

瑤公 農業產銷會訊

雙月刊 2006年9月號 第37期

創刊：中華民國八十九年九月一日
發行所：財團法人台北市瑤公農業產銷基金會
編輯小組：李宗興、陳如舜、陳達、吳昭祥、孔繁慧、李昭錄、曾淑莉、莊惠琪、黃華祿

發行人：陳瑞卿
會址：100 台北市忠孝東路一段10號
網址：http://www.liukung.org.tw
本刊圖文，未經同意不得轉載！



創造新農業文化

先睹為快

- 1 專題報導
胼手胝足，走過二十年；
齊心協力，邁向新農業。
- 2 活動VCR 製茶體驗營活動
台灣諺語 禮數，當然！
- 3 檢驗觀測站 喝一杯好茶？！
有機話題 客製化風潮
安心蔬果 柚兒八里
- 4 活動快訊 秋天的有機輕食講座
觀陽知性之旅

國內郵資已付
監察院郵用
許可證
台北字第16174號

名 條 黏 貼 處

個人資料變更，請傳真(02-2394-2591)或郵寄，謝謝！

免費贈閱

● 專題報導

胼手胝足 走過二十年 齊心協力 邁向新農業

台北市瑤公農業產銷基金會自民國75年在瑤公農田水利會的捐助下成立以來，到今年剛好滿二十年。二十年的時光相對於幾千年歷史的農業而言，或許相當微不足道，但對基金會來講，卻是全體同仁二十年的心血投入和熱忱奉獻。回顧這二十多年來，基金會秉持著勇於創新的精神，不斷嘗試改造傳統農業的各種方法，雖然不見得都能成功，但至少也發揮了一些帶動的效果。



利用病蟲害綜合防治減少農藥使用。

以安心蔬菜開創品牌的模式

基金會成立初期，唯一的業務就是安心蔬菜。當時蔬菜農藥殘留的問題相當嚴重，消費者不知道怎樣可以買到安全的蔬菜，而農民也無從知道自己種的菜是否有農藥殘留，因此我們就決定用安心品牌來輔導農民正確使用農藥，生產安全蔬菜，然後以小包裝方式直接銷售到當時也剛起步的超級市場。起初農民都不太相信這個方法可行，所以我們同仁也只好下田和農民一起操作，接著要安排包裝資材，採樣檢驗，蔬菜採收後還要到超市去溝通請託，花了很大的功夫才把安心蔬菜模式建立起來。如今品牌蔬

菜已經是市場上的主流，回想當年建立安心的過程，可以說是苦樂參半。

以技術服務換取農民的信賴

安心蔬菜開始運作之後，我們發現農民在技術上最感困擾的就是病蟲害鑑定和土壤肥力分析，因為這兩者都需要有儀器分析和專業諮詢，當時各地區改良場雖然都有這項服務，但農民多半不會主動求助，而且檢驗過程耗時冗長，對於生長期較短蔬菜而言實在是緩不濟急，所以本會曾經短期成立農業技術服務中心，和台大農學院、桃園區農改場合作，由本會同仁主動到田間採集樣品，然後送到各單位分析，再將結果和建議告訴農民。這項工作因為要爭取時效，所以同仁們經常是白天到田間工作，晚上回辦公室整理資料，真的是備極辛苦。不過也就是因為這樣的服務態度，換來了農民的感激和信賴，不管是對本會的聲譽或後來工作的推行，都有很大的助益。



農檢中心的精密檢驗儀器



農檢中心是國內第一家民間農藥檢驗機構。

農檢中心成立之初，與美國加州伊利加實驗室合作，導入最新的檢驗技術和品管、品保制度，使中心的檢驗結果達到國際水準。民國92年後又陸續通過中華民國實驗室認證體系(CNLA)的多項評鑑，成為民間最具公信力的農藥檢驗單位。

