

# 垂直整合觀點茶葉廠農合作體制之研究

洪忠修\*

## 摘 要

茶產業是我國重要產業項目之一，近 5 年平均種植面積約 1 萬 8,600 餘公頃，平均年產值約新台幣 32 億 8,200 餘萬元、佔農業總產值 0.9%，其重要性不待言語，現今與咖啡、可可並為世界三大飲料之一。民國 93 年起，行政院農業委員會農糧署於茶產業結構調整計畫項下，研擬「茶葉廠農合作體制」，訂定茶葉廠農合作生產標準作業程序，冀以生產符合安全衛生之茶品。

本文以 SWOT 法則就茶葉廠農合作體制作理論分析，並透過質性研究法進行實證，深度訪談茶主要產區之計畫執行單位主辦人、茶廠與茶農等人員。經歸納計畫之執行成效為（一）總體面效益—產業效益，短期效益不顯著、長期效益為茶產業取得永續發展契機。（二）個體面效益—茶廠與茶農，其中茶廠效益為可獲得確保茶菁品質與建立產地標示品牌二項直接利益；茶農效益則為收益較有保障，每公頃粗收益有機會增加 1 萬 2,800 元。至於歸納之問題為（一）宣導事宜、（二）計畫補助項目執行、（三）產品市場區隔不足，以及（四）農藥安全檢測實務等四項；本文並針對上述問題提出制度性與技術性之對策芻議。

未來茶葉廠農合作體制，在有效強化管理機制，建立更具規模經濟及完善的推動體系，勢將有助於提升優良國產茶的健康形象、知名度與國際市場競爭能力。

關鍵詞：垂直整合、茶葉、廠農合作、SWOT

---

\* 國立中興大學應用經濟系博士及國立空中大學兼任助理教授。

# 垂直整合觀點茶葉廠農合作體制之研究

洪忠修

## 壹、前言

茶產業是我國重要的產業之一，依據農業統計年報資料顯示，近5年平均種植面積約為1萬8,600餘公頃，平均年產值約新台幣32億8,200餘萬元、佔農業總產值0.9%，居農產類產品之前10大產值地位，其近年之生產結構如表1所示，產業重要性不待言語。另一方面，就茶葉消費面而言，根據台北市埡公農業產銷基金會董事長汪彝中先生指出「茶是一種古老且文明的飲料，我國是世界上最早發現及利用茶的國家，在早年即傳播到國外，並為世人所喜愛，而今茶已成為世界三大飲料(茶、咖啡、可可)之一」<sup>註1</sup>。

因此，不論是由供給面，或是由需求面而言，茶產業的重要性既是一斑可見。然而，綜觀近年來我國產葉外銷市場結構變化，主要出口國家地區與其出口量值等結構皆有所改變。首先，就我國現有茶葉之出口品項<sup>註2</sup>分類而言，在我國茶葉出口貨品號列品項中，具有較高價位與重要地位者，為未發酵茶、發酵茶，以及部分發酵茶等品項，惟近年來該類品項之出品量值皆已明顯遞減；反觀，非屬我國發展之重點品項的馬黛茶，其出口量值則逐年以較大幅度呈現增加趨勢。其次，就主要出口外銷市場之國家地區結構而言，對先進國家市場，諸如日本、美國與歐盟等地之出口量值呈減少趨勢，尤其是居我國產葉最主要外銷市場的日本市場，其出口量值更是明顯衰退不少。由近5年我國茶葉出口國家地區之結構變化如表2所顯示，在先進國家之中，原屬我國具出口競爭力的茶葉品項，出現外銷退化的警訊，故當思茶葉產業之問題所在與其因應之道。

為冀使茶產業具有永續經營的契機，以及確保茶產品之消費安全要求，建構優質安全茶葉生產體系，以生產至行銷全程管控模式，達到源頭管理要求，為當前重要手段之一。民國93年起，行政院農業委員會農糧署(以下簡稱農糧

註1 參閱茶葉消費小百科 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=2684>

註2 目前我國茶葉出口6碼貨品號列主要包括090210綠茶(未發酵)，每包不超過3公斤、090220其他綠茶(未發酵)、090230紅茶(發酵)及部分發酵茶，每包不超過3公斤、090240其他紅茶(發酵)及部分發酵茶、090300馬黛茶類，以及210120茶或馬黛茶之萃取物、精、濃縮物及以茶、馬黛茶之率取物、精、濃縮物或以茶、馬黛茶為主要成分之調製品。

表 1 民國 90-95 年茶葉產業結構表

單位：公頃、新台幣百萬元、%

項目	生產		佔農產類 產值比例	佔農業 總產值比例
	種植面積	產值		
90	18,938	3,570	2.22	1.01
91	19,342	3,052	2.01	0.87
92	19,310	2,998	2.04	0.84
93	18,208	3,029	1.87	0.78
94	17,620	3,761	2.31	0.98
95	17,205	4,353	2.53	1.15

