2016

產銷履歷

安心農產「新食代」

用心達人「報哩哉」

TAP 產銷履歷農產品

目錄

02 期待，溯源餐廳－葉怡蘭

農糧達人

04 **余春霞**－傻子的堅持讓故鄉茶飄香

06 **吳國池**－米其林三星主廚肯定的綠竹筍

08 **沈朝富**－嘉義地區開放採果體驗第一人

10 **邱冠鈞**－知名餐廳的美味合作夥伴

12 **紀文雄**－芋頭跨班整合第一人

14 **張厚深**－登上國宴的燕巢最帥芭樂

16 **許倫肇**－喝優酪乳長大的玉荷包

18 **陳蒼鄢**－在樂音聲中成長的快樂小黃瓜

20 **黃榮清**－王品系列餐廳的御用甘藷

22 **賴明岐**－連皮一起吃的天后奶梨

24 **鍾紹文**－外銷杜拜的火龍果

水產達人

26 **柯丁風**－裝袋會逃跑的 SPA 活力蝦

28 **顏啟仁**－浮狀飼料餵養的鱸魚

畜禽達人

30 **黃存后**－產銷履歷豬肉代工的先驅

32 **黃惠娟**－傳承父親堅持的金大雞蛋

2016 產銷履歷達人 info

期待，
溯源餐廳

自 2011 年至今，已是第六度擔任「臺灣農產品產銷履歷」代言人了。追昔撫今，對產銷履歷農產品的推廣，隨著一年一年不斷成長、趨於普及，也一步步有著不同的期待和願望。

早年，極力強調「溯源」的重要性，期待所有人能正確理解產銷履歷制度的內容與意義，然後，扮演起「餐桌上的農夫」的角色，在日常採買上身體力行支持、實踐。

六年來，比起代言初期的篳路藍縷，可以深刻感受到，產銷履歷食材的深入人心：不僅各大賣場通路舉目遍見且廣受愛戴，今年五月蔡英文總統的就職國宴更大量採用，且菜單上還附有 QR Code 供國賓掃描、認識所有食材來源，可說為產銷履歷農產品開創另一歷史新頁。

然而美中不足的是，在國人們的家常餐桌上雖已越見落實，但離了自家廚房，卻不見得能有相同的安全和健康保障——是的，即使近年因食安危機的刺激，致使回歸自煮自食蔚成時髦風潮；但不可否認，外食，仍是廣大在外工作人口重度仰賴的用餐方式，同時也是眾多人們衷心喜愛的閒暇享樂活動。

所以，如何能讓產銷履歷農產品在市場、家庭之外，進一步廣泛進入餐飲通路，廣及各類型餐廳、餐館的每一道菜色、飲品，已成此時此刻最重要課題。

近年來，在既有產銷履歷宣導計畫裡，又加入「溯源餐廳」項目，號召業者響應，希望這「從產地到餐桌」的溯源與嚴選之路，能夠進一步延伸、貫徹到餐飲消費市場中。

而這項任務，絕非任一單方向推動就能企及。推廣方應建立健全、友善且開放的制度、體系、方法，鼓勵各方加入行列外，更有賴整個社會的全面參與。

餐廳、餐館充分體認優質上選食材與自我形象、廚藝展現、料理品質、顧客認同間緊密不可分的連結關係，積極起而行，讓產銷履歷食材成為廚房的堅強後盾。消費者則以實際行動支持，除了自家採買、烹煮，出門在外，也能將溯源餐廳列為用餐首選。

唯有在每一個環節攜手齊心努力，綿綿密密織起一張產銷履歷農產品的信賴之網，如是，不管走到那兒，才能再無顧慮罣礙，真正吃得美味、安心。

余春霞

傻子的堅持讓故鄉茶飄香

在臺東這塊淨土上，為了讓人們能喝杯安心的好茶，余春霞和丈夫從什麼都不懂的新手農夫，一路摸索學習，就算被人嘲笑癡傻，亦不改初衷，最終走出自己的路，讓海拔不高的鹿野也能四處飄香。

品項：紅烏龍、青心烏龍、金萱、綠茶

產期：全年

臺東縣鹿野鄉龍田村，是余春霞成長的故鄉，也是與夫婿林耀精，事業開花結果的地方。夫妻倆本來在外地做園藝工程，民國 83 年回到臺東從事卑南文化公園、史前博物館的工程，這樣一待就是十幾年。鹿野的好山好水，讓夫妻倆萌生轉換跑道務農去的念頭，考慮到茶葉種植比較不受天候影響，便於民國 95 年開始種茶。

草茶共生　被笑傻子

雖然是新手農夫，余春霞卻很堅持不噴除草劑，全程以人工除草，讓「草茶共生」，這個想法來自早年做園藝工程時的理念，夫妻倆看到噴了除草劑之後的草大量枯死，雖能達到有效除草功效，但也因為殘留問題嚴重，連帶周圍其他作物也會受到影響而死亡；更何況草可以保持土壤水分，也是老天爺給的最佳有機肥。「這茶葉是要種給人喝的，絕對要健康。」整個茶園每次除草若是噴除草劑成本只要一千元，請拔草工得要一萬元，余春霞夫婦倆因此被笑是傻子。

五星級製茶廠　一條龍作業

夫妻倆一開始只是單純想種茶、交茶菁就好。但每次採完茶，還得租借別人的工廠加工製茶，作業上很不方便，遂把心一橫，砸資金蓋起製茶廠，以一條龍作業模式，將種茶、製茶、賣茶一手包辦。民國 100 年規劃建置林旺製茶廠，成了花東首座通過 ISO22000 標準驗證的衛生製茶廠，更在民國 101、102 年獲得農委會五星級製茶廠殊榮。

余春霞夫婦本著對臺灣茶的熱愛，在水土保持與環境共生的原則下，堅持不使用除草劑。經過長年的努力，成功塑造出臺東鹿野安全衛生優質茶特色，尤其連年獲得金牌的紅烏龍，更是最高肯定。

加入產銷履歷　再現鹿野茶香

民國 101 年，余春霞的茶取得產銷履歷驗證，茶葉銷售額因而成長了八成以上。余春霞提到：「當我們把茶帶到大陸展售時，他們只認產銷履歷。產銷履歷就茶葉來說，如同臺茶身分證，代表臺灣茶；在臺灣展售時，也會因有產銷履歷而增加消費者信心。」當年總被他人笑傻的余春霞夫婦，用努力證明了當初的堅持才是正確的。

達人有話說

紅烏龍琥珀色的茶湯，兼具蜜香及果香味，冷熱泡皆適宜。

透過產銷履歷制度，使得種茶到製茶的過程有規則可循，對消費者與生產者形成雙重保障，也能產生市場區隔性，大大提高銷售效益。

安心食材守門員

吳國池

米其林三星主廚肯定的綠竹筍

品項：綠竹筍
產期：5 月 -10 月

淡水河畔，往觀音山的方向蜿蜒而上，距離首都臺北不過十公里的紫雲農場，每日清早天還未亮，總有一瘦小身影，拎著竹簍和鏟子穿梭於竹林間，為整天的忙碌農活展開序曲，四十年如一日。他是吳國池，新北市五股區蔬菜產銷班第九班的班長。他所種出來的綠竹筍，受到米其林三星主廚神田裕行的青睞，讚其筍肉細嫩、汁液飽滿，還有牛奶般的香味，吳國池「夢幻綠竹筍」的名聲因此傳揚開來。

