

# 讓芒果風光登「陸」

邱耀瑞 疊溪果菜生產合作社理事主席

文圖 / 溫秀嬌

每年6月份，芒果開始進入盛產期，就有不少人為芒果銷路抱著頭殼發燒，這樣的戲碼今年似無重演，這或許有「邱耀瑞」這號人物出現吧？！

因為他以「疊溪果菜生產合作社」收購、並以「百仙行」出口香港，並轉中國大陸的芒果、楊桃，不論「水仙芒」、「蘋果芒」、「蜜楊桃」（比起芒果的數量較少），已以一季千餘公噸銷量登上大陸，除此而外，他還是位將美濃鎮和燕巢鄉番石榴，以「台灣芭樂」外銷加拿大高手。



香港人稱「金煌芒果」為「水仙芒」

邱耀瑞是典型農家子弟，民國48年出生於嘉義縣溪口鄉，外貌斯文，個性略為沉默，可是柔弱外表藏不住創業企圖心，有件事可證明，那就是才30歲，就利用「電機」本行自組工廠，在嘉義縣大林鎮成立「中國實味企業股份有限公司」，當起董事長。

其以真空脫水烘乾的「中國實味」蔬果脆片，剛開始以外銷歐美日本為主，後來才部份轉內銷，其產品的風光記錄，是曾連續兩年得到世界食品評鑑會金牌獎（1987、1988年），為此，讓他在民國81年時，獲經濟部與農經協會合辦頒發第一屆「金企獎」。

有段期間，在農林廳輔導下，其公

司曾與鄰近的褒忠鄉、水林鄉、溪口鄉、青果合作社等，分別做四季豆、甘薯、南瓜、香蕉的契作，農業試驗所園藝系曹幸之博士，也曾與他合作做過馬鈴薯區域試驗。

這次爲了「做青果」，他在老家（疊溪村）組了「疊溪果菜生產合作社」，當起理事主席，「在大陸跑了8、9年，再回到故鄉，認識許多朋友，感覺非常好！……」，約在民國80年起，曾試著在四川、山東、北京、廣西、福建等地做蔬果加工的他，走過千山萬水後，覺得故鄉農產品銷路常塞車，頗爲不忍，於是就「跳出來」，他這麼想：如果將台灣熱帶水果外銷香港，再轉口



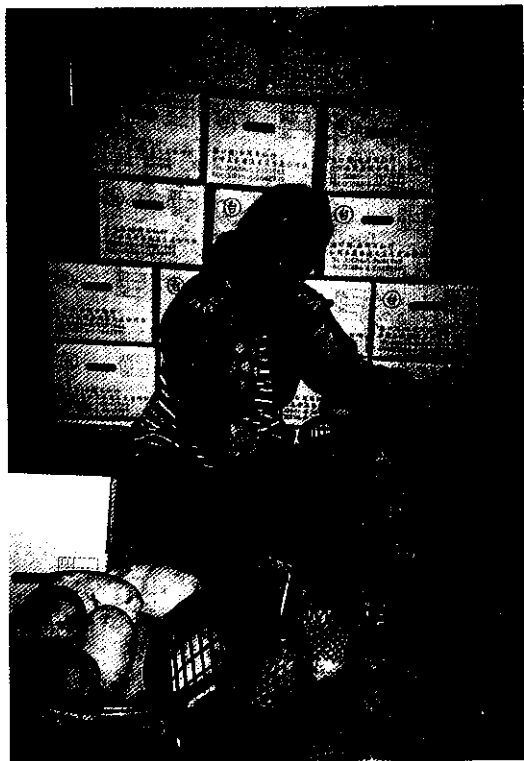
邱耀瑞理事主席認爲將熱帶水果外銷大陸，也一樣商機無限



請農民採收芒果時「留蒂頭」以延緩摧熟



堆積如山準備外銷的芒果（攝於台南縣南化鄉青果市場）



熟度較高的芒果，裝箱內銷



楠西鄉楊桃以「蜜楊桃」外銷

大陸，不也一樣商機無限嗎？

「做青果」當然是不容易，不過卻也理出一個大原則，那就是果相漂亮的做外銷，次級的就加工，他認為「次級品可加工」這回事很重要，如此可讓農民知道次級貨也有去處，才不致害怕血本無歸時，硬是「想辦法」蒙混或墊底。

