

# 臺灣綠竹筍的產銷模式及市場運作初步分析

◎林業試驗所育林組·陳財輝、王仁 (gn03138868@yahoo.com.tw)

臺灣的竹筍生產主要有綠竹、麻竹、孟宗竹、桂竹、烏殼綠竹、包籐矢竹等多種，其中以綠竹筍總產值與單位面積產值最高，是臺灣最受重視的竹種之一。

綠竹筍鮮嫩多汁、風味獨特，在華人社會的餐桌上，常被用做涼拌蔬菜使用，為夏季廣受歡迎的筍種，綠竹林經營多以採筍為目的。據桃園區農業改良場調查(2005)，國內綠竹主要栽培面積，總計約7,575公頃，其中北部地區更占全臺栽培面積70%以上，綠竹林年平均筍產量每公頃5,000~10,000 kg不等。

臺灣綠竹筍之產銷，主要為國內各地農會與各種農業合作社，以及北部當地的個別小農於清晨採收供應，迄今仍有穩定的綠竹筍市場需求與供給。由於農會與農業合作社等組織對於農業的發展非常重要(Brunis et al. 2001)，其能解決個別小農不能解決的問題，例如與傳統銷售市場、生鮮超市等販售通路議價，亦可減少供貨及運銷成本(Sirieix, et al. 2011)。

目前臺灣地區竹筍之產銷模式的成因，以及產銷型態的演進與各產銷模式間的差異，鮮少被討論。因此，本文旨在探討臺灣地區綠竹筍產銷模式形成的類別模式，以及在不同地區產銷模式差異，進而分析現況之成因，供竹筍產業界參考。

## 綠竹筍產銷模式的類型成因

臺灣綠竹筍產銷模式隨著社會經濟網絡演進而逐漸改變中，綠竹筍的交易可區分成傳統零售、盤商收購轉售、運銷合作社之產銷班共同運銷、以及現代化網路零售等4個類

型(圖1)，其形成原因敘述如下。

### (一) 傳統零售

零售，是最原始的銷售模式，也是商品供應鏈的最後一站，在早期人類歷史中，零售商也常同時是商品的生產者。主要透過小量且零散的貨物，直接產銷給消費者。就綠竹筍而言，每位農民生產的產量不大，多無法直接滿足目前大型超市或超級市場的需求，須以其他型態整合，以調節供需。

但近年來，綠竹筍的價格走高，且隨著市場資訊普及及交通便利性提高，使個別筍農得以零售方式謀取更佳利潤。原本式微的零售模式，反而更形活絡。

### (二) 盤商收購轉售

鑑於零售商無法供給日益茁壯的需求市場，大盤商於是產生，但因其常以不透明的機制買賣的疑慮，或藉著專門收購筍農生產的貨物，再整合產銷給更大的銷售通路，如超級市場和大型國內市場等，其中壟斷轉售的利益非常可觀，進而產生中盤商與小盤商，使農民的利益有容易被剝削的可能性。但不表示盤商的存在不好，如果沒有盤商居中，消費者也難有效率在市場上買到多元的蔬果。而且，假若當農民收成量過大、超出市場需求量時，盤商也能替農民解決銷售問題，重點在於價格是否合理。

