



食品 2020 Food Industry 產業年鑑



序

食品產業是重要的民生產業，與國家發展程度和人民生活品質息息相關。全球區域經貿環境變化，數位生活模式及新興科技快速發展，新冠肺炎 (COVID-19) 疫情擴散影響演化而成的新常態，為全球供應鏈及市場需求帶來變化。國內食品產業如何迅速對應，掌握本土市場優勢，拓展國際佈局，已成為產業發展的關切課題。

2019 年臺灣食品及飲料工業 (不含菸草業) 年產值新臺幣 6,303 億元，占製造業整體產值近 5%，在製造業中排名維持第 8 位。產品主要供應國內市場所需，出口金額新臺幣 1,284 億元，占產值比率約 20%；進口金額為新臺幣 2,868 億元，占國內食品市場規模約 46%。從食品產業長遠發展來看，確保食品安全與安心，導入技術創新與跨領域整合，從消費需求滿足的角度，創造臺灣食品產業的新價值，提昇國際競爭力及合作機會，值得各界共同努力。

本年度「食品產業年鑑」共分五篇，各篇章皆精心規劃與撰述，編撰以圖表為主，供讀者方便閱讀並快速掌握內容要點。第一篇產業總論探討全球經濟環境與景氣趨勢，以及臺灣與美國、歐洲、日本、中國大陸、東南亞、紐澳、中東等地區之食品工業整體

發展現況；本年度新增加拿大，使讀者細緻理解全球不同區域食品產業環境的特色與變化。第二、三篇呈現臺灣主要行業及周邊產業之生產概況、產品發展、廠商動態及發展趨勢，包括麵條粉條、食用油脂、烘焙食品、休閒零食、調味品、冷凍食品、鮮食、植物肉、乳品、非酒精性飲料、酒精性飲料、保健食品、飼料、食品包裝、食品機械、餐飲服務、餐飲流通等產業；本年度新增罐頭食品章節，使讀者更全面掌握產業動向。第四篇則從政策、科技及時事面向，探討各界關注的未來改變，包括剩食對應政策、數位經濟及新冠肺炎疫情對國際食品產業影響。第五篇收錄 2019 年全球與台灣食品產業大事紀資料。

「食品產業年鑑」的功用在於詳實紀錄臺灣食品產業的發展軌跡及未來趨勢，提供各界用以研擬發展策略與方向。感謝經濟部技術處「產業技術基磐研究與知識服務計畫」的經費支持，以及各界的協助，使本所經濟分析同仁得以順利完成編撰。倘有不盡周延之處，尚祈不吝指教。

食品工業發展研究所 所長

廖浩成 謹識

國家篇

01	2020 年全球經濟環境趨勢展望	...001
02	臺灣食品產業	...015
03	美國食品產業	...031
04	加拿大食品產業	...047
05	歐洲食品產業	...059
06	日本食品產業	...073
07	中國大陸食品產業	...097
08	東南亞食品產業	...117
09	紐澳食品產業	...141
10	中東食品產業	...157

產業篇

11	麵條粉條業	...171
12	食用油脂業	...187
13	烘焙食品業	...203
14	休閒零食業	...215
15	罐頭食品業	...229
16	調味品業	...243
17	冷凍食品業	...257
18	鮮食業	...271
19	植物肉業	...285
20	乳品業	...295
21	非酒精性飲料業	...313
22	酒精性飲料業	...329
23	保健食品業	...343
24	飼料業	...361

目錄

週邊行業篇

25	食品包裝業	...377
26	食品機械業	...391
27	餐飲服務業	...405
28	食品流通業	...417

議題篇

29	政策：國際關注剩食的反浪費作為	...433
30	科技：數位經濟驅動食品產業升級轉型	...443
31	時事：新冠肺炎疫情對國際食品產業的影響	...457

附錄

附錄一	2019 全球食品產業大事紀	...471
附錄二	2019 臺灣食品產業大事紀	...475

表目錄

表 1-1 全球主要國家經濟成長表現以及重要總體經濟指標	3
表 1-2 主要機構對臺灣 2020 年之總體經濟預測	8
表 1-2 主要機構對臺灣 2020 年之總體經濟預測 (續).....	9
表 4-1 加拿大基本環境分析	48
表 4-2 2019 年加拿大食品飲料廠商市場占比	53
表 4-3 2019 年加拿大包裝食品通路占比	54
表 7-1 2019 年中國大陸食品工業主要產品產量及變化率	104
表 7-2 2019 年中國大陸食品相關行業重要經濟指標	104
表 7-3 2019 年中國大陸食品工業財務指標	104
表 8-1 2019 東南亞各國基本產業環境	118
表 8-2 2019 年東南亞各國農食品貿易狀況	122
表 10-1 中東四國基本環境分析	158
表 10-2 2019 年中東四國食品飲料廠商市場占比	165
表 10-3 2019 年中東四國包裝食品通路占比	166
表 12-1 臺灣食用油脂企業市占率 (%)	198
表 23-1 2019 年臺灣保健食品通路結構及未來潛力	351
表 23-2 2019 臺灣保健食品廠商使用主原料比例	353
表 29-1 美國減少剩食反浪費政策六大面向	438
表 29-2 日本減少剩食反浪費政策動作	439
表 30-1 全球受新冠肺炎疫情影響部分食品廠商停工動態案例	461

圖目錄

圖 2-1 臺灣基本環境分析.....	16
圖 2-2 臺灣食品產業 STEP 分析.....	18
圖 2-3 臺灣食品工業產值於整體製造業占比.....	19
圖 2-4 臺灣食品工業產值規模及變化.....	20
圖 2-5 臺灣食品工業產品貿易概況.....	21
圖 2-6 2019 年臺灣食品工業進出口產品.....	22
圖 2-7 2019 年臺灣食品飲料新品概況.....	23
圖 2-8 2019 年臺灣上市食品企業營收與成長率.....	24
圖 2-9 臺灣食品產業未來發展趨勢.....	30
圖 3-1 美國基本環境分析.....	32
圖 3-2 美國食品飲料消費支出.....	33
圖 3-3 美國食品產業 STEP 分析.....	35
圖 3-4 美國食品飲料銷售規模與市占率.....	36
圖 3-5 美國食品飲料貿易值及進出口國家.....	37
圖 3-6 2019 年美國各類食品飲料進出口值.....	38
圖 3-7 2015-2019 年美國新品支數及重要品項.....	39
圖 3-8 2019 年美國食品飲料廠商市場占比及變化.....	40
圖 3-9 2019 年美國食品飲料通路發展變化.....	41
圖 3-10 美國食品產業未來發展趨勢.....	45
圖 4-1 加拿大食品產業 STEP 分析.....	49
圖 4-2 加拿大食品飲料市場規模.....	50
圖 4-3 加拿大農食品貿易狀況.....	51
圖 4-4 2015-2019 年加拿大新品支數及重要品項.....	52
圖 4-5 加拿大食品產業未來發展趨勢.....	57
圖 5-1 歐洲基本環境分析.....	60
圖 5-2 歐洲食品產業 STEP 分析.....	61
圖 5-3 歐洲食品消費需求及潛力.....	62
圖 5-4 歐洲食品及飲料市場規模與市占率.....	63
圖 5-5 歐洲食品及飲料業貿易概況.....	64