以農檢中心確立檢驗的公信力

早期安心蔬菜的農藥殘留檢驗都要送到台中的省農業藥物毒物試驗所，同時也派員前往學習化學分析法，人員經常來回奔波，非常不方便。當初曾

以推廣資訊建立消費者溝通管道

早期本會和消費者的接觸主要是透過展售促銷活動，場地的安排相當不容易，傳達訊息的成本也很高，後來出版會訊雙月刊後，會員人數不斷



文/吳昭祥
標題題字/陳達

增加到一萬多人，變成了一個最方便又最有效的溝通管道。會訊上刊登的活動訊息，通常只要動作稍慢就肯定報不上名，儘管抱怨連連，我們也只能說愛莫能助。此外，本會網站也是很好的溝通工具。



農產品DIY也是消費者非常熱愛參與的活動，雖然每梯次容納人數有限，但透過這樣的教學活動，一方面可以推薦本會輔導的產品，一方面也可以了解消費者的喜好，作為本會輔導業務的參考。

《文章未完，下接第二版》



安心蔬菜品牌是品質的最佳保證。



《文章上接第一版》



藉由DIY活動與消費者建立互動

以工作成果獲致農政單位的認同

由於安心蔬菜模式的成功，品牌觀念逐漸獲得大家的認同，行政院農委會委託本會執行國產優良水果推廣計畫，分別由運銷組進行市場的宣傳促銷活動，生產組負責輔導產地品牌的建立，



前後將近十年時間，幾乎跑遍台灣所有的水果產銷班，目前台灣水果的品牌很多都是在這段時間內建立起來的。最近看到這些品牌水果陸續外銷世界各地，不免也覺得與有榮焉。

此外，本會在民國80年協助農委會辦理第一屆台北國際花展，會場四天內擠進了二十萬觀眾，打破了當時世貿展覽館的紀錄。所以接下來農委會就繼續委託本會執行為期六年的國產花卉推廣計畫，結合花卉業者和新聞媒體共同推廣花卉。還記得有一年和民生報合作辦理花與星座票選活動，短短幾天內收到三萬多封回函，郵局的袋子堆滿了辦公室門口，大家都得用跳的進辦公室。

以求新求變來打造新農業

農委會近年來開始推廣作物生產履歷制度，建立農產品生產資訊的可追溯性，讓消費者可以增加對所購買產品的認知和信任感，這是新農業計



日本農民參觀本會安心產地

就由本會當仁不讓地承接下來。

生產履歷除了產品建立條碼外，農民還需要會操作電腦，本會去年也參與了這項資訊導入計畫，在半年內訓練了三百個產銷班的資訊專員，當我們看到一些老農放下鋤頭，認真摸索學習電腦的態度，著實也相當感動。

新農業還必須在傳統農業中脫穎而出，塑造產品區隔，精緻農業、有機農業、休閒農業等都需要展現出自己的特色，這是本會近年來一直積極投入的工作項目，也將是本會未來十年、二十年仍待繼續努力的方向和目標。

畫中極為重要的一環。不過推廣生產

履歷，首先所有的產品都要建立條碼。事實上本會早已察覺條碼在商品流通上的重要性，從十幾年前就接受經濟部商業司委託辦理農業條碼，所以生產履歷的條碼編碼工作，也



董事長親自下鄉驗收成果



農友學習電腦，為新農業努力



商品條碼在農產品的應用

2006年台北親一夏暑期系列活動 「製茶體驗營」活動

■ 邱曾城



茶農示範製茶過程

本會代管之茶研中心配合台北市建設局2006年台北親一夏活動舉辦一年一度「製茶體驗營」已於7月29日(週六)辦理完成，計有50位學員報名參加。此次活動之「製茶原理」課程特聘請茶業改良場文山分場製茶課鄭正宏課長擔任講師，製茶茶師則邀請本會輔導之木柵安心茶葉產銷班之3位專業茶農：張益銓先生、林文星先生及張銘恭先生擔任示範。

