



# 國內水果市場營運及行銷通路 新趨勢

羅至男\*

2020 年初新冠疫情爆發衝擊全球，對消費及生活產業，相較於過去出現劇烈的變化，零接觸的商業模式興起，包括：電商、外送服務、數位支付、線上會議、線上遊戲等等，都推向前所未有的盛況。

## 行銷通路新趨勢－生鮮電商興起

臺灣的生鮮食品銷售，在疫情催化下迅速成為各界關注的熱門產業。

大型綜合電商平台紛紛跨足生鮮銷售，外送平台大力投入虛擬超市，零售通路巨擘 7-11、全家、全聯、好市多、家樂福等等，在各自的利基優勢基礎下發展虛實雙擊，生鮮食品的銷售儼然成為零售通路兵家之地。

## 國內水果市場的營運

大型生鮮電商平台經營農產品的銷售，競爭優勢相當重要的關鍵之一，在於尋求產品的數量與豐富度，尤其面臨短期湧入的大量訂單，如何在兼具安全、品質、品規等條件，取得滿足消費者的訂單數量？對稱性的供應鏈生產趨大化，將是未來可以預見的趨勢。

臺灣的農業發展屬於小農結構，缺乏規模經濟效益，再加上農業人力老化的不利因素，農業經營亟需思考，如何盤點區域資源、定位核心產業，以利於產地專區的評估規劃，營造水平整合或策略聯盟的供應鏈價值。

消費行為趨向深深影響零售通路的發展，生鮮水果的傳統經營模式，隨著企業集團的積極佈局，大規模且集中的商業特性，將是供應鏈經營上不可或缺的議題。

---

\* 福和生鮮農產股份有限公司經理  
a0980532590@gmail.com