



安全、新鮮、健康 「吉園圃」讓生產者與消費者雙贏

桃園區農業改良場／施錫彬

農藥殘留是消費者最關心的問題，也是農民利用農藥防治農作物病蟲害最需要注意的事情。

一個成功的農民，不但要選種市場歡迎的優良蔬果，同時為了使消費者吃得安心，必需生產符合衛生標準的蔬果，通過政府「吉園圃」標章認證的蔬果，就可讓消費者吃得安心，吃出健康。

產業現況

近年來，台灣經濟快速發展，國人隨著生活水準的提升，不但要求吃得飽，也要求吃得好、吃得健康。

蔬菜是我們日常生活所必需的食物，國人對蔬菜的需求量也日益增加，農業年報的統計資料顯示，國人平均每年每人的蔬菜消費量，光復前只有38公斤，至80年代提升到120公斤，蔬菜的

年產值更高達新台幣300億元。近10年來蔬菜的消費量每年約成長6.8%，其中葉菜類及根菜類的成長幅度更達到12%，可見蔬菜已成為國人日常生活中非常重要的必需品。

短期葉菜類的栽培種類繁多，全年均可栽培，其中十字花科蔬菜包括白菜、油菜、青江白菜及芥藍菜，每年栽培面積約7,000公頃，年產量約12萬公噸，主要分佈在桃園、新竹、苗栗、彰



優良「古園圃」品牌蔬菜的生產環境

化、雲林及嘉義等地。其它雜項的短期葉菜類則包括：萵苣、茼蒿、莧菜、芹菜、蘿菜、菠菜、甘藷菜等。

消費者要求高品質蔬菜，生產者為回應消費者需求，生產技術應精緻化，以現代化網室栽培，使所生產的蔬菜青翠亮麗，無農藥殘留，產品上市前應行分級包裝。

網室栽培短期葉菜類以北部栽培面積最多，為本省以現代化網室栽培生產高品質小葉菜類蔬菜之重地。

產銷作業流程

北部地區以生產短期蔬菜為主，由鄉鎮農會組織生產者，成立產銷班，班員搭建塑膠網室設施，栽培萵苣、茼蒿、莧菜、芹菜、蘿菜、菠菜、甘藷菜、油菜、小芥菜等，並取得農產品安全用藥認證。

產銷班透過班會的召開，討論蔬菜產銷有關事項，在生產工作上，班員各自經營管理。在運銷方面，則發展出各種不同行銷通路。生產至行銷的過程包括翻田、施用有機肥、整地、播種、田間管理、病蟲害防治、採收，有的在採收時將老葉及病葉去除，以約300公克的重量用橡皮筋或結束帶捆成一把，並夾「古園圃」標籤一張，裝塑膠籠中，運回集貨場清洗，再經冰水預冷，然後存放冷藏庫等待運銷。行銷通路分為：傳統市場直銷站、消費者直銷站、青果市場批發站及超級市場調貨中心等。

以下介紹北區幾個產銷班產品行銷



建立「古園圃」蔬菜品牌，可提高產品競爭力

→ 特色：

■蘆洲蔬菜產銷班第一、二班

位於台北市近郊，長年以生產短期葉菜為主，與台北農產運銷公司合作，由特約司機運送至所屬13家超市，以印有蘆洲市農會「吉園圃」標章的結束帶捆紮，建立品牌，連續3年獲得全國性績優「吉園圃」產銷班的殊榮。

■八德市蔬菜產銷班第三班

於民國79年開始成立蔬菜產銷班，民國84年依據農地綜合利用規劃方案重組，依地域劃分成三個產銷班，本班為第三班。本班以簡易網室設施生產安全、新鮮、健康的蔬菜，主要栽培小白菜、茼蒿、莧菜及芹菜，民國86年全體班員取得「吉園圃」認證。

