

本特刊循新農業創新推動方案，依建立農業新典範、建構農業安全體系及提升農業行銷能力三大主軸挑選8位具有代表性的青農，進行專訪汲取其經營特點供新進從農者參考。

GPN : 1010800309
ISBN : 978-986-05-8306-9



9 789860 583069

定價 新台幣170元

來吧！青世代！
臺中區青年農民介紹專輯

行政院農業委員會臺中區農業改良場
編印

來吧！青世代！

臺中區青年農民介紹專輯



臺中區農業改良場特刊第137號

行政院農業委員會臺中區農業改良場 編印

中華民國 108 年 3 月

來吧！青世代！

臺中區青年農民介紹專輯



臺中區農業改良場特刊第137號

行政院農業委員會臺中區農業改良場 編印

中華民國 108 年 3 月



序

為因應農業勞動力逐年老化、農村人才斷層，近年來行政院農業委員會積極推動青年返鄉從農，藉由農業新血加入並培育青年農民成為新世代農業工作者，提升整體農業價值及創新臺灣農業永續發展。自102年起，政府整合各項資源，辦理百大青農專案輔導計畫，提供一站式(one-stop service)的服務，使其穩健經營，持續擴大規模或創新加值發展，建立標竿學習典範。

臺中區農業良場迄今已輔導4屆百大青農共69人，產業別含括水稻、果樹、蔬菜、花卉、雜糧、茶及菇類等具多樣性，每位青農的生長環境及返鄉原因不盡相同，但他們為臺灣農業打拼的初衷與理想卻一樣。本場在輔導前先協助青農進行生產、行銷、人力、研究發展及財務等資源的盤點工作，接著針對青農的經營需求媒合陪伴師，建構友善從農環境，輔導青年農民經營創新。

本場同仁循新農業創新推動方案，依建立農業新典範、建構農業安全體系及提升農業行銷能力三大主軸挑選8位具有代表性的青農，進行專訪汲取其經營特點供新進從農者參考。其中，育任熱愛

故鄉農業，導入科學化管理；稟瀚在芭樂園辦理食農教育，開創農業多元樣貌；子媛讓我們看到柑橘加工及蔬菜箱的商機；佳鈴活用加工資訊延長紅龍果賞味期限；坤盛在水耕蔬菜產業不斷嘗試及開發新種類，積極開拓新市場；從啓葦的身上看到菇舍運用省工栽培減少成本；誌強的香菇具有產銷履歷，食品安全不容妥協；峻譯將在地產業與休閒農業及食農教育交織結合變成金流。青世代返鄉從農需要努力不懈的堅持與鼓勵才能勇往直前，最終抵達成功的彼岸。臺中區農業改良場秉持專業，透過輔導資源整合、經營規模擴大或產業加值等輔導措施，在農業技術上給予青農強大的後盾！文稿初成值付梓之際，爰為之序，期望各界不吝指正並且有助於新進青農在農業經營上參考運用。

行政院農業委員會臺中區農業改良場

場長 **林學詩** 謹識

中華民國一〇八年三月



目錄

序

01 熱愛故鄉土地 傳承不忘初衷

吳育任 X 根源農基場

07 芭樂園的孩子 推動食農教育一把罩

蕭稟瀚 X 好瀚農場

13 夫妻同心 開創柑橘產業新價值

秦子媛 X 猛男農夫


19 你農我農家味濃 種出幸福好滋味

陳佳鈴 X 佳維農





Contents

- 25 父業子承 八卦山下的水耕青農
陳坤盛 X 弄福農場
- 31 山城菇事 以科技突破逆境
劉啓葦 X 森沐農場
- 37 Have a 菇 life 開創以農為本好生活
李誌強 X 旭展香菇農場
- 43 青出於藍更勝於藍 新思維翻轉農村
梅峻譯 X 糯米橋咖啡工坊
- 

熱愛故鄉土地 傳承不忘初衷

吳育任 X 根源農基場

來吧！青世代！1

育任返鄉後將農場的栽培管理導入企業化經營模式並作好成本控管

放棄穩定公務單位 投入綠色產業

育任從小就在南投縣中寮鄉果園裡長大，出社會後在臺北的公務部門服務，隨著父母年事已高，體力大不如前，逐漸興起返鄉從農就近陪伴父母的念頭，他之所以毅然辭掉穩定工作，返鄉接手爺爺努力大半輩子的臍橙園，除了對故鄉土地的熱愛，更想延續臍橙的美好滋味，分享給更多消費者，將農場取名「根源」，是感念松根爺爺一輩子為這片果園的付出，提醒自己莫忘初衷。

2015年農委會為了擴大培育新農民，委託國立嘉義大學辦理農業公費專班，鼓勵年輕人返鄉務農，好學不倦的育任報名去學習農業專業知識，他認為農業是最科學、最難被複製的產業，唯有透過知識學習、科學化管理及實務經驗累積，才能提升農業產值，返鄉從農的主要理念為：種營養與安全的水果，



「臍橙」臺語發音「財丁」，諧音取其人發財又添丁的意思，是過年送禮最佳首選

繫人類與天地的情感。

數據化科學管理 突破農業困境

在返鄉務農開始承接管理自家農場後，卻面臨傳統農業的挑戰，發現爺爺以前在栽種的過程中，絕大部分都是憑藉感覺或經驗，沒有科學化的



管理，欠缺數據化分析或學理上基礎，育任認為必須把專業知識導入農場管理中，然而在爺爺的觀念裡，認為雜草會吸收肥料，因此雜草必須拔除，所以園子裡幾乎沒有一棵草，但他認為這樣是不對的，因為草不但能減緩土壤流失、增加土壤孔隙度、增加排水性及有機質等功用，且草生栽培還能提供害蟲天敵棲息的環境，促進生態環境達到平衡，減少化學農藥及肥料的使用。

目前農場臍橙經營規模約9分地，年產量約10至15公噸，希望透過專業化管理，提升單位面積產量，或擴大種植面積，預期目標為5年內總體產量能增加50%，並增加60萬的產值，未來將積極從事友善環境之耕作，讓農業朝永續的綠色生態產業邁進。

臍橙無籽又多汁 消費者新寵兒

臍橙是一無籽多汁、果形碩大、香味及口感優良之甜橙類，甜度可達14~15度，深受消費者喜愛，在歐美國家柑橘生產及消費形態之甜橙類，更多數以臍橙為主。然而，臍橙因花粉無效及胚珠異常，造成果實內無種子，由於缺乏內生激素的供應，對環境反應敏



青年農民未來生產農產品需納入「品牌經營」理念，朝精緻化與品牌化去拓展商機



來吧！青世代！

感，常造成嚴重之落花及落果，因此著果率及單位面積產量較其他柑橘為低，致使農民種植意願不高，在國內僅有南投縣及臺東縣少數地區栽培。

育任提到由於臍橙單為結果的特性，栽培技術較一般柑橘類來的高，且在拍賣市場上，臍橙被歸類為雜柑類(產量較少)，因此拍賣價格不高，農民以自產自銷為主，所以在市場上很少看到臺灣本地生產的臍橙；另一方面，臍橙好吃的關鍵在於薄皮多汁及其獨特的風味，一般而言約需10年以上的樹齡才能生產出高品質的臍橙，這也影響農民栽種的意願。育任特別感謝爺爺在20年前幫他種下樹苗，現在才能管理這片高品質的臍橙園，未來，他也會將這樣的好滋味延續下去，育任談起臍橙，堅定踏實的語氣感受得出他對自家生產水果的信心以及對爺爺的感念。



