

研製冰品 · 拓展外銷 軟硬通吃 · 釋迦打出一片天

釋迦軟熟落果無法儲運，原本不具商品價值，台東縣卑南鄉班鳩釋迦產銷班卻「反其道而行」，利用軟熟果研發釋迦冰品系列，點石成金，不但創造每年300多萬元的附加產值，更躍登為國宴甜點，為地方農特產爭光。除了附加產品研發，班鳩產銷班並率先試辦釋迦外銷，成績斐然，預估今年外銷量可達150公噸，為近年來逐漸疲軟的國內釋迦產業打出一條光明路。傑出的經營表現，獲選為94年全國十大績優產銷班表揚，可說實至名歸。



鳳梨釋迦青果

同心協力 · 突破瓶頸

對於榮獲十大績優產銷班殊榮，班鳩釋迦產銷班班長吳文耀除歸功於全體班員同心協力外，特別感謝農委會鼎力協助、台東區農改場技術指導，以及各級農會長期幫忙。吳文耀說，班鳩產銷班成立13年，一路走來，難免面臨經營方面的難關，還好每當班員想出新點子，總能獲得各級農政單位適切的支援，才能一一突破瓶頸，班鳩班的成就，得自外界的協助極多。

班鳩釋迦冰品銷路火熱，星期假日造訪該產銷班冰品門市部的遊覽車一天動輒30、40輛，儼然台東地區最熱門的風土特產代表。如此走紅，其實多少有些無心插柳柳成蔭的味道。吳文耀說，當初籌設釋迦冰品加工廠的目的，只是為增加釋迦軟熟果的附加價值，沒想到，冰品反而打響班鳩產銷班的名號，讓人始料未及。

製作冰品 · 風味濃郁

釋迦果完全熟成時，果肉軟綿如泥，稍受擠壓即變形，因此農民大都在釋迦七、八分熟、果實仍處於堅硬狀態時採摘上市，但成果期如遇天候突變、猛刮溼熱南風，尤其是焚風吹襲，有些果實會提早快速熟軟，甚且落果，因無法運銷，原無商品價值可言，但用來製作冰品時，「在叢紅」的釋迦果不但甜度高，且風味濃郁、質地細緻，作為軟綿綿的冰淇淋原料，卻渾然天成。

班鳩釋迦冰品於89年正式上市，剛開始時，因知名度低，銷售情形並不熱



釋迦園



套袋呵護

絡，前兩年收支僅能打平，直到92年獲選為總統國宴甜點，打響全國知名度，班鳩冰品銷路一飛沖天，業績呈倍數成長，93年產值高達350萬元，今年依然熱銷，成績更佳。原來淘汰不用的釋迦軟熟果，加上創意，搖身一變，反倒成為班鳩產銷班生財的金雞母。

原汁原味·真材實料

除了釋迦招牌外，班鳩冰品也產製其他冰品，有別於一般廠商研製商品純以成本多寡作為商業考量。產銷班選擇的加工對象完全取自台東地方的農特產品，如鮮奶冰品原料來自在地的初鹿牧



班鳩冰品加工廠

場、洛神花來自太麻里、烏梅來自週遭淺山，除凸顯地方特色，也有農民之間相互扶持的意涵，而不論何種原料的冰品，原汁原味、真材實料都是不變的堅持。

擁有高品質作為後盾，總統國宴的宣傳效應越來越旺，原本班鳩班規劃僅在門市部銷售，由於遊客反應熱烈，目前並在台東旅遊風景區增設販售據點，夏天旺季期間，加工廠產能全開，勉強可應付市場需求，未來發展空間仍大。依吳文耀的宏圖，未來產能增加後，將朝網路直銷拓展銷售。

班鳩冰品的加工廠、門市部均利用產銷班集貨場擴建而成，從無到有，一手擘

劃設廠事宜的班鳩產銷班書記、目前擔任廠長的陳進憲，居功厥偉。創建過程由於資源有限，廠內任何一個設備、甚至裝飾都得來不易。早先製冰流程許多環節均仰賴人力，備極辛苦，產能也低，後來農委會、地方農會大力支援，各項設備陸續添購，才步上自動化生產軌道。回顧來時路，陳進憲點滴在心頭，他特別感謝農委會食品加工科科長林子清提供中肯建議。陳進憲說，當初班鳩班本來也打算往製酒方向發展，但林科長一席「不要求大求多，能賺錢最要緊」的建言，讓該班打消製酒計畫，專注冰品開發，方有如今成果。

首次出航·成績出色

雖然冰品生意做得有聲有色，不過吳文耀認為，農業生產仍是產銷班本業。92年，台東區農改場及地方農會合力試辦釋迦外銷，班鳩產銷班率先響應。第一次外銷時，班鳩班出貨3公噸，銷往新加坡及加拿大，由於加拿大船運



吳文耀班長(左)、陳進憲廠長(右)

