

貿易

TRADE MAGAZINE <http://www.iatepe.org.tw>



展會完整報導

雜誌 

No. 276
2014年06月

老字號精品

登陸拓商機



創新科技與智慧應用
搶攻全球智慧城市大商機

中國大陸「十面霾伏」
綠色政策啟動 霧霾危機成商機

利用最適策略 創造組織價值
策略管理 經營致勝的基本功

定價：99元



4 710961 332961

Contents

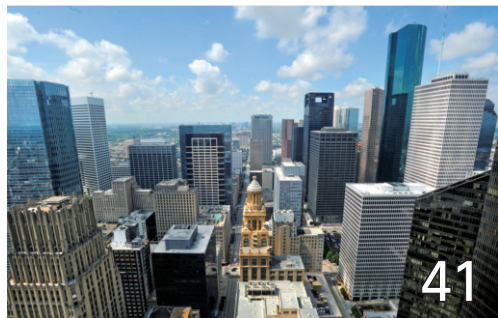
08 封面故事 Cover Story

昆山國際老字號 登陸拓商機

為了提升老字號與精品品牌的能見度，「2014年昆山國際老字號精品展」盛大舉辦，集結來自兩岸三地及國際性的全球老字號企業，呈現精彩豐富的內容，更藉由展會議買賣雙方分享參展經驗，促進交流及相互合作的可能性，驅動潛在龐大商機，成功打造兩岸最佳經貿交流平台。



10



41



54

- 編輯室報告
1 成為經典老字號 不再遙不可及

趨勢觀察 Trend

名家專欄 Column

- 4 從越南排華事件看台灣經貿發展
東南亞是生產基地 更是新潛力市場

新聞微囊 News Clips

- 6 2014年IMD世界競爭力 台灣排名全球第13

大陸觀察 Mainland Focus

- 36 中國大陸「十面霾伏」
綠色政策啟動 霧霾危機成商機

國際眺望 Global View

- 40 創新科技與智慧應用
搶攻全球智慧城市大商機

產業趨勢 Industry Trend

- 54 精品符號帶來的美麗新世界
全球精品產業 總產值更勝半導體

經貿焦點 Focus

產經線上Economics Online

- 50 恪守新法6大規範 食安再升級
新舊食安法比一比 廠商停看聽

台北市進出口商業同業公會發行

每月1日出刊

發行所：台北市進出口商業同業公會

地址：台北市松江路350號

電話：(02) 2581-3521~7

網址：www.ieatpe.org.tw

發行人：黃呈琮

主任委員：陳正雄

副主任委員：林承斌

編輯委員：林平貴、柯彥輝、潘偉景、高泉興、宗緒順

簡壽宏、廖伯祥、李友青、謝昆霖

社長：黃俊國

策劃：關小華、許玉鳳

執行編輯：吳燕惠、張愛華

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

副總經理：李國榮

專案經理：董育君

資深編輯：倪可孟、吳至涵

美術編輯：林柏毅

地址：104台北市中山區民生東路二段141號6樓

電話：(02) 2505-6789 分機5504、5520

傳真：(02) 2507-6773

印刷：中華彩色印刷股份有限公司

總經銷：聯合發行股份有限公司

客服專線：(02) 2668-9005

中華郵政台北誌字第179號執照登記為雜誌交寄

本刊訂閱全年12期1,000元(含郵資)

劃撥戶名：台北市進出口商業同業公會

帳號：0113726-6

本刊圖文非經同意不得轉載

貿易雜誌 No. 276 | Jun. 2014

總論篇

- 10 「2014年昆山國際老字號精品展」首次登陸
集結全球老字號 建立聯合行銷平台

展覽篇

- 14 匯聚全球經典老字號
演繹優質產品 全力打造會展商機

論壇篇

- 32 「品牌經營與大陸內銷通路布建論壇」精彩分享
以創新、在地化思維 淬煉品牌價值

成果篇

- 34 各項指標均達預期成效
形塑老字號品牌 透過展會拓商機

職場競爭力 Attitude

特別企劃 Special Report

- 46 利用最適策略 創造組織價值
策略管理 經營致勝的基本功

創新設計 Design

- 58 不僅實用 也令人會心一笑(下)
搞怪設計 顛覆視覺感官

樂活人生 Life

美食特搜 Cuisine

- 60 高CP值的義法香草料理
蒔蘿香草餐廳 給你健康好美味

樂活養生 Lohas

- 62 跑步學問大
慢跑熱，你跑對了嗎？

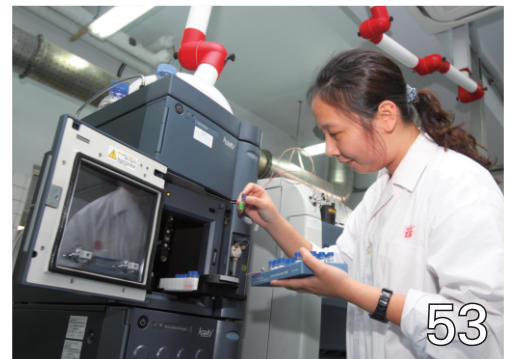
貿易園地 IEAT Field

- 64 第17屆小組召集人第4次聯誼座談會
推動健全財政方案 強化台灣經濟力

- 65 大陸台商經營管理巡迴講座
全力協助台商提升競爭力

- 66 實地參訪葡萄王生技、科達製藥
生技產業參訪團 滿載而歸

- 67 匯率表



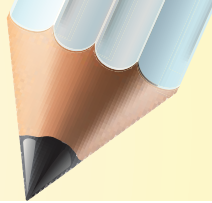
53



58



61



「2014年昆山國際老字號精品展」首次登陸

集結全球老字號 建立聯合行銷平台

為了精彩呈現來自兩岸與全球的經典老字號，台北市進出口公會延續2013年台北國際老字號精品展的盛況，2014年移師中國大陸昆山舉辦展覽，更全面為全球品牌與老字號企業，創造最佳交流與互動經貿平台，同時帶動兩岸產業商機。

