

- 專題報導 / 台灣：我們吃的食物究竟安不安全？
- CVS報導 / 7-11擴大懶人食品戰線！冷凍調理食品 & 馬年年菜預購搶市
- 超市量販 / 歡慶15歲生日！全聯福利中心活動展開中

<http://www.dnnt.com.tw>

DISTRIBUTION 全·方·位·流·通·專·業·媒·體  
NEWS

# 流通快訊

售價：99元

778 期  
2013年11月10日 出刊



**EPSON**  
EXCEED YOUR VISION

零售業列印系統，最佳管理整合方案  
**世界第一品質，一印俱全！**



提供完整的紙本電子發票解決方案  
優異的穩定度與耐用度  
創造更高的營運績效。



經濟型  
**TM-T82II**  
熱感式電子發票收據印表機



實用型  
**TM-T70II**  
熱感式電子發票收據印表機



旗艦型  
**TM-T88V**  
超高溫熱感式收據印表機  
壽命延長33%

# 流通市場觀（十八）

## 『MIT』金字招牌 將是兩岸共同市場新經濟

文 / 精宏投顧執行長 鄭琮寰

近期黑心油風暴持續延燒，將一向標榜是台灣製造「MIT」，讓人感覺產品不錯的「優質廉價」台製產品，變成了「品質很擔憂、價格又很便宜」的印象。而對台灣才是真正的傷害，是台灣多年建立的認證制度信心受損，GMP認證從1994年施行至今已歷19年，經濟部力推的微笑標章亦提昇了MIT的市場價值，隨著兩岸市場的接軌，筆者衷心期盼，台灣全體能盡快渡過這個陰霾，堅持原有的品質與經營理念，讓『MIT』的價值延續，才能運用兩岸市場，進入新的正向經濟。

### 陸客瘋台貨 MIT商機無限

中國大陸民眾瘋「MIT」（Made In Taiwan），產品只要掛上MIT證明，售價立即較中國大陸製的同類產品高出3成以上，足見MIT產品受到中國大陸消費者的肯定與歡迎。

由於台灣名品展在中國大陸各地大受歡迎，現在包括北京、上海、天津、重慶等大城市都主動邀請貿協前往辦展，因此，名品展舉辦的場次逐年增加，已由2010年的5場，增加到2011年的7場，而2012年已成長到9場，今年和明年的展期更已排滿。

在2010年兩岸簽署ECFA後，針對早收清單的特定商品，已有顯著的成效。以台灣農漁產品出口中國為例，2011年出口大陸金額6.7億美元，較2010年成長達26%，特別是18項早收清單產品，2011年外銷中國大陸出口量及出口值分別為20,315公噸及1.2億美元，較2010年成長88%及127%；2012年1~6月，這18項早收清單產品出口大陸金額為8,400萬美元，又比前年同期成長40%。均顯示，MIT農產品在大陸市場愈來愈受歡迎。

### MIT產品拓銷中國主要管道

既然MIT商品在中國大陸有市場，至目前為止銷往中國大陸的主要管道有：

1. 參加台灣名品展：每年由貿協在中國大陸各大城市主辦的「台灣名品展」；
- 根據貿協表示，8成參展的台商在展後，就有中國大陸採購商找上門談合作。

而要符合台灣名品展參展的標準資格，首先是在台灣設有合格的出口產品工廠，或採取制度認證，也就是已經取得像GMP、正字標記的廠商，只要原認證機構跟MIT辦公室完成相互認證機制後，就可直接向MIT辦公室申請認證標章，不需要再做其他認證。

## 2. 利用農委會國際處拓銷農產品資源：

農委會每年都會舉辦各種農特產品展，農委會也主推CAS（台灣優良農產品）認證，而且CAS已經在中國大陸註冊成功，可以作為在中國大陸推廣台灣農產品的主力認證。農委會也積極協助企業建立快速通關平台，廠商向農委會動植物防檢局提出申請，農委會將轉交中國大陸質檢總局審核，而中國大陸方面將派人到台灣查廠，審核通過後，台灣廠商還要取得中國大陸的商標審批。

大陸已成為台灣主要的貿易對象，繼服務貿易協議後，後續還有貨品貿易協議準備簽訂，貨品貿易協議簽署執行後，MIT產品銷大陸將具有種類更多、零關稅…等優勢，維護現有MIT的金字招牌，應是兩岸市場經濟發展的重要利基。

## 流通個股介紹（味全1201）



1. 味全涉混油案風波，股價迅速從10/15高點下跌超過-25%。
2. 中概股食品類股自去年以來呈現多頭走勢，味全股價亦不惶多讓，自2012年下半年30元以下，一路上漲超過一倍，混油案造成的重挫，是近年來最大的回檔幅度。
3. 11月上旬，股價下跌至4月以來的波段起漲點附近，且混油事件衝擊，讓股價快速跌破6/26換手量當日的價格。
4. 從第三季合併營收來看，和去年相比仍呈現12%左右的成長率，基本面表現穩定，股價短線快速修正的現象容易造成搶短買盤進駐，遂11月上旬股價下跌後，成交量有放大的現象。