

# 農產品直銷 農友收益加倍

## 但不可忽視產品的信譽

有越來越多的農友，願以直銷方式供應蔬果；根據統計，供應直銷的農友，不論蔬菜或水果，都可得到比賣給中盤商較多的利潤。這種成果，一則為喜，一則為憂；喜的是，農友已由良好的銷售管道，獲得合理的利潤，同時為推動農產品零售現代化，也因此有了初步的成效；憂慮的是，在直銷的農產品中，供貨的規格等級，卻還不一致，而產地農會，若不速謀改善，誠實供貨，則會斷送自己的銷路。

另外，農委會更為了使農友了解銷售市場之經營方式，曾多次安排辦理直接運銷之農民團體代表，赴消費地參觀超級市場等場所，實際了解現代化零售業發展之趨勢，以及消費者對產品的要求水準，俾能在生產及產品處理上作適當的配合。

最近在報章、雜誌及許多場合，都可以看到或聽到「直銷」這兩個字；到底「直銷」是什麼意思呢？簡單說，直銷就是指生產者將產品直接出售給消費者，不須經過任何的中間商。

### 推行直銷經營的因素

傳統的農產品運銷，大多是經由批發市場為主要的運銷通路。但是目前台灣地區，大多數大消費地的果菜批發市場和魚市場的場地，已無法滿足當地人口日漸增加的需要；場地狹小，就無法建立合理的作業流程與拍賣制度，以致價格形成不夠公開化、合理化。

又由於絕大多數果菜批發市場的果菜承銷人，在農產品市場交易法實施以前，就已經以供銷一體的方式在市場交易；交易法實施後，批發市場的經營主體擔心承銷人離開市場做場外交易，因此對供銷一體的違法情形不予切實處理，直轄市及縣市政府也不予

嚴格處罰，造成果菜批發市場的經營管理和交易制度不良，致共同運銷的數量和佔有率無法提高，農民所獲得的價格也因市場運作受供銷一體者的控制而偏低。

加上台灣地狹人稠，謀職不易，很多沒有一技之長的人就從事農產品零售的工作，目前80%以上的生鮮農產品都還在傳統式的零售市場、巷口或路邊的零售攤位販售。由於零售商的數目太多，以致每一個零售商每天出售的果菜或魚、肉類的數量相對都很少，每個攤位每天又要賺取1、2千元才能夠維持起碼的生活，因此造成零售商所賺取的利潤太高，相對的，農漁民的收益就顯得偏低。

為了改進前面所提到的種種問題，行政院農業委員會（以下簡稱農委會）自74年度開始推動「促進農產品直接供應與零售現代化」計畫，著手建立直接運銷的管道。

### 達到運銷價差的縮減

農委會所推展的直接運銷仍為共同運銷



農產品直銷，不論蔬菜或水果，農友都可獲得較高的利潤。(黃木蘭攝)

方式的一種，與傳統共同運銷不同的地方，在於直接運銷是由農民或農民團體將農產品直接供應零售業者或零售業連鎖的包裝處理配送中心，不需要經過批發交易的階段，以減少運銷層次，中間費用，達到縮減運銷價差之目的，使生產者與消費者都能受惠。而且，只有採取這種方式，才能有較大的運銷數量，但是直接運銷不可能完全取代傳統運銷流程，只能藉著這種競爭刺激運銷商提高效率。

### 要具備什麼條件？

由於農產品零售現代化及直接運銷是以超級市場或農產品包裝處理配送中心為對象，因此必須有以下相關的配合條件。

#### 1.現代化超級市場以及相關食品服務業之發展：

由於傳統零售市場內單一攤商規模過小，各項產品每日銷售量有限，因此以超級市場或相關之食品服務業為直接運銷的供應目標，亦即超級市場的蓬勃發展是直接運銷興起的先決條件。

#### 2.各連鎖店與農產品包裝處理配送中心之成立：

一家超級市場的生鮮產品銷售量雖然較傳統零售市場的單一攤商為多，但仍然有限，為降低直接運銷成本，必須協助超級市場業者連鎖起來，集中進貨、處理與配送。

#### 3.輔導產地農民團體提高供應能力：

直接運銷的產品必須在數量上達到規模經濟，且能長期、穩定供貨，因此須依產地的發展潛力，建立其有特色的供應點，應依產品種類與產期作適當的調配，以迎合超級市場的需要。

#### 4.相關低溫運銷系統之配合：

直接運銷的產品必須事先經過初步處理，如蔬菜類要先去除不能吃的部份，再經清洗、預冷、包裝後配送，為使經過處理的產品能維持其鮮度、品質，必須以低溫系統運銷。

### 輔導直銷體系的建立

輔導農民團體加強農產品之直接供應和調配，重要工作如下：

#### 1.在消費地輔導設立生鮮農產品包裝處理配送中心：

輔導台北市中國青年商店公司，高雄市雄青年商店公司，嘉義市魚市場及台東縣農會等單位設置生鮮農產品包裝處理配送中心，將農民或農民團體直接運至該中心之產品，經「零售規格」之包裝處理，再配送至青年商店，超級市場銷售。

