



推動重點服務業  
--台灣美食國際化行動計畫--  
Gourmet TAIWAN  
世界美食匯集台灣  
全球讚嘆的台灣美食

經濟部

99年6月



# 大 綱

- 壹、背景說明
- 貳、發展現況
- 參、業者面臨問題
- 肆、推動策略
- 伍、推動單位
- 陸、實施期程及經費
- 柒、預期效益

# 壹、背景說明

- 一. 美食已成為國家文化輸出及國際推動主流。
- 二. 美食可吸引國際旅客來台及行銷台灣。
- 三. 台灣美食彙集中華與異國料理融合之傳承。
- 四. 餐飲業雖多為中小企業，對市場需求具有靈活、彈性與快速反應。
- 五. 文化素材豐富，具備以文化為內涵之餐飲發展深度及潛力。
- 六. 部分企業已建立國際化品牌通路，未來之發展潛力無限。

# 壹、背景說明--台灣美食定義

台灣美食定義	類型
<p>台灣常見的各種傳統茶飲、小吃、料理飲食及融合異國文化或食材形成的美食</p> <p>Gourmet TAIWAN</p>	<p>一般國人及外籍人士對<u>台灣美食印象</u>或以<u>台灣烹調手法融入異國風味</u>所開發的美食。</p> <p>如：</p> <p><b>小吃便餐:</b>蚵仔麵線、滷肉飯、肉粽</p> <p><b>茶飲咖啡簡餐:</b>珍珠奶茶、平價咖啡店、複合式茶飲餐廳</p> <p><b>餐廳:</b>擔仔麵、牛肉麵、台菜、台式江浙料理、台式牛排、海鮮餐廳、台式日本料理、台式自助餐、台式川菜、台式湘菜</p> <p><b>休閒飲品:</b>外帶式茶飲、外帶式冰品</p>

## 貳、發展現況--美食國際化現況

經濟部統計處統計截至2009年底，餐飲業總店數為98,932店，其中就業人數達69.3萬人(住宿及餐飲業)，餐飲產值3,218億元。

國內餐飲連鎖加盟店數為25,005店，占餐飲業總店數25.27%。海外展店以連鎖加盟方式經營為主，店數約900店，由此可知以標準化及複製化的連鎖展店模式，已成為餐飲業進軍國際市場的重要經營模式。

資料來源:1. 台灣連鎖暨加盟協會「2010台灣連鎖店年鑑」  
2. 2009年餐飲業連鎖品牌經營概況調查報告，經濟部統計處  
3. 國際化美食推動小組整理

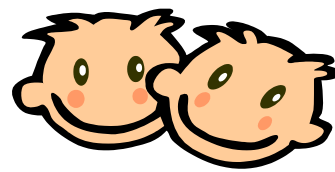
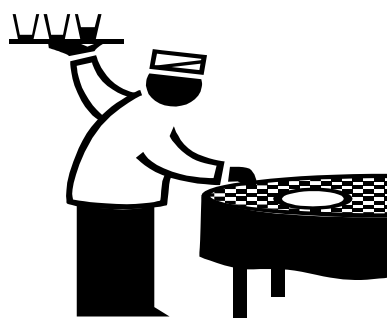
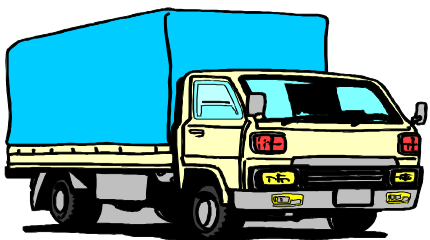
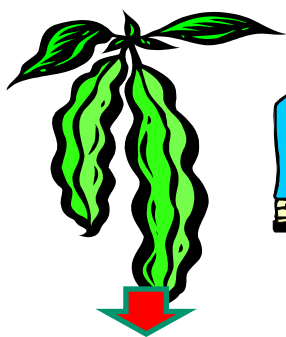


# 貳、發展現況-- 從產地至餐桌(from farm to table)的美食產值

2009年 食品業產值	5,198億元
2009年 食品業出口值	521億元 (佔產值10.02%)

