



農產運銷報導

march
三月號

Vol. 03

01

主題企劃：市場女力

04

副刊專欄：有機、友善農產品

06

公司要聞 / 交易行情

07

蔬果介紹：番石榴



市場女力!

市場女力

—— 主題企劃



市場女拍賣員



傳統印象裡，批發市場被視為男性的舞台。但不難發現有許多嬌小身影穿梭其中，這些女子肩負起市場裡的大小工作。這回就帶大家造訪市場中的女力吧！

拍賣員是市場靈魂人物，交易過程須緊盯業者出價手勢，掌控現場氛圍，隨行情波動吆喝著，得耗費大量體力，多以男性為主，「劉乃禎」是市場裡唯一女拍賣員。

務農奠定的基礎

劉乃禎任職30年，憑藉著家中務農的基礎，認真的學習態度，經過紮實的培訓後站上拍賣台。與其他拍賣員一樣，將每日到貨的農產品，謹慎的拍賣出去。

只見她戴上耳mic擴音機即走上拍賣台前。然而拍賣前的品質鑑定以及拍賣後的帳務整理與產地市況聯繫，則展現出她與天俱來的細心與耐性，在與業者斡旋時更突顯出女性的柔性與韌性。

職業不分性別

「拍賣場得靠聲量、氣勢來控場，不能退縮，才能穩住行情，工作時我就是拍賣員，承銷人不因性別而對我有不同待遇。」雖然聲音不及男性般宏亮，

家庭、工作如何兼顧

身為職業婦女的她說：「工作日夜顛倒，下班回家還得處理家務，為了不讓休息不足而影響工作，因此時間控管很重要。」

市場女承銷人



第一果菜批發市場女性業者，多為親戚介紹亦或傳承家業因而踏入市場，且近年來有增多的趨勢，然而她們又是如何在市場中嶄露鋒芒的呢？



以柔克剛

雖女承銷人沒有男性般的剛硬，然拍賣競價時，反為緊張的拍賣場注入一股優雅的氣息，透過以柔克剛、細膩而圓融的性別特質，在處理溝通上，絲毫不遜色於剛強的男性承銷業者。

精細的包裝

在越來越講究精緻化的時代，農產品的「包裝」也得跟上趨勢，許多貨件必須經過「再次分裝」，而女承銷人總能發揮出美感DNA，蔬果經她們的巧手分裝後，賣相總是特別加分。

不凡的毅力

尾市走進零批市場，不難發現在攤位上招呼顧客的，幾乎皆以女性承銷業者為主，「戲棚下站久了就是你的。」更淋漓盡致地體現在女承銷人身上，原因正是女性不僅能以較溫和、親切的方式對待消費者，並堅持服務到最後一刻。

市場女拖工



搬運貨件，一般仍以男性為主，然而仍有部分女性穿梭於市場中從事勞力工作。



以技巧取勝

搬貨不能靠蠻力，需要的是巧勁。市場女拖工輕鬆搬上一件重達20~30公斤以上的貨件已為常態。

女性的優勢

舉凡草莓、葡萄等較高單價的品項，運送的速度不能搶快外，更需小心載運，不能有所碰撞，此時業者就會優先考量由較細心的女性拖工來負責。這是專屬於女性的優勢。

趟數與載運量

雖然男生載三趟的時間，女性或許只能送兩趟，然因女拖工多會將貨件擺放整齊，所以單趟可載運的量其實是比較多的，且大部分女拖工幾乎都有固定承銷客群，總量來說並無太大差異。





有機、友善農產品



何謂有機農產品？

係指農產品生產、加工、分裝及流通過程，符合農委會訂定之「有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法」所訂定各項驗證基準，並經驗證機構驗證合格之各項農產品。

「有機農產品」怎麼買？

● 認明驗證標章與標示：

在超級市場、有機專賣店或共同購買中心的賣場購買有機農產品時，應仔細留意陳列產品包裝袋上是否有張貼驗證機構所核發之證明標章，以及包裝袋上是否明確標示生產者及驗證單位之相關資料（名稱、地址、電話）等。

