

2023

4月號  
APR.

# 農產運銷報導



他山之石，  
尋找農產運銷新思維

01 CHAPTER  
主題企劃／  
他山之石  
尋找農產運銷新思維

04 CHAPTER  
市場大小事／  
拍賣員的工作之道  
是人情世故

05 CHAPTER  
專欄食譜／  
鳳梨鮮蔬花枝蝦堡

06 CHAPTER  
公司要聞／  
行情報導

07 CHAPTER  
蔬果分級包裝介紹／  
甜豌豆

## 他山之石，尋找農產運銷新思維

為配合臺北市政府第一果菜批發市場改建計畫，北農自新市場佈局規劃、中繼市場拆遷配合市府腳步推行至今。第一果菜批發市場作為大臺北地區最主要果菜集散地，具有指標性與代表性的地位與影響力。為了健全未來市場的營運與管理，北農改建團隊遠赴日本考察與學習，借鏡他山之石，導入市場經營新思維，找尋通路銷售新作法，為市場的未來開拓更多可能性。



大田市場分貨場，直接將貨物商品定位到貨車上，維持交通動線順暢。



大田市場明亮通風，貨物以棧板排列，堆疊整齊。



拍賣現場提早將不同品規的樣品擺放出來，供承銷人檢視貨件。

### 大田市場 現代化批發市場的標竿

東京共有11處中央批發市場，其中9處有蔬果批發業務，而其中大田市場為東京第一大青果市場，於1989年開始啟用，佔地38.6公頃，大約8個東京巨蛋的面積，是具現代化設備且佔地廣闊的批發市場，佔整個中央市場的交易額約40%，並以蔬果交易量為最大宗。大田市場主要採行預約交易，拍賣交易模式大約只佔市場交易量10%以下，並以樣品方式拍賣為主。

#### ◆ 見學重點 ◆

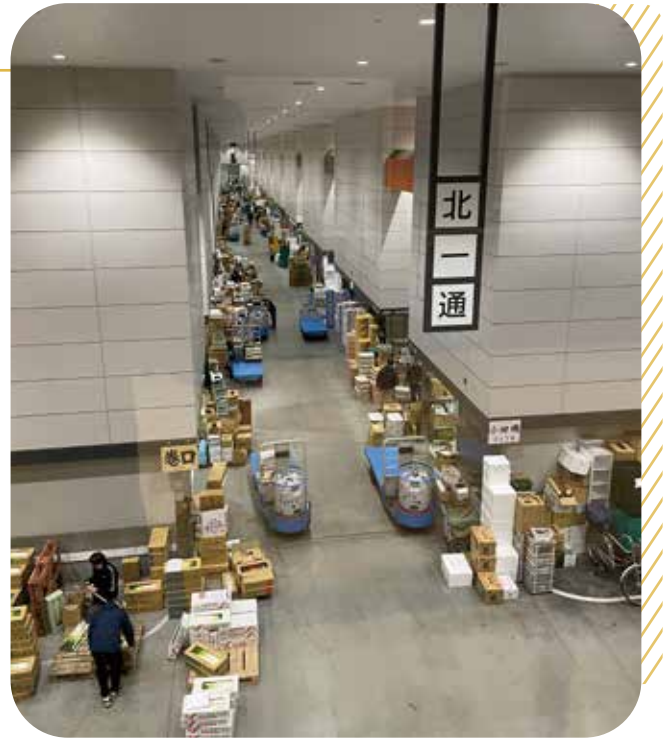
- ◆ 空間規劃完善：於34年前建置時，已著重挑高設計增加空氣流通，場內通風良好、光線充足，環境整潔有序。
- ◆ 設置冷鏈設備：為了維持貨物自產地到消費端品質，在三年的疫情期間，東京青果陸續建置近千坪的低溫卸貨區。
- ◆ 完善食農教育：初建時，即相當重視各界參訪見學，因此設置空中廊道連接各區、規劃參訪動線，讓參訪團體了解農產品批發市場的運作與機制。
- ◆ 貨運輸送：果菜以固定樣式的紙箱包裝，整齊堆疊於棧板，避免農產品碰撞損壞，棧板化、規格化加上動線規劃完善，省時又省力。以電動式搬運車、堆高機搬運貨運，不僅效率高，也可以避免車輛廢氣的問題。

