



韓國食品工業的崛起之路及對香港的啓示

繼香港特區政府財政司司長在 2022-23 年財政預算案中首次提出「新型工業化」的概念之後，創新科技及工業局於 2022 年底發表了首份「香港創新科技發展藍圖」，當中提及製造業未來十年的產值佔 GDP 的比例要提升至 5%，引發了社會各界對香港工業發展路向的熱烈討論。多位學界、政界、工商界人士不約而同地指出，除「藍圖」中所選定的策略性產業(半導體晶片、新能源汽車、先進製造業、生命科技等)外，食品工業亦是一個不可忽視的支柱產業選項；更有論者建議應在北部都會區發展中加入建設食品工業園的規劃。

他山之石，可以攻玉。環顧世界，若論現代食品工業的後起之秀，當數韓國莫屬。尤其是 2016 年投入營運的「韓國食品產業園」(下稱 Foodpolis)，在不到十年間，已助力「韓食」(韓國食品 K-Food)的潮流風靡亞洲甚至歐美。根據韓國的出口統計資料，在 2016 年至 2021 年間，韓國食品工業的總產值由 73.3 萬億韓元(約 4,457 億港元)增加至 93.2 萬億韓元(約 5,667 億港元)¹，年均複合增長率達 4.92%，遠高於國內生產總值同期的 1.83%；食品工業佔韓國製造業產值的比重從 2017 年的 15.7% 上升至 2021 年的 17.8%(見附表 1)。在新冠疫情期間，韓國的食品出口總值更於 2021 年首次突破 94.5 億美元² (約 737.1 億港元)的歷史新高。

本文旨在以「韓國食品工業園」為考察點，總結、分析韓國政府扶持食品產業發展的策略和政策體系，並以之為借鏡，檢視香港的食品工業是否亦同樣擁有「後發制勝」的條件。

發展韓食以冀「一石多鳥」

所謂「民以食為天」；無論在任何地方，食品工業對經濟民生的重要性均不言而喻，其本身亦稱得上是經濟和社會可持續發展的關鍵性一環。韓國在 1995 年加入世界貿易組織(World Trade Organization, WTO)之後，遵照自由貿易政策向全球開放市場，當中包括了關係到千萬韓農生計的農產品。面對發達經濟體和跨國企業的強勢競爭，韓國農業節節敗退，快速陷入萎縮狀態，其所支撐的就業人數由 2000 年的 2,243 萬大幅下降兩成至 2006 年的 1,785 萬。憤怒的韓農成立了反對 WTO 的聯盟，不時組織激烈的示威抗議活動³。韓國政府於是將目光投放在食品工業上，視之為一項有助改善韓國農產品出路和市場競爭力、減低農民利益受損而引發社會和政治不穩風險的「神奇武器」。

¹ 本文以 2022 年韓元兌港元的平均價(1:0.00608)計算。

² 數據來源：<https://www.atfis.or.kr/home/food/stats/main.do?tabGubun=BASIC&category1=FARM&beginYear=2018&endYear=2021>

³ 其中最為港人熟識的事件是 2005 年 2,000 多名韓農在香港舉辦世界貿易組織會議期間於會場外進行大規模示威。

除了保障上游農產品在地需求的「初衷」之外，韓國政府亦冀望透過發展食品工業來夯實產業根基和挖掘未來經濟的增長點，收取「一石多鳥」之效。2008年，韓國農林畜產食品部(Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, MAFRA)部長在介紹韓國食品工業發展策略時明確表示，韓國將擺脫過往視食品工業為傳統工業的陳舊觀念，以科技賦能，透過引入先進的食品生產技術和發展新概念的食品打造藍海市場，將食品工業打造成為 21 世紀的高潛力增長型產業，並在全球食品市場上搶佔一席之地。

