

李榮雲：

推行果菜分級包裝的途徑

級與精美的包裝，確實具有實質的經濟利益，買方未能按產品高低等級，支付明顯不同的價格，農民



推行果菜分級包裝，為政府改進農產運銷重要措施之一，目的在簡化運銷過程，建立良好交易秩序，使生產者能將產品售得較高價格，運銷商可按市場需要分配產品，消費者可買到合適產品，是符合各方需求的作業，推行起來理應事半功倍，可是事情並未如此。

又有人認為（尤在果菜公司成立後），分級包裝最為重要，只要做好分級包裝，即可做好果菜運銷，但事實亦非如此。

近年來，政府輔導農會及市場辦理果菜分級包裝不遺餘力，雖然效果未能令人滿意，可是在產地市場，到處可看到農民將產品分級包裝出售。這表示，分級包裝的觀念，對多數農民已具潛移默化的效果。

茲將目前政府推行果菜分級包裝的情形、遭遇困難原因，及今後改進方向，作一簡略說明。

60年開始推行

本省自民國六十年起，首先輔導產地市場，包括員林、永靖、溪湖、埔里、竹山及台中分場等單位，推行果菜分級包裝，並開始調動各市場技術人員，籌組蔬菜分級包裝推行小組，將這些技術人員加以分級包裝技能訓練，作為基幹，再展開指導轄區菜農及運銷商辦理果菜分級包裝。

翌（六十一）年又將小組的參加單位，推展到各消費地市場，包括斗六、南投、台中、台南等地區，俾使產地與消費地的分級包裝工作聯繫起來，藉以加速全面推展工作。

目前小組的成員已擴展為台中等十七個產地及

消費地市場，除定期（每三個月一次）開會檢討各項分級包裝改進措施外，每年並由市場提撥部分盈餘金，協助推行分級包裝有關事項。

另一方面，政府於民國六十二年六月間，輔導各級農會辦理蔬菜共同運銷，供應華江市場。當時很多參加共同運銷的農民，對於分級包裝的知識非常貧乏，首先借助於前述各市場中的分級包裝技術人員，協助並教導各地農會推廣或供銷部的工作人員如何推行此項工作，而後再由這批工作人員指導轄區農民辦理果菜分級包裝。

本省透過各地市場及農會推行果菜分級包裝，是以如何使農民得到最高收益為前提，再考慮消費市場的需要而辦理，不流於形式。主要工作有下列五項：

- (1) 舉辦果菜分級包裝講習及觀摩，促進農民對分級包裝的了解，增進分級包裝的技能。
- (2) 編訂「台灣區內銷果菜分級包裝暫行標準」，將主要蔬菜三十種，青果五種，依照產品品質，分別制定等級規格標準，一方面提供農民團體作為指導農民分級包裝的參考，一方面作為農民執行分級包裝的依據。
- (3) 拍製主要蔬菜分級規格標準的幻燈片與照片，提供教育農民之用，使對各種蔬菜分級的實物形態，能一目了然，俾利辦理分級包裝工作。
- (4) 酌情補助農民分級包裝容器，爭取農民辦理分級包裝作業的合作。
- (5) 研究改進蔬菜分級包裝所需容器。

遭遇困難原因

分級包裝隨着政府的協助與輔導，加上產、運、銷業者合作，各地果菜市場的交易秩序，顯然已經逐漸改善，只是成效尚不夠理想，主要由於社會經濟尚未成長到，使產銷雙方都認為，澈底的分

未蒙分級包裝後的直接比較利益，加以各消費地市場每天龐大的流量中，經指導分級包裝的產品，數量有限，例如每天台灣區果菜運銷公司四、五百噸進貨量中，農會共同運銷的產品只占一〇%左右，對整體市場產品的分級包裝績效，顯然不能發揮影響力。

茲將推行上主要困難原因，分析如下：

(1) 分級包裝的產品，並未隨勞務的增加，獲得合理的報酬。

產地農民在農村勞力普遍缺乏的情況下，耗費時間與精力，執行產品的分級包裝，主要目的，乃希望優良的產品，能賣到較佳的價格。

但是，大規模市場的拍賣作業，為求快速起見，時常將多件不同等級的產品，混合一起拍賣，尤以台灣區果菜運銷公司為然，所以售價常與分級嚴密與否無關，自然引不起農民對分級包裝的興趣。

(2) 農民執行分級技術與觀點不同，造成品質上的差異。

目前台灣果菜的等級，除柑桔外全部採用人工辦理，只憑個人的直覺來決定。這種方法，非常主觀，因為果菜品質差異很大，優劣範圍亦廣，各地農民所持觀點很難一致，難免造成成品級上的差異。

(3) 部分農民缺乏分級包裝的觀念。

有些生產者對分級標準認識不夠，無法執行澈底。更有少數投機農民，故意將劣質品摻入優良品中出售，殊不知如此做法，驟騙承銷人，使買方對分級包裝失去信心，無法依照等級差別支付不同的價格，買賣雙方因果循環，阻碍分級包裝的推行。

(4) 分級包裝後的產品，在運輸過程中，品質發生變異。

果菜容易腐爛，農民雖已在產地執行分級包裝，可是產品運抵消費市場時，未必全能保持品質完好如初。這種運輸途中的擦損與變壞，往往被誤會為分級不夠澈底。

(5) 農民擔心，嚴密分級後的次級產品，無法出售。

農民將優良產品分級後，時常無法出售到理想的價格，加上淘汰出來的次貨，除非不能消費的就地處理外，要想出售，則甚困難，造成農民的額外損失。倒不如優劣混在一起出售，省時省事。

