



2020 MAR.
三月號

農產運銷報導



主題企劃
百／農／薈／萃

01 CHAPTER
主題企劃／
百農薈萃

04 CHAPTER
有機副刊／
熱心公益
雲林元長鄉的有機南瓜園

06 CHAPTER
公司要聞／
交易行情

07 CHAPTER
蔬果介紹／
枇杷



三月號主題企劃

|百農薈萃|

近幾年來，「農夫市集」有如雨後春筍在全台灣各地蓬勃發展，農民不但可以將自己辛苦耕作的蔬菜水果，甚至是相關的農產加工品載到農夫市集銷售，更可以透過直接的對話與溝通，讓生產者與消費者產生更密切的互動與情感交流，而且農夫市集也成為民眾假日休閒、購物的好去處，可謂「一舉三得」。

本期農產運銷報導將帶大家瞭解臺灣農夫市集的特色以及臺北農產假日市集的成果。

◆ 什麼是農夫市集

至於農夫市集從何而來？為何成為一種世界的大趨勢？原來跟節能減碳的環保主流息息相關。

台灣因地狹人稠，在以農立國的國策中，早年形成的小農生產規模，得以自給自足外，政府更積極鼓勵並輔導小農轉型有機、友善耕作，並鼓勵加工，提高農產品的附加價值外，期盼能兼顧土地及生態的永續發展，同時縮短「田地至餐桌」的食物哩程。

農夫市集到底是什麼？根據農委會的定義，農夫市集就是在固定時間、固定地點、由農民親自販售的經營方式，特色包括：

1. 產品是新鮮、自然和在地生產
2. 產品多樣但少量
3. 農民直接販售

免除大盤、中盤商抽成，以及提供生產者與消費者面對面交流機會。

農夫市集呈現的「在地消費」概念與形式，減少蔬果在運輸、包裝等過程中附加的「碳足跡」(一個人在生活中所製造排放的二氧化碳量)，本公司也在上述背景下，配合推動產銷履歷與有機農產品，於108年5月起陸續舉辦「北農假日小農市集」。



產地直送、產品多樣為農夫市集最大特色。



食育觀念盛行，許多市集陸續舉辦講座傳遞食農新知。



產地職人細心解說自家產品特色，並與民眾分享農業生產故事。

◆ 北農假日市集緣起

為配合「有機農業促進法」於108年5月30日開始施行，及推廣臺灣在地有機農產品，於108年5月開始，在「農的傳人」門市開辦有機友善小農市集，每個星期六、日邀請有機、友善農友前來設攤，除了展售自家生產的農產品外，同時也與現場消費者互動、交流，推廣有機、友善耕作理念，形成銷售與食農教育結合之概念。除推廣有機農產品，產銷履歷的制度更是為多數消費大眾所設立的農產品安全閘門，因此自今(109)年3月起，「農的傳人」接續開辦「產銷履歷假日市集」活動，每月擇定當令水果品項為主題，提供優良產銷單位於每週日蒞臨門市推廣行銷，傳遞食材正確食用方式與生產訊息。



食安問題已是現代關注議題，民眾開始注重食材來源與安全性。

◆ 以職人為首的農夫市集

這些受邀至北農假日市集的產銷單位皆為各品項之生產達人，均擁有多年產銷履歷與有機農業的經驗，每逢週假日，這群「小農老師」遠從全臺各地，攜帶自家栽種的優質農產品到農的傳人設攤銷售。透過與產地職人面對面交流，消費者們能更加瞭解產銷履歷與有機友善農業的理念與作法，其中亦有專業拍賣員親自上場分享水果品質判斷標準，教育消費者如何購得安心又美味的農產品。在為期數月的推廣後，漸進式的影響消費者採購習性，臺北農產公司亦培養出一群忠實的追農粉絲，大幅提升有機與產銷履歷銷售績效，同時也增進小農收益。



買的不只是日常所需食材，更是買到一份安心。



產銷履歷假日市集，首發當季盛產金鑽鳳梨。

◆ 北農產銷履歷假日市集

其中三月起國產鳳梨已陸續進入盛產時節，從南部產地觀察到農友豐收的喜悅外，多重內、外銷管道同時開場，臺北農產公司更在三月每週日，推出產銷履歷假日市集的第一波高潮活動「北農鳳梨季」，展售鳳梨鮮果及其各種鳳梨加工食品。因應新冠病毒疫情，活動採專攤方式，避免人潮過度聚集，同時宣導戴口罩、勤洗手並做好個人衛生管理，讓民眾得以迅速且安心地採買，品嚐臺灣鳳梨的美味。

為能讓消費者在農夫市集中獲得更多農食感官體驗，無論在味覺、嗅覺、視覺、聽覺上都被鳳梨充分療癒。臺北農產公司結合食農教育的概念，自嘉義民雄、屏東等地邀請了優質鳳梨產銷單位「打貓果菜生產合作社」、「峰翔果菜合作社」及屏東「龍潭果菜生產合作社」等，北上與民眾分享他們各自的農業生產故事。而此活動之另一亮點，特別邀請本公司之專業拍賣員到現場，除了傳授鳳梨品質辨識方式，更有北農職人於現場直接俐落地為民眾現殺鳳梨，讓大家大飽眼福。

