

รายงานสถานการณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในไต้หวัน

ชาวไต้หวันมีแนวโน้มให้ความสำคัญต่อการรักษาสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับกระทรวงเกษตรของไต้หวันพยายามยกระดับการเพาะปลูกเพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร จึงได้ส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย ส่งผลให้ชาวไต้หวันตื่นตัวในการบริโภคผลผลิตและผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากขึ้น ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันมีมูลค่าปีละประมาณ 5,000 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน หรือประมาณ 166 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และพัฒนาเป็นรูปแบบร้านค้าแฟรนไชส์ ตลอดจนการจำหน่ายเข้าไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

1. การผลิตในไต้หวัน

สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ไต้หวันมีการผลิตแบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ ได้แก่ ข้าว ผัก ผลไม้ และใบชา พื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ ณ เดือนพฤศจิกายน 2563 มีประมาณ 19.6 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็นพื้นที่เพาะปลูกข้าว (30.6%) ผัก (30.9%) ผลไม้ (16.2%) ใบชา (4.1%) พืชอื่นๆ (18.3%) กล่าวได้ว่าผลผลิตเกษตรอินทรีย์คือคือ ข้าวและผัก สาเหตุที่การปลูกผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์ยังมีสัดส่วนที่น้อยอยู่ เนื่องจากไต้หวันมีที่ตั้งอยู่ในเขตกึ่งร้อน มีหนอนแมลงชุกชุม การกำจัดศัตรูพืชทำได้ยาก อีกทั้งการปลูกผลไม้ต้องใช้เวลายาวนานกว่าปลูกผัก เกษตรกรจึงสนใจลงทุนน้อยกว่า

ข้อมูลจาก Council of Agriculture ของไต้หวันชี้ว่า ณ เดือนธันวาคม 2019 ไต้หวันมีการส่งเสริมการจัดตั้งเขตเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ 27 แห่ง (ดำเนินการโดยรัฐบาล 16 แห่ง เอกชน 11 แห่ง) พื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ผ่านการรับรองแล้ว 96.06 ตารางกิโลเมตร หากรวมกับกลุ่มเกษตรปลอดภัย 35 แห่ง พื้นที่ 39.05 ตารางกิโลเมตร เท่ากับไต้หวันมีพื้นที่เกษตรกรรมที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม 1,356.11 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1.7% ของพื้นที่เกษตรกรรมในไต้หวัน

ทั้งนี้ ปัญหาหลักของการผลักดันเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันมี 3 ประการคือ ต้นทุนสูง เกษตรกรไม่มั่นใจว่าจะมีตลาดรองรับ และปัญหาผลพิษจากพื้นที่ใกล้เคียง รัฐบาลไต้หวันจึงได้ส่งเสริมการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์โดยการช่วยจัดหาช่องทางจำหน่ายและลดความเสี่ยง เช่น การส่งเสริมช่องทางจำหน่ายเข้าสู่ครัวอาหารกลางวันของโรงเรียน กองทัพหรือหน่วยงานราชการ นอกจากนี้ยังได้ส่งเสริมความร่วมมือกับซูเปอร์มาร์เก็ตในรูปแบบทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า การตั้งตลาดนัดสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

สำหรับวิธีการแก้ไขปัญหาภาวะข้างเคียง รัฐบาลไต้หวันได้ดำเนินการจัดตั้งเขตเกษตรอินทรีย์พื้นที่แปลงใหญ่ โดยเทศบาลเมืองต่างๆ จัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมเพื่อวางแผนจัดทำระบบส่งน้ำและระบบสาธารณสุขปโภค ในขณะเดียวกันก็ให้การสนับสนุนเกษตรกรเข้าไปเช่าพื้นที่เพื่อการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งแนะนำให้ความรู้กับเกษตรกรอย่างครบวงจรด้วย

