

# 桃園區綠竹筍產銷班整合與輔導調查研究

蔡敏嘉、李汪盛

## 摘 要

本研究調查對象為本轄區綠竹筍產銷班 44 班，班員 971 人，調查資料分析結果，班員平均年齡 59.6 歲，9.5% 不識字，66.6% 國小畢業，平均耕作面積 1.38 ha，67.9% 之綠竹種植在山坡地，綠竹筍每公頃生產費用為 299,095 元，其中人工費 218,304 元，約占 73%，每百公斤成本 3,634 元；主要產銷管道為地方販運商 55.1%，直銷消費者 26.9%。班員對經營綠竹筍最困難問題為勞力不足占 69.2%，其次為資金不足占 38%，反而沒有銷售困難的問題。參加產銷班目的為能獲得設備補助者占 78.2%，參加共同運銷者占 43.6%，班員每年產值 11 ~ 50 萬元者占 67.9%。擴大綠竹筍栽培面積，加強機械化田間管理作業及研發綠竹筍貯存與加工技術，為今後輔導綠竹筍產銷班的重要工作項目。

關鍵詞：產銷班、產銷、整合

## 前 言

桃園區農業產銷班總計 661 班，班員 12,748 人，其中蔬菜班 254 班，班員 4,678 人占最大產業，桃園區綠竹筍栽培面積約 3,500 ha，為全台灣最大面積，經整合登記綠竹筍產銷班有 44 班，面積約 1,100 ha，配合新頒訂「農業產銷經營組織輔導辦法」輔導農業產銷組織建立企業化、資訊化及制度化的共同經營方式，以改善農業經營管理，提高農業競爭力，因此擬就其組織結構，其班組織運作、幹部、人員、產值、勞動力、產銷通路、班員間互動關係等資料調查研究分析，作為產銷班整合與輔導之依據，以改進產銷班經營企業化與經營收益。

為健全農業產銷組織運作功能，建立制度化組織輔導系統。農業產銷班組織功能與運作(陳, 1994)對農業產銷班組織方法功能與運作均有闡明的概述，農業產銷班對農產品生產技術共同作業與共同運

銷成本及增加收益；農業產銷班正面功能在農業產銷班評鑑報告農林廳（陳，1996），三年來對十大產銷班與百大產銷班各班組織運作產品種類等，均評述其成功因素，影響產銷班組織營運績效優劣因素（蔡，1996）對班成立動機，輔導機構的支持，班員互動期間生產資材與基金之運用年度工作計畫研擬，共同運銷共同作業等亦有研究探討，蔬菜產銷班產品行銷策略之研究（廖，1998）。

## 材料與方法

本調查以台北、桃園、新竹縣經整合登記完成之綠竹筍產銷班 44 班，班員 971 人為對象，自本場調出登記建檔之基本資料進行整理統計分析。隨機抽樣班員 100 人，調查問卷 100 份，採郵寄及鄉鎮農會指導員協助現場訪問方式，進行調查綠竹筍產銷班組織結構、社會資源活動、生產、運銷及經營效益等；回收有效問卷 78 份，就有效問卷各項資料進行整理統計分析，撰寫報告。

## 結果與討論

依據行政院農業委員會 2001 年 12 月 31 日頒佈「農業產銷組織輔導辦法」桃園區完成整合登記綠竹筍產銷班 44 班，為台北縣五股鄉 18 班、八里鄉 9 班、三峽鎮 1 班、深坑鄉 1 班，桃園縣大溪鎮 6 班、復興鄉 6 班，新竹縣寶山鄉 3 班，班員 971 人。就基本資料統計分析結果如表 1，班員平均年齡 59.6 歲，教育程度國小占 64.7%、不識字占 92%，平均勞動人口 2.2 人、經營面積平均每班員 1.38 ha。

表 1. 桃園區綠竹筍產銷班整合基本資料統計

Table 1. Basic statistic data of green bamboo shoot production and marketing groups (GBSPMG) at Taoyuan district.

