



棗果掛滿枝頭

## 觀察市場 · 開發市場 · 掌握市場

—高雄縣旗山鎮果樹產銷班第 28 班

台灣消費市場小，農產品價格常因供需失衡波動劇烈，高雄縣旗山鎮果樹產銷班第 28 班依據市場需求靈活調整栽培作物，「雞蛋不放在同一個籃子」，生產多樣化，有效分散經營風險，不論生產技術、團隊經營均與時俱進，並積極參與認證制度、與國際潮流接軌，突顯經營農業與經營企業一樣，均需具備宏觀視野、快速行動，才能搶占先機。

高雄縣旗山鎮果樹產銷班第 28 班於民國 79 年成軍，成立之初，全班以木瓜為單項作物，5 年前才轉為多樣化栽培，而動因來自木瓜價格崩盤、為分散經營風險而採取此策略，其實帶有尋找出路的酸楚。

### 網室木瓜 · 全台之先

該班班長古文欽表示，80 年代之前，因輪點毒素病肆虐，沒有網室保護，木瓜根本無法存活，旗山地區率全台之先發展網室木瓜，搶得先機，在市場木瓜奇缺之際、還能有貨供應，價格當然走俏，瓜農賺飽飽、紛紛蓋新厝，當時形成所謂的「木瓜厝」，見證這段美好時光。

國內經常上演某樣農產品行情佳即引來跟風的劇碼，但第 28 班成功操作作物調整策略，奠基於「基本功」紮實，團隊運作嚴謹上軌道，產銷模式搶在潮流之先，不同作物以同樣的精神經營，品質維持一定水平，即使在搶種風潮中，仍可保有強大的競爭力。





網室木瓜園

## 分散風險·多樣經營

28 產銷班的生產基地，泰半分布在旗山與杉林鄉之間楠梓仙溪狹長的河谷地，兩側山岳夾峙，地形有如風道，颱風來襲，總是首當其衝，風勢特別強勁凌厲，木瓜枝葉脆弱，最懼強風滂雨，網室設施更難以抵擋，古文欽班長說，颱風一來，往往全年辛勞付諸流水，風災過後，更是補破網補到手軟。

環境條件雖然不盡理想，但因木瓜行情好，28 班仍有和老天爺「拗手臂」打拚的強烈意志。但是隨著網室木瓜全台擴散、產量激增，高檔行情已如昨日黃花，且價格震盪起伏劇烈，悽慘時下探個位數，必須承擔有種沒收的較高風險。28 班審度時勢，持續獨鍾木瓜單一作物，風險過大，經開會討論，決定分散作物別，轉向多樣化經營。

## 栽培作物·機動調整

旗山果樹 28 班現有班員 16 位，除自有耕作面積 12 公頃，另租地製作約 4、5 公頃，歷經 90 年代初期的調整，木瓜栽培面積逐年下降，目前約僅 3 公頃、蜜棗約 6 公頃，占最大宗，玉荷包荔枝、檸



管理好，結實纍纍

檬、番石榴亦有相當比例，另外，利用果樹產期空檔兼作短期作物。

該班多樣化經營挑選的栽培作物，大致依據市場供需情況機動調整，而因應特殊的地形環境，作物產期能避開颱風也是重要考量因素，否則辛苦耕種，卻被颱風一掃而空，一再有種沒收，再勤奮的農民也承受不住。

蜜棗產期在冬季，不受颱風威脅，棗樹質地硬朗，強風侵襲，頂多斷枝折葉，



木瓜苗矮化處理



新枝生長又快、遞補迅速；玉荷包荔枝產期早，約 6、7 月間就採收完畢，大致避過颱風季。另外，經過多年調整，28 班栽培木瓜也利用產期計算，盡量避開颱風期。

### 品質穩定·名氣響亮

古文欽班長表示，木瓜苗株入田到有果可採，一般約需 9 個月，該班 4、5 月下苗，翌年 2、3 月開始採收第一期瓜果，颱風警報拉起時，已收成得差不多，後續開花所結的第二期瓜果，就賭老天爺給不給吃。

蜜棗發育快速，新株只需 1 年就可開花結果。28 班轉植的蜜棗，93 年開始有果可採，雖是新軍，但該班的蜜棗一上市，價格高於市場平均價，行情相當不錯，拍賣價最高曾達 200 元，該班轉向多樣化經營，開出好彩頭。

農作物品質要達到高峰，多少得累積經驗，28 班新手上路，就能搏得佳績，在於班隊經營上軌道，產銷模式搶潮流之先，供貨品質穩定、分級紮實，口碑好、名氣響，因此即使是新產品，市場接受度仍高。

### 有機栽培·共選共計

該班早在民國 84 年即曾嘗試生物防治法作有機栽培，由苗栗區蠶蜂改良場輔導，利用草蛉防治紅蜘蛛，85 年，該班獲得吉園圃標章，88 年，生產的木瓜以「紅晶果」之名通過國產品牌認證，共選

