

台北近郊的綠竹筍專家——士林安心鮮筍產銷班

口感細緻、氣味香甜的綠竹筍，由於高單價及不易保存的特性，向來被視為高級食材，不論製作成「竹筍沙拉」或「竹筍大餐」，都令人忍不住食指大動。位於台北近郊的「士林安心鮮筍產銷班」，班長張盛玄已有30年種植綠竹筍的經驗，他守護著家傳的竹林，也用心生產讓消費者吃得安心的綠竹筍。



綠竹筍的專家-張盛玄先生

棄商從農 種出安心鮮筍

經過流行時尚名店聚集的中山北路，大約30分鐘的車程，我們到達了外雙溪。車子進入故宮博物館對面的山間小徑，繁華的都會景緻一下變化成農村風貌，眼前低矮的小橋、湍急的溪水、滿山竹林，一時之間，我們有如遁入時空隧道一般。

士林安心鮮筍產銷班的張盛玄班長，從小在這片台北都會近郊的竹林裡長大，12歲起就跟隨著父親開始種竹筍、賣竹筍。民國82年，張班長自東吳大學經濟系畢業後，對於這片與他一同成長的竹林有無法割捨的情感，於是自願接下管理竹園的重擔，專職生產綠竹筍。

張班長說，綠竹筍的特性是高纖維、質地細嫩，且採收後生理變化旺盛。綠竹筍採收後，其切面會在短時間內褐化和木質化，筍內的粗纖維快速增加，口感則從鮮嫩變得乾粗。



綠竹筍是高級食材

他又說，民國80年，家中的竹筍多以零售方式



士林安心鮮筍產銷班

銷售，為了能夠確保綠竹筍的新鮮與品質，必須現採現賣，每天都得趕在凌晨5點時採收，再立刻載到鄰近的傳統市場販售。但佔地約10公頃的竹林幅原遼闊，加上採收與搬運都非常耗時，有時等到採完再運到市場時，採買人潮已散去，加上市場攤位規費問題，當時零售綠竹筍的收入並不穩定。

一心想改善傳統銷售方式的張先生，跟農會積極建議時，正巧適逢瑠公基金會想在當地推展「安心蔬菜」，與他的理念不謀而合，於是在農會與基金會共同輔導之下，正式成立「士林安心鮮筍產銷班」，並以此為品牌，讓原本以零售為主的綠竹筍轉戰批發市場。

預冷技術 擴大行銷超市

將貯藏壽命極為短暫的綠竹筍，放到可能得長時間貯放的超市販賣，張班長坦言：「當時認為，這簡直是一項不



竹園覆土

可能的任務！因為必須現採現賣才能顧全品質的綠竹筍，若放在超市2、3天以上，根本就失去商品價值。」

沒想到，產學合作開發的「綠竹筍預冷技術」，居然能夠保留現採的綠竹筍的新鮮和口感，成功地開啓了小包裝鮮筍在連鎖超市的行銷通路。

綠竹筍預冷技術的流程，綠竹筍一經採收後，立即以機械進行切面清洗，再將竹筍放入預冷機進行預冷，將鮮筍的中心

溫度由原本的24°C迅速降至2°C後，再依竹筍重量加以分級包裝，以2支為單位放入產銷班設計的船型包裝盒，再利用全程2°C的冷藏車運送至超市配送中心，再配送至連鎖超市的各分店。張班長說，鮮採



綠竹筍生長情形

綠竹筍若可貯藏在恆溫2°C的環境下，即使貯藏15天以上，品質仍有如現採鮮筍一般。不過，在超市上架時，因為必須配合架上其他蔬菜的貯藏溫度，通常無法使溫度維持在2°C，因此保存期會略為縮短。

產銷班的綠竹筍從零售通路改變成超

市通路時，曾經遇到一些困難，除了超市貨架低溫不足的問題外，從產銷班到超市配送中心的流程，雖然可由產銷班購置的冷藏車進行運送，藉以控管綠竹筍的品質。但是，超市配送中心後續的配送，卻因為當時仍未普遍使用冷藏車，使得在運輸過程中由於貨櫃車內部蓄積高溫，讓已預冷的鮮筍品質劣變，產品上架販售後，影響消費者的購買意願。針對此一問題，張班長和廠商不斷地溝通，最後廠商終於決定添購冷藏車，讓鮮筍的配送過程能夠全程冷藏，順利克服運輸過程的溫度問題。