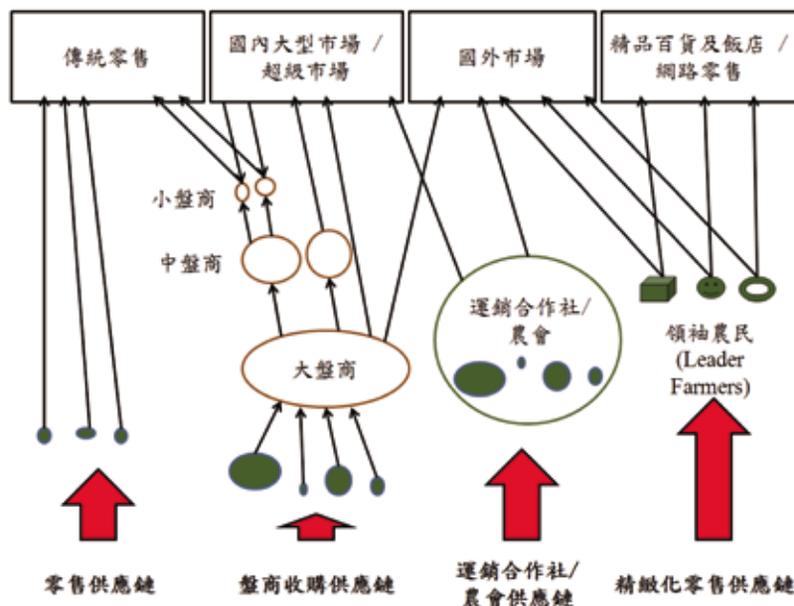


圖1 臺灣綠竹產銷途徑

● 農民；○ 盤商；○ 運銷合作社/農會；● 領袖農民；↑ 農民的利潤 (Chen et al. 2015)。

### (三) 運銷合作社(農會、青果、農聯)成立之產銷班共同運銷

由於盤商收購筍農生產的綠竹筍，價格常不盡合理，而不被筍農接受，再加上筍農的竹林栽培面積普遍不大(Yen et al. 2003a, Yen et al. 2003b, Tsai and Li 2004)。過去為求農業生產互助合作，很早即成立生產合作社，例如臺灣早在1900年9月的三角湧(為現今的三峽區)地區的農民組織農會，為全臺首創，當時為民間自行組織的團體，主旨為互助合作，後來日治政府頒布《臺灣農會規則》、《臺灣農會規則施行細則》，將農會法制化，隔年將原本民間組織的農會改制成法人團體，農民必須強制入會，並繳付會費。後來，隨著各州廳調整劃分改組為數個縣市後，各地民間陸續發起設立信用合作社組織，逐漸發展成生產販賣、購買與利用一體的合作社，即為今日各地鄉鎮市區農會的前身(井出，1939)。

臺灣光復後，農會的改組幾經多次更

迭，而後於1952年行政院頒布改進臺灣省各級農會暫行辦法中，將農民資格加以定義，農民可自由選擇、不需強制入會，目的在於活化農會，使其成為農有、農治、農享的農民組織。其後，法令又歷經多次修正及補充，強化農業主管機關的監督職權與個別農會的自主性，弱化上級農會原有的督導地位，使農會原有的自治功能逐漸式微。

隨著竹筍運銷合作社發展規模逐漸擴增，增設加工機械設備，並以保證價格收購鮮筍，使筍農的收入穩定化。1988年，臺北縣五股鄉農會更首次以真空包裝空運方式，將鮮筍與加工筍外銷日本。另外，有些農會多方協助筍農改善運銷作業，成立綠竹筍拍賣場，透過公開拍賣的方式，競標販售給盤商、大賣場，以及超級市場等，再零售給消費者，可讓筍農得到較合理的生產價格(陳財輝和王仁，2014)。

近年來，更發展出跨農會產銷班之農業策略聯盟，提高生產規模經濟的效益，提高市場占有率，面對下游通路商談判時，可以



竹筍清洗機械設備(王仁 攝)

有更多的價格談判籌碼，同時，亦可讓同產品的產銷班間的知識、技術、資訊及資源多方交流，提高各農業產銷班組織的競爭力。

#### (四) 現代化網路零售

近十幾年來，伴隨著網路購物迅速崛起 (Burke 1998)，某些在綠竹筍栽培領域具有領導性地位的農民，透過自行架設網站、百貨公司或知名飯店之通路、各地農會銷售或網路商城，將自行生產精緻化頂級品質之綠竹筍，成功打入高階消費市場，以更高的價格及精美的包裝，提供消費者訂貨採購，筍農隨即委託宅配公司，將貨物運至消費者手中。如臺北五股旗竿湖一帶、桃園大溪、臺中大坑等，全臺各地幾乎都有小農透過網購，結合品等分級、文青返鄉、故事行銷等吸引媒體報導，刺激年輕族群的購買慾，售價多高於傳統通路。

此一綠竹筍農們以在地特色，創立品牌價值，推動網路宅配及預售模式，已逐漸蔚為潮流。然而此部分的銷售量及收益，並非本文調查與評估範圍，以下仍以大宗綠竹筍產銷供應為討論範圍。

