

公務出國或赴大陸地區報告（出國類別：其他）

參加中國大陸上海市舉辦之「2012 年臺灣精品 水果節」行銷活動

服務機關：臺中市政府農業局

姓名職稱：張隆仁副局長、廖麗華專員、周佳霖技士

派赴國家：中國大陸上海市

出國期間：101 年 12 月 7 日至 12 月 9 日

報告日期：102 年 3 月 8 日

目 次

壹、組團出國的目的	1
貳、過程	1
參、心得	2
肆、建議	3
伍、活動照片	3

壹、 組團出國的目的

本市甜柿與雪梨是冬季主要之農特產品；上海市果品有限公司是上海市供銷合作總社屬下專業從事果品配送銷售、果品交易市場批發銷售、果品電子商務銷售與果品冷儲為主的專業公司，2009 年以來，該公司連續獲評「上海市農產業化重點龍頭企業」之稱號，除超市和賣場等實體通路外，也從事直銷及網路團購業務，並開設專門的臺灣水果論壇，具很大之消費影響力。本次參加該公司舉辦之「2012 年臺灣精品水果節」活動，除讓更多大陸消費者品嚐到本市質優味美的甜柿及雪梨，也可藉由上海市果品有限公司綿密廣佈的市場行銷通路與豐富的銷售經驗，將本市之優良農特產品行銷至中國大陸各地。

貳、 過程

本局核派張隆仁副局長等 3 人與和平區農會供銷部吳主任計 4 人於 101 年 12 月 7 日至 9 日赴中國大陸上海參加上海市果品有限公司舉辦之「2012 年臺灣精品水果節」活動，推介本市質優味美的農特產品甜柿及雪梨，以下是 3 天的行程：

第 1 天(12 月 7 日)：

搭機前往中國大陸上海浦東機場：12 月 7 日下午 5 時 30 分由臺中清泉崗機場搭乘復興航空之班機前往中國大陸上海，抵達時間為晚上 7 時 55 分，抵達後即前往夜宿之飯店，準備隔天參展之資料。

第 2 天(12 月 8 日)：

1. 參加「2012 年臺灣精品水果節」活動開幕及行銷本市水果：8 日上午 10 時前往世紀聯華商場戶外廣場參加「2012 年臺灣精品水果節」活動開幕式，由本局張隆仁副局長代表本市上臺剪綵，隨後前往該商場地下一樓生鮮超市察看本市甜柿及雪梨之銷售情形，並請該店家服務人員提供現場民眾試吃，推介本市優質農特產品。參加本次活動之果品皆以散裝陳列於賣場販售，本市推介之甜柿與雪梨每公斤售價分別為人民幣 17.99 元與 7.99 元，相當於臺幣 81 元與 36 元。
2. 參觀上海超級市場及大賣場：8 日下午參觀上海超級市場及大賣場，農產品於上

海賣場之售價價位略低於臺灣，然品質部分亦是一分錢一分貨。於上海平價賣場販售之商品許多為散賣陳列販售，包裝販售之商品大多為簡單包裝，適合日常生活購買所需，並無看見以禮盒形式販售之產品。

第3天(12月9日)：

搭機返國：9日上午前往浦東機場，搭乘上午9時55分之班機返臺。

參、心得

- 一、 由於上海人之飲食觀念為不能「分梨」(取「梨」與「離」同音)與「柿子吃軟不吃硬」，故銷售開始時本市之雪梨乏人問津，甜柿僅少數民眾選購，且有許多民眾拿到「硬」的甜柿則將其放回，造成「買不到軟柿」之現象，經請賣場人員提供試吃與說明本市之甜柿軟硬皆可吃後，才有較多顧客選購甜柿；雪梨部分，由於「不能分『梨』」之觀念為上海人根深蒂固之觀念，雖然本次本市將雪梨以「福壽果」之名行銷，然而「梨」為上海人原本就認識的水果，故不會因為其改換商品名而改變其對「不能分『梨』」之觀念，由於「好吃也不能分『梨』」，故亦無法藉由試吃等銷售手法來增加買氣。
- 二、 本次臺灣精品水果展之果品售價由高至低分別為：蓮霧與鳳梨釋迦每公斤人民幣19.99元(合臺幣90元/公斤)，甜柿17.99元(合臺幣81元/公斤)，蜜棗16.99元/公斤(合臺幣76元/公斤)，楊桃15.99元/公斤(合臺幣72元/公斤)，葡萄柚14.99元/公斤(合臺幣67元/公斤)，番石榴8.49元/公斤(合臺幣38元/公斤)，雪梨7.99元/公斤(合臺幣36元/公斤)，香蕉、鳳梨及柳橙1.88元/公斤(合臺幣8元/公斤)，其價格反應市場需求，雖鳳梨釋迦之售價最高，但民眾仍瘋狂搶購，本市推介之雪梨雖售價低於在臺灣之售價，縱使提供試吃卻仍乏人問津，故爾後至上海行銷本市果品，應慎選推介之果品。
- 三、 近年來大陸工商業發展進塑，其對消費產品之需求已從量的需求走向質的精緻及創意階段，在上海世紀聯華商場內，不論其從招牌上之作怪，取怪異之名字，或是其超市產品之包裝如雞蛋之包裝，皆可吸引消費者之目光俾利達到產品之銷售，這些是我們須注意的，不然等臺灣製的產品過了嘗鮮期，將會喪

失與其競爭之競爭優勢。

肆、 建議

- 一、 由於鳳梨釋迦於中國大陸已推廣行之有年，其頗受民眾愛戴常供不應求，且於東南亞地區亦廣受歡迎，貿易商詢問度高，鳳梨釋迦之甜度高且較一般釋迦不易裂果，可後熟之等性，使其亦適合儲運與具加工潛力，不論外銷、內銷或加工皆有開發價值。本市之氣候土宜亦適合栽種鳳梨釋迦，故建議先以小面積試作栽培輔導本市農民將易產銷失衡之作物轉作鳳梨釋迦。
- 二、 由於上海當地人民根深蒂固之觀念，加上本市生產之梨外銷上海成本過高，建議至上海行銷本市果品時，應慎選果品。
- 三、 本市之甜柿因大陸人習慣「吃軟不吃硬」，故須持續行銷，從此次消費者試吃之反應，知道臺灣產的甜柿是「甜美多汁的」，且可從「硬吃到軟」，只要持續行銷，將可改變大陸消費者以為硬柿是苦澀的觀念，進而如鳳梨釋迦般地受到消費者之喜歡。
- 四、 日本之商品，因其包裝精緻富創意，廣受臺灣消費者喜愛，在大陸如上海等大城市之消費趨向亦有此現象，故本市之農產品在包裝上需再加強，以增加農產品在大陸之競爭力。

伍、 活動照片

	
臺灣精品水果節開幕儀式場地	本局張副局長參加開幕儀式



張副局長剪采



會場門口看板



攤位佈置



民眾瘋狂搶購鳳梨釋迦



甜柿請民眾試吃後詢問度與購買率提高



發送宣傳單及民眾選購本市甜柿



乏人問津之雪梨



本局張副局長致贈主辦單位紀念品



大陸賣場販售包裝精美之雞蛋



引人注目之咖啡招牌