資料來源：本研究整理自 93、95 年農業統計年報，行政院農業委員會，民國 94 年 6 月、96 年 6 月。

表 2 民國 90-95 年茶葉出口結構表

單位：公噸、美金萬元

項目	總出口		未發酵茶		發酵茶或 部分發酵茶		其他 (馬黛茶)	
	數量	金額	數量	金額	數量	金額	數量	金額
90	4,360	1,629	418	1,995	2,033	12,277	1,909	2,019
91	6,708	1,883	512	2,910	2,081	13,130	4,116	2,789
92	8,557	2,194	563	3,017	2,150	14,922	5,844	4,002
93	8,820	2,123	467	2,972	1,921	13,756	6,432	4,499
94	9,943	2,066	491	2,849	1,684	12,635	7,768	5,180
95	9,198	2,068	580	3,992	1,383	12,087	7,236	4,602

資料來源：本研究整理自 95 年農產貿易統計要覽，行政院農業委員會，民國 96 年 6 月，以及農委會農產貿易統計查詢系統

(<http://agrapp.coa.gov.tw/TS2/TS2Jsp/Index.jsp>)。

署)於茶產業結構調整計畫項下，研擬「茶葉廠農合作體制」，訂定茶葉廠農合作生產標準作業程序，冀以生產符合安全衛生茶品。

茶葉廠農合作體制執行至今已進入第三年，其成效如何？有無達成預期目標？未來改革方向為何？頗值得吾人深入探究。

## 貳、背景分析

### 一、茶葉廠農合作體制概述

茶葉廠農合作體制，可謂茶產業產銷垂直整合的具體實踐，整合的產銷職能包括園區生產、茶菁加工、茶品分級與產地標示等。

### (一) 計畫目的

依據農糧署「茶產業結構調整計畫廠農合作生產作業程序」指出，茶葉廠農合作計畫目的乃為因應市場需求，輔導茶農生產安全茶菁，並由製茶廠（場）以合理價格收購，以生產符合安全衛生茶品供應消費者。

### (二) 作業實務

#### 1、參加資格

茶葉廠農合作體制，顧名思義包括茶廠與茶農二者。為規範參加者訂有相關的基本條件，就茶廠資格而言，必須經轄區縣政府認定年產粗製茶 3,000（96 年提高為 5,000）公斤以上者；就茶農資格而言，則須種植 0.1（96 年提高為 0.3）公頃以上茶園並與上列茶廠契作者。

#### 2、茶廠權利與義務

製茶廠應訂立自律公約規範相關事宜，並與參與計畫之茶農訂立契作約定，收繳茶農（代工）茶菁。為落實茶品品質，製茶廠應通知縣政府協調由農糧署分署、茶業改良場及其分場、縣政府、鄉鎮農會等單位，派員組成之取樣人員 2 名以上到現場執行茶乾取樣工作。此外，製茶廠每年至少應召開兩次以上與茶農工作管理及田間用藥會議，宣導安全用藥觀念。參加茶葉廠農合作體制之製茶廠，作業程序經審查符合規定者，可獲得有機肥、防治資材等每公頃各 4,000 元計算，以及總額 5,000 元產地標示包裝材料用途之補助；另尚有通過有機驗證之獎勵金每公頃 10,000 元，以及土壤與水質檢驗費用各 1,250 元之補助等各類獎勵措施。

#### 3、茶農權利與義務

茶農應與廠農合作體制之製茶廠訂立契作約定，繳交（或以代工方式）80% 的茶菁；茶農並應出席相關講習課程，內容包括茶園管理、農藥安全使用與茶菁採摘、填寫生產履歷紀錄，以及包裝標示產地等課程。參加茶葉廠農合作體制之契作茶農，作業程序經審查符合規定者，按每公頃可獲得新台幣 1 萬元補助，輔導其生產資材及產地標示包裝材料用途。

### (三) 申請與輔導之作業流程

首先，申請程序方面，以茶廠為核心與茶農完成契作手續之後，向當地農會、合作社提出申請，報送縣市政府核備轉報農糧署及各區分署完作審查；其次，教育訓練與實地輔導方面，由農糧署各區分署