臺北農產經營型態雖以批發市場為主軸，全臺產地優良精美的農產品，每日均在此競逐獲承銷人青睞的機會，交易單位一般較為大量；其中透過「假日市集」小量零售的方式，更是打破產消之間的藩籬，新增生產者與消費者互動的平臺，對於推動產銷履歷與友善耕作的農業政策助益甚大，也成功發揮社會企業功能。



現場邀請產銷履歷供應產地，帶來許多金鑽鳳梨與加工商品。



北農拍賣職人現削鳳梨，味蕾與視覺的雙重滿足。



因應防疫，每週定期進行環境消毒，提供安全的消費環境。

熱心公益 雲林元長鄉的有機南瓜園

有機愛心南瓜園 雲林縣元長鄉合和村三房寮48號



每年八月到隔年三月正是南瓜阿成的播種適期，近年則因為氣候不穩定導致許多作物的產期不一。趕在今年最後一批南瓜收成之前，來到雲林元長鄉的有機愛心南瓜園拜訪李華藝與他的有機南瓜。

從頭開始學習的農業子弟

算是農業子弟的李華藝卻對種田沒興趣，國中畢業後就出去找工作，直到四十歲時為了陪伴家人而回到雲林，從事重工業的吊車駕駛。但是駕駛工作時數長又須要常常在外，沒辦法好好陪伴親人。過去家裡是務農剛好有塊休耕的地，與其放著田地荒廢在那，不如以公益活動作為目標來好好運用這塊田，打算將田地規劃成教育園區讓學生下田體驗農事。

「雖然是農家子弟卻沒有任何經驗，我就像張白紙。」李華藝笑著說。最初還沒辦法一口氣投入當個全職農夫，於是他邊上班一邊還練習種田，選了比較野生好照顧的南瓜，只用防水布和草蓆再加上水灌溉，除此之外完全讓南瓜放生栽培的方法，沒想到南瓜也長得很好，敬佩南瓜自然生長力的同時，也讓李華藝更有信心全力投入當個全職農夫。



有機南瓜的栽種秘訣： 陽光、空氣、水、土壤

李華藝的農業技術大多靠自己摸索練習，前面三年算是他的摸索學習期，許多種植的規格方式大多是跟著老一輩的經驗走，但他也不完全傻傻地照單全收。閒暇時就騎著單車到處逛，看到同樣在種南瓜的前輩們就停下來聊天，並把吸收到的知識經驗融會貫通，再回到自己的田地裡劃分成兩區做各種試驗。

李華藝說種瓜果最怕被蠅蟲叮咬，一般慣行種植南瓜一壟14尺，採單向種植容易被果蠅叮；李華藝則改成雙向種植，讓藤蔓交叉生長，母花被茂密的葉子擋住，讓瓜在葉子的遮蔽下生長，因此降低了果蠅的叮咬率。「大家都會問怎麼種的那麼好，一般認為果蠅會因為聞到果實釋放出來的味道而去叮咬，但奇怪我被叮的就是比慣行較少。」李華藝開朗的說著。



南瓜與辣椒共生

不用農藥、不用營養劑，僅僅每隔三天就放水灌溉巡視農田，旁人聽了都感到不可思議，照顧有機南瓜好像很簡單，其實背後還是要靠著長時間累積的經驗判斷與嘗試，才能在現今氣候劇烈變化的環境下，也能種出高品質的有機南瓜，甚至李華藝的種植技術已經達到讓南瓜與辣椒、冬瓜共生，田地植物多樣化的同時也增加了他的收入。



無私回饋 孩子們都喜歡的 有機愛心南瓜

今年氣候變化劇烈，慣行市場的南瓜價格波動一直都不穩定，而李華藝的有機南瓜通路與價格還算是穩定，統一用有機價格交給中盤商收購，再轉供應給國軍、大賣場、超市。目前市場上有機南瓜其實不少，但產量要達到李華藝這麼多的並不好找。

「絕對不能有庫存」是李華藝堅持的原則，若碰到價格不合理或是不符通路規格的南瓜，李華藝就會親自開車把南瓜分送給附近的育幼院，讓孩子們能夠吃到營養的有機南瓜，同時又能解決庫存維持價格，況且能看到孩子們開心享用的樣子，對他來說也算是實現以公益出發而使用這塊土地的目標。

務農進入第6年的李華藝農地產量已趨穩定，同時也擔任農業大學的農業師傅，他認為目前有機產業發展迅速，政府補助推廣得很多，所以若有年輕人想進入有機農業，他都很願意把田區分配給徒弟負責，將自己的經驗技術不吝嗇傳承，輔導他們獨當一面，希望能夠和徒弟一起共創台灣有機的一片天。

三月 / MAR.