育任認為青農應發揮產品包裝設計及網路行銷優勢來提升農產品的附加價值

種植技術是基本 行銷才是真本事

現在北、中、南各地都有假日農夫市集，提供青年農民展售舞臺，育任認為展售會的立意良善，但在顧客經營策略上，應努力經營在地消費者，而不是南北奔波四處參加展售會，他認為利用假日或短



期間內參加展售在長期顧客經營上可能無法立即達到效果，因為在異地展售，除了要犧牲陪伴家人的假期，也會影響到既定的農場管理工作，此外，還必須考慮到攤位費、交通費和住宿費等，且逛市集的民衆大部分都是過路客，顧客關係經營不易，普遍而言回購率很低，因此他認為站在長期顧客經營的角度，參加市集展售不是提升農產品銷售的最佳方式。

育任認為青世代不能走回傳統農業的銷售模式，過往農民耕種收成後，都交給盤商(行口)負責去賣，育任覺得新農民要打破過去農產品透過中間商再到市場的銷售模式，青年農民的強項就是產品包裝設計及網路行銷，應該要發揮這樣的優勢來提升農產品的附加價值及增加獲利。

育任認為農產品銷售能做到「差異化」最重要，差異化才會跟一般市場作區隔，將農產品當成精品來經營，當看到Logo或品牌名稱時，就會聯想到生產者，青年農民未來生產農產品需納入「品牌經營」理念，朝精緻化與品牌化去拓展商機，並透過農產品加工、包裝設計及多元行銷，塑造品牌形象，賦予農產品生命力，增加其附加價值。

育任在未來在產品行銷上預計開發網路銷售平台，透過商品包裝設計及故事性行銷，開發潛在顧客，預期目標為2年內網路行銷營業額能增加1倍，他也透露自己的顧客經營訣竅，就是把顧客當成好朋友，甚至像對待自己家人一樣，即便只是買1顆水果，育任都抱持著感恩的心情，很珍惜每一位買過農產品的朋友，也會與顧客分享其他農產品，像栗子南瓜、鳳梨及龍眼乾



等，然後會主動且仔細向客人介紹今年農產品的生長狀況，無形之中也拉近了彼此距離，增加彼此互動機會，多年下來就成為忠實的顧客。

輔導策略及標竿養成

(一)科學化農業經營：品牌是品質的保障，品質是品牌的後盾。在本場輔導下，農場的栽培管理導入企業化經營模式，除了建立果品生產標準作業流程(包含水分管理、肥培管理及病蟲害防治等)，每年也會針對前一年度的缺失，檢視工作日誌來調整今年度的工作計畫。此外，育任也會抽空進修學習，努力突破遇到的工作瓶頸，並作好成本控管，投資必要的設施建造，減少不必要的生產開銷，將每一分錢發揮至最大效益。

(二)差異化行銷：目前農場主力生產的農產品多屬市場少見之品種，如臍橙及帝王鳳梨，因此不易受市場價格波動及其他生產者削價競爭之影響，銷售模式採直銷(宅配)方式進行，除了必須維持良好的果品品質外，也要建立完善的銷售網絡，以建立良好人際互動。在新客戶開發上，本場輔導育任積極開發大型企業或公務機關客戶，以增進產品曝光度及拓展銷售速度。

青農簡介

吳育任

#第4屆百大青農

#南投·中寮

#根源農基場

#臍橙、鳳梨、龍眼乾



根源農基場



熱愛故鄉土地
傳承不忘初衷



芭樂園的孩子 推動食農教育一把罩

蕭稟瀚 X 好瀚農場

來吧！青世代！7

稟瀚身後的番石榴果園充滿著孩時的
記憶，也是全家重要經濟來源



返鄉從農 家人當後盾

說到彰化縣的社頭鄉，大多數人會聯想到襪子及番石榴，稟瀚從小就是在这純樸的農村長大，早上天還沒有亮，就聽見爺爺奶奶下田耕作的聲音，全家一起在果園裡忙碌成了他對故鄉最深刻的印象，這片番石榴果園不僅提供了全家經濟收入來源，也成了日後他最難以割捨的情懷。稟瀚從小跟在家人身旁學習番石榴栽培技巧，在服役期間也都會抽空回家幫忙，隨著年紀的增長，家中長輩體力逐漸無法負荷果園的繁重工作，爺奶2老還是堅持到現場經營農務，他從老人家的眼中看得出對這片果園的呵護與不捨，頓時內心出現一股不能讓果園荒廢的聲音，與父母親討論後表示支持，因此返鄉接手爺爺奶奶打拼一甲子的番石榴果園。

返鄉從農一路走來，稟瀚很感謝家人的支持，農業也算是一種高風險的產業，經常都會有無法預期的狀況產生，初期經驗尚未成熟時，做了不少錯誤的決定，導致沒有賺錢反而賠錢，但家人並沒有責備稟瀚，反而安慰他當作是繳學費學經驗稟瀚同時體悟到風險管理也是經營果園的重要一環。「對的事，認真做！」家人常這樣鼓勵稟瀚。

充實農業知識 加強安全驗證

雖然稟瀚從小跟在家人身旁學習，但自己獨當一面接手番石榴果園卻又

是另一回事，剛開始栽植番石榴的時候似懂非懂，在技術上承襲爺爺的栽培方式，番石榴進行整枝修剪時，奶奶也會從旁指點。後來他發現長輩的管理方式都是憑經驗判斷，沒有科學化管理邏輯，稟瀚下定決心重新學習，他積極到當地農會了解栽培管理資訊以及參加農民學院的課程，經由本場的輔導學習新穎的栽培技術與病蟲害防治方法，當他發現以往使用的防治資材都是不符合規定時震驚不已，接觸番石榴時間最多的就是家人，害怕親人因此受到傷害，因此積極參加農業經營相關課程，充實栽培管理與病蟲害防治理論及實務，更在政府的輔導下，番石榴通過產銷履歷驗證，期許能提供消費者更安全且高品質的果品。

青農 + 食農 互動新體驗

傳統的農耕只為了一家溫飽，現今的農業經營講究的是多面向的價值，近年來食安事件頻傳、市面上黑心商品造成消費者恐慌，越來越多人思考我們所吃的食物究竟從何處來？食農教育可說是從產地到餐桌，聯結生產者與消費端的橋梁，同時讓社會大眾對農業開始重視與



稟瀚栽培番石榴時的態度猶如對待親生小孩一般的呵護



尊重，親自到田間走一趟，才會瞭解食物是怎麼來，唯有親身體驗，才能將如何正確吃這件事銘記在心中。隨著食安問題的日益嚴重，再加上多數消費者不清楚農作物生產過程，許多不實報導不只讓消費者失去信心，也嚴重打擊農民的形象，稟瀚自從2016年開始推廣食農教育後，發現來果園初次體驗的消費者，第一句話都會問說「這個番石榴有沒有噴農藥？」以及很多有趣的問題，稟瀚會用幽默又不失專業的口吻與消費者互動及解說，藉此拉近與消費者間的距離，他認為許多觀念必須要透過現場接觸，讓消費者親



