

投資建議書第二次報告內容

食品業

一、產業概論

大家耳熟能詳的“食品業”，全名應該是行政院主計處行業標準分類的「食品及飲料製造業」，食品的製造及初步處理都包含在其中，所以才會有所謂的食品製造業等說法。整體而言，食品業主要包含「屠宰」、「乳品製造」、「食用油脂製造」、「製粉及碾穀」、「糖製造」、「調味品製造」、「酒類釀造配製」、「不含酒精飲料製造」、「製茶」、「機能性食品」等子業。因為食品業的子業眾多繁雜，所以大部分將食品業分為：肉類、水產、乳品、蔬果、油脂、澱粉、飲料、煙草及廠商新聞的食品加工。

食品業有以下四大特性：

1. 食品業生命週期處於成熟階段。就營業額而言，本產業整體營業額雖呈現逐年增加，但受到食品市場規模趨於飽和，企業家數方面，近年來廠商家數變動幅度不大，故本產業處於成熟之生命週期。
2. 食品業屬於中資本密集產業。這與勞動報酬成本與各項折舊支出比例有關，由於國內食品業生產流程中須使用大量機器設備，使得機器折舊費用高，加以食品業尚須僱用人力從事機器運作、管理等，勞動報酬亦成為廠商的重要支出，因此食品業屬中資本密集的經營型態。
3. 本產業的全球化程度低。食品業的進口依存度低，主要由國內廠商供應整體市場需求；至於食品企業的資本結構，仍以本國股東為主，外資比重不高。
4. 本產業屬於低產業集中度之產業。根據本資料庫整理資料顯示，本產業前四大廠商之市場占有率在 20% 以下，主要是本產業經營的企業眾多，加以本產業產品多元，故市場未能集中於少數大廠手中所致。

二、產業體系介紹

上游

臺灣的原物料多來自於國外，所以價格容易受到國際市場波動影響，在原物料價格方面，當在美國農作物歉收時，又加上阿根廷、巴西等南美國家因氣候異常，造成產量銳減時，預期短期內國際穀物供需仍處於不均衡情況，而由於價格漲勢依舊存在，食品業者成本壓力也會存在，所以業者勢必持續調漲價格以減輕成本上揚侵蝕企業獲利的程度。

下游

以酒類市場為例，因為競爭激烈，所以業者在商品通路上，除量販店、連鎖便利商店外，廠商也積極擴大銷售通路，包括 KTV、五星級飯店等；不含酒精飲料業者則積極與國際大廠合作以開拓中國市場，顯示在全球化的潮流下，未來廠商經營走向國際化將更為顯著。

我國非酒精飲料細項產品銷售值走勢一覽

單位：新台幣百萬元；%

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	1~9月	1~9月比重
銷售值								
果蔬汁	587	675	445	605	578	577	4,903	12.74
碳酸飲料	408	484	643	806	887	576	5,094	13.23
礦泉水	318	320	340	339	351	307	2,593	6.74
運動飲料	221	265	220	281	253	182	1,845	4.79
茶類飲料	1,526	1,680	1,553	2,009	1,920	1,767	14,289	37.12
其他不含酒精飲料	1,058	1,131	1,097	1,133	1,205	1,216	9,770	25.38
合計	4,118	4,555	4,298	5,173	5,194	4,625	38,494	100.00
年增率								
果蔬汁	2.00	2.99	-31.38	-28.64	-32.56	-15.53	-18.92	-
碳酸飲料	2.88	3.92	23.97	5.99	4.06	7.74	6.07	-
礦泉水	24.17	27.02	33.23	3.48	21.92	10.48	15.35	-
運動飲料	21.35	14.28	-2.35	-16.09	-35.20	-16.58	-6.33	-
茶類飲料	12.76	7.16	-2.81	2.51	-4.14	5.72	4.75	-
其他不含酒精飲料	14.81	21.02	2.55	4.82	1.74	18.76	11.64	-
合計	11.04	10.90	-0.40	-2.61	-6.83	4.90	2.76	-

資料來源：經濟部工業生產統計磁帶資料、台經院產經資料庫整理，2011年12月。

現在吵得沸沸揚揚的美國牛事件，讓大家都忽略了臺灣也是一個屠宰業的外銷國家，2003年國內冷凍肉品外銷市場解禁，國內屠宰業市場因外銷成長而擴張，而經營上也持續朝國際化佈局，包括進入中國、東南亞等具有開發潛力的市場投資設廠，以擴大經營市場範圍。

三、國內外產業市場發展狀況

1. 產銷狀況

2011年以來主要需求原料國際價格高漲，導致業者成本負擔加重，惟受惠政府關稅調降及耕地活化政策，加上企業採集體購料，而有助於整體壓力分散。

全球氣候異常導致主要穀物生產國產量縮減，以及金融面因美元短期弱勢和供需轉為緊俏等預期，帶動投資熱錢轉入原物料市場，從而推升2011年以來的國際穀物價格走勢，也因此，我國相關食品業者於2011年以來的原物料成本壓力要顯著高於2010年同期。其中以小麥、黃豆及玉米顯著的提升食品業的成本。

紐西蘭強震及澳洲氣候變異，導致全球生乳及相關原料價格因市場供應缺口擴大而拉高，奶粉受上游乳源漲價帶動，價格亦明顯走升。

2. 競爭情況

共同危機，2011年5月食品業爆發沸騰一時的塑毒事件，影響產品範圍自果蔬汁、運動飲料等，甚至擴大至糕點、麵包及保健食品，衛生署檢出市售益生菌粉末含有塑化劑，然隨著上游起雲劑製造業者「昱伸香料有限公司」被查獲產品內含有塑化劑，因而接連引爆一系列相關食品危安事件，並成為全球首宗塑化劑添加於食品之案例。受波及食品廠商估計逾400家，產品數近900項，產值損失約100億元。

國際食品業最大的掠食者：雀巢集團，目前是全球最大的跨國食品業集團，甚至已經跨足跟生技相關的產業，雀巢就像飲料業界的可口可樂。

由於食品業的進入門檻低，所以競爭相當激烈，食品業的產品同質性高，品牌形象的建立就顯得非常的重要，也可以說高品牌知名度就是食品業的進入障礙。除了品牌，上下游通路管理與倉儲物流的管理能力也有排他性，與通路商維持良好關係建立完整的通路網絡，持續提昇本身之倉儲物流管理能力，才能穩住局勢。當然，企業的規模越大，就越有競爭力是食品業不變的法則。

資料來源：

整理自台經院

“食品產業特性與2004年展望”、 “2012年食品業景氣趨勢調查報告”

苦勞網報導- “國際食品業最大的掠食者：雀巢集團”