

文／陳燕銀 社團法人台灣休閒農漁業文化創意協會 理事長

攝影／葉美秀 輔仁大學景觀設計系 教授

乘著文化與人情味的雙翼 源自農村的伴手禮〈上〉



日本泡沫經濟下假日休閒以到農村逛農產直銷中心為最大的趨勢

民國94年我在桃園龍潭三和村接了一個水保局農村專案輔導的個案。很難想像龍潭這個地方，僅一水一山之隔，

這邊與那邊的景觀和風俗就截然不同，形成了兩個完全不同的世界。一邊是華映、友達、杜邦、宏碁等這類大企業的廠區，另一邊卻完全是50~60年前的客家農村風貌，村裡大概都是典型客家三合院的聚落，住了約200~300戶人家。

被遺忘的三和村

這裡最大的特點在於它是台灣過去最主要採茶區，在當地還留有從日據時期就開始引進日本茶種、製作綠茶外銷日本、超過百年歷史全國最大的綠茶工廠和專屬茶園。由於人口嚴重外流，村裡只留下一群老人和孩童。還好龍潭離台北很近，兒女每逢週六、

週日都會回家。因此一到週末，家家的老人們就很認真地忙著到田裡拔菜啦、殺雞、宰鴨…，等著他們的兒女回來。一份份都切得好好的、菜也是經過精挑細選、再打包好，準備這包要給大女兒、那份要給三兒子帶走等等，平時寂靜如無人居的鄉村，一到了週末，整個農村頓時熱鬧起來，充滿著團聚的氣息。

我為了輔導這個農村轉型，乾脆利用5月底學生畢業後3~4個月的暑假期間〔大學9月中旬才開學〕，搬進三和村與村民共同生活，實際體驗、了解他們的傳統農家生活和特有文化。

當地農民唉聲嘆氣地說：「我們是被政府遺忘的農村，完全沒有任何建設，比起鄰近的新竹照門地區，我們簡直像荒涼的文化沙漠一樣！」我總是鼓勵他們：「就休閒產業來說，通常後發展的地方，觀念會比較新穎，反而有競爭力。」我住在一位甘姓老婦人的土角厝裡，一方面是因為她獨居，接待客人比較方便，另一方面我喜歡安靜，跟著她在村裡挨家挨戶地閒逛、閒聊，地毯式的進行村民訪談調查。

有一天我在村裡散步，忽然接到她的電話，告訴我說：「陳老師，不好意思，我今天要晚一點回去，您沒鑰匙進門，可以到附近鄰居家坐坐，等我回來才接你。」我當然說好，但不知道她臨時發生了什麼事。等到天黑了，才再接到電話，告訴我說她快回來了，不管我在哪一家都可以啟程走回來跟她一起用晚餐。

我抄捷徑走田間泥土小路，走在黃昏暗暗的田埂上，一路拿著一根竹竿，邊走邊打



農產直銷中心的創意——把農作物種植者的照片陳列出來給遊客看，以示負責



先訓練學員合作的技術才有辦法共同開發伴手禮



作者下鄉長期訓練村民伴手禮的美感行銷氣氛

著草以免有蛇、蜥蜴之類的小動物出現，放膽地衝回住處。沒想到我比她先回到家，讓我很納悶的是她家門口放了好幾袋雞蛋和麵線，顯然是人家送來的，用簡單的塑膠袋或紙袋裝著，每袋都有十幾個雞蛋，還有麵線。

雞蛋麵線送溫情

起初以為是她的女兒生產了？心裡想：「原來她晚回來是因為女兒分娩了！」我在門口徘徊一下，等了一會兒，見她竟然單手騎著摩托車回來，另一隻手則包著紗布，從手肘直包到肩膀。嚇了一大跳，趕緊上前問究竟，才知她是下午趕回來的時候，在路上發生車禍，被對方送去醫院，縫了好幾十針，醫生經過6個多小時的觀察認為沒有大