自此，「士林安心鮮筍」靠著預冷技術、冷藏配送，克服了綠竹筍貯藏的難題，不但維持鮮筍的好品質，也以小包裝行銷到全國連鎖的知名超市。

綠筍生產 二老二少剛剛好

綠竹筍的產季，南北大不同，因為南部氣候較溫暖，產季較長，屏東地區約10個半月，台南地區為6個月；北部氣候較涼爽，則為3-4個月，士林區的綠竹筍產季即從5月起至10月中旬。

他又說，士林地區的綠竹筍一年可採收2次，第一次採收從5月開始，到6月中旬達盛產高峰期，受到颱風季節的影響，7月分的竹筍產量通常會驟減；8月中則開始進入第二次的採收期，可持續到10月中旬才結束。張班長補充說，一般而言，綠竹筍第一次採收的產量較穩定、



二老二少小家庭制的綠竹

也比較容易估算，第二次採收期的產量則容易受到颱風及病蟲害等因素影響，變動劇烈，較難估算。爲了降低颱風季節所造成的危害，並提高第二採收期的產量，目前張班長正配合農政單位的研究，朝竹林矮化的方向努力。

此外，留存筍母的數量也和產量息息相關，倘若筍母留的數量太多，植株生長過密，會導致竹林內日照不足，光合作用效率低，竹筍的品質和產量也會跟著降低。張班長打趣地說，士林綠竹筍留筍母的方式爲「二老二少小家庭制」，即每年留存2支母竹(2少)，加上前一年留的2支母竹(2老)，可以達到最好的品質與產量。

破除迷思 鮮筍品質加分

種植綠竹筍已有30年經驗的張班長，爲了讓綠竹筍的品質能夠再提升，產量能夠更加穩定，他經常利用農閒時期，不斷自農業書籍或網路資源中擷取更多新知，甚至身體力行，以打破一般人對於竹子的迷思。張班長說：「許多

人認爲竹子生長60年或100年就會開花死亡，事實並非如此！」因爲自小聽到這樣的說法，讓他半信半疑，後來自家竹林也發生幾次竹子開花的情形，習慣將事情追根究柢的他，還將已經開花的竹叢挖開研究。這才發覺，會開花的竹子多半是因爲遇到生長環境的逆境，爲了能夠儘快繁衍下一代，才會開花。

張班長所領導的產銷班，爲了能夠生產令消費者能夠「吃得安心 買得放心」的綠竹筍，除了堅持不使用農藥，也用單價及成本較高的有機肥來代替化學肥料，他在管理竹林時，爲了幫助竹子根部能夠吸收水分及養分，他每隔一段時間就動手清除地下老莖，以防根節盤踞，阻礙了新生的地下莖吸收肥分及水分。

產銷班所採的新鮮綠竹筍，總共分爲上、中、下級，不同等級的綠竹筍各有其適合的烹調方式。筍的底部寬、筍形彎如牛角，筍殼尖端金黃色，筍肉白且鮮、無浸水者，歸類爲上筍；中筍則形似圓錐，外殼呈黃褐，較上筍的形狀過短或過長；若筍出土後才採收，筍殼尖端呈現青綠色，形狀過於瘦長、短圓則屬下筍。只有符合中級及上級的優質綠竹筍，才能成爲小包裝鮮筍，進入超市供消費者選購。



宜蘭大學自行研發的搬運車



綠竹筍寶寶

宅配行銷 開拓多元通路

士林安心鮮筍在超市行銷十多年，目前已打響品牌，品質也獲得消費者肯定。目前產銷班內仍以生產新鮮綠竹筍為主，以批發價格將鮮筍供貨給固定合作超市。除此之外，產銷班亦致力開發筍加工產品，包括調味筍或熟筍真空包裝，讓消費者能在非綠竹筍產季，也能吃到綠竹筍，並可調節盛產期的存貨壓力。

由於綠竹筍屬於單價較高的蔬菜，為了能夠抓住金字塔頂端的消費者，未來，安心產銷班將逐步朝宅配及網路銷售方向前進，並與公家機關及大型公司接洽，拓展鮮筍的直銷市場。同時也希望藉由地利

之便，在產季開放大台北地區的小朋友及遊客親自採竹筍，讓大家有機會接近大自然，也讓傳統的竹筍生產能夠更多角化經營。🌱

士林安心鮮筍產銷班 張盛玄

電話：(02) 2841-3290

煮出美味鮮筍的秘訣

- 一、涼拌：選用上、中級筍，先清洗，放入冷水中，以大火煮沸後，立即轉小火悶煮40分鐘即可。
- 二、煮湯：選用中級筍，煮法和涼拌同。
- 三、生炒：選用上級鮮筍直接炒或下級筍煮過再炒。
- 四、滷：適用下級筍，先以小火慢煮，待水滾後再以小火悶煮40分鐘，再滷。

位於外雙溪的綠竹林