

全球網化

技術 管理 氣候異常 修廢耕地活化 技術小組 轉作 苗木 季節工 地被 專利 收購 創業 園藝 就業 農會 產銷班 國土計畫 保存方式 雜糧 水產 在地連結 花卉 農機具 介質料 改良風味 專業商業訓練 品牌行銷 包裝運輸 收購 交際工 品牌 地產 外銷班 文心蘭 觀摩 凝聚向心力 販售會 為鄉民 套袋 進口 產量 品種 跨領域 栽培 品質 創新 灌木

行銷推廣 資源永續 精緻農業 氣候異常 修廢耕地活化 技術小組 轉作 苗木 季節工 地被 專利 收購 創業 園藝 就業 農會 產銷班 國土計畫 保存方式 雜糧 水產 在地連結 花卉 農機具 介質料 改良風味 專業商業訓練 品牌行銷 包裝運輸 收購 交際工 品牌 地產 外銷班 文心蘭 觀摩 凝聚向心力 販售會 為鄉民 套袋 進口 產量 品種 跨領域 栽培 品質 創新 灌木

[illegible][illegible]



封面說明

本期從全國模範農民廖秉鉉、羅弘奇及運用自身機械專長營農的柯景發談起，再論及106年十大績優農業產銷班與外埔區紅龍果第1班的組織運作，以及新社區農會農業經營專區的經營關鍵，作為農民經營典範與參考。

發行人／林學詩

總編輯／楊宏瑛

編輯委員／洪梅珠、蕭政弘、白桂芳、楊嘉凌
楊宏瑛、陳俊位

執行編輯／陳蓓真

輔導機關／行政院農業委員會

發行所／行政院農業委員會臺中區農業改良場

地 址／彰化縣大村鄉松槐路370號

電 話／本場04-8523101

農民服務專線04-8532993

埔里分場04-92880084

網 址／www.tdais.gov.tw

設計印刷／啟麟廣告事業有限公司

電 話／02-22251121

展售書店

五南文化廣場／臺中總店

地 址／臺中市中山路6號

電 話／04-22260330

國家書店／松江門市

地 址／臺北市中山區松江路209號1樓

電 話／02-25180207

國家網路書店／www.govbooks.com.tw

中華民國81年10月創刊

中華民國106年12月出版

局版臺省誌字第280號登記證

中華郵政彰化雜字第30號執照登記為雜誌交寄

GPN／2008100085

ISSN／0257571X

工本費／15元

臺中區農業專訊 第99期

農業經營典範與價值提升

目錄

- 01 前言 陳蓓真
- 02 黃金青農 秉鉉的新蘭向計畫
..... 蔡本原、陳世芳
- 05 以三品農業航向國際的農業典範
——羅弘奇 陳世芳
- 08 中年返鄉從農，柯景發運用機械
專長，創造不一樣的農業
..... 張惠真、曾康綺
- 12 產銷班經營管理模範-新社區花卉
產銷班第7班 吳建銘
- 16 產銷班經營管理模範-田尾鄉庭園
花木產銷班第29班 吳建銘
- 19 外埔區紅龍果產銷之推手-洪景元
..... 陳蓓真、陳世芳
- 22 農業經營專區建立農地農用典範-
以臺中市新社區農業經營專區為
例 吳建銘、楊宏瑛、新社區農會

版權所有 轉載本刊圖文 須經本場同意

前言

文 / 陳蓓真

農業為國家整體經濟一環，亦在糧食供應的穩定、生態環境的維護、食品安全的保障、農業文化的維持等面向，與全民生活環環相扣，提供多樣化價值。細說我國農業發展現況，農業從業人數約 55.5 萬人，僅占全國就業人口 4.9%，農民年齡平均 62 歲，耕地面積 79.7 萬公頃，占總面積 22.1%，農場平均規模 1.1 公頃，為小農農場經營形態，2015 年農業產值 5,016 億元，農業 GDP 僅占國內總 GDP 比重 1.8%，每戶農家平均所得 102.6 萬元。隨著農業面臨的困境與挑戰，包括農業人力老化、經營缺工，耕地面積零碎與破碎化，頻繁及加劇的異常氣候，環境資源日漸短缺，產品安全及貿易自由化的衝擊，資源永續發展的考驗，爰思維革新，本著農委會施政規劃，以創新、就業、分配及永續的原則，打造強本革新的新農業，與在地連結，建立兼顧保障農民、農業發展及環境永續的農業新典範。是以，本場依循農委會新農業創新推動方案，透過百大青年農民專案輔導，產銷班組織經營輔導、農業經營專區推動與輔導等，建立中部地區的農業經營典範，作為已從農者或有意從農者可遵循的模板，進而提升農業的價值。

本期以農業經營典範與價值提升為主題，內容介紹全國模範農民 - 廖秉鉉，談

及其從農歷程與堅持，研發創新之產品，其不但為本場輔導之百大青農，亦於榮獲 2017 年全國模範農民後，將其農業創新想法與思維擴及所參加的新社區花卉產銷班第 7 班，繼而參選 106 年度十大績優產銷班評選，奪得十大績優產銷班的殊榮。接著談及 2017 年全國模範農民 - 羅弘奇，投入百合及伯利恆之星切花與球根繁殖之二十年歷程故事，以品種、品牌、品質為理念，掌握生產技術及品牌行銷關鍵，創造千萬產值與國際知名度。接著介紹在設施蔬菜經營有成之農民 - 柯景發先生，運用本身機械專長，自行設計製造農場自動化設施，達省工省時及省錢，創造不一樣農業。在農業團體與組織運作案例，以績優農業產銷班組織運作的典範 - 新社區花卉產銷班第 7 班、田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班及推動紅龍果外銷市場之外埔區紅龍果產銷班第 1 班 - 洪景元班長為例，介紹產銷班運作、提升生產技術、凝聚班員向心力、行銷推廣等經營方式與堅持。最後提及農業經營專區運作及典範 - 以新社區農會為例，了解農業專區操作模式與作法。本期集結各農業經營者的智慧與經驗，期作為各產業農民或想從農者的借鏡與參考。

黃金青農 秉鉉的新蘭向計畫

文 / 蔡本原、陳世芳

一、前言

臺中市新社區為全國最高海拔栽種文心蘭的切花地區，園區一眼望去有如黃金般的夢幻，廖秉鉉與弟弟從小在花園裡打滾，跟在父母身邊學習，耳濡目染下對文心蘭採收、集貨、分級裁切及包裝出貨等流程略懂一二，在他退伍前早已認定文心蘭為未來的志業。

傳統觀念認為從農缺乏前景，因此父親在他退伍後，不准他接觸家裡的蘭花產業，要他出去創業，看看外面的世界，他先後從事工程師、機械鉚金師傅及科技廠高壓電配線主管等工作，但運氣不佳，2009年碰到金融風暴，在無薪假的壓力下，非自願離職的回到父親經營的秉薪蘭園幫忙，他也告訴父親自己想讓文心蘭揚名國際的決心，這讓原本態度強硬的父親，看到他堅毅的眼神及強烈的企圖心，終於點頭答應讓他試著經營文心蘭產業。雖然從小接觸文心蘭，但在外頭打拼的幾年，專業技術上略顯生疏，加上非農業科系畢業，下定決心從頭開始認識文心蘭，並於2016年參加農委會吉時從農、青春築夢青年農民專案輔導計畫。

