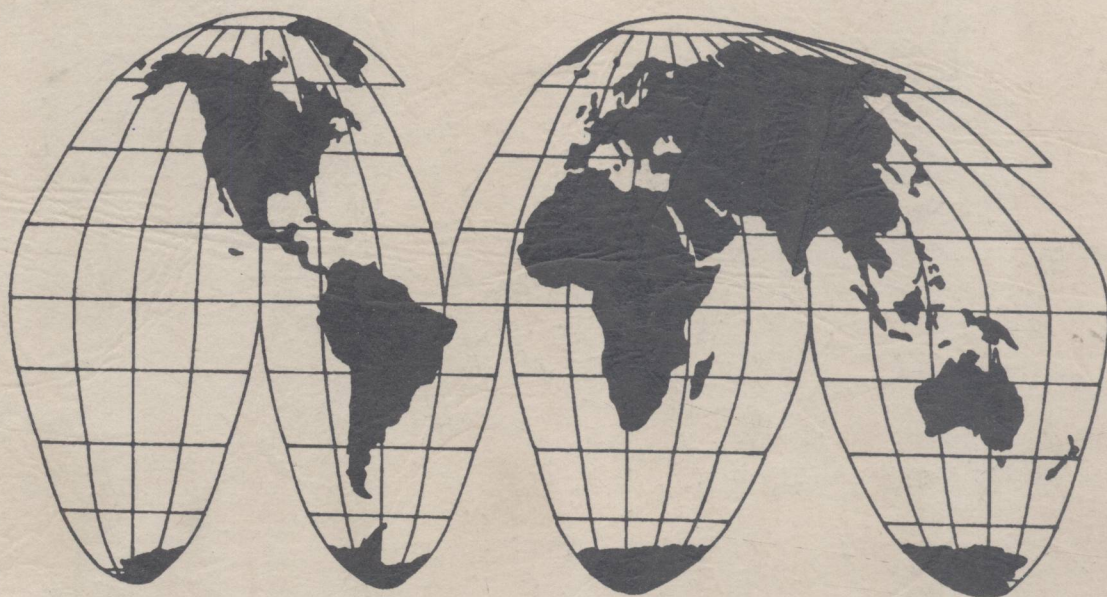


亞太各國食品產業

Food Industries in the Asia Pacific Area

陳國隆 吳秀蓮 張 驊 李河水 華 傑

K. L. Chen S. L. Wu H. Chang H. S. Li Jack. Hua



行政院農業委員會 經費補助
食品工業發展研究所 編 印

中華民國八十四年八月

序

近幾年來，亞太地區經濟蓬勃發展，臺灣身處東北亞與東南亞之中心點；向西緊臨中國大陸，向東遙對北美地區，是亞洲的地理要衝。



在亞太經濟重要性日益提昇之際，對此地區所採取的經濟戰略實與我國未來經濟發展息息相關。因此如何在此地區尋找據點及如何善加利用與各國間的經貿關係，大幅降低經貿往來障礙，是政府制定「南向政策」與「西進政策」的重要課題。本所企劃室同仁陳國隆、吳秀蓮、張驊、李河水、華傑等在行政院農業委員會經費補助下，就近年「食品產業資料庫」所蒐集的資料彙編成「亞太各國食品產業」一書，提供業界及相關單位參考。

本書匆促出版，錯誤在所難免，尚祈各界先進不吝指教。

食品工業發展研究所 所長 劉廷英

中華民國八十四年七月三十一日

亞太各國食品產業

Asia Pacific Food Industries

目 錄

第壹章 越 南

第一節 越南的政經概況	1
第二節 越南的食品產業	2
一、水產業	2
二、食品包裝業	7
三、鳳梨產業	8
四、啤酒產業	9
五、肉品加工業	9
六、乳品工業	10
七、食用油脂業	10
八、農產加工業	10
第三節 對越南投資情形	11
第四節 越南的投資法令	13
一、投資法令	13
二、公司設立型態	13

