

臺灣地區特色農業產業發展實地調研計畫

一、研究方法與框架

對於臺灣地區特色農業產業發展的調查與研究，有助於從大陸地區與臺灣地區的不同點與共通點中發現其中差距與問題癥結所在，以確保相互學習共同發展。本研究將在保障研究內容真實性與研究結果合理性的前提基礎上，結合臺灣地區特有的特色農業產業、產業鏈實際，運用適宜的資料模型完成實地調研，得出結論。將主要採用以下幾種方法：

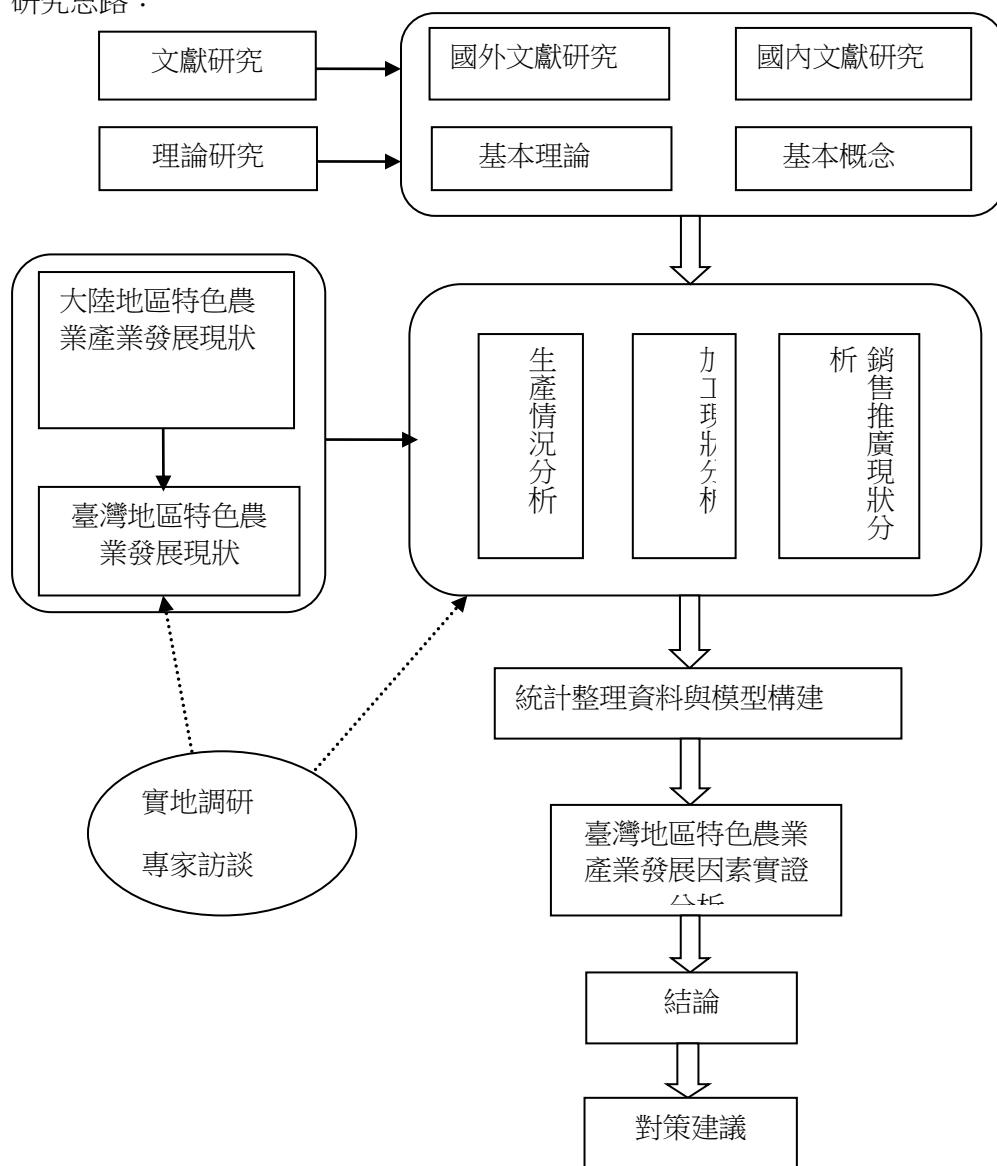
(1) 文獻研究法：充分利用臺灣地區相關工具書及其電子資源，參考相關文獻資料和理論著作，努力獲取有關臺灣特色農業產業發展的歷史與現狀的相關資料。