## 豐洲市場 全方位發展的批發市場

1935年啟用至今，擁有80多年歷史的「築地市場」於2018年10月搬遷到新址「豐洲市場」，總面積約40.7公頃，為日本首座封閉型溫控且唯一經FSSC(食品安全管理系統)認證的批發市場。豐洲市場也是東京第二大青果市場，豐洲市場包含三棟主要建築，分別為水產批發大樓、水產批發賣場大樓及青果大樓，並另設管理大樓。青果大樓為一棟三層樓的建築，面積約12.8公頃。

### ◆ 見學重點 ◆

- ◆ 因應各種需求的設施：為配合產地及承銷商的各種需求，設有加工、分裝等設備，冷藏庫可供租用，4樓物流中心可作運輸中繼據點。樓頂設有太陽能發電及綠化廣場，可降低熱島效應，節省能源。規劃之初，東京都政府及設計單位與批發業者充分溝通，回應業者需求，並定期辦理會議持續協調，頗受承銷人肯定。
- ◆ 確保商品品質與衛生：利用封閉性設施的特點，維持場內低溫，減少外部汙染及高溫影響。抑制外部空氣，即可減少昆蟲與灰塵進入，確保環境衛生。室內採用電動車及棧板作業，均為電動或瓦斯驅動，不會排放廢氣及製造噪音。
- ◆ 自動化冷鏈設備：設有現代化之自動立體低溫倉庫，能提升倉儲空間使用率，透過電腦系統將貨品於1、3樓層輸送。共可儲放992個棧板，空間利用最大化，物流系統相當高效率。
- ◆ 設置新品介紹空間：Fresh Labo做為新品介紹、試吃或料理展示的推介空間，免費提供給供應者使用，需要者可向市場申請。這裡推廣對象是承銷人，特別是新品或特殊品項，透過推介讓中間承銷商對產品更了解。
- ◆ 食農教育規劃完善：豐洲市場設有專門介紹食農教育的空間，介紹食農教育知識、批發市場運作與歷史，規劃完善、內容豐富。



豐洲市場規劃完善，批發、分裝、包裝及加工完整的空間規劃，功能齊備。



Fresh Labo做為新品介紹、試吃或料理展示的推介空間，提供給供應者使用。



豐洲市場設有專區介紹食農教育及市場的歷史發展。



JA大阪農產物直売所與道的駅結合，利用廣大停車場供大家休憩活動。

## JA大阪農產物直売所

產地直銷的農產專賣店



商店內設有蔬果介紹，清楚地介紹各項農產品細節及料理方法，供消費者參考。

### ◆ 見學重點 ◆

- ◆ 成為產地自銷的平台：JA大阪農產物直売所類似臺灣農會所經營的農會超市，但是由農民直接組成，採抽成直銷方式經營，由農民訂定售價，形成賣方市場，再透過直売所販售。
- ◆ 與消費者產生連結：為促進生產者與消費者之連結，商店內每樣蔬果皆有告示牌，清楚介紹農產品細節及料理建議，提供消費者參考。
- ◆ 生產溯源：直売所內介紹農友生產作物的種植典故與相關資訊，對於每位農友生產的農產品，透過微笑與自信滿滿的照片，向消費者傳遞農友們無比的榮譽感，同時落實生產溯源與實名制度。
- ◆ 擴大效益：「道の駅」是設置於公路旁的休息站，具有休憩與觀光的綜合功能，為近鄉農民帶來提升收入的機會。JA大阪農產直売所與「道の駅」結合，吸引旅途中的消費客群，藉由觀光消費拓展其他的銷售管道，帶動地方經濟。



直売所內的農民照片介紹牆，介紹農友生產作物的種植典故與相關資訊，向消費者分享農友的故事。

# 拍賣員的工作之道是人情世故

——市場水果組 吳志亮 組長

文：林珮芸

凌晨兩個小時的拍賣作業，靠的是拍賣前的準備，與拍賣後的檢討與溝通。38年的拍賣人生，吳志亮組長站在產地與承銷人中間，堅定做好公正平台，不僅堅持為農民守護心血，也傳承北農拍賣的職人精神。

