

揚「名」立萬·「有機」可乘

——壽豐鄉農會總幹事曾淑懿

「天然ㄟ尚好！」一句流行的廣告語彙，隱約可見天然有機食品市場的前景。花蓮縣壽豐鄉農會總幹事曾淑懿利用「東部淨土」的利基，推廣無毒農業、為壽豐鄉農產創立品牌，使有機商機得以無限延展。

英國哲學家培根說，「智者，自己創造機會，勝於發現機會」這句話對身處於萬綠叢中一點紅的花蓮縣壽豐鄉農會總幹事曾淑懿來說，最為貼切。擺脫農業社會中弱女子的角色定位，乘著「有機」的彩翼起飛，倡導有機耕作、建立品牌，並採取多樣化的行銷手法，使壽豐鄉有機農產市場版圖逐漸擴大。

培養專業·超越性別

曾淑懿高中畢業後即進入壽豐鄉農會服務，迄今已33年，早已熟稔農會大大小小的事，在前任總幹事的提拔及理監事的支持下，於民國91年接任總幹事，今年並獲聘連任。

身為女性農會總幹事，亮眼的成績背後，曾淑懿走的路比別人辛苦。剛開始，在萬綠叢中，外界常帶著質疑的眼光觀察她的能耐，那時的她，心裡想著「我一定要做出一番事業，證明女性絕對有能力坐這個位子！」，在農業社



「用心就是專業！」曾淑懿努力拓展壽豐鄉農產的版圖



曾淑懿致力推廣有機農業，開創壽豐鄉農業新契機

會裡，「別人走一步、我要走十步」，因此她積極參與農委會或大型企業開設的相關訓練課程，即使必須自行付費，或利用假日千里迢迢遠赴台北上課，曾淑懿總是不辭辛勞、不曾喊苦。

而在壽豐鄉，曾淑懿照樣全鄉「走透透」，藉由與農民面對面的對談，了解他們真正的需求，她說，「什麼是專業？用心就是專業！」，曾淑懿超越他人的眼光，直接以作為說明一切。

看見商機·倡導有機

在與外界頻密接觸的過程中，曾淑懿發現，農會面臨的挑戰不僅止於本地，最大的挑戰應來自於外界。「壽豐鄉農產品的市場在外縣市，甚至國外，一定



強調無毒的果豔梨，皮薄、香甜多汁



果豔西瓜甜度高達14度，口感清脆

要向外發展，因此提升產品的競爭力是當務之急」，壽豐鄉為無子西瓜外銷專業區，多年使用化學肥料的結果，造成土壤酸化，辜負了「淨土」盛名；而養生觀念興起，尤其都會區住民在長期環境污染、食用加工食品、工作壓力大等因素下，天然有機商品成為市場新寵。讓曾淑懿興起朝有機農業發展的構想。

91年就任總幹事，曾淑懿即在代表大會提出推廣有機農業方案，會中通過撥發400萬元做為試辦經費。剛開始試種1公頃的西瓜，而瓜類病蟲害多，代表大會雖全數通過推廣案，但理事會仍抱持懷疑態度，甚至連農會員工也沒有信心，「到時

候會不會沒有西瓜吃？」，種種回應，讓曾淑懿感到沮喪、挫折，「如果連農會內部也無法團結，將來如何作戰呢？」，她因此提議，若試種沒有收成，將自掏腰包補償損失，員工了解曾淑懿的堅持與苦心後，向心力逐漸凝聚，全力配合試種案。

試種期間，每位農會員工均分配從事各項農事，有的除草、有的施肥。在摸索階段，遇有問題，除了尋找資料解惑，並請教學者、專家，邊做邊學、邊學邊玩出興味，推廣有機栽培逐漸形成共識。

及至收成，原本1公頃應有2,000顆西



從懷疑到參與，農會員工對推廣有機種植更有信心



利用廚餘有機菜葉，製作有機肥

瓜的產量，卻僅有6成、約1,200顆，但採取有機農法種植的西瓜，甜度高達14度，口感清脆，廣受好評，農會員工信心大增，打算增加有機種植面積，「唯有農會打前鋒，成功開拓市場，擁有實戰經驗，農民才會放心跟進」，為累積輔導農民的人力資源，曾淑懿非常重視員工教育訓練，經常鼓勵員工接受有機栽培的專業訓練，並取得證書，成為推動有機農業的生力軍。

