

農產品的「商品化」、「禮品化」、「藝術化」

—南投縣信義鄉農會食品加工廠新貌

文圖 / 廖遠泰

盛產青梅的南投縣信義鄉，農會面對台灣加入WTO之後，可能帶來的衝擊，與台商從大陸傾銷梅子加工品往日本的窘境；又配合週休二日，與政府開放大陸人士來台觀光旅遊爭取台灣市場的新趨勢，採取有效措施，以農產品的「商品化」、「禮品化」、「藝術化」採多樣化充分開發青梅加工產品與釀造水果酒（以梅系列為主軸）和蒸餾酒類產品，決定全部收購鄉內生產的青梅，予以加工製造食品和釀酒，解決青梅滯銷的問題。

南投縣信義鄉，是台灣青梅的主要產區，種植面積約800公頃至1,400公頃。由於位處玉山山麓日夜溫差大，且氣候適合梅樹生長，並採集約式管理，所以栽培技術與管理相當成熟，往年輸往日本的梅子加工品頗受歡迎。

但信義鄉農會黃志



南投縣信義鄉農會總幹事黃志輝接待遊客參觀貯酒的橡木桶

輝總幹事認為：近年來由於週休二日的推廣，遊客如織，梅子加工品的銷售量以數倍速度成長，惟在大陸的台商，除向日本傾銷之外，也將其加工品運銷台灣以「低成本」角逐台灣市場，因此本土化的產品不得不求新求變扭轉市場策略，求生存求發展。

黃總幹事接著說：鄉農會食品加工廠目前採取的因應措施，除了生產梅子加工品包括：脆



信義鄉農會食品加工的企劃師廖昭傑展示他設計的包裝



南投信義鄉農會食品加工廠釀酒，精選的青梅經脫皮後採自然發酵

梅、話梅、紫蘇梅、醋之梅、梅酒、梅子甘仔糖、梅子果凍與梅汁、梅味麻薯等等。最近還籌建一棟佔地400坪的酒窖，以迎接開放民間釀酒的新辦法，在台灣同性質的「酒莊」將陸續開放營運。由行政院農業委員會輔導的14個酒莊也要加強品管，以提高競爭力。

信義鄉農會的「酒莊」，分為發酵室、貯酒槽與橡木桶儲藏室、包裝場等



南投信義鄉農會食品加工廠的農產品採「商品化」、「禮品化」頗受消費者喜愛



南投信義鄉農會食品加工廠以「藝術化」的包裝設計獲得消費者青睞

等，該會已取得國際品質認證ISO，技冠全台。除先前開發的「狂野」、「柔水」之外，三角瓶裝的「忘記回家」最具「靈感」，不但純度道地、口感佳，連包裝設計上的品牌，令人一笑；而「長老說話」、「小米唱歌」等品牌，憑喝酒的「感覺」命名。

信義鄉的居民中，平地人與原住民布農族各佔1/2，出產的酒，特別注意原住民的口味與嗜愛度。梅子清酒現仍試驗階段。

黃志輝總幹事說：這裡的系列產品，都由美工設計師辜昭傑先生設計包裝。

「商品化」強調大方高雅，凸顯產品品質。「禮品化」力求攜帶方便，禮輕人意重。「藝術化」則力求醒目，圖案鮮明、別緻，能刺激購買慾望。

信義鄉位於玉山國家公園的入口處，是新中部橫貫公路上的重要景點，上通

鉛板厝、古亭笨、牛車

文圖／陳晉上

5、60年之前的農村，居住的鉛板厝，儲藏五穀的古亭笨與搬運農產品、農具用的牛車隨處可見。此類純樸的鄉村景觀，在農家40多年來日以繼夜的「打拼」，鉛板厝如今已由紅磚瓦屋與透天西式樓房所替代！早年穀滿倉的古亭笨，除少數殘留在庭院中剝



農業社會的寫真—鉛板厝、古亭笨、牛車

落而成為空蕩的「古董」外，幾乎絕跡！木造的牛車，自「鐵牛仔車」出現後它即退避三舍，閒置牆角下任風吹日晒雨淋待消失。

筆者利用春節走訪農村親友，在彰化縣二水鄉源泉村集集線鐵路旁，發現

這「鉛板厝」、「古亭笨」和「牛車」聚合的場景，機會難得隨手「卡嚓」一聲，拍下這「時光在倒流」的畫面。用相機能為農業社會寫歷史、做見證，真是不虛此行。



阿里山、玉山各名勝，下達水里，集集與各鄉鎮為鄰，並可到日月潭遊歷那兒的湖光山色。每年12月底為迎接賞梅遊客，在信義風櫃斗梅園舉辦「踏雪尋梅觀光季」系列活動，除安排賞梅，盛開的梅花，宛如白雪，品梅、畫梅及梅下聽音樂等多項表演，還有布農族歌舞及農特產品展售與梅餐饗宴，為期一個

月。

路過信義鄉，在展售中心仔細選購自己喜愛的產品，贈送友人或在旅途中找一個花下，竹林、新綠，雨霽、積雪、新月、平曠、荷亭與同遊的夥伴品嚐，盡情享受走訪的野趣，當更回味無窮。

