

政府機關（構）人員從事兩岸交流活動報告

壹、交流活動基本資料

- 一、活動名稱：參訪大陸地區上海與北京潛在廠商與實體通路
- 二、活動日期：105 年 11 月 7 日至 13 日
- 三、主辦（或接待）單位：無
- 四、報告撰寫人服務單位：台灣糖業股份有限公司生物科技事業部

貳、活動重點

一、活動性質：

- （一）前往上海市拜訪上海愛之味食品有限公司（耐斯企業集團關係企業）、上海葡萄王企業有限公司請益經營策略及了解營運情形，另拜訪當地保健產品生產廠商-佛果生物科技有限公司以「會議營銷」推廣保健產品之經營策略等。
- （二）續轉往北京拜訪合作廠商—上元國際商務有限公司及其股東安菱利網購公司並拜訪人民日報社、中國投資協會、中國農業科學院農產品加工研究所及清華大學生物化工與食品化工研究等單位，持續推動 B2B 原料合作案並了解大陸政經政策且巡訪當地實體通路貨架上之保健食品情況。

二、活動內容

參訪行程（參訪照片詳如附件）

11 月 7 日：從臺灣桃園國際機場搭機前往上海市。

11 月 8 日：前往上海市松江區上海葡萄王企業有限公司拜訪該公司劉明通總經理、行銷業務經理鄭宇及行銷業務發展經理劉芸等主管，下午續拜訪上海愛之味食品有限公司劉曜禎總經理並請益經營策略及了解該等公司現今業務發展情況。

11 月 9 日：前往太倉市拜訪蘇州佛果生物科技有限公司鄭富元總經理及特助詹凱傑等主管，請益該公司以「會

議營銷」模式拓展大陸地區保健產品經營策略及行銷模式等，後搭機前往北京。

11 月 10 日：拜訪人民日報社唐旻威主編及中國農業科學院農產品加工研究所成果轉化和產業發展處楊洋副處長。

11 月 11 日：拜訪中國投資協會余閩副會長及清華大學生物化工與食品化工研究所邢新會所長。

11 月 12 日：拜訪上元國際商務有限公司關纓總經理及張娟秘書長及其股東安菱利網購公司李育革總經理等，就雙方 B2B 原料合作案持續推動，另前往實體通路—世紀金源購物中心 (Mall)、沃爾瑪 (Walmart) 購物廣場及北京臺灣街等實地了解通路貨架上保健產品鋪銷情形。

11 月 13 日：從北京市首都機場搭機返回臺灣。

背景說明

上海市是大陸地區按行政區劃分為最大的城市之一，亦是中國國家中心城市。上海市是中國的鐵路與航空樞紐，其港口為世界最大的貨櫃港。上海正致力於建設成為國際經濟中心、國際金融中心、國際貿易中心、國際航運中心以及具有全球影響力的科技創新中心，上海生產總值約占中國的 4%，且位居大中華圈城市之首，2015 年全市生產總值為 24,964.99 億元，全市居民人均可支配收入 49,867 元（人民幣）。上海最重要的產業依次為商貿流通業、金融業、信息產業、房地產業、成套設備製造業、汽車製造業，此六大支柱產業約占生產總值的一半。

上海市為中國大陸直轄市，是經濟、金融、貿易、航運中心，也是各跨國公司在中國或亞洲商務總部集中地。地處長江出海口，隔東海與日本九州相望，南瀕杭州灣，西與江蘇、浙江兩省相接。上海港貨物吞吐量和集裝吞吐均居世界第一，也是中國大陸第一

個自貿區“上海自由貿易試驗區”所在地，總人口 2,425 萬人(2014 年)。2016 年上海市平均工資為 6,378 元人民幣(約台幣 29,338 元)，僅次於北京的 6,906 元(約台幣 31,767 元)。

北京市是中華人民共和國首都、直轄市和京津冀城市群的中心，中國的政治、文化、交通、科技創新和國際交往中心。北京是中國大陸省級行政區第一位，已發展成為一座現代化的國際大都市，具有重要的國際影響力，北京的總體經濟發展水平在中國大陸地區處於領先地位。2015 年北京全市生產總值 22,968.6 億元，全市居民人均可支配收入 48,458 元（人民幣）。