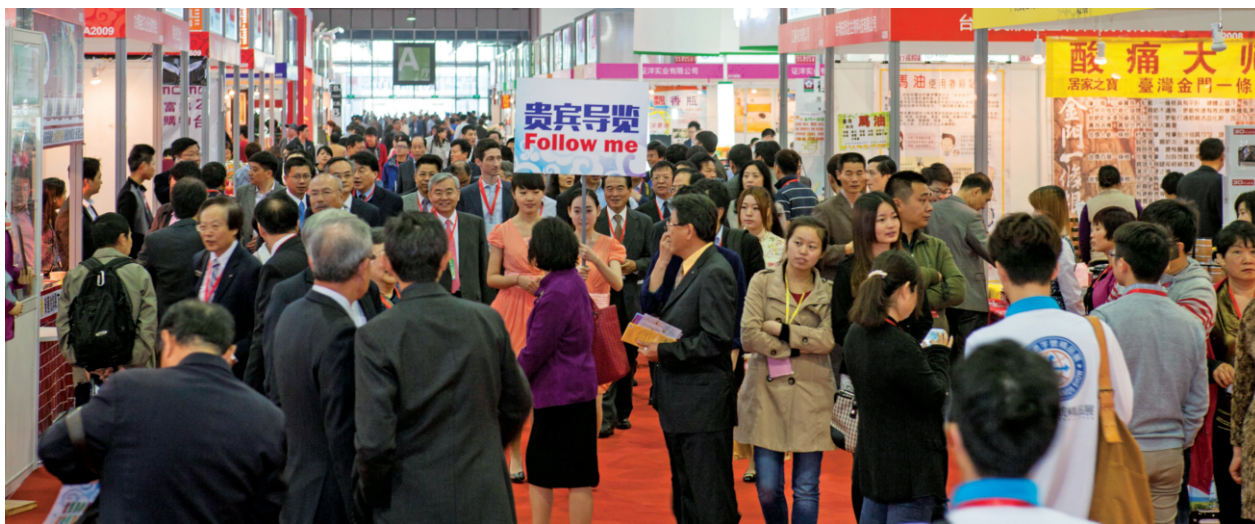
◎撰文／劉麗惠 攝影／邱如仁

今年4月24~27日期間，台北市進出口商業同業公會（以下簡稱台北市進出口公會）在中國大陸江蘇省昆山市花橋國際商務城博覽中心A展廳舉辦的「2014年昆山國際老字號精品展」，為期4天的展覽在老字號企業與經典品牌業者踴躍參展，以及廣大參觀者的熱烈響應下，圓滿落幕。

台北市進出口公會指出，本屆展覽以「歲月淬

煉、前瞻未來」為主題，吸引來自國內外共計270家企業參與，產業範圍涵蓋精品、文創、醫美、地方特色產品、食品等領域，展況空前盛大，是亞洲規模最大的老字號精品展，徹底展現台北市進出口公會打造老字號精品經貿平台的雄厚實力。

為了提高「2014年昆山國際老字號精品展」的曝光度，台北市進出口公會先於3月19日在台北舉辦



亞洲規模最大「2014年昆山國際老字號精品展」由昆山市政府領導高層與台北市進出口公會理事長黃呈琮，共同導覽展場。



1. 台北市進出口公會理事長黃呈琮（前者）希望能將老字號精品與品牌結合，為廠商搭建老字號精品平台。
2. 「2014年昆山國際老字號精品展」由主辦單位及昆山市政府領導共同啟動開幕儀式。



展前記者會，與4月15日在昆山市的新聞發布會，正式對中國大陸廣大民眾發布訊息，為「2014年昆山國際老字號精品展」揭開序幕。

兩岸老字號對接 拓展市場

台北市進出口公會理事長黃呈琮在展前記者會中表示，品牌是一種標誌、一種象徵、一種文化價值的延伸，也是一種無形的資產，更是一家企業綜合實力的展現。以中國大陸中華老字號超過人民幣1兆元的品牌價值，以及全球精品高達2,170億美元的銷售額來看，「2014年昆山國際老字號精品展」將可協助台商與對岸及國際企業的商機對接，拓展中國大陸及國際市場，為國內品牌及商品創造最大經濟效益。

此外，延續展前記者會小規模呈現展覽的精彩內容，4月24日於中國大陸昆山市正式開幕的「2014年昆山國際老字號精品展」，徹底展現兩岸與全球老字號企業的經典非凡。展覽開幕前，昆山市委書記管愛國、昆山市常委會主任沈黎明、昆山市管委會副主任暨花橋經濟開發區黨工委副書記沈華飛等中國大陸領導高層，與台北市進出口公會理事長黃呈琮、台灣精品品牌協會理事長張永昌等，共同導覽展場。

眾人來到台灣精品品牌形象館前時，由張永昌

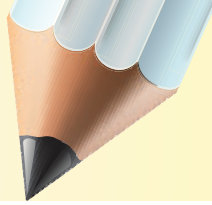
逐一向管愛國介紹來自台灣的11家品牌企業與產品，無論是舊振南的精緻糕點、大東山珠寶的美、歐萊德獨樹一格的環保清潔用品，或是寶熊漁具與麗嬰房等台灣老字號廠商，皆高度吸引眾人目光。

當張永昌介紹到台灣嬰幼兒品牌麗嬰房之際，管愛國表示，位於昆山市的好孩子（Goodboy）集團，近年來已成為國際知名嬰幼兒品牌，未來或可透過與麗嬰房的合作，共同思考拓展全球市場的可能性。另外，管愛國更強調，近年來昆山試驗區政策開啟了台灣產品進入中國大陸市場的新管道，希望台商能利用此管道，以昆山為據點，拓展中國大陸市場。

創造華人老字號品牌形象

在兩岸主辦、協辦單位巡展結束之後，「2014年昆山國際老字號精品展」開幕典禮在一曲電音版《站在高崗上》的表演中展開。黃呈琮理事長在開幕典禮致詞時指出，老字號是華人熟悉的名稱，因此，台北市進出口公會希望能以「老字號」一詞，創造屬於華人專有的品牌形象，這也正是公會自2009年開始，即積極投入舉辦老字號展的原因。

黃呈琮理事長強調，台北市進出口公會首次創辦的「2009年中華老字號台北精品展」，當時即成



功為兩岸三地的老字號及精品打造交流平台，2013年更進一步於台北舉辦「2013年台北國際老字號精品展暨海峽兩岸老字號精品展」，展會規模較2009年成長兩倍，2014年在昆山市政府支持下，老字號展得以移師中國大陸，希望可以進一步將老字號與精品、品牌等形象結合，為台灣、中國大陸與國際老字號廠商，建立老字號精品平台。

此外，黃呈琮表示，透過籌辦老字號精品展的經驗累積，台北市進出口公會已逐漸建立起全球老字號的交流與合作平台，並計畫將老字號品牌推廣到其他華人市場，希望廠商都可藉由老字號展，尋找到適合的合作夥伴，開拓更大的市場與商機。

中國大陸江蘇省昆山市常委、副市長陳榮凱接著致詞表示，昆山市是中國大陸台商最活躍的地區，也是兩岸經貿文化交流最密切之地，尤其2013年2月國務院通過設立昆山深化兩岸產業合作試驗區（以下簡稱昆山試驗區）以來，進一步深化兩岸特色產業的深度對接、服務業的深度融合、金融業的創新合作等，帶動台灣與昆山兩地更緊密的往來，此外也打造昆山市成為台商企業布局長江三角地區與中國大陸市場的重要基地。

陳榮凱進一步表示，在政策推動之下，「2014年昆山國際老字號精品展」可望藉由昆山試驗區的平台優勢，整合兩岸老字號資源、推動兩岸會展與商貿的深度合作。相信在经济全球化的趨勢之下，根植於中華文化的兩岸老字號，可藉由老字號展，走向更廣大的全球市場，激發企業的發展活力，也讓企業歷久彌新，邁向國際舞台。

陳榮凱更強調，台北市進出口公會至今共舉辦3次老字號精品展，目前老字號精品展仍是一個新生的展會，相信未來在台北市進出口公會的持續努力下，將成為擁有長遠歷史的展覽品牌。