(2) 實地考察法：選取當地特色農業產業主產區對現狀進行實地考察。深入基層，通過調研得出真實的一手資料。

(3) 專家訪談法：通過對臺灣當地的產業專家進行訪談，瞭解臺灣特色農業產業發展中產業鏈從生產、加工到銷售推廣的現狀。對各項指標的設立資料的處理進行諮詢與溝通。

(4) 實證分析法：對調研得出資料進行整理，運用柯布-道格拉斯生產函數模型對臺灣特色農業產業發展影響因素進行分析。

二、研究思路：



三、文獻回顧

(一) 國外文獻綜述

所謂的農業產業鏈是指農產品生產、加工、最後到銷售環節各個環節的關聯。如生產與加工、加工與銷售等等之間的聯繫，通過農業產業鏈研究可使農業產業從產地到市場減少損耗，增加農戶利益。農業產業鏈最早產生於 20 世紀 50 年代的美國，然後迅速傳播到西歐、亞洲日本、美洲加拿大等發達國家。農業產業鏈及相關管理理論經過西方發達國家 100 多年的發展研究逐漸趨於成熟，而印尼、巴西等發展中國家也對農業產業鏈開設相關課題進行深入探討。當今國外專家、學者對於農業產業鏈方面較側重於農業產業鏈的資訊管理、價值鏈分析和農產品品質控制等。羅斯（1995）、霍夫曼（2000）、斯遲拜（2001）等分別從農業產業鏈資訊管理、價值鏈分析和農產品品質控制等方面進行了研究，他們的研究構成了產業鏈管理的基本思想。羅斯提出了“全面品質管制”的行為方法，斯特讓伯格等在此基礎上提出建立農產品品質預警系統，旨在維護產業鏈的聲譽和消費者的信心；巴西經濟學家 Decio Zylbersztajn 教授（1998）年對蔗糖、水果、蔬菜、牛肉等農業產業鏈中資訊管理、物流管理、組織結構和市場管道等進行廣泛和深入的研究，找出制約產業鏈績效發揮的瓶頸，對如何提升產業鏈條的競爭力提出了相應的政策建議，霍夫曼（2000）認為資訊和交流技術（ICT）對農業產業鏈的發展具有重要作用，為農業關聯提高去也競爭能力和市場份額增加機會。戴姆（2000）認為應該積極實施交流技術和農業資訊鏈管理；拉丁費伊斯（2008）認為，由於資訊和交流技術是服務為整個農業產業鏈的甚至更多部門，而資訊和交流技術的投資建設應該是政府行為；黃（Wen-Chi Huang）和克萊溫格等人（2001）還提出了在農業產業鏈中運用互聯網、電子商務等信貸資訊技術的操作方法；斯遲拜（2002）運用價值鏈分析闡明採用產業鏈管理具有增加市場份額、降低生產成本和提高成長速度等功效。

