

生機風潮・苦瓜翻身 分級精密・獨領風騷

—台中縣新社鄉蔬菜第一產銷班

叫我第一名

一般苦瓜分級包裝大約為3、4級，台中縣新社鄉蔬菜第一產銷班卻多達11級，分級精細一致、品質精美可靠的獨門絕招，使該班生產的苦瓜不但雄霸台北第一市場，而且顛覆盤商定價的傳統供銷生態，由產銷班強勢開價，盤商照單全收。第一班企業化經營的卓越成就，繼85年之後，今年再次榮獲全國十大績優產銷班肯定。



白玉苦瓜

台北第一果菜市場向以競爭激烈、價格起落劇烈著稱，台中縣新社鄉蔬菜第一產銷班生產的苦瓜，93年開始揮軍北上，才兩個星期時間，就拿下第一市場苦瓜拍賣最高價格，自此以後，幾乎天天包辦該項紀錄。該班班長林士程自豪地表示，10天之中，該班至少9天拿第一，偶爾因出貨量較少，盤商為搶貨拉高其他貨源的價格，才使該班退下第一位。

分級包裝・迎合市場需求

在競爭激烈的台北市場獨占鰲頭，第一班生產的苦瓜有何過人之處？品質好當然是必備條件，但僅此還不足以稱霸市

場。林士程指出，以消費者為導向，了解並滿足顧客的需求更重要，具體作為表現在該班「超精細」的分級作業。一般苦瓜分級包裝不過3、4級，該班則多達11級，除以瓜果品質、大小、色澤分級外，成熟度、苦瓜表皮瘤粒型態也納入分級標準。

林士程表示，台北市場規模大，消費型態多樣，若能投合需求，價格當然水漲船高，且貨物沒有滯銷之虞。例如10公分左右的小號苦瓜，外觀雖不稱頭，其實反而符合小家庭的需要，只要分級清楚，小號苦瓜也可以是優良產品。此外，餐廳講究食材新鮮，供應的苦瓜成熟度必須具足；超市則可冷藏存放較久時間，對於苦瓜成熟度的寬容性較大，因此該班的分級原則是「承銷盤商需要什麼，第一班就供應什麼」。

傑出行銷・價格屢創新高

他強調，分級越精細，盤商挑選取捨的目標更多，吸引對象更廣泛，貨品當然好賣，且價格不差。一般業者總認



第一班的苦瓜園



瓶中瓜成長，可賞可釀酒

為台北第一市場以進貨量多寡開價，價格起落太大，配銷農產件數不能太多，否則將被壓低價格，事實上，第一市場很多盤商想買好貨，因此分級精細多樣更能符合其需求。

第一產銷班傑出的行銷策略，直接反映在賣價上，進軍台北第一年，該班所生產、銷售的苦瓜平均價格，比第一市場總平均值高出4成之多。

分級精細之外，分級徹底、一致，也是必備要件。林士程表示，該班產銷的苦瓜，每一箱從表層到底部，大小、色澤、表皮瘤粒型態完整一致，不會有金玉其外、上下貨色參差不齊、濫竽充數的「砸底」情形。一旦品牌信用度獲得肯定及信任，銷售成績即如順水行舟般，輕鬆愉快。

第一產銷班甫進駐台北第一市場時，聽到盤商調侃，國內實施共同分級包裝制度多年，剛開始績效不錯，可惜後來紛紛「砸底」，令林士程感觸良多。他語重心長地說，品牌形象建立不易，砸招牌卻很簡單，豈能不用心維護。

全球競爭・落實分級制度

加入WTO後，拓展外銷成為國內農業必走之途。林士程認為，加入全球競爭，落實分級制度更為重要，從市面進口農產品的分級徹底而精細即可見端倪，如紐西蘭進口的奇異果，每顆幾乎一模一樣，相形之下，國內還有很大的進步空間。

實施分級制度說來容易，要做的好，其實並不簡單。第一產銷班目前運



瓜園一景



蟲害防治



第一班集貨場

作自如，其實也經過一段時間的磨合。早在民國83年，該班即嘗試全班共同集貨、計價、分級包裝，初始外界並不看好，隔年該班舉辦全省性觀摩活動時，還有人唱「衰」，預言頂多撐個一年，但時至今日，該班不但持續不輟，且運作越趨精練純熟。進軍台北之前，該班的苦瓜分級還不到11級，第一個星期「叩關」後，拍賣價格並未達到預期目標，林士程偕同班員專程北上打探了解問題所在，返回後立即調整分級作業，第二個星期嶄新分裝的苦瓜，即拿下拍賣價冠軍。

摒棄私心・共同分級包裝

林士程認為，共同分級包裝不易實施，是「心」的問題，而非農產品的問題。人難免有私心，但既然合組產銷班，



苦瓜分級精細



培植土分裝作業

即應體認全班班員是生命共同體，班員秉持互信原則，終能磨合圓融。

除了分級包裝方面的傑出表現，第一班其他的經營概念也有獨到之處。第一產銷班成立於民國80年7月，目前有17位班員，成立之初，即確立企業化經營方向，希望以組織的力量降低成本、提高收益，因此從育苗研發到終端銷售一手包辦。林士程笑說，只要和苦瓜沾上邊的生意，產銷班都要賺。

