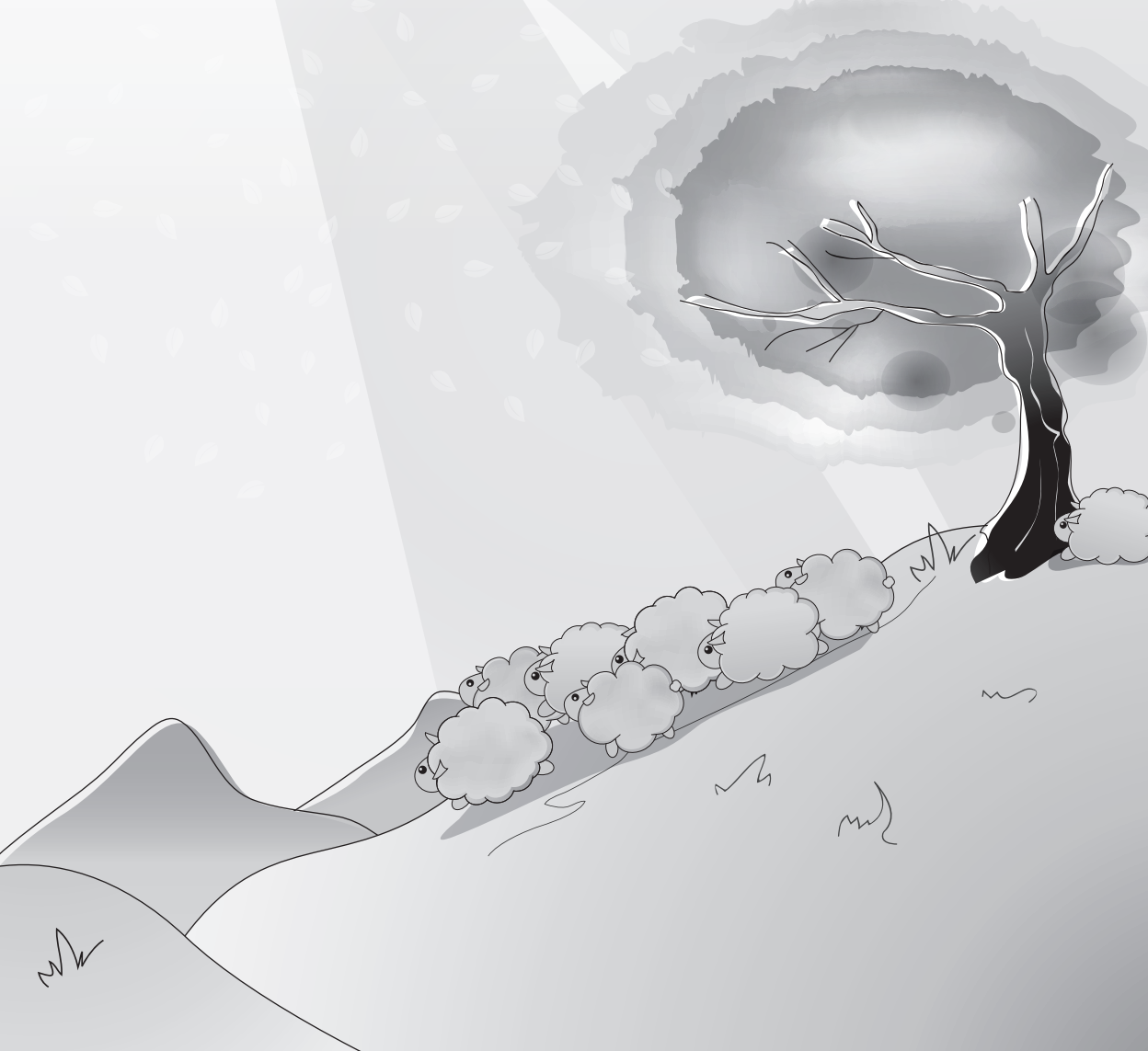


第一部分

農業運銷・供運銷業務實務





第一章 農產運銷的概念

焦點統整

第一節 運銷之定義

▲運銷的意義：〈105、101農九職等〉

一定義：運銷（Marketing）意為市場，所以有人譯作市場學，但實際上市場與運銷的【意義頗有出入】。且其涵義甚廣，包括產品離開生產地一直到消費者手中為止的各項活動，譬如集貨、分級、包裝、加工、運輸、儲藏以及銷售等工作均是。簡單的說，即把【產品從生產者轉移至消費者過程的種種商業活動】，換言之，運銷是一種產品的銷售工作，故又稱為「行銷」或「販賣」。

二學者對於運銷之定義：

- (一)麥克奈爾教授（McNair）將運銷定義為：「運銷是對社會生活水準的創造與輸送。」
- (二)布朗（M.Brunk）與達拉（L.Darrah）二位教授將運銷定義為：「運銷是把財貨從生產地轉移到消費地的過程中所包含的一系列勞務。」
- (三)史坦頓教授（W.Stanton）則將運銷定義為：「運銷是對目前與潛在消費者所希望獲得的產品和勞務之規劃、訂價、促銷及分配等整個系列的業務活動。」
- (四)美國柯爾教授（R.Kohls）對運銷所下的定義：「運銷是把財貨與勞務從生產者轉移至消費者的種種商業活動的執行，使消費者在合理價格下，滿足其在時間、地域以及形式上的各種慾望。」
- (五)拉森氏（A. L. Larson）就整個社會為出發點，對【運銷】的解釋為：【在最有效的情況下，配合社會的需要，供應消費者以貨物與服務】。



4 新編農產運銷·供運銷業務實務綜合題型破題奧義

三運銷在經濟學上的涵義：〈99農工升職、105、104、96、95農九職等〉

- (一)經濟學上，凡能創造或增加產品的效用者，皆稱為生產。而在運銷過程中，農產品因加工製造可以創造【形式效用（Form Utility）】；將產品由此處運至彼處（運輸）可創造物品的【地域效用（Place Utility）】；將產品儲存起來可創造物品的【時間效用（Time Utility）】；將產品轉售到需要的人手中（買賣），可以創造物品的【所有（占有）效用（Possession Utility）】。即運銷可創造物品的「形式」、「地域」、「時間」、「占有」等效用，故運銷也可以說是【生產程序的一部分】。
- (二)又所謂【形式效用】係將產品加工變形，以適合消費者的需要；【地域效用】係將產品自生產地區移往消費地區，適時地出售，以調節產品的供需；【時間效用】係將產品儲藏適時出售，以增加效用；【占有效用】係將產品的所有權轉移，由不需要者轉賣給需要者所有，使產品的經濟效用提高。
- (三)農產品運銷之主要功能係藉改變產品之【時間效用、地域效用及形式效用】，以均衡產品之【供需與價格】。

四學者對於市場之定義：

- (一)克胡佛（W. H. Kieckhofer）對市場的解釋為：【市場是一種區域，在此區域內某一貨品的供需力量在服務上相互作用，因而影響某種商品的交易與價格的確立。所謂市場，必在定時定地使賣者與買者結合，且有交易媒介】。
- (二)美國柯拉可氏（F. E. Clark）對市場的定義：【市場為一中心，具有引導貨品所有權轉手的力量，使貨品自該一中心移入與移出】。

五總而言之，狹義運銷是僅包括財貨從生產地輸送至消費地，種種業務的執行；而廣義的運銷是指能夠提高社會生活水準的財貨的創造與輸送等措施。

 參許文富著，2012，《農產運銷學》，正中，頁1~3。



▲運銷活動之主要程序：〈105、103、101、96、95農九職等〉

運銷過程中種種變動，均以【增加運銷效率或減低運銷成本】為目的，且受【經濟性】、【政治性】、【社會性】綜合影響。主要可分三個主要程序，包括【集中、均衡與分散】。批發市場是農產運銷重要環節，負有產品集中、均衡、分散之功能。而運銷的最後目的是【滿止消費者的慾望】。

一【集中】（Concentration）：農業生產，由於規模較小而單位較多，故其產品零星而分散，在運銷過程中，首須在產地市場蒐集許多農場的剩餘產品，構成一種經濟的運銷單位，例如一車載的貨物（Carload Lot）是。然後由一車載的運量集合為更多的運量，由產地市場集中到批發市場，或由生產過剩的區域集中到生產不足的區域。

二【均衡】（Equalization）：中心批發市場的任務，即在平衡產品的供給與需要。農產品流入這些市場的時期與數量，是隨著它的季節性而極不規則的，而消費市場的需要，亦隨時隨地而不相同，故須在供給與需要之間加以適當的調節，其作用有如一個蓄水池，由各方面匯集適當的水量，以備附近地區的隨時需要。這一過程可溝通生產地區與消費地區的繁榮，具有調節供需與穩定價格的重要作用，在整個運銷過程中，實居於關鍵的地位。

(一)【時間均衡】：因農產品的生產大多有季節性，而消費則全年一致，故加工商、批發商及零售商，必須在適當地點儲存貨品，以便隨時應付顧客的需要。

(二)【空間均衡】：運銷商將產品自多餘地區運銷到不足的地區，使區域的分配均衡。

三【分散】（Dispersion）：批發市場以其所集中的大量貨物，透過其它市場供給製造商及消費者，即為分散階段的基本任務。在分散過程中，必須適應需要者的購買能力，將貨物分成大小適宜的單位，例如為適應消費者的零星需要，而須改裝成較小的貨物單位。

上述農產品的集散過程，張德粹教授描述其形狀為：「兩端散開而中央緊縮，正如一個小頸花瓶，底大而口寬，中央則緊縮甚小。」



牛刀小試 *Fry...it*

- (○) ▲「運銷」一詞是從英文的 Marketing 一字翻譯而來，其涵義甚廣，包括產品離開生產地一直到消費者手中為止的各項活動。
- (○) ▲運銷可創造物品的形式、地域、時間以及占有等效用。
註解經濟學上，凡能創造或增加產品的效用者，皆稱為生產，所以運銷也可以說是生產程序的一部分。
- (×) ▲運銷英文為 Marketing，源自英文字 Market，意為市場，所以市場與運銷的意義並無不同。
註解市場與運銷的意義頗有出入。



- (C) ▲高麗菜大豐收，農民採收後，經處理晒乾製作成高麗菜乾，可提高何種效用：(A) 地域效用 (B) 占有效用 (C) 形式效用 (D) 以上皆是。〈104農九職等〉
- (A) ▲農產品加工可增加：(A) 形式效用 (B) 地域效用 (C) 時間效用 (D) 占有效用。〈105農九職等〉
- (D) ▲運銷活動可分三個主要程序，下列何者為非？(A) 集中 (B) 均衡 (C) 分散 (D) 再生。





▲運銷活動三個主要程序是【①】、【②】與【③】。

答：①集中、②均衡、③分散。

▲現代社會是以消費者為中心的【①】時代。

答：①市場導向。



▲何謂運銷？

▲試述運銷在經濟學上的涵義。

▲試說明運銷的重要性。



第二章 農產運銷職能

焦點統整

第一節 運銷職能之概述

▲運銷職能之意義：〈104農九職等〉

一、促使人類進化與產業發展的重要因素為【生產分工和專業】，生產分工和專業的結果，使生產效率猛進，不僅使產品的種類與數量大增，而且品質優良。農產運銷是連結【品質與規格】的中間環結。

二、運銷職能是指物品在運銷過程中，所須經過的程序和勞務的總稱，簡言之，運銷職能是【運銷過程中業務的種類】。

▲運銷職能之分類：〈95農七、八職等〉

各家學者主張不一，茲舉例如下：

一、美國康浮斯氏分運銷職能為12種：

- (一)【購買】(Buying)。
- (二)【售賣】(Selling)。
- (三)【運輸】(Transporting)。
- (四)【儲藏】(Storing)。
- (五)【包裝】(Packing)。
- (六)【標準化與分級】(Standardizing and Grading)。
- (七)【分散】(Dividing)。
- (八)【集貨】(Assembling)。
- (九)【金融】(Financing)。
- (十)【風險擔負】(Risking)。
- (十一)【紀錄】(Recording)。
- (十二)【市場情報】(Gathering Market Information)。



二美國波依耳氏，分運銷職能為六種：

- (一)【生產】(Production)。
- (二)【運輸】(Transportation)。
- (三)【儲藏】(Storage)。
- (四)【售賣】(Sale)。
- (五)【信用】(Credit)。
- (六)【風險負擔】(Risk-bearing)。

三學者吳格元，認為下列職能分類方法較為理想：

- (一)【實質職能】(Physical Function)：
 - 1.【運輸】(Transportation)。
 - 2.【儲藏】(Storage)。
- (二)【交易職能】(Exchange Function)：
 - 1.【購買】(Buying)。
 - 2.【售賣】(Selling)。
- (三)【輔助職能】(Facilitating Function)：
 - 1.【標準化與分級】(Standardization & Grading)。
 - 2.【風險負擔】(Risk-bearing)。
 - 3.【市場情報】(Market Information)。
 - 4.【金融】(Financing)。

四學者陳新友，將運銷職能分類為：

- (一)主要(或基本)職能：
 - 1.【交換職能】(Exchange Functions)：購買(集貨)、販賣。
 - 2.【實質職能】(Physical Functions)：分級、包裝、儲藏、運輸、與加工處理。
- (二)【輔助職能】(Facilitation Functions)：
 - 1.【標準化】。
 - 2.【資金融通】。
 - 3.【風險負擔】。
 - 4.【市場情報】。



第二節 運銷職能之種類

▲農產品運銷工作：〈104農七升六、103農九職等〉

包括【集貨、選別、分級、包裝、運輸、儲藏、加工、販賣（銷售）及資金融通】等工作。

▲農產品運銷職能：

運輸職能是將農產品【邊際效用較低】的地區，運送到【邊際效用較高】之處。運輸職能可以【提高農產品的邊際效用】。

運銷職能的種類，雖依產品的性質、運銷過程的繁簡，以及運銷市場的遠近等因素而不同，但以下所列示的是農產品一般所共有的運銷職能，分成三大類說明之：

一交易職能：〈95農工升職、農七升六〉

(一)【收買】：在運銷上所說的收買，是指運銷商在產地市場，按種類與等級，將零星的農產品蒐集起來，使成為適當的運銷單位，以便運輸，儲藏和銷售等，這種收買也稱為【集貨】。



(二)【銷售】：銷售與收買是相對立的商業行為，二者同時發生，目的在於取得或轉讓物品的所有權，創造物品的【占有效用】。良好的銷售方式可以【減低運銷差距】。

1.立即銷售方式較重要的有五種：

(1)FOB 售賣：FOB 係 Free on Board 的簡寫，即貨主負責將貨品裝置於某種交通工具上（貨船、火車、飛機）——以此為條件的價格，亦即【賣方須負責將貨品裝船前（或其它交通工具）的一切費用，包括運費及風險費用】。例如 FOB 高雄每箱香蕉美金2元，即指每箱香蕉美金2元係在高雄碼頭上交貨的價格。

(2)C&F 價格：係指包括成本（C，Cost）及運費（F，Freight）的價格。即賣方交貨地點雖在基隆（FOB 基隆），如負擔到目的地（例如橫濱）的運費，則價格應寫成「每箱香蕉美金2元，C&F 橫濱價」。

(3)CIF 價格：此一價格除前述的 C&F 外，還有【保險費（I，Insurance）】亦計算在內。

(4)C I F & C 價格：此一價格又多加一種【佣金（C，Commission）】，即指此種價格包括佣金在內的價格。

(5)C I F & E：其中 E（價格）為英文 Exchange 的簡寫，意為【匯費】，即出口商向進口商所開的匯票持往銀行貼現時，所需貼現利息及手續費等費用。

2.銷售公式：

- (1)【喚起顧客的注意】。
- (2)【引起他的興趣】。
- (3)【創造他對產品的需要】。
- (4)【於是他採取行動——購買】。
- (5)【滿足】。



二實質職能（理貨職能）：〈103、101、95農九職等、103、99、95農工升職、95農七升六〉

(一)【分級】（Grading）：〈105農九職等、105農工升職〉

1.分級之意義：


- (1)農產品標準化分級後，次為【包裝和裝卸】，再次為【運輸】。
- (2)農產品受自然的影響大，致使生產者難以控制其外形和品質，此與工業製品整齊劃一不同，故農產品的分級極為重要。分級就是將產品按種類、品質、顏色與大小型態，歸納為若干整齊的類別，使其在品質和型態上有所區分。
- (3)農產品如能澈底分級，買方可依生產者提供的樣品或產品說明即可進行交易，此即謂述狀交易或看樣交易，目前在國際貿易上早已採行這種交易。今後為配合大型零售店大量進貨的需要及節省運銷費用，述狀或看樣交易乃勢在必行。
- (4)【研究與改善】品質可以提高商品的價值。農產品標準化是【目的】，而分級是達到產品區別的一種【方法】。分級偏重於【品質的標準】，使【在某一時間內某一等級必有某一品質的產品（其量亦相同）】。分級後的農產品在市場出售可以獲得【較高價值】。

2.分級之功能：

- (1)【畫分等級，滿足各階層消費者的需要】。
- (2)【便於實行述狀交易或看樣交易，因而可節省運銷費用】。
- (3)【容易選擇運銷市場，縮短運銷時間，有利於秩序運銷】。

3.農產品分級的重要性：

- (1)【便於叫價】。
- (2)【可運用於看樣交易或述狀交易】。
- (3)【可採用普林制度】。
- (4)【易獲得運銷金融】。
- (5)【可減低運輸成本】。

 普林制度，簡而言之就是共同選別、共同運銷及共同計價的運銷方式，其中，共同選別與共同計價合稱為「共選共計」。

4.農產品及一般商品均有二種主要標準，即【量的標準】與【質的標準】。



(二)【加工】：

1.加工之意義：係指物品在運銷過程中型態上的改變，加工的目的在【維護品質】、【提高產品的經濟價值】、【擴大市場寬度】與【運銷工作的便利】，有創造【形式效用】及【地域效用】的功能。例如稻穀經碾米廠加工作成白米；鮮乳加工成煉乳、奶油等。物品經加工後，往往改變本來的型態，同時，品質也隨著提高，利於長途運輸與銷售。

2.加工之功能：


- (1)增加產品種類。
- (2)增加產品用途。
- (3)增加產品價值。
- (4)增加市場寬度。
- (5)有創造需求之功用。
- (6)有調節供需、穩定價格的作用：生產旺季時，可將一部分產品供加工用；生產淡季時，可供應市場需求。



(三)【包裝】：〈105農九職等〉

1.包裝之意義：

- (1)是指利用器具、容器等有關材料，將產品包裝成一個計量單位的工作。臺灣早期之果菜包裝均用麻袋或竹簍，現已多改用紙箱或塑膠袋包裝，尤其是昂貴的水果，已全面使用紙箱。
- (2)使用紙箱做為果菜的包裝器材時，應注意紙箱的【品質和規格】。果菜運銷使用紙箱能保護果菜不受機械損傷且美觀清潔，故不宜使用竹簍包裝。

在農產運銷實務上，果菜的定量包裝不是每一種果菜皆採用均一重量。

- (3)農產品分級包裝工作的重點宜放在【生產地】。
- (4)節省包裝費的方法最主要的是避免過多包裝，此包括包裝材料的簡化，例如附屬品的減少及包裝重量的減少等，再者包裝作業與技術的標準化亦可節減包裝費用。包裝在裝運過程中的各種條件例如包裝容器、包裝方法及衝擊等，其會影響產品本身質與量的損失，其中又以【衝擊】的影響為最大。

