



一座座毗鄰的網式設備，相當壯觀



產銷班自創「鄉情」品牌，每一把蔬菜都有「身分證」，標明生產者

# 青綠蔬菜變閃亮黃金 重新打造農業新定位

—八德市蔬菜產銷班第3班李傳添

「風箏在逆風中高飛，人在挫折中成長」。原本在市場賣菜的李傳添，因為市場拆除、無處營生，索性回頭種植蔬菜，做起父祖輩的老本行，但他憑藉創意與分享，持續思考變革，不僅從2分地擴增到5公頃規模，更吸納志同道合的伙伴以產銷合一模式共同打造出有機蔬菜王國，讓傳統農業有了嶄新的面貌。

走進靜謐的鄉間田野，映入眼簾的是廣闊的菜園，灰白的網室棚架1個緊挨著1個，次第排列，煞是壯觀。棚架內鮮綠青翠的莧菜、小白菜、菠菜、芹菜、萵苣、芥菜、空心菜…，哇哇挺拔爭輝，顯得生氣盎然。

## 租地種菜·峰迴路轉

幾輛滿載一籃籃蔬菜的小貨車循著小路彎進路旁1座占地約500坪的鐵皮鋼骨建物，原來這裡是桃園縣八德市蔬菜產銷班第3班的集貨場。午後2點不到，產銷班班長李傳添早已等在集貨場



內準備展開今天的第 1 次配菜作業，他熟練地登錄班員們送來的蔬菜種類與數量，再吆喝眾人以機械化自動包裝作業，將班員們辛勤栽培的成果，透過共同運銷送往台北、台中等地拍賣市場、行口或量販超市賣場。

46 年次的李傳添，有著庄稼人的黝黑膚色與殷實面孔，但他卻語出驚人地說「小時候曾決心長大不種田」。

原來家中世代租地耕作，家境始終陷於困頓，父親到商店賒借物品時，還被嘲諷「你要拿什麼還我」？反觀經商店家卻是一家接一家改建樓房，強烈的對比，在小小心靈

烙下深刻的印象，總覺得從農太苦。礙於家境不佳，國中時期，放學後或假日得幫忙採收、賣菜，退伍後本想安穩當個菜販，不料市場竟被拆除，沒有攤位可以賣菜營生，又沒有其他退路，逼迫他回頭學習父親租地種菜。

### 網室栽培·種出名號

打定務農的主意後，李傳添記取父親租地耕田卻得看天吃飯的無奈，決定從較不受天然雨災、蟲害影響的網室栽培短期葉菜作物著手，並配合政府吉園圃政策，減少農藥使用，雖然種植成本較高，但品質提升、產能穩定，相對也可獲得較高收益。

生性謹慎保守的李傳添坦言，因出身窮困，要一口氣投入這麼大手筆的投

資不是件容易的事，光是前往虎頭山參觀相關設施就跑了好幾趟，架設網室設備之初，最高曾 1 天發出 5 萬元工資，每當夜闌人靜時，都忍不住反問自己「投資的成本能回收嗎」？幸好桃園坐享得天獨厚的氣候條件，有中央山脈阻隔、颱風為害的情形較少，加上葉菜類生長周期短，只要 20 多天就能採收，產量穩定，投資成本在 2 年內即已回本。



自動噴藥設施，減少人力

雖然只有國中學歷，但李傳添除了投入耕種，也不停思考如何讓農作更有效率、如何減少中間剝削、提高收益？一連串的問題加上實驗精神，成為促使他持續進步的動力，研發出簡易穴盤、改良手拉式播種機及自動噴藥系統，減少人力成本，耕作面積也逐漸從 2 分地慢慢擴大，自此「種」出了名聲。

### 生產行銷·雙管齊下

俗話說「3 個臭皮匠，勝過 1 個諸葛亮」，種了 20 年蔬菜，李傳添深深體認到，光靠種菜，欠缺行銷仍難有發展，惟有集結志同道合的伙伴，才能發揮「一加一大於二」的成效。8 年前，在農會輔導下，成立蔬菜產銷班，應用企業化經營模式，將產銷班成員分成品管、行銷及生產 3 組，結合班員實施共同採購、互相支援生產技術及勞力，共同運銷、開關通路，減少成本支出。

這個讓青綠蔬菜變成閃亮黃金的產銷團隊逐漸打出名氣，栽培面積及設施也隨之擴增，目前李傳添所有菜園已達 5 公頃規模，員工 30 人，10 名班員的設施栽培面積更廣達 20 多公頃，工作人員 200 多人，每日共同運銷數量至少 1 萬 5 千公斤，旺季時，甚至高達 2、3 萬公斤。亮麗的銷售成績除了讓團隊成員個個有錢賺，也贏得 94 年全國十大績優產銷班，不停思索改善之道的李傳添更獲頒 95 年神農獎殊榮。

### 建立履歷·有效管理

現代化的農業，除了種植技術精進外，如何有效管理也是重要一環。為讓消費者買得放心、吃得安心，第 3 班創立「鄉情」品牌，並著手為蔬菜建立身分證明，「顏色管理」更是別具一格。每個班員所生產的各式網室蔬菜，以各自顏色的籃子裝載區分，每人的顏色都不相同。經過李傳添的說明，再對照駛進集貨場的幾輛小貨車，果真每車車斗上盛裝蔬菜的籃