今年 63 歲的吳國池，父母皆以種植綠竹筍維生，小時候便常跟著父親，拿著竹簍幫忙撿竹筍。臺北醫學大學醫檢科畢業後，順利應徵上三軍總醫院檢驗師的工作，原以為只要等待兵役結束後，理應就有穩定、優渥無虞的生活。然而，父親的一場大病，讓他決定脫去白袍、戴上斗笠，返鄉繼承家業。

棄醫從農　向前輩取經

退伍之後，吳國池立即投入綠竹筍的栽培工作。然而，自小在竹園裡幫著大人做苦工，可不等於懂得如何管理竹林，對於種植農法一竅不通的他，只得一切從頭學起。為此他積極向長輩請益，吸取前人成功經驗；也到農會、農業改良場上課進修；同時造訪各農地觀摩，將理論與實務融會貫通，讓他在短時間內便掌握了訣竅。

實驗改良　發揮科學精神

吳國池更發揮醫檢師的實驗精神，將科學觀念應用到耕作上，自主送驗檢視土壤性質與施肥狀況，以便適時調整；並實驗出最佳的栽種行株距，有效減少蟲害侵害，降低用藥；堅決不使用除草劑，除了保護生態，也讓消費者更安心。

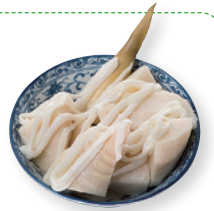
五股地區土壤為砂質壤土，土質裡夾雜著觀音山沉積的火山灰，礦物質成分豐富，得天獨厚的地理環境，供予綠竹筍成長所需養分，因此種出來的綠竹筍擁有纖維較細的特性，吃起來口感更細緻。

產銷履歷　增加產品公信力

吳國池在民國 97 年加入產銷履歷驗證，目前共有 1.26 公頃農地通過驗證。過程雖然辛苦，吳國池卻認為很值得，因為它能夠增加曝光度、增加公信力。尤其對於吳國池以宅配為主的行銷方式而言，產銷履歷的加持，為產品銷售帶來莫大幫助；更重要的是，農民終於可以勇敢自信地大聲說出自己的名字，為自己的產品背書，他可以驕傲地對消費者說：「我種的綠竹筍，尚蓋讚！」這和過去相比，是很大的進步，也是吳國池堅持加入產銷履歷驗證的原因；而消費者的肯定，更是吳國池在農業道路上持續前進的最大動力。

達人有話說

綠竹筍連著筍殼一起下水煮，熟了以後放涼，削皮切塊，就是美味香甜的涼筍囉！



吳國池說，盛產期間每日天還沒亮就要開始採收了，因為竹筍只要冒出土面，就會有苦味。

沈朝富

嘉義地區開放採果體驗第一人

果農都怕遊客採果毀了果園、降低產值，但沈朝富卻是嘉義地區第一個開放遊客前來果園採果的農民，不怕人吃大方請客，面對面傳遞自己的種植理念，帶動消費力、建立口碑，摘下亮眼銷售成績。

品項：小番茄、水稻、美濃瓜
產期：小番茄 12 月 - 隔年 5 月
水稻全年
美濃瓜 8 月 -9 月

沈朝富，頂著碩士學歷，原本在工研院面板光電製造部擔任主管，後外派至中國，在兩岸間當起空中飛人。沈朝富的雙親從農已有四十多年，眼看著父母頭髮日漸斑白，卻仍須勞苦工作，讓他十分不捨。民國 100 年，他毅然決定回鄉接下務農家業；收入或許減少，但能陪伴在父母身邊，這比什麼都重要。

改溫室種植　建立 SPC 系統

沈父原有五甲田地，種有洋香瓜、美濃瓜（香瓜）、小番茄、蒲瓜、玉米和水稻。沈朝富考量到經濟價值及人力配置，決定將種植品項縮減為香瓜、小番茄和水稻，同時說服家人將戶外果園種植改為溫室栽培。在品質控管上，沈朝富將過去電子業所學運用到農業上，建立統計製程管制（SPC），將溫室管理科技化、數據化，透過對溫度、濕度的了解，加強對病蟲害的控制，有效掌握作物的生長變化。

分批種植拉長產期　建立口碑行銷

剛起步時，由於缺乏知名度，水果賣不出去，但沈朝富打定主意不把價錢壓低，「因為價錢一旦壓低，你就回不來了。」他提出新的做法：以分級包裝因應不同客群，小顆包裝賣給小家庭，大顆的主攻送禮，藉此拉大產品差異性，擴增宅配銷量。接著，他將原本 3 到 4 個月的小番茄產期，拉長為半年；同時，因應休閒農業風潮，開放消費者進果園親自採摘，成為嘉義地區開放小番茄採果體驗的先驅。加上親身導覽解說，與消費者面對面直接溝通，傳達種植理念，逐漸累積知名度，建立起口碑。

右：沈朝富不受周遭食安問題及生產過剩削價競爭的影響，堅持自己友善耕作的理想，總算種出有如牛奶般香甜的美濃香瓜。

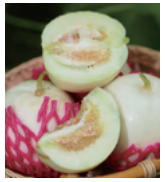
左：加入產銷履歷，為沈朝富主打宅配市場的美濃瓜、小番茄提高市場區隔性，品質更受保障，客戶群增加，銷量也提高。

友善農法栽種　導入產銷履歷

從農之初，沈朝富便決定採用友善土地的栽種方式，避免過去慣行農法使用過多的化學農藥及肥料，讓土壤受到破壞，也影響農民跟消費者的健康。他採用發酵鮮奶、天然有機肥等方式澆灌，種出了爆漿小番茄和牛奶香瓜；注重消費者食用品質安全，在民國 103 年通過產銷履歷驗證。如今不僅宅配銷量穩定，也有更多優質經銷商主動連繫，拓展出更多市場通路。

達人有話說

香瓜屬於後熟型水果，買回來後最好放置室溫 2 ～ 3 天熟成，這樣吃起來香氣跟甜度會更足。



除了美濃瓜，溫室也種植小番茄，更是嘉義地區第一個開放遊客體驗小番茄採摘樂趣的溫室果園。

邱冠鈞

知名餐廳的美味合作夥伴

《紐約時報》推薦「世界十大美食餐廳」、日本明星最愛的餐飲名店，店裡的菜肉大包、菜肉蒸餃使用的青江菜，清脆甜美的葉菜，都來自這位七年級生農夫邱冠鈞的農場，說他是臺灣餐飲的美味合作夥伴，一點也不為過！

品項：小白菜、青江白菜、油菜、茼蒿、小芥菜、蕹菜、菠菜、小番茄、葉萵苣、洋香瓜

產期：短期葉菜類全年供應
洋香瓜 7 月 -9 月
小番茄 12 月 - 隔年 3 月

從爺爺種稻、爸爸邱清寬種菜開始，邱家在桃園就是務農世家。70 年次的邱冠鈞本來在環境工程顧問公司擔任環境稽查員。夏天產期忙、農場利潤薄又請不起人，下了班還得幫忙田事，一個人就像兼兩份差，身心俱疲；後來在妻子支持下，於民國 96 年辭去工作回家專心務農，開始思索如何將這份傳統家業轉型。