在學習的過程中，更發現要經營好一個產業，除了栽培管理外，還要深入去探



秉鉉的文心蘭面膜讓農委會林聰賢主委（左）都說讚

討多樣化品種、產期調節及如何建構完善的生產體系等問題，學無止盡，很慶幸一路上遇到許多幫助他的良師益友，無論是同行的前輩或是試驗改良單位的專家，在他最需要的時候，給了最大的關懷與技術上的協助。生產端無虞後，要開始煩惱銷售端的運作，為了拓展日本市場，秉鉉開始學日文，與貿易商接洽，積極推廣優質的文心蘭切花，銷售屢獲佳績，2010年擔任新社區花卉產銷班第7班書記，該班於2017年榮獲全國十大績優農業產銷班。

二、青年農民專案輔導

(一) 生產管理策略

秉鉉自 2009 年返鄉從農，為因應文心蘭產業之市場需求逐年增加，透過育苗馴化場、種苗（成苗）栽培及切花擴大經營規模，至今已經營 29,667 平方公尺，另外契作 35,000 平方公尺供應日本、歐美、香港、大陸及澳洲等市場，充分供應市場需求，目前經營項目包括育苗年產量約 50 萬苗、種苗成苗栽培 19 萬 5,000 株、文心蘭切花 350 萬支。為提升栽培技術也投入光控電動內遮陰設施，符合歐美市場需求，將文心蘭盆花栽培介質蛇木及竹炭改為水草，且採用蘭花病毒檢測體系，加強去除病毒技術，選育健康種苗，以及選育 Baby Face、純黃三唇瓣等品系。此外，本場花卉專家輔導其文心蘭輸荷蘭瓶插壽命之品質測試及文心蘭溫網室設施改善作業。他也使用摘除側芽方式，實施產期調節，將 9-10 月盛花期調節延後自 11 月至隔年 4 月採取，銷售至日本之拍賣價格由 80 元日幣提升至 250 元日幣。

(二) 行銷管理策略

文心蘭切花內銷占 10%、外銷占 90%。秉鉉外銷文心蘭切花與 2 家以上貿易商合作，並與日本外銷貿易商合作建立瓏園品牌及新社地區性品牌，以雙品牌結



以產期調節副產品文心蘭萃取植株側芽研發蘭晶鑽面膜（圖／廖秉鉉）

合新社地區產銷班共同外銷日本市場，分散至多家貿易商，增加運銷成員銷售量與值，鞏固國際花卉市場的地位。另外也配合中華文心蘭產銷發展協會，外銷至中國市場，降低文心蘭外銷日本單一市場之風險，積極開拓歐洲外銷新市場，設計突顯品牌形象的包裝，加深品牌印象，以策略聯盟的訴求創造品牌差異性。

為確實掌握運銷成員產品品質及增產貨源，建立品牌信譽，維繫產業榮景，包裝集貨場採用產銷班共同選別、共同計價，空運外銷日本市場，以海運冷藏保鮮技術，降低運銷成本，提升品質。

(三) 人力管理策略

目前農場採家族共同經營模式，由父母親與妻子協力經營，但切花採收及分

級包裝時，需要大量人力支援，此時農場以交換工的方式與香菇產業配合，調度短期人力，紓緩缺工的問題，同時促進在地就業機會，臨時工及僱工共 6 人，目前臺中市政府辦理的「青年加農、賢拜傳承」計畫，更獲本場推薦為花卉類賢拜，帶領 2 位新進青年在農場內學習文心蘭栽培管理。

(四) 研發管理策略

本場輔導廖秉鉉以除側芽方式做產期調節，穩定貨源及增加產值，首創研發以產期調節後的植株側芽加工萃取製成文心蘭美白保濕面膜，增加收益。在外銷切花介質配方方面，以泥炭土、碎石調和使用，

有效降低成本，使植株健康，增加開花株產量；採用二流體噴霧方式處理害蟲，減少檢疫機率，更改吸管固定文心蘭花梗技術，提高切花整體品質。

(五) 財務管理策略

經由陪伴師的指導，除傳統家庭簿記錄農業支出與所得外，亦積極參加農糧署辦理之智慧農民經營管理系統訓練，利用 Access 軟體，e 化記錄農事生產成本及收入，快速且即時的一指掌握所有生產成本資訊與經營成果，有效運用大數據系統累積的數據與資料進行未來經營決策分析及風險管理，提升自我競爭力及帶動農業產業資訊化發展。



廖秉鉉為 2018 臺中世界花卉博覽會拍攝之文心蘭宣傳影片

因應文心蘭市場需求增加，廖秉鉉逐年擴大經營規模

以三品農業航向國際的農業典範 羅弘奇

文 / 陳世芳 圖 / 羅弘奇

一、前言

當前許多輔導報告發現青年農民投入農業，以農家子弟回鄉承接家業成功率高於非農家子弟，這種說法在歷屆十大神農或是模範農民可以得到印證，尤其花卉產業由第二代承接比率相當高，原因可能是花卉產業屬於技術、資金密集的產業，44歲榮獲2017年全國模範農民的羅弘奇先生為后里區第二代花農，退伍後即回鄉與父母親種植契作外銷日本的劍蘭，隨著日本泡沫經濟而衰退，民國85年羅弘奇開始與父親思考，劍蘭是傳統花卉面臨收購量銳減、價格低迷的瓶頸，正值百合為市場崛起的新興花卉，觀察到市場上的百合切花，傾向姬百合、白色香水、葵百合、鐵砲百合等少數品種，毅然決定轉作同屬球根花卉的百合，初種植時對百合不熟悉，詢問當地同業多半只告知一半，直到遇到百合前輩王添榮先生，不藏私從整地、栽培、施肥、病蟲害防治逐一傾囊相授，尤其注重施用有機質肥料友善環境的觀念，打下農業經營的基礎。

二、經營情況簡介

羅弘奇班長，談起花卉產業眼中充滿專注與自信，二十多年來陸續投入百合與伯利恆之星切花與球根繁殖、盆栽百合生



羅弘奇班長致力於花卉產業的發展

產等，陸續擴大生產規模至10.94公頃，市佔率達50%。參訪荷蘭與國外花卉市場後，體認到「品種、品牌、品質」三品農業是花卉事業經營的根本理念，為掌握市場脈動，每2年即到荷蘭選新品種回臺試種，二十多年來陸續自國外引進上百種切花新品種進行試種，並請花店、花藝老師等選種，測試消費市場水溫，最高時曾種植多達200種百合。在經營上得以穩健紮實，生產技術與品牌行銷是成功的關鍵，而這2個強項他是如何努力做到的？