鄉鎮別 Township name	班數 No. of teams	班員數 No. of members	平均 年齡 Average age	教育程度 Education status					平均勞 動人口 Average labor	經營面積 (ha) Managing scale	
				不識字 Illiteracy	國小 Primary school	國中 Junior high school	高中 Senior high school	專上 Above junior college		全班 Team	班員平均 Average of members of team
八里鄉 Bali township	9	206	61.7	44	121	14	24	3	2.2	187.7	0.93
三峽鎮 Sanshia township	1	46	60.7	0	34	4	8	0	2.9	139.2	3.17
深坑鄉 Shenkeng township	1	29	57.5	0	13	7	6	3	1.7	13.7	0.47
五股鄉 Wugu township	17	319	56.7	0	232	37	46	4	1.8	381.9	1.12
復興鄉 Fushing township	7	138	56.3	21	77	25	12	3	2.9	159.3	1.22
大溪鎮 Dashi township	6	182	62.5	27	126	23	4	2	2.2	236.4	1.29

寶山鄉 Baoshan township	3	51	61.5	0	44	4	1	2	2.0	73.8	1.45
合計 Total	44	971( 100 )	59.6	92 ( 9.5 )	647( 66.6 )	114( 11.7 )	101( 10.4 )	17 ( 1.7 )	2.2	1191.9	1.38

括號內數值代表所占調查總人數之百分比。

綠竹筍產銷班員綠竹筍生產成本調查，2002 年經行政院農業委員會中部辦公室第一科分析結果如表 2，綠竹筍每公頃生產總費用平均 299,095 元，其中人工費 218,304 元占 73% 最多，次為肥料費 31,211 元占 10.4%，粗收益每公頃 433,337 元，每百公斤成本 3,634 元。

表 2. 綠竹筍生產成本調查

Table 2. Investigation of in green bamboo shoot production cost.

項目 Item	台北縣 Taipei county	桃園縣 Taoyuan county	新竹縣 Shinshu county	平均 Average	百分比 Percent
	----- NT\$/ha -----				%
成園費 Farming establishing cost	9,101	8,998	8,819	8,973	3.0
肥料費 Fertilizer cost	31,977	32,515	29,143	31,211	10.4
人工費 Labor cost	220,818	219,362	214,733	218,304	73.0
農藥費 Insecticides and pesticides cost	2,581	2,548	1,767	2,299	0.8
能源費 Energy cost	4,172	3,632	3,408	3,737	1.2
材料費 Material cost	1,816	1,649	3,518	2,328	0.8
農用設施費 Agricultural facilities cost	934	924	921	926	0.3
農機具費 Agricultural machinery cost	1,771	1,754	1,752	1,759	0.6
地租 Rent	19,271	17,967	17,068	18,102	6.1
資本利息 Interest	11,610	11,534	11,223	11,456	3.8
生產費用總計 Total	304,051	300,883	292,352	299,095	100
平均產量 (kg·ha <sup>-1</sup> ) Average yield	7,329	7,742	7,195	7,422	—
粗收益 Estimated profitability	447,801	467,603	384,608	433,337	—
每百公斤成本 Cost of per hundred kilogram	3,727	3,505	3,670	3,634	—



抽樣調查問卷 100 份,採郵寄及鄉鎮農會指導員協助現場訪問方式,經回收整理後有效問卷 78 份,分析結果如下:

- 1.綠竹筍種植耕地:近年來由於綠竹筍價格高銷路好農民栽培意願提高及各農會積極推廣種植,輔導產銷,栽培面積增加甚多,經本調查發現綠竹筍種植以在山坡地占 67.9%最多,次為水田占 18%,旱地占 12.8%,河川地甚少只占 1.3%。
- 2.綠竹筍產銷班員產銷技術困難解決方法:綠竹筍產銷班員組織產銷班主要目的,為能獲得補助設備資材,但如果發生生產栽培技術或產品銷售問題的解決方法,透過召開產銷班會討論有 83.3%占最高,其次為到農會請教推廣股指導員占 82.1%,再其次是請教其他農友占 26.9%,至於請教專家甚少只占 6.4%,可能試驗研究相關對綠竹筍栽培研究較少有關。
- 3.綠竹筍銷售方式:消費者買綠竹筍喜好新鮮,常以清晨採收者最佳,因此產銷班員由於採收量較大,透過地方販運商收購占 55.1%最多,其次就地送往當地傳統市場直接銷售給消費者占 26.9%,共同運銷只占 15.4%,至於直銷超市量販店者產銷班員未辦理。
- 4.班員每年綠竹筍產值:產銷班員種植綠竹筍均為山坡地,兩夫婦勞力經營方式,因此調查班員每年所得年產值也特別保守,根據綠竹筍成本調查每公頃粗收益可達 43 萬,但本調查班員年產值 11~30 萬元占 34.6%最多,次為 31~50 萬元者占 33.3%,而年產值 10 萬元以下者占 23.1%,比率甚高。
- 5.綠竹筍經營最困難之問題:綠竹筍大部均栽培於山坡地,交通不便,經營上經調查結果以勞力不足占 69.2%為最困難,其次為資金不足占 38%,一般農產品常發生的價格差、沒銷路的困難問題在綠竹筍栽培上反較少。
- 6.參加產銷班之目的:綠竹筍產銷班員參加產銷班的目的,以希望獲得補助設備,補助資材兩項佔最高比率均達 7 成以上,其次為降低生產成本占 57.7%,雖然銷售方式共同運銷所佔比率不高,但參加產銷班目的為共同運銷仍占有 29.5%。
- 7.加入產銷班方式:產銷班員參加綠竹筍產銷班方式,以班員自行組合占 65.4%最多,次為班長或指導員勸說參加者約 1 成,因此綠竹筍產銷班大致是以栽培同一類作物因需要而組成。
- 8.班員間關係:綠竹筍產銷班員間互相關係因產品相同占 82.1%最多,因鄰居關係占 71.8%次之,但仍有參加產銷班而互相認識占 46.2%,有親戚關係反而最少只占 16.7%。
- 9.班幹部產生方式:產銷班幹部產生方式,已透過產銷班會選舉產生占最多達 78.2%,多年留任占 11.5%,其他農會指派推薦或班員輪流均很少,可見產銷班仍相當民主。

