

南華大學科技學院資訊管理學系

碩士論文

Department of Information Management

College of Science and Technology

Nanhua University

Master Thesis

探討食用油通過清真食品認證以推廣到國際市場

—以 M 合作社為例

Discuss Edible Oil Pass the Halal Certification

to Promote to the International Market

--Take M Cooperative as an Example

涂淑靜

Shu-Ching Tu

指導教授：陸海文 博士

Advisor: Hai-Wen Lu, Ph.D.

中華民國 110 年 6 月

June 2021

南華大學  
科技學院資訊管理學系  
碩士學位論文

探討食用油通過清真食品認證以推廣到國際市場  
—以 M 合作社為例  
Discuss edible oil pass the halal certification to promote to the  
international market  
—Take M Cooperative as an example

研究生：余淑靜

經考試合格特此證明

口試委員：  
翁振益  
黃武隆  
陸海文

指導教授：陸海文

系主任(所長)：陳信良

口試日期：中華民國 110 年 06 月 05 日

## 南華大學資訊管理學系碩士論文著作財產權同意書

立書人： 涂淑靜 之碩士畢業論文

中文題目：探討食用油通過清真食品認證以推廣到國際市場-以 M 合作社為例

英文題目：Discuss edible oil pass the halal certification to promote to the international market—Take M Cooperative as an example

指導教授： 陸海文 博士

學生與指導老師就本篇論文內容及資料其著作財產權歸屬如下：

共同享有著作權

共同享有著作權，學生願「拋棄」著作財產權

學生獨自享有著作財產權

學生：涂淑靜 (請親自簽名)

指導老師：陸海文 (請親自簽名)

中華民國 110 年 06 月 21 日

南華大學碩士班研究生  
論文指導教授推薦函

資訊管理系碩士班涂淑靜君所提之論文  
探討食用油通過清真食品認證以推廣到國際市  
場-以 M 合作社為例  
係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授

陸海文

\_\_110\_\_年\_\_06\_\_月\_\_21\_\_日

## 誌 謝

108 年某日，在陸海文老師的鼓勵下進入南華大學成為科技學院資訊管理所的學生，數十幾年來從事製油業與國際貿易業，未曾想過有朝一日會成為資管所的學生，此決定非常意外，也不在原來的生涯規劃裡，但是面對全球數位化浪潮及產業競爭激烈下，對於資管所的課程開始產生莫大的學習興趣，經過學術殿堂薰陶後，態度轉為支持特助吳宸宇及吳季霖所希望的電子商務發展，以跟上全球數位學習與應用的趨勢，雖然在校上課時間仍覺不足，但是非常珍惜單純的校園生涯，跟師長及同學們相處非常愉快，以修習更多學分充電為樂。

本論文得以順利完成，最大的功臣就是我的指導教授陸海文老師，他總是耐心教導學生，恩威並濟，讓同學們不得不努力認真學習，雖然我的統計不太好，非常感謝陸海文老師的包容與諒解，畢竟已離開校園良久。

上課期間同時要擔任各大學業師與碩專生具挑戰性，感謝陳信良主任的推薦，有機會向年輕學子分享「如何打造生涯規劃」議題，在陳主任的課程上閱讀論文並學習到知識管理的重要；感謝王昌斌老師傳授電子商務理論，介紹嘉義大學食品科學系王老師認識，讓合作社與實驗室產生部分連結；感謝陳宗義老師指導企業電子化這門學科，我認真閱讀了老師推薦的好書並順利完成報告；感謝吳光閔老師精心規劃資訊創意與教育課程，每堂課都感受良多且在老師的課程中提升創造力與想像力；感謝尤國任老師策略管理這門課程的指導，師生共同研討的教學方式激發許多解決問題的能力，面對全球化激烈競爭的內部組織與外部環境能成功制定策略以展開異業結盟與合作。

能夠重返校園，在南華大學美好的環境中上課真是幸福快樂的事。我要感謝系上助理楊依璇小姐耐心協助，讓畢業前的程序得以順利完成。謝謝我的家人在我上課及寫作業時毫無怨言承擔我的工作，讓我全力以赴，在此，我想鼓勵大家應該到校園好好充電以實踐終身學習的目標。

涂淑靜  
謹誌於 110 年 06 月

探討食用油通過清真食品認證以推廣到國際市場  
—以 M 合作社為例

Discuss Edible Oil Pass the Halal Certification  
to Promote to the International Market  
--Take M Cooperative as an Example

學生：涂 淑 靜

指導教授：陸 海 文

南華大學科技學院資訊管理學系

中 文 摘 要

「保證責任嘉義縣梅山茶油生產合作社」創辦人也是前理事主席吳鎮森先生從小在嘉義縣梅山鄉的製油廠長大，榨油技術非常純熟，因兄弟分家分配到農地，吳鎮森先生於民國 95 年 4 月召集梅山鄉三十位農民好友成立嘉義縣梅山茶油生產合作社，由於農委會農地農用的政策，原為製油廠附設曬場與倉庫的農地以合作社為名，取得官方認可的正式經營權，後來，經過多年努力，梅山茶油生產合作社不但是台灣第一家專職生產高檔食用油的合作社也是知名的食用油上游生產製造商。

合作社成立之初，必須面對許多困境及難題，例如：資金不足下如何避免惡性競爭？如何作出市場區隔？如何與農民進行實質合作以延續在地超過一甲子的製油業？如何將台灣在地好油逐步推廣至更多國家？

本研究主要在針對合作社發展進行 SWOT 等分析以及如何通過清真食品認證並順利將產品推廣到國際市場，最後探討各種國際認證通過後如何行銷以幫助合作社成長。

關鍵字：苦茶油、合作社、清真食品認證、SWOT 分析與策略分析

# Discuss Edible Oil Pass the Halal Certification to Promote to the International Market--Take M Cooperative as an Example

Student: Shu-Ching Tu

Advisor: Dr. Hai-Wen Lu

Department of Information Management  
Nan Hua University

## ABSTRACT

Mr. Chen Sen Wu, the founder of the Mei Shan Tea Seed Oil Manufactory Cooperation and the former chairman, grew up in an oil pressing factory and was familiar with oil pressing technology. Due to the separating of the family property, Mr. Wu got the factory and the attached farmland. In April 2006, 30 friends of farmers in Mei Shan area were invited by Mr. Chen Sen Wu to establish a Mei Shan Tea Seed Oil Manufactory Cooperation which was located in Chiayi County. According to the Council of Agriculture, Executive Yuan, the farmland only can be used by agriculture. Mei Shan Tea Seed Oil Manufactory Cooperation became the first cooperative in Taiwan which specializes in the production of high-quality edible oil.

In the beginning of establishment, the cooperation had to face many difficulties, such as: How to avoid vicious competition under insufficient funds? How to make market segmentation? How to cooperate with farmers to continue our local edible oil production industry? How to gradually promote local edible oil of Taiwan to more countries?

This research is mainly using SWOT to discuss the development of cooperation, how to pass halal food certification and successfully promote their products to the Muslim market. At the last, discuss the marketing strategies for helping the development of cooperation.

**Keywords:** Camellia oil, cooperation, Halal food certification, SWOT and Strategic Analysis.

# 目 錄

論文著作財產權同意書.....	i
論文指導教授推薦函.....	ii
誌謝.....	iii
中文摘要.....	iv
ABSTRACT .....	v
目錄.....	vi
圖目錄.....	viii
表目錄.....	ix
第一章 緒論 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究動機與方法 .....	1
第三節 研究問題與目的 .....	2
第四節 研究範圍與限制 .....	2
第五節 研究流程 .....	2
第二章 合作社文獻探討與發展現況 .....	3
第一節 合作社起源與定義 .....	3
第二節 合作社之社員組織 .....	4
第三節 案例發展現況 .....	5
第四節 清真食品文獻 .....	6
第五節 策略分析相關文獻 .....	6
第三章 研究方法 .....	9
第一節 研究方法與對象 .....	9
第二節 研究架構 .....	9
第三節 SWOT 分析 .....	10
第四節 STEEP 與 STP 分析.....	12
第四章 清真食品認證.....	14
第一節 食用油取得清真食品認證的過程與條件 .....	14
第二節 拓銷歷程 .....	18
第三節 東協國家經貿環境探討 .....	18
第四節 「2010 年生活用品赴東南亞拓銷訪問團」參展效益.....	20
第五章 合作社清真產品的推廣與持續取得清真食品認證.....	22
第一節 台北清真寺清真食品認證 .....	22
第二節 清真產品驗證單位與臺灣代辦單位 .....	23
第三節 清真認證之本質、內涵、執行內容與申辦流程 .....	25
第六章 個案研究結論與建議.....	26
參考文獻.....	28
文獻探討.....	29

附件(一)中國回教協會清真食品認證.....	31
附件(二)台北清真寺清真食品認證.....	32
附件(三)外交部簽署之中華民國文件證明書.....	33
附件(四)巴勒克清真產業有限公司清真食品認證.....	34
附件(五)外交部-中華民國文件證明.....	35
附件(六)台北駐新加坡貿易辦事處簽核文件.....	36



# 圖目錄

圖 2-1 合作社組織圖 .....	4
圖 3-1 研究架構流程圖.....	10



## 表 目 錄

表 2-1	以 SWOT 分析之論文整理表.....	7
表 2-2	採用 STP 分析法之論文歸納表.....	8
表 3-1	案例之 SWOT 分析表.....	11
表 3-2	案例之 STEEP 分析表.....	12
表 3-3	案例之 STP 分析表.....	13
表 4-1	中國回教協會清真食品認證申請表 .....	14
表 4-2	認證產品中英文名稱及成份列表.....	15
表 4-3	檢附文件項目表.....	15
表 4-4	生產線與器械清洗方式表.....	16
表 4-5	梅山茶油生產合作社清真食品認證與獲獎紀錄表.....	17
表 5-1	合法 (HALAL) 食品及禁止食用 (HARAM) 表.....	22
表 5-2	國際清真食品驗證單位彙整表.....	23
表 5-3	臺灣清真驗證機構表.....	24

# 第一章 緒論

此章節針對本研究對象進行分析、依序為研究背景、研究動機與方法，研究問題與目的、研究範圍與限制、研究流程。詳細內容如下：

## 第一節 研究背景

「保證責任嘉義縣梅山茶油生產合作社」(以下均簡稱"案例"或"合作社")成立時間為民國 95 年 4 月 27 日，是台灣第一家成立的專業苦茶油生產合作社。至 2020 年已在地經營 73 年，專業製造高檔食用油及銷售的經驗十分豐富。食用油系列包括苦茶油、黑麻油、南瓜子油、印加果油等廣受消費者好評，合作社特助吳宸宇和吳季霖從油品中研發出來的四種醬料備受喜愛。「案例」主要生產各種高檔食用油、副產品進行加工及銷售業務為主。生產方面包括組織社員與農民調節產季、增加設備、提高榨油技術；加工及運銷的部分則聘請專業專職之技術人員操作各項設備以從事苦茶油、食用油生產製造，讓油品從品種、育苗、製造至銷售達到高品質要求；供給部分則提供苦茶籽、苦茶油、苦茶餅、苦茶粉、苦茶殼及其他油品及周邊商品批發及零售給國內外中下游廠商及消費者。