2. การนำเข้า

กรมศุลกากรของไต้หวันไม่มีการเก็บสถิติการนำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์แยกพิภพศุลกากรโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม กรมการเกษตรและอาหาร (Agriculture and Food Agency) ของไต้หวันได้แถลงสถิติอย่างไม่เป็นทางการ ระบุว่าในปี 2019 มีการนำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ในปริมาณ 13,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 45.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แหล่งนำเข้าสำคัญ อาทิ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น ฯลฯ สินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ธัญพืชและแบ่งจากธัญพืชต่างๆ นอกจากนี้ มีการนำเข้าผักสด (ผักกาดหอม กะหล่ำดอก บล็อกโคลี่ เซเลอรี) ผลไม้ (แอปเปิ้ล องุ่น ลูกพีช ส้ม)

สำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยที่ส่งออกมายังไต้หวันยังมีปริมาณน้อยมาก อาทิ ข้าวโพดกระป๋อง น้ำมันมะพร้าว ข้าว ผักสด (ต้นหอมญี่ปุ่น ข้าวโพดอ่อน) เป็นต้น ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดไม่ถึง 1%

3. ช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีอยู่ประมาณ 2-3 ช่วงก่อนถึงผู้บริโภค เริ่มจากเกษตรกร ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า จะจำหน่ายสินค้าให้ผู้ค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะกระจายสินค้าต่อไปยังผู้ค้าปลีก อาทิ ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้านค้าทั่วไป ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ฟาร์มเกษตรท่องเที่ยว ฯลฯ นอกจากนี้ผู้ค้าส่งอาจจะจำหน่ายตรงไปยังกลุ่มผู้บริโภคผ่านการเข้าร่วมตลาดนัดหรืองานแสดงสินค้า กลุ่มองค์กรศาสนา โรงเรียน/หน่วยงาน องค์กรต่างๆ รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์

ช่องทางการจำหน่ายปลีกที่สำคัญคือ ร้านค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์และช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตมีสัดส่วนเพียง 1-2% ยังอยู่ในสัดส่วนที่ต่ำมาก

4. ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์

ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันมีประมาณ 1,000 ร้าน/สาขา กว่าครึ่งหนึ่งเป็นร้านค้าที่มีหลายสาขา (ร้านลูกโซ่/ร้านแฟรนไชส์) ส่วนใหญ่กว่า 65% จะกระจายอยู่ในเมืองหลักที่มีประชากรมาก โดยเฉพาะใน 6 เมืองใหญ่ ได้แก่ ไทเป นิวไทเป เกาหยวน ไถจง ไถหนาน เกาสง

ร้านค้าที่เป็นร้านเดี่ยวไม่มีสาขา จะมีสภาพคล้ายกับร้านขายของชำทั่วไป ขณะที่ร้านค้าที่มีหลายสาขาจะมีการตกแต่งที่ทันสมัยและใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีอัตโนมัติ ซึ่งร้านค้าที่มีหลายสาขาในรูปแบบแฟรนไชส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่เดียวกันร้านค้าที่มีรูปแบบที่เป็นแผงตั้งอยู่ตามชายคาตึกริมทางเดิน หรือเป็นแผงในตลาดทั่วไป มักจะให้บริการเครื่องดื่มและอาหารด้วย เช่น แซนวิช แฮมเบอร์เกอร์ ฯลฯ ที่ใช้วัตถุดิบจากเกษตรอินทรีย์ด้วย

ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่เริ่มสนใจและเข้ามาในวงการนี้มากขึ้น เช่น Uni-President Organic, Formosa Organic, Green & Safe (Yuen Foong Yu Group) ตลอดจนองค์กรกุศลและศาสนา เช่น Leezen, Santa Cruz เป็นต้น ซึ่งถือเป็นแนวโน้มที่ดีอันจะทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่การที่กลุ่มทุนขนาดใหญ่สายป่านยาวรุกเข้าสู่ตลาดจะทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงและผู้ประกอบการรายย่อยอาจถูกเบียดออกจากตลาดได้ง่ายขึ้น

5. รูปแบบสินค้า และราคา

สินค้าที่จำหน่ายในร้านเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นของสดมีสัดส่วน 20% ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ 15-20% อาหารแบบแป้งธัญพืชหรือผงต่างๆ 25% นอกนั้นเป็นของแห้ง อาหารแปรรูป และของใช้เบ็ดเตล็ด 30% ทั้งนี้ สินค้าเกษตรอินทรีย์มีสัดส่วนประมาณ 20 – 30% เท่านั้น กล่าวได้ว่าร้านเกษตรอินทรีย์ในได้หวันไม่ได้ขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด 100% แต่จะขายสินค้าประเภทอาหารบำรุงสุขภาพหรืออาหารเสริมด้วย

