



2022 FEB  
二月號

# 農產運銷報導

主題企劃

## 共選共計，打造品牌力

01. CHAPTER  
主題企劃／  
共選共計，打造品牌力

03. CHAPTER  
合作專欄／  
迎接甦醒的春日味蕾

04. CHAPTER  
副刊市集／  
山居歲月歌詠的艾克斯市集

06. CHAPTER  
公司要聞／  
交易行情

07. CHAPTER  
蔬果介紹／  
油麥菜

# 共選共計，打造品牌力

2月號主題企劃

臺灣農業為「小農制」，主要以家庭為單位，生產規模較小，難以享有規模經濟的效益，在產官學界的努力下，陸續推廣各項政策，例如鼓勵組織農民團體，整合資源及辦理共同運銷，有效降低了集貨、運輸、尋貨等交易成本，而隨著時代變遷，農業產銷不再是生產者導向，而是由市場(消費者)需求主導，因此進一步集結農產品，專業分工，打造具規模及品質的品牌聲望，為增加收益，邁向企業化經營的重要基石，本期介紹「共選共計」。

## 擺脫單打獨鬥，專業合作力量大

臺灣農業的個體栽種規模小(小農制)，且因栽培管理技術差異，整體生產效率有限，民國62年開始推動共同運銷，集結農產品送至各地批發市場，大幅降低運銷成本，以規模最大的臺北農產拍賣市場為例，110年場內的果菜共同運銷比例佔70-80%，可見此制度廣泛為農友所利用。

然而小農制造成供應單位繁多，需耗費較多時間完成拍賣交易，供應單位會受早市及晚市的價差特性影響，而減少收益，農產品也不若工業產品，產品規格及品質差異性大，雖訂有分裝包裝標準，實務上仍受限於產量及個人主觀影響，市場內的承銷業者採購時，多需費時再確認品質規格，又因個別供應能力有限，使承銷業者無法長期且穩定的購買到特定供應單位的產品，難以形成交易信賴關係。

有鑑於此，部分農民團體積極推動「共選共計」制度，透過組織分工合作，集結成員的農產品，進行共同選別，以擴大供應規模、延長出貨期及嚴謹落實分級包裝，在扣除手續費、人員作業及資材等成本費用後，再以共同計價的方式，依等級和重量按比例分配交易金額，農友能專注於提升生產品質，後端行銷則交由其它單位調控，更有能力分散交易市場或議價維護自身權益，因具有穩定供應能力且品質良好，逐漸在承銷業者心中形成良好的商譽，打造出堅實的品牌力量，另外也增加拍賣市場的交易效率，減少同級品在早市及晚市的價差，大幅提升農友收益及供銷效率。



落實分級包裝，有利於提升銷售收益



承銷業者於拍賣前檢視品質，紀錄欲購買的產品



產銷班以重量選別分級機，明確區分番石榴等級

## 嚴謹實務管理，持續擴大效益

共選共計不單純是共同出貨，相較於共同運銷，更講究成員合作互助，成功執行的關鍵在於高度團隊共識，除了感情或地緣基礎這些非經濟因素外，還需有明確嚴謹的規範，提供成員平等的作業環境，在經營過程中並不斷回饋，調整出適合在地及市場生態的管控方案。

以燕巢農會為例，其番石榴在市場享有盛名，產銷班限定地區農友參與，農友採收後，統一送到集貨場進行選別，農會訂有分級包裝基本標準，底下的各產銷班可直接依循規定，或是再訂立更嚴格的標準。首先會由選別人員篩選，淘汰格外品，而後再使用自動分級機，依照重量自動分級，按照市場需求調配包裝，分配銷售通路，而農友在交貨確認後，即可休息，增加時間利用性，聚焦在自身專業上。整個作業流程看似簡易，但執行起來非常要求領導人的協調及溝通能力，選別人員也需秉持專業、公正不私的態度執行，整個組織才能和諧成長。

