



喜歡玩、喜歡嘗試的林伯雄認為，人生就是要勇敢去追求！

# 創意加持・草莓大變身 趣味行銷・驚奇百分百

苗栗縣大湖地區農會田媽媽  
「莓鄉醉美」草莓主題餐廳

**現**年33歲的林伯雄與「田媽

媽」予人的印象幾乎南轅北轍，之前的工作經歷研發工程師，更與餐飲業「八竿子打不

著」，但這樣衝突的意象反而成為「莓鄉醉美」創新的元素；從餐廳裝潢、菜色設計到經營風格，都突顯了創意無所不在，所以當你看到菜單上出現「鹹豬肉冰沙」，不必太過驚訝，不妨點來嚐嚐，因為連阿公、阿嬤也不禁愛上鹹鹹酸酸的獨特口感。

顛覆，是步入大湖地區農會田媽媽「莓鄉醉美」草莓主題餐廳時、第一個躍入腦袋的想法；又一次顛覆，當餐廳的經營者「田先生」林伯雄現身時，心裡頭想著：「是田媽媽的兒子吧！」但答案卻是否定的，唯一可以確定的是，「莓鄉醉美」與一般鄉村、田園風格的田媽媽餐坊截然不同！

## 農會輔導・自負盈虧

在「莓鄉醉美」餐廳裡，所有飲食、一切



牆面鏤空圓點採光設計

裝潢，都沉醉在草莓的幸福感裡。「莓鄉醉美」位於大湖地區農會為帶動地方產業發展而闢建的「草莓文化館」內，由日本建築師設計而成。餐廳設計延續文化館的風格，以紅色為基調，牆面採透光設計，以鏤空圓點取

代一般大樓使用的落地玻璃窗，造型相當可愛、且具現代感，置身其中，讓人有被包圍在草莓裡的錯覺。

大湖地區農會從民國93年開始經營「莓鄉醉美」，96年田媽媽應運而生，林伯雄接手經營「莓鄉醉美」。16名班員中，除了固定的4名班底外，其餘皆採時薪制，目前年營業額約600萬元。林伯雄指出：「『莓鄉醉美』算是獨立的個體，盈虧自負，與大湖地區農會共存共榮。」農會站在輔導的立場，只抽取固定比例的盈餘，田媽媽們不必繳交店面租金，因此不會有太大的經營壓力。

## 創新經營・積極研發

現年33歲的林伯雄經營「莓鄉醉美」前是個工程師，與餐飲業「八竿子打不著」；老家



餐廳外種植許多香草植物

在屏東，與苗栗縣的距離也挺遠的，令人好奇，是什麼樣的因緣讓他從屏東搬到大湖，並從工程師轉行成為餐廳經營者？曾在苗栗就學是一切機緣的開端。「苗栗四面環山，是個很美的地方；住民80%到90%是客家人，非常熱心、親切。」即使畢業後在台北就業，林伯雄仍常常回苗栗串門子，認識了田媽媽班長邱桂鈴，因有意創業，應邱桂鈴之邀，加入了家政班。林伯雄笑說：「很少男生參加家政班，不過我對料理蠻有興趣的！擁有中餐丙級執照，在店面經營方面也有些經驗。」

「莓鄉醉美」徹頭徹尾不同於「有媽媽味道」的傳統料理餐坊，而是加入許多創新元素的餐廳，而林伯雄彷彿也是其中的創新元素之一，投入後產生意想不到的化學變化。他說：「我很喜歡玩、喜歡嘗試！從工程師到經營餐廳，是有點冒險，不過人生就是要勇敢去追求！」

「每一段工作經歷，儘管是不同領域，都是下一個工作的踏板。」林伯雄擔任工程師時，精確的成本分析概念對「莓鄉醉美」的經營頗有助益：「經營是一種佈局，如食材成本、獲利多少？人事成本怎麼控制？淨利可達到幾成？這些都得先設定好，然後才設計菜單。」「之前在研發部門，每天都在想東想西的。」現在的他也一樣，一天到晚都在思索菜單。

## 草莓入菜·客家特色

以草莓聞名的大湖鄉，草莓農場為數眾多、競爭激烈，各家莫不使出看家本領吸引遊客，其中也不乏將草莓入菜的種種創意，不過，草莓要真正「入菜」，而非只是做沙拉或盤

飾卻有些難度，因此並不多見。林伯雄指出，草莓是很難入菜的蔬果，因為它遇熱會產生特殊的酸腐味，因此他以搭配醬汁的方式入菜，

保留草莓的香氣與酸酸甜甜甜味，如「紅酒燉牛肉」，就是以田媽媽自釀的草莓酒燉煮；又如「香草魚排」，以特製的草莓酸辣醬佐餐，讓魚排的鮮美加乘；而於冬季期間供應的「草莓酸辣海鮮鍋」，林伯雄索性突顯其酸味，湯頭以草莓熬煮，再用辣味撫平獨特的酸腐味，熱氣蒸騰中，還能彰顯草莓的香氣。在「莓鄉醉美」裡，草莓是名符其實的主角，而不是擺盤陪襯的配角而已。

