

走出自我通路 贏得廣大市場

—嘉義縣民雄鄉莊淑娟

芭樂園裡拄著支架的背影，是今年傑出農家婦女得主莊淑娟。雖然行動不便，但她效法鄭豐喜的精神，樂觀進取、自我挑戰，從下田採收到裝箱、網站經營行銷，樣樣難不倒她，農閒時節，她並擔任文教志工；放棄台北都會的裁縫師工作，嫁到嘉縣民雄農家，莊淑娟將田埂當成裁縫機的踏板，一腳一腳地踩踏出豐富的農家生活，一家三口守著芭樂園過日子，三合院落裡，說不完的田間趣事，讓務農變得有趣了！

當看見拄著支架的莊淑娟下車時，我有點懷疑自己搞錯對象，心裡納悶著傑出農家婦女得主是殘障人士？隨著越聊越多，疑團也煙消雲散，也許身體限制了行動，但她卻未曾放棄對生命的想像與熱情，行動不便不代表完全不能動，莊淑娟的行動力甚至超越許多光說不練的正常人，她的獲獎，實至名歸。

莊淑娟推薦好吃的水晶芭樂



莊淑娟打響自家品牌水晶芭樂，一家三口臉上洋溢著幸福

都市裁縫師·挽袖種芭樂

「以前是白泡泡，現在是黑麻麻」，莊淑娟的老公、民雄鄉芭樂產銷班第2班班長賴俊彧笑著說。婚前的莊淑娟在台北從事裁縫師，過慣都會生活的她，不會下過田，每天坐在冷氣房裡縫製衣服，嫁到民雄鄉福權村20多年後，莊淑娟說起芭樂的栽種、施肥、田間管理，頭頭是道，不僅協助先生創辦民雄鄉第一個共同運銷的芭樂產銷班，也打響自家的「樂之香」品牌，訂單源源不絕。

今年4月間，嘉義地區連下18天的雨，影響正值開花期的芭樂生長，導致芭樂產量減少，產季也延後，往年此





福權村芭樂進入盛產期，農夫忙著裝箱運銷

時芭樂應已結束收成作業，但今年福權村的芭樂才剛進入旺季，預估可以一路採收到農曆春節。

學習新事物·樣樣難不倒

產季延後，農家出貨量變得零散，運銷台北果菜市場的批發價不如預期，但莊淑娟夫婦種植的水晶芭樂，過去幾年靠著口碑累積實力，今年光是預購訂單即應接不暇，根本沒有多餘的貨配銷台北果菜市場。

成功絕非一蹴可幾！從民國87年協助老公成立民雄鄉第一個芭樂共同運銷班，莊淑娟便要求自己下田幫忙，接著學習運銷行政事務，喜歡學習新事物的她，晚間並學插花、學電腦，「起初是為了生活」，莊淑娟說，後來卻學出樂趣，不花錢的課都上，從民雄文教基金會志工培訓到社區規劃師，她一樣也沒漏掉。

四處趴趴走·隨時動動腦

靠著自學的電腦功夫，她並為自家的「樂之香」品牌設計 LOGO，俏皮的綠水晶與綠珍珠芭樂姊妹花，就是她自學美工軟體 Coaldraw 的成果。她說，自己閒不下來，永遠都有想做的事，鼓勵她四處趴趴走的賴俊或笑著說，回家見不到老婆是常有的事，獨生女賴冠如在民雄文教基金會會訊中，形容自己的老媽是個字典裡沒有「不會作」3 個字的 Super woman。

去年，莊淑娟並與女兒就讀的遠東技術學院餐飲管理



簡單的農事，難不倒莊淑娟

科系合作，舉辦歡樂芭樂節活動，由該校餐飲科系學生發揮創意，將水晶芭樂入菜，清脆香甜的水晶芭樂經過學生的巧手，成了一道道美味佳餚，遠東技術學院幫農家媽媽圓了行銷創意的夢想，吸引媒體報導，也成功推銷民雄福權村的芭樂。