第貳章 新加坡

第一節 新加坡的政經概況	15
第二節 新加坡的食品產業	16
一、健康食品業	16
二、糕餅、糖果業	19
三、水產業	21
四、食品零售業	23
五、乳品業	25
六、食品倉儲物流業	28
第三節 對新加坡投資情形	30
第四節 新加坡的投資法令	31
一、投資法令	31
二、公司設立型態	31

第參章 馬來西亞

第一節 馬來西亞的政經概況	37
第二節 馬來西亞的食品產業	37
一、水產加工業	38
二、水產養殖業	39
三、食品包裝產業	40
四、農業	41
五、便利商店	42
第三節 對馬來西亞的投資情形	42
第四節 馬來西亞的投資法令	42
一、投資法令	42
二、公司設立型態	43

第肆章 泰國

第一節 泰國的政經概況	44
第二節 泰國的食品產業	44
一、米粉業	45
二、清涼飲料市場	45
三、蔬菜加工業	48
四、水產加工業	49
五、肉雞業	51
六、乳品業	53
七、農業	55
八、水果加工業	60
九、食品包裝業	61
十、製糖業	62
十一、速食麵業	64
十二、罐頭業	64
十三、飼料業	67
第三節 對泰國投資情形	68
第四節 泰國投資法令	68
一、投資法令	68
二、公司設立型態	69

第伍章 香港

第一節 香港的政經概況 70

第二節 香港的食品產業 71

 一、香港的政經概況 74

 二、肉品及其加工業 77

 三、蔬果及其加工業 77

 四、穀類及加工業 79

 五、乳品業 79

 六、飲料業 83

 七、其他食品業 83

 八、總結 84

第三節 對香港投資的情形 85

第四節 香港的投資法令 88

 一、投資法令 88

 二、公司設立型態 88

第陸章 菲律賓

第一節 菲律賓的政經概況 89

第二節 菲律賓的食品產業 89

 一、水產及其加工業 90

 二、休閒食品業 91

 三、飲料業 93

 四、蔬果及其加工業 93

 五、製糖業 97

第三節 對菲律賓的投資情形 97

第四節 菲律賓的投資法令 98

 一、投資法令 98

 二、公司設立型態 99

第柒章 印尼

第一節 印尼的政經概況	100
第二節 印尼的食品產業	101
一、水產業	102
二、油脂業	103
三、休閒食品業	104
四、飲料業	105
五、肉品加工業	106
六、罐頭產業概況	106
七、味精業	110
八、農產品業	111
第三節 對印尼投資情形	119
第四節 印尼的投資法令	120
一、投資法令	121
二、公司設立型態	123

第捌章 印度

第一節 印度的政經概況	124
第二節 印度的食品產業	125
一、砂糖產業	125
二、蔬果加工業	128
三、乳品業	128
四、禽畜業	129
五、漁業	129
六、飲料業	130
七、休閒食品業	131
八、茶葉	131
九、族裔食品	132
十、其他食品業	133
第三節 對印度投資的情形	133
第四節 印度的投資法令	134
一、投資法令	134
二、公司設立型態	136

第玖章 紐西蘭

第一節 紐西蘭的政經概況	137
第二節 紐西蘭的食品產業	138
一、農畜產業	138
二、酪農業	141
三、飲料業	144
四、蔬果業	144
五、水產業	146
第三節 對紐西蘭投資的情形	147
第四節 紐西蘭投資法令	147
一、投資法令	147
二、公司設立型態	148

第拾章 澳洲

第一節 澳洲的政經概況	150
第二節 澳洲的食品產業	150
一、畜產加工業	156
二、農產品加工業	157
三、食品包裝機械業	163
四、糕餅糖果業	168
五、水產加工業	169
六、飲料業	172
七、乳品加工業	173
八、機能性食品業	174
九、製糖業	175
十、健康營養食品	175
十一、製茶業	176
第三節 對澳洲投資的情形	177
第四節 澳洲的投資法令	185
一、投資法令	185
二、公司設立型態	185

