

經濟部幕僚單位及行政機關人員從事兩岸交流活動報告書

參展「2013年北京台灣名品博覽會」

研提人單位：台糖公司商品行銷事業部

職稱：副執行長 經理

姓名：胡國洲 黃錫田

參訪期間：102年11月19日至11月25日

報告日期：102年12月2日

政府機關(構)人員從事兩岸交流活動(參加會議)報告

壹、交流活動基本資料

- 一、活動名稱：參展「2013年北京台灣名品博覽會」
- 二、活動日期：102年11月21日至24日
- 三、主辦(或接待)單位：中華民國對外貿易發展協會
- 四、報告撰寫人服務單位：台糖公司商品行銷事業部

貳、活動(會議)重點

一、活動性質

- (一) 北京市為中國大陸的首都，亦為世界五百大企業匯集之都。依據中國大陸社會科學文獻102年資料顯示北京市總人口約2,019萬人，北京城鎮居民人均可支配收入達人民幣約32,900元，略低於上海城鎮居民人均可支配收入人民幣約36,230元。
- (二) 隨著中國大陸經濟不斷發展，消費大眾生活水平逐漸提高，且購買力增加，反映在當地零售業之快速發展。本次參展，工作人員亦利用時間了解北京地區零售通路市場，有關量販店部分，家樂福與京客隆為北京代表性量販通路，連鎖超市部分，目前北京有BHG北華聯高檔超市、日資華堂商場及港資百佳超市等。便利商店部分，目前北京亦有數千家便利店，係以當地華潤便利店及外資7-11便利店等品牌為主。北京知名網購通路，計有京東商城、卓越亞馬遜及當當網等。
- (三) 「2013北京台灣名品博覽會」於102年11月21日至24日在北京全國農業展覽館新館舉行，該展會是北京市人民政府與台北世貿中心共同主辦，以專業產品展示區呈現台灣優良產品形象，為協助台商快速進入大陸市場，特別舉辦之批發及零售業綜合性展會。這次名品展規劃，特別因應中國大陸北京市消費實力堅強及對品牌及品質之高要求，因此，本次參展廠商，均為台灣消費電子、運動休閒、服飾配件及優良食品業者一時之選。
- (四) 本次博覽會展覽面積約2萬平方米，設展位約550餘個，攤位特裝比例達50%，使該展形象更加亮麗。博覽會在參展商和參展品的選擇上，係從600家報名企業中優選出200家企業參

展。首度設立的“文創產業專區”、“台灣茶名品展區”，促進了兩岸文化生活交流機會；專設“農產食品區”及“地方特色產業區”包含眾多廣受歡迎的小吃及各類商品，讓北京市民體驗了台灣美食及精緻商品；另設置適合銀髮族及婦幼生活需求之“老年及婦幼用品專區”亦深受消費大眾青睞，“台灣休閒生活科技專區”更是吸引北京市消費者之注目。經大會統計本次展覽會約有10萬人次造訪，最後1天適逢周日，人氣與買氣均達到最高潮。

二、活動內容

- (一) 本公司陳董事長於102年5月22日就任時，曾表示「台糖應與生機業、食品業擴大結盟合作，並把產品銷往大陸。現在大陸台商多，大陸對台灣的產品也相當具有信心，台糖是金字招牌，到大陸拓展相信會有很多機會，這部分還需要經濟部等單位協助」。
- (二) 本次參展即是依照本公司推廣台糖優良商品計畫辦理，包含台糖蜆精系列及保健類品、糖類加工品、魚罐頭系列、沖調穀粉系列等商品，藉由商業洽談及試吃活動，吸引廠商目光，工作人員藉機說明台糖商品特色、成份與功能。一般來說，中國大陸食品市場，分為東酸、西辣、南甜、北鹹四大口味區塊，經現場觀察，由於北京人口味偏鹹，且非沿海城市，故各類海鮮價格較貴，因此，對於本公司各類魚類罐頭系列商品較為喜愛，另因天氣較冷，對於薑母茶、黑糖薑母茶及沖調穀粉系列商品亦甚喜愛，至於，本公司各類保健系列商品部分，則以台糖果寡糖及寡糖乳酸菌商品較受歡迎。
- (三) 此次參展，配合各項海報、DM與廣宣物宣傳，讓參觀消費大眾及廠商心中留下台糖公司為一大型綜合食品公司之印象。展覽期間，當地消費大眾及部分台商對本公司商品詢問甚詳，經充分雙向交流，已達到推廣台糖公司優良品牌形象之目的。同時，本公司工作人員亦適機向參觀之廠商，簡介本公司背景及較具特色商品，並與當地廠商進行意見交流，以了解當地消費習慣、當地消費市場特性，以作為日後擬訂通路推廣策略之參考。