2009年來台 旅客人次	439.5萬人次
2009年觀光 外匯收入	1,899億元
吸引來臺觀 光主要因素	菜餚

產地 → 運輸 → 製造 → 服務 → 消費



2008年 農產品產值	4,175億元 (2009年數據預計於2010年6月公佈)
2009年農產品 出口值	1,042億元

2009年餐飲業 營業額	3,218億元
-----------------	---------

## 參、業者面臨問題--共通性

### 國際化之四大問題：

- 自我**品牌**形象與企業知名度建立困難
- 國際性專業**人才**不足
- 無法有效掌握海外市場**資訊**與服務業規範
- 業者**資金**籌集困難



## 參、業者面臨問題——美食國際化SWOT分析

經探討台灣推動美食國際化SWOT分析後，可歸納出其KSF(成功關鍵因素)，如下：

1. 專責組織推動
2. 明確品牌意象
3. 擴增海外通路 (展店)

優勢 (S)	劣勢 (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 精緻化-去蕪存菁的中華美食</li> <li>• 國際化-靠文化提升接受度</li> <li>• 會展美食-結合會展推動</li> <li>• 個性化-選擇自己的客戶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自我品牌形象與企業知名度建立的困難</li> <li>• 國際性專業人才不足</li> <li>• 資金籌集困難</li> <li>• 無法有效掌握海外市場資訊與服務業規範</li> <li>• 缺乏國家型發展策略與專責推動機關</li> </ul>
機會 (O)	威脅 (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009年已有440萬觀光客來台，同時美食是吸引國際旅客來台主因之一。</li> <li>• 對內可帶動觀光業發展，對外可帶動食材、器皿、傢飾等週邊產業發展。</li> <li>• 中國大陸餐飲市場2008年為7,700億元，預估2010年能成長至10,000億元；另台灣2008年餐飲營業額為3,217億元，顯示兩岸餐飲商機無限。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 泰、韓、日本、馬來西亞目前均強力進行餐飲全球化，如：馬來西亞提供協助品牌至國際展店的獎助計畫(每年約50家、每家一年0.2億元新台幣)</li> <li>• 大陸餐飲市場蓬勃發展，目前已有770個餐飲品牌，且在地連鎖品牌強勢構成威脅，其中小肥羊一年全球營業額300億元，為85度C的6倍</li> <li>• 中國餐飲前十強餐飲企業銷售額達到1,268億元，亦是台灣前十強餐飲企業的5倍</li> </ul>



# 肆、推動策略

## 願景

Gourmet TAIWAN

- ◆世界美食匯集台灣
- ◆全球讚嘆的台灣美食

## 目標 2013年

- ❖創造10,000個就業機會
- ❖國內外展店增加3,500家
- ❖國際美食品牌新增至50個
- ❖促進民間投資20億元

## 發展策略

### 策略1 在地國際化

協助業者進行國內展店及籌組國際化推動聯誼會，增加就業人力，儲備國際化能力及提升國際知名度。

### 策略2 國際當地化

以大陸為先行市場，世界主要地區(東協、紐澳、歐美、日韓)國際城市為目標進行展店。



# 肆、推動策略

依據觀光局調查：美食是吸引國際旅客來台主因之一。又亞洲鄰近國家均強力推動餐飲全球化。故我國美食國際化之推動，更是刻不容緩。

## 觀光客來台人次

- 2007年371.6萬
- 2008年384.5萬
- 2009年原目標410萬/實際439.5萬
- 2010年目標450萬
- 2011年目標500萬
- 2012年目標550萬

## 台灣美食國際化

策略1	策略2
在地國際化	國際當地化
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 奠定國際化展店基礎</li> <li>● 培育台灣國際名廚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 國際展店支援輔導</li> <li>● 群聚台灣美食專區</li> <li>● 海外行銷台灣美食</li> </ul>

在行政院服務業推動小組下由經濟部成立「台灣美食國際化推動小組」

## 國外推動美食國際化計畫

- 2000年泰國-泰國國家食品管理局【世界廚房】
- 2007年日本-農林水產省【成為世界受愛戴的日本料理餐廳】
- 2009年韓國-農林水產食品部韓餐世界化推廣組【讓全球為之瘋狂的韓食】