合作社經常接待外賓及團體訪廠，實地參訪與體驗後加深印象，提高消費者購買率。每年主辦產業相關課程及說明會，增進官方、業者與農民互動交流外還能傳播相關領域的知識。理事主席經常受邀到各大學進行授課，以教育方式進行專業知識之傳遞，讓更多人了解食用油的正確知識。

「合作社」成立以來遵循「品質第一」與「客戶優先」的信念，生產「純正、原始、健康，自然、無添加」的油品、從嚴選品種、育苗到生產全程控管、採用「壓榨」製程。讓農民能夠增加收入、專技人員致力於生產、消費者吃得安心又健康。合作社努力與國際接軌、希望將台灣生產之油品行銷更多國家。合作社愛護土地，鼓勵農民將檳榔轉種油茶，為友善大地，支持環保綠色之綠色循環經濟產業。

## 第二節 研究動機與方法

合作社成立之初，面臨許多困境，包括自有資金、員工、設備、通路不足及削價惡性競爭等諸多難題，只好採取一些方法渡過困難：1. 將僅有的設備抵押貸款以取得購買原料的資金。2. 透過同業摯友出手相助。3. 由於過去合作期間信用良好，與貿易公司取得共識，接受延遲付款。4. 客戶能夠體諒難處，以預支貨款方式得以渡過難關。

面對困難處境、內外交迫情勢，一方面另覓人才重新培訓生產技能，另一方面則需開啟新的藍海市場以避免紅海市場惡性之爭。於 2010 年 3 月成立長壽田國際貿易公司，以公司之名申請低利貸款，節省中間費用，固守顧客信用同時也積極參展，逐漸累積知名度，走向同類產品競爭較少的國際市場。

本研究除探討清真食品認證的重要性及研究合作社如何成功取得清真認證並且與國際接軌順利將產品推廣到國際市場。

### 第三節 研究問題與目的

本研究旨在探討及歸納上述研究問題，本研究欲達成之目的如下：

- 一、研究清真認證單位。
- 二、研究如何成功取得清真認證？
- 三、與清真食品相關的國內外文獻資料收集。
- 四、清真食品認證取得後如何將產品行銷到清真市場？
- 五、確定清真食品認證努力的方向，及後續的推廣與成效。

### 第四節 研究範圍與限制

#### 一、研究範圍

本研究以通過三個清真食品認證的「案例」作為調查對象。

#### 二、研究對象限制

本研究所需之資料，以單一合作社為研究對象。

三、研究所得的結果，受限於研究者設定之主題，研究內容與遣詞用字等會影響到研究結果，故形成本研究的限制。

### 第五節 研究流程

據個案的研究背景、研究動機與方法、研究問題與目的、文獻的蒐集與整理後，本研究之研究流程如下：

1. 確立研究主題
2. 研究單位背景
3. 研究動機與方法
4. 研究問題與目的
5. 研究範圍與限制
6. 研究流程
7. 研究對象與資料收集
8. 研究結果
9. 研究討論
10. 研究建議

長期以來，合作社不若農會受到政府高度重視，只能以有限的設備、人力與資源做事。本研究之個案突破現狀與限制，從研究流程中了解個案之背景找出研究方法，之後對於個案所面臨的問題從研究中獲得研究結果，以提出研究個案之報告與建議。

## 第二章 合作社文獻探討與發展現況

此章節針對本研究進行文獻資料蒐集、分析、整理與回顧，內容共分五節：第一節為合作社的起源與定義之相關文獻；第二節為合作社組織；第三節合作社發展現況；第四節清真食品相關文獻；第五節為策略分析相關文獻。詳細內容如下：

### 第一節 合作社的起源與定義

英國工業革命於 18 世紀興起後，農民被迫成為廉價勞工，受到資本家嚴重的剝削。1844 年英國曼徹斯特蘭開夏郡鎮上，有工人購買便宜的食物及日常用品，成立一家商店「Rochdale 公平先鋒社，社員以較低的價格共同購買民生物資，在 1855 年時有一千四百多位社員加入，至 1870 年已高達五千多人，是世界上第一個經營成功的合作社。「Rochdale 原則」其綱領與章程沿用至今，成為全球合作社運作的良好典範。(資料來源:1)

1895 年國際合作聯盟成立，為世界上最早成立及規模最大的非政府組織之一。20 世紀初期的歐洲以消費合作為主體，主要對象為勞動階級，1960 年代之後，從消費合作擴展到農業合作。合作社的定義分述如下：

1. 英國(C. R. Fay) 合作社:以聯合經營為目的之結社，由經濟地位較弱者，本著大公無私的精神而經營之，他們善盡社員責任後，按各人利用合作社的程度大小比例獲得報酬。

2. 美國研究合作事業學者(J.Baker)認為合作社為自享的團體，全體社員擁有公平的支配權，社員可分配盈餘。

3. 1995 年國際合作聯盟 (ICA) 正式定義：「合作社基於共同所有及民主管理的企業體，滿足共同的經濟、社會、文化需求與願望，自願結合之自治團體。」(孫炳焱譯 1996)。

4. 我國合作社法第一章第 1 條立法目的及定義：「依平等原則，互助組織基礎上，共同經營謀得社員經濟利益與生活之改善」。

5. 我國合作社法第一章第 4 條規定：「保證責任」為社員以所認股額及保證金額負其責任。當合作社財產不足以清償時，社員除犧牲股金，須另外出資償還負債，但依所認股金之保證倍數為限，超過此限，雖債務未清，社員不負其責。合作社法第三條規定：「生產」為經營各種加工、製造及生產之一或全部業務。(資料來源:2)

「案例」於民國 95 年 4 月 27 日向嘉義縣政府登記，合作社正式成立後已加入嘉義縣農業合作社聯合社與台灣區農業合作社聯合社。

## 第二節 合作社之社員組織

「案例」目的為增加社員生產技術提升、生產收益及共同運銷之發展。社員大會為本社最高權力機關，2019 年新進社員 9 位，2020 年社員人數共計 30 位。合作社成立後，需要聘請專人運作社務，組織圖如下：

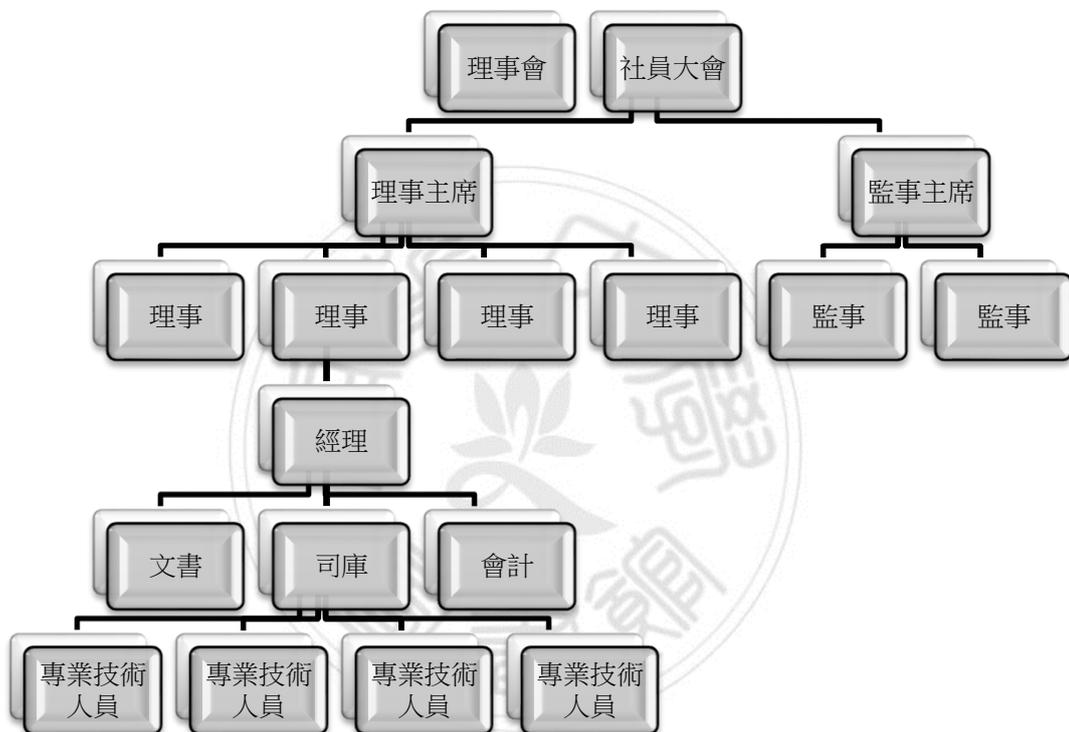


圖 2-1 合作社組織圖

依據民國 105 年 3 月 18 日所發布合作社組織編制及人事管理準則規定，合作社之社員組織包括社員、社員組織及聘任職員。社員大會或社員代表大會，為合作社決策及最高權力機關。聘任職員由理事會公開考選任用，或授權總經理或經理主管公開遴選，提請理事會後公開任用。(資料來源 3)

### 第三節 案例發展現況

「梅山茶油生產合作社」創辦人吳鎮森先生平日熱心公益、造福鄉里，除連任嘉義縣食油商業同業工會常務理事外，亦高票當選台灣茶油產業推廣策進會理事。策進會為因應2013年食用油風暴以及提升產業、增加農民福祉等需要，在行政院農委會指導下，於2015年加入「油料育種栽培、加工多元應用、機能性驗證」三大面向的行列。為此，合作社歷年來承辦相關課程，邀請產業界、官方代表、學術界、研發單位與農民共襄盛舉，大力推廣「檳榔轉作油茶」計畫，鼓勵農民將檳榔砍除，改種植水土保持力高、出油率高的豐產型大果種油茶。由於台灣中南部與東部種植大果種油茶歷史悠久，結果率高，大果平均出油率為百分之二十八較小果平均出油率百分之二十五為高，大果經濟價值較小果高，深受台灣農友青睞，政府結合民間共同推動油茶種植，在降低國人口腔癌罹患率及預防糧食危機上有所助益。

為增加油茶產量、確保原料來源穩定，鼓勵農民大量種植，合作社以契作收購或代工方式取得共贏的合作效益。創辦人吳鎮森先生與專業農民李坤霖場長合作育苗超過20萬株，全台契作農民87位，李場長指導農民成立兩座育苗場，共有三座育苗場供應種苗。合作社致力推動台灣農民種植具保健效果的油茶，經過林試所李雅琳博士實測結果安定指數高，至2021年合作社已承辦六年課程及活動，就油茶管理等實務作示範教導以利油茶產業全面發展。

歷年來合作社承辦過油茶整枝修剪技術、合理化施肥管理、油茶病蟲害知識與防治方法、無毒栽培、有機耕種等活動，於2019年6月主辦無毒栽種課程及品油會，希望讓消費者實際體驗後了解如何選擇優質苦茶油；2020年6月12日續辦田間管理課程及梅山油茶園區實地進行參訪；2020年9月26日台灣茶油品質提升研討會上，理事主席與食品所朱燕華研究員共同擔任與談人，討論茶油加工品質管理議題並提出許多建言。

在嘉義縣政府農業處與嘉義辦事處共同輔導下，合作社於2020年10月協助契作的農民取得產銷履歷，從生產到包裝，進行全程記錄，宣導台灣良好農業規範(TGAP)，進而實踐產銷履歷之精神，續辦田間管理課程及安排產業界、官方代表、學界及農民進行實地參訪活動，除推廣自有品牌外也幫忙大廠及許多品牌代工。