辦理台灣百合節活動



打造一座宛如仙境的伯利恆之星花田

(一) 生產技術

選擇種植百合以來不斷發現問題、解決問題，栽培之切花品種包含有 OT 型、薇薇安娜、羅賓娜、康卡多、曼尼莎、節奏舞者等之外，為帶給消費者耳目一新的感覺，每年自國外引進新品種保留 1 分地進行測試，選拔出多項適合臺灣氣候環境的品種，並與福爾摩莎園藝公司在園區辦理台灣百合節，與全國百合花農與愛花朋友分享栽培與選拔心得，將品種與行銷做完美的串連。初期花農對荷蘭引進之百合花種球生理特性不了解，球根經長時間冷藏將近半年，有些品種發生種植後生長遲緩或不易生長之障礙，因此詢問荷蘭花農，將百合發根技術引進國內測試使生產根莖比一致，與同業分享提高切花品質。並與農機廠商合作開發種球採收機，栽培上節省大量人力成本。也與產官學單位合作，研發可調節百合花產期之藍、白、綠不同顏色遮陰網、百合球根處理技術、伯利恆

之星球根剖球繁殖技術、伯利恆之星球根發根技術、降低球根冷藏腐爛與提升抽花率之冷藏技術，取得業界標準之百合花網支撐桿專利，研發推廣種球採收及分級機，利用造霧系統投灑藥劑等技術，節省人工與降低生產成本。由於后里地區夏季不適合百合生長，為了銜接夏季農閒期，引進伯利恆之星切花種植 4.98 公頃，產量達 40 萬支，2007 年起經福爾摩莎及紅鉅公司出口到日本、澳洲、新加坡等地，產值已達 1500 萬以上。

(二) 行銷策略

“穩固內銷市場、進擊外銷市場”內外兼具的行銷佈局，在內銷市場透過共同運銷、網路行銷、實體花店及花卉產業活動等多元行銷通路與傳播，讓承銷商事前直接預約訂貨方式，運銷至拍賣市場交易，自己可以達到滿意價格，買方可以確保貨源及到貨保證，保障雙方買賣權益。經由中華花藝協會提供百合產地產量資訊給各花店會員，增加購買力及供需資訊透明化，



應用不同顏色遮陰網調節花卉產期

確保花店會員穩定供貨，提高長期配合之意願，滿足供應鏈上下游關係之建立與維繫。創立網路花壇提供球根花卉愛好者認識與銷售小包裝種球，營運成熟後移轉成為中興大學學生交流平台。透過臉書及粉絲專頁成員包括花卉承銷商、花店、花藝老師等，推廣新品種產品訊息。近3年舉辦台灣百合節，協助展示所有試種切花及盆花品種，以及展示溫室百合品種栽培及設計，將新品種推廣給全臺百合花農及花卉消費者，提升產業形象及供應鏈品質，擴大百合產業之能見度與提升市場地位，增加消費量，配合宣傳2018台中花博及推廣花卉產業等活動。在外銷市場，建立「綵宏」花卉品牌，透過積極與貿易商合作開拓日本、東南亞及澳洲市場，增加國內百合及伯利恆之星切花的國際知名度。

三、結語

榮獲農委會2017年全國模範農民，肯定其對產業的貢獻，身為中臺灣花農的

典範，經歷臺北花卉產銷公司董事、臺中市墩南合作農場理事及后里區花卉產銷班第18班長等職務歷練，目前也擔任后里區青農聯誼會顧問，以專業熱情協助花農解決百合及花卉產銷問題，對於青年朋友未來投入百合花產業語重心長表示，隨著消費趨勢改變，百合消費人口以中壯年族群為主，年輕族群喜好小型、單價低抑或是進口切花，近幾年百合切花年產量最高曾達6,000萬支之高峰，供需達到飽和狀態，因此投入花卉產業需掌握產業動態是基本功。回想當初從農時遇到貴人引導啟發，因此，極力建議青年農民選擇加入地區性青年農民聯誼會組織，可獲得創業資訊及跨領域互相學習資源，減少摸索與失敗。行銷面需建立國際觀打群體戰，來面對國際市場之競爭，百合產業已成立i-LILY跨區域之品種品牌行銷網絡，成員橫跨高中低海拔區域，錯開產期全年得以供應最佳品質產品，延續品牌價值，中肯地期許後繼者多看多聽多學習蓄積成功的軟實力。

中年返鄉從農 柯景發 運用機械專長 創造不一樣的農業

文 / 張惠真、曾康綺 圖 / 柯景發

一、中年返鄉從農

電機科系畢業的柯景發，曾任二家 CNC 工具機製造廠廠長，見父母常憂心「田那麼多，有誰要回來接？」，且雙親日漸年邁的身影，一再讓景發思考著不一樣的人生，在深思後決定返鄉從農，回應綠地的呼喚。但當決定回來從農之際，父親又說「現在待遇那麼高，要回來做什麼」，其實過程中也懷疑當下不足 1 公頃的耕地，傳統農業也能創造相同的百萬年薪生活水平嗎？

二、凡事要有計畫

農業門外漢的他，雖有工業科技技術與管理經驗，但深諳造物先造人的原則，除了參加農政單位系統化的專業培訓課程，也到處參訪專業農場並爭取實習機會，在住家屋頂自行搭建簡易溫室，以介質耕方式種植洋香瓜、東方甜瓜、玉女番茄、高麗菜、小黃瓜等作物，目的是演練種植及管理流程，並成功經歷蘇迪勒等 2 次颱風的考驗，累積對詭變天候的對策。抓到屆齡青農的尾巴，45 歲才正式從農的景發說：科技人返鄉從農，當然得當一個「潮



柯景發認為「專注把簡單的細節做好就不容易失敗」

農」，他解釋道，潮就是流行，流行才跟得上時代，跟得上時代才能傳承，傳承就能永續，永續農業就是潮農的路，於是把工業技術、經營、管理帶入農業的科技農夫，就這樣胸有成竹走進設施栽培的路。

三、用心規劃與經營農場

(一)生產

申請農業設施容許使用後，開始搭設1.6分地的強固型溫室，初期種植小黃瓜，採收期達2.5個月，收益不錯。第2期種植玉女小番茄，也自行育苗試種半分地的夏南瓜、栗子南瓜等作物，嘗試找出多種可以輪作、間作、與具忌避功能的作物，緊接又搭設2分地設施投入生產，以克服產期無法接續的空窗期；農場供水採深層井水，水質送驗達可生飲的條件，確保作物給水安全；接著參加鄉鎮農會的蔬菜產銷班，經由輔導後各項產品皆取得產銷履歷、吉園圃、QR Code等認證標章。

(二)行銷

剛開始種小黃瓜，父親問要賣給誰？在採收前1周才去台中果菜市場申請供應人代號，第1周量少價格又低，“我就到處送人，當成打廣告，反正價格不高，不會捨不得”，第2周後客源就來了。全期達3成直售，其他送拍賣市場、大型量販通路等，“因產品具認證標章，並附無農藥檢驗報告，所以拍賣市場都安排到專區