韓國政府還對「韓食」推廣韓國國家品牌的獨特功能寄予厚望⁴。特色食品和飲食習慣本身就是一個地方風土人情的重要組成部分，亦是一種「看得到，摸得著」並能滲透到各個層面的社會文化傳播媒介。當時適逢韓國流行音樂文化(「韓潮風」K-POP)興起並在國際上打響名堂，影視節目中頻頻出現的韓國食品和飲食習俗令世界各地的觀眾耳聞目染，引起他們的關注和興趣。韓國政府於是「順水推舟」，透過推行「韓食全球化」的計劃，著力扶持食品出口，配合極具人氣的「韓潮風」揚帆出海，藉以形成一股合力，提高韓國國家形象和韓文化作為地域品牌在國際上的能見度和影響力，甚至以此為韓貨「加持」，以擺脫出口所面對的「韓國折價」⁵(Korea Discount)困境。

政府主導產業發展規劃

在對食品工業進行深入調研的基礎上，韓國政府識別了兩個業界面對的最大「痛點」。其一是食品工業發展的基礎薄弱。當地的食品製造業者大多是僱傭人數 10 人或以下的中小企業；行業的整體技術水平大幅落後於美國、英國、荷蘭、瑞典等先進經濟體，2009 年韓國食品業的研發投資額只佔行業銷售總額的 0.57%，遠低於發達經濟體的 1.6%-2.6%的水平。其二是政府的角色一向側重監管多於發展，傳統上主要由韓國食品管理局擔當政策制定和執行的機構，而對產業發展的規劃、促進和支援則並非其主打的職能。

為了提振食品工業，韓國於 2008 年 6 月出台了首部整體性、以全面促進產業發展為主旨的《韓國食品振興法》(《振興法》)，訂定食品工業的發展方向，並由政府主動從私人部門難以做到的範疇發力來推動食品工業轉型，當中包括增強食品工業與本地漁農業的契合、推動「身土不二」⁶的飲食概念、發掘傳統飲食文化

⁴ 韓國國家品牌委員會於 2009 年提出，「韓食」是助力韓國建立國家品牌的上佳工具。台灣國立大學賴政郁在《美食外交：以韓國為例》中亦證實，當外國民眾對「韓食」的關注度和滿意度增加時，韓國的國家品牌指數亦會隨之上揚。

⁵ 亞洲金融風暴之後，國際投資界用「南韓折價」(Korea Discount)來描述南韓企業的股價與外國同行相比估值相對偏低的現象；這一詞亦被用於反映韓國產品在世界市場上定價能力偏低的狀況。南韓政府的研究認為，即使南韓產品的技術和設計均已處於先進水平，但外界尤其是亞洲以外的市場對南韓本身的認知度不足，導致韓國原產地效應(Country-of-origin effect)長期偏於負面，拖累南韓產品長期處於「減價折讓」的尷尬境地。

⁶ 「身土不二」本為佛教用語，意指人們與世界環境的相互影響，後來在日本被解釋作「利用本地生產的當季食物和傳統食品有益身體健康」。韓國農協於 1960 年代利用這概念，鼓勵國民消費本國的農產品，此後「身土不二」更成為韓國提倡本地食材的一個運動。韓國政府在亞洲金融風暴後亦持續推動「身土不二」文化，扶助韓國品牌鞏固在國內市場的地位。

並推動其現代化和國際化等。除著眼於保障農產品的在地需求之外，《振興法》以更大篇幅闡述食品產業提質擴容的一攬子政策新猷，包括成立食品產業振興計劃的審議委員會、加強專業人才培訓、持續進行市場調查、拓展食品的國際貿易與交流等，同時亦為政府投資或資助食品產業技術的研發、建立食品園區及支援中心等提供法律依據；並深化了食品品質管理的內涵，提出了韓國食品標準要與國際標準比肩甚至能擔當全球引領角色的願景。