第拾壹章 中國大陸

第一節 中國大陸的政經概況	188
第二節 中國大陸食品產業	192
一、茶業	195
二、飲料業	198
三、酒精性飲料業	207
四、飼料業	209
五、糕餅業	210
六、水產業	211
七、製油業	214
八、冷凍食品業	216
九、製糖業	218
十、乳品業	219
十一、農產品業	221
十二、罐頭食品業	224
十三、蛋加工品業	226
十四、肉品業	226
十五、食品包裝業	227
十六、兒童食品業	231
十七、休閒食品業	233
十八、健康食品業	233
十九、零售業	234
二十、調味料業	235
二十一、速食麵業	236
二十二、冰品業	239
第三節 對中國大陸投資情形	239
第四節 中國大陸的投資法令	247

附 錄

計畫編號：96X950-3

補助單位：行政院農業委員會

工作報告：工84-214

提出日期：84年8月

研究人員：陳國隆—食品工業發展研究所 助理研究員

吳秀蓮—食品工業發展研究所 副研究員

張 驊—食品工業發展研究所 技術員

李河水—食品工業發展研究所 研究員

華 傑—食品工業發展研究所 研究員

第壹章 越 南

第一節 越南的政經概況

越南社會主義共和國位於北緯8度至25度，有1,600公里以上寬廣S型的國家，北鄰中國大陸，西邊爲柬埔寨東部與南部面臨海，面積爲3,300萬平方公里，大部分居民都集中在北部以河內爲中心的紅河三角洲與南部以胡志明市爲中心的湄公河三角洲。這些人口密度高而狹窄的沿岸與平地連接，而西邊爲人口密度低的高原。1993年人口總計有7,198萬人，其中男性佔48.7%，女性佔51.3%，人口成長率2.1%，預估2000年越南之人口將達8,231萬人。目前越南有勞動力3,290萬，其中70%以上是農村勞動力。

1970年開始經濟改革，1986年的革新使經濟指標相當穩定成長，其財政赤字縮小。1986年鎮定了已超越年率500%的高通貨膨脹。外匯兌換率已停在1美元對1萬越幣。這顯示政府的財政緊縮，金融政策對國民的經濟需求等發揮了控制效果。在供給方面而言，在農業領域有相當進展，但工業生產則顯著的停滯。總體國民經濟而言，供給力不足。農業部門之肥料、機械等供給不足，今後必須以強化工業爲中心這是越南最大的課題。

越南的經濟越來越依賴農業。農業已佔總生產額之50%，其農業人口佔70%。米的生產有顯著增加，1980年代由日本輸入，至今5年內已有50萬噸以上可以輸出。目前米的輸出已佔世界第三位，爲了確保食物外銷賺取外匯而發展多樣化種植並導入外銷作物，強化加工流通，整頓農村，提高農村生活環境水準，實施農業及農村政策。

目前越南農業之主要問題是土地之生產率及利用率偏低。在技術層面而言，天然災害頻繁，加工部門起步緩慢，有待加速強化市場，尤其是改善產品品質，加強對歐美的輸出等。另外，由於農地利用權的細分化而減低農民的投資意願（爲了解決這問題，政府於1992年7月上旬公佈新的土地利用法及土地所有的自由化）；國營農業服務部門不積極；農民產銷的自由化；合作社的營運、管理改革等都是問題。

1991年～1995年的 5年計劃是將農業作為國家最重要的部門之一。主要目的在於確保國民的糧食與獲取外匯，因此著重於農地面積擴大、品種改良、建設水利設施、導入近代化耕作技術，及提升出口產品之品質等強化政策，及加強教育培訓人才。今後以擴大米的輸出為主，振興農水產物輸出為越南農業的主要目標。

表一、越南重要之經濟指標(1993年)

經濟成長率	8.2%
通貨膨脹率	5.5%
國民生產毛額	24.1億美元
進出口總值	63.0億美元
對美元匯率(1994年5月)	10,900盾：1美元

第二節 越南的食品產業

一、水產業

越南每年的總漁獲量約有 102萬噸(海、陸)，其中海水方面的漁獲量約為70萬噸，直接從事的人口約有29萬人，漁船數約 6.5萬艘，動力船約3.65萬艘，無動力船約 2.85萬艘，其中 10噸以上的船隻有 3,700艘，意即多數為未滿10噸的小型漁船。(81080018)