「大湖草莓」產期從每年11月到隔年4月，旅遊市場的淡旺季非常明顯，而「莓鄉醉美」的客源主要來自旅客，因此餐廳的經營操作必須有些技巧才能維持營運。林伯雄認為，與其在淡季大張旗鼓吸引客人，不如思考旺季時如何讓獲利加倍，以補足淡季的虧損。

繼草莓產期之後，5月則是苗栗馳名全台的油桐花季，也為「莓鄉醉美」帶來許多遊客，因此餐廳菜色也融入在地的客家元素，如「香烤鹹豬肉佐草莓酒釀」、「鹹豬肉冰沙」等；同時以當地生產的季節水果為食材，在淡



大湖地區生產的  
草莓品質優異

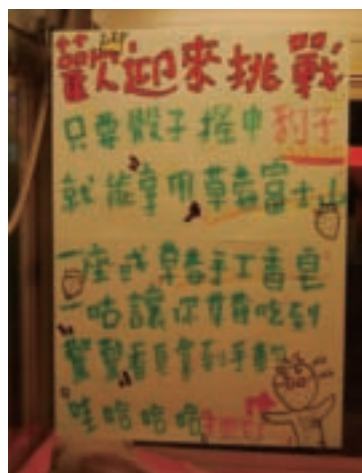


香草魚排佐草莓sauce以自種的香草植物當麵衣



人氣餐點—香烤鹹豬肉佐草莓酒釀





餐廳內好玩、有趣的調性很對年輕人的味

季時推出水果餐，並接受團體預約。

## 年輕客層・網路行銷

在漫長的夏季裡，遊客大減，家政班媽媽們閒暇時間較多，林伯雄繼去年推出「草莓豬肉乾」後，正積極研發新的伴手禮，增加餐廳與媽媽們淡季的收入。林伯雄笑說：「旺季時真的很忙，有時忙到下午4、5點還沒吃中飯，忙到眼角滲出淚水。」不過田媽媽們都很配合，努力幫忙拼業績以彌補淡季的虧損。

雖然草莓季期間、大湖遊客眾多，但如何吸引人潮走進餐廳，又是一門行銷的學問。林伯雄舉例，「莓鄉醉美」推出的「草莓富士山」基本上並沒有賺頭，卻是吸引遊客進門的賣點。一大盤宛如小山般的剉冰舖上滿滿的草莓，可供5至8人一起享用，只賣350元，聚人氣的意義遠大於賺錢，同時甚具話

題性，不必費力行銷，吃過的遊客自然會在網路上幫忙宣傳。

草莓的酸甜滋味常被詮釋為戀愛的感覺，卡哇伊的造型也極受年輕人喜愛，「莓鄉醉美」的客層70%-80%是年輕人，因此林伯雄的菜單設計以及販售的草莓相關商品也以新奇、有趣為考量，從吧台前置的夾娃娃機即可證明。



最吸引遊客上門的「草莓富士山」

娃娃機裡放置的是骰子，只要骰到「豹子」（3個骰子點數相同），就可獲贈「草莓富士山」一份，趣味性十足，很對年輕人的味。林伯雄



德國豬腳佐草莓醋酸菜以草莓醃酸菜，極具特色

說：「這個構想純粹就是覺得好玩，有趣的東西能增進彼此的互動，幾個年輕人或一家人藉由這樣的分享，可以熱絡氣氛、拉近距離。」

## 創意菜單・顧客驚奇

不僅行銷方式有意思，「莓鄉醉美」的菜色也很特別，與傳統的田媽媽料理大相逕庭，卻仍保有田媽媽的精神，如德國豬腳佐草莓醋酸菜，一般德國豬腳旁大都附上酸菜，而田媽媽們對醃漬食品可說最為拿手，於是，獨一無二的草莓酸菜就此誕生；以草莓醃漬的紫高麗菜、色澤更為鮮豔，至於口感，從客人頻頻詢問是否可以外帶、即可見其受歡迎的程度，濃淡適中的德國豬腳，佐以墨西哥辣椒水、口味偏辣的「草莓莎莎醬」，味道剛剛好。

店內的人氣餐點「香草魚排」，採用來自雲林縣口湖鄉優質的台灣鯛，沾上和著餐廳外或田媽媽家裡種植的香草植物的酥炸粉下鍋炸後，搭配以新鮮草莓、檸檬汁、蒜末、酸豆、去籽的辣椒末調製的草莓酸辣醬，讓味道與香氣更有層次。

「莓鄉醉美」最令人咋舌的餐點是「鹹豬肉冰沙」，也是林伯雄好玩的性格所造就的產品。他將鹹豬肉先以高溫炸過，再以冰水沖洗、去除油脂，加上一點鹽巴、黑胡椒、紫蘇梅製成冰沙，口感鹹鹹酸酸的，炸過的鹹豬肉QQ的，十分奇特，竟意外成為阿公、阿嬤的最愛。

在經營逐漸站穩腳步後，「莓鄉醉美」期待朝「大田媽媽」前進，林伯雄也已在當地落地生根，雖然不再扮演搞顛覆的新元素，卻已將創意內化而成「莓鄉醉美」。當旅人再次造訪時，期待著他／她／它——又玩出什麼新花樣！