自此，韓國農林畜產食品部被委任為主理食品產業振興的部門，負責每隔五年制定一個「食品產業振興基本計劃」(振興計劃)，就《振興法》所關注的範疇作出系統性規劃和持續性優化，以及為產業規模與出口規模釐訂目標。依照《振興法》中強化食品產業技術研發、以科技賦能的既定方針，農林畜產食品部自 2009 年起先後推出四個「振興計劃」，當中均貫徹以高新技術推動食品工業發展的核心戰略，並預期未來全球食品市場將會以功能性食品為主導，據此趨勢引導韓國食品工業加緊向高附加價值的新概念食品轉型。

例如，配合雙職家庭普及、人口高齡化加劇的趨勢，2018-2022 年的第三期「振興計劃」選定家庭替代餐(Home Meal Replacement)、老齡友好型食品、保健功能性食品等作為主攻的「朝陽產品」，倡導透過產、學、研跨界合作來加快於這些新興領域佈局。在主動而具前瞻性地發掘、釐定「朝陽產品」作為未來發展重點的同時，韓國政府大力鼓勵和支持食品工業全產業鏈、全方位的研發活動；例如，對傳統發酵食品的保健功能進行研究，開發新型口味調味料，提升食品環保、安全性能，改良設計和探索包裝的新技術等。政府還不定時選拔重點扶持的創新型食品企業，為之提供稅收減免，希望藉此為業界投資於食品科研進行引航導向，以激活民間的研發潛力。

Foodpolis 擔綱政策執行旗艦

當時韓國食品行業以中小企為主、鬆散而軟弱的業態不利於形成科技創新的生態，其「虛不受補」的狀況還導致科研的投入與轉化均成效不彰；而當地公營機構和大學科研中心又多側重於「埋頭」研發而缺乏為產業提供技術支援的興趣和能力。有見及此，韓國政府便依照《振興法》的部署於 2010 年在全羅北道及益山市斥資興建「韓國食品工業園」，以此作為「振興計劃」的主要執行單位。

Foodpolis 以韓式食品研發樞紐為其發展定位，致力於組建具研發實力的食品製造業集群和食品生產的技術支援中心集群。 園區秉承「引智」的招商主調，積極向本土和全球食品廠家招手，目標是引入 150 間食品企業和 10 所研究中心，並借助具實力大廠的加盟，激發和壯大食品產業的創科動能。園區內除了配備隨插即用(Plug and Play)的基礎設施以及為廠商提供全面的落戶優惠(見附表 2)之外，還預設科研所需的各種配套，旨在加快創新鏈上從科研、轉化到生產的演進過程，壓縮上下游環節之間的配對時間和尋選成本，並以此作為吸引「鏈主」企業落戶的賣點。

為此，Foodpolis 組建了韓國甚至可以說是國際上最具規模的食品產業發展支援平台。園區內設有六所核心支援中心，包括試驗工場、食品創業中心、調味品產業化中心，以及兼顧研發與技術支援功能的食品質量安全中心、食品包裝中心和功能性食品評估中心（見附表3）；園區第二期發展還增加了功能性食品配方中心和家庭代餐研發中心。這些分門別類的支援中心提供了各自範疇內的共享設備以及資助計劃、技術輔導、中試服務、人才培育等「軟件」配套，一方面助力租戶企業加快技術研發和應用，另一方面亦藉此催谷在園區內形成完備齊全、活力充沛的食品創科生態。

值得一提的是，設立於 Foodpolis 中的國家食品產業園振興院還致力於構建企業與園區內外研究機構之間的聯繫網，以夯實科研成果的轉化和擴散的基礎。借助官、產、學、研之間的密切協作，Foodpolis 擔當起韓國食品科研轉化服務的最主要協調者和提供者，形成強大的「磁吸效應」，進一步吸引國內外食品研究機構、生產企業、大學研究所入駐；同時透過打通行業內部、界別之間乃至園區內外的「關節」，高效地契合創科與製造、整合各方資源、促成技術傳播和擴散，開啟了驅動韓國食品工業向現代化邁進的核心動力源。