2.包裝的目的：

- (1)【便利裝運和售價】。
- (2)【維護產品的品質】。
- (3)【可以加強推銷】。

3.包裝之功能：

- (1)【使物品變成整齊劃一的單位，縮小體積，便利搬運、出售和儲藏】。
- (2)【減少物品在搬運和儲藏過程的損失】。
- (3)【使物品有計量的單位，便於批發與零售】。
- (4)【小型包裝可增加美觀，易於廣告，可使消費者一見心悅，增添時尚感以引起消費者之衝動性購買，促使產品銷售增加】。



4.裝卸合理化的原則：

- (1)【盡量減少裝卸作業，或將二種以上裝卸作業合併】。
- (2)【減少人力裝卸，增加機械裝卸】。
- (3)【將貨品包裝成個別單位，如一桶或一箱以便裝卸】。
- (4)【貨品置放時，應放在易於搬動的地方】。
- (5)【應考慮運輸時的安全，並規定裝卸標準】。

5.包裝工作之注意事項：

- (1)必須兼顧產品保護及交易便利的需求。
- (2)包裝材料的選擇為研究包裝設計的重要領域。
- (3)包裝程度之設計。
- (4)包裝之受益及費用間最適比率。



(四)【運輸】：

- 1.運輸之意義：運輸是【把產品從甲地轉送至乙地的一種活動】。自從農業生產專業化之後，產品都集中在最有利的地區生產，因此，必須依靠運輸的功能，才可以把產品適時由產地轉移至消費市場。故運輸可說是農產運銷上最重要的職能，但這種職能經常不是直接由經營運銷的業者所執行，因現今各國的交通事業與運輸事業多由國家經營或由私人「專業經營」。
- 2.運輸之功能：運輸除了可創造物品的【地域效用】外，尚有下列幾種功能：
 - (1)【可促進產品在最有利的地區生產，使國家的生產資源分配更趨合理化】。
 - (2)【使各地農產品的盈缺得以調節，以減縮各市場間的價差，有減輕價格波動的功效】。
 - (3)【擴大農產品銷售市場的範圍：運輸事業越發達，市場範圍越大】。
 - (4)【運輸的進步，可使各級商人減少貨物儲備待售的數量，以減輕商人營業上的儲備費用，提高運銷效率】。

(五)【儲藏】：

- 1.儲藏之意義：農產品的生產大抵均有季節性，但農產品的需要量則周年大致相同，為使供需在時間上能配合，儲藏在運銷上至為重要。
- 2.儲藏之功能：
 - (1)【調整農產品在時間上的供需，增加產品的時間效用】。
 - (2)【保持農產品的品質，防止腐敗與變質】。
 - (3)【減少農產品價格的季節變動程度】。
 - (4)【使零星分散的農產品集中，便於運輸和買賣】。
- 3.為使倉容做最高效率的利用，稻穀的儲藏應【分期別及種類別分開儲藏】。
- 4.農產品在盛產的季節可以藉【加工與倉儲】方式調節產銷。
- 5.農會經收稻穀時，其含水率【應在13%以內】。
- 6.臺灣蓬萊稻穀碾成糙米的重量比（俗稱步留率）約【80%】。



三【輔助職能】：〈96農九職等〉

(一)【運銷金融】：農產品貿易範圍擴大以後，產地市場與消費市場間的距離也隨著加大，運銷商從收購到銷售，往往需要一段較長的時間，在此期間內，運銷商往往需要【資金周轉融通】。又農業生產者，在其產品未收穫以前，或產品正在儲藏之際，常須資金融通以支付生產費或生活費；而運銷商在其產品未出售之前，須獲得信用以作購買成本或支付運費與儲藏費。因此，運銷金融是產品在運銷期間或儲藏期間的資金融通，使生產者與運銷商在產品未出售之前，有充分的資金支付各項費用。

(二)風險負擔：

1.商品在運輸過程中可能有2種風險：

- (1)物品本身【物質上的風險】：例如腐爛、乾縮、盜竊、火災、海事損失，以及牲畜死亡等等。
- (2)物品【金融上的風險】：這是指物品在運輸過程中，價格的漲跌和金融周轉不靈等所遭受的損失。

2.減少運銷風險的方法有2種：

- (1)防止風險，此即根本除去或減少發生風險的原因，例如改良物品的加工與包裝方法、改善運輸與儲藏的設備、加強分級與檢驗、廣泛蒐集市場情報。
- (2)投保保險，可使風險有專門負擔的機構。

(三)市場情報的收發：此是指【每日各級市場的物品供應量與需要量，價格漲跌情形，以及消費習慣等資料的報導與統計】。此等情報的收散，不僅包羅國內市場，且亦包括國外市場有關物品供需和價格變動趨勢。故市場情報的收發，可視為【運銷業務的行情報導】，對運銷業務的發展影響很大。

農產品產地價格上漲，情報傳遞到消費地所花的時間，若與產地價格下跌情報傳遞到消費地所花的時間比較，【以前者較快】。快速且正確地將消費地價格傳遞給農民，有利於運銷業務推展。



第三節 運銷職能與效用創造

▲運銷職能所創造之效用：〈103農七升六、農工升職、96、95農九職等〉

一種農產品，自生產者流向消費者的過程中，必須執行很多種運銷職能，提供很多種運銷服務。為了執行必要的運銷職能，提供必要的運銷服務，必須支付有關的費用，這些費用就是運銷費用。為什麼在運銷過程中需要支付這些費用？因為運銷職能的執行，增加了產品的市場價格，換言之，運銷成本的代價是一種「增值」。各種運銷活動都有助於產品的增值，故稱運銷活動是具有生產力的。很多人認為從事於集貨、分級包裝、運輸、儲藏、加工與販賣的運銷業者，並不真正生產任何產品。尤其農民常認為農產品是他們生產的，而中間商人卻搶走了農民應得的大部分利益。但必須認識清楚的就是，農民所生產的是在農場上的稻穀、蔬菜、青果與肉豬，而這些與消費者在零售市場上所購買的白米、蔬菜、青果與豬肉，卻是截然不同的商品。經濟學家對生產的定義為效用的創造，也就是有用商品與服務的創造或提供過程。由於生產過程的完成，而創造或增進的效用可分為：【型態效用、空間（或地域）效用、時間效用與占有效用】。各種運銷職能的完成，有助於這些效用的創造或增進。



牛刀小試 *Fry...it*

(X) ▲倉庫及零售市場的儲存，均可能增加產品的形式效用。

註解 儲存是在產量較豐期間的存儲，供應缺貨時應用，調節產量的盈虛，藉以增加其「時間」效用。

(O) ▲運銷職能係完成運銷的「集中」、「均衡」和「分散」3種程序時所須使用的各種主要工作。

(O) ▲運輸職能可以提高農產品的邊際效用。

(X) ▲農產品分級包裝工作的重點宜放在港口地。

註解 分級包裝工作的重點宜放在生產地。

(O) ▲運銷活動可分為3個主要程序，其中集中的程序主要為「集貨和預先措置」。



(A) ▲運輸職能是：(A) 將農產品邊際效用較低的地區，運送到邊際效用較高之處 (B) 是將農產品邊際效用較高的地區，運送到邊際效用較低之處 (C) 以上皆非。

(C) ▲把毛豬加工為火腿罐頭是提高肉豬的：(A) 時間 (B) 地域 (C) 形式 效用。

(D) ▲下列對包裝的目的所述，何者有誤？(A) 便利裝運和售價 (B) 維護產品的品質 (C) 可以加強推銷 (D) 以上皆非。

(B) ▲農產品儲藏可增加：(A) 地域效用 (B) 時間效用 (C) 形式效用 (D) 占有效用。



▲經濟學上，凡能創造或增加產品的效用者，皆稱為【①】。而在運銷過程中，農產品因加工製造可以創造【②】；將產品由此處運至彼處可創造物品的【③】；將產品儲存起來可創造物品的【④】；將產品轉售到需要的人手中，可創造物品的【⑤】。

答：①生產、②形式效用、③地域效用、④時間效用、⑤占有效用。

▲農產品運銷包括：【①】、【②】、【③】、【④】、運輸、【⑤】、【⑥】販賣及資金融通。

答：①集貨、②選別、③分級、④包裝、⑤儲藏、⑥加工。



▲農產品自生產者送至消費者需辦理的各項工作稱為運銷職能，請問運銷職能包括哪些項目？〈104農七升六〉

▲何謂「運銷職能」(Marketing Functions)？運銷職能分為哪幾種？

▲農產品運銷職能中之「分級」在現代化之農產運銷中扮演何種角色？



第三章 農產運銷成本

焦點統整

第一節 運銷成本的意義和分類

▲運銷成本之意義：〈105、101農九職等、99農工升職〉

一運銷成本的定義為【該產品的銷售價格減去該產品的產地價格】。為了執行各項運銷職能，提供各種運銷服務，必須支付一些的費用。例如為了實施集貨，必須支付人工及運搬費用；為了實施分級，必須支付工資；為了實施包裝，必須支付包裝材料、容器費及工資；為了將產品自生產地運到消費地，必須支付運費；為了實施儲藏或加工，必須支付儲藏或冷藏、加工費用。這些為完成運銷工作而支付的費用，稱【運銷費用】。

二運銷費用是指上述的實際支付的費用，而運銷成本是指實際支付的費用，加上沒有實際支付的所謂設算費用，例如損耗、設備折舊、資本報酬等。但運銷學者往往不予區別，而統稱為成本。運銷費用中最大項目，據統計是【包括販運、批發和零售費的所謂販賣費】，占總運銷成本比例最高。例如【稻米約76%、蔬菜約56%、肉豬約36%】。

三實際上，農產運銷成本是農產運銷上的一項非常重要的問題，也是研究個別農產品運銷問題時，不可缺少的一個題目。

四由於農產品具有易腐敗損傷、體積重量均大、比值小等特性，在運銷過程中所耗費的成本也較大。故【運銷成本占零售價格的比例特別高】，也是農產品在運銷上的一大特徵。【運銷成本的多少，並不代表運銷效率的高低】，亦未必代表運銷商的利潤，但利潤在運銷成本中所占地位頗為重要。

五運銷成本當力求其降低，因高的運銷成本就是寬的運銷價差，即【生產者所得的價格與消費者所付的價格相差愈遠】，運銷成本增大。



▲運銷成本之公式：

運銷成本 = 【該農產品的零售價格 - 該產品的生產者所得的價格】。


▲運銷成本之特性：〈103、101、95農九職等〉

一運銷成本是【農產品市場化後所形成者】：係基於農產品市場化以及社會生產分工程度的提高而形成，是社會進步後所產生的自然現象。

二運銷成本是【黏著性成本】：運銷成本不管運銷哪一種產品，都有共同的特性，即短時間內甚少變動，其構成項目中的大多數在短時間之內相當固定，故稱為黏著性成本（Sticky Cost）；反之，農產品價格則較常變動，又稱為揮發性價格（Volatile Price）。

三運銷成本是【創造產品效用、增加價值所需之費用】。

四【運銷成本經長期觀察有上漲的趨勢】：工資及薪資等人事成本常隨著經濟成長而增加，因此運銷成本就長期觀察而言，必然有上升的趨勢。

 參許文富著，2012，《農產運銷學》，正中，頁232～234。



▲運銷成本之分類：

一直接成本與間接成本：〈95農工升職、農七升六〉

(一)【直接成本】：是直接為運銷操作而支付的費用，例如為集貨而支付的工資及搬運費、付給分級包裝工人的工資、購買包裝材料與容器所支付的貨款、支付卡車行的運費、批發市場扣收的市場管理費、集貨包裝場的水電費、乃至運銷損耗等均是。

(二)【間接成本】：是為運銷工作而必須負擔的費用，包括資本利息、稅捐、折舊費用與共同費用分擔部分等。

二固定成本與變動成本：

(一)【固定成本】：是不問運銷量多少而金額固定的成本。例如一個集貨包裝場經常僱用20名工人從事分級包裝的工作，則不論集貨數量是每天10噸或20噸，必須支付20人的工資，此時工資就成為固定成本。此外，包裝場建築物的資本利息與折舊費用，也與業務量無關，皆為固定成本。

(二)【變動成本】：是隨運銷量而變動（不一定成比例）的成本。例如按件計酬及臨時僱工的工資、包裝材料與容器費用，是顯然隨集貨量多少而增減的，故稱為變動成本。

圖1 總成本曲線(一)
(變動成本與業務量成正比之情形)

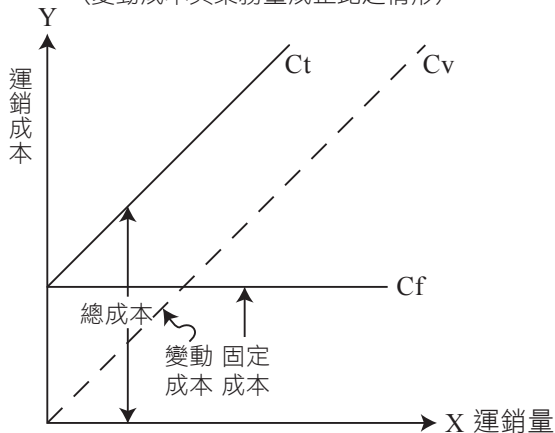
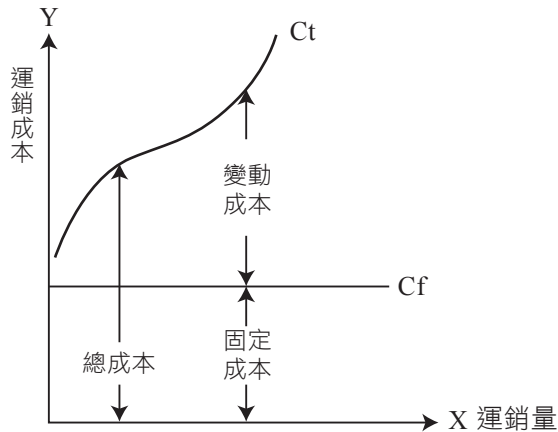




圖1的橫軸表示運銷量，縱軸表示運銷成本。圖中 C_f 線是固定成本，不管運銷量多少都沒有變化，故成為橫軸成平行的直線。圖中的虛線 C_v 表示變動成本。變動成本在沒業務時等於零，以後隨業務量的增加而增加，故成為以原點為起點向右上移動的直線， C_v 線斜度表示單位變動成本大小。 C_t 線是固定成本與變動成本相加結果，故為總成本線。

圖2 總成本曲線(二)



變動成本不一定與業務量成比例關係，也就是說不一定如圖1的虛線 C_v 一樣是一條直線，與業務量成比例的意思是，不管業務量多少，每一單位產出的變動成本是不變的。實際上由於規模經濟的作用，單位變動成本可能在業務開始發展初期遞減，然後成為不變，最後規模不經濟發生作用而成為遞增。如果是這種情形，則變動成本與總成本曲線就有如圖2的 C_t 。在圖2，變動成本曲線未予繪出，但把固定成本線 C_f ，當做水平軸的話， C_t 就成為總成本曲線了。



三總成本、平均成本與邊際成本：在圖1及圖2所表示的都是總成本，就是相對於任何一個業務量的總固定成本、總變動成本與總成本。

(一)【總運銷成本】：以業務量除總成本便得平均（或單位）總成本，就是運銷一單位產品所需耗費的總運銷成本。

(二)【平均（單位）固定成本】：以運銷量除總固定成本，便得每單位產品所須負擔的平均固定成本。

(三)【平均變動成本】：以運銷量除總變動成本，便得每單位產品的平均變動成本。

圖1、2的固定成本是與橫軸平行的直線，如以運銷量除，所得者為向右下方移動的直線，其與縱軸的交點與圖1或圖2相同。但固定設備的作業能力是有限的，例如一棟100坪的果菜交易場所能容納的交易量，不是可以無限制擴大的。在圖3的 I 的範圍內，第1棟交易場的交易量0自擴大到接近 X_1 時，單位固定成本逐漸降低，但到 X_2 時無論如何不能再容納繼續增加的交易量，故必須加蓋第二棟交易場。固定設備具有整套性，不是可以無限制分割的，因此要加蓋就須加蓋整棟，結果立刻把單位固定成本提高。業務量自 X_2 逐漸擴大，單位固定成本又遞減，至 X_3 時又須增加第三棟交易場，而其單位固定成本又形提高。變化情形有如圖3中的「平均（單位）固定成本」Cf 曲線。圖3所假定的是不變的單位變動成本，不管業務量多少，每單位產品的變動成本是不變的，故單位變動成本線是與橫軸平行的直線，例如圖3的 Cv，這條平均（單位）變動成本線，是圖1的虛線 Cv 除以業務量而獲得。

圖3的平均總成本曲線 Ct，是平均變動成本與平均固定成本兩曲線相加的和，表示相對於不同運銷量的每單位總運銷成本。由於單位固定成本的特殊變化，Ct 呈鋸齒形的變動，但在整個過程的一般趨勢仍然是遞減的。



圖3 單位成本曲線(一)
(變動成本與業務量成正比之情形)

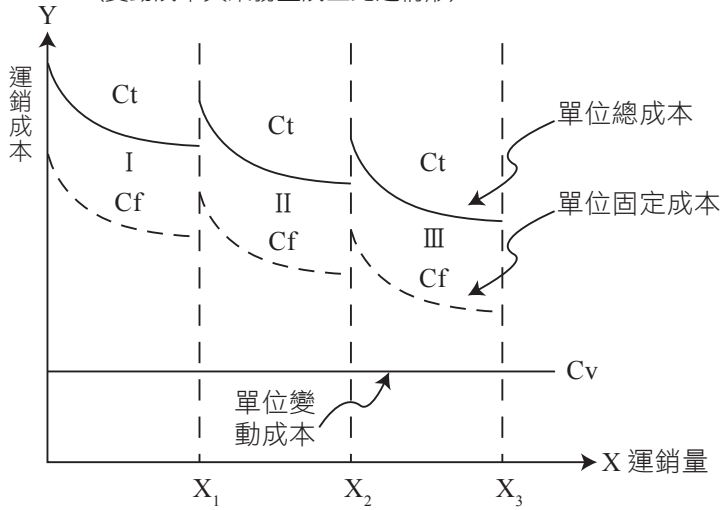
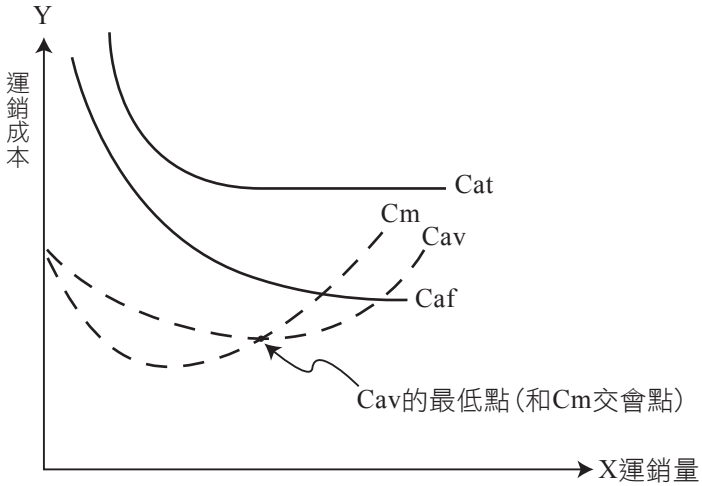