圖 5-6	2019 年歐洲食品飲料進出口產品	65
圖 5-7	2015-2019 年歐洲新品支數及重要品項	66
圖 5-8	2019 年歐洲食品飲料廠商市場占比及變化	67
圖 5-9	歐洲食品飲料通路發展概況	68
圖 5-10	歐洲食品產業未來發展趨勢	72
圖 6-1	日本歷年人口及食品產業就業人數統計	75
圖 6-2	日本食品產業 STEP 分析	77
圖 6-3	日本食品製造業出貨額及批發業、零售業銷售額	78
圖 6-4	日本外食產業市場規模	79
圖 6-5	日本外食產業市場規模	80
圖 6-6	2019 年日本農林水產品進出口概況	82
圖 6-7	2019 年日本主要出口食品	83
圖 6-8	2019 年日本主要進口食品	83
圖 6-9	2019 年日本包裝食品、清涼飲品品牌市占率	84
圖 6-10	2019 年日本熱飲、酒類飲品品牌市占率	85
圖 6-11	2019 年日本包裝食品、清涼飲品公司市占率	86
圖 6-12	2019 年日本熱飲、酒類飲品市占率	87
圖 6-13	日本主要 4 大販售通路歷年銷售額	88
圖 6-14	2019 年日本主要食品相關實體通路企業市占率	89
圖 6-15	2019 年日本國內食品相關販賣機統計	90
圖 6-16	日本食品產業未來展望	94
圖 7-1	中國大陸基本環境分析	98
圖 7-2	中國大陸食品消費需求及潛力	99
圖 7-3	中國大陸食品產業 STEP 分析	101
圖 7-4	中國大陸食品及飲料市場規模與市占率	103
圖 7-5	中國大陸食品飲料貿易概況	105
圖 7-6	2019 年中國大陸食品飲料進出口產品	106
圖 7-7	2015-2019 年中國大陸食品飲料新品支數及重要品項	107
圖 7-8	2019 年中國大陸食品飲料廠商市場占比及變化	109
圖 7-9	中國大陸食品飲料通路發展變化	110

圖 7-10 2019 年中國大陸食品產業動態.....	113
圖 7-11 中國大陸食品產業未來發展趨勢.....	115
圖 8-1 東南亞食品產業 STEP 分析.....	120
圖 8-2 東南亞各國食品及飲料市場規模.....	121
圖 8-3 2015-2019 年東南亞新品支數及重要品項.....	123
圖 8-4 2019 年印尼食品飲料廠商市場占比及變化.....	124
圖 8-5 2019 年越南食品飲料廠商市場占比及變化.....	125
圖 8-6 2019 年菲律賓食品飲料廠商市場占比及變化.....	126
圖 8-7 2019 年泰國食品飲料廠商市場占比及變化.....	127
圖 8-8 2019 年馬來西亞食品飲料廠商市場占比及變化.....	128
圖 8-9 2019 年新加坡食品飲料廠商市場占比及變化.....	129
圖 8-10 2019 年東南亞各國家零售通路發展變化.....	131
圖 8-11 東南亞食品產業未來發展趨勢.....	139
圖 9-1 紐澳基本環境分析.....	142
圖 9-2 紐澳食品產業 STEP 分析.....	144
圖 9-3 紐澳食品飲料銷售規模與市占率.....	145
圖 9-4 澳洲食品飲料貿易值及進出口國家.....	146
圖 9-5 澳洲及紐西蘭食品飲料貿易值及進出口國家.....	147
圖 9-6 2015-2019 年澳洲及紐西蘭新品支數及重要品項.....	148
圖 9-7 2019 年紐澳食品飲料廠商市場占比.....	149
圖 9-8 2019 年紐澳食品飲料通路發展變化.....	150
圖 9-8 2019 年紐澳食品飲料通路發展變化 (續).....	151
圖 9-9 紐澳食品產業未來發展趨勢.....	154
圖 10-1 中東食品產業 STEP 分析.....	160
圖 10-2 中東四國食品飲料市場規模.....	161
圖 10-3 中東農食品貿易狀況.....	162
圖 10-4 2015-2019 年中東四國新品支數及重要品項.....	163
圖 10-5 中東食品產業未來發展趨勢.....	169
圖 11-1 臺灣麵條粉條產業地圖.....	172
圖 11-2 臺灣麵條粉條產業 STEP 分析.....	174

圖 11-3	臺灣麵條粉條業產值與占比	175
圖 11-4	臺灣麵條粉條產品產值與產量	176
圖 11-5	臺灣麵條粉條進口變化及主要來源	177
圖 11-6	臺灣速食麵進口變化及主要來源	178
圖 11-7	2019 年臺灣麵條粉條出口變化及主要市場	179
圖 11-8	2019 年臺灣速食麵出口變化及主要市場	180
圖 11-9	臺灣麵條粉條銷售量值變化	182
圖 11-10	2019 年臺灣麵條粉條產業動態	184
圖 11-11	臺灣麵條粉條產業未來發展趨勢	186
圖 12-1	臺灣食用油脂產業地圖	188
圖 12-1	臺灣食用油脂產業地圖 (續)	189
圖 12-2	臺灣食用油脂產業環境 STEP 分析	191
圖 12-3	2019 年食用油脂原料物價波動走勢圖	191
圖 12-4	臺灣食用油脂產業產值與占比變化	192
圖 12-5	臺灣食用油脂分項產值變化	193
圖 12-6	臺灣食用油脂進口變化及主要來源	195
圖 12-7	臺灣食用油脂出口變化及主要來源	196
圖 12-8	臺灣各類食用油銷售值變化 (2010-2019 年)	197
圖 12-9	2019 年食用油脂產業動態	199
圖 12-10	食用油脂產業未來發展趨勢	201
圖 13-1	臺灣烘焙食品產業地圖	204
圖 13-2	臺灣烘焙食品產業 STEP 分析	206
圖 13-3	臺灣整體烘焙炊蒸食品業產值	207
圖 13-4	臺灣烘焙炊蒸食品各品項產值	208
圖 13-5	臺灣烘焙食品進出口值及品項占比 (2015-2019)	209
圖 13-6	2019 年臺灣烘焙食品工業結構分布	210
圖 13-7	2019 年烘焙食品產業動態	212
圖 13-8	烘焙食品產業未來展望	214
圖 14-1	臺灣休閒零食產業地圖	217
圖 14-2	臺灣休閒零食產業 STEP 分析	219
圖 14-3	臺灣整體休閒零食產業產值變化與預測	220

圖 14-4	近五年臺灣休閒零食分項產值變化	221
圖 14-5	臺灣休閒零食業進口變化及主要來源.....	222
圖 14-6	臺灣休閒零食業出口變化及主要市場.....	223
圖 14-7	近五年各類休閒零食銷售值變化.....	224
圖 14-8	休閒零食產業動態.....	226
圖 14-9	臺灣休閒零食產業未來趨勢展望.....	228
圖 15-1	臺灣罐頭食品產業地圖	231
圖 15-2	臺灣罐頭食品產業 STEP 分析	233
圖 15-3	臺灣整體罐頭食品產業產值與占比	234
圖 15-4	臺灣罐頭食品分項產值變化	235
圖 15-5	臺灣罐頭食品業進口變化及主要來源.....	236
圖 15-6	臺灣罐頭食品業出口變化及主要市場.....	237
圖 15-7	各類罐頭食品銷售值變化.....	238
圖 15-8	2019 年罐頭食品產業動態.....	240
圖 15-9	臺灣罐頭食品產業未來趨勢展望.....	242
圖 16-1	臺灣調味品產業地圖	244
圖 16-2	臺灣調味品產業 STEP 分析.....	246
圖 16-3	臺灣整體調味品產業產值與占比.....	247
圖 16-4	臺灣調味品業進口變化及主要來源	248
圖 16-5	臺灣調味品業出口變化及主要市場	249
圖 16-6	各類調味品銷售值變化	250
圖 16-7	調味品新品支數及訴求	252
圖 16-8	2019 年調味品產業動態	253
圖 16-9	臺灣調味品產業未來趨勢展望	255
圖 17-1	臺灣冷凍食品產業地圖	258
圖 17-2	臺灣冷凍食品產業 STEP 分析	260
圖 17-3	臺灣整體冷凍食品產業產值與占比	261
圖 17-4	臺灣冷凍食品分項產值變化	262
圖 17-5	臺灣冷凍食品業進口變化及主要來源.....	263
圖 17-6	臺灣冷凍食品業出口變化及主要市場.....	264
圖 17-7	各類冷凍食品銷售值變化.....	265

