

水草奇緣 (下)

文／陳燕銀 台灣休閒農漁業文化創意協會 理事長



與當地工作人員徹夜開會，訓練現場產品解說人員。

我過去曾擔任台北一家五星級飯店的總經理，舉凡台北市五星級知名飯店主廚，從西餐、中餐、日式料理的主廚們共7、8人輪流在我的工作室裡共同研究、實驗、討論、試吃等工作，持續了2-3週，終於，我們決定以法國式的西餐，以水草奶酪、水草橄欖油等健康系列食譜為主要的

的推展方向。理由有三：

餐桌上的水草料理

一、我們在台北向都會區的消費者做過調查，對於宜蘭特產的印象還停留在鴨賞（內臟醃品）、蜜餞等傳統加工食品，不符現代人對健康、養生、減肥、新鮮等訴求。消費者在農漁特產中，找不到有吸引人的東西，此系列產品正好一改一般遊客對宜蘭的舊觀念，令人耳目一新。

二、現代都市人以漢堡、雞腿、排骨便當…等方便性食物為午餐，數十年來，吃過便當後喝一罐養樂多，似乎是不變的定律。大家都相信，養樂多可消脹氣，但千篇一律，找不到有較特殊又健康、方便、價格合理的餐後甜點，如果與其附近的「可達羊場」配合，開發水草奶酪正可取代之。

三、橄欖油佐料系列是有很特殊的香味、風味，可用於沾麵包、饅頭、拌麵、沾魚、肉等多用途。現在年輕一代，除了一瓶醬油三用以外，沒有其他佐料可取代。水草橄欖油則新奇、有趣、視覺與口感都兼顧，符合觀光特產的條件。購買此種健康食品，使農民容易用他們自產的作物，貼近遊客，特殊性較易突

顯。

7-8個工作人員在研究室忙得人仰馬翻，又想到保存與包裝的問題，特地再派一個助理前往員山鄉，駐守在該鄉尚德社區內，與張總幹事及老人們討論用當地的竹編材料，將這些產品包裝成符合環保又兼顧當地特色之



說服老農夫一家穿上粉嫩嫩的圍裙，可費了一番唇舌



休閒農漁園區創意大賽比賽會場

產品，並為當地老人與社區賺取營收的機會。

但問題來了，如何讓消費者接受原來在水族箱裡陪伴金魚們，只能觀賞的水草，搖身一變，以法式西餐、頂級珍品的姿態，變成餐桌上的主角，消費者如何能接受新觀念的產品呢？

薰衣草的行銷理念

我想起了過去在日本唸研究所時，一位教我們觀光產品行銷的原勉教授的一句名言：「產品要銷得出去，一定要讓這個產品帶著兩個翅膀，產品才能飛，一個是Story



大家努力許久的成果呈現，可是經過一番美感設計呢

(故事)，另一個是Picture (圖像)」。例如：池上飯包是以一個60年前在池上車站月台內販賣便當的阿婆，不斷交代家人：「飯包是做給出外人吃的，要帶著愛心，用心做」，用此故事流傳，帶來池上今天的知名度。

至於Picture，就是夢想、具體的遠景。北海道薰衣草，是圖像銷售最好的例子。

我的助理群跑到宜蘭，與種水草的農民、農會的推廣人員討論了又討論，修了又修，還是編不出一個吸引人流傳的故事。倒是我那14歲的兒子，為了賺取一千元買電動遊戲的利誘下，遭我退件5次，因



冠軍隊與評審留影



努力解說，讓大家瞭解產品精緻的內涵



各組評審委員埋首苦幹，究竟該給多少分呢

爲我規定這個故事雖可以杜撰，但時間、地點、人物可非要有根有據，才有可讀性。最後他編出了這樣的故事：

與法國主廚的邂逅

2001年9月16日，納莉颱風侵襲台灣，造成全島大水患。

住在台北汐止的法式西餐主廚一家人也陷入坐困愁城的地步，在斷水斷電、無法出門採購蔬菜的情形下，他看到了水族箱裡那一片綠油油的水草，隨手拈來，聞到了一股似曾相識的香味，趕緊翻箱倒櫃，翻出可食性植物的圖鑑，又打了幾通電話請教植物及園藝專家，在獲知這種水草是可以食用的確認下，他開始認真研究該如何料理這個新發現，並嘗試做成各種菜餚供家人享用。

