

2023

5月號&6月號
MAY & JUN
合刊號

農產運銷報導



拍賣職人力

01 CHAPTER
主題企劃／
拍賣職人力

03 CHAPTER
市場大小事／
給下個世代的拍賣學概論

05 CHAPTER
公司要聞／

06 CHAPTER
行情報導／

07 CHAPTER
蔬果分級包裝介紹／
大蒜

拍賣職人力

凌晨3點10分，拍賣場的指揮台廣播放送：「現在開始拍賣！」拍賣員戴上繡有編號、代表身份的帽子，一個個站上拍賣台。正所謂台上一分鐘，台下十年功，從理貨、試拍到上拍賣台，每個人磨練的歲月不一，但每一個人人都必須通過市場的考驗、實務的挑戰，才能高舉拍賣鈴，日復一日敲響深夜的蔬果交易拍賣。本公司的果菜批發拍賣場是以拍賣員為核心，為了農產運銷所建立的交易平台。北農能夠長年堅持公平、公正、公開的交易精神，正是仰賴交易平台的專業與素養，而專業的拍賣人員正是拍賣平台運作的關鍵動力。

練就職人・力一拍賣員的誕生

統計現行拍賣人力，近3年內新進理貨員共21位，而未來3年內將會有11位資深拍賣員屆齡退休。上個世代的謝幕退場與新世代的迎頭趕上，中間斷層如何有效銜接，是傳統產業在缺乏勞動力的時代中普遍遭遇的難題。專業人才的培養需要時間，一個拍賣員的養成至少需要5年的時間，想站上拍賣台、獨當一面，除了基礎養成之外，端視個人的努力與抗壓力。每個人成長與學習的步調不同，拍賣員的養成並非固定公式可以複製貼上，拍賣員的專業能力是經驗累積的產物，透過觀察市況變化，從與產地、承銷商的往來、聯繫中學習成長，一個面面俱到的拍賣員，需要來自各界的養分以及自身的探索、學習。



蔬菜組苦瓜講習課程，透過團體討論交流拍賣實務。



水果組香蕉拍賣課程，資深拍賣員申申男傳授拍賣知識與經驗。

為了讓理貨員能夠一步步晉升試拍員、拍賣員，北農近年來積極透過教育訓練傳授相關知識與技能。以蔬果講習為例，課程透過品種介紹、產地介紹、行情分析、品質鑑定、承銷群特性分析等方向，詳細傳授拍賣實務與理論知識，也請經驗豐富的拍賣員即席分享，交流拍賣過程中會遇到的各種突發狀況，同時加深人員對品項的熟悉與了解。從早年的師徒制度轉向團體授課與討論，就是為了將資深前輩的經驗更有效率的傳承給新世代，在加速傳承的同時，也促進不同世代拍賣員之間的互動與交流。

現正職・人力—新世代生力軍



封面人物：第一果菜批發市場
蔬菜組三等拍賣員 陳志年

在一市場服務將近11年的陳志年，目前負責白菜拍賣工作，封面照片中的他，是6年前還在當試拍員的時候，當時負責蘆筍、秋葵的拍賣，隨著5年經驗的吸取與時間的累積，如今站在台上的他更沉穩、鎮定，氣勢十足。二度負責大宗菜拍賣，對於大宗菜的拍賣更加有把握，也體認到隨「量」而來的責任感。陳志年認為在市場工作首重人與人的互動，與供銷雙方良性溝通，是建立信任感不可或缺的基礎，他常說：就算不買菜，來聊天也好。頻繁的溝通、善意的來往，才能真正瞭解承銷人的需求，順利賣出菜的同時，也為農友的收益盡一份心力。他相信好的拍賣平台就要像河流一樣，維持供需雙方的流通順暢，活絡交易市場。隨著舊市場一起搬遷到中繼市場的陳志年，現在最期待新建市場啟用的那天，可以一起見證市場邁入新的里程碑。

二市新戰力：第二果菜批發市場 水果組三等拍賣員 施宗府

在公司服務近7年的施宗府，今年晉升三等拍賣員。試拍期間擔任輔佐檸檬、小番茄的拍賣工作，剛從一市場轉調的他，目前努力熟悉二市場環境與芒果拍賣作業。他相信以誠心去認識承銷商，了解他們的需求，能夠幫助自己掌握二市場的拍賣情況。公司穩定的就職環境，讓他能夠專注於拍賣員之路，相信能夠在二市場獨當一面的那一天，不久將會到來。