韓食品質品牌雙軌並進

除擔綱食品科技的研發樞紐外，Foodpolis 還強調以出口為導向，力求打造成一個輻射東北亞的食品產業新核心；它順理成章地肩負起面向全球消費者的示範角色，依照《振興法》的要求，以「高專業、高品質、高標準」的姿態把「韓食」推向更高台階。

Foodpolis 利用政府主導的認證服務為區內企業的出品質量作全方位的背書。園區內設有功能性食品評估中心、食品質量安全中心以及食品包裝中心，確保進駐的企業可迅速申領食品生產的各類認證，獲取產品打入內銷和出口市場的「綠卡」。在生產層面，食品質量安全中心與食品安全認證院簽訂了合作協議，成為指定的食品衛生安全認證機構，可協助落戶企業辦理產品品質的認證；在包裝及物流方面，包裝支援中心已經取得國際安全運輸協會(International Safe Transit Association)實驗室認可資格，除了可協助企業確保產品包裝在長途運輸條件下的安全性能符合出口歐美的要求之外，亦主導包裝製程優化、食品安全標準的制定與更新的行業定標工作。

同時，園區內提供認證服務的各支援中心還會緊貼和追蹤全球各地的行業訊息，並與不同的國際認證機構締結合作夥伴關係。可以說，Foodpolis 透過建立有官方背景、對標國際先進水平的食品認證服務體系，對落戶園區的廠商和產品進行「加持」，由此亦建構起優質、高水準的現代化產業園區形象，助力提升「韓國製造」的品牌聲譽和訂價能力。

如果說 Foodpolis 撐起了「韓食全球化」的供應和創新體系的話，則韓國政府主導的海外行銷網絡則擔當了「韓食」出海的「領航員」。半官方機構韓國農水

產品流通公社(Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, aT)依據《韓國食品振興法》主理向海外市場推廣韓國食品的工作，在全球多個主要城市設有 17 個分社⁷，為韓國食品企業在出口目標市場提供在地化、貼身的幫助⁸。

aT 經常參與國際食品展覽或籌辦以推廣韓國文化為主題的展覽，有時亦會由多地分社聯袂舉辦跨地域行銷活動，並且在世界各地建立了 200 多個可向企業提供服務的配銷中心；還不時聯動當地各種傳播媒體，包括傳統電視廣告、社交平台、新興串流平台等，「無孔不入」地在宣傳韓國流行文化的同時以「植入式」的手法促銷韓食，甚至協助企業選擇韓食品牌的代言人。值得一提的是，aT 亦負責建立海外市場數據庫，進行市場研究，追蹤不同地方市場風向和消費者口味的變化；更會把數據及研究所得反饋至 Foodpolis，以幫助園區內的企業和科研機構能緊貼環球發展動態，洞察食品產業的商機。

時至今日，韓國食品工業已經完成了三個「振興計劃」，產業基礎、創新系統、認證制度與海外推廣趨於完善。現時進駐 Foodpolis 的食品製造企業已有 149 間，計劃落戶約有 35 間，而已投入營運的食品科技研究所以及物流和廢料處理等方面的機構則有 13 間，預期未來還有 10 多間支援機構將會加入。在第四個「振興計劃」中，韓國政府把 2023-2027 年期間食品產業發展的目標速度定為每年 9%，出口規模的目標增加至 150 億美元(約 1,170 億港元)。

港產業根基深厚宜追趕

概言之，韓國政府為振興食品工業祭出的「五大板斧」可以用提升定位、科技賦能、打造旗艦、品質奪標、品牌塑造等來概括，由此奠下了韓國現代食品工業競爭力的基石。若參考這五個維度對香港食品工業進行「強弱分析」；不難看出，「港食」在品質與品牌方面已具備一定的優勢（見附圖 1）。