一般大眾對此次所製作的冷凍茶較少接觸，聽到冷凍兩字還誤以為是因以冷水沖泡而命名(其實沖泡仍為熱水)，殊不知實因此茶需以冷凍貯藏而得名。因冷凍茶經殺青、揉捻、初乾後便為成品，未經過烘焙團揉等步驟，其含水量較高需以冷凍保存，故其滋味雖清香但相對不適宜飲用，因而本次成品亦可委託茶師焙製成包種茶，並提供宅配到府的貼心服務！

由於此次製茶活動所需茶菁量較多，採茶工作仍由採茶工負責。「製茶原理」課程結束，茶菁也運回活動場地，大家顧不得午餐時間

已到，仍分組開始進行室外日光萎凋、翻轉浪菁，待移至室內萎凋時才用午餐，並喝碗當天現採的竹筍湯來儲備製茶的體力。

整個製作過程約需浪菁四次，攤葉靜置四次，而兩次浪菁中間需攤葉靜置約一至二小時。在第一、二次攤葉靜置等待時，茶研中心已是滿室新鮮茶葉香氣，第三次靜置則讓學員休息及交換心得，最後一次靜置則安排「茶藝教學」課程，讓學員了解茶葉沖泡的三大技巧要領。

「茶藝教學」課程結束時已是晚間8時，開始分組陸續殺青、揉捻、初乾、包裝，學員也分批下山回家，直至深夜完成最後一組學員乾燥、包裝後，活動才正式落幕，學員們已等不及要與家人分享自己辛苦一天製成的好茶！

(附記：特別感謝木柵區農會協辦及贈送每位參加學員高級密封茶罐二個，以及支援本次活動辦理的中心義工及本會同仁！)



連老外都認真的學習製茶

【台灣諺語】

「禮數，當然！」

■ 陳如舜

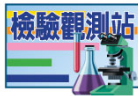
本基金會正逢廿歲生日，多年來承蒙本會會員及社會各界的支持、贊助和愛護，有今日「愛農護農」的好成績，筆者忝為基金會的一份子，深深一鞠躬表示謝意，「禮數，當然！」。

「禮數」是指人與人間的禮儀，適逢喜事，表示謝意，「當然」是少不了！

「禮數」是一種形式，任何行為的發生都能考量到禮數，對方會產生被尊重的感覺。一個懂得「禮數」，也盡「禮數」的人，他的人際關係絕對不差。「禮數」不只是「當然」，而是必要，話說：有「禮」走天下，無「禮」寸步難行，正是人與人的良性溝通哲學。

然而，「禮數」必須因人而異，依兩者關係交情的深淺而有不同的表現。雖然「禮多人不怪」，但要適可而止，寧可多禮九次，不能失禮二次，否則前功盡棄！除了誠意之外，所謂「千里送鵝毛，禮輕情意重」，「禮」要不卑不亢，不能流於矯造虛偽，否則對方感受到的可能不是送禮者的真心誠意，反倒被視為阿諛奉承的戲碼，那可就不償失！

「禮數，當然！」是做人處事的基本道理，而這也不僅止於單方面的盡禮數，受禮者往往有相對的回應，小小的回應，可能只是一句「謝謝！」之類的話語，適時展現落落大方的態度，雙方都能同時感受一個良善的氛圍，這才能達到所謂禮尚往來的效果！



喝一杯好茶？！



■ 孔繁慧

茶自古以來即被中國人視為養生飲品，在中國古籍中有許多與茶葉相關的記載，如古書「神農本草」云：神農嘗百草，日遇七十二毒，得茶而解之。茶是茶的古字。南宋「夢梁錄」中提到，人家每日不可缺者，柴、米、油、鹽、醬、醋、酒、茶，後來酒被剔除。在元代雜劇的唱詞中也出現「早晨開門七件事，柴、米、油、鹽、醬、醋、茶」，由此可見，茶自古就成為人們生活上的必需品。

茶葉的功效

唐朝「本草拾遺」提到「諸藥為各病之藥，茶為萬病之藥」，所以茶有保健功能。古代對茶葉保健功效的了解是屬於經驗的累積，近代則以科學方法加以印證。綜合國內外的研究，茶葉的保健功效如下：