ราคาสินค้าอาหารเกษตรอินทรีย์จะสูงกว่าอาหารทั่วไปประมาณ 1 - 2 เท่าตัว ราคาขายปลีกสินค้าบางชนิดจากการสำรวจในซูเปอร์มาร์เก็ต ช่วงเดือนมกราคม 2564 อาทิ

- ผักสด น้ำหนัก 200 – 250 กรัม ราคา 30-50 เหรียญได้หวัน (31.5 – 52.5 บาท)
 - ข้าว น้ำหนัก 1.5 กรัม ราคา 200 เหรียญได้หวัน (210 บาท)
 - ซีอิ๊ว น้ำหนัก 450 มิลลิลิตร ราคา 300 เหรียญได้หวัน (315 บาท)
 - น้ำมันมะกอกนำเข้าจากสเปน 500 มิลลิลิตร ราคา 520 เหรียญได้หวัน (546 บาท)
 - งาดำผง น้ำหนัก 350 กรัม ราคา 324 เหรียญได้หวัน (340 บาท)
 - แป้งมันเทศ น้ำหนัก 180 กรัม ราคา 114 เหรียญได้หวัน (119 บาท)
 - ถั่วเขียว น้ำหนัก 600 กรัม ราคา 129 เหรียญได้หวัน (135 บาท)
 - ถั่วแดง น้ำหนัก 450 กรัม ราคา 170 เหรียญได้หวัน (178 บาท)
 - ขนมหั้วกรอบงาดำ 20 กรัม ราคา 145 เหรียญได้หวัน (152 บาท)
 - น้ำมันมะพร้าว 750 มิลลิลิตร ราคา 385 เหรียญได้หวัน (404 บาท)
- เป็นต้น (อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญได้หวัน = 1.05 บาทโดยประมาณ)

6. กลุ่มลูกค้าและกลยุทธ์การตลาด

กลุ่มลูกค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่นิยมมังสวิรัต ข้าราชการ ผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้ป่วยหรือผู้ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ ผู้ที่ต้องการรักษาหวัดหรือคุดน้ำหนัก ลูกค้ามีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพสินค้า อย่างไรก็ตาม ราคายังคงเป็นปัจจัยที่มีผลมากต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกค้าบางส่วนจะนิยมซื้อของสดเท่านั้น เนื่องจากเห็นว่าราคาต่อหน่วยต่ำกว่าสินค้าที่แปรรูปแล้ว

ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์นิยมเลือกทำเลตั้งอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล โรงเรียน ตลาดสด เขตพักอาศัย เขตนิคมวิทยาศาสตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า เป็นการเน้นเข้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ต้องการเจาะตลาดร้านค้าแบบร้านเดี่ยวที่ไม่มีสาขามากจะเป็นธุรกิจครอบครัวส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจโดยคู่สามี-ภรรยา เพื่อการลดต้นทุนร้านในลักษณะนี้มักจะไม่ว่าจ้างพนักงาน หรืออาจจะว่าจ้างญาติหรือคนใกล้ชิดที่เชื่อถือได้ สำหรับกลุ่มธุรกิจหรือร้านแบบแฟรนไชส์จะมีการบริหารจัดการและว่าจ้างพนักงานอย่างเป็นระบบและเน้นการใช้เทคโนโลยีต่างๆ

การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงส่วนใหญ่จะใช้วิธีดำเนินธุรกิจแบบผสมผสาน เช่น การขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ร่วมกับเครื่องดื่ม การผนวกกับสินค้าขายตรงอื่นๆ การแฝงอยู่ในคลินิกแพทย์ ในกลุ่มองค์กรศาสนา บางรายใช้กลยุทธ์