- 10.班員間互動滿意程度：綠竹筍產銷班經整合登記自 1993 年起歷經 10 年，除復興、大溪有 5 班近年才登記完成，因組織產銷班多年，班員間感情甚為融合，因此調查班員間滿意程度均很高，非常滿意占 28.2%，很滿意占 32.1%，滿意占 25.6%，無不滿意者。
- 11.指導員主要指導班業務：農會推廣股協助農業產銷班，在綠竹筍產銷班員心目中，以開班會及協助紀錄佔最多占 93.6%，次為產銷技術指導占 91.0%，爭取上級補助占 67.9%。
- 12.班基金的積立方式：綠竹筍產銷班，班基金的積立方式大部分以人為單位收取，少部分有共同運銷班才以運銷量多寡收取占 20.5%，因此自由樂捐認股以面積為單位收取或目前班內無基金均無班員選項。
- 13.班基金用途之決定者：綠竹筍產銷班班基金用途決定者，以透過班會決議為最多占 64.1%，次為班長做主辦理者占 32.1%，因此班會之召開與否甚為重要，包括產銷技術與選舉幹部或基金之積立與運用均須班會之討論。
- 14.每年召開班會次數：本次問卷調查結果產銷班召開班會，以每年召開 4 次占 37.2%最多，次為 5 次占 29.5%，召開班會 6 次以上只占 24.4%，產銷班輔導辦法規定農業產銷班每年至少召開班會 6 次，考評時班紀錄簿紀錄均有 6 次以上，顯然與問卷有出入。
- 15.班會討論事項：產銷班會討論內容，綠竹筍栽培生產技術方面占 65.4%最多，其次為綠竹筍分級包裝、共同運銷均占 5 成以上，對於共同採購有機肥料農藥及資材占 41.0%，顯然班員對於共同經營缺乏興趣。
- 16.班內共同作業項目：綠竹筍產銷班共同作業項目，以生產栽培技術資訊 75.6%占最高，共同採購生產或運銷所須資材占 57.7%次之，共同運銷占 43.6%，基於共同育苗、共同防治或統收統支之完全共同作業均未有班員填選。
- 17.需政府或相關機關加強輔導事項：產銷班員心目中需政府或相關機關加強輔導以資材補助最重要占 85.9%，其次才是生產技術指導占 69.2%，但健全銷售管道或建立鄉鎮直銷中心所占之比例均不高(表 3)。

表 3. 綠竹筍產銷班員經營管理之各項調查結果

Table 3. Results of management investigation of green bamboo shoot production and marketing groups.

調查項目 Item	分類說明 Specification of class				合計 Total
耕地別 Cultivated lands	水田 Paddy field	旱地 Unirrigated farmland	山坡地 Hillside farmland	河川地 Riverside farmland	