上海與北京之商業活動可說是大陸 13 省區市中最活絡的，據調查 2016 上半年大陸人民平均收入前 2 名為上海(29,030 元人民幣)與北京(28,448 人民幣)，顯而易見，這兩個地區的消費力也是最強的。爰利用此次出訪大陸地區，拜訪上海當地設廠之臺灣廠商—上海葡萄王企業公司（從 2004 年建廠至今已逾 10 餘年）及上海愛之味公司（從 1996 年開始建廠至今已 20 年之久）並分別請益該等公司 CEO（臺籍幹部），拓展大陸市場之經營策略及經驗分享暨現今營運情形，另拜訪專以「會議營銷」模式銷售推廣保健產品之蘇州佛果生物科技有限公司之經營策略及行銷模式等寶貴經驗。

三、遭遇之問題

(一)因本公司在大陸地區尚未建立分駐單位作為「在華責任單位」，無法自行申辦保健產品及美容保養品相關進口之審批及證明（審批三證及藍帽子）。本公司保健產品及美容保養品欲進入大陸銷售，均應依大陸法規申請進口審批，如保健食品應先取得保健食品藍帽子認證（耗時 2~3 年），化粧品取得審批證明（約需 6 個月至 1 年時程），為有效拓展大陸市場，本公司仍循正常管道積極進行中，俾以確保公司權益及永續經營。

(二)台糖品牌雖在國內深具品牌知名度，但在大陸地區則僅侷限

於台商圈及少部份曾到過臺灣旅遊之大陸消費者，尚不具有品牌知名度，未來正式進入大陸地區後，如何主打臺灣國營企業，漸進有效提昇台糖品牌知名度，應為首要工作。

- (三)有鑑於大陸地區幅員遼闊，各地區經濟發展程度不一、養生保健理念待提升及消費者購買力暨銷售渠道等因素，與臺灣仍有一定差異性，例如北京市世紀金源購物中心(Mall)裡之屈臣氏藥妝專櫃，卜蜂蓮花超市(量販店規模)及沃爾瑪(Walmart)購物廣場等通路上架鋪貨品項差異頗大，如何真正溶入大陸地區消費者認知與歸屬並正確在地化行銷推廣，對照於已立足於大陸之民間知名企業—葡萄王公司及愛之味公司迄今都無法打開自家品牌商品(反以代工業務為主)，日後本公司(國營企業)面對大陸市場，如何強化行銷靈活度及效率，將是無法迴避之重要課題。

四、我方因應方法及效果

- (一)為加速本公司產品進入大陸地區，積極作為應加快籌備並建立在大陸(如上海市)設立分支機構，作為公司「在華責任單位」，以利統籌辦理相關進口審批及證明，再結合大陸各區域優質經銷商(財物健全、實力)協助拓展銷售，加強宣傳公司品牌並以分支機構為中心點逐次擴大，深耕各區域以有效開拓大陸市場，提升本公司產品銷售量。
- (二)面對大陸市場，為求投入有限資源前提下，可創造出最大利益作法，可藉由駐地機構與在地合作經銷商互動並了解各地區消費商情與通路需求，進而將相關消費資訊回饋本公司總管理處後，機動調整進口大陸產品品項，俾能吻合大陸地區消費者需求。另一方面大陸地區之地域性(如氣候)差異極大，相較於台灣亞熱帶氣候濕度截然不同，且各地區飲食習慣與食物品目也不盡相同，此等因素都要納入考量，絕不可單純以臺灣經驗複製於大陸地區，爰此，仍應以取得在地化

