

2023/01/27

作者：經濟部 / 駐駐大阪辦事處經濟組

日本 2022 年啤酒市場銷售量年增 2%

據媒體報導，日本朝日啤酒等四大啤酒公司 2022 年國內啤酒類飲料銷售量達 3.4 億箱，較 2021 年增加 2%，為 18 年來首度出現成長。主要原因是外食需求恢復，增加餐廳啤酒消費量。在一般家用以外之餐廳等商業用途上，具優勢的朝日啤酒市占率首度成為第一位。

2022 年日本國內啤酒市場較 2019 年新冠疫情前減少 1 成左右，各家啤酒公司將力拼在 2023 年 10 月啤酒稅減稅時提高銷量。

根據各家啤酒公司公布 2022 年銷售業績，餐廳等商業消費銷售量較 2021 年宣布緊急事態時增加 4 成，2022 年恢復可外食後啤酒銷售量更進一步增加。另一方面，家庭消費銷售額反而下降 3%，隨著開放外食需求增加，減少在家喝酒機會。按啤酒類別來看，啤酒類增加 14%，發泡酒減少 4%，第三類啤酒則減少 7%。

2022 年 10 月各家啤酒公司 14 年來首次調漲家庭消費用售價，雖然短暫引發對第三種類啤酒的需求，但第三類啤酒也因啤酒漲價，出現消費減少的情形。因疫情解封，從在家喝酒轉為在外消費，原先在家庭消費具優勢的麒麟啤酒市占率下滑，而商業消費市占率高的朝日銷量則增加。朝日在整體啤酒類飲料市占率 36.5%，超過麒麟的 35.7%。

市場預估日本長期啤酒市場仍將繼續萎縮，2023 年整體啤酒類飲料銷售量將減少 3 至 4%，另由於 2023 年 10 月酒稅修訂將對第三類啤酒調高稅率，加上物價上漲等因素，預估將減少第三類啤酒銷量。另一方面，酒稅修訂後，啤酒每 350ml 將減稅 6.65 日圓，朝日啤酒社長塩澤賢一預估「將加速從第三類啤酒回歸到一般正統啤酒之消費」。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7875158&iz>

2023/01/28

作者：經濟部 / 駐舊金山台北經濟文化辦事處經濟組

美國最大的葡萄酒生產商 Gallo 將在加州裁員 355 人

據美媒報導，美國最大的葡萄酒生產商 E. & J. Gallo Winery 將裁員 350 多人，以轉移其在加州的分銷業務。

根據加州就業發展部(Employment Development Department)的文件，將有 355 名加州員工失去工作。裁員將於 3 月 12 日生效。

兩周前，Gallo 與總部位於得克薩斯州的 Republic National Distribution Co.敲定了一項協議，後者將接管其在加州的零售連鎖店分銷業務，先前該業務由內部的 Gallo Sales Co.處理。Republic National 先前於 2021 年接管了 Gallo 的獨立市場分銷業務。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7875218&iz>

=6

2023/02/03

作者：經濟部 / 駐澳大利亞台北經濟文化辦事處經濟組

澳洲貿長與中國商務部長預訂於下周舉行視訊會議，澳洲龍蝦產業企盼中國解除對澳貿易限制措施

澳洲貿易部長 Don Farrell 於 1 月 31 日表示，澳洲盼穩定與中國關係，在此過程中將維護澳洲國家利益和安全；澳方希望中國移除對澳之貿易限制措施，渠與中國商務部長王文濤預訂於下周舉行視訊會議，以展開相關對話。

繼澳中領袖於上年 11 月 15 日在 G20 峰會期間雙邊會談，及澳中外長於上年 12 月 21 日在中國舉行「第 6 屆澳中外交暨戰略對話」，下周之澳中貿易部長視訊對話，將係雙方貿長三年多來首次會議，澳媒評論這將為雙方未來的實體會議鋪路。