分享田間事・全家笑開懷

賴俊彧因眼疾曾經開刀，不能過於勞累，賴冠如辭去新竹的工作回家幫忙，7年級的她，每天5、6點起床，透早跟著父親到芭樂園也不喊苦，回到家後，則與媽媽分享園裡的趣事，例如姑丈不小心踩扁了她原本想PO上網路分享的田埂小草菇，她傷心大叫「我的『菇』倒了啊！」，惹得大家著急詢問姑姑的下落，才發現此「菇」非彼「姑」，事隔多日，一家人轉述這個笑話，依舊樂不可支。

由於莊淑娟行動不便，父女倆收工回到家裡，總是七嘴八舌分享田裡大小事，諸如趕蛇、捉瓢蟲等雞毛蒜皮的事，都能讓一家人說上半天，莊淑娟還靈機一動，要女兒和老公把田間趣事寫成日誌，貼到網路與顧客分享，讓大家分享芭樂成熟的過程。

吉園圃認證・夫婦均獲獎

賴俊彧、莊淑娟的芭樂園面積約7分半，每年產量約3萬公斤，過去運銷台北果菜市場的比例約占3成，其餘均為零



第2 芭樂產銷班擁有民雄鄉第一座選果機

售，由於台北果菜市場要求嚴格，都市人不喜歡表皮刮傷的水果。莊淑娟表示，南部地區多風雨，芭樂外皮很容易刮傷，但只要表皮稍微刮傷，運銷台北果菜市場一定被打入次級品，即使甜度足夠，也無法翻身賣得好價錢。

體認都會消費的現實，莊稼漢十分無奈，莊淑娟決定另闢出路，她開始動腦筋找尋屬於自己的行銷管道，她相信只要品質好，就可以說服消費者接受被刮傷的芭樂，賴俊彧則鑽研有機栽培，捨棄以往依賴化學肥料與農藥的栽種模式，獲得「吉園圃」無殘留農業認證，



莊淑娟設計的「樂之香」
品牌商標。(莊淑娟提供)

賴俊彧去年獲得模範農民獎，今年莊淑娟再獲傑出農家婦女表揚，夫婦倆接連獲獎，也打響了自家品牌「樂之香」。

網路作生意 · 交到好朋友

賴俊彧說，自從採行有機栽培後，種了 16 年的土地地利依舊一等一，且每分地農藥費用不到 2,000 元，比起傳統種植方式需要 5,000 元農藥費，足足少了一半以上。

網路發達的年代，莊淑娟也在網路作生意，除了架設網站外，並成立部落格，將芭樂園的大小事貼到網路上，除了最新消息，也作為交誼聯絡的園地，莊淑娟笑說，網路不只賣東西，也可以交朋友，雖然從未謀面，但透過網路卻成了可以分享心事的好朋友。

口碑十傳百 · 品牌忠誠高

網路行銷，加上優良品質，建立顧客品牌忠誠度，消費者接受表皮刮傷的芭樂一樣好吃的觀念，口碑一傳十、十傳百的效果，每年回流的固定客戶約 60 位，今年終於達到百分百預購目標，園裡每一顆芭樂都有買主預定，部分買主甚至去年即已預訂，有位老顧客

去年沒趕上預購給回台探親的美國親友品嚐，今年一再交代要「保障名額」，就怕讓美國親友又撲空。

莊淑娟也打入大宗訂購市場，嘉義地區多所高中職一訂就是 2、300 斤，某所國中今年沒趕上，負責訂貨的老師還氣急敗壞地前來「溝通」，由於地區鄰近，賴俊彧採收後親自送貨，又省下

運費及紙箱包裝費，莊淑娟笑說，站上第一線，親自面對消費者，可以掌握消費者的心，怎麼算都划算啦！

現採最新鮮 · 便宜批發價

配合當天出貨的訂單才採摘，預購的消費者可以吃到現採最新鮮的芭樂，一天採摘量不超過 300 斤，省下肥料、農藥費用及運銷台北果菜市場相關支出，使莊淑

娟的芭樂成本比別人低廉許多，她將差價回饋消費者，訂價言明比台北果菜市場批發價還便宜，消費者賺到價差，又買到脆甜好吃、吉園圃認證的安全芭樂，達到買賣雙贏的圓滿目標。

走出自己的通路，莊淑娟做到了！



老經驗的農民笑著說，手就是最佳的秤仔