

專案質詢

8-8-12-0511

立法院議案關係文書 中華民國 104 年 12 月 2 日印發

案由：本院許委員淑華，針對行政院長毛治國日前參加農試所成立 120 週年慶，並前往花蓮青年農民盧紀燁創辦的「壽豐印象」訪視，提出希望臺灣農業提升競爭力，向「智慧農業」轉型，創造更多市場商機，以因應開放的挑戰。建請行政院責成所屬機關研擬相關方案，將農業納入優先推動產業。爰此，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、臺灣是小農制。相較其他國家，有些是因為採大農制的規模經濟生產，而使其農產品有競爭力（如美、紐、澳）；有些則因勞力、土地等各項成本相對低廉，而使其農產品有競爭力（如大陸、部份東南亞國家），臺灣農業似乎很難勝出。同時，一旦加入區域組織與簽訂 FTA 後，其他國家固然會向我們開放市場、降低關稅；但我國同樣也必須向他國開放，對國內弱勢產業而言，當然會因此面臨國外產品的進口壓力。由於農業一直被認為較弱勢且需要保護，表面上看，未來若市場開放，農業受到的衝擊較大，但事實未必如此。
- 二、我國農業也擁有其他國家缺乏的優勢，首先即是深厚的農業科技與優良的農業技術。數十年來，我國一直在輸出農業技術，由政府派出、支援邦交國的「臺灣農耕隊」一度曾行遍天下；另一個優勢，則是小農制的彈性與靈活，更能往精緻農業走，提升附加價值以因應市場需求；第三個優勢是臺灣深入一般民間的科技優勢，能讓農產品利用現代科技走向全球。
- 三、我們可以從臺灣農業最重要、核心的產品—臺灣米的情況來看。10 多年前，我國為了加入世界貿易組織（WTO）而開放稻米進口，許多人以為臺灣米就此終結，因為進口米比臺灣米便宜許多。但價格便宜的泰國米、越南米進口，並未讓臺灣米垮台，只是市面上增加了更多單價更高且有品牌的臺灣好米、有機米等。甚至曾有某著名的連鎖餐飲店為求節省成本改用泰國、越南米，結果不為顧客喜愛導致生意大跌，終而改回使用臺灣米。近期一個顯著的例子，則是臺灣米以高價登上全球最大電子商務商、大陸的阿里巴巴。阿里巴巴旗

立法院第 8 屆第 8 會期第 12 次會議議案關係文書

下的天貓國際，特別與臺灣農民簽訂製作，透過網路把臺灣米行銷到海外，讓農民賣出的價格較原來高出 50%。近 3 個月，臺灣米外銷巴布亞新幾內亞的數量也大增，出口增加並非政府的糧食援助，而是純粹的市場機制運作結果。

- 四、其實，不僅是臺灣米，同樣的情況也發生在其他農產品上。20 多年前，我國開放便宜的美國火雞肉進口，引發農民抗議，擔心國產雞再難生存；10 多年前再開放各種雞肉進口，同樣引來抗議。但至今國內養雞業不但仍存活，而且發展出各種特殊、肉質更佳的雞肉，其價格與受歡迎程度都在國外進口雞肉之上。從結果來看，「雲林土雞」的價格就是比「美國雞腿」高出許多，顯然臺灣的農民與農業，絕對有因應開放與競爭的能力。
- 五、政府為了因應產業升級，特別提出「生產力 4.0 發展方案」，並將農業納入優先推動產業。毛院長即表示，未來農業要以智慧生產及數位服務為發展策略，導入物聯網、大數據，協助小農發展智農聯盟，推動消費者導向的智慧農業，進而提高生產力，創造更多的市場商機。而從人類農業發展歷史看，也可看出農業科技一直是農業進步最重要的動力與因素。我國有深厚的農業科技與農業技術；有勤奮上進、努力不懈的農民，配合政府的「生產力 4.0 發展方案」，加上相對於大陸與東南亞國家，在食品安全上更有保障，臺灣農產品絕對有能力走到國際，為農民創造更大的市場與利益。
- 六、我們可以參考一向以強力保護農民、抵抗國外農產品進口的日本，在全球經貿大勢所趨而必須加入 TPP、開放國內市場時，日本政府與農民做的是轉攻高附加價值、特殊的農產品，以此產品出口進攻國外市場—這就是日本首相安倍所說，他會領導日本農業從阻擋外國農產品進口的「保護型農業」，轉變成讓日本農產品擴大出口的「進攻型農業」。