3大特色 展現經典價值

具體觀察「2014年昆山國際老字號精品展」的

內容，大抵上可歸納出3大特色，分別為：全球老字號廠商匯聚、台灣品牌與精品企業參與者眾多、同時重視B2B與B2C的商機拓展，多樣特色促使展會更加精彩且吸睛。

特色1》兩岸與國際老字號精彩匯聚

在台灣百年暨一甲子老店聯誼會、上海中華老字號企業協會與浙江省老字號企業協會的號召下，「2014年昆山國際老字號精品展」中，有來自兩岸的多家百年老字號企業參與。

台灣部分有創立於西元1774年、擁有兩百多年歷史的施美玉名香本舖；已成立百年的鹿港知名糕餅品牌玉珍齋；台灣10大百年老店之一的郭元益食品公司；成立於1895年的台南度小月；走過120年頭的寶泉食品；傳承百年的茶香世家曉陽茶行；行醫百年並且在兩岸三地都有零售代理商的「王大夫一條根」等，徹底展現台灣百年品牌歷久彌新的經典。

至於中國大陸的老字號企業也積極參展，不管是金華壽生酒業公司700年歷史的壽生酒、中國10大餐飲品牌企業且長達150年歷史的天津狗不理包子，或是創立於1862年的「寧波市鄞州趙大有食品行」，以及被列入「非物質文化遺產」名錄的「上海大陸釀造」白酒等，都讓展覽更具特色。

在國際老字號方面，不僅可以見到全世界歷史最悠久的醫療器材廠「英國世道」，還有全球知名積木遊戲品牌「樂高」，另外，韓國「YOU & I CORPORATION」的高麗紅參與太極參等來自各國的老字號品牌，也豐富了展覽陣容。

特色2》台灣精品展現品牌實力

除了百年老字號企業外，「2014年昆山國際老字號精品展」來自台灣各領域的精品與品牌企業，也為整個展覽增添精彩度。尤其由台灣精品品牌協會（TEBA）打造的「TEBA形象館」，來自各行業的11家台灣品牌企業，其中有6家為上市公司，顯示出台灣精品品牌的堅強實力。

「與老字號展一樣，台灣精品品牌協會的會員



企業涵蓋各個產業，因此，台灣精品品牌協會積極與台北市進出口公會進行深度資源整合，相互合作帶領台灣更多品牌企業成為經典老字號。」台灣精品品牌協會理事長張永昌指出，基於這樣的理念，台灣精品品牌協會大力支持，組團參加本次展覽，並以形象館形態呈現各廠商的特色與品牌文化，希望能為展會帶來加分效果。

「TEBA形象館」之外，現場也可見台灣的精品、醫美、文創、美食、伴手禮等企業，例如百年府城漢方「十靈本鋪」、超過200項專利的掌上封口機「摩肯MODCON」、金車伯朗咖啡、金門高粱酒、台灣啤酒……等，都在展覽中精彩演出。

特色3》融合B2B、B2C商機

除了展區精彩的內容呈現，值得一提的是，為了創造更多B2B商機與媒合機會，展覽期間主辦單位同時舉辦1對1的貿易對接會，與度小月合作推出老鍋紅灶系列食品的黑饅時尚執行長李俊良指出，黑饅

時尚食品正評估布局中國大陸市場的可能性，因此這次前來參展希望可以透過貿易對接會，接觸未來可能合作的廠商。另外，為協助精品與老字號企業順利布局中國大陸市場，主辦單位也以「品牌經營與大陸內銷通路布建」為主題，舉辦品牌論壇，現場特別邀請好孩子國際執行總裁高以成、樂高教育中國總代理西覓亞集團總經理都中秋、台灣舊振南食品董事長李雄慶，與現場與會者暢談品牌經營與中國大陸內銷通路布局的策略。

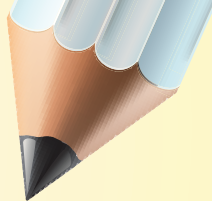
全球經典老字號品牌眾多，已經屬於經典老字號的企業，應善加利用與老字號相關的專業經貿平台，推廣品牌形象；至於正積極將自己打造品牌形象的企業，更應藉由老字號精品展，建立品牌經典形象；而台北市進出口公會作為協助企業成長茁壯的單位，未來也將更積極舉辦一系列老字號精品展，讓更多台灣優良產品及企業走向世界舞台，打造出享譽全球的經典品牌。■



「2014昆山國際老字號精品展」晚宴 參展廠商交流熱絡

台北市進出口公會於「2014年昆山國際老字號精品展」第1天晚間7點舉辦晚宴，包括昆山市政府多位領導人，台北市進出口公會理事長黃呈琮、副理事長涂如肯以及來自海峽兩岸與國際的參展廠商代表，數百人共同在昆山花橋逸林希爾頓酒店，一同進餐並於晚宴期間交流互動。

黃呈琮理事長在晚宴開幕典禮中，感謝參展廠商的熱情參與，並強調未來將持續為國際老字號展而努力，讓國際老字號展可以精益求精，為廠商帶來更多的效益。用餐期間，更可見廠商彼此之間熱絡交談與連繫，也有一些台商討論起共同布局中國大陸市場的可能性與契機，讓晚宴的交流也增添許多隱藏商機。



各項指標均達預期成效

形塑老字號品牌 透過展會拓商機

「2014年昆山國際老字號精品展」成效良好，不僅許多參展商找到合作夥伴與買主，成功開拓商機，不少買主也因為順利找到優質產品，給予展覽高度肯定。未來，台北市進出口公會將延續今年的成功經驗，在中國大陸各地持續舉辦老字號精品展，積極媒合買賣雙方的合作機會。

◎撰文／劉麗惠 攝影／邱如仁

在主辦單位的精心籌辦、各界廠商的熱烈參展，以及參觀人潮絡繹不絕的推波助瀾之下，「2014年昆山國際老字號精品展」成效良好。根據台北市進出口商業同業公會公布資料顯示，4天展期包括買主與觀眾共計35,456人次，其中預估專業買主達5,000人以上，現場成交金額超過人民幣千萬元，未來1年可望進一步促成人民幣1.5億元的交易商機，許多參展廠商對此一展會的評價多表認同，並且

願意再次參加公會舉辦的老字號精品展。

深化台灣 參展商西進契機

在參展商的成效方面，因為有來自台灣許多百年老店與會，因此提升台灣老字號品牌的影響力，促進兩岸文化與貿易交流，包括台南度小月合作廠商黑饌食尚、郭元益在內的多家廠商，都表示前來參展獲益良多，未來將持續通過此種形式，尋找進入中國大陸市場的途徑。

黑饌食尚執行長李俊良開心地表示，這次參加「2014年昆山國際老字號精品展」，接觸到許多原本就在中國大陸發展多年的台商，其中部分台商都因為度小月的百年品牌，表達了與黑饌食尚合作的高度意願。李俊良舉例說明，他在展會中遇到台灣義美聯合電子商務（江蘇巨力盈）的高層，雙方相談甚歡，未來有可能進行深入合作，讓李俊良對西進中國大陸較具信心。同樣為台灣老字號的參展商郭元益食品，在接受現場媒體訪問時指出，該公司產品目前尚未大量進入中國大陸市場，此次參展不僅讓更多在地民眾品嚐到正宗的台灣美食，也透過本展會的平台找尋中國大陸的代理商。