(二) 中國國內研究綜述

(1) 概念的提出

現今經濟的快速發展，而農業的發展與經濟的發展速度卻不相匹配，有所滯後，所以農業產業鏈這一理念的提出就受到廣大專業、學者所關注並對其進行研究。關於農業產業的研究很多。傅國華（1994）提出了立足於優勢資源，運轉特色農產品產業鏈，依託市場對資源和農產品的合理配置，促進海南特色農業發展的觀點；陳福民（1995）指出了吉林省建立並加長玉米產業鏈的必要性，並對如何延伸玉米產業鏈提出了相關途徑及方法；陳麗娜（2005）運用農業產業鏈管理理論對彭州蔬菜加工產業管理進行了研究；毛爾炯（2005）等在美國和荷蘭的農業產業鏈管理及運作進行了研究得出對我國農業產業鏈的借鑒和啟示。楊妍（2006）對農業產業鏈的競爭力相關性進行了分析，並對農業產業鏈、農產品競爭力和科技創新三者的融合進行了創新性分析；張竹音（2007）在農業產業鏈概念界定的基礎上對農業產業鏈技術進步機制進行了研究。蔣逸民（2008）在研究中基於比較制度的視角，從研究物件、研究的立足點和目標、研究的起源，各方面區分了農業產業鏈和工業供應鏈的不同。蔣逸民學者認為從本質上看，產業鏈是一種不同節點企業見佛 N 股共寫作形成的制度安排。張滿園（2009）等認為農業產業鏈是有產品鏈、資訊鏈、資金鏈、技術鏈、契約鏈五大鏈條組成的系統。

綜合眾多學者對農業產業鏈的觀點，農業產業鏈是從農業資源到農業最終消費品的眾多環節以及各個環節間關係的綜合。從實體構成上看，是一系列農業相關聯產業

環節連接而成的鏈條。包含基本鏈條及輔助鏈條，基本鏈條有農產品生產、農產品加工、存儲、運輸、銷售等環節串聯而成，而輔助鏈條涵蓋了農業科技的開發及推廣鏈、農業資金的籌集及使用鏈等於基本產業環節相關聯的一系列輔助服務活動；從各個實體環節關係來看，主要是指農業關聯產業各環節為分配使用所投入資源而形成的組織結構以及各環節資源投入者之間價值的創造與分享，以及風險分配的契約與制度安排。

(2) 組織結構及演化機制研究

國內眾多研究將我國目前農業產業鏈上各環節間的組織關係按照由鬆散到緊密的程度分為市場交易、銷售合同、生產合同、合作經濟組織，聯盟和縱向一體化共 5 種類型，組織結構模式包括：“公司+農戶”、“公司+基地+農戶”、“公司+仲介組織+農戶”及“農戶公司化”。具體農產品鏈條的產業鏈組織形式的選取受到鏈條內外因素的共同影響，而農業產業鏈組織形式多樣性的存在表明，並不存在唯一的最有組織形態，產業鏈的形成正式不同接電阻之間遵循經濟理性原則的博弈的結果。

從交易費用的視角對農業產業組織進行比較研究的較多。如林堅（2006）等認為，與投資者所有企業相比較，在與農民進行的交易中，但同時它又是一個高成本的組織。在由於資訊不對稱嚴重和資產專用性較強而導致機會主義風險較高的領域容易出現合作社，而導致合作社組織成本進一步上升的因素則限制了合作社的發展空間。傅元海（2007）從制度環境的角度初步研究了農業產業組織問題。他指出，農業土地制度、農產品流通制度、金融及其他服務支援制度、工業化戰略、二元體制、非正式制度等制度環境都能對農業產業鏈組織的發展演化產生影響。張嘉昕（2011）通過農業生產與工業生產的比較認為，前者的生物性特質是影響農業生產組織的演進特徵。唐浩（2011）則認為，交易費用經濟學理論框架存在不足，不能解釋在交易環境和交易特性大致相同的條件下，農戶與市場之間出現的不同契約連接方式。只有將市場主體的企業家納入分析框架，上述問題才能得到合理解釋。

(3) 特色農產品產業實證研究現狀與發展趨勢

在荔枝產業研究方面，莊麗娟、張傑、齊文娥（2010）以廣東省 11 個縣市（區）340 個村隊 445 戶荔枝種植戶的入戶訪談資料為依據，利用多元 logistic 模型實證分析農戶選擇技術服務室的需求意願及影響因素。研究發現，除農戶自身特徵外，技術選擇更多受外部因素的影響。謝樹曼（2010）運用邁克爾·波特的“鑽石模型”，對影響廣東荔枝產業競爭力的 6 種因素進行分析，並提出：優化區域佈局並開發新品種，突破供應期瓶頸，注重個性化產品發展，形成差異化競爭優勢等建議。