三、遭遇之問題

此次本公司參展原擬租用2個攤位，惟大會僅能提供1個攤位，且受限經費預算，僅有2位工作人員參展，如因應現場狀況，人力顯然不足，但為達成本次參展任務目標，在參展期間有限時間下，工作人員一方面利用展會現場把握商機，洽談有意願經銷本公司商品之廠商，一方面利用參展期間每日會展後夜間時間前往當地各主要賣場如家樂福及Ole'精品超市等進行市調，以利了解當地消費市場狀況，終於順利完成原訂計畫工作目標。

四、我方因應方法及效果

- (一) 本公司部分商品(如沖調類、蜆精、糖類加工品等)已透過大陸當地廠商及台商鋪銷至中國大陸台商分布較密集的地區，如北京市、上海市、江蘇省、浙江省、福建省、廣東省等地區，有關合作廠商、鋪銷區域/通路已陸續佈建。
- (二) 本公司沖調類、蜆精、糖類加工品等商品，經歷年努力洽銷結果，現已進銷東北和華東區大潤發及家樂福等、上海市、江蘇省、浙江省及華北大潤發、華南大潤發之連鎖商場、上海百聯集團通路、久光超市(上海、蘇州)、1號店網上超市、永安公司所屬華聯食品超市、上海市第一醫藥商店連鎖經營有限公司、上海環盛商業有限公司、溫州萊多特家庭醫療健康用品有限公司藥妝店、青島海信、大連明德、福州大洋精品等、廣東台灣百貨精品超市、四川省、天津市、重慶市、廣東省之市場華潤集團各連鎖通路、Ole'精品超市、香港百佳超市、天津伊勢丹百貨、重慶百貨、新世紀百貨。
- (三) 總之，本次參展經努力解決遭遇之問題，已順利克服諸多困難，對今後推動中國大陸地區銷售業務，有關台糖品牌商品推廣及建立完整銷售通路上又邁進一步，同時多家廠商例如海口泛華聯合貿易有限公司及京東商城等廠商均有意願進一步洽談商業合作，且藉參展機會進一步了解經銷商需協助事項例如未來需提供漁類罐頭產地證明文件及未來進口商品包裝須精緻化等需求，因此，本次參展確有具體效果。

五、心得及建議

- (一) 本次參展發現北京地區消費大眾生活水平提高，購買力增加，對於台灣食品認同度高，且對本公司身為台灣公營企業品牌商

品亦同時受惠，有數家通路業者表示有興趣洽談進銷本公司商品，將持續連繫交易條件並積極辦理。

- (二) 藉由本次參展經查訪北京各高檔賣場，現為提高業績，多採用各專櫃人員站台進行面對面銷售，以吸引顧客購買慾及提升賣場業績，效果顯著，相當值得借鏡。
- (三) 因受中國大陸過去長期一胎化人口政策影響，城市家庭成員約3人，經本次實地了解北京各賣場發現各商品包裝規格大多為小包裝重量約0.2公斤裝至0.5公斤裝商品供應，因此本公司未來進銷中國大陸市場之商品包裝規格亦應配合當地市場需求進行調整，才能符合中國大陸消費大眾生活便利之需求。
- (四) 由於中國大陸市場商業交易信用不佳，且拖欠貨款倒帳時有所聞，因此本公司商品外銷將以現金匯款方式辦理，並由經銷商承擔經營風險，因此未來將持續尋找有實力廠商經銷本公司優良商品，以利經營中國大陸市場。
- (五) 因網路科技進步，中國大陸市場網路通路蓬勃發展，北京知名網購通路計有京東商城、卓越亞馬遜及當當網等，藉由本次參展亦實地拜訪京東商城表示有意願與本公司合作，並希望以線上網路與實體通路差異化包裝方式洽談未來合作事項，以利開拓新市場。
- (六) 未來配合中國大陸市場發展，若參加更多中國大陸各地區商業展銷會，將更有助台糖品牌行銷及通路佈建，提升本公司品牌形象及商品銷售業績。

參、謹檢陳參加本次活動之簡略情形如上，報請

鑒核並請轉中央目的事業主管機關及行政院大陸委員會備查。

職

胡國洲

黃錫田

102年12月2日

所
意
屬
機
關
見

--