圖 17-8	冷凍食品產業動態.....	268
圖 17-9	冷凍食品發展趨勢.....	270
圖 18-1	臺灣鮮食產業地圖.....	272
圖 18-2	臺灣鮮食產業 STEP 分析	274
圖 18-3	2019 年臺灣便利商店與鮮食市場結構.....	275
圖 18-4	臺灣鮮食市場規模變化	276
圖 18-5	2019 年臺灣鮮食產品發展重點.....	279
圖 18-6	2019 年臺灣鮮食產業動態.....	281
圖 18-7	鮮食業未來發展趨勢	283
圖 19-1	臺灣植物肉產業地圖.....	286
圖 19-2	臺灣植物肉產業 STEP 分析.....	288
圖 19-3	臺灣植物肉特色分析	289
圖 19-4	臺灣植物肉通路動態.....	291
圖 19-5	植物肉產業動態分析	292
圖 19-6	臺灣植物肉產業未來趨勢展望	294
圖 20-1	臺灣乳品產業地圖.....	297
圖 20-2	臺灣乳品產業環境分析	299
圖 20-3	臺灣牛羊生乳生產走勢	300
圖 20-4	2009-2019 年乳品業產值與占比.....	301
圖 20-5	2018-2019 年奶粉及塊狀乳進出口量.....	303
圖 20-6	2018-2019 年液態乳進出口量.....	305
圖 20-7	2019 年乳品產業動態.....	307
圖 20-8	2010-2019 年臺灣各類乳品銷售值變化	309
圖 20-9	乳品產業未來發展趨勢	310
圖 21-1	臺灣非酒精飲料產業地圖.....	315
圖 21-2	臺灣非酒精飲料產業環境 STEP 分析	317
圖 21-3	臺灣非酒精飲料業產值占比變化.....	318
圖 21-4	2018-2019 年臺灣濃縮果蔬汁進出口量	319
圖 21-5	2018-2019 年臺灣飲料進出口量	320
圖 21-6	2017-2019 年臺北臺中高雄各月平均溫度及降雨總量.....	321
圖 21-7	2019 年飲料及相關產業公司動態.....	322

圖 21-8	2015-2019 年臺灣飲料新品數量	323
圖 21-9	2010-2019 年臺灣各類飲料銷售值變化	324
圖 21-10	臺灣飲料產業未來發展趨勢	326
圖 22-1	臺灣酒精性飲料產業地圖	330
圖 22-2	臺灣酒精性飲料產業 STEP 分析	332
圖 22-3	臺灣整體酒精性飲料產業產值與占比	333
圖 22-4	臺灣酒精性飲料業進口變化及進口來源	334
圖 22-5	臺灣酒精性飲料業出口變化及出口對象	335
圖 22-6	臺灣各類釀造酒占比 (以量計)	336
圖 22-7	臺灣蒸餾酒占比 (以量計)	337
圖 22-8	2019 年酒精性飲料產業動態	339
圖 22-9	臺灣酒精性飲料產業未來發展趨勢	341
圖 23-1	臺灣保健食品產業地圖	344
圖 23-2	臺灣保健食品產業環境 STEP 分析	346
圖 23-3	臺灣保健食品市場規模變化	347
圖 23-4	臺灣健康食品其產品型態結構比例 (一)	348
圖 23-5	臺灣健康食品其產品型態結構比例 (二)	349
圖 23-6	臺灣健康食品的功效訴求變化	350
圖 23-7	臺灣膠囊錠劑保健食品出口變化及主要市場	352
圖 23-8	2019 臺灣保健食品廠商其原料來源狀況	354
圖 23-9	臺灣保健食品廠商對原料選擇的考量因素	355
圖 23-10	臺灣保健食品廠商經營的價值活動	356
圖 23-11	2019 臺灣保健食品廠商功效訴求差異	357
圖 23-12	臺灣保健食品產業發展趨勢	360
圖 24-1	臺灣飼料產業地圖	362
圖 24-2	臺灣飼料產業 STEP 分析	364
圖 24-3	臺灣整體飼料產業產值	365
圖 24-4	臺灣整體飼料供應量變化	366
圖 24-5	臺灣不同類別商品飼料供應量變化	366
圖 24-6	臺灣飼料業進口變化及主要來源	367

圖 24-7	臺灣寵物飼料進口變化及主要來源	368
圖 24-8	臺灣飼料業出口變化及主要市場	369
圖 24-9	臺灣寵物飼料出口變化及主要市場	370
圖 24-10	臺灣不同飼料供應平均價格變化	371
圖 24-11	寵物飼品市場趨勢	372
圖 24-12	2019 年飼料產業動態	373
圖 24-13	臺灣飼料產業未來趨勢展望	374
圖 25-1	臺灣食品包裝產業地圖	378
圖 25-2	臺灣食品包裝產業 STEP 分析	380
圖 25-3	臺灣食品包裝分項產值變化及預測	381
圖 25-4	臺灣食品包裝業進口變化及主要來源	383
圖 25-5	臺灣食品包裝業出口變化及主要市場	384
圖 25-6	臺灣食品包裝銷售值變化	385
圖 25-7	2019 年食品包裝產業動態	386
圖 25-8	食品包裝未來發展趨勢	388
圖 26-1	臺灣食品機械產業地圖	392
圖 26-2	臺灣食品機械產業 STEP 分析	394
圖 26-3	臺灣食品機械產值變化及預測	395
圖 26-4	臺灣食品機械業進口變化及主要來源	396
圖 26-5	臺灣食品機械業出口變化及主要市場	397
圖 26-6	臺灣食品機械銷售值變化：2010-2019 年	398
圖 26-7	2019 年食品機械產業動態	400
圖 26-8	食品機械未來發展趨勢	402
圖 27-1	臺灣餐飲產業地圖	406
圖 27-2	臺灣餐飲產業 STEP 分析	408
圖 27-3	臺灣整體餐飲業營業額變化	409
圖 27-4	臺灣各類餐飲業營業額變化	410
圖 27-5	臺灣餐飲連鎖店各業態品牌數與總店數	411
圖 27-6	2019 年餐飲服務產業動態	413
圖 27-7	臺灣餐飲產業未來趨勢展望	415

