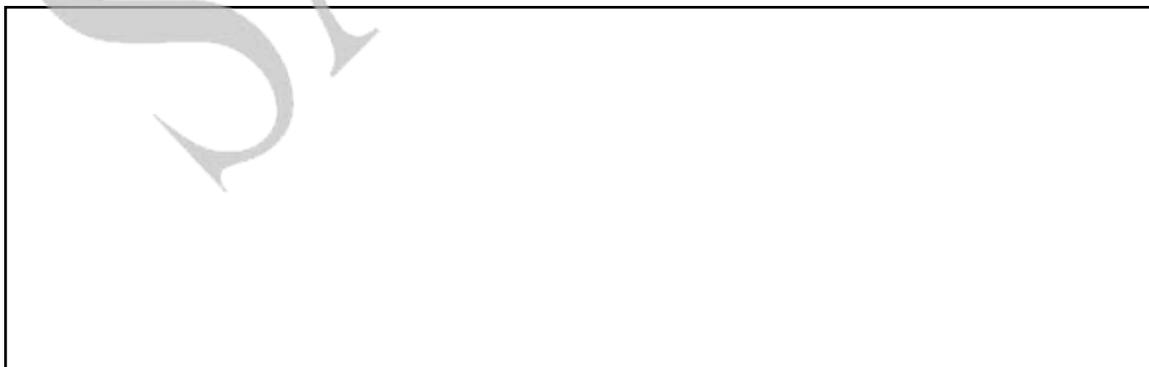


圖 1-1 兩岸保健食品產業合作五大動因

## 2.兩岸保健食品產業環境現況、趨勢與差異點

### 2.1 臺灣產業

#### 2.1.1 產業環境(PEST)

臺灣食品市場已成熟，而保健食品市場在 1999 年起，臺灣通過並施行《健康食品管理法》後，產業發展規範及市場產品走向已漸趨明確與成形。臺灣保健食品可分為食品以及健康食品兩種，健康食品為法定用語(圖 2-1)。因此，食品屬於傳統食品型態，不得宣稱健康功效；具有健康宣稱資格之健康食品，則須依規定申請。該法對健康食品的定義是：「提供特殊營養素或具有特定之保健功效，特別加以標示或廣告，而非以治療、矯正人類疾病為目的之食品」。



資料來源：本研究(2011/12)

圖 2-1 臺灣保健食品的定義與法規管理規範

## 3.兩岸保健食品產業鏈運作與解構

### 3.1 臺灣保健食品產業鏈

臺灣保健食品產業鏈解構如圖 3-1。臺灣紮實的產業鏈布建於產業中下游，上游僅微生物為原料的素材，產業鏈較為紮實；近年原料範圍延伸至特色農特產。價值活動切割並無固定標準與模式，端視價值鏈的基本定位，及各環節價值夥伴之核心能耐，而決定。新興價值鏈環節為保健素材應用端(含貿易商)為加速產品商品化，或增加下游客戶服務及應用量，所提供的服務機制。



資料來源：食品所(2011/12)

圖 3-1 臺灣保健食品產業鏈

## 4.兩岸保健食品產業合作模式探討

### 4.1 臺灣經驗

#### (1)食品在中國大陸布局已有二十多年經驗，近年開始關注保健食品

食品具有文化、口味、習慣、少量多樣、儲運及安全衛生等特性，屬於內需型市場。因此，臺灣食品廠商逐步擴大在區域或全球的經營範圍。臺灣食品廠商對大陸食品市場布局的時間已超過二十年，多因應當地市場、政策或經濟的變化，不斷調整及演化(圖 4-1)。近年對中國大陸的布局，目標逐步擴大至保健食品與餐飲服務等，需求潛力與發展空間是在演化的重要關鍵。



資料來源：本研究(2011/12)

圖 4-1 保健食品成爲臺灣食品廠商布局中國大陸的新興產品

## 5.臺灣保健食品產業發展的關鍵下一步

今日兩岸保健食品產業具有優勢互補的合作契機，與創造未來國際空間的相同願景，為兩岸保健食品產業開展了良好的合作前題。唯兩岸產業合作除存在雙方在保健食品法律規範及認證制度差異等種種現實執行面的障礙，待逐一克服外，歐美日競爭者的競逐壓力，及臺灣保健食品產業今日的優勢能耐，如何在合作後仍能持續保持實力與合作吸引力，或引導趨勢發展，相信才是臺灣保健食品贏在未來的關鍵。而相關延伸的議題，更值得各界重視與不斷審視。

### 5.1.合作商機停看聽

#### (1)商機路徑：中國大陸→世界華人→亞洲→全球

從產品及服務等多方面觀察，健康產業未來發展的範圍及面貌相當多元。站在趨勢線上，從保健食品產業的角度，向健康產業延伸，產品價值創造的空間寬廣。透過與中國大陸或其他區域的多元化合作，為臺灣產業發展注入活水與活力，未來拉大產業發展格局，與國際能見度及獨特性的願景(圖 5-1)，更有機會實現。