新生代種子選手：第一果菜批發市場 蔬菜組試拍員 廖偲杼

擔任理貨員3年、試拍員近1年，廖偲杼目前是小黃瓜試拍員。家族從事農業與蔬菜承銷工作，她對於市場工作有著與生俱來的認同與使命感。隨著公司的現代化與積極發展，她期許自己跟隨公司的腳步，成為傳遞農業價值與知識的一份子，以自己的專業為農友、承銷商，以及廣大的消費者服務。踏實朝著專業拍賣員的道路邁進，相信在不久的未來，她將會是蔬菜拍賣場上的新世代職人。

給下個世代的拍賣學概論

專訪第一果菜批發市場 蘇順基主任

文：段佩妤

第一果菜批發市場的中繼行政辦公室位於環河南路三段與萬大路交叉的街區上，從中繼市場走來約10分鐘的腳程。每天清晨拍賣作業告一段落，現場同仁會轉移陣地，前往辦公室，這時行政工作才正要開始。幹部們檢討拍賣情況，拍賣人員核對拍賣帳務、與產地聯繫。拍賣場上、場下的工作同樣重要，下場後的細心準備是為了上場後能自信應對。

主任是市場大家長，不僅是職等最高，職責守備範圍也最廣。除了休市、休假日，每日清晨六點結束指揮台業務後巡視各區拍賣情況，了解銷售情形，結束後行過兩個紅綠燈，進到中繼辦公室接續各項文書作業。白色系的辦公室沒有太多裝飾，主任辦公桌面對的是牆上的員額編制表，表上載明目前服務於第一果菜批發市場的同仁共有225位。蘇主任頂著一頭豎立白髮，細看員額編制表，點名般說：「我們三組一隊，共196人。」三組一隊指的是水果組、蔬菜組、業管組及駐警隊，他們維持第一果菜批發市場日夜運轉無虞。員額編制表最上方、排序第一的在職人員，是民國74年8月份到職的蘇順基主任。

民國74年，臺北市府委託本公司經營第二果菜批發市場，同年度蘇主任正式入職。當時28歲的青年從裝潢業轉職農產公司，從理貨員開始做起，幾個月後跟前輩搭檔試拍柳丁，接著試拍木瓜。當試拍員的時候，他最印



民國85年12月16日勤後教育，左三為041號拍賣員蘇順基。

象深刻的是碰到一種叫做佛羅里達木瓜的黃肉品種，雖然很甜，但是有一種臭痞味。某次遇到大雨，木瓜遇水傷、品質不佳，共報廢九百多件木瓜，那天跟著前輩做帳到下午三點多。那次不僅破了當時的報廢紀錄，也讓蘇主任初次嚐到敗市的滋味。兩年後，瓜類產季開始的時候，他開始負責西瓜的拍賣。雲林出身的他，對瓜類特別熟識，是場內首屈一指的瓜類專家。

蘇主任以四個月的時間站上拍賣台、開始試拍，在進入公司的第四年正式成為041號拍賣員，這樣的晉升速度不管是在當時還是現在都是相當少見的例子。三十多年前市場急需人力，農家出身的蘇主任勤奮、肯學，扛下責任與擔子，當仁不讓，成為拍賣場所需要的人才。



當拍賣開始，幹部們駐守指揮台，確認拍賣情況。

拍賣學概論一：拍賣員基本心理

瓜類悶不吭聲、柑橘青黃不接，外行人看水果，隔行如隔山。究竟對拍賣員來說，有沒有哪個品項特別難賣？蘇主任說：「每個東西都難賣，每個東西都好賣。」因為拍賣情況全看市況變化。經常與農友聯繫，自然會知道產地的情況，若是碰到盛產時節，農民自然會擔心量多價跌。既然行情由市況掌控，心理素質就特別重要，蘇主任說：「毋免賣上好的價數，莫比別人俗就好。」像是口頭上的玩笑話，卻道出拍賣心理與哲學。當農產品品質優良，遇到市況好的時候，賣出好價格是順理成章；若是遇到市況差的情況，要達成「莫比別人俗」就考驗拍賣員的判斷能力了。當行情不斷下跌，若想賣出貨件，價格下修是必然的，但如何達成價格不比別人低或是判斷情況止損、脫手，全看拍賣員的經驗與本事。

