

2022 APR
四月號

農產運銷報導

主題企劃

接地氣，在地特色的形塑

01. CHAPTER
主題企劃／
接地氣，在地特色的形塑

03. CHAPTER
合作專欄／
生鮮蔬果產品市場的趨勢發展
與冷鏈管理對通路的重要性(下)

04. CHAPTER
副刊市集／
一季一度的農夫趕集
新加坡克蘭芝農夫市集

06. CHAPTER
公司要聞／
交易行情

07. CHAPTER
蔬果介紹／
甜豌豆

——4月號主題企劃—— 接地氣，在地特色的形塑

(照片由Tobey拍攝)

在茶界有一說，茶湯展現出來的風味，會帶有該栽培地的「山頭氣」，其意涵為不同風土環境所形塑的品質特色，消費者及市場業者採購時，供應產地也確實為選購時的重要參考因子，在天然環境的幫助及農友的用心經營下，逐漸建立出地方特色農產品。本期帶您一窺臺灣富饒的農業土壤資源與地方特色農產品管理。

土壤管理與農業永續生產

臺灣擁有多變的地形及氣候，孕育出豐富的土壤資源，依據美國農業部的土壤分類系統，土壤被劃分為12種土綱，而臺灣這塊小島的土壤類型涵蓋了11種之多。目前農業生產主要集中在西南地區平原，其土壤多為新成土(Entisol)以及弱育土(Inceptisol)，屬於年輕的土壤，肥力高，根據「全國土壤網格肥力調查」，位於濁水溪沖積區域的彰化南邊和雲林土壤尤為肥沃，是臺灣的重要農業生產地。

土壤品質和作物生產息息相關，因各作物的生長需求不同，若能熟悉其性質，並採取適用的管理方式，能節省投入成本、維持地力，以及提高農作物的產量與品質。一般而言，可由物理特性，像是團粒結構、排水性及通氣性等；化學特性，像是導電度(EC值)、酸鹼值(pH)、有機質及養分組成等；以及生物特性來判斷土壤品質，例如在稍微偏酸的土壤，可以選植鳳梨或茶樹。

然而，由於投入肥料或農藥等外部資源能彌補不足之處，加上土壤劣化問題不易察覺，維護土壤品質以保護環境及經濟生產的概念在國內不甚成熟。借鑒國外經驗，美國在1930年曾經因過度開墾土地，發生了長達10年的沙塵暴(Black Blizzards)，不僅影響環境生態也造成大規模的經濟損失，美國農業自此以永續發展為核心，並且兼顧經濟效益，追求真正的永續經營，另外歐盟也提出土壤品質管理應投入更多的知識來提高服務產出，跨區域整合並訂定執行順序來保護土壤，土壤的重要性可見一斑，在農業生產時加強管控土壤品質，實為不可或缺的發展核心。



各地特色土壤(圖片取自行政院環保署)



鳳梨適合種植在微酸性的紅色土壤(照片由Skye拍攝)

土地與人文交織而出的獨到在地風味

「原產地命名控制」，一般簡稱AOC(Appellation d' Origine Contrôlée)，為法國的產地認證標章，最初為了維護葡萄產區所生產之葡萄酒而設立，主要針對品質會受地理(風土)環境影響的產品，制度規範了原料來源、製作程序，甚至是品種及栽培管理方法等，著名的特色產區像是有波爾多(Bordeaux)，其產自河岸砂地的葡萄酒質較清淡，產自黏土質石灰岩(limestone-clay)土壤的葡萄酒風味則更為細緻。

在臺灣亦有類似的概念，根據產地的環境形塑而出的產品風味品質，其實早已在消費者心中建立特定的聲望，例如花東縱谷地區的稻米，口感Q彈適中，香氣宜人，從古至今都享有優良評價；高雄燕巢的番石榴(芭樂)以獨有的酸甜滋味聞名，此地擁有泥火山沖積出的土壤，含豐富的礦物元素，加上農友產銷管理上通力合作，品牌盛名在市場屹立不搖；或是臺南關廟陸軍山，此處排水良好，具有微酸性的紅土壤，且只種植於日照充足的向陽面，生產出的鳳梨酸甜適中，肥厚多汁。另外，臺灣也有產地標章制度，減少市場冒名供應造成原產地的生產者權益受損。

現今的農業技術發達，許多原本不適生產的區域，現今也能透過土壤改良生產出品質優良的農產品，從法國AOC規範及許多的成功經驗可以看出，除了先天環境加持之外，輔以後天嚴謹管理，才是永續生產優良農產品的不二法門，不僅保護環境也維護經濟效益，瞭解我們腳底下的這片土地，引領出屬於自身特色的農產品，將讓產業走向更加美好的未來。