以「操天控地智能農法的實踐者」為題代表彰化縣參加全國農業創新經營管理經驗分享競賽，抱回冠軍的榮耀

去，價格不錯，拍賣市場的號碼名氣既已打響，如果不能穩定供貨，承銷人很快就會忘記我的號碼。”，因此他很快就規劃籌建擴大設施及增加露天栽培生產區，適當的擴大經營以穩定周轉。

在直銷市場經營方面，臉書上公告農場動態資訊，以line群組下單訂購，依鄰近客戶資料規劃一節能物流網，盡可能自行送貨，除達地產地消降低碳足跡的概念，更貼近客戶需求；遠程客戶則配合物流業

者採宅配到府服務。自售的部分採年度統一價，所以客源穩定。銷售過程發現，直銷客人喜歡買 B 級品，A 級品拿去拍賣市場，可以拿到高標價格，C 級品就賣給在地早餐店、團膳業者。景發很有自信的說

“每個消費者，為了自己和家人食的安全，至少要認識一個自己信任的農夫”。他願意，也已經做到這個角色，成為一個值得讓消費者信任的農夫。

(三)人力

初期的 1.6 分地設施，夫妻兩人的入力已足夠，只在盛產期請 1 位臨時工幫忙，第 2 場設施投入後，則將臨時工改為固定工。因為當地無設施栽培作業經驗的農工，所以種植技術流程一定要自己從頭到尾演練完，技術純熟後再找人來訓練，以初期

設施栽培管理的經驗，景發對於雇工有不同的想法，他說“我希望找新人，第一新手好教，第二本身最好不要從農，因怕他們先去自己的農田工作後才到我的溫室，容易帶入病蟲害”。

(四)學習

籌劃從農初期，利用假日到臺中市政府農民大講堂上課，先對農業有初步概念，也會在網路上找尋農政官網相關資料，先求有再求好，但網路資訊正確與否，要由實作慢慢體驗；加入彰化縣青農聯誼會後，經由夥伴介紹到二林社區大學上課，在高德錚博士醍醐灌頂的指導下，一步步將學理與實務結合，農業知識與應用在此有了明顯的進步。



指導農會四健作業組學生「親手種」，體驗蔬菜栽種過程

(五)研發

有著創新精神的他，看到日本製的小番茄授粉棒要價 3,000 元，乾脆自己動手作，花不到 30 元就用筷子、震動馬達、電池、鋤頭木柄自製授粉棒，因為小番茄靠風力、震動就可以協助授粉，用授粉棒輕輕一碰花梗就可達到授粉目的。他認為農作物要種得好，就要把水與土地管理好，因此運用機電整合專長，自行設計、製造自動控制設備，儲水、淨化、滴灌均能透過自動化程式達無人化運作，還能結合雲端科技，以手機遙控。溫室搭設以廠商既有的結構加強細節，以過去的防颱經驗累積，自己最知道問題在哪裡，除提供給廠商改善參考，也樂於和農民朋友分享，因此常被稱為青農界的馬蓋先。

(六)財務

初期設施籌建時因當時未具農民身分，未獲設施補助資格，因希望是無負債經營故農場成立，運作週轉金未採貸款支應，幸好財務穩定，並依計畫慢慢擴增經營規模，而擴增的設施積極爭取到 1/3 補助款，稍解財務負擔，且因農場的自動化設施多數運用專長、資源，自行設計製造，共省下多達 100 萬元的成本，真的是省比賺快。

結語

百戰不饒專業軍官退役、創新開發能力強的科技廠長柯景發，笑談愛拚才會贏這首歌，他說“要先評估會贏後才去拚，而且要拚到贏，畢竟花的是以前拼命積累的血汗錢，所以錢要花在刀口上”。謙稱自己是農業菜鳥，所以要事事虛心看待、處處認真學習，對產品安全無毒的堅持，永續農業腳步雖慢，但潮農走的步步踏實。106 年由彰化縣農會舉辦的農業創新經營管理經驗分享競賽中拿下冠軍，隨後又以「操天控地智能農法的實踐者」為題，代表彰化縣參加全國競賽，再度奪得冠軍榮耀；透過研討會、參訪活動持續將農業設施栽培技術、經驗與其它縣市鄉鎮農民分享，更配合鄰近鄉鎮農會四健會組織，推動食農教育活動，教導孩子從育苗、管理到採收過程，並分享返鄉從農的經驗，希望他們能更親近故鄉的土地；中年返鄉從農的柯景發，突破了原有的身價，更超越了年薪百萬的目標，在風頭水尾的家鄉，一步步地翻轉故鄉的農業宿命。

產銷班經營管理模範

新社區花卉產銷班第 7 班

文 / 吳建銘 圖 / 新社區花卉產銷班第 7 班

為輔導農業產銷班提升經營績效，促進新農業創新推動方案執行成效，農委會特訂定全國 10 大績優農業產銷班評選實施計畫，選拔績優產銷班作為學習典範，帶動其他產銷班升級，全面提升農業競爭力，全國 10 大績優產銷班選拔每 2 年評選 1 次，參選的產銷班由鄉鎮、縣市、區域選拔，到最後的全國決選，需通過層層考驗才能獲得此殊榮。106 年度本場轄區由彰化縣

田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班、臺中市新社區花卉產銷班第 7 班榮獲全國 10 大績優產銷班，臺中市后里區蔬菜產銷第 7 班、國姓鄉養蜂產銷班第 1 班獲得全國優良產銷班，為促進產銷班彼此標竿學習，以新社區花卉產銷班第 7 班為案例，介紹產銷班經營管理運作實務，供現有或未來欲組班的農友參考，提昇產銷班經營運作。



活力滿點的新社區花卉產銷班第 7 班成員



以臺中市新社區花卉產銷班第 7 班為班品牌

一、基本組織運作方面

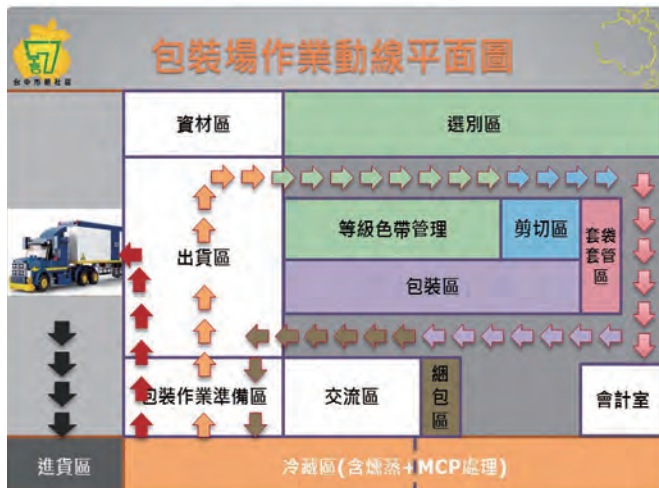
新社區花卉產銷班第 7 班的核心宗旨為透過標準化、專業化、集團化生產管理，將臺灣優質的文心蘭行銷世界各地。依產銷班設立及輔導辦法明定班公約，並公布於班場所，班員需在班公約上簽名以示認同與負責。在班場所及佈置方面，有固定班場所與集貨場，懸掛班招牌、班公約、組織架構、包裝處理 SOP 流程等。班員感情融洽，每年固定召開 6 次班會，紀錄確實，並追蹤前次班會決議事項執行情形，105 年 6 次班會平均出席率達 95% 以上，未出席班員均有辦理請假手續。積極進行學習，經常赴日本交流學習、邀請專家現場指導、參加各項栽培技術講習等，使用 Line 群組即時分享國內外拍賣市場資訊，掌握最新行情，以及分享國內外最新品種資訊及政策法令等。

