

## 玉山之珠—玉珠葡萄好品質

文／陳世芳 圖／信義鄉農會

為提昇國產水果品質，農委會致力推動國產優良品牌水果品質認證業務，並於八十九年底舉辦「國產品牌水果供應單位營運成果發表競賽」，競賽內容包括：品牌命名及商標設計、內容、圖表運用、時間控制、台風儀表、實際營運績效。經激烈競爭，本場轄區有信義鄉農會以「玉珠」葡萄榮獲亞軍，水里鄉農會「黑紫玉」葡萄、石岡鄉農會「金碧」椪柑均獲優勝之殊榮，而營運量多寡乃脫穎而出之關鍵。



●深紫色的玉珠葡萄

信義鄉位居南投縣東南隅山區，為原住民鄉鎮，面積遼闊，且位處玉山山麓下，有濁水溪、陳有蘭溪貫穿鄉鎮，使土壤肥沃，日夜溫差大，很適合蘊育高品質葡萄，目前栽培面積約三百公頃，栽培戶數約四百戶，12班葡萄產銷班，年產量約九百萬公斤。信義鄉農會為響應建立國產品牌水果政策，先期推薦五位農會主辦人員及班員參加訓練，於八十九年取得經濟部智慧財產局商標註冊證書，將品牌命名為「玉珠」，具有玉山之珠、登峰極品之涵意，並迅速於八十九年八月完成國產品牌水果單位品質認證。除了得天獨厚的地理環境之外，要生產出高品質之玉珠葡萄必須採行嚴密之計畫生產管理步驟：



●套袋的玉珠葡萄生長情形

除了得天獨厚的地理環境之外，要生產出高品質之玉珠葡萄必須採行嚴密之計畫生產管理步驟：

- (一)整地：施肥時須注重基肥、磷肥、綜合微量元素的合理化供給，除草以割草機，而非除草劑，以免傷及果樹。
- (二)修枝：將無花穗的枝條去除，以免浪費養份，再進行點藥、催芽，約經過三十二天後，即進入開花期。
- (三)疏穗疏果：以 16~22 葉間留二串果穗，12~16 葉留一串果穗，12 葉以下則不留。接著進行疏果工作，疏果關係果穗的外觀、糖度、著色，亦是決定高品質葡萄的關鍵。
- (四)套袋：約在開花結果四十至五十天內進行套袋，以隔離農藥的污染，蟲害及鳥類的侵襲及避免病菌衍生，以保有完整的果穗及果粉。
- (五)用藥管理：生產期間使用政府推薦之藥劑，不任意提高農藥用量，並遵守安全採收期之規定，防止農藥殘留，並取得安全衛生蔬果標章「吉園圃」之檢

驗合格。

(六)採收：產期大部份採一年三收制。第一期在五至七月份，第二期八至十月份，第三期十一至元月份。

(七)集貨管理：經由品牌小組決議，排定組員出貨日期，採收後運至集貨場，由組員共同選別，按果期共同計價為基礎，以強化產期調節及調節各大小市場供貨量。

(八)分級品質標準：依據農委會訂定之標準。

(九)行銷方式：包裝有五公斤單層紙箱、二公斤精裝禮盒二種，包裝主要通路為台北農產運銷公司，八十八年平均價格為每公斤一百五十五元，較同期葡萄平均價七十四元高出一半以上，自八十九年七月起為改善供需量時多時少之瓶頸，農會與台北農產運銷公司簽訂品牌水果預約交易，承銷人在前三日向農產公司預訂品牌數量，再由農產公司通知農會出貨數量，使供需量得以精確控制，預約價格訂在每公斤二百元。另外為直銷水果專賣店如台北市農會直銷中心，並開拓公司、機關團體訂購直銷通路，平均價格為每公斤一百六十元。



玉珠葡萄在各輔導與執行單位的努力經營下，已成功地打響品牌知名度，惟產品量少，僅佔個別生產戶總產量約 1%，幾乎是所有品牌葡萄亟待自技術層面克服之共同問題，未來尚需繼續教育農民提昇生產管理技術，結合各產銷班調節出貨排程，穩定供貨能力，並培養忠誠客戶，建立客戶資料，於產期前聯絡及售後服務，讓品牌的效益帶動信義鄉葡萄產業榮景。