減緩衰老作用：茶經過證實具有抗氧化作用。

以人體進行的實驗中，飲茶可增加抗氧化的能力，且綠茶的效果是紅茶的六倍，其抗氧化的能力與茶中兒茶素含量有關，所以茶可以延緩老化。

降低血脂、預防高血壓：飲茶具有降低低密度脂蛋白(壞的膽固醇)，並提高高密度脂蛋白(好的膽固醇)的功效。日本學者曾針對33名健康者，每天給予500毫克兒茶素類，經三個月後測其血脂含量的變化，結果總膽固醇濃度沒有變化，但高密度脂蛋白膽固醇濃度顯著上升。另舒張壓與收縮壓均

有下降的趨勢。

降血糖預防糖尿病：綠茶及其所含的兒茶素經研究證實可抑制腸道內澱粉分解酶的活性，延緩飯後血糖上升，此外亦可強化胰島素的作用，對血糖的調控有幫助。

減重：研究指出老鼠連續服用綠茶粉53個星期，可以減少體重18%。人體實驗也證實服用綠茶萃取物可增加人體的代謝速率達40%。

抗菌及抗病毒：中國大陸及前蘇聯臨床試驗曾用茶汁治療赤痢，以抑制病原菌繁殖。此外從紅茶中提煉出的兒茶素混合物，能有效預防流行性感官。

抗輻射和紫外線：調查發現二次世界大戰時居住在廣島遭受輻射感染的日本人，移居產茶區長期飲茶後，其壽命比未移居產茶區者長，且健康情況也較好。

茶葉的農藥殘留檢驗

茶葉在栽培過程中，常會使用農藥來提高產量並預防病虫害。本會農檢中心自2001年元月至2006年6月底，共檢驗茶葉樣品991件，其中完全無農藥殘留為646件，佔65.2%，有農藥殘留但在安全容許量範圍之內的樣品為268件，佔27%，不合格樣品件數為77件，佔7.8%，不合格樣品中，檢測出的農藥種類如表一。

表一、茶葉樣品殘留的農藥種類

愛殺松	百滅寧
畢芬寧	賽洛寧
芬普寧	陶斯松
芬化利	新殺蟎

一般檢測茶葉所取的樣品為茶乾，在991件樣品中，包括含殘留農藥及不合格的樣品，佔34.8%，之後以一般喝茶的習慣，將茶乾用水泡過，再進行檢測，結果發現第一泡及第二泡的茶乾及茶湯農藥殘留量都有下降的趨勢，且第二泡的茶湯幾乎可以達到安全的標準，因此以保健觀點來看，喝第二泡以後的茶湯較能確保食用安全。

喝茶的禁忌

飲茶對人體的益處雖然已有充分的科學研究予以證實，但在某些情況下，飲茶對特定體質的人並不適宜。如中醫觀點看，綠茶與紅茶屬寒性飲品，易使生理期、懷孕、臨產前、產後哺乳期、更年期的女性氣血鬱滯，所以應降低喝茶量。此外茶葉具有振奮精神、祛除疲勞、加速心跳，增高血壓，刺激胃液分泌等特性，其中一部分作用是因茶中所含咖啡因引起的，因此腎臟、心臟、腸胃不太健康或氣血虛弱的也不宜喝太多或太濃的茶。所以，我們必須了解茶是一種具有調節人體生理機能的保健食品，每天喝三至四杯直接以熱水沖泡的第二泡淡茶是值得鼓勵的。

參考資料：

陳英玲 2005年 茶葉的保健功效，科學發展391期
吳克宜、孫露西 2004年 茶與健康，科學發展384期

有機話題



客製化風潮

這已經不是一個陌生的名詞，愈來愈多強調「客製化(Customization)」的商品，正持續在全球吹出了一股「量身打造」的風潮。

個性消費的21世紀，產品走向趨於獨一無二，依客戶的喜好、需求個別打造，只要產品的设计與走向能夠成功塑造出特色，往往足以刺激產品的消費額；講求創意的年代，動動腦设计出符合顧客想法的產品，外加少量多樣的產出原則，正是吸引消費者上門的最佳手法。