#### 綠竹筍不同地區產銷模式之差異

在實際的綠竹筍產銷運作上，臺灣北部近郊地區常以現代零售供應鏈的方式產銷，



透過產銷班農業策略聯盟，技術及資源可以相互交流 (王仁 攝)

而臺灣南部地區則傾向以運銷合作社及農會供應鏈，以共同運銷綠竹筍方式，供應北部市場所需，其產銷模式原因討論如下：

#### (一) 北部

北部筍農因較接近大都市消費市場，而目前臺灣規模較大的果菜批發市場也集中在北部，例如臺北市第二果菜批發市場交易量甚至高達全臺48.5%，整個大臺北地區的交易總量甚至高達全臺總量70.2%，綠竹筍需求量大(表1)。綠竹筍易於當地現採直運拍賣市場，新鮮度高，甚至，當地筍農傾向獨立販售，其銷售價格和利潤會更佳。等到當年產季尾端，綠竹筍價格下跌時，再將自行販售外之剩貨供給社團法人(如農會、青果、農聯等)或盤商收購，製做筍類加工品。

#### (二) 南部

南部之臺南市(龍崎、關廟等)及屏東縣之綠竹筍產期較北部早，單位面積產筍量與產量亦較高(表2)，由於消費市場以北部規模最大，而南部規模較小，販售價格上，南部市場普遍也較臺北市第一果菜批發市場及臺北市第二果菜批發市場低落許多(表1)，因此，南部筍農傾向以共同運銷模式，將綠竹筍輸送至北部販賣，造成現今南筍北送之現象。

表1 臺灣綠竹筍於果菜批發市場平均價格、交易量及銷售額 (Chen et al. 2015)

市場	平均價格(元/kg)	交易量(公噸/年)	%	銷售額(千元/年)	%
臺北市第一	73.8	290.0	10.4	21,416.5	12.2
臺北市第二	72.2	1,356.0	48.5	97,903.2	56.0
三重	39.6	88.5	3.1	3504.6	2.0
桃園	45.9	3.0	0.1	137.7	0.1
臺中	45.6	10.0	0.4	456.5	0.3
高雄	68.4	45.0	1.6	3,080.2	1.8
鳳山	40.8	10.0	0.4	408.0	0.2
屏東	48.4	990.5	35.5	47,940.2	27.4
總量	-	2,793.0	100.0	174,846.9	100.0
平均	62.6	-	-	-	-

表2 臺灣不同地區之綠竹產筍林面積、產量及產率(Chen et al. 2015)

地區	縣市	面積(公頃)	%	產量(公噸)	%	單位面積產筍量 (kg/年/公頃)
北部	臺北市	885.4	14.6	3,480	8.8	3,930
	新北市	1,600.0	26.3	6,400	16.1	4,000
	宜蘭縣	40.0	0.7	180	0.5	4,500
	桃園縣	665.6	11.0	3,594	9.0	5,400
	新竹縣	421.7	6.9	2,861	7.2	6,784
	苗栗縣	119.6	2.0	1,596	4.0	13,345
南部	臺南市	1,874.8	30.9	15,701	39.4	8,374
	屏東縣	462.2	7.6	5,948	15.0	12,871
總計	-	6,069.3	100.0	39,760	100.0	-

### (三) 海外市場

由於竹筍於盛產期常供過於求，若透過合作社或農會收購，開發加工筍產品及進軍海外市場，對筍農的助益甚大。以真空包裝高溫殺菌的綠竹筍，保存期限可長達一年，並能視供需求調節出貨，主要的海外市場以日本為主。

### 結語

臺灣綠竹筍產銷模式在市場的實際運作，受消費市場規模、生產地與民眾購買習慣之轉變而有不同的變化，也朝著以提高附

加價值做為行銷策略的主軸。今後宜積極推廣分級行銷經營觀念，針對不同客戶層採取適當的銷售策略。甚至朝網路行銷、飯店與百貨之精緻化栽培零售方向邁進。目前，多元化的綠竹筍銷售通路並存，期待策略聯盟能藉由歷史脈絡達到鑑往知來的效用，建立適當銷售策略並整合貨源，使當代得以拓展綠竹筍的經濟潛力。

### 致謝

感謝本所汪大雄博士惠予指正，以及五股區農會綠竹筍產銷班吳國池班長提供寶貴意見，謹此致謝。☺