除此之外，主辦單位也會協助農友精進田間管理，如施肥用藥、栽培建議及資材選擇等，進一步提升產品品質，並依據市場型態提供配貨建議，或媒合販售通路進行計畫性生產，積極建立穩定收益，部分農會亦導入共同運銷基金機制，固定提撥部分收益存入，於市場行情低迷，或與其它收貨單位價差明顯時，適時釋出補貼，以維護收益，匯集更多的農友參與。共選共計實為打造品牌力及穩定果菜價格，邁向「包裝規格標準化」、「省工搬運棧板化」、「物流運輸國際化」等作業的重要基石。



選別人員初步審視外觀品質後，才會進行重量分級



斗南鎮農會長期推動共選共計，竹筍進軍超市、高級餐廳

# 迎接甦醒的春日味蕾：鳳梨釋迦

料理作家 / Boya Lee



## 溫蔬菜鳳梨釋迦味增優格沙拉 (2-4人份)

材料：

- 鳳梨釋迦 ..... 2顆
  - 人蔘山藥 ..... 約400g (輪切約0.5公分)
  - 茄子 ..... 2條 (輪切約0.5公分)
  - 羽衣甘藍 ..... 約100g
  - 杏鮑菇 ..... 2大支 (直切厚片)
  - 蜜煉黑棗 ..... 3-4顆 (手撕成小片)
- 橄欖油 ..... 適量
  - 黑胡椒 ..... 適量
  - 煙燻甜椒粉 ..... 適量
- 味增優格蜂蜜醬材料：
- 有機粗味噌 ..... 2大匙
  - 優酪乳 ..... 5大匙
  - 蜂蜜 ..... 1小匙
  - 味醂 ..... 1大匙

作法：

1. 將「味增優格蜂蜜醬」所有材料混合均勻，置於冷藏備用。
2. 鳳梨釋迦對切，使用「挖球器」將果肉挖成小球，置於冷藏備用。
3. 平底鍋內倒入橄欖油加熱，將人蔘山藥、茄子、杏鮑菇、羽衣甘藍入鍋用中小火煎至約八分熟，以黑胡椒、煙燻甜椒粉調味，起鍋備用。
4. 取一大盤，將煎好的蔬菜排列在盛盤內，上面擺上「鳳梨釋迦球」，淋上「味增優格蜂蜜醬」即可食用。

Tips：

1. 煎蔬菜時，建議依照蔬菜受熱的程度，分類煎熟。例如可先處理人蔘山藥、茄子、杏鮑菇居次，最後再煎炙羽衣甘藍。
2. 「味增優格蜂蜜醬」亦可加入2大匙美乃滋，增加濃郁口感。醬汁如果過鹹，可以增加蜂蜜比例調整。

使用商品：

- 北農有機食材：

  - 人蔘山藥 (380g/份)
  - 茄子 (400g /份)
  - 杏鮑菇 (200g /份)
  - 羽衣甘藍 (100g /份)
- 北農產履食材：

  - 鳳梨釋迦 (750g/顆) 一箱8顆

北農嚴選食材：

  - 【初鹿牧場】優酪乳 (946ml/瓶)
  - 【味榮】有機粗味噌 (500g/盒)
  - 【妙星食品廠】蜜煉黑棗乾 (420 g/盒)



## 南法小鎮 山居歲月歌詠的艾克斯市集

文/林珮芸 圖/unsplash

南法洋溢著一種田園莊園式悠閒氣氛，得天獨厚的地理優勢孕育出無數美麗的品牌，以薰衣草聞名的普羅旺斯更是許多法國人度假的首選。距離馬賽只有短短不到一小時，普羅旺斯地區的艾克斯(Aix-en-Provence)，簡稱AIX，非常適合作為馬賽週邊的小旅行。這裡有兩個知名的市集，成為市井生活的重要場景。

艾克斯市集每天都有，一般是從早上8點開始到中午左右結束，而周六的大型市集，吸引無數觀光客與本地人到此挖寶。不大不小的規模，艾克斯市集很適合徒步，從農貿產品到藝術品、奢侈品，都能看見南法人的生活蹤影。本身的城市聚集了近千座噴泉，古老的建築、濃厚的咖啡店文化，也是偉大畫家保羅·塞尚(Paul Cézanne)的故鄉。