李傳添正研擬在「U」型輸送帶中裝設電腦設備，不但能直接在蔬菜外包裝上打印，並記錄每箱蔬菜的數量、重量等數據，讓資訊更透明

子顏色都相同，這車藍的、那車橘的…，貨主是誰，當下立辨。

除了以籃子顏色區分貨主，「上沖下洗」也是李傳添開發的獨特措施。在強力水流沖洗槽中，藉著 6 道水柱上下沖洗小葉菜，出貨前，每把青菜還會貼上生產者的標籤，紙箱外則有每人專屬的代號識別。從採收到賣出，一道道嚴密把關手續，為產銷班安全、新鮮、健康的有機蔬菜品質「掛保證」，讓「鄉情」品牌在市場上打出知名度。



產銷班採「顏色管理」，班員所生產的蔬菜以同種顏色的籃子盛裝



紙箱一體成型機設在集貨場一隅，能迅速提供所需紙箱



### 自動包裝·效能加倍

午後 2 點，集貨場上準時展開配菜包裝作業，1 輛小貨車與大貨車並立著，2 車後方則以「U」型輸送帶串連。班員將小貨車上的菜一籃籃搬至輸送帶起端，其他班員也沒閒著，大夥沿著輸送帶外圍站立，協助進行掀膜、蓋紙箱、去籃、包裝、打印等工作，最後由輸送帶將一箱箱包裝妥當的蔬菜送上大貨車，整個作業一氣呵成，不一會兒，數十箱蔬菜整齊地堆疊在大貨車上。看到這麼機械化、自動化的操作流程，不知情的人可能會誤以為來到某個加工廠呢！

低調的李傳添忍不住自豪地表示，「U」型自動包裝輸送帶是新集貨場今年 6 月落成啓用後，耗資 170 多萬元專門打造。有了這個「利器」後，包裝時間及人力成本節省不少，以前班員生產的蔬菜送至集貨場，必須先搬到地上，再以堆高機集中處理，如今直接從小貨車送上大貨車，少了一道搬運手續，大約 1 個半小時就能完成 500 箱左右的蔬菜打包裝載，效率較以往提高 1 倍以上。

此外，產銷班正測試在自動包裝機上架設電腦設備，每箱蔬菜經過輸送帶的電腦



以 6 道強力水柱「上沖下洗」清潔小葉菜

前，就能自動打印，並記錄其生產者、數量、重量等數據，讓生產履歷更透明化。

### 預冷設施·環保經濟

此外，集貨場壁面則「別有洞天」，20 坪左右的空間裡高掛數部大型冷氣機及風扇，中央有瀑布式水流傾瀉沖刷一整架蔬菜，兩端則擺著幾籃隨時等著出貨的青菜，李傳添解釋，這些設備為預冷設施，該產銷班每位班員都擁有類似設備，因為蔬菜採收後，必須在 1 個小時內完成清洗、預冷動作，透過水流沖刷及低溫冷藏，可讓在太陽下採摘的蔬菜迅速降溫，而在生產過剩之際，也仰賴該倉庫冷藏蔬菜、調節出貨，維持市

場穩定價格。他並透露，倉庫特別設計將水流回收做為「冷房」效果，果然環保又經濟。

李傳添表示，整個包裝、行銷流程的每個小動作都經過多番思考改進，才擁有如今的順暢運作。光以包裝來說，因蔬菜含有水分，裝運紙箱容易軟化，必須設法增加紙箱的不透水性；其次蔬菜搬運容易造成碰撞、影響賣相，因此又逐步設想出以紙箱覆蓋籃子，翻轉取籃及鋪膠膜等作法；對員工到貨時間也嚴格約束，在每天下午 2 時及 5 時的 2 次出貨時間，訂定遲到 1 分鐘罰款 100 元的內規，藉著種種作為，讓送到賣場的蔬菜保持鮮翠的樣貌。

### 開闊胸襟·創新價值

第 3 產銷班將有機蔬菜事業經營得有聲有色，除了官員、農業團體、生態營隊

經常前來參訪外，還常是外國友人取經之處，例如約旦農業部助理次長 Mahaoud Nejdawi、索羅門群島總理蘇嘉瓦瑞伉儷一行，都曾安排到此體驗新式農業經營型態。行政院農委會也邀請李傳添為「漂鳥計畫」學員講解當代農業發展。

對於獲得神農獎的肯定，李傳添靦腆地說「都是產銷班班員的幫忙和前任農會總幹事的提攜啦！」但他以企業化經營手法引進器械讓種植、包裝、輸運一體成型，增加產銷效能，並以開放的胸襟不吝輸出自己的研發成果，帶領原為生產導向的班員們重新思索農業定位，積極尋求轉型，對發展田園教育也不遺餘力，不但讓國人得以品嚐衛生美味的蔬菜，也使台灣農業在面對加入 WTO 的挑戰下更具競爭力，貢獻卓著。🌱

## 台灣的有機農業



作者：吳東傑  
出版：遠足文化  
定價：400 元

本書首先概說有機農業的發展歷程，接著說明有機之所以有機的諸多技術問題（土壤管理、病蟲害防治、有機驗證等），然後逐一介紹台灣幾項重要的有機農產品，以及對台灣有機農業具引領貢獻的重要人物和他（她）們的環境思維，最後介紹台灣幾個代表性的有機社區，以及台灣有機農業所面臨的困境和可展望的未來。

1. 緒論
2. 台灣的有機農產品
3. 有機農產品的驗證
4. 有機台灣的推動者
5. 耕耘者群像
6. 農村、生態、有機農業
7. 台灣有機農業的困境與願景（附錄：全國有機驗證機構暨農場名單）



**豐年社** 台北市溫州街14號

電話：02-23628148分機30或31 傳真：02-83695591

郵撥00059300財團法人豐年社 每次郵購另加掛號郵資60元