眾所周知，香港的食品工業根基深厚，一向是本地製造業的主力之一。即使在製造業大舉北移之後，本地現存的逾 6,641 家製造型企業中(參考 2021 年政府公報數字)，仍有 1,085 家從事食品、飲品及煙草製品生產，每年創造 122 億港元的增加值，佔本土製造業整體增加值的 36.1%。⁹

香港產品素以品質優良、安全性高而聞名遐邇，港商致力實施嚴謹的品質管理制度，配合達致國際領先水平的本地檢測及認證服務，支撐起「香港製造」的國際聲譽，使得香港食品在海內外特別是內地消費者心目中享有較高的溢價能力。

⁷ 包括北京、上海、大連、香港、胡志明市、河內、曼谷、雅加達、吉隆坡、東京、大阪、紐約、洛杉磯、聖保羅、杜拜、巴黎和莫斯科等。

⁸ aT 各分社聘任當地熟悉商品出入口業務的專家，為韓食的進出口企業提供不同範疇的諮詢服務；還可提供津貼，資助企業聘請顧問解決進出口過程中遇到的常見問題，包括處理非關稅障礙、製作標籤樣本、改良包裝設計、進口貨品本地化、申請商標註冊等。

⁹ 政府統計處《所有工業機構單位主要統計數字》，https://www.censtatd.gov.hk/tc/web_table.html?id=610-72001

香港本身還是環球美食薈萃的「美食天堂」和享譽世界的潮流之都。這不但有助於擴大香港食品業的產品組合、經營業態、創新空間和市場輻射面，亦為其奠下了中西合璧、傳承與創新並重的文化底蘊；加上近年港商品牌意識普遍上升，紛紛加強對品牌推廣的投入，香港食品業無論是整體行業形象還是個體的產品、廠商品牌均「名聲鵲起」，在國際市場上建立起較高的認受性和可辨析度。

科技方面，本地食品業者長期在土地稀缺、成本高昂的環境下經營，朝高增值方向發展是必由之路，這促使廠商重視持續地提升技術、強化裝備和改善營運效率；尤其是近年本地勞動力市場趨緊，越來越多的企業加快了自動化和數碼轉型的步伐。香港的大專院校早已開辦食品及營養科學、營養學、食品安全及科技等相關學位課程，在為食品業輸送專業人才的同時，亦建立了較強的食品科研能力。例如，香港理工大學於2011年開設食物安全及科技研究中心，2021年成立「未來食品研究院」；香港生產力促進局最近亦推出「未來食品科技館」，向食品行業示範和推介最新概念食品和製造技術。