另外，「台灣精品品牌協會」形象館中，曜越科技展示的曜越Thermaltake、曜越Tt eSPORTS與



和椿科技研發全球首款語音聲控手錶—摩綯腕錶，以創新設計概念，令人驚豔。



「2014年崑山國際老字號精品展」展會精彩、成效良好，透過貿易對接洽談，成功媒合買賣雙方的合作商機。

LUXA2納爾莎等3大品牌，以及和椿科技研發的全球首款語音聲控手錶—摩絢腕錶（MartianWatches），都以嶄新產品與一流的設計概念，令人驚豔，成功在中國大陸市場形塑品牌形象；另外，經營典藏珍珠珊瑚珠寶的「大東山珠寶」，更於本展會現場成功接到訂單。展覽另一隅由「大台南廟會文化觀光美食協會」所組成的台南美食小吃攤位，更吸引大批民眾衝著台灣美食前來排隊，包括蚵仔煎、牛排、大腸包小腸等道地的台灣夜市小吃，首次齊聚崑山，給中國大陸民眾最具寶島風情的味覺饗宴。

台商與陸商攜手 建立合作模式

由於崑山是中國大陸台商投資最為活躍、台資企業最密集的地區，而且已連續8年作為台商最佳投資城市，同時，崑山也是兩岸經貿文化交流的熱點地區之一，累計引進台資企業4,300餘家，台灣前100大企業中有一半以上在此投資落戶，涉及項目逾100多件，因此這次展會中，原本就在中國大陸深耕布局的中國大陸台商，藉由眾多老字號廠商的集結，找到更多合作機會。

例如，由新加坡巨力旺集團和台灣義美聯電公

司共同投資設立、建立在海峽兩岸崑山商貿示範區的「江蘇巨力盈行銷策劃有限公司」，就透過在展覽中設立大型推廣與展銷攤位，積極引介台灣企業與其建立更深刻的合作模式，展會期間有不少台灣食品業者皆表示，未來可以透過巨力盈的行銷平台，拓展中國大陸市場。另外，中國大陸與國際參展商也多表示展會效益良好，例如，「壽生酒業」基於上海、江蘇是中國大陸黃酒產銷最集中的地區之一，因此在展會期間吸引至少10家知名經銷商與該公司達成初步合作意向，這讓壽生酒業計畫在2014年進入上海、江蘇市場的規畫，更容易水到渠成。

採購意願高 後續媒合商機大

參展商獲益良多之外，觀展者也對於找到許多精良、優質產品感到滿意。展覽期間，來自中國大陸各地的經銷商表示，對參展商的產品有興趣，其中不乏上海地區最具代表的電子通路、百貨通路與食品通路業者，例如，特地從上海前來的李小姐表示，她一直在各個展會尋找設計精美且品質優良的美容保養產品，這次在展會中的台灣醫美區，讓她眼睛為之一亮，發現好多台灣優質美容保養產品，令她非常高興，未來將進一步與相關廠商洽談合作機會。台北市進出口公會也強調，由於買賣雙方均表滿意，促成許多合作機會，未來公會也將在展後積極媒合買賣雙方，創造更大的效益與商機。

最後，台北市進出口公會強調，由公會邀請的觀展團之中，包括廣西南寧、遼寧丹東、山西太原、安徽等地的部分單位，皆表示希望與台北市進出口公會共同舉辦「老字號精品展」，顯示「2014年崑山國際老字號精品展」的成功，有目共睹。

由此可見，相信未來「老字號精品展」將可成為「中華文化」最佳經貿平台，展現台灣與中華文化的品牌價值，進一步協助兩岸優良產品及老字號企業走上世界舞台。■



中國大陸「十面霾伏」

綠色政策啟動 霧霾危機成商機

中國大陸經濟快速發展衍生的霾害問題，已嚴重影響中國大陸甚至周遭國家居民的生活品質與身體健康，為遏止霧霾危機持續擴大，中國大陸政府加強推動抗霾相關政策措施，引爆龐大綠色商機。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、翁挺耀

中國大陸2002年的GDP甫突破10兆人民幣，到了2013年中國大陸GDP以近5倍成長速度，攀升到51兆人民幣。在此經濟快速成長的背後，中國大陸也付出龐大的代價，其中最嚴重的問題非霧霾莫屬。尤其2013年12月2日至14日的重度霧霾事件，包

括天津、河北、山東、江蘇、河南、浙江、上海、安徽在內的所有重要省市，全部處於嚴重污染級別，顯示中國大陸的霧霾問題已經從內陸城市，一路擴散到沿海城市。

連鄰近中國大陸的台灣、日本、韓國以及遠在美州的美國，

也都受到中國大陸空氣污染的影響。美國國家科學院發表研究顯示，中國大陸霾害已經跨過太平洋飄到美國西岸，造成包括加州、俄勒岡州、華盛頓州等多個城市的空氣污染源，經常是來自中國大陸的霾害。此外，日、韓兩國更因為霾害對其國家空氣造成

嚴重的影響，向中國大陸提出霾害賠償。

由此可見，中國大陸的霾害問題不僅對其國內造成影響，也連帶影響到與國際間的互動，對此，中國大陸國務院總理李克強表示：「要像對貧困宣戰一樣，堅決向污染宣戰」，宣示發展節能、環保與再生能源的決心。

從中央到地方 治霾政策陸續啟動

所謂「霾」，意指接近地面的空氣中，懸浮著大量塵埃或鹽類等非吸水性固體微粒，不同於霧的涵水量高達90%以上，霾的涵水量低於80%，因此吸入霾等同於吸進過多的固態微粒，將有損健康並造成生命危險，此外，霾害嚴重時會導致能見度降低，影響民眾生活。其對民生與健康帶來的嚴重影響，使得一個國家一旦出現霾害問題，往往會受到高度的重視。

根據中國環境保護局的統計，2013年中國大陸霾害天數高達52天，創歷年來最高，嚴重的霾害問題讓中國大陸政府更加重視空氣污染的防治，例如，2013年9月中國大陸國務院發布《大氣污染防治行動計畫》，估計將陸續投入1.7兆人民幣在此計畫中。

透過《大氣污染防治行動計畫》的推動，中國大陸政府希望能在2017年將全中國大陸地級以



吸入霧霾，等同於吸進過多的固態微粒，將對民眾生活與健康帶來嚴重影響。

上城市的可吸入顆粒物濃度，較2012年下降10%以上，其中京津冀、長三角、珠三角等區域的細顆粒物濃度更要分別下降25%、20%、15%以上，減緩中國大陸的霾害危機。