當市況差，行情下跌的時候，「莫比別人俗」的自我要求來自拍賣員對於產地的責任感。蘇主任強調拍賣員要有成本觀念，他說：「我們培養一個拍賣員，當然會教拍賣流程、產品知識，但最重要的是，拍賣員要站在生產者這邊，要有成本觀念。」成本觀念之所以重要，是因為賣的人不會損失，但寄貨、生產的這些人會有虧損。蘇主任認為拍賣員應該捫心自問，今天如果賣低價了、賣便宜了，自己會不會心痛？這是拍賣員應有的基本心態，在市況差、行情低的時候為農民守住生產成本，根據自己的經驗與判斷，盡力而為。

拍賣學概論二：成為拍賣員的要件

如何成為獨當一面的拍賣員？蘇主任的答案簡明扼要：「不恥下問、刻苦耐勞」就是成為拍賣員的基礎要件。道理也許簡單，背後的學問卻沒那麼容易。

農產品從產地到市場，經過理貨、裁價、拍賣，構成行情的因素非常多，最直觀的商品品質只是其中一個判定標準，市場需求、生產成本、氣候因素都會影響行情。也就是說，能否精準裁價、判斷行情，考驗拍賣員對於整體產業與市場情況的掌握程度。批發市場是由拍賣員所建立的公正平台，如何成為產銷之間的溝通橋樑、達成農產運銷的雙贏，靠的是中間平台的專業與素質。身為拍賣員的「不恥下問」，就在於對產地的討教與交流，以及與承銷商的往來與溝通。將農產品的價值以合理的價格推薦給消費者，有賴三方的合作與溝

通。掌握大環境、精準小細節，是合理裁價的不二法門，不恥下問、多方探索學習，就是蘇主任給下個世代拍賣員的具體建議，這樣的治學之道永遠實用、不退流行。

那麼拍賣員的「刻苦耐勞」又是哪個面向呢？除了必須適應夜以繼日的生活型態，更重要的是耐於與人相處，懂得應對進退的智慧與姿態。一樣米餬百樣人，進到拍賣場的人們也不例外。面對各種批評與指教，成熟的拍賣員能夠虛心接受，也能憑藉自己的專業站穩立場，對自己的裁價與判斷有自信，不輕易受外界影響。蘇主任提醒，拍賣員不能情緒化，就是在這樣的人際往來間要懂得溝通與表達。早年進到拍賣場服務的多半是農家子弟，現今公司也本著為農民服務的心意出發，用心經營市場。站在這樣的立場上，拍賣員與承銷商應該保持什麼樣的關係？蘇主任常說：刀切豆腐兩面光，成熟的拍賣員要以雙贏為目標，同理產地與承銷商的需求。

在市場服務的最後一天，業務告一段落之後，蘇主任走訪一市場各處，跟熟悉的承銷商打招呼、說再見。還沒收到消息的承銷商，拉著蘇主任熱情問候，也陳情般說起貨件的問題，蘇主任立刻承諾回去請拍賣場加強處理，這便是拍賣員跟承銷商的關係，幫農民賣好價錢的同時，也為承銷商的需求盡最大努力。蘇主任說，到市場工作的人都一樣，就是為生活打拼。不管是面對農友還是承銷商，他以一貫態度為市場每一分子著想、盡力為大家服務。即使蘇主任的市場拍賣學暫時告一段落，他依舊會走訪各地，跟往來多年的農友們分享農產運銷的大事、人生際遇的瑣事。



在市場服務的最後一天，蘇主任跟熟悉的承銷商打招呼、說再見。



5.18 新式摺疊籃每日使用量突破5,000只

北農於111年10月11日導入新式摺疊籃後，不僅減少紙箱使用，降低包裝成本，同時也提高了市場到貨的蔬果品質，啟動至今日使用量突破5,000只。

- 兩大具體成效：摺疊籃使用供應單位逐步擴大，截至112年5月初已有25家供應單位配合使用。
- 摺疊籃到貨循環次數再突破：自111年10月11日至112年5月18日止，使用次數累計約38萬次！
- 北農整合產銷供應鏈，率先發起推動新式摺疊籃循環使用回收機制，與產地、承銷人共同打造ESG環境永續、減少碳排的交易模式。