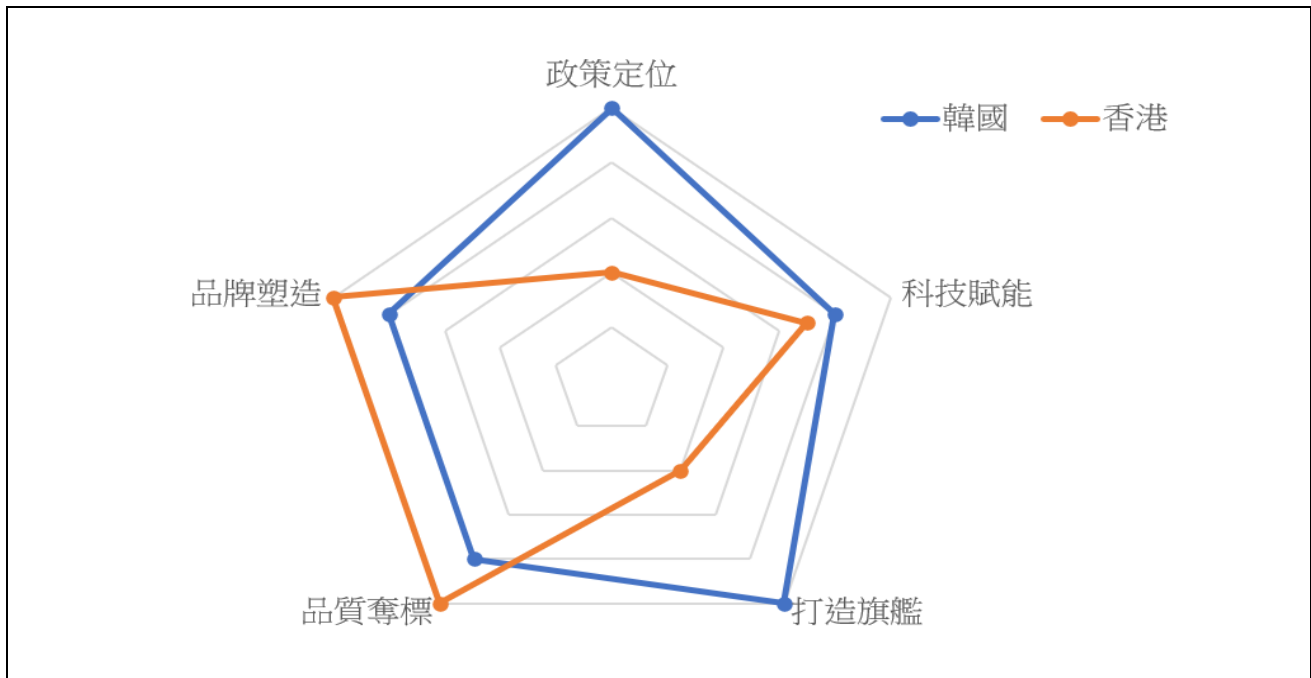
至於代表政府以積極角色介入產業發展的「政策定位」和「旗艦項目」，這兩個維度相信正是當前香港亟需突破的短板。雖然近幾屆特區政府努力擺脫「積極不干預」的管治思維，但在具體的產業發展規劃與政策制定上卻長時間停留在「猶抱琵琶半遮面」的狀態。本屆特區政府「破天荒」推出首份創科產業發展的規劃文件《香港創新科技發展藍圖》，惟其提及的「新型工業化」採用一個相對狹隘甚至片面的概念，基本上延續了過往一味追求「科技產業化」的思維定式。《藍圖》中雖然「揀蟀」了幾個當局認為值得支援的「策略性產業」，但對促進傳統工業包括食品業升級增效的具體措施卻付之厥如；在在反映了政府乃至社會上不少人士至今仍未走出將傳統工業視同低技術、低增值、低前景之「夕陽產業」的觀念誤區。

近年「韓食」崛起之路締造了一個政府以「有形之手」和積極參與來推動傳統產業升級換代和打造國際競爭優勢的強有力範例；尤其是韓國政府對傳統製造業進行「價值重估」以及從中發掘和孕育出「朝陽產品」的成功經驗，值得香港師法、借鏡。

當前適逢香港經濟「整裝再出發」和產業結構重組的歷史性時機，北部都會區「上馬」在即¹⁰，點燃了社會對「北都製造」、把新界北鍛造成「香港優勢工業」新高地的憧憬。平情而談，本港近期有關港產食品工業發展之路和設立「香港食品工業園」的熱議並非不著邊際的空想奇談；而從戰略管理的角度看，攻克弱項與開拓機遇本身就是一體兩面的關係。對於此中蘊含的重大現實意義，特區政府還要多加思量！

¹⁰ 2023年10月底發佈的《北部都會區行動綱領》提及食品科技等新興產業有潛力在「口岸商貿及產業區」內發展，但並未將食品工業列為「產業導向的土地規劃」的十大例子之一。

