

桃園市大溪區蔬菜產銷班第10班 建構北臺灣的世外桃源——

10年前，在老一輩的觀念還不太能接受有機種植，生產技術也不成熟的環境下，大溪區蔬菜產銷班第10班已經開始投入成本，不斷試驗研發。在當時，沒有人可以告訴他們有機的路該怎麼走，堅持多久能有結果，他們用自己的努力與信念，栽出甜美的有機蔬菜。現在，他們繼續將種子撒在大溪的土地上，期盼建立起一座世外桃源。

傳統印象中，農人總是日夜操勞、全年無休，桃園市大溪區蔬菜產銷班第10班班員則以專業化栽培、企業化管理顛覆人們的既定印象，大多數班員都通過有機驗證。班長楊司閎表示，產銷班成立期間，對於未達到有機生產的班員，會請其他已取得有機驗證的班員輔導，以階段性的條件要求班員全部達到有機。106年全國十大績優農業產銷班選拔，大溪區蔬菜產銷班第10班是全國唯一獲獎的蔬菜班，其創新經營備受各方肯定。

產銷班中的班員平均年齡為53.7歲，多為中壯年，而在男女比例方面，班中16%為女班員。楊司閎表示，以往一般耕作人口比例是男多於女，老多於少，但產銷班正在逐漸改變這樣的情況，班中還有幾位班員畢業於臺大園藝系，30多歲，基於對有機生產的熱誠與堅持加入產銷班，希望能藉由這樣的轉變，儘量鼓勵第二代青農子弟加入，為農業注入新血。



將栽培轉向，分攤經營風險

社會大環境隨時在變，經營農業同樣需要新求變，墨守成規、早晚碰壁。民國 101 年，「桃園市有機農業生產合作社」成立，成員幾乎都是大溪區蔬菜產銷班第 10 班班員，藉由合作社的運作，進一步落實產銷合一。班員陳評煌原是大漢國中的老師，退休後投入有機農業，他提到剛開始經營的難處之一是沒有農產品，因為當時通過有機驗證的班員很少，於是出現產品供應量不足，青黃不接的窘境。其次是缺乏規劃，班員多數栽種同一作物，以致供貨品項過於單一。意識到這一點，生產管理團隊開始集合班員舉行 1 週 1 會，由陳評煌進行資源整合及栽種分配。

舉例來說，透過設置了小型育苗廠，由班員提出所需品項及時間，統一育苗後再分給班員，以降低成本。而在採購上則是採取

統一採購，以量制價，如此整合之下，去年即為班員減省了 100 多萬元的成本。

在農作物的品項上，目前產銷班 26 個班員，總栽種面積約 32.4 公頃，早期都是各自為政，時常出現單一農作物多人種植以致生產過剩的情況。經過規劃後，分配班員栽種品項與採收量，儘量使產品多元、產量充足。目前班員生產的有機農產品包含有機米、竹筍、葉菜、芽菜、有機雞、有機蛋、番茄及瓜果類等，涵蓋面廣，因此在市場供應方面可自給自足，無須外購，也避免外購上的風險，例如農藥殘留等。而在分配的作物及產量之外，若農友有多餘的閒置空地，也可自行栽種其他作物，這部分便是農友自己額外的利潤。陳評煌說：「我們也會儘量教農友栽種一些高經濟價值的產品，像是杭菊、香莢蘭等。」



搭設溫室棚架，減少病蟲害蔓延。



葉菜生育期短，複作次數高，短期即可收成。



有機蔬菜產銷 10 班將「堅持有機」的原則打造成一塊的屬於全班的榮譽與金招牌。



班員向心力強，積極推廣友善環境的安全農業。

健康優先，有機進駐校園

目前產銷班的主要銷售市場是桃園及新北市學校的營養午餐，約占產銷班收入比重的 50%。其餘則是百貨公司、超商、賣場等。楊司閔表示，桃園當地的有機營養午餐 1 週有 3 日，需求量多，桃園市政府設有媒合平臺，可上網登記，直接與附近學校媒合後自行洽談，供貨價格頗為優厚，有機產品的銷售也因營養午餐而拉起價格，否則以有機農產品高成本的種植，對於有機農戶，尤其是葉菜類而言，想要達到基本的回收都很不容易。政府透過營養午餐將區域性有機農業的產品單價拉起來，造福許多有機農民，所以在民國 105 年間，產銷班組成的合作社，總營業額已經超過 2 千多萬，這就是營養午餐帶給有

