

產地蔬果，直銷超市

——訪漢光果菜生產合作社



網室小白菜採收



菠菜套袋包裝



供應國軍的大袋包裝



機械化包裝



番茄分級包裝



集貨場內等待處理的包心白菜

我們日常食用的蔬菜種類至少100種以上，但是國人習慣上認定葉菜類才是「青菜」，其他根莖果菜類只是配角，脆弱而容易腐爛的葉菜類因此變成市場上的「敏感作物」。再加上省產蔬菜主要產地集中在嘉南平原和中部地區，大消費市場却在北部地區，因此建立有效率的運銷體系，才是我們蔬菜產業的關鍵所在。

事實上政府已經有計畫的協助農業合作社及合作農場，強化其組織體制，促進業務穩定發展，希望健全的農業合作社場辦理運銷業務，擔負起照顧農漁民的責任。在全省約260家農業合作社場中，連續二年獲得績效獎的「雲林漢光果菜生產合作社」，是其中的佼佼者。

辦理蔬菜直銷超市，是「漢光果菜生產合作社」最重要也是最出色的成就。最近幾年，大型量販店的成長以及超市連鎖經營的興起，使得蔬菜在產地包裝處理之後，直接送往超市銷售的行業，逐漸發展成熟。根據「漢光」83年1~12月的營業資料統計，全年果菜供應量16,896,655公斤，總金額469,681,682元，平均單價27.80元/公斤，其中共同運銷部份佔總供應量約1%，直銷超市（惠康超市等）約19%，直銷萬客隆批發倉庫約50%，直銷國軍蔬菜約30%。「漢光果菜生產合作社」理事主席廖丁川的經營能力，受到肯定。

位於西螺鎮，民國78年成立的「漢光果菜生產合作社」從當初創立的50名社員，擴充到目前的205名。社員耕地面積在155公

雲林縣著名的西螺大橋
河床上也種網室蔬菜



漢光果菜生產合作社
理事主席廖丁川

頃以上，其中契作面積有40公頃，參加人數50人。這些具有專業知識與良好生產技術的農民，利用網室、溫室等設施，種植葉菜類。每年複耕8次，平均每人耕種0.8公頃，每0.1公頃每次可收入16,000元~22,000元，也就是說，他們都是年收入在百萬元以上的菜農。在良好的產銷結構之下，誰說種菜不賺錢？

不過，能幹的廖丁川主席也感慨的說，果菜生意是買方市場，以惠康超市為例，全省有70幾家連鎖店，採取多家進貨策略，

「漢光」雖爭取到其中20~30家的果菜供應，合作4年多，卻從未訂立買賣契約，每天要等到下午對方才下訂單，賣菜的一方在議價方面處於弱勢。

此外，建立「漢光」的品牌是廖丁川最迫切的希望。「漢光」配合政策，發展精緻農業，利用合作經營成立產銷班，聘請專家指導生產技術，及正確使用農藥的方法。為了讓消費者安心食用，購置生化殘留檢驗器，為農民提供蔬菜檢驗服務，保障消費者權益。然而，這麼用心經營的蔬果產品，擺進超市的貨架之後，全部穿上超市的統一包裝，消費者無從辨識。

如果「漢光」能打出響亮的品牌，讓消費大眾指定要「漢光」蔬菜，則買方市場的決定權在消費群手上時，情況也許就改觀了。對於有心做好蔬果品質的業者，無疑是一大鼓勵。廖丁川主席對於未來還有許多構想，目前正與級勃勃想以「植物工廠」型態，生產純淨無污染的有機蔬菜。請看本期25頁。