

行政院及所屬機關出國報告書  
出國類別：其他(國際展覽)

「赴中國大陸考察臺灣農產品銷往大陸地  
區之運銷管道」  
出國報告

服務機關：行政院農業委員會國際處

姓名職稱：范美玲科長

服務機關：行政院農業委員會國際處

姓名職稱：陳郁卉技士

派赴國家：中國大陸

出國期間：99年4月1日至5日

報告日期：99年7月1日

## 摘 要

本次考察除赴中華全國供銷供銷總社拜訪，針對臺灣水果輸銷議題進行面對面溝通，並赴北京「臺灣觀光特產協會」於北京台灣街經營之「臺灣百大館」現場了解該館進度，及北京市場對台灣農產品之接受度，及赴上海了解目前外貿協會補助經營之台灣精緻食品區。

為建構台灣農產品銷往中國大陸運銷管道，本處業奉核辦理上海展售據點，為評估台灣農產品在上海之展售據點適合之商圈及經營條件，俾利妥善規劃招標內容，並前往上海瞭解當地商圈型態及通路等情形。經洽台北農產公司及台北縣農會，分別指派陳忠男主秘及楊棟樑主任，與本處同仁一起赴北京、上海實地考察。

本次考察建議簡列如下：(一)為能永續經營臺灣水果外銷產業，提昇外銷競爭力，應研議建立更多鮮果品項之外銷管理制度。(二)對辦理蔬果產品外銷的集貨單位及農民，加強教育工作，提昇臺灣外銷農產品水準。(三)有關「北京台灣街」台灣百大館 1 案，建議比照台糖等國營企業之合作模式，由台北縣農會整合「農漁會百大精品」供應該協會販售。(四)有關台灣農產品在上海據點之設置，應以推廣形象、推廣 CAS 及吉園圃標章為主要目的，營利為其次。

# 目次

一、前言	4
二、行程	5
三、北京及上海零售通路	6
四、中華全國供銷合作總社採購水果案現場協調進展	6
五、「北京台灣街」台灣百大館參訪情形	7
六、零售超市參訪情形	8
七、中國大陸食品法規及食品標籤規定	9
八、參訪心得與建議	10
參考照片與說明	12

# 「赴中國大陸考察臺灣農產品銷往大陸地區之運銷管道」出國報告

## 一、前言

中國大陸係我國農產品在亞洲僅次於日本之主要外銷市場，98 年度外銷值達 36,405 萬美元，占農產品出口總值 11.4%，是台灣農產品最鄰近且最有潛力之外銷市場所在。目前在 ECFA 架構協議之下，陸方已同意在未附加條件下，給予我方 18 個稅項農漁產品零關稅優惠，且產品種類超過 18 種。為因應大陸市場開放及競爭，目前本會已擬定將於沿海國際性都會上海市，設置台灣農產品展售據點，以利拓銷我國農產品市場之中國市場，並加強辦理台灣農產品之國際行銷宣傳工作。

為瞭解我農產品在中國大陸市場之利基及市場供應需求，另「臺灣觀光特產協會」將於北京台灣街經營「臺灣百大館」，並向本會要求協助輔導，本處儘速會同臺北縣農會及臺北農產公司前往評估實際情形。又為建構台灣農產品銷往中國大陸運銷管道，本處業奉核辦理上海展售據點，為評估台灣農產品在上海之展售據點適合之商圈及經營條件，俾利妥善規劃招標內容，並前往上海瞭解當地商圈型態及通路等情形。經洽台北農產公司及台北縣農會，分別指派陳主任祕書忠男及楊主任棟樑，與本處同仁一起赴北京、上海實地考察。