「我們是鄉下孩子出生，比較能吃苦。」已經在北農工作38年的吳志亮組長，退伍畢業後入職，從理貨員開始做起，做過很長時間的備用拍賣員，總是臨時上陣遞補拍賣員的角色。五花八門的蔬果種類，什麼都要懂一點，對吳組長來說，短短的兩小時拍賣，精華在於事前和事後的準備。



在拍賣場工作將近40年的吳組長對水果瞭若指掌，看貨的秘訣來自長年的經驗，與從不懈怠的投入。

「每天拍賣前，我會很用心地了解信息和裁價，盡可能全面布局好，讓拍賣過程順利。拍賣員比生意人難做，後者只需要獲利，但前者需要考量生產者利潤，也需要顧及到承銷人的利潤。」事後的檢討也很重要，拍賣後開會探討問題，做為下一次進步的基石。

吳組長認為北農是一個難得可貴的平台，兼顧產地和市場的需求，拍賣工作背後是道不盡的人情世故，拍賣員最重要的是維持一個平衡點，若是能夠做的好，不僅能夠守住農民的心血，也能滿足市場需求。多年下來，吳組長走遍產地，與農友交心互動，全臺各地的產地好友是他最珍惜的收穫。

果菜市場是辛苦的工作職場，環境嚴峻，最終能留下來的年輕人不多，吳志亮就是當年那位對工作保持高度熱情的青年，伴隨公司一步步走到今日。面臨即將退休，他心中有個小擔憂，就是傳承問題，如何將一生賣貨的經驗傳承給下一代，或許是迫切的課題。

農業是一個快不得的產業，蔬果經過一定的過程生長、茁壯，如同每一位專業的工作者，耐心、堅持、合適的環境，都需要時間的積累。時間是禮物，回饋你滿滿豐碩的果實。「面對即將退休，我可能會很不適應，從高強度的工作一下子鬆弛下來，也是一個問題。」吳志亮苦笑說。

長時間夜勤工作，多虧有了家人的理解，然而個人的社交圈卻斷了聯繫，人生將走進下半場的吳志亮，希望在退休之後能夠重新拾回和同齡朋友間的情誼，一起喝喝茶、爬爬山，享受一下片刻的自在。

北農是吳志亮心中的家，身為真正的北農人，日日夜夜與果菜市場的一景一物朝夕相處，見證市場的成長與革新，在吳志亮身上，早已展現了「傳承」的精神。



每日的勤前點名，組長、小組長對各位拍賣人員叮嚀、囑咐，這一天也為拍賣全力以赴。

# 今夏絕不能錯過！ 鳳梨鮮蔬花枝蝦堡

料理作家/ Boya Lee

2個大漢堡份量 | 料理時間約20分鐘



## ◆ 材料 ◆

### 北農嚴選食材：

- 【北農嚴選】產銷履歷鳳梨.....1/2顆(去皮，輪切約1公分厚度)  
【北農嚴選】有機猴頭菇.....1顆(切厚片)  
【北農嚴選】櫛瓜.....1條(刨長條)  
【北農嚴選】有機綠寶石萵苣.....適量  
【澎湖縣農會】花枝蝦卷.....6-8條(無需解凍)

### 其他食材：

- 紅洋蔥.....1/3顆(刨絲)  
起司片.....4片  
漢堡麵包.....2個(攔腰對切)  
塔塔醬.....適量  
橄欖油.....適量



### 作法：

- ① 取「波浪狀」烤盤或平底鍋，薄刷一層橄欖油，將漢堡麵包切口朝下加熱，煎至表面金黃上色，備用。
- ② 陸續將花枝蝦卷煎熟，鳳梨表面炙燒上色，猴頭菇、櫛瓜煎軟，備用。
- ③ 由下至上，依序將食材組合成漢堡。漢堡麵包底層抹一層塔塔醬後，依序疊上綠寶石萵苣、鳳梨厚片、紅洋蔥絲、猴頭菇、起司片、花枝蝦卷、起司片、櫛瓜、生菜、鳳梨厚片，再抹上一層塔塔醬，蓋上漢堡麵包即可。