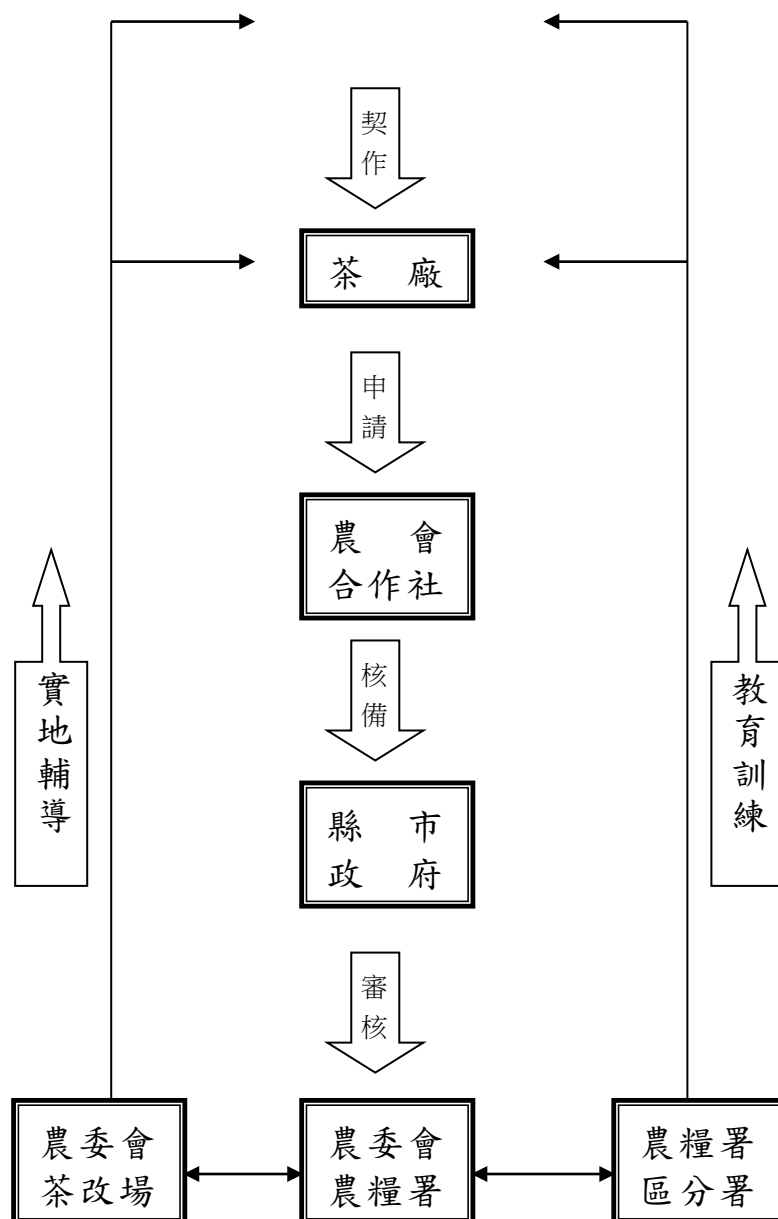


圖 1 申請與輔導作業流程簡圖

規劃講習課程，邀請茶廠與契作茶農參加，並由茶改場組成輔導團隊，實地輔導茶農進行田間作業、栽培管理、生產履歷紀錄與包裝標示等工作。

## 二、茶葉廠農合作體制 SWOT 分析

### (一) 優勢 (Strength)

藉由茶廠與茶農間建立合作體制，促成茶菁市場垂直整合機會，有效減少運銷費用支出，增加茶農的收益。南投縣名間鄉瑞成茶廠負責人余金炘先生指出，以該鄉為例，全鄉約有 40 餘位茶葉中間販運商，其對於非茶葉廠農合作體制之一般茶農每台斤的平均收購價格，

不論春、秋、冬茶皆較市場行情約低於 2 元，以名間鄉茶菁價位每台斤在 20-30 元之間，透過茶葉中間販運商收購之非茶葉廠農合作體制一般茶菁，其收購價格約低於市場行情 7-10%。顯示透過茶葉廠農合作體制，契約收購茶菁價格不致低於一般茶菁價格，具有提高與保障茶農收益之發展優勢。

### (二) 劣勢 (Weakness)

由於農藥殘留毒檢驗問題，以及有機肥料使用的觀念尚未能完全落實，部分茶農仍心存僥倖投機心理，使用不合規定的農藥與化學肥料等，致產量與外觀不差，仍能賣得相當程度的價位，對參加廠農合作的茶農，必須依規定施用農藥肥料造成不平結果，減少茶農參加廠農合作體制的誘因。名間鄉茶葉產銷班第 24 班班長岳永清先生指出，其本人即為參加廠農合作的茶廠負責人，對於收繳茶農（代工）之茶菁，必須要求茶農按部就班完成農藥肥料之施用；但相對於收購一般茶葉之中間販運商，不顧農藥殘留問題仍會收購的作法，該類茶農因使用毒性較強與持久的農藥，且可能因而使生產成本降低，以致影響茶農參加廠農合作意願。