合作社推廣「檳榔轉作」不遺餘力，110年農糧署通過「輔導果樹轉作及品種更新細部計畫」，將試驗改良場所培育之油茶納入補助，為農友造福。在農地合法使用及植株生長與管理良好條件下，農民可向土地所在之農民團體(如合作社)申請登記，實地勘查符合條件後，向種苗授權單位提出申請，檢附相關證明即可，惟檳榔必需在年度內完成廢園及轉作。此外，為輔導農友提升技術、增加轉作品種、減少經濟壓力，承辦教育訓練及觀摩可納入此案辦理。

## 第四節 清真食品相關文獻

伊斯蘭教為全球最有影響力的宗教之一，信仰伊斯蘭教的人稱為穆斯林。教法對於穆斯林生活中的衣食住行有所規範，Halal 為「合法」與「許可」之意；穆斯林食用之食品稱為「清真食品」。由於食品加工技術提升，須透過清真食品的認證，方能分辨食品是否符合伊斯蘭教義，讓消費者安心選購。經過驗證單位的把關，可減少穆斯林消費者誤買或誤食非清真(Haram)食品的機會。

合法清真食品的規則源自回教真主阿拉給使者穆罕默德的《可蘭經》。《可蘭經》以「潔淨」和「佳美」作為人類食物的標準。「清真食品」有許多嚴格的規定，吃豬肉對回教徒來說，是不被允許的。所以飲食、用品不能含有豬肉、豬油、豬皮等成分外，實際內容和規則要比這些概念複雜得多(資料來源 4，馬孝棋，2010)。

## 第五節 策略分析相關文獻

此章節針對策略分析相關文獻蒐集、為深入了解研究個案「案例」的優勢條件與發展不利條件，找出解決問題的辦法，因此進行 SWOT、STEEP 及 STP 分析，詳細內容如下：

### 2.5.1 SWOT 分析：

SWOT 分析又稱強弱危機分析法，即企業進行優勢 (Strengths) 與劣勢 (Weaknesses) 分析，為簡單的現狀分析模式，由 1969 年合著「Business Policy:Text and Cases」(E.Learned,C,2019)提出的分析工具，此分析兼顧內部 (優點、弱點) 與外部 (機會、威脅) 檢視的方法。學者 Wehrich (1982) 提出將內部優點、內部缺點與外部環境的機會、外部環境的威脅點以矩陣 (matrix) 方式呈現形成行動方案。企業管理常使用 SWOT 分析，是決策者集中思維的良方，分析事業好壞的面向、提出優、缺點，規劃改善影響組織長遠生計的問題 (林潔盈譯，2002)。

SWOT 分析自 1970 年代被企業組織用於分析策略、規劃目標計畫以來，引導邏輯及系統性思考分析模式，對今日管理有巨大貢獻。善用 SWOT 分析，作為設計、評估及策略擬定，為有效的利器。(周郁喆，2010；轉引自張崇山，2007)。在企業發展前，以 SWOT 分析法進行全面性及深入的分析及探討，以此制定企業具競爭優勢之策略。

表 2-1 以 SWOT 分析之論文整理表:

年代	學者	內 容
2004	謝琬倫	以 SWOT 分析私立幼稚園組織經營策略
2004	葉連祺 林淑萍	以 SWOT 分析在國內中小學行政決策應用之檢討及改進
2005	陳昭靜 鄭凱文	以 SWOT 分析星巴克咖啡連鎖店之經營策略.
2006	張淑青	以 SWOT 分析澎湖淡季觀光策略性行銷
2010	謝秀芳 蘇慧慈	以 SWOT 分析我國柔道運動競技現況及戰術應用
2010	黃明義 黃宏裕	以 SWOT 分析 2009 年世運會新興項目浮士德球未來走向
2011	黃志翔	以 SWOT 理論探討新移民子女教育策略
2011	宋慶財 李雪香	以 SWOT 矩陣分析五溝村客家伙房民宿永續發展可行性
2012	李思璇 程紹同	以 SWOT 理論分析 Club Med 臺灣品牌行銷策略
2012	陳榮聰 戴劍鋒 彭克仲	以 SWOT 矩陣分析花蓮縣富里鄉農會碾米廠競爭優勢
2015	王克武 賴姍姍 黃安文	以 SWOT 分析探討民間參與校園休閒運動中心經營
2016	謝政勳	以 SWOT 分析農村再生培根計畫策略
2016	盧昭蓉 麥綉婉	以 SWOT 分析博物館教育活動發展策略
2016	黃彥棋 徐茂洲 洪宏禎	以 SWOT 矩陣分析威秀影城行銷策略

## 2.5.2 STEEP 與 STP 分析:

STEEP 以企業為分析對象，將企業所處的各种環境進行分析，從環境的變化中預見及判斷市場之狀況作為發展戰略。

STP 為三個英文單字的組合，分別是市場區隔 S (Segmentation)、目標市場 T(Targeting)、定位 P (Positioning)，將廣大市場做區隔，從中找到目標市場，然後在目標市場中找到發展的定位。

採用 STEEP 及 STP 進行分析，為發掘研究對象的驅動因子，探討潛在需求，找出成長契機。前者是對企業所面對的社會環境、技術環境、經濟環境、生態環境和政治法律環境等項目分析，判斷企業大環境，判斷市場給企業的機會和威脅，提供企業發展；後者是針對目標市場做市場定位及市場區隔後執行計畫，從全球市場及國內市場中找到新的市場與契機。

表 2-2 採用 STP 分析法之論文歸納表:

年代	學者	內容
2005	雷文谷	以 STP 分析兄弟象職業棒球隊行銷策略
	陳元陽	
	鄭錫欽	
2007	許世芸	以 STP 分析澎湖休閒藝文民宿發展策略
	李淑梅	
	蘇智鈴	
2008	王培廉	以 STP 分析建設公司豪宅行銷策略
2011	詹芃儀	以 STP 分析臺北市影視目標市場行銷策略
2014	趙明樺	以 STP 分析兩岸 EMBA 菁英論壇台灣入境觀光策略
2014	施昇昌	以 STP 分析立姿步行復健機設計研究策略
	唐蔚	
	陳青森	
2015	陳穆臻	以 STP 分析便利商店之生鮮食品品類管理
	蕭宇翔	
2016	梁峻偉	以 STP 分析高雄市內門區養護中心行銷推廣組合策略

## 第三章 研究方法

「案例」在民國 100 年 3 月從中國回教協會、106 年 9 月在台北清真寺、108 年 8 月於巴勒克清真認證公司分別取得三個清真食品認證後，連續數年在國際上榮獲大獎殊榮，因此本章首先以取得「中國回教協會」清真食品為例，探討食用油如何通過清真食品認證以推廣到國際市場。

### 第一節 研究對象與方法

本研究採用個案研究法，係針對「案例」蒐集資料，對個案問題深入剖析其前因後果，尋求問題解決的途徑。透過收集的有效資料，從個案研究中，獲得處理個案的方法及原理原則，落實研究個案的務實發展。

本個案研究目的為：

1. 分析個案過程、蒐集資料、印證認證的完整性與可行性。
2. 研究過程中，針對個案具體環境、背景、過程、方法，詳加認知與調查。
3. 擬定問題，探討潛在因子，發展最佳的策略與對策。

### 第二節 研究架構

本研究架構，從四個面向進行探討：

1. 了解企業成長的軌跡，找出其優勢條件。
2. 檢視外在的競爭環境。
3. 檢視內部發展不利的條件。
4. 找出問題解決的方法，從有限資源中規劃出發展藍圖。

經研究背景探討，了解所研究的「案例」在發展過程中的歷程，本案針對單一研究個案採取「個案研究法」，研究架構流程如圖 3-1：

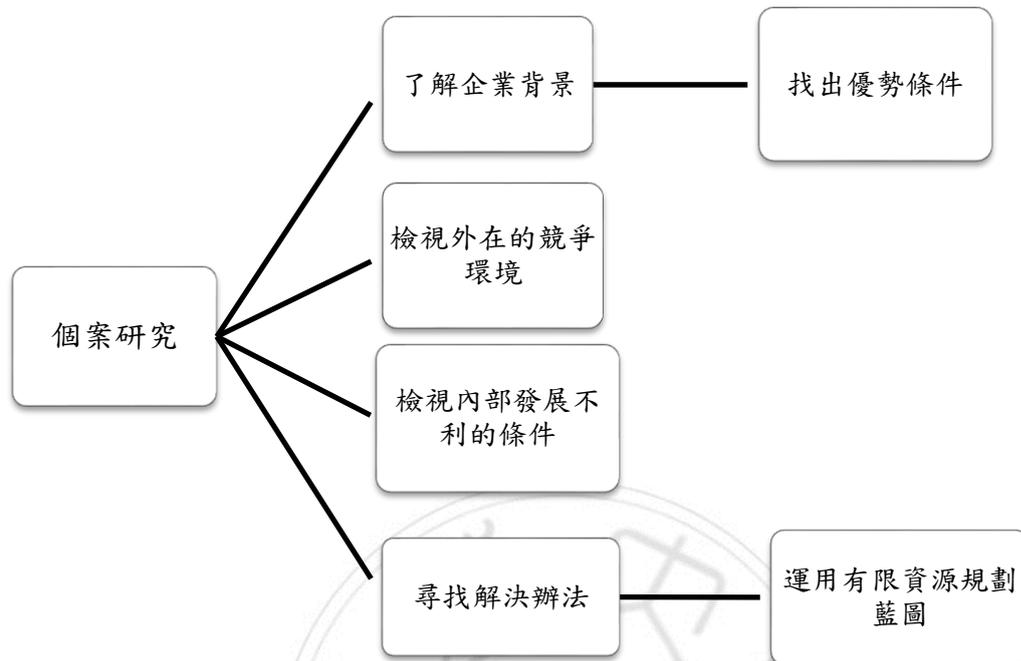


圖 3-1 研究架構流程圖

### 第三節 SWOT 分析

本研究依 SWOT 競爭型態分析如下：

1. SWOT 是企業競爭型態分析方法，又稱優劣分析法。使用 SWOT 分析架構時，要注意不可刻意隱藏內部因素(也就是自家企業的劣勢)或是過度凸顯劣勢與威脅，而忽略優勢與機會。(《商業實戰對策》2005，商周出版)

SWOT 分析以「案例」為研究對象，其分析結果如表 3-1

表 3-1 案例之 SWOT 分析

內部能力分析		優勢 Strengths(S)	劣勢 Weaknesses(W)
外部環境分析		S1 客戶關係 S2 與農民契作 S3 製油經驗 S4 檢測報告 S5 認證	W1 通路 W2 品牌能見度 W3 廣告 W4 人力 W5 資金
O 機會	01 消費者 02 政府及民眾更加重視食品安全 03 有機店崛起	SO1 增加國際活動 SO2 原料種植 SO3 積極拓展品牌 SO4 研發副產品 SO5 發展觀光 SO6 異業結合 (以外部機會強化優勢)	WO1 參展 WO2 網路行銷 WO3 技術 WO4 設備 (將內部優勢與外部機會轉化劣勢)
T 威脅	T1 進口橄欖油 T2 廉價食用油競爭	ST1 國際認證 ST2 廣告 ST3 教育消費者 ST4 顧客互動 (以內部優勢及外部機會化解危機)	WT1 群聚效益 WT2 銀行往來 WT3 新增人力 (投入人力、資金、文化創意等以扭轉劣勢、化解危機)