二、組織功能的運用與績效

本班設備共同使用，包含冷藏庫、真空注水機、選別臺等，為設備完善的班集貨場。班員參與資材共同採購，包含好康多肥料、軟硬盆、保鮮管等，每年可節省 1 千 367 萬 8,500 元以上，產品共同分級選別，因應通路市場訂定分級標準，依規格以不同色帶、保鮮管長度、入盒數等進行包裝，班外銷出貨比率 A 級 65%、B 級 22%、C 級 10%、D 級 3%，以花卉產銷班第 7 班共同銷售，文心蘭生產量佔全國 28%，105 年共同銷售金額 3 億 975 萬，其中切花外銷 2 億 8,175.5 萬元、切花內銷 300 萬元、盆花 2,500 萬元，配合 8 家貿易商外銷至日本、澳洲、中國、香港等地。在經費籌措與運用方面，設置班基金專戶，製作收支報告表，來源包括班費與績效獎金，基金運用於共同採購、講習訓練費用等。以班名義協助或參與活動方面，配合學校或社區農事教學、體驗觀摩、交流觀摩研習、協助國內外花卉運用推廣、活動展售等。

三、經營管理績效

班營運規劃除每月生產計畫外，訂定短中長期營運目標，短期為建立 SOP 標準、建立出口荷蘭分級標準；中期為建立班次品牌，申請臺灣及日本品種權；長期為建立自有品牌和自行出口、發展多角化



班文心蘭處理包裝場動線規劃流暢



以不同顏色色帶快速分級文心蘭

經營等。應用現場管理技巧，集貨場分區規劃動線流暢，物料放置整齊，並設標示牌，分級臺以色帶選別快速分級，減少耗損，搭配 7°C 冷鏈，瓶插壽命可維持 3-4 週。財務管理方面，公開透明，定期公開支出報告表供班員檢視，利用電腦進行文書處理，以 Line 分享拍賣、品種、政策法令等資訊，並與廠商合作利用大數據資訊分析，朝向精準管理。品質管理方面，建立選花標準作業流程，節省選花作業時間。班特殊績效方面，103 年本班榮膺全國優良農業產銷班、廖秉鈺班員榮膺 104 年全國模範農民與農委會第 2 屆百大青農、配合臺中市政府「文心蘭行銷荷蘭計畫」，建立外銷荷蘭標準，105 年底試銷荷蘭，可望拓展新市場、導入簡易節能溫室、補光燈等，提升文心蘭品質與產量。與農試所合

作冷藏試驗，提昇瓶插壽命 3-4 週；配合 8 間貿易商，為產銷班最多，研發文心蘭面膜與製作文心蘭禮服，研發新色系與耐熱 2 個新品種，提升競爭力。

四、政策參與度

產業政策是產業發展的指針，藉由政策參與借力使力提升班資源與發展，本班鼓勵青農返鄉入班學習與創造利潤，45 歲以下青農 9 位 (34%)，鼓勵女性參與，女性班員 7 位 (27%)。配合百大青農政策，本班參與百大青農 1 人。配合設施穩定生產，搭建水平網室 8.89 公頃，簡易溫室 1,000 坪及簡易節能溫室 500 坪。推動休耕地轉作及配合臺中花博準備作業，接受政府補助計畫執行率 100%。班積極推廣文心蘭產業，包含參與各展售會，配合中華文

心蘭產銷發展協會參與國際性花卉展覽，與輔導單位關係密切，常接待國內外訪客，包含荷蘭亞洲區農業處長、世界花卉博覽會評審團等，積極展示臺灣生產的優質文心蘭。

五、結結

新社區花卉產銷班年外銷金額達 2 億 8,175 萬元，主要外銷日本、澳洲、中國大陸、香港等，提高臺灣花卉知名度與賺取外匯，可說是名副其實的外銷班，且逐漸由第 2 代接手，青農也榮獲全國績優農民與農委會百大青農，產業順利世代接棒。本班文心蘭佔全國產量 28%，仍規劃短中長期策略，包含建立 SOP 生產標準與外銷荷蘭標準、選育自有品種與發展次品牌、品牌發展與開發文心蘭多元利用等，展現班發展文心蘭產業的強烈企圖心。

本篇以產銷班的基本組織運作、組織功能的運用與績效、經營管理績效、政策參與度等 4 大面向探討產銷班運作實務，當然產銷班依產業類別其運作模式可能會有不同，但仍脫離不了產銷班的「共同」精神，共同面對、討論、處理問題是產銷班的核心價值，若班員能有利他（團體）即利我的心態，則班組織運作順暢。此外，積極學習也是產銷班能否長久發展的關鍵，藉由觀摩學習了解差異與設定目標、專家指導減少摸索時間等，都是透過組織學習來提升班的經營管理。



文心蘭多元化利用

產銷班經營管理模範

田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班

文 / 吳建銘 圖 / 田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班

106 年度臺中區農業改良場轄區由彰化縣田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班、臺中市新社區花卉產銷班第 7 班榮獲全國 10 大績優產銷班，臺中市后里區蔬菜產銷第 7 班、國姓鄉養蜂產銷班第 1 班獲得全國優良產銷班，為促進產銷班彼此標竿學習，以下以田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班為例，介紹產銷班經營管理運作實務，供現

有或未來欲組班的農友參考，以提昇產銷班經營運作。

一、基本組織運作

本班成立於 94 年 12 月，現有班員 15 人，生產規模 26.24 公頃，主要生產庭園樹木、水生植物、花壇或景觀植物，班員依產品線分為苗木組、灌木組、地被組、



▲田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班品牌識別

團結的田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班班員



療育小品盆栽，吸引消費者目光

水生組，每組各有負責班員。班具固定班場所及專屬集貨場，懸掛公約、標示牌、班 Logo、組織架構圖、生產作業流程圖等，顯示組織凝聚力。班員感情融洽，以 Line 分享市場交易量價、技術、政策資訊等，每年固定召開 4 次班會，平均出席率達 93%，詳細記錄與建檔，並追蹤決議事項執行情形。班積極進行學習，常邀請專家到場指導與參加訓練，班自辦造園景觀技術士課程，輔導 13 位青農考取造園景觀乙級證照。

