

我們的蔬菜運銷 問題在那裡？

根據農委會發佈之糧食平衡表，81年國人每年每人蔬菜消費量為115.15公斤，水果99.77公斤，穀類98.02公斤，顯示蔬菜已成為重要消費食品。蔬菜為民生必需品，一般供需彈性小，供需的不平衡，極易造成價格急劇變動，不僅影響到生產者的收入，更影響到消費者支出，蔬菜運銷問題因此格外引人注意與重視。



小農制度下的蔬菜生產，規模小，常無法構成經濟運銷單位。

■直銷超市日漸發展 產地市場相形萎縮

台灣為小農制農業型態，一般而言蔬菜生產規模小，生產農戶眾多、零星而分散，因此產品常無法構成經濟運銷單位；另在消費面由於消費者人數眾多、分散，消費

不僅種類多樣而又少量；再以果菜是價值低、笨重、易腐而為不易規模化之產品特性，因此在運銷過程中需有中間商參與運銷服務，尤其有賴果菜批發市場執行集貨、分貨，形成公正交易價格，擔負貸款清算與行情報導等項運銷職能。

(一) 運銷通路

台灣蔬菜運銷通路，可歸納為下列通路形態。

1. 零階通路：農民——消費者
2. 一階通路：農民——零售商——消費者
3. 二階通路：農民——零批商

——零售商——消費者

4. 三階通路：農民——販運商——零批商——零售商——消費者

5. 共同運銷：農民——農民團體——批發商——零批商——零售商——消費者

6. 直接運銷：農民——產品處理配送中心——零售商——消費者

上述各種不同運銷通路，同時並存於目前的運銷體系中，其中以三階通路在台灣蔬菜運銷之比率最高，由於轉手層次多，也是遭受批評最多的運銷方式。最近由於生產面的專業化，專業性大型出貨組織的成長，消費面超級市場連鎖經營的興起，同時運銷技術的改進，如產地預冷、低溫輸送、冷藏展售櫃之採用，電傳交易的便捷，使得蔬菜直接在產地包裝並直接送往超市銷售之直接運銷正日漸發展，預期今後運銷通路階層將逐漸減少，而使產品配送更有效率，成本更為降低。

再就台灣地區蔬菜運銷組織而言，有商業性的運銷業者及公益性之生產、運銷團體參與其事。商業性業者有販運商、行口、零批商、零售商等。公益性之生產、運銷團體有農會、青果社、農業合作社、場，及政府、農民團體組織之果菜批發市場。而農民選擇產品銷售方式，可以在菜園就地售予販運商，亦可自行運至產地市場或托運至消費地市場出售，也可以參與農民團體之共同運銷。換言之，農民生產蔬菜可有多重的配銷通路行銷其產品，由於運銷通路彼此之間具有高度的競爭性，因此販運商勢必無法對農民予取予求。

(二) 共同運銷

目前蔬菜共同運銷計有農會、農業合作社（農場）、青果社等3個主要系統，其運銷單位達300處

，遍及各主要蔬菜產區，80年計運銷211,796公噸。其中約有93%貨品集中供應台北農產運銷公司，其餘7%，則供應高雄、基隆、桃園、台中、屏東、鳳山、三重等7個果菜市場。在市場佔有率方面，除台北市場佔有率達53%以外，其餘市場佔有率均低於10%。造成共同運銷貨品集中台北市場之原因有：(1)高雄及省內果菜市場多採議價或議價、拍賣併行制度（共同運銷貨品採拍賣，一般供應人貨品採議價），以致形成價格不盡合理；(2)高



農民生產的蔬菜，有多重配銷通路可以選擇，自主性已經提高。

雄及省內市場之交易價格長期均較台北市場為低，影響農民供應意願；(3)南部果菜市場因承銷商自行進貨，共同運銷需貨量減少，運銷費用高且不便。

(三) 批發市場

82年台灣地區計有71處果菜批發市場，全年蔬菜交易總量為1,159,848公噸，交易總值為151億2千萬元。如以蔬菜生產量1,910,318公噸計算，經由果菜市場交易者約