目前全班班員21人，栽培面積21公頃。經營理念為追求成長、卓越及永續經營，以提供“安全、新鮮、健康”的蔬菜為產銷班的使命。

本班經營特色為班員能加強品質管制，以「鄉情」品牌向消費者作訴求，年使用900萬張『鄉情』品牌的「吉園圃」標籤。



八德市蔬菜產銷班第三班以簡易網室生產「吉園圃」安全蔬菜

建立「鄉情」品牌形象



「鄉情」品牌蔬菜給消費者安全保證



「吉園圃」標章認證的安全蔬菜

「吉園圃」標籤。連續3年獲得全國性績優「吉園圃」產銷班的殊榮。

蔬菜於田間採收後，以橡皮筋捆綁一小把，加「鄉情」的「吉園圃」標籤，經清水沖洗後裝籠，集中於集貨場冷藏庫並作冰水預冷，再由生產者租貨車配送各地5家行口商、2家販運商及1家零售商。另以子母包裝方式參與台北農產運銷公司的共同運銷。

■桃園市農會所輔導蔬菜產銷班

每班均自行建立班品牌如福元、中誠、綠園、百益等，以配合「吉園圃」安全蔬菜品牌。

銷售方式為產品均供應販運商（零

批商)，再批給零售商、大消費戶，再轉賣給消費者。

桃園市蔬菜產銷班的另一特色，是各自有直銷站，可以長期持續作「吉園圃」安全蔬菜的廣告，以提高產品品牌及知名度。

■蘆竹鄉蔬菜產銷班第一班

班員計有14人，其中7人採取共同集貨運銷，以『蘆興旺』的「吉園圃」品牌銷售。

蔬菜在田間採收後，即以橡皮筋捆束小把，夾上『蘆興旺』的「吉園圃」標籤，裝入塑膠箱運回清洗，再經預冷處理後，送進集貨場冷藏庫，等待販運商前來運銷。

生產行銷特色

1. 強調「吉園圃」蔬菜品牌，區隔產品市場：蔬菜產品功能訴求重點在於安全、衛生，能吃出健康。生產技術精緻化，以現代化網室栽培，蔬菜無農藥殘留，產品都分級包裝。外觀要青翠亮麗，以冰水預冷方式冷藏，標示產地、品牌、供應之生產農戶的住址和姓名與電話號碼及產品安全衛生無農藥殘留的檢驗證明（「吉園圃」標章認證）。

2. 臨近消費地：北部蔬菜生產地臨近大台北、桃園、中壢、新竹等消費地，交通運輸便利，農民採收的蔬菜都可在極短的時間運送到市場，到達消費者手中時，蔬菜新鮮度較中南部運來者為佳。

3. 包裝工作由生產者完成：生產者

在田間採收時即將老葉及病葉去除，以約300公克之重量用橡皮筋或結束帶捆成一把，夾「吉園圃」標籤一張，裝入塑膠籠中運回集貨場清洗，再經冰水預冷後存放冷藏庫內等待運銷。所以消費者在零售市場所買到的葉菜，都在產地已完成整理、包裝、清洗、預冷及冷藏等服務工作。

4. 通路多元化：每班的運銷通路並不相同，甚至同一產銷班，班員間有各自的通路。一般行銷通路有傳統市場直銷站、消費者直銷站、青果市場批發站及超級市場調貨中心。

5. 網室設施栽培：北部地區蔬菜以網室設施生產，可以減少病蟲害發生，降低施藥次數，避免農藥殘留事件發生。設施覆蓋又可以避免受豪雨、颱風及低溫為害，得以維持穩定生產。

「吉園圃」創造雙贏

「吉園圃」標章的推行本意是要喚起農民注意，不生產不合乎安全標準的農產品，使消費者對國人自己生產的農產品有信心，提高因應開放農產品進口的競爭力。

北部地區蔬菜的生產管理與病蟲害防治以此規範，而建購迥異於中南部的蔬菜生產銷售體系，所以「吉園圃」安全標章在銷售過程中就扮演很重要的角色，品牌也得到消費者持續的肯定與支持，使得北部蔬菜藉「吉園圃」品牌順利行銷，作產品市場區隔，創造生產者與消費者雙贏的局面。