## 二、行程

日期	行程內容
4月1日 (星期四)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 搭乘長榮 BR 716 班次，上午 09：20 由桃園中正國際機場出發、12：30 抵達北京機場。</li> <li>● 下午拜會北京供銷總社，由中華全國供銷合作總社熊星明副處長、王蕾調研員及中國國品流通協會魯芳校秘書長接待。</li> <li>● 晚間與北京供銷總社餐敘，洽談兩岸果品流通事務，與會者有中華全國供銷合作總社台灣事務辦公室戎軍主任、及前開相關人員等。</li> </ul>
4月2日 (星期五)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 前往位於北京市石景山區之北京台灣街施工現場現勘。</li> <li>● 與相關人員會商了解北京台灣街進度，與會人員由北京市石景山區商務委員會翟繼松副處長、北京市人民政府台灣事務辦公室郭尉營副調研員、北京台灣街(北京國新投資管理有限公司)馮卓志總顧問、鄭榮斌招商總監、台灣觀光特產協會吳東勳主任。</li> <li>● 參觀北京重要及指標型大型通路商店，包括外使館區之城市超市、華聯超市、BHG Market Place 華聯超市。</li> </ul>
4月3日 (星期六)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 搭乘中國航空 CA1995 班次，上午 10：30 由北京機場出發，12：40 抵達上海虹橋機場。</li> <li>● 參觀上海零售通路情形及各大商圈，包括聯華超市、家樂福古北店、城市超市(City Shop)虹梅店及商城店。</li> <li>● 晚間與上海城市超市總裁崔輕雄餐敘，了解上海店面租金等事宜。</li> </ul>
4月4日 (星期日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 參觀上海淮海路商圈、城市超市時代廣場店台灣精緻食品區、第一食品總店、聯華超市、百貨公司通路。</li> <li>● 前往上海西郊國際農產品交易中心，參觀已開放部分營業之交易市場現況及了解展示中心之建設進度。</li> <li>● 參觀上海近郊烏鎮古鎮保存區。</li> </ul>
4月5日 (星期一)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 參觀上海零售通路，包括台灣產品小店、大陸特產專賣店、浦東地區陸家嘴城市超市。</li> <li>● 搭乘長榮航空 BR 721 班次，晚間 20:05 由上海浦東機場出發、22：00 抵達桃園中正國際機場出發。</li> </ul>

### 三、北京及上海零售通路

目前上海及北京零售通路，大致區分如下。

#### (一)街頭市場、小型零售店舖

以街頭小舖及每日交易菜市場為主，族群主要為中下層消費及一般日常性的消費，產品則以中國大陸產製品居多。

#### (二)便利商店

以快速消費、小型消費、飲料及即食性商品為主，以全家、7-11、羅森便利商店品牌為主，族群為過路客及上班族居多，上架產品及擺設與台灣相似。

#### (二)中(低)檔次超市

以超市型態開設，缺乏店面裝潢，如聯華超市，服務範圍為中小型市鎮或小區，在上海市通常開設在傳統菜市場附近。

#### (三)大型量販店

量販方式之大型商店，通常開設在具備消費力或新興之區域，如家樂福、愛買、大潤發等大型量販超市系統。目前在上海家樂福古北店已設有台灣農產品販售專區。

#### (四)高級超市

店面高級裝潢，並且販售大量進口食品，銷售族群以外國人士及經商或白領高階薪水，如城市超市、華聯超市、新光天地，年底有香港頂級超市品牌 City Super 將進入上海市場一起競爭。目前在上海城市超市時代廣場店設有台灣農產品區。

### 四、中華全國供銷合作總社採購水果案現場協調進展

(一)4月1日下午本會人員偕臺北農產公司陳主任秘書忠男及臺北縣農會楊主任棟樑前往供銷總社拜訪，並與中華全國供銷合作總社（以下簡稱供銷總社）王調研員蕾、熊副處長星明、中國果品流通協會魯秘書長芳校會談。

(二)依98年度採購合同，供銷總社原訂於99年3月底前採購3,000噸台產水果，惟至4月1日採購總數量僅1700.5公噸，約有1300公噸尚未執行完成。

(三)本次拜會已獲供銷總社相關人員初步同意調整計畫內容，並將儘速呈報該社高層決定。預計調整部分為：

- 1.計畫期限：由原99年3月31日延長至6月或8月底。
- 2.採購品項：增加今年有豐產壓力之香蕉及鳳梨2個品項。
- 3.果品協會將協調除原供應之三家企業以外，再增加其他企業共同執行合約。

- (四)供銷總社戎部長及王處長建議，本會可加強向外界充分說明本會及供銷總社在本案之努力成果。並請本會提供受益團體、受益地區及農民等資料。我方當下即電洽國際行銷科提供受益產業資料，並請台北農產公司盡速提供供貨單位之細部資料，陸續提供該社參考。
- (五)又果品協會魯秘書長及供銷總社王處長指出，相較中國大陸專業區生產之柑橘類質量均佳，故台灣柳丁較無競爭性，建議輔導轉作其他種類水果，並透過適當措施提高果品質量，及進行品牌化，可以接單方式預購高級禮品市場，果品協會亦可協助推動企業預購等。
- (六)同時供銷總社指出台灣所產之鳳梨釋迦在中國大陸市場不但少見且風味甚佳，在中國大陸市場有其競爭性，係供應高級水果禮盒市場之首選，惟出口至中國大陸之風味，不若台灣現場品嚐佳，建議我方可考慮擴大生產供應，並採取適當出口管理輔導。此次合約之供應台北農產公司雖已採取現場輔導，仍有些許缺失，未來該公司允諾將持續加強外銷供貨品質把關；又針對風味略遜乙節，未來可朝向供應 8-9 分之熟果，以空運方式取代海運，並印製食用說明，應可確保消費者品嚐之最佳風味，並滿足高級水果禮盒市場需求。
- (七)供銷總社現正規劃推動各省成立「果品精品館」，預定明(100)年度開張，希望臺灣生產之果品能一同共襄盛舉。