納莉颱風已遠去，但水草的特殊風味卻令這家人難忘，於是他們開始打探貨源，終於找到了水草的故鄉，原來它住在一宜蘭員山鄉。

如此的機緣巧合下，本次得以推出水鄉健康系列產品，藉此機會，與國人分享這舉世獨一的作品，但願宜蘭員山鄉的芬芳乘著希望的翅膀，將宜蘭風情傳至世界的每一個角落。

員山鄉農民的願景

在景氣低迷的聲浪中，台灣農業隨波逐流，WTO更是夾驚濤駭浪來襲，但上天總是眷顧寶島的，悄悄的在數十年前就灑落一

地水草於員山鄉的爛田中，靜待徐少與李老師的相遇。如今呈現出國際頂級餐飲之姿，提升台灣草根農業的高雅品味，不再是都市人眼中的粗俗及低廉，而是閒雲野鶴的悠閒與智慧。

伴手禮三大願～

- 一、水鄉飲食系列帶給每個家庭健康、簡單而有品味的飲食文化。
- 二、水鄉觀賞系列帶給每個家庭，綠與美的現代居家生活。
- 三、員山鄉的山與水，可解憂、除雜、淨化人心，牽引繁忙都市人的心，活化都市及農村的交流。

有了Story與Picture兩個翅膀，應該會飛了，但若飛得不好，就如竹蜻蜓般，也會迅速墜落，於是又找來詩人好友—隱地先生，希望以藝術的手法，將產品裝個馬達，使其飛得又高又遠！

在看過生態、聽過解說並試吃過我們所研發出的產品後，隱地先生破天荒地，頭一遭以產品的名字爲主題做了一首詩，此舉將農產品提高至文化的境界：

水草之遊

我是水薄荷
我是白花紫蘇
我是大葉田香

如果你引我到你的窗前
我會讓你的眼睛明亮
我會讓你吟詩歌唱

如果你讓我進入異國的餐廳
我會成為美味食物
讓橄欖油擁我入舞
彼時 你手中的麵包
會來尋我 把我
放入你的口中

請放心
我們是綠色小精靈
遊過你的窗前
遊過你的腹中
我們仍然是河邊快樂水草

在獲得隱地先生的大作後，我們便希望將來可以把這麼美的詩譜成曲，甚至編成舞，讓這首詩、歌、舞連結成一體，變成一個農產品與藝術結合之經典之作，可永續流傳下去。

這個作品是經由眾人的努力而完成的，比賽當天果真不負眾望，獲得擔任評審長的台大食品研究所吳瑞碧教授、新竹食品工業研究所的林欣榜博士及國內數家食品科系教授一致通過，勇奪當年農漁特產的總冠軍。吳教授說他認為這個作品可獲冠軍的主要理由為：一個毫不起眼的田邊水草，竟可如此高度精緻化、賣相十足，甚至還對全國媒體表示：「希望能推薦給陳總統，以宜蘭水草餐作為國宴，享譽國際。」

年輕人的無限創意

台大蕭教授曾說：成功地提升農產品價值的三要素是：1. 好的指導者；2. 有意願的配合者；3. 有能力的輔導者。此次作品便是將蕭教授的理論實際運用的成果。

台灣在世界上只是個撮爾小島，卻擁有海拔這麼高、山谷這麼深的特殊生態，其豐富性令外國人嘖嘖稱奇。

但是國人卻因資源太豐，不懂得珍惜，實為可惜。自台灣加入WTO後，全國各產業都必須面對市場上全球性的激烈競爭，而



在農委會舉辦的頒獎典禮現場，由許家兒子上台領獎

農漁業更是首當其衝，因此要提升台灣農業的競爭力，以伴手禮等休閒創意產品來推動休閒農業、農業旅遊，並可創造利潤空間，更是吸引遊客的最好方法。

以學觀光專業的人來看，遊客消費習慣的黃金比例中，住宿費用佔三分之一，交通及膳雜費佔三分之一，另外的三分之一本來預計要買伴手禮或紀念品，但這三分之一準備大採購的游資在台灣卻無處花用，理由是：澎湖的東西，台北也買得到；嘉義阿里山的產品，在基隆的超市也賣得嚇嚇叫；可見台灣伴手禮或紀念品領域之貧瘠。

農漁業界的朋友要算一算，千萬別讓遊客們把脹得鼓鼓的錢包，失望地帶回家。東吳大學國貿系每年都會選一種農漁特產進行觀光紀念品的研究開發，年輕人的創意真是無窮無盡，令人刮目相看啊！