在香蕉產業研究方面，伍薇（2013）年以成本收益率為評價指標，運用均值分析法、方差分析法對種植戶市場行為的有效性進行逐一評價。結合交易成本理論構建種植戶市場行為影響因數評價指標，通過 SPSS 軟體，運用 logistic 回歸模型對理論假設進行驗證。並根據研究結論構建政府、企業、農戶三方合作方式，說明香蕉種植戶規範市場交易行為，更好地進行風險決策。

在木薯產業研究方面，姬卿、傅國華、閔義（2014）以廣西、廣東、雲南、海南、江西、福建六省 321 戶木薯種植戶為樣本，使用統計分析方法對我國木薯生產現狀進行研究。提出構建木薯種植現代化產業體系，加大木薯集約化高效種植技術的示範和推廣、構建全國木薯農民專業合作社、指導農民進行木薯生產等政策建議。

(4) 簡單述評

綜上所述，在國外西方發達國家最早對農業產業鏈有所研究，自 20 世紀 90 年代開始我國學者也針對我國各地特色的農業產業開始了農業產業鏈的相關研究。在產業發展領域亦有許多學者根據我國近年農產品育種、種植、加工等技術進步進行相應的發展研究與探討。在熱帶農產品產業領域已存在許多實證分析研究，卻缺乏以農業產業鏈為視角的特色農業產業發展影響因素實證分析的相關系統研究。

四、預期成果

“大力推進農業現代化，加快轉變農業發展方式”成為當下農業發展的重中之重。發展“政府+科技+企業”模式，政府搭台、企業支撐、企業舞動，加工小型化，促進各地區特色農業產業轉型升級。在這樣時代背景下，如何能在持續不斷的競爭中又好又快發展好各地區特色農業產業，提升農戶收益是我們目前發展需要突破的瓶頸。

本研究在對農業產業鏈基本理論分析和對臺灣特色農業產業發展現狀分析的基礎上，選取當地具有的代表性的 1-2 種特色農業產業分析整個臺灣地區特色農業產業發展過程中各個因素的影響作用。並結合實地考察具體情況，探討適合臺灣地區特色農業產業的發展思路。通過充分利用外部機會，發揮自身優勢，對存在的問題提出合理化建議。探索臺灣地區特色農業產業的高產、優質與新發展途徑，為政府做出切合實際的新決策提供新思路。

五、理論基礎

臺灣農業產業大致分為種植業、畜牧業、漁業與林業四大部分。近五十年來，臺灣的農業生產結構以逐漸以種植業為主的單一傳統農業逐步轉變為農林牧副漁綜合發展的多元化農業與商業性農業。

（一）農會組織功能齊全

農會組織網路健全，在農業生產經營的各個環節都發揮最重要作用。一是農業推廣，業務主要包括推廣優質品種，生產資料和先進適用技術，組織開展農民教育培訓。二供銷經營。二是供銷經營，即辦理農產品運銷及批發市場業務。由於臺灣地區農業的市場化、商品化，這些組織成為推進農業產業化關鍵性的力量，在特色農業產業發展的過程中借助這些組織，把分散的農業生產與農業大市場需要結合起來，把農業生產力各種資源有效整合起來，延伸了農業產業發展的價值鏈條。

（二）區域特色明顯

臺灣屬於亞熱帶地區，地狹人稠。從七十年代末起，臺灣積極推出農業綜合調整方案，以縣、鄉為單位，按照不同的區域條件，積極鼓勵農民調整農業產業結構，發展具有地方特色的“一鄉一品”、“一縣一品”。30 多年的規劃建設，如今臺灣農業區域的特色十分明顯。

