



果形稍長的珍珠拔口感最好

平凡水果 · 不凡身價

品質取勝，走出「菜市仔貨」定位

—彰化縣溪洲鄉番石榴產銷班第 15 班

「拔仔」是平凡水果，但是只要用心，還是可以有不凡身價。彰化縣溪洲鄉番石榴產銷班第 15 班班長鄭富雄，專注提升品質，產量、產期放一邊，栽培作為以品質為第一優先，所培育的珍珠拔果實大如壘球、果仔心小如乒乓球，肉質脆度高、甜度夠，毋須費心行銷，透過口碑相傳，宅配生意自動上門，加上導入產銷履歷加持，價格遠高於市場行情，證明品質夠好、必有知音。

鄭富雄班長提升品質的策略，有機施肥、土壤養菌等人為努力之外，順應天時也是重要一環。

適應性強 · 周年結果

番石榴是適應性很強的作物，周年皆可開花結果，調節產期甚為容易，其結果習性多由當年新梢成熟枝條開花結果，且集中在末端，利用剪枝就可控

制，生產談不上有空窗期，不過，植物總有其生理時鐘，不同季節結的果實，品質仍有差異，炎熱天候上市的番石榴，通常種仔多、果肉少，品質未臻理想，但是果實發育快速，小果套袋後，不到 2 個月就可採收，具有培育期短、產量高的優點，且炎夏風雨災害頻仍，即使品質稍遜，有時價格反而看俏。

鄭富雄生產的番石榴通常在入秋後



果實食指大小開始套袋

才有少量上市，10月進入盛產，如此的生產規劃，套袋後需3個月才能收成，比夏季產期拉長許多，但他認為，3個月的發育時間最合宜，慢慢滋長果肉更為紮實，也才能累積甜度，「正時」的水果最好吃，既以品質為第一優先，產期就應對應番石榴的天性。

有機施肥·土壤養菌

溪洲鄉位於濁水溪畔，土壤多為濁水溪沖積層，原已肥沃，鄭富雄仍積極營造土壤環境，他的番石榴園主要施用有機肥，並以「養菌」方式相輔相成。他表示，果樹需要各式各樣的養分，如同人體不能只吃肉，必須營養均衡才能健康壯實，但是土壤中有些物質，番石榴樹無法直接吸收，透過過期牛奶、養樂多、糖蜜、米糠等材料，營造有利於菌類孳生的環境，培養有益菌分解土中物資，幫助果樹吸收，根基打好，果實品質當然隨之拔高。

珍珠拔果肉厚實、細緻、甜度高，還具有特殊甘味與淡淡香氣，而且結果率高、抗病性強，是當前最強勢的品種，缺點是不耐儲放，時間稍久，果肉即軟化，口感盡失。鄭富雄依據天時培育的珍珠拔，果實滋長時間長，且微量元素等各式天然養分充足，氮素化肥

少，因此肉質紮實，不會虛胖，如壘球大的果實，果仔心小如乒乓球，口感爽脆，室內常溫可存放1星期，風味依舊不差。

95年，鄭富雄參加由番石榴策略聯盟舉辦的全國珍珠拔品質評鑑，勇奪個人組第3名，今年目標則希望再往前推進。

口碑相傳·宅配直銷

鄭富雄生產的珍珠拔行銷通路，宅配直銷占相當比例，有趣的是，除了參加各式農產展售活動外，鄭富雄並未積極布建，很多宅配客戶是透過口碑相傳、自行找上門。他得意地說，參加展售活動時，扣除一根牙籤吃遍全場的「試吃部隊」，只要嚐過他的珍珠拔，十之七、八都會購買，並成為潛在的宅配



客戶，有些客戶「吃好逗相報」，年節大批訂貨送禮，宛如免費的廣告宣傳。

鄭富雄表示，番石榴產量高，一年四季不缺貨，是最平常、普通的水果，不以品質取勝，只有淪為「菜市仔貨」的命運，番石榴本是平價水果，走禮盒高級路線，即使價位高些，對多數消費者也是不痛不癢，只要建立物有所值、安全性高的觀感，路必能走得久遠。

共同運銷·無以為繼

鄭富雄班長致力高級路線成績斐然，不過他所領軍的溪洲鄉果樹產銷班第 15 班並未同步運作，多數班員仍固守傳統路線，產出多半由果販收購，產銷班經營似有各行其是情形。

對於產銷班經營並未緊密連結，鄭

富雄班長認為行銷環境是重要因素，他表示，近幾年來，果販在溪洲鄉周邊番石榴產區廣設據點，收購價格比參與共同運銷還好，並到園載貨，果農當然樂得直接交貨，尤其該班班員經營面積不小，且採多樣化生產，番石榴並非單一作物，田間工作非常繁忙，幾年前產銷班嘗試共同運銷、共同集貨，但是行情比不上果販收購價，人力也忙不過來，因而無以為繼。

