

Η Αγορά Τροφίμων και Ποτών της Ταϊβάν

Α. Γενικά.

Η αξία των λιανικών πωλήσεων τροφίμων και ποτών στην Ταϊβάν, το 2023, ανήλθε σε \$ 9,8 δισ., καταγράφοντας αύξηση ύψους 2,8%, σε σχέση με το 2022. Η δε αξία της παραγωγής της τοπικής βιομηχανίας επεξεργασμένων τροφίμων και ποτών ανήλθε σε \$ 30,0 δισ., ήτοι στο 5,7% της συνολικής αξίας της μεταποίησης της νήσου. Η στροφή των καταναλωτών προς την ευκολία και το αυξανόμενο ενδιαφέρον τους για την υγεία και την ασφάλεια των τροφίμων επέδρασαν στην τοπική βιομηχανία, η οποία ανταποκρίθηκε παράγοντας π.χ. γεύματα έτοιμα προς κατανάλωση και προϊόντα για την προστασία της υγείας του ανθρώπου. Τέλος, ο κύκλος εργασιών του τομέα της εστίασης της Ταϊβάν ανήλθε σε \$ 32,6 δισ., καταγράφοντας εντυπωσιακή αύξηση ύψους 84,2%, σε σχέση με το 2022, καθώς η νήσος εισήλθε και επισήμως στην μετά-COVID εποχή.

Β. Συνοπτική περιγραφή της αγοράς.

Το 2023, οι φυσικές και διαδικτυακές λιανικές πωλήσεις, καθώς και ο τομέας της εστίασης, σημείωσαν εξαιρετικές αποδόσεις, καταγράφοντας σημαντική ανάπτυξη. Μάλιστα, καθώς το σεληνιακό νέο έτος, το 2024, ξεκίνησε στα μέσα Φεβρουαρίου, ήτοι αρκετά αργότερα από άλλα έτη, πολλοί καταναλωτές προτίμησαν να εορτάσουν και τις «δυτικές» εορτές (Χριστούγεννα και Πρωτοχρονιά), γεγονός που οδήγησε στην κατά 7,5% ετήσια αύξηση της αξίας των πωλήσεων, τον Δεκέμβριο 2023. Επίσης, δεδομένου ότι ο πληθυσμός της Ταϊβάν εμφανίζει σημεία γήρανσης (τα άτομα άνω των 65 αποτελούν το 22,5% του συνολικού πληθυσμού), οι τάσεις που επικρατούν στην αγορά τροφίμων και ποτών είναι: α) η χαμηλή περιεκτικότητα σε πρόσθετα, β) τα επιπλέον οφέλη στην υγεία, γ) η σαφής σήμανση των προϊόντων, δ) η προτίμηση προς τα τοπικά προϊόντων, ε) η παρουσίαση δημιουργικών συνδυασμών και στ) η διοργάνωση έντονων διαφημιστικών εκστρατειών μέσω εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης.

Πλην τούτων, ο αριθμός γεννήσεων στην Ταϊβάν καταγράφει μείωση της τάξης του 5%, σε ετήσια βάση. Παράλληλα, αυξάνεται ο αριθμός των ζώων συντροφιάς. Συνεπώς, φαίνεται να διενεργείται, ενδεχομένως, μία σταδιακή μεταβολή της κοινωνικής διάρθρωσης, από τα παραδοσιακά, πολυμελή νοικοκυριά, σε μονομελή ή διμελή νοικοκυριά. Τούτο έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης προϊόντων τροφίμων και ποτών σε μικρές συσκευασίες. Επίσης, οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και περισσότερο υψηλής ποιότητας τροφές ζώων συντροφιάς, με σημάνσεις όπως «μηδενική περιεκτικότητα σε δημητριακά», «απουσία αλλεργιογόνων» και «πρωτεΐνη μοναδικής προέλευσης». Εκτιμάται ότι, η αγορά θα εξακολουθήσει να εστιάζεται σε ζητήματα διευκόλυνσης των καταναλωτών και ενίσχυσης της υγείας αυτών και των ζώων συντροφιάς τους.

Γ. Είσοδος στην αγορά – Διαδικασία Εισαγωγών.

Οι εξαγωγείς οφείλουν να αξιολογούν την δυναμική της αγοράς και των προϊόντων τους, συνυπολογίζοντας τους εκάστοτε εφαρμοζόμενους δασμούς, περιορισμούς πρόσβασης στην αγορά και κανονιστικές απαιτήσεις. Επ' αυτών, μπορούν να αναζητήσουν πληροφορίες στους εξής δικτυακούς τόπους: α) [Εφαρμογή Δασμολογικών Ποσοστώσεων](#), β) [Διαδικτυακό Δασμολόγιο](#) και γ) [Στατιστικά Εξωτερικού Εμπορίου](#). Συναφώς επισυνάπτεται αναλυτική Έκθεση Κανονισμών και Προτύπων Εισαγωγής Τροφίμων και Αγροτικών Προϊόντων στην Ταϊβάν, της Υπηρεσίας Εξωτερικού του Υπουργείου Γεωργίας των Η.Π.Α.