F 貿長指出，中國對澳實施之貿易限制措施嚴重傷害龍蝦、葡萄酒、肉品、大麥及煤炭等產業，約計 200 億澳元貿易受影響；以龍蝦產業為例，2020 年前澳洲龍蝦逾九成輸往中國，出口額超過 7 億澳元，而今則不到 1 千萬澳元。渠盼儘速穩定雙方關係並恢復澳洲產品輸中，並強調這些問題不會一夕間獲致解決，

但必須啟動程序俾獲致結果。

部分澳洲企業和出口商審慎樂觀看待中國本年可能解除對澳洲產品禁令。西澳州係全澳生產和出口龍蝦最大州屬，西澳龍蝦協會表示，中國是最有利可圖的市場，其可收購所有龍蝦供貨並支付其他市場之 2 倍價格，中國貿易禁令已影響漁民之收入生計。業者 Cervantes Lobster Shack 指出，過去數年是最艱難的時刻，該產業被迫迅速多元化市場。另一業者 Fremantle Lobster 則表示，與中國買家有良好關係，企盼與中國的貿易恢復。

日前中國駐伯斯(西澳洲首府)總領館官網刊登總領事走訪西澳州 Geraldton 漁民合作社並手持龍蝦之新聞。澳媒日前則報導中國海鮮進口商 Hai Sheng Fa 公司表示，預估本年下半年就能恢復澳洲龍蝦進口，並期待恢復更多澳中直航班機。另一名澳洲出口商則認為，龍蝦輸中解禁推論會在本年 5 月前恢復。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7875481&iz>

2023/02/09

作者：經濟部 / 駐泰國台北經濟文化辦事處經濟組

2023-2025 年泰國木薯產業展望

資料來源：Krungsri 銀行「泰國 2023-2025 產業展望報告」

編譯：駐泰經濟組

2022 年概況

由於 2021 年 9-10 月泰國部分地區遭受洪災的影響，鮮木薯塊根(cassava root)產量同比減少 3.1%；但整體出口量同比增加 9.7%至 870 萬公噸。

木薯片(按數量計，占所有木薯出口量的 54.1%)與木薯顆粒(占出口量的 0.8%)的出口量分別同比增長 15.1%及 329.8%，主因為中國工業消費者的需求增加(例如用於生產乙醇、含酒精飲料及動物飼料)。

原澱粉(native starch，占出口的 32.3%)與修飾澱粉(modified starch，9.9%)的出口也分別同比成長 3.9%及 2.0%。主要出口市場(尤其是東協地區)的食品與飲料、造紙、醫藥及化妝品產業的強勁需求帶動海外銷售的暢旺。此外，俄烏戰爭促使各國建立儲備以應對食品及能源供應短缺的風險。

由於對食品與健康安全的持續擔憂，預期對木薯的需求在 2022 年最後一季仍然強勁。因此 2022 年全年出口總量約為 1,120-1,130 萬公噸(增加 7.0-8.0%)，且所有產品類別均將成長。然而受到 2021 年洪水的影響，預計產量將下滑 3.1%至 3,400 萬公噸。家庭及下游產業(尤其是含酒精飲料與乙醇)消費量的增加，也意味著 2022 年國內對新鮮木薯的需求預計將成長 14.0-16.0%，達到 1,420-1,440 萬公噸。

2023-2025 年展望

預估未來幾年內產量將再增加 1.5-2.5%，此得益於：(i)價格上漲將鼓勵農民增加種植面積並最大限度地提高收成；(ii)國內外下游產業的增長，以及烏克蘭與俄羅斯曠日持久的戰爭，造成對糧食安全的持續擔憂所導致的需求增強；(iii)可能有利的天氣條件。總出口預計每年成長 2.0-3.0%。其中：

- 木薯片：年出口量可望小幅增長 1.0-2.0%至 580-600 萬公噸，此得益於主要市場中國對木薯片用於動物飼料以及生產消毒酒精與乙醇的需求持續強勁(後者用於電源及建築行業)。
- 原澱粉：出口量預計每年增加 2.0-3.0%，達到 390-410 萬公噸，尤其是食品與飲料以及造紙產業的需求增強。然而，近年來中國