臺灣保健食品產業雖已建立基本產業鏈競爭實力，但相較於歐美日等先進國家發展的步調，仍較緩慢。做為個追隨者，尋求未來國際發展的空間，鮮明的定位方向更顯重要。臺灣保健食品要與國際保健食品廠商競爭，中華特色是最基礎，且有發展空間的差異化定位。從中華保健素材與保健食品產業鏈建置及紮實的方向，逐步邁進，透過特色原料的發現、新素材的開發與相關應用，從系統性與科學驗證的角度，將特色素材商品化及產業化。不僅在臺灣市場可運作，在中國大陸亦同。臺灣廠商即有機會透過與兩岸當地上下游產業鏈的整

## 7. 參考文獻

1. 2010 年臺灣食品消費調查統計年鑑，食品工業發展研究所，2010。
2. 余玫，2010，中國大陸保健食品產業發展分析，山西財經大學學報。
3. 金宗濂，2004。中國大陸保健功能評估方法與審查原則，海峽兩岸健康食品管理體制研討會講義，2004 年 10 月 25 日。
4. 金宗濂，2009，中國大陸保健食品原料資源與產業發展的現狀與展望，兩岸食品產業合作及交流會議，2009 年 12 月 8 日。
5. 高敏航，2011，臺灣消費者對營養保健食品觀念的轉變及市場的消長，2011 全球華人保健食品大會。
6. 陳純敏，陳麗婷，食品產業具發展潛力產品之調查，食品產業新發展研討會，2010 年 9 月 24 日。
7. 陳麗婷，李河水，大陸食品安全法實施對進口食品管制的影響，食品工業，42(03)期，2010。食品工業，42(03)期，2010。
8. 陳麗婷，鄭佩真，臺灣食品產業廠經營現況調查，食品產業新發展研討會，2010 年 9 月 24 日。
9. 陳麗婷，簡相堂，兩岸食品產業價值鏈的整合與互動，食品工業，42(03)期，2010。
10. 陳麗婷，簡相堂，深耕本土、布局全球、活化兩岸-臺灣食品產業現況與兩岸互動之省思，食品工業，42(03)期，2010。
11. 陳麗婷，陳淑芳，黃秋香，簡相堂，兩岸食品與周邊產業合作商機及運作模式探討，食品工業發展研究所，2010。
12. 陳麗婷，陳淑芳，張婉，簡相堂，華人膳食型態保健食品之合作開發與產業化，食品工業發展研究所，2010。

13. 黃志杰，臺商投資大陸路線圖，瞭望東方周刊，2010年8月。
14. 賈亞光，2011。大陸保健(功能)食品之市場特性，第三屆兩岸食品產業合作及交流會議講義，2011年11月17日。
15. 潘子明，兩岸保健食品原料開發與產品流通之問題及對策，食品工業，42(03)期，2010。

## 網站資料

1. 中國大陸國家質量監督檢驗檢疫總局科技司網(<http://kjs.aqsiq.gov.cn>)
2. Freedonia 網站([www.freedoniagroup.com](http://www.freedoniagroup.com))
3. IFPRI 網站(<http://www.ifpri.cgiar.org>)
4. Foodstuff 網站([www.foodstuff.com](http://www.foodstuff.com))
5. 中商情報網(<http://www.askci.com>)
6. 中國大陸保健協會 (<http://www.chc.org.cn/>)
7. 中國大陸商務部直銷行業管理信息系統 (<http://zxgl.mofcom.gov.cn/>)
8. 中國大陸國家食品藥品監督管理局(<http://www.sda.gov.cn>)
9. 中國大陸國家統計局(<http://www.stats.gov.cn/>)
10. 中國大陸國家發展和改革委員會網站(<http://www.sdpc.gov.cn>)
11. 中國大陸國務院網站(<http://big5.xinhuanet.com>)
12. 中國大陸衛生部網站(<http://www.moh.gov.cn>)
13. 中國大陸醫藥保健品進出口商會(<http://www.cccmhpie.org.cn/>)
14. 中國行業研究網(<http://www.chinairn.com>)
15. 中國食品工業網(<http://www.cfiin.com/>)
16. 中國食品工業網數據研究中心(<http://www.cfidata.com.cn/>)
17. 中國經濟網(<http://district.ce.cn>)
18. 行政院衛生署食品藥品管理局 (<http://www.fda.gov.tw/>)

19. 新華網(<http://www.xinhuanet.com>)
20. 經濟部投資審議委員會網站(<http://www.moeaic.gov.tw>)
21. 經濟部國貿局經貿資訊網(<http://www.trade.gov.tw>)
22. 經濟部經濟統計資訊網(<http://2k3dmz2.moea.gov.tw>)
23. 零售網(<http://www.lingshou.com>)
24. 維基百科網 (<http://zh.wikipedia.org>)

SAMPLE

# 《兩岸保健食品產業合作商机及運作模式之研究》

紙本定價:2000 點

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

---

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行-和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>

---

版權所有© 2012 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)

經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