Επίσης, συνιστάται όπως οι εισαγωγείς επισκέπτονται την Ταϊβάν, κατά την διάρκεια Διεθνών Εκθέσεων ενδιαφέροντός τους, ώστε να αξιολογήσουν την αγορά και να συναντηθούν εκ του σύνεγγυς με πιθανούς αγοραστές.

Δ. Βασικοί εταιρείες παραγωγής και επεξεργασίας τροφίμων και ποτών.

Αν και υπάρχουν πλέον των 7.000 επιχειρήσεων παραγωγής τροφίμων στην Ταϊβάν, κυριαρχούν περίπου 27 εξ αυτών, οι οποίες είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών και πραγματοποιούν, συνολικά, ετήσιες πωλήσεις αξίας περίπου \$ 25 δισ. Στον Πίνακα που ακολουθεί, περιέχονται οι μεγαλύτερες εξ αυτών, οι οποίες παράγουν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων.

Εταιρεία	Ετήσιος κύκλος εργασιών	Προϊόντα
Uni-President	\$ 16,6 εκ.	Γεύματα έτοιμα προς κατανάλωση, ποτά, σνακ, γαλακτοκομικά προϊόντα, σάλτσες
Standard Foods	\$ 916 εκ.	Δημητριακά, γαλακτοκομικά προϊόντα, έλαια, τροφές για βρέφη, λειτουργικά ποτά
Namchow Group	\$ 649 εκ.	Αρτοποιήματα, κατεψυγμένα γλυκά, σνακ, στιγμιαία ζυμαρικά
Lian Hwa Foods	\$ 341 εκ.	Σνακ, στιγμιαία γεύματα, καρποί δένδρων
HeySong Corp.	\$ 303 εκ.	Ποτά

Ε. Βασικές τάσεις της αγοράς.

Εν γένει, οι καταναλωτές της Ταϊβάν ενδιαφέρονται για τρόφιμα και ποτά που προσφέρουν οφέλη στην υγεία και την διατροφή τους. Δημοφιλείς όροι μεταξύ των καταναλωτών είναι «χαμηλή έως και μηδενική περιεκτικότητα σε ζάχαρη/τεχνητές γλυκαντικές ουσίες/νάτριο/θερμίδες/υδατάνθρακες», «υψηλή περιεκτικότητα σε διατροφικές ίνες/βιταμίνες/ασβέστιο/πρωτεΐνες», «εμπλουτισμένο με κολλαγόνο/λεκιθίνη/ξανθοφύλλη/ανθοκυανίνη» και «ενισχύει την καρδιακή λειτουργία/την λειτουργία του πεπτικού συστήματος/τους μύες/τον ύπνο/τον μεταβολισμό».

Στ. Ανταγωνισμός.

Δεδομένης της σχετικά περιορισμένης γεωργικής γης, η οποία καλύπτει λιγότερο από 8 εκ. στρέμματα, η Ταϊβαν εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις εισαγωγές πρώτων υλών και τροφίμων. Βασικοί προμηθευτές χύδην αγαθών (καρποί σόγιας, αραβόσιτος, σίτος) είναι η Αυστραλία, η Βραζιλία και οι Η.Π.Α. Όσον αφορά στα γαλακτοκομικά προϊόντα, βασικοί προμηθευτές είναι οι Η.Π.Α. και η Νέα Ζηλανδία, η οποία, το 2013, υπέγραψε Συμφωνία Ελευθέρου Εμπορίου με την Ταϊβάν, που προβλέπει την κατάργηση των δασμών, εντός 12ετίας. Σημειώνεται ότι, πλην της Νέας Ζηλανδίας, η Ταϊβάν έχει υπογράψει συναφείς συμφωνίες με την Γουατεμάλα, το Εσουατίνι, την Ηπειρωτική Κίνα, το Μπελίζ, τις Νήσους Μάρσαλ, τον Παναμά, την Παραγουάη και την Σιγκαπούρη.

Z. Προϊόντα με καλές προοπτικές.

Προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά και παρουσιάζουν καλές προοπτικές πωλήσεων

