



2020 JUL.
七月號

農產運銷報導

主題企劃
好/食/代

01. CHAPTER
主題企劃／
好食代

04. CHAPTER
有機副刊／
農夫市集玩轉小鎮經濟

06. CHAPTER
公司要聞／
交易行情

07. CHAPTER
蔬果介紹／
火龍果

七月號主題企劃

| 好食代 |

食品安全向來是國人重視的議題，臺北農產公司(簡稱北農)推動食安政策系列措施：供應人實名制、設立質譜化學快檢實驗室以及食農推廣，由三大面向建構食安三角，守護市民食的安全。本期農產運銷報導將帶大家了解食安三角所帶來的影響與改變。

實名制—蔬果的溯源網路

為確保農產品安全，追蹤追溯每一筆進場交易蔬果之供應來源，自民國108年起，北農推動「供應人實名制」，7月1日開始於第一、第二果菜批發市場實施，不符合實名制規定者不予拍賣交易。截至109年7月31日止，供應人資料庫共建置15萬717筆資料。

現行批發市場交易習慣，供應人係以產銷團體代號(大代號)加上農民代號(小代號)參與電腦拍賣交易。尚未推動實名制前，當產品有食安疑慮時，因欠缺與農民代號對應之身分資料，無法藉由供應人代號追溯供應來源；施行實名制後，供貨至北農批發市場之供應人皆須提供身分證字號以建立實名制資料庫。當供應人貨品藥檢不合格時，除了被攔下銷毀，並將透過北農實名制資料庫「追蹤溯源」，鎖住違規供應人所使用之代號，予以停止供貨10天，全面防堵不合格貨品在停止供應期間進場交易。此外，北農建置



貨件藥檢不合格，除立即攔下銷毀外，並追溯供應源頭，輔導農民安全用藥

實名制資料庫亦與農政資料庫系統介接，藉由農政系統從源頭管理，控管產地採收上市、輔導安全用藥。



截至109年7月31日止，供應人資料庫共建置15萬717筆資料

為推動實名制全面實施，北農持續動員幹部、拍賣員赴產地召開說明會，行政院農委會農糧署亦動員四大共同運銷團體，輔導全臺近1200個農會與合作社場，輔導農民填報身分資料；另一方面，臺北市政府補助經費，擴充北農電腦交易資料庫系統，逐筆建置供應人個人資料，拍賣前能迅速比對供應代號與身分資料，配合質譜化學快速檢驗攔查，逐步完善追蹤溯源網路，堅守大臺北地區市民的飲食安全。



簽署「委託認可質譜化學快檢站合作計畫」

質譜儀化學快檢—農藥無所遁形

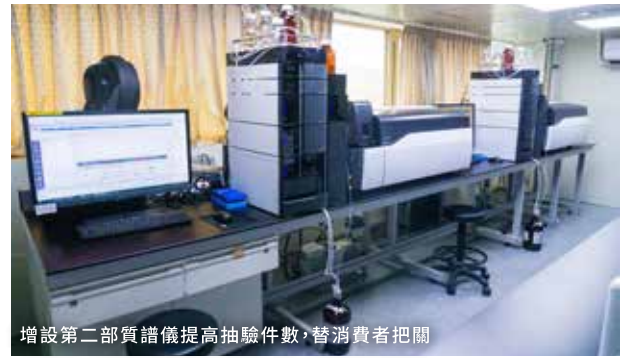
北農於去(108)年耗資千萬打造質譜化學快速檢驗室，引進最新型的液相層析串聯質譜分析儀(LC-MS/MS)，提升檢測蔬果農藥殘留的精準度。自引進質譜化學快檢技術後，今(109)年累計已抽驗4,169組(件)，不符標準者攔下224組(件)，不合格率為5.37%，共計銷毀蔬果16,658公斤。

而今年6月，為精進檢驗人員之專業技術，北農再度派員前往行政院農委會農業藥物毒物試驗所接受進階專業訓練，並通過相關考試；與此同時，檢驗室設備進行擴充，增設第二部質譜儀，將每日檢驗組(件)數提高至50組(件)，每年提高至1萬5千件，強化蔬果農藥殘留檢驗的量能與準確度。