這幾年的有機產業圈，同樣出現許多「客製化」的產品案例！依筆者的觀察，有機「客製化」凸顯許多刺激產業活絡的巧思，遊走在崇尚環保、健康、支持地方小農的消費客層之間，有更多屬於客製產業的發展特色值得推薦：

一、為地方特色物產開發專屬的季節性商品

單純鮮食的流通往往侷限了生鮮產品的消費空間，「客製化」除了將服務對象鎖定在消費者的喜好

之外，當然也包括了地方特色作物另尋產品舞台的揮灑空間。例如：新竹一家知名的有機店家結合本身烘焙的優勢，配合時令，將國內物產如南瓜、紅茶、九層塔、紅豆、豆腐融入烘焙製品的開發，不僅風味特殊，支持本土小農作物的作法更是令人讚嘆！

透過後製加工的方式，成功轉換與延展生鮮農產品的商品價值，獨創性的特色正待有心人的參與開發！

二、天然手製品的獨特魅力

因為「客製化」，反映在商品的產量就無法量化，許多產品往往與天然手製劃上等號。在有機產業手製品的製作，特別強調原料取材的在地化、無人工添加、健康、安全的訴求，如果再加入客戶個性化的包裝(天然不繁複的設計)，就成了代表性的個人商品，送禮自用兩相宜。



照片提供/柑仔店有機超市

三、店家經營的限定商品

鄰近台灣的日本，對於商品經營的用心，常常是許多憤於取經人士的朝聖地，許多限定商品的推出，更是愛好者定期鎖定的目標。

有機店家懂得箇中蘊楚，為忠實客戶開發不少「鎮店商品」，這些商品或許包裝並不精美，但講究原味、健康、真材實料的訴求，往往成了顧客詢問度最高的商品。只此一家、別無分號的季節性產品，更巧妙地運用預購方式，早早

搶購一空！這讓許多產品可以不需過多的銷售管道，讓消費大眾享有最透明、直接的消費形式，製作與消費的溝通能到達最佳的共識，因此而甘之如飴！

四、合理管控產品的產出品質

正因為「客製」產品以客為尊的特質，「口耳相傳」的口碑，遠勝過遠距的傳媒廣告或電子商務的傳動，當然經不起產品口碑的破壞！如此一來，業者更動於管控出廠產品的相對品質，這也是客製產品之所以深受擁戴的原因。

五、特定有機產業的行程或生態旅遊的方興未艾

「客製」產品，除了消費日常生活所需之外，有愈來愈多的人士

轉而關注產地現況與地方人文的文化產業。平日只看得到產品，卻不知背後產出或製造過程的情況獲得最好的詮釋；面對面的接觸，拉近了生產與消費的距離，同時也在無形之中劃上了忠誠度的等號，因為

信任產出者的努力，進而支持產品的消費，同時也讓地方人文在互動的瞬間成了休閒度假另一個知性揮灑的空間，令人期待，卻也希望所有產業文化的跳出，都能穩住陣腳，而不是一窩蜂的泡沫風潮。



店家特製餐點 照片提供/天母·健康廚房



有機產業是未來需求度極高的產業，但是卻也必須面臨環境成熟的時機，無法等同工業製品的迅速、省時的需求。「客製化」風潮，正符合這個產業的特性，在有限的產品資源中，尋求更為豐富而多元的面貌，保有更多傳統技術的傳承，以及產品的原始風味。同時，在尊重土地、尊重客戶的雙向溝通原則之下，讓產品更能適時、適地、適人消費，創造出獨特的產品魅力！而這個產品魅力，對於消費者、業者、地球環境都是一項善舉。



