

台湾生鲜农产品在大陆流通的主要 模式总结与创新思考

周向阳 赵一夫

近年来，在大陆一系列惠台农产品贸易政策的推动下，两岸农产品贸易规模逐步扩大，大陆已接近日本成为台湾地区第二大农产品出口市场。从海峡两岸农产品贸易发展趋势特征和 ECFA 签署对两岸农产品贸易影响判断，两岸农产品贸易在未来时期将继续保持热络。然而，在两岸农产品贸易规模不断扩大的同时，台湾生鲜农产品进入大陆市场后面临的销售渠道不畅及市场流通机制不健全等问题越来越突出，台湾生鲜农产品在大陆的流通模式亟待创新与完善。

一、台湾生鲜农产品在大陆流通的传统模式

台湾生鲜农产品在大陆流通的传统模式主要包括分销模式、展销模式和应急采购流通模式三种。

（一）分销模式

台湾生鲜农产品在大陆的早期流通模式大多采取分销模式。分销模式的主要做法是台商在大陆批发市场设立经销点，向大陆各级分销商和零售商供货，或有部分台商在大型超市或卖场设立专柜销售。分销模式的优点在于适应了台商早期来大陆经商的特点，经营成本相对较低，能够为台湾农产品尽快找到销路。但是分销模式也存在明显的缺点：一是市场定位模糊。台湾生鲜农产品具有质优和价高的双重特点，由于分销模式下供货量和销售量不稳定，台商对消费群体的特征和需求变化规律难以把握，与下游分销商也难以建立稳定的营销对接关系，造成台湾生鲜农产品的市场定位不准，在价格策略和销量策略上缺乏有效手段。二是难以进行市场分割。台湾生鲜农产品在大陆完全可以归入典型的中高端消费品，但分销经营模式下，台商面对的多是各级中间经销商和零售商，对消费者的信息了解不够深入，难以细分市场。

（二）展销模式

展销模式的做法是台湾农民或经销商以参加大陆各级政府或经贸组织举办的产品展销会（交易会）、推介会等方式对农产品进行展售或订单销售。展销模式的优点在于能够充分整合台湾农产品品牌资源，在大陆打造台湾精致农产品形象。但展销模式也存在很多缺点。首先，每年大陆针对台湾农产品举办的交易会或推介会次数有限且受到展销地域和时间的局限，难形成对台湾农产品长期、广泛的宣传推介影响；其次，大多数展销会的筹办机制并非常态化，难形成稳定、持续的社会影响；再次，参展台湾农民和经销商也经常变化，影响产销对接的稳

定性。

（三）应急采购模式

为了帮助台湾农民解决水果滞销问题，大陆各地商业团体或企业组织曾一度在政府部门指导下对台湾丰产滞销农产品采取临时性应急采购措施，即所谓应急采购模式。这种模式的优点有二：一是短期内能有效地缓解台湾水果等生鲜农产品滞销问题；二是在政府采购补贴措施的推动下，经应急采购渠道进入大陆市场的台湾生鲜农产品价格通常比正常贸易渠道进来的同类产品价格低，短时期内市场流通规模迅速扩大。但是政府采购模式的弊端是显而易见的：由于采购时间过于集中、采购量大，对台湾生鲜农产品在大陆的常态化、市场化流通经营渠道产生较大冲击，不利于常态化市场培育；短期内大幅增加供给量，加上对非市场因素的预期，台湾产地的供货品质难以保障，对台湾农产品在大陆市场的品质和品牌形象有负面影响。

二、台湾生鲜农产品在大陆流通的新兴模式

经过多年发展，台湾生鲜农产品在大陆流通出现了一些新的模式。这些模式适应了大陆消费市场的变化规律，在一定程度上改善了台湾生鲜农产品在大陆流通的效率。

（一）常态化的展销会流通模式

针对展销模式存在的弊端，两岸经销商积极探索常态化的展销会流通模式。这种模式的具体做法是与台湾生鲜农产品生产基地建立合作关系，在大陆建立台湾农产品专营市场或展销场馆，将短期、临时订购会或展销会拓展成全年持续经营的常态化模式，即“永不落幕的展销会”。同时，借助电子交易平台