溪洲鄉果樹產銷班第 15 班成立於民國 86 年，目前班員 16 位，以中高齡居多，正值壯年的鄭富雄，在班上算是年輕一輩，年長農民難免較為守舊，班長鄭富雄開創的直銷通路，尚未帶動班員跟風，而鄭富雄積極跟隨潮流建置產銷履歷，目前也僅有 1 位班員參加。



番石榴花色白皙



產銷 15 班番石榴園



果樹矮化方便作業



番石榴小果

找到生產者的資料，好產品不會被埋沒，客戶的反應也有利於了解作業得失，查出品質參差等問題所在。產銷履歷可說為生產、消費兩端建立直接溝通的橋樑。

生產面上，鄭富雄也認為產銷履歷協助內部控管極具效用，透過標準作業流程，農民可以更清楚地掌握田間作業內容。

產銷履歷·溝通橋樑

對於班員的排拒，鄭富雄認為其實是正常反應，班員產出已習慣性交給果販，直覺上，辛苦建置產銷履歷並無經濟效益，且對年長農民而言，紙筆記錄已是苦差事，更別提電腦操作，增加一堆工作負擔，又感受不到直接的好處，意願當然不高。

鄭富雄於 94 年開始建置產銷履歷，初期也備感辛苦，從零開始學起電腦到操作順手，費了好大苦工。不過，他認為，建置產銷履歷雖然多出額外的工作，但絕對值得，以他目前的體認而言，產銷履歷不僅方便消費者追溯產品出處以強化安全性，對生產者而言，也是極佳的宣傳平台，產品夠好，博得消費者喜愛，透過追溯條碼，可以輕易

嚴格用藥·安全生產

依鄭富雄的作業模式，小果約食指大小即套上塑膠袋，套袋之前進行病蟲害防治，套袋後約 3 個月採收，果實根本不會接觸到藥劑，番石榴生產過程十分安全健康，但是部分農民或許經驗不

夠，防治措施過於頻繁，甚或 1 次噴藥十多項，配藥往往重複，既是多重浪費，也有礙安全健康。產銷履歷標準作業流程對用藥限制十分嚴格，僅節省用藥支出就很值得。

儘管肯定產銷履歷制度功能，但是鄭富雄班長提醒，執行上設計至關重要，須有足夠誘因，制度才能順利推展。他表示，除了增添工作負擔，驗證費也是問題所在，建置產銷履歷，每一農戶 1 年的驗證費估計約需 3



鄭富雄班長

萬元，番石榴是平價水果，得賣多少顆才抵得上驗證費的額外支出，如果建置之後有特定通路，並有利於提升價格，付出有所代價，農民才不會手軟。

鄭富雄表示，依照計畫，2008年超市系統將全面導入產銷履歷農產品，屆時有沒有建置產銷履歷，行銷差異將明顯顯現，而依據產銷履歷說明會提出的市場調查數據，具有產銷履歷的農產品比一般農產品行情高出5-10%之間，果真具有如此效益，相信將可鼓舞農民參與的意願。

另組團隊·進軍超市

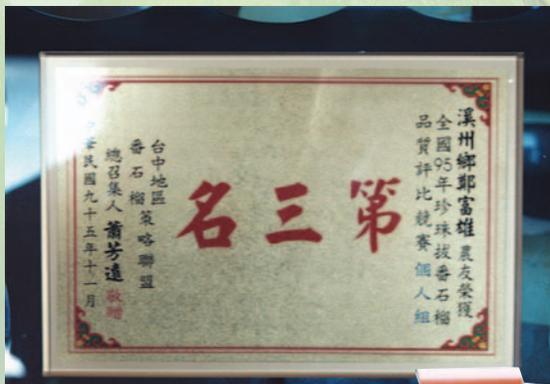
7月間，溪洲鄉果樹第15班召開班會，鄭富雄班長詳細說明產銷履歷推行進程，分析潮流之不可檔，並提出產銷班重整計畫，徵詢有意願的班員另行組織產銷履歷團隊，2008年以班為單位進軍超市系統，會中，他以當期果販收購價格1斤不過8、9元為例，說明若善用產銷履歷優勢打進超市，少說多上5元，價差可觀，以數字增強說服力。此外，鄭富雄生產的珍珠拔在台北、桃園、新竹的愛買超市系統產銷履歷專櫃銷售，精品禮盒6粒裝賣到199元，

高級行情有實例印證，班員對組織產銷履歷團隊提議，反應熱烈，接受度很高。

班員從原先興趣缺缺到普遍有意願加入產銷履歷，鄭富雄認為，2008期限是主要的動力來源，政府有完備的配套措施，推動才有明顯進展。

鄭富雄原本栽培紅甘蔗，82年轉植番石榴，從「梨仔拔」、泰國拔、世紀拔一路種到目前的珍珠拔，產業興衰盡在眼下，番石榴到處可種，生產沒有空窗期，產量又高，1分地可達1萬斤，只有以品質取勝，才能走出

「菜市仔貨」定位，他強調，品質最為要緊，能達到一定標準，掛上產銷履歷，方有相輔相乘之效。



鄭富雄參與珍珠拔品質競賽成績優異



精品禮盒

鄭富雄：04-8748013，0932-597-002

濁水溪帶來肥田沃土