稟瀚將食農教育向下扎根，提升學童對番石榴果品及農業工作的瞭解

眼看見、親耳聽到才能感同身受，因此在食農教育中融入體驗活動，要讓消費者瞭解青農返鄉的堅持與栽培理念，甚至跟一些熟客成為朋友，這些經驗都成了稟瀚日後茁壯的養分，他並於2017年順利通過農委會食農教育推廣計畫，未來希望能轉型



成為休閒農場。

多元銷售 拓展通路

稟瀚認為目前國內生產的農產品，大多銷往臺北農產運銷股份有限公司及各地果菜市場，其他的行銷管道則有待開發，而現在一年四季都有出產番石榴，盛產時，價格往往會被壓低甚至滯銷，要如何降低生產成本，並提升果品品質是經營主要關鍵。過去長輩只重視產量而忽略品質，隨著消費型態改變，改以重質不重量，要如何把高品質的農產品，透過各種方式銷售到顧客手中，是目前最迫切的問題。

在行銷方面，稟瀚目前與網路電商厚生市集配合供貨，當產量較多時會有一部分銷售給盤商或行口，而產銷班則是跟大買家量販店配合供貨，行銷策略則採取類似口碑行銷的方式，以既有的客戶介紹新客戶，而食農教育體驗後回購的顧客竟也占多數，他們就會發揮團購力量，揪團購買番石榴，以實際行動力挺青農。



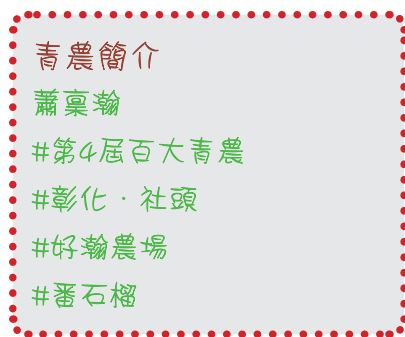
透過本場的輔導，稟瀚栽培出安全好品質的番石榴，並榮獲了2016年中部地區番石榴年度評鑑優勝



來吧！青世代！

輔導策略及標竿養成

- (一)以科學數據為務農基礎：當初返鄉接手長輩果園之際，發現長輩施肥並沒有什麼準則或根據，而是人云亦云盲從跟隨，但透過本場的輔導，讓栽培管理科學化，有別以往的感覺化管理，依據土壤分析與植株狀況紀錄，進行合理化的肥培管理，減少肥料浪費並提升果實品質。
- (二)果品安全驗證，消費者食在安心：栽培出安全好品質的番石榴，是稟瀚堅持的理念，因此本場輔導他積極申請QR Code、吉園圃及產銷履歷等農產品標章，因為吃的安全，是生產者對消費者應盡的義務！透過參與講座及本場技術輔導，稟瀚對栽培管理更有心得，不但提升番石榴的品質，也獲得了2016年中部地區番石榴年度評鑑優勝的肯定。
- (三)食農教育體驗，瞭解在地食材：食農教育可說是從產地到餐桌，聯結生產者與消費端的橋梁，同時讓社會大眾對農業開始重視與尊重，稟瀚透過食農教育的活動，培養學童健康的飲食習慣及農業知識，強化對國產農產品的支持。



夫妻同心 開創柑橘產業新價值

秦子媛 X 猛男農夫

來吧！青世代！13

山坡上金黃飽滿的柑橘掛滿枝頭，全家人洋溢著豐收的喜悅

農夫非人生規劃 家人支持當後盾

外表甜美可愛的子媛是七年級的青世代，農夫這項職業，在認識其夫婿前並未出現在子媛的人生規劃中，研究所畢業後，先後在學術單位及外商公司服務一段期間，婚後跟先生凱麟的共識，希望以家庭為優先，而凱麟為家中長子，不忍父母親年事已高，又在山坡地栽植柑橘，反覆思索後，兩人認為可以將農業當事業經營，開創新的價值與生活，決定攜手返回故鄉東勢，一邊陪伴父母一邊協助家中農務，並將所學的環境永續與友善栽培之農業理念導入果園實務管理。

子媛認為農業是以人為本的產業，需要家族共同支持，像是剛投入農業的夫婦倆，每年皆需面對瞬息萬變的氣候狀況與環境變數，此時就非常需要長輩們的經驗來協助判斷，農場工作也需要一家人合作才能順利完成，家庭是農業生產中重要的根基，也是不可或缺的一塊。現職專業農的父母，了解務農的辛苦，大多希望下一代當個穩定的上班族，不想讓他們



從沒想過要當農夫的子媛，踏入農業領域後與夫婿凱麟建立「猛男農夫」品牌並積極拓展市場



繼承家業，然而不管是夫家或是娘家都相當支持他們夫妻倆從農的決定，這對於凱麟和子媛來說，無非是最大的欣慰與力量。

陪伴師輔導 落實安全健康新農業

凱麟及子媛夫妻倆的農場座落於臺中市東勢區，種植柑橘類作物，主要以椪柑、茂谷柑、桶柑為大宗，面積有2.1公頃，園區採草生栽培方式，堅持減少農藥與友善環境，老一輩在果園防治時，大多聽從農藥行的建議來購買及噴灑，夫婦倆與長輩溝通，希望有更精準、科學化的減藥生產管理，因此與本場研究人員合作試驗，並由具公信力的驗證機構監督，以落實安全農業生產，他們認為生產者必須肩負傳遞正確資訊給通路商、消費者之責。農藥減量沒有所謂的SOP標準流程，如何減量及農場風險管理等，凡事都要自己去嘗試才知道結果，所有的知識得從頭學起，當時夫妻倆頻繁來本場向專家及專案輔導陪伴師請益，再將所學進行試驗，紀錄觀察適合園區的減藥管理模式。

子媛的陪伴師涂竣溢班長經驗豐富，現地輔導時無私地分享用藥及其果園管理心得，讓病蟲害控制更精準有效。農藥減量栽培的結果使得柑桔產量減少，賣相不佳，但市場的反應卻很熱絡，因為他們堅持不噴除草劑，使土壤保有健康的生態，少量肥料即能有效吸收，讓橘子保有水果應有的果酸味，採收前，果園空氣中都散發著柑橘的淡淡清香。



消費者對於柑橘套袋的誤解很深，凱麟子媛夫婦想要扭轉刻板印象，所以與鄰近農場、觀光業者合作，共同開發食農教育行程，開放部分果樹認養，藉由消費者參與作物生產過程，增加信任度及曝光機會，他們花很多時間跟來訪的顧客解釋經濟生產與環境生態的連動關係，包括採收後處理的流程等，為的就是要將正確的食農知識傳達給消費者。子媛發現價格不再是國人選購農產品的重點，產品提供的型式能符合消費者的生活習慣，才有機會將安全健康的農產品導入消費者生活。



凱麟及子媛夫妻倆向林學詩場長介紹柑橘果園的管理方式

自產自銷 蔬菜箱禮盒新創意

種植是技術，銷售是專業。要成為自產自銷的小農不是件容易的事，農忙時，凱麟負責果園的栽培，子媛則負責柑橘的銷售訂單及售後服務，子媛花了很多時間與金錢學習各種行銷技巧，創立「猛男農夫」品牌，目前銷售模式是運用社群網站、Line群組及企業朋友團購取得訂單，另外也開發宅配蔬菜箱的服務，結合鄰近在地青農的農產品，一起合作開拓通路，除了新鮮



