

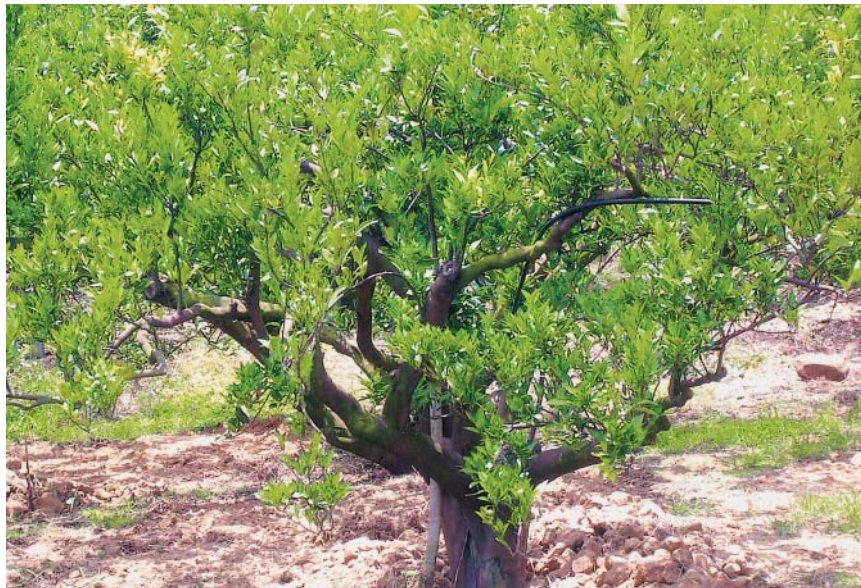
拿鋤頭、玩滑鼠，允文允武 左手種、右手賣，全部搞定 ——台中市農會果樹產銷班第1班

一般人對「臭酸」的奶製品總是不禁掩鼻，台中市農會果樹產銷班第1班班長古銘家及班員卻視若珍寶，成為另類「逐臭之夫」。為減少肥料及農藥的支出，勇於嚐試的古銘家以過期煉乳澆灌柑桔果樹，柑桔果實又大又甜，且散發濃郁的奶香味，成為大坑地區新的特色農產「牛奶柑桔」；「讓柑桔喝煉乳」是新鮮的創意，也是勇敢的嚐試，不僅營造地力生機，也為滯銷煉乳找出新出路。農民的創意與不斷嚐試，為台灣農業的未來開發無限可能。



勇於創新技術的古銘家班長

黃澄澄的柑桔在陽光下閃耀著，襯托出台中市農會果樹產銷班第1班班長古銘家黝黑發亮的臉龐，望著滿園高掛枝頭的椪柑、桶柑，每一顆都是他傳承經驗結合新觀念的灌溉成果，打出知名度、好口碑的「大墩園」柑桔，使他獲得「神農獎」殊榮，也成為文化城農產品的活招牌。



30年樹齡的老欖，生氣盎然

棄商從農・開創產業新局

古銘家擔任果樹班班長，視為榮譽、也是責任。他無私地傾囊相授，共同運銷、共創利潤的理念，讓果樹第1班班員高達100多人，為提升執行效率，並運用企業化組織概念，將100名班員分為10組，每組10人選出1名組長，古銘家與10名組長站在第一線，往下擴展傳遞果

樹耕作與市場行銷新知，與班員形成命運共同體。他從民國81年擔任班長至今，歷時13年，他的用心與努力，在柑桔產業開花結果。

16年前，由於父親古進河年歲漸老，古銘家為延續果園生機，決定棄商從農，返鄉接下



健康的植株葉片厚實油亮

祖傳柑桔園的棒子。雖然從小常幫忙下田，但真正當家作主仍得從頭摸索。如何種出品質、外觀俱佳的柑桔，燃起他自我挑戰的企圖心。大坑地區特產柑桔遠近馳名，但種植品種逐漸老化，在市場激烈競爭下，容易遭到淘汰，古銘家為自家果園的舊品種接上新枝，成功培育出「艷陽」、「不知火」、「明尼吉柚」等食用、觀賞兩相宜的新柑桔品種，勇奪專業農民最高榮譽的「神農獎」。每到年底，滿園槿柑、桶柑結實纍纍，連經驗老到的父親都豎起大拇指「少年仔！頭殼有在動腦筋哦」。