- (1).SO1 策略分析：投入人力、物力資源且加強優勢能力，爭取更多機會。
- (2). SO2 原料種植：為穩定原料供應來源，需要增加油料作物種植面積。
- (3). SO3 積極拓展品牌：以媒體宣傳、網路行銷、廣告等方式，增加品牌能見度。
- (4). SO4 研發副產品：除食用油品，透過專人輔導及研發機構協助積極開發新產品。
- (5). SO5 發展觀光：結合休閒娛樂及教育等各種資源達到寓教於樂目的。
- (6). SO6 異業結合：除同業往來之外需要增加異業結合。
- (6.1). SO 策略分析：投入資源加強其優勢之能力，以便爭取更多機會。

- (6.2). ST 策略分析：投入資源增強其優勢能力，以降低威脅。
- (6.3). WO 策略分析：投入資源藉以改善劣勢情況，獲取更多機會。
- (6.4). WT 策略分析：投入資源改善劣勢情況，以此降低威脅。

綜合 SWOT 競爭型態分析得知本文研究對象「案例」之策略分析結果如下：

- (1). 「案例」需投入各種資源如增加國際活動、增加原料種植面積、積極拓展品牌、研發副產品、發展觀光以增加來客率、還須與異業結盟、加強優勢能力之機會。
- (2). 「案例」需投入資源增加國際認證、加強廣告、教育費者、與顧客互動等內部優勢化解危機。
- (3). 「案例」為爭取機會，改善劣勢，投入資源、提高設備與技術，進行網路行銷。
- (4). 「案例」需投入人力、資金及群聚效益以扭轉劣勢、化解危機。

#### 第四節 STEEP 與 STP 分析

(1).STEEP 分析對象是企業，以企業所處的社會環境進行分析。本研究以「案例」為研究對象，將主力產品苦茶油進行分析。如表 3-2 之 STEEP 分析：

表 3-2 案例之 STEEP 分析表

Social 社會因子	Technical 科技因子
宗教信仰、種族、國籍、職業別、性別、婚姻狀況、文化、風俗習慣、經濟地位、教育程度、價值觀	製程、電子科技、科學發現、科技研發、AI 人工智慧、機器人、科學研究
Environmental 環境因子	
環保、汙染、氣候變遷、土壤、病毒、壓力、過敏、溫度、濕度、陽光、空氣、水源、作物環境、基因、遺傳	
Economical 經濟因子	Political 政治因子
經濟結構、居民收入、匯率變動、貿易條件、振興方案、紓困專案、政府資源、消費能力、商品條件、產品售價	國際情勢、政府政策、政治勢力干擾、國際組織會員國與非會員國、互惠原則與政策、國際制裁、邦交與非邦交國

(2). 「案例」STP 分析表：

「STP 理論」，應用市場細分及市場定位理論，以找出目標市場及重新定位市場，以市場區隔、目標市場及市場定位進行分析，如表 3-3 案例 STP 分析：

表 3-3、案例 STP 分析表

市場區隔	目標市場	市場定位	執行計畫
1. 月收入新台幣 3 萬元以上 2. 年齡 30 以上、教育程度高 3. 國內：有機店、農會、百貨業、餐廳、製油廠、企業、超市、消費者。 4. 國外：代理商、經銷商、貿易商、進口商。	1. 回教國家 2. 中東國家 3. 歐美市場 4. 華人市場 5. 日本市場	1. 100%純正 2. 無添加 3. 壓榨製程 4. 健康養生 5. 高檔市場 6. 重視保健 7. 上游供應商	1. 國際認證 2. 加強廣告 3. 數位行銷 4. 善用資源 5. 促銷計畫 6. 增加回購率

經過 STP 分析，將目標市場鎖定高收入的中東國家及具有人口紅利的回教市場，根據「伊斯蘭合作組織」統計，穆斯林人口已達 18 億，占四分之一的全球人口比例。

伊斯蘭教國家主要分佈在中東、亞洲、歐洲、非洲、及阿拉伯半島區域。中東國家如伊朗、科威特、伊拉克、敘利亞、黎巴嫩、巴勒斯坦、約旦、阿拉伯、葉門、阿曼、卡達、巴林等；中亞的亞塞拜然、阿富汗、哈薩克、烏茲別克等；亞洲的印尼、馬來西亞、新加坡、汶萊等國；歐洲的阿爾巴尼亞、科索沃、土耳其、法國、保加利亞等；非洲包括埃及、蘇丹、西撒哈拉、突尼斯、阿爾及利亞、毛利塔尼亞、索馬利亞、利比亞、吉布地、象牙海岸、塞內加爾、甘比亞、幾內亞、埃及、馬利、尼日、摩洛哥和查德等。

台灣雖然有許多人信奉伊斯蘭教，但是不屬於穆斯林國家，社會大眾對於伊斯蘭文化較不熟悉，需要長期推廣與更多的支持。由於穆斯林人口不斷的增加，全球每 100 人當中就有 25 人是穆斯林。穆斯林市場非常龐大，產品想要拓展回教國家，需要通過基本的清真認證後較能成功進入市場。

「案例」苦茶油、南瓜子油等原料成本較黃豆油、芥花油、椰子油、棕櫚油等其他植物油昂貴，採用機器壓榨來的的油品費工耗時，成本高於精煉的植物油。為了避免同業價格競爭，需要做出市場區隔以及市場定位，因此，分析市場、擬定策略以執行各種計畫，將油品推廣至穆斯林市場及國際市場有其必要。

「案例」為在台灣紅海戰場中另闢國外藍海市場，希望讓台灣優質油品如苦茶油、黑麻油、南瓜子油及餅粕能行銷家，在家人的支持與鼓勵下做前進目標市場的準備以增加成功的機會。

## 第四章 清真食品認證

穆斯林人口數龐大，馬來西亞與印尼是東協國家前進回教國家的首站，但產品必須先取得清真食品認證後才能進入此市場。本章內容為食用油取得清真食品認證的過程與條件、拓銷歷程及東協國家經貿環境探討。

### 第一節 食用油取得清真食品認證的過程與條件：

民國 99 年「案例」為拓展國際市場，參加中華民國對外貿易發展協會(簡稱外貿協會)所舉辦的講座活動，清真認證取得後對於廠商在穆斯林國家推廣產品及銷售有所助益，而清真認證中，以馬來西亞伊斯蘭教發展局(JAKIM)取得穆斯林的高度信任。

位於台北市的中國回教協會(Chinese Muslim Association)是馬來西亞伊斯蘭教發展局(JAKIM)所認可的認證單位，想要通過清真食品認證必須先填寫表格，詳細填寫生產過程及原料，將產品送到當時所指定的學校—國立屏東科技大學進行各項檢測，等各項檢測報告都通過後，由高雄清真寺教長及所指派的人員進行實地訪廠，符合這些要件後再報請中國回教協會，由中國回教協會核發清真食品認證。本研究依中國回教協會清真食品認證申請表、申請認證產品中英文名稱及成分列表、檢附文件項目表、生產線與器械清洗表分別列於下：1. 中國回教協會清真食品認證申請表：包括公司名稱、負責人、公司與工廠資料等。

表 4-1. 中國回教協會清真食品認證申請表：

	中國回教協會清真食(用)品認證	申請日期：
一、公司名稱(中文)：_____		
(英文)：_____		
公司營利事業登記證字號：_____		聯絡人：_____
負責人：_____		負責人身份證字號：_____
公司地址(中文)：_____		
(英文)：_____		
公司電話：_____		公司傳真：_____
工廠名稱：_____		工廠登記證字號：_____
工廠地址(中文)：_____		
(英文)：_____		
工廠電話：_____		工廠傳真：_____
Email：_____		申請人簽章：_____
Website：_____		
地址：106 台北市大安區新生南路 2 段 62 號 電話：02-2392-7364 傳真：02-2394-8390 Email：cma@cmainroc.org.tw		

2. 申請認證產品中英文名稱及成份列表:包括序號、產品中英文名稱及使用之成份。  
表4-2、認證產品中英文名稱及成份列表

 中國回教協會清真食(用)品認證 申請日期:

二、申請認證產品中英文名稱及成份列表(請務必詳實填寫各項成份):

序號	產品中文名稱	產品英文名稱	成份(中英文)

注:序號請依序填入(A1, A2, A3...); 多項產品可合填一表, 如一頁不敷使用, 可影印本表加頁填寫。

地址: 106 台北市大安區新生南路 2 段 62 號    電話: 02-2392-7364    傳真: 02-2394-8390    Email: cma@cmainroc.org.tw

3. 檢附文件項目表:公司基本資料、檢測項目及員工衛生要求與作業程序等。  
表 4-3、檢附文件項目表

 中國回教協會清真食(用)品認證 申請日期:

三、茲附檢查之文件項目:

		有附	未附待補
1	公司營業執照		
2	工廠登記證		
3	公司負責人身份證正反面影本(可加註「僅供清真認證使用」)		
4	申請認證產品中英文名稱及成份列表		
5	產品檢驗報告(請送國家核可具公信力之檢驗機構): (1) 甲醇(工業酒精)。 (2) 乙醇(酒精)。 (3) 八大重金屬。 (4) 膽固醇(動物油脂)。 (5) 肉品攙雜檢測(動物 DNA 檢測)。 (6) 甲醛(防腐劑)。 (7) 黃麴毒素(豆米類)。 (8) 氯黴素(海鮮魚類)。 (9) 過氧化氫(雙氧水)。 (10) 乳酸菌(菌類)。		
6	原料或添加物之 Halal 證明		
7	生產線與器械之清洗流程與方式		
8	生產員工之衛生要求及作業程序		

地址: 106 台北市大安區新生南路 2 段 62 號    電話: 02-2392-7364    傳真: 02-2394-8390    Email: cma@cmainroc.org.tw

4. 生產線與器械清洗方式表:詳列設備清洗方式、環境清潔及廢棄物處理等。

表 4-4、生產線與器械清洗方式表

1. 製油壓榨機 / 粉碎機	食用油不能含有水份，以免影響品質，故使用空氣壓縮機以氣噴及昂貴的液態氮清洗設備。
2. 油槽 / 油壓機等設備	每日早上使用乾布擦拭油漬，且經常使用熱水及洗碗精清洗，靜置油槽後，再經陽光曬乾或擦乾使用。
3. 脫殼機	使用專用掃帚乾洗以去除碎茶殼粉末。
4. 原料儲藏	將原料包裝妥當再堆積於棧板上，整齊排列置放儲存倉庫及冷凍庫裡。
5. 地板	以肥皂加熱水刷洗。
6. 包材	採用全新玻璃瓶、全新油桶、全新耐熱 PET 瓶及密封的國際標準規格馬口鐵包裝。
7. 環境整潔	排定工作時間，定時清掃工廠、倉庫、冷凍庫以保持環境清潔，戶外以人工除草防止汙染原料及環境。
8. 員工衛生	1. 工作前、如廁後使用肥皂洗手。 2. 工作時戴上工作帽、口罩、手套。
9. 廢棄物處理	1. 採初榨製油方式，濾布及濾紙上的油渣均集中處理，到一定數量即轉送肥料廠提供給農民作為有機肥使用。 2. 專人處理廢紙箱及廢玻璃瓶等資源，得以回收循環利用。