對柬埔寨、寮國、緬甸、越南、泰國(CLMVT)等國家木薯生產的投資有所增加，此將擴大競爭壓力。

- 修飾澱粉：由於全球需求強勁及下游產業的擴張(包括化妝品、食品與藥品)，預計海外銷售將達到 120-130 萬公噸(每年成長 3.0-3.5%)。
- 木薯顆粒：出口量將繼續徘徊在 15 萬公噸以下的水平。木薯顆粒的主要需求是用作動物飼料及生物能源(bioenergy)，但通常僅在其他作物無法獲得時作為替代品。
- 未來一段時間國內需求也將改善，預計每年增長約 3.0-4.0%，主因為：(i)Covid-19 疫情後食品加工業的復甦；(ii)用於生產乙醇；(iii)持續對健康的擔憂，將增加用於生產消毒酒精的木薯片之需求。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7875842&iz>

2023/02/14

作者：駐法國代表處經濟組

2023 年巴黎國際葡萄酒及烈酒展

法國國際廣播電台(RFI)報導，本年巴黎國際葡萄酒暨烈酒展(Wine Paris-Vinexpo 2023)於本(2)月 13 日在巴黎凡爾賽門展覽館隆重登場，為期 3 天，各國大盤商、酒商與餐飲業者均將參與，參展酒品主要來自歐洲，亦有美國、日本與智利等，共有 50 餘國業界代表共襄盛舉，近 3,400 家業者參展，可望達到 3 萬人次觀展。

上年法國為僅次於義大利之全球第二大酒品生產國，惟近年葡萄酒消費有減少之趨勢，部分酒莊(如波爾多地區)面臨結構性困境。前揭展覽主辦單位 Vinexposium 表示，酒品採購作業一般係於年初 2 月至 4 月間進行，本次展期正值關鍵時刻，盼促成最大商業交易量，鞏固巴黎在國際葡萄酒交易市場之地位，促進法國酒類產業發展。

法國葡萄酒及烈酒出口商聯合公會(FEVS)指出，法國酒類產業於地緣政治及通貨膨脹中充分展現韌性，葡萄酒與烈酒穩居法國出口主力項目，上(2022)年出口額計 172 億歐元，創造高達 157

億歐元之順差，僅次於航空產業。其他如香檳及伏特加出貨均分別增加 8.5%及 7.6%。干邑白蘭地銷量則下滑近 4%，主因係第二大出口市場中國之清零政策導致銷售停擺，惟農曆春節之後已漸復甦，嗣陸客恢復出國旅行可望進一步成長。至於法國干邑最大海外市場美國，上年銷量因需求放緩而小幅下滑 3.2%，除受通膨影響以外，亦面臨其他酒類如龍舌蘭酒、伏特加之競爭。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876127
&iz=6](https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876127&iz=6)

2023/02/15

作者：經濟部 / 駐阿根廷台北商務文化辦事處經濟組

阿根廷 Mendoza 省投資推廣簡報資料

阿根廷 Mendoza 省企業協會(Consejo Empresario Mendocino)表示，為協助該省招商引資，該組織與 Mendoza 政府訂於本(2023)年 3 月 3 日在該省舉辦第 4 屆商業暨投資論壇，提供該省投資推廣簡報供參，內容包括該省經貿概況、投資優勢、可投資之產業別、已於當地投資之跨國企業及成功案例等。

Mendoza 省位居阿國至智利間兩洋公路走廊內，在物流運輸方面具優勢，該省為農產品出口大省，盛產葡萄酒及大蒜，產品外銷全球 139 國，天然資源豐富，原油及天然氣開採分別名列阿國第 4 名及第 8 名，且擁有 Vaca Muerta 油田 30%之頁岩油蘊藏，同時積極發展再生能源，包括設立太陽能園區及風力與水力發電廠等。近年積極推動創新經濟，擁有 2 座科技園區，為阿國西部資通訊產業發展重鎮。

