

## 農漁業產品小量批發拍賣交易平臺

羅竹平

臺大農經系助理教授

2007/11/12

在臺灣，農產品豐收時，「穀賤傷農」；因風、水等天災歉收時，又「菜蟲」肆虐；農(漁)民於是普遍收入低微，遠低於一般上班族，日子難過，生活困頓，時常要靠政府的補貼才能過日子。年復一年，不是被天災蹂躪，就是被菜蟲壓榨，幾乎是農(漁)民朋友掙脫不掉的宿命。而產生這般所謂「宿命」的因素，有很大一部分是由於現行的農產運銷機制和管道，非常沒有效率，交易資訊不透明。由於現行的農產運銷機制的極沒有效率和透明，和運銷管道的不夠通暢，於是滋生菜蟲，甚或黑道介入的空間。

### 現行批發拍賣交易機制

臺灣是小農經濟，為了形成經濟規模，以提高了賣方的議價力，於是有了「共同運銷」制度。共同運銷亦稱為合作運銷，是指農民團體(農會、產銷班等)收集個別農民零星農產品後，運到批發市場拍賣或至大零售單位(如超市、量販店等)出售。目前台北果菜批發市場之共同運銷貨物市場佔有率，蔬菜及水果均超出50%，而毛豬則在80%左右。

農民團體在產地集貨後運到公設批發市場批售，在這公設批發市場裡，通常採固定座席式電腦拍賣以電子交易湊合買賣。目前由於毛豬和花卉市場的產品分級清楚，已全面建立電腦拍賣制度。但果菜及魚貨批發市場，因為產品分級還不像花卉那麼清楚和徹底實施，以致於送到批發市場來的農、漁產品，承銷人須現場看貨才能安心出價，故有部分果菜市場及魚市場(目前全省約33處)已導入移動式電腦拍賣，即承銷人可手持無線競價器邊看貨、邊按鍵競價。經統計透過電腦拍賣之農產品年交易金額佔台灣地區全體批發市場年交易金額已達7成。但由於這些公設批發市場非上網公開競價，交易資訊僅限於一地，並非全國流通，故大幅縮限其效率。

既然臺灣的農產品已初步建立了電腦拍賣制度，為何產地價和零售價常有不合理的價差，「黑道」、「菜蟲」的傳聞從沒有斷過？這是因為批發市場在短時間內要出售大批的生鮮產品，所以通常都以拍賣方式辦理；雖然拍賣價格是公開競爭，理論上應能產生效率合理價格，但若有能力大宗競標的「大盤」數相對少數，易滋生「聯合圍標」的空間，有黑道勢力介入時更會如此。復由於生鮮產品不像工業製造品，保存期限非常短，農民有必須及時賣出的壓力，故時常只好賤價求售。經常是，農民雖用「菜土」般價格忍痛賣出自己辛苦耕作的成果，消費者還是得忍痛地在零售市場買價昂的菜。

本「農漁業產品小量批發拍賣交易機制」的發明動機，即是要大幅增加中間承銷買方的數目，和有效縮減中間承銷層級的個別勢力。而臺灣老農平均四、五十歲，

進入資訊化，有難以克服的困難。而**本交易平臺結合有線電視和電話下單交易的普及特質，可以克服老農應用資訊化的障礙！**如此，才能讓農產品價格在資料公開透明、運銷管道通暢的環境下，有效率的達成市場合理價格。

### 運作方法(Business Model)

本「農漁業產品小量批發拍賣交易機制」即是要建立一簡單、公開、透明、真正大眾化，連老農也會運用的交易機制，讓數十餘萬小農直接面對數十萬小量批發買主(全省至少約數十萬以上的餐廳、學校、軍隊、工廠、便當業者需每日小宗採買生鮮蔬果)，進行交易。在本交易機制所提供的充分競爭的環境下，根據供需法則，大量的小型買賣雙方的存在，會形成一有效率的市場價格和成交量。

為了達成友善、方便、大眾化的介面，本交易系統利用臺灣普及的有線電視網及優良的資訊化環境，來為臺灣的農(漁)產運銷，建立一高效率、高度透明的e化(資訊化)運銷管道。此交易機制是結合一般(果菜)拍賣機制及股市期貨交易機制，而形成之e化交易環境；而本系統又有一般股市期貨交易機制，可在電腦網路上，或看電視用電話、傳真下單交易。故一般老農，即使毫無e化能力，也可以輕鬆的利用本e化系統，用電話進行交易。本交易機制之商業模式如附圖一。

農產品的產地價和零售價，常見數倍於產地價的價差，中間商大賺，消費者被海削，農民則被剝削。例如，林鎮農會果樹產銷班的果農樊清東即抨擊，政府應協助果農將台灣水果直銷到學校和軍營，讓學生、阿兵哥都能享用到物美價廉的好水果，不要讓中盤供應商壓榨農民和消費者，學生只吃到次級品，還以為台灣水果不好吃(2007/11/14 聯合報)。而**本農漁業產品小量批發拍賣交易機制**可以大幅縮減中間因資訊不透明流通而造成的剝削空間，使得農漁民可以獲得合理可觀的利潤，而消費者可以享受價廉物美的農產品。