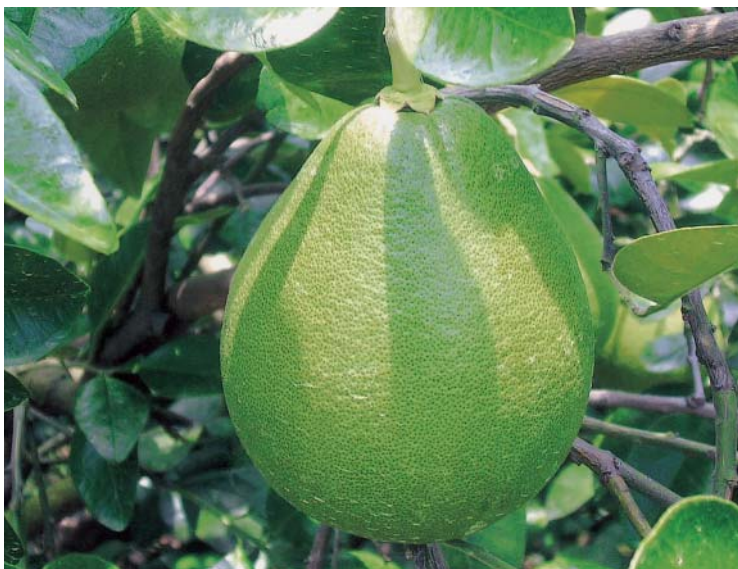
技術改造・開發無限可能

古銘家所種植的槿柑新品種中，「艷陽」外觀鮮紅、嬌艷欲滴，可作為送禮禮品；來自日本的「不知火」蒂頭凸起，果實大、斤兩足；美國品種的「茂谷」好吃又好看；以

高接法種出的「福利檬」果實迷你、甜度高達15度，比「茂谷」的甜度還高，收成期間炙手可熱，往往才剛上市，就被搶購一空。

在古銘家眼中，柑桔樹不只是柑桔樹。每棵柑桔樹經由生長技術改造，都有開發新品種的無限可能，但剛開始推廣時，因大坑務農人

口逐年老化，向高齡農友灌輸新觀念時，經常踢到鐵板，於是他改弦易轍，以實際的種植成果及收成效益作為溝通「道具」，數字會說話，最後連原本執著於傳統種植方式的農民都參與新耕作方法的農業革命。古銘家強調，將舊品種以高接更新、予以年輕化的路徑，可使品種優良、植株健康、果實品質佳，先天條件佔優勢，才能賣得好行情。



喝煉乳的文旦，果實碩大

近幾年來，大地環境逐漸衰退，令古銘家憂心不已，第1產銷班100多位成員除了致力於提升柑桔生產技術、積極參加柑桔評鑑，並邀請專家講解安全農業觀念，減少農藥使用，而改以蔗渣、豆粕為主要成分的有機肥料，不僅不會破壞土地結構，且因較為透氣、通風，可以減少病蟲害，既維持生產規模，同時保護、培養土地，使地力再生，沒有枯竭之虞。

農民向省農會購買過期煉乳作為肥料，於是打算在柑桔樹如法炮製，但產銷班部分班員則感到疑慮，擔憂甜度高的煉乳施用後可能肥分不見效，反而招惹蟲蟻為害，而裹足不前。

勇於嚐試的古銘家，於是以自家果園進行試驗。他在24公斤的煉乳中加入約1,500公斤的氮素稀釋，噴灑於柑桔、柚子樹上，由於加入氮素，果樹散發出尿素味，使螞蟻避之三舍，同時果樹葉片變得厚實油亮，使得害蟲不易危害，只得自生自滅，一併防治病蟲害。

喝足煉乳的柑桔，不僅葉片綠得發亮，同時因沒有病蟲害，果實又大又甜，古銘家表示，茶黃薊馬等蟲害會戳破幼果階段的柑桔果實表皮細胞，吸取汁液，導致果皮細胞壞死、形成龜裂外觀，賣相不佳，只好淪為次級品，嚴重影響價格，而施用過期煉乳的新施肥法，柑桔果實比同期的柑桔肥大，且散發濃郁的奶香味，使大坑地區多了「牛奶柑桔」的新農產。



少用農藥，維護生態

過期煉乳·另類有機肥料

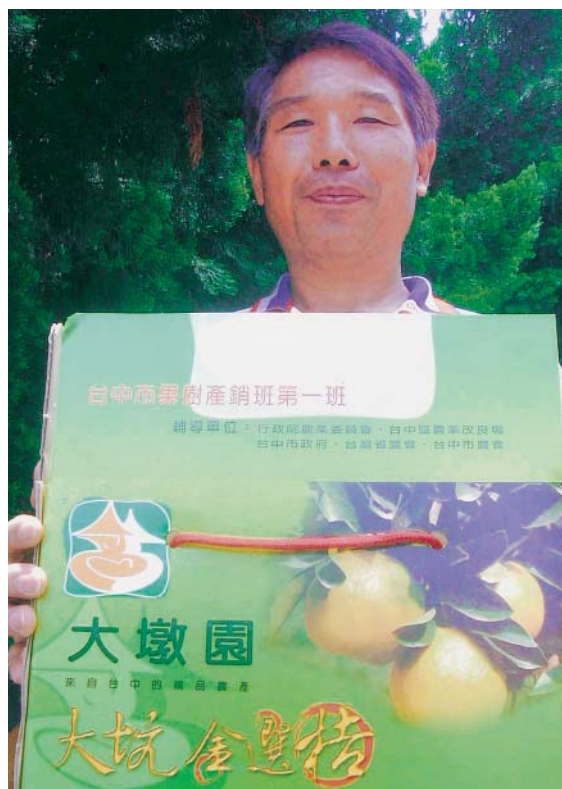
第1產銷班最近的新「撇步」，則是讓柑桔喝牛奶。一般人認為「臭酸」的煉乳，在農民眼中，卻是珍寶，農民也成為另類的「逐臭之夫」。

