



2021 SEP
九月號

農產運銷報導

主題企劃

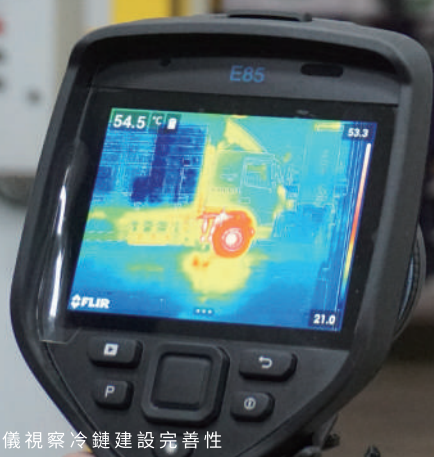
農 / 業 / 跨 / 界 / 合 / 作

01. CHAPTER
主題企劃 /
農業跨界合作

04. CHAPTER
副刊市集 /
英國肯頓市集

06. CHAPTER
公司要聞 /
交易行情

07. CHAPTER
蔬果介紹 /
茭白筍



拍賣市場以熱像儀視察冷鏈建設完善性

9月號主題企劃

農業跨界合作

歷史上農業經歷過多次革新，人們開始定居農耕生活，使用器具、機械耕耘，並且利用肥料、農藥等，逐步發展農業技術，而現今各個領域快速發展，專家不僅持續突破創新外，也開始與不同領域合作，期許利用自身專長，突破框架限制，產生更多火花，本期介紹農業與其它領域的跨界合作。

智慧農業精準掌控

農業是高度仰賴人力的產業，管理幾乎全年無休，農友需時常「巡田水」觀察作物，判斷作物生長狀況、解決病蟲害問題，並管理銷售利潤等，然而隨社會變遷，浮現農業人口逐漸不足、消費需求上升、資源使用效率差等問題，因應此項議題，導入智慧農業，高效率經營，精準施用肥料、農藥與灌溉水分減少資源浪費，維持地力，並且輔助監控植株生長狀態、天候，以機器取代人力，增加生產管理自動化程度等，可謂是第三次綠色革命。

智慧農業結合環境感測，記錄溫度、濕度、土壤導電度、風向、雨量等數據、農業機械及無人機執行實地作業及影像追蹤、辨識及通訊等各軟硬體系統整合數據，後端再分析其內容，將數據轉換為有用資訊，提升並追蹤各階段情況。

智慧農業目前仍有很大的進步與發展空間，線上已能初步存取如天氣、農藥肥料、病蟲害資訊、市場行情、消費食材，標章等資訊，這些資訊能讓各單位運用整合，鑑古知今，持續優化生產管理計畫，實際上目前已有合作社導入「戰情室」作為監控田間環境、分級包裝及非破壞性檢測監控出貨品質、智慧冷鏈管理，延長櫥架壽命。部分國產蔬菜，如結球萵苣已具備遠赴中東地區的能力，行銷端還能透過「聊天機器人」，全天候為消費者提供相關產品知識及常見問題等，進而統整雙方互動行為，作為未來行銷策略發展以增進收益。



數據轉化為有效資訊，進一步協助冷鏈管理



合作社導入「戰情室」，即時監控田間情況



無人機噴灑農藥，降低農藥接觸危害又省工



宜蘭明池風光 (圖片來自趙建生)

休閒農業帶你深度旅遊

休閒農業為利用自然生態景觀，結合農業生產、經營活動、文化、生活，提供農業體驗並延伸生態平衡概念的休閒活動。您是否聽過或造訪過新社花海、拉拉山水蜜桃季、大湖草莓季、花東金針花海，或是各地牧場、生態館呢？臺灣休閒農業學會理事長 顏建賢提到，現代人旅遊已不僅是探訪，而是遠離都市塵囂，希望能舒緩身心壓力，除了不同於都市景色外，也能親自參與過程，悠閒旅遊不再是走馬看花，而是具有實際參與的深刻記憶。