為61%。但上項數字因包含批發市場交易移轉而重複計算之交易量，故其比率應較61%為少，依此推估39%之蔬菜未經市場交易而直接送往工廠加工及在場外交易。

另根據農林廳編印之「台灣地區農產品批發市場年報」，82年台北、高雄及台灣省71個主要果菜市場之蔬菜供應者別之統計分析，由農民自己供應者佔43.76%，農民團體佔23.81%，販運商31.84%，其他0.59%。若以75年農民自己供應者佔50.26%，販運商佔33.13%，農民團體佔16.61%相比較，則農民供應減少6.5%，販運商減少1.29%，農民團體增加7.2%。顯示農民團體共同運銷比率呈成長趨勢，但反觀產地市場在交通便捷與共同運銷競爭下，確有相形萎縮現象。

■地小人稠缺乏彈性 菜金菜土屢見不鮮

(一) 供需不平衡問題

由於蔬菜供給與需要均較缺乏彈性，遇有生產過剩或不足，極易發生價格的暴漲或暴跌。據研究，台灣地區冬季蔬菜供需比率達137.36~161.63%，夏季期間供需比率介於94.98~95.08%之間，自給不足4.92~5.52%。在正常供需及交易情況下，因有冷凍調味蔬菜可供替代，蔬菜供需尚能維持平衡；但因台灣地處亞熱帶，颱風豪雨頻仍，蔬菜受損後供給不足，價格飛漲情形亦屬常見，影響所及，消費者及新聞媒體對運銷制度不良之指責批評紛至沓來，然則此種因豪雨災害或者農民對價格預測誤差所致之供需失調情事，實不能完全歸咎於運銷制度不良。

(二) 產地與批發階段的問題

農民對蔬菜之銷售，大致有自行運銷市場、售予販運商、參加共



國人對葉菜類的需求相當固定，一旦發生短少，市場價格立即反應上漲。

同運銷等3種主要選擇。近年來政府所推動的共同運銷制度業已紮根於產地，提供了迅速而透明的交易行情，農民議價力大為提升，因此產地至批發階段受販運商壟斷的情形已獲改善。惟目前消費地果菜市場之交易場地，相較於實際運銷需要仍顯狹小不敷需要；例如台北第一市場、基隆市、桃園市、新竹市、台中市等果菜市場甚為擁擠，場地嚴重不足。再者部份消費地之批發市場除因場地擁擠外，又無法建立良好的進貨交易作業流程與交易制度，以致價格形成不夠公開、合理。在此種市場交易制度不良，共同運銷缺乏可供應之市場，復遭市場供銷一體不完全競爭之下，農民獲得價格實有偏低與不合理現象，以致共同運銷的數量及市場占有率成長緩慢。又農民也常以共同運銷

與自行供應行口之價格作為比較，若有共同運銷價格較行口價格低的情形，則常以市場交易不公開，制度大問題，怪罪於市場或共同運銷，致頗有困擾。事實上，價格係由供需決定，同等級同規格貨品在相同時間，相同地點售價都有不同，因此要求一致價格並不適切。

(三) 運銷價差過大的問題

傳統的蔬菜運銷流程，係以果菜批發市場為中心，進行集中、均衡、分散之運銷功能。農民生產之蔬菜，透過販運商或農民團體運送批發市場，再經承銷人（零批商）至零售商。由於層層轉手、多次的加成，使運銷費用提高；另外，蔬菜之零售仍以零售市場為主要場所，而零售市場之零售攤位因經營規模較小，每單位蔬菜分攤之運銷成本較高，亦是導致運銷價差過大之

主因。

大部分蔬菜具有易腐性，損耗率很高，另因運銷階層多運銷費用增大。另外，由於國民所得的提高，消費者對產品品質與運銷服務的要求不斷提高，從而運銷成本亦相形增加，更使農民所得價格與消費者所付價格之間的差距益形擴大。檢視蔬菜運銷成本結構中，運銷商的毛利潤佔了很高的比率，其次為營業費用、運費及損耗。運銷商的利潤佔運銷成本比率高的主要原因為運銷商的規模太小，經營效率偏低，其中又以零售商的問題較為嚴重。

(四) 蔬菜價格不穩定問題

基本上蔬菜價格取決於供需，供過於求則價格下跌，供給不足則價格揚升。台灣地區蔬菜價格具有中度的不穩定性，不穩定之發生源



高品質產品預期會有廣大消費群。

自供給量變動的影響。設法從供給面來實施計畫生產，理論上被認為具有穩定價格之功效。但衡諸台灣現行蔬菜產銷現況，事實上計畫生產確難付諸實現，蓋因市場需求難以推估，農民亦無法充分配合執行。尤其是消費者對葉菜類之需求相當固定，當災害發生葉菜類短少時，消費者每每難以因應調整改食根莖菜類，徒使葉菜類漲勢加劇。