● 資料查證與查詢：

消費者可上網至臺灣有機農業資訊網「網路市場」查詢。另外消費者亦可依據有機農產品包裝袋上註明之驗證機構及生產者資料，以電話查詢是否屬實。

● 現場參觀：

消費者亦可與有機農場聯絡，直接到農場參觀，實地觀察農場內外生態。另藉由訪談農民，瞭解其生產理念。



有機座右銘

雖不漂亮，但安全可靠
我較少，但物以稀為貴
我較耐放，體格壯壯
我是環保小尖兵，請支持鼓勵
我有小標章，請驗明正身
我較小，但甘甜夠味
我較貴，但我值得

資料參照：國立宜蘭大學有機產業發展中心

資料參照：行政院農業委員會

農 的 傳 人

有 機 蔬 活



近來隨著健康養生的概念興起，飲食習慣也與過往大不相同，愈來愈多人關心餐桌上的食物從何而來？安全嗎？健康嗎？也因此天然、友善環境耕作的有機食材愈來愈受歡迎。

「守護廣大消費者的健康」

臺北農產於2015年通過有機包裝廠驗證，推出「蔬果飄香」品牌，合作供應的農場都是經過有機農戶資格驗證，所提供的多樣化、天然的有機蔬果，讓每一位消費者能安全無虞地享用來自田園最原始的風味。

「蔬果飄香」有機蔬果品牌

在「農的傳人」有機、友善專賣店亦設置展示專櫃，銷售有機鮮菇、有機胡蘿蔔、有機甜玉米、有機白木耳及各式有機葉菜等，品項充足的健康、安全蔬果，由於新鮮直送，價格非常實惠，未來有機生產的幕後小農亦將不定期駐店舉辦展售和食育活動，讓市民可以享受知性與美味。