### (三) 機會 (Opportunity)

茶葉為國內重要產業之一，除了內銷市場外，每年並為國家賺進大量外匯。近 5 年茶葉各品項之出口量值具遞增趨勢，平均出口量為 7,678 公噸、出口值為 1,979 萬美元。但隨著日本與歐盟對於茶葉農藥殘留檢測要求更趨於嚴格，致茶葉外銷市場受到更大的限制。以日本為例，自 2006 年 5 月 29 日起，日本已實施農藥殘留檢驗新制，除了大幅增訂農藥殘留基準項目至 586 種外，不得檢出殘留者 15 種，其餘農化藥品殘留統一基準為 0.01ppm。名間鄉茶農李清林先生指出，受到日本與歐盟等國高度要求食品安全，故近年來該鄉出口茶品似有減少趨勢，為確保茶葉外銷市場，透過茶葉廠農合作體制，應可有效為茶葉農藥殘留毒問題把關，重啟銷日市場機會。

### (四) 威脅 (Threaten)

以民國 95 年參加茶葉廠農合作體制之茶廠 141 家、茶農 1,442 戶、茶園面積 1,838 公頃為例，顯示參加茶葉廠農合作體制的茶廠、茶農與茶園面積比例仍然偏低。由於仍有多數未參加廠農合作體制的茶農，茶廠對於農藥肥料安全使用之把關缺乏另一層規範，故在茶廠製茶過程中，茶廠生產線若未能妥善區隔，恐造成填加物、農藥殘留物污染問題；甚至發生魚目混珠情事，影響茶葉廠農合作體制產地標示信譽。梅山鄉龍眼林茶廠負責人林廣立先生指出，由於茶園管理方式不一，且個別茶農對於香精等填加物認知不同，該地區曾發生茶農製茶過程填加香精殘留，以致影響後製茶品風味與口感。

## 參、研究方法

本文運用質性研究法 (Qualitative Research)，進行實證分析研究，由於質性研究法具有較高的研究效度 (validity)，為研究社會科學常用工具，側重經驗法則運用，故選定訪談對象必須具備豐富的專業知識與代表性，足以提供研究主題所需之訊息。因此，本研究選定茶產業重要地區南投縣名間鄉、嘉義縣梅山鄉二地，除深度訪談農會推廣股長、茶葉廠農合作體制計畫主辦人外；並訪談每一鄉具代表性之茶廠負責人 2 位、茶農 2 位，合計 8 位廠農業者。

### 一、質性研究法

陳向明 (民國 93 年) 在社會科學質的研究一書中指出，質性的研究是以研究者本人作為研究工具，在自然情境下採用多種資料收集方法，對社會現象進行整體性的探究，使用歸納法分析資料。質性研究方法，並非運用調查大量樣本作為基礎，以及先行預定各項假設條件後，復對自變數與依變數定出法則，故毋需強烈設計變數與模型，免除效度運用問題。

此外，吳英偉等人 (民國 85 年) 亦曾歸納質性研究的基本內涵，屬於「解釋性的科學」、「著重在行為者的觀點」、「目標在於了解行為者的意義與經驗」、「研究方法並非標準化的技術，在於運用田野研究、參與者觀察、面談等個案研究」、「研究方案之設計乃依循者研究人員將自身置於受試者的生活世界中」等內涵。Gold (1958) 在 “Roles in Sociological Field Observation” 文中指出，研究調查之觀察者 (研究者) 於資料蒐集過程中，就其參與活動、涉入運作程度，以及與研究對象互動關係，研究者角色區可分為以下四種類型：純粹觀察者 (complete observer)、中立態度參與研究對象活動之觀察者 (observer as participant)、積極主動涉入研究對象活動與情境之觀察者 (participant as observer)，以及完全涉入活動與情境之參與者 (complete participant) 等。就田野調查之研究方法而言，將觀察者定位在中立參與角色較為妥切，冀以設身處地觀察研究地區實況，貼近事實，以及綜合研判取得客觀資料。

### 二、現地調查與觀察

Wolcott (1990) 在 “Writing Up Qualitative Research” 質性研究寫作書中指出，質性研究的基礎在於運用現地觀察與訪問所得資料作為分析的工具。余玉眉等人 (民國 83 年) 在質性研究—田野研究法於護理學之運用專書中指出，田野研究法 (Field Method) 係指在自然環境中所進行的研究，探討標的物在某一特定自然環境中的生存與活動適應

問題。田野研究法的重要特點，為研究者利用就地取材方式進行研究工作，或所謂身臨其境（on the spot）的意義，親自觀察與了解個案之行為表現。因此，為了解研究地區茶葉廠農合作推展現況、執行問題與面臨瓶頸等，本文研究者親赴研究地區訪查，並由研究者依學理基礎與實務經驗，發掘相關問題。