農產品，也推出農家即食料理的服務，希望把食材結合加工，擴充更多農產品項，口味也更加年輕化，更貼近新時代消費者的消費習慣。此外，夫妻更毛遂自薦將自家生產的農產品包裝成禮盒，當成結婚伴手禮，沒想到大獲賓客好評。夫妻未來規劃開設一家實體店面，除了讓自己的農產品多一個販售點，可接觸更多的客群外，更可藉由婆婆的好手藝一起推廣農家料理文化。



為貼近時下年輕人的飲食模式，子媛與婆婆一同開發農家即食料理

吃苦當吃補 猛男農夫養成

臺中市東勢區多為山坡地，施肥、剪枝、割草及套袋等管理工作常須在陡坡上進行，所耗體力比平地多，冬天要忍受酷寒的天氣，盛夏又極為炎熱，但他們卻不覺得辛苦，凱麟笑稱返鄉務農為「猛男農夫養成計畫」，透過精實工作的體力磨練，肯定可以成為猛男，子媛則不時在社交軟體上分享田間紀錄與務農心情，希望用心栽培的作物，被更多人看見。回鄉營農兩年，果園管理經過父母親及農業前輩的指導，加上本場技術輔導與地方政府的計畫協助，讓



他們獲益良多，柑橘的品質比以往更好，凱麟及子媛於2016年臺中市椪柑評鑑比賽中榮獲第三名佳績，同時打響「猛男農夫」品牌的知名度。

輔導策略及標竿養成

- (一) 家族人力分工確實：柑橘果園由夫婿詹凱麟先生及其父母親共同經營，在果品採收及包裝農忙時，增聘臨時工協助，銷售端則由子媛負責，包括訂單、出貨以及客戶服務等，全家一齊壯大柑橘產業。
- (二) 開發農產加工品：夫妻胼手胝足為的是能夠傳承上一代的好品質，進而創新開發直銷市場，自創「猛男農夫」品牌，更將柑橘加工製成果醬，延續東勢優質柑橘的甜蜜風味。
- (三) 蔬果箱創新思維：子媛認為價格逐漸不是消費者選擇農產品的唯一要素，唯有改變產品提供的型式，才有機會將安全的農產品融入消費者生活中。於是，夫妻倆經營的柑橘果園開發食農教育的體驗活動，將正確的食農知識傳達給消費者，也開發蔬果箱直銷，結合在地青農一起為山城的農業努力。

青農簡介

秦子媛

#第3屆百大青農

#臺中·東勢

#猛男農夫

#椪柑、桶柑、茂谷、安心蔬果箱



你農我農家味濃 種出幸福好滋味

陳佳鈴 X 佳維農

來吧！青世代！19

面對人生的轉折，佳鈴選擇積極面對，返鄉種出香甜可口的紅龍果。

人生急轉彎 樂觀積極面對

來自臺北的佳鈴，與夫婿返鄉從農前曾在北部電子業擔任採購及主管18年，回到彰化種植紅龍果一直不在她的人生清單中，但命運開了她一個玩笑，電子業長期日夜顛倒的步調讓佳鈴的身體出現警訊，家上家中長輩健康狀況不佳，希望夫妻倆返鄉幫忙，農業履歷一片空白的佳鈴與夫婿幾經掙扎慎重考慮後，還是決心返鄉，減輕公婆工作負擔並讓身體靜養休息。

佳鈴剛開始種植紅龍果時，連最基礎修剪枝條都不會，常常被公婆口頭愛的叮嚀，於是她報名參加社區大學的農業技術栽培課程從頭學起，課堂上農業專有名詞常讓她吃足苦頭，但不服輸的佳鈴選擇用時間換取更多學習的機會，每次上課都是第一個到教室，最後一個離開，因為她知道要比同學更積極努力才能迎頭追上，假日則到自家果園將課堂上的理論應用在實務上，並不時與農友分享彼此的栽種心得，她認真向學的精神，讓老師讚不絕口！

草生栽培 友善環境

佳鈴在身體出現狀況後開始改變生活及飲食習慣，也從中體會出食品安全的重要性，她觀察發現社會食安問題層出不窮，消費者常擔心自己日常食用的農產品是否安全，現代人很多文明病，可能是部分農友為了讓農產品賣相佳，而大量使用化學防治資材所造成的結果，因此佳鈴堅持減藥栽培方



式，不讓消費者食入不安全的產品。在經營管理上，她規劃果園朝草生栽培及輔以原生菇蕈類肥料並搭配益生菌強壯紅龍果植株栽種，採友善環境的方式讓消費者吃得更安心，老一輩的觀念是用大量的化學防治資材去抑制害蟲及雜草，與現代所提倡的有機、安全友善栽培方式背道而馳，卻也因此常與公婆起爭執，但佳鈴堅持對的事情就要努力貫徹，並與長輩加強溝通，後來公婆也認同佳鈴的看法。

「努力不一定會成功，但不努力一定不會成功。」佳鈴常這樣鼓勵自己，她認為農產品生產以安全、自己敢吃為主，如果做不到這點，就失去農夫的本意，賺錢雖然是為了養家，但還是要憑良心。

佳鈴志維用心栽培的農產 佳維農

目前夫妻倆共同栽植紅龍果約2公頃，家中長輩習慣把貨交給行口統一販售，不太喜歡手續複雜、分級包裝且銷售慢的自產自銷模式，但市場趨勢使然，佳鈴覺得要走出自己的一條路，於是創立「佳維農」品牌，靈感來自夫妻倆名字各取一字，也希望消費者吃到佳維農的產品能感受到家鄉幸福的滋味，因為「佳維農」諧音「家味濃」，這也是品牌創立初衷。在行銷推廣上，佳鈴則積極參與農夫市集、希望廣場及各種展售活動，拓展人脈及增加品牌的曝光度。目前農場除了紅龍果外，另有種植奶油南瓜及美濃瓜，未來會視市場需求增加生產品項，落實多角化經營。佳鈴深知農業領域博大精深，要學習不同領



域的事物，才能增加自身的競爭力，以致不被社會洪流淹沒。

佳鈴鼓勵年輕人返鄉從農，但在從農前要先有規劃及方向，不要茫茫然、隨波逐流，否則到頭來可能會一場空，她也表示從農的確很辛苦，但能自己依期程規劃工作內容，時間相對較有彈性。佳鈴的小孩目前也就讀宜蘭大學農業相關科系，她也鼓勵孩子未來課業學成後返鄉務農，一同經營農園及品牌。

一路走來家人力挺 經驗回饋在地青農

佳鈴表示剛回鄉務農時幾乎每天以淚洗面，一度想要放棄，是夫婿不斷地鼓勵才有今天的成績，看著公婆拖著年邁的身軀在田間協助巡視，心中滿是不捨與感恩，2016年她參加紅龍果競賽得獎時，全家人都替她感到高興，



佳鈴的紅龍果果園採草生栽培，並藉由燈照方式調節產期



林學詩場長及陳盟松助研員至果園拜訪佳鈴，並提供栽培相關建議



流淚撒種的、必歡呼收割。在百大青農輔導期間，她很努力進行的化療，那時因為副作用胖了十幾公斤，化療結束後還得面對現實回到田間工作，她勉勵自己為了家人要繼續撐下去，家人的關心一直是她最大的支助。