和流通配套措施为补充，积极帮助台湾农产品开拓大陆市场。福建南安市闽台农产品交易市场是常态化展销会流通模式的典型案例。该市场与台湾省农会、渔会、农业合作社、鱿鱼公会、果蔬输出同业公会等台湾较具影响力的农业社团，以及台湾农产品生产、加工、流通领域的龙头企业建立紧密合作关系，并在台湾云林县成立全资子公司。为了促进台湾农产品流通常态化、稳固化发展，2011年初，福建南安市闽台农产品交易市场建设“台湾真品馆”，开业之初就被业界视为一大突破，因为该馆通过长期展售台湾农产品的形式，将每年一度的订购会发展为全年经营的订购会。截至2012年9月，“台湾真品馆”已经吸纳100多家台湾农产品企业的优质、特色农产品加盟展示，有效促进台湾生鲜农产品在大陆流通。

（二）直营店模式

直营店模式的做法，主要是在大陆经济发达城市设立专门的农产品连锁经营店，直接经营或兼营台湾生鲜农产品。江苏省南通市苏合销售合作联社海门市直营店是此类模式的典型案例。该直营店主要面向中高收入消费群体经营水果等精品农产品，并采取台湾生鲜农产品、台湾精致加工食品以及海外进口农产品混合销售的方式，克服台湾生鲜农产品单一销售模式下供货量小、货源不稳定的问题。直营店的优势突出体现在两个方面，一是整体提升台湾生鲜农产品的形象，突出台湾特色，彰显优质农产品的特点。二是方便消费者直观判断台湾生鲜农产品的颜色、形状以及味道等表征快速决策购买，换言之，直营店模式有效地拉近台湾生鲜农产品与大陆消费者的距离。

（三）电子商务交易模式

近年来，大陆电子商务交易发展迅猛，交易和网络购物用户不断创造历史新高，为台湾生鲜农产品在大陆采取电子商务交易模式提供了重要契机。目前台湾生鲜农产品在大陆流通的电子商务交易模式主要有两种形式。一是 B2B 形式，即台湾生鲜农产品经销商对大陆经销商形式，另一种是 B2C 形式，即台湾生鲜农产品经销商直接面对消费者的形式。B2B 形式凭借大型电子商务交易平台，健全的拍卖制度，完整快捷的电子交易流程在台湾生鲜农产品批发环节发挥降低成本、促进交易的作用。B2C 形式则通过经销商自建的电子商城网站或淘宝网、拍拍网、爱帮网等大陆知名 B2C 电子商务交易网站进行产品宣传，依托实体店提货网点或物流配送服务体系进行零售。元祖食品有限公司是采取 B2C 形式在大陆经销台湾生鲜农产品的台资企业典范。该公司主营业务是糕点加工制作和销售，近年来开始借助品牌营销和实体营销平台兼营台湾水果销售业务，在台湾与特约果园建立长期合作，在大陆部分大中城市建立起了完整的糕点食品和台湾生鲜水果实体店销售网络。该公司在网上电子商城直接向消费者出售水果“预约券”，消费者持“预约券”根据需要选择在适合产季到实体店提取或要求宅配当季的台湾水果，这样的流通模式不仅方便消费者及时在线选购，还降低了流通成本、提高了流通效率。

三、关于台湾生鲜农产品在大陆流通模式的创新思考

从传统模式和新兴模式的特点对比可以看出，未来台湾生鲜农产品在大陆流通的模式仍然存在继续创新的空间。在效果较

好的新兴模式基础之上探索更加有效、更加完善的流通模式，能够进一步优化台湾生鲜农产品在大陆流通的机制，进一步促进台湾生鲜农产品长期在大陆市场稳定供给。在台湾生鲜农产品流通模式继续创新过程中，建议对以下4个方面重点关注。