# 肆之一、推動重點

## 在地國際化-奠定國際化展店基礎

### 籌設 美食聯誼會

- 齊聚有意國內外展店之餐飲業者，以聯誼會方式進行經驗交流，作為美食政策推動諮詢智庫，並協助業者進行國內外展店及美食一條街之發展。

### 提升餐飲業者 服務品質

- 輔導業者進行科技輔導、國際化管理人才培育，以提昇業者科技創新、人才加值所帶來之效率、品質與價值。
- 鼓勵業者進行食品安全、衛生管理以提升消費者對台灣餐飲衛生及健康的印象；辦理中餐乙丙級試題修正，提升乙、丙級廚師技術士技能水準；補助餐旅學院籌設餐旅聯合技術發展中心，發展台灣特色廚藝美食研發與人才培育。

### 協助餐飲業者 國際交流

- 於國內會展產業及其他通路業者(如百貨公司)，籌設台灣美食專區，進行短期展銷及推廣。
- 邀請僑營餐館業者回台參訪觀摩，促成與國內餐飲業者及連鎖業者交流媒合。

### 提升台灣美食 國際形象

- 研擬Gourmet TAIWAN整體形象提升應用方案，推廣台灣美食國際形象。
- 結合相關單位辦理國際美食嘉年華活動，並結合商圈美食主題活動，吸引國際老饕來台品嚐，帶動國內觀光旅遊。

## 肆之二、推動重點

# 在地國際化-培育台灣國際名廚

### 提昇台灣廚師 國際聲望

- 辦理廚師海外參賽培訓，協助廚師參與國際廚藝競賽，以爭取國際榮譽及聲望。
- 建立廚師海外參賽獎勵機制，針對得獎名廚給予獎勵或表揚。

### 打造台灣名廚 表演舞台

- 協助我國名廚至國內知名飯店、大專院校或海外地區，進行美食講座或客座表演，推廣台灣美食文化。
- 與交通部觀光局或其他單位合辦國際型廚藝競賽，擴大競賽規模，成為亞洲最大型廚藝競賽之一。
- 遴聘台灣美食專家至全球僑區舉辦海外餐飲巡迴講座，推廣台灣美食及飲食文化，以塑造台灣名廚形象。

## 肆之三、推動重點

### 國際當地化-國際展店支援輔導

#### 建立海外展店 諮詢窗口

- 以台灣美食網為平台，提供台灣美食輸出國家地區之風俗、文化、法律及合作對象資料庫，強化國內餐飲業者對國際商情資訊的掌握。
- 結合駐外單位、台商協會及僑務委員會，建立國際當地化諮詢窗口。

#### 國際展店 輔導服務

- 成立餐飲國際輔導顧問團隊，提供國際人才培訓課程、診斷及輔導服務，協助業者跨入國際市場。
- 研擬本國餐廳海外展店獎勵機制，鼓勵台灣有潛力之餐飲業者至海外展店。
- 協助業者運用信保基金或海外信用保證基金之信用保證，以利取得金融機構之融資。
- 協助海外台商餐館業者，培訓國際餐飲管理人才及廚師，提升台商餐館競爭力。

# 肆之四、推動重點

## 國際當地化-群聚台灣美食專區

### 提供海外商機 媒合機會

- 協助餐飲業者至海外地區進行海外考察交流與參展。
- 結合海外台商及僑務委員會資源，至海外辦理短期行銷活動。

### 發展台灣 美食專區

- 群聚台灣美食品牌，進駐海外地區購物中心或百貨商場或海外通路業者，將美食推向國際舞台。
- 協助業者進駐國內外機場，成立美食專區。
- 配合僑務委員會於各地僑區舉辦推廣台灣美食之相關活動。

## 肆之五、推動重點

# 國際當地化-海外行銷台灣美食

### 建立 海外行銷基礎

- 以故事性包裝，製作台灣美食文化說帖，厚實台灣美食文化之深度，俾利進行海外後續推廣。
- 建立統一菜餚用語翻譯，做為國際推廣基礎。
- 於台灣美食網，新增海外台灣餐廳資料庫，並彙整各部會美食相關計畫與活動成果，放置網站共同推廣。
- 配合行政院農業委員會相關計畫，協助業者參與重要國際食品展、食品拓銷團。