時程較久，原本擔心儲運保鮮有問題，沒想到遠渡太平洋運抵加拿大時，當地氣溫與冷藏櫃溫度差不多，保鮮毫無問題，並可拉長展售時間，首次出航，成績出乎意料地好。去年班鳩班再進軍香港、中國，出貨量高達42公噸，成績同樣出色，吳文耀預計今年外銷量可倍增至150公噸。

吳文耀表示，釋迦在中國仍屬稀奇，被視為果中珍品，該班生產的釋迦在上海試銷、在北京展示，消費者反應都很熱烈，而去年外銷報價1斤42-52元，比內銷高了一成左右，利潤不差，且中國運程近、人口多，僅上海一地就是超大市場，若能站穩腳步，台灣的釋迦不愁銷路問題。

不過，中國商機看似誘人，風險也大。吳文耀最擔心的是中國當局政策反覆，目前對台灣農產品開出的優惠條件能維持多久充滿變數，未來幾年，若釋迦在中國銷路暢旺，農民勢必搶種，萬一政策突然改變，國內釋迦產業恐有崩盤之虞。



門市部遊客如織



吳文耀班長待客熱忱



班鳩冰淇淋名氣竄升飛快

黃金三角·優質釋迦

至於一般人憂慮的台灣高超的農業技術被「偷渡」後潛藏的威脅，吳文耀倒是不擔憂。他認為，釋迦樹的風土適應性強，很多地方都可種植，但要種出像台東釋迦般碩大美味，可不容易，即使是東部地區也僅有太麻里、東河、鹿野形成的「黃金三角」區塊可生產最優質的釋迦，在此範圍外的釋迦風味已稍遜，越過中央山脈，同樣緯度的西部地區種植的釋迦，品質落差更明顯，果實大小差異尤其懸殊，中國福建、廣東、海南島諸省雖然也種植釋迦，同樣個頭小小，根本不構成威脅。

釋迦原產於熱帶美洲，台灣於荷蘭人據台時期引進，早先以中南部為主要產地，擴展至台東後，排水特佳的砂礫土質、普照艷陽、海風調節溫差的風土條件，提供釋迦最理想的生長環境，目前台東縣釋迦栽植面積約5,000公頃，產量超過全台八成。釋迦易生突變，因此品系繁多，如「軟枝」、「大憨」、「粗鱗」等，都是風行一時的實生苗變異



冰品樣式豐富



門市人員展示熱賣冰品

種，唯一由人工雜交育成的品種為「鳳梨釋迦」。傳統釋迦軟熟快速，冷藏卻經不起攝氏15度以下低溫，不耐儲運的生理特性限制了外銷發展，相形之下，鳳梨釋迦能容忍冷藏時間則較長，試辦外銷即以鳳梨釋迦為主角。

鳳梨釋迦約於十多年前崛起，早先價格看俏，高接轉植面積遽增，目前台東縣的釋迦園約1/3已轉接為鳳梨釋迦，班鳩產銷班36位班員耕種的75公頃園地中，鳳梨釋迦比例約佔7成。但產量激增至臨界點，價格隨即崩落，據吳文耀統計，台東鳳梨釋迦價格於85年到達1斤

150元高峰後開始滑落，一年低過一年，88年後降幅更是驚人，跌勢直至93年才止住，今年則回升一成，他評估，農委會努力推展農產外銷，效應已逐漸顯現。

休閒教學·開拓舞台

吳文耀表示，國內市場規模小，外銷是必走之路，論品質，台東釋迦難逢敵手，競爭力極強，過去釋迦不耐儲存是外銷最



釋迦選果設備

難克服的瓶頸，現今風行的鳳梨釋迦，冬天常溫下可儲放7天，冷藏可達15-20天，前年試銷遙遠的加拿大，航運時間也僅15天，全球各地都可以是國產釋迦的舞台，班鳩產銷班將繼續打拼、開拓國外市場。

展望未來，生產、外銷、加工之外，班鳩產銷班又增加休閒、教學兩項新目標。休閒方面，一來是呼應休閒農業潮流，其次則可藉由休閒設施、景觀的營造，援引台東美麗山水入景，使冰品門市部更富吸引力，讓造訪的遊客一邊品嚐美味冰品，還能賞玩悠閒意境。相關設施佈建目前已陸續展開，在吳文耀原來的構想



擊建中的休閒園區

裡，休閒園區將規劃闢建鳥園，飼養呼應地名也是產銷班名的「班鳩」，重現以往班鳩滿天飛的美麗景象，但因「禽流感」風聲鶴唳，該項計畫只得暫緩進行。

教學方面，班鳩班目前與朝陽、亞洲、屏東科技等大學訂有合作計畫，研究農產附加產品開發、行銷、包裝、通路等議題及教材設計，希望透過產學合作，建構成爲地方產銷班農業新知的示範教育基地，同時也是地方中小學生戶外教學的最佳園地，企圖更爲宏大。🌱

台東好山好水，孕育優質農產品