（三）以農產品為原料的食品加工業發展迅速

食品工業是臺灣地區的傳統產業，在帶動農業發展方面仍然有著很大的作用。打破了農業經營僅為以及產業的觀念，以食品加工帶動農業工業化，農業企業化，農業商業化等，以獲取較大利潤。同時建立二、三產業的發展策略，使產、制、銷一元化。在農產品獲利後分級包裝，以便運銷，適應市場需求。

（四）“文脈”，讓臺灣農業擁有了硬實力

基於資源的局限性，臺灣農業在文創轉型方面做出了範例，在加強農產品的精細化、生態化發展的同時，更體現了在地適應性——以文創化帶動產業整合，獲得更大的價值提升空間。臺灣農業的一個突出特徵，是在品牌創造過程中，充分尊重文脈，有意識的傳承文脈，並不靜態的複製文脈，而是在文脈的基礎上，努力實現整合創新，提升了農業的消費價值。

參考文獻

- [1]E. HG. Schwarz-bovee, P. sterrenburg, R. R. A. vander Meer, J. W. O. osterom. Development and implementation of an early warming system for the animal production chain. Chain management in agribusiness and the food industry. Proceeding of the fourth international conference, 2000:633-636.
- [2]Decio Zylbersztajn, Claudio A Pinheiro Machado Filho. Competitiveness of the Beef Agri-Business Chain Brazil. Paradoxes in food Chains and Network. Wageningen Academic Publishers, the Netherlands, 1999:817-827.
- [3]Wout J. Hofman. Information and Communication Technology (ICT) for Food and Agribusiness. Chain management in agribusiness and the food industry. Proceedings of the fourth international conference, 2000:599-608.
- [4]F VAN Dam, Agri chains, ICT and innovation, Chain management in agribusiness and the food industry. Proceedings of the fourth international conference, 2000:555-560.
- [5]Paul H W M. Oude Luttighuis, ICT service infrastructure for chain management, Chain management in agribusiness and the food industry. Proceedings of the fourth international conference, 2000:275-282.
- [6]Huang Wen-Chi and Jeun-Sheng Lin, "Using Information Technology to Enhance Communications among Agribusiness Organizations." The 11th IAMA World Food and Agribusiness Forum and Symposium, June 25-28, Sydney, Australia, 2001
- [7]Dusty Clevenger, Adoption Of E-Business In Nebraska Retail Agriculture, Presented at the World Food and Agribusiness Symposium of the International Food and Agribusiness Management Association IAMA, Sydney, Australia, 2001

- [8]David A. Glassner, Patrick R. Gruber. Building a Sustainable agriculture System for Production Food and Energy; The role of fuel. Ethanol 18th Annual International Fuel Ethanol Work shop & Tradeshow (FEW) Jun25-28, 2002 Springfield, 2002(2):1-27
- [9]傅國華. 運轉農產品產業鏈提高農業系統效益[J]. 中國農墾經濟. 1996(11):24-25
- [10]陳福民. 加長產業鏈, 變自然優勢為經濟優勢[J]. 經濟縱橫, 1999(9):19-21
- [11]毛爾炯, 祁春節. 國外農業產業鏈管理及啟示[J]. 安徽農業科學, 2005 33(7):1296-1297
- [12]楊妍. 蘭州延長農業產業鏈提高農產品競爭力的科技創新支持研究[D], 甘肅農業大學, 碩士論文, 2006. 12-13
- [13]張竹音. 農業產業鏈技術進步機制研究——以杞縣大蒜產業鏈為例[D], 中國農業大學, 碩士論文, 2006. 16-19
- [14]蔣逸民. 關於農業產業鏈管理若干問題的思考[J]. 安徽農業科學, 2008, 36(22):9748-9749
- [15]張滿園, 張學鵬. 基於博弈視角的農業產業鏈延伸主體選擇[J]. 安徽農業科學, 2009, 37(1):397-399
- [16]林堅, 馬彥麗. 農業合作社和投資者所有企業的邊界——基於交易費用和組織成本角度的分析[J]. 農業經濟問題, 2006(3):16-20
- [17]張嘉昕, 譚華清. 農業生產的特殊性與農業生產組織的選擇[J]. 商業研究, 2011(6):174-177
- [18]唐浩. 農戶與市場之間的契約聯結方式研究——交易費用經濟學理論框架的應用與完善[J]. 經濟經緯, 2011(3):112-177