## 五、「北京台灣街」台灣百大館參訪情形

- (一)「北京台灣街」位於北京市石景山區西長安街北京國際雕塑公園西南緣，距天安門 14 公里，緊連地鐵網絡，從北京台灣街到中關村核心區約 20 分鐘。石景山周邊近 30 萬人，緊鄰遠洋山水、萬達廣場、首鋼家屬院、航天部居民樓、銀河商務區、華聯商廈等住宅區，惟觀察該區消費力係屬中等，尚須拓展區內政府機關、軍隊等團購商機，方能維持營運。
- (二)台灣觀光特產協會經營「台灣百大館」，負責該館之招商協調工作，並提供進駐廠商店面設計施工、進駐前後顧問諮詢服務。目前業有台鹽、台糖等國營企業及經濟部輔導之 OTOP 廠商同意進駐，合作方式為國營企業提供裝修費用及負責供貨，該協會則負責租金及現場服務人員。該協會吳副秘書長建豪希望本會比照台糖等國營企業之合作模式，並協助該協會辦理開幕之短期參展活動。

(三)北京市人民政府台灣事務辦公室郭副調研員尉營及北京市石景山區商務委員會翟副處長繼松表示，「北京台灣街」訂於 4 月 28 日試營運，5 月 7 日舉辦落成典禮，連榮譽主席戰則訂於 5 月 8 日前往參觀。惟目前建築基礎工程尚未完成，預評估落成典禮應會延後。

## 六、零售超市參訪情形

(一)此次參觀上海城市超市(City Shop)6 家重要店面，該超市係由上海當地人開設之高級超市，店面皆設於高級商業大樓或高級社區大樓(如美國商業辦事處樓下)，客群鎖定高消費之國際商務人士，販售品項主要為歐美各國知名品牌食品及雜貨。

1. 該超市自 1995 年 7 月開展第一家店面，目前共有 9 家分店。依據該超市經營者表示，上海精品型超市消費力強大，本年度 City Super 頂級超市亦將進入上海浦東地區開設第一家分店。
2. 城市超市展售之進口商品多數為自行貿易進口，7-8 成供應自家超市，剩餘供應上海飯店及高級食品店或超市。
3. 生鮮蔬菜則有 6 成為自家品牌之有機蔬菜，採租地方式自行經營農場供應，並接受上海市政府設施栽培經費補助，其餘則為通過認證之品牌蔬菜。
4. 淮海中路時代廣場店由外貿協會補助設置「臺灣精緻食品」區，現場展售農特產加工品。至於生鮮水果之販售，該超市負責人表示，去年度接受貿協補助辦理促銷活動，本年度則無促銷活動經費。
5. 城市超市之營業額，以古北店為例，2000 平方米之店面，瞄準鄰近 50 萬消費人口，每天營業額 30~40 萬人民幣。

(二)中國大陸由國營企業轉型之聯華超市，包含聯華與世紀聯華超市系統，性質屬於一般市民大眾消費之超市，店面型態繁多，分布於城市及較大之鄉鎮，依區域特性分有小型超市及社區超市及大型超市等，販售品項以中國大陸產製品牌為主，屬中級超市。

(三)北京現行頂級超市最大者為新光天地及美克拉美鑽購物廣場地下樓之 BHG Market Place 華聯超市，店面風格及陳設皆與新加坡商 Jason's Market 雷同。(其屬北華聯系統，非一般常見之聯華超市系統)

(四)上海市店面租金高昂，南京路、淮海路等市區中心以 30 坪店面而言，每月最高租金確實可達數十萬台幣。又物業管理分有公營與私營，以淮海路道路旁 2 層樓店面

爲例，所有權係屬區政府，須依政府規定簽約並配合搬遷等政府規劃。

## 七、中國大陸食品法規及食品標籤規定

### (一) 食品安全法

中國大陸自 2009 年 6 月 1 日起施行中華人民共和國食品安全法(食品衛生法同時廢止)，其中第四章食品生產經營、第 42 條明訂「預包裝」食品標籤內容，並且依縣級以上地方政府依本法規定落實執行，並由由中央/國務院設「食品安全委員會」，另衛生行政、質量監督、工商行政管理和國家食品藥品監督管理部門監督管理。

