

麻豆鎮農會總幹事李育賢全力重建農會形象，他表示，農會是古老的組織，「老扣扣」的形象常讓人有跟不上時代潮流的疑慮，因此如何展現新形象尤其重要，「我們要让顧客有煥然一新的感受，讓大家接觸我們的產品時，由衷發出『農會變了！』的驚嘆」，雖然過程十分辛苦，但甜美的代價也逐漸累積，李育賢希望，麻豆鎮農會老店新開、永續生存！

總幹事李育賢全力打造農會新形象



# 老店新開，追求永續 誓言重建農會新形象

## —台南縣麻豆鎮農會總幹事李育賢

文圖 | 蔡佩娟

### 柚子加工·提升價值

吃柚子，是中秋節不可或缺的當令活動，而對小朋友來說，品嚐柚子還是其次，在旁等待大人剝開厚實的柚子皮、做成帽子戴在頭上，才是最期待的。戴上酷帽，宛似中古騎士的戰盔，玩起騎馬打仗的遊戲，更有臨場感；戴

上酷帽，像公主的皇冠，手上拿著天女散花煙火棒，像仙女一樣神奇。在秋天的月光下，孩子們開懷遊樂，任由秋風吹起，頭頂的柚香順著涼風飄入體內，讓人通身舒暢。如今長大了，離騎馬打仗、放煙火的日子遠了，但那股清新的果香，仍令人難以忘懷。柚香，成為許多人最美好的兒時回憶。

麻豆鎮農會外觀



麻豆鎮農會總幹事李育賢拿起一瓶設計新穎的乳液，白綠相間的瓶身，高雅大方，仔細一看，白色是一朵朵柚花，綠色則是隱約可見的柚葉，讓人感覺彷彿走進樹林中。李育賢 91 年從麻豆鎮農會保險部退休，93 年出任總





結實累累的文旦

幹事，任內積極開發柚子加工、提升附加價值，和藹親切的他，展示包裝精美的柚花化妝品，宛如巴黎香水評鑑大會上、嗅覺敏銳的紳士。他小心翼翼地打開瓶蓋，空氣中頓時柚香四溢，令人難忘，聽說柚香可以舒緩工作壓力與情緒緊張，果真不錯，辦公室的氣氛立即輕鬆起來，在座的人心情都顯得輕快而愉悅。

### 保養用品·南瀛特產

這就是麻豆鎮農會與嘉義大學合作開發的「柚花潔白系列」的魔力，除了乳液外，該系列還有面霜、面膜等保養品，以及洗髮乳、

沐浴乳等沐浴用品，每樣產品都以柚香為基調。李育賢驕傲地說，「這個系列可是曾獲得南瀛伴手禮競賽的銀牌獎喔！」南瀛是台南的古名，眾所周知，

台南是農業大縣，也是文化古城，知名的特產多得數不完，獲得如此殊榮著實不易。

如果玩聯想遊戲，麻豆要接什麼呢？相信大多數人第一個反應都是文旦，麻豆鎮內，種植最多的果樹便是柚樹，鎮民彷彿生活在一大片綠地與公園之中，每到3月，白色的柚花怒放，滿鎮花香，



工作人員加強包裝與安全管理





生鮮超市藝廊化，成為小朋友流連之處

不知迷醉多少路過的人們，麻豆民間流傳一首古詩，將這個優雅飄香的古鎮寫得韻味十足，該詩云：「花萼初結珠玉圓，雙瓣綻放綠點點，白雪串串沁新脾，十里長亭有餘香。」

每個人都有屬於自己的嗅覺記憶，對從小在這股清香中長大的李育賢來說，柚香就是伴著他成長的記憶，夾雜在他與家人、朋友點點滴滴的生活中，接任總幹事後，他下定決心推廣這個繚繞家鄉的味道，他要讓全台灣的人們想念這股味道時，無論何時何地，打開瓶蓋，就能夙願得償。

### 菁英員工·展現自信

李育賢回憶剛接任總幹事時，正是農會經營最艱困的時期，當時信用部逾放比高達 54%，逾放金額約 18 億元，這個職務無疑是個重擔。他說，面對

金融自由化的時代，農會信用部規模小、資金少，在金融機構林立、集團金控雙重競爭下，壓力沈重，營運更為艱困，他接任總幹事後，首要之務便是積極催討不良債權、降低逾放比、增進營收，如今信用部財務健全，讓他更放心推廣其他業務。

李育賢語重心長地表示，以往農會獲利幾乎 99% 以上都仰賴信用部，但政府金融政策改變，農會必須多角化經營才能有效獲利，尤其加入 WTO 後，傳統農產品遭受外來廉價農產品強力競爭，