隨著休閒農業發展，政府也訂立相關法規及區域登記，目前發展以宜蘭縣規模最大，佔臺灣整體休閒農業總產值約26%，海外客群以中國、香港、馬來西亞、新加坡、日本為主，近年來更積極開拓東南亞市場。臺灣的休閒農業經營，以獨特人情味為特色，與消費者之間的關係，更像是志同道合的朋友，國際旅客對臺灣休閒旅遊的滿意度調查結果顯示，服務態度親切友善及景觀宜人為主要優點，外語溝通能力則較為弱勢。



六十石山金針花海，視野遼闊為相當熱門的景點(圖片來自呂源清)

以宜蘭縣為例，當地十分重視永續經營，不會過度消耗自然環境，小農彼此互相串連資源，包含課程安排及食宿體驗等，以分工經營模式，獲得更高的成長性。人才培育上，採用師徒輔導制，並有政府專家協助指導，加以發展出特色內容，如製茶職人體驗，採蔬果新鮮上桌到手作DIY皮革等，而近年來急起直追的桃園縣，推出「一休區一花卉一節慶」的政策活動，幾乎每個月都有特色活動，活絡地方農業發展。



由農家實際帶領收割，提升旅遊深度(圖片來自陳其軒)



農家作業情況，與都市景色相當不同



親子共同收成作物，增進人際之間互動

園藝治療舒緩身心

早在西元2000年前，古美索不達米亞地區即透過「建設花園」來舒緩情緒，古埃及亦有開立「在花園散步」的處方，來舒緩病人精神，此利用園藝活動，來改善人的身心靈狀況，即為「園藝治療」的概念，園藝治療至現今，已為一門專業領域，以臺灣來說，成為園藝治療師有兩個階段，先是園藝技術師(HTT)，再來是園藝治療師(HTR)，除了園藝本身的知識外，也需懂得與服務對象相交流溝通，必需修習基礎學分課程，並且滿足一定的實習時數等培訓，才能取得相關證照。

園藝治療在照顧植物的過程，走出戶外，活動筋骨，並藉著觀察植物生長，延伸到對環境的關心，了解生命過程，達到身體上的復健、精神上的安撫、降低各項風險因子及對

生活更高的掌握度。治療的對象廣泛，除了為日常舒壓外，也能協助年長者、精神障礙者、身心障礙族群及勒戒者等，不同於音樂、藝術、舞蹈治療，其特色在於植物為生命體，透過照顧植物，讓更多重生者能再融入社會，獲得更多的肯定。

在進行療程時，一般常選擇保健植物、香草植物或是成長期短的蔬菜，以容易種植、五感刺激大的類型(視、聽、嗅、味、觸覺)為主，從中喚醒感官能力或是童年回憶，強化大腦中的神經連結，如艾草、左手香、九層塔、迷迭香、番薯葉等，當提起這些植物時，您是否連帶有著各種感官印象，甚至是某個童年事件呢？



親近大自然，全方位五感體驗進一步提升參與感



香草植物為常用的園藝治療材料，時常能同步引出生活經驗回憶



最大英國市集聚落 肯頓市集

文/林珮芸 圖/unsplash

每個城市都有屬於自己的故事，從市集可以看見城市的文化與變革。歐洲市集起源之一，也是倫敦最大的地標之一：肯頓市集(Camden Market)。中間橫跨了一條攝政運河，是倫敦最受歡迎景點之一。比較近的景點有國王十字車站(King's Cross)、大英博物館、福爾摩斯博物館及倫敦杜莎夫人蠟像館，著名的景點是火車橋上寫著「CAMDEN TOWN/CAMDEN LOCK」。本市集位於運河、地鐵站與火車的樞紐中心，最初的雛形由20世紀初的食品市場開始，到現在已發展為販賣手創、個性工藝品、龐克服飾、文青商品、二手古著及各國的美食的大型市場。

肯頓市集是由6個不同的小市集組成，包括：Camden Lock Market、Camden Lock Village、Stables Market、Buck Street Market、Inverness Street Market、Electric Ballroom。從磚牆建築外觀可以看見肯頓市集的歷史，進入新時代的歷史地標，多出了青年的塗鴉與龐克元素，政府容許各種五顏六色的彩繪，上千攤店鋪或攤位精心設計自己的空間，無不爭奇鬥艷，也形塑屬於自己的英國倫敦特色。當地人已經對此見怪不怪，因為各種搞怪都是為了吸引觀光客的目光。

