

包裝方式對農產品價值之影響

農業推廣課 副研究員葉俊巖 分機430

農產品包裝的原始目的是保護物品避免受外力損傷與便於搬運，因此著重於安全保護，對於包裝外貌的美觀較不重視，然而隨著經濟社會的發展，農產品的包裝逐漸發展至管理層面，藉著包裝外觀設計同時可進行產品辨識、分類、計量與品質管理，而對產品產生的附加價值觀也逐漸被重視，近年來由於消費者對市場銷售的農產品包裝逐漸在意的情況下，已讓農產品的包裝進一步發展成行銷策略的一環，且由單純的保護層面發展至商品層面，再進一步拓展成提昇附加價值的禮品層面，售價除取決於品質外，外觀的包裝亦佔著重要比重！本文僅就農產品外觀對其售價的影響概述如后。

包裝的方式由簡而繁，其視覺或觸覺的落差，常會代表著不同的價值。包裝可以簡單到只用一條橡皮筋，如在一般市場常見的葉菜類包裝（圖1），當然這種包裝是無法拉高其單價，如用一個塑膠袋包裝，像是在超市賣的小包裝葉菜類（圖2），自可稍微提昇了產品的質感與消費者對產品的信賴度，產品售價可就稍微調高，若再進一步，於包裝上增加產品標示（圖3），則不但提供消費者辨識，同時提高管理效能，或者與不同的產品搭配，雖然組合簡單，但將農產品

由產品提昇到商品層次（圖4），則可以衍生更高的附加價值，甚至在結構型式上再經過細心設計，將商品更進一步提昇到禮品層次（圖5），在豪華複雜的包裝上，加入生產者的商標標識，提供消費者對品牌的辨認功能，提昇產品形象讓消費者產生社會地位表徵意識的消費，則其價格更可提昇數以倍計！

當然物件的主體仍是內容物，其外觀與品質是影響價值的直接因素，現在民眾的消費心理對包裝內容物品質的「均質化」要求已經重於總量，產品的均質化強烈影響消費者對商品的信賴度，是主導消費者購買的最重要因素！以真空包裝的帶殼熟綠竹筍為例（圖6），就每包2支包裝之售價而言，若均為優級(A/A)每包為160-180元，優/中(A/B)為100-120元，均中級筍(B/B)則為55-65元。A/A與A/B的重量差50公克及A/B與B/B的重量差為250克，但各級包裝之間的價差均為60元，因此，包裝之組合型態也是影響產品價值的因素。歸納而言，包裝對產品價值的影響，在於其對產品的安全性、內容物品質的均一度、消費者對產品的辨識性、信賴度，與消費意識的表徵意義。



綠竹嵌紋病毒罹病株葉片呈現黃綠相間嵌紋典型病徵。



綠竹嵌紋病毒罹病株竹桿及竹籜出現褐色條紋，故又稱褐條病。



每籮綠竹抽心葉數片加以研磨取汁，以進行ELISA檢測分析。



ELISA檢測以96孔盤進行大量樣品分析，經濟快速。



自動酵素免疫分析儀讀取吸光值，呈黃色反應者為罹病株樣品。 本場建立綠竹無病毒健康種苗，定期做ELISA篩檢。