新鮮·營養·健康

安心蔬果 柚見八里

■ 李積錦



今年由於閏七月的關係，中秋節延至國曆十月上旬才登場，一到中秋節，最應景的水果就是文旦柚了。猶記得小時候學校舉辦中秋節月光晚會，總會將整粒文旦柚插滿香後，用繩線穿掛在竹竿上並點燃香火，旋轉的柚子像團火球，煞是好看，也為中秋夜添加幾許溫馨與熱鬧景致。近幾年來，由於農政單位積極推廣地方農產品，全省文旦柚產地如台南、花蓮、台北縣，紛紛舉辦各種促銷、採果體驗或競賽活動及透過媒體宣傳彼此較勁，也因此發展出所謂的「南麻豆、北八里」的口號，而後者所指的就是台北縣八里鄉出產的文旦柚。

或許部份民眾對於台北縣八里鄉所生產的文旦柚品質會覺得陌生及質疑，其實八里鄉文旦柚的栽培面積多達250公頃，年產值高達6億元以上，每年透過直銷及八里鄉農會的促銷，幾乎在中秋節前兩星期就銷售一空，甚至出現搶購的現象。正因老顧客早就捷足先登購買走了，所以市面上也幾乎看不到它的身影，也足以證明該地所生產的文旦柚品質已獲得購買者的肯定。

八里鄉文旦柚的生長栽培有兩大優勢，分別是天然環境及氣候。八里鄉文旦柚栽培多集中在老仔坑及牛寮埔兩地區，由於地處五股台地及觀音山上，土地排水性好，冬季東北風夾帶著豐富的鹽分使得土壤含鉀量高，果實自然甜度增加；而在果實的成長期間，也就是端午節到中秋節之間，此處不下雨，剛好提供西曬日照充足的环境，果實不僅著色均勻，果型也好。八里鄉所生產的文旦柚特色為果

實短胖、豐滿、皮薄多汁，果肉呈黃白色或粉紅色，果型略呈三角，無籽。

這兩年，八里鄉農會陸續研發文旦柚加工產品，如柚子餅、柚寶茶、黃金柚醋、柚香果醋、柚香果茶禮盒等產品。為嘉惠更多的消費者前往八里鄉品嚐文旦柚的美味，農會也將在九月二十三日、二十四日(週六、日)兩天推出觀光果園巡迴公車，消費者只要在八里渡船頭農會服務處購買100元的搭車券，即可搭乘公車前往老仔坑及牛寮埔山區各家觀光果園遊覽及採果。公車每半小時一班，沿途隨站可憑搭車券上下車，此券並且可以用來抵用100元消費購物，換言之，消費者當天雖花100元買搭車券，其實最終還是回收到自己的口袋，八里

鄉農會對消費者的貼心服務及對農友的热心照顧可見一斑，有興趣的民眾不妨利用週末假日前往一遊。

挑選文旦柚，要看外型表皮是否光滑細緻、具光澤，皮薄、上窄下寬、底平、果實拿起來有沉重感者(約一斤左右)為品質較佳。一般來說，文旦柚自農曆白露前後開始採收，採收後必須貯藏七至十天的後熟，使外皮由淡綠色轉為黃綠色，多餘的水份會蒸發掉，使糖度提高、風味變得更好，此時才是最佳的食用時機，而這段放置的過程稱之為「辭水」。相信多數民眾都有過將文旦柚放到柚皮皺巴巴後再食用反倒覺得美味的經驗，也就是這個道理。



◎訂貨專線：
02-26102996洽八里鄉農會供銷部

活動快訊

網址：<http://www.liukung.org.tw>

秋天的有機輕食講座

秋天，是一個色彩豐富的季節，就連蔬果也展現多樣的彩度。這一季，我們將運用當令的有機蔬果產品，教大家做「輕食料理」。

印象中的「輕食料理」強調清爽、簡單、分量少，對身體所需求的營養素是不夠的。現在的輕食觀念是要兼顧營養均衡，我們稱之為「營養輕食」。「營養輕食」除了以傳統輕食的概念作為基礎，在食材選擇方面，強調減少油脂類及增加五穀根莖類、纖維質及保護性營養素的攝取。也就是說正確的輕食應該不單是控制每日應攝取的熱量，更需兼顧六大類食物的營養。其設計原則為取材容易，簡單料理、省時又省力。