第一班目前經營的苦瓜事業，從苗株供應、育苗資材泥炭土、6吋穴盤、軟盆、有機肥、有機質殺蟲劑等產品等多達十數種，銷售範圍遍及東勢、石岡、和平等山城地區。

防治蟲害・挽救事業危機

此外，該班經營模式也極具創意，極致發揮直銷效能。17位班員都是老闆、也是夥計、推銷員，每個人都有權利、也有義務對外招攬生意，經營成本則來自產銷班共同基金，透過精簡行銷鏈的概念，達到買賣方雙贏的局面。例如市面一包600元的泥炭土，第一班生產成本420元、賣價550元，130元的盈餘中，負責招攬生意的班員有50元利潤，另80元則歸屬



班員習作苦瓜料理

班共同基金。據林士程估算，透過企業化運作，該班的生產成本比一般產銷班低了3至4成。

第一班做生意手段高明，研發能力也有一套。80年代，新社鄉苦瓜園遭「蔓割病」入侵，當時一般慣用從苦瓜幼苗兩片子葉中間嫁接的「頂接法」培育的苦瓜，幾乎全軍覆沒。87年，第一班研發出瓜苗萌芽60天、植株拔高後才嫁接的「舌接法」，成功克服土棲線蟲的危害，新社鄉乃至整個山城地區的苦瓜產業才恢復生機。談起這段榮耀往事，林士程言語間仍掩不住驕傲。

創設品牌・虹溪寓意感恩

今年9月，第一產銷班創設的「虹溪」



苦瓜佳餚

品牌，經過層層考評，終於成為全國第一個通過認證的蔬菜品牌，沿用十數年的品牌總算「修得正果」，所有班員均雀躍不已，也感到欣慰。「虹溪」名稱雅致，其實取自「虹吸」的諧音。林士程指出，新社鄉為台地地形，水源不足，早年農業發展嚴重受限，日治時代以新社台地為甘蔗種苗培植場，為解決灌溉用水問題，利用虹吸原理，將大甲溪溪水翻山越嶺援引而來，使新社農業發展得以蓬勃興盛，浩大的虹吸管工程對地方農業幫助極大，第一班取「虹溪」為名，寓有感恩之意。

第一班似乎與「第一」特別有緣，拍賣第一高價、第一個通過蔬菜品牌認證外，84年通過「吉園圃」標章，也是台中縣首見。林士程說，當時很多消費者並不



新社鄉間向日葵園



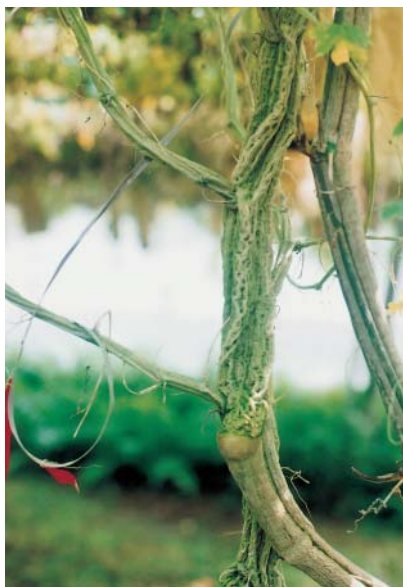
苦瓜佳餚

清楚「吉園圃」的概念，承銷商也認為不需「多此一舉」，但該班堅持所有上市的产品均須達到無農藥殘留的標準，將維護消費者的健康安全視為生產者的天職，何況「吉園圃」的無農藥殘留觀念勢必成為趨勢，早日著手有備無患。許多高級餐廳經常以該班生產的苦瓜作為生菜沙拉的主要食材，顯示品質已獲得肯定。

多元發展・苦瓜酒茶上市

苦瓜屬葫蘆科一年生蔓性草本植物，國內栽培歷史悠久，但以往苦瓜濃烈的苦澀味，使許多人敬謝不敏，經過改良的苦瓜苦味大幅降低，且搭上生機飲食風潮，大有鹹魚翻身之勢，苦瓜粉、苦瓜酒、苦瓜茶等各式加工產品銷售興旺，新社鄉栽植面積也逐年成長。

第一產銷班目前耕作面積約14公頃，苦瓜佔了大宗，部分栽培角瓜、敏豆等作物，近兩年來，班員也嘗試種植文心蘭、玫瑰、百合等花卉作物。林



瓜藤嫁接



第一班嘗試花卉種植

士程認為，雖然苦瓜行情維持不墜，但加入WTO後，農產品價格波動大，往多元化、精緻化發展有其必要。

花開二度・再獲績優肯定

第一班卓越的經營表現，85年即榮獲全國十大績優產銷班肯定，今年花開二度，再次獲此殊榮，全體班員均相當高興，證明該班的經營觀念與時俱進，跟得上時代的腳步，林士程則特別感謝農業試驗所及各級農政單位在技術、資訊方面的緊密支援，使該班隨時掌握先進的農業新知，調整經營方向。

展望未來，本業之外，第一班希望整合社區資源、推廣休閒農業。林士程表示，近幾年來，新社鄉的田園咖啡、餐廳雖如雨後春筍般闢建，規模甚至達上百家，但多為外地人經營，自成天地，少與社區互動，而新社鄉是台中都會的後花園，環境優美、農產豐富，四季都有當令果蔬迎客，最適合發展休閒農業，若由在地產銷班推動，相信將具有更豐富的內涵。