除了中國大陸中央政府之外，霾害問題相當嚴重的北京市政府，也亟欲透過政策推動，解決霾害問題。北京市長王安順在2014年初舉行的中國大陸各省市人大和政協「兩會」中即透露，未來3年北京預計投入7,600萬人民幣（約3.8兆新台幣），全面治理霾害。日前北京市環保局更上緊發條，啟動《北京市大氣污染防治條例》，具體化北京市治霾的決心。

綠色產業受政策重視 政府採購商機可期

在中國大陸氣象局與中國社

科院曾聯合發布的《氣候變化綠皮書》中指出，化石燃料、重工業與汽車排放廢氣是造成中國大陸霧霾問題的主要原因。有鑑於此，不管是中國大陸國務院公布的《大氣污染防治行動計畫》或是北京市政府啟動的《北京市大氣污染防治條例》，都將加速淘汰老舊汽車、鼓勵政府與民間採購新能源汽車、發展再生能源，以及加強推動產業轉型升級等，列為重點工作項目。

可以預見的是，未來隨著中國大陸政府積極推動治霾政策，包括電動車、再生能源、節能減碳系統等綠色產業，都將因為相關綠色政策的加強推動，衍生出不小的商機，值得台灣廠商密切關注。

淘汰老車 可望提高新車採購量

在《大氣污染防治行動計



1. 拜霧霾危機之賜，中國大陸的空氣清淨機銷售量大幅增長。
2. 透過政策推動，未來中國大陸政府將大力推廣電動汽車，相關汽車業者可望受惠。

畫》中，未來中國大陸中央政府將透過經濟補貼的方式，加快淘汰黃標車與老舊車輛，估計到了2015年將淘汰京津冀、長三角、珠三角等區域內的約500萬輛黃標車，2017年淘汰全國範圍的黃標車，此一政策方向可望帶動新車的採購。

新能源汽車商機湧現

透過政策推動，未來中國大陸政府將大力推廣電動汽車，包括公共汽車、環境衛生相關行業與政府機關，都必須率先使用電動汽車，另外，中國大陸政府也將透過補貼政策，鼓勵個人購買電動汽車，估計未來北京、上海、廣州等城市每年新增的汽車與公共汽車中，電動車的比重將

達到60%以上。

基於霾害所驅動的龐大電動車商機，美國電動車大廠特斯拉（Tesla）表示，該公司正計畫在中國大陸設廠生產電動車，屆時，包括怡利電子、車王電子、和大工業等供應鏈廠商，都將因此受惠。

目前正積極布局中國大陸電動車市場的台達電子，也非常注意霧霾可能帶動的電動車商機。台達電子董事長海英俊表示，中國大陸霾害問題趨於嚴重，包括北京在內的一些城市都加強推動電動車發展，此政策方向將為台達電的電動車相關產品銷售帶來利基。目前，台達電子的電動車傳動系統已經取得中國大陸車廠訂單，並在北京進行測試。另

外，為更深入布局中國大陸電動車市場，目前台達電子的電動車充電站與充電槍設備，也準備就緒，將利用台達電子在中國大陸的35個據點，開始投入布局。

工廠節能降低汙染 自動化需求現

除了電動車之外，在《大氣污染防治行動計畫》中也提到，未來中國大陸政府將結合產業發展，提高對工廠的環保、耗能、安全與質量檢測標準，並且對裝備水準低、環保設施差的小型工業企業進行全面盤查，降低工廠的汙染排放。另外，為加強治霾，中共人大常委會日前已通過新版「環境保護法」，祭出更嚴格的罰則，在某些情況下，相關政府官員必須下台以示負責，此

法將使中國大陸政府嚴格執行環保要求，包括能源、汙染控制、水資源等相關環保產業，都將因此受惠。

例如，台達電子的綠能產品與設備，正好符合中國大陸發展綠色工廠、降低汙染的政策方向，因此未來台達電子的相關綠色解決方案，市場前景看俏。海英俊指出，由於中國大陸政府高度要求工廠效率的改善以減少霾害，因此該公司綠能環保類的工業自動化（IA）產品，在2014年的銷售量將持續成長。

空氣淨化需求高漲 霧霾經濟學湧現

除了政策推動所衍生的商機，由於中國大陸人民生活在嚴重空氣汙染環境中，也必須自立自強尋找減少吸入霾害的措施，因此，包括口罩、空氣清淨機、空調設備、醫藥等因為霾害衍生的民生需求大量湧現，催生所謂的「霧霾經濟學」。

口罩防空汙 不織布廠商看俏

中國大陸的霾害問題日益嚴重，不僅中國大陸當地，包括台灣、韓國等遭受霾害波及的地區，口罩需求也大量湧現。台灣不織布大廠康那香，不僅旗下的空氣濾材需求量大增，該公司的口罩代工製造工廠，訂單也接不完。另一家不織布大廠南六企業

全球多個國家 霧霾問題嚴重

全球存有霧霾問題的國家不少，根據WTO日前公布的《全球霧霾報告》顯示，在全球91個國家的1,600個城市中，空氣汙染最嚴重的國家多為開發中國家，包括印度、巴基斯坦、孟加拉與阿富汗等的霧霾問題都不亞於中國大陸。在中國大陸城市之中，蘭州以懸浮微粒（PM2.5）年均達71微克，是中國大陸霧霾最嚴重的城市，另外，中國的烏魯木齊、西寧、西安與北京也都屬於霧霾的嚴重城市。從全球眾多城市都存在著嚴重的霧霾問題來看，全球綠能與綠色相關產業商機，未來相當可期。

更計畫在中國大陸推出自有品牌口罩，搶攻霧霾相關商機。

空氣清淨機 漸成必備電器品

口罩之外，可以過濾髒汙的空氣清淨機，在過去一年也成為熱銷產品。根據中國大陸電器通路商北京蘇寧的統計資料顯示，拜霾害之賜，該公司的空氣清淨機銷售量，大幅成長300%。

中國大陸對空氣清淨機的龐大需求，已經讓許多台商因此獲益，例如，早在1991年就前往深圳設廠的台商艾美特，原本從事生產電風扇與電暖氣，為求轉型升級，進一步投入研發生產空氣清淨機，沒想到，近一兩年來因為霧霾帶動市場需求，該公司的空氣清淨機銷售量，從2011年的4千多台，成長了8倍，在2013年達到3萬多台。

汽車空調也強化淨化功能

室內安裝空氣清淨機，汽車內部的空調設備，也開始強調高濾淨功能。中華汽車推出的大改款Lancer EX Future，特別針對中國大陸嚴重霾害，配備了具有強化淨化功能的空調設備，另外，此款汽車也特別新增引擎怠速自動啟閉系統，藉以降低油耗與碳排放。

綜觀而論，霧霾問題讓中國大陸相關政策更積極推動各項綠色產業，包括加速發展再生能源以減少石化燃料的使用、加速發展電動汽機車產業發展以減少廢棄物排放等，相關商機將因此湧現，而人民自立自強採購防空汙產品，也將帶動相關綠色商品商機，這些都值得台商審慎關注，並加快腳步發展相關產品與解決方案，拓展商機。■

