

台湾农产品运销的发展及启示

卢凌霄

1 台湾农产品运销的发展阶段

运销制度是随社会经济的发展而转变的,农产品运销制度的演变大致可分为五个阶段:物物交换阶段(生产者—生产者)、传统社会阶段(生产者—消费者)、农业商品化初级阶段(生产者—零售商—消费者)、农业商品化次级阶段(生产者—贩运商—批发商—零售商—消费者)及高级农业商品化阶段(生产者—批发商包装处理中心—超市—消费者)<sup>[1]</sup>。在现实社会中,除第一阶段外,其他四个阶段仍然存在于农产品的交易制度中,第二、三、四阶段的流通渠道被称为传统渠道,第五阶段代表着流通的最新进展,被称为现代运销制度,在发达国家广为采用。

台湾早期的农产品发展着重于生产技术的改进,目的是提高农林牧渔各类农产品的质量,以解决人口迅速增加所带来的粮食供应问题,并出口赚取外汇。20世纪60年代后期,台湾经济整体发展,人民收入增加,对于蔬菜水果等副食品的需求上升,每当季风来袭,供给大量缩减,供需的季节性变化就很容易造成“菜土菜金”现象,为改变这种情况,台湾省政府在1970年核定“改进农产运销方案”,改建蔬菜的产地和消费地批发市场,“筹设全台性农产运销公司方案”于1974年建立。

台湾农产品批发市场存在的原因:一方面,台湾耕地面积有限,人均占有率很低,当初土地改革时实行均田制形成很有特色的小农制经营<sup>[2]</sup>,在市场上竞争能力较差;另一方面,承销人的需求多样化、货源寻找不易、市场信息缺乏、运销成本高。尤其当农业生产逐渐走向商业化后,农民出售农产品以获取收入,政府通过协助农民在适当的场所交易,逐渐建立以批发市场为中心的交易制度<sup>[3]</sup>。批发市场在农产品运销中居核心地位,根据“农产品市场交易法”规定,批发市场是不以盈利为目的的公共事业,必要时由各主管机关编制预算,进行财政补贴。相当多的批发市场由政府出面征收市场用地,由政府出钱购置市场设备,然后委托农会或合作社及民间公司经营<sup>[2]</sup>。

2 台湾农产品运销公司经营业务现状

台湾农产品运销公司于1974年成立,同年开始经营台北市第一批发市场,为配合政府推动零售现代化政策,1981年开始经营超级市场营业系统,相继在台北市及台北县开设直营超市的有延吉、和平、凌云、华荣、万年、内湖、景新、大安、三民、永建、忠顺、松兴、社中等13家店,1985年开始经营台北市第二批发市场。目前,该公司的组织形态为公私合营,其中公股占45.52%,分别由行政院农业委员会(22.76%)、台北市政府(22.76%)持有;民股为54.48%,分别由各级农会(24.85%)、果菜生产运销合作社(9.58%)、果菜贩运商(20.05%)持有。公司目前的组织架构为股东大会、董事会,管理人包括董事长、总经理、副总经理及主任秘书,下设财务部、管理部、资讯部、企划部、营业部、业务部、稽核室和秘书室。此外,还设有监察人和顾问,发挥类似独立董事的作用。营运系统包括批发市场系统和超级市场系统,批发市场系统包括第一果菜批发市场和第二果菜批发市场,超级市场系统包括果菜供应中心、生鲜食品供应中心、采购配送中心和13家超市。农产品超市的生鲜产品因为有采购上的优势,价格便宜,新鲜度高,成为赢利的基础。

批发市场拥有完备的信息收集、分析及发布渠道。每天收集的市场信息包括:果蔬产地;不同品种、不同等级果蔬的平均成交价格、成交量;供应商、承销商的平均经营规模、成交价格和次数。同时,还按月份、季度及重大节日进行数据分析,提出相关从业建议。信息的发布也有很多渠道,除了可以在公司网站(www.tapmc.com.tw)上查到相关信息和统计分析,还可进行语音查询和电话查询。

批发市场作为一个独立的经营实体,除了为蔬菜买卖双方提供交易场地和服务外,还充分利用批发市场的优势,开发独特的农产品。台湾农产品运销公司依托农产品批发市场,开发了很多自有品牌产品,如古早味、台湾粽、瑞里高山茶、梨山茶、羊肉炉、佛跳墙、乌龙茶、梅精等,其原材料全部选自本市场经销的最高品质的产品。运销公司开发并提供各种节日果菜礼盒,借助于自身生鲜品交易市场的优势,其产品品质优良;还印刷以农产品为主题的精美日历,成为独特的营销产品;编制菜谱书籍赠送消费者等。这种全面营销、全员营销的销售策略给企业发展带来很大生机。

卢凌霄,女,博士研究生,南京农业大学经济与管理学院,210095,

E-mail: lingxiao\_lu@163.com

收稿日期:2007-08-03

基金项目:国家自然科学基金(70773056/G0305)



