



梅開二度 再創生機

松林梅李產銷班從逆境中學習成長

我家洗硯池邊樹，朵朵花開淡墨痕；
不要人誇好顏色，只留清氣滿乾坤。

採訪・攝影／曾文田 協助單位／行政院農委會農糧署・鹿野地區農會

台東縣鹿野、延平、東河、海端等鄉鎮的山坡、丘陵地，是台灣東部地區生產青梅的主要產區。民國80年，鹿野地區農會即輔導延平鄉鸞山地區的梅農，成立「松林梅李產銷班」，最初共有30位班員，參與共同生產與運銷的工作。松林梅李產銷班成立當初，正值國內梅產業剛起步的階段，市場的供應需求量大，但地處都蘭山下的鸞山部落，屬於東部的偏僻山區，對外的交通很不方便，農民們都不知道遇到農業上的困難時，有地方的農會可以輔導協助，解決農事耕作上的問題，農業資訊非常封閉，以致農業的田間管理技術、農產品銷售通路都較差，在無可奈何的情形下，每年採收的青梅，任由中間商販剝削宰割，以低廉的價錢收購。



產銷班何介臣班長

突破資訊封閉劣勢

松林梅李產銷班的何介臣班長，算是鸞山地區較晚遷進來墾植的農民，發現農民們在青梅的產銷上，多年來一直處於劣勢的角色，便召集有共識、有意願的農民們，共同組織成立「松林梅李產銷班」。81年3月，產銷班辦理青梅共同運銷，開創農民自訂價格銷售之典範，班員們共同採收銷售，不會被商販剝削賺取價差，而後由於利益分配與管理觀念產生差異，有一位班員因兼具商販的身份，認為沒有利潤可以賺取，便將少數班員帶出產銷班，另外自立門戶，松林梅李產銷班遂於82年辦理改組，剩下20位班員繼續運作。87年，梅子產業正走向高峰，何介臣班長擔心高峰期過後，市場會呈現下坡的情形，乃成立簡易的梅子加工廠應急，89



不同風味的蜜梅系列產品

年再修正經營方式，逐漸轉型為休閒農業。

何介臣班長說，松林梅李產銷班的組織，大略分為三組，即原先的「會計」、「書記」兩組，以及設立加工廠後，增加負責廠務的「總務」，各組幹部與組員各司其職，如碰到工作較繁重時，會有其他的班員相互支援。多年來，在大環境受大陸低價產品的競爭下，使得以傳統方式經營的梅、李產業，面臨日漸衰弱的趨勢與困境，尤其台灣的梅、李食品加工廠商，大都已向大陸購買梅子，再加工、包裝賣到日本，導致台灣的梅胚市場，呈現快速萎縮的情形，早先台灣有85%的梅胚，主要靠銷售給日本，在價錢最好時，1公斤曾賣達50元，而到現今，跌到只剩下5元，有如天淵之別。尤其台灣的人力工資，從早先一天的300元，一直調漲到1000-1500元，且工作效率低落，因此，在成本不斷地提高，利潤卻相對降低的情形下，台灣的梅李產業，勢必是要轉換經營型態，否則沒有春天。

調整產銷經營型態

松林梅李產銷班遇到這種情形後，整理出解決的對策與精進的作法。首先，是把產銷班的班員，全面進行責任改選，各組努力執行分配的工作，並極力爭取農政單位就生產、加工、銷售上，在軟硬體設施上的經費補助與技術指導，同時，爭取擴充產銷班加工廠，在軟硬體建設的實質輔導與補助。

為因應大環境對梅李產業，所產生的不良影響，松林梅李產銷班配合政府的政策，推廣「廢園造林」的措施，將品質較差品種的梅樹砍除，改種其他的林木，以保持市場供需量的平衡。

此外，將優良品種的梅樹予以矮化，以方便



梅李系列相關產品



松林梅李產銷班的新產品

人工隨手便可摘採，作為宅配的鮮銷梅，積極開拓其他通路的客源，所以，不僅加工梅的品質要漂亮，宅配鮮銷梅的品質也要漂亮。在梅李產品加工上，一直投入研發新的產品，以增加市場上商品的多樣化與競爭力；梅李加工產品的包裝，也持續在改善更新，主動開發新的市場，加入網路訂貨行銷。

由於現代人追求健康、養生概念，因而將產銷班的一部份梅樹，調整為有機梅園，以有機農業的方式進行栽培管理，來作為梅子的加工產品，並已取得MOA有機認證，讓產品的品質安全有保障，不要和傳統市場攪混在一起，來作為產品通路的區隔。

結合有機養生概念

將傳統農業的經營型態，轉向生產、生態、生活「三生一體」的休閒農業方向邁進，把原有的農產品銷售方式，注入體驗經濟的產能，如經常性辦理賞梅花、賞李花、採梅子、採李子、脆梅加工DIY、梅園親子彩繪等活動，同時，結合家政班的農村婦女，研究開發梅子大餐，提供遊客訂餐品嚐，期以教育農園



脆梅加工DIY

「寓教於樂」的方式，效果頗為彰顯，藉此增加遊客購買梅李加工商品的機會，也增加班員的收益。

從民國91年至今，3年來松林梅李產銷班的梅、李栽培面積，一年比一年減少，梅樹由50公頃遞減到40公頃，李樹由20公頃，減少到18公頃；青梅總產量也從290噸，隨著減少到210噸（每公頃約6噸），李子則自1100噸，減少至990噸（每公頃約5.5噸）；但是，加工梅原料、手採宅配鮮銷梅部份，卻呈快速地成長現象，91年手採宅配鮮銷梅為55噸，93年即增加到70噸；產銷班的年總收入部份，由91年的1267萬元，成長到1474萬元，平均每公頃收益從18.1萬元，提升到25.4萬元。



梅園開放供遊客採梅子



松林梅李產銷班新研發的「白裏透紅」品牌

其中，在休閒農業方面的收益，從91年起，相繼由46萬元、82萬元，到93年可成長到150萬元，可見未來的農業趨勢，要走向「收（農產品收穫）少，賺（獲取利潤）多」的路，不像傳統農業經營方式，農產品要「豐收」，但不見得保證會賺錢，而是應該採「精緻」的方式來經營，將農產品種「漂亮」，加工產品做「漂亮」，把產品區隔出來，才能賣到很「漂亮」的價錢。

梅李產業自民國70年開始興起，80-85年達到鼎盛時期，從1公斤20元漲到50元，86年以後外銷日本的市場，開始呈現走下坡的情形，到了民國90年，更是跌進谷底。在興盛期間，台灣有多達50家的梅子加工廠，至現今只剩下2家，也到大陸設廠營運。梅李產業的大環境，並無好轉跡象，但松林梅李產銷班基於多年來對梅李的情感，再加上梅子是健康的鹼性食品，以及含有豐富的有機酸，對人體健康有很大的幫助，只要用真心學習栽培管理與加工技術，透過產、製、銷，將梅子產品導入健康、養生保健的概念，並迎合市場的需求，朝向有機農產品的方向發展，用「創新」來面對挑戰，相信一定能「梅開二度，再創生機」。

鄉

松林梅李產銷班
台東縣延平鄉鸞山村松林路45號
(089) 568-088何介臣班長