雲林為重要的葉菜類生產地



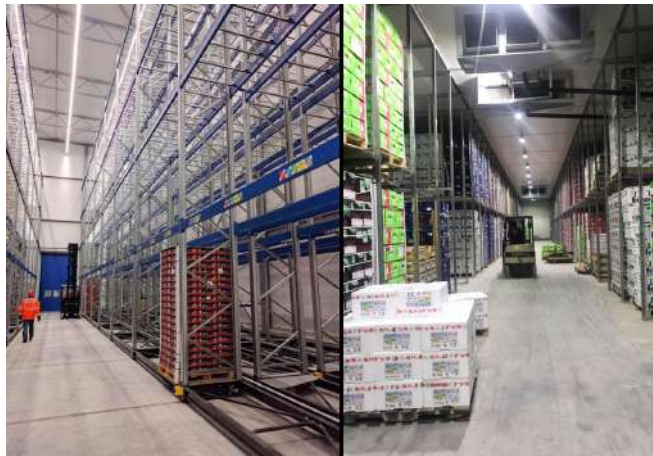
地區農會打造各地特色農產品

生鮮蔬果產品市場的趨勢發展 與冷鏈管理對通路的重要性(下)

農委會農試所/徐敏記 助理研究員

溫度的穩定控管與物流標準化的建立

溫度的控制對於生鮮冷鏈十分重要，舉例來說，葡萄若放置在3℃以下環境，可貯放2-3個月或以上，而若回溫1至2日後再放入冰庫，則容易因果實表面產生冷凝水(Condensed Water)，造成果實病腐與脫水軟化的現象，在農產品當中，葉菜類更是經常發生這種情形。冰島是個寒冷的國家，一般認為戶外冰天雪地不需要冷藏，事實上因為墨西哥灣暖流流經該國，冰島的夏季均溫約為11℃，全年均溫則是4.3℃左右。



國外(左)與國內(右)鮮果低溫暫存物流倉

對於冰島而言，漁獲的品質管理很重要，當地最大的航運公司怡之航物流(Eimskip)，為了能同時提供漁業公司卸貨和暫時穩定冰存的相關服務，將原先3,000噸的低溫冰庫容量，逐漸擴增到14,000噸，後來又預計在冰島西南岸的哈夫納夫約杜爾(Hafnarfjörður)港口，建設一個10萬噸左右的高科技運轉低溫庫。一般人對於冰庫的概念是「冷」，但是對生鮮產品而言，又「冷」又「穩」才是冷鏈最重要的基礎。同樣地，冷藏庫的應用也放到了運輸前端，如美國AMTRAK鐵路低溫運輸鏈，便在產地如加州設立了低溫冷藏庫月台，可讓貨品於穩定低溫下轉移到低溫列車上；大阪果菜市場的操作方式，則是在天氣炎熱時，利用塑膠布廉與冷藏機組，機動式調整市場內部的低溫暫存區，以避免農產品回溫與產生冷凝水，減少耗損；而臺北農產運銷公司設置的低溫卸貨拍賣區，也同樣是透過此種概念，維持農產品於穩定的低溫環境。



冷鏈運送至臺灣販售之Zespri奇異果

農產品在運輸中常有節點轉運的問題，像是從車輛搬運到冷藏庫的過程等，這就是冷鏈運輸鏈中的標準化問題。外銷農產品從分級包裝場便開始進行低溫貯運，包裝與棧板的應用，皆搭配未來運輸與通路的需求，舉例來說，在臺灣好市多(COSTCO)販售的藍莓，其塑膠盒搭配合適的紙盤及棧板，搬運過程都可直接配合堆高機的運輸，藍莓運送到販賣處後即可直接上架販售。從產地端鏈結到通路端，加快處理的效率與減少溫度的變動，這兩個重要因素的相輔相成，是維護品質的不二法門！

「Refrigeration providing competitive advantage!」，贏得生鮮物流將獲得消費層面的巨大優勢。溫度的管控可以分成很多溫層，眾所皆知冷藏(4-15℃)的溫層是最難的溫層，誰能做好溫度的控管，誰就是生鮮供貨通路的贏家。



