金針鮮蕾產銷與展望

金針為我國栽培已久的作物，除了觀賞外，尚有食用及藥用的用途；本省目前的栽培面積約為 960 公頃，其中花蓮縣佔了 46%，為其重要的農特產品。花蓮縣金針栽培區主要集中於玉里鎮（250 公頃）、富里鄉（200 公頃）及瑞穗鄉（20 公頃），所種植的品種因地理環境而不同，「台東六號」為平地金針栽培品種，開花期在每年四至六月；另高山金針品種為「華南種」，據農民代代口傳，其種原是先民渡海來台所引進的，開花期在八至十月。自四月份開始，山下的平地金針開始綻放，直至八月份，位於低中海拔山區的高山金針接續開花，更達高峰，一片黃澄澄的花海，以青翠起伏的山巒為背景，其中點綴著風格各具的莊園，秀麗的景色，令人流連忘返。近年來因平地金針新品種的育成，由於田間作業與運輸皆較為便利，使平地金針的栽培面積急速增加，逐漸成為金針產業的生產主力。



以往金針的產業是以加工製成乾金針販售為主，曾為本區的金針農帶來頗佳的收益；但是我國加入世界貿易組織（WTO）後，將面對價廉物美的外來農產品，未來農業將受到極大的衝擊，因此農產業亟待轉型。在中央及地方的農業單位及當地農民的努力下，目前對金針產業未來的發展有了三個主要的方向：(1)研發新技術，製作合乎衛生標準的低含硫量(4000 ppm)乾金針，目前已有具體結果，已將技術轉移給農民採用，並加強輔導。(2)開發金針生鮮製品的市場，如金針鮮蕾、金針嫩莖(碧玉筍、翠玉筍)，並製作金針食譜和辦理促銷發表會，推廣給消費者；目前亦有良好成效， 89 年度台北農產運銷公司拍賣市場全年銷售量已逾 15 萬公噸，較去年成長二倍左右。（表一）(3)配合金針花季，發展與觀光結合的休閒農業，亦是未來努力的重點。本文針對其中「金針鮮蕾」之產業做進一步的探討，亦對 89 年夏季所建立的「鮮針一族」品牌實施情形做一檢討，提供未來發展策略。

表一：近二年台北農產公司全省拍賣市場金針鮮蕾之供應量及拍賣價格

項目	供應量（公斤）		拍賣價格（元／公斤）	
	88 年	89 年	88 年	89 年
一月	240	2,068	94	263
二月	50	1,852	80	246
三月	30	5,183	180	246
四月	1,894	20,425	101	117
五月	30,780	74,105	71	76

六月	7,624	16,262	91	70
七月	7,496	4,342	110	104
八月	11,105	12,256*	103	87*
九月	5,699	5,691	100	124
十月	4,239	2,612	127	177
十一月	1,545	4,228	190	173
十二月	3,360	4,582	266	138
合　計	74,062	151,466		



農委會為解決金針乾製品生產過剩的壓力，於 89 年 4 月召集花東兩縣農業單位，共同致力於「鮮針一族」品牌的建立，加強採收後處理，協助開發包裝及銷售管道，補助冷藏交通設備，對農民進行金針生鮮產品產銷的溝通與輔導。金針鮮蕾為目前金針生鮮產品的主力，因此花蓮區農業改良場於 89 年期主要輔導對象為鮮蕾產銷；其產品規格分為為二日花（二日後開花）及三日花（三日後開花）；而一日花（即明日或當日開花，為乾金針的材料），因市場反應及價值不高，則不予考慮輔導。其自 5 月 16 日起以「鮮針一族」品牌上市至 7 月 17 日止，供貨量及價格資料如表二。

表二：台北農產公司拍賣市場之花蓮金針鮮蕾「鮮針一族」於拍賣價與全省交易資料比較（89 年 4 月 1 日至 7 月 17 日）

交易日期	平均價格（元／公斤）			交易總量（公斤）			總金額（元）		
	其他	鮮針一族(花蓮)	%	全省	鮮針一族(花蓮)	%	全省	鮮針一族(花蓮)	%
四月上旬	154	—	—	127	—	—	21,020		—
四月中旬	166	—	—	3,412	—	—	595,525		—
四月下旬	75	—	—	16,866	—	—	1,414,492		—
五月上旬	69	—	—	33,410	—	—	2,253,668		—
五月中旬	54.8	62.4	113.9	26,012	4,053*	—	1,453,752	252,318	—

五月下旬	60.5	68.0	112.4	14,683	6,892	46.9	911,225	462,422	50.7
六月上旬	74.5	60.3	80.9#	6,689	3,535	52.8	428,118	199,673	46.6
六月中旬	72.5	69.9	96.4$	4,481	2,331	58.1	311,943	176,634	56.6
六月下旬	88.6	81.7	92.2	5,092	1,725	33.9	439,309	134,483	30.6
七月上旬	91.5	79.8	87.2	1,676	562	33.5	146,767	50,899	34.7
七月中旬	93.3	93.1	99.8	1,184	402	34.0	112,285	37,068	33.0
合　計				109,753	18,393		7,683,335	1,194,336	