圖 28-1	臺灣食品流通產業地圖	419
圖 28-2	臺灣食品流通產業 STEP 分析	421
圖 28-3	臺灣整體食品流通產業營業額	422
圖 28-4	臺灣食品零售通路營業額變化及占比 (2015-2020)	423
圖 28-5	2019 年臺灣不同型態通路總店數結構	424
圖 28-6	臺灣連鎖便利超商總店數變化 (2015-2019)	425
圖 28-7	臺灣超市總店數變化 (2015-2019)	426
圖 28-8	臺灣量販店總店數變化 (2015-2019)	427
圖 28-9	臺灣有機通路總店數變化 (2015-2019)	428
圖 28-10	食品流通產業動態	430
圖 28-11	食品流通產業未來展望	432
圖 29-1	國際剩食反浪費推動環境	436
圖 30-1	數位化對食品製造有助益	444
圖 30-2	數位經濟的消費模式轉換	445
圖 30-3	智慧感測器為大數據分析打底	446
圖 30-4	人工智慧導入考量與效益	447
圖 30-5	物聯網導入效益與可能障礙	448
圖 30-6	機器人的技術趨勢與應用效益	449
圖 30-7	數位經濟商業模式創新重點	450
圖 30-8	Deschutes Brewery 以粉絲為核心的商業模式創新	451
圖 30-9	數位經濟下的顧客旅程	453
圖 30-10	製造數位化推動關鍵	454
圖 30-11	數位經濟發展趨勢重點	455
圖 31-1	新冠肺炎疫情國際食品產業環境影響	459
圖 31-2	新冠肺炎疫情臺灣食品產業大事記	467

01

2020年全球經濟 環境趨勢展望

中經院/彭素玲/研究員兼主任

摘要

2020 年全球經濟因新冠肺炎疫情（COVID-19）肆虐，成長動能失速，以致主要機構都大幅下修經濟成長率預測。依據 IHS Markit 於 5 月發布之預測數據，全球經濟成長率預估值為 -5.5%，不但較 2009 年金融海嘯之 -1.7% 低，並為二戰後有成長紀錄以來之新低水準。臺灣經濟成長受全球大環境景氣走跌影響，成長表現也將趨緩。國際貨幣基金（IMF）於 4 月中旬發布全球經濟概觀，下修臺灣經濟成長率至 -4.0%，為目前各機構預測值之最低者。不過，各界多認為隨臺灣疫情防疫有成，原本隔離或管制之經濟活動逐漸回復，2020 下半年成長表現將和緩復甦。根據主計總處於 5 月下旬發布之預測值，臺灣 2020 年全年經濟成長率約 1.67%，雖較 2019 年之 2.71%，差距 1.04 個百分點，但較諸全球主要國家之負成長，臺灣仍能維持正成長，並連續兩年為四小龍之首，尤顯難能可貴。

依據主計總處資料，2020 年臺灣經濟成長特色為內外持平成長，.....

02

臺灣食品產業



食品所/蕭宜庭/副研究員

摘要

臺灣擁 2,360 萬人口，食品工廠約 7 千多家，雇用員工近 15 萬人。臺灣食品及飲料製造業（不含菸草）2019 年整體產值為新臺幣 6,303 億元（約 214 億美元），占整體製造業的 4.77%，在製造業中排行第八；其中，前七大行業為未分類其他食品製造業、動物飼品製造業、屠宰業、非酒精飲料製造業、肉類其他加工及保藏業、動植物油脂製造業和乳品製造業。整體食品產業產值 2020 年預估可達新臺幣 6,517 億元（約 221 億美元），成長率 3.40%。

2019 年食品產業進出口貿易皆成長。出口值新臺幣 1,284 億元（約 44 億美元），主要出口品項為冷凍食品、雜項食品、飲料及碾製品；重要出口市場包括中國大陸、日本、美國、泰國、香港等。進口值新臺幣 2,868 億元（約 97 億美元），主要進口品項為冷凍食品、酒精性飲料、乳製品及雜項食品；主要自美國、英國、泰國、澳洲、紐西蘭及日本等進口。

臺灣食品飲料新產品推出型態以全新產品為多，近年既有產品翻新包裝活絡。.....



03 美國食品產業

食品所/黃秋香/副研究員

摘要

美國總人口數 3.27 億人，列居全球第三，城市化比例高，整體經濟發展平緩。2019 年食品飲料占美國人均消費支出 7.1%，美國食品和非酒精飲料消費者物價指數（CPI）1.7%，外食支出約占食物支出 1/3。雜貨店、購物中心與量販店是家庭食物消費主要場域。網路與行動裝置普及，社群媒體及電商成為重要行銷及配銷管道。

2019 年美國食品銷售增長 1.9%，餅乾、即食餐食與蔬果加工品成長顯著，關注動物福利等環境趨勢，植物基產品對肉品替代威脅加大。2019 年美國銷售成長 8% 以上的飲料品項，包括咖啡、運動及能量飲料；健身文化興起，年輕消費者對健康意識日益增強，對健康有益的飲品受歡迎。美國食品飲料貿易逆差狀況持續，2019 年逆差值達 176.4 億美元，飲料進口值成長 1.5%、出口值減少 4.1%。產品自墨西哥、法國、加拿大及義大利等國增加，從中國大陸進口金額則減少三成；另，食品主要出口至墨西哥、加拿大及日本等。

2020 年美國飲食指南將出爐

04 加拿大食品產業



食品所/李怡蓁/副研究員

摘要

加拿大國土廣袤，自然資源豐沛，過去在製造業、礦業、能源業的帶動下，加拿大由農業經濟轉型為工業、服務業經濟，為全球第十大經濟體、第十一大貿易國。人口僅約 3700 萬，成長率 1.1%，略低於世界平均 1.2%；城市人口比率 (81.5%) 高，人口集中於安大略和魁北克省。飲食根源原住民、英格蘭、蘇格蘭和法國，融合 20 世紀後來自中歐、南歐、南亞、東亞和中南美洲移民潮，形成多元飲食文化。因地處高緯度，有季節性蔬果進口需求。

2019 年加拿大食品飲料市場主要品項為包裝食品的零食、調味品和烘焙產品，食品飲料市場加總規模約為 914 億美元，較去年成長 0.6%。2020 年預期酒精性飲料和軟性飲料減退，熱飲與包裝食品升溫，整體食品飲料市場成長 1.3%，增至 926 億美元。

加拿大糧食自給率達 183%，為全球糧食主要出口國……

05 歐洲食品產業

食品所/孫以倫/副研究員

摘要

歐洲擁有先進技術及豐富天然資源，基本經濟體質及環境成熟。近年面對區域政經環境劇烈變化，在全球食品產業品質安全精進或科技發展等趨勢議題的引領，仍扮演關鍵角色。據歐洲 CIAA 統計資料顯示，歐洲整體食品消費占家計支出比例約為 14%。東歐國家占比較高，約為三成；西歐與北歐國家占比較低，約為一成五。2019 年歐洲人均食品飲料消費落差大；北歐及西歐等國家最高，東歐地區因部分國家經濟尚在起步，人均食品消費較低。2019 年歐洲食品飲料市場規模超過 1 兆美元，年成長 1%。

歐洲前五大食品飲料業製造國為德國、法國、義大利、英國及西班牙。乳製品、烘焙製品、肉類製品與海鮮及飲料等是重要品類。近年歐洲食品飲料出口成長，進口持平。2019 年食品飲料貿易順差 195 億歐元；其中，出口值為 1,351 億歐元，進口值為 1,156 億歐元。

06 日本食品產業

食品所/簡政羣/助理研究員

摘要

少子高齡化及產業人手不足是日本食品產業重要問題。近年日本政府從改善食品業界基盤問題、對應國外需求、帶動特色食品市場等構面進行重整。業者則注重拓展高值產品及新興技術運用，強化國內外市場帶動成長。以購買習慣及潛在需求開發作為破口，活絡市場。

雖因重大災害及漁獲欠收影響，日本國內食品消費及外銷維持小幅成長趨勢。消費稅增加、個人時間重視等趨勢，為加工食品提供成長機會。2019 年日本農林水產出口額 9,121 億日圓，進口額 9.5 兆日圓，進口逆差 8.6 兆日圓。新冠肺炎疫情及蛋白質原料供給平衡問題，提升自給率及產業加值空間受重視。自由貿易協定動態多，日本農水省立定 2030 年 5 兆日圓出口額戰略目標下，預估 2020 年貿易變動幅度仍大。