一季一度的農夫趕集 新加坡克蘭芝農夫市集

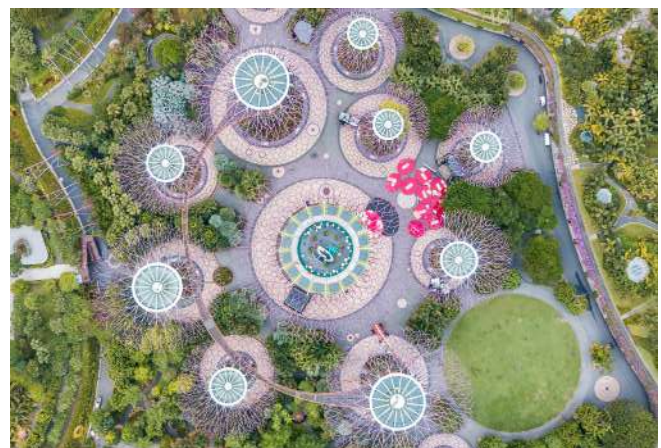
文：林珮芸 照片提供：新加坡中華總商會/Kranji Countryside Farmer Market/ Unsplash

被譽為亞洲金融中心，面積不大又寸土寸金的新加坡，為何堅持保有一片農地？讓我們一探究竟。克蘭芝(Kranji)位於新加坡西北部，位處郊區。距離新加坡市中心僅有22公里，克蘭芝名字源自於馬來語的「pokok kranji」或「keranji」，意指當地的代表樹種，羅望子樹。想要前往克蘭芝農夫市集一探，最便捷的方式是搭地鐵到Kranji站，之後轉指定的接駁巴士即可到達。

在當地頗負盛名的克蘭芝農夫市集其實成立得來不易。在2005年由非營利組織克蘭芝田園協會(Kranji Countryside Association，縮寫為KCA)發起，目的是為了保障食物安全、土地的可持續性發展、以及促進當地有機農業的生存。如今成為一種展示型的農夫市集，集中在每一季盛大舉辦，一年舉辦四次。克蘭芝農夫市集走的是精緻農產品的路線，除了有機農漁牧業，這裡還有各式的藝術美食。



新加坡西北部彙聚了眾多農場和綠植空間，這裡有多重的地理位置意義，溼地地形最具代表性，不只可以看到鱷魚在此生活，也是許多重要生物棲息的自然保護地，禁止過多的工業干預開發。此外它是二次世界大戰新加坡的受難地，許多人因為戰爭喪生於此地。如今發展成一個由漁業、牧業、農業和觀光業組合成的市郊田園區，提供許多學童自然戶外體驗教育的場所。



其中包括三巴旺溫泉公園(Sembawang Hot Spring Park)和卡迪蒙蘇自然公園(Khatib Bongsu Park Connector)內的紅樹林。從羊奶到蘑菇、小麥草，甚至是牛蛙和優質雪蛤，克蘭芝農場建立一套科學精簡的農業系統，以最集中的面積，加上最少的耗能，獲得最高的產量。在新加坡務農相比其他國家更為艱辛。首先它的土地面積小，政府對於土地的政策不利於農業，有限期的租用壓力，對於產量的高標準設定等因素，讓農夫難以做長期的投資建設，包含設備和漁牧業的規模，對於農業也難以用寬鬆的方式看待。



克蘭芝一帶的農場，主要設在克蘭芝大道、林厝港路和泛島高速公路惹蘭峇哈(Jalan Bahar)出口的範圍內，這裡有超過100家農場，但其中只有約20家開放給公眾參觀，當中包括寶萊塢蔬菜有機農場(Bollywood Veggies)、裕廊牛蛙場和夏氏牧羊場等。每當農夫市集舉辦的時期，觀光巴士就會載著訪客走訪各個農場，大小朋友有機會親近農場動物，近距離瞭解蔬果生長的過程。

克蘭芝田園協會自2005年起，一直致力於推動克蘭芝農場成為旅遊景點，這也是農場獲利的有效方式，平日訪客可以自行與農場聯繫接洽，在農夫市集期間，則更為廣大宣傳，吸引更多人的關注。新加坡因天然地理受限，無形中也激發出他們對土地的另一種視野，包括無土栽培、魚菜共生、潔淨養

雞等適合都會的農業技術。對於政府來說，農業不算是一種正式的「產業」。然而，農業的創新商業模式在這裡被高度重視。克蘭芝農場可以看見很大比例的精緻農業加工食品，農村體驗旅遊等服務產品，為長期生活在鋼筋水泥之中的都市人提供一點綠意和喘息的空間。

克蘭芝農業區其實只佔了新加坡國土總面積的百分之一，這是無數人堅持努力的結果。疫情期間，克蘭芝市集轉為線上直播，而農業逐漸吸引一部分的年輕人投入創業，從最初的十個農場，到目前超過一百個農場，滴水穿石的影響力功不可沒。