產品及商標代號：

調查問卷（農業企業）

您好，是海南大學經濟與管理研究所的學生，現正在進行“臺灣地區特色農產品”的調查，針對農產品品牌的建設情況，搜集相關資料，系統分析關於農產品發展的優勢和存在問題。希望您為這份調查提出寶貴的意見和建議。您的個人資料將會保密，請您根據實際情況填寫，謝謝您的支持與配合！

第一部分：企業的基本資料

1、公司的主要產品是：

公司的註冊商標：_____；代碼為：

2、公司名稱：

3、公司地址：

6、企業類型：

A 上市公司 B、一般企業 C、小微企業

7、企業的職工（社員）人數 Y 為

A、 $Y \geq 1000$ ； B、 $300 \leq Y < 1000$ ； C、 $20 \leq Y < 300$ D、 $Y < 20$

8、貴公司的年營業收入 Y 為（萬元）

A、 $Y \geq 20000$ B、 $500 \leq Y < 20000$ ； C、 $50 \leq Y < 500$ D、 $Y < 50$

9、貴企業農產品銷售主要方式？（多選）

A. 超市 B. 網路銷售 C. 電話訂購

D. 零售 E. 批發市場 F. 電視購物

J. 自產自銷 K. 飯店賓館 L. 其他_____

10、您所在企業主要農產品銷售市場半徑____：

A、海外； B、臺灣地區內； C、本市縣

若售往海外的農產品所占比重%

11、企業近三年銷售收入（萬元）

年份	2014	2015	2016
年銷售收入			

第二部分：企業的品牌建設狀況

13、貴公司的商標採用什麼命名

A、企業名稱 B、產地名稱 C、企業創始人或著名人物

D、獨創名稱 E、隨意命名

14、是否有品牌發展計畫：

A、長期品牌計畫 B、中期品牌發展計畫 C、短期品牌計畫

D、三者都有 E、沒有品牌計畫

15、在發展方面，感到哪種方式最為有效

A、產品創新 B、技術創新 C、品牌延申 D、行銷創新 E、服務創新

16、企業若沒有省名牌產品稱號，您對公司名牌產品的信心

A、非常有信心 B、比較有信心 C、有一些信心

D、沒有信心 E、不清楚

17、貴公司的產品定位

A、高檔 B、中高檔 C、中檔 D、中低檔 E、一般

18.您認為影響發展農產品品牌的主要制約因素（多選）

- A. 規模小，效益低，商品包裝不規範，缺乏市場競爭力
- B. 政府保護品牌和打擊假冒力度不夠
- C. 申報、註冊、認證、檢測等的手續繁瑣，費用太高，且權威性不強
- D. 政府對品牌的正面宣傳、推介不夠，對消費者的引導不夠
- E. 企業對品牌建設重視不夠
- F. 農產品科技含量低，附加值少，標準化程度低
- G. 名牌的力度不夠，導致企業創建名牌的信心不足
- H. 品牌產品的品質保證體系和誠信體系不健全，消費者對品牌信心不足

19.您認為構成農產品品牌價值的主要因素（多選）

- A. 能給消費者帶來超值效益 B. 農產品品牌美譽度
- C. 地域、文化等資源特色 D. 市場佔有率
- E. 品質保證體系與誠信度 F. 生產規模和技術及管理水準

20.您認為影響品牌傳播的因素（多選）

- A. 各種展銷會、推介活動 B. 報紙、雜誌、電視、互聯網等媒體廣告
- C. 品質保證體系與誠信度 D. 產品包裝
- E. 政府科學、公正、規範的評價、推介與宣傳 F. 企業理念
- G. 消費者認知度 H. 農產品本身(安全、品質)