美食攤位多聚集於運河旁，種類繁多、五花八門。最適合的玩法是搭乘大眾交通工具，從地鐵站出來之後即以步行，用雙腳親身感受市集的召喚。部分市集直接位於鐵路的鐵軌橋墩之下，環境因素導致崎嶇的結構被切割為眾多小店鋪，迷你的空間創造出無限的想像，狹道之中被紛亂的各式商品所佈滿。西元1972年開幕至今，近年來每年能吸引的遊客約有2,800萬名之多。目前的市集漸漸地走向觀光化，可說是一個成功的觀光生鮮食物市集，現今肯頓市集也成為了潮流的代名詞。



肯頓市集原先為貿易食材集散地，主打生鮮食品，像是蔬菜、水果、起司、麵包、火腿等等，可以在這邊買到最新鮮的食材！市集裡隱藏著包羅萬象的達人店鋪，其中一家名為Cereal Killer Cafe，此店以穀片種類繁多聞名，這裡有販售上百種穀片品牌，受到甜點愛好者的擁戴。

近年的市集依然保有大量特色街頭小吃，並將原創藝術、獨立設計師的作品發揚光大。這裡象徵著自由、包容與創意。許多音樂與時尚的靈感也來自於此。市集全年開放，早已成為當地居民生活的一部分。肯頓市集的興盛並非偶然，位於重要的交通位置，鄰近政經中心，嚴選商家、面積廣大、市集動線規劃清晰，區分為室內及室外區，將一日度假生活全部包辦。



為了提升市集的素質，也會時常舉辦優質商家比賽，鼓勵商家勇於展現自己的優勢，突顯自身與其他店鋪的差異性，因此能夠存活下的店鋪必定是有鮮明特色。或許是英國的古老魅力，這裡有太多故事和可以看的工藝品，不定期會舉辦文化活動，邀請人們享受美食之餘，也觀賞街頭藝術、時尚走秀、電影拍攝、舞台劇等。其中最重要的市集Camden Lock Market主要販售工藝品、項鍊首飾、書、衣服、二手衣，非常適合到此淘寶，每到周五六日總是人潮擁擠，吸引大量的遊客。

疫情期間，肯頓市集也面臨重大衝擊，它們依然勇於面對挑戰。在一段沉寂之後，第一批首先開放80%的街頭小吃攤位，以足跡數據掌握消費者，接下來才開放餐廳內用。一個以美食為重點的市集，漸漸地恢復以往的生機蓬勃，實體市集總有這樣的能力，將人們引領返回真實生活，除了基本的美食需求，也透過人與人之間的交流傳遞愛。肯頓市集不像是定義中的市場或貿易空間，它更像是一個生活劇場，人人都可以在此找到舞台和觀眾。生產者也是消費者，市集以易物為目的，惜物愛物同時也對人致上最高的尊重。

疫情之後，逛市集的人潮少了許多，一些小店鋪甚至拉下鐵門不再營業。然而這裡的餐廳卻依然來了許多饕客。位於戶外的座位，在陽光底下舒適宜人。繁華的肯頓市集，依舊保持著濃濃的藝術氣息，吐納著來來去去的民眾。享受陽光、小船，所見之處都上演著藝術表演，訪客是觀眾也是演員。肯頓市集推廣一種新時代的街頭文化(Street Culture)，過去，街頭代表著反骨與不高級，然而在這裡的龐克文化定義中，街頭充滿了活力與創意。

肯頓市集無比豐富，有位知名旅行節目主持人曾經形容，「我像是地下道裡的老鼠，不斷在閉密的空間中探索尋寶，不知道找到的是美味起士或是一道彩虹。」如果不喜歡嘈雜的市集，只需要步行便可以沿著運河離開，一路上綠蔭如林，最終可以抵達倫敦公園或是動物園，再次感受到芬多精的寧靜。

【肯頓市集 Camden Market】

地址：Camden Lock Place London NW1 8AF

交通：地鐵「Camden Town站」出站即是

營業時間：每天10AM-各店不同

全年無休，國定假日也開放

網址：<https://www.camdenmarket.com/>

9月/SEP.