長路漫漫·得道多助

在沒有農藥、化學肥料的年代，原即採用有機農法耕作；而後，農民為增加收成、使果實外觀更具賣相而普遍使用化肥；如今，農村人力老化，使用農藥、化肥已成為便捷的栽培方式，加上市場、觀念尚未成熟，推廣有機農業困難重重。曾淑懿說，「有機栽培這條路，是漫長的。經過化肥施作的土壤，需要時間恢復地利，唯有土質改善了、根本穩固了，農作物才能長得好」。

農會積極推廣有機農業的消息傳出後，一位默默實施有機栽培多年的農民，自願將已經MOA認證的農地出租，提供農會實驗有機農法；這樣的觀念也深獲花蓮縣長謝深山的認同而大力推薦。經過一番努力，曾淑懿的理念終於獲得許多人的支持，藉由更多資源的投入，讓她為壽豐鄉農產品打造的

版圖輪廓越來越清晰。

建立品牌·靈活行銷

眼見有機農業已現曙光，農民也一一跟進。不過，多數農民只懂得生產，卻不懂得如何行銷，因此協助農民行銷也是農會必須著力的部分。曾淑懿笑說，「我臉皮比較厚，會拜託別人給我們機會。而且多與外界接觸後，覺得自己的腦筋也變得比較活絡了」。

以往農會多在產地舉辦推廣西瓜活動，但效果始終不彰。產地一個100元的西瓜，到了都會區，竟身價大漲，每個



繼黑鑽石健康粽後，黑鑽石年糕行情也看俏

喊價達4、500元，曾淑懿非常清楚，壽豐鄉農產品的市場必然在都會區，因此她提議到遊客眾多的七星潭舉辦西瓜推廣活動，今年更走出花蓮，到板橋市農會舉辦促銷活動。

曾淑懿計畫將農產商品化，首先必須經過品質認證，讓消費者安心購買，接著建立品牌形象，為消費者把關，增加其對品質的信心。她舉例，壽豐鄉生產販售的西瓜，如果內部有損傷，一定回收；同時藉由精緻的包裝，吸引消費者購買的慾望。一步一腳印，如今已開發果豔梨、果豔西瓜、果豔香蕉及中秋上市的果豔文旦等系列「果豔」產品，透過都會區的農會及網路、「長壽豐沛」物流宅配方式行銷。其中，果豔梨果肉雪白、口感清脆、甜度高達12.5度，讓五星級飯店主廚為之驚艷，欲將之入菜，預計明年舉辦發表會，將果豔梨與五星級餐廳的形象結合；而果豔香蕉也穩定行銷日本。

此外，曾淑懿並商請原住民以當地的麥飯石土壤、有機耕種原是原住民用來製作「都輪」的原生黑糯米，搭配花蓮良質米產區的發芽米、薏苡、有機圓糯米、無毒香菇等製作健康粽，自創「黑鑽石」品牌，打著有機、少油、低鹽、低醣、高纖

維的概念，口感香Q、味道清爽，推出兩星期即銷售一空，目前即將成立「有機黑糯米產銷班」，計畫開發新商品，預計推出黑糯米年糕、菜包等產品。

休閒農業·蓄勢待發

壽豐鄉也是黃金蜆、俗稱「蚵仔」的故鄉，由於係利用沙礫地冒出的湧泉活水養殖，品質極佳，曾淑懿已著手打造「保蜆精」品牌，將黃金蜆加工做成蜆精、蜆錠等目前風行的健康食品，預計近期推出。

農會同時協助農戶轉型為休閒農業，最成功的案例如立川休閒農場，舉辦黃金蜆節「摸蚵仔兼洗褲」活動、農漁園區體驗及生態旅遊、享用「蚵仔」大餐等，不僅打響了名號，且廣受都會區遊客的喜愛，為休閒農業的發展奠

定良好基礎。曾淑懿並將原有的菸業改良場變身為「壽豐農學苑」，未來將於該學苑舉辦農村體驗營活動，並與壽豐鄉當地民宿與資源充分結合。

曾淑懿的有機版圖已逐步成型，一向帶頭衝鋒陷陣的她，還將不斷開發更多產品，走出壽豐鄉、走出花蓮縣，走出無限的商機。🌱



曾淑懿自創品牌的「黑鑽石」健康粽，上市兩星期即銷售一空