二、組織功能的運作與績效

產銷設備訂定共同使用管理辦法，包含電動輸送機、蒸氣殺菌攪拌機等。訂定資材共同採購辦法，包含軟盆、培養土等，年節省 323 萬 700 元以上。產品線分為苗木組、灌木組、地被組、水生組，依通路別訂定分級標準。訂定共同銷售辦法、訂單整合、集貨、包裝運輸辦法，建立以班為中心之共同接單生產及銷售體系，105 年共同銷售達 2 億 2,500 萬元，主要市場

為景觀工程、零售等。

三、經營管理績效

本班透過中衛體系共同接單生產，擴大經營規模與供貨能量，使班成為觀賞花木產業的重要供應基地。訂定田間管理、品管驗貨、包裝出貨等流程、主要產品年月產銷表，擬定中長期發展策略，包含降低成本、鼓勵青農返鄉、開發省工機具、建立電子商務、升級至 6 級產業等。產品線每組設置負責班員，節省集貨運輸距離與提升管理效率，並以盆器顏色及大小區隔產品。定期公開收支日記帳、財務報表等供班員檢視，並利用電腦進行文書處理。共同銷售產品嚴格控管品質，大量供應公共建設、大型展覽、公共空間佈置等，獲配合廠商肯定。產品外箱貼二維條碼方便物流管理與追蹤，確保瓶插及盆花觀賞壽命。特殊績效方面，許淑美班長當選 100 年十大神農與 106 年度彰化縣傑農協會理事長、99 年代表彰化縣參加全國農事經驗發表獲得亞軍、多次參與各級單位產業文化佈展及競賽獲得良好成績、致力蒐集植物種原，吸引邁阿密熱帶植物園及日本植物獵人前來蒐集品種、班利用露天高架苗床與立體化溫室栽培，增加單位生產面積 50-70%、導入機械設備，提昇作業效率與節省成本，廢土回收利用，年節省成本 30 萬 5,500 元。

四、政策參與度

班配合政策，鼓勵青農入班，熱心參與農村再生社區輔導。配合循環農業政策，利用土壤消毒機回收介質再利用，減少廢棄物。班積極參加各地區農會產業文化暨展售活動，提高曝光度與展示農產品，105 年合計參加 11 場展售會活動，並常參與大型展覽，如臺北花博、溪州公園景觀佈置等，成績亮眼。班與輔導單位關係密切，參加各類講習及宣導會、四健家政輔導、農村青少年輔導、打簾社區活動等，熱心服務與關心地方事務發展。

五、結語

田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班以中衛架構企業化經營，以班為生產基地向外接單，並導入露天高架苗床與立體化溫室栽培、機械設備及循環利用廢土，提高單位生產面積與節省成本，105 年共同銷售額高達 2 億 2,500 萬元，專業化生產使班在景觀工程界佔有一席之地，班苗木、灌木、地被、水生植物品項合計 1,000 餘種，種類眾多，經常吸引國外專家前來訪問與蒐集，堪稱庭園花木界的 7-11。



田尾鄉庭園花木產銷班第 29 班之中衛體系生產架構



班利用露天苗床(左上)與立體化栽培提升空間利用率(右上)，使用輸送機(左下)與自動上盆機(右下)提升作業效率



田尾庭園花木產銷班第 29 班為觀賞花木產業重要的供應基地

外埔區紅龍果產銷之推手 洪景元

文 / 陳蓓真、陳世芳 圖 / 洪景元

紅龍果為臺灣新興果樹，近幾年在國內掀起栽種熱潮，依據農情報告資源網資料，106 年度全臺種植面積達 2,490.59 公頃，主要產地集中在彰化縣、屏東縣、南投縣與臺南市，種植鄉鎮以彰化縣二林鎮 (304.37 公頃)、台南市東山區 (97.12 公頃)、南投縣名間鄉 (94.95 公頃)、南投縣集集鎮 (81 公頃) 與南投縣竹山鎮 (63.2 公頃) 等為主。本場轄區臺中、彰化與南投占全國總裁種面積 38%，其中，臺中市外埔區一直是紅龍果栽培的重要產地，當地農民在 1998 年因公賣局終止契作收購釀酒葡萄，導致農民紛紛轉作鮮食葡萄及紅龍果，自此開啟了外埔區紅龍果產業的發展。

談到外埔地區紅龍果產業及生產技術的奠基，就不能不提到 2011 年模範農民范

振清先生，他自 2007 年全心投入紅龍果種植，到試驗改良場學習紅龍果生產與管理技術，擔任外埔區紅龍果產銷班第一班班長，振興產銷班組織之運作。2012 年之後迄今，外埔區紅龍果產銷的推手，即交棒給洪景元班長，永續經營產銷班及推動紅龍果產業的發展。洪班長為土生土長外埔人，秉持著種出健康、優質、安全的紅龍果，班產品通過 ISO9001 品質驗證、產銷履歷驗證，永續推動班品牌「龍大師」，開拓新加坡與香港的市場，聘請靜宜大學與大葉大學的專家學者，進行紅龍果果醬等產品開發課程，讓班員學習紅龍果果品加工與多樣化產品的製作，作為風險分攤與產銷失衡之際的因應措施。洪班長為讓班員及紅龍果產業生生不息，在生產技術、



洪景元班長 (左 3) 積極拓展紅龍果外銷香港之市場

班組織運作、政策與行銷方面不斷努力，其作法值得業界參考之重點如下：

一、栽培技術學習與改進

現任外埔區紅龍果產銷班第一班班長 - 洪景元先生，2009 年退休後加入產銷班，2012 年由班員推選擔任產銷班班長，帶領 43 位班員在生產技術上不斷學習，除辦理講習會外，也到越南觀摩學習，並配合試驗研究單位提高紅龍果品質與產量。

- (一) 定期邀請農業試驗改良單位與大學院校教授辦理技術講習，帶領班員學習栽培知識、經營管理訣竅、加工產品開發，提高品質、增加產量、打通外銷管道、凝聚向心力。
- (二) 產銷班有位班員是大甲化工廠老闆，在越南有設廠，乘著地利之便，2009 年夥同班員自費前往越南紅龍果產地平順省潘切市，觀摩當地燈照處理延長紅龍果產期之技術，回國後進行測試與實驗，調整成適合外埔地區的夜間燈照模式，2010 年產銷班開始進行燈照處理生產紅龍果，目前產期延長到 2 月可於農曆春節期間供果。

二、班運作與規範

目前外埔區紅龍果產銷班第一班班員共 43 位，洪班長也帶領班員參加十大績優農業產銷班評選，在 2013 年獲得十大績優產銷班的榮譽，凝聚班員的向心力、提升班的知名度與競爭力。自有土地 0.6 公頃，

和妻子兩人一起經營果園，班的經營面積 33 公頃，彼此技術交流，農忙期再雇用臨時工。班成員年齡 45 歲以下約有 6 位，有 6 位班員的下一代也回鄉一起種紅龍果，班員趨向年輕化。參加產銷班之班員依照班的規範，以草生栽培、不使用農藥的友善耕作方式種植紅龍果，以宅配與拍賣為主要行銷模式，拍賣占 30-40%，外銷採共同運銷。