(五) 貯藏有其限制與困難

1. 洋蔥、馬鈴薯、胡蘿蔔等冬季蔬菜之生產因有季節性，兼以較耐久貯，向由運銷業者以低溫冷藏，可供應市場長達4~6月之久。但對週年生產之葉菜類則貯藏期因種類而異，長者1~2月，短者僅有3天。雖然可以貯藏，但不合經濟原則。

2. 颱風豪雨來襲雖可於數天前獲知，但其災害程度，發生地區與範圍則難以準確預測，預先冷藏風險頗大，萬一預測不準，則損失相當大。

3. 實施冷藏必須預租冷藏庫，支付冷藏費用，因此冷藏前必須先考量將來可否獲得預期收益。台

北農產運銷公司曾試購甘藍菜一批，測試其冷藏時期及盈虧，經測試結果，雖甘藍菜可貯存2個月之久，但銷售後計算損耗及冷藏費用，每公斤虧損26元之多，顯然長期貯存不符合经济效益。

4. 災前購貯再透過直營超市銷售，對於防止菜商哄抬應有效果，但災前購貯勢將引起市場供給量之銳減，可能反而助長菜價之漲勢，而雨後採收之蔬菜，其含水量高，本不易貯存，若處理不當更易腐爛而遭受損失。

■ 內銷為主，外銷為輔 對症下藥，推動改進

(一) 宣導正確產銷觀念

運銷始於生產，而為生產的延伸，兩者相輔相成。現代化的行銷觀念，旨在發掘市場需要，滿足消費者需求，以求獲得合理的利益。行政院通過六年國家建設方案，農業建設之成長率訂為零，其意義就是農業應致力於產品品質之提升，以提高其附加價值。尤其消費者的需求已從過去量的滿足，轉為對品質、安全、健康的要求，預期高品

質之產品將有廣大消費者，而低品質的產品其銷售將難免遭遇困難，因此發展具有廣大市場需求，又能滿足消費者的優良產品，是成功運銷的先決條件。行銷環境的改變，生產者必須有行銷導向的理念，例如消費者重視健康、安全的要求，那麼生產者就可推出有機蔬菜，強調以有機質生產，不用化學肥料或農藥，並建立起品牌，應可增加生產者所得，消費者也能獲得滿足，因此開發具有市場潛力產品，運用行銷策略，達成永續經營，為蔬菜生產者必須追求的目標。

(二) 促進蔬菜供需均衡

1. 夏季蔬菜生產應設法改善現有蔬菜專業區生產環境，補助購置防雨設施，以防豪雨為害；輔導分散生產地區，分散產期及指導種植適合市場需要之菜種，配合消費需要；加強宣傳菜農正確使用農藥，以確保消費者健康。

2. 在冬季蔬菜生產方面，宜加強產銷觀念宣傳，以輔導適度減產，同時輔導購置保溫設施種植夏季型蔬菜，及蔬菜加工及外銷，以紓解蔬菜生產過剩情形。

3. 在可貯藏蔬菜如甘藍、包心菜、胡蘿蔔、洋蔥、馬鈴薯之主要產區，興建大型冷藏庫，採以貨架、棧板設計，以堆高機作業，可以調節蔬菜供給，減少季節性波動幅度。

(三) 契約產銷與價格安定

蔬菜價格具有不穩定性，因此為穩定價格，安定農民收益，日本對主要蔬菜實施安定價格制度，於低價時給予農民補貼，而且歐美亦有採用。台灣地區目前所實施的夏季蔬菜契作保價運銷，目的在推動以市場導向的計畫生產與秩序運銷。實施期間為每年6月至10月，辦理種類有24種，此項計畫每年於實

施前即事先訂定保價基準、契約數量、供應市場、指定供應單位並訂定供應品種、等級規格限制等，農民團體即依核定菜種、數量、供應時間指導農民種植，於收穫期依既定計畫供貨，假若遇市場行情低於所訂基準價時，就其基準與行情間之差價給予農民補貼。此項措施經實施多年以來，對於穩定農民收益、調節供需，確有功效。盱衡當前本省蔬菜產銷情況，假使具有良好的交易市場，透過契約產銷方式推行計畫生產與秩序運銷，當有助於價格之安定，農民可以獲得較為合理價格。