艾克斯所表現出的是一種古典的美感，目前是個大學城，艾克斯市集的範圍相當大，一路從圓亭噴泉(Fontaine de la Rotonde)一直延伸到米拉波大道(Cours Mirabeau)的勒內國王噴泉(Fontaine du Roi René)都有攤位。途中會先遇到Place Richelme農夫市集，這是一個重要的農貿市集，每天都有鮮貨聚集，主要以蔬果、當地小吃、鮮花等為主。

圓亭噴泉可以說是艾克斯老城的中心，也是艾克斯最有名最大的噴泉。這座噴泉建於1860年，水池最上方的大理石雕像分別代表著正義、藝術、農業。附近就是艾克斯最熱鬧的商業區，林立許多餐廳、名牌店和咖啡店。



Place Richelme 農夫市集，顧名思義就是位於 Place Richelme 廣場的市集。這個市集雖然不大，但是在艾克斯相當有名氣，每天早上都吸引了不少當地民眾前來採購。而米拉波大道就是《山居歲月：我在普羅旺斯，美好的一年》書中提到的知名地，除了各種新鮮蔬果、農產品，也少不了法式美食如起司、果醬、蜂蜜、橄欖油等等，作者說過：「我們無意當觀光客，不過有一個地方例外，艾克斯，我們百去不厭，米拉波大道，是法國最美的大道……」慵懶陽光下的南法生活，少不了每天所有的鮮貨市集！書中曾寫道「攤位上堆著如山高般的蔬菜、小小一束芳香四溢的羅勒、一瓶瓶薰衣草蜂蜜、綠色大瓶的初榨橄欖油、一盒盒溫室桃子、一罐罐普羅旺斯黑色橄欖醬、鮮花和香草、果醬和乳酪，在星期天的朝陽下，每一樣都令人垂涎。」從文字中我們可以感受到色香味俱全的五感體驗，美食對於人的重要程度，也是美好生活的重要元素。



法國人的品味源自於對於食物的尊重，以大量的農產品食材，運用古老的智慧，油漬、風乾、發酵、鹽漬等手法，將食材的天然風味無限延期。其中各式繽紛的香料功不可沒，各家農家自製起司、香腸、臘腸、醃漬品等等，令人垂涎欲滴，如果搭配上莊園的葡萄好酒，人生至高饗宴莫過於如此。

艾克斯是普羅旺斯地區的前首府，一直是馬賽的勁敵。相較於馬賽的田園風光，艾克斯同樣擁有終年溫暖的陽光、一望無際的田園和豐盛的農藝傳統。然而艾克斯多了一些都會的現代感，小鎮上交通便利、商業繁華。擁有林蔭大道、噴泉、華宅的中世紀



古城，從12世紀開始，艾克斯就是普羅旺斯文化、經濟、知識中心。艾克斯的南法生活美學誕生了知名品牌，像是工藝包款Longchamp，時尚服飾MANGO，護膚品L'Occitane，YVES ROCHER，彩妝品SEPHORA等。

說到普羅旺斯，大家第一個出現的畫面就是紫色浪漫的薰衣草，南法很常見到的薰衣草香包、乾燥花束，以及關於薰衣草的衍伸產品也時常出現在市集中。艾克斯的農貿市集吹拂了一股清新的田園風，這裡主要是蔬果為主，鮮少有魚肉類。到了周末就擴大攤位種類，琳瑯滿目的生活逸品、藝術、有品味的跳蚤市場、個人收藏便紛紛出現。其中最大宗的服裝區和古董配件，完全滿足了女性的強大購買欲。

南法的市集中，不乏農產品、各種香草所製做的香皂及精油、草帽及編織物、手工藝品等等，其中最常見的就是香皂攤，多是以香草入皂的手工皂，五彩繽紛、花香四溢，很難讓人忽視它。陽光普照的南法人鍾意編織帽，以及在市集中最常看見的一種天然編織籃，人人手上提著竹籃採購，環保又時尚，如果不知道哪攤比較優？跟著竹籃走準沒錯！

2月/FEB.