Κατηγορία προϊόντων (HS Code)	Αξία εισαγωγών 2023 (\$ εκ.)	Βασικοί περιορισμοί στην ανάπτυξη της αγοράς	Παράγοντες ελκυστικότητας της αγοράς
Τυρί (04046): τσένταρ, μοτσαρέλα, νωπό τυρί, τυρί σε λωρίδες (string cheese)	188	Συμμόρφωση με όρια περιεκτικότητας συντηρητικών στο μεταποιημένο τυρί	Νέα αγορά, με περιθώρια ανάπτυξης. Αυξανόμενη κατανάλωση, κυρίως λόγω της διάθεσης έτοιμων προς κατανάλωση τροφίμων από τα καταστήματα αλυσίδων λιανικής πώλησης.
Καρποί δένδρων (0802/080132): καρύδια, αμύγδαλα, καρύδια πεκάν, κουκουνάρια, φιστίκια, φουντούκια Αυστραλίας, καρύδια ανακαρδιοειδών	114	Ανταγωνιστικές τιμές προϊόντων προέλευσης Αυστραλίας και Ιράν	Καταναλωτές που δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην υγεία. Διάφορες εφαρμογές στην παραγωγή σνακ, ποτών και αρτοποιημάτων
Μη γενετικώς τροποποιημένοι καρποί σόγιας (1201900092)	80	Ανταγωνιστικές τιμές προϊόντων προέλευσης Καναδά	Χορτοφαγική αγορά σημαντικού μεγέθους με αυξανόμενη ζήτηση φυτικής πρωτεΐνης
Αποξηραμένα φρούτα (0813/080620): σταφίδες, βακκίνια, κεράσια, χουρμάδες, σύκα	35	Συμμόρφωση με επιτρεπόμενες χρήσεις και συγκεντρώσεις γεωργικών φαρμάκων	Αυξανόμενη ζήτηση για την αρτοποιία
Χοίρειο κρέας (0203)	330		Έντονη ζήτηση για έντερα και άλλα βρώσιμα μέρη
Αλιεύματα (03)	1.904	Ανταγωνιστικές τιμές προϊόντων από τις γειτονικές ασιατικές χώρες	

Προϊόντα που δεν κυκλοφορούν ευρέως στην αγορά και παρουσιάζουν καλές προοπτικές πωλήσεων

Κατηγορία προϊόντων (HS Code)	Αξία εισαγωγών 2023 (\$ εκ.)	Βασικοί περιορισμοί στην ανάπτυξη της αγοράς	Παράγοντες ελκυστικότητας της αγοράς
Κατεψυγμένα φρούτα (081190): μαλακοί καρποί	13	Έλλειψη γνώσης για προμηθευτές του εξωτερικού	Αυξανόμενη καταναλωτική ζήτηση
Συμπύκνωμα πρωτεΐνης τυρογάλακτος (350290)	4	Έλλειψη ενημέρωσης για τις προδιαγραφές και τις εφαρμογές του προϊόντος	Η γήρανση του πληθυσμού οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης προϊόντων αυξημένης διατροφικής αξίας
Λυκίσκος σε κώνους, νωπός ή αποξηραμένος (1210)	1,4	Ανταγωνιστικές τιμές προϊόντων προέλευσης Γερμανίας	Αυξημένη δημοφιλία ζύθου τύπου IPA
Συμπυκνωμένοι χυμοί φρούτων (2106907000)	2,5	Συμμόρφωση με την ταξινόμηση βασικών φρούτων για χρήση σε συμπυκνώματα χυμών των Εθνικών Προτύπων της Ταϊβάν	Διευρυνόμενες εφαρμογές για τους παραγωγούς ποτών, όχι μόνο για την παραγωγή χυμών, αλλά και ανθρακούχου νερού με γεύσεις
Καφές (όχι ψημένος) (090111)	194	Ανταγωνιστικές τιμές προϊόντων προέλευσης Κεντρικής και Νοτίου Αμερικής	Διεύρυνση της κατανάλωσης, κυρίως λόγω της αύξηση του αριθμού των καταστημάτων πώλησης ροφημάτων καφέ
Πάναξ η γινσένη, νωπή (12112040)	8,3	Δεν έχουν καθορισθεί ορισμένα ανώτατα όρια καταλοίπων γεωργικών φαρμάκων	Η γήρανση του πληθυσμού προκαλεί ένταση του ενδιαφέροντος για την παραδοσιακή ιατρική

Η. Δικτυακοί τόποι ενημέρωσης.

Όνομασία	Επίσημος Δικτυακός Τόπος
Υπουργείο Γεωργίας	https://eng.moa.gov.tw
Διοίκηση Τροφίμων & Φαρμάκων	https://www.fda.gov.tw/ENG/index.aspx
Σύνδεσμος Ανάπτυξης Βιομηχανίας Τροφίμων	http://www.tfida.org.tw
Σύνδεσμος Τροφίμων	http://www.foodtw.org.tw
Σύνδεσμος Ποιοτικών Τροφίμων	http://www.tqf.org.tw/en
Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ποτών	http://www.bia.org.tw/zh-tw/a;-10647/English.html
Σύνδεσμος Αλευρόμυλων	http://tfma.industry.org.tw
Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ζωοτροφών	http://taiwanfeed.org.tw/Company_en/about1.aspx
Ίδρυμα Έρευνας & Ανάπτυξης Βιομηχανίας Τροφίμων	https://www.firdi.org.tw/En)Firdi_Index.ASPX
Ίδρυμα Έρευνας & Ανάπτυξης Προϊόντων Σιτηρών	https://www.cgprdi.org.tw
Food Next Media	https://foodnext.net

Συν.: Είκοσι (20) σελ.

Γραφείο Ο.Ε.Υ. Πεκίνου
Απρίλιος 2024