由吉園圃轉產銷履歷　溯源更安心

身為八德蔬菜產銷班第六班班長的邱清寬，在民國 94 年產銷班成立之初就盡全力輔導班員取得吉園圃安全蔬果標章；民國 102 年為因應量販通路販售產銷履歷蔬菜的要求，邱清寬、邱冠鈞父子倆排除萬難，率先通過產銷履歷驗證，期望為班員的陸續加入提供相關經驗。

產銷履歷從購買種子端開始就有管控與記錄，及資材採購上單據的保存，整個作物栽種過程都能清楚溯源，讓民眾能買得安心、吃得放心。

產銷履歷數據應用　品管更有效

為了讓消費者能吃得安心，邱冠鈞在品質控管上非常堅持，甚至與農藥試驗所、肥料商等單位研究，以求精確掌握用藥劑量和時間。同時，透過產銷履歷的追蹤記錄，包括用藥及施肥情形，將多年栽種經驗數據化，除了有助於成本控管，還能因應不同狀況作調整，在品質管理上節省不少功夫。

邱冠鈞的葉菜，每一把均是人工辛苦採摘，因此每到產季總是份外忙碌。

成為知名餐飲集團契作農戶

日夜穿梭田野間，練習聽自然的聲音，讓他學會讀懂老天表情，依季節調整栽種品項及品種，也因此成功達成一年四季穩定供應多種短期葉菜類，加上迎合廠商需求彈性調整生產種類、配合試種新品種供給餐廳研發新菜色，讓許多知名餐飲集團決定與邱冠鈞合作，一舉為農場打響名號。

達人有話說

青菜直接清炒或煮湯，只要用薑絲、蔥花、鹽等簡單調味，越簡單越能吃出蔬菜本身的清甜滋味。

產銷履歷在第三方公正單位的驗證下，除了確保農場土地未受汙染，栽種過程的透明公開外，每批產品都具可追溯性，把食安風險降至最低。

安心食材守門員

紀文雄

芋頭跨班整合第一人

臺中市堪稱臺灣芋頭生產重鎮，以「甲安埔」（大甲、大安、外埔）為主要產區，種植面積超過一千公頃，其中尤以大甲芋頭最為知名。

品項：芋頭
產期：9 月 - 隔年 4 月

臺中大甲出產的檳榔心芋頭口感特別綿密，具有獨特香味，原因在於當地的氣候與土壤。由於芋頭採收期正值東北季風吹拂，臺中大甲日夜溫差大的氣候條件特別有利於芋頭生長，尤其若有寒流來襲更佳；再加上當地特有的土質，讓大甲的檳榔心芋頭，和其他縣市所出產的相比，滋味更顯獨特。

務農子弟出身　承繼芋頭家業

紀文雄自父執輩繼承了一公頃的農地，以種植芋頭為主，水稻、大豆輪作為輔。剛開始投入農業生產時，芋頭的市場價格並不穩定，有時甚至遭受中盤商惡意壓價收購，讓他一度萌生退意。民國 97 年，臺中市大甲區蔬菜產銷班第 12 班成班，在好友們的勸說下，他決定「捨命陪君子」，再次投身芋頭產業；這一次，為了解決芋頭長年以來「不問產地、只問售價」的問題，他下了一個決定：加入產銷履歷驗證，結合栽種、加工與行銷，提升芋頭產值，改善芋農營收困境。

栽種加工行銷鐵三角
跨班合作第一人

紀文雄號召臺中市大甲區蔬菜產銷班第 13 班班長李灝諺一起合作，將自己產銷班所生產的芋頭，送進李班長的加工廠削皮、切塊；再加上長期合作的行銷夥伴上豐農場陳建源先生，一起打通如家樂福、全聯、大潤發、頂好等銷售通路，一個結合芋頭栽種、加工、行銷的鐵三角於焉成形。這樣的跨班合作模式，在芋頭產業是史無前例的創舉，紀文雄的遠見和魄力，為大甲芋頭創造了另一條嶄新道路。

為因應餐廳需求以及民眾採購習慣，紀文雄除了販售整顆完整芋頭外，也透過合格加工廠，生產去皮、切塊的冷凍芋角。

產銷履歷
生產者與消費者的雙重保護

一般人談到產銷履歷、講到食品安全，第一個想到的是消費者，而生產者的安全工作環境常常被忽略。紀文雄表示：「加入產銷履歷驗證，除了可以提供安全食材給消費者，讓消費者吃得安心之外，更重要的是田間管理，尤其是安全用藥這一點，讓田間耕作人員可以在安全環境下工作。」過度施藥不僅會造成消費者食用安全上的疑慮，也會讓田間工作者暴露在危險環境當中，隨時有中毒的可能。然而，產銷履歷制度在安全用藥上的規範，為生產者與消費者都提供了一層保護。

達人有話說

用蒸的最能保留芋頭的水分，吃起來綿密柔軟，滋味特別好；也可以將蒸好的芋頭打成芋頭豆漿，就是營養滿分又美味可口的選擇。

紀文雄身為臺中市大甲區蔬菜產銷班第 12 班班長，和第 13 班班長李灝諺（左一）、上豐農場陳建源（右一）三人共同合作，形成芋頭栽種、加工、行銷鐵三角。

張厚深

登上國宴的燕巢最帥芭樂

從搭機都坐商務艙，到現在穿雨靴踏在芭樂田裡，他種的芭樂登上總統就職的國宴，從民間餐桌躍上國際貴賓口中。張厚深，來自燕巢的年輕型農，種出最清脆酸甜的帥芭樂！

品項：番石榴
產期：全年

張厚深的未來是在 19 歲那年翻轉的。從事蔬果貨運的父親在一場車禍意外喪生，他接下貨運家業，一夜之間被迫長大。隔年，張母成立燕巢青隆果菜運銷合作社；24 歲那年，母親因過勞病倒，他於是接手合作社，自此在貨運業與產銷合作社間兩處奔走。

共選共計　統一品質公開價格

接手家族蔬果貨運事業後，在替燕巢、大社果農載運農產的過程中，張厚深觀察到個體老農由於農產品價格不穩定，被傳統市場機制打壓的心酸。有感於產銷制度失衡、最基層的農民被剝削，張厚深接手果菜運銷合作社後，採共同用藥、共選共計兩大原則：由合作社統一提供藥品和劑量，控管農民用藥；共同選別讓品質均一、共同計價使價格公開透明。而且不管產銷班農民交出的芭樂優劣，全部保證收購，價格也比外面的好！他說：「讓農民賺到錢，我就高興。」

從零開始　成立自創品牌

六年前，因為芭樂運銷貨源不穩定，不想受制於人，張厚深牙一咬決定自己跳下來種芭樂。但他壓根沒種過東西，一開始什麼都不會，只好到農改場、市政府等相關單位上課學習。頭兩年因缺乏經驗導致種植失敗，損失了不少幼苗錢當學費。後來，他體悟到：「照步來就是撇步！」從合理施肥，到每年植株上要留多少果以及病蟲害管理，按照步驟一步一步來，總算讓他種出成績，更成立了自創品牌「燕巢芭樂哥」。

燕巢第一顆產銷履歷芭樂 第一個上國宴的芭樂

民國 103 年透過農業局得知產銷履歷驗證制度，覺得正是提升產品品質及安全性的好機會，於是說服合作社農民一起加入；透過安全用藥及合理化施肥，幫農民省下許多農藥及化學肥料的成本。