創新科技與智慧應用

搶攻全球智慧城市大商機

隨著全球經濟快速發展，以智慧化解決各種城市問題成為全球趨勢，智慧城市的相關商機也於焉湧現。台灣具備堅強的ICT實力，在此基礎上，台灣產業可透過轉型與升級，來搶占智慧城市浪潮所衍生的新商機。

◎撰文／劉家瑜 圖片提供／程思迪、翁挺耀、楊文財

談起近年來全球最火紅的城市議題，「智慧化」發展無疑最具話題性。根據國際調查機構IDC（International Data Corporation）的報告指出，全球已經啟動或興建中的智慧城市達1,000多個，未來每年仍以複合增長率20%的速度成長，相關商機不容小覷。IDC預估，2015年與智慧城市相關的ICT（Information and communications technology）採購金額，可望達到150億美元，諸如電力系統、自來水系統、交通系統或者是居家生活的各種智慧應用，將不斷被落實建置。面對此一趨勢，台灣與智慧城市領域相關的業者，無不緊鑼密鼓發展創新應用與服務，希望可以贏得相關商機。

4大關鍵 打造智慧城市

智慧城市最早源於IBM所提出的智慧地球（Smarter Planet）概念。台灣IBM全球資訊科技服務事業部總經理張志偉表示，

「智慧地球」的實現路程之一，就是在城市建立全面互聯互通（Interconnected）的網路，然後運用雲端運算、巨量資料分析、行動化、社群等新一代資訊科技，進而使城市內所有事物的運行更具智慧。

日前ICF（Intelligent Community Forum）智慧城市論壇創辦人羅伯特·貝爾（Robert Bell）造訪台灣時表示，智慧城市有5大衡量指標，包括「寬頻連接」、「知識工作力」、「數位落差」、「創新」、「行銷」等，其中又以寬頻網路指標最為重要。貝爾強調，一個城市的寬頻網路夠綿密，方可促進城市經濟成長、加速城市民眾建立社交、加深政治參與文化交流，使城市人們的生活更加美好。

研華科技總經理何春盛則強調，智慧城市並非一個產品，而是一個概念，就如水銀落地化成千千萬萬種智慧應用，解決城市中食、衣、住、行、育、樂等各

式各樣的疑難雜症，帶給全人類便利、效率、智能的生活。

從各界說法可以了解，智慧城市涵蓋範圍甚為廣泛，IBM強調，「智慧城市」應以「人本」為中心，將滿足居民生活所需為首要目標，進而創建一個市民「有感」的城市樣貌，具體應用層面包括：智慧建築、智慧園區、智慧醫療、智慧交通、智慧商務、智慧節能以及安全監控、車載系統等，其中又以智慧交通、智慧建築、智慧節能、智慧安控為4大關鍵應用。

智慧交通 聰明調節運輸量

隨著都市人口驟增、汽車數量攀升，許多城市都面臨到空氣品質惡化、潛在交通問題一觸即發，因此，世界許多國家在建置智慧城市時，都將智慧交通列為最重要的應用，包括英國倫敦與瑞典斯德哥爾摩等城市，為了吸引更多投資者進入，都積極在城市中打造智慧交通，其中斯德哥爾摩透過智慧化的自動路邊收費



智慧城市是透過全面互聯互通的網路等新一代資訊科技，使城市內所有事物的運行更具智慧，其中又以智慧交通、智慧建築、智慧節能、智慧安控為4大關鍵應用。

系統，對通過的車輛進行自動連貫識別與收費，大幅改善交通壅塞情形。

已經為全球許多城市建置智慧交通相關系統的IBM指出，隨著科技演進，智慧交通應用不斷推陳出新，今日，具備巨量資料分析科技的車聯網平台，可依天氣狀況與交通事件預估運輸需求，即時調配車輛並優化載運量，因此成為許多城市優先導入的系統。例如，中國大陸江蘇省交通樞紐鎮江市，透過車聯網平台收集分析交通路況，然後提供市民即時路線建議，提升大眾運輸系

統的品質，此外，鎮江市也利用公車調度系統對交通進行分析，管理鎮江市80條公車路線以及約1,000輛的大眾運輸工具，實現鎮江市不塞車的願景。

智慧節能系統 成就智慧建築

由於建築物是城市最重要的載體之一，加上節能趨勢當道，智慧建築與節能相關的應用，成為實現智慧城市的關鍵議題之一，包括台北101大樓、高雄85大樓等知名建築，都是結合科技、綠建築概念的智慧建築。例如，台北101大樓導入能源管理監控系統、室內環境品質控制系

統、廢水回收系統、垃圾收集系統、公共區燈光控制系統等，實現綠色節能目標。

在智慧節能方面，荷蘭阿姆斯特丹做為全球最先進的智慧城市之一，擁有為人所津津樂道的智慧節能應用模式，該城市透過在商務區域全面打造智慧家用充電器，以及透過數位監控設施監測並控制居民用電，再善用太陽能等各種智慧節能應用，預計在2025年可將該市的二氧化碳排放量，比1990年降低40%。

智慧安控 市民生活更安心

在馬斯洛（Abraham Harold

Maslow) 的人類需求5層次理論中，安全需求僅次於生理需求，位居第二。因此，建立一個安全的城市，也是智慧城市的重要環節，包括防禦天然災害以及避免人為傷害的警政安全，都與智慧安防有關。

以智慧警政為例，城市管理者可以運用巨量資料結合智慧影像分析，對事件進行識別，以及對嫌疑犯進行特徵與行為掌握，然後即時進行分析及歷史紀錄的比對，讓城市營運指揮中心可以主動且快速的發布安全警示，並進行跨部門資訊調度。以IBM為美國曼菲斯市打造的警政系統為例，該市透過分析警政資訊，找出犯罪熱點並加強巡邏，成功降

低犯罪率。

台灣智慧城市 國際崢嶸

智慧城市其實離你並不遠，台灣有許多城市已經是名副其實的國際級智慧城市。2006年，台北市率先全台獲得ICF的全球智慧城市首獎；接著桃園市接棒，連續於2009、2010與2011年入選為ICF的「全球21大智慧城市」獎；新北市也於2011年入選「全球21大智慧城市」，並於2014年獲得全球7大智慧城市獎，預計於今年中角逐首獎榮耀。

負責推動新北市智慧城市專案的新北市研考會主任委員吳肇銘表示，過去幾年新北市不斷透過創新思維與科技來提升行政

效率與便民服務，例如，以雲端科技為基礎推出的區公所「跨區服務」，即打破區域及機關的限制，讓市民隨時隨地享有便利的公務服務。另外，新北市也利用巨量資料科技，從大量民意反映的案件中進行態樣、通案分析，並召集相關局處共同來檢討流程及政策分析市政服務。

除了台北市、新北市與桃園市已經獲得國際獎項肯定的城市之外，國內其他城市也都正積極朝智慧城市之路邁進。例如，屏東縣為以自給自足的再生能源提高縣民生活品質，近來正全面進行一項微電網計畫，協助屏東縣推動此計畫的IBM指出，未來屏東縣將建立再生能源「整合營運控制中心」，以整合、監控和管理微電網技術，輔以先進分析軟體和智能科技，打造「智慧微電網」，達到強化用電效能與降低污染的目標。