越南海岸線長達 3,260公里，提供了相當寬廣的水產資源，預計每年可供給140萬噸的魚、6萬噸的蝦及 4萬噸的花枝，除此還有未開發的軟體動物、海藻、高價位的紅珊瑚、鮑魚、海參及海膽等。截至1994年底止有 126家冷凍水產品加工工廠分佈在海岸線附近。另外，有 84家公營及極大多數民營的魚醬加工工廠(年產量1.8億升)以及11家魚粉製造工廠。(84010083)

水產品的出口僅次於石油居第二位，以蝦、花枝為主。捕漁主要以離岸10～20 哩，水深20～30公尺的海域為主要漁場，一次作業1～5 天，主要漁獲種類有蝦、花枝、鯛、鯉、鱈、鱒、紅貝、蛤、海藻等，

其中蝦、花枝、蟹、旗魚、鯛、紅貝爲主要的出口水產品。產季可分兩次，夏季(4-9月)水溫上昇，中、北部是好漁場，到了冬季(10~3月)，水溫下降，南部成爲好漁場。漁獲除了經由漁會或中介人賣到零售店再轉售給消費者，另有部份在加工廠做成魚露或魚乾製品，在國內消費。有些高級魚除了由加工廠直接購入外，是由漁民先收取貨款再交貨，有些公司本身亦擁有大噸數的漁船。

多數漁船並無保鮮設備，在高溫多濕環境下很難維持鮮度。目前越南國內備有200~300噸冷藏庫，日產5~10噸的工廠約有200多家，約有一半是以蝦等高級魚類爲主，以半製品方式出口到日本、台灣、新加坡。隨市場開放政策的改變，目前的趨勢是出口附加價值較高的最終製品以取代半製品，但由於設備老舊、技術落後、資料不足、衛生問題等，品質與西方相差太多。養殖魚方面，主要是鰱、鯉，做爲農家副業，近年來亦開始著手進行海水養殖虱目魚。目前較熱門的是養殖白蝦，以南部爲中心，養殖方法還很原始，但近年來技術大有進步，部份已採集約式，亦可生產種苗，生產擴大，利用低廉的勞力及飼料可成爲潛力的產品。(81080018)

長期以來，越南視其綿長的海岸線爲其寶貴的天然資源之一，希望藉此大力開發水產升到3.69億美元(9.54萬公噸)，成爲越南僅次於原油的創匯產品。估計至1994年底水產品外銷總值將達4.75億美元，1995年預計將提升至5.5億，主要出口市場爲日本、香港、新加坡及台灣，最近更發展至北美市場及歐洲國家。(84020054)

表二、越南水產品生產統計及預測

類 別	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1995
總漁獲量(噸)	835,000	854,000	900,000	951,000	1,019,000	1,015,000	1,500,000
海面漁業(噸)	592,000	612,000	646,000	654,000	709,000	695,000	1,100,000
水面漁業(噸)	243,000	242,000	254,000	297,000	310,000	320,000	400,000
輸出金額(千美元)	105,000	138,900	166,744	174,196	205,000	220,000	400,000
魚醬產量(公秉)	92,000	95,000	93,500	88,000	140,000	140,000	170,000
魚粉產量(噸)	5,300	6,500	10,000	2,030	9,300	16,000	20,000

資料來源：食品市場資訊82010253

註：1991年及1995年之數值爲目標值

越南整個水產工業是由中、大型國營企業搭配為數眾多的私人小工廠所構成，由於過度捕撈，使得近海資源大量減少，但遠洋或深海漁業仍有高度的發展潛力。一些大的國營公司擁有大型的漁撈船隊，捕獲之漁貨亦由其加工處理及銷售，近年來則有愈來愈多的私人企業瓜分這個市場，主要肇因於經濟管制的放鬆，且由於便宜的人工，即使在企業必須支付高額稅賦的情況下仍有相當的獲利。