調查項目 Item	分類說明 Specification of class						
	14 <sup>z</sup> (18.0)	10 <sup>z</sup> (12.8)	53 <sup>z</sup> (67.9)	1 <sup>z</sup> (1.3)	78 <sup>z</sup> (100)		
班員產銷技術困難解決方式 <sup>y</sup> Technical problem solution of members of team	請教專家 Consult with expert	請教指導員 Consult with instructor	請教其他農友 Consult with other farmers	班會討論 Discussion in team meeting	合計 Total		
	5 <sup>z</sup> (6.4)	64 <sup>z</sup> (82.1)	21 <sup>z</sup> (26.9)	65 <sup>z</sup> (83.3)	78 <sup>z</sup> (100)		
班員綠竹筍銷售方式 Marketing of green bamboo shoot of members of team	行口商 Merchant	直銷消費者 Consumer	共同運銷 Cooperative marketing	直銷量販店 Direct bundled sale store	地方販運商 Local merchant	合計 Total	
	2 <sup>z</sup> (2.6)	21 <sup>z</sup> (26.9)	12 <sup>z</sup> (15.4)	0 <sup>z</sup> (0)	43 <sup>z</sup> (55.1)	78 <sup>z</sup> (100)	
班員每年綠竹筍產值 Green bamboo shoot year output value for members of team	10 萬元以下 Under 10 ten thousand dollars	11~30 萬元 Between 11 to 30 ten thousand dollars	31~50 萬元 Between 31 to 50 ten thousand dollars	51~70 萬元 Between 51 to 70 ten thousand dollars	合計 Total		
	18 <sup>z</sup> (23.1)	27 <sup>z</sup> (34.6)	26 <sup>z</sup> (33.3)	7 <sup>z</sup> (9.0)	78 <sup>z</sup> (100)		
綠竹筍經營最困難問題 The managing difficulties of member of green bamboo shoot production and marketing team.	經營規模大小 Management scale	勞力不足 Labor shortage	資金不足 Capital shortage	技術不足 Technical shortage	價格差 Low sale price	沒銷路 No marketing	合計 Total
	24 <sup>z</sup> (30.8)	54 <sup>z</sup> (69.2)	30 <sup>z</sup> (38)	19 <sup>z</sup> (24.4)	2 <sup>z</sup> (2.6)	1 <sup>z</sup> (1.3)	78 <sup>z</sup> (100)
參加產銷班目的 <sup>y</sup> The purpose of participating the green bamboo shoot production and marketing team.	得到技術 Getting the new production techniques	設備共同利用 Cooperative facilities	補助設備 Facilities subsidization	補助資材 Materials subsidization	參加共同運銷 Cooperative marketing	降低生產成本 Lower the production cost	合計 Total
	10 <sup>z</sup> (12.8)	4 <sup>z</sup> (5.1)	61 <sup>z</sup> (78.2)	60 <sup>z</sup> (77.0)	23 <sup>z</sup> (29.5)	45 <sup>z</sup> (57.7)	78 <sup>z</sup> (100)
續下頁 (Continued next page.)							
續表 3 (Table 3. Continued.)							
加入產銷班方式 The participating way of the production and marketing team.	自農會報名 Signing up from farmers' association	指導員勸說 Instructor persuading	班長勸說 Team chairman persuading	班員勸說 Team member persuading	班員自行組合 Organizing by team members	合計 Total	
	4 <sup>z</sup> (5.1)	8 <sup>z</sup> (10.3)	9 <sup>z</sup> (11.5)	6 <sup>z</sup> (7.7)	51 <sup>z</sup> (65.4)	78 <sup>z</sup> (100)	
班員間關係 <sup>y</sup> Relationship between members of team	親戚 Relative	鄰居 Neighbor	朋友 Friend	因產品相同 Same production	參加後認識 Reorganizations	合計 Total	
	13 <sup>z</sup> (16.7)	56 <sup>z</sup> (71.8)	22 <sup>z</sup> (28.2)	64 <sup>z</sup> (82.1)	36 <sup>z</sup> (46.2)	78 <sup>z</sup> (100)	
班幹部產生方式 Selection method of cadre member of team	班員定期選舉 Periodical selection of members of team	農會指派 Assignment of farmers' association	農會推薦班員表決 Farmers' association suggestion and team members' voting	班員輪流 Team Member rotation	多年留任 To remain in office	合計 Total	
	61 <sup>z</sup> (78.2)	2 <sup>z</sup> (2.6)	5 <sup>z</sup> (6.4)	1 <sup>z</sup> (1.3)	9 <sup>z</sup> (11.5)	78 <sup>z</sup> (100)	
班員間互動滿意程度 Satisfaction of investigation among members	非常滿意 Extremely satisfied	很滿意 Very satisfied	滿意 Satisfied	普通 Ordinary	不滿意 Dissatisfied	合計 Total	
	22 <sup>z</sup> (28.2)	25 <sup>z</sup> (32.1)	20 <sup>z</sup> (25.6)	11 <sup>z</sup> (14.1)	0 <sup>z</sup> (0)	78 <sup>z</sup> (100)	
指導員主要指導班業務 <sup>y</sup> Main Affairs of instructor	召開班會及紀錄 Convening a conference and recording	班務計畫 Plan of GBPMG	產銷技術 Production techniques	資金運用 Finance management	爭取補助 Subsidization	合計 Total	