台商動起來 搶攻智慧城市商機

面對全球城市積極投入資源打造智慧城市，促使相關商機不斷湧現，因此台灣包括科技業、保全業、建築業、健康照護等領域，都已經有不少業者投入發展創新產品與科技，積極搶進全球龐大的智慧城市商機。

科技業轉型與升級的新契機

「智慧城市是台灣科技產業轉型非常重要的契機。」和碩電



4G行動寬頻服務上路，將進一步帶動智慧城市的整體發展。

腦董事長童子賢指出，2009年IBM高舉智慧地球概念，徹底放棄其過去20年的硬體經營之路，轉向發展全方位的智慧化解決方案，使IBM獲得很大的成功，其成功經驗可以做為台灣科技廠商的借鏡。童子賢強調，台灣ICT產品與設計能力享譽國際，未來台灣科技產業可以透過為國內城市打造成成熟的智慧化應用，然後將整個智慧城市建設的架構整體輸出，創造出口商機。

目前，研華科技、台達電等國內大型自動化控制系統業者，都已經打造出一系列智慧城市相關應用解決方案，尤其研華科技為全面搶攻智慧城市商機，更積極轉型為智慧城市全方位解決方案提供商。研華科技總經理何春盛表示，智慧城市稱得上全球第三波資訊革命，台灣科技業者面對這一波產業典範轉移，應該要勇敢擁抱，發揮過去30年來台灣在全球ICT產業領先的實力，全力轉型，跨入發展「智慧城市」產業。

何春盛強調，台灣要能在智慧城市浪潮中立足的關鍵很多，包括擁有堅固的ICT基礎、提供各種關鍵零組件、擁有優秀且相對便宜的工程師，以提供並開發不同類型的應用程式APP，最重要的是，還要擁有創新開發各式新穎智慧應用的能力。

在市場拓展上，何春盛表示，台灣雖然能夠以創新能量把



研華科技透過不斷創新的智能自動化系統，打造智慧節能溫控系統，成功贏得商機。

智慧城市多元應用模式發揮到淋漓盡致，但是因為台灣市場小，沒有完整的腹地可以對複雜的智慧城市應用，進行透徹的實踐，因此，研華科技正全面透過布局中國大陸智慧城市市場，加強自身在產品與技術上的創新能力。

目前，研華科技已經在中國大陸設有52個行銷據點，全面推廣智慧城市概念與應用，並積極規畫在中國大陸組成專職的智慧城市服務小組，將研華於全球21個國家的智慧城市實例，複製到中國大陸市場，贏得相關商機。

保全業推全方位智慧城市服務

科技產業之外，台灣保全業者的動作也相當積極。包括新光保全、中興保全都推出許多相關應用服務。尤其過去幾年中興保全更整合旗下各子公司的資源，推出智慧綠建築、智慧商店辦公

室、智慧防災、智慧家庭、智慧城市防護等一系列解決方案，以智慧家庭解決方案來看，中興保全的居家健康照護、緊急照護通報、家電節能控管等，無一不讓人們的居家生活更便利與安全。

中興保全總管理處副總經理朱漢光指出，城市的智慧化發展是一個動態的過程，30多年前，保全防護就是一種智慧化服務，今天，在科技推陳出新之下，智慧城市已經發展到智慧化無所不在的階段。

綜合而論，全球智慧城市的發展正迅速往前推進，台灣產業可以藉由國內眾多城市積極發展智慧化的契機，在國內市場練兵，發展創新科技與應用，然後將成功的應用模式整體輸出，同時達到強化國家經濟與健全產業競爭力的目標。■

恪守新法6大規範 食安再升級

新舊食安法比一比 廠商停看聽

隨著消費者意識抬頭，食安問題受到廣泛重視，政府也在過去一年中兩次大幅修改食品衛生管理法，究竟，新舊《食安法》有哪些不同，新法將對台灣食品業者帶來哪些影響與衝擊？台灣食品業者不得不謹慎對待之。

◎撰文／劉家瑜 圖片提供／商業周刊、法新社

為強化我國食品衛生管理體系，我國政府除於2013年6月對《食品衛生管理法》進行整部修訂，之後更進一步於2014年再次修法，2014年元月28日立法院正式三讀通過，將《食品衛生

管理法》更名為《食品安全衛生管理法》。

行政院衛福部強調，透過修法，政府希望讓我國食品衛生安全管理制度更臻周延完備，保障國人食的安全及消費權益；同時

也相信新法能讓台灣食品業者建立更完善的食品安全管理制度，提升我國食品業在全球市場的競爭力。

綜觀政府對食安法的兩次修法內容與方向，大致上可以歸類



建立完善的食品安全管理制度，除了保障國人食的安全，更有助於提升我國食品業的競爭力。

出6大重點關鍵內容。對此改變，我國相關食品業者除了應注意依照新法令要求自身在生產、製造與銷售產品的規範之外，面對民眾對於食品安全零風險的要求愈來愈高，也應該採取更多具體措施，如此一來，不僅能讓自己避免於未來可能發生的食安風暴衝擊，更可以藉此提升競爭力，取得國內外消費者的青睞，贏得更大的商機。



民眾對於食品安全零風險的要求愈來愈高，業者應採取更多具體措施藉以提升產品競爭力。

重點1》 強制登錄 相關業者全列管

衛生福利部食品藥物管理署（FDA）指出，為掌握及追查業者，舊法明定經公告類別及規模的食品業者，須登錄始得營業，並於2013年12月3日訂定「食品業者登錄管理辦法」、2014年4月24日公告「食品添加物業者應辦理登錄及食品添加物產品應辦理登錄之內容」，規範製造、輸入業者與販售業者，將其列入強制登錄管理對象。未來，包括已強制實施「危害分析重要管制點」（HACCP）的水產品、肉品、乳品、餐盒製造業，以及澱粉製造業、輸入肉品業者、輸入油品業者、健康食品業者與塑膠類食品容器具業者、包裝業者等，都將列入管理對象。

截至2014年5月14日，包括食品添加物製造、加工或輸入業者在內，共計有440家廠商完成登錄，未來登錄業者每年仍需於7月確認

登錄內容，廠商應盡早完成登錄。

重點2》 建立系統 掌握產品流向

在食安法修法前，政府並沒有明確強制規範業者紀錄產品流向。修法之後，新制定的「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」，規定業者強化原料的自主管理。

衛福部指出，根據「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」，自2014年12月31日開始，我國包括肉類加工食品業、乳品加工食品業、水產品食品業、餐盒業、食品添加物業與基因改造食品原料輸入業等，都須建立追溯追蹤系統，以符合法令要求。

對此，南僑化工董事長陳飛龍指出，食品如果無法做到讓消費者安心，就不會是一個成功的食品，因此該公司積極導入食品追溯追蹤系統。不過，食品追溯

追蹤系統建置涵蓋層面甚廣，建議整個追溯追蹤系統必須從源頭開始，一直到生產過程的品保，以及後端的包裝，都要納入追溯追蹤系統之中，所以工程浩大，一般廠商執行困難，需要政府予以輔導。