(6) 消費水準與運銷成本的問題。

一般果菜的內在價值都很低，採取嚴密分級或精美包裝，使分級包裝費用在運銷成本中所占比率升高，農民收入降低。又由於經濟原因，台灣果菜利用紙箱包裝尚有困難。

今後改進方向

(1) 市場方面

市場是銷售者與消費者匯聚的場所，主要運銷作業均在市場進行，所以市場所處地位很重要。

① 改善消費市場的拍賣作業：

這點以台灣區果菜運銷公司的問題特別嚴重。該公司每天蔬菜的進貨量，夏季淡產期約四、五百噸，冬季盛產期近千噸，加上青果每天平均都在四、五百噸以上，而公司的拍賣人員有限，在鉅量工作壓力下，為求拍賣作業迅速完成，難免草率行事，往往是五、十件不同等級的產品一起拍賣，以迎

合那些大戶承銷人的胃口。解決之道：

• 不同等級產品逐一拍賣，以增加分級包裝的價差。

• 適切放寬承銷人登記標準，鼓勵並協助零售商登記為承銷人，使能直接參與拍賣。

② 市場嚴格執行分級包裝定置交易制度：

由市場（或果菜公司）試辦「未分級包裝產品，不得入場交易」的制度，這點以目前各地果菜市場，或由於場地狹窄，或由於地處偏僻，場外交易之風已甚盛行，倘立即實施未分級包裝產品不得入場交易，勢必助長場外交易之風，所以宜先宣導各地供應人，使對分級包裝有了新觀念之後，再規定自某一時期開始實施。

實施以後，每件進場交易的产品，必須嚴格分級包裝並經抽檢合格，方准入場交易，否則，先設「分級包裝場」，不合規定的果菜，一律指導先進入「分級包裝場」辦理分級包裝，再准入場。

(2) 農會方面

農會在為農民服務的原則下，可雇用分級包裝技術人員，運用推廣教育系統，透過農事小組基層單位，把分級包裝的觀念與技術灌輸給每一位農民，尤其對於那些參加農會共同運銷者，指導辦好分級包裝，帶頭示範，才能發揮效果。

① 參加農會共同運銷的果菜，一定先送到指定的集貨場，再辦理分級包裝：因為目前農會聘雇的分級包裝指導人員有限，不能逐一個別輔導，而仍有部分農會將包裝容器發交個別農民，自行帶回家在園地分級包裝，然後運送集貨場託運而已，分級良否，農會人員很少過問，致使小部分農民有機可乘，良莠不分，反正目前共同運銷產品，都採個別計價，不致影響其他的農民。這是共同運銷分級包裝不能執行徹底的主因。

② 農會應訓練合格的分級包裝人員，在辦理共同運銷期間，駐在集貨場，統一執行分級包裝作業，農民只要將產品運至集貨場，即交由農會技術人員辦理分級包裝，如此，必能貫徹分級包裝作業，又可減少個別農民分級時品質上的差異。但推行此法，應配合共同計價。

(3) 農會與市場應共同舉辦事項

牽涉一般性的改進措施，農會與市場雙方均應同時加強辦理，以加速達成分級包裝的效果。

① 舉辦農民分級包裝觀摩講習教育：利用觀摩講習會方式，邀請有經驗的果菜分級包裝學者專家，或資深技術人員，講解分級包裝的理論、重要性、推行方法及實際示範操作，同時，為鼓勵農民踴躍參加，防止場面清淡，可酌發紀念品，會中並安排彼此交換意見的時間，以充實分級包裝觀念。

② 分級包裝應指派專人專責辦理：目前很多市場或農會辦理分級包裝工作人員，均屬兼辦性質，主要業務是負責其他雜項行政工作，已有自顧不暇之感，實無法分心辦理分級包裝，足見此種市場或農會，只為應付上級規定，徒具形式而辦理。今後為切實貫徹執行，並使工作人員具有高度的熱忱與興趣，應指派專人專責辦理，以集中精力執行，不再有關牽連的作風。

③ 農會與市場每年設置分級包裝績優獎金，獎勵農會或市場的工作人員以及殷實推行的農民，以資倡導分級包裝工作，並收鼓舞之效。

(4) 有待政府加強輔導的事項

① 研究改善分級包裝材料及容器：包括容器的耐用程度、大小規格，務必使設計改良後的容器，不但能在運輸途中減少果菜損耗到最低程度，又能符合美觀、衛生條件。

② 繼續研訂各種果菜分級規格標準：制訂品質等級時，應顧及一般生產者的生產技術，不能定得太過嚴苛，以致無法生產所規定的品級，且分級時須將各級等別差異盡量分清，不宜過分零細，導致執行時無所適從，亦不宜過分粗放，每一等級包括很多品質的產品，又失去分級的意義。

③ 運用報章雜誌與傳播媒介，廣作宣傳：報導分級包裝的重要性，藉以引起全體農民及運銷商的注意，或洽請各種農業雜誌，舉辦分級包裝徵文，鼓勵有關業者，就所面臨困難問題與辦理心得，提出實際經驗，或由有關單位舉辦座談會，邀請專家學者參與討論，亦有助於分級包裝觀念的啓迪與交換，促進業務順利推行。

認識樹種答案

本刊上期有獎認識樹種的正確答案是：

- | | |
|--------|--------|
| ① 黃金椰子 | ② 親王椰子 |
| ③ 桉 | ④ 菩提樹 |
| ⑤ 黑松 | ⑥ 榕樹 |
| ⑦ 馬尾松 | ⑧ 檸檬桉 |
| ⑨ 龍柏 | ⑩ 柳杉 |

全部答對的，將於近日內寄贈紀念獎品一件。