自有品牌的成功行銷，再加上產銷履歷的安全保證，張厚深的芭樂因此獲得知名連鎖賣場青睞，如家樂福、頂好等紛紛前來下單；再加上獲選總統就職國宴食材，張厚深感到非常光榮，當初的辛苦全都值得了。

張厚深帶領燕巢青隆果菜運銷合作社的農民加入產銷履歷，並自創「燕巢芭樂哥」品牌，成功打響知名度。

達人有話說

芭樂拿在手上要有沉沉的份量感，重量不足表示水分流失，口感較鬆軟；芭樂九分熟最好吃，買回家的芭樂不要把果套拆除，整個拿到冰箱冷藏保鮮，冰涼後更能顯出甜度。

芭樂採收後送到集貨場，依據不同重量加以分級，優質品送往賣場銷售，或提供給學校餐廳；次級品供應果汁店；無商品價值的則供給畜牧場做飼料，一絲一毫都不浪費。

許倫肇

喝優酪乳長大的玉荷包

詩人路寒袖在＜夏日水果盤＞裡有段文字是這麼寫的：「外表粗礪全為／呵護玉脂的圓滿／輕咬一口多汁的心思／甜味就濺濕了夏天」高雄旗山芳境農場的玉荷包，外觀圓潤飽滿，一口咬下，那宛如牛奶爆漿的甜蜜滋味，正好為路詩做了最佳見證。

品項：玉荷包
產期：4 月 -6 月

「今年的玉荷包很慘！」許倫肇年輕的臉龐漾著一絲苦笑。玉荷包的催花期有幾個必備的氣候因素：一是攝氏 17 度最佳溫度，二是少雨天氣提供受粉環境。近年來的暖冬現象，讓位處熱帶氣候區的高雄旗山，要在催花期的關鍵四週碰上 17 度低溫相對困難許多；所幸今年初的幾個霸王級寒流，讓這個氣候條件順利達成。然而，四月的綿綿細雨卻打壞了整個受粉過程，使得六月牛奶玉荷包的產量硬是減少了八成。

三代務農出身　青年返鄉繼承家業

許家從祖父輩就開始種植黑葉荔枝，到父親時轉種玉荷包，72 年次的許倫肇為第三代接班人，年紀輕輕即擔任芳境果菜合作社理事長。「我是企管學出身，以前做的是素食批發，民國 95 年才和弟弟一起回來幫忙。」從小看著父親種玉荷包長大，對於農民看天吃飯的苦處感觸極深；因此，當父親徵召他回家，並交給他打開銷售通路的任務時，他想都沒想就答應了。

調配植物優酪乳　種出牛奶玉荷包

要想行銷成功，必須先從打造優良品質開始。在剛返鄉頭幾年，許倫肇一方面協助打開網路市場，一方面努力學習，上有機課程、學習生物農藥，在新鮮牛奶裡加入微生物菌種發酵，調配出營養滿分的「植物優酪乳」加以灌溉，讓養分從樹根吸收。他認為「植物的樹根就像人的腸胃，也需要好菌來幫助消化吸收，才能長得健康又好吃。」

採收下來的玉荷包，依照不同大小分成四個等級，分別以禮盒包裝銷售或於賣場通路販售。

投入產銷履歷　打開賣場通路

有了穩定優良的品質，接下來才是行銷。許倫肇首先從架設網站、宅配服務開始，做起了自創品牌。為了更進一步打開賣場通路，他決定加入產銷履歷驗證，並連同附近的農民一起合作，目前有五公頃專門種植玉荷包。

靠著分級制度的有效管理、網路販售的成功，讓牛奶玉荷包名氣漸增，再加上產銷履歷驗證的安全保證，替許倫肇打開了賣場通路的大門；從民國 103 年開始與全聯合作至今，未來更打算進一步外銷至國外市場。

達人有話說

買回來的玉荷包可以先用報紙包好再放入冰箱冷藏，之所以要用紙包裹，是為了維持玉荷包的水分，要吃時再從冰箱取出，便可享受到冰涼蜜奶在口中爆開來的美妙滋味。

玉荷包的種植技術門檻相對較高，許倫肇除了以植物優酪乳來澆灌，更堅持採收前一個月不使用化學農藥，讓他的玉荷包美味與安全兼顧。

安心食材守門員

陳蒼鄢

在樂音聲中成長的快樂小黃瓜

「每天在田裡的工作時間很長，我就會放音樂來聽，因為是基督徒所以都是放詩歌，有時也會聽相聲，小黃瓜當然跟著我一起聽囉！」彰化縣溪州鄉一處溫室裡，陳蒼鄢一邊仔細查看小黃瓜狀況，一邊轉頭笑著說。

品項：小黃瓜
產期：全年

儘管父親是農技團出身，本身電子科專業的陳蒼鄢卻不是一畢業就投入農業這塊領域，反而是跟著舅舅在不鏽鋼業兜轉了一圈後，在40歲那年，想著家裡還有幾塊地，才決定返回家鄉專心務農，從此成為一名農夫。

種的人快樂　作物才健康

清晨天還沒亮，陳氏夫婦的一天就已忙碌展開。由於小黃瓜生長速度快，從開花到採收，夏季約莫七天，冬天也只需要十二天左右；若是一天採收兩次，每年便可生產四至五萬公斤的小黃瓜。對於從農的辛苦，陳蒼鄢只是笑笑表示，心態很重要，只有種的人心態快樂，種出來的作物才會健康。

滴灌系統更省力　減少用藥更安全

儘管瓜類的栽培，很難避免化學用藥，但陳蒼鄢的小黃瓜，從瓜條冒出開始，便不使用任何化學農藥；因為他發現，只要把環境控管做好，植株染病的機率就可大幅降低，也因此在他溫室裡成長的小黃瓜，每一條摘下來都可以直接往嘴裡送。同時，他也利用益生菌來固根本，根據溫度、濕度以及土壤特性，挑選適合的微生物液肥，從作物源頭保養做起，讓植株強健起來，化學用藥自然減少許多，收成期也跟著拉長了。

陳蒼鄢的溫室取名作「平安田園」，目前以種植小黃瓜為主，並以無毒栽培為目標，不求量產，但求質精。

為了節省人力成本，陳蒼鄢使用滴灌系統，依照天氣狀況調整水分及肥料的澆灌份量，還能用手機 App 遠端操控和事先排程，用最少的人力達到最高生產效益；同時記錄每天的灌溉歷程，並依據作物生長情況適時做出調整與修正。

產銷履歷加乘　友善環境加倍

陳蒼鄢於民國97年投入產銷履歷驗證，正因為有了產銷履歷的安全把關，讓他的產品受賣場通路青睞有加，現在在好市多都可以買到他兼顧美味與安心的小黃瓜。

陳蒼鄢回顧自己投入產銷履歷驗證至今，每一步都走得很不容易，但支撐他繼續堅持下去的原因，除了那份與大自然友好的心態，更重要的是對消費者的責任。「從農是一個態度，要把消費者當成家人！」陳蒼鄢雙眼明亮地這麼說著，他那由於長時間務農而顯得黝黑的臉龐，似乎也因著這份堅定而發亮了起來。