三、政策配合

- (一) 配合農委會計畫，申請作為見習農場，指導學員，傳承紅龍果種植技術、田間管理要點與行銷等經驗，已指導 3 人，目前有 1 位學員見習中。其中，結訓的見習生 - 高誌誠先生，目前承租班員的果園，持續投入紅龍果的種植，本 (106) 年度也榮獲臺中市優質紅龍果評鑑活動第 2 名的獎項，是學員經過農場師傅引進門，修行成功的模範案例。而透過見習計畫覓得的見習生，此人力資源是和班員共享，依照班員可提供的訓練和見習生的見習需求，見習生可到不同班員的果園觀摩及學習紅龍果的田間規劃、果園管理與肥料施用等情形。
- (二) 與農業試驗改良單位合作：2014-2016 年配合本場提供有機紅龍果，進行有機紅龍果果醬製作及萃取粉加工技術開發，提高紅龍果果品多元化

利用及附加價值，作為風險分散及產銷失衡之際的因應措施。近期，配合農試所進行病蟲害有機栽培之田間試驗合作。

- (三) 擔任臺中市政府「青年加農、賢拜傳承」、「中年加農、賢拜陪同」計畫的農業賢拜，提供農場讓青年及中年朋友學習並傳授農業栽培技能。目前指導 2 位中年加農輔導計畫的朋友。
- (四) 配合辦理外埔區紅龍果嘉年華活動，自 2011 年起配合外埔區公所辦理相關活動，行銷與推廣在地永豐社區的特色農產品－紅龍果，增加客戶名單，拉近與消費者的距離，同時打響產銷班的品牌與建立優良果品形象。
- (五) 與鄰近高中學校辦理中部地區學生領袖培訓營，導入紅龍果產業與體驗，讓學生參與紅龍果田間管理與採收，農業教育向下扎根。

四、行銷推廣

班的紅龍果以宅配與拍賣為主，拍賣占 30-40%，外銷採共同運銷方式。而外銷是與台灣安全高品質農業推廣協會合作，外銷供果至新加坡及香港，2012-2013 年紅龍果外銷至新加坡，2016-2017 年外銷至香港。

目前遭遇的問題，因外銷供果是長遠且必行的目標，但因為「龍大師」的拍賣價格居高不下，每每於接近出貨給貿易商

的期間，班員的紅龍果拍賣價格常高出和貿易商簽訂契約之供貨價格每公斤約 20-30 元，導致班員不願意供果，造成供貨量不足，讓下一次交易量更難達成。這是值得班員省思與共同遵守的，當班員有共同的目標，才能為外銷打好基礎，暢銷外銷通路，屆時如遇到國內紅龍果產銷失衡之際，則不必擔憂銷售之問題。

對於未來經營產銷班的目標，是持續帶領班員將紅龍果外銷通路拓展得更為穩固，達成班員共同供果的共識，但因為需求量很大，班員必須有共識，外銷通路才能穩健的經營。栽培上堅持草生栽培，不使用農藥。鼓勵班員持續的學習，對新進農民或想投入農業的青年也建議要不斷的學習，可到各試驗改良場所上課，找到肯傾囊相授的農業前輩並接受指導。



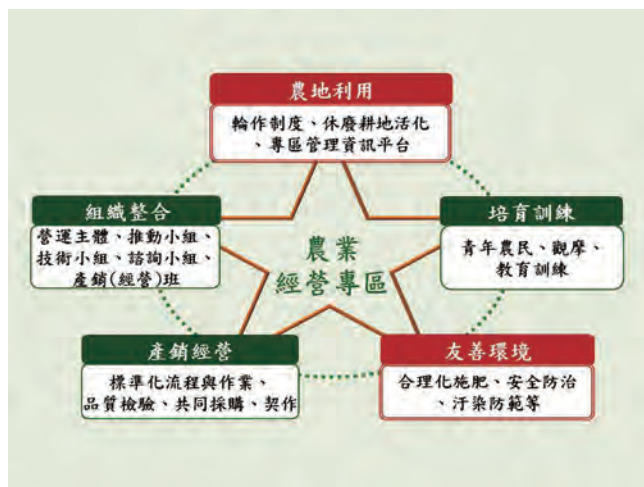
優質安全的龍大師紅龍果，深受消費者喜愛

農業經營專區建立農地農用典範 以臺中市新社區農業經營專區為例

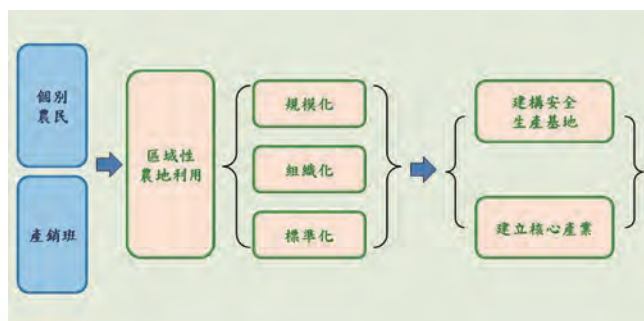
文圖 / 吳建銘、楊宏瑛、新社區農會

行政院農業委員會（以下簡稱農委會）推動農業經營專區以農民團體如農會或合作社為營運主體，選定毗鄰農地，採契約化機制，由農民自願維護優良農地而永續經營，營運主體整合主導專區內人、地、水、產業等資源，農委會聘請專家及改良場研究人員輔導，同時每年訂定專區評估指標，針對價值組織與區域農地利用範圍，依適地適作、市場需求與產銷潛力等評估專區產業法展並嚴格考核，期透過管理制度化以降低生產成本，生產條件標準化以強化經營效益，運作集團化以增加競爭優勢，以發揮產業規模化，期許成為領頭羊，帶領地方產業發展。

農業經營專區的運作包含「農地利用」、「組織整合」、「培育訓練」、「產銷經營」、「友善環境」等五大面向，「農地利用面」為本計畫核心運作構面，亦為農地農用之關鍵指標，透過專區平臺、輪作制度等來活化休耕地。「組織整合」方面，除營運主體外，另成立推動小組、技術小組、諮詢小組等，其中推動小組以核心農友為主，協助專區內事務推動，技術小組為試驗改良場所專家，協助生產技術