## 公 | 司 | 要 | 聞

02/11-02/28 台肥、北農攜手送暖  
致贈鳳梨釋迦予學童及長者

台灣肥料股份有限公司委託北農共同關懷偏鄉學童、弱勢長者，公益致贈鳳梨釋迦至1,106間偏鄉學校、49間家扶團體、60間兒少團體及捐血中心等，一同品嚐美味又富含營養的水果，抵禦寒冬來襲，支持在地農產好品質及傳遞愛心。



## 02/14 美生菜外銷日本再創佳績

北農拚外銷，與產地農友一同努力，積極將臺灣優質美生菜外銷至日本，自1月至2月初陸續出口60公噸美生菜給知名連鎖企業，實施分級包裝三化並與農試所合作，導入採後處理技術規範(GPP)提升多品項併櫃保鮮，有效防止運輸損耗，嚴格做好每一道把關，持續外銷優質蔬果。



## 02/17 北農嚴選「鳳梨釋迦」熱賣中

本公司於「北農嚴選」電商平台推出鳳梨釋迦禮盒、原件箱，由拍賣職人嚴選，搭配實名制溯源及質譜化學快篩，兼顧品質及食品安全，自用送禮兩相宜，亦可使用農遊券、熊好券、饗購券、五倍券，享受更多優惠價。

02/24從產地到餐桌「市場裏文學地圖」  
3月份課程報名開跑

北農特邀「番桌·番桌」番紅花老師，開設市場導覽課程，認識當季的特殊食材、尋訪市場內特色專家，並與攤商連袂分享挑蔬果秘訣，逛市場不再懵懵懂懂，學員好評不斷，課程持續加開改版，歡迎報名課程一同探索市場。

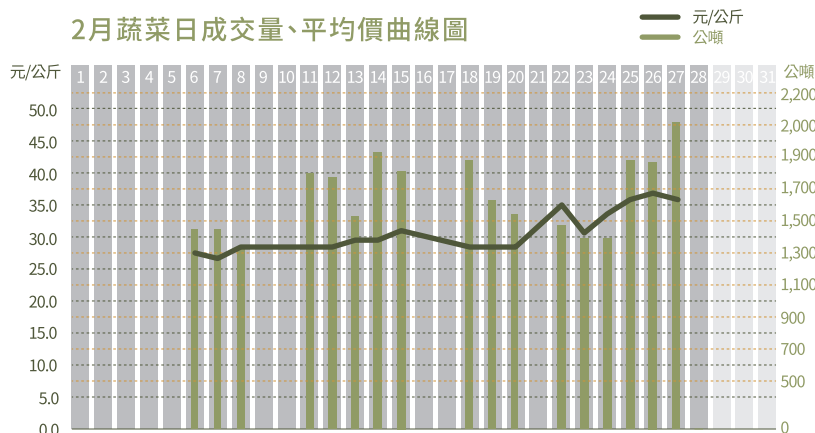


## 02/28鳳梨釋迦銷售再創佳績

北農積極媒合各大通路，期間(110/11/01-111/02/28)，連鎖超市、電商平台、友善企業、熱情民眾及外銷銷售數量，總計突破45萬顆，共252公噸，感謝民眾以行動支持，大啖甜蜜又營養豐富的鳳梨釋迦，本公司以質譜化學快檢及供應人實名雙制度，守護蔬果食安，安心享用挺農民。