當初參加百大青農遴選，是想證明從農這條路是對的，並爭取親戚朋友的認同及支持，若能闖出一片天，長輩們也會感到欣慰。佳鈴認為，唯有提升果品品質與維護消費者安全，才能在競爭激烈的紅龍果銷售市場中走出屬於自己的一條路。目前佳鈴擔任彰化縣青農聯誼會副會長及竹塘鄉青農聯誼會分會長，除了農務工作外，還要協助各鄉鎮青農間的事務推動，並將自身栽培管理經驗回饋給新進青農，她更忙了，但忙得很開心。與佳鈴的談話間，看見她臉上的笑容，能感受到家人彼此間默默付出的愛，我想，這就是



不向命運低頭的佳鈴，在2016年的二林鎮紅龍果評鑑競賽中獲得冠軍



除了紅龍果鮮果外，佳鈴也致力開發果乾等加工品，延續美好風味



家味濃（佳維農）的真諦吧！

輔導策略及標竿養成

- (一) 不斷進修汲取新知：對非農業科班出身佳鈴來說，農業知識是無止盡的，返鄉從農初期本場提供許多農產品的生產及病蟲害防治上的協助，加入百大青農的行列後，更積極配合本場專家進行小型試驗研究合作，以提升紅龍果品質及增進產業競爭力。
- (二) 開發加工品：近年來由於紅龍果栽培面積迅速增加，導致產量過多，佳鈴也開始注意到市場上的變化，於是本場輔導她開發紅龍果果乾、雙果冰淇淋等加工品，同時辦理多場次農產品加工訓練課程，強化經營農產品加工產業知能，並延續優質果品的賞味期。
- (三) 從農經驗回饋在地青農：佳鈴在本場的輔導下於2016年的二林鎮紅龍果評鑑競賽中獲得冠軍，她也不藏私地樂於跟栽培同好一起討論交流，佳鈴目前在彰化青農聯誼會中擔任副會長及竹塘鄉青農聯誼會分會長，她也不吝提攜後進並將自己的從農經驗傳承給新進青農，一個人走得快、但一群人可以走得遠。

青農簡介

陳佳鈴

#第3屆百大青農

#彰化·竹塘

#佳維農

#紅龍果、奶油南瓜、美濃瓜



佳維農果園



父業子承 八卦山下 的水耕青農

陳坤盛 X 弄福農場

來吧！青世代！ 25

坤盛從高中時期就立志從農，大學畢業後鑽研水耕蔬菜走出自己的路

農的傳人 堅持做對的事

坤盛是南投名間農村子弟，其父親在地方深耕農業產業多年，是個令人敬重的長者，從小坤盛跟在長輩身邊學習，耳濡目染下對於農務的技巧與內容並不陌生，但真正想要把「從農」這件事當成事業來經營卻是在高中時期，當時他受到家人的支持，立下志願將來要走出屬於自己的一條路，當同儕忙於玩樂時，坤盛則窩在圖書館充實自己，主動閱讀、蒐集作物栽培相關知識，在農場裡藉由觀察作物生長過程的微妙變化，慢慢體驗田園栽培的樂趣。

在高中時，農業相關科系是同學眼中的冷門志願，當坤盛確定走農業這條路時，老師同學都不看好，認為他將來一定會後悔，但他堅持做對的事，加上開明的父親也尊重他的想法，大學放榜時，坤盛的成績原本可以錄取農業類組第一志願獸醫學系，後來順從心裡的聲音選擇屏東科技大學農園生產系就讀，在學期間成績優異，在快要畢業的時後，坤盛突然想起故鄉的水耕栽培系統，既熟悉又陌生，於是他決定將理論結合實務，深入鑽研水耕栽培。

無土栽培 潛力無限

坤盛之所以選擇水耕栽培，主要是看準水耕栽培的優點，培養速度快、



產量高、生長期短，加上品質穩定，口感也較一般蔬菜清脆、柔嫩爽口，坤盛在投入該產業前就已經做足功課，他發現在食安事件連環爆的氛圍下，消費者越來越重視食品安全，而水耕與土耕栽培的不同，就是水耕栽培可以避免土壤傳播型病蟲害的發生，土耕防治資材一旦施用不當就會引發殘留問題，造成食安疑慮，現今消費者普遍重視飲食健康，擔心蔬菜遭受病蟲害或農藥殘留等問題，而水耕為無土栽培，透過水攜帶植物生長所需養分，使植物能夠順利生長，水耕栽培不需要土壤，相對減少病蟲害發生機率，栽培過程可節省防治資材，簡單做到友善栽培，然而水耕蔬菜賣相翠綠乾淨，購買後用水沖洗乾淨即可下鍋料理，即時方便的特性受到許多消費者的青睞。

水耕蔬菜栽培屬於新型的農業技術，坤盛追求卓越的血液再度沸騰，未來打算朝魚(蝦)菜共生永續循環系統邁進，他認為這是一種創新的養殖與栽培技術，培養槽中的水，只要透過馬達的循環利用，就能維持魚(蝦)和植物所需要養份，藉由微生物的代謝和植物吸收達到淨化水質效果，是生物之間互利共生的永續生態系統。



坤盛表示栽培菜苗就像是照顧嬰兒般，要有愛心、耐心和信心



一步一腳印 要做就做到最好

2013年退伍後，坤盛返鄉與家人討論，認為農業經營需具有一定的規模方能獲利，於是闢建3分地的水耕蔬菜溫室，從農初期的2~3年非常艱辛，讓他一度想放棄，每當碰到挫折時，他回想當初自己懷抱著理想和夢想選擇從農這條路，「愛你所選、擇你所愛」，將所有的心酸汗淚化作鼓勵自己進步的力量，初期歷經了作物栽培不穩定階段及與家人溝通的磨合，經過5年的打拼經營，目前經營面積約5分地，種植葉萵苣、小松菜、小白菜、黑葉白菜、油菜、紅萵菜、芥藍菜、青江菜等多樣化作物，從生產到銷售逐漸駕



每天到農場巡視管理、採收理貨及出貨是坤盛的菜農日常

輕就熟，收益也相當穩定，農場以提供穩定的貨源及合理價格，使生產之高品質蔬菜在各大餐廳及市場等通路大受歡迎。

坤盛秉持喜歡農業這個行業，要做就做到最好的信念，樂於接受不同階段的挑戰與學習，不斷超越所謂的不可能，建立「弄福農場」品牌，創造屬於自己的亮眼舞台，2017年獲遴選為第4屆百大青農，



他謙虛表示，入選百大只要高興一天就好，因為百大青農是責任負擔的開始，大家會用高標準來檢視你的一切，他也規劃農場未來轉型發展成休閒農場，使農村資源結合生態教育，進而帶動地區觀光人潮及產業發展。

過來人經驗談 從農不能只是興趣

近年來政府鼓勵青年返鄉務農持續延燒，坤盛表示，從農其實沒有外界想像中容易，不僅工時長、重勞力、無周休二日，加上土地取得不易，還有資金貸款的壓力、栽培技術的突破與管理，最後還要面對農產品售價、行銷通路等問題，小農每一個環節都要參與，真的是分身乏術。坤盛給農業新手的建議，務農很忙，但忙得自由，就像開店一樣，有成本、人力及通路等各種壓力，若想要在短期內有亮眼成績，挫折感會很大，他以自身經