「水仙芒」不是他取的，而是香港人喜稱「金煌芒果」為「水仙芒」，倒是「愛文芒果」稱「蘋果芒」者，是他的點子，有鑑於「仙」字如此受歡迎，所以就順水推舟以「百仙行」當出口商號。

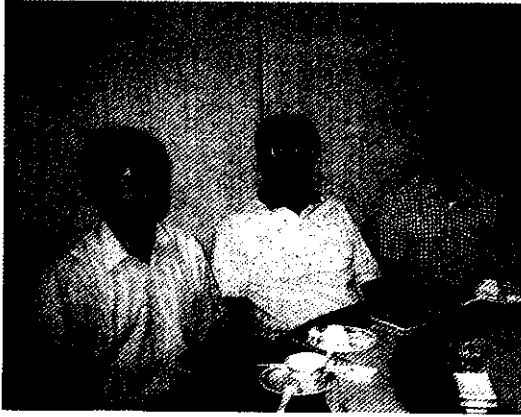
在他心目中，不論「水仙芒」或「蘋果芒」，全都是「世界第一等」，這

「一等一」產地，從屏東縣、高雄縣往北移到台南縣，涵蓋了枋山、山地門、鹽埔、甲仙、山上、南化、官田、楠西……等十幾個鄉鎮，其中台南縣南化鄉有23個芒果產銷班，今年所生產的芒果，幾乎全由他包辦外銷。

為什麼說台灣芒果是「世界第一等」？

「因為比起印度、菲律賓芒果，不論甜度、香氣或外觀顏色，台灣芒果都是超水準的……」，由於南台灣芒果品質實在好，曾有一星期出16個貨櫃之記錄，等於一星期就幫農民「消化」約144公噸芒果。

「這位年輕人，是個對事業有『深入』的人，不達目標不願放棄……」，



常與農業專家們請教問題（左起為嘉義大學顏永福副教授、嘉義縣政府農業局黃鎮海局長）



嘉義四健會協會總幹事陳玉霖（右一）希望農村多培養似邱瓊瑞這號人物

- 一 農委會中部辦公室農產科資深技正陳國欽如此說，他還特別讚美這位已擔任嘉義四健會協會三屆監事的「小同鄉」，是個「發現缺點可以馬上改進的人」。

他到底發現了什麼「缺點」，然後又如何改進？

就舉五個簡單例子：

一、發現芒果採收後呼吸率高，於是請農民採收時「留蒂頭」，除可延緩摧熟，還能免去汁液滴下影響果相。

二、發現芒果搬運過程中，常有通風不良現象，為散發芒果呼吸產生的乙炔，他請農民集貨時，能似建築工人疊「猴丁」那樣，不但在紙箱上適度打洞，箱與箱之間也盡量挪出空隙，讓芒果舒服的呼吸。

三、發現農民用「化學桶」裝初級加工果汁原料，為免國外經銷商「單只看到桶子就嚇到」，就請農會馬上換桶裝置。

四、發現芒果蒂頭處有腐爛現象，他認為這是農民套袋時，沒有綁緊，以致讓雨水滴入也讓蚊蟲爬進，這些蟲蟲

不但叮來咬去，還會撒糞撒尿，當果實有了傷口和糞尿液，就會引起病菌繁殖，所以套袋技術需再加強。

五、發現蓮霧採收後容易刮傷，要求農民採收時剪指甲或戴手套，並直接裝箱，而非採收後集中做分級裝箱。

以上例子看似簡單，而且尚屬細節問題，可是在過往歲月中，似少有人去特別注意並強調改善，所以當他把觀察心得，轉去指導農民時，有時在旁的農會推廣人員或農改場研究人員，會禁不住豎起大拇指，讚美他聰明用心。

「我總覺得教育農民是件非常重要的事！」，他常叨唸的是極少部份農民頗為短視，常為一己之利，就把團體名聲打垮（如把不良產品藏在箱底），為此他應用了農林廳時代推動的「吉園圃」編號辦法，就是每個產銷班都給一個編號，班長要為這個號碼負責，如果遇到不肯合作者，就拒收產品。