食用油取得清真食品認證的基本條件如上列表格所述之外，還須符合以下條件：

1. 穆斯林認為民間宗教信仰所拜拜的香灰會污染食物，廠房內不能有神龕，因此需要將神桌及神像移走。
2. 廠房內不能飼養動物，因為吃下去的食物必須保持潔淨及符合衛生條件。
3. 機器設備清理時不能採用酒精，可用氣噴及液態氮進行廠房設備消毒與清潔工作。
4. 油品檢測項目除例行檢測項目還包括六種動物肉品(豬、牛、雞、馬、綿羊、山羊)摻雜檢驗及甲醛、甲醇、乙醇酒類分析測驗、膽固醇、八大重金屬等特殊項目測試。
5. 食品檢查項目包括原料、添加劑、生產器具、生產環境與流程、生產人員、產品包裝與文字用語。

梅山茶油生產合作社油品經國立屏東科技大學檢驗通過後，中國回教協會指派高雄清真寺教長與專人進行現場勘查，於民國 100 年 3 月取得中國回教協會的清真食品認證，連續數年受到馬來西亞官方邀請，參加政府所舉辦的全球採購活動，與全球買主齊聚吉隆坡國際會

展中心參加洽談會。為開拓市場，梅山茶油生產合作社努力取得各種認證，以達成功外銷之目的。本研究依獲獎與認證日期彙整如下：

表 4-5、梅山茶油生產合作社清真食品認證與獲獎紀錄表

日期	獎項別與認證	字(證)號與編碼
96.09.19	優良食品評鑑金牌獎與金品口味獎	九六新食字第 049-2 及 049-1 號
99.11-111	美商鄧白氏企業認證	環球編碼 65-883-8763
99.11.30	嘉義縣商業會獎	(99)嘉縣商芳業常字第 99120 號
99.12.10	嘉義縣政府嚴選伴手禮	嘉義縣觀光旅遊局授權使用
100.03.25	中國回教協會清真食品認證	證號 GX-1103006
101.10 月	行政院研考會英語標章銀級質獎	獎狀遺失
101.11.11	民國 100 年台灣省績優從業人員	台灣省商業會、省商業字 368 號
101.12 月	嘉義縣政府嚴選伴手禮	公開頒獎、獎狀無證號
101.06-110	經濟部 OTOP 產品	網站可查詢
103.10.15	北緯 23.5 度幸福，嘉義禮好認證	產品序號 1030082001-2006
105.-110.	德國萊茵營運證明	0000047958003
106.08.30	台北清真寺清真食品認證	TGM.N1668043(T.2016f00089)
107.03.23	二星風味獎及三星認證於泰國頒獎	APAA170882P
107.07.02	三項油品通過無添加三星認證	AA18014-CE-P
107.11.14	嘉義縣商業會獎	(107)嘉縣商皓業字第 107029 號
108.04.01	HACCP 與 ISO22000 認證	05183/MEI13A&MEI220
108.04.18	兩項產品榮獲三星及一項產品二星 認證於香港頒獎	AA182552P/AA182783P/AA182793P
108.06.02	MONDE SELECTION 金賞獎	獎狀遺失，獎牌從羅馬帶回
108.07.31	亞太無添加協會三星認證	AA-18014-CE-P
108.08.15	巴勒克清真產品認證	BRKTB18049-062
109.03.12	兩項產品三星認證及一項產品二星 認證	AA190353F/AA190362F/AA190373F
109.05-06	MONDE SELECTION 金賞獎	無證號，慕尼黑頒獎盃與獎牌
109.07.31	亞太無添加協會 CLEAN LABEL	AA19040-CE-P
109.11.24	2020 嘉義優鮮軸線精品伴手禮	軸線台 168+162 甲、頒發獎牌
109.11.30	農產品產銷履歷驗證證書(TAF)	HQT2020AG245
110.01.13	農產品產銷履歷驗證(TAF)	農委會認證 UCS-ATM-21001
110.03.15	台灣唯一三項油品均取得三星認證	AA190353F、210883F、210903F
110.06	MONDE SELECTION 金賞獎	無證號，寄來獎盃與獎牌
110.6.15	HACCP、ISO22000:2018 認證	12106089、12106089F

## 第二節 拓銷歷程

「案例」取得清真食品認證後，積極參加以回教國家為主的活動，如「中華民國對外貿易發展協會」(TAITRA)所舉辦之「2010 年生活用品赴東南亞拓銷訪問團」包括馬來西亞、印尼及越南三國，亦報名由「中華民國對外貿易發展協會」籌組之「2015 年臺灣食品業赴中東貿訪團」前往杜拜、科威特及伊朗三國與「2018 GULFOOD 波灣食品展」。

### (一). 行前準備事項:

1. 備妥樣品、產品簡介、檢測報告、報價表、公司簡報等文件。
2. 善用買主名單, 才能事半功倍。
3. 行前閱讀外貿協會所提供的市場簡介、相關法規、運輸條件、商機及拓銷建議、經貿概況、當地市場消費模式、投資環境等資訊。

### (二). 「2010 年生活用品赴東南亞拓銷訪問團」東協 4 合 1 拓銷團介紹:

1. 東南亞拓銷訪問團：包括「東協加一拓銷布局團」、「生活用品赴東南亞拓銷訪問團」、「綠能產業赴東協拓銷團」與「環保產業東南亞拓銷團」等 4 團。於越南及印尼舉辦重要活動，全體廠商須配合參加開幕儀式；到達印尼站時「印尼資及貿易訪問團」加入，約上百家廠商齊聚印尼，盛況空前。
2. 展場設立台灣優質產品展示區：廠商需自行攜帶展覽品，按照大會所指定的位置，介紹產品並在洽談會現場進行展覽品擺設。
3. 需要聘用新興市場業務人才的廠商，可善用外貿協會所提供的媒合服務及補助計畫。
4. 網路行銷服務介紹：外貿協會為拓銷訪問團設置網路行銷專區網站，此專區僅參加此團的廠商得以使用，廠商可充份運用此項服務，達到展前行銷之目的(資料來源 5: 中華民國對外貿易發展協會組團會議報告。)

## 第三節 東協國家經貿環境探討

印尼與越南為重點拓銷國家，因此針對印尼與越南兩國經貿環境探討，詳細內容如下：

### 3.3.1 印尼經貿環境探討

#### (1). 人口與地理位置:

印尼位於亞洲大陸與澳洲之間，人口至 2020 年 6 月達 2 億 6703 萬人，面積 191.9 萬平方公里，島嶼有 1 萬 7,508 個，台商多集中在雅加達，與台灣時差僅 1 小時。

(2). 經貿情勢:

印尼擁有豐富的原油、原木、煤礦、礦產、棕櫚油、天然氣、橡膠與農工業原料。1966 年至 1998 年蘇哈托總理執政後成立新政權，政局穩定下印尼內需市場成長，景氣佳、消費者信心指數升高，學習中文也蔚為風潮。2010 年尼爾森調查印尼消費者信心指數，印尼居全球之冠。2009 年均所得近兩千六百美元，股市漲幅亞洲第一、全球第五名。2010 年印尼在世界經濟論壇的國家競爭力進步到第 44 名。2011 年經濟成長率達 6.46%，創下亞洲金融危機紀錄。

(3). 印尼經濟表現佳的原因:

1. 印尼境內回教徒占全國總人口 86%以上。勞動人口多，內需市場占 GDP70%，利潤豐厚，民眾對前景抱持樂觀的態度，消費者信心指數創新高。
2. 國際原油、煤礦與原物料價格上漲，外匯存底增加。
3. 外債降低後，國民生產毛額比重也隨之下降，政府財政大幅改善。
4. 金融體系穩定下，政爭、暴動、罷工、排華等案件減少。
5. 通貨膨脹率低，對外貿易依賴度也低，不易受到國際波動情勢影響。
6. 政府獎勵投資，讓外資對投資產生更多信心，但投資條件不如中國、泰國與越南。

(4). 適合台灣業者拓銷的產品:

印尼製造業需仰賴進口，台灣產業具高度競爭力；印尼農林水產業豐富，台灣食品加工機械、包裝等產業可支援印尼相關產業發展。適合銷售到印尼的產業包括:1. 工具機、機械、模具 2. 塑膠、包裝、包材與設備 3. 汽機車零配件 4. 鞋材 5. 電機電子產品 6. 食品加工設備 7. 紡織材料與設備 8. 資通訊產品 9. 新奇產品 10. 體育用品 11. 禮品及文具 12. 高檔水果 13. 農產加工品與蔬菜 14. 連鎖餐飲。(資料來源 6)

(5). 銷售通路:

通路型態包括量販店、超級市場、百貨公司、迷你超市、便利超商以及連鎖店等。

(6). 主要通路:

1. 量販店：家樂福、Hypermart、Giant、樂天。
2. 超市：Hero、Matahari、Ranch 99 印尼大華超市、Sinar、Grand Lucky、SOGO Food 等。
3. 迷你超市：Alpha Mart、Superindo 等。
4. 便利超商：Indomaret、Alfamart、Star Mart、Yogya、Circle K、7-11 等。
5. 專業連鎖店：ACE Hardware、Index Home Center、Gramedia、Guardian 等。

(7). 拓銷建議:

1. 工業產品機械工具、原料、半成品尋覓代理或自設服務據點，提供完善售後服務。
2. 建立與日系工廠之夥伴關係。(資料來源 7)

### 3.3.2 越南經貿環境探討

越南國土呈狹長型，面積約 33 萬 1210 平方公里，位於東南亞與印度半島東岸，具政治經濟及戰略價值。自 1975 年到 1986 年，經濟改革及對外開放政策讓經濟表現越來越好，投資法成功重整金融。1994 年美國宣布解除越南禁運，因此經濟發展條件更佳。

越南積極加入區域經濟整合，以提高其發展空間，繼 1995 年加入 ASEAN 協會後，於 1998 年加入亞太經濟合作會議 (APEC)、在 2007 年已是世界貿易組織 (WTO) 會員國之一。越南與新加坡、日本及韓國簽署 FTA，也是 TPP 與 RCEP 會員國。此外，越南已和六十個國家以上簽訂避免雙重課稅協定。根據國貿局資料顯示，2019 年國內生產毛額(GDP)2616 億 3700 萬美元，失業率 3.1%，外匯準備 638 億美元，2019 年全年進口值達 2535 億美元。台灣為越南第四大進口國，僅次於中國大陸、韓國及日本(資料來源 8)。

依越南投資部統計，2015 年台商在越南投資案件有 110 件，金額 9.4 億美金。1959 年至 2016 年投資件數為 2509，投資金額達 315.6 億美元，台灣是越南第四大投資國，僅次於韓國、日本、新加坡。(資料來源 9)

2015 年台灣出口到越南未列名食品有 17.6 百萬美元，成長率 175.33%、2016 年未列名食品出口額達 23.49 百萬美元，成長率 33.32%。

#### 第四節「2010 年生活用品赴東南亞拓銷訪問團」參展效益：

為期十二天(9/26-10/06)的參訪行程中，對越南、印尼、馬來西亞消費市場及環境有相當程度的認識之外，團員來自各個不同行業，可以做異業交流與結合，每個國家都設有優質產品專區，讓參觀者能對產品引發興趣，再做進一步洽談。