坤盛所生產的水耕蔬菜品質優良，積極嘗試水耕蔬菜多樣化栽培



驗分享，從農需要不斷地摸索與嘗試，逐漸累積實力，這樣才有可能創造出屬於自己的最佳商機，返鄉務農不能只是有興趣就好。

輔導策略及標竿養成

- (一) 積極試驗與嘗試開發水耕蔬菜多樣化種類：在本場的輔導下，坤盛打破傳統水耕蔬菜種類選擇較少的刻板印象，積極開發小番茄、小黃瓜、青椒、辣椒、南瓜等水耕蔬菜，期望提供消費者更多樣化的選擇，為日趨飽和的水耕蔬菜市場，開創屬於弄福農場的競爭力。
- (二) 穩紮穩打熬出一片天：雖然農場內設施(備)不是最頂級的，但坤盛深知唯有穩紮穩打，在逆境中提升栽培技術與危機處理的應變能力，降低成本提升品質，品牌才有競爭力，堅持下去成功就在不遠處。
- (三) 開創農業體驗新商機：由於市場飽和與通路運銷等問題，坤盛不斷創新，逐漸開創農業體驗商機，讓更多消費者可以透過親手種植及採摘水耕蔬菜的樂趣，更加了解水耕產業，藉此拓展通路與銷售商機。

青農簡介
陳坤盛
#第4屆百大青農
#南投·名聞
#弄福農場
#葉萵苣、小松菜、小白菜、黑葉白菜、油菜、紅莧菜、芥藍菜、青江菜等



山城菇事

以科技突破逆境

劉啓葦 X 森沐農場



來吧！青世代！31

外表粗曠的啓葦，栽培作物非常用心，對自家生產的木耳信心十足

反骨囡仔 為親情反璞歸真

身為農二代的啓葦自嘲天生就流著自由的血液，小時後看著家人每日早出晚歸辛苦的農耕生活，日復一日的節奏讓他想逃，國中時期的性向測驗故意答題選擇非農業志向，高中放榜成績本來可以錄取高農，他卻放棄農校改讀一般高中，大學選擇離開農村在臺北就讀，一心嚮往自己喜愛的業務工作。上天卻開了他一個玩笑，最後啓葦因為父親的一個意外，返鄉承接父親的菇場，從此踏上從農之路。

剛回鄉承接父親的菇場時，一切都是依父親的指示種植香菇，認真的啓葦為了解太空包前端製程，於是到製包場學習，讓他更熟悉香菇的產業鏈，在家族的分工上，父親負責香菇生產前端的澆水、栽培及採收等工作，而啓葦則協助香菇採後的選別、烘乾及儲存。為了壯大家族的農業經營，他逐漸將觸角伸展到木耳栽培，初期從150坪空間開始，按照自己的想法把架子架設起來開始種植，當時什麼都不懂，那一年木耳狀況層出不窮，從太空包的良率、出耳、中間管理到販售，沒有一件是自己能掌控的，當時的他心灰意冷，受到家人的鼓勵，他學習到風險管理也是農業經營的重要一環。

有了第一年木耳栽培的慘痛經驗後，第二年啓葦痛定思痛透過介紹，前往南投埔里拜訪木耳聯誼會郭俊億會長，學習箇中技巧後，這些問題才慢慢地改善，郭會長教導啓葦木耳的栽培管理，設施配置及管理的注意事項，透



過前輩的指點，慢慢掌握木耳栽培的注意要點，使他經營面積從150坪擴增到現在約1,000坪，數量從4萬包增加到15萬包。

知識就是力量 從心學習菇類產業鏈

啓葦提到，栽培菇類最重要的就是溫度與濕度，因氣候變遷的因素，新社區這幾年日溫及夜溫有非常明顯的差異性，整體平均溫度大約上升3~5度，以香菇「黑早」品種為例，1~3月份應該屬於濕冷氣候，但目前1~3月份自然的濕氣不足、溫度上升，使菇包無法順利生長，導致欠收的情況發生。目前改善的方法除了增加屋頂噴水降溫，今年更加增室內循環風扇，利用風扇降低菇舍二氧化碳含量，未來擬加上綠能發電的太陽能面板來有效降低原有菇舍內的溫度。

在養菌過程中由於溫度及相對濕度控制不易，造成原菌種無法順利走菌，進而受到其他雜菌感染，返鄉營農深入了解之後，發現菇菌產業的問題點已經不再是栽培管理層面，前端的製程，源頭太空包原料及採收之後的廢包處理等其他面向的問題，猶如



層架上的排列整齊的木耳是啓葦與家人辛苦耕耘的成果



唇齒相依緊密相連，製程端沒問題之後，也必須承受栽培管理時面臨到氣候因素的問題挑戰。在新社地區，菇農栽培技術皆有一定水準，但技術卻無法克服氣候異常問題，所以啓葦了解到，菇菌栽培要學習的不是只有單純的栽培管理，必須更努力學習獲取新知，以因應大環境的變化。

青世代群體戰 以科技對抗農業困境

新社地區在2017年9月成立青農聯誼會，會內有非常多返鄉的青農，平均年齡約28歲，主要以農二代為主，啓葦目前擔任臺中市青年農民聯誼會新社分會的分會長，除了該地區外，啓葦也參與全國地區青農聯誼活動，積極與其他地區青農進行交流。

當啓葦接觸到新的東西時，總會想要去嘗試不一樣的改變並創造出差異化，如果結果是好的，就想辦法以量化的方式來呈現，所以返鄉從農初期，啓葦利用在替代役時期從事倉管工作的經驗，使用堆高機導入木耳採後處理，旁人會認為那是多花錢，但透過機具設備導入生產，帶給了啓葦更多便利性及開創性，使這個需要大量勞力的木耳栽培工作，能更輕鬆更迅速達成。第3屆百大青農廖秉鉉是啓葦在從農路上的良師兼益友，他倆從小就玩在一起，任何新知都會交流分享，啓葦試著把秉鉉文心蘭產業科技創新的作法導入菇菌栽培，並結合在農民學院所學到知識，將省時省工的模式運用在農場管理上。



從農人口老化加上農業缺工是許多青農返鄉後面臨的問題，啓葦反覆思考如何讓農業經營可以更快速、更省工及更省成本，唯有將流程標準化與提高工作效率，農場的經營才能永續。啓葦提出「環境控制與層架式的栽培方式」的概念，這在其他國家逐漸廣泛使用，使用立體式栽培，不只節省土地空間，農地容積率及整體效益隨之增加，環境控制可以達到計畫性栽培、管理及出貨，產值與產能都是穩定的，這樣才有辦法達到產品規格化，菇蕈產業才能走向國際。



在新社青農的支持下，劉啓葦(前排中)當選聯誼會分會長一職



輔導策略及標竿養成

- (一) 導入省工機具，解決缺工困境：木耳產業屬於高度勞力密集的產業，成品出貨時，一袋重量約30公斤，本場輔導啓葦導入省工機具以減少人力成本，如堆高機進行搬運、堆疊的作業，配合電動軌道車，在菇舍內部進行搬運及輸送帶進行貨物運送等。
- (二) 樂當在地青農領頭羊：啓葦整合在地青農的凝聚力與合作協力，以協同合作的模式，主動創造連結，不同產業間相互串聯，改善以往單打獨鬥的舊思維，在本場的輔導下，聯誼會內各農業產業間先進行資源盤點，找出利基市場，並鼓勵朝共同生產、行銷，創立地區品牌方向努力，以提升競爭優勢。