附件：阿根廷 Mendoza 省投資推廣簡報資料

[20230213 駐阿根廷代表處經濟組來文附件_阿根廷 Mendoza 省投資推廣簡報資料.pdf](#)

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876159>

[&iz=6](#)

2023/02/15

作者：經濟部 / 香港/台北經濟文化辦事處經濟組

中國大陸 2022 年 12 月規模以上工業增加值成長 1.3%

資料來源：中國大陸統計局 2023 年 1 月 17 日

中國大陸統計局公布，2022 年 12 月，規模以上工業增加值較 2021 年同期實際成長 1.3%，較 2022 年 11 月成長 0.06%；2022 年全年，規模以上工業增加值較 2021 年成長 3.6%。

三大門類方面，2022 年 12 月，採礦業增加值較 2021 年同期成長 4.9%，製造業成長 0.2%，電力、熱力、燃氣及水生產和供應業成長 7.0%。

經濟類型方面，2022 年 12 月，國有控股企業增加值較 2021 年同期成長 1.9%；股份制企業成長 3.5%，外商及臺港澳商投資企業下降 7.5%；私營企業成長 0.5%。

產業方面，2022 年 12 月，41 個大類產業中有 16 個產業增加值較 2021 年同期成長。其中煤炭開採和洗選業成長 3.7%，石油和天然氣開採業成長 6.7%，農副食品加工業下降 2.0%，酒、飲料和精製茶製造業成長 3.4%，紡織業下降 3.0%，化學原料和

化學製品製造業成長 11.0%，非金屬礦物製品業下降 1.8%，黑色金屬冶煉和壓延加工業成長 2.8%，有色金屬冶煉和壓延加工業成長 6.3%，通用設備製造業下降 3.4%，專用設備製造業下降 0.5%，汽車製造業下降 5.9%，鐵路、船舶、航空航天和其他運輸設備製造業成長 2.0%，電氣機械和器材製造業成長 10.8%，電腦、通訊和其他電子設備製造業成長 1.1%，電力、熱力生產和供應業成長 8.6%。

產品方面，2022 年 12 月，617 種產品中有 207 種產品產量較 2021 年同期成長。鋼材 11,193 萬噸，下降 2.6%；水泥 16,844 萬噸，下降 12.3%；十種有色金屬 595 萬噸，成長 7.3%；乙烯 265 萬噸，成長 4.6%；汽車 248.8 萬輛，下降 16.7%，其中新能源汽車 81.0 萬輛，成長 55.5%；發電量 7,579 億千瓦時，成長 3.0%；原油加工量 5,988 萬噸，成長 2.5%。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876227
&iz=6](https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876227&iz=6)

2023/02/15

作者：駐法國代表處經濟組

法國干邑酒莊寄望大陸解封可帶動其銷售反彈

法國費加洛報(Le Figaro)本(2)月 15 日報導，法國葡萄酒與烈酒穩居法國外貿之明星商品地位，去(2022)年創造 157 億歐元貿易順差，根據法國葡萄酒及烈酒出口商聯合公會 (la Fédération des exportateurs de vins et spiritueux français, FEVS) 統計，其中香檳或伏特加出貨均有成長，分別增加 8.5%、7.6%，干邑白蘭地銷量卻下滑近 4%。

由於價格上漲，去年干邑銷售額成長 9.3% 至 39 億歐元，其中出口占 97%，表現差強人意，若不計 2020 年受新冠疫情重擊之銷售紀錄，係 2014 年以來首度趨緩；法國干邑全國產業聯合會(Bureau National Interprofessionnel du Cognac, BNIC) 分析，此乃 2021 年報復性消費後回歸正常。

若以地區別觀察，其全球第 2 大市場的中國大陸銷量減少近 13%，主要因為當地疫情嚴峻與防疫限制導致市場在去年年底停擺；

FEVS 主席 César Giron 指出，農曆新年以來已見市場復甦跡象，免稅店向為干邑主要銷售通路，若大陸觀光客重新出國，可望挽救其銷售業績。至於干邑最大海外市場的美國，去年銷量因需求放緩而小幅下滑 3.2%；除因受通貨膨脹影響外，亦面臨其他酒類如龍舌蘭酒、伏特加等競爭之影響。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876251
&iz=6](https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876251&iz=6)