以下歸納參訪行程的收穫：

1. 貿易洽談會，讓廠商與買主互相認識，增加彼此合作的機會。
2. 當地代表處及臺灣貿易中心依經貿情勢做簡報，並提供廠商必要的協助。
3. 參訪霸級市場、連鎖店、量販超市、購物中心、百貨公司等，對市場開發有所助益。
4. 參訪越南 Big C Super Center 及雅加達西區 Puri Indah Mall 之 ACE Hardware 五金建材連鎖店、量販超市、長友集團物流中心等，印象深刻，獲益良多。
5. 參加貿協東協三國拓訪團是自我提升、增加國際視野的最佳管道。
6. 許多團員已參加多次貿協舉辦的活動，彼此分享心得，也有實質擴展外銷市場的商機，由於這次成功的經驗，團員們相約下一次拓銷國際市場之活動。

梅山茶油生產合作社於第一次取得中國回教協會的清真食品認證後，報名參加外貿協會所舉辦的「2010年生活用品赴東南亞拓銷訪問團」，旅途中除增廣見聞，與廠商互動中獲益良多；返台後受中華民國對外貿易發展協會副董事長吳文雅先生招待午宴，與各媒體暢談拓銷訪問團經驗，除增加品牌能見度，經過中華民國對外貿易發展協會舉辦的媒合活動，成功外銷一貨櫃產品到印尼，不但開啟梅山茶油生產合作社邁向國際市場之路也連年受邀到馬來西亞參加全球採購大會。

2010年10月20日國際商情雙周刊的303期報導內容如下：由外貿協會副董事長吳文雅率領的「2010年台灣優質產品赴東協強力拓銷團」於(2010)年10月6日返台，帶回豐碩的成果。此次由66家台灣優質廠商所組成的拓銷團，於9月26至10月6日前往越南、印尼、菲律賓及馬來西亞訪問並舉辦一對一貿易洽談會，共吸引2,430位買主參加，其中越南500人、印尼1,100人、菲律賓200人、馬來西亞630人，創造越南2,200萬美元、印尼3,600萬美元、菲律賓500萬美元、馬來西亞1,600萬美元，共7,900萬美元的洽談商機。(資料來源10)



## 第五章 合作社清真產品的推廣與持續取得清真食品認證

由於中國回教協會所申請的清真食品認證已到期，為持續拓展回教市場，轉向台北清真寺申請第二個清真食品認證。中東市場是指環繞波斯灣和阿拉伯海的國家，包括巴林、阿聯酋、科威特、伊朗、葉門、以色列、阿曼、卡達等國，收入與消費購買力高，很多產品需要仰賴進口，因此中東市場是充滿商機、前景看好的市場。本章內容包括台北清真寺清真食品認證與中東貿訪推廣。

### 第一節 台北清真寺清真食品認證

#### (一).清真 (HALAL) 食品介紹

伊斯蘭教規定合乎教法、安全無害的食物，稱為 HALAL 食品。反之稱為 HARAM。處理食物過程需注意衛生與清潔，通過清真寺及其機構認可才能加上清真的招牌。

表 5-1、合法 (HALAL) 食品及禁止食用 (HARAM) 食品表: (本研究彙整)

合法 (HALAL) 食品	禁止食用 (HARAM)
經清真寺及認證機構認可之食品	未經清真寺及認證機構認可之食品
水生動物、植物及菌類植物合法可食用	禁止吃已死物、污穢物、豬肉及非以真主之名而宰殺的動物
健康活生的家禽和牲畜，須依教法使用鋒利刀具一次性宰殺完成	猛禽，猛獸，害蟲、骯髒的家畜(豬)及青蛙或爬蟲類如龜、鱉等兩棲動物不可食用
宰殺及下刀時，最好由穆斯林執行，且誦念真主之名	豬肉、豬油與衍生之高湯、香腸、肉鬆等食品及非教法之動物血液在禁止之列，如雞血、豬血等禁止食用
市面所販售的雞、鴨、牛、羊等經過穆斯林程序宰殺後，合乎教義，可被食用 (HALAL)。	市面販售之雞、鴨、牛、羊等未經穆斯林程序宰殺，禁止食用 (HARAM)。
刀具、湯杓、砧板及鍋鏟等烹調用品勿共用、共炸、共蒸，避免沾染其他食材	共用刀具、共用湯杓、共用砧板及鍋鏟烹調
不含酒精成分的水、飲料或調味料	所有的酒類及其酒類調味料
未祭拜過的素食瓜果及合乎教法的食品可以食用	祭拜過的食物，即使是素食產品、瓜果與糕餅，不可食用
包裝上註記「清真」字樣	轉基因物及副產品為非清真食品。
通過清真食品認證之植物性油脂	非 HALAL 之動物性油脂

(二).申請程序:為服務穆斯林安心使(食)用清真認證產品，針對公司產品，成分與製程是否合乎伊斯蘭之規定，經清真寺確認並協助廠商取得認證。Halal 認證作業由清真寺與申請廠商協力進行。其步驟如下:1. 申請人詳細閱讀認證規定 2. 網路申請認證 3. 官方網站中下載相關文件 4. 線上填寫申請資料 5. 系統自動寄發申請書 6. 承辦人員主動聯繫申請者 7. 檢附文件至承辦人員 8. 承辦人審理、製作工作紀錄表後回覆申請人 9. 雙方共同研議需送檢之品項 10. 申請方捐款完成後，隨即送檢 11. 承辦人進行訪廠 12. 確認產品與工廠符合規範 13. 製作合約書 14. 寺方以電子郵件寄送合約書 15. 由申請方列印蓋章並以書面方式寄回 16. 確認證書與合約書無誤 17. 製作證書，與合約書一併寄回給申請方。18. 寺方提供清真認證標章 19. 申請方印製產品包裝 20. 由申請方寄送寺方歸檔。21. 寺方建檔保管所有相關文件。(資料來源 11)

## 第二節清真產品驗證單位與臺灣代辦機構

本節就國際清真產品驗證單位與臺灣代辦機構，彙整及分述如下

(一). 至民國 109 年止，全球 Halal 認證機構至少有數百家，國際清真食品驗證單位影響力較大的清真食品認證公司約有以下八家，如表 5-2 所示：

表 5-2 國際清真食品驗證單位彙整表(資料來源 12):

認證國家/機構名稱	發展特色	發展現況
馬來西亞 JAKIM-Halal	JAKIM 業務已遍及許多國家，Halal 認證機構中認可度最高	已承認 40 個國家、66 個認證單位，包括台灣 THIDA、新加坡 MUIS、泰國 CICOT、印尼 MUI、菲律賓 HICCP 等。
印尼 MUI/BPJPH Halal	對於藥品、食品和化妝品等進行 Halal 認證的機構	2019 年 10 月 17 日起，由印尼清真認證局 BPJPH 進行發證
新加坡 MUIS-Halal	已加入伊斯蘭宗教理事會	經過認證的企業和單位已超過兩千多家。
美國 IFANCA-Halal	美國伊斯蘭食品和營養協會共同推廣清真食品的非營利組織	全球已有兩千兩百多家公司成功獲得 IFANCA-Halal 證書。
美國 HFCI-Halal	美國國際清真認證機構也是國際清真食品理事會重要成員	世界清真委員會成員之一，也是全球著名的伊斯蘭認證機構。
菲律賓 IDCP-Halal	由 95 個全國的穆斯林機構組成	伊斯蘭宣教理事會(IDCP)已經加入 WHC。
美國 AHF-Halal	北美伊斯蘭社團 (ISNA)	由學者、營養家和宗教領袖組成
澳洲 HCAI-Halal	國際清真認證管理局為非營利性質，推廣清真食品的伊斯蘭機構	在全球認證超過一千家的公司，世界各國都有 HCAI 認證的產品

(二). 國內清真食品驗證單位

有意拓展回教國家市場的廠商，取得清真認證有加分效果，但國際上尚未統一標準，僅馬來西亞與印尼官方具明確規定。中東尚未強制要求進口產品需提供清真認證之證書。就臺灣清真驗證單位依其證書受國際清真認/驗證機構認可現況，分類如表 5-3:

表 5-3、臺灣清真驗證機構表(資料來源 13)

名稱	簡介	驗證機構認可
臺灣清真產業品質保證推廣協會	已獲得馬來西亞回教發展局(JAKIM)、新加坡伊斯蘭理事會(MUIS)、中東 GAC、印尼宗教學者理事會(MUI)及多國認可，為國際清真品保聯盟(IHI)及世界清真食品理事會(WHFC)之會員。	JAKIM、MUI(印尼)、MUIS(新加坡)、中東海灣認證中心(GAC)等 12 國 16 個認證機構
清真推廣基金會	2018 年印尼所成立之基金會，2019 年在台灣成立辦事處，提供清真商品驗證、訓練輔導等多方面服務。	希臘清真聯盟(希臘驗證機構)
臺北清真寺	該機構自 1993 年起提供清真驗證服務。可認證食品、醫美產品、日用品、餐廳、旅館、民宿、休閒農場及肉品屠宰場	歷史淵源下負特殊國際交流任務
台灣因哈特國際清真認證有限公司	民國 106 年成立，當廠商取得清真認證後，協助爭取國際穆斯林市場	與馬來西亞國際伊斯蘭大學結盟。
臺灣伊斯蘭協會	聘請資深阿拉伯教長成為教法顧問，恪遵正統之伊斯蘭教法，以宣揚教法並服務大眾。	標章通行全球，馬來西亞和印尼除外。
巴勒克清真產業有限公司	馬來西亞國際清真學院(MIHA)，專業培訓全球清真的台灣合作夥伴。可認證食品、醫美保養品、日用品、餐飲業及旅館業	馬來西亞 JAKIM、中國食品工業協會、馬來西亞國際清真學院(MIHA)進行合作
環亞貝爾國際標準驗證股份有限公司	經大園清真寺授權，聘請清真認證經驗豐富的專家和稽核團隊成立「清真認證中心」。	參與 ISO 國際標準制定、與國外進行策略聯盟
中國回教協會	1. 辦理臺灣清真餐飲及穆斯林友善餐旅驗證 2. 舉辦穆斯林友善導遊訓練課及相關活動。可認證餐廳(含連鎖餐飲)、旅館、民宿、休閒農場及肉品屠宰場	馬來西亞國際清真學院(MIHA)
國際穆斯林觀光產業聯合發展協會	建構優質之穆斯林觀光旅遊環境，繁榮經濟、促進提升台灣國際觀光產業為宗旨。	友善旅館由馬國伊斯蘭大學發證，友善場域協會發證
心忠管理顧問股份有限公司	協助臺灣業者 1. 在臺申請取得印尼 MUI 清真驗證 2. 辦理課程，結訓可獲證書 3. 提供印尼市場及法規訊息 4. 辦理國際行銷活動，協助臺灣與印尼進行洽談	印尼宗教學者理事會(MUI) 是印尼權威的伊斯蘭組織，共批准 25 個國家 42 個清真認證機構
貝爾國際驗證機構	代辦阿拉伯聯合大公國標準局(ESMA)及海灣合作委員會認證中心(GAC)認—GULFTIC 證書。	頒發台灣、大陸、美英法義、中東、全球航等國際認可證書

### 第三節清真認證之本質、內涵、執行內容與申辦流程(資料來源 14)

本節將清真認證本質與內涵、執行內容、清真危害點管理等進行研討，內容如下：

#### 一、清真認證之本質及內涵，條件如下：

- (1).產品所有原料成份符合清真要求
- (2).不得觸犯清真食品之禁忌
- (3).產品從生產、包裝到倉儲過程無(非清真)交叉污染情況，生產過程中，不能受到非清真因素之影響。
- (4).確認該清真產品生產者，需落實該產品生產能持續做好「清真品質管理」