2月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

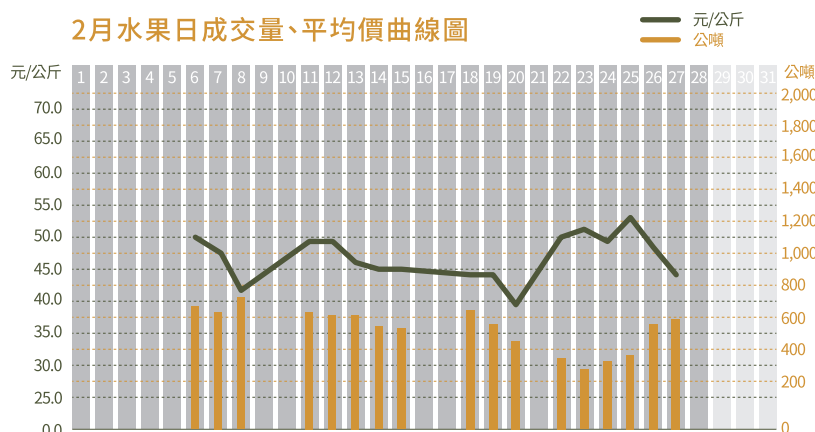


## 2月份蔬菜行情分析

文.業務部

本(2)月份每日平均成交量1,508公噸，與1月份減少157公噸，跌幅9.42%；平均批發價格為每公斤30.5元，較上月份增加5.4元，增幅21.53%。本月上旬適逢農曆春節連續假期，交易天數較少，產地多提前於年關前夕採收，加上氣候因素影響作物生長，後續供應量略為縮減。而年後承銷人庫存普遍較少，又全臺學校陸續開學，團體業者採購需求增加，整體量價呈量減價增之勢。下(3)月進入春季，季節交替階段籲請四大農民團體注意到貨品質，並依市況分散供貨，加強宣導安全用藥以維護品牌信譽。

2月水果日成交量、平均價曲線圖



## 2月份水果行情分析

本(2)月份每日平均成交量532公噸，較上(1)月減少62公噸，減幅10.44%；平均批發價格為每公斤為47元，較上月份下跌15.8元，減幅25.16%。本月中旬受寒流來襲，氣溫驟降至本年最低溫，加上連日降雨，濕冷氣候影響採收意願及消費需求，另春節後水果送禮需求減少，而高單價水果如櫻桃、蘋果等進口水果到貨量減少，且節前所購水果尚有存貨，致成交量較上月減少、平均價格亦隨之下跌。下(3)月節氣時至驚蟄，氣溫逐漸回升，惟季節性水果如棗子產量漸少，桶柑、甜橙、茂谷柑已進入尾聲及備儲，而當季水果如枇杷、鳳梨漸入盛產，故籲請各供應單位掌握貨源，落實分級包裝，以維品牌信譽。

# 油麥菜

Fushan lettuce (臺語：e-á-tshài)

本期介紹油麥菜，又稱福山萵苣、萵仔菜、劍菜，產區主要分布於雲林地區，全年有產，盛產期為11月-7月，屬於半結球型萵苣，病蟲害少，顏色翠綠，滋味鮮甜，沒有明顯苦味，口感很脆嫩，富含維生素A、C及微量礦物元素等，常用於火鍋及清炒料理。挑選時，以葉片完整青翠，具有光澤感、重量感的品質為佳。

## 品質標準：

特級：株形正常，葉片完整，色澤優良，質幼嫩，無萎凋，外觀無瑕疵。

優級：株形正常，葉片完整，色澤良好，質尚幼嫩，外觀輕微瑕疵。

## 大小規格：

| 品名  | 大(L)    | 中(M)      | 小(S)    |
|-----|---------|-----------|---------|
| 油麥菜 | 200公克以上 | 150-200公克 | 未達150公克 |



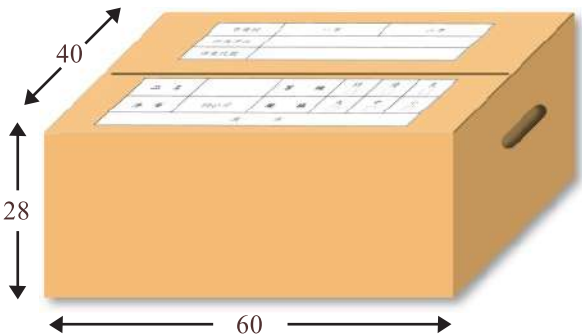
## 包裝規格：

- 長(60)\*寬(40)\*高(28) (單位：公分、外徑)，每箱10公斤，長寬可內縮微調0.5至1公分，紙箱尺寸(五號箱)，適合以每層5箱排列於1012型棧板，記得與製作廠商溝通採「外徑」測量。
- 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，去除黃葉及不良葉，並洗淨泥土，置於低溫陰涼環境，並進行預冷降溫，以維持品質。
- 按相同品種、等級及大小規格，整齊紮實排放於箱，避免擦撞傷害。
- 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<br>□ | 優<br>□ | 良<br>□ |
| 淨重   | 10公斤 | 規格 | 大<br>□ | 中<br>□ | 小<br>□ |
| 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 翁震圻  
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 2022年3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  
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