2023/02/17

作者：經濟部 / 駐智利台北經濟文化辦事處經濟組

智利本年 2 月森林火災延燒造成重大產業損失

本年 2 月初在智利中南部地區發生嚴重火災，除造成重大生命及財產傷亡外，受災最嚴重之 Ñuble、Biobío 及 La Araucanía 等區為智利重要農牧產區(產量占全國 30%)，對智利造成嚴重產業損失：

- 。 林業：為災損最嚴重產業，智利最大紙漿供應商 CMPC 公司(亦為全球主要紙漿供應商)即有 1 萬公頃木林被燒毀，另大型建築木材供應商 Arauco 損失 4 萬公頃木林，其餘中小型林業損失尚無法估算。
- 。 農牧業：森林大火毀損水果及蔬菜等作物，並對土壤造成長久破壞，需三至十年始能恢復耕種。火災另造成 4,600 隻雞、羊、牛等動物死亡，同時毀損大麥及玉米等動物飼料。
- 。 葡萄酒：葡萄樹直接被大火燒毀外，大火產生高溫濃煙亦同樣毀損葡萄樹，影響葡萄酒生產業者。
- 。 觀光業：目前災區內旅館訂房取消率已達 30%，而智利政府表示火災警示可能持續至本年 3 月，將增加旅遊行程及訂房退訂情形，並同步影響外國觀光客前往非災區旅遊意願。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876383>

[&iz=6](#)

2023/02/16

作者：經濟部 / 駐紐西蘭台北經濟文化辦事處經濟組

紐西蘭毛利原住民相關機構及其附屬單位的商品出口衰退

與 2021 年同期相比，毛利原住民相關機構及其附屬單位的商品出口總額在 2022 年 9 月季度下降了 26%。然而，同期紐西蘭的商品出口總額增長了 21%。

紐西蘭統計局表示，大幅下降是由於幾家主要企業在 2021 年同一季度享有高出口額。數據顯示，與 2021 年 9 月季度相比，毛利原民相關機構在 2022 年 9 月季度的銷售和出口有所減少，但就業有所增加。

從 2021 年 9 月季度到今年同一季度，總銷售額下降 8.3%，採購量增長 15.3%。紐西蘭統計局將毛利原民相關機構定義為接收、管理或管理由毛利人共同擁有的資產的企業。

數據來自對 1,463 個毛利相關機構及其附屬單位的調查。出口值 1.79 億紐元，減少了 6300 萬紐元（下降 26%）。銷售總額為 9.52 億紐元，下降了 8600 萬紐元，即 8.3%。

然而，同期就業人數增加了 2.4%，即 280 個工作機會，達到 11,830 個。採購總額為 7.16 億紐元，增長 9500 萬紐元或 15.3%。

出口先升後降，與 2021 年 9 月相比，2022 年 9 月當季的商品出口（不包括服務）下降了 26%，而同期紐西蘭所有商品出口增長了 21%，從 145 億紐元增至 176 億紐元。

Statistics NZ insights 分析師 Hannah Molloy 表示，一些主要的毛利企業在 2021 年 9 月季度的出口量很大。下降的很大一部分可歸因於兩類商品，一類是“機密物品”，另一類是魚類、甲殼類動物和軟體動物。M 女士表示，只有少數企業的出口類別被保密，以避免這些企業及其數據被發現，也許是他們的競爭對手。儘管本季度這些商品的出口量較低，但 2021 年 9 月季度的高出口值加劇了這一下降趨勢。由於規模較小，毛利企業可能比所有紐西蘭的同等行業受到更大的波動。

中國是毛利企業的首要出口目的地。在 9 月的兩個季度中，對中國的出口下降了 39%，從 5400 萬紐元降至 3300 萬紐元。奶粉、奶油和奶酪出口表現最好，兩個季度之間從 3100 萬紐元增加到 4200 萬紐元。