越南從1986年來一連串的措施已使該國由計劃控制經濟逐漸轉變為自由市場經濟，這些措施包括：(1) 解除工資及物價的管制；(2) 國營企業民營化；(3) 國外投資法規的增強；(4) 准許非國營公司自由操作而無任何限制；(5) 外銷廠商可利用其外匯進口機器及設備。除此之外，1990年 7月修正的國外投資法規並准許個人與國外公司進行合作，8月又通過了相關的勞工管制法規；目前，更有許多有關外國投資的提案正在進行審議中。

這一些改變將促使越南的水產業快速成長，雖然目前實際的情況是由於缺乏資源的管理、沿岸資源的過度開發、下層執行機構不足、品質管制及市場資訊的不完全，使得生產及出口值未達預期的標準，且由於從中央計劃經濟邁入自由市場經濟將遭遇特殊難題，但是解決的方法已經有了腹案：(1) 從公營或私營企業獲得財務支援；(2) 加速社會化分解的過程並確立權責；(3) 公家撤出對企業的管理權；(4) 對經理階層人員施以市場經濟及國際貿易實務之訓練。

越南特別歡迎外國對其能源、一般消費用品、旅館及服務業、農業、森林業及漁業的私人投資，至1991年3月越南已發出了240個投資執照，以目前申請的情況來看，將有15億美元的資金投資在越南，外國代表在越南尋求貿易及投資管道的情形亦呈加速度成長，該國並成立了一個投資促進部門(Dept. for Investment Promotion)以提供外國投資者各項資訊與協助。

另外越南在1991至1995年間大約需要4億到5.5億美元的外國資金，其中 60%將由國外私人以共同開發或合資的方式獲得，剩餘部分則為向國際間貸款。該國漁業部亦已訂出了九〇年代水產業發展的社會經濟目標：(1) 保證每人每年消費13至15公斤漁獲；(2) 至公元2000年水產業總產值為160萬公噸，其中100萬公噸由捕撈而來，60萬公噸由養殖而來；(3) 至公元2000年外銷總值達到將近10億美元，國民生產

總毛額有30~40億美元由水產業而來；(4)提供300萬個工作機會於水產品之生產、行銷及服務；(5)提升水產加工技術，未來10年將投資兩兆越幣；(6)每年提供國家預算3,500億元越幣。除了上述的目標之外，投資者所提出的計畫若能保證技術的移轉、市場的獲得、工作的機會以及政府的歲收，則對計畫的有很大的助益。

目前有43計畫在尋求外國的投資，計畫金額介於10萬到 3,900萬美元間，其中14項有關蝦類養殖，項其餘則包括鱸魚、珍珠、牡蠣、蚌、蠔、干貝、螃蟹及海藻的養殖。有 8項計畫與漁撈技術的發展有關，3項計畫以水產品加工為目的；另有8項計畫以研究為主；此外還有一些計畫則是針對社會經濟的發展。(82030072)

當然，決定是否對越南投資的另一個最需要考慮的因素就是越南本身，如果一個國家的經濟狀況停滯不前，企業則將很難獲得成長。我們可以利用世界銀行訂出的四項準則來判斷越南經濟是否處於一個成長狀態：

(1) 穩定的總體經濟：越南國內生產毛額在1992年預計成長2.8%；通貨膨脹率由1986年的487%降至1992年預期的 80%；都市失業率亦降至 7%。

(2) 競爭的個體經濟：越南的水產業將持續地在國際市場保有競爭力，特別是其廉價的勞工更是一重要因素。

(3) 投資於人民：越南漁民能吃苦耐勞，若能教育部份漁民從事經營管理，當能相輔相成。

(4) 拓展全球性關係：越南自七〇年代末期已逐漸對外開放，毫無疑問地亦將促進水產業的發展。

表三、越南水產業迫切期待的外國投資計畫項目(1992年9月)