日本政策相關調整。產業面，包含擬定減少食物浪費政策、依市場需求調整宣稱標示限制及特殊產品規範

07

中國大陸食品產業

食品所/莊承曄/副研究員
食品所/陳靖旻/副研究員

摘要

中國大陸有超過 14 億人口的基本市場規模，近年相關政策調整，加上本身經濟及區域經貿發展的產業轉型，產業環境已轉向健康、安全、優質、個人化與多元化面向發展。2019 年食品消費總額約 1.4 兆美元、人均食品飲料消費額約 990 美元 (成長率 0.2%)，消費者因期望健康生活，開始增加如旅遊、運動等非食品面支出，食品消費成長率趨緩。

近五年中國大陸食品飲料整體市場規模仍穩定成長，2019 年食品製造業成長 5.3%，酒、飲料和精製茶製造業飲料產業成長 6.2%。食品出口值約為 548 億美元，較 2018 年衰退 2.8%；進口值為 765 億美元，較 2018 年顯著成長 23.0%，顯示消費者對進口食品之消費型態逐漸形成。

2019 年領導廠商多以不同價格、符合健康議題以及創意口味方式推出新品，整體產業出現零售端與品牌商整合、策略聯盟強化核心競爭力以及跨界商品價值創新等動態。食品 / 飲料新品數為 12,571 項，以休閒食品為主，其次為烘焙食品、乳製品、加工魚、肉及蛋製品、熱飲和果汁飲料等。顏色繽紛、新奇產品受歡迎，訴求社交媒體產品逾二成；而不含添加劑 / 防腐劑等訴求仍持續受重視。

08 東南亞食品產業

食品所/鄭佩真/副技師

摘要

東協 6.6 億人口，龐大人口紅利及多數國家正處成長與蘊釀期，飲食需求力量相當明確且可觀。加上目前及預期未來食品市場成長力道相對其他區域市場大，成為國際廠商海外投資與貿易重點區域。

2019 年東南亞人均食品飲料消費，馬來西亞居冠；成長表現以泰國最為亮眼。年輕族群及中產階級人口是東南亞市場成長動力。追求健康和各式豐富體驗生活，提升美味和質感等是新重點。獨特產品開發，社群媒體互動，找新客群及增加黏著度是關注點。

受惠人口數、經濟表現及投資熱絡，2019 年東南亞食品飲料市場規模，印尼居六國之冠；市場成長表現以緬甸、越南及柬埔寨最為亮眼，分別成長 10.8%、9.1% 及 9.0%；除產業強化發展特色外，政策的開放、消費能力活絡及國際資金投注力量加大，亦是影響原因。東南亞擁豐富農產原料基礎，出口貿易暢旺，2019 年泰國食品出口居六國之冠，未來五年預期出口仍將成長。

09

紐澳食品產業



食品所/徐郁婷/副研究員

摘要

紐澳總人口 2,977 萬人，兩國相鄰，氣候環境、自然資源及經貿關係密切。澳洲及紐西蘭飲食文化融合多元種族習慣及當地原住民特色。農畜產業及天然資源是紐澳重要的國際競爭優勢。植物蛋白飲食增加，過去五年澳洲新素食產品品項成長近 2 倍，越來越多消費者改變原以肉為主的飲食習慣。氣候暖化及乾旱驅使消費者以生態環境及再生回收作為購買食品的衡量指標。

2019 年紐澳食品飲料市場持續成長，相較前年成長 3.1% 及 3.7%。在地乳品及蔬果資源豐富，影響飲食習慣；紐澳食品市場以烘焙食品及乳製品為主；飲料市場重要品項為啤酒及葡萄酒。紐澳食品飲料產業以出口導向，兩國貿易密切，澳洲為紐西蘭第二大出口國，紐西蘭為澳洲第七大出口國。2019 年澳洲食品進口成長 3%，2019 年出口下滑 1.2%。2019 年紐西蘭進口與前年相近。

紐澳食品飲料新品開發支數 2019 年約 1 萬支。電商平台掘起帶動外帶外送產業加速成長，除美味及健康外，兼具環保及便利輕巧包裝受到消費者關注。新冠肺炎疫情改變外食習慣，消費者轉向在家烹飪，訴求食品安全及包裝密封完整性，為下一波新品研發重點。

10 中東食品產業

食品所/李怡蓁/副研究員

摘要

中東人口成長率為 2.1%，高於世界平均 1.2%，人口主要成長動能來自埃及和沙烏地阿拉伯等國。中東飲食特色與宗教信仰息息相關，埃及、沙烏地阿拉伯和阿拉伯聯合大公國信奉伊斯蘭教，以色列信奉猶太教，兩宗教對教徒飲食生活皆有嚴明規定，共通原則是禁食豬肉和動物血液，動物屠宰應依教法執行，另伊斯蘭教禁止飲酒。同受新冠肺炎疫情影響，各國實施邊境和境內封鎖措施。

2019 年埃及、以色列、沙烏地阿拉伯和阿拉伯聯合大公國食品飲料市場規模約為 1,500 億美元，2020 年預期成長 4.8%，增至 1,572 億美元。其中，沙烏地阿拉伯市場規模最大，其次為阿拉伯聯合大公國，2020 年因新冠肺炎疫情各國實施邊境管制，市場主要提升動能來自人口成長。

中東因地理條件限制，糧食自給率低，高度仰賴貿易，2019 年貿易逆差高達 519 億美元。穀類加工品自給率低，埃及 58%、沙烏地阿拉伯低至 8%，阿拉伯聯合大公國僅為 2%，因此農食品以穀類加工品為進口大宗，其次為肉品，進口價值分別為 188 億美元與 82 億美元。

中東四國主要廠商為跨國企業

11

麵條粉條業



食品所/陳玉玲/研究員
食品所/蕭宜庭/副研究員

摘要

麵條及粉條是臺灣重要主食之一，產品可區分為麵條粉條及速食麵條粉條兩大類。產業參與者眾多，近年廠商積極投入產品創新升級，產業及市場競爭樣貌多元活絡。

2019 年臺灣麵條粉條業產值為新臺幣 152.3 億元，較 2018 年小幅下滑 3.1%。異國口味需求明確，近五年麵條粉條進出口貿易顯著成長。2019 年進口值為新臺幣 17.1 億元，成長 8.1%；產品主要自南韓、日本及義大利進口。2019 年出口值為新臺幣 35.1 億元，成長 5.7%；臺灣麵條粉條主要出口至中國大陸、美國、香港等地。2020 年因餐飲業加入拌麵等產品的供應，加上年初受新冠肺炎疫情 (COVID-19) 影響，屬民生防疫物資的速食麵，消費者備貨囤積，預估 2020 年麵條粉條產值可成長至新臺幣 155.5 億元。



12

食用油脂業

食品所/莊承曄/副研究員

食品所/陳靖旻/副研究員

摘要

臺灣食用油脂產業發展，以植物油脂為主，除加工用油外，以黃豆油為主，榨油原料黃豆依賴進口；其他消費者較常食用之植物油脂，包括葵花油、橄欖油、菜籽油等，多以進口粗製油精煉或精製油分裝／原裝進口等供應。一般家庭較少使用動物油脂，豬脂多由臺灣廠商自行製造，進口則以牛羊脂為主。隨著消費意識的改變，追求原料單純、具營養功能性等新健康概念產品，影響食用油脂產業發展。