古銘家說，柑桔每年收成一次，農藥、肥料等資材成本高，對農業生產形成極大負擔，因此他積極尋求減少成本、提高利潤的方法，經由觀摩他人的成功經驗，擴展了自己的視野，他發現部分縣市

網路下單·農產宅配行銷

試驗成功，第1產銷班採取集體採買方式，蒐購省農會過期的煉乳，每桶24公斤、150元，古銘家指出，柑桔植株噴灑煉乳後，除促使果樹生長良好，且增加土壤肥分、營造地力生機，同時也為滯銷煉乳找出新出路，解決乳農負擔，互蒙其利。

種植技術傲視群倫，產銷管道多



「大墩園」品牌是第1產銷班汗水的結晶

元、暢通也是行銷市場的利器。第1產銷班目前以台北農產運輸公司為銷售重鎮，台中市中清路果菜市場也是大坑柑桔產品在中部地區的主要銷售市場；近年來網路發達，在農委會及台中市農會協助下，大坑柑桔在網路建置直銷通路的新興市場，雖是「無人商店」，但網路下單訂購一年銷售的柑桔和文旦數量高達兩萬箱，顯見大坑柑桔的魅力，不必做廣告，已成為網路宅配農產行銷的熱門商品。

目前大坑地區的柑桔產量，椪柑一年約1,800公噸，每公斤行情約30元左右，桶柑與文旦均為300公噸，每公斤價格在25至30元之間，椪柑收成時間為每年11月至12月

底，桶柑則在農曆年前後，年產值最高達6000多萬元；大坑果樹產銷班引以為榮的「吉園圃」標章，以台中市古地名「大墩」為標誌的「大墩園」，每箱約10公斤，柑桔數量約38.3顆，大小、著色、口感一級棒，是品質保證的特選品。

大量採購·減少成本負擔

以往農民耕作大都採取傳統人工法，由於農事器材添購成本不貲，導致農民更新意願不高，古銘家則著手改善，對於種植所需的有機肥料、資材全部採大量採購、共同議價，以壓低成本，農業資材廠商看中上百人的商機，只好薄利多銷，此外，為節省昂貴的工資，他鼓勵班員採用自動化噴灌設施，他的果園花費10多萬元設置自動化動力噴灌設施，定時定量噴灌，事半功倍，即使需先期投資，仍值回票價。

古銘家原本並非專業農民，但憑恃



產銷班班員積極參與農產品展售活動



大坑柑桔有口皆碑

好學不倦、積極求知的精神，使大坑地區的柑桔產業蓬勃發展，除榮獲台中市政府、省市農會、青果社等單位頒獎表揚，並獲頒90年度傑出專業農民最高榮譽「神農獎」。

投入農業生產，不想固步自封的古銘家，為讓果樹產銷班跟上時代的腳步，還引領班員暫時放下農具、走入教室接受新知，經由台中農改場賴文龍先生指導農家經營診斷及記帳輔導，讓務農為主的班員，建立一套成本觀念及會計制度，最特別的教育課程則是讓老少班員一起上電腦課，農委會熱心推動產銷班資訊化訓練，協助產銷班業務邁向資訊化，無遠弗屆的電腦功能，讓農民進入無邊的網路世界。

申訴服務·真金不怕火煉

以品質取勝的大坑柑桔，真金不怕火

煉，產銷班為讓消費者「貨比三家不吃虧」，並推出消費者申訴服務，率先在包裝紙箱上詳實標示柑桔的數量，推動柑桔產品規格化，不僅方便承銷人購買，在拍賣市場也因品質透明化、信用佳，成為供不應求的搶手貨。

「我們這一班，班員活力十足，能文能武，下田工作、上網掌握市場，全部搞定！」古銘家細數果樹產銷班第1班的榮譽榜，86年獲選為農林廳百大績優產銷班，89年度拿下中區10大績優產銷班，他強調，這是100多個班員的努力。在遭遇市場不景氣、人口外流及消費市場衰退的壓力下，大坑地區並曾遭受921大地震無情的摧殘，所幸農民發揮靠山吃山的堅忍個性，東山再起，也讓古銘家心「柑」情願地為柑桔產業繼續打拼。🌿



柑桔保鮮期長，盛夏也可品嚐