

「祥安蔬菜」質好・安全可靠

介紹嘉義縣新港鄉中庄村 蔬果產銷班運作情形

嘉義縣新港鄉是名聞全省的重要蔬菜生產專業區，全鄉經重新整合輔導之蔬菜產銷班有15班之多，每一班隊均能依各作物類別和區段地理特性加強組織運作和產銷營運而有不錯的成果。而其中則以林埔隊長所領導的中庄村蔬果產銷班—即「祥安蔬菜」的組織規模最大、最健全，且其營運成果也最傲人。本文就其組織之運作情形和產銷營運成果作一介紹。

成立的宗旨是朝向「產銷一元化」

民國76年由中庄村內幾位有遠見、有理想並有滿腔服務鄉梓熱忱的留農年輕四健會員鑑於歷年來農業產銷所存在的種種不合理現象，例如農產品從生產者到達消費者手上時，往往已數易其手，致消費價格數倍於產地價格，轉手中間商在短時間內所獲均較生產者為豐，生產者及消費者兩蒙其害；欲改善此不合理現象，惟有採取直接運銷減少中間轉手剝削，並朝向「產銷一元化」生產者自主的理想目標邁進，建立農業經營的新形象。本著此一遠大目標和經營理念，遂發起籌組創立產銷班隊，期望能藉由「衆人一條心」的團隊力量來落實此一理念，經過長達3年的規劃、集資、運籌、建設和招募班隊員，終於

在民國79年6月26日正式成立中庄村蔬果產銷班，並以「祥安蔬菜」為品牌標誌開始產銷營運。

嚴密的組織體系和堅強的生產陣容

中庄村蔬果產銷班純係由實際從事農作生產的農民組織而成，班隊員本著「勤勞務實」「自立自強」「自助人助」的信念來投入蔬果的專業生產和銷售。以精緻小包裝的葉菜類為班隊主打商品，再搭配其他時令蔬果，產品多樣化頗符合超級市場需求。本產銷班班隊員有112名之多，分為核心班員23名和一般生產班員89名。核心班員即是發起籌組並出資之核心農民，並以溫網室設施栽培為主。本班隊之組織體系極為嚴密，以隊長為最高領導者，另設副隊長一名協助，均受班隊大會選出之監察小組監督。隊長之下分設生產組、包裝組、行銷組各司其職。包裝組係負責產品統一分級、訂量、分貨包裝、冷藏等作業；行銷組則負責市場聯繫、資訊管理、安全用藥測定工作，此兩組均由產銷班支薪聘僱專人專才擔任；生產組則依生產計畫專責蔬果生產工作，由全體班隊員（112名）共同參與擔任，生產組在隊長林



溫網室設施栽培



蔬菜採收清洗後，行冰鹽水預冷處理以降低田間熱，保持產品新鮮美味



溫網室設施內蔬菜生育良好

蝟直接領導下再依蔬果種類不同而分別為七個專業生產班：(一)溫網室葉菜班，由隊長林蝟兼任班長，(二)番茄班，由李靄傲任班長，(三)茶葉愛玉子班，由鍾文芳擔任班長，(四)菇類班，由溫四郎任班長，(五)破布子班，由詹德煌任班長，(六)柿子班，由鄭肇和任班長，(七)葡萄柚班，班長蔡文炫，班隊總生產面積98.7公頃，其中溫網室設施栽培7.6公頃；蔬果栽培面積91.1公頃，生產陣容相當堅強，並以多樣化的產品直銷超市為宗旨，以下的介紹係以溫網室葉菜班的作業為主題。

完善的生產設備和高效率的作業流程

「工欲善其事，必先利其器」，完善的生產設施和高效率的作業流程，已是事業成功的一半；葉菜類精緻小包裝是主打商品，為穩定產品品質和產量，以溫網室設施栽培為主，溫網室設施面積隨著業務成長亦逐年增加中。本產銷班擁有220坪集貨作業場，主要設備有冷藏庫50坪、包裝作業場50坪、辦公室及安全用藥檢驗室20坪、停車場100坪，冷藏運輸車三台，安全用藥檢驗儀器、產品處理、包裝機具