達人有話說

陳蒼鄢提倡把小黃瓜當作水果來品嚐，只要把小黃瓜洗淨，配上梅子粉或紫蘇粉，一口咬下，盡是小黃瓜的新鮮爽脆和梅子粉的酸甜，是很特別且美味的吃法。

從不鏽鋼製造一路到返鄉務農，妻子蔡慧華都相伴左右，在田園裡總能看到兩人鶼鰈情深的身影。

黃榮清

王品系列餐廳的御用甘藷

今年 46 歲，來自彰化縣福興鄉的黃榮清，成立慶全地瓜生產合作社，目前契作面積達五百公頃，當中有一百公頃通過產銷履歷驗證，整體耕種範圍遍及全臺各地，每年可產出一萬五千噸，供應各大量販賣場及連鎖餐廳。

品項：甘藷
產期：全年

黃榮清幼時家境並不富裕，小小年紀便隨著父母四處討生活。也許正是這樣的成長背景，讓他養成刻苦耐勞、不畏艱難的個性。年輕時，他曾養過魚蝦和蛤蠣，但是養殖漁業的不穩定，讓他決定轉換跑道，並選擇地瓜這個久放不易腐壞的農產品來種植，以自產自銷的方式開始做起，一晃眼就是 22 個年頭。

因地制宜　培育不同品種

從農之初，黃榮清為了彌補自己專業上的不足，花了多年時間鑽研，包括到各地拜訪資深農民，努力吸取他人經驗，悟出因地制宜的最佳栽培方式。像黃心地瓜就比較適合在冬天種植，因為它怕熱不怕冷，而且越冷越好吃。紅心地瓜在臺灣一年四季都有，但在夏天種比較好，因為它比較怕冷，如果遇到冬天氣溫低，會在土裡龜裂。至於紫心地瓜則不適合在夏天種植，因為纖維質明顯口感較差。

打入外銷市場　與日本一別苗頭

民國 98 年，黃榮清的地瓜通過產銷履歷驗證。然而，當時的地瓜市場對於產銷履歷的需求並不高，儘管如此，黃榮清依舊咬牙堅持，不肯放棄。近年來，由於食安意識興起，各大銷售通路對產銷履歷產品需求提高，黃榮清的地瓜一下子變得炙手可熱起來，舉凡全聯、大潤發、家樂福等大賣場、統一超商蒸地瓜以及連鎖餐廳如王品系列、饗食天堂等都是由他供應；同時積極將地瓜推向國際市場，包括新加坡跟香港都是重要出口市場。黃榮清自信表示，他所生產的地瓜，口感綿密香甜，品質絕對不輸日本。

黃榮清目前擁有黃心 58 號、紅心 66 號以及紫心三種品種，黃心由於烘烤後的濃郁焦糖味，特別適合傳統烤地瓜；紅心多用來炸薯條；至於紫心除了擁有豐富的花青素之外，同時也是很好的天然紫色色料來源。

推廣產銷履歷　打造三贏局面

從加入產銷履歷初期的辛苦，到目前的產銷一把抓，黃榮清並不自滿於這樣的成果，他有更遠大的想法：希望未來全臺的地瓜都可以是產銷履歷。他認為，過去那種價好大家一起好，價崩大家一起崩的狀態是不對的，「農業應該要計畫性種植，以保價方式向農民收購，才能保障農民免於血本無歸。」黃榮清堅定表示，他將持續走訪各地，向農民推廣產銷履歷制度，為打造生產、行銷、消費三贏局面而努力。

達人有話說

黃榮清的地瓜口感綿密香甜，不論用烤的還是用蒸的，都很美味。如果喜歡焦糖香氣，建議以烘烤方式處理；若考慮到健康、養身，建議將皮洗淨，蒸過之後，連皮一起享用，可以攝取到更多營養。

黃榮清的地瓜品牌有個可愛的名字，叫「巴巴塔塔」，取自中南美洲語言「地瓜」的諧音。

賴明岐

連皮一起吃的天后奶梨

今年未滿 40 歲的賴明岐，從事水梨種植已有 17 年。從剛開始的不被看好，到今日成立自有品牌「知耕鳥」，賴明岐笑說，當初也曾經想落跑，但「覺得做都做了，就不應該放棄。」就是這股不服輸的硬脾氣，讓他種出了香甜多汁的天后奶梨。

品項：高接梨
產期：5 月 -12 月

工程學系出身的賴明岐，家裡原本就有塊兩公頃的農地，自小跟著父母在田裡幫忙，對於箇中辛勞感觸極深，尤其看著農民整年的辛苦，換來的報酬卻往往不成正比，讓他決定返鄉從事梨子園家業。

適地適種　自然熟成

「父親曾說過，適地適種很重要，只要依循這個原則，農藥使用就會減少。」繼承父親的觀念，賴明岐堅持讓作物順其自然地生長，讓他的梨展現最完美的自然風味。目前主要生產四種嫁接梨，包括新興、豐水、南水以及秋黃。除了豐水需要 150 天熟成，其他皆需 180 天，「但我會放久一點，大概 190 到 200 天再採收，因為我們是採自然熟成的。」賴明岐表示，自然熟成較後熟果更為美味，但卻必須背負損耗率較高的風險；由於每天都需要有人去田園巡視，人工調度相對提高，這些都是增加的成本，但為了口感品質，賴明岐依舊堅持這麼做。

友善環境　永續經營

17 年前，當賴明岐返鄉務農時，便決定要採取友善耕作的方式來種植，這在當時慣行農法盛行的年代，是一個很大的挑戰；尤其農民普遍認為這種耕作方式種植出來的作物，產量少又不漂亮。但賴明岐在意的卻是自己所種出來的農產品，家人、消費者是否能吃得安心？正是這份對食安的堅持意念、對生態環境的守護心情，除了自家果園減少用藥外，他也不厭其煩的說服產銷班班員，調整舊有的栽種習慣，耐心與農民溝通，說服他人接受這樣的觀念。

右：賴明岐的高接梨，從從嫁接後就不用農藥，連皮都可以吃。

左：賴明岐於民國 103 年通過產銷履歷驗證，並陸續增加品項，現在除了原本的水梨外，還有葡萄、小番茄、火龍果、龍眼、黃豆、地瓜、水稻等。

產銷履歷　建立市場區隔

賴明岐在民國 103 年通過產銷履歷驗證，一方面加強產品把關、提高消費者信任，另一方面則建立了市場區隔性。兩年多前，他號召了志同道合的青農朋友，成立「知耕鳥」品牌，以產銷履歷規範的方式耕作，從一開始的水梨、葡萄、小番茄，逐步增加了火龍果、龍眼、黃豆、地瓜、水稻等品項；賴明岐相信，若能在田間達到生態平衡，在品質上做到自主控管，大家齊心協力，就能反饋到價格上。誰說作農業的投資報酬率就一定低落呢？賴明岐十幾年來從農之路，正是最佳解答。

達人有話說

賴明岐的天后奶梨，嫁接後便不使用農藥，因此可以連皮一起放心吃，入口咬下，多汁又香甜，冰過更美味喔！

賴明岐號召志同道合的后里在地青農，成立品牌「知耕鳥」。整個團隊採用分工合作方式，以最精簡的人力達到最高的效率。

鍾紹文

外銷杜拜的火龍果

脫下軍袍，返回家鄉，逐的是人生下一個四十年的無毒有機夢。不畏連續兩年果園全軍覆沒、百萬退休金幾乎慘賠殆盡，鍾紹文守著無毒有機的初衷，現在他的火龍果賣到加拿大與杜拜，成了他最得意的驕傲。