*, 統計資料為 5/16　5/20。

#, 天氣炎熱，黃化及腐爛嚴重，須加強預冷作業。

$, 天雨，紙箱多數破裂。

經由為期二個月的執行，檢討後歸納有下列改進事項：

一、金針鮮蕾二日花的價格僅為三日花的 5~7 成，依據市場消費者之反應，亦以三日花的外觀翠綠、口感佳較受歡迎，屬於特級品。但因二日花的採收較省工，使農民仍以採收二日花為主，雖然農業輔導單位一再鼓勵以三日花為生產主力，但效果不彰。（表三）

表三：89 年花東地區「鮮針一族」拍賣價格（元／公斤）

日期		一日花	二日花		三日花		四日花		混裝
月	旬	塑膠袋	塑膠盒	塑膠袋	塑膠盒	塑膠袋	塑膠盒	塑膠袋	塑膠袋
五	中			55	10	93			
	下		60	59	104	92	100	100	
六	上			59		79			74
	中	35		63	100	95	105	120	82
	下		40	69	117	106	123	113	95

七	上			88	125	116	148	130	95
	中			90					95
加權平均		35	55	68	110	93	120	115	88

二、根據花蓮區農改場取樣調查結果，集貨場之間的產品規格並不一致。目前因均以目視法及經驗來分級，多存有同規格產品間其品質不穩定現象，在拍賣市場無法建立長期信譽及口碑。而且部份集貨場的二日花、三日花產品混裝，更有甚者，一、 二、三日花混裝，無法得到好價錢。

三、平地金針的採收期時令進入了夏季，部份產品預冷及保鮮作業沒有徹底執行，往往在運輸途中，幼嫩的金針鮮蕾已開始發熱、黃化及腐爛。

四、採收、分級、包裝均有賴人工，勞力成本高；且地處偏僻，使運輸成本提高。

五、目前全省金針鮮蕾需求量評估約為 6 公噸。零售商現在供貨來源包括了透過拍賣市場供貨及行口二部份，其供貨比例約是 6：4 左右。根據拍賣市場農產品交易的資料，供貨量一超過二公噸，明顯地價格滑落。

六、消費者對該產品認識不夠，對其烹調法不甚瞭解，雖這二年來，出貨量有顯著增加，但市場開發宣傳尚不足。

以上所述是 89 年度辦理金針鮮蕾產銷之檢討事項，訂定未來輔導方向如下：



一、訂定金針鮮蕾品質標準及包裝規格：建立有效的分級才可有穩定的品質，產品才可標準化。分級應儘量採用數量化或儀器分級，以避免人為的誤差；因此，針對該項工作，應由農業試驗研究單位加強對金針鮮蕾特性基本資料的調查，蒐集農民、經銷商及消費者的的意見，訂立金針鮮蕾的標準。統一規格的包裝則有助於提高工作效率、運輸、保存及美觀，並可提升產品形象。若以子母包裝的方式更便於即時上櫃，有利零售商販賣及消費者購買。

二、加強金針鮮蕾預冷及保鮮作業：金針鮮蕾生產時間在夏季，在運輸過程中因仍在釋放生物熱，易因高溫而褐變，腐爛，而使金針鮮蕾價格不穩定。農會目前已添購冷藏車，可解決運輸過程的問題，但農業試驗研究單位應針對運輸過程中之預冷及保鮮作業研發一作業模式，提供金針農參考仿傚，並且教育農民莫因小失大，為節省材料、人工，造成金針鮮蕾品質的低落，及商譽的損失。

三、整合產銷班組織辦理運銷：輔導農會整合產銷班組織，辦理預冷、分級包裝及分散市場通路等講習訓練，並且對於農業經營方面的觀念須透過產銷班組織的運作多多加強。

四、強化「鮮針一族」品牌的形象：品牌是品質的保證，並可與進口的金針鮮蕾市場做一區隔。「鮮針一族」目前已有了制式包裝及統一的品牌圖案，在 5 月份上市後，其拍賣價格已高出一般 10%左右。後因農民未遵守「鮮針一族」品牌必須以三日花特級品來出貨，及天氣轉熱後保鮮及預冷作業尚未成熟之故，造成價格稍減。未來的輔導方向應加強農民品牌的觀念及維護品牌的品質及形象。

五、研發省力自動化機械，輔助採收、分級、包裝等工作，並輔導農會建立分級包裝作業流程，確實執行分級包裝及提高工作效率，縮短收穫至上櫃之間的時間。

六、金針鮮蕾多元化利用的開發：除了炒食外，開發其他的食用方法或用途，如製成點心，開發設計新興或藥膳食譜。

七、加強行銷，拓展新興市場：結合農政及農業研究、輔導等單位，有系列辦理及規劃相關促銷及推廣活動。可與當地觀光業及休閒農業結合、創造金針的特別形象（如她是我國歷史上代表母親的花朵、古人認為金針可以解憂，又稱忘憂草等）、創意食譜設計比賽、配合金針花季的人潮開放自助採金針活動等。

花蓮縣金針產業多數在中低海拔的山坡上種植，如經適當的管理，可進行約數十年宿根栽培，農民在山上苦心經營，已有二三世代。乾金針的產業已漸沒落，但大部份的金針園屬林班地，無法轉為其他用途，若能部份生產轉為發展金針鮮蕾，可以紓解乾金針生產過剩的問題，並配合金針生鮮產品的多元化利用，及逐漸轉型為休閒農業，無異是另一契機。

＊本文承農委會運銷科陳淑貞技正精心斧正，特此誌謝。