#### 二、執行內容:建立各項產品之原料及溯源系統

- (1).確立產品屬性：植物源，動物源，礦物源，微生物源
- (2).製造商信息：需供應商、進口商與生產過程等信息
- (3).清真認證證書(含認證機構信息及證書有效期)
- (4).若無清真認證(但不構成清真抵觸)，可提供其他支持性文件，得佐證該原料無清真危害，包括生產流程、製程中之添加劑、萃取用溶劑、濾材來源…等。

#### 三、清真危害點管理：針對清真危害點進行重點管理

- (1).依據各產品之生產流程，針對可能發生清真危害之處，建立清真危害點；並根據清真危害點，執行清真品質監控。
- (2).從原料接收、生產、包裝至倉儲等程序，證明無(非清真)交叉污染之疑慮。
- (3).協助並審閱清真生產企業建立清真品質保障體系
- (4).成立清真內部審查委員會：由企業之採購、生產、品保等主管人員組成清真內審委員會，定期開會，自我執行清真稽核，落實清真品質保障。
- (5).認證機構查核清真內審會之執行內容及實施頻率，以確認該企業具有清真生產之有效自我管理體系並落實執行之事實。

#### 四、申辦流程

清真認證申辦程序，以巴勒克公司所提供之清真認證流程，作為說明：

- (1).申請人致電本討論(在極少數之案件中，因廠商之原料中含有非清真成份，不予受理，以免雙方耗費不必要的資源及精力)。
- (2).申請人提交申請書
- (3).進行文件初審，初步評估是否有清真疑慮。
- (4).開立工作紀錄表，通知申請人繳費。
- (5).將申請案進行書面審查。
- (6).派員進行訪廠稽核以確認生產不受到非清真因素交叉污染。
- (7).完成後續程序後核發清真認證之證書。

## 第六章 個案研究結論與建議

本研究主要在探討合作社通過清真產品認證，以便順利將產品推廣到國際市場並且探討清真認證通過後，如何幫助合作社成長。本研究結果與建議如下：

1. 個案針對各種資源如原料種植面積、研發新品種，以確保原料來源穩定及維持良好品質管理，經過數年推廣與宣導，實質成效為台灣種植面積已增加且育苗場從一座增加為三座。
2. 進行市場分析，讓品牌重新定位；積極拓展品牌，增加品牌能見度進而發展品牌策略，藉此強化品牌影響力，以便進行全面品牌管理，達到品質淬鍊與經營績效。
3. 編列預算、投入研發，增加產品品項及收入，以豐富單一食用油產業市場。
4. 發展觀光增加來客率外，讓消費者直接享受到產品優惠與折扣，惟疫情因素成效不顯著。
5. 進行異業結盟如與出版業、媒體業或百貨業等相關單位合作，增加產品曝光的機會。
6. 加入國際性組織，積極參與國際性活動，廣結人脈也增加合作契機。
7. 研究個案需投入更多資源辦理國際認證，目前已通過中國回教協會、台北清真寺、巴勒克清真食品等認證、食品安全管理系統標準 (ISO22000)、食品安全之危害分析重要管制點 (HACCP)、全球無添加餐飲食品國際認證 (Anti Additive)、國際品質評鑑大賞 (Monde selection)、美國食品藥物管理局 (FDA)、經濟部一鄉一特色產品 (OTOP)、嘉義優鮮 (軸線精品伴手禮認證)。為提升競爭力與生產力，案例不斷努力突破現有限制，朝向國際市場邁進，因此參加許多競賽及認證，歷年獲獎紀錄如表 4-5。
8. 研究個案爭取機會，改善劣勢情況，需投入資源參展、提高設備與生產技術，進行網路行銷。研究個案需投入人力、資金及群聚效益以扭轉劣勢、化解企業所面臨的危機。

本研究探討合作社通過清真產品認證過程中，由於清真食品的規定，讓合作社工作人員對於清真食品生產過程更加嚴謹，對於檢測項目也有所認知，除了培養專業人才獨立作業進行清真認證所需報表及程序外，驗證單位及專業人員不辭辛苦蒞臨指導，讓清真食品落實且建立良好的食品安全及衛生規範。

針對研究案例提出五項建議：

1. 增加有機認證、歐盟認證、猶太認證等各種國際認證以做出市場區隔與市場定位，提早因應國際市場所需，平日須備妥買主所需之各種文件及檢測報告，加上國際認證與獎項的榮耀，可以縮短洽談時間與人力，快速通關以邁向國際市場發展。
2. 後疫情時代，全球面臨嚴重特殊傳染性肺炎 COVID-19 的威脅，人與人之間必須保持一定的社交距離，以降低感染機率，當國際展會紛紛取消或改為線上洽談之際，合作社必須與時俱進，聘請各種人才專業進行跨境電子商務行銷，以拓展更多通路。

3. 除了最基本的英語和日語，以及現有的阿拉伯語及蒙古語，可增加更多語系及影片介紹，讓更多國家的貿易商、代理商及消費者快速了解產品及下單。
4. 開拓國際市場之際同時也要兼顧國內市場，案例所生產的純正、無添加健康油品獲獎後，經過傳播媒體的報導，不但喚起國人養生意識，同時讓合作社受到關注，讓政府機關以及社會大眾更加重視食用油品的安全與健康。
5. 合作社與同業往來之外，亦進行異業結盟，為增加油料作物的面積，可考慮進行跨國合作，在不同國家種植油料作物及設廠，可降低關稅享有優惠，增加就業人口並促進經濟發展，讓更多人享用鮮榨之優質糧油。



## 參考文獻：

1. 資料來源 1，「Rochdale 公平先鋒社」(The Rochdale Equitable Pioneer's Society)  
<https://www.ica.coop/en/cooperatives/history-cooperative-movement>
2. 資料來源 2，內政部合作事業入口網：<https://coop.moi.gov.tw/cphp/aboutView/list7>  
(內政部 90 年 3 月 20 日臺(90)內中社字第 9002245 號函)
3. 孫炳焱(1996)，《國際合作聯盟關於合作社本質的聲明》，合作經濟第 48 期，臺北：中國合作學社，頁 1-2。  
孫炳焱譯(2003)史望·奧克·貝克(S. Å. Böök)著，《世界便簽下的合作社基本價值》，臺北：中華民國合作學社，頁 30-39。
4. 資料來源 3，合作社之社員組織，合作社法第 40 條第四項組織編制及人事管理準則，內政部合作事業入口網：<https://coop.moi.gov.tw/cphp/lawView/list>
5. 資料來源 4，中國回教協會馬孝棋秘書長簡報：清真食品發展現況與相關規定，(2010.06.03)，農產農產貿易人才培訓網站：<http://coa.cpc.org.tw> 貿易人才培訓網站：<http://coa.cpc.org.tw/EDU>。
6. E.Learned, C.Christiansen, K.Andrews · and W.Guth.(1969), Business Policy : Text and Cases
7. Weihrich, H.(1982), TOWS 矩陣：情境分析工具，長期規劃，15(2)，54-66。  
原文：Weihrich, H.(1982) The TOWS matrix-A tool for situational analysis, Long Range Planning, Vol. 15, No. 2, 54-66，林潔盈譯，(2002)，SWOT 分析。
8. 周郁崑(2000)，淺談策略管理程序—SWOT 分析《生產管理與研發設計月刊》，32，26-28。  
張崇山(2007)，〈從 SWOT 分析看博物館展示的發展方向：以工博館為例〉，《科技博物》，11(4)，41-52。
9. 李芳齡、陳琇玲編譯(2005)，商業實戰對策：管理者的完整解答，商周出版。  
沈仰斌、吳萬益、洪茂蔚、蔡憲唐、潘昭賢、蕭峰雄(2005)，商業實戰對策，商周出版。
10. 中國回教協會提供，中國回教協會清真食品認證申請表。
11. 中國回教協會提供，申請認證產品中英文名稱及成分列表。
12. 中國回教協會提供，檢附文件項目表。
13. 中國回教協會提供，經本研究彙整「生產線與器械清洗方式表」。
14. 資料來源 5，中華民國對外貿易發展協會「2010 年生活用品赴東南亞拓銷訪問團」東協 4 合 1 拓銷團介紹及團務會議報告。
15. 廠商專區網，外貿協會網路行銷(<http://mission.taiwantrade.com.tw/commodity2>)
16. 資料來源 6，陳廣哲(2010 年 9 月)台貿中心主任雅加達演講簡報：印尼經貿環境與拓銷商機介紹。

17. 資料來源 7，黃雅鈴(2019.12)，《新南向市調、產業合作與拓銷商機》網通市場商機調查:印尼、越南、菲律賓，中華民國對外貿易協會市場拓展處出版，P96 越南基本資料，附錄 2，投資統計資料欄，ISBN-9789574954209
18. 資料來源 8、9，經濟部國貿局。全球經貿 APP，2019-2020 全球經貿 e 指通:新南向政策服指南實用資訊國家篇-越南。
19. 資料來源 10，楊悅悅報導(2010)，台灣優質產品、拓銷東協掀熱潮，國際商情雙周刊 303 期，P109。
20. 資料來源 11，台灣清真品保協會 <https://thpc.taiwantrade.com/taiwan-certified>
21. 資料來源 12、13，外貿協會官網 <https://thpc.taiwantrade.com/taiwan-certified>
22. 資料來源 14，丁迺忻博士(2021)，巴勒克清真產業有限公司。
23. 附件(一)、中國回教協會清真食品認證
24. 附件(二)、台北清真寺清真食品認證
25. 附件(三)、外交部簽署之中華民國文件證明書
26. 附件(四)、巴勒克清真產業有限公司清真食品認證
27. 附件(五)、外交部簽署之中華民國文件證明書
28. 附件(六)、台北駐新加坡貿易辦事處簽核文件

## 文獻探討:

### (一)、SWOT 分析

1. 謝琬倫(2004)，私立幼稚園應用 SWOT 分析於組織經營之研究，國立臺北教育大學幼兒教育學系碩士班學位論文。
2. 張淑青(2006)，澎湖淡季觀光策略性行銷之研究-SWOT 分析及 TOWS 矩陣之應用，朝陽商管評論，5(1)，59-88。
3. 陳昭靜、鄭凱文(2005)，個案分析-以 SWOT 分析星巴克咖啡連鎖店之經營策略。
4. 王克武、賴姍姍、黃安文(2015)，以 SWOT 及五力分析探討民間參與校園休閒運動中心之經營，嶺東體育暨休閒學刊，(13).1-12。
5. 黃彥棋，徐茂洲、洪宏禎(2016)，威秀影城的 SWOT 五力分析與 BCG 矩陣分析探討，運動與觀光研究，5(1).37-42。
6. 黃志翔(2011)SWOT 理論探討新移民子女教育策略之研究，育達科大學報，(28).159-176。
7. 謝政勳(2016)SWOT 分析應用於社區發展經營策略之研究—以參與農村再生培根計畫之社區為例，台灣社區工作與社區研究學刊，6(3).1-44。