礙後，才讓她回家。因為一隻手受傷，走路癱癱歪歪地，一進門就跌坐在沙發上，我趕快倒一杯水給她。她看起來很累的樣子，我忍不住地問

她：「好奇怪喔！門口有好幾袋雞蛋和麵線，是誰送的啊？」

她聽了之後，困倦的臉上勉強露出一絲欣慰的笑容，老人家有點不好意思地把手一揮，嘆了一口氣告訴我：「唉！雖然流了很多血，被送到附近的小醫院去，縫了幾十針，我都一再地告訴肇事者和無意間被撞見的鄰居們不要聲張，沒想到在鄉下這一點小



請學員說明其伴手禮的美感風格是甚麼？

事情一下子就一傳十、十傳百，傳到全村的人都知道！你看大家都送東西來慰問我，給我吃吃蛋和麵線過運去霉呢！」

我扶她到床上休息，我問她：「這麼多的蛋和麵線，怎麼辦？」她歪著



各農村也會蓋這樣的場所與簡單表演供遊客休閒



鼓勵村民應用各種資源回收的材料做為美感營造的素材



要吸引人試吃可是要一點氣氛的



各種植物種子也能當伴手禮



各高速公路休息站都有生鮮農產品伴手禮



桃太郎故事裡元氣補給用的大丸子



你看！客人高興地買回這麼大包的伴手禮



日本人要向我們介紹他的農協可不敢只給印刷品而沒有在下面加一盒伴手禮

頭，斜躺著靠在床邊對我說：「陳老師啊！你就陪我過過運、去去霉氣吧！既然是人家的好意，就去燒水把那些麵線煮了，拌些苦茶油；雞蛋用白煮的，不要打破，打破後福氣也跟著跑掉了，這樣不管吃下多少破蛋也過不了運囉！袋子裡面有幾個紅紙袋，不要撕掉，也不要丟掉，看看上面寫誰的名字，要把它貼到門口，這是大家給我的祝福。即使沒有名字也問得出是哪幾家送來的，我要去跟她們道謝。」

還好她的腳沒大礙，可以走動，所以我還是每天早晚跟著她去串門子訪談。我發現路上每個騎著機車的人或是鄰居們只要看見她，就都停下來問候她。還有一個青少年，應該是中輟生，可能是在鐵工廠工作，染著一頭黃、綠、藍相間的龐克頭，口中嚼著檳榔，騎機車上下班，也停下來問：「甘媽媽！好點沒？吃麵線了沒？」

創意行銷伴手禮

這個情景讓我很感動，想到自己前年手跌斷，裹著近3個月的石膏在我們這個約300



美是購買慾的促進劑

戶的社區裡走來走去，除了警衛，只有一、二位鄰居跟我點過頭，好像沒人問過我：「石膏何時拆？」或「需要幫忙嗎？」我覺得蠻感慨的，唉！都市人活得多疏離冷漠啊！

我是從鄉下搬到都市的人，好像我們對於去霉氣、過運等都是吃豬腳麵線，怎麼客家人是用紅蛋來取代？這是很特殊的習俗。這使我想到了在農村的文​​化裡面，其實這幾年間流行所謂的伴手禮，早自日據時期，從小父母都會教小孩子，去人家家裡不可空手去，使用一種方巾，日本人叫做「ふろしき」，包一盒禮送去。這幾年是為推廣創意行銷，就把伴手禮拿來運用，因為在農村鄉下，無論是吃拜拜也好、或是到別人家作



農村環境要乾淨美麗，伴手禮才銷得出去



用稻穗在火車站的大廳裡展示進而行銷「米」的伴手禮

客，都不可空手去；我們要回來時，對方也不會讓我們空手回來，總是準備一些水果啦、蔬菜啦、菜乾啦、糕點之類的給我們帶回來，這是傳統流傳下來的一個習俗和人情。現在隨著工商社會，伴手禮這種用食物祝賀和問候人家的習俗，和人際的關係好像完全都淡掉了，所以我這次親訪這戶農家，感慨特別深。（待續）



這些都是來自各地學員的作品



台灣伴手禮的行銷技術還有好大的空間