

果菜產銷要密切配合！

江宗傑



果菜市場

果菜為民生必需品，但是人們對這些果菜，從收成之後，如何轉移到零售市場內，這些過程和手續，大家似乎都不太清楚。

價，因此就有同一種果菜，價格時常不同的現象。

如果市況不好時，果菜易腐的特性，將隨同時間，在不斷地變質和貶值，因此果菜產品在流通的過程中，要愈快愈好。

● 氣候影响生產 ●

先從生產方面談起，目前在市面上常見的蔬菜有90餘種，水果有40餘種。這些果菜在栽種過程中，如遇乾旱或颶風侵襲，果菜摧殘，產量減少，洪水使河床沙地的瓜果蔬菜流失。

果菜是露天生產的作物，當投入生產之後，就很難憑人力作機動的調整或改變。價格高時無法再投入，讓它多生產一些。價格跌落時，也無法減產，只能隨它自然成長，最後供應市場。

台灣氣候適合冬季蔬菜的生產，所以產量多，價格低。夏季氣溫高，雨量多，各種災害與病虫害頻繁，所以產量少、成本高。這是在生產過程中，受氣候、季節影响，而導致產量變動。

● 易腐不耐貯藏 ●

果菜大都屬粗重性，容易腐爛，不耐貯藏。同時種類多，差別大，不容易規格化。同一種果菜就有很多品種，即使同一耕地的產品，也會參差不齊，各不相同，因此分級和包裝就比較困難。並且果菜極為脆弱，在包裝、運輸過程中，稍不注意就會受到損傷。所以在交易時，很難憑樣品交易，需個別逐件看貨出

● 中間運銷很重要 ●

生產和消費兩邊的人數非常多而且分散，所以中間運銷服務的工作非常重要。從生產面的分散狀況來看，全省80餘萬多農戶中，耕地面積在0.5公頃以下者佔 $\frac{1}{3}$ ，屬小農型態。每一農家所生產的水果和蔬菜



蔬菜買賣

，產量有限，既沒時間沿街兜售，又不足以構成一個運銷單位，以整台卡車運送到消費地批發出售。

生產者不能直接銷售給消費者，消費者也沒有時間到生產地去購買水果和蔬菜。在這種情形下，自需一批人在產地從事集貨、包裝、運送到市區，經過批發，然後零售到消費者手上。

這種連接生產者和消費者的運銷功能，由於運銷商的介入，一方面使通路暢通，提高商品價值，一方面也因此發生各運銷階段的價差。

● 價差無法避免 ●

果菜在運銷的過程，既需要中間運銷商的介入，使果菜的商品價值提高，當然也需要附加運銷費用，於是產生各階段的價差。最明顯的，大部份蔬菜在產地生產出來時，與銷售給消費者時，並不是相等的產品。

例如甘藍、大白菜在出貨時都留有外葉（保護之用）。這種保護外葉，每經過一次整理或交易，都要剝去一、二葉，自起運到最後零售為止。重量損失約三成以上。再加上運輸途中水份蒸發、失重、壓傷等，所以產地的價格與零售的價格，由於貨品不一樣，價格當然也不同。

一般消費者，總認為批發後即可零批、零售到消費者手中。其實批發與零售之間，還是需要運銷費用。每一層次還是需要拆件、調理、搬運，以及殘貨的貶值廉售乃至廢棄。這些都要增加運銷成本和費用。

另外在零售階段，因為零售攤販多，經營規模小，每一零售商銷售數量有限，不能薄利多銷。為了維持一定的利潤，以及營業上的費用，必須在成本上加

固定利潤，於是規模愈小，價格相差愈大。

價差大並不表示運銷效率差，農民分得比率降低的原因，是消費者對食物的品質，及服務的要求，不斷提高，因而增大運銷成本。

● 消費導向生產 ●

目前果菜產銷主要的癥結，主要還是生產和消費兩者的型態不能配合。這種缺乏完整產銷計畫的生產，供需不能均衡，價格自然無法穩定。對生產者、消費者，雙方都得不到合理價格的保障。要解決這種現象，必須做到消費導向計畫生產。

首先消費和生產雙方須詳細調查，再參酌各地區的土壤、氣候，適時適地分配農友種植的面積和種類。還須農民的意願，配合與長期推動才能收效。

運銷通路：集貨階段要擴大共同運銷的出貨能量，成為貨源主流，以逐漸取代販運商的職能。

分貨：要擴大業者的經營規模，使業者能薄利多銷。

縮短價差：必須自加強農民教育着手，灌輸運銷觀念，確實而徹底做好分級包裝，減少損耗，提高商品價值。

調節供需：必須全盤考慮，全省各地批發市場要加強連繫、連鎖經營、統籌調配，如此才能收效。

● 一點一滴做起 ●

果菜產銷工作，牽涉範圍甚廣，運銷過程至為複雜。例如農民的生產意願，土地的分配與利用，作物栽培與管理，就關係到農政機關的職責。又如出貨時的集貨、包裝、運輸等又關係到農民團體、產地市場、販賣商人及運輸業者。再如消費地的批發作業，又關係到地方政府、市場管理人員、承銷人、零售業者。

因此要達到理想的、有秩序的運銷，在時間上，必須鍥而不捨的長期推動，從一點一滴做起。在空間上，必須各有權參與輔導辦理的單位和人員，共同携手、緊密合作，各就權責範圍內配合執行，發揮整體力量。同時在制度上，更有賴政府的領導與政策的支持，才能有顯著的進步。希望在不久的將來，我們農產品的產銷，也能像工業產品一樣，達到已開發國家的水準。



參加共同運銷分級包裝