每一次的農夫市集都像是嘉年華會，消費者可以品嚐到用心製作的美食，也提供孩子畫畫、捏陶手作的體驗，當地各個農場也同步進行活動，民眾可以報名參加小旅行，直接到農場體驗，一天的綠色時光彌足珍貴。新加坡美食包含不同文化，馬來、印度以及華人的各式美食，本市集販售之美食，多數以有機食材製作，價格雖高上許多，但慕名而來的訪客依舊絡繹不絕，據說未來必須要增加場次才足以應付廣大遊客的到來。

吃在地、買在地、支持在地，新加坡展示了高度的決心和毅力，雖然大量的食材甚至是水都必須從他國進口，農業依然是它們不放棄的重點。其中的價值不只是安全食物，更是對下一代的自然教育。對於動物和植物有所親近，面對高速的科技和經濟發展，才能更懂得平衡之道。

克蘭芝農夫市集

Kranji Countryside Farmers' Market

240 Neo Tiew Crescent, Singapore 718898

電話:+65 6430 8330

4月/APR.

公 | 司 | 要 | 聞

4月6日 高雄果菜運銷公司來訪
中繼拍賣場新登場

高雄果菜運銷公司股長李佳鴻一行5人於凌晨蒞臨參訪，本公司由企劃部經理黃承煥、業務部經理吳廷琰、二市場主任鍾昭智接待解說質譜化學快檢及拍賣制度，雙方研討過程互動熱烈。

4月7日 第一果菜批發市場中繼市場
水果零批場正式搬遷營運

水果承銷業者於清明節後休市期間，搬遷至新中繼零批市場，7日起正式營運，總經理翁震圻並於9日實地了解業者使用狀況，改善不足之處，務必讓大家好做生意。

4月15日 北農走訪鳳梨產地
力推品質分級分銷

總經理翁震圻帶領團隊赴嘉義，與嘉義縣政府農業處農業試驗所嘉義分所專家前往拜訪打貓果菜生產合作社及峰翔果菜生產合作社等，與農友宣導及商研產銷對策。

4月17日 比照三級警戒管制
加強快篩防堵疫情

因應疫情升溫，北農即時掌握相關訊息，加強各項市場防疫措施，並落實防疫健康監測，增量採購快篩試劑供員工自主檢驗，確保市場從業人員及公司全體同仁健康。

4月21日 外銷等級臺灣鳳梨
北農嚴選熱烈上市

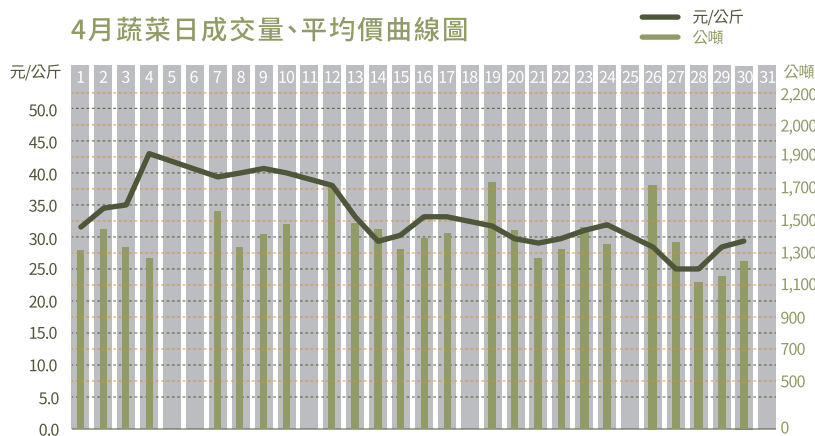
北農嚴選電商平台推出外銷等級的鳳梨禮盒，精選拍賣當日最優質的金鑽鳳梨，滋味香甜多汁，搭配實名制、產銷履歷和質譜化學快檢三重把關食安，自用送禮兩相宜。

