

優質高苣行情好，農友笑臉盈盈

擺脫悲情・農人重拾歡顏 高苣之鄉・譜寫農業傳奇

—雲林縣麥寮鄉蔬菜產銷第 47 班

文圖 | 徐清銘 部分照片由產銷班提供

高苣雖是短期作物，麥寮鄉蔬菜產銷第 47 班卻投注永續經營的最高用心，建立獨幟一格的客製化運作模式、依據訂單計畫生產；下苦功取得各式安全認證、不隨市場風向搶短線，積極營造麥寮鄉成為「高苣之鄉」，不只國內知名，也能在國際間建立優質產地的聲望。提到美生菜，就想到台灣生菜村。

供需失調、菜價如土是國內菜農的最痛。雲林縣麥寮鄉蔬菜產銷第 47 班敲定訂單，才排定種植面積，透過計畫生產，全年價格穩定，擺脫「菜金菜土」的宿命，主力作物結球高苣（美生菜），品質、安全性通過層層嚴格關卡，成功進軍



台灣生菜村介紹小冊，設計動感活潑，放眼國際舞台，文字介紹中英日文並陳

日本、馬來西亞市場，外銷量年年呈倍數成長，躍升亞洲冬季結球高苣供應重鎮，可以期待。47 班開疆闢土，卓越的經營表現，榮獲 98 年全國十大績優產銷班表揚。

高苣外銷·進展飛速

10 月中旬，麥寮鄉蔬菜產銷 47 班的專業育苗場一片蒼綠，離地高床式苗圃上，一排排穴盤內的結球高苣小苗，依據排定生產順序的不同，有的小葉初展、有的已亭亭玉立、即將移入田間定植。再過些時日，47 班生產大本營的興華村，浩瀚的高苣綠海將成為村內主要景觀。

麥寮鄉蔬菜 47 產銷班於民國 85 年成軍，翌年，引進結球高苣試種，從 1 公頃起步，至 96 年，整體種植面積已達 80 公頃、產量 2,100 公噸，97 年即突破 100 公頃，成長飛快。

該班外銷出擊，推進速度更是驚人，92 年進軍日本，第 1 年出口 10 個貨櫃生鮮高苣、96 年 62 個貨櫃，97 年已高達

119 個貨櫃，外銷之進展宛如搭乘雲霄飛車，短短時間、成長十數倍，目前該班產出的結球高苣，約半數均供外銷。

不過幾年前，興華村農民仍苦於不知冬季種什麼才不會血本無歸，如今，村內農民總是翹首期盼東北季風吹起，高苣產季早日開鑼。透過集團化計畫生產、保證價格收購，高苣短短 2 個月栽培期，1 分地就有約 1 萬元淨利，收入穩定，完全擺脫以往冬季盛產、菜價如

土的風險。而原本寂寥、少為人知的興華村，更因俗稱「美生菜」的結球高苣的推展，已是名聲鵲起、紅到國外的「台灣生菜村」。一頁農業傳奇，正在這近海小農村譜寫著。



台灣生菜村 logo

入秋轉涼，忙碌日子開跑





產學合作結盟儀式，郭明鑽揮舞大旗

掌握時機·揚名立萬

「台灣生菜村」是麥寮鄉蔬菜 47 班行銷國內外主打的品牌，「生菜村」高莖崛起竄紅，是天時、地利、人和完美搭配，班長郭明鑽敏銳掌握時機，則是關鍵推手。

郭明鑽是興華村在地人，從小即幫忙家中農事，25 歲接觸蔬菜買賣，長年的經營經驗，對於國內小農制引致「盲目種植」帶來的苦果，感受深刻。85 年，郭明鑽號召村民成立產銷班，以訂單生產概念進行供貨，班隊運作已有計畫生產的雛型。成軍當年，恰逢美國生菜欠收，國內肯德基速食連鎖系統轉向在地尋求貨源，郭明鑽掌握機會，開啟「生菜村」高莖揚名立萬的契機。

麥寮蔬菜 47 班團隊的運作模式，近似工業界的中心、衛星廠型態，10 位班員是核心團隊，也是栽培技術指導師傅，

外圍則有陣容壯盛的契作協力農戶。不同於一般產銷團體生產後再找買主的習慣，47 班則是先敲定訂單，再決定種植面積與品項，通常於 9 月中旬開始辦理登記募



年輕世代生產規劃專員郭淑芬

地，登記面積達到設定目標即截止，由於經營績效卓越、收益佳，契作登記踴躍，以今年為例，10 月初，所設定的 100 多公頃面積已全數到位。

管理中心·規劃生產

產銷班並設置管理中心，統籌客戶聯繫、接洽訂單、計畫生產、流程管理、

安全管理、採收出貨、行銷宣傳等事宜。管理中心生產規劃專員郭淑芬表示，協力農戶只須依照中心擬定的計畫「按表操課」、專注田間事務即可。



生菜村文化節活動，大小朋友滿載而歸

郭淑芬是 7 年級生，大學念的是財經，畢業後不久即返鄉加入團隊，管理中心其他 6 名成員的年齡、學歷背景也約莫相當，堪稱「漂鳥」新農民的組合。郭淑芬表示，國內農民生產內行、但行銷多半外行，年輕世代加入，主導市場開發、行銷宣傳、生產規劃、新知引進、藥檢管理等事宜，可說扮演農民連結外界的橋樑角色。