圖4 單位成本曲線(二)





實際上，平均變動成本不一定與業務量成比例關係，即平均變動成本可能在達到一定產出水準之前是遞減的，然後變成不變，而後再變為遞增，就是總平均成本為圖2所示者，再用運銷量所除而得。此種單位平均成本有如圖4 C_{av} 所示。

增加最後一單位運銷量所增加的運銷成本稱為邊際成本，或者說是運銷量增減一單位時所增減的成本。由於所謂報酬遞減法則的作用，邊際成本先是隨著運銷量的增加而下降，運銷量達到最適規模水準時邊際成本也達到最低點，然後反轉上升，隨運銷量變化而變動的情形有如圖4的 C_m 曲線。邊際成本曲線必與平均成本曲線（ C_{av} ）相交於後者最低點，在此點以前平均成本大於邊際成本，而隨運銷量的增加而遞減，在此後則平均成本小於邊際成本，而隨運銷量的增加而遞增。這是平均成本與邊際成本二者間最重要的關係。圖4的 C_{af} 表示單位固定成本（不變固定成本）， C_{at} 表示單位總成本的變動情形。

四遞增、比例與遞減成本：成本曲線隨運銷量變化的反應，可分為遞增、比例（不變）與遞減成本3類，以表示平均成本因運銷量增加而呈遞增、不變或遞減情形。一般的運銷成本曲線多包括這遞減、不變與遞增的階段。



第二節 運銷成本之決定因素及影響因子

▲運銷成本之主要構成因素：〈103農九職等〉

茲依費用性質、職能種類與運銷商（機構）分類說明於下：

一、依費用性質分：

- (一)【人事費】：包括工資與薪津，不僅僱工而連加工的人事費，和運銷商本人應得的薪津也應包括在內。運銷作業多半要靠人力來完成，同時由於工資的不斷上漲，人事費往往占總運銷成本很重要的比重。
- (二)【材料費】：包括填墊物、繩索、包裝紙、包裝容器等材料在內。由於消費者要求美觀的程度提高，材料費也有逐漸增加的趨勢。
- (三)【運費】：為了產品的空間移動，而付給卡車行、鐵路公司（局）、輪船或航空公司的運費。由於產品本身的笨重性，市場空間範圍的擴大和能源價格的不斷上升，運輸費用有愈形重要的傾向。
- (四)【動力費】：包括水電、燃料等費用，主要在實施加工製造，消耗水電燃料較多時才需要特別列出，如為一般照明和飲水所耗水電，則可包括在「其它費用」內處理。
- (五)【損耗】：包括運銷過程中所發生的一切損耗，例如失重變質、加工損耗、運輸損耗、儲藏損耗和販賣損耗。農產品多具易腐性質，故此項損耗也往往很大。
- (六)【資本費用】：包括資金利息和設備折舊等，因使用資本而必須負擔的費用。由於運銷過程在空間上與時間上拉長，和現代化設備的利用增多，此項資本費用亦有愈形重要的趨勢。
- (七)【市場管理費、蒐集情報費等服務費或佣金】：運銷職能有時必須委託他人執行，在此情形下必須支付的費用即屬之。




牛刀小試 *Fry...it*

(X) ▲一般而言，農產品的運銷成本與非農產品比較較低。

 一般而言，農產品的運銷成本與非農產品比較較高。

(O) ▲運銷成本與消費者價格的農民分得比例，有相反方向變動的關係。

 產品零售價格相同時，運銷成本愈高，則農民分得比例愈低；而運銷成本愈低，則農民得比例愈高。

(X) ▲運銷制度的優劣，完全依運銷成本的高低來判定。

 產運銷成本之高低並不能完全判定運銷制度的優劣。



(C) ▲一般而言，農產品的運銷成本與非農產品比較：(A) 沒有多大差別 (B) 較低 (C) 較高。



▲由於農產品具有易腐敗、損傷、體積重量均大、比值小等特性，在運銷過程所耗費的成本也【①】。

答：①較大。

▲依商販（運銷機構）性質分，運銷成本可分：【①】、【②】、【③】。

答：①販運費、②批發費、③零售費。



- ▲大家常說農民所得價格與零售價格比較差異很大，這主要受到農產品的易腐性、運銷通路細長、運銷規模小及市場競爭環境因素的影響，請問如何能節減運銷費用？〈104農七升六〉
- ▲試述運銷商與運銷成本之關係。
- ▲何謂黏著性成本？
- ▲為何農產品運銷成本比一般工業產品運銷成本昂貴？



第四章 農產運銷效率

焦點統整

▲運銷效率的意義：〈105、103、101農九職等〉

一所謂【效率】就是目的為已定時，為達到此目的所用手段的有效性比較。如果其它條件不變，或者說為完成運銷工作所消耗的各项資源不變，最後消費者所獲得的滿足程度便代表運銷效率的高低；或者反過來說，如果消費者所獲得的滿足程度不變，為運銷工作的執行所消耗的資源數量愈少，運銷效率就愈高。

二有效運銷的意義是【各種經濟資源最小的支付，以使消費者對渴望的貨品和勞務獲得滿足】。因此任何可以減低運銷成本，同時兼可維持或增加消費者慾望滿足的措施，才能符合增加運銷效率的要求，而稱之【有效運銷】。

三總之，在所提供的服務或所獲得的滿足為一定時，減低運銷成本，則代表運銷效率提高；而在運銷成本為一定時，能提供更多的服務來保證消費者更大的滿足，也代表運銷效率的提高，即運銷效率是有關運銷的【產出（Output）與投入（Input）】2個變數的相對關係，不能單靠其中一個因素大小或變化，而判斷其高低。



▲技術效率與經濟效率：

談運銷效率時，必須對於2種不同效率概念加以區別：一是技術效率，一是經濟效率。前者是有關產品運銷，實際操作上的效率，後者是關係到有關實施運銷操作的經濟條件。

一【技術效率】：〈101農九職等〉

(一)所謂技術效率是【產出與投入的相對關係】，或具體一點說，就是產出與投入之比，或者是平均每單位投入的產出量，因此也可以說是該投入因素的生產力。在討論農產品運銷效率時，所考慮的產出，也就是因消費農產品而獲得的「消費者滿足」的程度或大小。所謂投入，也就是為了產生這種消費者滿足所需要的費用或犧牲。


(二)決定技術效率的運銷操作是以各種作業程序、技術與經營規模等為條件。例如新的包裝材料與容器、儲藏、運銷、裝卸等設備與作業的改進，可以節省浪費與損耗，防止產品品質的劣變。

(三)採用新的作業方式或使用機械，可以在運銷的不同過程中實現勞力的經濟利用，並確保有關作業的準確度。冷藏、消毒、風味的保存等有關技術的進步，可以改善或維持產品品質，提高市場價值，並減輕運銷業者的風險負擔，這些是屬於技術效率的範疇，一般所談的工作效率都是指這種性質的。但實體上的改進如要以貨幣價值來表示，則必須依靠經濟條件了。



二【經濟效率】：

- (一)也稱為【價格形成效率或決價效率】，是指在現有技術、技能與知識水準下，運銷業者或產業可以在最大可能的低成本基礎上營運，同時全部可能實現的經濟，均反映於市場通行的價格與價差。在這條件下，所有運銷過程中的企業單位，均須不斷地追求完成職能與提供服務的更新、更好的方法與制度，以保證能達到節省成本的目的時，便即刻予以採行，否則在和其它企業的競爭上，難免受到淘汰。
- (二)在民營企業裡，如有獲利的機會時，對實施調整的原動力是最大的。保證為利潤目的而實施各種措施，所帶來的利益能普遍以降低運銷成本或提高運銷服務的方式，嘉惠於生產者和消費者的有效手段，就是市場競爭的壓力。
- (三)如果缺乏強烈的競爭，則企業單位至少可能在相當長的期間，保持因技術革新所獲得的成本節省利益的大部分，以增加自己的利潤。保持有效的市場競爭而消除超額利潤的長期存在，則有賴於市場結構與市場行動的調整，這也是運銷經濟效率的範疇。

經濟效率 = 【產出價值 / 投入價值】

= 【滿足的程度（效用） / 所用的資源價值】。

綜上述可知，所謂技術效率是有關個體經濟或個別經營體的問題，而所謂經濟效率是關係到整體經濟或整個經濟環境的問題。在定義上，計算生產力或效率的分子與分母，雖然如上規定，但消費者所獲得的滿足程度或效用大小，是消費者個人的主觀判斷，或心理因素或嗜好因素的函數，故要用客觀的標準加以測量是不可能。同時運銷活動的投入因素也是很多種類的，要用一個共通的數值來表示投入數量，則除了採用貨幣單位以外也是不可能的。在此情形下，測定運銷效率並無一個客觀而毫無疑問的直接方法。



第五章 農產品供需原理與價格的決定

焦點統整

第一節 農產品之供需原理

▲需求與供給：〈103農九職等〉

一、需求：需求可分【個別需求】與【市場需求】2種，前者是從個別消費者的立場來分析，後者又稱【總需求】，是由某財貨全體消費者的立場加以研討。

(一)【個別需求】：是假定其它因素均不變的情況下，個別消費者在某一特定時間內，對某一特定財貨，於各種不同的單位價格下，所願意購買數量的表列，也就是表示財貨的價格與購買量間的關係。

例如表1所示，某人在某一特定時間內，當香蕉價格每公斤4元時，購買1公斤；若價格為每公斤3元時，則購買2.1公斤；價格為2元時，購買4公斤。

價格（元／公斤）	需要量（公斤）
4.0	1.0
3.5	1.4
3.0	2.1
2.5	3.0
2.0	4.0

表1 某人在某一期間內的香蕉需求



(二)【市場需求】：是指【某一特定財貨的全體消費者，在某一期間內，於各種不同價格下，所願意購買數量的表列，為表示財貨的各種價格與全體需求者總購買量間的關係】。

如表2所示，當市場在某一期間內，香蕉價格為每公斤4元時，該市場的香蕉需求為1,000公斤；如價格降至每公斤3元，而其它一切均不變，香蕉需求為2,200公斤；價格再降低時，需求也繼續再增加。

價格(元/公斤)	需要量(公斤)
4.0	1,000
3.5	1,600
3.0	2,200
2.5	3,000
2.0	4,200

表2 某市場在某一期間內的香蕉需求

以上對需求的說明若以圖形表示，在一平面座標中，以縱座標表示價格，橫座標表示購買量，每一價格與其對應的購買量就可在這平面座標中畫出一個點，將各點連接起來，可畫出一條曲線，這便是需求曲線(圖1和圖2)。

圖1 個別需求曲線

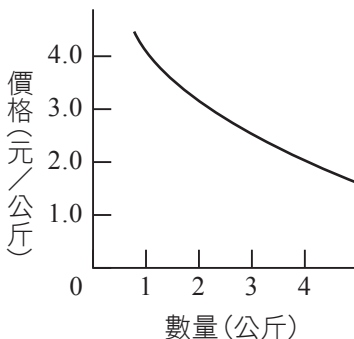
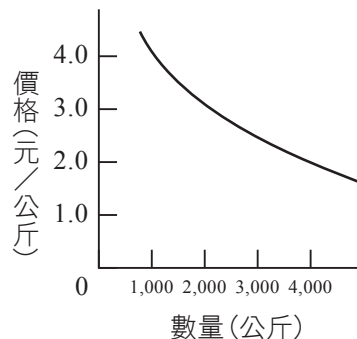


圖2 市場需求曲線





通常需求曲線是由左上方向右下方傾斜的，即價格與購買量呈反方向的變動，因此，我們可得【需求法則】如下：

【普通情況下，某財貨的價格上漲，消費者對該財貨的購買量將減少；相反的，價格下跌，購買量將增加。】

此種法則在日常生活中常可看到，上面所舉的香蕉例子即是。因當市場香蕉價格下跌時，消費者購買和以前一樣數量的香蕉所需花的錢較少，如果消費者對香蕉消費支出不變的話，則可購買比原來多的數量。再者，如果其它水果（香蕉的代替品）的價格均不變，而香蕉的價格下跌，無形中使得香蕉代替品的價格相對的上漲了，所以消費者將會購買較多的香蕉以代替其它水果的消費。

相反的，當香蕉價格上漲時，若香蕉支出額不變的話，因香蕉價格的上漲，致使可購買到的數量比原來少。另一方面，若香蕉代替品的價格保持不變，比較之下，代替品價格就下跌了，所以消費者將會多購買代替品，來替代香蕉的消費。



二供給：供給也可分為【個別供給】與【市場供給】，前者是由個別生產者或廠商的立場加以分析，後者則由某財貨的全體生產者或整個產業的立場加以研究。

(一)【個別供給】：是假定其它因素均不變的情況下，【個別生產者或廠商在某一特定時間內，對某一特定財貨，於各種不同的價格下，所願意提供數量的表列，是表示財貨的價格與供給量間的關係】。

如表3所示，某一香蕉供給者在某一特定期間內，當香蕉價格為每公斤4元時，願意提供65公斤的數量；若價格為每公斤3元時，願意提供55公斤；若價格為每公斤2元時，僅願意提供40公斤。

價格（元／公斤）	供給量（公斤）
4.0	65
3.5	60
3.0	55
2.5	48
2.0	40

表3 某香蕉供給者在某一期間的香蕉供給



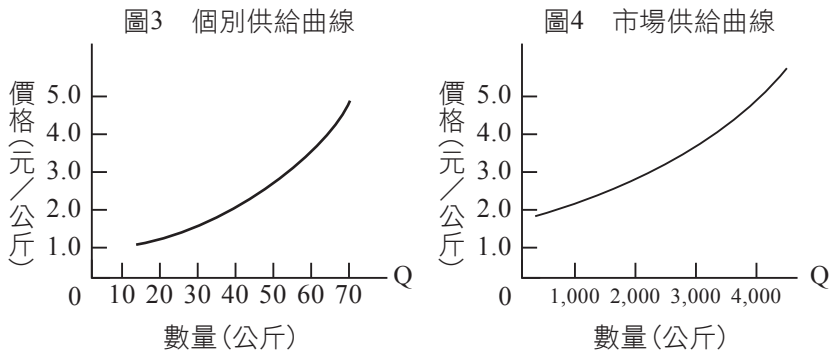
(二)【市場供給】：是某一特定財貨的全體生產者或廠商，在某一特定時間內，於各種不同價格下所願意提供銷售數量的表列，亦即為各種價格與全體生產者或廠商所願意提供銷售的總數量的關係。

如表4所示，當香蕉價格在每公斤4元時，總供給量為3,300公斤；價格降至3元時，總供給量減為2,200公斤；價格再降時，供給量就再減少。

價格（元／公斤）	供給量（公斤）
4.0	3,300
3.5	2,800
3.0	2,200
2.5	1,600
2.0	600

表4 某市場在某一期間內的香蕉供給

若將以上價格與供給量間的關係以圖形表示，即為供給曲線（圖3和圖4）。





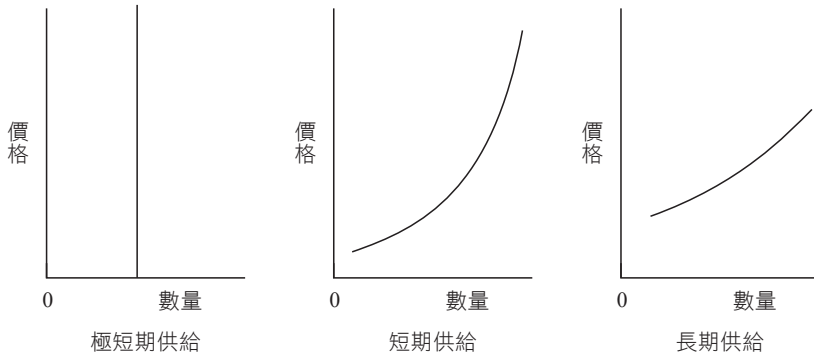
在平面座標中，以縱座標表示價格，橫座標表示供給量。在一般情況下，供給曲線為自左下方向右上方延伸，也就是價格與供給量呈同方向變動，因此，我們可得一個【供給法則】如下：

【普通情況下，某一財貨的市場價格上漲，生產者或廠商的供給量將增加；相反的，當價格下跌時，供給量將減少】。

一般而言，供給隨時間的長短，可區分為長期供給、短期供給與極短期供給等三種情形。所謂極短期供給即為現場供給，也就是時間非常短暫，連變動成本投入的時間都沒有，因此，供給量不受價格影響，亦即價格再高也無法增加供給。

短期供給是供給時間足以調整變動成本，但仍無法調整固定成本，其供給量受價格的影響較極短期時為大，所以供給曲線較極短期的情形平坦些。長期供給的供給時間，長到足以變動固定成本，因此，長期供給的成本均為可變的，無固定成本可言，故供給量受價格的影響較大，供給曲線為三者中最平坦的（見圖5）。

圖5 極短期，短期與長期供給曲線






▲影響供給的因素：〈105農九職等〉

農產品供給的來源有【生產、存貨及進口】3種，其中，影響農產品供給的因素主要在討論影響生產的原因，在此先不討論自然條件之影響，就【經濟因素】的影響部分分述如下：

- 一【價格】：根據供給法則，當其他因素不變時，商品價格與供給量成正比，農產品之供給亦然，只是農產品供給多半缺乏彈性。
- 二【成本結構】：農產品市場為近乎完全競爭市場，而完全競爭市場中，個別生產者的供給量是由 $P=MC$ 來決定，生產者必須考量平均成本及平均變動成本，因此，成本結構是影響供給的重要因素。
- 三【市場需求的增加】：市場需求的增加所引起的價格上漲，將鼓勵長期的增產。
- 四【互競產業的獲利情形】：互競產業價格與成本關係的改變，將影響某種產品的供給情形。
- 五【產品的用途】：產品用途廣泛，其供給受到的影響程度也較小。
- 六【進入或退出生產所需時間的長短】：意即生產產品所需的時間。若生產時間短，產量可在短期內調整，而生產時間長的产品則相反。
- 七【政策性的獎勵與宣導】：宣導並無金錢方面的支持，影響效果有限，而獎勵與扶持提供了具體的價格保證及穩定措施，是影響生產的因素之一。
- 八【可供農業生產之土地數量】：農業必須適地適作才能有好的收成，因此，可供農產品生產之土地數量的多寡，即為影響農產品產量的重要因素。

參許文富著，1997，《農產運銷學》，正中，頁58～62。

**▲價格的決定：**〈99農七升六、96農九職等〉

在完全競爭的市場中，價格是由【需要與供給】雙方的力量共同決定。在供需法則下，價格昂貴時，賣方願意多賣，但買方不肯多買，或根本不買。反之，價格低落時，買方增多，購買量增加，但賣方不願多賣，或根本不賣。這雙方的力量，在自由競爭下互相抵制，結果產生一個適當的價格，使買賣雙方皆感到滿意而進行交易，此即為價格的形成。換句話說，均衡價格即為供給與需要均衡時的價格。

表5是由表2市場需要表列和表4市場供給表列所組成的總表列。由此表可看出，當香蕉價格在每公斤4元、3.5元、2.5元和2元時，不是買方嫌價格太高，便是賣方嫌價格太低，使得市場上的需要量與供給量無法達到平衡。