家族分工合作，啓葦負責香菇的選別、烘乾及儲存等採後處理。

青農簡介

劉啟葦

#第4屆百大青農

#臺中·新社

#森沐農場

#香菇、木耳



張腳香菇農場



張（音同ㄉㄞˋ）



Have a 菇 life 開創以農為本好生活

李誌強 × 旭展香菇農場



捧在手心上的香菇是誌強引以為傲的心血結晶



來吧！青世代！



放棄高薪科技業 以誠信正直經營農業

誌強務農前在人人稱羨的科技業服務，負責專案管理的工作逾15年，表面上高薪誘人，卻也在無形中犧牲健康及陪伴家人的時光，加上近年來食安問題層出不窮，讓他突然對農業產生莫大興趣，由於誌強的岳父為香菇盤商，在一次偶然的閒聊中得知，菇蕈產業與人們息息相關，蕈類不僅高纖、低熱量，具豐富營養價值，是餐飲界中的優良食材，可鮮食亦可加工，相當具有發展潛力，於是在4年前毅然辭職，在家人鼓勵下全心投入菇類栽培，他秉持「誠信正直」的經營理念，堅持提供給國人安全且高品質的香菇。誌強謙虛表示，自己是半路出家的香菇栽培新手，剛回到國姓闢建菇場時讓他吃足苦頭，慶幸有岳父的引薦及專家的技術指導，縮短了菇場創設初期時的摸索過程。

誌強跳脫一般農民種植農作物的思維，以他最專長的科技角度切入菇場管理，將生產流程簡單化、產品規格化、數據資料化，草創初期舉凡香菇生產、行銷通路及農場規劃等工作，誌強都親力親為絲毫不敢馬虎，因為他知道只要一個環節出差錯，先前的努力就會白費，更不用說影響到後端的銷售。

勇於創新 食品安全第一

菇場經過3年的經營逐漸上軌道，但接著陸續碰到菌種弱化、產品行銷及資金不足等瓶頸，除了參加農民學院汲取新知外，透過本場媒合陪伴師進

行輔導，跨域整合資源盤點菇場現況及未來發展分析，讓誌強在從農路上走得更穩健踏實，此外，他也親自登門拜訪香菇同業，先進們不藏私彼此交流香菇栽培技巧，也學習到菇場營運等相關知識，他認為試驗改良單位推廣菇類的水簾溫室栽培技術效果卓越，至於如何落實到大面積栽培並降低成本，這是團隊必須去思考的課題，在氣候變遷的影響下，他不排斥菇場未來將朝全環控智慧溫室系統的方向邁進。

誌強身為農業生產者，他堅持食品安全沒有妥協的空間，在太空包管理上絕不使用農藥防治資材，且針對每批太空包所生產之首露香菇，進行農藥及重金屬之檢驗，目的就是要確保所生產的每朵香菇都是安全無虞，他堅守慎選商譽優良的菇包製造商及勤送檢驗等兩個原則，確保消費者食用安全。誌強在操作上，若菇包檢驗有農藥殘留，就會馬上從供應商名單中剔除，這樣才能確保太空包的安全性，值得慶幸的是，目前所選擇的供應商中，從未有菇包被檢驗出農藥使用；栽培過程中，無論遇到蟲害或極端氣候影響，菇場始終堅持不使用農藥，故所生產的每朵香菇全數以零農藥之姿通過農藥殘留檢驗。

有企業經營理念的誌強，為建置完整菇類生產鏈，現階段先穩定生產技術並擴大栽培面積，俟達到最佳規模後再投入菇包生產線，因為他深知貿然投入陌生領域將會讓菇場面臨不可預測的財務風險，不得不謹慎為之。因此，現階段先做好風險管控，確保所有農產品安全無農藥殘留，通過產銷履



歷驗證，未來再朝有機的方向前進。

522行銷法則 產銷端互惠雙贏

在農產品行銷上，誌強認為透過B2C (Business to Customer) 之電子商務模式運作，部分利潤可回饋給消費者，達永續經營目標，因此自創「522法則」，該法則定義為把菇場生產的50%香菇，用低於市價20%的價格，透過B2C的銷售模式直接供應給終端消費者，如此一來，菇場的淨利潤將會提升20%，而消費者可以市價8折的價格取得產品，屬於雙贏的概念。目前農場只有15%是透過B2C模式銷售，其餘85%的產量還是仰賴傳統通路，提升B2C銷售量是農場未來努力之重點目標，誌強強調，農產品行銷不該只是追求利潤，而是要共享利



本場至農場進行輔導時，誌強向洪梅珠副場長介紹香菇品種及栽培方式



誌強表示，看著香菇長大的過程其實很療癒





為提供消費者安全無虞的農產品，誌強生產的香菇通過產銷履歷驗證

潤，市場上也因為這樣的操作模式，讓他培養出一群死忠的顧客。

把農業當企業經營 團隊首重溝通

誌強返鄉從農後，以農企業的管理角度來經營菇場，建立完善標準體制，針對每期香菇在栽培過程中持續進行田間紀錄並檢討精進，亦定期召開會議在生產、行銷、人力、研發及財務等各面向綜整分析，以提升菇場競爭力，由於菇場屬於家族事業，在團隊合作中，誌強表示互相溝通及意見整合很重要，千萬不要急於一時，草率或倉促的決策容易使農場蒙受重大損失，唯有透過不斷溝通且藉由長期的資料蒐集及討論，慢慢地去研析與體悟，才能讓農場管理的資料庫數據越趨完整且穩健。



誌強自創獨特的「522行銷法則」，讓他培養出一群死忠鐵粉



來吧！青世代！

做任何決策前務必三思而後行，一旦決定了就勇往直前，在執行的過程中，雖然藏有許多不可預測的突發事件，但誌強深信只要肯努力就一定會有機會拼出頭。從繁華的都市跳到樸實的農村，高薪的工程師變成以農為本的菇農，誌強在心態上調適得很好，從另一個角度來看，他正在開創屬於自己的美好「菇life」。

輔導策略及標竿養成

(一) 把農業當成企業來經營：在本場輔導下，誌強將提升產銷效率及服務品質之企業經營理念套用在香菇農場上，生產記錄及管銷系統皆自行設計程式紀錄，常針對組織內部工作效率、產品品牌及目標利潤等議題開會進行滾動式檢討，以降低產銷成本、提高經營效率。

(二) 產銷履歷驗證擄獲消費者的心：為提高生產者與消費者的互信，維護與創造品牌形象，誌強參與產銷履歷驗證，讓民衆對香菇的產地、加工製造及其利用過程等相關資訊更加了解，且可以被追溯，確保消費者權益。

青農簡介

李誌強

#第4屆百大青農

#南投·國姓

#旭展香菇農場/ Have a 菇 life

#香菇



青出於藍更勝於藍 新思維翻轉農村

梅峻譯 X 糯米橋咖啡工坊

來吧！青世代！43

峻譯與兒子共享田園之樂



父親影響深 協力打造有機天地

峻譯的父親是國姓梅庄休閒渡假中心的負責人，該民宿在地方經營多年，早已累積一定的客戶及口碑，其實在父親的心中有一個夢想，他想開創自己的有機農場。峻譯退伍後一直在地打拼，2010年任職於通訊業，後來輾轉到臺北接觸幕後硬體領域，從事當時3C產業最夯的手機機板技師工作，隨後自己出來創業，當事業正要起步時，受到親情的召喚，父親告訴他國姓的咖啡產業逐漸起飛，前景一片看好，詢問他返鄉意願，經過一番掙扎後，