(四) 加強蔬菜採收後處理

運銷過程的損耗和失重，為運銷價差形成原因之一。蔬菜的損耗與失重，隨蔬菜種類、包裝、運輸方法而異，損耗失重大，運銷價差亦大，農民分得比率小。以台北市場包心白菜為例，平常損耗約為40%，承銷人如以每公斤5元購入，去除外葉損耗後，重量減為0.6公斤，換言之，包心白菜之進貨成本已增為8.3元，雨後蔬菜，損耗更大。一般而言，包心白菜、甘藍大都以軟竹簍盛裝，留存保護外葉太多，故損耗較大。花果菜類多數以紙箱包裝，損耗較少，農民分得比率較高。其次損耗發生來源，包裝與運輸處理不當或採收後任憑風吹日晒，置於溫悶場所，為導致腐損之根源。因此加強農民之保鮮知識，指導處理技術，改進分級包裝，充實預冷設施，以保持蔬菜產品之新鮮，減少損耗應為現階段需加強辦理之工作。目前農林廳已在斗南設置冰水預冷設備，對於竹筍實施水冷保鮮，在西螺地區設置強風預冷設備，對葉菜類施予強風預冷，另對花蓮縣吉安鄉韭菜採用低溫運輸、貨櫃運輸，改進品質，提高售



運銷過程的損耗和失重，為運銷價差形成原因之一。農政單位今後將加強蔬菜採收後處理工作。

價均有良好成效。

(五) 批發市場及交易制度

台灣地區現有71處果菜批發市場中，由於蔬菜產地變遷，有些批發市場業務量減少，或幾已停業；有些市場交易場地過於狹小，不敷需要，甚至佔據道路交易，影響交通者有之，因此批發市場亟需考量消費人口、蔬菜產量及運輸情形，訂定長期整建計畫加強辦理。至於批發市場經營管理，除台北農產運銷公司較為健全外，其他各地批發市場以其交易情形、交易特性不盡相同，因此有關其交易制度、經營管理宜因應各地情形而有不同，例如產地批發市場宜以吸引農民與販運商進場作為設計規劃重點，並提供提供交易資訊、資金融通、包裝預冷之服務，期有助於戢止場外交易之猖獗。

(六) 提高共同運銷佔有率

因為共同運銷制度的普遍推行，使得農友能獲得正確迅速的市場行情，增加農民銷售管道，議價力大為提高，產地受商販把持價格的情形已不復見。但是目前蔬菜共同運銷在整個運銷通路中的比重，相較於販運商仍然為低；又共同運銷貨品仍集中台北市場，價格風險無法分散，售價仍不穩定，因此如何提高共同運銷在市場的佔有率，乃為現階段努力重點。要提高農民團

體之競爭力與運銷效率，必須加強產地農民組訓，輔導計畫產銷，改進分級包裝，充實集貨分級包裝設備，並輔導分散供應市場，期使運銷價格風險分散，穩定農民收益。

(七) 輔導蔬菜直銷超級市場

近年來台灣地區超級市場發展迅速，提供了蔬菜直銷有利的發展環境。所謂直銷就是農民團體將貨品不經果菜批發市場，直接銷售超級市場或超級市場之配送中心，減少通路階層。政府為因應此種情勢發展，自民國74年起配合推動直銷工作，一方面在產地輔導農民團體興建現代化之果菜包裝處理場，充實預冷小包裝處理與低溫運輸設備，減少運銷費用；另一方面選定都市化、人口集中之鄉鎮市農會設置農產品直銷中心，以超級市場型態經營，增加新鮮果菜魚肉銷售據點，構成良好的直銷體系。迄至目前為止，台灣地區業已成立直銷中心76處，尚繼續增設中，對於縮短批發與零售階段價差，將有示範改進之效。此外，80年起農委會、國防部為改進國軍副食，推動由農民團體供應軍隊所需果菜，至83年底設立32處副食供應，全年供應蔬菜約4萬公噸，此一措施將有助於共同運銷業務之推展，並兼顧生產者與國軍官兵之福利。