### Tips：

- 1.鳳梨炙燒時間無需過久，只要將「單面」上色焦糖化即可，同時保留鳳梨「水果」口感。
- 2.漢堡麵包中間的食材組成與厚度，可依照實際食量做增減調整。
- 3.生菜葉可以方便取得的各種生菜葉替代。

### 3.4 金鑽鳳梨試吃推廣活動

第一、二市場金鑽鳳梨試吃推廣活動，由嘉利果菜生產合作社及峰翔果菜生產合作社帶來屏東鳳梨，把在地、新鮮、營養的臺灣鳳梨介紹給大家，當日分享近萬份的鳳梨好滋味！



### 3.17 北農用心把關學童校園午餐供應鏈

為提升校園午餐有機蔬果供應品質及多樣性，北農參訪北市校園午餐截切供應單位「良朋農產有限公司」新設截切廠，瞭解有機截切供應鏈之完整性及新增品項之準備進程。



### 3.10 北農深入鳳梨產地

北農總經理率領市場幹部至嘉義嘉利、打貓果菜生產合作社；高雄青山、冠瀧果菜生產合作社；屏東南豐果菜生產合作社，瞭解產地情況，期待臺灣鳳梨在國、內外市場熱銷。



### 3.24 柬埔寨馬德望省商會參訪團蒞臨參訪

柬埔寨馬德望省商會由Mr.Phou主席及德普文教協會侯禮仁執行長率團一行26人蒞臨第二果菜批發市場。本次交流開啟對話窗口，期待未來有更多機會交流北農經驗和成果。



### 3.17 國立嘉義大學農場管理進修班蒞臨參訪

國立嘉義大學農場管理進修班一行41人，蒞臨第二果菜批發市場參觀，座談交流現場提問踴躍，透過參訪讓這些擁有專業生產知識的學生，深入了解產業消費市場實際執行情形。



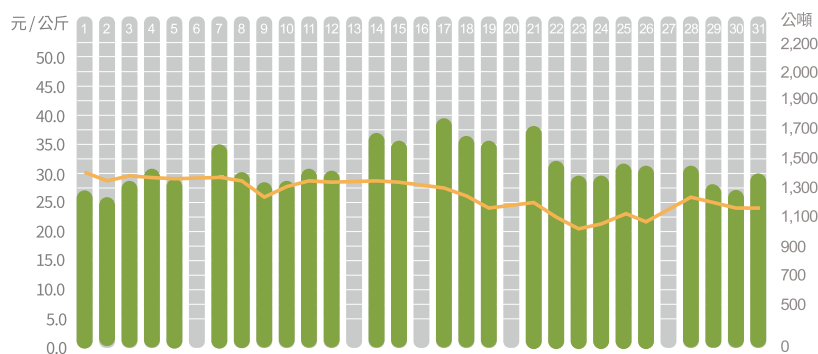
### 3.31 臺灣鳳梨行銷日本仙台市中央批發市場

為打開日本東北鳳梨外銷通路，北農透過宮城縣知事、議長及議員等協助，成功出口20呎海運貨櫃至仙台市中央批發市場。各大承銷商熱烈參與，臺灣鳳梨大受歡迎、好評不斷。



## 3月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

元/公斤 公噸



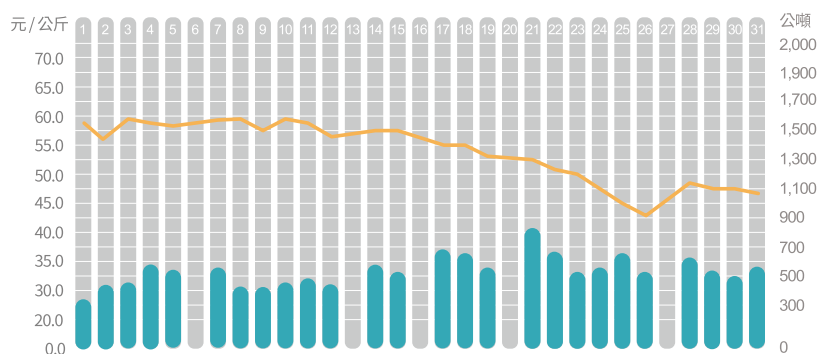
文.業務部

## 3月份蔬菜行情分析

本月份平均成交量為1,467公噸，與2月份每日平均成交量1,404公噸比較，增加63公噸，漲幅4.49%；平均批發價格為每公斤26.6元，較上月份之30.1元減少3.5元，跌幅11.62%。近期因產區氣候暖和葉菜類生產情形快速，短期葉菜類如蚵白菜、油麥菜等產量豐沛，致市場供應量大增，又夏季菜種產量逐漸提升，加上平地甘藍產能過剩影響銷售價格，整體量價呈量增價跌趨勢。4月份起各菜種進入產地與產季交替階段，惟甘藍及短葉菜類產量預估仍為偏多，籲請四大農民團體注意到貨品質，並依市況分散供貨，宣導安全用藥以維護品牌信譽。

## 3月水果日成交量、平均價曲線圖

元/公斤 公噸