需求量（公斤）	價格（元／公斤）	供給量（公斤）
1,000	4.0	3,300
1,600	3.5	2,800
2,200	3.0	2,200
3,000	2.5	1,200
4,200	2.0	600

表5 某期間香蕉需要與供給表列的比較

只有價格在每公斤3元時，買方所要購買的數量恰與賣方所要出售的數量相等；也就是說，在此價格下，市場上的供給量恰好滿足市場上的需求量。當價格為每公斤4元時，賣方願意供給3,300公斤，但買方僅願意購買1,000公斤，造成供過於求，有2,300公斤銷售不出去。賣方為使其產品能銷售起見，必將競相削價求售，結果市場價格下跌，價格下跌，則一方面需求量增加，另一方面供給量減少。

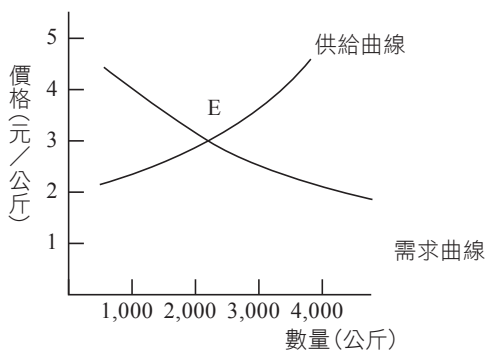
若價格跌至每公斤2.5元時，買方願購買3,000公斤，而賣方的供給量僅為1,200公斤，形成供不應求，不足1,800公斤，即尚有許多消費者買不到。因此，在爭相購買的情況下，價格自然會上漲，價格一上漲，則一方面需求量減少，另一方面供給量增加。



如此反覆的調整，直至價格為每公斤3元時，供給量與需求量均為2,200公斤，如此價格才能穩定下來，所以每公斤3元即為香蕉的均衡價格。

若用圖形表示，均衡價格為供給曲線與需求曲線相交點 E 的價格，此時的交易量即為均衡交易量。如圖6所示：

圖6 均衡價格的決定



以上所指的價格，因為是在自由競爭市場中，由【供給與需求】雙方面的力量共同決定，因此，也可稱為【自由競爭價格】。農產品的價格，除非政府有特別的管制以外，均可視為自由競爭價格，或由極近自由競爭的市場所決定的價格。

與自由競爭價格正好相反的是獨占價格。此價格的形成，因為只有一家廠商生產，在市場上找不到第二家與之競爭，因此，這家廠商的個別供給量即為市場供給量，所以生產者可因獨占的事實，限制供應量，使得產品能夠得到最有利的價格，並獲得超額利潤。農產品市場因為生產者眾多，不可能有獨占力的存在，因此也不可能有獨占價格形成的機會。



我們再談談農產品價格到底是在哪一階段市場決定的？是產地市場？批發市場？或是零售市場？通常我們所見到的，似乎是批發市場價格的變動往往在其它兩級市場之先，以致於有許多人認為農產品的價格是決定於批發市場。其實，這是錯誤的，農產品的價格首先決定於零售市場，【零售市場的均衡價格決定後，根據運銷成本決定批發價格，進而決定產地價格】。

農產品價格若先決定於批發市場或產地市場，則依此決定的零售價格，不見得就是零售市場供需均衡點所顯現的價格。當此價格高於均衡價格時，市場供給量大於需求量，有些產品無法出售，各零售商為求能將其產品全部脫售，只好競相削價，價格因而下跌。當價格低於均衡價格時，則發生供不應求現象，購買者搶購的結果，價格自會上漲，直到均衡價格形成為止，如此農產品價格終究是決定於零售市場。

【批發市場的價格變動在產地價格零售價格之先】，是因為批發市場的交易數量較大，批發商人數較少，市場的訊息較易掌握，消息較為靈通，行情的反應也較靈敏，且批發商的一般水準較其它兩級市場的商人為高，對供需反應的判斷較敏銳，因此該市場價格的變動較快。也正因為批發商水準較高，對供需情況的推估較準確，所以批發市場所決定的均衡價格加上運銷成本後，往往是零售市場供需雙方所決定的均衡價格。

註解價格又可分為產地價格、批發價格、零售價格三大階段，批發價格為價格變動的主動力。因價格結構中批發價格較完全而正確，它代表供需的平衡力。



▲ 供需彈性與所得彈性：〈104、103農九職等、96農七、八職等〉

供需分析尚有一個極重要的觀念是【彈性】，數量變動對價格變動間相互關係便稱【彈性】。

一【供需彈性】：由上述供需法則，我們知道當物品價格降低時，買方的需要量增加，賣方的供給量減少；價格上漲時，需要量減少，供給量增加。但我們並不知道當物品價格變動時所引起需要量（或供給量）變動的程度究竟如何？欲解答這個問題，我們就須導入彈性的觀念。

彈性是表示【由自變數變動所引起應變數變動的程度】。需求彈性的意義，是指【物品價格變動1%所引起需要量變動的百分比】。因需要量與價格間呈【反方向的變動】，故需求彈性係數的符號為【負】，但一般均取其絕對值。

需求彈性因產品的種類而異，有些物品價格雖有大幅度的變動，但需求量的變化仍甚微小，例如食鹽、米等生活必需品即是。有些物品只要價格略有變動，需求量的變動就很大，例如日常生活上所看到的許多奢侈物品。

【彈性係數】的計算方法有好幾種，在此僅列出一種常用的彈性公式如下：

$$\text{公式：彈性係數 (E)} = \frac{\frac{\text{數量變動量}}{\text{數量}}}{\frac{\text{價格變動量}}{\text{價格}}} = \frac{\text{數量變動率}}{\text{價格變動率}}$$

今引用表2的資料，計算需求彈性係數如下：

例如當香蕉價格每公斤為3.5元時，需要量為1,600公斤；當價格降低至每公斤3元時，需要量增為2,200公斤。換句話說，價格的變動量為0.5元，而需要量的變動量為600公斤，把這兩個數字代入上列公式，即得：

$$E = \frac{\frac{600}{1,600}}{\frac{-0.5}{3.5}} = -2.62$$

此2.62即為香蕉的需求彈性值，亦即表示當價格變動1%時，數量會變動2.62%。



在通常情況下，我們將物品的需求彈性分為五種型態：

- (一)【彈性趨近於零，表示完全無彈性，即需求量不受價格變動的影響】。
- (二)【彈性趨近無窮大，表示完全有彈性，即價格略有變動，需求量就產生大幅度的變動】。
- (三)【彈性小於1，表示缺乏彈性，即當價格變動1%時，需要量的變動尚不及1%】。
- (四)【彈性等於1，表示均一彈性，即需要量變動的百分比與價格變動的百分比相等】。
- (五)【彈性大於1，表示富於彈性，即當價格變動1%時，需要量的變動幅度在1%以上】。

供給彈性的觀念和需求彈性的情形大致相同，所不同者只是供給彈性是測定物品價格與供給量間的關係而已，至於其計算公式和需求彈性的公式相同，由於供給量與價格呈【同方向的變動】，故供給彈性係數的符號為正。



二決定供需彈性的因素：〈105、101農九職等〉

(一)決定需求彈性的因素：前面我們已提過需求彈性的大小是隨物品而異，有的彈性很小，有的卻很大。再者，即使相同的物品，其需求彈性也往往因人、地與時而有所差別，然而何以會如此？現在列舉影響需求彈性的因素如下：

- 1.【受該物代替品的有無與其代替性的強弱影響】：如某一物品缺乏替代品，則當其價格漲跌時，其需要量的變動必較小，也就是需求彈性較小。若某一物品有許多替代品存在，且其間的代替性很強，則當價格上漲時，消費者必會多購買，甚或完全購買其替代品，以替代該物品的消費，其需求量就大量減少。反之，當價格下跌時，消費者必會大量減少其它代替品的消費品，轉而多消費該物品，所以其需求量便會大增，此即表示需求彈性很大。
- 2.【購買該物品的支出占消費者所得比率的大小】：如果購買該物品的支出占消費者支出的比率很小，則價格的變動對消費者的影響甚微，所以需求量就無大變化，也就是需求彈性小，例如針線、火柴等即為其例。
- 3.【該物品在生活中所占的地位或重要性的大小】：如為生活必需品，為維持生活必有的最低消費限度，所以不論價格再高，消費者不能不消費，而且不論價格再低，它也有最大的消費限度，也就是需求彈性較小，例如米、油、鹽等食品的需求彈性均不大。
- 4.【時間因素】：同一物品的需求彈性通常會隨著時間的增長而加大，因為時間久了，消費者的消費習慣會改變，以前不曾消費或不會使用的物品，可能對它的特性了解後就開始消費了，此時如果這些物品的價格下跌，很可能就增加購買量。
- 5.【運銷差距的大小】：同一物品在產地階段的需求彈性較零售階段為小，這主要是受運銷差距的影響，運銷差距愈小，兩階段市場的需求彈性差異也愈大。
- 6.【消費者的所得】：一般而言，所得高的家庭，對於物品價格的變動較不敏感（誇耀的物品除外）。因為其所得若能使其生活過得很充裕，則物品價格略為變動，對其生活尚不致於構成太重的負擔，所以消費量較不受影響，故需求彈性較小；反之，則需求彈性較大。



(二)決定供給彈性的因素：〈101、95農九職等〉

- 1.【物品的生產因素用途多寡】：若此物品生產因素的用途很廣，當此物品價格下跌時，其生產因素可不從事於此物品的生產，轉而用於其它用途，所以此物品的供給量就大量減少。當價格上漲時，本來用於其它用途的生產因素就會參與生產，因此供給量會大量增加，如此即表示供給彈性大。相反的，如果生產因素別無其它用途時，物品價格變動，其供給量的變動就較小，也就是供給彈性較小。
- 2.【增產物品所需增加成本的多寡】：如果是成本增加的話，當價格上漲時，生產者想要增產，可能會有不易籌措的顧忌，所以不能立即增產，供給彈性當然就較小。相反的，如果增加生產所需增加的成本甚微，則價格上漲時，生產者就可即刻增產，供給彈性當然較大。
- 3.【物品是否易於儲存】：如果某一物品極易腐敗，不易儲存，當價格下跌時，無法將部分產品留待以後供給，須立刻出售。當價格上漲時，亦因無存貨可增加供給，須立刻出售，所以其供給彈性就較一般不易腐敗的物品為小。
- 4.【物品生產所須時間的長短】：若時間長，則價格上漲時，增加投入量，亦無法馬上供給，所以供給量不能大量增加，供給彈性自然較小。反過來說，如果時間短，則價格上漲時，可以在短暫時間內增加生產，供給量自然會大量增加，因此供給彈性較大。
- 5.【我們用來判斷的期間久暫】：期間較長，一方面生產成本可以調整，另一方面可訓練管理與技術的專門人員。所以物品的價格變動時，供給量的變動就大，供給彈性當然較大；反之，則供給彈性較小。農產品極短期間的供給彈性幾乎為零，而長期彈性又較短期為大。



三【農產品的需求彈性】：大部分農產品的需求彈性都比一般工業產品為小，尤其是生活所需的糧食類更是缺乏彈性。需求彈性係數一般都小於1，例如稻米、食鹽與油等，均為生活上不可缺的，不論其價格上漲多少，消費者不能因米價高而不吃飯，或食鹽價格上漲而不吃鹽，僅可稍為減少其消費量或想辦法用其它代替品而已。

相反的，若這些物品的價格大幅度下降，消費者對於這些物品需要量的增加也極為有限，因為人類的胃容量有限，並不能大幅度增加。因此，農產豐收時，價格往往暴跌；農產歉收時，價格暴漲，此即由於需求不能隨供給作同幅度增減的緣故。

當然，某種物品需求彈性的大小，是因個人、時間、地域及生活水準的高低等因素而不同，但通常我們所稱某物品的需求彈性，是指全體消費者或某一地區在某一時間內的綜合彈性而言。

臺灣農產品需求彈性的研究文獻雖然不少，但因各研究者所依據的資料、計算的方法以及觀察年數各有不同，故所求得的結果也有差異。

根據學者的研究，本省各種農畜產品的需求彈性如下：

產品種類	需求彈性係數	產品種類	需求彈性係數
稻米	-0.07	甘薯	-0.23
麵粉	-1.17	牛肉	-0.49
砂糖	-0.32	雞蛋	-0.27
花生	-0.32	鴨蛋	-0.13

以上所列的彈性係數，是產地階段的需求彈性，至於零售階段的需求彈性，根據上述的說明，一般都比產地階段為大。



四【農產品的所得彈性】：影響農產品消費的因素，除了價格以外，所得也是一個重要因素。一般而言，只要不是劣等品，消費者對農產品的需要是隨所得提高而增加。但因農產品的性質不一，滿足慾望的種類也不同，因此所得增加以後，對於每一種農產品的增加幅度也有差異，所以個別農產品所得彈性的研究也屬必要。所得彈性值的計算公式如下：

$$\text{所得彈性係數} = \frac{\frac{\text{數量變動量}}{\text{數量}}}{\frac{\text{所得變動量}}{\text{所得}}} = \frac{\text{數量變動率}}{\text{價格變動率}}$$

所得彈性係數的符號有的為正，有的為負。前者稱為正常品，表示所得增加以後，需要量隨之增加；後者稱為劣等品，表示所得增加以後，需要量反而減少，大部分澱粉類食品即為其例。通常，農產品的所得彈性均小於1，這是因為農產品大多屬於生活必需品，其需求量的變動比率不如所得變動比率大。根據學者民國60年的研究，臺灣農產品的所得彈性係數（民國59年資料）如下：

產品種類	所得彈性係數	產品種類	所得彈性係數
澱粉類	-0.275	蛋類	0.241
雜糧類	-0.092	青果類	0.213
肉類	-0.381	蔬菜類	-0.198
家禽類	0.157		



▲ 供需變動及其影響：〈105、101農九職等〉

一、**供需變動**：需求變動不同於需求量的變動，前者是指整個需求表列的變動，或整條需求曲線的移動；後者則是假定其它因素均不變的情況下，價格變動所引起購買量的變化，也就是在同一需求表列或需求曲線上點的移動。

何以需求會發生變動呢？主要是因為消費者的貨幣所得、消費偏好、代替品價格、或對未來的預期等因素產生了變化所引起的。如果某一消費者的貨幣所得增加，或對該物品的偏好增強，或其代替品的價格上漲，或預期未來該物品價格會上漲，或預期自己未來的貨幣所得會提高，則在各種可能的價格下，消費者對該物品的購買量均較原來的為多。如圖7所示，需求曲線由 D_0D_0 移至 D_1D_1 ，當價格為 OP_0 時，原來的需求量为 OQ_0 ，需求增加後則為 OQ_1 ，較原來者為多。

相反的，在各種可能的價格下，消費者對該物品的購買量均較原來的少。如圖7所示，需求曲線由 D_0D_0 移至 D_2D_2 ，當價格同為 OP_0 時，需求量由原來的 OQ_0 減為 OQ_2 。

圖7 需求變動

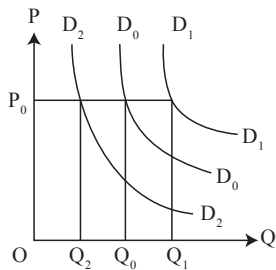
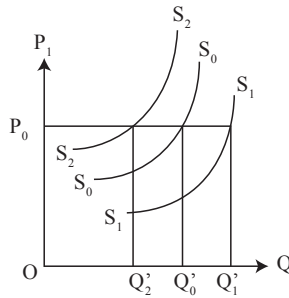


圖8 供給變動



供給變動也不同于供給量的變動，此與需求變動不同於需求量的變動意義是一樣的。何以會造成供給的變動？這是由於生產因素的價格、生產技術、生產者的偏好增強，或生產技術改進，或引進新的生產技術，或政府公布實施補貼政策，則在可能的價格下，生產者所願意供給的數量均較原來的多。如圖8所示，供給曲線從 S_0S_0 移至 S_1S_1 ，當價格為 OP_0 時，供給量由 OQ'_0 增至 OQ'_1 。

相反的，在可能的價格下，生產者所願意提供的數量均較原來的少。如圖8所示，供給曲線由 OQ'_0 減為 OQ'_2 。

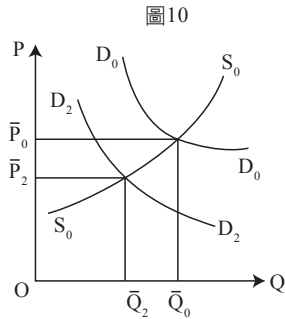
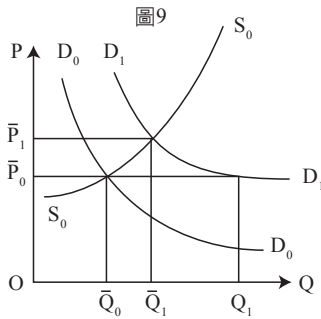
以上所述，是以個別消費者與生產者加以說明，至於全體消費者或生產者的情況亦可依此類推。



二、供需變動的影響：由前面均衡價格的決定，我們知道在完全競爭市場，供需決定價格，因此供給或需求變化，其均衡價格也隨之變化。以下我們就三種情況加以說明：

(一)需求發生變化，但供給不變：如果需求增加，則價格上漲且交易量也增加。如圖9所示，需求由 D_0D_0 增至 D_1D_1 時，均衡價格由 OP_0 漲為 OP_1 ，均衡交易由 OQ_0 增至 OQ_1 。因為若價格仍維持在 OP_0 ，此時由於需求增加，致使需求量由 OQ_0 增至 OQ_1 ，但供給不變，供給量仍為 OQ_0 ，造成供不應求。有些消費者買不到貨品，爭相搶購，價格自會上漲，如此原來的均衡點即遭破壞，價格重新調整，直至達到新均衡價格 OP_1 為止。

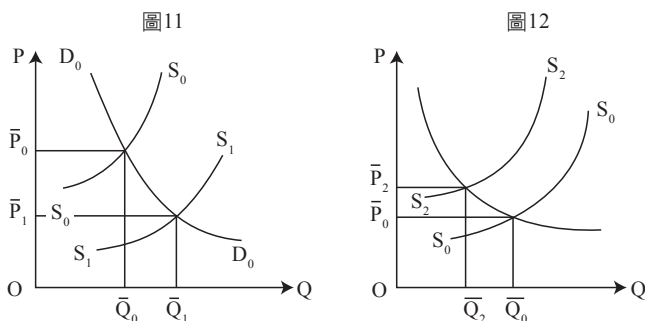
相反的，如果需求減少，則價格下跌，且交易量減少，則價格下跌，且交易量減少。如圖10所示，需求由 D_0D_0 減為 D_2D_2 時，均衡價格由 OP_0 下跌至 OP_2 ，交易量由 OQ_0 減為 OQ_2 。





(二)供給發生變化，但需求不變：如果是供給增加，則價格下跌而交易量增加。如圖11所示，供給由 S_0S_0 增為 S_1S_1 時，均衡價格由 \bar{OP}_0 降至 \bar{OP}_1 ，均衡交易量由 $O\bar{Q}$ 至 $O\bar{Q}_1$ 。