2019 年臺灣食用油脂業產值新臺幣 194.1 億元。食用油脂供應量中，食用植物油脂供應量估計約 95.7 萬公噸，進口 36.3 萬公噸；國產以黃豆油為大宗，2019 年產量 56.9 萬公噸；進口以棕櫚油為主，占食用植物油脂進口量七成，其次為菜籽油與葵花油。食用動物油脂年供應量約為 10.0 萬公噸，三成為國產、七成為進口；國產以豬油為主要品項，2019 年產量約 3.0 萬公噸。

13

烘焙食品業

食品所/孫以倫/副研究員

摘要

烘焙食品產業鏈包含農產原料、烘焙原材料、烘焙產品加工及下游銷售等環節。上游原材料以蔬果、米穀小麥及預拌粉等國內外原物料及設備供應商為主，中游食品加工與品牌廠商分為烘焙油脂、餡料、麵粉、果醬等初級原料加工以及冷凍麵團半成品或食品麵包工廠代工生產等，有不同程度的互動模式。下游以品牌烘焙坊、麵包店（前店後廠）、餐飲通路、烘焙材料行、量販店、超商、超市、專賣店等為主，銷售多元活絡。

臺灣烘焙炊蒸食品業產值 2019 年為新臺幣 342 億元，產品以餅乾及其他烘焙炊蒸食品兩大類為主；其他烘焙炊蒸食品包含麵包、蛋糕、西點、中式米製／麵製點心、糕粿糯類製品等。終端通路，烘焙坊營收占整體市場約 6 成，超商居次，其餘通路占比每年各有消長。

14

休閒零食業

食品所/孫以倫/副研究員

摘要

休閒零食範圍廣泛，國際間對其無明確定義，多指正餐外，閒暇解饞或餐與餐間充饑之食品。臺灣休閒零食產業的研究，關注烘焙炊蒸食品、脫水食品、糖果（含巧克力）及甜點冰品等四大類，產業鏈發展成熟，中小企業為多，各式創新產品及銷售模式活潑多元。

臺灣休閒零食 2019 年相關總產值約新臺幣 479 億元，近五年年平均複合成長率達 4.1%。國內廠商市場策略及產品創新積極，帶動產值成長。臺灣休閒零食 2019 年進口值為新臺幣 94 億元，較去年成長 11.5%，主要來自日本、美國、馬來西亞及義大利。休閒零食出口值為新臺幣 42 億元，出口量值皆較去年成長超過一成。產品主要出口至美國、中國大陸、香港和韓國。出口成長品項為巧克力、膨化食品、米紙、米菓及海苔。

15

罐頭食品業



食品所/鄭佩真/副技師

摘要

罐頭食品產業上下游區分為原料、加工、品牌及通路等不同環節。臺灣罐頭食品市場相對成熟，趨向同質化的高度競爭的環境氛圍中，重新思考及規劃產品定位及組合，串連需求與產品開發的深度，重新詮釋產品創新轉化，是罐頭食品的趨勢商機，也是未來產品開發的重要方向。

2019 年臺灣罐頭食品產值占整體食品產值比重 1.1%。2019 年罐頭食品總產值為新臺幣 70.4 億元，產量 1,070 萬標準箱，量值減低。水產品罐頭、蔬果罐頭及其他食品罐頭等三大類產品，2019 年生產量值皆減少。

罐頭食品曾為臺灣出口賺外匯的重要品項，尤其是鳳梨、洋菇及蘆筍等罐頭，外銷歐美日等地。近年臺灣原料資源有限，部分罐頭食品外銷市場逐漸被中國大陸等新興國家取代。2019 年臺灣罐頭食品進口值為

16

調味品業

食品所/徐郁婷/副研究員

摘要

臺灣調味品以醬油、食用鹽、味精及其他調味料為主，產業鏈包含上游農產原料、加工製造及下游餐飲及零售業。近年扣合消費者對健康的追求，調味品開發強化產品的潔淨升級，減糖、減鹽及減少添加劑使用成為新產品開發重點。廠商探索產品新應用面向的切入空間，強化電商通路的開展，區隔同時開創新市場。

調味品 2019 年產值新臺幣 180 億元，占整體食品業產值近 3%。調味品包含醬油、味精、食用鹽及其他調味料等四大類別，其他調味品市場規模最大，味精成長速度最快。貿易方面，受地緣環境及飲食西化影響，進口相較出口活絡。2019 年臺灣調味品產業進口值達新臺幣 50 億元，較前年成長

17

冷凍食品業

食品所/鄭佩真/副技師

摘要

臺灣冷凍食品產業鏈分為原料、加工、品牌及通路等環節。臺灣冷凍食品市場成熟，通路商及電商強化低溫物流服務，加上倉儲邁入智慧物流管理，冷凍食品產業鏈延伸及多元演化仍有成長空間。

臺灣冷凍食品產值 2019 年占整體食品產值比重的 12.5%。冷凍食品總產值新臺幣 789 億元，產量 84.1 萬噸，量值雙雙成長。2019 年冷凍蔬果、冷凍肉類、冷凍水產品及冷凍調理食品等四大類之生產量值均呈現上揚。

冷凍食品是臺灣重要食品貿易品項。2019 年臺灣冷凍食品進口值為新臺幣 651.4 億元，成長率 7.2%，連續六年成長。冷凍食品出口值連續四年拉升

18 鮮食業

食品所/鄭佩真/副技師

摘要

臺灣鮮食產業鏈發展成熟，且運作已為典範；成功發展關鍵因素多元，便利商店有專屬鮮食供應鏈體系持續支援，產業鏈中原物料供應商、鮮食廠、物流配送及 POS 系統等支援系統充分合作皆是重點。

臺灣鮮食發展基本關鍵點是便利商店。2019 年底臺灣便利商店家數有 11,467 家，其中 7-ELEVEN 及全家兩大連鎖體系占總店數約八成。過去便利商店展店數與整體鮮食市場發展，關連密切；近年隨便利商店相對飽和，兩者關連度降低，取而代之的是新型態便利商店演化路徑的影響力。據食品所 ITIS 研究團隊估計，2019 年臺灣整體 CVS 鮮食市場規模為新臺幣 686 億元，較前年成長 13.4%；市場動力有二，一是產品朝高值及結構多元創新增益吸引力，二是廠商擴大新型態店型投資動作頻繁，帶動來店人潮。

19

植物肉業



食品所/徐郁婷/副研究員
食品所/蕭宜庭/副研究員

摘要

2019 年植物肉在國際市場及臺灣食品產業中表現相對亮眼。臺灣植物肉過去在食品所技術投入及關鍵素材廠商加入後，植物肉產業鏈已建置。臺灣植物肉產業鏈原料（大豆、小麥）主要從國外進口。

國內植物肉產業成熟，近期廠商逐漸從代工，轉型自有品牌的營運模式。植物肉產品型態跳脫素雞、素魚等傳統風味及模式，開發迎合年輕及健康等新興族群需求產品。加上國際植物肉品牌加入餐飲及零售通路，市場競合活絡。近年廠商持續強化植物肉質地及風味仿真的系統研發及新價值應用，強化產品獨特性。質地設計、少添加及最適加工製程等潔淨升級，是植物肉技術提升的重點。隨國際植物肉趨勢蓬勃發展，臺灣植物肉產業生態也在擴大。既有植物肉廠商趁勢鏈結新合作夥伴；調配料及添加物業者投入相關配方設計；鮮食等食品加工業者與通路積極推出新品。產業上下游以己身能量優勢，融入植物肉生態圈。