## 3月份水果行情分析

本月平均成交量544公噸，與2月份每日平均成交量465公噸比較，增加79公噸，增幅達16.99%；平均批發價格為每公斤53.5元，較上2月份之52.7元，增加0.8元，增幅達1.51%。2月份屬農曆春節過後，再加上受幾波寒流來襲，影響整體進貨數量，本月份天氣好轉，除季節性水果如椪柑、棗子量減外，餘當令大宗果品如鳳梨、西瓜、木瓜、番石榴等均增量供應，以致日均量較上月增加，平均批發價格則受市場需求影響，行情上漲，故本月較上月平均呈量價齊揚趨。4月份進入水果盛產期，若氣候持續穩定，預估清明節前水果需求將預期增加，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)

甜豌豆是豌豆改良的品種。豌豆原產於亞洲西南部或歐洲一帶，相傳由荷蘭人引入臺灣，故又名荷蘭豆。在臺灣是一種重要的冬季蔬菜，其用途繁多，頗富經濟價值，除供作綠肥、飼料及糕餅等食品加工原料外，其嫩莢、嫩梢、青豆及豆芽均可當作蔬菜。蔬菜用豌豆之品種依用途之不同，可分為嫩莢用、嫩豆用、甜豆用、葉用及豆芽用等五種類型。在臺灣上述各類型均有栽培，其產區主要集中在中部地區。(資料來源：臺中區農業改良場)

## 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 |



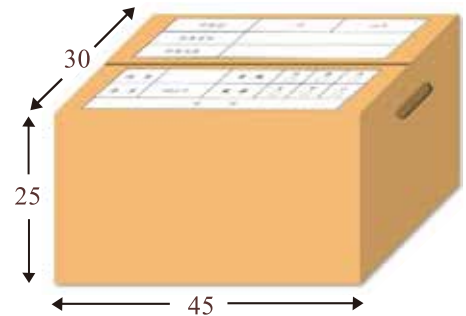
## 包裝規格：

- 八號箱，45x30x25公分，長寬可內縮微調1~2公分，每箱10公斤，適合以每層8箱排列於1210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：

(集貨過程應避免人為、機械或其他傷害)

- 修整時，去除不良豆莢。
- 修整後，選別分級須按相同品種、等級及大小規格進行區分。
- 組立包裝紙箱，確認封合處平整對齊，並確認透氣孔功能。
- 按相同品種、等級、大小規格，排放於箱內，疊放高度以不超過紙箱高度為原則。
- 裝箱時，需紮實，避免因搖晃及碰撞造成擦壓傷害，封箱時不得使用封箱釘。
- 箱上市場別、供應單位(人)、供應代號、品名、等級、規格、淨重及件數等標示，須填寫完備清楚。



| 市場別  | 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 翁震忻  
 編輯 企劃部  
 本期圖片 企劃部  
 設計 蕭采芹  
 印刷 傳暢國際事業有限公司  
 出刊日期 2023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  
<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