

芒果分級包裝與市場拍賣現況

許 清^{1,2}

摘要

不論生產者或消費者，對於農產品都有區分其品級的認知或做法，只是由於其設身處地的不同，生產者產生等級區分時常會重視其風味，而消費者則僅重視其外觀，如就芒果分級的區分項目來看，事實上可歸納為以下一些依據：(1)成熟度：代表農產品品質區分的最高準則。(2)風味：非常具體，也非常客觀，因風味嗜好各有不同，自然可以個別抉擇。(3)色澤：一般農產品都有其固定色澤，從色澤上約略可以概估其成熟度。(4)大小：箱面標示粒數來區分，可分為12粒、15粒、18粒、20粒、24粒入為標準。(5)重量：本批發市場所具芒果包裝方式，大部份均為單層6公斤裝紙箱，可避免詐底，也方便交易搬運。另有3公斤裝子母箱式包裝，減少批發商整理的作業，方便轉售至零售階段。(6)其他：例如形狀、傷害、蟲害、病害果，也常列為分級的標準。但是在眾多農戶之中，每人的品質不盡相同，分成等級的實際產品當然就有一些差異，因此成熟的分級包裝理念是基於幫助產品的銷售，以消費為導向，增進生產的效益。而為強化市場競爭力，需注重提高供應品質、建立品牌形象、加強市場情報收集與應用，提升運銷效率亦是談分級包裝中涉入銷售面所面臨之重要課題。芒果目前拍賣現況：(1)目前本公司一、二市場合計每日到貨量約80~100公噸，品項仍以愛文及金煌佔多數，玉文、土芒果居次，其餘如金興、黑香、金蜜、夏雪等改良種或新興品種為少數。(2)屏東地區預估將於6月底漸進入生產尾期，臺南地區亦將於7月份步入出貨盛產期。(3)拍賣員依據每日總進貨量或單品進貨量、天氣因素、到貨品質的好壞進行裁價（拍賣前之參考價）並擬定當日拍賣腹案，當正式拍賣時適時觀察業者進場交易人數之多寡、買氣之強弱，機動調整開價，在公開、公平的環境下居中執行公正的拍賣，由眾多承銷人依市場供需情況、商品品質等因素競相出價，故拍賣價格不是由批發市場決定，而是由供需來決定的。

關鍵詞：芒果、分級包裝、市場拍賣

1. 臺北農產運銷股份有限公司第一批發市場水果組拍賣員。臺灣。臺北市。

2. 通訊作者，電子郵件：abc0067@hotmail.com；傳真機：(02)23628496

分級標準

目前行政院農委會為提升國產芒果市場之公信與競爭力，特別編訂有「芒果品質規格標準」乙式。臺北農產運銷公司也編有「果菜分級包裝手冊」供生產者或農民團體索取。

分級依據

依成熟度、風味、色澤、大小、重量等進行分級，並區分為特優、優、良三級。

分級包裝技巧

提升購買慾望前提，目前仍不時存在著農產品生過剩的現象。如何在市場上爭取承銷人或消費者的購買意願，必然是生產者重視的課題。因此如何迎合購買者的選擇意願，設定包裝樣式，如何處理箱內的擺設，都是出貨前考量的技巧。其他如美觀的紙箱設計，保護產品減少碰撞的損傷，舒果套或襯墊的應用都是吸引承銷意願的作法與技巧。

輔導各農民團體分級包裝所具缺失

依附在各農民團體下之個別農戶，每人的生產技術，果園的栽培管理不同，當然生產的品質亦不盡相同，分成等級的實際產品就有一些差異，經常發生其人的特級品價格劣於他人的優級品價格，因而造成誤解，甚至歸咎於市場交易制度不健全。更有甚者在長時間特良分級認識不清下，偶然他現採收的貨品優於經常自行認定的特級品，便逕自加上「精品」「超美或特美」的標示，這些標示在市場交易時並沒有實質意義，以不會因此增加售價，反而造成交易的困擾。或農友只短視的重視拍賣價格，而無長期投注心力確實的做好分級包裝的心態亦尅改正。

芒果拍賣現況

- 一、目前屏東地區芒果進入尾期，臺南地區預估 7 月開始進入盛產出貨期，而目前受泰莉颱風影響，屏東、高雄、臺南降下大雨，導致近日芒果到貨品質非常不穩定，拍賣行情波動大。
- 二、目前市場中仍以「愛文」為大宗約佔 6-7 成，市場承銷人承購意願及接受度最高是其他品種仍無法取代的芒果銷售主力。「金煌」芒果雖果肉利用率高，但風味不見特殊，量雖僅次於愛文芒果，只在一般民俗「四果日」或大賣場特賣會才有承銷人大量採購，需求時多時少。「凱特」晚期種亦相同。
- 三、另新興品種「玉文」、「金蜜」、「黑香」具特殊風味甜度亦高，在拍賣市場上自有一定比例的承銷或消費族群。
- 四、「夏雪」-為取得品種權的芒果品種，雖然拍賣市場所有仍然少數，但經媒體報導，且其風味與土芒果相近，市場承銷人詢問度亦漸增多，對此新品種感到承銷興趣，唯量少，日後仍須長期經過市場銷售之檢驗或有大力推廣的價值。
- 五、「台農 1 號」、「金興」市場接受度差，拍賣價格難有起色，恐有沒落淘汰之趨勢。