### 三、深度訪談

針對研究地區茶廠、茶農與輔導單位人員，進行個別意見調查與深度訪談（In-depth interview method），廣泛且深度搜集所需之初級資料。深度訪談規劃分為茶廠、茶農與輔導單位等三類；至問卷設計部分，除基本資料之訪查與蒐集外，主要問項包括受訪者對計畫體制之認知、受訪者執行廠農合作之運作模式，以及遭遇困難與未來期許等。深度訪談係透過開放性問答原則，由研究者與受訪者進行直接對話，並紀錄受訪者意見，冀以充分且完整了解受訪者對茶葉廠農合作體制見解。

表 3 深度訪談對象分配表

項目	茶廠	茶農	輔導單位	合計
名間鄉	2	2	1	5
梅山鄉	2	2	1	5
合計	4	4	2	10

資料來源：本研究整理。

## 肆、農業經營之垂直整合

### 一、垂直整合內涵

垂直整合（vertical integration）意指企業將其營運的範疇進行整併，向上游（向後）—即企業自行生產所需之投入（input）；或向下游（向前）—即企業自行處理其所產出（output）。企業進行營運垂直整合的目的，在於有效掌握供應來源（或掌握銷售通路），確保要素投入或產出產品之品質，以高效率的投入產出模式，提昇企業營運績效，創造更高競爭優勢與價值鏈。Schmitz 等人（2001）在研究「垂直整合與綜效」文中指出，經過整合的生產模式，有效提供生產者進行最適的生產投資決策，足以造更高效益；Fronmueller 等人（1996）在研究「垂直整合競爭利益」實證結果指出，向下游（向前）整合具有降低市場運銷阻力的正面效果。然而，亦非垂直整合即可絕對為企業帶來利益效果，Campbell（1995）在「垂直整合究竟為具有特殊綜效或只是一種誘惑」文中指出，進行策略性聯盟垂直整合之雙方，若為自願性結合者，雙方可獲得倍增之合作效益；但若非自願結合者，則其效益有限，顯示垂直整合仍有其限制性。



## 二、農業產銷垂直整合

垂直整合係指單一企業，同時跨越二項以上不同層級的業務經營，農業生產既是人類最古老的經濟產業項目之一，故追求經濟性效益，進行產銷整合為必然的要求。就農業生產各階段業務而言，包括原始生產、分級加工、批發儲運，以至零售職能等，涵蓋產、製、儲、銷的業務範疇。因此，農業生產過程中，採行垂直整合的經營策略，可有效擴大經營規模、降低生產成本、增強市場佔有率與競爭能力等效益。

## 伍、效益分析

為分析茶葉廠農合作體制執行成果，本文擬就總體面-產業效益，以及個體面-茶廠與茶農效益層面進行分析。

### 一、總體面-產業效益

#### (一) 短期效益

茶葉廠農合作體制，自民國 93 年度正式推動迄今歷時 3 年餘，加入計畫之茶廠與茶農比例尚不高。經訪談主要產區之茶農、茶廠與輔導單位表示，多數茶農尚不了解計畫宗旨，參與廠農合作體制意願不高，故計畫執行短期效益並不顯著。然而，儘管短期間計畫執行效益並不特別顯著，但抽檢自茶葉廠農合作體制下，茶廠與茶農所生產的茶品，對其農藥殘留檢驗合格率之觀察，民國 93 年、94 年與 95 年分別高達 99.30%、98.03%、97.25%，顯示農藥安全使用觀念，似已更為加深。

#### (二) 長期效益

由於茶葉廠農合作體制，積極執行農藥安全使用觀念與實施必要檢測，故茶產品品質獲得認(驗)證，可有效扼阻投機或短利之生產行為。因此，長期而言，建立茶品消費安全之核心價值，可確保茶產業取得永續發展契機。在茶葉廠農合作體制引導下，我國茶品以安全品質條件，取得國內與國際競爭優勢，在公經濟良性發展下，對個別生產者自當具有正面效益。

### 二、個體面-茶廠與茶農

#### (一) 茶廠

在茶葉廠農合作垂直整合條件下，茶廠可獲得二項直接利益。首先，就茶菁取得而言，廠農合作規模尚不大，茶廠未必可以完全取得足夠的茶菁數量，但藉由茶葉廠農合作的機制，茶廠可要求契作茶農依照標準程序管理園區，確保茶菁品質。其次，就建立產地標示包裝

與品牌而言，在標準製茶作業下，茶廠對契作茶菁的信賴度夠，可免除茶廠收購契作茶菁，使用自有茶廠標示包裝與品牌的疑慮與風險。

## (二) 茶農

依據廠農合作體制精神，製茶廠(場)應以合理價格收購契作茶菁，故對於參加計畫的茶農收益較有保障。以名間鄉機採茶菁為例，部分茶廠以每公斤高於市價 3.33 元(每台斤高於市價 2 元)的價位，向契作茶農收購。若以每公頃機採茶菁產量 3,900 公斤計算，估計每公頃粗收益可增加 1 萬 2,800 元。