8. 李思璇、程紹同(2012)以 SWOT 理論分析 Club Med 臺灣品牌行銷策略，休閒研究，4(3). 46-53。
9. 黃明義、黃宏裕(2010)，SWOT 分析 2009 年世界運動會新興項目之未來走向-以臺灣浮士德球協會為例，中華體育季刊 24(3). 73-82。
10. 葉連祺、林淑萍(2004)，SWOT 分析在國內中小學行政決策應用之檢討及改進，學校行政(29). 17-37。
11. 謝秀芳、蘇慧慈(2010)，以 SWOT 分析我國柔道運動競技現況及戰術應用，中華體育季刊 24(2). 170-178。
12. 宋慶財、李雪香(2011)，從 SWOT 矩陣分析法探討傳統民居永續發展之可行性-以五溝村客家伙房民宿為例，設計學研究 14(S). 111-132。
13. 陳榮聰, 戴劍鋒, & 彭克仲. (2012). 創新 SWOT 矩陣分析花蓮縣富里鄉農會碾米廠競爭優勢之研究. 台灣農學會報 13(5), 487-511。
14. 盧昭蓉、麥綉婉(2016)，以 SWOT 分析博物館教育活動的發展策略:以國立科學工藝博物館為例，科技博物 20(1). 33-52。

## (二)、STP 分析

1. 詹芃儀(2011)，臺北市城市行銷策略之研究:影視目標市場之 STP 分析，臺北大學公共行政暨政策學系學位論文，1-185。
2. 王培廉(2008)，建設公司 STP 理論之應用研究—以豪宅為例，元智大學管理研究所學位論文，1-74。
3. 陳青森、陳穆臻、蕭宇翔(2015)，應用 STP 於便利商店之生鮮食品品類管理(Doctoral dissertation)。
4. 雷文谷(2005)，STP 行銷及經營理念之分析探討，In: 2005 第四屆運動事業管理學術研討會，大葉大學運動事業管理學系，2005。
5. 梁峻偉(2016)，社區養護中心之 STP 行銷策略實證探討-以高雄市內門區養護中心之行銷推廣組合為例，樹德科技大學經營管理研究所學位論文，1-100。
6. 施昇昌、唐蔚(2014)，結合 STP 法與心智圖之立姿步行復健機設計研究，遠東通識學報 8(1). 85-95。
7. 陳元陽、鄭錫欽、許世芸、李淑梅、蘇智鈴(2007)，藍海策略及其在發展澎湖休閒藝文民宿的策略探究，生物與休閒事業研究 5(1)，1-14。
8. 趙明樺(2014)台灣入境觀光市場中藍海策略之應用-以兩岸 EMBA 菁英論壇為例，臺灣大學商學組學位論文 1-55。

附件(一)、中國回教協會清真食品認證

認證期限:2011.4.25-2012.04.25

認證號碼:GX-1103006



# 中國回教協會

The Chinese Muslim Association



## HALAL CERTIFICATE

The Chinese Muslim Association certifies that products :

"100%Camellia oil/ Tea oil, 100% Tea seed oil, 100%Dark sesame oil, 100%Cold pressed Pumpkin seed oil, 100%茶油、100%茶葉籽油、100%黑麻油、100%冷壓南瓜籽油 ” are compiled with the Halal requirements according to Islamic law.

**Products :** "100%Camellia oil/ Tea oil, 100%/ Camellia seed, 100%Dark sesame oil, 100% Cold pressed Pumpkin seed oil, 100%茶油、100%黑麻油、100%冷壓南瓜籽油 ”

**Company :** LONG LIFE TIEN TRADING CO., LTD. / 長壽田國際貿易有限公司  
**Company's Address :** NO, 617. ZHUNG SHAN RD, MEI SHAN TOWNSHIP CHIA-YI COUNTY 603, TAIWAN

**Producer :** MEI-SHAN TEA-SEEDS OIL MANUFACTORY COOPERATION  
保證責任嘉義縣梅山茶油生產合作社

**Producer's Address :** NO, 617. ZHUNG SHAN RD, MEI SHAN TOWNSHIP CHIA-YI COUNTY 603, TAIWAN

**Certificate NO. :** GX-1103006

**Authorized Issuer :** The Chinese Muslim Association



The Chinese Muslim Association

Date of Registration : MAR. 25, 2011 Date of Expiration : MAR. 25, 2012

Address : No. 62, Hsin Sheng South Road, Sec. 2, Taipei, Taiwan, R. O. C.

Tel : +886-2-2392-7364

Fax : +886-2-2394-8390

Email : cma@cmainroc.org.tw

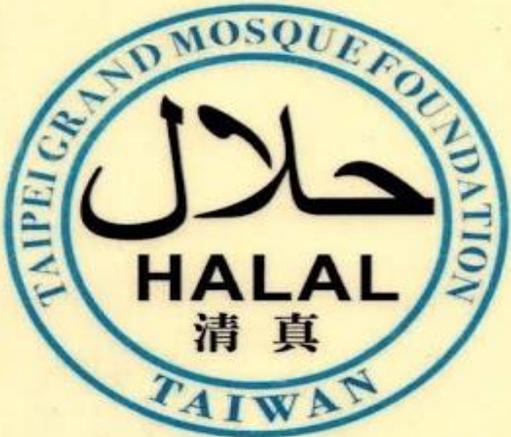
附件(二)、台北清真寺清真食品認證

認證期限 2017.08.30-2018.09.30

認證號碼 TGMN1668043

財團法人 **台北清真寺** 基金會認證

**TAIPEI GRAND MOSQUE FOUNDATION**



**HALAL CERTIFICATE**

Taipei Grand Mosque Foundation hereby certifies that the products of :

\*A. Camellia seed oil series - Camellia seed oil. Meishan top bitter tea oil. B. black sesame oil series - black sesame oil. Meishan top black sesame oil .C. Pumpkin seed oil .D. flax seeds <production of all kinds of capacity packaging products>, (A total of 4 series. 6 product., details as contract attachment) is complied with the Halal requirements of the Islamic Shariah Law.

**Company :** 保證責任嘉義縣梅山茶油生產合作社  
Mei-Shan tea seeds oil manufactory cooperation

**Item :** A. 苦茶油系列-苦茶油.梅山頂級苦茶油.B.黑麻油系列-黑麻油.梅山頂級黑麻油. C.南瓜籽油.D 亞麻仁籽油<生產各式各樣容量包裝系列產品> . . 共 4 個系列.6 種產品 .

**Manufacturer :** 保證責任嘉義縣梅山茶油生產合作社  
Mei Shan Tea Seed Oil Manufacturing Cooperation

**Issued by :** Taipei Grand Mosque Foundation , Taiwan

財團法人台北清真寺基金會 (No.T.2016.f-00089.)  
Certificate No : TGM.N1668043  
Date of Issue : 2017.08.30  
Date of Expiration : 2018.09.30



Tel : +886-2-2321-9445      Email: halal@taipeimosque.org.tw  
Address : No. 62, Sec 2, Xing Sheng South Rd, Da-an District, Taipei, Taiwan.      台北市新生南路2段62號

附件(三)、外交部簽署之中華民國文件證明書

日期:2017.10.11

號碼:106000020508-001

  
中華民國文件證明專用  
REPUBLIC OF CHINA (TAIWAN)  
DOCUMENT LEGALIZATION

**中華民國文件證明書 DOCUMENT AUTHENTICATION**

1. 國家/地區: Country:	中華民國(臺灣) Republic of China (Taiwan) 此公文書 This public document
2. 簽署人 has been signed by	馬有敏 Ma, Yu-min
3. 簽署人職務 acting in the capacity of	民間公證人 Notary public
4. 用印人/單位 bears the seal/stamp of	台北地方法院 Taipei District Court 
5. 地點 at	台北 Taipei
6. 日期 the	October 11, 2017
7. 由 by	外交部 Ministry of Foreign Affairs
8. 案號 Number	106000020508-001
9. 章戳 Seal/stamp:	10. 簽署 Signature: Huang, Pin-kuei Junior Officer, Bureau of Consular Affairs 
11. 附註: remarks:	For The Minister of Foreign Affairs

本文件證明僅證明所附文書內之簽章屬實，至文書所載內容不在證明之列。  
This document authentication only certifies the authenticity of the signature, seal or stamp and the capacity of the person who has signed the attached document. It does not validate the contents of the document for which it was issued.  
本文件證明書核驗紀錄可於下列網站查證:  
To verify the issuance of this authentication, please peruse the following website:  
<https://docauth.boca.gov.tw/BOCAWeb/index4.jsp>

  
C092493



附件(四)、巴勒克清真產業有限公司清真食品認證  
期限 2019.08.15-2021.09.15  
認證號碼:BRKTB18049-062

  
巴勒克清真產業有限公司

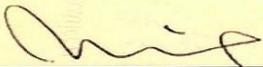
**Barakah Taiwan Halal Hub Co. Ltd.**



**HALAL CERTIFICATE**  
Certificate Number: **BRKTB18049-062**

Here by certifies that the products of : “A1. 梅山苦茶油 MeiShan Camellia Oil, A2. 梅山黑麻油 MeiShan Black Sesame Oil, A3. 頂級苦茶油 Top Grade Camellia Oil, A4. 頂級黑麻油 Top Grade Black Sesame Oil, A5. 頂級南瓜籽油 Top Grade Pumpkin Seed Oil, A6. 苦茶油堅果辣椒醬 Camellia oil with nuts chili sauce, A7. 苦茶油素 X0 醬 Camellia oil vegetarian X0 sauce, A8. 苦茶油南瓜籽醬 Camellia oil with pumpkin seed sauce, A9. 麻油薑泥 Sesame oil with ginger paste” < A total of 9 kinds of products, details as contract attachment > is complied with the Halal requirements of the Islamic Shariah Law.

Company : Long Life Field International Trading Co., Ltd < 長壽田國際貿易有限公司 >  
Mei Shan Tea Seed Oil Manufacturing Cooperation < 保證責任嘉義縣梅山茶油生產合作社 >  
Head Office: 嘉義縣梅山鄉中山路 617 號  
Manufacturer : NO,617.Zhung Shan RD., Mei-Shan township Chaiyi country 60342,Taiwan(R.O.C.)

Auditor:  مراجع الحسابات

Chief executive:  الرئيس التنفيذي

Issue on : 2019.08.15      Date of Expiration : 2021.09.15.

7B-18, Taipei World Trade Center, No. 5, Xinyi, Rd. Sec. 5, Xinyi Dist., Taipei City, Taiwan(R.O.C.)  
Tel: +886-2-23459977      Email: halal@barakah101.com      Fax: +886-2-27201515





附件(六)、台北駐新加坡貿易辦事處簽核文件  
簽發日期:2019.08.29



TO ALL TO WHOM THESE PRESENTS SHALL COME:

I, the undersigned, in the SINGAPORE TRADE OFFICE IN TAIPEI, exercising my functions in TAIWAN, DO HEREBY CERTIFY AND DECLARE that LIU, SHIH-CHIEH who has signed and sealed the notarial certificate attached to the annexed document (HALAL CERTIFICATE, issued by Barakah Taiwan Halal Hub Co. Ltd., Certificate No.: BRKTB18049-062 on 15 August 2019) is a consular officer practising in Taiwan.

In so certifying, the SINGAPORE TRADE OFFICE IN TAIPEI does not endorse, verify or make any statement as to the accuracy, truth, legality or otherwise of the contents of the document or the purposes for which the document may be used.

Before me, on 29 August 2019



ANG YEE TIEN  
SENIOR ASSISTANT TRADE REPRESENTATIVE  
(ADMINISTRATION AND CONSULAR)  
SINGAPORE TRADE OFFICE IN TAIPEI

