

永遠走在最前面的堅持

—專訪南投縣埔里菇類生產合作社湯朝琴理事主席

文圖／葉小慧

埔里地區是典型天然盆地，四季溫和，水質優良，是相當適合菇類的生產環境。根據歷史紀錄，埔里香菇產業最早是以採集野生香菇開始，後來才發展為段木及太空包栽培。埔里香菇不只行銷各地，甚至開拓海外市場，除外銷日本外，更進軍美洲，風光一時。但是，面臨加入WTO的衝擊，尤其2005年市場將全面開放的壓力，菇類產業的再升級，勢在必行。



湯朝琴理事主席目前努力栽培巴西蘑菇，看好養生保健市場

里菇類生產合作社菇類產銷班」就在這種共識下產生，在民國84年5月由現任理事主席湯朝琴先生整合而成。

整合後的埔里菇類生產合作社積極參與各項活動，並努力提昇合作社菇類產品的品質。該社配合榴公基金會的輔導，通過行政院農業委員會的「安心鮮香菇標誌」認證，更進一步參與CAS及GAP（吉園圃）的認證工作，於民國86年6月成為國內

首家通過「CAS生鮮實用菇類優良食品標誌」的廠商。

民國87年，湯理事主席將菇類次級品加工，經過調味製成即時休閒食品，



埔里菇類生產合作社的社場規劃完善，提昇管理效率

凝聚共識 不斷創新



CAS優良生鮮食用菇的作業流程

世界貿易自由化是擋不住的趨勢，也會帶來很多衝擊，原本經營菌園的菇農們也有這樣的憂患意識，「埔

- 並加以產品設計，增加農產品商品化的勢力，開拓內、外銷市場，調節鮮菇市場效率，並提高菇農收益。他專業於菇類栽培，注重環保，極力開發加工副產品，以品牌認證行銷國內外，因此榮獲89年傑出專業農民的榮譽。

民國91年，因應加入WTO的衝擊，湯理事主席決定改變生產方式，加強產業創新，所以規劃導入機械化的生產模式及創新栽培方法；積極提昇管理效率，產銷合一，同時不斷研發新品種和菌種的改良，建立優質的產品品牌形象，藉以開拓和維持市場競爭力。

目前合作社場佔地4,000坪，有10位員工，產銷班則有8名班員，以冷藏生鮮香菇、安心鮮香菇為主要產品，主要以香菇、秀珍菇為主，並朝向靈芝、珊瑚菇、猴頭菇及巴西蘑菇等新興菇類的栽培。

專業精進 全心投入

年輕時候念工科的湯理事主席，是台中縣霧峰鄉的農家子弟，家族在霧峰就已投入菇類栽培生產的事業，在20~30年前，才來到埔里開設菇寮，成



用菇菇世界作為品牌的菇類點心，口感新奇



利用培土栽培的巴西蘑菇

為埔里第一批的菇農。

湯理事主席說，剛來到埔里從事菇類栽培，懵懵懂懂，就是埋頭苦幹，如衛生管理和農企業管理等專業知識，都是慢慢學來的。菇類產業需要菌種培養，生產設備（包括太空包和菇舍）等，成本都很高，進入門檻隨之提高，所以埔里當地的農民一開始都抱持觀望態度，大約10年後才陸續加入生產的行列。

現在合作社場的菇舍是以鋼骨結構搭建而成，雖然設備成本更高了，但不論是921或是颱風肆虐，都不易受到損害；未來將逐漸走向環控栽培，進一步控制產量和品質。由於菇類大部分採太空包栽培，無農藥污染之虞，湯理事主席說：「食用菌大部分原生於自然，生產過程不需要農藥，做到真正有機。」

為了消費者的健康和產業的永續，從「安心鮮



還在培養的階段，就有忍不住先長出來的秀珍菇

香菇」、「吉園圃」到「CAS優良生鮮食用菇」的認證，合作社不斷的追求進步。而湯理事主席更像是一本菇類產銷的專業書籍，有源源不絕的菇業話題。他強調，從事菇類產業的訣竅就是專業、專精，並且專心投入。

競爭對手 緊跟在後

在加入WTO之前，台灣香菇就已面臨大陸香菇的走私壓力，大陸香菇儼然成為台灣的最大競爭對手。然而，台灣與大陸香菇的競爭力究竟差在那裡？湯理事主席表示，最大的差別是成本，台灣無論人工、硬體設備或栽培材料，都遠比大陸來得貴；而且大陸無論什麼行業都做得很「專」，政府還派技術人員下鄉指導，把它當成重點產業來推廣，還有不少台商過去投資。

不過，大陸香菇的生產效率很低，由於文盲多，勞工素質低，其實虧錢的台商不少，這正是台灣菇類產業的優勢。湯理事主席說，面臨開放市場的刺激，如果台灣菇農能及時轉型，讓台灣菇類產業持續走在最前頭，到時候，連大陸都會投資台灣這一塊土地。

菇類養生 推廣良策

香菇的高營養價值曾被西方學者封上「蔬菜牛排」的稱號。菇菌類以香菇為例，含有多種的維生素B₁、B₂、B₆、B₁₂，以及鉀、鐵、蛋白質等營養成份，香菇的多醣體可以增強人體免疫力，「也利達得寧」能去除膽固醇，是

很好的保健食品。

湯理事主席指出，先進國家的菇類產業都是鼓勵內銷，因為越是先進的國家越重視養生保健，日本農林水產省更大力推廣，鼓勵家庭主婦每天都要準備菌類膳食，所以日本也成為世界上最長壽的國家。

湯理事主席對國外菇類產業進行觀察與研究，認為台灣菇類產業要永續經營，政府和業者都扮演重要的角色。他指出，不管美國、日本還是韓國，政府部門會強制產品上要有產地標示，進行產品區隔；以日本為例，若產地標示為日本本土生產，1斤香菇的價格是2,000元日幣，若是大陸生產，只有500日幣，雖然大陸貨便宜很多，但要求品質的民眾仍會選擇日本生產的產品。

他認為，市場的宣導（尤其產品區隔）和消費者教育都是關鍵，一定要做。他認同政府輔導CAS認證的政策，希望有關單位能正視產品區隔的重要性，讓CAS認證的功效能夠真正發揮出來，使生產者和消費者雙贏。

在業者部分，他呼籲農友們趕快改變觀念，要想辦法從過去單純的生產者角色跳脫出來。以政府的補助為例，補助大都是短時的，不能視為永久的依賴，尤其2005年台灣市場將全面對外開放，依賴補助的農業將面臨更多困難。

所以，智慧型的農民要自力更生，勇於面對市場，及早轉型，這樣就不怕進口，不怕走私。