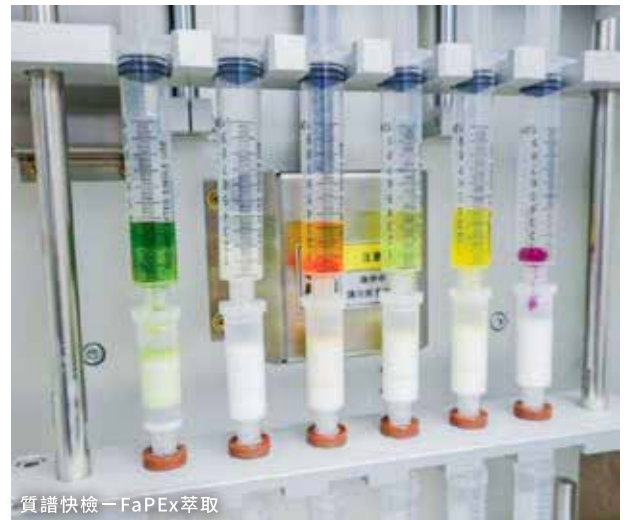


派員至藥毒所進行質譜儀化學快檢進階專業訓練

每日凌晨拍賣前，每一批進場的蔬果按風險高低、季節性到貨與違規通報等評估標準採樣抽驗，利用質譜化學快檢法檢測農藥殘留，每件約20~30分鐘即可完成檢驗。一旦檢驗不合格，立即於凌晨3時拍賣前，攔下貨品予以銷毀。同時配合實名制資料庫系統，對該供應人予以停止供應10天的處分，防範不符衛生標準之蔬果流入市面。



增設第二部質譜儀提高抽驗件數，替消費者把關



質譜快檢—FaPEX萃取

質譜儀的運用範圍不僅在批發市場販售的蔬果檢驗，還針對公司物流中心供應大臺北地區的蔬果，每日予以抽驗，供應對象包括連鎖生鮮超市、大型消費戶、醫院、團膳機關，以及臺北市中小學校園午餐有機蔬菜供應業務。

除此之外，臺北希望廣場農民市集、花博農民市集等臺北市代表性的小農市集農產品亦經由北農檢驗，確保每一件出貨的蔬果檢驗合格，讓每一位市民都能吃到安心、安全的蔬果。



臺北市中小學校園午餐有機蔬菜供應皆經過北農檢驗



親子DIY課程-蔬果拼貼

食農教育—從小紮根打造好食代

古語云「民以食為天」，農業在人類文明歷史的發展歷程中，扮演了舉足輕重的角色。然而工業革命以來，大量人口移往都市，社會型態轉變為工商社會，現代人與農業的關係漸形疏離，「食農教育」的重要性自是不言而喻。



食農教育講座

食農教育的概念可分為「農業生產與環境」、「飲食健康與消費」、「飲食生活與文化」三大面向，透過教育串聯產地與餐桌，增進大眾對在地農業生產的了解與支持、實踐健全的飲食生活、傳承飲食文化，以及關懷自然環境。

食農教育除了知識的傳遞，同時強調體驗教育。透過烹調實作、農業生產、飲食設計與共食等過程，與食物、動植物、餐飲工作者、文化工作者、農民、自然環境互動，進而認識農作的生產方式、飲食所蘊含的文化意涵、舌尖所觸動的情感記憶，以及農業和飲食方式對環境的影響。



菜市場的文學課-青少年



菜市場的文學課-成人班

北農自成立以來，不僅扮演公正的交易平台角色，近年來更致力於提升臺灣農業整體發展、推廣食農教育。透過產地教育、社區活動等多重管道，一方面提升農友的專業知識，輔導農友改善缺失以符合新的制度規章，舉辦假日小農市集推廣有機與產銷履歷農產品；另一方面藉由籌辦食農教育講座、親子DIY課程、走讀市場等文化課程，為消費者建立正確的飲食觀念，並從消費端給予優質的生產者實質鼓勵。