相反的，如果供給減少，則均衡價格上漲，交易量減少。則均衡價格上漲，交易量減少。如圖12所示，供給由 S_0S_0 減為 S_2S_2 ，則價格由 \bar{OP}_0 漲為 \bar{OP}_2 ，交易量由 $O\bar{Q}$ 減至 $O\bar{Q}_2$ 。



(三)供給與需求同時變動：如果為同方向的變動，供需同時增加，則其均衡交易量增加，且較供需各自變動時增加的多，但其均衡價格則不一定，須視供需變動的程度而定。相反的，則交易量減少，且較各自變動時減少的多。至於價格則亦須視供需變動的程度上而定。

如果供需呈相反方向的變動，當供給增加而需求減少時，則其價格必下跌，且較其供需單獨增減的情況跌得還要厲害，交易量則視供需增減的程度而定。相反的，則價格上漲，且較各自變化時漲得多，交易量亦視供需的變動程度而定。



▲需要與供給：

供給與需要一樣，亦可以增加或減少，例如某一產品的供給量，在同一價格或較低價格下願提供之數量增加，則【該一貨品的供給便將增加】，此供給增加情形列繪於圖上，則供給增加的曲線必落在原供給曲線的【右方】；反之，當某一商品在同一價格或較高價格下願供給數量減少，供給便將減少，是時供給曲線則落在原曲線之左方。

一、需要：

(一)需要係【一種表列，表示在某一特定時間及地點，並在不同價格下，購買者可能購買某一產品的數量】。

(二)需要律（Law of Demand）僅闡明購買數量與價格間之合理關係，【價格愈低，則購買量將愈多】；反之，【價格愈高，購買量愈少】。

(三)需要曲線係從【左上角向右下角傾斜的】。需要曲線可依其彈性分為二大類，一類是需要富於彈性的，另一類係缺乏彈性的，此二類間劃分點便是【單位彈性】。凡具有【單位彈性】的需要，係指【價格變動時，其數量變動程度相等於價格所生的變動】。富於彈性的需要，則指【其數量變動程度在比例上常小於價格所生的變化】。

(四)農產品的需要為【缺乏彈性】者，多屬【必需品類】，或【替代品甚少】，而【消費者不可或缺的】，例如食米對價格變動相當不敏感。



二供給：

(一)供給係【另一種表列，表示在某一特定的時間及地點，在各種不同價格下所能供應出售的數量】。【供給】實際代表一種量價關係的數列。在供給分析中，時間乃一種非常重要的因素，因供給僅存在於某一特定時間之下，此等時間長短不等，通常分為【最短期、短期及長期】3種。

短期係指【該一時期農產品的生產僅限於現在已有的生產的設備而言】；長期則指【該一時期內，農業生產設備可能逐漸擴大或縮小】。

故在短期情況下，現存的生產設備成本，對農民做有關供給的決定時，【並無影響】；但在長期情況下，凡生產時任何有關生產的成本，【均為供給的決定因素】。

(二)供給律（Law of Supply）係指在上述情形下，供應量與價格的邏輯關係。例如【價格愈高，則供應出售的數量增加；反之，價格下落，則供給數量減少】。

(三)正常供給曲線常從【左下角向右上方徐升】。供給方面，有彈性的供給，即【商品對價格變動的反應靈敏】；反之，凡【對價格變動的反應較小】者，則供給缺乏彈性，愈缺乏彈性的供給曲線便愈形峻直。

分析供給彈性時，時間亦為一極重要因素。一般言之，時間延長，則供給曲線常為比較的【富於彈性】，例如以3個月為期的毛豬供給曲線，非常缺乏彈性，若時間延長，以12個月為期，則供給曲線便可變為富於彈性。

(四)持有易腐的農產品者，幾乎願在任何價格下，隨時供應於市場，殊有選擇機會，故其供給曲線【幾無彈性】。但如該一農產品可以儲藏，農民對何時出售較易控制，因此對價格變動易於適應，其供給曲線較易腐產品【具有彈性】。

(五)農產品價格的短期性變動主要起源於【供給方面】，並不是運銷系統的責任。



▲農業生產難以掌握的原因之研討：

工業生產不論個別廠商或整個產業，在某一限度內其生產較能有效的掌握，而農業因受自然條件的諸多限制，其生產是很難掌握的，這就是農民無法像一般工業產品的生產者，控制產品價格的主要原因。但是何以會如此呢？主要原因有如下幾點：

一、工業生產是可以持續的，但農業生產卻極具明顯的季節性，也就是說，在計畫和產製階段中，如發生任何變化，則工業產品在時間上的遲延較農業產品為短。例如氣候等自然因素的變化，將使農業生產計畫受干擾，而工業生產幾乎不受影響。

又農產品易腐的特性使其不易長期儲存，因此，對供應量的調節就不若工業產品具機動性。凡此種種，促使工業產品較農業產品易於調節供應量。

二、工業產品的生產者或廠商的變動成本，在總成本中所占的比率相當大，因此，生產者或廠商的生產成本，可隨其產量的多寡幾乎成等比例的變動。因此，當市場需要減少時，生產者或廠商就會被迫減產，甚或放棄生產。但農業的固定成本很大，在總成本中占絕大比率，所以生產成本無法隨產量的增減而等比例變動。

當市場需求減少時，若農民減少其生產量，則單位產量的固定成本負擔加重，又因農民處於完全競爭狀態，分散在各地區，無法集體減少生產，以求提高價格，反而各自增加生產以彌補價格下跌的損失，致使總生產量無法沿原來的供給曲線下移。

三、工業部門大多為不完全競爭的產業，甚或為獨占產業，個別生產者或廠商的生產者，在整個產業的總產量中占有相當大的比重，或為其全部，因此，其產量的變動對總供給量將有顯著的影響。再者，工業產品只要其本身具有若干差異性或隱藏性品質存在時，其對價格的決定就占了優勢。

但農業可說是處於【完全競爭的產業】，個別農民的生產量占總生產量的比重實在太微小了，所以其個別產量的增減對總供給量將不致於產生影響。

至於同一種農產品對消費者來講，大家都非常熟悉，根本不可能有隱藏性品質，亦即不論來自甲農民或乙農民均可視為無差異，致使個別農民成為價格的接受者。



牛刀小試 *Fry...it*

- (X) ▲若蓮霧的需求自身價格彈性大於一，那麼果農提高蓮霧售價，可提高其蓮霧銷售總收益。〈104農九職等〉
- (O) ▲大部分農產品是民生必需品，需要的價格彈性較小。
- (O) ▲大部分農產品的需求彈性都比一般工業產品為小。



- (A) ▲所得彈性低的產品是指當所得提高時，對該產品的需求（即價格）隨之：（A）減少（B）增加（C）不變。
- (B) ▲需要曲線係從：（A）左下角向右上角傾斜的（B）左上角向右下角傾斜的（C）先由左下角向右上角傾斜，再向右下角斜傾。
- (A) ▲所得彈性高的產品是指當所得提高時，對該產品的需求也隨之：（A）增加（B）不變（C）減少。



▲普通情況下，某財貨的價格上漲，消費者對該財貨的購買量將減少；相反的，價格下跌，購買量將增加，稱為【①】。

答：①需求法則。



▲何謂需要法則？供給法則？價格如何決定？

▲為何一般農產品的供給彈性很小？試解明其理。



第八章 臺灣農產共同運銷

焦點統整

▲目前臺灣三級農會辦理共同運銷之主要產品：〈96農九職等〉

- 一【毛豬類】。
- 二【蔬菜類】。
- 三【青果類】。

▲農產共同運銷之意義與目的：〈103、96、95農九職等、105、104、101農工升職〉

所謂【共同運銷】即為合作運銷，簡單地說，就是生產者本著互助合作的精神，合力將生產品直接運銷到消費市場，以提高本身利益。此種運銷方式通常由生產者自由組成的合作組織例如運銷合作社等來執行。其主要的目的在於：

- 一【縮短運銷過程，減低運銷成本】。
- 二【將生產者零星的產品集中，便於實施大規模運銷，易於分級、銷售、改進產品品質，使產品可以標準化，並降低運銷成本】。
- 三【按時間與地域上的需要，調節產品的運銷數量，達到秩序運銷】。
- 四【藉集體的議價能力，提高生產者的交易地位和產品的售價，增加生產者的利潤】。
- 五【避免不肖運銷業者矇騙，保證取得貨款】。
- 六【確立市場交易制度】。
- 七【獲得相關獎勵措施】。



一般說來，農產品比工業產品更需要合作運銷。原因是工業品生產規模較大，產品數量多而形狀整齊劃一，且集中一地生產，故在運銷前不需經過產品蒐集的手續，更因加工與包裝工作，都在工廠內完成，工廠本身常可兼營運銷業務。

即使工廠本身不直接主辦運銷業務而委託商人辦理，也因廠主經驗豐富，熟悉市場情形，不致遭受運銷商的剝削，故工業品對運銷合作的需要並不十分迫切。而農業生產由於本身的特質，農產品生產時受到下列各種限制：

- 一【自然的限制，例如氣候等】。
- 二【農產品品質參差不齊，分級困難，且農民也不習慣將其少量產品送往分級】。
- 三【農產品易腐敗而不易儲藏，故必須儲藏而單獨辦理費用也高】。
- 四【農業生產規模小，每一位生產者的產量少且零碎，不能成為一個運銷單位】。
- 五【農民缺乏商業知識，交易時常處於不利地位】。
- 六【農村距離市場較遠，情報欠靈，在出售產品時不易得到較好的價格】。
- 七【農民的資金有限，無法獲得大規模運銷的便利（例如運輸加工或包裝等的方便），加以信用較為薄弱，不易獲得運銷金融的融通】。
- 八【農產品的供需都缺乏彈性，在需求方面，農產品為生活必需品，不能因價格低廉而大量增加需求，也不能因價格高漲而大量減少其需求量；在供給方面，因受自然條件的限制，也不能追隨價格即時調整其生產量】。

農會辦理共同運銷時，應關心【市場價格的漲落】。由於有這些特質，農產品特別需要合作運銷。因此，合作運銷絕大多數是以農產品為主。



▲農產共同運銷之方式：〈103農七升六〉

合作運銷依合作社對社員產品的運銷責任、風險負擔和利潤分配等處理的不同，分成【收買運銷制、委託運銷制和普林運銷制】3種。

一【收買運銷制】：即社員將產品送交合作社後，由合作社以較市價低的價格收買，產品所有權歸合作社所有，嗣後一切運銷業務如加工、分級和銷售等，都由社方辦理，運銷過程中的一切風險也都歸合作社承擔。但當合作年終估算時，盈餘仍歸社員所有，虧損也由社員共同負擔。

二【委託運銷制】：即社員將產品委託合作社運銷，合作社僅居於代理商的地位。產品所有權仍屬於社員，故運銷過程中一切風險也概由社員負擔。產品出售后，合作社僅就其價款中扣取若干比例的佣金，餘款全部交還社員，一切盈虧也歸社員本人負擔。

三【普林運銷制】：普林運銷制（Pooling System）可以避免【收買運銷制】與【委託運銷制】2種的缺點，並調和社員與社方的責任。

(一)普林運銷制是把屬於不同生產的同級與同質的產品混合在一起，分在不同時期內出售，各生產者所得產品的售價是根據每一時期售得的平均價格。在普林制下，運銷合作社可以在某一定期間內，把某一地區的產品混合並分級、包裝，最後按照合作社所擬定的運銷計畫送往市場銷售。

因此，在運銷時並不徵求每個社員的意見，此點與委託運銷制不同，又因普林制並不完全取得產品的所有權，故也非收買運銷制。普林制是介於述二種制度間的一種折衷制度。


(二)普林區域：普林運銷制度下，運銷合作社將社員產品地區劃分為若干區域，稱為【普林區域】。其優點如下：

- 1.【各地區自然條件不同，某種優良產品的社員，如與其它地區生產劣等產品的社員參加同一運銷合作社，必先劃分區域，才可混合運銷】。
- 2.【社員距離市場遠近與交通情形不同，亦有劃分普林區域必要，交通方便的運銷合作社，普林區域範圍常較大，劃區較少；反之，則多】。
- 3.【農產品的易腐者，運輸儲藏皆不方便，則普林區域範圍劃分時可較小；不易腐敗的產品，因其便於大量集中運銷與儲藏，普林區域範圍可以較大】。



牛刀小試 *Try...it*

- (○) ▲臺灣有共同運銷的農產品計有毛豬、蔬菜、青果、鮮魚、花卉和雞蛋等。
- (○) ▲農產品共同運銷不但可以增進各種運銷職能的效率，兼可與商人競爭，減低運銷成本，兼具社會性的功能。
- (×) ▲辦理毛豬共同運銷的目的在於增加農會的收入。

 註解 農會辦理毛豬共同運銷的目的不在於增加農會的收入，而是協助農家養豬戶爭取較高的價格，並牽制運銷商的剝削作用。



- (B) ▲目前農會共同運銷的青果蔬菜大部分係供應：(A) 中南部市場 (B) 臺北市市場 (C) 中南部及臺北市市場各占半數。
- (D) ▲下列所述何者有誤？(A) 毛豬價格的不安定、變動，會影響到農會的毛豬共同運銷業務 (B) 稻穀的經收保管、加工及肥料的配售是農會辦理的最重要政府委託事業 (C) 農會辦理青果蔬菜共同運銷，除自己要努力外，也要批發市場的配合，才能迅速發展 (D) 臺灣夏季常因生產過剩，而引起蔬菜價格的暴跌。

 註解 (D) 冬季蔬菜常生產過剩。



- (B) ▲運銷合作社的經營以：(A)「小而精」為原則 (B)「大而多」為原則 (C)「大而少」為原則，前者指產品數量，後者指社員人數。



▲鄉鎮農會擬訂蔬菜共同運銷計畫，應包括哪些項目？

▲目前臺灣農會主要辦理哪幾種農產品運銷？青果合作社辦理哪幾種農產品運銷？

第二部分

臺灣農產運銷・供運 銷業務實務之研討





第一章 家畜（肉品）市場之組織分布與營運

焦點統整

▲家畜（肉品）市場的組織和分布：〈101農九職等〉

家畜（肉品）市場是畜產運銷過程的重要環節，具有集中、分散和均衡產品的功能，對於調節畜產品的產銷、穩定價格，以及維護生產者、消費者的利益等，均有實質的貢獻。

為建立毛豬拍賣及電宰一貫化作業，提升肉品品質，進而推動肉品運銷現代化，自民國68年起，各縣市政府分別依前臺灣省政府核定之「各縣市肉品市場設立計畫書」及民國71年9月公布實施之「農產品市場交易法」規劃設立肉品市場，迄今20餘年來陸續輔導興建完成多處肉品市場。

依據農產品市場交易法之規定，肉品市場屬於農產品批發市場之一種，為公用事業。

民國90年農委會亦陸續輔導肉品市場更新電腦拍賣設施，並改善肉品市場增設及改善電宰、冷藏、分切、及汗水處理設施，發展肉品分切業務及符合放流水排放標準，以提升交易效率、提高電宰比例與屠體品質。並依農產品市場交易法及畜牧法等相關法令規定，輔導各市場加強經營管理，建立營運績效指標，俾提升競爭力，以利市場永續經營。

為因應民國86年3月臺灣地區發生口蹄疫，及加入 WTO 對產業之衝擊，經產、官、學研商訂定「肉品運銷體系調整措施」，重點項目為：

- 一【建立毛豬運銷秩序與健全市場交易制度】。
- 二【改善屠宰設施，提供衛生安全溫體（生鮮）豬肉】。
- 三【建立完備之溫控（冷藏、凍）豬肉運銷供應系統】。
- 四【加強市場經營管理，提升競爭力】。

同時為落實推動上開發展目標及策略，農委會並擬訂「加速肉品市場現代化計畫」。



近幾年來，由於陸續完成改善肉品市場交易及屠宰相關設施後，經由市場交易毛豬及屠宰頭數呈穩定成長。據統計，交易頭數部分，民國88年為690萬頭，民國89年為789萬頭，民國90年為839萬頭，民國91年為805萬餘頭；屠宰頭數部分，民國88年為342萬頭，民國89年為392萬頭，民國90年為439萬頭，民國91年為483萬頭，可見對肉品市場收益具有相當程度的幫助。

▲家畜肉品市場的營運制度：〈105農九職等〉

肉品市場交易方式可分為【議價市場】、【人工拍賣】、【電動拍賣】（近幾年來亦更進一步推動建置電腦化拍賣系統）及【屠體決價】4種。

臺灣肉品批發市場的交易方式，採取「活豬拍賣」。中南部的運豬車，於中午以前，將豬隻運到批發市場的「繫留場」等待拍賣，下午，承銷人透過電腦出價、決標，交易完成後，在當天深夜或隔日凌晨，於市場內或其它屠宰點宰殺，屠體再運至肉商等的零售點。惟目前行之有年的運銷方式早已落伍，但之所以迄今仍沿用這種活豬拍賣，除了設備汰舊換新費用不貲與確保市場員工就業機會之考量外，另一理由是部分國人相信溫體豬肉才新鮮，其實，這觀念其來有自，主因在於過去冷藏設備不普及。

學者吳明敏認為「產地現宰」、「屠體決價」才符合時代潮流：事實上，先進國家沒有活豬一隻隻拍賣的交易方式，屠宰場應該設在產地，減少活豬的運送距離，臺灣的國土不大，以目前發達的冷藏運送技術，產地屠宰之後再運送到消費地，絕對是國家邁向現代化必走趨勢。美國、澳洲、紐西蘭，這些畜牧業發達的國家，活畜在產地整批拍賣（或議價），在產地屠宰後，再以冷藏（或冷凍）方式運至批發市場「屠體決價（拍賣、議價或投標）」。屠體決價是決價前，於產地已先經屠宰、取出內臟、剝皮、去掉頭和蹄等作業。

註解臺灣肉品批發市場係包括：第三肉品批發市場、第四肉品批發市場、臺中肉品市場、大安肉品市場、高雄肉品運銷股份有限公司、岡山肉品市場及鳳山肉品市場等。



▲不同的決價市場及其職能之探討：

一、議價市場：

(一)此制度即毛豬完全由屠商自行供應，並採預定供應制度。就是每月20日前由供應人申請，登記下月預定供應數量和時間，市場依照需要量與供應量實績核配下月供應量。

但是，此一規定的執行不嚴格，常見生產者也可在前一天提出申請，或由市場臨時通知生產者補充供應，以彌補供應量的不足。承銷人須覓二家當地殷實商號保證，或以動產抵押或不動產質押保證，並須繳納一日承銷額的保證金。

(二)議價市場的作業程序為：【進場→登記→編號→檢驗→評價→議價→過磅→成交】。以市場訂定的議價表為議價標準，每一等級都有議價標準，議價表按毛豬體重分等級，每一等級都有標準價格，評價員再按毛豬品質和飽肚情形，評定每一頭毛豬的加扣重量。

(三)議價制度的主要缺點為，【加扣重量的評價缺乏客觀的標準】。僅憑評價員的經驗，易引起貨主和承銷人的不滿，尤其售價不夠明確和貨主等待的時間過長等，常為貨主和承銷人所詬病。