公 | 司 | 要 | 聞

9/03 桃園市政府單位
及桃園果菜市場來訪

桃園市政府衛生局、桃園市政府農業局、桃園果菜市場、桃農綜合農產品批發市場，蒞臨第二市場，參訪質譜快檢機制及拍賣運銷情形，雙方座談互動熱烈，滿載而歸。

9/07 法鼓山攜手北農嚴選
客製中秋關懷公益食材箱

法鼓山委託客製公益食材箱，準備日常所需食材，北農一同響應贈送柚子及素泡麵，董事長黃向羣、總經理翁震忻與法鼓山慈善基金會柯會長、王副會長、陳副會長一同包裝，發送善心至弱勢家庭。

9/08產地分級包裝及預冷設備查訪
推廣預約交易及冷鏈運輸

北農總經理翁震忻率領同仁至高屏地區農會超市、生產合作社、農會等單位，實地瞭解產地分級包裝及預冷設備，智慧化管理優化交易，北農推廣預約交易及冷鏈運輸，提升未來農產運銷效能。

9/17 質譜化學快檢講習會
產地自主管理把關食安

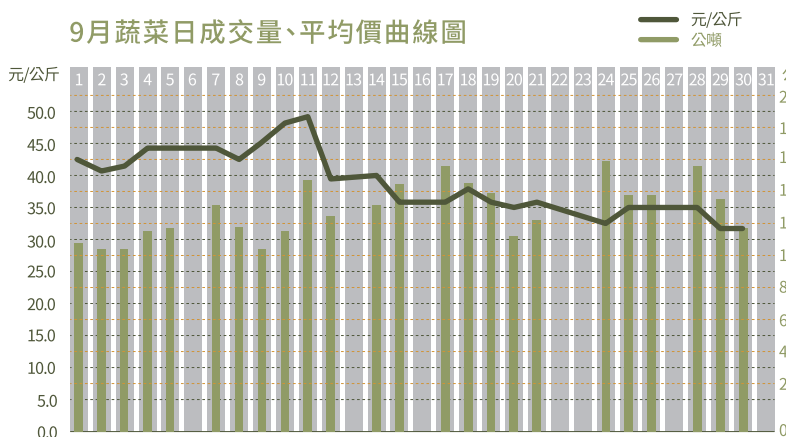
本公司響應農糧署，推廣產地自主管理生產，與農糧署、瑠公農業產銷基金會，前往中彰投及雲嘉地區講習，多個供應單位參與，合格產品具有市場區隔性，提升農友收益，並加強把關食品安全性。

9/25「生鮮蔬果採後處理暨冷鏈物流」
講習會 / 共同增進蔬果冷鏈知識

因應疫情影響蔬果供應包裝中心，北農人員自主篩檢，篩檢通過者方可分貨，並加強場域消毒，蔬果及其包裝本身不具傳染性。加強人員管控，進一步提升同仁健康保障及蔬果安全性。



