

# 香蕉五福臨門

文圖 / 陳文卿

香蕉生長都是一株一  
香 芎（果房），但二水鄉農友董福永所栽種的一株香蕉，卻出現同株長五芎的多胞胎香蕉；民眾前往參觀後，都嘖嘖稱奇，並讚頌是「五福臨門」。

住二水鄉過圳路408號農友董福永說：前年朋友送他數株蕉苗，將其種植於河川地果園中，去年成株開始長香蕉，都



農友董福永與他種植的五胞胎蕉—五福臨門

是一株長一芎（果房），收穫重量都在30公斤上下。5月初旬，有一株很特別，長出了五芎多胞胎香蕉，而且在這母株旁生長出來的株苗，亦都是連體的雙胞胎苗。他務農數十年，以往曾大量種過香蕉外銷，一株長兩芎的香蕉偶爾有過，但同株長五芎香蕉的，卻從未曾見聞。🐼

→ 元。可見網路購物是時代趨勢，與其逃避，不如務實面對，早日準備應戰。然而，農產品網路行銷想成功，個人認為必須注意下列幾項要事：(1)產品一定要吉園圃，讓消費者買得安心，吃得放心。(2)產品需規格化，才能建立口碑。所以必須訂下固定標準，絕對不可以今天的上級品、中級品和明天的上級品、中級品不一樣。要達到產品一致性，最簡單的方法是採取共選共計。(3)貨源足供貨期長，嚴密掌握班員的

產量，生意才可長可久，所以最好能訂定獎懲辦法，一方面掌控全班產量，一方面避免班員藉故不供貨。(4)客戶服務要快，所以需提供多管道聯繫方式（如電話、傳真、手機、電子信箱、留言版……等等），讓消費者互動方便。(5)需有禮盒包裝，上網路買賣的消費者，通常重質不重量，送禮的也不在少數，所以價格上不太計較，但因量不多，所以必須準備3或5公斤的禮盒包裝。🐼