

把健康安全帶回家

記吉園圃蔬菜一日遊



■安全、衛生的蔬果，人人愛。(楊淑欽提供)



■正確的防治觀念教育，是加入「吉園圃」的蔬菜產銷班平時加強的重點。

4月14日星期天，台北市天空的太陽被白雲遮住臉，天氣顯得涼爽怡人，逸仙公園前聚集不少老老少少，有的著一身輕裝，有的還背著簡單行囊，大人們圍成幾落，神情愉悅地正聊著天，小孩子們嘰嘰喳喳地玩起遊戲，正等待遊覽車載他們前往蘆洲鄉，參加「吉園圃」知性之旅一日遊，這個活動是由蘆洲鄉農會主辦，邀請消費者參觀「吉園圃」蔬菜的生產流程。

「吉園圃」是政府3年前設立的蔬果品牌，為了不再使消費者因農產品受重金屬或農藥污染等報導，對每天食用的蔬菜水果，心存恐懼，所以設計了該標章，讓消費者有所依循。

為什麼要有「吉園圃」

台灣氣候溫暖，適宜各類農

作物的生長，當然也是病蟲害繁殖的快樂天堂，過去家庭主婦的觀念裡，認為美觀、無蟲孔的蔬菜才是品質好，市場導向如此，生產者為了有好的收入，希望種出的蔬菜銷路旺暢，在蔬菜生長期無病蟲害的侵襲，農藥的使用次數不知不覺間也增加了。近年來，大家對吃進去的食物是否安全，對身體健康有無危害，要求日漸提高，也有越來越多的農民知道過度使用農藥的害處，而且明瞭農藥並不是防治病蟲害的唯一之計，利用設施、生物防治法同樣可以種出高品質的蔬菜。然而，報章仍可見蔬菜有農藥殘留的報導，消費者和生產者同受影響。

所以，「吉園圃」，一個由政府建立的蔬果品牌誕生了！它的建立不只為了消費者和生產者

，也是希望提昇國產農產品的競爭力，農委會植物保護科陳秋男表示，農政單位推動安全用藥「吉園圃」標章，最主要是希望達到提高國產農產品在國內外的競爭力，由於我國將加入世界貿易組織，開放自由市場後，我國將成為世界各國產品競銷的市場，消費者的選擇更多樣化，要求也將更嚴格，對農產品的品質與安全將更為挑剔，所以提高農產品競爭力，才是根本之道，也是農民收益的最大保障。

眾人齊力下推出的「吉園圃」

凡在生產過程中有遵守農藥安全使用，種植出合乎農藥殘留量標準的蔬菜水果，都可以在申請和檢核之後，獲得政府「吉園圃」的信譽保證，消費者可以放

心地購買衛生安全的「吉園圃」蔬果。

在農政單位和推廣人員努力之下，這個品牌逐漸獲得農民的認同，蘆洲鄉農會蘇金寶先生表示，參加「吉園圃」標章，要確實填寫安全用藥記錄卡，農民長久以來雙手拿鋤頭慣了，提筆寫字，非常不習慣，好不容易才克服拿筆比拿鋤頭重的困難，順利完成手續，加入該標章。目前獲得「吉園圃」的蔬菜產銷班有53班，水果產銷班有17班，數目持續增加中。

產銷班是民國80年間，農民經政府整合的生產組織，住在同一地區的農民生產類似的農作物，少則數人，多則數十人，組成生產團體，從整地、播種、育苗、除草、防治病蟲害、收穫、分級到包裝等管理工作，大家分工合作，每個人各司其職，並定期開會討論溝通生產技術、管理、運銷等事宜，這種運作的方式有許多好處，減少勞力的重複使用、共同購買資材降低成本等，對於新技術和觀念的建立亦扮演重要角色，在「吉園圃」的推動上，也幫了不少忙。



■桃園市農會舉辦「蔬菜」免費義診，為「吉園圃」蔬菜促銷。（楊淑欽提供）



■桃園市農會所舉辦的「吉園圃」知性之旅一日遊。（楊淑欽提供）

農民教育是建立「吉園圃」的關鍵

在台中市，經常上超市買菜的家庭主婦，一定非常熟悉嘉義縣新港鄉中庄區段所生產的小包裝精緻蔬菜，又脆又嫩，放置冰箱冷藏不易枯萎，這麼好吃的蔬菜是由許國雄班長領導的蔬菜產銷班所生產，該班也是「吉園圃」的一員，能夠獲得肯定，要歸功於許班長相當重視班員的教育。

十年前許國雄開始組班時，就深深體認到這點的重要性。許國雄不諱言表示，農民的教育水準不高，知識水準有限，往往看不懂一瓶瓶農藥罐上的說明，如何稀釋、如何噴灑、何時停藥採

收等使用方法，完全靠農藥行販售商的解說，如果傳達錯誤，農民種出的蔬果，安全性就可慮了。因此，他們的產銷班成立之初，首先就從教育著手，一再向班員灌輸如何正確的使用農藥。