機農戶的福祉。除了營養午餐、百貨公司、超商、生機宅配等內銷以外，產銷班的銷售通路目前還拓展到了澳門、香港、新加坡等地。但現在只是初步嘗試，比重不高，最主要的原因在於產量不夠，暫時無法大量開展外銷，所以現階段還是先將重心放在國內市場，待日後大溪有機村發展成熟後，應可克服產量問題。

接軌潮流，打造有機夢田

大溪區擁有依山傍水又無污染的極佳天然條件，在陳評煌的努力奔走下，現已著手規劃出一塊占地約 60 公頃的耕作地，計畫建立成有機村。楊司閔興奮的說道：「我們共同的夢想就是將大溪這塊沒有污染的淨土開發成大臺北的後花園，希望藉



◀ 農產市集，向民眾介紹有機產品。

▼ 班長楊司閎（右）與班員詹秉綸（中）、陳評煌（左）。



著我們產銷班的經驗、力量與目前的成果架構出這個有機村，形成大溪特色。」

在現在規劃出來的土地中，已有 11 公頃通過有機驗證，而正在栽植有機農作物的約有 17 公頃，其他部分則屬友善耕作，計畫以階段性目標朝全數有機驗證邁進。然而這些土地畢竟分屬各農友，因此首先第一步要進行土地整合，以實際成果與經驗說服農友進行有機栽種。接下來是鼓勵青農參與，例如規劃出 20 公頃進行集體驗證，而這 20 公頃的農地中希望分配 10 名青農，一來為有意加入有機栽種，但卻苦於無地可耕的青農提供機會，又可增加臺灣農業人口的青農比例。此外還要計畫性生產，避免一窩蜂栽種同一種作物，儘量

使產品多元化。楊司閎表示，在栽種方面，可由產銷班技術指導，傳承經驗，生產出的作物亦可交由合作社協助銷售，保障產品的銷售價格，避免農產價格有太大波動，甚至出現漫天喊價的惡性競爭，而農友只需專心照顧農產品質即可。

懷抱使命，邁入食農教育

班員黃文章從事有機芽菜的種植已將近 20 年，從剛開始的摸索、試驗，到如今成為北部芽菜最大供應商，黃文章一步一腳印，持續不斷的投注心力與成本，打造了整套設備完善的溫室與環控室進行清洗、滅菌、浸豆、栽種、採收、預冷、秤重、包裝等生產工作。回想 20 年前遇到的挫折，「那個時候哪裡是在種有機蔬菜，根本是



- ◀ 直接面對面與群眾接觸、溝通，說明經營理念。
- ▲ 班員不藏私將的技術分享。

在做有機肥，不行就倒掉，都不知倒了多少。」在黃文章雲淡風輕的笑語背後，是不放棄的堅持與專注。

對有機農產的熱誠，是支持產銷班班員堅持的動力，現代化設備則是協助農業生產的助力，而目前在有機栽種上，最大的困難就是缺乏人力，無論北、中、南、東部都面臨著同樣的問題。雖然現在大家都朝現代化、機械化目標前進，但仍有許多工作是機械無法取代，必須仰賴人力的。然而即使如此，對於有機農業的未來，楊司閔仍是樂觀表示，關注有機農產品的人口逐漸增加，接受度也不斷提升，現在已經有許多消費者都認同有機農業，這是對身體健康、拒絕農藥殘留的認同、對價格的認同、對食品的認

同、甚至對四章一Q的認同，相信在這種情況下，會有許多人慢慢參與進來。然而有機的未來，大者恆大，臺灣市場畢竟有限，當投入的人愈多，尤其是葉菜類的門檻較低，如果不形成一種區域性特色或品牌效應的話，恐怕難以生存。

於是，蔬菜產銷班第10班的全數班員都有一致共識，就是「堅持有機」，同時也是以此心態與決心來參加「全國十大績優農業產銷班選拔」。楊司閔無比認真的說：「『堅持有機』就是我們的金招牌。它代表的是我們對食農安全的教育與堅持，對臺灣這塊土地及下一代的感情與責任，這種責任絕對大於我們在經營上的獲利。」