4月24日 啟動人力備援應變措施
維持批發市場正常運作

北農強化人力調度，以併組拍賣延長拍賣時間、調度同仁至現場支援，並依市況協請產地分散到貨，27日總經理翁震圻至市場感謝同仁堅守崗位，並期勉同仁守護健康。



4月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

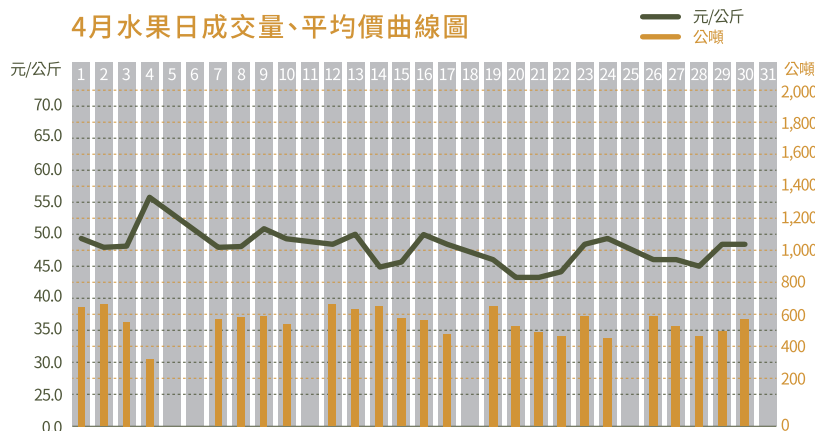


4月份蔬菜行情分析

文.業務部

本(4)月份每日平均成交量1,392公噸，較3月份減少53公噸，跌幅3.67%；平均批發價格為每公斤33元，較上月份增加1.9元，增幅6.1%。本月時值穀雨，意即夏季將至，部分冬令蔬菜因轉作效應供應量減，夏季菜種如瓜果類產量逐漸提升。然而整體蔬菜仍因甘藍供應不足、新冠肺炎(Covid-19)疫情日益嚴峻，加上部分團體因學校陸續停課致使交易量減少，整體呈量減價揚之勢。由於疫情持續擴散，批發市場運作受到影響，籲請四大農民團體依市況分散供貨，並注意到貨品質，加強宣導安全用藥以維護品牌信譽。

4月水果日成交量、平均價曲線圖



4月份水果行情分析

本(4)月份每日平均成交量554公噸，較3月份減少3公噸，跌幅0.53%；平均批發價格為每公斤為47.5元，與上月持平。本月份5日因清明節前祭祀及廟會活動供品需求，水果需求量增加，交易市況平穩，節後受疫情影響承銷人進場交易減少，惟夏季果品增量緩慢，對平均批發價格影響甚微，整體呈量價微幅上揚。下(5)月5日為立夏，漸入夏季水果產期，另鳳梨、芒果、木瓜、西瓜、洋香瓜、番石榴等果種亦盛產上市，故籲請各供應單位掌握貨源，落實分級包裝，提升到貨品質，宣導安全用藥，以維品牌信譽。

甜豌豆

Sugar Snap Pea (臺語：tinn-tāu)

本期介紹甜豌豆，產區主要在彰化縣福興、二林、埔鹽、秀水等地，盛產期為12月-隔年3月，由豌豆改良而來，屬於甜豆用豌豆，莢果呈長橢圓形，豆莢脆嫩纖維少，豆子鮮甜，富含維生素A、C、人體必需胺基酸及膳食纖維等營養，清炒拌炒即十分美味。挑選時，以果莢飽滿完整、顏色翠綠，外皮新鮮無皺縮者為佳。

品質標準：

特級：同一品種，豆莢完整平滑，萼片新鮮，色澤優良，質幼嫩，無軟化，外觀無瑕疵。

優級：同一品種，豆莢完整尚平滑，萼片新鮮，色澤良好，質尚幼嫩，無軟化，外觀輕微瑕疵。

大小規格：

品名	大(L)	中(M)	小(S)
甜豌豆	6公分以上	5-6公分	未達5公分

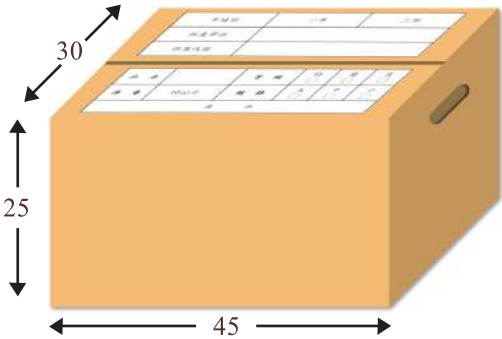
包裝規格：

- 長(45)×寬(30)×高(25) (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(八號箱)，適合以每層8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，修整時，去除不良豆莢，按相同品種、等級及大小規格進行區分。
- 裝箱時，需整齊紮實裝於箱內，避免搖晃及碰撞而造成擦壓傷害。
- 包裝後，於箱面上清楚標示市場別、供應單位(人)、供應代號、品名、等級、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 □	優 □	良 □
淨重	10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5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