	73 <sup>z</sup> (93.6)	21 <sup>z</sup> (26.9)	71 <sup>z</sup> (91.0)	46 <sup>z</sup> (58.9)	53 <sup>z</sup> (67.9)	78 <sup>z</sup> (100)			
班基金的積立方式 Accumulation method of funds of team	目前無基金 No team fund	認股 Stock	以人為單位收取 Collecting fund by person	以面積為單位收取 Collecting fund by area	以運銷量收取 Collecting fund by sale quantity	自由樂捐 Donation	合計 Total		
	0 <sup>z</sup> (0)	0 <sup>z</sup> (0)	62 <sup>z</sup> (79.5)	0 <sup>z</sup> (0)	16 <sup>z</sup> (20.5)	0 <sup>z</sup> (0)	78 <sup>z</sup> (100)		
班基金用途之決定者 Determination of application of team fund.	班長 Team chairman	幹部商議 Cadre conference	班會議決 Determined by team conference	私下商議 Private conference			合計 Total		
	25 <sup>z</sup> (32.1)	3 <sup>z</sup> (3.8)	50 <sup>z</sup> (64.1)	0 <sup>z</sup> (0)			78 <sup>z</sup> (100)		
每年召開班會次數 Frequency of team conference per year.	1次 Once	2次 Twice	3次 3 times	4次 4 times	5次 5 times	6次以上 Above 6 times	合計 Total		
	0 <sup>z</sup> (0)	0 <sup>z</sup> (0)	7 <sup>z</sup> (9.0)	29 <sup>z</sup> (37.2)	23 <sup>z</sup> (29.5)	19 <sup>z</sup> (24.4)	78 <sup>z</sup> (100)		
班會討論事項 <sup>y</sup> Discussion subject of team conference	生產技術 Production techniques	共同採購 Cooperative purchasing	作業調配 Operation modulation	分級包裝 Sorting and packing	共同運銷 Cooperative marketing	基金用途 Fund application	臨時事項 Temporary affairs	合計 Total	
	51 <sup>z</sup> (65.4)	32 <sup>z</sup> (41.0)	9 <sup>z</sup> (11.5)	42 <sup>z</sup> (53.8)	45 <sup>z</sup> (57.7)	21 <sup>z</sup> (26.9)	5 <sup>z</sup> (6.4)	78 <sup>z</sup> (100)	
班內共同作業項目 <sup>y</sup> Cooperative affairs of team	機械設備 Machinery facilities	技術資訊 Technique information	共同育苗 Cooperative seedlings cultivation	共同採購 Cooperative purchasing	共同防治 Cooperative prevention and cure	分級包裝 Sorting and packing	共同運銷 Cooperative marketing	統收統支 Revenue and expenditure	合計 Total
	12 <sup>z</sup> (15.4)	59 <sup>z</sup> (75.6)	0 <sup>z</sup> (0)	45 <sup>z</sup> (57.7)	0 <sup>z</sup> (0)	26 <sup>z</sup> (33.3)	34 <sup>z</sup> (43.6)	0 <sup>z</sup> (0)	78 <sup>z</sup> (100)
需政府或相關機關加強輔導事項 <sup>y</sup> The expecting item of guidance and assistance of higher level government organization of team.	技術指導 Technique instruction	低利貸款 Low-interest loan	機械補助 Subsidized facilities	資材補助 Subsidized materials	健全銷售管道 Sounding the marketing	建立鄉鎮直銷中心 Eestablishing the product's sale center at township		合計 Total	
	54 <sup>z</sup> (69.2)	33 <sup>z</sup> (42.3)	25 <sup>z</sup> (32.1)	67 <sup>z</sup> (85.9)	22 <sup>z</sup> (28.2)	3 <sup>z</sup> (3.8)		78 <sup>z</sup> (100)	