品項：紅龍果、小番茄、稻米
產期：紅龍果 5 月 -11 月
小番茄 11 月 - 隔年 3 月
稻米 6 月

國三考進空軍士官班，當了 27 年職業空軍的鍾紹文，40 歲以前是為了生活而工作，但他希望下一個 40 歲，能為自己的理想而做。民國 100 年退伍後，鍾紹文便帶著妻女回到美濃，開始當起農夫。

看透生老病死
決心不使用農藥與化肥

在部隊裡擔任總務、人事的他，帶過的兵、接觸的朋友，很多人的生命路上都遭逢親人因病過世；加上大女兒身體不好，總是家裡醫院兩頭奔波，讓他對生老病死有了新的體悟。「每天噴藥，自己的肝是最先吸收毒素的，結果辛苦做一輩子，賺的錢就是要看醫生，甚至賠上自己的性命。」鍾紹文在人生的前四十年裡，看透太多生死離別。為了健康，也為了家人，鍾紹文許下心願：返鄉務農，絕對不碰化學肥料跟農藥！自己種的農作物，要讓吃的人都健康！

力抗病蟲害
讓雜草變成照顧火龍果利器

鍾紹文把退伍時領的百萬退休金，全投入在果園裡。第一年因為田間管理能力弱，導致病蟲害嚴重，火龍果枝條生病，產量不足，銷售也欠佳。這兩年鍾紹文很認真地到處上課，吸取知識、經驗，皇天不負苦心人，第三年他總算看到成果。

病蟲害與雜草問題，是果園管理一大課題。鍾紹文試著用草生栽培的方式來解決，一來因為草能調節水分，二來草的根系能讓土壤鬆軟，讓肥料營養能完全滲透。鍾紹文最初用馬齒莧等植草，但仍有粉介殼蟲困擾；現在則採自然放任，透過草生形成食物鏈，讓土地自己達到生態平衡。

產銷履歷與有機驗證
成功外銷杜拜與加拿大

民國 102 年產銷班成立之時就投入產銷履歷與有機驗證。通過驗證後，銷售通路大開，包括新光三越超市、JASONS Market、頂好等各大賣場，宅配通路也增加了許多訂單。由於產銷履歷和有機的雙重驗證，讓鍾紹文的火龍果一舉打入外銷市場，一口氣就賣到加拿大、杜拜等國家，成了成功的外交水果，也讓鍾紹文更肯定人生要走的路是對的，能勇敢帶著班員一起逐夢！

加入產銷履歷驗證，讓銷售通路大開，目前以品牌「同心園」銷售自家優質火龍果。

達人有話說

火龍果冰過最好吃，口感會更清脆，甜度也會更鮮明。

鍾紹文的火龍果，粒粒皆由人工辛苦套袋，只為成就好品質。

柯丁風

裝袋會逃跑的 SPA 活力蝦

「蝦覓世界」的蝦，得先做足兩小時 SPA 淨身，所以料理的時候不必剔腸泥。整尾裝袋前都是活的，動作太慢，蝦子還會醒過來逃跑，活力可見一般！

品項：白蝦
產期：全年

從民國 60 幾年養尼羅魚（吳郭魚）開始，柯丁風從事養殖超過 40 個年頭，每天在養殖池與水車、飼料、魚群為伍，早已是他日常生活的一部分。期間經過草蝦養殖繁盛期，金目鱸魚、黑鯛等海水魚養殖，民國 90 年開始養殖白蝦，配合養殖少量虱目魚、草魚、鱸魚維持生態穩定。這一切都跟大多數傳統養殖業者一樣，直到六年前小兒子柯明賢的加入，為柯丁風的養殖池帶來了變化。

二代生力軍加入　創品牌自產自銷

看到辛苦養成的蝦子，收購價格往往由盤商說了算，養殖戶難有議價空間，讓原本在工業技術研究院擔任工程師的柯明賢決定返家協助產銷工作。但第一年只賣掉了四分之一，柯明賢左思右想，決定創立自我品牌，提高辨識度，「蝦覓世界」就此誕生。市面白蝦一斤約在 500 到 600 元之間，柯丁風自產自銷、省去通路利潤後，白蝦一斤只要 300 到 400 元。靠著品質好、價錢划算，慢慢建立起口碑，讓「蝦覓世界」累積一批死忠顧客群，三年後，柯丁風總算成功將當年度產量全數售完。

讓蝦做 SPA　活力鮮度有保證

同一批捕撈的蝦子，最先和最後處理的時間差，會使品質產生很大的落差，為了解決這個問題，柯丁風將蝦子撈起後，先在充滿氧氣的桶裡做全身 SPA，舒服地泡上兩小時淨身，讓蝦子全身腸道都洗淨，消費者便不必再費力地去除腸泥，也讓等待處理的蝦能維持活力。接著，再分批以 0 度的冰水將蝦子冰暈，用自動篩選機將鮮蝦分級、裝袋；最後，將裝袋的鮮蝦真空包裝、以零下 30 度急速冷凍，讓蝦子在休克狀態被凍結。如此一來，同一批蝦子就能維持品質均一。

蝦子從養殖池撈起後，先在氧氣桶裡做 SPA，泡上兩小時淨身，把蝦子全身腸道都清得乾乾淨淨，消費者無須再去除腸泥，也讓等待處理的蝦能維持活力，直到進入下一步處理過程。

產銷履歷　讓蝦農更了解蝦子

「蝦覓世界」在民國 101 年取得產銷履歷驗證。父子倆認為，產銷履歷能讓蝦農有效掌握整個生產過程，透過記錄讓飼料、益生菌的使用更有效率，降低養殖成本。每天自行包裝、銷售，除了能掌握蝦子健康狀況，還能知道末端消費者的喜愛，調整飼養密度和捕撈網目的大小，讓蝦子產量提升。透過產銷履歷的數據應用，柯丁風父子更了解自己養的蝦，跟消費者也建立更密切的供需關係。

達人有話說

蝦子如果煮全熟，肉汁流失殆盡，口感會柴，而且甜度會流失，所以煮九分熟最剛好；若是冷凍蝦，直接整包用常溫水浸泡解凍，一解凍就馬上下鍋，不然蝦子容易黑頭、黑腳，失去鮮度的蝦容易發生褐變。

產銷履歷的全程紀錄和管理制度，有助於掌握蝦子健康狀況，同時有效提升蝦子產量。

顏啟仁

浮狀飼料餵養的鱸魚

馴化鱸魚改吃浮狀飼料，更加掌握魚的健康狀況；採低密度的生態養殖與魚蝦輪養，建立魚蝦疾病防火牆；出貨前取樣，嚴守好品質；顏啟仁在技術與出貨細節上用心，將鱸魚外銷澳洲，成為臺灣的驕傲。

品項：鱸魚、虱目魚
吳郭魚
產期：全年

身為農三代，自懂事以來，顏啟仁年少時期的記憶裡，每天的生活就離不開魚塭。歷經當兵、澳洲求學、臺北工作的時光，越是在異鄉生活，故鄉的呼喚就越在腦海中繚繞。28歲那年，顏啟仁聽從心底的聲音，回到讓他魂牽夢縈的故鄉高雄當起漁夫。