20 乳品業

食品所/王素梅/研究員
食品所/林淨鈴/助理研究員

摘要

2018 年臺灣生乳產量較前年增加 8.2% 達 43.3 萬噸，其中牛乳生乳約 41.9 萬噸、羊乳生乳 1.4 萬噸。2019 年牛乳生乳生產目標小幅下滑為 38.6 萬噸 (-1.03%)、羊乳生乳則約 1.4 萬噸 (+1.40%)。在乳製品生產方面，2019 年乳品業總生產值約新臺幣 360.3 億元，占整體食品飲料菸草業比例 5.1%，2019 年乳品業產值增長 4.0%，較整體食品飲料菸草業成長幅度 2.1% 為高，屬於表現相對較熱絡的產業。其中以鮮乳為大宗，占整體 60.2%，產值 216.8 億元，為臺灣重要生產的乳製品品類。

乳製品貿易屬入超品類，2019 年乳製品進口規模約 23.5 萬噸，其中以奶粉及塊狀乳為進口大宗 (進口量約 7.4 萬噸，占比 31.6%)，其次為鮮乳 / 保久乳 / 調味乳 (進口量約 6.1 萬噸，占比 26.0%)。由於國內生乳供不應求，促使液態乳進口量呈現持續上升走勢。雖進口液態乳受關稅配額 (TRQ) 限制，然 2019 年液態乳進口量已超過關稅配額之兩倍，市場需求促使業者願支付高關稅進口，但值得注意的是，鮮乳進口量成長趨緩，顯現國內生乳產量成長，助於降低對進口鮮乳依賴，然後續走勢仍需持續觀注。

整體乳品市場發展，儘管國內生乳產量創新高，然冬夏季產銷不均，市場對鮮乳需求仍存在缺口，使進口鮮乳來源及參與廠商趨向多元，烘焙原料業者也成為將進口鮮乳帶進國內的關鍵角色。國內為滿足夏季需求增產的生乳，在冬季則朝其他乳製品發展，包括生乳 / 鮮乳添加的乳製品、烘焙類產品或含乳飲料等，此外國產乾酪 (慣稱起司) 產品漸萌芽發展。乳品業者經營分眾消費族群，以中高齡者及美容保健族群為明確目標，除以成分

21

非酒精飲料業

食品所/王素梅/研究員
食品所/劉采筠/副研究員

摘要

2019 年為高溫偏乾的天氣，有助於飲料消費。根據經濟部統計處資料顯示，2019 年飲料銷售值新臺幣 516.7 億元，較 2018 年成長 1.2%，擺脫自 2014 年起飲料銷售持續下滑之跌勢。以產品種類來看，茶類飲料銷售值最大達 200.3 億元（占比 38.8%），其次為果蔬汁 59.5 億元（11.5%）、咖啡飲料 56.6 億元（10.9%）、碳酸飲料 50.6 億元（9.8%）、礦泉水 32.0 億元（6.2%）、運動飲料 27.6 億元（5.3%），其中以果蔬汁成長率最高（4.4%）。除碳酸飲料、運動飲料銷售值下滑外，其他品類皆上揚。

飲料市場競爭激烈，除來自業內不同品類及通路自有品牌競爭外，業外則面臨手搖茶店、咖啡館與超商等現作飲料蠶食。包裝飲料業者以產品創新、聯名新品與產品系列包裝圖案、跨域合作、結合活動、貼近生活等多元產品，搭配行銷策略進行新品活動。2019 年臺灣飲料新品數量居近五年最高峰，整體推出數量為 430 支，較 2018 年的 258 支增長 66.7%。

在企業發展策略上，部份飲料業者朝海外布局，包括中國大陸、東南亞、東北亞、美洲等

22

酒精性飲料業



食品所/李怡蓁/副研究員

摘要

酒精性飲料分為釀造酒、蒸餾酒和再製酒三大類，依使用原料不同可再細分，釀造酒如啤酒、葡萄酒、紹興酒等，蒸餾酒如高粱酒、威士忌、白蘭地等，再製酒如參茸酒、梅酒、咖啡酒等。國產、進口酒品經由物流或經銷/代理商，在業務通路和實體零售通路販售，近年業務市場逐年增加。

2019 年臺灣酒精性飲料總量為 775 萬公石，年減 0.5%，國產製造量為 470 萬公石，進口量為 306 萬公石，國產進口比例為 61 比 39。近年進口量增加，2019 年臺灣酒精性飲料進口量約 31.6 萬噸，占臺灣酒精性飲料總量 39.4%；產品主要自中國大陸、荷蘭、英國和法國進口。出口量約 1.3 萬噸，數量持平；主要外銷中國大陸、日本與越南。2020 年新冠肺炎疫情影響，酒精性飲料業務市場需求減少，預期產量及貿易量皆下滑。

23

保健食品業



食品所/陳麗婷/資深研究員

食品所/鄭佩真/副技師

食品所/蕭宜庭/副研究員

摘要

健康保健是全球不可逆趨勢，從生態合作共創，探索不同時代的新消費者價值，到連結全球產業鏈合作夥伴共同創造。2020 年新冠肺炎疫情全球爆發，個人免疫力提升等保健需求向前推進。

臺灣保健食品產業布建，近年持續朝上游原料及週邊素材與個人化數據及服務精準等方向發展，強化價值活動優勢特色，做為國際鏈結合作的價值及籌碼。隨健康需求及新產品持續加大，保健食品市場持續成長。據食品所 ITIS 團隊調查及推估，2019 年臺灣保健食品市場規模為新臺幣 1,435 億元，成長率 4.97%。2020 年受新冠肺炎疫情對提升免疫力等保健食品需求注入正面力量，預估成長力道將再加大。



24 飼料業

食品所/李怡蓁/副研究員

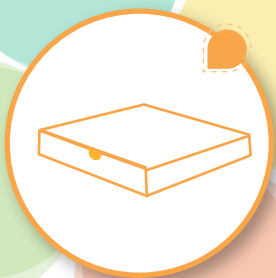
摘要

飼料指供給家畜、家禽、水產類營養或促進其健康成長之食料，包含植物性飼料、動物性飼料、補助飼料和配合飼料等。臺灣的飼料產業分為畜牧飼料和寵物飼料兩大類。禽畜飼料原料為大宗穀物（如小麥、黃豆、玉米、豆粕等）及魚粉，高度仰賴進口，受國際穀物行情及匯率波動影響；寵物飼料以進口為主，國產漸增，訴求使用國產農糧原料。

飼料的主要原料（黃豆、小麥和玉米），臺灣高度依賴美國和巴西進口，其中六成為玉米，約兩成為黃豆。因亞洲非洲豬瘟疫情，禁用廚餘飼養禽畜政令增加飼料需求，2019 年飼料產值年增 5.3% 達新臺幣 778 億。臺灣飼料業進口國外雜糧配置飼料，超過 95% 供應國內，屬內產內銷型產業。

25

食品包裝業



食品所/黃秋香/副研究員

摘要

具保護食品飲料內容物之功能外，包裝隨社群媒體與網路發展，已成為食品業者行銷重要工具之一，提升消費者使用體驗、強化品牌力與市場建立新互動關係。

近年臺灣紙容器產值明顯增長，2019 年產量值成長率 6.0% 以上；因塑膠、紙質等輕量化和便攜式包材替代所影響，金屬罐成長率則下滑。近年需求及環保趨勢等驅動，紙容器銷售成長動能較大，2019 年銷售值新臺幣 190.2 億元、成長率 5.2%。金屬包裝銷售成長相對趨緩，2019 年臺灣金屬罐銷售值新臺幣 90.2 億元、成長率下滑 1.0%，金屬瓶蓋銷售值約新臺幣 28.7 億元、成長率下滑 0.1%。