9月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

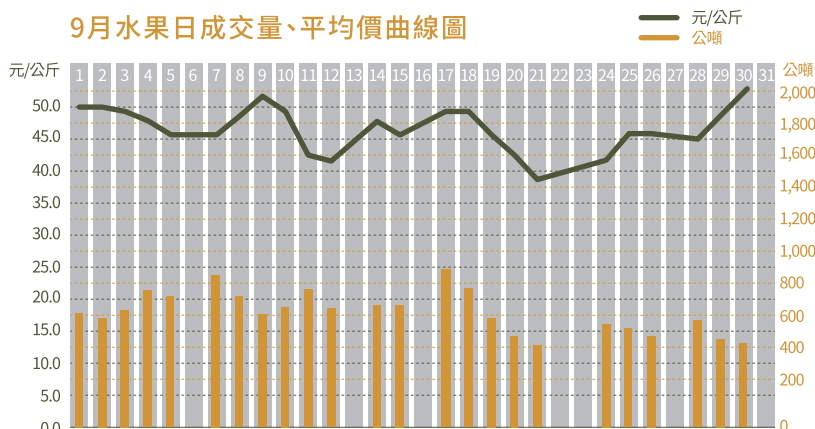


9月份蔬菜行情分析

文.業務部

本(9)月截至27日止，每日平均成交量1,275公噸，與8月份每日平均成交量1,111公噸比較，增加164公噸，增幅14.76%；平均批發價格為每公斤40.1元，較上月份之47.8元，下跌7.7元，跌幅16.1%。時序入秋，天候漸趨涼爽，產地天氣晴朗穩定，除部分菜種採收間歇期，蔬菜供貨普遍增加。甘藍以高冷地區二期作及進口為主，惟品質參差不齊，價格跌多漲少。青蔥復耕時間較長，價格將隨產量漸增回穩。下(10)月節後需求轉弱，預估菜價將微幅下跌，籲請四大農民團體依市況分散供貨，注意到貨品質，並宣導安全用藥，以維品牌信譽。

9月水果日成交量、平均價曲線圖



9月份水果行情分析

本(9)月份截至27日止，日均量為642公噸，較上(8)月643公噸，減少1公噸，減幅0.16%；日均價為47.1元，較上月44.6元，上漲2.5元，漲幅達5.6%。8月初受颱風外圍環流影響，導致多種果品受損及延遲性傷害，如番石榴、西瓜、洋香瓜、木瓜、葡萄、火龍果，但對當季應節水果，如文旦柚與高接梨等影響不大，加上進口水果受中秋節需求增加，致交易量互有增減，平均價格因需求增加而上揚。下(10)月節後需求轉弱，又值季節性水果交替期，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。

茭白筍

Water bamboo (臺語：kha-pêh-sún)

本期介紹茭白筍，產區主要分布於南投埔里及新北三芝等地，主要產期4-11月，茭白筍與菰黑穗菌共生，此類真菌造成基部膨大，若過晚採收，則會有黑色的孢子累積，造成筍心黑點，仍可食用，但影響商品外觀價值及口感。筍白飽滿光滑，肉質細緻，且殼頂呈草綠色者為佳。茭白筍保鮮貯藏，以帶殼輔以低溫高濕環境為佳。

品質標準：

特級：成熟適度，色澤優良，質幼嫩，無黑點(孢子)，無皺褶，外觀無瑕疵。

優級：成熟適度，色澤良好，質尚幼嫩，可輕微黑點(孢子)，無皺褶，外觀無瑕疵。

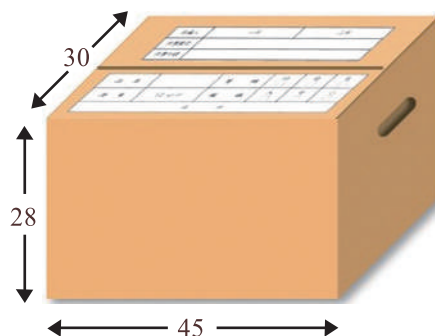
大小規格：

品名	大 (L)	中 (M)	小 (S)
茭白筍	20公分以上	15-20公分	未達15公分



包裝規格：

- 長(45)*寬(30)*高(28) (單位：公分、外徑)，每箱12公斤，長寬可內縮微調0.5至1公分，紙箱尺寸(七號箱)，適合以每層7箱排列於1012型棧板，記得與製作廠商溝通採「外徑」測量。
- 每袋600克，每箱共20袋茭白筍
- 箱側應適度打孔，便於蔬果透氣及提升冷藏效率。



包裝方式：

(自採收至包裝完畢皆應避免人為、機械或其他傷害)

- 適時採收，並修整去除黃葉及泥土，置於低溫陰涼環境，以免包裝後造成耗損。
- 按相同品種、等級及大小規格，分袋整齊排放於箱。
- 包裝後於箱面上清楚標示供應人資料、品名、重量、規格及件數等。
- 封箱宜採膠帶黏貼，取代封箱釘。

收貨人	一市	二市			
供應單位					
供應代號					
品 名		等 級	特 ☐	優 ☐	良 ☐
淨 重	12公斤	規 格	大 ☐	中 ☐	小 ☐
共 件					

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 2021年10月
地址 臺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