馴化吃浮狀飼料的金目鱸

一開始以養鰻魚為主，會養起鱸魚是因為與飼料公司的合作。鱸魚養殖一般都是餵食沉狀飼料，當時有飼料公司研發出浮狀飼料，找到顏啟仁合作試用，他這才開始養起鱸魚。

使用浮狀飼料的好處，在於更能觀察到鱸魚食用的狀況與份量，便於調整下次投餵數量，如此不會讓剩餘飼料汙染水質，也較節省成本。但魚的習性是吃沉在水裡的食物，為了讓鱸魚吃浮在水面的浮狀飼料，顏啟仁從魚苗階段就開始投放浮狀飼料，讓牠們慢慢習慣，終於讓他成功馴化吃浮狀飼料的金目鱸。

低密度輪作　建立魚蝦疾病防火牆

除了餵養方式的變革外，他以生態養殖方式飼養的金目鱸魚，完全不使用抗生素及任何化學添加劑，肉質、口感可媲美野生魚。低密度的自然生態養殖方式，並仿效植物栽種，同一養殖池，以一年鱸魚、一年白蝦換池輪養來防止魚病，成功建立魚蝦的疾病防火牆。

顏啟仁養殖的金目鱸魚，完全不使用抗生素及任何化學添加劑，並且採取粗放、低密度的自然生態養殖方式。

建立品牌　打穩網路宅配

有鑒於水產品藥物殘留問題屢見不鮮，顏啟仁在民國96年起轉型無毒養殖，自創品牌「岩喜屋」，期間鱸魚、虱目魚、吳郭魚陸續通過產銷履歷驗證；不只是安全更要兼顧美味，是顏啟仁的基本信念，捕撈前的品質採樣試吃是出貨前的基本動作。

當有能力生產優質的漁產品時，卻沒有適當的管道銷售，於是顏啟仁當起部落客，寫食譜分享漁夫料理、教人吃魚，並建立自己的銷售網站。這幾年來，網路商店有越來越多客戶認同產銷履歷，岩喜屋水產一步一腳印漸漸打穩了網路宅配的銷售實績，現在甚至外銷澳洲，為臺灣水產品打進世界版圖。

達人有話說

新鮮的魚用清蒸或煮湯，只以鹽、薑絲調味，簡單烹調卻越能吃出魚的鮮美原味。而將蒜頭與鱸魚一起煮成蒜頭魚湯，是自家私房煮法，滋味也相當不錯！

浮狀飼料能降低水質汙染，且更能觀察到鱸魚的食用狀況，作為調整飼料與魚群健康狀態的觀察依據。

黃存后

產銷履歷豬肉代工的先驅

從事產銷履歷豬肉加工，成本相對提高，利潤卻未增加；但台畜的理念是品質優先！產銷履歷對品質把關的要求，和黃存后的想法不謀而合，台畜因而成為臺灣產銷履歷豬肉代工加工廠的先驅。

品項：豬肉
產期：全年

台灣農畜產工業股份有限公司（現稱台畜）成立於民國 56 年，成立之初專營冷凍肉品外銷日本，為當時屏東地區以養豬為副業的農村帶來不少收益，改善了農家生活。公司發展至今，已成為國內外知名老牌。

時代之先　產銷履歷之濫觴

民國 90 年初，病死豬事件頻傳，消費者對食用豬肉感到疑慮。有感於此，早在農委會尚未實施產銷履歷驗證時，台畜就開始推動生鮮豬肉產品溯源概念，並建立追溯系統平臺，由當時臺灣省肉品運銷合作社之自然豬品牌供應豬隻，台畜負責屠宰加工，銷售端則由統一包辦，推出滿漢責任生鮮豬肉，每個包裝背面都有生產牧場與來源編號，消費者只要在責任生鮮豬肉網站輸入包裝編號，就可以知道手上買的豬肉，從哪個牧場生產、飼養過程藥物控管狀況等記錄。這套豬肉追溯系統，是全國首創每包均有來源身分編號的生鮮豬肉。

不惜成本　推動豬隻個體履歷計畫

民國 95 年，台畜、動科所及資策會推動「RFID 豬隻個體履歷計畫」，推出台畜關山晶鑽豬，將晶片植入每頭豬隻，詳細記錄其生長過程，包含投藥注射、飼料餵養等等，將履歷與追溯概念從細節面貫徹執行。

台糖公司擁有臺灣規模最大的養豬廠，台糖牧場所畜養的豬隻皆交由台畜進行切割包裝，是台畜最主要的客戶。

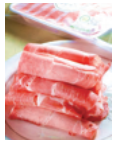
也許是觀念跑得太前面，不論是滿漢責任生鮮豬肉還是豬隻個體履歷計畫皆叫好不叫座。儘管如此，台畜領先國內業者推動履歷制度所獲得的經驗，成了日後國內規劃畜產品產銷履歷制度的寶貴意見。

批次管理　落實產銷履歷制度

民國 96 年產銷履歷認證制度甫推出，台畜便率先加入，並取得臺灣第一張產銷履歷豬肉代工驗證。台畜透過嚴謹的批次管理制度將產銷履歷的精神加以落實，不但環境衛生有嚴格控管，送到工廠等待處理的履歷豬還得跟其他一般肉品分別放置，倉儲需分批，每一批履歷豬又得有自己的儲位，十分占空間；加上分批切割，工作效率降低。付出這麼多，終點利潤卻不見得能有相對回收，「但老闆的意思是做就對了，因為我做的品質就是要比別人好！」黃存后如此表示。

現在，台畜不但有產銷履歷，還通過 CAS、HACCP、ISO9001、ISO22000、人道屠宰、友善畜產品等，不只品質更有保障，也更加拉開與競爭者的距離。

達人有話說



薄的冷凍豬肉片不要退冰，直接下鍋料理；厚豬肉用微波 45 ～ 60 秒解凍，這樣一來阻止細菌孳生，二來能保留血水，讓口感不會太柴太乾。

嚴謹的批次管理制度，雖然會影響效率，卻能更清楚每一個環節的執行，有效降低風險，幫助掌控品質。

黃惠娟

傳承父親堅持的金大雞蛋

「做產銷履歷剛開始是為了父親，他一直對這個產業很用心。當父親知道有產銷履歷時，他很希望我把這件事情做好，我就很用心、很用力地把它完成。可是當我完成的時候，他就走了。」——黃惠娟

品項：雞蛋
產期：全年

位於彰化縣二林鎮的金大畜牧場，從民國 65 年黃瑞珍老先生開創至今，已走過四十個年頭；規模也從當年作為副業經營的蛋雞舍，轉變為主業經營型態。黃惠娟作為第二代經營者，秉持父親注重食品安全的遺志，一路走到了今天。

從傳統人工飼養　走向全自動管理

金大畜牧場營運初期，蛋雞採用人工飼養，在品質管理以及疫病預防上缺乏專業經驗，導致雞蛋品質與產量難以穩定，蛋價行情也隨之起起伏伏，收益上也難以獲得保障。民國 75 年，由傳統人工飼養改為半機械式自動飼養，使得產量大增。之後，更引進電腦化全自動管理系統、高床籠養設備，以及日本高科技電腦洗選系統，耗時三年建設，達到目前十二萬羽飼養數、高床雞舍五棟、洗選加工場一棟、有機堆肥場兩棟的龐大規模。

