

再創梅鄉新風貌——信義鄉農會黃志輝總幹事

沿著陳有蘭溪進入新中橫公路，十來分鐘，信義鄉農會酒莊映入眼簾，紅瓦白牆帶些歐式建築風味的酒莊，在青翠山林輝映下十分惹人注目，就如酒莊產製別緻酒品，在眾多中外名酒之間獨樹一格。莊內，神采奕奕的農會總幹事黃志輝先生，正熱切向訪客說明自家產品「山豬迷路」的妙處，望著如織人潮，黃總幹事神情掩不住欣慰與自豪。

越挫越勇 撥雲見日

他是應該自豪，信義鄉製酒產業從無到有，在短短兩年內打響全國知名度，儼然民間酒業第一品牌架勢，可說是黃總幹事一手運籌打造，酒莊在91年取得財政部核發全台第一張釀酒執照後，很快產品出籠上路營業，品質、產量迅速步上軌道。這些成果是奠基在78年成立的農會食品加工廠研發能力上，黃總幹事十多年來幕前幕後付出的心血，豈是三言兩語能形容。



黃志輝總幹事

歷經921、賀伯、桃芝、敏督利颱風一連串天災土石流的摧殘，山高谷深、地形崎嶇的信義鄉，道路中斷、農田流失、土石橫陳，對農民打擊何其大，農會酒莊經營的成功，不只直接提供農民實質助益，心理層面上更具撥雲見日振奮效果。

信義是梅子的故鄉，栽植面積約1千4百公頃，產量

酒莊優美的景觀規劃

居國內第一，管理技術的成熟進步，使得生產的青梅，酸度好，果肉紮實，纖維素含量高，品質一流。早年國內銷往日本的高級梅胚，信義鄉包辦了大半。後來大陸貨崛起，挾價格優勢逐步侵吞市場，國內梅子產業飽受威脅，黃總幹事引領梅農迅速調整經營模式，改變初級產業型態，導向生產、生活與生態三者兼具的「三產業」方向發展。近些年，到「風櫃斗」、「烏松崙」、「牛稠坑」賞梅花，彷彿春季祭典、國人出遊必排行程，信義鄉的梅之宴名聞遐邇，這裡的梅醋、梅汁、醃梅等各式梅製品，更是坊間的高檔貨。

洞燭機先 開闢市場

信義鄉梅子產業成功轉型，黃總幹事的洞燭機先，精心引導，率先搶得第一張釀酒執照後，加入酒品市場，進一步拉抬鄉內農產品附加價值，是黃總幹事另一得意傑作。酒莊推出產品不久，年營業額就突破3千萬，而且成長率攀升飛快，前景看好。

談起為何想到競逐酒國市場，黃總幹事表示，梅子本是非常優良釀酒原料，而且釀製梅酒、小米酒在信義鄉是傳統工藝，有深厚歷史背景，釀酒人才濟濟，加上農會食品加工廠已打好基礎，加入酒品市場各項條件具備，而一連串天災的衝擊，則提供向前衝的動力，雖然政府民間提供許多資助，但不應依賴別人，為了生存，一定得自力自強，再闢生路，農會酒

莊就是在這樣思維下成形。

至於成功要訣，黃總幹事總結兩項，一是創意，二是建立消費者對產品信心。

「山豬迷路」、「長老說話」、「忘記回家」、「小米唱歌」、「柔水」、「梅花醉」…等這些奇特別緻、古怪到令人笑倒的酒品名稱，即使不嗜酒的民眾，相信也是聽過難忘。別人用大把鈔票還堆

砌不來的宣傳效果，信義鄉農會運用創意，輕易就打響品牌知名度，更難得的是，這些創意，全是來自農會自家員工集思廣益下的傑作，且名字背後，均有一段極其有趣的典故，巧妙結合在地布農族原住民文化特色，並非天馬行空，隨意捻來。

除了品名，信義酒品的創意更表現在包裝上，雖然名字鄉土味十足，酒瓶、酒盒設計更是走時尚

高級路線，無論材質、型態、顏色都充滿設計美感，本身就具藝術品架式，不少人是因酒瓶吸引買回當收藏。

黃總幹事表示，信義酒莊是後生晚輩，需有超乎傳統的作為，才能在競爭激烈的酒品市場爭得一席之地，他笑著說，自己是古早人，容易被傳統束縛，因此在酒品命名、包裝設計上充分授權，完全尊重年輕員工的創意。

精益求精 贏得口碑

國內梅製品市場，大陸貨已攻佔一



融入布農族原住民文化



酒莊外觀

半以上，黃總幹事不諱言，大陸的青梅品質不比我們差，但是製作過程安全衛生問題多多、添加物內容等都讓人有所疑慮，而安全、衛生正是信義鄉梅製品標榜重點，也是區隔大陸貨最佳利器。黃總幹事強調，農會加工廠已取得CAS認證，梅製品加工過程，一概採用傳統自然工法，不添加香料、防腐劑，用糖只用價昂的蔗糖或果糖，絕不用糖精，糖鹽添加比例充分考量現代人飲食習性，替消費者健康把關。

農會對於衛生要求之高，甚至連曝曬青梅，都在專門設置的密閉玻璃屋進行，務求不惹一絲塵埃，酒莊釀酒廠房都以玻璃為牆，釀酒過程一切攤在消費者眼下檢視。黃總幹事表示，信義鄉的梅製品在市面上有口皆碑，建立消費者的信心不容易，對於辛苦努力打下的口碑，農會至為珍惜也必全力維護。

93年全國農村酒莊及酒品評鑑，酒品評鑑部分，因採嚴謹的理化檢驗與官能品評規範，所以金牌級酒品從缺，三項獲銀牌酒品中，信義鄉農會酒莊的「柔水」與「梅花醉」，就包辦兩項，顯示信義酒莊不僅包裝行銷利害，釀酒功夫也有獨到之處。

黃總幹事表示，鄉民釀製小米酒、梅

酒、醉梅有豐富經驗，酒莊人員從小耳濡目染，概念清楚，但並非只是閉門造車，農會與中興、中國醫學、大業、弘光等多所大學產學合作，資訊暢通，隨時可學得新式技法，能釀出好酒，可說是傳統工法與現代技術結合的成果。

年已49的黃志輝總幹事，進入農會26年，擔任總幹事14年，農委會「台灣地區各級農會考核成績評定」，年年榮獲「優等」的殊榮，半輩子服務農民，對農會應扮演的角色有深切體認。他表示，君子務本，本立而道生，身為農會一員，應了解農會本質、任務、單位功能就是在服務農民，一切作為須在本業上努力，不能打高空，好高騖遠。

雖然一炮打響，誠如他所說並未好高騖遠，貪求大塊市場，酒品以及其它梅製品都重質不重量，走高級路線，定位清楚，專攻帶有地方特色的伴手禮市場，與婚喪喜慶宴客全包的台灣菸酒公司作明確區隔，銷售通路除自家店面、宅配，對於代銷店家，須具備「門當戶對」、正派經營、有一定知名度等條件，方能入選，比挑女婿還嚴格。黃總幹事強調，信義鄉農會的梅製品，一定不會流落在菜市場、夜市，名聲建立不容易，可不能砸了招牌。

黃總幹事還有一肚子發展計畫，遊客服務中心新建工程、新風景點探勘開發都正緊鑼密鼓進行，雖然變色河山仍未完全復原，看到黃志輝總幹事帶領的農會朝氣蓬勃、躍動生風的表現，信義鄉早已走出災難陰影。🌱

(提醒您：飲酒過量，有礙健康)