# 2007年全国西瓜产销分析

马 跃

## 1 2007年全国西瓜产销情况

2007年春季日照充足、气温普遍偏高,多数地方的夏季气温提早 10~20 d(天)来临,保护地生产的西瓜能够提前上市,西瓜的销售数量与价格都比往年增加。但广西等地的露地西瓜受到连续降雨影响,产量下降、上市时间推迟,春茬西瓜的效益不佳。北方主产区露地西瓜由于总面积减少和 6~7月大范围降水影响,总体产量明显减少,市场价格显著高于往年,生产效益较好。但局部地区由于降雨多且气温偏低,西瓜市场短期出现了价低卖难。8~9月

上市的西瓜,仍保持了比较好的效益。

1.1 西北市场瓜价高,本地瓜减产外来瓜畅销  
甘肃兰州西瓜市价往年 7月一般每千克 0.6~0.8元,今年瓜价一直居高不下,兰州市区各市场平均价格每千克 1.2~1.4元。本地瓜种植面积减少,受干旱和暴雨影响产量剧减、品质下降,市场供不应求,外地瓜大量入市,是今年兰州西瓜价格偏高的主要原因。

新疆乌鲁木齐在吐鲁番、鄯善的早熟西瓜退市后,石河子、昌吉、呼图壁等地的西瓜提前半月上市,产地收购价每千克 0.5元左右,且保持居高不下。据乌鲁木齐市北园春瓜果批发市场了解,西瓜批发价 7月每千克 2.8~3.2元,与去年同期每千克 1.2~1.6元相比翻了一番,市场零售价每千克 4.0~4.8元。北疆本地瓜种植面积减少,市场供不

马 跃,研究员,中国园艺学会西甜瓜专业委员会秘书长,中国农业科学院郑州果树研究所,郑州市航海东路 63 中南,450009  
收稿日期:2007-08-08

台北运销公司的发展,曾经对稳定台北果蔬价格,满足市场需求,协助农民销售产品等方面都起到很大作用。但是,随着现代流通渠道的迅速推进,产地直供超市的方式兴起,批发市场的作用大大降低。由于市场带有政府公营服务性质,管理费仅 3%,大大限制了市场的服务能力。

## 3 台湾农产品批发市场发展的启示

中国大陆的农产品运销体制经过多次调整,20世纪 80年代后期逐渐放开,尤其是果蔬销售市场,形成了大中城市批发市场与农贸市场结合的渠道形式。90年代后期,超市开始出现并迅速成长为大城市农产品零售的重要渠道。台湾的农产品零售也经历了类似过程,台湾农产品运销公司建立批发市场及随后建立超级市场系统到目前多手段营销的情况,给大陆迅速变迁的农产品流通体系下批发市场如何发展提供了很多借鉴。

农产品流通必须得到政府的引导。台湾在果蔬生产及消费出现问题时,由政府出面征收土地、修建批发市场,缓解供求矛盾。在认识到超市销售农产品是流通渠道变迁的重要方向后,政府出面要求运销公司开办超市,而它也确实发挥了下辖果蔬批发市场的优势,用生鲜品拉动超市经营,取得良好的市场效果。

政府引导农产品流通渠道发展的方式值得借鉴。台湾农产品运销公司几乎是在政府全部资助下成立的,但是,政府并没有直接管理,而是引入股份制经营机制,通过

将运销公司的股份分散给各级农会、果蔬运销合作社及果菜贩运商,实现投资主体多元化,而且,这部分人是流通中的重要主体,流通渠道运行好坏与他们的经营绩效密切相关,因此,股份多元化的引入对于运销公司的决策起到监督和引导作用,也使得市场真正发展起来。

批发市场提升服务水平。一般批发市场的功能包括迅速集货与分货、齐备货色、形成公正价格、清算货款、行情报导等。台北批发市场管理机构不断探索如何更好地完成这些功能,如引入拍卖机制以更高效地实现产品合理销售,对每个批发商设立专门的贷款保证金账户以杜绝欺诈行为,这些辅助功能的设立吸引了更多客户,从而对市场发展起到了良性推动作用。

批发市场功能向多元化方向发展。虽然批发市场的本业是提供农产品交易场所和服务,但是台湾农产品运销公司不仅做好本职工作,还利用自身地处农产品交易中心、熟悉市场行情的优势,开发出一些具有加工、增值、服务功能的产品,扩大了市场影响力,也推动了公司的发展。

### 参考文献

- [1] 许文富. 农产运销学 [M]. 台北: 中正书局, 1997: 18.
- [2] 牛若峰. 台湾农产品运销制度与批发市场 [J]. 中国农村经济, 1994(3): 39-44.
- [3] 黄钦荣. 台湾农产运销之发展 [C]//台湾现代化农产运销与政策研讨会论文集. 台北: 出版者不详, 1999.