期許透過更多元的形式讓食農教育在台灣社會紮根，提升全民的「食農素養」(Food and Agriculture Literacy)，共同創造永續的台灣好食代。



(上圖)親子DIY課程

(右圖)親子DIY課程-蔬果拼貼



參考資料：

行政院農業委員會食農教育教學資源平台：

<https://fae.coa.gov.tw/index.php>

台灣農業推廣學會—食農教育推廣網站：

<http://www.extension.org.tw/education/index.html>

農夫市集玩轉小鎮經濟

奧勒岡州比佛頓盛大的農夫市集

文：林珮芸 圖：Beaverton Farmers Market

農夫市集 微型社會

許多國家藉由農夫市集聯繫起食物、生產與社區的關聯，推動微小經濟體的發展。過去農業是辛苦的代表，然而，當今社會的農業不只有生產，還需要走進社區、與消費者面對面。這是信任圈，也是熟人經濟的消費驅動力。相較於陌生的都會，緊密的社會關係是一種社會資本，是分享與合作的基礎。

度假天堂 目標是享受美食

鄰近西雅圖的波特蘭，位處奧勒岡州，知名度並沒有那麼大，然而熟識的人都知道，這裡是美國創業的發源地，聚集一群聰明、有才智、追求生活品質、藝術性高的人們。他們享受生活但不被工作勞役，他們享受金錢，但不追求資本，小而美而精緻，是奧勒岡生活的指標。

奧勒岡州最大城市波特蘭和奧勒岡州海岸之間，這裡聚集著各式度假聖地，60多家酒店，方便遊客輕鬆探索所有酒莊、農夫市場、徒步小徑和高空飛索等。人們習慣在辛勤工作之餘，趁著大型節慶活動期間前來遊覽。該區位於圖拉丁山谷，這裡有豐富的農業傳統和特色，參觀者可以深入瞭解該地區的藝術、市場及其他景點。



農夫市集從CSA開始 最終成為地區榮耀景點

在這樣的氛圍中，創立於1988年，至今已有32年歷史，奧勒岡州比佛頓農夫市集可說是美國西岸最盛大的農夫市集。座落於奧勒岡城市核心精華位置，最早擔負著社區支持型農業 (Community Supported Agriculture, 簡稱CSA) 的任務，經過三十二年之後，成為知名觀光勝地，每週六早上9:00~13:00短短的開集時間，尖峰時刻可以湧入15,000~20,000名客流，慕名而來的人寧願捨棄餐廳的舒適，也要體驗小眾的手藝美食 (craft food)，坐在露天用餐區享用，有時稍嫌擁擠，餐食也並非走廉價路線。但無論是生產者還是消費者，大家都一致認可農夫市集的價值。

比佛頓農夫市集並非完全是有機農業，並存著慣行農法和有機作物，然而多數還是以有機農業為主，這裡禮讚新鮮蔬果、生鮮、食物的美好，認識生產者的名字，建立產地、餐桌之間的信任橋樑。除了美食還可欣賞到現場娛樂表演。也可到產地體驗更多親自動手的樂趣，遊客可以在這裡親自採摘藍莓、草莓、樹莓和黑莓等。



媒合生產者、銷售者與消費者

縮短食物運送里程，最終目標是讓消費者直接向農夫購買，然而在此之前，農夫市集扮演的是媒合的角色，提供平台讓消費者多認識生產者，只有長期、穩定、誠實、真誠供應食材的商家，才足以得到消費者認可。

為了增加市集娛樂性，夏天時候，許多商家提供精釀啤酒、飲品，將蘇打水、健康飲料等花樣玩到極致。這些原創性的飲料在外面餐廳很難見到，因此吸引了居民和觀光客。大家來到市集享受美食、度假氛圍、同時帶回滿滿的收穫，購買成為支持當地經濟的最好方式。



為市集而寫 為社區助力

知名飲食作家Kathleen Bauer，也是廣告公司文案總監，成立一個線上推薦好物的部落格「GoodStuffNW」曾經活躍於時尚業，現居住於奧勒岡，深深以比佛頓農夫市集為榮，她說「這不只是一個菜市場，而是深耕社區的信任」。

曾經，社區代表一群保守的人，拒絕與外界接觸，封閉的思想跟不上時代。然而，現在的社區跨越線上線下，聚集一群志同道合的人，也唯有到了在地實際場景，才能親身感受地方風土的魅力。