附圖 1：韓國與香港食品工業競爭力之強弱分析



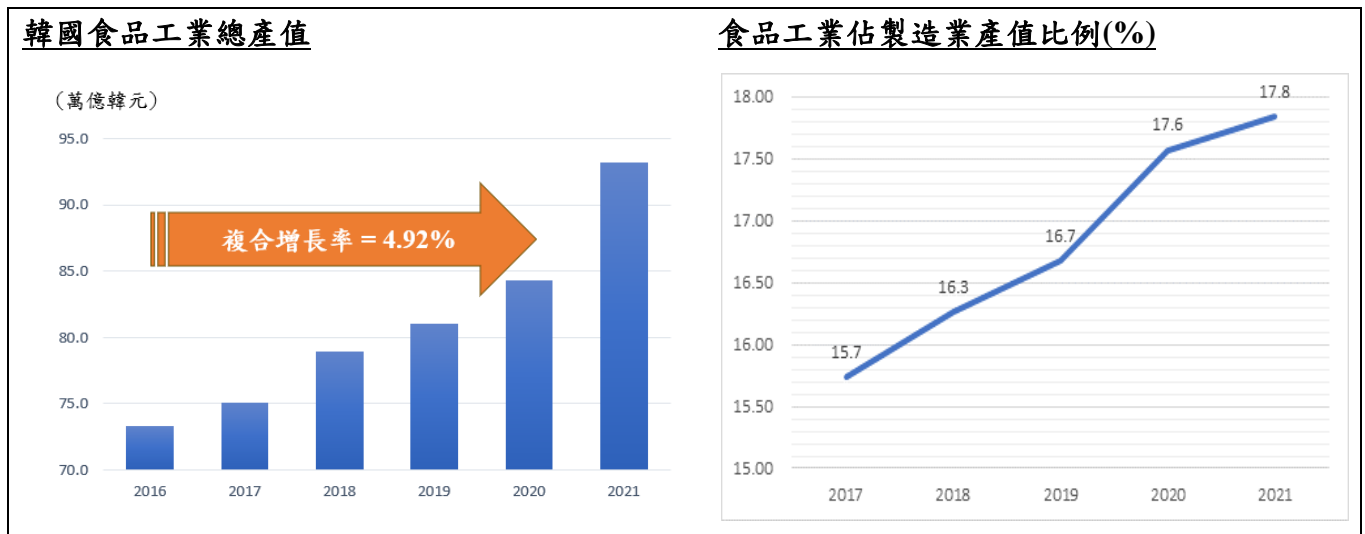
註：上圖刻度並非數量上的真實意義，只用作反映有關經濟體在該範疇的相對強弱。

資料來源：廠商會研究部繪製。

2023 年 11 月

以上資料由香港中華廠商聯合會秘書處編寫，內容僅供內部參考。如有任何查詢，請聯絡政策研究部；
電話：2542 8611；傳真：3421 1092；電郵：research@cma.org.hk。