# 肆、問題歸納與對策建議

## 一、問題歸納

### (一) 宣導事宜

茶葉廠農合作體制自民國 93 年執行起迄今，經農政部門透過各種管道廣為宣導，部分核心茶廠與茶農已陸續加入計畫體系。民國 95 年底參加該合作體制之茶園面積約佔國內總種植面積 10%，顯示未來仍有推動空間。經由深度訪談過程中觀察結果，多數單一茶廠所契作之茶農數在 8 位以下，據受訪之茶廠負責人表示，尚有茶農不了解該合作體制內容，諸如可享權利與應盡義務等，故對於參加茶葉廠農合作仍持保留態度。

### (二) 計畫補助項目執行

就實質的補助項目而言，凡參加廠農合作體制之茶農與茶廠，在經審查符合規定者，分別得以獲得按每公頃 1 萬元與總額 5 萬元的補助額度，作為產地標示包裝材料用途。對於茶葉價位較佳者(如手採茶菁)而言，茶農多數以代工(或租用茶廠生產線)合作模式，製成後各自取回，以自有品牌與包裝販售，則補助產地標示包裝材料具有意義。

然而，對於較低價位(如機採茶菁)茶菁而言，廠農合作體制之茶廠，多以買斷方式收購茶菁。由於茶菁已為茶廠所買斷，一方面，良莠不齊的茶菁，對茶廠自有品牌存在潛在風險；另一方面，廠農合作體制，要求茶農應依規定繳交契作茶廠茶菁 80% 以上，茶農既已將多數茶菁賣斷茶廠，似不易再以自有品牌包裝售銷，則要求補助款用於產地標示包裝材料難以完全落實。

### (三) 產品市場區隔不足

參加廠農合作之製茶廠及茶農，園區必須加強安全用藥及建立完

整生產紀錄，茶菁品質應較有保障；然而，非廠農合作體制之一般園區茶菁，其農藥檢驗則相對缺乏另一層檢驗機制。實務上，由於茶品之農藥殘留無法目視區別，故產品市場之區隔並不明確。按茶品價格來自市場認同，倘廠農合作體制下的安全茶菁，無法與一般園區茶菁產生市場區隔效應，對茶農加入該合作體制似無立即誘因。

#### (四) 農藥安全檢測實務

現階段有關茶乾取樣工作，係由農糧署分署、茶業改良場及其分場、縣政府、鄉鎮農會主辦人員組成。針對每一農戶抽取一樣品，規定之取樣量為 200 公克，並應於樣品袋外標明茶廠、茶農姓名、取樣日期、茶葉資料、生產履歷記錄表等資料，當日逕送茶改場凍頂工作站（或於隔日送檢）；且明文規定未經取樣人員簽名之茶樣不接受檢測。實務上，此一作業程序尚屬嚴謹無疑；然而，其執行過程中亦恐存在二項可慮之問題，首先，執行取樣之地點與樣品來源，果真為該受檢農戶園區所生產之茶菁，若遇投機之農戶則恐有造假之虞；其次，所有樣品皆送達凍頂工作站檢測，且主要係由少數有限之專業人員負責檢驗作業，致曠日廢時，檢測時效稍嫌不足。

## 二、對策建議

### (一) 制度性對策

#### 1、垂直整合理念實踐

茶葉廠農合作體制，透過茶廠與茶農契作方式，可謂具有垂直整合的芻型。然而，若以民國 95 年 10 月計畫執行資料<sup>註 3</sup>顯示，茶廠 141 家、茶農 1,442 戶、茶園面積 1,838 公頃分析，單一茶廠與茶農的契作比例為 1:10.23，平均每一茶廠契作面積為 13.04 公頃，生產規模並不大，尚無法完全達成垂直整合的綜效功能。未來除了繼續宣導茶廠加入茶葉廠農合作體制外，更應擴大茶農的參與，使單一茶廠契作可達經濟規模。

#### 2、生產者產品責任觀念教育

農產品涉及民生問題，其產品安全課題本即為各先進國家深切重視，自不可等閒視之。茶產品既是定位在健康產品消費層面上，對於茶產品要求，消極面，除了產品應「消費者期待」外；更須積極做好「主動關心消費者」境界，以健康、純正與多樣性的品牌形象，尋求我國茶產品在市場上具長期的競爭優勢。Faure (2000) 在「產品責任與產品安全的競合？」的文中指出，產品責任和產品安全標準之間，明顯存在和諧的一致性；亦即，消費者對廠商所生產產品，具有高度