21.影響培育農產品的主要因素（多選）

- A. 品牌持續管理 B. 包裝及示範推廣
- C. 廣告 D. 農產品品質
- E. 消費者認可度 F. 農產品價格

G. 技術服務售後服務 H. 促銷活動

22. 企業運用何種方式宣傳品牌農產品？（最多選 3 項）

- A. 報刊雜誌宣傳 B. 網路宣傳 C. 舉辦農展會宣傳
D. 電視廣告 E. 電臺 F. 其他_____

23. 企業在成功創建品牌後繼續為品牌推廣所花的費用占銷售營業額的比例為多少？

- A. 5%以下 B. 5%-10% C. 10%-20% D. 20%以上

24. 企業在創立品牌初期，企業的銷售營業額能提高多少？

- A. 0%-15% B. 15%-30% C. 30%-50% D. 50%以上

25. 企業在成功創立品牌後，企業的銷售營業額能提高多少？

- A. 0%-15% B. 15%-30% C. 30%-50% D. 50%以上

26. 您是否願意和其它一些生產相同農產品的合作社以聯合辦社的形式來共同創建品牌？ A. 是 B. 否

27. 您覺得什麼是制約您的關鍵？（最多選 3 項）

- A. 資金 B. 產量 C. 註冊環節
D. 風險 E. 投入產出比的不平衡 F. 其他_____

28. 您覺得在您創建品牌的過程中，哪個時間段最需要政府的扶持？

- A. 導入期 B. 成長期 C. 成熟期 D. 衰退期

29. 您覺得在以下幾項政府幫助農業企業創建品牌的選項中，對您最有幫助的是哪項？（最多選 3 項）

- A. 資金補助 B. 產品宣傳 C. 銷售管道

D. 品牌評估與規劃

E. 人才培訓

F. 農業政策

G. 技術支持者

H. 其他_____ (請注明)

第三部分 生產加工情況

	2012	2013	2014	2015	2016
--	------	------	------	------	------

面積

產量

銷量

銷售收入

出欄數

調查地點商標代號：

調查問卷（農戶）

您好，是海南大學經濟與管理研究所的學生，現正在進行“臺灣地區特色農產品”的調查，針對農產品品牌的建設情況，搜集相關資料，系統分析關於特色農業產業發展的優勢和存在問題。希望您為這份調查提出寶貴的意見和建議。您的個人資料將會保密，請您根據實際情況填寫，謝謝您的支持與配合！

1、您的性別是（）

A、男 B、女

2、您的年齡是（）

A、18歲以下 B、18歲—35歲 C、35歲—45歲 D、45歲—60歲 E、60歲以上

3、您的文化程度是（）

A、小學及以下 B、初中 C、高中（含中專） D、本科及以上

4、您屬於哪類填表人（）

A、農業企業 B、合作組織 C、種養大戶 D、一般農戶 E、其他

5、您或您所在單位生產的主要農產品是（）（可多選，請注明具體產品）

A、大田作物生產

B、園藝作物生產

C、畜禽養殖生產

D、水產養殖生產

E、商業經營

6、您生產的農產品是（）

A、無公害農產品 B、綠色農產品 C、有機農產品 D、地理標誌農產品

7、您生產出售的農產品包裝是（）

A、禮品裝 B、精裝 C、簡裝 D、散裝

8、您的農產品擁有了品牌之後，是否給您帶來了明顯的收益（）

A、是 B、否

9、您認為最能提高農業收入的方式是（）（多選）

A、加入農業合作社 B、多承包些農田 C、打造農產品的品牌

D、調整種植的品種 E、改變農產品的銷售方式

F、政府加大扶持力度 G、其他

10、您認為品牌建設對農業發展具有（）

A、決定作用 B、重要作用 C、一般作用

D、較少作用 E、沒有作用

11、您認為政府有關部門在農產品品牌建設方面提供的幫助是（）

A、很好的 B、比較好的 C、一般的 D、比較差的 E、很差的

12、您最希望政府提供哪方面幫助（）

A、技術指導 B、拓寬農產品銷路 C、幫助農產品創建品牌

D、資金支援 E、農業知識和生產的培訓服務