本場對峻譯從事有機紅龍果經營的理念表示肯定



近年來國姓咖啡產業興起，也帶動在地農村觀光發展

青出於藍更勝於藍
新思維翻轉農村



決定回到這個他從小長大的故鄉，踏上屬於他的農業旅程。

剛開始，峻譯只能在民宿當父親的小跟班，負責處理雜務工作，偶而到田間幫忙，他發現父親在農業技術及資訊處理的觀念較老舊，而他的專長剛好可以補強，另外在遊客體驗方面，峻譯除了專研咖啡沖泡技巧，更與當地農民契作並取得國姓咖啡產地標章，沖泡時的香氣與滑順的口感讓來訪的遊客們留下深刻印象。有遠見的父親，認為未來旅遊業會因為少子化因素變得更加競爭，而農業是國家根本，只要用心經營必充滿前景與希望，老一輩的農友聽到小孩要從事有機耕作時，大多持反對立場，但在峻譯的家庭卻看不到這樣的困擾，有了家人的支持，他更加確立未來執行的方向，從事有機不僅是對自己負責，也是對消費者負責。目前峻譯與家人共同栽種有機紅龍果0.9公頃及有機珍珠芭樂0.4公頃。

半農半休閒理念 樂觀進取學技巧

國姓的特點除了好山好水外，也造就了地方休閒產業的發達，返鄉後，峻譯有了自己的農產體驗場所，他一直思考著如何將農業與休閒產業結合，走出屬於己的一條路，於是他開始觀察在地亮點與農村文化特色，他發現其實鄉村藏有許多寶藏，只要用心去挖掘，不起眼的石頭包裝後也能變成鑽石。農場在2014年取得中興大學有機驗證標章，由於專業技術不足，導致農作收益不高，峻譯為精進栽培技巧及提高產業競爭力，勤跑農改場洽詢品種



改良及病蟲害防治相關知識，在本場輔導下，習得功能性有益微生物液肥培養與調製技巧，他也常向年紀較長的農友請教營農的技巧，這些都累積成峻譯未來成功的養分。

峻譯表示，經營民宿主要的收入來源是周邊商品和體驗遊程，民宿內除了販售農場生產的有機果品外，亦提供鄰近青農來此推廣自己農特產品，增加銷售管道。假日時，在農夫市集或希望廣場等展售場合幾乎都能看到峻譯的蹤影，他獨特的咖啡沖泡解說，搭配有機果品進行銷售，在市場上獲得廣大迴響。

打群體戰 回農路上不孤單

許多人對農村的印象還停留在只有老人和小孩，其實近年來在政府的輔導下，許多年青人陸續回流，國姓鄉也是如此，峻譯在返鄉從農的過程中認識了第2屆百大青農黃國峰，兩人有著相同的理念及夢想，常會彼此關心農場經營的現況並分享經驗，後來在農會的協助下成立國姓鄉青農聯誼分會，國峰為分會長，他也稱職地扮演領頭羊角色，常帶領這一群青農與不同產業觀摩學習、交流，鼓勵青農參加講習訓練，吸收新知，在這一群人的陪伴下，峻譯返鄉的路更為精彩。

峻譯給新進青農的建議，回鄉後心態的調整很重要，要慢慢去適應這個環境，從中尋找興趣與商機，他回鄉後學到很多，不只農業技能還有人際關



係，其實心裡是開心的，最大的好處是可以兼顧工作與家庭，時間變得有彈性，能安排自己的生活，但相對也要承擔農場管理的風險。

推廣食農珍惜食物 活絡農村主打體驗

在峻譯的觀念中，返鄉從農的另一個層面就是傳承，他的父親在北港國小後面有塊空地，可當成示範園區進行食農教育體驗活動，剛好與國峰的農場進行串連，一同發展農村特色體驗旅遊，教育民衆選擇安全安心的飲食方式，徹底落實食農教育的真諦。農業生產難免會有些賣相不佳的次級品，峻譯認為珍惜食物不浪費也是食農教育的一環，於是加入巧思及加工，製成果乾、西點及糕點等可口的食物延續風味，並與遊客共享優質國產農產品及推廣健康飲食。

目前國峰擔任糯米橋休閒農業區的理事長，峻譯為常務理事，為了活絡



峻譯表示返鄉從農後最大的收穫是工作與家庭能兼顧，但同時也要承擔農場管理的風險



珍惜食物也是尊重食物，峻譯透過巧思與加工延續農產品的風味



在地產業，他倆設法把遊客帶進農村，由於休區內各家業者都是單打獨鬥，要業者自願參與休區的推廣工作難度頗高，所以他們不斷地詢問各家需求，也配合民宿及其他露營業者開發套裝行程及手作嫩薑、手作客家麻糬及小品真柏DIY等體驗活動，積極帶動地方發展與觀光產業。

輔導策略及標竿養成

(一) 不起眼小玩意變鑽石：在本場的輔導下，峻譯將農村生活與導覽體驗相互結合並發揮，他常運用敏銳的觀察力去瞭解遊客的興趣並開發不同體驗活動，大家普遍認為農村玩不出新花樣，但峻譯卻不以為然，舉凡小品盆栽的DIY或是梅汁嫩薑製作，都是經過他的巧思加以運用，創造出農村經濟新藍海。

(二) 食農教育深化：本場輔導峻譯辦理食農教育的體驗活動，深耕消費者對食品安全及在地生產在地消費之正確認識，無論是手沖咖啡或手作客家麻糬，均可培養民衆對食物、生產者和環境的尊重與感恩，並提升對國產農產品及食農教育正確認知及概念，進而創造在地農村的永續發展。

青農簡介
梅峻譯
#第4屆百大青農
#南投·國姓
#糯米橋咖啡工坊
#咖啡、有機紅龍果、
有機珍珠芭樂



國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

來吧！青世代！臺中區青年農民介紹專輯 / 蔡本原等編. -- 第一版.

-- 彰化縣大村鄉：農委會臺中農改場, 民108.01

面；公分

ISBN 978-986-05-8306-9 (平裝)

1.農民 2.農業經營 3.人物志

431.4

108002219

書名：**來吧！青世代！臺中區青年農民介紹專輯**

編者：蔡本原、巫楓琪、賴佑承、楊宏瑛

封面設計：林馬雯

發行人：林學詩

出版機關：行政院農業委員會臺中區農業改良場

地址：51544彰化縣大村鄉田洋村松槐路370號

網址：<https://www.tdais.gov.tw>

電話：04-8523101

傳真：04-8525841

出版日期：中華民國108年3月

版次：第一版 第一刷 300本

定價：新台幣170元整

展售書局：五南文化廣場臺中總店·400臺中市中山路6號 04-22260330

<http://www.wunanbooks.com.tw>

國家書店松江門市 104臺北市松江路209號1樓 02-25180207

<http://www.govbooks.com.tw>

ISBN 978-986-05-8306-9 (平裝)

GPN 1010800309