### 台灣美食 海外推廣

- 配合交通部觀光局推動之重點地區，結合旅行社、航空公司、各國觀光推動單位，規劃美食主題遊程導覽手冊。
- 將名店或伴手禮業者列入美食遊程文宣中推廣，或配合行政院新聞局等資源進行國際媒體廣宣，提升台灣美食在海外知名度。



# 肆、推動策略(整合跨部會資源)

## 美食國際化-跨部會計畫執行面

群聚台灣  
美食專區

可配合

- 僑務委員會-海外僑會活動
- 交通部-機場美食專區

海外行銷

可配合

- 行政院農業委員會-強化農產品全球市場深耕
- 僑務委員會-僑營餐館經營實力提升計畫
- 行政院新聞局-拍攝台灣專題電視節目、美食電影片及製作美食相關國際傳播紀錄片

美食國際化

國際展店  
支援輔導

可配合

- 僑務委員會-僑營餐館經營實力提升

奠定國際化  
展店基礎

培育  
國際名廚

可配合

- 行政院勞工委員會-全國技能競賽與國際技能競賽國手選拔賽等計畫資源
- 僑務委員會-僑營餐館經營實力提升計畫

可配合

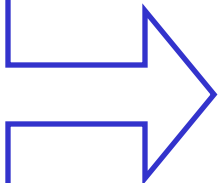
- 行政院勞工委員會-產業人才投資方案、中餐烹調職類乙丙級技能檢定學科試題檢討修正
- 行政院衛生署-餐飲業食材危害分析暨食品安全管制系統衛生評鑑計畫、國際級觀光旅館餐飲業HACCP輔導計畫、觀光夜市、美食街等小型餐飲店衛生管理輔導計畫、辦理餐飲食材源頭管理(含油炸油管理)及優良餐廳評鑑制度
- 教育部-補助技專校院設置聯合技術發展中心計畫
- 僑務委員會-僑營餐館經營實力提升計畫
- 交通部觀光局-特色夜市選拔活動、台灣挑TEA
- 行政院農業委員會-台灣茗茶推動計畫、素食養生展計畫





# 台灣美食國際化推動單位

專責推動組織



台灣美食國際化推動小組  
(召集人：經濟部次長  
副召集人：由部會代表推舉)



相關部會局處代表、本部商業司

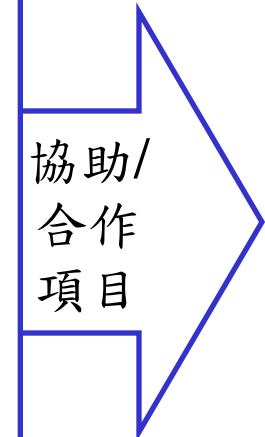
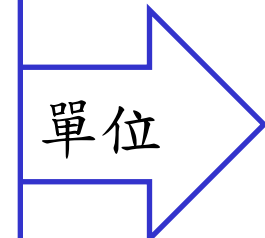
美食諮詢顧問團隊  
(食品餐飲業CEO、  
學術界、觀光文化  
業等民間代表)



單位

協助/  
合作項目

橫向及縱向整合單位



海外展店投(融)資  
及輔導上市(櫃)

國外行銷活動結合

國際媒體來台報導及採訪安排

海外展店在地協助

海外參展及商機媒合

海外情報蒐集

食材輸出協助

產業政策諮詢

產業現況提供



## 陸、實施期程及經費

本計畫經費需求及分年經費規劃如下表

單位：億元(新台幣)

	2010年	2011年	2012年	2013年	合計	
經濟部 (商業司)	0.307	0.920	0.840	1.008	3.075	註： 1. 經濟部現有計畫經費為台灣美食之科技化服務及創新計畫經費。 2. 跨部會經費需求依各部會回覆之計畫經費計算，實際計畫經費將依每年公告之經費再作調整。
跨部會	2.967	2.796	1.100	1.080	7.942	
合計	3.274	3.716	1.940	2.088	11.017	