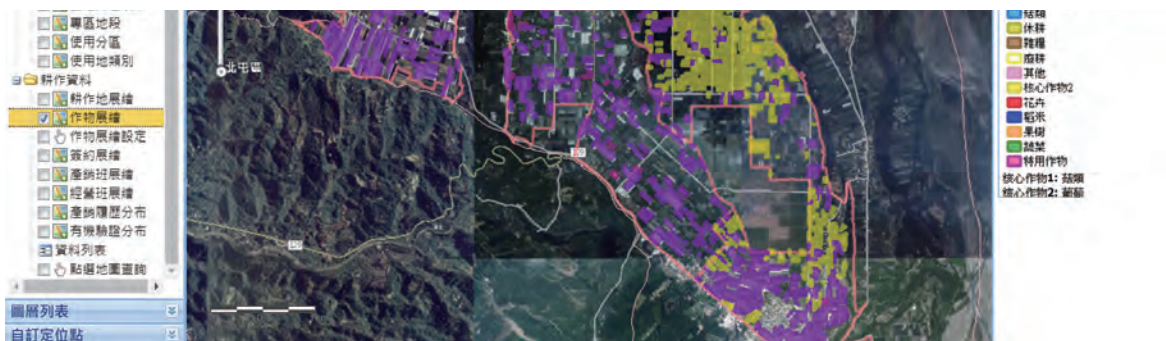


農業經營專區五大面向



農業經營專區基本理念

服務與諮詢，諮詢小組通常為縣市政府及相關單位人員，協助專區事務發展與行政業務諮詢，另因應專區產業發展而成立農業產銷班或經營班等。「培育訓練」方面，依專區發展整合區內農民進行培訓，包含



利用專區資訊平台進行專區資料建置

教育訓練、觀摩、青年農民培訓等。「產銷經營」方面，包含建立標準化生產作業、共同採購、導入安全認證、契作、通路拓展、品牌行銷等。友善環境方面，包含合理化施肥、共同防治、降低化學農藥與肥料使用，以維護專區生產環境。

本場輔導臺中市新社區之香菇及葡萄與外埔區之芋頭、南投縣魚池鄉之紅茶以及彰化縣福興鄉之牧草等 4 個農會 6 專區，其中新社具 3 個專區，總面積 1418.63 公頃，且成立時間最悠久，以下以新社區為例，介紹農業經營專區的基本運作與成效。

一、新社專區產業概況

新社區農會 2009 年成立農業經營專區，截至 2017 年 7 月為止，新社區共成立 3 個農業經營專區，總可耕地面積為 785.14 公頃，其中第一專區 2009 年成立，可耕地面積 387.22 公頃，專區核心作物為葡萄 96.77 公頃、香菇 97.32 公頃，第二專區於 2013 年成立，可耕地面積 211.79 公頃，核心作物香菇 68.27 公頃，第三專區

於 2014 年成立，可耕地面積 159.13 公頃，核心作物香菇 89.03 公頃。

二、農地利用

盤點資源是整合資源的重要工作，新社區農會利用農委會開設之專區平臺盤點與建置專區農地資訊，包含農地栽培者、作物別、公約簽定等，藉由農地資料盤點規劃專區發展；並由臺中區農業改良場協助專區土壤肥力檢測及說明，建置農地土壤肥力資料，合理化施肥，減少肥料過量使用情形，並規劃專區農民、地主等共同簽署土地地用公約，發自內心凝聚農地利用的意願，106 年 3 個專區的土地利用公約分別為 56.6%、40.1%、65.8%。

三、培育訓練

為提昇專區核心作物發展，辦理各項講習訓練，包含吉園圃轉型產銷履歷說明會、香菇安全生產制度與安全用藥規範說明會、葡萄栽培技術講習會等，其中農業試驗所協助菇類生產改進，本場（臺中區

農業改良場)協助專區內葡萄生產技術改進，如果實管理、合理化施肥、安全用藥等，此外，為使產業人力順利接棒，本場協助新社區農會輔導專區內青年農民共 62 人，包含香菇青農 50 人、葡萄青農 7 人、花卉青農 5 人，輔導農會成立青農聯誼會組織青農，並依青農需求開設相關輔導訓練課程。

四、組織整合

農業經營專區強調打團體戰，因此組織整合尤其重要，營運主體農會針對專區各項事務進行討論，如年度土地公約簽約率、產品溯源管理、青農培育、包裝場規劃等，專區推動小組與執行小組針對產品安全用藥、公約簽定進行討論，技術小組則針對葡萄管理技術提昇，連鎖通路上架等注意事項進行討論。專區組織各分組會議皆是針對不同人、地、水、產業等問題進行討論，力求能把問題釐清與解決。

五、友善環境

為達到友善生產，專區進行果實蠅共同防治，希望透過集團化的共同防治，降低果實蠅密度與減少化學農藥的使用。為提升專區內農產品安全性與符合連鎖超市通路的要求，新社區農會輔導專區種香菇及葡萄農友取得安全認證，包含產銷履歷共 119.82 公頃，有機認證 5.57 公頃，吉



本場輔導新社區葡萄生產技術改進

園圃 268 人共 211.5 公頃(持續輔導吉園圃轉型成為產銷履歷)，藉由安全認證與農藥篩檢等鼓勵農友進行安全生產，此外，專區與其他地區農友契作短期平地經濟造林，樹種包含楓香、相思樹等，未來可提供優質香菇包裝包原料，可望減少山區伐木與維護水土保持，目前約有 28.2 公頃農地參與短期經濟林契作。

六、產銷經營

新社區農會整合專區內香菇、葡萄等農友，輔導其取得安全認證，如產銷履歷、有機驗證等，再與取得安全認證的農友進行供貨契作，農會進行通路拓展與行銷，包含於各地辦理農特產品展示及展售活動、與連鎖超市等大型通路接洽通路上架等，目前專區契作香菇 21 人，面積 11.21 公頃，契作葡萄 5 人共 4.43 公頃，

具生產履歷的乾香菇經農會取得 ISO2200 的包裝場進行包裝，而包裝後的乾香菇、鈕釦菇、香菇絲與取得有機認證的生鮮香菇、杏鮑菇等皆順利出貨至全國連鎖超市，也因農會在菇類產品的嚴格把關，逐漸受到通路信任，從 2016 年開始，本場輔導農會生產的每盒 500 公克產銷履歷葡萄也順利導入連鎖超市，因品質優良且具產銷履歷驗證，貨供不應求。由於新社區農會與通路合作經驗豐富，透過新社區農會為通路整合平臺，進行通路策略聯盟合作，例如龍井區農會西瓜透過新社區農會平臺上架，降低通路固定成本，以及結合生鮮包裝公司，將專區優質生鮮香菇出貨至大型零售商等，皆是以策略結盟方式進行銷售。此外，為改善香菇產業菌種弱化等問題，新社區農會與臺中市內共 7 家農會出



新社專區超市通路上架之產銷履歷葡萄

資成立菌種公司，由菌種改良下手，希望解決菌種弱化問題，並維護產業永續發展。

新社區農會以農業經營專區建立農會成為產銷輔導與供應平臺，向下整合農友，本場與農業試驗所協助核心作物生產技術改進與取得安全認證，提昇農產品的品質與安全性，農會再與農友契作，發展品牌及拓展通路，達到農民與農會皆能獲利的目的，也因農會的努力，新社區農會的供銷部盈餘佔比也大幅提昇至 22-25%，未來農會希望持續以農業經營專區為基礎發展，除現有乾香菇包裝廠外，正規劃建立生鮮農產品包裝場（菇類與葡萄等），希望將更多專區內優質的農產品行銷出去，創造消費者、農友與農會三贏的農業典範。



新社專區超市通路上架之產銷履歷乾香菇

定價：新臺幣15元