### (二) 進口食品標籤

依法進口食品包裝則依食品安全法第六章「食品進出口」規定需標示中文標籤、說明書，內容依照食品安全法及其他相關規定，需載明原產地、境內代理商的名稱、地址、聯繫方式，並需經出入境檢驗檢疫機構檢驗、由海關簽發通關證明。

標籤內容應標明下列事項：名稱、規格、淨含量、生產日期；成分或者配料表；生產者的名稱、地址、聯繫方式；保質期；產品標準代號；貯存條件。

食物标签范例

食物标签上的所有文字要用简体字

食物名称需按中国国家规定选用  
(不能使用导致消费者误解或混淆的常用名称或俗名)

此处只能写产地：台湾地区，不能写原产国

生产商及经销商名称及地址或网址

国内经销商及代理商名称及地址、电话

資料說明：Wal-Mart 食品標籤範例

中文标签品名及净含量字符高度最小应符合以下规定：  
净含量 ≥ 1kg 或者 1L，品名及净含量字符高度 ≥ 6mm；其它字符高度 ≥ 1.8mm  
净含量 ≤ 1kg 或者 1L，品名及净含量字符高度 ≥ 4mm；其它字符高度 ≥ 1.8mm

食物标签上不能有比较敏感的话题（如该商品得过中华民国的什么奖等）

配料中的名称按规定使用具体名称，添加剂应按照GB2760国家标准规定的产品使用具体名称，不符合规定的添加剂不允许进口。配料名称并按百分比从大到小顺序排列。

对商品方面的陈述、使用方法或提示

储存方法方面的陈述

生产日期及保质日期需按年月日排序打印在标签上

台湾原味腰果

配料：腰果，菜籽油

产地：台湾地区

温馨提示：本品可能含有微量的小麦，花生、大豆或其它坚果。

生产商名称：Dan On Foods

生产商地址：Binh Duong, Vietnam

生产商网址：www.dan-d-pak.com

储存方法：保存在清凉干燥的地方

中国经销商：沃尔玛（中国）投资有限公司

地址：中国广东省深圳市福田区农林路69号深国投广场二号楼2-5层及三号楼1-12层

电话：0755-21512288

生产日期：年 月 日

保质期：12个月

净含量：600克

Walmart 提供之台灣腰果食品標示

### (三)其他相關食品及農產品法規

- 1.「保健食品管理辦法」：保健食品定義為有特定保健功能，不以治療疾病為目的的食品。明訂有保健食品標誌、保健食品批准證書。
- 2.「中華人民共和國農產品質量安全法」：強制性技術規範(農產品質量安全標準)、無公害農產品標誌、優良農產品質量標誌。
- 3.農產品：來源於農業的初級產品、在農業活動中獲得的植物、動物及其產品。
- 4.農產品包裝和標識管理辦法：規範生產經營行為，建立可追溯制度(依據農產品質量安全法)。



## 八、參訪心得與建議

- (一)為能永續經營臺灣水果外銷產業，提昇外銷競爭力，對於目前尚具外銷競爭力之品項，如鳳梨釋迦、蓮霧、愛文芒果等，應研議建立外銷管理制度，輔導具通路經營能力之外銷業者始能適時、適量、適價的將品質穩定的產品外銷至目標市場，俾建立長期穩定的行銷通路，提昇果農收益。
- (二)對辦理蔬果產品外銷的集貨單位及農民，加強教育工作，使其具備正確的採收、採收後處理、分級、包裝，俾提昇臺灣外銷農產品水準，於國際市場具競爭力。
- (三)有關本會參與「北京台灣街」台灣百大館案，建議比照台糖等國營企業之合作模式，由台北縣農會整合「農漁會百大精品」供應該協會販售；另由本會補助台北縣農會於開幕期間辦理為期一週之拓銷活動，經費經楊主任棟樑評估約需新台幣 150 萬元。
- (四)有關台灣農產品在上海據點之設置，應以推廣形象、推廣 CAS 及吉園圃標章為主要目的，營利為其次。
  - 1.因應上海人口眾多，應就消費族群之階層、消費力進行瞄準定位，並就消費族群之

喜好，改善產品外觀及產品口味，並開發店面零售商品，如芒果霜淇淋等，吸引來客參觀店面內涵。

2.有鑑上海租金較高，據點應與現行零售通路合作，結合其現有資源及經商經驗，進行台灣農產品之推廣，以利事半功倍。

3.又上海市內地觀光客眾多，亦可納入據點所欲推廣之族群及地點選擇之考量。