吃的安心，吃出健康

「吉園圃」標章的申請是以產銷班為單位，首先受益的是那些「奉公守法」的農民，正是所謂的「好人有頭天」。蘆洲鄉的蔬菜產銷班十年前就是瑠公基金會「安心蔬菜」生產的一員，用網室設施來保護種植的蔬菜，病蟲害減少了，僅需應用黃色黏紙板和性費洛蒙等生物防治法，以及少



■參加「吉園圃」知性之旅後，消費者恍然大悟，原來我們吃的蔬菜是種在「房子」裡的。（蘇金寶提供）



■利用設施和生物防治法就可以種出安全、衛生和高品質蔬菜。（楊淑欽提供）



■排排走，看看蔬菜怎麼種出來。（蔣光昭提供）

許的農藥，就可以生產出清潔、衛生和高品質的蔬菜，以小包裝的方式運到超市直銷，頗受好評。3年前第一個獲得「吉園圃」標章的蔬菜產銷班，就在蘆洲鄉。

有許多加入「吉園圃」標章的產銷班，對農作物的生產抱持精益求精的態度，除了注意農藥的安全使用，更在田裡施用有機肥，桃園市的蔬菜產銷班還規定班員一定要用有機肥作為肥料，雖然化學肥料效果快速，但鹽份累積在土中，會破壞土壤的理化性質，種不出高品質的蔬菜，對於這一點他們相當堅持。嘉義新港鄉的許班長在5月1日，對遠來自台中市消費者所舉辦的「吉園圃」知性之旅中，解釋它們種出的青菜，大火快炒，脆嫩滋味好，就是因為使用有機肥的緣故。因此，「吉園圃」標章的蔬菜絕對是可以讓消費者吃的安心，吃出健康。

我們如何推動「吉園圃」

為了讓更多的農民在生產中將農藥安全使用的觀念成為習慣，基層的農業推廣人員也花費不少心力，高雄縣梓官鄉農會的蔣光昭說，首先，農會選擇一些在共同運銷中，做得好、觀念新的菜農，向他們說明小包裝的好處和吉園圃安全用藥的規定，雙管

齊下，制定「凡是想要參加小包裝運銷，就要做好農藥安全使用，符合吉園圃的要求」不成文的規定。這批先鋒部隊在農會不斷開班會加強宣導之下，順利推出清潔、安全的小包裝吉園圃品牌蔬菜，銷路不惡，引起鄉裡其他農民參加的意願，從1班增加到目前的4個產銷班從事生產，成績相當可觀，一天的生產量約6千包，每包約300克左右。

桃園市農會的楊淑欽表示，他們依原來的設施蔬菜產銷班，先遴選優秀、配合度高的幹部加入吉園圃的行列，由各班幹部開始產生效應，進而影響全體班員加入，同時農會定有獎懲辦法，例如，蔬菜被檢出有農藥殘留者，停止共同運銷半年，並易科罰金10萬元。鼓勵使用低殘留性農藥、非農藥防治資材，舉辦促銷活動，打開知名度，5月12日，他們配合慶祝母親節舉辦「吉園圃」知性之旅一日遊，讓消費者從實地參觀中了解什麼是「吉園圃」。

要有銷路才能談理想

「吉園圃」的推展目前遇到瓶頸，在廣大的消費群中尚未建立鮮明的形象，市場普及率有限，使得生產出來的蔬果銷售量未明顯提升。在農民心中好不容易建

立的基礎，也會由於自己辛辛苦苦種的高品質蔬菜賣不出去，而對獲得「吉園圃」標章的堅持，意興闌珊，在現實的生活面中，他們也要顧及收入，倘若消費者不愛買，銷售量不好，又有誰願意生產做賠本生意呢？今年農政單位推動的重點工作之一，放在宣傳促銷上，在5個縣市舉辦知性旅遊，報章媒體刊登廣告，以期消費者從認識「吉園圃」標章後，進而喜愛購買「吉園圃」的蔬菜。

誠如梓官鄉農會的蔣光昭所說，消費者的消費習慣是決定市場供需的主要因素，如何在蔬果生產的過程和消費者的需要之間，建立「農友能生產，消費者愛購買」的共識，便是最根本的解決之道。

小河流要匯大川

3年來，許許多多有心的農民和農業推廣人員默默為「吉園圃」標章努力，加入的53班產銷班甚至未來還有更多，每一班像一條小河流，漸漸匯集在一起，成為農產品市場裡一股清新的支流。有消費者的肯定和行動的支持，河流才能變成大川，導向市場生產安全衛生的蔬果。這不是現代社會裡，想要過安全無憂生活的消費者共同的期望嗎？



■梓官鄉農會舉辦的「吉園圃」知性之旅，邀請消費者坐牛車。（蔣光昭提供）



■消費者到包裝現場參觀。



■許國雄班長向消費者解釋他們如何種出高品質蔬菜。