小鎮市集重新連結了生產者、攤商（中間商）與消費者的關係，當生產過程透明，消費者有信心，便可以成為穩定的經濟版圖。Kathleen Bauer說，農夫市集就像是一個微小的社會。筆者認為，市集中有許多來自四面八方的人，購買動機各有不同，如何符合各自的需求，形成良性循環，首先要滿足地方居民的生活需求，之後漸漸優化發展特色美食，吸引觀光客加入。老中青勞動力迭代，慢慢地更好、更穩定，小鎮經濟，並非遙不可及，克制貪心的慾望，斷絕從中大量牟利的想法，第一級產業是食材的源頭，盈利點可以放在第二集加工產業或是第三級餐飲服務業。

疫情期間，比佛頓農夫市集真正做到了向生產者直接購買，農夫市集恢復照常舉辦，除了提醒人們保持社交距離，更做到了如同速食店的取車道，鼓勵消費者事先線上預定食材，之後開車快速取菜。在疫情期間，這樣的畫面令人感動，在消費者決定到市集採購之前，必定是因為在市集中建立了信任與忠誠，所以等到危機時，不會放棄市集和生產者。

或許這是大型商超和電商取代不了的情感，小而美、小而精緻，這是小鎮經濟的秘方。

七月/JUL.

公 | 司 | 要 | 聞

7/1 臺北市第一果菜批發市場及萬大魚市
改建正式開工

上午臺北市長柯文哲出席「第一果菜(含堤內中繼)及萬大魚類批發市場改建統包工程」動土典禮，市場改建主體工程為果菜大樓、漁產大樓，聯外交通高架匝道及臨時攤棚等三大標的，改建工程將採「整體規劃」、「一次改建」、「分階段施工」進行。



7/10 七月外銷實績

7月份與百美連鎖超市合作，由臺中集中出貨，外銷新加坡芭樂、葡萄、茄子、水梨、苦瓜、金針菇，約5.8噸20呎海運貨櫃出貨。

振興三倍券X農遊券
北農嚴選讓您穩操勝券

北農嚴選門市因有全台各地農特產品，商品多元、價格優惠，廣受消費者喜愛，門市每週二至週日(08:00-17:00)皆有營業，可使用振興三倍券、農遊券，歡迎前來門市選購。