公 | 司 | 要 | 聞

3月份實施嚴密防疫措施

臺北農產實施出入口管制，現場並備有酒精可供使用，人員進出配戴口罩，體溫檢測等措施。讓大家安心前來市場採買，同時宣導於市場內，保持安全社交距離，一同為臺灣的防疫工作努力！



3月份外銷再傳捷報

與新加坡百美連鎖超市合作舉辦『台灣蔬果節』活動，外銷蔬果品項再加碼！海運出口3貨櫃，北農積極開拓多元通路，盼將疫情對農產外銷之衝擊降至最低。



3/3化學快檢抽驗貨品有標示

自3月3日起，經質譜化學快檢抽驗之貨件，均於外箱貼上抽驗標示，並加蓋農產品檢驗室日期戳章，防止造假使用。承銷人藉此明確辨識已完成抽檢之合格貨件，競價推升拍賣價格，鼓勵農民自主管理，安全用藥。



3/5產地考察

今年水果外銷受疫情影響，訂單縮減，為協助產地農民拓展銷售通路，北農總經理翁震忻於第一時間率隊前往產地，瞭解農民困境，並協助當季鳳梨行銷，拓展外銷新加坡市場，協助農友共渡難關。



3/13新社區農會樞峯嶺枇杷試吃活動

時值枇杷產季，台中市新社區農會總幹事羅文正及陳泉欽主任帶領產銷班員，至第一市場辦理品嚐行銷活動，向承銷業者展示推廣品牌枇杷。

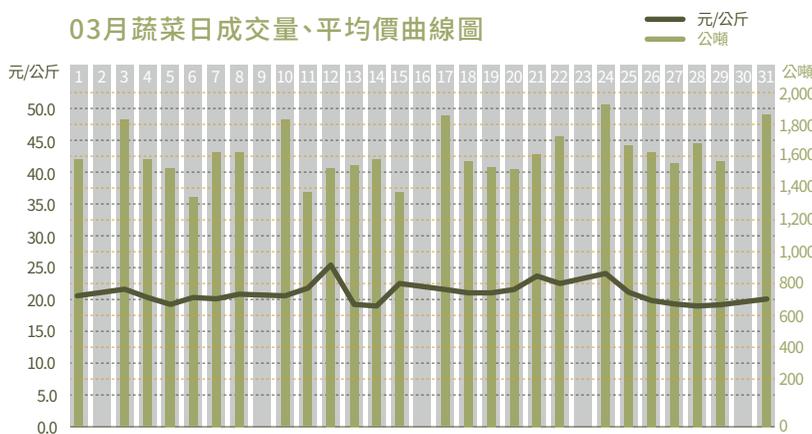


3/15、22、29北農鳳梨季

為協助產銷履歷優質水果行銷，於3月份假農的傳人門市辦理「產銷履歷鳳梨季」活動，邀請「打貓果菜生產合作社」、「峰翔果菜合作社」、「龍潭果菜生產合作社」前來展售，共同推廣。



03月蔬菜日成交量、平均價曲線圖



03月份蔬菜行情分析

文.業務部

本(3)月份天氣逐漸回暖氣候穩定，蔬菜生產狀況良好，受新冠肺炎疫情影響，民眾減少群聚活動，年後春酒、餐敘均取消，各類餐飲業暫時停業者眾，為避免接觸，民眾多改至賣場或連鎖超市購物，致整體需求呈現疲軟，各類菜種平均交易單價以下跌居多。

03月水果日成交量、平均價曲線圖



03月份水果行情分析

本(3)月份天候回穩，日夜溫差仍大，有利於水果生長，時值部份果種產季交替期，棗子、柑橘類供應已進入尾聲，貨源減少；漸入盛產季節之果種金鑽鳳梨目前以屏東地區貨源供應最多，品質、甜度均優；木瓜上半月品質尚佳，下半月受晴時雨影響，品質略顯不穩，下月清明掃墓祭祖，預期水果需求將可略為轉強。

蔬果介紹: 枇杷

枇 杷

loquat

盧橘、夏果、金丸、蘆枝、琵琶果

三月份市況:

去年冬季雖氣候較為溫暖，惟日夜溫差仍大，有利於枇杷生長，今年整體枇杷供應量較去年同期大幅增加，受惠於氣候條件，枇杷品質與甜度俱佳，雖到貨量較去年同期上漲53.12%，平均價僅略為小跌1.05%，差異不大。

價格突出者

三月份枇杷最高價由臺東縣長濱鄉農友提供，該組貨件分級清楚，形狀色澤俱優，茸毛完整且無蟲害損傷，品質極佳，承銷人競價意願高。

同期到貨量、價比較表:

期數/品項	枇杷(L1) 到貨量(公斤)	枇杷(L1) 平均價(元/公斤)
109年03月	153,271	88.98
108年03月	100,098	89.98
增減%	53.12%	-1.05%

三月份枇杷量價表

品名	最高價	上價	中價	下價	平均價(元/公斤)	交易量(公斤)
枇杷(L1)	350.00	142.25	84.70	48.52	88.98	153,271

分級包裝規格標準

品名	規格	2L	L	M	S
枇杷(L1)	公克	33以上	28~33	25~28	未達25
子母包裝。					

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 企劃部
 本期圖片 企劃部 / 有機誌
 設計 蕭宇哲
 印刷 傳暢國際事業有限公司
 出刊日期 2020年04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