

出身農家的陳萬福，對農民的辛勞有著極深的體會。為提高農民收益，他獨創真空包裝綠竹筍、筍干禮盒精緻化，並建立品牌、註冊商標，發展獨特的「綠寶石」產業；接任總幹事短短 4 年，農會放款金額從 17 億元成長至 50 億元，逾放比則僅 0.26%，經營績效比公營行庫還健全，榮獲農委會頒發「資產品質改善獎」，而他秉持的便是「忠誠」二字。

總幹事陳萬福為農會生產的綠竹筍及綠竹筍干申請註冊商標



忠誠信念・建構服務網絡 創意無限・發展綠金產業

——台北縣五股鄉農會總幹事陳萬福

文圖 | 祝芸 部分照片 | 五股鄉農會提供

「駛人的船，就要人的船會跑。」五股鄉農會總幹事陳萬福秉持「忠誠」的理念，以客戶導向思維打造服務口碑，低利攬客的操作模式，寫下信用部 0.26% 超低逾放比的漂亮數字，經營績效比許多公營行庫還健全，在經濟蕭條、金融海嘯來襲的當口，帶領農會穩健獲利，挺過一波波衝擊而來的風暴。

火山土壤・孕育綠竹筍

由於受觀音山影響，五股鄉內約 2/3 土地為丘陵，獨特的火山土壤，加上靠山



農會經營的生活館，鎖定注重養生的客層

背海的谷形坡地，避開海風吹拂，給予綠竹筍絕佳的生長環境，因此當地 8 成以上農戶均種植綠竹筍，面積廣達 500 公頃，每公頃產量約 1 萬台斤，是五股鄉主要的經濟作物。

「綠竹筍筍尖只要一出土，受日光照射就會綠化變苦，所以農民常常半夜 1、2 點就得上山，戴著頭燈，頂著微弱的燈光摸黑挖竹筍，趕著將竹筍送往市場販售，採收工作可說是和時間賽跑。」農會總幹事陳萬福一語道破筍農討生活的艱辛。

原來現年 52 歲的陳萬福，本身就是



農家子弟，從小跟隨家人種植綠竹筍，提起當地綠竹筍清甜脆嫩的品質，一臉自豪，直說絕對是全台翹楚。

真空包裝·製頂級禮盒

民國 72 年進入農會的陳萬福，歷任信用、企劃、保險等部門，94 年接任總幹事以來，眼看筍農起早趕晚的辛勤付出，收入卻十分微薄，平均 1 台斤只有 40、50 元，陳萬福除了不捨，也深切體認農民的需求，動腦研究如何提升農民的

收益，並提出不少改革措施。

綠竹筍屬季節性作物，盛產期主要集中於 6 - 9 月，光是舉辦綠竹筍評鑑、創意料理比賽及綠竹筍饗宴等竹筍節系列活動，還不足以維持農友終年穩定的收入；95 年起，陳萬福發展綠竹筍真空包裝，拉長銷售期，並藉由精緻包裝，提升綠竹筍的身價，造福農民。

憑藉著從小種植綠竹筍的經驗，陳總幹事親自參與挑選，掌握形狀像牛角、筍殼光滑帶金黃色、外形略彎、尾端不出青、底部矮胖肥大、白色新鮮且不浸水的上等筍，再設法克服綠竹筍保鮮、抗老化等問題，製成真空包裝禮盒，並參加在世貿舉行的禮品展，97 年更將筍干禮盒精緻化，讓綠竹筍成為道道地地的「綠寶石」，為農民帶來更高的收益。

設立商標·品質掛保證

「1 盒 4 支 2 斤多重的頂級禮盒可以賣到 600 元，比起筍農自行到市場販售，只有幾十元收益，好得太多了。」才推出 1 年多的綠竹筍禮盒在市場叫好又

叫座，去年真空包裝的綠竹筍禮盒約有 1,800 多斤、筍干也有 1,500 斤，農



農會開發的綠竹筍及綠竹筍干禮盒，為農民帶來更大收益

舉辦竹筍評鑑比賽，評審們正針對好竹筍的各項條件詳細評比



陳萬福對行銷五股觀音山綠竹筍不遺餘力，與農會理事長及鄉長共同宣布冠軍得主



曆年節前銷售一空，農會打算今年加倍生產，並找來多名農友加入契作行列，希望打造「綠寶石傳奇」。

成功使地方產業以高尚伴手禮盒包裝方式行銷市場之際，農會並於 96 年通過經濟部智慧財產局「筍中極品五股觀音山綠竹筍」註冊商標，從此讓五股的綠竹筍有了自己的品牌。

陳萬福表示，不只是綠竹筍，未來農會經銷的優良農產品都將貼上這個商標，讓消費者了解哪些是農會「掛保證」篩選、把關的安心產品，如農會與顏氏畜牧場合作的「黃金養生雞蛋」；深獲鄉民好評的台東縣關山鎮農會生產具有 CAS 認證的關山良質米，農會也將進行策略聯盟，甚至為其設計新包裝，以「五農關山米」品牌銷售。