7/11假日市集 Part1

由農糧署計畫補助，臺北農產主辦的有機、產履假日小農市集活動正式開幕！特別邀請8家有機及產履小農，展售的新鮮蔬果與精選商品都是上上之選。

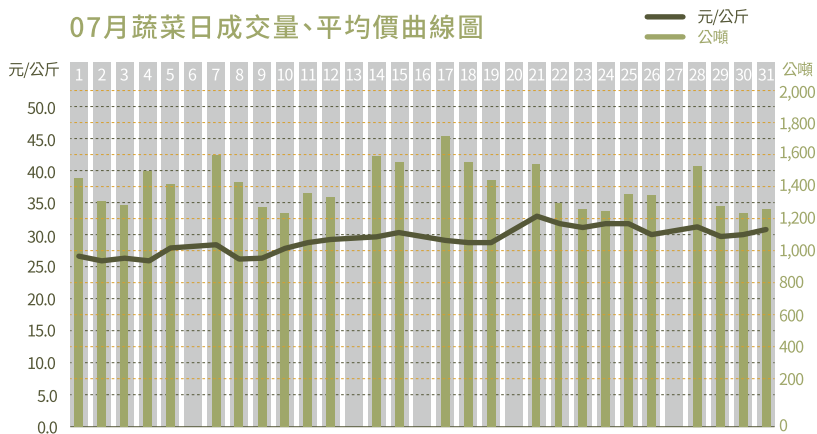


7/11假日市集 Part2

為推廣食農教育理念，特別於假日市集裡開設親子手作的「芒果乳酪塔」活動，透過親子實地手作，傳遞正確飲食觀念與農產知識。



07月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

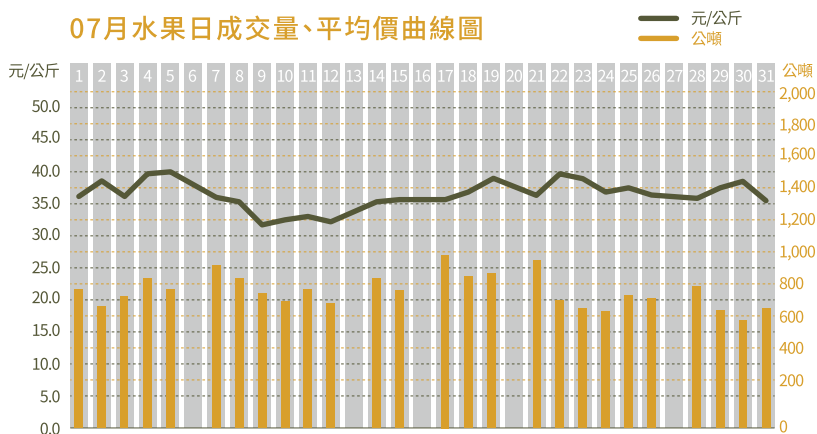


文.業務部

07月份蔬菜行情分析

本(7)月時值盛夏，各地晴朗高溫偶有短陣雨，影響蔬菜生長，造成部分短期葉菜類、花果類產量減少、品質差異大。薺菜供貨量平順，價格平穩，其他如蚵白因過於炎熱，品質欠佳，業者採購意願低且價格欠佳；甘藍初秋與改良種供貨量趨增，因葉菜類品質差異大，部分業者改採購甘藍，價格穩定；部分地區花胡瓜與苦瓜採收量銳減且價格上揚，絲瓜供貨量不多，因氣候炎熱易於軟化，時值各級學校暑假，團膳需求減少，造成量減價跌，預估8月起供應量將慢慢增加。其他如青蔥供貨量稍減但需求穩定價格平穩；麻竹筍值採收期，供應穩定；胡蘿蔔、洋蔥以冷藏及倉儲品調節，供應穩定，價格呈微幅漲跌。

07月水果日成交量、平均價曲線圖



07月份水果行情分析

本(7)月受氣候不穩定影響，產端貨源供應市場品質參差不齊，加上當令水果如鳳梨、荔枝(黑葉)、西瓜等果種，各類果品成交量增減有差異之情形，故成交量與平均批發價格較上月同期略為上漲。下(8)月19日為農曆七月初一民間傳統祭拜普渡習俗，又逢中元節水果是必備之供品，預估需求將會增加，故籲請各供應單位依市況分散供貨，注意到貨品質，並宣導安全用藥，以維品牌信譽。

火龍果

Dragon Fruit

三角柱仙人掌、芝麻果

七月份市況:

由於今年七月份天氣炎熱、雨量豐沛，導致火龍果果實較小，到貨量與去年同期相比，下降11.83%。其次受到新冠肺炎疫情影響，市場需求下滑，整體買氣差，今年紅肉火龍果平均價格與去年同期相比，下跌15%。

同期到貨量、價比較表:

期數 / 品項	到貨量 (公斤)	平均價 (元/公斤)
109年07月	1,147,139	26.51
108年07月	1,300,996	31.19
增減%	-11.83%	-15%



火龍果分級包裝標準範例圖

價格突出者

七月份火龍果最高價者為南投縣名間鄉農會提供的粉紅佳人，該組火龍果帶有香氣且果肉細膩，甜度達20度以上，外觀色澤飽滿，無蟲孔、病斑、風疤，因此受到承銷業者青睞。

七月份紅龍果量價表:

品名	最高價	上價	中價	下價	平均價(元/公斤)	交易量(公斤)
紅肉火龍果 (812)	155.00	42.83	25.33	13.73	26.51	1,147,139

分級包裝規格標準



品名	規格	2L	L	M	S
紅肉火龍果(812)	公克	750以上	650~750	550~650	未達550
單層包裝					

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 蕭采芹
印刷 傳暢國際事業有限公司
出刊日期 2020年08月
地址 台北市中山區民族東路336號
電話 (02)2516-2519



臺北農產 @tapmc



f 臺北農產



北農嚴選
https://store.tapmc.com.tw

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