享用輕鬆沒有負擔的食物，應該是許多掌廚者急於改變的觀念，邀請您來參與這場難得的課程，現場感受屬於秋天美麗的「輕食料理」！

- 報名費用：300元
- 人數限定：每場次35人
- 上課地點：本會三樓會議室（台北市忠孝東路一段10號3樓）
- 報名熱線：02-2394-5029曾淑莉小姐（請以電話報名確認名額，再行劃撥繳費！）
儘量利用9:00-12:00及13:30-17:00的辦公時間洽詢或報名。
- 注意事項：1. 三天內完成繳費，連同①報名表及②匯款收據傳真至02-2394-2591。活動通知另行寄發。
2. 經報名繳費，概不受理退費。

秋天的有機輕食講座 報名表 (請自行繪製或影印放大後使用)	
參加場次	<input type="checkbox"/> 95年9月25日 (週一) 14:00-16:00 <input type="checkbox"/> 95年9月27日 (週三) 14:00-16:00 (請擇一場次勾選！) <input type="checkbox"/> 95年9月29日 (週五) 14:00-16:00
姓名	性別 <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
地址	郵遞區號 <input type="text"/>
聯絡電話	公司： <input type="text"/> 住所或手機： <input type="text"/>
郵政劃撥收據黏貼處	

郵政劃撥帳號：19454231 戶名：財團法人台北市璦公農產銷售基金會
劃撥單背面註明「有機輕食講座」及「參加者姓名」。

觀陽知性之旅

秋高氣爽的日子，想體驗一趟台北近郊的陽明山及觀音山踏青之旅嗎？本會特別在秋收的季節為您規劃了兩梯次「觀陽知性之旅」一日遊活動，歡迎有興趣的朋友前來報名參加。

活動日期：95年9月12日(星期二)及9月14日(星期四)
人 數：35人 ※報名時間：即日起至9月8日止。
活動費用：每人酌收950元。(含100萬旅遊平安險+5萬元意外醫療險、車資、午餐、地瓜、DIY贈品)

預訂行程表：

時 間	內 容	時 間	內 容
08:00-08:10	報到。	13:10-13:30	黃金筍預冷技術介紹。
08:10-08:40	赴草山參訪地瓜園。	14:00-15:00	參訪觀音山風景區。
08:40-09:10	參訪地瓜園。	15:00-16:20	文旦柚採果樂及DIY教學。
09:30-11:10	參訪仙人掌園及DIY教學。	16:30-17:30	紅樹林自然生態保留區介紹。
12:00-13:00	享受八里田媽媽風味餐。	17:30-18:00	賦歸。

活動方式：欲參加者，請先以電話報名，再劃撥繳費。
報名熱線：1. 02-23945029 李積錦小姐。報名後請於三天內完成繳費，請連同(1)報名表及(2)匯款收據傳真至02-23920974，請務必電話確認傳真資料。活動通知另行寄發。
2. 請利用9:00-12:00及13:30-17:00的辦公時間洽詢及報名。

『觀陽知性之旅』報名表 (請自行繪製或影印放大後使用)	
參加場次	<input type="checkbox"/> 95年9月12日 (週二) <input type="checkbox"/> 95年9月14日 (週四) (請擇一場次勾選！)
姓 名	性 別 <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女 午 餐 <input type="checkbox"/> 葷 <input type="checkbox"/> 素
出生年月日	身份証字號 (此欄僅供辦保險使用)
通訊地址	郵遞區號 <input type="text"/>
連絡電話	公司： <input type="text"/> 住所或手機： <input type="text"/>
郵政劃撥收據黏貼處	

劃撥帳號：19454231 戶名：財團法人台北市璦公農產銷售基金會
請於劃撥單背面通訊欄註明「觀陽知性之旅」及「參加者姓名」。
備註：1. 本活動為戶外活動，請自備礦泉水、遮陽帽、環保袋並穿著輕便服裝及球鞋。
2. 凡已完成繳費報名者，概不退費。(如因人數不足而取消行程時不在此限)