因為他認為台灣熱帶水果品質雖然很好，但普遍問題是「分級」不夠徹底，以致常發生鷄與鳳凰同槽現象。

「如果鷄歸鷄，鳳凰歸鳳凰，不但在產地做好分級，連出口國家或都市也分出等級，那麼『品牌』就容易建立……」，有這樣感觸，是根據過去外銷經驗，深知外國人對「品牌」的信任，這種相信包裝情形，套句民間俗話叫做「賣目頭」，所以結論是如果「分級」做得不夠好，就不要上國際舞台。

有關「分級」包裝，最近又想出一個「顏色管理」辦法，那就是希望以不同顏色的紙箱和包裝帶，用以區別等級，而不是在紙箱上做勾選動作，這種利用顏色區別的方法，不但方便國外經銷商辦認，也能免去一般人對紙箱上所寫「超特」、「特級」、「特」、「良」或「LL」、「L」、「M」或「一級」、「二級」、「三級」等，各有解讀，然後又各有疑惑的現象。

他也常拜託農會推廣人員，多為農民辦講習，「就算是閒聊，一小時裡有聽進三分鐘，也就很受用啦！」，他客串講師時，有個觀念急著宣導，那就是要營造「雙贏」環境，這「贏」字建立在「穩定價格、穩定供貨」上。

他認為台灣芒果以往少受出口商青睞，部份原因是有些農民發現內銷價格較好時（有時這個「好」只是1公斤多0.5元而已），就馬上轉為內銷，「只有內銷價格不好時，才想到外銷」，這種情況常讓外銷商「開天窗」，壞了國際信譽，因此，來年希望能找幾個優良產銷班，訂出「雙方敲定價格及數量後，不輕易改變」的遊戲規則。

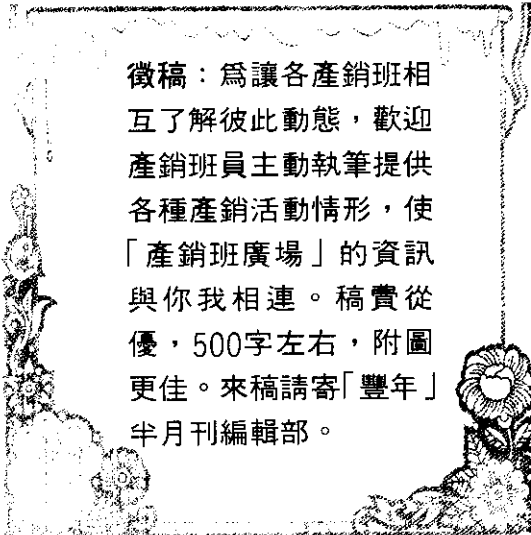
過了夏天，他仍將繼續尋找標的

物，這是基於今年收購番路鄉佛手瓜百餘公噸，「登陸」成功時，幾乎要打垮工資低廉佔優勢的越南產品，所以他理出一個道理來，那就是台灣的蔬果外銷「靠山」，就在「分級包裝」能力，如果做好這一項，商機就真的無限了。

目前已著手規劃的還有冷子番荔枝（鳳梨釋迦）、竹筍和菇類，這「多樣多量化」的經營，除了是為自己事業另闢蹊徑，更重要的是許多農政和農業研究推廣人員，對他有深厚期望，這份被器重、欣賞、感激的感覺，日夜策鞭他「非努力不可」，他特別感謝農委會、各地農會、產銷班等相關人員指導合作，尤其要感謝農委會中部辦公室蔡精強科長支持，陳國欽技正給予理念、黃美華股長鼓勵協助。

「如果在農民中，多培養幾個邱耀瑞這號人物，那麼遇到農特產品盛產，尤其滯銷時，農政人員等就比較不會抱著頭殼發燒……」，嘉義四健會協會總幹事陳玉霖如此說。

100



徵稿：為讓各產銷班相互了解彼此動態，歡迎產銷班員主動執筆提供各種產銷活動情形，使「產銷班廣場」的資訊與你我相連。稿費從優，500字左右，附圖更佳。來稿請寄「豐年」半月刊編輯部。