吃素長大的雞　電腦精選的蛋

黃惠娟藉由電腦設備管理，大幅減少人力與時間成本；並透過燈光控制、飼料營養提升、育種挑選等方式，提高了蛋雞的生產量。在以玉米為主要成分的飼料裡，添加許多益生菌，用好菌來調整雞隻的腸胃道，因為黃惠娟相信，雞和人一樣，只要雞的腸胃顧好、身體強壯，蛋的品質自然也會提升。之後更將海藻加入飼料培育出優選蛋，讓蛋黃富含 DHA。黃惠娟表示，吃素長大的雞所下的蛋，和其他餵養方式比起來，吃起來沒有腥味，特別受到素食者的喜愛。

右：雞蛋清洗後送往包裝廠，透過電腦設備管理，依照不同重量加以分級包裝，過程精準有效率。

左：產下的蛋一律經由輸送帶運送，不僅減少人力成本，也降低外來感染風險。

加入產銷履歷　給消費者一個交代

早在食品安全觀念還未成熟時，黃瑞珍就意識到了食安與品管的重要性；因此，當政府推出產銷履歷制度，金大便率先取得驗證。對黃惠娟的父親而言，加入產銷履歷，除了自我提升之外，更重要的是對食安與品質的堅持；而對黃惠娟個人來說，加入產銷履歷驗證，是繼承父親遺志，是凡事都要做到最好的要求，更是給消費者的一個交代。

達人有話說

金大畜牧場的雞蛋吃起來天然無腥味，建議直接以水煮蛋的方式享用，不僅少油多健康，還可品嘗到蛋白的 Q 彈與蛋黃的濃香。

產銷履歷嚴謹的批次管理方式，為金大在飼料餵養與疾病預防等管理層面省下了許多功夫，讓黃惠娟不得不佩服父親當初的前瞻眼光。

2016 產銷履歷達人 info

農糧達人 余春霞

品　項：茶葉
產　季：全年

申請驗證名稱：
臺東縣鹿野鄉茶葉產銷班第 2 班
地 臺東縣鹿野鄉龍田村南二路 55 號
電 0963-427-889
信 a550958@yahoo.com.tw

農糧達人 吳國池

品　項：綠竹筍
產　季：5 月 -10 月

申請驗證名稱：
新北市五股區蔬菜 (綠竹筍) 產銷班第 9 班
地 新北市五股區御史路 172-6 號
電 0935-148-673
信 kcwu0320@gmail.com

農糧達人 沈朝富

品　項：小番茄、水稻、香瓜
產　季：小番茄 12 月 - 隔年 5 月、水稻全年、美濃瓜 8 月 -9 月

申請驗證名稱：
嘉義縣水上鄉蔬菜產銷第 4 班
地 嘉義縣水上鄉大崙村 89 之 13 號
電 (05)371-4221　0928-700-686
網 http://www.fongshuo.com.tw/

農糧達人 邱冠鈞

品　項：小白菜、青江白菜、油菜、茼蒿、小芥菜、蕹菜、菠菜、番茄、葉萵苣、洋香瓜
產　季：短期葉菜類全年供應、洋香瓜 7 月 -9 月、小番茄 12 月 - 隔年 3 月

申請驗證名稱：
桃園市八德區蔬菜產銷班第 6 班
地 桃園市八德區茄苳路 200 巷 29 號
電 0960-553-359
網 https://www.facebook.com/HotFunFruit/?fref=ts

農糧達人 紀文雄

品　項：芋頭
產　季：9 月 - 隔年 4 月

申請驗證名稱：
臺中市大甲區蔬菜產銷班第 12 班
地 臺中市大安區西安里東西七路 25 號
電 0936-242-146

農糧達人 張厚深

品　項：番石榴
產　季：全年

申請驗證名稱：
保證責任高雄市燕巢青隆果菜運銷合作社
地 高雄市燕巢區中華路 200 號
電 (07)616-5672
信 cake8977@hotmail.com

農糧達人 許倫肇

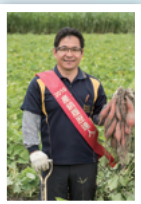
品　項：玉荷包
產　季：4 月 -6 月

申請驗證名稱：
保證責任高雄市芳境果菜運銷合作社
地 高雄市旗山區旗南三路 232-16 號
電 (07)665-1437
網 http://yuherpau-litchi.com/

農糧達人 陳蒼鄢

品　項：小黃瓜
產　季：全年

申請驗證名稱：
彰化縣溪州鄉蔬菜產銷班第 31 班
地 彰化縣溪州鄉東州村東州路 32 號
電 0933-561-757



農糧達人 黃榮清

品　項：甘藷
產　季：全年

申請驗證名稱：
保證責任彰化縣慶全地瓜生產合作社
地 彰化縣福興鄉頂粘村頂粘街 447 號
電 (04)770-9000
網 http://www.babatata.com.tw/

農糧達人 賴明岐

品　項：高接梨
產　季：5 月 -12 月

申請驗證名稱：
知耕鳥農企業有限公司
地 臺中市后里區廣福里內東路廣益巷 19-1 號
電 0958-889-914
網 https://www.facebook.com/farmerssay

農糧達人 鍾紹文

品　項：紅龍果、稻米、番茄
產　季：紅龍果 5 月 -11 月、小番茄 11 月 - 隔年 3 月、稻米 6 月

申請驗證名稱：
高雄市美濃區果樹產銷班第 22 班
地 高雄市美濃區中興路二段 858 號
電 0988-158-956
網 https://www.facebook.com/chungshaowen/?fref=ts

水產達人 柯丁風

品　項：白蝦
產　季：全年

申請驗證名稱：
柯丁風
地 嘉義縣義竹鄉新店村 275 號附 16
電 (05)342-6823
網 http://www.shamiworld.com/index.htm

水產達人 顏啟仁

品　項：鱸魚、虱目魚、吳郭魚 (臺灣鯛)
產　季：全年

申請驗證名稱：
顏啟仁
地 高雄市路竹區三爺里三民路 12 號
電 0932-736-664
網 http://yan-seafood.com.tw/

畜禽達人 黃存后

品　項：豬肉
產　季：全年

申請驗證名稱：
台灣農畜產工業股份有限公司
地 屏東縣屏東市建國路 480 號
電 (08)752-0525
網 http://www.tham.com.tw/index.php

畜禽達人 黃惠娟

品　項：雞蛋
產　季：全年

申請驗證名稱：
金大畜牧場
地 彰化縣二林鎮西庄里西庄巷 5-6 號
電 (04)868-3408
網 http://www.chin-ta.tw/

產銷履歷 2016

出版單位：行政院農業委員會
地　　址：10014 臺北市中正區南海路 37 號
電　　話：(02) 2381-2991
網　　址： http://www.coa.gov.tw/
執行單位：冠諭科技股份有限公司、刊欣媒體顧問有限公司
編輯顧問：胡忠一、陳祈睿、吳宣萱
主　　編：陳淑慧、趙志恆
編　　輯：阮筱君、林宜屏
攝　　影：洪翔煜

行政院農業委員會 廣告

TAP 產銷履歷農產品

查履歷

產銷履歷農產品資訊網
http://taft.coa.gov.tw/

哪裡買

產銷履歷農產品供貨資訊網
http://tapinfo.coa.gov.tw/work/imita_login.php

FB粉絲團

產銷履歷facebook
https://www.facebook.com/taptaiwan

LINE 好康速報

產銷履歷農產品Line@生活圈
https://line.me/R/ti/p/%40feh4600w

指導單位：行政院農業委員會

執行單位：imita 冠諭科技股份有限公司
MEDIA :: PLUS COMMUNICATION & CONSULTING CO.
刊欣媒體顧問有限公司