附表 1：韓國食品工業於 2016-2021 年間的發展趨勢



資料來源：MAFRA 統計資料，廠商會研究部整理。

附表 2：Foodpolis 針對投資額達 1,000 萬美元的落戶優惠

| | | |
|---------|---|--|
| 稅務優惠 | <ul style="list-style-type: none"> • 國稅：最初 3 年 100% 免稅，之後 2 年減免 50% • 法人/所得稅：最初 3 年 100% 免稅，之後 2 年減免 50% • 地方稅：最初 15 年 100% 免稅 • 徵用/登記/房地產稅：最初 15 年 100% 免稅 • 關稅減免：最初 5 年製造設備等資本物品 (Capital Goods) 的進口可獲關稅減免 | |
| 就業補貼 | <p>針對僱用全羅北道居民：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 正式僱傭人員超過 20 名以後，為每位新增僱傭人員每月最多支付 100 萬韓元(約 6,080 港元)；6 個月期間每家企業最多可獲得 1 億韓元(約 60.8 萬港元)支援。 | <p>針對僱用益山市居民：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 正式僱傭人員超過 20 名以後，為每位新增僱傭人員每月最多支付 50 萬韓元(約 3,040 港元)；6 個月期間每家企業最多可獲得 2 億韓元(約 121.6 萬港元)支援。 |
| 教育與訓練補貼 | <p>針對僱用全羅北道居民：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 正式僱傭人員超過 20 名以後，為每位新增僱傭人員每月最多支付 10 萬至 50 萬韓元(約 608 至 3,040 港元)。6 個月期間每家企業最多可獲 5 億韓元(約 304 萬港元)支援。 | <p>針對僱用益山市居民：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 正式僱傭人員超過 20 名以後，為新僱傭人員每月支付 50 萬韓元(約 3,040 港元)。6 個月期間每家企業最多可獲 2 億韓元(約 121.6 萬港元)支援。 |
| 固定資產購置 | <ul style="list-style-type: none"> • 資助與投資項目相關的專業人才培訓設施的購置 • 資助供專業人才住宿的物業購置 | |
| 租金減免 | <ul style="list-style-type: none"> • 視乎情況而定* | |

註： 1. 上述優惠適用於外國人投資份額佔總投資份額 30% 以上或者外國人是第一大股東的落戶企業。
 2. 除了為 1,000 萬美元以上的投資提供優惠外，Foodpolis 還就高技術產業、投資額達 100 萬、250 萬、500 萬美元以及常駐員達到一定數目的項目，按上述框架給予程度較低的優惠。

資料來源：Foodpolis 官方網站，廠商會研究部整理。

附表 3：Foodpolis 內各支援機構的功能

| 支援機構 | 功能 |
|-------------------|--|
| 國家食品產業園振興院 | <ul style="list-style-type: none"> • 協調企業與研究所之間的聯繫網 • 投資與商務一站式服務 • 管理產業園 |
| 功能性食品評估中心 | <ul style="list-style-type: none"> • 保健功能性食品認證的一站式支援服務 • 支援功能評估研究的學術界—產業界聯合網絡 • 提供功能性食品相關的訓練、諮詢、產業訊息 • 擁有保健功能性食品 R&D 所需的 200 多項設備 (如標準化設備、細胞實驗室和 Good Laboratory Practice 設備等) |
| 食品質量安全中心 | <ul style="list-style-type: none"> • 提供與商品安全相關之檢查與分析服務 • 支援提升食品味道及品質的研究與開發 • 構建食品質量與安全部門的全球網絡 • 擁有保健功能食安全試與食品味道品質研發所需的 118 項設備 |
| 食品包裝中心 | <ul style="list-style-type: none"> • 全套食品包裝流程(TFPS)服務 • 支援獲得證書所需的測試、分析、評估服務 • 針對開發新包裝技術的訓練課程與諮詢服務 |
| 試驗工場 | <ul style="list-style-type: none"> • 擁有最尖端的 GMP 級製造設備 • 提供從研發到產品最終包裝的一站式作業系統 • 提供針對原型和實驗產品的測試與生產 • 擁有普通用途生產線(加工食品)、特殊生產線(功能性食品 GMP)和最尖端的特殊生產設備以及副食生產線 |
| 食品創業中心 (租賃型工廠) | <ul style="list-style-type: none"> • 以合理價格提供中小企商業解決方案(SMB Solution)與製造設備 • 提供食品認證(HACCP、GMP 等)所需的支援 • 入駐資格須為產業園選定的對象行業 |
| 調味品產業化中心 | <ul style="list-style-type: none"> • 提取或濃縮調味品的生產試製，提供開發調味配方的支持 • 提供調味品的專業訊息 • 提供調味品特性化試驗和生產的設備；支援產品開發及專業人員 • 構建產學聯繫網絡，對接 R&D 的服務，支援科技商品化 • 掌握中小企的難處；支援中小企業的產品開發，提供培訓及諮詢等促進業務效率的提升 |

資料來源：Foodpolis 官方網站，廠商會研究部整理。