（一）流通模式的创新要以充分发挥市场基础性作用为重点

一些创新流通模式的做法对台湾生鲜农产品在大陆市场的流通可能会起到负面作用，例如，设立过多涉台生鲜农产品免税市场。生鲜农产品免税市场虽然是减轻台商经营成本负担，增加大陆消费者福利的途径之一，但免税市场也导致了台湾生鲜农产品供给波动增加，价格调整更加频繁，不利于引导消费者对台湾生鲜农产品进行常态化消费。促使台湾生鲜农产品流通模式创新以回归市场本位为重点，不仅有利于避免台湾生鲜农产品流通出现较大波动，特别是避免产品供给与价格的大幅度波动，而且有利于促进台湾生鲜农产品在大陆常态化供需市场的培育。

（二）流通模式的创新要以减少中间环节、提高流通效率为目的

台湾生鲜农产品在大陆流通的中间环节越多，经营者面临的成本就越高，消费者购买价格就越贵，销量难以提升，流通效率就会降低。由台湾农政部门指导和扶持企业在大陆设立直营销售平台是一种减少中间环节、提高流通效率的有效模式。台湾“农委会”过去委托日本池荣青果株式会社，在东京设立专卖台湾农产品的台湾物产馆，获得日本消费者喜爱，2009年创

造了 1 亿台币销售营业额。中间环节少、流通效率高是日本台湾物产馆成功的重要经验。目前台湾农产品在大陆已建立起较好的市场品牌形象，借鉴日本经验，台湾农政部门可以考虑在大陆设立专门的销售网点，复制东京专卖店的成功经验到大陆一线城市，开拓台湾农产品流通的新模式。

（三）创新流通模式要综合利用各种营销渠道的优势与发展基础

综合利用各种流通模式的优势，组合创造新的模式，对台湾生鲜农产品在大陆的流通十分必要。电子商务流通模式的优势在于能够有效地降低交易的成本，扩大销售网络的覆盖面，直营店与展销会等流通模式则在品牌营销、物流、仓储等方面具有较强优势。将电子商务流通模式与直营店、常态化的展销会等流通模式有机结合在一起，可以取长补短，化解流通风险，增加流通效益。值得注意的是，台湾生鲜农产品受到产量规模和季节因素的影响，销往大陆的数量有限且季节性波动较大，单纯依靠经营台湾生鲜农产品拓展大陆市场对于经销商而言困难较大。经销商如果已经拥有其他产品的经营基础和流通渠道，可以考虑兼营台湾生鲜农产品销售，并进一步创新流通模式。

（四）流通模式的创新要在微观主体市场行为研究基础上进行整体设计

流通模式的创新离不开生产者、经销商和消费者等微观主体的积极推动，但也需要政府部门合理引导，尤其要发挥政府部门宏观管理和总体设计的作用。就大陆市场目前的整体形势而言，已经初步形成以福建省为中心、辐射大陆内地市场的台

湾生鲜农产品流通体系。但从局部市场来说，还缺乏中心集散地+分销流通的模式。在大陆两大经济发达地区——长江三角洲经济区和京津冀都市经济圈，消费者对台湾生鲜农产品的需求与消费潜力持续增长，未来政府部门要合理引导、整体构建以上海、北京等大城市为台湾农产品的销地集散中心，辐射所属经济区和经济圈范围内其他城市的流通体系，促进台湾生鲜农产品更加有效流通。

（欢迎引用、摘编、全文刊载，请注明出处，尊重著作者知识产权。）

责任编辑：毛世平 黄丽江
联系电话：(010)82109793
传 真：(010)62187545
电子信箱：iae@caas.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村南大街 12 号
中国农业科学院农业经济与发展研究所
邮 编：100081
网 址：<http://www.iae.org.cn>