เป็นทั้งผู้ค้าส่งและค้าปลีก ในการสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์กับลูกค้า ร้านที่ดำเนินธุรกิจโดยแพทย์จะมี ใบประกอบอาชีพที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ผู้สอนศาสนาจะอาศัยในเรื่องความเชื่อความศรัทธา นักโภชนาการ ผู้ป่วยโดยเฉพาะโรคมะเร็งจะอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวและประสบการณ์จากเพื่อน และในกลุ่มร้านทั่วไปจะอาศัยกลยุทธ์การตลาด หรือเน้นการบริการที่ดีเพื่อดึงดูดลูกค้า

7. กฎระเบียบ

ในอดีตได้หวั่นยอมรับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ 15 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสมาชิก EU สวิตส อังกฤษ อเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซิลี เป็นต้น รวม 22 องค์กร แต่ประเทศเหล่านั้นไม่ยอมรับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของไต้หวัน ทำให้ไต้หวันเสียเปรียบในการส่งออก เพื่อแก้ปัญหาไต้หวันได้ประกาศกฎหมายส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีผลตั้งแต่ 30 พฤษภาคม 2020 กำหนดให้ประเทศที่ต้องการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์มายังไต้หวัน จะต้องผ่านการลงนามเกษตรอินทรีย์ทัดเทียมระหว่างกัน ทั้งนี้ ในปัจจุบันไต้หวันมีการลงนามเกษตรอินทรีย์ทัดเทียมกับ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา และสหรัฐอเมริกา สำหรับอินเดีย และซิลี จะมีการลงนามระหว่างกันในลำดับต่อไป

ในส่วนของประเทศไทย สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ อยู่ระหว่างการเจรจากับ Agriculture and Food Agency ของไต้หวัน เพื่อการยอมรับเกษตรอินทรีย์ทัดเทียมระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบันที่ไทยยังไม่ลงนามเกษตรอินทรีย์ทัดเทียมกับไต้หวัน ผู้ส่งออกไทยที่จะประสงค์จะส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปไต้หวันอาจยื่นเรื่องสมัครขอให้องค์กรเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันเป็นผู้รับรอง โดยมีองค์กรเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณสมบัติรับรองในต่างประเทศได้ จำนวน 3 ราย ได้แก่

- 1) Tse-Xin Organic Certification Corporation
เว็บไซต์: <http://www.tw-toc.com/en/index.asp>
- 2) Eco-Garden Certification Co., Ltd
เว็บไซต์: <http://www.eco-garden.com.tw/index.asp>
- 3) Taiwan Formosa Organic Association
เว็บไซต์: <https://www.foa.org.tw/>

ทั้งนี้ การรับรองโดยองค์กรไต้หวัน แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การรับรองสินค้าเกษตร และการรับรองสินค้าเกษตรแปรรูป (จะต้องเป็นวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ 95% ขึ้นไป ห้ามปนเปื้อน GMO) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ผู้ส่งออกยื่นเรื่อง การสัมภาษณ์สอบถามข้อมูล ชี้แจงกฎระเบียบของไต้หวัน เสนอราคา ลงนามสัญญา
- 2) การตรวจเอกสาร ตรวจดูขั้นตอนการผลิต แผนผัง การวิเคราะห์ดิน จ่ายค่าบริการ
- 3) เดินทางไปไทยเพื่อตรวจฟาร์มหรือโรงงาน ตรวจวิเคราะห์สารตกค้าง
- 4) ส่งเรื่องให้คณะกรรมการพิจารณา หากผ่านการอนุมัติ จะออกใบรับรองมีอายุ 3 ปี แต่แต่ละปีจะต้องมีการสุ่มตรวจประจำและไม่ประจำ และจะต้องต่ออายุใบรับรองทุก 3 ปี
- 5) การส่งสินค้าไปไต้หวันจะต้องมีการออกใบรับรองสินค้าแต่ละล็อต โดยการออกใบรับรองจากบริษัทผู้รับรองในไต้หวัน

ค่าบริการ (ประมาณการ)

- 1) ค่ารับรองรายปี คิดตามพื้นที่ไม่เกิน 200 เฮกตาร์ ผลิตภัณฑ์รายการละ 1,750 เหรียญสหรัฐฯ
- 2) ค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่ายานพาหนะ คิดตามที่เกิดขึ้นจริง
- 3) ค่าตรวจวิเคราะห์ ตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 คิดตามที่เกิดขึ้นจริง

8. งานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง

8.1 Taipei International Food Show (Food Taipei) เป็นงานแสดงสินค้าอาหารใหญ่ที่สุดในไต้หวัน เน้นกลุ่มนักธุรกิจ (B2B) จัดประมาณช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปี

8.2 Taipei Health Fair เป็นงานแสดงเกี่ยวกับสุขภาพ เน้นกลุ่มผู้บริโภค (B2C) จัดประมาณช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี

9. สรุปและข้อเสนอแนะ

9.1 กระแสร์ักสุขภาพเป็นส่วนกระตุ้นสำคัญที่ส่งผลให้ความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดไต้หวันมากขึ้น แม้สินค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันจะมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป 1-2 เท่า แต่ปริมาณการผลิตยังไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคที่ขยายตัวสูง อาจกล่าวได้ว่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในไต้หวันยังเปิดกว้างได้อีกมาก

9.2 สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยที่ส่งออกมายังไต้หวันจะต้องการผ่านการรับรองจากองค์กรเกษตรอินทรีย์ของไต้หวัน ซึ่งมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูง ฝ่ายไทยควรจะเร่งกระบวนการยอมรับระบบเกษตรอินทรีย์สองฝ่ายที่มีความเท่าเทียมกัน

9.3 ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์จะต้องเน้นความโปร่งใสของข้อมูล จะต้องมีการให้ความสำคัญต่อข่าวสารในเรื่องของการผลิตการจำหน่าย เช่น ประวัติการผลิต หน่วยงานตรวจสอบผู้ค้า ข้อมูลพื้นฐานของผู้ค้าประกอบการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อ ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่มีคุณค่าดีต่อสุขภาพอนามัย

10. รายชื่อผู้ค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญ ดังแนบ

Taiwan Organic Products Retail Chain

Company	OUG 有機緣地
Website	http://www.ugnd.com.tw/
Email	organic.no1@msa.hinet.net
Tel	02-26577333
Fax	02-26577531

Company	VIACHI 活水源
Website	https://viachi.tw/
Email	hieat@seed.net.tw; viachitc@gmail.com
Tel	02-25965196 , 04-23822161
Fax	02-25982841 , 04-23822167

Company	WELLCOME 惠康頂好超市
Website	http://www.wellcome.com.tw/ENG/
Email	customerservice@wellcome.com.tw
Tel	0800-291261

Company	COTTON FIELD ORGANIC 棉花田生機園地
Website	http://www.sun-organism.com.tw/
Email	sun@oneness.tw
Tel	02-27555268
Fax	02-27555389

Company	SANTA CRUZ 聖德科斯生機食品
Website	http://www.santacruz.com.tw/
Email	upn-fc@pnic.com.tw
Tel	0800-082880

Company	JIANFOODS 健康食彩
Website	www.jian-mart.com/
Email	jianfoods@lhic.com.tw
Tel	02-55784196 EXT 305, 310

Company	LOHASGO 樂活村天然有機
Website	https://www.facebook.com/LohasBlog/
LINE ID	lohasgo@lohasgo.com.tw
Tel	03 534 2151, 03-5342129

Company	LEEZEN COMPANY LTD 里仁
Website	https://www.leezen.com.tw/
Email	
Tel	02-25450535, 02-27132829

Company	Nature Happiness Friendly 有機園
Website	http://www.ohealth.tw/
Tel	04-26399889
Fax	04-26392362 TO 3

Company	IZO LAFE MARKET 樂菲有機超市
Website	http://www.lafemarket.com.tw/
Email	jerry@izohc.com.tw
Tel	03-657-6363
Fax	03-657-5272

Company	Uni-President Organics Corp. 統一有機 Natural
Website	https://www.organicshops.cc/
Email	geraldchen@mail.pec.com.tw
Tel	03-4340372
Fax	03-4340379

Company	YOHI HOUSE 無毒的家
Website	http://www.yogi-house.com/
Tel	02-28581557, 0800-358988