

府邀集有魚市場鄉鎮公所假漁會召開協調會，與會鄉鎮公所同意以彰化區漁會為經營主體。民國75籌組成股份有限公司，彰化區漁會佔股份51%成為最大股東。另外因為其他5個魚市場規模小，經營狀況不佳，經漁會評估，毅然決定整併，籌劃興建埔心魚市場。在彰化縣政府的積極輔導，漁會於民國75年租用埔心鄉公所2400坪用地並爭取行政院農委會、台灣省農林廳漁業局及彰化縣政府補助，分年逐步興建魚市場主要設施及附屬設備，於民國77年完成，投入總經費約新台幣3千餘萬元。

埔心魚市場於民國77年11月28日開始營運，計畫目標為三年後達到6000公噸，年交易金額3億元目標。由於埔心魚市場營運脫離原有市場管理模式，完全依據漁會財務處理辦法及人事管理辦法有關規定辦理，在健全體制與管理之下，業務蒸蒸日上，於民國79年即達6253公噸，金額達3.6億元，超前預定目標進度。

為減少人工拍賣發生之弊端，埔心魚市場也勇於拍賣制度的創新改進。在行政院農委會的輔導規劃下，接受新竹食品工業研究所研發技術指導，歷經多次實驗測試，於民國81年率先使用無線式電腦拍賣，達到公平、公開及公正交易及節省人力、物力的目標，為亞洲首屈一指之創舉，交易業績逐年增加，更為日後我國農產品交易市場競相學習的示範市場。截至民國98年底交易金額突破9億餘元，僅次台北、台中魚市場，名列全國第三大魚市場。

配合地方漁產業的供銷業務

為加強漁貨共同運銷，民國75年開辦養殖蝦類共同運銷業務，至民國80年整合養蝦產銷班13班，班員172人，辦理草蝦與斑節蝦共同運銷數量21.5千公斤，直至民國82年因草蝦病變，大多數養蝦漁民無法收成，本項業務暫時停擺。因此階段性轉為辦理高經濟魚一七星鱸及紅蟳禮盒促銷，於民國83及84年共促銷5噸。

由於民國87年起因為台鰻生產豐收，輸日鰻魚不振，價格低迷，彰化區漁會經由鰻魚產銷班研商，提供成鰻，以漁會輔導標誌為品牌，委託GMP食品

認證加工廠，加工製作蒲燒鰻。由於漁會在地方形象優良及鰻魚品質佳，產品推出獲得各界反應熱絡，第一年即銷售15噸，打開漁會蒲燒鰻知名度，迄今民國98年蒲燒鰻單一產品年銷售金額達9百萬元，有效打開台鰻內銷管道，並為各家競相效法，讓優質鰻魚普遍供應國內消費，深具貢獻。

在成功的蒲燒鰻供銷經驗，彰化區漁會依據本縣時令盛產漁產品，適時推出各項小包裝漁產品，如：有鑑於彰化縣為烏魚的重要漁場，日治時期地方官員為提升台灣烏魚子品質與口感，延聘長崎技師至鹿港漁業組合教導烏魚子醃製法，具有歷史文化淵源，於是配合烏魚盛產期，於民國90年以室內定溫烘乾，維持烏魚子衛生條件，推出真空包裝烏魚子禮盒，市場反應甚佳，深獲消費者喜好。又為調配本縣三大養殖生產區大宗文蛤產物供需，民國91年推出5斤及10斤裝真空包裝金文蛤，以區隔一般消費市場...等等。

開發多元漁產品榮列百大精品

為使供銷產品精緻、多樣化，漁會委託優良食品廠商代工生產多類型漁產品，並完成系列供銷漁產品包裝標準化及CAS、HACCP、ISO2200認證標示。如：民國96年開發魚酥系列、虱目魚丸、虱目魚罐頭；民國97年開發無刺虱目魚肚、蒲燒虱目魚肚、中秋烤肉禮盒；民國98年開發群魚禮盒、適合旅遊伴手禮之精緻時尚魚酥禮盒。民國96年漁產品銷售13.2百萬元，至民國98年銷售金額為18.5百萬元，業績逐年增加。漁會也積極尋求在國內大賣場合作，目前有遠東愛買15家店及裕毛屋3家店上架銷售。

近幾年適逢行政院農業委員會辦理台灣農漁會百大精品甄選，以政策輔導「嚴選製造、在地生產」健康安全的農產品，結合傳統的手藝與時尚的包裝，評選出兼具時尚、傳統與健康的台灣農漁會百大精品。彰化區漁會蒲燒鰻及魚酥系列經評選榮獲百大之列，除了是對彰化區漁會供銷漁產品高品質的肯定，也是漁會繼續開發多元商品，對此供銷業務的永續經營的最大鼓勵。

彰化事業經營成功的要素

孟子曰：「天時不如地利，地利不如人和。」彰化區漁會憑據著和諧的團隊，領導者的企圖心，運用外部環境資源與地方產業，開創地緣之利；長期間經營，日增月累人和、地利之契機，等到時機到來，終能成就事業。

就人和要素來說，彰化區漁會自民國65年合併以來，整合協調彰化縣沿海六鄉鎮七個區漁會原有地方人力資源，以會員數比例產生漁會代表、理、監事選任幹部，無派系之紛擾。30年來，在張吉田陳諸讚兩位總幹事擘劃漁會發展藍圖，一步一步落實完成，展現領導者的遠見與魄力，造就彰化區漁會今日之規模。其中最重要的要素是善用人才，以不吝考用優秀青年人才並給與專業技能的培養，成為發揮經營績效的團隊。由於漁會是公益社團法人，主要以服務漁民為依歸，領導者要求員工以感動服務為圭臬。在適當的員工激勵效應之下，漁會全體員工追求優異的品質與服務，成為漁會經營成功之根本。因此，得以讓漁會三部門各項業績蒸蒸日上，連續20年獲政府考核為績優單位。

在地利要素方面，舉凡從上述80年代埔心魚市場的興建，端賴適中的地點，便利的交通網，迅速整合南彰化承銷人與魚貨供應商，成為魚市場經營的成功經驗，帶給彰化區漁會穩健發展經濟事業的基石。又漁會在供銷業務上，以服務漁民為出發點，供銷漁產品以地方漁產為主。每年在推廣部門的年度計畫，舉辦多元化的文化活動。大力推廣地方產業，諸如：民國85年全國文藝季—王功甦醒、民國86年王功蚵的故鄉、民國95年起連續五屆，以文蛤、牡蠣為主的王功漁火節文化活動及民國97年的鹿港烏魚子節...等等。都能運用外部環境資源與地方產業，開創出彰化區漁會地緣之利。

在長期間經營，日增月累人和、地利之契機，營造天時之利。彰化區漁會以推廣服務、福利事業作為漁民的依靠，在長期間品牌形象建立，或是配合當時政策、或是時機的到來，不斷在經濟、金融事業的市場開創與轉型，終能成就事業創造佳績。