共計、分級選別、資源共享等作業模式行之多年，該班 94 年開始建置新穎的生產履歷制度，最近將申請認證，預計可順利通過。

古文欽班長說，政府的農政作為以照顧農民為前提，該班經營也一貫秉持緊跟政策走向，跟上潮流，才能提升競爭力。

生產管理作為方面，28 班站在潮流前端，行銷方面亦有獨到之處。該班重視市場調查，水果尚未成熟之際，即密切探詢市場反應，據以調整補肥、疏果比例，務使產品上市時，口感、甜度等均符合市場高標準，而分級大小不理想則隨時改進。掌握市場口味，也等於為銷路、價格掛保證。

### 善用媒體·多面行銷

行銷掛帥時代，知名度高行銷無往不利，電台、電視、平面媒體都是該班多方



台農二號木瓜，果形碩大



果肉飽滿紅潤，令人垂涎

運用的宣傳管道。有一回，電視台製作專題報導木瓜觀光採果，傳授如何挑選木瓜、分辨好壞，透過攝影機傳播，有如活廣告，該班還配合相關單位攝製宣傳短片，飄洋過海，廣告做到國外。

28 班採多面行銷，行銷管道包括行口、拍賣市場、直銷宅配，也曾試過超商系統。已成為生產主力的蜜棗，部分產品上市不過 3 年，目前直銷比例占總量近 1/3，且增長飛快，僅古文欽個人，今年宅配數量就超過 250 件，比去年成長超過 1 倍，宅配客戶甚至遠至隔海的金門，運費高達 280 元，仍忠實訂購。產季期間，28 班班員往往上午趕拍賣市場、下午忙宅配送件。

### 宅配直銷·蜜棗看好

古文欽班長相當看好蜜棗宅配直銷市場發展空間，他認為，蜜棗屬季節性水果，而且產期集中農曆春節前後 2、3 個月，正好作為春節應景水果禮品，消費大眾接受度高，如同中秋應景的柚子，直銷同樣極具展望性。

相形之下，木瓜走直銷路線較為困難，尚以木瓜為單項作物時，該班曾透過統一超商系統嘗試直銷，出貨 30 多件即無以為繼，經由農政單位網路訂購，也是出貨 40 多件就達飽和。古文欽班長認為，木瓜已是全年作物，市場隨時可以買到，自然降低消費大眾訂購意願，有意發



幾年樹齡棗樹，主幹已顯粗壯

展直銷路線的農友，應將作物屬性納入考量。

### 風雨陰晴·漲跌互見

近幾年來，蜜棗行情一直不差，28 班切入市場 3 年來，大致都是好光景，不過，去年風調雨順、蜜棗盛產，加上遇上暖冬，產期提前，農曆 12 月初已大量上市，供需失衡、價格崩落，一度低至個位數，還好春節過後價格回升，28 班生產

的蜜棗 3、4 兩重的上級品，拍賣市場 1 公斤賣到 85 元，行情相當不錯。

前年也有類似情況，而時序剛好相反。由於「海棠」、「泰利」颱風接連侵



果園草生栽培

襲南部，蜜棗枝葉受損，開花因而延遲，春節前供貨量少、價格走俏，過完年，產能盡出，價格一路下滑。

連續 2 年價格劇烈震盪起伏，顯示蜜棗雖然仍屬強勢水果，產能過剩隱憂已浮現，開闢新市場刻不容緩。

## 國際接軌·放眼世界

古文欽班長表示，經專家、農民不斷研究創新，國產蜜棗進化神速，不但口感佳、甜度高，個頭更是碩大，比起以前酸澀瘦小的模樣，整體品質提升數倍，搶攻國際市場極具競爭力，而且蜜棗耐儲存，10°C 以下低溫冷藏許久、風味不減，征戰遠地也沒有問題，較不利之處是，蜜棗產地分布區塊較小，全年產期只有 2 - 3 個月，空窗期過長，供貨不連貫，使行銷網路布建受到侷限，如果產期能拉長達半

年之久，外銷必大有作為。目前國內已有晚生種研發出爐，但產期延伸仍然有限，必須繼續努力。

不論專注國內市場或是放眼世界，古文欽班長認為，紮穩「基本功」是成功的不二法門。地球村時代，除了生產技術、團隊經營方面得與時俱進，積極參與先進認證制度、與國際潮流接軌，也應視為基本功一環，不久的將來，少了認證的農產品，外銷將寸步難行，國內市場恐怕也會處處碰壁。

生產履歷建置即將大功告成，古文欽班長已打量下一個努力的目標，對導入「ISO」國際品質認證系統、歐盟「EUREPGAP」驗證制度都有高度興趣。他強調，經營農業要有宏觀視野、行動也要快，早跨出一步，優勢就多了一分。🌱



肥液輸送管線



果肩凸起的棗果最好吃