「選擇有機生活，享受天然原味的感動」

有機生活關乎著身心健康，也是給予我們所居住的這片土地一份尊重與關懷，即使是一點點的改變，就能讓這份對於生活與土地的感動永遠延續下去。

經銷門市：【農的傳人】台北市中山區民族東路336號1F



公司要聞

March 108

三月

3/11行政院食安檢驗技術交流

行政院農委會農糧署同仁及衛福部副署長等相關人員至本公司參訪新式農產品化學快速檢驗，並就提升食安進行交流。



3/12 加拿大牛津郡參訪

加拿大安大略省牛津郡長及該郡市長至第二市場參訪，與總經理就有機蔬果供應及農產運銷進行交流。



3/12 四大公司業務交流

臺北市府市場處召集農產、漁產、畜產及花卉四大公司進行「E化暨經營績效提升經驗」交流會，臺北市長柯文哲親臨會場聆聽簡報。



3/12民雄、和平農會至二市場參訪

嘉義縣民雄鄉農會總幹事涂文生及臺中市和平區農會總幹事李順冬率產地農友至本公司參訪。



3/15 進安宮珊瑚媽祖蒞臨

宜蘭縣蘇澳鎮南方澳進安宮珊瑚媽祖至第二市場福德宮恭進香，總經理帶領同仁迎駕，並與福德宮主任委員張文賢、南方澳進安宮主任委員一同參拜祈福。



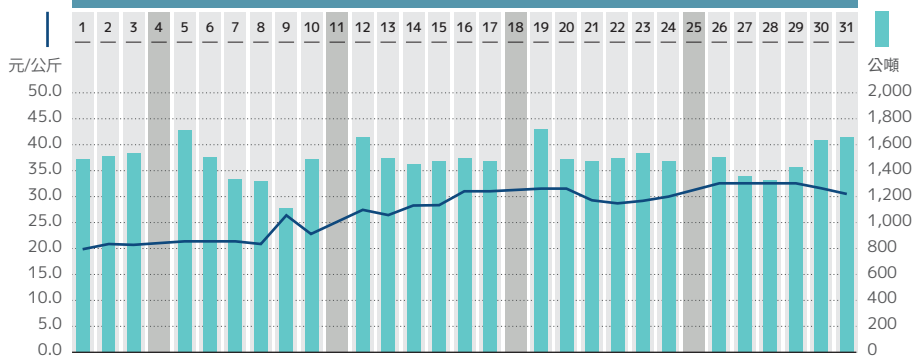
3/25企業工會第九屆會員大會暨第十屆理、監事選舉

臺北農產企業公會召開會員大會並進行三年一次的理、監事選舉，董事長黃向羣與總經理翁震軒親臨會場致意。

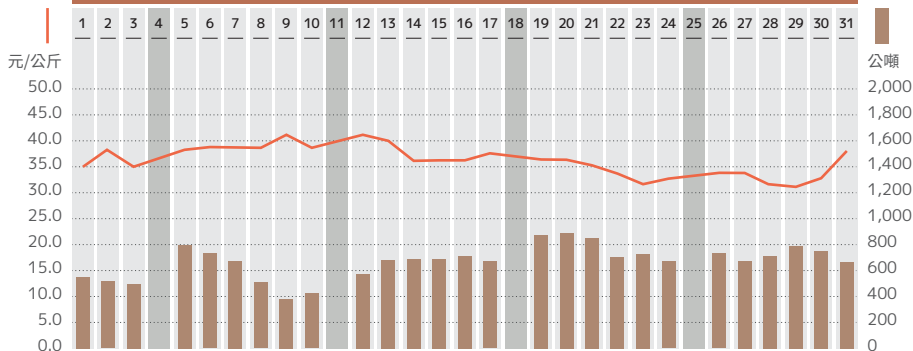


文・業務部

3月 蔬菜成交價、量圖



3月 水果成交價、量圖



» 蔬菜交易行情分析

3月份氣候溫暖偏高，產地因西南氣流偶有陣雨，影響蔬菜生長情況及供貨品質，批發市場葉菜供貨量縮減且品質不齊，甘藍供貨正常易有焦葉、蟲洞情形。北部因天氣轉為濕冷，消費需求略為轉強，場內交易較順暢熱絡，承銷需求趨增，整體蔬菜批發價格略為上揚。

» 水果交易行情分析

3月初因鋒面影響，連續降雨，加上冬季性水果已漸入尾期如棗子、桶柑、茂谷等產量減少，致日均量較上月減少。平均批發價格受節後需求減弱與品質轉差等影響，故本月較上月呈量減價跌之趨勢。



番石榴

Guava

PSIDIUM GUAJAVA

三月份市況

番石榴具周年開花結實及於新梢開花結實之特性，全年都有生產，由於去年受823水災影響，打亂產期，雖農友進行產期調節，惟產量仍於三月起進入高峰，並較去年同期大幅增加，尤在暖冬氣候下，果實生長快速，影響口感及甜度，供應品質不穩定，果實易軟化，致產地盤商業者收購意願降低，紛紛轉往拍賣市場，在消費端需求減弱及市場供過於求等因素下，整體市況呈現量增價跌趨勢。

價格突出者

三月份珍珠芭全場最高價由雲林縣古坑鄉農友供應；帝王芭全場最高價則由吉建果菜生產合作社產銷班供應，這兩組貨件共通特色為分級清楚，等級、規格一致，果形完整、果肉厚、外皮色澤優良，甜度佳，食用口感爽脆，外箱規格12公斤，採二層包裝，排列整齊，無詐底狀況，質量皆具品牌信賴，頗具市場業者承購信心。

三月份番石榴價量表

品名／級別	最高價	上價	中價	下價	平均價 (元／公斤)	交易量 (公斤)
P1 珍珠芭	254	26.63	17.47	10.74	17.96	2,776,793
P3 帝王芭	278	74.92	25.72	12.74	32.96	119,242

番石榴分級包裝規格標準

規格	特大(2L)	大(L)	中(M)	小(S)	淨重
公克	600以上	500~600	400~500	未達400	同一品種、規格、等級， 每箱12／20公斤



編輯團隊

發行單位 臺北農產運銷股份有限公司
 發行人 黃向羣
 總編輯 翁震忻
 編輯群 企劃部
 本期圖片 企劃部
 特約設計 吳佳欣
 印刷 悅翔數位印刷有限公司
 出刊日期 2019年4月10日
 地址 台北市中山區民族東路336號
 電話 (02)2516-2519



臺北農產 @tapmc



臺北農產 臉書粉絲頁



www.tapmc.com.tw
 臺北農產運銷公司官網

總公司(含第二果菜批發市場)
 臺北市中山區民族東路336號
 電話：(02)2516-2519

第一果菜批發市場
 臺北市萬華區萬大路533號
 電話：(02)2307-7130