例如，如某生產者(包括小中大型農、漁、畜生產者)預估明天他的田地能採收15箱小黃瓜，**他就預先在傳統批發市場拍賣前**，以電話或網路下單至本交易系統下賣單，如同向股市營業員或自行網路下單賣股票般向營業員說出所欲出售之產品、數量、等級、和價格等資訊。假設該生產者欲售價每斤35元。在「全民皆股」的臺灣，即使老農也會邊在有線電視上看盤邊用電話下單。**本交易機制也容許各小農以農民團體(農會、產銷班等)的名義共同在交易平臺上運銷！**

生產者從有線電視或電腦，觀看市場行情，及各小量批發買主(全省約數十萬以上的餐廳、學校、軍隊、工廠、便當業者需每日小宗採買生鮮蔬果)之出價訊息；而各買主也從有線電視或電腦上觀看各產地生產者的貨品、貨色、價格，及「客戶評價」來決定下單。各小量批發買主更可依需求，向本交易系統以電話、傳真或電腦送出買單，說明所欲採購之貨品、等級、及願付價格等資料，供各賣方競單。也就是說，本系統提供有如股市期貨的雙向開放的交易媒合機制，這一點跟現行的農產單向封閉的拍賣機制非常不一樣。例如，如某高雄一餐廳需購買2箱小黃瓜，送出訂單至本系統，欲購價每斤30元；各產地賣方決定接單與否，成交後貨到付款，減少採買人力。

假使，一中壢便當業者願意以賣方出價每斤 35 元向該生產者購買 8 箱小黃瓜。另外假如每斤 30 元的價格仍有利潤，該生產者也降價接受此高雄餐廳的訂單。故該生產者最終成交 10 箱小黃瓜，明早採收，分別出貨，剩餘的 5 箱則運至傳統拍賣市場。於是，生產者沒有存貨儲藏的成本。因為有全省約數十萬以上的競標者，而非僅由幾個大型承銷商把持；故價格會趨於市場合理均衡價格，如同股市的「市場效率價格理論」所規範。此時，該農民經本交易系統成交的 10 箱黃瓜，可能獲得非常可觀的利潤，因為根據 Coase Theorem, 只要其成交價格低於市場零售價，買主就有意願買，因為省到錢。另一方面，只要成交價格高於大盤收購價，農民就有意願賣，因為賺到更多錢。藉由本系統帶來的資訊透明化和友善高效率的交易平臺，除了菜蟲，大家都得益！

有了本交易機制的運銷管道，該農民把剩餘的 5 箱運至傳統拍賣市場求購時，也會得到比以往更高的收購價格，這是因為簡單的「物以稀為貴」的供需法則。目前是數萬農民求少數大盤商收購的不對等局面；而本交易機制則可以扭轉局勢，使得這些少數大盤商必須與數十萬小量批發買主競標。這麼公開、透明、信用、真正大眾化的交易機制，幾乎不可能存在「聯合圍標」和黑道勢力介入的空間。本交易機制特別適用於如臺灣，因為臺灣是一小農經濟體，有著資訊化發達及有線電視普及的基礎建設，且是一日生活圈。

### 信用交易機制

為了建立有良好信用的交易環境，本交易有以下幾個機制：

1. 產品履歷：賣方必須先登錄以下資料及照片：產品名稱，產地，等級，負責人，農藥殘留檢驗證明，及品質認證標章等。所有產品必須附有政府認可之品質認證標章，事實上，農委會計劃於 2015 年全面實施，屆時，無認證標章之農產品將不可販售。
2. 分級包裝：農產品須依全國統一分級標準，實施分級檢驗和包裝，事實上，這是國家正在推動的政策。
3. 雙向客戶評價制度：如同 e-Bay, 若任一方違反誠信逾 3 次，將被本交易系統永遠除名。
4. 提供市場行情報導：以網路、有線電視、甚至印行報導，揭露每日交易資料、市場別、產品別、及價量比較等資料供分析之用。

### Scope of Claims

1. 現行臺灣的農產品批發市場之電腦拍賣機制，並非開放網路公開競價，交易資訊僅限於一地，無法全國流通。本交易機制有別於現行的農產品單向封閉的拍賣機制(非上網公開競價)，提供有如股市期貨般的雙向開放的交易媒合機制(可上網公開競價)。
2. 本交易機制設立一簡單、公開、透明、真正大眾化，連老農也會運用的交易機制，讓數十餘萬小農能直接面對數十萬小量批發買主(全省至少約數十萬以上的餐廳、學校、軍隊、工廠、便當業者需每日小宗採買生鮮蔬果)，進行交易。

3. 本交易平臺結合有線電視和電話下單交易的普及特質，以克服老農應用資訊化的障礙！使用人既可藉電腦網路，更可看有限電視用電話、傳真下單交易，如股市期貨交易機制般交易蔬果生鮮。故一般老農、傳統市場果菜零售業者、及普通餐廳等業者，即使毫無 e 化能力，也可以輕鬆的利用本 e 化系統。操作模式如同電話買賣股票一樣。
4. 目前是數萬農民求少數大盤商收購的不對等局面；而本交易機制則可以扭轉局勢，使得這些少數大盤商必須與數十萬小量批發買主競標。
5. 本交易機制也容許大農與大型承銷商參與競標。

圖一、農漁業產品小量批發拍賣交易機制