二拍賣市場：拍賣決價的好處在於公開迅速，短期內可大量成交。現依人工和電動拍賣分述如後。

(一)人工拍賣：

- 1.此制度即豬源採預定供應制度，每月20日以前，由供應人申請下月預定出豬的時間和數量，並依市場的需求量與個別供應者的實績來核定配額。至於鄰近家畜市場的一般養豬戶，前一天或當天也能申請供應。生產者為市場毛豬的主要供應來源，其次為豬販、臺糖公司及其餘屠商自備和地方農會等。
- 2.活體拍賣原為本省毛豬的主要交易方式，作業程序為：【進場→捆豬→編號→檢驗→排列→拍賣→過磅】。拍賣員由低往高喊價，以出價最高的承銷人購得，公開迅速。但成交價格往往受供應量與承銷人多寡，而有較大幅度的變動，由於承銷人有限，買方形成寡占，價格決定於不完全競爭的情況下，這是人工拍賣制度的主要缺失。

(二)電動拍賣：

- 1.朴子市家畜市場是全省最早採用電動拍賣的市場。毛豬來源，分由地方農會、臺糖公司和生產者提供。
- 2.交易程序為：【進場→檢驗→編號→過磅→拍賣→成交】。
朴子市家畜市場內，設有半圓形階梯式承銷人的座位，每一座位上均有電鈕通至座位前的電動指示牌，拍賣的毛豬在座位前的走道，逐隻陸續通過。拍賣過程均由電動指示牌顯示，承銷人由電動指示牌得知出價的情形，但不知由誰出價，因此可以使每一承銷人毫無顧忌地出價，減少人為干擾。
由於承銷人的競相出價，一般電動拍賣的成交價格更能反映需求，供應者所得也較高。過磅後再拍賣，可免除人工拍賣市場上採通尿等不當手段，減輕豬體重的弊端。



三屠體決價市場：

- (一)毛豬來源，採實績配額制度，為使供銷分配公平合理及產銷平衡，對豬的供應分配和市場承銷頭數的決定，除依供銷實績和參酌豬的品質外，並由有關單位召開供銷分配會議，每月例行研討。
- (二)承銷的抽籤分配作業，由當地肉類商業同業公會和肉品市場管理處均派員參加。若豬源供應不足時，配銷前5日有停銷記錄的承銷人，一律不准參加抽籤配銷。承銷人無故不履行承銷者，自減銷之日起，停止1個月的承銷權。
- (三)屠體決價市場的作業過程如下：【生體檢驗→進場編號→抽籤分配→電化屠宰→衛生檢查→屠體分級→屠體決價→屠體過磅→屠體分發→事故處理和貨款收付】。
- (四)屠體決價交易方式的毛豬價格，是由毛豬牌價與屠體評級而定，茲舉例民國61年臺北市肉品市場之計算公式如下：

$$1. \text{【肉牌豬價} = \left[\frac{1}{4} (\text{高雄市場} + \text{臺南市場} + \text{朴子市場} + \text{屏東市場}) + 85 \right] \times 1.05 \text{】。}$$

$$2. \text{【屠體牌價} = \frac{\text{肉豬牌價}}{\text{標準屠體率} (80\%)} \text{】。}$$

$$3. \text{【肉豬價款} = \text{屠體牌價} \times \text{屠體重} \times \text{級間指數} \text{】。}$$

式中的85元代表由產地至民聯公司每百公斤的平均運費，1.05表示各種損耗和雜費的調整係數。若此四產地的家畜市場，每3日平均變動幅度超過每百公斤20元時，即邀集會議機動調整。屠體依背脂肪厚度、屠體重量和屠體外觀等標準分為四級八等。

此一價格形成體系的重大缺點是，無法反應零售市場消費者的需求，失去市場價格機能作用。但屠體決價可保障優良品質的毛豬生產者的利益，具鼓勵生產者改良毛豬品質、提高生產技術的功能。又因毛豬採屠體決價方式，有助於品質分級、分切、產品儲藏和銷售市場範圍的擴大，較之前述活體議價和拍賣交易市場更趨於競爭性。



第四章 邁進二十一世紀農業新方案

焦點統整

資料來源：農委會

▲農糧產業建設：〈103、96農九職等、103農七升六〉

一環境預測及問題評析：隨著人口成長，耕地大量被移用，如何確保糧食穩定供應，將是新世紀各國必須面臨的嚴肅問題。另外，我國在加入 WTO 後農業結構將面臨調整與轉型之壓力，且隨著國民所得提高，國人對農產品衛生安全及品質更形重視，農產品之生產轉以質優及衛生安全為主。另部分農園藝作物生產受自然環境限制，農園產品產銷失衡問題，須仰賴適當規劃調節與轉型之壓力，並藉由科技與生產技術，提高產品競爭力，而對農業資源使用應朝向高效率及合理化之方向邁進。

稻米為國內最重要糧食作物，若我國於西元2001年入會，稻米輸入將採限量進口，但日本已於西元1999年起改採關稅配額，政府將及早研擬因應對策。因應我國加入 WTO，已經逐年削減農業境內總支持（AMS），而政府推行稻穀保價收購措施，具有提高種稻誘因之效果，但另一方面透過「水旱田利用調整計畫」調整稻米生產目標。兩項政策間一為鼓勵生產，另一為輔導減產，未來如何取得平衡或作整合考量，以有效調降稻作生產面積，必須加以重視。

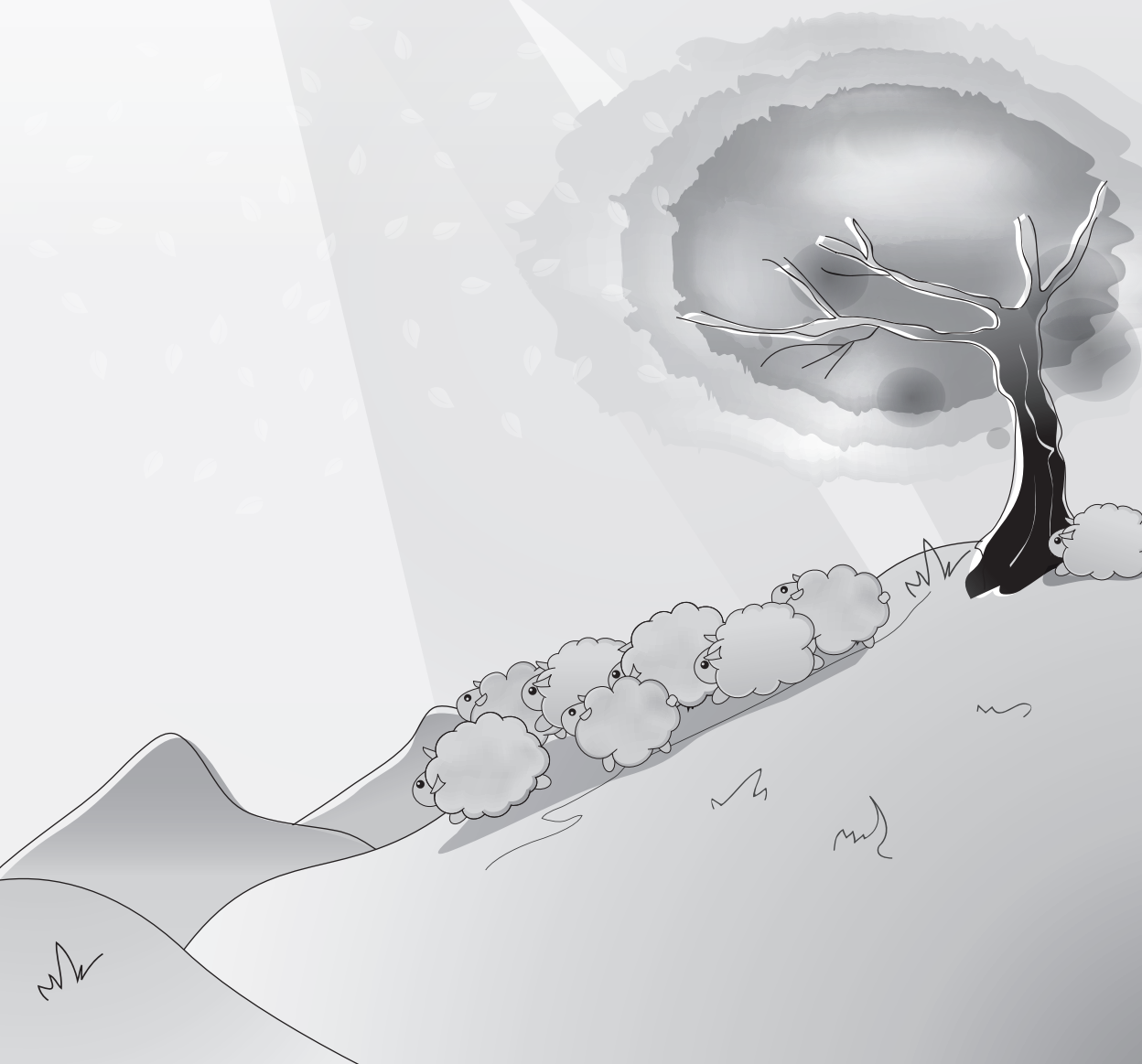


二既有相關政策、策略及計畫之執行檢討：

- (一)民國63年設置【糧食平準基金】，實施【稻穀保價收購制度】，對穩定糧食供需、照顧農民收益方面有顯著成效，但也對政府財政造成極大負擔。為改善該制度缺失，乃經報院核定「糧食平準基金之運作及財務結構改進方案」，決定【自民國90年度裁撤糧食平準基金】，以後各年度稻穀保價收購所需資金，由政府循預算程序編列，並研究以【直接給付】方式替代【稻穀保價收購】制度之可能性。
- (二)自【民國86年7月】實施【水旱田利用調整計畫】以來，保價雜糧及製作甘蔗生產面積之調降已超前達成規劃目標，惟減少稻作面積尚待加強辦理。開放稻米進口後，為促使國內稻米達到「供需平衡」目標，目前積極輔導低產或稻米品質較差地區農民參與規劃性休耕，朝向推動稻作單一期作化，另一期作辦理生態維護或地力保育。
- (三)自【民國87年度】開始執行【肥料政策調整方案】以來，由於國內外肥料產銷主客觀環境變化，不再維持國內尿素工業營運，並加速推動肥料產銷自由化，致部分策略與措施窒礙難行，必須予以修正。該方案修正重點業於民國89年2月經行政院核定。

第三部分

農產運銷・供運銷業務實務之相關法規





第一章 供運銷業務基礎法規

焦點統整



農業發展條例

中華民國62年9月3日公布

中華民國105年11月30日修正增訂公布第47-1條條文

第一章 總 則

- 第 一 條 為【確保農業永續發展，因應農業國際化及自由化，促進農地合理利用，調整農業產業結構，穩定農業產銷，增進農民所得及福利，提高農民生活水準】，特制定本條例；本條例未規定者，適用其他法律之規定。
- 第 二 條 本條例所稱主管機關：在中央為【行政院農業委員會】；在直轄市為【直轄市政府】；在縣（市）為【縣（市）政府】。



第 三 條 本條例用辭定義如下：

一農業：指【利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、森林、水產、畜牧等產製銷及休閒之事業】。

二農產品：指【農業所生產之物】。

三農民：指【直接從事農業生產之自然人】。

四家庭農場：指【以共同生活戶為單位，從事農業經營之農場】。

五休閒農業：指【利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營】。

六休閒農場：指【經營休閒農業之場地】。

七農民團體：指【農民依農會法、漁會法、農業合作社法、農田水利會組織通則所組織之農會、漁會、農業合作社及農田水利會】。

八農業企業機構：指【從事農業生產或農業試驗研究之公司】。

九農業試驗研究機構：指【從事農業試驗研究之機關、學校及農業財團法人】。

十農業用地：指非都市土地或都市土地農業區、保護區範圍內，依法供下列使用之土地：

(一)【供農作、森林、養殖、畜牧及保育使用者】。

(二)【供與農業經營不可分離之農舍、畜禽舍、倉儲設備、曬場、集貨場、農路、灌溉、排水及其他農用之土地】。

(三)【農民團體與合作農場所有直接供農業使用之倉庫、冷凍（藏）庫、農機中心、蠶種製造（繁殖）場、集貨場、檢驗場等用地】。



行政院農委會／農民輔導目／農會供銷業務— 農產運銷·供運銷業務實務【重要釋函補充】

【行政解釋函】

▲有關市售食米之限期改善期間包含1個月及6個月者，其「限期改善通知書」之製作方式（中華民國101年8月9日農糧產字第1011093719號函）：

一、依據本署（行政院農業委員會農糧署）本（101）年第198次署務會議中區分署所提建議事項辦理。

二、「違反糧食管理法案件處分裁量作業要點」修正規定已於本（101）年2月14日公告施行，對於市售食米抽檢不合格且情節輕微之個案，其限期改善期限由1個月寬延至6個月，合先敘明。

三、為利於日後各區分署後續裁量作業之執行，對於市售包裝食米產品抽檢結果，含2種以上不合格項目且限期改善期間包含1個月及6個月者，以分開製作1個月及6個月之「限期改善通知書」為原則，惟如有附表「需合併製作限期改善通知書情形列舉表」情形者，應合併製作限期改善期間1個月之限期改善通知書。

▲修正天然災害稻穀之倉儲損耗率，並自94年1期作起實施（農糧署中華民國94年6月8日農糧儲字第09411014005號函）：

天然災害稻穀之倉儲損耗率：

一、滿1個月以上，未滿3個月者：0.25%以內。

二、滿3個月以上，未滿6個月者：0.50%以內。

三、滿6個月以上，未滿9個月者：0.75%以內。

四、滿9個月以上，未滿1年者：1.00%以內。

五、滿1年以上，未滿1年半者：1.25%以內。

六、滿1年半以上，未滿2年者：1.50%以內。

七、滿2年以上者，每增加6個月，其損耗率得在增加0.25%範圍內計算，未滿6個月者，以6個月計算。



▲有關補助農民繳售公糧稻穀包裝袋作業，自九十三年第二期作起，請依說明段辦理（農糧署中華民國93年9月16日農糧儲字第0931131595號函）：

一補助對象：繳售公糧之農民。（由委託倉庫代為採購）

二補助標準：以袋裝收儲公糧稻穀數量每公噸補助壹佰貳拾陸元，以散裝收儲公糧稻穀者，不予補助。

三包袋規格：以全新PP粒原料所抽成經緯紗單股各600丹尼爾，每平方吋各十二條編織之包袋。至其規格如左：

(一)重量：每隻在93公克以上。

(二)淨長：106公分。

(三)淨寬：70公分。

(四)包裝色澤：一律淺黃色。

(五)印刷標準：印刷油墨一律黑色，並印於包裝袋正面，其字樣如左：

1.公糧委託倉庫名稱：

2.品種別：種。

3.容量：

4.行政院農業委員會農糧署補助袋。

(六)前項包裝袋長寬得由各公糧委託倉庫視其棧板大小，自行調整。

四請購手續：各區分署應於每期經收二個月前與各委託倉庫協商預估經收公糧數量，俾便各公糧委託倉庫辦理標購，並在各該地區之基金透支戶項下預撥百分之八十補助款作為各該委託倉庫週轉金。俟該期經收結束後，再依實際經收數量核計補助款多退少補。

五其他事項：

(一)各區分署對於轄區公糧委託倉庫經收數量較少，而無法自行採購者，應協調鄰近公糧委託倉庫一併採購以減低採購成本，必要時由各區分署統一採購再分發使用。

(二)公糧穀堆應以噴漆即立標示牌方式明確標名年期別，並落實管理與查核，至公糧包袋袋面得免印製年期別。

(三)加工後之吐包由公糧委託倉庫自行處理，惟不得重覆包裝繳售公糧稻穀。

(四)各區分署應於每期經收結束後填報「農民繳交公糧包袋補助費結束報告表」報本署備查。



- ▲農業委員會各試驗改良場所辦理品種改良、原種及種苗繁殖、供應業務，是否需辦理種苗業登記疑義（行政院農業委員會97年3月10日農糧字第0971033475號函）：
按農業委員會各試驗改良場所暫行組織規程規定，各試驗改良場所均定有編制員額及編列單獨預算，為行政機關，非屬「植物品種及種苗法」第3條第6款所稱之從事種苗之事業。其從事品種改良、原種及種苗繁殖、供應事項屬法定職掌，其非以營利為目的銷售種子行為，乃為政府部門執行法定職掌中所產生之私經濟行為，非為法所不許，準此，尚無需辦理種苗業登記。
- ▲農業用地上之農業設施「育苗作業室」，是否可申請營利事業登記證案（行政院農業委員會95年5月4日農企字第0950121232號函）：
一依植物品種及種苗法第3條規定，「種苗業者指從事育種、繁殖、輸出入或銷售種苗之事業者」、「種苗指植物體之全部或部分可供繁殖或栽培之用者」；另依同法第44條規定，「經營種苗業者，非經直轄市或縣（市）主管機關核准，發給種苗業登記證，不得營業。」故凡涉及以供繁殖或栽培為目的之植物之育種、繁殖、輸出入或銷售種苗事業者即應依規定辦理種苗業登記，先予敘明。
二查農業發展條例相關規定及農業用地容許作農業設施使用審查辦法之規定，並無規範農業設施辦理營業登記有關事宜，且查商業登記法第4條規定家庭農、林、漁、牧業者之小規模商業，得免依本法申請登記。本案是否可申請商業登記，宜由工商管理單位依相關商業登記法相關法規辦理。
- ▲有關種苗業登記證之種苗繁殖疑義（行政院農業委員會94年11月25日農授糧字第0941024374號函）：
一繁殖係指依據生殖及再生作用之原理，經人為操作，由有性或無性繁殖方法增殖出獨立個體。準此，所謂種苗繁殖業者，係指經營種苗之繁殖生產事業者。
二辦理種苗業登記證之核發，應由地方主管機關就其經營種苗種類範圍依種苗業者應具備條件及設備標準規定，本於職權予以認定。



第三章 肥料配銷、飼料、農藥供應

焦點統整

農產品安全用藥（吉園圃）標章核發使用要點

中華民國109年5月18日行政院農業委員會農糧字第1091069236A號令發布廢止，並自即日生效；〔農產品安全用藥（吉園圃）標章（刪除）〕

吉園圃安全蔬果標章管理作業規範

中華民國109年4月13日農糧字第1091068600A號令廢止；〔農產品安全用藥（吉園圃）標章（刪除）〕



肥料管理法

中華民國91年06月19日修正第24~26條條文

第一章 總 則

- 第 一 條 為健全肥料管理，維護肥料品質；以維持地力、增進農業生產力及保護環境，特制定本法；本法未規定者，依有關法令之規定。
- 第 二 條 本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。
- 第 三 條 本法用辭定義如下：
一、肥料：指【供給植物養分或促進養分利用之物品】。
二、堆肥：指【以有機質材料，經醱酵腐熟之肥料】。
三、登記成分：指【符合肥料規格，經記載於肥料登記證上之肥料成分及含量】。
四、肥料業者：指下列各目規定之業者：
（一）【肥料製造業者】：指具有固定場所與生產設備，並經營肥料製造、加工及其肥料批發、輸出之業者。
（二）【肥料輸入業者】：指經營肥料進口及其肥料分裝、批發之業者。
（三）【肥料販賣業者】：指經營肥料購入、批發、零售或輸出之業者。
五、肥料標示：指【依本法規定，在肥料之包裝、容器或說明書上用以記載肥料名稱、登記成分、用法、用量或其它有關事項之文字、圖案或記號】。
- 第 四 條 肥料種類、品目及規格，由中央主管機關訂定公告之。