註 3 參閱茶葉廠農合作體制制簡報資料，農糧署，民國 95 年 10 月 17 日。

之責任要求時，對產品的安全性要求將較高，當安全標準較為嚴格時，更能符合消費者對產品預期信心。隨著國際貿易熱絡，消費者的食品安全意識更加擡頭，我國茶農自當深切體認，產品責任將為生產者不可分離的使命。

### 3、茶葉中間販運商茶菁檢測機制建立

茶葉廠農合作體制，對於茶園管理、農藥安全使用與茶菁採摘、生產履歷紀錄及包裝標示產地等，訂有一套完整的規範與標準，所生產的茶菁安全性較為無虞；然而，茶葉廠農合作體制下的茶菁價格，並無明顯優於非廠農合作體制茶園生產的茶菁。其中一項重要原因，即中間販運商收購一般茶菁時，相對較不要求（或根本不要求）農藥殘留問題，致茶農於茶園管理過程中，或圖近利，或圖省時、省工，選擇使用長藥性農藥。當消費者對於農產品的認知有限下，讓這類安全堪虞的茶品，同樣可以賣得好價格，直接打擊茶農參與茶葉廠農合作體制的意願。因此，建立茶葉中間販運商茶菁檢測機制，規範其收購茶菁之農藥安全使用問題，可消除投機行為，讓優質農產品具市場空間。

### 4、消費者認知行銷教育

分析消費者行為，消費者購買產品的三個步驟為，對產品的認知、情感的作用，以及付諸行動三者。因此，有效地引導消費者認識產品本質，實為消費行為之首務；亦即，教導消費者正確認識產品，為產品行銷的開始。為使茶葉廠農合作體制之茶產品，在市場中與一般茶產品產生區隔，未來應透過各類媒體等管道進行廣宣，強調茶葉廠農合作體制產品經認驗證之安全特質，使消費者認知、認同廠農合作體制之茶品，建立消費者願付價格信心，產生購買意願，進而創造差別取價的效果。

## （二）技術性對策

### 1、補助項目

現行補助項目指定在產地標示包裝材料，較屬於生產末梢階段的運銷資材補助範圍，固然產地標示有助於國產茶葉品牌的建立，然而對於誘導茶農參加茶葉廠農合作體制效果相對不大。蓋對於茶菁已賣斷茶廠的茶農而言，即使有心遵守計畫規定，申請產地標示包裝材料補助，亦因茶菁已出售而恐難以符合規定。揆諸農糧署「96年度茶葉廠農合作生產作業程序」指出，對於合作體制茶農之審查事項，包括組訓、廠農互動、茶葉安全、茶園衛生、生產紀錄等；申言之，引導茶農參與與建全茶葉廠農合作體制，並非僅止於產地標示包裝材料項

目而已，實乃包括茶產業產銷階段之軟、硬體等輔導與建設。因此，倘有助於園區生態環境維護之有機肥補助項目、產銷履歷週邊資材補助等，皆可達成促成健全茶葉廠農合作體制目標。

## 2、農藥檢驗

茶葉廠農合作體制之健全，實則有賴於試驗改良場的鼎力協助。現行農藥安全檢驗，皆由農委會茶改場凍頂工作站專人執行，公信力毋庸置疑，但時效卻不足，恐限制擴大辦理茶葉廠農合作的推動空間。未來有關農藥安全檢工作，應可考量結合農委會農業試驗所、農業毒物藥物試驗所、各區農業改良場等單位協助辦理，以收時效。

## 柒、結語

民國 93、94、95 年，農政單位執行輔導茶葉廠農合作體制，分別完成農藥殘留檢驗件數 817 件、合格率 99.30%；1,602 件、合格率 98.03%；以及 1,561 件，合格率 97.25% 之成果。綜觀該項廠農合作體制執行初期 3 年，即展現出對於茶品安全把關的積極效果，計畫執行具有正面效益，其對於維護國產葉品的功效並無疑慮；更甚者，茶葉廠農合作體制，既為農政部門對茶產業結構調整，所採行的積極措施之一，重要性不容忽視。未來在相關資源進一步整合，應興應革雙管齊下，一方面，建立更具吸引力與誘因，深化推動體系之廣度與深度；另一方面，革除窒礙難行之處，建立完善推動體系，勢將有助於提升優良國產茶健康形象、知名度與國際市場競爭能力。