所有其他出口合計下降了 35%，從 2.1 億紐元降至 1.37 億紐元。 其他出口商品包括海鮮、肉類、機械和葡萄酒。

在 2021 年 9 月至 2022 年的季度中，初級產品和商品的銷售額降幅最大。 農業、林業、漁業和採礦業等第一產業的銷售額從 3.83 億紐元下降 7100 萬紐元或 18% 至 3.12 億紐元。 包括製造、建築和公用事業 (如電力、水和廢物處理服務) 在內的商品銷售額下降 2400 萬紐元或 11%，至 2.03 億紐元。

專業、科學、技術、行政和輔助服務方面，已連續兩個季度增長，銷售額增長 1000 萬紐元或 7.8%，達到 1.34 億紐元。 醫療保健和社會援助銷售額表現良好，從 2020 年 9 月季度的 4900 萬紐元增長 44.6% 至 2021 年同一季度的 7000 萬紐元，然後又增長 22.5% 至 8600 萬紐元。 服務業創造了額外的 510 個工作機會，比 2021 年 9 月季度增長了 6.7%，而第一產業在兩個季度中減少了 140 個工作機會，商品生產行業減少了 90 個工作機會。 紐西蘭統計局也表示，2021 年 9 月至 2022 年 9 月季度之間的變動可能會受到 2021 年 covid 限制的影響，包括邊境關閉。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資

訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，
讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876163&iz>

=6

2023/02/20

作者：經濟部 / 駐哥倫比亞台北商務辦事處經濟組

哥倫比亞 2022 年由於食材原料成本攀升，帶動餐飲價格上漲 19%

哥倫比亞共和報(La Republica)報導，依據哥倫比亞餐飲業公會(Acodres)及線上訂餐平台 Cluvi 公司研究資料，2022 年由於食材原料成本攀升，帶動餐飲價格上漲 19%。2023 年截至 2 月中旬由於食材價格居高不下，餐飲價格漲幅達 14.5%，雖疫情後餐飲業逐步復甦，平均每年產值約達哥幣 11 兆披索。

依據哥國線上訂餐平台 Cluvi 公司執行長 Fabián Carrillo 表示，導致餐飲上漲主要計有肉類蛋白質、蔬菜及酒精性飲料等。蒸餾酒及紅酒分別上漲 20.6%及 19.9%；海鮮 19.3%、汽水 19.1%、啤酒 18.31%。為餐食方面快餐上漲 17.9%、健康餐食 17.2%、紅肉 17.1%、食米 16.4%及麵食 16.2%。

哥國餐飲業公會(Acodres)會長 Guillermo Gómez París 表示，由於哥幣披索兌換美元 2022 年全年平均貶值近 20%，大幅帶動進口食品價格，倘餐飲業價格漲幅高於預期將導致客人流失之風險。

目前餐飲業面對最大風險來自因高通膨導致購買力降低，哥政府僅以貨幣政策升息至 12.75%是不足以對抗通膨，專家建議必須尋求如降低食品原料進口關稅、穩定外匯兌換匯率等方式協助產業渡過難關。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876463&iz>

=6

2023/02/21

作者：經濟部 / 駐英國台北代表處經濟組

英國 Brewdog 啤酒公司擴大中國市場業務

參考資料：BBC、Financial Times

日期：112 年 2 月 20 日

文號：駐英經 (111) 經字第 889/P200 號 (商情文號:第 889 號)

商情本文：

英國 Brewdog 啤酒公司頃宣布與中國 Budweiser 啤酒公司簽署合作協議，進軍中國市場。並於今年 3 月底始在位於中國福建省的 Budweiser 莆田啤酒廠開始代工生產 Punk IPA 和其他精釀啤酒(craft beer)，並預計在未來三年內在中國開設多家酒吧。中國 Budweiser 啤酒公司係由 Bud Apac 釀酒公司持有，而 Bud Apac 釀酒公司由全球最大的 AB InBev 釀酒商持有多數股權。