<sup>z</sup>代表農民數，括弧內數值為百分比；<sup>y</sup>代表本項調查可複選。

## 結論與建議

桃園區綠竹筍栽培面積總計為 3,500 多公頃，主要分布於台北縣五股、八里、三峽、深坑，桃園縣大溪、復興，新竹縣寶山等鄉鎮，其他鄉鎮亦有零星栽培。經整合組成之綠竹筍產銷班共 44 班，栽培面積 1,191.93 ha，佔總面積的 34.1%，大部分栽培在山坡地及早地約佔 8 成。本研究以桃園區綠竹筍產銷班員作為調查對象，對於參加農業產銷班後相關單位的輔導及班員間的整合，歸納產銷班員綜合意見之優、缺點及建議如下：

優點：1. 農業產銷班之成立，可使班員和睦相處共同作業，增加班員收益。

2. 透過班組織力量，較容易請到專家技術指導，改善綠竹筍栽培品質。

3. 集貨場設立，可增進分級包裝及共同運銷之效果。

4. 資金、資訊流通有利產銷之企業化管理。

5. 基層單位農會、公所指導員較熱心協助產銷班。

缺點：1. 班員普遍老化，經營綠竹筍均在山坡地又偏遠不適合休閒發展，後繼無人。

2. 農民知識水準不高，會議資料收集不全、考評太嚴。

3. 產業道路部份欠缺，產品單一，無法全年供貨。

4. 綠竹筍盛產時，售價低、銷售管道不足。

建議：1. 加強產銷班幹部人才訓練：產銷班是農業推廣組織的基本單位，班長、副班長、會計、書記等是產銷班靈魂人物，好的領導幹部非常熱心，積極投入服務並鼓勵班員融入參與，擴展為多邊交流，因此訓練教育好的產銷幹部班組織功能就能發揮。

2. 健全班會發揮議事功能：班的重要決策經班會討論決定，因此班會除定期召開外，遇突發重要事項應召開臨時班會，鼓勵班員踴躍出席，共同參與決策，班會記錄要清楚，便於班員翻閱。

3. 多提供技術指導機會：產銷班的經營項目，大部份為精緻農產品也是技術密集的產品，因此農政或農業技術單位應多辦理栽培技術教育訓練，以充實知識，提昇農業技術，這也是班員的願望。

4. 健全農產品的銷售管道及提供市場行情資訊：產銷班員對於生產技術有相關單位指導，但產品銷售仍受產量市場供需及人為操縱影響，因此極需有一個健全銷售管道，以解決產品銷售

問題，並提供正確市場行情資訊以爭取最佳獲利。

## 參考文獻

- 陳昭郎。1994。農業產銷班組織功能與運作。台灣農業。台灣省政府農林廳編印。p.38-45。
- 陳昭郎。1996。農業產銷班評鑑報告。85年農業產銷班研討會專刊。台灣省政府農林廳編印。p.1-5。
- 廖武正。1998。蔬菜產銷班產品行銷策略之研究。中興大學運銷學系。p.8-107。
- 蔡秋虎。1996。影響農業產銷班組織營運績效之探討。85年農業產銷班研討會專刊。台灣省政府農林廳編印。p.28-33。

# **Study on the Organization of and Supervision Provided in the Green Bamboo Shoot Production and Marketing Groups in Taoyuan**

Tsai Min-Jia and Wang-Sheng Li

## **Summary**

There are 44 green bamboo shoot production and marketing groups (GBSPMG) registered in the Taoyuan region, consisting of 971 members and the average age of the members of GBSPMG were 59.6 years old. In terms of education, 9.5% were illiterate and 66.6% were primary-school graduates. The average area of land under cultivation was 1.38 hectares, of which 67.9% were located on hill side farmland. Total costs of green bamboo production was found to be NT\$299,095 per hectare of which manual labor costs consisted of NT\$218,304 per hectare, making up 73% of the total costs. The costs for each hundred kilograms were about NT\$3,634. The main production and marketing channel was through local distributors, making up 55.1% of the total, while direct marketing to consumers consisted of 26.9% of the total. The most difficult issue encountered by the members of GBSPMG was labor shortage, which was about 69.2% and the next difficulty was capital shortage, which was about 38% of the total problems. However, the sale problem was not existed in GBSPMG. Up to 78.2% of the members participated in the GBSPMG were to obtain subsidies on equipments. Up to 43.6% of the members participated in GBSPMG were to obtain the arrangement of mutual delivery and marketing. Members of the GBSPMG that achieved NT\$110,000 to NT\$500,000 worth of annual production made up 67.9% of the total. Expanding the area of green bamboo cultivation, employing the automatic machines for field management, and developing in green bamboo preservation techniques to increase the quality are the most necessities for green bamboo marketing group's integration.

Key words: production and marketing group, production and marketing, integration.