4.7 臺中果菜運銷股份有限公司 臺中農業局蒞臨

臺中果菜運銷股份有限公司莊乃慧董事長及余家彥總經理，會同臺中市政府農業局林春良簡任技正等兩單位共13位貴賓，參觀北農低溫卸貨、冷鏈系統、果菜物流中心與摺疊籃回收站。



4.8 呷著時 鳳梨分享暨試吃活動

第一果菜市場「鳳梨分享暨試吃活動」圓滿成功。活動邀請吳鳳擔任鳳梨推廣大使，現場與民眾熱情互動，也特別邀請內埔農會與民眾分享食用及挑選方法，並同步展售多項鳳梨加工品。



4.12 日本宮城縣議員團蒞臨

日本宮城縣議長菊地惠一、前議長石川光次郎等12位議員及仙台國際空港岡崎克彥營業部長，蒞臨北農參訪並進行座談。期待藉由航線增加，縮短貨品運輸時間，促進雙方農特產品貿易交流。



4.16 呷著時 鳳梨分享暨試吃活動

本次邀請啦啦隊女神巫苡萱擔任鳳梨推廣大使，由內門農會供應產地直送金鑽鳳梨，邀請萬生有機、池上農會和北農嚴選帶來多項鳳梨加工品，廣受民眾熱烈迴響。



4.16 2023台北科技盃 愛地球公益路跑活動

愛地球，北農不落人後。為了響應愛地球公益路跑活動，北農在各休息站提供免費新鮮香蕉，支持熱血跑者們，讓跑者隨時補充能量。在活動攤位贈送300包有機蔬菜，鼓勵大家吃有機、吃健康。



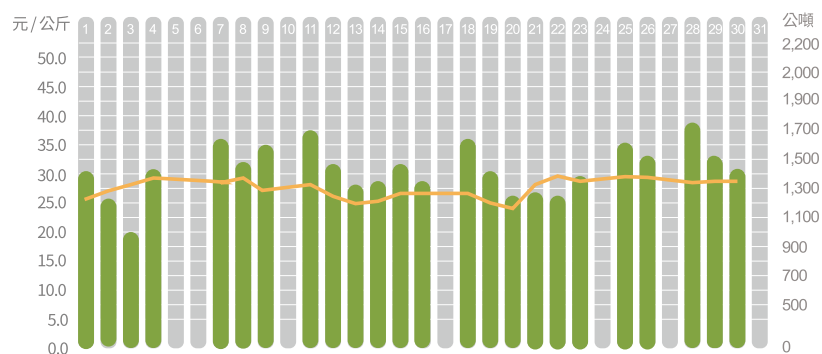
4.21 消基會蒞臨北農觀摩交流

消基會吳榮達董事長及農糧署代表一行36人蒞臨第二市場，由農委會藥毒所說明農作物之風險管理，觀摩北農批發市場每日執行之抽樣檢驗作業，會後座談各方互換心得，本次觀摩行程圓滿成功。