中國目前是世界上最大的啤酒市場，然而，Brewdog 啤酒公司在中國的銷售僅佔其總銷售額的不到 1%，2020 年，中國的精

釀啤酒產量已達到 650 萬石 (hectoliters) ，與啤酒總產量 3.4 1 億石相比，仍有甚大成長空間。

Brewdog 啤酒公司目前擁有 110 多家酒吧的國際網路，但在中國只有在上海靜安區 1 家。此次與中國 Budweiser 的合作是繼 2021 年與日本 Asahi 公司 達成協議後，在亞洲的第二次合作。

Brewdog 啤酒公司於 2007 成立，總部位於蘇格蘭，目前擁有 2300 多名員工，並在美國俄亥俄州、德國柏林和澳洲布里斯本設有啤酒廠。該公司原計劃於 2020 年在倫敦股上市，然而，由於 Covid-19 疫情導致的封城，而推遲該計畫。James Watt 執行長表示，Brewdog 目前暫時沒有立即上市的計劃，另根據 Brewdog 2021 年的財務業績，營業額達 2 億 1900 萬英鎊，但虧損約為 550 萬英鎊。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876557&iz>

2023/02/22

作者：經濟部 / 駐智利台北經濟文化辦事處經濟組

CPTPP 生效後可為智利經貿注入新動能

智利產業領袖如全國工業總會(SOFOFA)理事長 Richard von Appen、全國農業總會(SNA)理事長 Cristián Allendes 等企業界人士皆認為 CPTPP 生效後可進一步促進智利各大產業及經貿發展，專業人士則分析 CPTPP 將可為智利產業帶來以下眾多益處：

- 關稅優惠：智利許多農牧產品輸銷 CPTPP 成員國將更有價格競爭力，例如智利起司、奶粉、煉乳及雞肉等產品輸銷加拿大；智利牛肉、豬肉、雞肉、內臟、蜂蜜、鮮橙、橙醬、番茄醬等產品輸銷日本；智利葡萄酒、牛肉、雞肉、榛果、核桃、櫻桃、檸檬、酸橙、葡萄、酪梨和覆盆子等產品輸銷越南；智利啤酒、氣泡酒、葡萄酒、皮斯可酒等產品輸銷馬來西亞等皆將享有更優惠之關稅。
- 減少非關稅貿易障礙：智利產品出口至 CPTPP 成員國目前仍面臨非關稅貿易障礙，例如酒類產品之衛生證明、酒標等食品安全證明等，自 CPTPP 生效起可降低智利產品進入 CPTPP 成員國所需之時間、程序等成本。

- 其他好處包含關務便捷化、貿易數位化、中小企業國際化、提升服務業貿易等，而 CPTPP 的原產地累積規則亦可促進智利企業與產品擴大參與全球生產價值鏈。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876649&iz>

=6

2023/02/23

作者：經濟部 / 駐聖保羅辦事處經濟組

巴西啤酒 2022 年銷量成長 8%，受惠疫後各類活動復辦

巴西價值報(Valor)2023 年 2 月 16 日報導，根據巴西全國啤酒工業聯盟協會(Sindicerv)發布之數據顯示，巴西 2022 年啤酒銷量 154 億公升，較 2021 年同比成長 8%。

巴西全國啤酒工業聯盟協會(Sindicerv)指出，因疫情解封後，音樂、體育等重大活動復辦，直接反應至啤酒銷量成長。Sindicerv 協會另稱，啤酒為各類酒品中最受歡迎的酒類，啤酒品牌中以 Ambev、Skol 和 Brahma 銷量最佳，其次為 Antarctica、Itaipava、Nova Schin 和 Kaiser 品牌。

Sindicerv 協會亦指出，連鎖啤酒店銷售額 2022 年達 2,774 億巴幣(折約 555 億美元)，較 2021 年銷售額 2,316 億巴幣，成長 19.8%。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易局無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=7876705&iz>

=6