泰山企業董事長詹岳霖認為，台灣自爆發塑化劑事件以來，對食品業帶來很大的衝擊。由於追溯追蹤系統建立複雜度高，建議業者可以配合政府推動「安心食品履歷追溯雲端運用計畫」，建立企業自己的系統，並讓台灣的食品履歷追溯追蹤系統完整建立起來，方能讓台灣食品業競爭力再提升。

台糖董事長陳昭義也表示，台糖目前已經完成開發「食品安全追溯管理系統」，將該公司各單位自製食品，以及OEM、ODM代工食品的原料、添加物與供應商等基本資料建檔，並且上傳每

一批食品的生產資訊及檢驗報告於官網之中，對內可供員工查詢追蹤原物料來源，對外可給消費者查詢。

陳昭義強調，若發生食安事件，食品安全追溯管理系統能讓未來市場可以經此系統快速釐清公司是否有與違法的供應商或製造商購買到相關原料，並於第一時間進行危機處理。

不過，儘管南僑、泰山與台糖等大型企業陸續導入食品追溯追蹤系統，但是由於食品食品追溯追蹤建置複雜度高、難度不小，而且建立平台需要花費不少經費，一些不願具名的食品業者認為，政府在推動此政策時，應該對規模不足、資金較短缺的中小型食品業者，提供配套措施，避免對中小型食品商的經營，帶來太大的衝擊。

重點3》 產品原料半成品 定期送驗

為強化業者自主管理，定期檢驗產品確保食品安全，2013年6月修法時，衛福部要求業者，一旦該公司產品有危害衛生安全之虞，必須主動停止製造、販賣、回收，並通報主管機關；2014年2月修法，更進一步要求食品業者應將其產品原材料、半成品或成品，自行或送交其他檢驗機構檢驗，此外，有關應辦理檢驗的食品業者類別與規模、最低檢驗周期及檢驗項目等

事項，必須由中央主管機關公告之。違反規定者必須依照第48條規定處辦，經令限期改正，屆期不改正者，處新台幣3萬到300萬元罰鍰。

其實，早在政府於2014年2月修法要求業者自主管理產品，進行定期檢驗之前，我國不少規模較大且具知名品牌的食品業者，為避免不慎使用到不合格的原物料，紛紛採取自建檢驗系統的方式，對原物料進行嚴格管控，例如已經擁有百年品牌的郭元益食品，自2011年12月24日全新啟用微量分析檢驗中心，藉此對原物料、半成品與成品進行全程管控。

郭元益食品經理李坤聰指出，該檢驗中心包括液相層析儀、串聯質譜儀、原子吸收光譜儀等從國外引進的先進檢驗設備與技術，可以檢測出三聚氰胺、塑化劑等危害物質之外，也可檢測出農藥殘留量，徹底為郭元益的食品，做最安全的把關。

當然，相較於郭元益這種規模較大的食品業者，有能力自建檢驗系統達到自主管理產品的要求，許多無力自建檢驗系統的中小型食品業者，則可能造成成本支出上的壓力。順源食品總經理吳全斌表示，新法要求業者加強進行自主檢驗，立意良好，但是由於業者檢驗一項產品，需要不少費用，這對中小型食品業者來說，將形成成本壓力，因此希望政府能夠就檢驗提供

更多的協助，讓業者可以降低檢驗成本支出。

除了仰賴政府協助，建議企業善用學校或產業聯盟的資源，進行自主檢驗。例如，台灣生技產業聯盟有鑑於國內食品安全問題層出不窮，攜手台南成功大學檢驗中心共推「生技檢測平台服務」，提供業者優惠檢測方案，南臺科技大學校長暨台灣生技產業聯盟理事長戴謙表示，企業可以善加利用該平台，用較低的價格，完成產品的自主管理與檢驗。

重點4》 原料及添加物 全展開標示

原本在2013年6月19日修正的法令中，政府要求業者應標示產品的食品添加物的全部成分、製造廠商名址，以及標示食品主成分含量以加強管理。但是，由於此規範令業者認為窒礙難行，且不合國際規範，若引起跨國企業擔心配方外流，恐反造成我國經貿發展障礙，因此在2014年2月的修法中，將食品添加物全展開標示延至6月19日施行，另外，涉及商業機密的香料成分得不展開標示，且不強制標示製造廠商名址。

衛福部次長許銘能解釋，目前國際上並沒有複方食品添加物查驗登記的制度，為避免複方食品添加物查驗登記入法，對我國貿易發展形成障礙，因此政府此



次修法更嚴謹定義複方添加物，以期達到守護民眾食品安全又不違反WTO規範的雙重目的。

衛福部進一步強調，雖然複方食品添加物查驗登記未納入此次修法，但是政府並非不管制食品添加物，因為現行食品衛生管理法的第8條已經規畫公告，於2014年底前將強制食品添加物的製造、輸入、販售業者，必須完成登錄廠商資料及所有販售食品添加物品項、成分與使用範圍。如此一來，未來政府將可應用資訊平台串聯，加強食品添加物邊境管理及食品業者實地查核，並由相關部會建立追溯食品添加物流向系統，追查違法添加。

重點5》 違者重罰 遏止不法情事

所謂重罰之下無盜賊，因此政府兩次修法都將相關罰則往上

提高，根據食安新法中的第44條規範，未來凡是業者銷售的食品，其中農藥或動物用藥殘留超過安全容許量，或是添加假冒、或未經許可的添加物，罰款從2013年6月修正的6萬至1,500萬元，提高為6萬至5,000萬元，除此之外，刑責的部分也從原本的3年以下有期徒刑，提高到5年以下有期徒刑。

重點6》 加強基改食品管理

我國已開放基因改造黃豆及玉米2品項得供為食用，食品藥物管理署強調，我國在基因改造食品安全管理上，自2001年即公告指定基因改造黃豆及玉米需辦理查驗登記，並由分子生物、農業化學、毒理學、免疫學、營養學、生物化學、微生物學、醫學、生物技術及食品科學等專家



- 1.新食安法對於產品用藥殘留以及添加未經許可添加物之產品，大幅提高刑責。
- 2.義美設置的食品實驗室，透過對食品仔細的安全檢測，提供消費者無疑慮的產品。

學者，組成基因改造食品諮議會，逐案嚴格審查，讓每一品系的產品在上市前均須取得查驗登記許可。

如今，為更謹慎管理基因改造產品管理，政府進一步明定要求業者依現行食品衛生管理法第9條，建立基因改造食品原料供應來源及流向得追溯或追蹤系統，並且新增產品應標示含基因改造原料的規定，以保障消費者知道及選擇的權利。

綜觀來看，面對層出不窮的食安問題，在政府積極修改法令，讓黑心食品業者無所遁形的同時，食品業者也應投入資源，建立相關解決方案，兩邊共同努力替台灣擺脫食安問題，重建國際形象增添助益。相信，在各界的共同努力之下，台灣食品業在國內外市場，都能持續開拓更大的市場與商機。■