隊長林埔先生



施用有機質肥料改良土壤性質



精緻小包裝成品



祥安蔬菜品牌標誌



冷藏庫



冷藏運輸車

等設備。作業管理已電腦化，如蔬菜之量價資訊、出貨單、貨款、帳簿財務處理、價格條碼等；產品包裝處理、冷藏運輸等之作業流程，在經過多次模擬研究改進而能順暢提高效率，並降低產銷成本。目前台北市瑠公基金會以本產銷班進行物流中

心電腦網路配送作業系統之開發設置，若開發成功，則產品配售作業將更流暢和有效率。

自立自強，自助而後人助的經營信念

「祥安蔬菜」能有今日如此豐碩的成果，全靠全體班隊員「眾人一條心」，「

自立自強」「自助而後人助」的堅強信念，披荆斬棘一步一腳印的走出來的，76年籌組之初，來自鄉親老輩的阻力並不小，在純樸閉塞的農村中，已習慣於「菜土菜金」「逆來順受」任由商人減價的產銷模式；況且當時超市購物風氣未興，超市經營尚處於飄搖不定的狀態中，也動搖了長輩支援投資的信心。班隊員憑著堅強的信念和毅力來突破各種障礙，並更努力的向理想目標邁進。也幸而當時有新港鄉農會和現任嘉義縣農會四健督導郭永松先生一路陪伴、鼓勵和協助，而於79年正式成立並營運。營運初期，由於市場開拓不易，常因受制於超市打壓而賠損累累，在挫折重重的壓力下，更激發了班隊員團結一心，體認創業惟艱，得自立自強的堅強鬥志，不斷的檢討改進缺失，並堅持藉由高品質品牌消費信心的建立來突破營運困境，總算皇天不負苦心人，目前非但已轉虧為盈，並逐年在穩定成長中。

銷售遍及全省各大超市

中庄村蔬果產銷班以「祥安蔬菜」為品牌行銷成功，銷售量逐年在穩定成長中，葉菜類精緻小包裝成長情形如下：79年營運初期每日平均銷售量僅2,375包（每包250公克），至81年時達5,525包，成長134%，83年時更高達10,015包，成長率324%，年銷售額3,700多萬，銷售地區遍及全省，以台北市惠陽、惠康、遠東等大型超市為最主要銷售點，次為桃園、台中、嘉義、台南，並曾遠達澎湖縣。84年元月23日並於台中市設置直銷中心一處、一面為台中市消費者做直銷服務，一面則作

為中部銷售網之配送中心。

珍惜「祥安蔬菜」品牌信譽

本產銷班從營運之初，即堅持以「祥安蔬菜」品質良好、安全性高為品牌信譽訴求行銷全省，幾年來已讓消費者建立消費信心。為珍惜品牌信譽並回饋消費者，本產銷班隊仍以戒慎態度改善栽培設施和栽培管理技術、施用有機質肥料來提高產品品質和風味，產品採收清洗後並以冰鹽水預冷降低田間熱並作徹底的分級包裝及低溫冷藏處理，以冷藏車低溫運送確保產品新鮮美味，更值得一提的是，為確保消費者健康和消費安全，班隊員均能虛心學習並接受有關單位病虫害防治技術輔導，並堅守「安全用藥」規定，自備有安全用藥檢測儀器，由專人負責檢測工作。

樹立農業企業化經營成功典範

本產銷班組織嚴密，班隊員向心力強並有共存共榮的強烈意識，以致在產銷運作協調上相當靈活有效率，遂能奠定以「祥安蔬菜」為品牌的企業化強勢行銷成功基礎。其組織運作和營運模式已成為各產銷班隊觀摩學習典範，因此前來觀摩學習人數年逾5000人次，觀摩人潮絡繹不絕。「祥安蔬菜」的經營成功，也為日漸衰頹的農業重燃起新希望，展望未來，類此有團隊組織力量的產銷班隊才能成為農業發展的主流，也有其一元化、企業化經營模式，才能達到確實降低產銷成本，提高收益的目標。政府若能更進一步的將各作物別產銷班隊作有組織有系統的串聯促成合作，使產銷班隊之經營效益能充分發揮，則開創農業第二春將不是夢想。