26

食品機械業



食品所/黃秋香/副研究員

摘要

臺灣食品機械業廠商多數為中小型企業，供應鏈上游設備材料、零組件品項多且複雜，廠商非僅供應食品單一產業，中游食品機械組裝與製造為產業主幹。因應消費需求及數位科技的不斷翻新變化，食品機械廠商技術研發及產品開發更加多元，朝更自動與智慧發展。

近年食品機械於臺灣整體機械設備產值之比重穩定維持於 1.0%，產值波動較大，年均產值新臺幣 67.3 億元，2019 年食品機械業產值為新臺幣 69.5 億元。近五年臺灣食品機械進口值波動略大，2019 年因製造熱飲熱食設備、食品機械零組件、瓶罐袋等包裝設備等進口值成長一成以上，使得 2019 年整體機械進口值成長 26.3%。2019 年相關產品出口值下滑 4.0%，其中混合篩分均質等機器、瓶罐袋等包裝設備、食品機械零組件、製造熱飲熱食設備占整體食品機械出口金額八成以上。

27

餐飲服務業



食品所/李怡蓁/副研究員

摘要

餐飲服務業是臺灣經濟發展及國際化的重要力量。目前多數連鎖餐飲品牌設置中央廚房進行餐食半成品備製，再交由門市進行現場烹調，自營業者採全餐食自做者多。餐飲與食品界線愈趨模糊，為擴大餐飲服務範圍，延伸品牌價值，餐飲業相繼推出業務用、零售包裝食品布局線上線下通路。

需求端外食增加、重視休閒美食體驗，供給端餐飲餐食形態多元、品牌活絡且成為賣場帶客重點，近年國內餐飲業生產總額呈現穩定成長之趨勢，2019年營業額為新臺幣 8,116 億元，較前年增加 4.4%。2019 年臺灣餐館業營業額為新臺幣 6,695 億元、飲料店業為新臺幣 994 億元，其他餐飲業為新臺幣 426 億元，皆較前年成長；餐飲集團快速展店，成為餐館業成長動能。市場結構方面，早餐專賣店和飲料店兩業態品牌數相對較少，店面數多；餐館則較多元，品牌數眾多，連鎖及自營餐飲各有特色。

28

食品流通業



食品所/孫以倫/副研究員

摘要

食品流通業為食品產業鏈最接近消費者的一環，以食品運籌及銷售為業務範疇，型態包含實體及無店面通路等兩大類。臺灣食品流通業主要包含便利商店、量販店、超市、無店面零售及街邊店等其他食品零售。消費環境變化與通路服務範疇愈趨廣泛，驅動通路廠商向上游食品加工延伸，且不同定位通路自有品牌持續演化。

2019 年臺灣食品批發與零售業合計營業額為新臺幣 14,889 億元，食品飲料批發業營業額為新臺幣 12,009 億元，食品飲料零售營業額為新臺幣 2,880 億元。零售通路以便利商店營業額最高，其次為食品專門店、無店面零售、量販店及超市。2019 年實體通路店數仍有增加，便利商店總店數最多，且新增店數最多。便利商店持續跨增不同生活型態的複合服務，擴大經營範疇及網絡布局。超市出現不同市場區隔定位的策略方向。量販店加入電商經營思維，積極以網購宅配、到店快速取貨服務等進行營運調整。宅經濟崛起，各通路品牌關注不同生活型態的新市場機會，業態版圖及產品服務內容持續快速變化，強化虛實通路整合效益。

29

政策：國際關注 剩食的反浪費作為

食品所/徐郁婷/副研究員
食品所/陳麗婷/資深研究員

摘要

據聯合國農糧署 (FAO) 2019 年的調查，全球糧食產量有三分之一在原料、加工製程、零售通路及消費端被浪費，食物浪費總量達 13 億噸；其中超過 40% 的食物浪費集中在消費端。剩食問題背後隱藏的巨大環境污染、資源及經濟浪費，成為全球急迫且重要的共同議題。反浪費解方涉及範圍廣大，國際政策及民間力量開始相繼針對剩食關注且提出不同層面降低食品浪費的倡議。

國際剩食反浪費政策，法國透過管制減少剩食，強化廚餘再生運用；義大利減化捐贈流程，減稅鼓勵企業創新；美國透過六大面向推動剩食減量及回收利用；日本導入「Reduce、Reuse、Recycle」剩食減量 3R 運動。

減少剩食反浪費的關鍵解方有三，包括強化共享精神的再分配；重視資源的價值再審視及加值再利用；機制建立，治標治本重視機制建立後的預防阻絕。

據臺灣環保署統計資料顯示

30

科技：數位經濟驅動 食品產業升級轉型

食品所/黃秋香/副研究員

食品所/孫以倫/副研究員

摘要

現階段食品產業與數位科技正在融合及創新，國內外食品廠商正多角度試驗數位科技對產業價值鏈的改變，不論是優化食品製造業務流程與協助制定明智決策，創造食品新商業模式，或激盪新使用情境，新科技工具置入效益逐步被挖掘。

食品製程數位化所應用的技術，大數據分析可監控生產條件參數，優化機械設備運轉，支持預測性維護，以提高生產良率與效率；人工智慧能創建新流程，模擬工廠機械配置，識別潛在風險微生物；借助物聯網，可收集生產過程實時數據，確保產品符合品質和衛生安全標準；機器人則能降低污染風險，協助執行品質控制，剔除瑕疵品。

食品銷售數位化方面，創造新商業模式是革新重點。包括數位平台形成虛擬市場的社群電商、以虛擬貨幣圈粉的會員經濟、提供個人化服務的訂閱經濟等。因應大量閱聽群眾轉移線上，食品轉換行銷模式，朝數位內容多元發展，並善用社群軟體、影視及串流平台等媒介銷售；而數位經濟的食品新商業模式運作關鍵，是透過平台及運作機制的設計，提供更貼近消費需求的價值。

數位化所創造潛在價值具體，據 Gartner 調查資料

31



時事：新冠肺炎疫情對國際食品產業的影響

食品所/陳麗婷/資深研究員
食品所/蕭宜庭/副研究員

食品所/鄭佩真/副技師
食品所/徐郁婷/副研究員

摘要

新冠肺炎 (COVID-19) 疫情的快速爆發及蔓延，對全球食品供應鏈所造成的衝擊及影響。數倍增加的恐慌性需求引發供應鏈壓力，邊境管制物流停擺供需暫停，加上疫情蔓延範圍拉大及時間不確定性，勞力、物力流動受阻，國際食品供應鏈改變，糧食安全庫存成關注焦點。防疫及社交距離，零售通路角色翻轉強化，消費行為模式改變，宅經濟活絡，虛擬平台暢旺，餐飲及食品業務市場緊縮。因應疫情，國際認證查驗及規範有針對環境限制給予現場稽核及包裝標示規範等彈性。

對國內食品產業而言，不同食品的營運狀況及供需表現差異大。國內民眾防疫民生物資囤積的行動，推升食品短期訂單激增，如泡麵、罐頭食品、調理食品和保健食品等。冷凍調理食品可快速復熱和保存期限長，亦是民眾防疫儲備的重要選項，電商平台及實體通路銷售皆成長。限定社交距離及國際人員流動與物流中止，烘焙點心等伴手禮，供應餐飲業的業務用半成品及外銷品項，面臨銷售下滑，營收大幅減低等問題。

新冠肺炎截至目前仍在發展

《2020 食品產業年鑑》

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

匯款資訊 | 收款銀行：兆豐銀行南台北分行（銀行代碼：017）

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：39205104110018 (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/>