#### 2.輔導農民團體開超級市場業務：

為拓展農民團體的業務，輔導虎尾鎮及花蓮市農會將原有只銷售乾貨及日用品的購物中心擴大為兼售生鮮農產品的小型超級市場，另輔導台中、台南、嘉義、宜蘭及高雄等縣農會設立直接供應中心，輔導嘉義市魚市場、花蓮縣蔬菜運銷合作社、省農聯社、台東縣農會、台北市農會、大里鄉農會、三峽鎮農會新設超級市場。

#### 3.輔導超級市場共同向產地直接進貨：

為增加共同運銷數量，以降低運銷成本，農委會積極輔導中國青年商店公司與民間超級市場業者協調合作，直接向農民團體進貨，俾能與傳統零售業者競爭。



直銷使農友得到較高的利潤，因此農友應誠實供貨，否則自己斷送了銷路，實在可惜。(黃木蘭攝)

## 推動直銷近況

目前供應單位可分為兩大系統，一為地處大台北地區邊緣，交通便利之台北市之士林、北投區農會，台北縣之蘆洲、新莊、三重、五股等農會農民生產之網室蔬菜或清潔蔬菜直接由農民或產銷分級包裝後供應市場；另一為遠離大消費地，主要在新竹以南，如竹東、和平、石崗、中埔、梅山、東山、土庫、里港、玉井、燕巢等地農會將蔬菜、水果直接運到台北市中國青年商店公司重新整理、精選、小包裝後配送到各超級市場。

台北市士林、北投區農會日前有三個產銷班生產「安心蔬菜」，分別供應不同超級市場，以賣斷方式交給超級市場，約零售價的30%為超級市場利潤，零售價的15%做為營銷費用，其餘的55%則為農民所得。

台北縣蘆洲、三重、新莊、五股農會生產之精緻蔬菜，或賣斷，或寄賣，完全由農會自行與各超級市場之契約關係而定，如三重市農會是以賣斷方式供應，蘆洲農會則以寄賣方式，新莊農會則賣斷與寄賣兩種方式都有。賣斷方式，可參考台北市士林、北投區農會之方式訂價，至於寄賣方式，約以零售價的15%~20%為超級市場利潤，4%~5%為營銷費用，其餘為農民所得。

至於遠距離產地的大宗蔬菜，是由產地農會參照產地批發市場價格和消費地當地批發市場行情後，報價給中國青年商店公司，農民事先已知產品價格，數量則由中國青年商店公司逐日訂貨，約前2~3天訂貨，依

據各超級市場需求量酌予增減。

## 提升產區農產品的處理

由於直接供應超級市場的產品需有特色，不但項目要多、品質要好，而且必須能長期穩定供應，因此需要審慎選擇產地農民團體並組織產銷班，培養其供應能力。此外，在產品運出前，需將沒有商品價值的部份在產地處理掉，以提高商品價值，並在產地做成小包裝及完成標價，以便產品送達超級市場後，可以直接上貨架或上冷藏櫃銷售。目前，農委會已輔導中埔農會、土庫農會及里港農會充實各項運銷設備，以培養直接供應能力。

## 檢討與建議

比較傳統運銷通路與直接運銷，在成本上，直接運銷節省了進批發市場所需的管理費以及縣級農會的手續費；在價格訂定上，農民事先已知產品價格，具有彈性又較優厚，目前已逐漸為農民接受、肯定。農委會也預定逐年增加直接供應之產地農會陣容及產品項目。

但是，不可否認的，目前辦理直接運銷仍存在有不少缺點，如產地農會直接供應之產品，在規格上，未必合乎青年公司訂貨需求，在同一包裝箱內上層、中層、底層的等級不一致，最常見的，就是上層為箱面所訂規格，其他層則為次一級，甚至次二級的產品；成熟度上，過熟是常有的情形，一開箱即有陣陣「酒味」撲鼻，完全喪失銷售價值，長此以往，持續進貨相當困難，產地農會自己斷送銷路，殊為可惜。

針對前述情形，產地農會在供貨上之改善，仍應以徹底執行分級包裝為首要，消費者不願意多付買買次級品是理所當然，農民為穩定收益，誠實供貨，維護品質是最迫切需要的。 ■