農會必須走入企業化與多元化的模式，才能因應日趨激烈的金融競爭。

李育賢表示，以往農會予人的印象是饒富人情味，但人事包袱重、效率低落，面對激烈的市場競爭，這



小朋友筆下的柚花季舉辦音樂會

種組織模式勢必無法應戰，因此他要求每位員工都必須成為菁英，具備成本觀念，才能應付挑戰，未來將加強員工的教育訓練，提升專業能力與服務效率，並減少不必要的漏失與錯誤。他還將企業界的作業原則如 ISO、SOP 等概念引進農會體系，擺脫以往師徒相傳的模式，訂定明確的業務手冊或制度規章，提供員工參閱遵循。他強調，幾年下來，農

會員工透過重新學習與企業化管理，展現高度自信，連帶使客戶對農會也信心大增。

### 多元經營·策略聯盟

面對台灣加入 WTO 後的局勢，李育賢有其洞見，他表示，提升競爭力的前提，是擴大市場占有率，大環境的變動使策略聯盟成為非走不可的路，因此他鼓勵農民參與共同運銷，嚴格分級，加強包裝與安全管理，帶動農產品的價格，不僅有效抑制農產品滯銷問題，並穩定價格，更成功打入國際市場，如此一來，農民收益增加、通路利潤成長，農會信用部與供銷部自然獲益不少。

在多角化經營方面，麻豆鎮農會的業務包羅萬象，除了信用部營運、產品部開發及銷售特色化產品，供銷部除辦理共同運銷、銷售有機肥料、農藥等資材外，還供應學校、機關團體營養午餐，設置生鮮超市、自營鄉土美食（如肉粽、碗糕等地方小吃），還有物流配送服務、採購中心與行銷中心等，行動力十足。

李育賢並努力重建麻豆鎮農會的形象，他表示，透過企業識別系統的建立，透過整體設計與包裝，展現農會全新的形象，讓客戶印象深刻，建立忠誠度，對內則可建立員工共識，發揮整體戰，有利於業務推展。他說，農會是古老的組織，「老扣扣」的形象常讓人有跟不上時代潮流的疑慮，因此新形象的展現尤其重要，「我們要讓顧客有煥然一新的感受，讓大家接觸我們的



包裝設計精美的柚花淨白系列禮盒



柚香薰香產品，高雅大方

產品時，由衷發出『農會變了！』的驚嘆」。

### 入選百大·伴手新寵

李育賢不是自我吹噓，看到麻豆鎮農會推出的柚香淨白系列產品的人，多會忍不住發出驚嘆，「這真的是農會開發的產品嗎？已經可以在百貨公司或精品店上架了！」李育賢的神情充滿榮耀，他說，近年來，南科園區許多科技公司贈送外賓的禮物就是柚花禮盒，既代表台南，也代表台灣近年來積極發展的生物科技，高雅、柔和的柚香，具有療癒的效果，擁有這麼多特色，難怪頻頻得獎。





農會全體員工共同打造。柚農都知道，文旦越老欖越好，意即樹齡越大越好，而腳踏車是環保的交通工具，與自然共存，它一步一腳印地持續前進，走得久就走得遠，柚農們小心翼翼地呵護麻豆鎮寶——麻豆文旦，就像騎著腳踏車前行，路程雖然辛苦，但甜美的代價也逐漸累積，他希望在他領軍下，麻豆鎮農會也秉持這樣的精神走下去，老店新開，永續生存。豐

他表示，柚花禮盒不僅風行台南縣，96年起，還入選農委會「台灣農漁百大精品展」，已連續3年入選。96年一項農漁會形象塑造研討會中，英國專家從200多種農產品評選柚花淨白系列為最具國際觀的產品包裝。除此殊榮外，該產品也是台灣觀光特產協會認證的「100大台灣觀光特產」，成為觀光客的伴手禮寵兒。

李育賢表示，柚樹的精華不僅是柚皮與柚花，柚果、柚葉等部位都能利用，所提煉的也不僅是香精，還包括維他命C、維他命原B<sub>5</sub>等特有物質，都是女性護膚保養的最佳選擇，使用柚花淨白系列產品可說是美的體驗。

李育賢的辦公室裡，有個顯眼的獎座藝品，一個逗趣的柚子寶寶奮力地騎著古早的腳踏車向前邁進，李育賢說，這是麻豆鎮農會的「企業形象」，係由



麻豆鎮農會  
企業形象  
誌藝品



配送中心一切  
作業依照規範