第四章 農產品市場交易和農產品分級包裝

焦點統整



農產品市場交易法

中華民國108年07月17日修正公布第6條、第35條條文，自108年8月15日施行

第一章 總 則

第 一 條 （立法目的）〈103農九職等〉

為【確立農產品運銷秩序，調節供需，促進公平交易】，特制定本法。本法未規定者，適用其他法律之規定。

【行政解釋函】

▲主旨：有關臺中縣政府建議經濟部受理公司行號申請營業項目，涉及農產品市場交易法規定時，先洽農政單位案，復如說明，請查照。（行政院農業委員會80年4月30日80農輔字第0115630A號函臺灣省政府農林廳）

說明：

二有關農產品批發市場原則上歸屬於「市場管理業」，其籌設應依農產品市場交易法規定為之，公司申請登記農產品批發市場業務，因涉及農產品市場交易法所稱之市場經營型態，屬許可行業，前經函准經濟部以79年2月2日經79商字第201128號函規定：請於農產品批發市場股份有限公司辦理設立或變更登記時，配合於核准公司執照之所營事業登記事項欄加蓋「關於農產品批發市場之經營應依照農產品市場交法暨其有關規定辦理」之戳記，已可配合。

三至於一般公司行號申請登記農產品批發買賣，不得經營批發市場，其貨源應購自當地農產品批發市場為限，如當地未設農產品批發市場，則除其他法令另有限制外，並不限制其批發交易。



- ▲主旨：農產品批發市場可歸屬中華民國行業標準分類第八三三〇細類「市場管理業」復請查照。（行政院主計處78年9月26日臺處仁一字第11982號函行政院農業委員會）

說明：

二按我國行業分類，係以場所單位主要經濟活動作為分類基礎，並按經濟活動性質相同或相似者歸屬一類。根據中華民國行業標準分類第八三三〇細類「市場管理業」定義：凡從事果蔬、花木、家畜、家禽、水產等市場經營管理之行業均屬之。「農產品批發市場」依上述分類原則可歸屬八三三〇細類「市場管理業」，惟仍須視其實際從事營業項目之性質由業務主管機關認定之。

- ▲主旨：關於農產品批發市場是否適用勞動基準法一案，復如說明，請查照。

說明：

二事業單位適用勞動基準法之認定，以其所從事之主要經濟活動是否為該法第3條所列之行業為準。有關各農產品批發市場是否適用該法，須依事實，個別認定。（行政院勞工委員會78年9月2日臺78勞動一字第17324號函行政院農業委員會）

三查農產品批發市場係依農產品市場交易法規定設立，目前計有果菜、家畜（肉品）、家禽、魚及花卉等類市場，其中除肉品及家禽市場之屠宰業務外，市場從事之農產品批發交易業務係提供場地及服務，即由供應人（同法第18條）供應農產品，透過市場以拍賣、議價、標價或投標等交易方式（第25條）售予承銷人（第19條），市場本身並非出售人亦不負交易之盈虧責任，僅向供應人及承銷人雙方收取管理費（第27條）。其他如市場兼營其他業務，依同法第29條規定須經主管機關核准，故除前述經營屠宰業務及兼營其他業務之市場外，其餘市場是否屬中華民國行業標準分類第八三三〇細類之市場管理業，似可以據予認定，因上開分類係由貴處主辦，請予釋復。（行政院農業委員會78年9月20日78農輔字第8141498 A 號函行政院主計處）



第 二 條 (主管機關)〈103農九職等〉

本法所稱主管機關：在中央為【行政院農業委員會】；在直轄市為【直轄市政府】；在縣（市）為【縣（市）政府】。

【行政解釋函】

- ▲主旨：貴縣二崙鄉公所所屬「雲林縣二崙鄉自強果菜市場股份有限公司」，擬將市場以公共造產獎助及管理辦法第3條委託經營方式經營疑義乙案，復如說明，請查照。（行政院農業委員會92年4月2日農授中字第0920116795號函雲林縣政府）

說明：

二經查貴府來函及所附二崙鄉公所函影本所敘：「二崙鄉公所所屬『雲林縣二崙鄉自強果菜市場股份有限公司』為求最大經營效益，擬將市場以公共造產獎助及管理辦法第3條委託經營方式經營」，與來函附件，雲林縣二崙鄉民代表會第十七屆第一次定期大會議決書影本案由略以：「二崙鄉公所附屬單位『雲林縣二崙鄉自強果菜市場股份有限公司』擬委託民間經營管理」意旨不符，應請查明。

三本案二崙鄉公所如係擬將其投資興設之自強果菜市場，由自強果菜市場股份有限公司經營改為委託民間經營管理，則依農產品市場交易法第二條規定，貴府為農產品批發市場縣（市）主管機關，且依同法第14條規定，市場經營許可證由縣（市）主管機關核發，應請貴府本諸權責依農產品市場交易法相關規定妥處。

四農產品批發市場經營主體應符農產品市場交易法第13條規定，並以公開、公平、公正機制甄選經營主體。



▲主旨：貴縣卓蘭鎮農會經營之卓蘭鎮果菜市場暨冷藏庫經代表大會議決將經營權及場地出租是否適法一案，復如說明，請查照。（行政院農業委員會92年3月27日農授中字第0920115009號函苗栗縣政府）

說明：

二依農產品市場交易法第2條規定，貴府為農產品批發市場之縣（市）主管機關，且依同法第14條規定，市場經營許可證由縣（市）主管機關核發。本案卓蘭鎮農會投資興設並經營卓蘭鎮果菜市場，現擬將經營權及場地出租，應請貴府本諸權責依農產品市場交易法相關規定妥處。

三依農產品市場交易法第13條第1項：「農產品批發市場經營主體，以合於左列規定之一者為限：一、農民團體。二、農民團體共同出資組織之法人。三、政府機關或鄉（鎮、市）公所及農民團體共同出資組織之法人。四、農民及農產品販運商共同出資組織之法人。五、政府機關或鄉（鎮、市）公所出資組織之法人。六、政府機關或鄉（鎮、市）公所、農民團體及農產品販運商共同出資組織之法人。」、同條第3項前段：「農產品批發市場之經營，以合於第1項第1款、第2款規定者為優先」，以及同法第16條：「農產品批發市場使用之土地、建築物及設施由政府或農民團體所提供者，其應付之使用費，由該管直轄市、縣（市）主管機關依中央主管機關訂定之額度內核定之。」、施行細則第17條：「本法第16條所定使用費之額度，不得超過市場管理費收入百分之十五。」規定，本案經營主體及所謂「出租外包」應符上開規定，並以公開、公平、公正機制甄選經營主體。



- ▲主旨：貴署函為跨縣、市農民團體依據「農產品市場交易法」相關規定申辦全國性農產品共同運銷業務之主管機關事宜，復如說明，請查照。（行政院農業委員會91年5月16日農輔字第0910125560號函漁業署）

說明：

二依據「農產品市場交易法」第2條規定：「本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府」。睽此立法意旨，有關跨縣、市農民團體依據「農產品市場交易法」相關規定申辦全國性農產品共同運銷業務之主管機關，應為中央主管機關權責。至有關「保證責任臺灣區定置網漁業運銷合作社」之共同運銷業務，依本會內部權責分工，宜由貴署辦理。

- ▲准行政院農業委員會本（77）年12月24日77農輔字第7157070號函復略以「查經營農產品批發市場業務依農產品市場交易法規定須經許可始得申請公司登記，如兼營其他業務亦應依該法第29條規定申請核准並接受稽查。故經營農產品批發市場之公司，其關於批發市場業務，應由農產品市場交易法第2條規定之主管機關依農產品市場交易法及其相關法令監督。至於公司登記部分，則由公司法第5條規定之主管機關，依公司法及其相關法令規定為之。」（經濟部78年1月17日經78商001755號書函）

- ▲疑義事項：省（市）政府可否授權其所屬機關並以所屬機關名義發文，處理本法所規定事項，如省之農林廳漁業局、市之建設局漁業管理處。

結論：原則可行，惟應依省市政府分層負責規定辦理。（經濟部71年11月16日71經農字第30786號函）



第七章 有機農業暨產銷履歷、溯源農糧產品

焦點統整



農場登記規則

中華民國88年06月23日修正第3條、第11條、第15條、第18條條文

- 第一條 為【擴大農作物產銷規模，提高經營效率，加強辦理農場登記】，特訂定本規則。
- 第二條 本規則用辭定義如左：
- 一、農場：指【利用自然資源及農用資材，從事農作物產銷為主之場地】。
 - 二、自然人農場：指【自然人所經營之農場】。
 - 三、法人農場：指【法人所經營之農場】。
 - 四、土地利用型農場：指【運用土地從事農作物栽培為主之農場】。
 - 五、設施利用型農場：指【運用設施從事農作物栽培為主之農場】。
- 第三條 本規則所稱主管機關：在中央為【行政院農業委員會】；在直轄市為【直轄市政府】；在縣（市）為【縣（市）政府】。



第 四 條 經營農場具備左列條件者，應向農場所在地主管機關申請農場登記：

一申請人為實際從事農業經營之農民或依法設立以經營農作物產銷為主之法人。

二場地面積：土地利用型達5公頃以上或設施利用型達1公頃以上者；如兼具兩種經營型態者，按其比例核計。農場用地應為合法利用，並以集中同一鄉（鎮、市、區）或同一處為原則，但採種之農場不受此限。

三農場應置1人以上之技術員。

第 五 條 農場技術人員，應具備下列條件之一：

一公立或經教育主管機關立案或認可之國內外中等以上學校農業有關科系畢業者。

二高等或普通考試農業類科及格者。

三具有農業實地工作經3年以上，經主管機關、鄉（鎮、市、區）公所或農會證明者。

四具有農業實地工作經1年以上，經主管機關、鄉（鎮、市、區）公所或農會證明者，並曾參加各級政府機關辦理或委辦之相關農業訓練累計達4週以上者。



- 第 六 條 申請農場登記應填具申請書（格式如附件1「略」），並檢附左列文件各3份，送請農場所在地主管機關辦理，登記事項變更時亦同：
- 一、申請人及技術人員之身分及學（資）歷證明（法人農場應檢附法人登記證明）。
 - 二、農場位置圖。
 - 三、土地使用配置圖。
 - 四、土地權利證明文件。
 - 五、經營計畫書（格式如附件2「略」）。
 - 六、固定資產、農用設施與流動資金表。
- 第 七 條 農場登記證（格式如附件3「略」），應載明左列事項：
- 一、【場名】。
 - 二、【場址】。
 - 三、【負責人】。
 - 四、【農場種類】。
 - 五、【經營方式】。
 - 六、【經營種類】。
 - 七、【場地面積】。
 - 八、【固定資產】。
 - 九、【有效期限】。
- 第 八 條 農場如兼營林、漁、牧等副業，依有關規定應登記者，應另依該項規定辦理登記。
- 第 九 條 法人農場應俟法人登記核准後，再申請為農場之登記。自然人農場如係合夥或共同經營，應將所訂合同及權利義務分配辦法一併檢送。



- 第十條 直轄市或縣（市）主管機關受理申請後，應按農場申請設立登記審查簽辦單（格式如附件4「略」）逐一實地查核，受理變更登記事項時亦同。
- 第十一條 直轄市或縣（市）主管機關查核無誤後，發給登記證。發證機關應於發證時，副本送中央主管機關備查。直轄市及縣（市）主管機關應於每年年終時，將各登記農場列冊彙報中央主管機關。
- 第十二條 經核准登記之農場，其登記事項有變更時，應於2個月內檢同農場變更登記申請書（格式如附件5「略」）3份，向當地主管機關申請變更登記。
- 第十三條 登記之農場應於登記證有效期限屆滿前3個月內檢附原證影本，向當地主管機關申請換證。未辦理換證者，原登記證作廢。
登記證之有效期限，依其經營種類及土地權屬狀況予以核定，最長不得超過4年。
- 第十四條 登記之農場，應受主管機關之監督。
- 第十五條 主管機關每年得編列經費輔導登記之農場，提升其營運能力，以促進科學化及企業化之經營。輔導項目包括：
- 一【改善經營管理】：提供農業經營與農政資訊；協助經營診斷，提供顧問服務及辦理各種農業教育、訓練、研習、觀摩。
 - 二【提升生產技術】：提供技術指導，輔導機械化與自動化，獎助研究創新及優先推廣新品種等。
 - 三【加強運銷】：提供市場資訊，輔導成立運銷組織，建立品牌，改善運銷技術，協助產品檢驗及提供促銷機會等。
 - 四【改善財務】：協助投資分析，輔導記帳與財務分析及提供貸款等。



- 第 十 六 條 主管機關應每年對登記之農場就其經營予以考評，其程序分初評、複評及核定：
- 一、初評：由直轄市或縣（市）主管機關會同當地區農業改良場等有關單位人員實地進行初評。
- 二、複評：由中央主管機關邀請專家及學者等有關人員組成考評小組，對初評成績優良之農場進行實地複評。
- 三、核定：由中央主管機關依複評成績核定。
- 考評特優及優良農場由中央主管機關公開表揚，頒給獎狀及獎金。
- 第 十 七 條 農場停辦時，應於1個月內申報原發證機關註銷登記證。
- 原發證機關註銷登記證時，副本送上級主管機關備查。
- 第 十 八 條 主管機關應定期查核轄區內之農場，若有違反本規則或其他法令規定，經限期改善而未改善者，由當地主管機關撤銷其登記，並轉請中央主管機關備查。
- 第 十 九 條 本規則自發布日施行。



農產品生產及驗證管理法

中華民國108年12月25日總統華總一經字第10800140611號令修正公布全文38條；除第18條自公布日施行外，其餘自公布後一年施行

※第一章 總則

第1條（立法目的）

為提昇農產品之品質及安全，維護國民健康及消費者之權益，特制定本法。

第2條（主管機關）

本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第3條（名詞定義）

本法用詞，定義如下：

- 一農產品：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、林產、水產、畜牧等生產或加工後供食用之物或其他經中央主管機關公告之物。
- 二農產品經營者：指生產、加工、分裝、流通或販賣農產品者。
- 三驗證農產品：指依本法驗證合格之農產品。
- 四驗證農產品標章：指證明農產品經依本法驗證合格所使用之標章。
- 五標示：指於農產品本身、包裝或容器上所為之文字、圖形、記號或附加之說明書。
- 六認證機構：指經中央主管機關審查許可，具有執行本法所定認證業務資格之機構或法人。
- 七認證：指認證機構與機構、學校或法人以私法契約約定，由認證機構就其是否具經營本法所定驗證業務資格者，予以審查之過程。
- 八驗證機構：指經認證合格，得經營驗證業務之機構、學校、法人。



九驗證：指驗證機構與農產品經營者以私法契約約定，由驗證機構就特定農產品之生產、加工、分裝及流通過程是否符合本法規定，予以審查之過程。

十溯源農產品：指使用國產原料且於國內生產、加工、分裝，並將可追溯資料登錄於中央主管機關所建系統之農產品。

十一廣告：指以文字、符號、聲音、圖案、影像或其他方法推廣、宣傳或促銷農產品。

※第二章 認證及驗證機構管理

第4條（農產品驗證制度及國內特定農產品之類別、品項及驗證基準之公告實施）

中央主管機關得就國內特定農產品之生產、加工、分裝、流通及其他有關農產品產銷之過程，公告實施驗證制度與國內特定農產品之類別、品項及驗證基準。

第5條（認證機構之產生方式及業務範圍）【相關罰則】§ 22

機構、法人經營認證業務，應檢附相關文件，向中央主管機關申請許可，並於取得認證機構許可證明文件後，始得為之；許可事項有變更者，亦同。必要時，中央主管機關得公告指定所屬機關（構）擔任認證機構。

前項許可證明文件之有效期間不得超過五年；期滿前一年得向中央主管機關申請許可展延，每次展延期間不得超過五年。

認證機構之認證業務如下：

一、受理及審查申請認證之案件。

二、與認證合格者簽訂認證契約。

三、依認證合格之驗證業務類別發給驗證機構認證證書。

四、對經其認證合格之驗證機構所經營驗證業務實施評鑑。

五、其他經中央主管機關公告與認證有關之業務。

第一項申請許可、變更許可事項之資格、條件、程序、應檢附文件、廢止許可、第二項申請展延應檢附文件、前項第三款認證證書應記載事項及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。



農產品檢查及檢驗辦法

中華民國110年01月11日農糧字第1091071682A號修正「農產品檢查及抽樣檢驗辦法」，名稱並修正為「農產品檢查及檢驗辦法」

第一條

本辦法依農產品生產及驗證管理法（以下簡稱本法）第十三條第一項規定訂定之。

第二條

主管機關依本法第十二條第二項規定執行對農產品經營者之檢查或檢驗事項如下：

- 一依本法第四條所定驗證制度之驗證基準等相關規定事項。
- 二依本法第十條第二項所定辦法中有關農產品使用驗證農產品標章之規定事項。
- 三依本法第十一條所定農產品經驗證合格並以驗證農產品名義銷售者之應標示相關事項。
- 四依本法第十六條第三項所定農產品登錄溯源資訊及標示之規定事項。
- 五其他依本法應檢查或檢驗事項。

第三條

主管機關派員執行檢查或檢驗時，應出示有關執行職務之證明文件或顯示足資辨別之標誌，並說明目的。執行過程得照相、錄音或錄影。



第四條

主管機關執行檢查或檢驗，於必要時得對農產品抽樣，並依下列規定辦理：

- 一 抽樣應隨機為之，不得由農產品經營者指定。
- 二 農產品之抽樣方式及抽取數量如附件。但主管機關得依檢驗項目之需求，酌量予以增減，並以足供檢驗所需為限。
- 三 完成抽取之樣品，應會同農產品經營者之負責人或受檢人員簽名或蓋章封緘，封緘前、後應拍照存證。主管機關應當場核發取樣收據予受檢者，並留存副本備查。但以價購取樣者，免發給取樣收據。

四 所需樣品，得無償抽取之。但在販賣場所抽取之樣品應給付價款。

第五條

主管機關執行農產品之檢查或檢驗作業時，應作成紀錄，農產品經營者之負責人或會同受檢人員，應於紀錄上簽名或蓋章；拒絕於紀錄上簽名或蓋章時，應記明其事由。

第六條

農產品抽樣檢驗之作業，主管機關應於收到抽取樣品之日起二十日內，完成檢驗工作。

第七條

檢查或檢驗人員對於執行工作所知悉或持有受檢人之營業秘密，應予保密。

第八條

檢查或檢驗人員於執行檢查或檢驗工作時，其迴避事項，依行政程序法規定辦理。

第九條

執行農產品之檢查、檢驗，如發現違反其他法令規定情事，主管機關應通報各該主管機關處理。

第十條

本辦法自中華民國一百零九年十二月二十五日施行。



農產品初級加工場管理辦法

中華民國109年03月26日農糧字第1091073085A號令訂定

第一條

本辦法依農產品生產及驗證管理法（以下簡稱本法）第十八條第二項規定訂定之。

第二條

本法第十八條第一項所稱農民，指實際從事農業生產工作，並具下列資格之一者：

- 一農糧類：為農民健康保險被保險人、全民健康保險第三類被保險人，或行政院農業委員會百大青年農民。
- 二水產類：具漁業執照、定置漁業權執照、養殖漁業登記證、區劃漁業權執照或專用漁業權入漁資格之漁民。
- 三林產類：森林所有人或森林法第四條所定視為森林所有人。