4月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

元/公斤 公噸



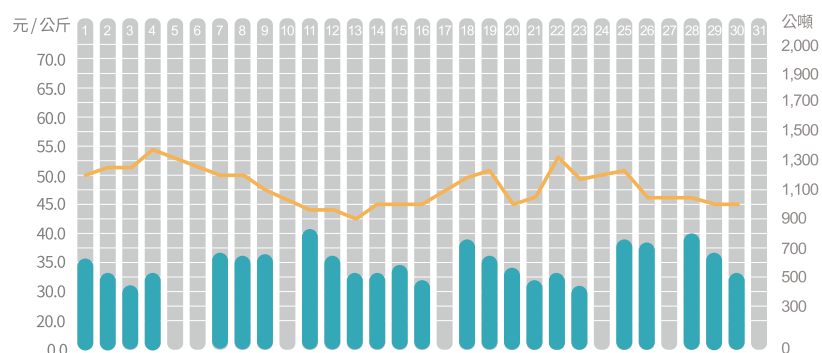
4月份蔬菜行情分析

文.業務部

4月份日均量約1434公噸，較3月份1467公噸，減少約33公噸，跌幅2.2%；均價為27.65元，較上月26.58元，增加1.07元，增幅達4.02%。3月份下旬產地氣候溫暖順暢，平地甘藍及短期葉菜類盛產，各通路皆積極促銷，導致外市滯銷，加上山地甘藍初批品質不佳，承銷人購買意願低。5月份進入夏季，甘藍、花果類等進入產季及產期交替階段。

4月水果日成交量、平均價曲線圖

元/公斤 公噸

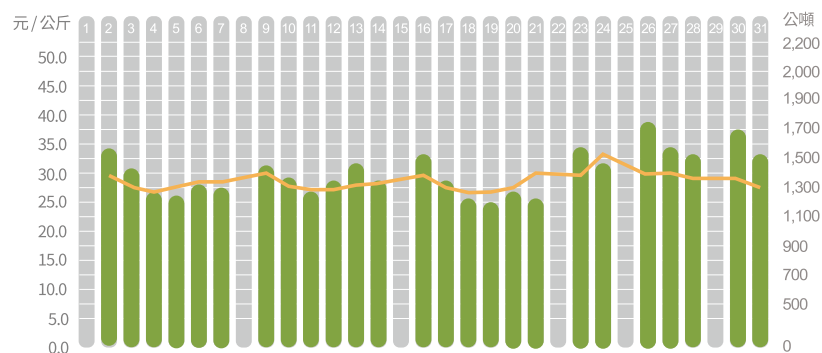


4月份水果行情分析

4月份日均量約603公噸，較3月份547公噸，增加約56公噸，增幅10.2%；均價為48.1元，較上月57.3元，減少9.2元，減幅達16%。4月份因清明節前祭祀及廟會慶典活動水果是必備供品，需求量增加，交易市況平穩，節後則因承銷人進場交易減少，夏季果品如木瓜、西瓜、洋香瓜、鳳梨、番石榴等供應量日益漸增，成交量較3月同期大幅成長，平均批發價因量增及需求減弱之情況下，整體呈量增價跌之情形。5月6日（星期六）為「立夏」，季節已進入夏季水果產期，另鳳梨、芒果、木瓜、西瓜、洋香瓜等果種亦盛產上市。

5月蔬菜日成交量、平均價曲線圖

元/公斤 公噸

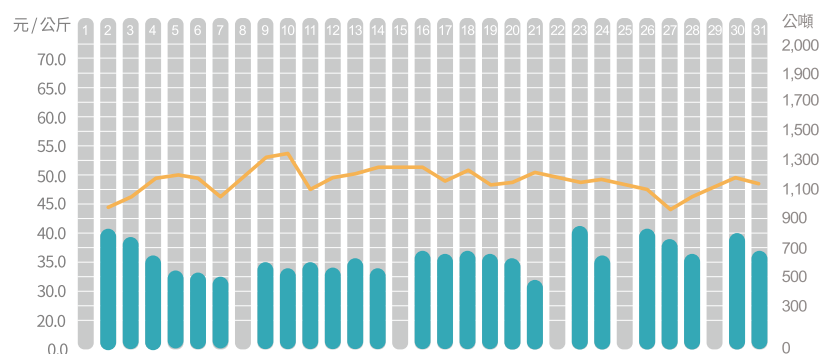


5月份蔬菜行情分析

5月份日均量約1411公噸，較4月份1434公噸，減少約23公噸，跌幅1.6%；均價為28.4元，較上月27.6元，增加0.8元，漲幅達2.89%。5月份平地甘藍至產季尾聲，產地移往山區，甘藍單位面積產量較平地少，到貨量減少而品質提高。短期葉菜及瓜果類生產順暢品質穩定，承銷人競價意願高量減價揚。6月份為高山甘藍及瓜果類盛產期，夏季病蟲害較為嚴重，又將進入颱風好發期。