# 柒、預期效益

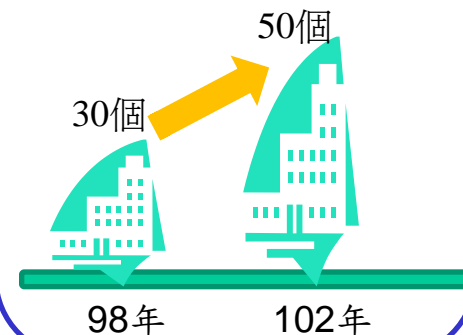
國內外展店增加3,500家



創造10,000個就業機會



國際美食品牌  
新增至50個



培訓國際化人才1000人次

協助商機媒合500家次

促進民間投資 20 億元





簡報完畢  
恭請裁示





# 附件一：國外推動國際化作法

地區	泰國	日本	韓國	新加坡
目標	2008年 海外泰國餐廳 <b>8000</b> 家(目前已有12,405家)	2013年 農林水產及食品輸出額達1兆日圓	2017年海外韓國餐廳40,000家(目前有10,000家)	定位新加坡成為亞洲美食之都，將美食推廣為“獨特的新加坡體驗”，以節慶包裝，進而帶動觀光人潮
推動時間	2000年	2007年	2009年	1994年起每年7月新加坡美食節 1997年起每年4月舉辦世界名廚群英會
推動單位	NFI(泰國國家食品管理局)/CTKW(泰國世界廚房中心)	農林水產省/ JRO(社團法人日本料理餐廳推進協會)	農林水產食品部韓餐世界化推廣組 (2009年5月成立)	新加坡旅遊局購物與美食組
投入經費	採邊做邊調整，並無明確數據可參考	22億8500萬日圓(約新台幣8.14億元)	2013年前投入500億韓元(約新台幣12.4億元)	視各專案而定
具體措施	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.組織策略:設立整合推動機構，各部會分工明確。</li> <li>2.產品策略:聚焦行銷，即將泰餐標準化。</li> <li>3.營運策略: (1)品質認證策略(泰晶選) (2)廚師分級認證制度 (3)連鎖式餐廳策略:預計2010年前投入1000萬美元設立全球泰餐控股公司 (4)協助海外開設泰國餐廳提供低利貸款</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.輸出市場調查</li> <li>2.海外市場行銷</li> <li>3.海外推動組織設立</li> <li>4.海外通路開設</li> <li>5.海外輸出商品探討</li> <li>6.海外日本餐廳調查及認證</li> <li>7.輸出產品探討</li> <li>8.農林水產品輸出</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.以法律形式支持推廣韓餐，韓國政府將在今年制定《外食產業振興法》。</li> <li>2.培養廚師:在海外成立韓式料理學校，發展及宣傳傳統韓式料理</li> <li>3.海外韓國餐廳評分系統</li> <li>4.韓餐走向國際:協助在海外開分號的知名韓國餐廳提供低息貸款</li> <li>5.標準化:選出韓食世界化的代表產品，將其材料和作法變得系統化與標準化。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.新加坡美食節:每年7月舉行，以推廣本土美食為出發。於新加坡不同地方，舉行各式美食活動，包括煮食班、美食推廣會、魔藝比賽、文化表演、燒烤會，帶領尋找新加坡最正宗的飲食文化。</li> <li>2.新加坡世界名廚群英會:每年4月舉行，邀請世界大廚齊聚獅城，讓來自世界各地的美食玩家有機會在新加坡品嚐到頂級佳餚。並舉行各式論壇、晚宴活動，讓喜愛從事美食研究的民眾可前往參加。</li> </ol>

1.均有成立專責機構推動，尤其是泰國、日本及韓國是以**整廠輸出(包含食材、設備器材、器皿、傢飾等產業)**概念推動海外展店。

2.建立餐飲標準化，即統一泰餐、日餐、韓餐材料及作法標準，新加坡則無。

3.除新加坡外均建立海外餐廳認證，增加文化影響力。

4.泰國及韓國均提供本國餐廳海外展店低利貸款，日本與新加坡則無。

5.泰國及韓國針對廚師部分有進行廚師分級認證或培養。

資料來源:

1. 泰國駐台商務辦事處、經建會「台灣服務業國際化發展策略之研究—以餐飲服務業為例」(2006)
2. 日本農林水產省網站、台灣JRO支部
3. 韓國駐台觀光公社、北京新浪網
4. 新加坡觀光局網站