計畫 NO:	計畫提案	必要設備投資額 (百萬美元)
1	蝦/蟹/海藻的養殖	1.9
2	蝦/魚的養殖	2.2
3	蝦的養殖	0.2
4	蝦的養殖與飼料的生產	0.2
5	鱸魚/海鱸的養殖	0.5
6	軟體動物養殖調查	0.5
7	水槽魚的養殖與捕獲	0.7
8	中型蝦的養殖	12.0
9	魚丸的生產	0.5
10	國立漁業資料庫的設立	0.3
11	遠洋漁業	1.1
12	造船	8.0
13	遠洋漁業	8.0
14	龍蝦的開發	0.9
15	龍蝦的開發	1.0
16	中型蝦的養殖	0.1
17	蝦的養殖	0.6
18	油炸魚肉事業所	0.5
19	酵素加水分解處理	0.5
20	遠洋漁業	10.0
21	港灣設備的改善	8.0
22	漁船的現代化	26.0
23	帆立貝的開發	0.7
24	中型蝦的養殖	8.0
25	中型蝦的養殖	9.0
26	中型蝦的養殖	26.0
27	中型蝦的養殖	39.0
28	中型蝦的養殖	0.5
29	蝦的養殖	0.5
30	蝦的養殖與調理所	24.0
31	港灣設備的改善	9.0
32	造船	5.0
33	輸出入港灣的建設	10.0
34	尼龍纖維的生產	4.0
35	冷藏設備的設置	4.0
36	附加價值商品的價值	3.0
37	研究所的設立	0.4
38	研究所的設立	1.0
39	品質管理設施的改善	0.7
40	管理設施的改善	0.8
41	資源調查	2.0
42	漁業計畫的支援	0.8
43	水產養殖的支援	0.7

資料來源：越南漁業局；日本包裝顧問公司

總之，越南已經具備了經濟發展的先決條件，漁業生產與外銷預期會有持續之成長，同時也可能開始進口少數魚貨以供水產加工業及國內市場所需，屆時，越南即使不是世界上重要的水產工業國，也將在亞洲佔有重要地位。(82030072)

二、食品包裝業

隨著外國品牌飲料大舉在越南投資經營，高級而獨特的包裝器材市場需求遂跟著提升，左右飲料售價甚巨。從河內啤酒價格上便可看出一斑：散裝啤酒每公升 3,500越盾(約合0.33美元)，瓶裝啤酒每公升6,500越盾(約合0.61美元)，罐裝啤酒每公升1.5萬越盾(約合 1.40美元)。

1993年，越南進口了 1.7億個空鋁製罐及幾千萬個塑膠瓶供應啤酒和礦泉水製造業，僅安江省之礦泉水公司便須自國外輸入 1,000萬餘個PET塑膠瓶，以盛裝其每年出口500萬公升的產品。根據越南輕工業部統計資料顯示，越南目前飲料消費率僅每人每年為 3公升，其中4%的飲料容器是塑膠瓶及鋁罐，其餘裝在玻璃瓶內，非但成本較高，且易破損。

越南飲料包裝器材生產迄今仍非常落後，幾乎所有機械設備都較其他國家落後了30年，產品的質與量均無法符合飲料容器標準。更甚者，越南玻璃瓶製造廠只有寥寥數家，全國飲料業惟有依賴 2家中央國營單位和 8家地方單位提供的玻璃瓶營運。越南輕工業部官員指出，當務之急莫過於設法投資4,500萬美元改進慶和省和海防市2家主要玻璃瓶廠的生產功能。

近來，越南礦泉水廠開始對 PET塑膠瓶生產感興趣，並計畫自行投資。胡志明市1993年便設立 2條小型年產 300萬 PET瓶的生產線，另外 3條總年產量為 5,000萬個瓶子的生產線將於1994年內開始運作。同時間裡，胡志明市〔西貢啤酒廠〕則與新加坡 Asian Metal Box Ltd合資成立年產4.6億個鋁罐之聯營企業。此外，越南政府目前正考慮核准在北部成立一家年產3~4億個鋁罐之外資聯營計畫。

越南飲料市場發展非常迅速，而隨著啤酒廠、果汁廠、礦泉水廠的紛紛出現，包裝器材及瓶罐製作技術也跟著有所改進。(83100072)

Crown Cork & Seal 為美國及越南兩國關係正常化後，第一個在越南投資設立飲料製罐廠的公司，並於 1994 年 2 月正式設廠；緊接著該公司宣佈將在中國大陸北京設第四座飲料製罐廠。

