

# 臺東漂鳥達人都會區產品展售訪問

生命的旅程是一段段未知的探索經歷的累積，其中歷練的過程是寶貴的，而經驗更是無可取代的，以下是臺東翠鳥營隊四位志同道合的學員以初生之犢的精神，前進南臺灣大都會區高雄市大立百貨公司花東農產物特展的一段參展訪問與報導。

這幾位分別居住臺中、臺南、臺東志同道合的臺東翠鳥營隊同學，透過將近一個多月的電腦網路線上策劃、討論及分工合作，懷著滿腔的期待與熱情，終於于12月26日展售的前一天將臺東阿彬家的農特產品釋迦果及阿年家的池上有機米，千里迢迢一路翻山越嶺將臺東家鄉的農特產運抵高雄市的大立百貨公司十樓展區賣場，在熙來攘往人潮流動的都會區裡，五光十色的櫥櫃及琳瑯滿目的賣場或許身處都會區您不覺得有何不同，但在這幾位歷經臺東翠鳥營漂鳥築巢課程洗禮的同學們心裡卻是懷著一份歷經對農業產業的熱情期待與近一個月煎熬的落實，他們將經歷一場直接面對都市消費者講述分享他們所認識的農業經驗與知識的體驗。

來自臺南的慕竹娓娓敘述了這經歷兩週的都會區百貨公司賣場的銷售體驗的感覺是，此次參展販售釋迦果及有機米，事前的準備工作及相關資料蒐集，與提供展場的百貨業者客層的市調，足足花費一個月的時間，參與的同學各自分工，並定時於線上討論包含訂價、謝卡設計、應變措施等，舉凡與此次活動有關之大小細節鉅細靡遺地在線上多番的討論與操練，並發放電子郵件通知漂鳥營之同學們，畢竟是身為漂鳥營學員的他們，提起最大勇氣跨出的第一步。

此次參展在與顧客間的互動，讓她深深感受到大多數人對農業的錯誤觀念與常識的不足，在販售釋迦的同時，她盡力地對顧客解說釋迦的保存方式及栽培的辛苦，因為許多人跟她以前一樣，不懂得該如何地貯放釋迦，也不知釋迦果該何時品嚐最為美味可口，因此不管顧客是否購買，她都會依她所懂的農業知識加以細心解說，看著顧客恍然大悟的神情，更加堅定了她從事行銷農產品

的信念，農業產業是門艱深專業的學問，但藉著此次展售的機會，更接觸受教於一同參展的其他農場的大哥哥大姊姊們，也讓她吸收更多的知識。

雖然只有短短的十四天，但每日充實體驗，精神愉快，也建立了她對未來從事農產行銷的信心，雖然有時會遇到小小的挫折，然在嘗試錯誤中的摸索成長，仍讓她感覺甘之如飴，尤其當顧客給予肯定與鼓勵時，那種感動更是無法以言語形容的，此次的參展賺錢事小，經驗卻是無價，而藉此次機會推動自產自銷宅配服務，亦已經接獲訂單，希望這是好的開始，也是大伙開創新事業萌芽茁壯的契機。

負責池上有機米貨源供應的鶴年也表示，此次的特賣會，是他們學習跨出自產自銷的第一步，也許是漂鳥營隊員的身分，讓他們多了一份使命感，想想，如果他們可以做的有成績，也許可以讓更多的同學加入他們的行列。

這次的參展是一個很難忘的經歷，所有的事情都是一種新的體驗，也體認到一個想法的實踐，居然有這麼的曲折，當然事後也覺得驕傲，原來他們也可以做到這種地步，拜農委會漂鳥計畫活動之賜，認識了這群好朋友，在彼此的鼓勵之下，嘗試與往常不同的事物，見識一下外面新的世面，勇於挑戰，不只是因為他們年輕，也是他們有別於傳統農民的主要差異吧。

阿年表示，他供應的有機米與阿彬之釋迦果不同的地方在於米的市場，坊間良莠不齊的產品充斥，無形中變成他的負擔，光是米的品種與有機栽培的分別，就已經費了他九牛二虎之力滿頭大汗地加以解釋，而產品的接受度也不如阿彬的釋迦果，畢竟米類產品的普遍，加上顧客似是而非的根深蒂固觀念，著實讓他有種消費者不相信年輕農民種出來的米的感覺，他只能小心翼翼地慢慢說服消費者，讓他有不同的經驗分享，也許在米的世界裡，包裝與名氣已遠大於產品本身的口感，沒想到在農產品的世界也有追求“名牌”的迷思出現。

他說，也許是他太急功近利，畢竟萬事起頭難，再者農產商品本身就是需要時間讓消費者來認知與接受，他深知品牌的建立，並不是一蹴可躋的，但在有限的宣傳時機裡，讓他有點無所適從，可喜的是有消費者再度光臨，表示他們的喜愛與肯定，他說，這就是他堅持下去的動力來源，也是此次展售的最大收穫。

負責臺東釋迦果貨源供應的阿彬用很感性的話說，這次大立百貨公司的展售活動，讓他感覺到老一輩的農民怕改



■ 臺東釋迦展區郭慕竹(左)、邱義彬(右)

變，可能是農民的天性，看天吃飯與認命吧！他覺得從生產第一次跨到銷售業界，有了更多的體會與想法，以前從事生產，只要想辦法讓釋迦樹長的好，提高產量、果實飽滿、降低成本與勞動量，以最省成本與勞動的方法種出最滿意的果實，之後就任中盤商處理。

而此次的參展銷售，事前的調查、評估和可能遇到的狀況推演就忙到暈頭，像個傻子般為了一些不知會不會發生的事想破頭，一切的事都要有預備方案一切的狀況都有可能發生，要預想到一切釋迦的弱點，並加以克服減少損失。漂鳥營隊的活動讓他認識一群真的有心從事農業的年輕朋友，也是參加此活動的最大收穫。

樂觀的阿格負責賣場銷售，在他的體會裡「老闆！有需要臺東釋迦嗎？」一句稀鬆平常招呼顧客的用語，竟然也包含著許多學問，語氣、聲調、節奏、誠懇與敬業等等竅門，著實讓他琢磨了好幾天。賣場臨場販售其實是門臨機應變機巧的工夫，是門精巧的消費心理學，並非想像中的輕鬆，需要時間的磨鍊，用同理心與顧客溝通，站在消費者立場來衡量作為等。阿格也提到經常人家說『咱臺灣農民很會種植農作，但是不會賣』，的確銷售是門高深的學問，往往會讓人打退堂鼓，所以這部分心態要克服，才能解決農業目前的困境。

在臺東農改場常見的釋迦乾果加工的手機吊飾等，在賣場中卻吸引客人無數好奇的目光，讓他覺得可以好好利用釋迦相關物品，發揮創意巧思，增加其商品的附加價值。而這趟展售會也讓他學習到成本控管、銷售經驗及以消費者角度的思維立場，實在是一趟很有價值的學習經驗。

展售期間臺東區農改場方面也委派蘇德銓博士與黃德發先生前往關懷與鼓勵這群新農業尖兵，為執著的理想而努力奮戰的可愛年輕人加油打氣。

(按參展期在2007.12.27至2008.01.09小組成員有臺東翠鳥營築巢營隊的郭慕竹、胡鶴年、邱義彬、林正格等四位學員。)

(楊鴻志 089-325110轉810)



■ (左起)黃德發、胡鶴年、蘇德銓與展場的有機米