

資料來源／The Furrow Sep-Oct 1990

2. 清潔蔬果直銷好處多

加州農民麥法登是個“直銷”的身體力行者。他不僅把水果蔬菜直接賣給顧客，他還把這些產品送到顧客家門口。舊金山及沙克利緬多地區有許多人每週付他35美元，購買一定量的農產品。他一開始先收前8週的錢（280元），之後他會通知顧客在每月月初先付錢。

每週麥法登農場的人運送15至20磅新鮮水果及蔬菜給每位顧客，視季節種類會有不同，但基本上每個顧客得到的都差不多。為了增加變化，他向附近其他農場購買自己不生產的一些蔬果。他賣的均是所謂“有機”栽培的蔬果。

麥法登說，顧客反應十分熱烈，還有不少人造訪他的農場以實地了解生產情形。他說，人們十分想知道他們的食物是自何處來，是如何種出來的；他們也希望確定農產品不含殘留農藥。這是我們蔬果暢銷的一個原因。

對麥法登而言，能知道自己栽種的產品賣給了誰，而且受到歡迎是很快樂的事。

資料來源／Farm Chemicals June 1990

3. 生物技術使種子公司炙手可熱

自1970年代末期開始，種子公司就出現了熱烈併購的局面。在1960年代及1970年代前期，買主主要為了多角化經營而購買種子公司；然而今日的併購却源於人們對細胞及分子生物學的期望。

從事生物技術研究的跨國大公司踏入了種苗事業，以付出大筆金錢給種子公司，換取在生產、行銷、分配等方面的主導地位。

傳統的種子公司一直是家庭或個人事業，而今全世界超過175家種子公司已經成為大企業的附屬單位。據瞭解內情人士預測，到公元2000年時，為數10到20家跨國經營的大型種子及植物生物技術公司，將壟斷全球相關貿易，每年貿易額可達3億至5億美元，平均每家有超過1500萬的生意。每年用於研究的費用也將達到1000至2000萬美元。

這些公司研究的重點如下：

抗虫性　利用微生物殺虫劑取代化學殺虫劑。主要研對象為利用蘇力菌防治鱗翅目害虫。另外有一種牛豆（cowpea）抽出的物質具有抑制胰酵素的作用，對於許多重要害虫有防治效果。

殺草劑抗性　過去兩年內在4個國家從事田間試驗，結果令人滿意。研究人員將抗殺草劑因子植入多種作物內，包括玉米、大豆、棉花、穀類、馬鈴薯、菸草等。

微生物產品　主要是根瘤菌接種劑、菌根菌、以及生物性農藥。

特製作物　指具有改良農藝性狀的作物，如雜交稻米、含高量油酸的向日葵、營養成份高的玉米、固形物含量高及粘度增加的番茄。

大企業併購種子公司的重要理由包括：未來市場看好，併購較自行發展及新加入種苗行業競爭性較低，且費用少很多；所需時間較短；可以立即運用被併購公司的品牌，行銷管道及管理體系等。 ■