消費者認知及需求等訊息，進而開發符合在地化需求之台糖產品，實為研發人員首要工作。

- (三)面對大陸地區近幾年來，從加工製造工廠轉型為全世界主要消費市場，大陸街道上盡是各式名車及賣場上充斥名牌精品，儼如暴發戶般崇尚名牌花錢消費，為爭取商機並配合公司於大陸設立分支機構前，事業部之保健產品除以一般食品模式委請協力廠商向大陸申辦進口批文憑證外，另以賣斷式供貨契約與廠商合作，依其規劃採以一般食品之產品名稱變通進銷，冀望開創起拓展大陸市場之試金石。

五、心得及建議

- (一)此次出訪大陸經由參訪上海葡萄王企業公司及上海愛之味公司後，獲益良多，從上揭 2 家公司 CEO（劉明通總經理及劉曜禎總經理；皆為臺籍幹部），傾囊相授論述各自公司於大陸 1、20 年來之發展歷程及困境經驗（自家品牌無法拓展，經營策略轉向代工業務）並提供商情（推廣燕麥飲品一利樂鑽含蓋鋁箔包及代工業務）消費訊息等，上海愛之味公司劉曜禎總經理更直指『找對經銷商及款到發貨』經營鐵律，劉明通總經理也建議『在地化』（意即要以當地消費者為思考模式），絕不宜以臺灣模式思考，此等善意箴言，對本事業部及公司而言，日後拓展大陸或可審慎納入考量及消弭於重蹈覆轍。
- (二)另拜訪蘇州佛果生物科技有限公司，依悉該公司係以生產製造保健產品為主並以另一耕道有限公司負責行銷（產銷分工），共同以「會議營銷」模式拓展大陸地區保健產品，鄭富元總經理亦於大陸近 20 年時間，沿用國內多層次傳銷公司營運策略（家庭聚會擴展至會議行銷模式），於大陸各地（實體店面供消費者取貨）建立起銷售管道，最高銷售金額曾於一個月超過一億元人民幣營收（尚未能與特許行業直銷公司一

美商安利中國相比擬)，然此一推廣渠道，似印證了國內及華人市場對保健產品購買來源仍以直銷為主，也值得本公司參考。

- (三)上海是中國第一大都市，是一線都市的代表，上海製造也代表著品牌象徵，未來本公司產品除正式報關進銷大陸市場後，如達到一定基礎或程度後，在時效（卡關問題）及成本考量下，或許也可以朝在地化委託代工方式發展，適時降低成本，提升產品競爭力。
- (四)此行出訪大陸，適逢一年一度雙十一光棍節日，依媒體報導今年成交金額高達 1,207.48 億人民幣，超越去年 912.17 億人民幣，創下歷史新紀錄。今年「雙十一」的購買有高達 85% 是在手機上進行的。大陸地區幅員廣大且一級城市交通壅塞，即造就了以網路消費新興模式，由互聯網訂貨不用出門，且限時送貨到府便捷模式，相當程度反映出身處大都會區消費者生活需求，且智慧型手機相當普及，外加第三方支付方便付款，從捷運、機場、站牌或媒體等皆有此交易方式行銷廣告，消費者只要以手機掃入登載 QR code 即可連接至網頁同步進行選購下單及交易付款，有問題也可即時以微信進行溝通所以面對科技時代來臨，本公司除官網及易購網外，如何再結合國內知名網站及日後進駐大陸地區後，尋求與大陸知名淘寶、天貓及阿里巴巴等電子商務策略聯盟合作共同推廣本公司產品，亦為選項之一。
- (五)拜訪北京中國農業科學院農產品加工研究所及清華大學生物化工與食品化工研究所等研究機構，依邢新會所長所論述投入大健康產業與預防科學的研究，包括多醣、提高免疫力、抗氧化及腸道菌叢等，實與本公司現有產品不謀而合，此一情形也適時反映出大陸人口老年化趨勢，隨著養生保健消費意識興起，本公司除配合南向政策外，亦應積極拓展大陸市

場，日後並適時結合在地學術單位協助或合作，對本公司台
糖品牌的建立及發展，應有加分助益。

參、謹檢附參加本次活動之相關資料如附件，報請鑒核並請轉送相關
單位備查。

職 黃福仁

李源森

105 年 11 月 24 日