種苗臉譜 林宗亮與他的馬鈴薯

聽過馬鈴薯薯球越迷你越貴嗎？聽過黃金馬鈴薯嗎？聽過全國第一家產銷履歷是誰嗎？是誰讓這些發生的如此不可思議？讓我們來分享林宗亮與他的馬鈴薯的故事……。林宗亮係電子科系出身，從事電器行及電子公司且經營的有聲有色，但在長年栽培馬鈴薯的父親過世後，母親要他把電子公司交給弟弟經營，理由是：不論做什麼，反正你都會成功；再加上父親靈堂前突如其來出現53萬馬鈴薯貨款，心想父親是否冥冥中指示他接手馬鈴薯生產。

於是他開始努力研究市場，看到馬鈴薯人工種植及採收很費工，就著手研發並開始機械化採收來降低生產成本；馬鈴薯批發價格很低，無法獲益，思索如何打出自己的品牌突出重圍。在因緣際會下試種農試所推出的“台農1號”之黃肉鮮食品種，這個品種具有人蔘味，口感綿密、烤後更好吃，再加上抗病性好，病蟲害少，如獲至寶的他開始用安全的自然農法生產，推出讓消費者安全又安心的產品。想讓自己的馬鈴薯價值提升就必須自創品牌，才能與市場產品做區隔，所以戴斗笠的“潭子馬鈴薯“品牌就這樣廣為流傳，也成功申請全國第一家產銷履歷驗證，並在95年得到神農獎，將他的人生推上另一個高峰。舉凡平面、電視及數位媒體等爭相報導的效果出現，成功地打出自己的品牌及提升價值，王品集團、愛買、裕毛屋等商家均是他的大客戶，王品集團更指定黃金馬鈴薯薯球要越小越好並且供不應求，所以他也發展出密植栽培的模式生產小薯，別人眼中無用的小薯卻從他手中變出黃金的產品。

雖然馬鈴薯生產供不應求，但為求品質及產量需求，體認出生產馬鈴薯最重要的環節就是要有健康的種薯，在農糧署、防檢局及種苗改良繁殖場等單位的協助下，將“台農1號”納入種薯驗證體系，這樣才能夠安穩且永續經營馬鈴薯產業。他所推出的種薯價格比市場高出許多，但是因有品牌效應的護持，種薯仍是供不應求。所以，他目前面臨栽培產能及種薯供應不足的雙重壓力下，亦逐年開始擴大栽培面積，積極推入雲端市集行銷，未來可能投入初級加工，如薯餅、咖哩調理包等產品研發，就如他母親所說，不論做什麼，反正他都會成功的，讓大家再次拭目以待吧！

談及馬鈴薯點滴時，林宗亮眼裡滿是感恩的心，他更感謝這一路走來許多長官們的疼愛與給他的協助。馬鈴薯在別人眼裡是好吃，但在林宗亮眼裡卻是“好可愛” 就好像是對待寵物般的照護著他心愛的馬鈴薯。