團隊生產面採客製化模式運作，接受委託生產，建立契約行為，客戶訂出品項、數量，團隊依客戶需求生產，並以穩定價格供貨，不隨市場行情波動，供需穩定、價格穩定，品質必然隨之穩定，既有利於客戶端服務客群，生產農民也不須隨著市場風向搶短線，產銷雙方皆蒙其利，形成正向循環。

供貨穩定・品質一致

47 班團隊生產主力為結球萵苣，另依客戶所需也生產皺葉萵苣、羅曼萵苣。以國內市場而言，肯德基、摩斯漢堡連鎖系統是重要客戶，速食連鎖系統供貨鏈最重視全年供貨穩定、品質一致，47 班產銷管理模式完全應對客戶的要求標準。

郭明鑽班長表示，管理中心設有專業

育苗場，統一供應菜苗；田間管理訂有標準作業準則，病蟲害防治、施肥資材均強制由管理中心統籌調配發放；收成時，另有專職採收班負責，契作農民只須依排

定時程領取菜苗定植，遵照作業準則做好簡單照顧動作即可，其餘均不須掛心。

最特殊的是，契作方式並非以收穫量多寡、而以契作面積計價，農民將菜苗種入土地，收入就已確定，天災、蟲害等風險均由經營團隊吸收。先前，當地冬季作物以花生、水稻佔大宗，栽培時程長，收益也不高，而結球萵苣生長期只約 45 - 60 天，參與契作的田地，1 分地以 1 萬 6 千元保證價格收購，扣除資材、勞務等成本，栽培 1 期、短短 2 個月時間的平



外銷萵苣專屬套袋

均淨收入，1 分地約 1 萬元之譜，比傳統作物高了一大截，且不必承擔風險，農戶因此普遍珍惜參與契作的機會，對於各項作業準則規範配合度相當高，運作順暢。



市場量身訂做的「TGAP」，另外針對客戶摩斯漢堡的特殊要求，自行開發一套「TGAP」，整個蔬菜產銷流程，共有3套履歷系統控管，極其少見，安全把關認

證，功夫做到家。

農田輪作·減輕蟲害

餐桌上，結球萵苣最常以「生菜沙拉」的樣貌現身，生食是主流，對安全的要求特別高，47 班對此下足功夫，該有的認證一樣不缺，目前除已取得「TGAP」產銷履歷、「吉園圃」安全蔬果雙認證外，班隊還導入專為外銷

病蟲害防治方面，該班運用性費洛蒙防治法相當成功，對抗萵苣大敵斜紋夜蛾、甜菜夜蛾，1 年施放的性費洛蒙捕蛾器少說 2、3 千具，遍布村內各個角落，農田、路邊布滿防衛哨兵，形如全村共同防治、效果加倍，萵苣受到保護，也惠及其它農作物。

選別包裝作業



另外，該班廣泛使用物理性防治法，如田間插入藍色黏板對付薊馬；入春時節，高苣產期結束，契作農田回歸種植水稻，引水灌田，又可消除土棲型病菌，具有輪作效果，多管齊下，蟲害威脅減輕，藥物用量可大幅削減，達到安心、安全的宗旨。



產銷班參與國際食品展

風頭水尾·適地適種

結球高苣是國際流通型蔬菜，依季節變化，產區之間廣為互通有無，冬季 12 月至 3 月間，溫帶國家因天候嚴寒，出現生產空窗期，需向低緯度國家進口，而此時熱帶地區仍然炎熱，不符合結球高苣偏好涼冷、乾燥、最懼高溫多濕的生物特性，冬季合宜產地不多，而麥寮鄉正是其一。

麥寮鄉位於雲林縣西北角，正當濁水溪出海口，標準的風頭水尾地理，冬天海風凜冽強勁，土壤多為保水性差的砂質壤土，說來並不優異的農業環境，栽培結球高苣卻是天作之合，

冬季少雨、海風強勁，砂質土壤有利於排水，且日夜溫差大，各項條件配合，高苣結球快、甜度高，口感特別爽脆，逐鹿冬季國際市場，競爭力十足。

經過幾年來直線成長，47 班並不急於趁勢追擊、擴增產能，郭明鑽班長反而認為不妨暫時「原地踏步」、喘喘息，連著 2 年，產量一口氣倍數成長，大家忙

得手腳發軟，商譽口碑得點滴累積，若因腳步過急而有所疏失，得不償失，產量衝到一定程度需回頭盤整，也讓後續加入的農友跟上，大家腳步齊一，整體產銷環節運作更順暢，再大步往前衝。

3 年前，47 班結合地方資源，利用農曆春節期間開辦「台灣生菜村美食文化節」，已連續舉辦 3 年，獲得廣泛迴響，除了行銷自家品牌，更有宏大企圖，希望藉由活動舉辦，讓產品與地方緊密連結，營造麥寮是「高苣



裝上貨櫃即將出國爭光

之鄉」的印象，不只國內知名，也能在國際間建立優質產地的名望，提到冬季美生菜，自然連結到台灣生菜村。高苣是短期作物，麥寮鄉蔬菜產銷 47 班卻投注永續經營的最高用心。豐

雲林縣麥寮鄉蔬菜產銷第 47 班

雲林縣麥寮鄉興華村架仔頭 3-3 號

郭明鑽：05-693-6282