本法第十八條第一項所稱農民團體，指農會、漁會或農業合作社。

第三條

本法第十八條第一項所稱農產品加工設施，指依申請農業用地作農業設施容許使用審查辦法容許使用之下列加工設施：

- 一農糧類：農糧產品加工室、碾米機房。
- 二水產類：水產品初級加工設施。
- 三林產類：林業機具室。

前項設施申請登記之加工作業區樓地板面積以二百平方公尺為上限。



第四條

申請農產品初級加工場登記，應符合下列條件：

- 一使用原料為本法第十八條第一項之農產品。
- 二符合本法第十八條第三項規定由中央主管機關公告之特定品項加工產品及其加工方式。
- 三加工設施為自有或配偶、直系血親所有。
- 四農民團體加工設施坐落之土地須為自有。但林產類加工設施得坐落於承租國有、公有土地。
- 五用水來源須為合法。
- 六加工設施及其坐落土地符合土地使用管制或建築法令規定。
- 七產製食品之加工場作業場所符合食品良好衛生規範準則規定。
- 八申請人或其從業人員至少一人取得中央主管機關指定機關(構)、學校或法人辦理下列教育訓練之最近三年及格證書。但申請人為農民團體者，其從業人員應有二人以上取得下列各目所定及格證書：
 - (一)農糧類：加工技術及食品安全衛生教育訓練四十小時以上。
 - (二)水產類：加工技術及食品安全衛生教育訓練四十小時以上及食品安全管制系統教育訓練三十小時以上。
 - (三)林產類：加工技術及作業人員與安全衛生教育訓練四十小時以上。但供食用者，依第一目規定辦理。



有機農業促進法

中華民國107年05月30日總統華總一義字第10700057291號令制定公布
全文42條；並自公布後一年施行

※第一章 總則

第1條（立法目的）

為維護水土資源、生態環境、生物多樣性、動物福祉與消費者權益，促進農業友善環境及資源永續利用，特制定本法。

第2條（主管機關）

本法所稱主管機關：在中央為行政院農業委員會；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第3條（用詞定義）

本法用詞，定義如下：

- 一農產品：指利用自然資源、農用資材及科技，從事農作、林產、水產、畜牧等生產或加工後供食用之物或其他經中央主管機關公告之物。
- 二農產品經營者：指生產、加工、分裝、進口、流通或販賣農產品者。
- 三有機農業：指基於生態平衡及養分循環原理，不施用化學肥料及化學農藥，不使用基因改造生物及其產品，進行農作、森林、水產、畜牧等農產品生產之農業。
- 四有機農產品：指農產品生產、加工、分裝及流通過程，符合中央主管機關訂定之驗證基準，並經依本法規定驗證合格，或符合第十七條第一項規定之進口農產品。
- 五有機轉型期農產品：指農產品生產、加工、分裝及流通過程，於轉型為有機農產品之期間內，符合中央主管機關訂定之驗證基準，並經依本法規定驗證合格者。



- 六有機農產品標章：指證明為有機農產品所使用之標章。
- 七標示：指農產品於陳列販賣時，於農產品本身、裝置容器、內外包裝所為之文字、圖形、記號或附加之說明書。
- 八認證機構：指經中央主管機關審查許可，具有執行本法所定認證業務資格之機構或法人。
- 九認證：指經認證機構與機構、學校或法人以私法契約約定，由認證機構就其是否具經營本法所定驗證業務資格者，予以審查之過程。
- 十驗證機構：指經認證合格，得經營驗證業務之機構、學校或法人。
- 十一驗證：指驗證機構與農產品經營者以私法契約約定，由驗證機構就特定農產品之生產、加工、分裝及流通過程是否符合本法規定，予以審查之過程。

※第二章 有機農業推廣

第4條（有機農業之推廣）

主管機關應推廣採用農藝、生物、機械操作及使用天然資源之農業生產管理系統，並排除合成化學物質、基因改造生物及其產品之使用，以符合友善環境要求之有機農業。

前項主管機關應推廣之有機農業，包含未經第三條第十一款驗證之友善環境耕作。

主管機關推廣有機農業，應秉持產銷均衡原則，以謹慎合理態度進行新科技之研發及應用，提升農產品經營者生產技術及產品品質，促進有機農產品普及並廣為宣導社會大眾瞭解，取得消費者之信任，促使農民願意主動從事有機農業。



【農產品創新行銷計畫】：輔導國產農產品創新行銷計畫審查作業規範

中華民國109.03.02.農糧銷字第1091073127號函頒實施

一、行政院農業委員會農糧署（以下簡稱本署）為推動地產地消及多元行銷，運用多樣化行銷策略，推廣新鮮、安全、優質之當季特色農產品，以有效創造商機，提高國產農產品消費，增進農民福祉，特訂定本作業規範。

二、補助對象：

- (一)政府機關：直轄市、縣（市）政府；惟臺北市政府依規定不予補助。
- (二)農民團體：指農業發展條例第三條第七款所定之農會、農業合作社（場）。
- (三)農業團體：目的事業主管機關登記為行政院農業委員會(以下簡稱農委會)之公益社團法人、財團法人，且章程所列業務項目與農產品展售行銷有直接相關者。

三、輔導原則：

- (一)由直轄市、縣（市）政府以當季農產品為主題，整合轄區鄉（鎮、市、區）農民（業）團體共同辦理農產品行銷活動。
- (二)產品品項以國產蔬菜、水果、花卉等生鮮農產品為主。
- (三)宣導已開發之新產品、新包裝、新用途及新通路等創新型態之農產品。



四補助基準：

(一)依據「行政院農業委員會主管計畫補助基準」辦理，申請補助單位需自行籌措計畫總經費25%以上之配合款（配合款如非計畫研提單位之經費，應檢附其他單位同意支應配合款之相關文件），但經本署指定，屬產銷緊急處理特殊專案性活動者不在此限。依辦理規模及農產品類別區分如下：

1.地方特產行銷：

(1)農產品行銷活動：展售日期2天，每日至少20攤，補助10萬元。辦理活動倘需至距離150公里以上之外縣市或離島縣市，且人員不便於當日往返，需留宿過夜者，該次活動攤位下限可酌減2攤展售攤位，並於計畫核准時註記。

(2)倘超過最低攤位數或具創新行銷作法，依規劃內容核給補助金額，最高補助15萬元。

2.直轄市、縣（市）級主題行銷：農產品行銷活動：展售日期2天，每日至少60攤，補助30萬元，倘超過最低攤位數或具創新行銷作法，依規劃內容核給補助金額，最高補助50萬元。

3.專案性活動：依據活動項目、時間、地點、規模等核定補助額度。

(二)補助攤位條件：

1.限國產農產品。

2.補助攤位以農民、農民團體、糧食經營業者及其加工業者之產品為限。

(三)同一鄉（鎮、市、區）各執行單位同性質活動，同年度以補助一場次為原則；連續兩年申請並接受本署補助者，自第三年起本署得參考歷年舉辦效益、創新性酌減補助金額。



五 審查程序及準則

(一) 審查程序：

1. 地方特產行銷：由各分署直接受理轄區內農民（農業）團體及直轄市、縣（市）政府研提之鄉（鎮、市、區）公所申請之計畫，參酌歷年辦理及發展情形辦理審查、補助經費及核定執行，並副知本署。
2. 直轄市、縣（市）級主題行銷：由直轄市、縣（市）政府檢具計畫書向所轄分署提出申請，以全年度輔導辦理一次為原則，經各區分署辦理初審，函送本署複審，簽報後核定執行。
3. 專案性活動：如地方產業緊急調節或配合本署重大政策之計畫，研提單位將計畫書逕送各區分署辦理初審，併同初審結果由分署函送本署複審後簽報核定補助。倘補助經費15萬元以下者，得由分署逕行辦理核定，並副知本署備查。另各區分署倘有辦理15至30萬元農特產品行銷之需，簽報本署同意後，由分署辦理計畫審查、核定及經費支應。

(二) 評審原則：

1. 經營主體：審查執行團隊、合作夥伴、過去執行經驗、過去執行績效、經費投入及政策配合度等項目。
2. 立地條件：審查交通便利性、賣場地點、賣場大小、商圈人口、商圈消費力、周邊公共設施及周邊景點等項目。
3. 產品規劃：審查安全性、豐富性、特殊性、季節性、在地性、價格策略及售後服務等項目。
4. 銷售效益：審查辦理天數、營業時段、廣告宣傳方式、促銷活動、體驗活動、食材推廣、料理教學及DIY活動等項目。

(三) 計畫提送期限：申請單位應於計畫（活動）預定執行日前1個月提出申請為原則，俾利本署及各區分署辦理後續審查作業。



六督導及考核：

- (一)受補助單位應於展售活動辦理前3天內，將攤位明細資料送達所在地之分署，俾利現場查核。經分署查核發現實際攤位販售情形與計畫內容及明細表不符，未達規定攤位數、生鮮蔬果攤位數占比、溯源標章（示）及友善環境耕作占比者，每日每攤以2,500元計，扣除補助金額。如有特殊情形經本署同意者，參展攤位內容異動攤位數以20%為限。
- (二)直轄市、縣（市）級主題行銷、地方特產行銷展售攤位組成比例，規定如下：
 - 1.參展供食用之農產品全數均為溯源標章（示）（有機農產品標章、產銷履歷農產品標章、優良農產品標章、臺灣農產品生產追溯條碼）及友善環境耕作之農產品。
 - 2.生鮮蔬菜、水果、花卉攤位數應占總攤位數50%，且其中有機、產銷履歷農產品標章之攤位數應占30%。
 - 3.生鮮蔬菜、水果、花卉攤位數未達總攤位數50%者，有機、產銷履歷農產品標章之攤位數應占總攤位數50%。
 - 4.配合農業政令宣導、導覽體驗等攤位數不超過總攤位數5%。
- (三)活動期間由分署派員，得會同直轄市、縣（市）政府，赴現場評核並做紀錄，於活動結束後（次月10日前）函送本署，作為後續計畫補助之參考。
- (四)申請補助單位辦理活動成效，經分署評核總分未達60分者，倘次年再提送計畫，除依本規範第四點補助基準審核外，得減少最高20%補助款；連續2年評核總分未超過60分者，得依情節輕重對該補助案件停止補助1年至5年。
- (五)農藥殘留抽驗：由直轄市、縣（市）政府農政單位洽衛生單位訂定檢測機制。



農民團體申請農產運銷加工設施補助審查 原則及作業規範

中華民國109年10月28日農糧銷字第1091073709A號令修正第3點、
第6點、第8點及第7點附表5，並自即日生效

- 一、行政院農業委員會農糧署（以下簡稱農糧署）為建立公正、公平、公開之補助原則及審核機制，特訂定本審查原則及作業規範，以利相關運銷加工計畫補助之審查。
 - 二、補助對象：依農會法、合作社法設立之農會或農業合作社（場）。
 - 三、申請補助之農民團體應符合下列條件：
 - (一)運銷實績：近三年辦理蔬果之平均共同運銷及直銷量達五百公噸、切花一百二十萬支或盆花六萬盆之基準量並有佐證資料者。
 - (二)加工實績：近三年辦理蔬果截切、加工型作物、地區性農產品或釀酒之平均收購加工量達附表1所定基準量並有佐證資料者。
 - (三)考評成績：近三年經主管機關考評成績均達乙等（七十分）以上。
 - (四)集貨場及冷藏（凍）庫部分：興建所需土地，應為農民團體所有，且符合用地編定之用途。倘係承租公有土地（台灣糖業股份有限公司等公營企業之土地除外）者，其租約之有效期限應逾行政院主計總處訂定之財物標準分類最低使用年限。
 - (五)農產加工設備：其放置場所須取得土地合法使用證明及加工廠（場）建築使用證明。
 - (六)補助限制及執行成效：近三年未曾接受農糧署補助者，或計畫執行率達百分之一百，且計畫執行期間均能如期填報其會計與成果報告者，優先考量予以補助。
 - (七)配合政策之實績：其業務經營及財務管理健全，配合農糧署推動相關農業施政計畫有具體成果者（如政策性收購加工、促銷活動、有機、產銷履歷、CAS或其他經農糧署各區分署認定者）。
- 新成立一年經主管機關考評成績達甲等（八十分）或成立二年經主管機關考評成績均達乙等（七十分）以上之農民團體，且運銷加工實績達前項第一款或第二款規定八成以上，經審查具發展潛力，得不受前項第一款、第二款及第三款規定限制。



四補助基準：依據行政院農業委員會主管計畫補助基準辦理。

五經費使用範圍：農民團體營運所需之集貨、冷藏（凍）、洗選、輸送、加工、分級、包裝、堆高機、運輸、檢驗等運銷加工設施（備）。

六申請程序及應備文件：

(一)申請程序：由直轄市、縣（市）政府或全國級農民團體依轄下農民團體所報計畫書、營運需求表（如附表2）及補助計畫審查簡表（如附表3）等資料進行審查，函送所轄農糧署各區分署陳轉農糧署核處。必要時，農民團體得備齊計畫書、營運需求表及第二款所定文件，逕函送所轄農糧署各區分署陳轉農糧署核處。

(二)應備文件：

- 1.興設集貨場、冷藏（凍）庫及加工設備，須檢具土地合法使用證明文件，如土地登記第二類謄本與變更編定為特定目的事業用地同意函，或建築使用證明等文件。
- 2.農民團體應檢附主管機關近三年考評成績證明文件。
- 3.合作社（場）應檢附「民間團體向行政院農業委員會及所屬機關申請補助說明書」（如附表4）及該團體理、監事名冊。
- 4.農民團體應檢附同意購置與共同使用之決議會議紀錄。

七審查基準：

(一)農產運銷設施部分：依「農民團體申請農產運銷設施補助審核評分表」辦理審查（如附表5），申請單位應檢附足資證明其運銷實績、考評成績、農業政策配合度之相關文件，俾據以佐證審查。

(二)農產加工設施部分：依「農民團體申請農產加工設施(備)補助審核評分表」辦理審查（如附表6）。申請單位應檢附足資證明其收購原料成長比率、考評成績、農業政策配合度之相關文件，俾據以佐證審查。

八督導及考核：計畫核定後，由農糧署各區分署邀集直轄市、縣（市）政府、全國級農民團體等單位派員實地督導與查核，並填寫紀錄表（如附表7）備查，以掌握計畫執行進度與成效，並作為爾後農糧署補助之參考依據。



對地綠色環境給付計畫執行作業規範

中華民國110年4月12日農授糧字第1101092241A號令修正第六點、
第七點、第八點

一、行政院農業委員會（以下簡稱本會）為推動對地綠色環境給付計畫（以下簡稱本計畫），調整稻米產業結構，鼓勵農作生產，並建立合理耕作制度，特訂定本作業規範。

二、本計畫辦理措施如下：

（一）轉（契）作：

1. 轉作：種植經本會農糧署（以下簡稱農糧署）核定符合本計畫輔導促進地方、區域特色發展目標之地方特色作物。
2. 契作：種植本計畫重點輔導，具進口替代及外銷潛力之作物，須以契約方式生產。

（二）生產環境維護：辦理本計畫輔導農田維護地力、兼顧生態機能，避免荒廢之措施。

（三）自行復耕種植登記：種植水稻、雜糧、果樹、蔬菜、花卉（本計畫景觀作物除外）或其他經農糧署公告符合農業環境基本給付獎勵對象之農糧作物，但不領取本計畫轉（契）作獎勵、稻作直接給付或繳交公糧。

（四）稻作直接給付：種植水稻（宿根與落粒栽培（再生稻）方式除外），但不繳交公糧。

（五）農業環境基本給付：併同轉（契）作、自行復耕種植登記、稻作直接給付及收購公糧稻穀作業辦理，並依本計畫中程計畫規定給付額度核發。

種植水稻繳交公糧稻穀配合本計畫申報作業，一併受理。



三本計畫措施受理對象農地，須符合下列規定：

- (一)轉（契）作、生產環境維護措施及自行復耕種植登記：以八十三年至九十二年為基期年，在基期年十年中任何一年當期作種稻或契約蔗作或八十三年至八十五年種植保價收購雜糧或參加「稻米生產及稻田轉作計畫」轉作休耕有案之農地，認定方式如下：
 - 1.種稻有案農地：以稻作航測分布圖或稻農向各鄉（鎮、市、區）公所（以下稱公所）或鄉（鎮、市、區）農會（以下稱農會）申報種稻有案之資料認定。
 - 2.契約蔗作有案農地：以臺灣糖業股份有限公司提供八十二/八十三年至九十二/九十三年期之契作資料認定。
 - 3.保價雜糧有案農地：由於保價收購雜糧規定轉出種植者不得再轉入，八十六年至九十二年間無新增面積，以八十三年至八十五年農會申報有案資料認定。
 - 4.參加「稻米生產及稻田轉作計畫」稻田轉作休耕有案農地：以八十三年至八十五年稻田轉作休耕補貼清冊認定。
- (二)農業環境基本給付：符合非都市土地特定農業區及一般農業區之農牧用地，且維持農糧作物生產使用。
- (三)承租臺灣糖業公司土地或地政機關未登錄地號（如河川公地自編地號）土地不得申辦；惟承租臺灣糖業公司土地倘符合農業環境基本給付受理對象，得辦理自行復耕種植登記。
- (四)除本計畫相關作業規範另有規定外，提供政府機關（構）或公營事業單位作試驗用，並領有試驗補償費用之土地，不得申辦；惟符合農業環境基本給付受理對象，得辦理自行復耕種植登記。
- (五)符合農業環境基本給付受理對象，或僅單一期作符合基期年資格之農地，得於未符基期年之期作辦理自行復耕種植登記。
- (六)繳交公糧稻穀及稻作直接給付措施受理對象，另依「收購公糧稻穀作業要點」及「稻作直接給付作業須知」辦理。



四本計畫各層級組成及受理權責單位分工：

(一)中央策劃小組：由農糧署、本會農業試驗所、本會各區農業改良場（以下簡稱農改場）、本會種苗改良繁殖場、本會林務局、本會企劃處、農田水利處及輔導處組成。

1.農糧署權責如下：

- (1)研訂中程及年度計畫相關事宜。
- (2)擬定稻作直接給付、轉（契）作、生產環境維護措施及「小地主大專業農」農地租賃相關規範。
- (3)核定各直轄市、縣市推動稻作直接給付面積、轉（契）作物種類及面積、生產環境維護措施面積。
- (4)核定各直轄市、縣（市）政府提報一般作物與特殊作物之轉（契）作期與生產環境維護期。
- (5)審核計畫經費及考核進度。
- (6)核撥資金事宜。
- (7)督導直轄市、縣市推動小組之執行情形。
- (8)協調及解決各單位遭遇之問題。

2.本會農業試驗所、農改場及本會種苗改良繁殖場權責如下：

- (1)研訂調整各地區之耕作制度模式。
- (2)輔導各直轄市、縣（市）政府規劃轉（契）作物種類及區位。
- (3)協助直轄市、縣（市）政府選定地方特色作物。
- (4)擬訂轉（契）作物栽培管理技術指導。
- (5)抽查各縣市轉（契）作及生產環境維護措施執行情形。
- (6)輔導轉（契）作物種子供應等相關事宜。

3.其餘單位權責依本計畫中程計畫規定辦理。