區別客層·兩賣場蒙利

很少有農會同時經營 2 種型態相近的賣場，尤其位置相鄰的更不多見，不過五股鄉農會卻在民義路總部對面同時設了生活館與五農超市。五農超市，就像一般超級市場，販售基本的民生物品，特別的是，農會人員一大早就到果菜市场批回當天的生鮮蔬果，讓民眾享受「買菜不必上市場」的便利，貼心的作為，贏得好評；舊糧倉改建的生活館則走養生路線，除引進具有生產履歷的統一有機蔬果，還有許多機能、保健產品，並經常邀請廠商辦理身體檢測活動，促銷之餘，也協助民眾掌握自身的健康狀況。

陳總幹事不諱言這是受限於土地空間所做的權宜措施，但兩者客層定位並不同，依據客製化需求引進物品，逐漸發展出兩套獲利系統。農會信用部、推廣股、超市、肥料倉庫及綠竹筍直銷中心…都在這窄小的區塊中一一建構，形似切割的元素，卻又齊力撐起五股鄉民經濟、民生的依賴。

觀音山山谷形的坡地，使綠竹筍擁有不受風動的優越生長環境





筍農採筍常得邊與竹林蚊蟲奮戰，邊和時間賽跑，搶著挖掘、收成，再將採收的竹筍送往菜市場販售



逐一將長成的筍割下



割竹芽也是綠竹筍栽培的重要一環

逾放比低·體質勝銀行

檢視農會績效，信用業務往往是最直接量化的標的，而這部分，也是陳總幹事最感到自豪的成就。

「94年3月接任時，放款金額為17億3千萬元，存放比只有14%多，這對金融機構來說是相當危險的事，因為一旦利息收入減少，可能經營不下去。」這是陳萬福發現的第一個迫切需要解決的危機。他不停地思考如何拓展客源，最後決定以低息吸引客戶，第1年、第2年不賺錢，讓客戶習慣與農會往來，才有機會慢慢賺到錢。

事後檢視這個政策算是成功的，因為至去年年底為止，農會放款已成長至50億元，存放比提高為近50%。「雖然放款金額高達50億元，逾放比卻從早年的20%多大幅降到僅0.26%，呆帳準備金多達近2億元，使主管機關放心不少。」確實，這個比公營行庫還健全的經營績效，榮獲行政院農委會頒發「資產品質改善獎」，陳萬福說，這是對農會全體同仁最大的肯定與嘉勉。

面對一連串的经济浪潮席捲而來，陳總幹事自信地說，雖然這波金融風暴因存款利差縮小，導致獲利減少，對所有金融

機構都造成影響，但至今年5月中旬，五股鄉農會已有700多萬元盈餘，相信應能順利達成今年2千多萬元的目標。反觀部分農會存放比只有20%，不免替他們擔心，因為利息收入太少，還要養員工，恐怕入不敷出，難以撐過金融海嘯。

寫下農會亮麗的營運績效，憑藉的不只是工作能力，陳總幹事小心謹慎的態度，也是讓他安穩度過這波金融危機的重要關鍵。例如95年間，中華商銀以高利率兜售金融債券5千萬元，因攤開其財報顯示這家銀行令人並不放心，果然中華商銀遭金管會接管，而這批無擔保次順位的金融債券，為金融重建基金（RTC）不理賠的範圍，有十幾家農會購買後損失慘重，但五股鄉農會則因陳萬福的謹慎行事，沒有誤踩地雷。



綠竹筍是五股鄉最大宗的作物，但竹筍氧化速度快，採完就得趕緊處理販售



農會在超市旁設有綠竹筍直銷中心，一早就在此進行綠竹筍拍賣

謙虛自持·成就不居功

不過，對於這些成就，陳總幹事絲毫不居功，他在言談間不斷重覆提到前總幹事林阿仁帶領有方，甚至將老總幹事說過的話「駛人的船，就要人的船會跑。」當作自己的座右銘奉行不悖，加上理事長充分授權及同仁們兢兢業業努力，使他敢於秉持「忠誠」理念帶領農會向前邁進，拒絕遊走法律邊緣的違法超貸，創造農會良好的營運績效。

對於近來農委會大力推動的「農



農會人員一大早到果菜市場批回的生鮮蔬果，讓客戶享受「買菜不用上市場」的便利

村再生」及「小地主大佃農」政策，陳總幹事表示，這些都是正確的政策，因為台灣的農地單位面積不大，無法以機械化耕作，致成本較高，尤其現今的農村人口老化，很多老人耕作可能體力不勝負荷，「小地主大佃農」正可讓年輕的農友順利取得耕種的土地，而無法繼續從事農業生

產的人也可以擁有些許租金收入，田地也不致荒廢。

農村再生計畫方面，他也認為，現今許多農村因為年輕人外出打拚，甚至落地生根，不願返鄉，導致農村許多房舍因沒

有人住，顯得破落，透過農村再生計畫進行適當的整理，可以達到

美化的功能，例如日本的農

村非常優美，反觀中南部部分農村看起來卻破

破爛爛，相信居住也不舒服，因此他對

該 2 項政策均抱持肯定的態度。豐



生活館中引進統一健康有蔬菜，吸引不少重視養生的人採購