越南及北京廠為 Crown Cork & Seal 與其長期合作夥伴香港 Swire Pacific 及當地公司之聯合投資事業。Swire Pacific 始終為 Crown Cork & Seal 公司在亞太地區所有飲料投資事業的合作搭檔。越南廠計劃座落於靠近 Hanoi 城附近，最初設備約為 400 萬容量，負責供應北越啤酒及清涼飲料市場空罐需求，預計於 1996 年正式生產。CCS (Crown Cork & Seal) 聯合投資公司，全名為 Crown Vinalimex Packaging Limited，其中 Crown 握有股權 33%、Swire Pacific 擁有 34% 股權、兩家當地公司——越南國家食品進出口公司及 Hay Tay 食品廠分別佔 20% 及 13%。

Crown 在中國大陸所投資的製罐廠位於北京，最初設備 500 萬產能，計劃於 1996 年初開始正式運作，Beijing Crown 製罐公司將是北京第三家製罐廠，另二家為 Carnaud Metal box 及 Pacific Can 現有廠。Beijing Crown 80% 股權為 Crown Cork Hong Kong (CCHK) 所持有，另外 20% 則為中國大陸當地公司所掌握；CCHK 為 Crown Cork & Seal 佔 50.1% 股權之所屬子公司，另一股東為香港 Swire Pacific 公司。(83110079)

三、鳳梨產業

越南的鳳梨屬於 Queen Victoria 種，北部紅河三角洲及南部湄公河三角洲是越南鳳梨兩大產地。以往出口以前蘇聯及東歐為主，目前則朝擴大歐洲及日本市場，且都屬於業務用較多。

My Chau 公司所生產的罐頭有鳳梨罐頭等水果罐頭；出口對象以日本、德國、台灣、新加坡為主，年產能力約 1 萬噸。

Tan Bin 公司所生產的產品有鳳梨罐頭、冷凍鳳梨、筍罐、冷凍水果；出口對象（以德國等歐洲國家及日本為主；生產能力以原料計

算每日150噸。

國營農場An-Ha的農地面積有610公頃，其中 300公頃種植香蕉、160 公頃種植甘蔗、40公頃種植鳳梨、110公頃種植桉樹(eucalyptus)。

1990年底止鳳梨出口甚多，但是鳳梨罐頭的出口則萎縮。所種植的鳳梨品種大部份是屬Queen Victoria種，現有一部份採用適合製造鳳梨罐頭的Smooth Cayenne種，但是受資金不足及土壤不適地區眾多，轉換品種之困難仍待解決。除上面所面臨的品種轉換問題點外，尚有待引進機械設備之現代化工廠及規格標準的一致化、空罐製造設備的整頓等。(82040098)

四、啤酒產業

越南胡志明市食品工業公司與 Heineken-Asia Pacific Breweries 公司合作，在該市福門縣設廠的啤酒聯營企業Vietnam Brewery。該聯營公司將在越南市場行銷 Tiger啤酒，利用既有包括國營及私營單位在內的分配網路來把 Tiger送到越南消費者手中。

越南 Tiger 啤酒廠將從荷蘭、澳洲以及其他歐洲國家進口麥芽(Malt)和忽布子(Hops)等生產原料，至於包裝材料的瓶子、瓶蓋、和標貼等，則採用越南本地的產品。該廠最初的年產能為 3,000萬公升，而受計畫年產 5,000萬公升啤酒的擴充提案業已展開，預期相關工程可能於1994年4月落成。據該聯營公司越南負責人 Le Minh Chau表示，在越南生產的 Tiger啤酒，市價不會高於當地產或走私品，甚至還可能更便宜。

越南消費者目前每年平均僅飲用 2公升啤酒，但隨著經濟的發展及國民收入的提高，啤酒的行銷量勢必增長，同時越南人的品味也會走向高級化，Tiger、Heineken和 San Miguel等將會是未來的消費品牌。(82120029)

五、肉品加工業

越南目前有22家肉品加工廠，共計年產量50,000噸，大部份集中