## 參考文獻

### 【中文部分】

1. 94年農業統計年報、94年農產貿易統計要覽，行政院農業委員會，民國91年6、5月。
2. 方至民，企業競爭優勢，前程企業管理有限公司，民國91年2月，頁183-198。
3. 余玉眉、田聖芳、蔣欣欣，質性研究－田野研究法於護理學之運用，巨流圖書公司，民國83年10月，13-152頁。
4. 吳英偉、陳慧玲，休閒社會學，五南圖書出版公司，民國85年11月，47-63頁。
5. 茶葉消費小百科，<http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=2684>。
6. 洪忠修，淺談國際貿易之農產品責任，農業世界，民國92年1月，233:47-63頁。
7. 陳向明，社會科學質的研究，五南圖書出版公司，民國93年3月，6-16頁。
8. 趙碧華、朱美珍編譯，研究方法-社會工作暨人文科學領域的運用，雙葉書廊有限公司，民國84年9月。

### 【外文部分】

1. Campbell, A. "Vertical Integration: Synergy or Seduction?" Long Range Planning, Vol.28 (2): pp.126-128, 1995.
2. Faure, M. G. "Product liability and product safety in Europe: harmonization or differentiation?" Kyklos, Vol.53 (4): pp.467-508, 2000.
3. Fronmueller, MP.; R. Reed. "The Competitive Advantage Potential of Vertical Integration" Omega, Vol.24 (6): pp.715-726, 1996.
4. Gold, R. L. "Roles in Sociological Field Observation" Social Force, 36: pp.217-223, 1958.
5. Schmitz, P. W.; D. Sliwka. "On synergies and vertical integration" International Journal of Industrial Organization, Vol.19 (8): pp.1281-1295, 2001.
6. Wolcott, H. F. "Writing Up Qualitative Research" Sage Publication, Inc. California, USA. 1990.

## 附錄

## 訪談茶廠與茶農基本資料

地 區	屬 性	名 稱	紀 要
名間鄉	茶廠	瑞成茶廠	負責人余金炘先生以每台斤高於市價 2 元買斷茶菁方式，與 6 位茶農契作，精製茶並以瑞成茶廠標示包裝出售，產品行銷除國內市場外，亦銷售至歐盟、日本與中國大陸等地。
名間鄉	茶農	李清林	茶農李清林先生，瑞成茶廠契作茶農，茶園種植 2.1 公頃，種茶經驗近 20 年，自家亦設有規模較小之製茶所。
名間鄉	茶廠	英清製茶廠	負責人岳永清先生同時擔任產銷班班長，帶領全班 24 位班員中 19 位班員、種植面積 23 公頃，參加茶葉廠農合作體制，為名間鄉產銷班中加入茶葉廠農合作體制規模最大者。
名間鄉	茶農	余毓能	茶農余毓能先生，英清製茶廠契作茶農，茶園種植 1.3 公頃，種茶經驗 20 餘年，產銷班書記，負責推動茶葉廠農合作體制事務。
梅山鄉	茶廠	興樂製茶廠	負責人簡清樂先生，以租廠代工方式與茶農契作，91 年神農獎得主，95 年嘉義縣春茶比賽頭等獎。
梅山鄉	茶農	簡勝郎	茶農簡勝郎先生，興樂茶廠契作茶農，擔任產銷班書記，負責推動全班 22 位班員中 15 位班員、種植面積 13 公頃，加入茶葉廠農合作體制事務。
梅山鄉	茶廠	龍眼林茶廠	負責人林廣立先生，以租廠代工方式與 6 位茶農契作，其尊翁為梅山地區首開種植高山茶先驅，製茶經驗甚為豐富。
梅山鄉	茶農	簡銘助	茶農簡銘助先生，龍眼林茶廠契作茶農，同時擔任產銷班班長工作，帶領全班 15 位班員中 6 位班員、種植面積 6 公頃，參加茶葉廠農合作體制，為 95 年度加入茶葉廠農合作之班隊。

# **The Research of Cooperative System between Firms and Farmers in Tea Industry from Viewpoint of Vertical Integration**

*Chung-Hsiu Hung*

## **Abstract**

Tea industry plays an important role in agricultural sector in Taiwan. The average cultivated area is above 18 thousand hectares in nearly five years. The average productive value is about NTD 3,282 million and it shares 0.9% value of the total agricultural productive value.

In order to produce sanitary and high quality tea product, the government implemented Cooperative System between Firms and Farmers in Tea Industry since 1994. The project had set up a bundle of standard operation procedure, and so on.

The thesis had analyzed the effective about the Cooperative System via SWOT, and furthermore, put to the proof via Qualitative Research. There are two parts of advantages about the Cooperative System. The former is macro profit, and it will create the industry sustainable development; the later is micro profit, and it will create the firms' and farmers' mutual benefits. However, there exist four main key problems which are promotion, subsidy, market segments and pesticide residual.

It is very important to improve the management of Cooperative System. Besides, enhancing the efficiencies of mechanism and enlarging the economic scale are key fountain for Cooperative System.

Key Words : Tea Industry, Cooperative System, Vertical Integration, SWOT