5月水果日成交量、平均價曲線圖

元/公斤 公噸



5月份水果行情分析

5月份日均量為653公噸，較上月同期596公噸增加57公噸，增幅9.5%，日均價為48.8元，較上月48.4元，增加0.4元，漲幅達0.8%。5月份時值立夏，各地氣溫漸升，夏季水果亦漸入產期，當季較大宗水果如鳳梨、芒果、木瓜、荔枝、西瓜、洋香瓜等供貨充裕，故成交量較上月增加、平均批發價格微幅上揚。6月22日端午節前，預計桃、李、芒果、荔枝、火龍果等當季水果盛產上市，惟高溫多雨，各類果種保存不易，容易腐壞。



大蒜 (青蒜)

green garlic (臺語：suàn-á)

大蒜俗稱蒜頭，蔥科植物，學名 *Allium sativum* L.，英名 Garlic，原產地亞洲中部帕米爾高原及中國天山山脈一帶。大蒜為遠古即被人類栽培利用的古老作物之一，早在5,000年前古埃及即有大蒜栽培之記載，中國在漢朝時由張騫自西域引進栽培，在臺灣則由早期先民自中國引進，亦有300多年栽培歷史。大蒜植株由根、莖、葉、花苔、鱗莖（蒜頭）構成。大蒜不耐熱，在臺灣為越冬栽培作物。花常為不稔性，一般不結種子，只能以蒜瓣進行無性繁殖。其生活史自播種萌芽至成熟收穫可分為6個生長發育期，全生育期約需150~180天。（資料來源：台南區農業改良場技術專刊）

品質標準：

特級：蒜白長15公分以上，直徑1.5公分以上，色澤潔白，基部未成球形，無斷裂，葉色綠，外觀無瑕疵。

優級：蒜白長10公分以上，直徑1.5公分以上，色澤潔白，基部略成球形，無斷裂，葉色綠，外觀輕微瑕疵。

大小規格：

部位	大 (L)	中 (M)	小 (S)
蒜白長	長15公分以上， 直徑2公分以上	長10-15公分， 直徑1.5-2公分	長未達10公分， 直徑未達1.5公分



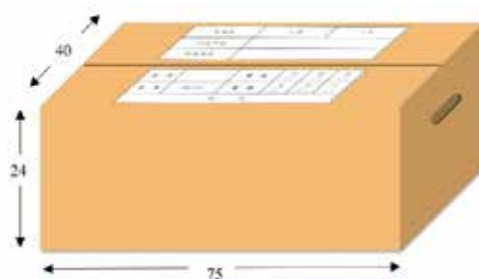
包裝規格：

- 紙箱規格75x40x24公分，長寬可內縮微調1-2公分，每箱20公斤。
- 箱側應適度打孔，便於蔬果透氣及提升冷藏效率。

包裝方式：

(集貨過程應避免人為、機械或其他傷害)

- 修整時，去除黃葉及不良葉，並洗淨泥土。
- 修整後，選別分級須按相同品種、等級及大小規格進行區分。
- 組立包裝紙箱，確認封合處平整對齊，並確認透氣孔功能。
- 按相同品種、等級、大小規格，整齊排放於箱內，疊放高度以不超過紙箱高度為原則。
- 裝箱時，需紮實，避免因搖晃及碰撞造成擦壓傷害，封箱時不得使用封箱釘。
- 箱上市場別、供應單位(人)、供應代號、品名、等級、規格、淨重及件數等標示，須填寫完備清楚。



市場別	一市	二市
供應單位		
供應代號		

品 名		等 級	特 □	優 □	良 □
淨 重	20 公斤	規 格	大 □	中 □	小 □
共 件					

編輯團隊

發行單位 臺北農產運銷股份有限公司
 發行人 黃向羣
 總編輯 翁震忻
 編輯 企劃部
 本期圖片 企劃部
 設計 蕭采芹
 印刷 傳暢國際事業有限公司
 出刊日期 2023年6月
 地址 臺北市中山區民族東路336號
 電話 (02)2516-2519



臺北農產 @tapmc



f 臺北農產



北農嚴選
<https://store.tapmc.com.tw>

總公司(含第二果菜批發市場)
 臺北市中山區民族東路336號
 電話：(02)2516-2519

第一果菜批發市場
 臺北市萬華區萬大路533號
 電話：(02)2307-7130