



學習型農業時代
來臨了！



農村好學



行政院農業委員會水土保持局





農村好學



摘要

從糧食問題到綠色經濟，農村的重要價值與日俱增，也說明了二十一世紀是農業引領風騷的時代。「農村好學」一書適時出版，旨在彰顯學習型農業的時代來臨。

本書主要分為五大篇章，「信念、資源、精進、轉型、行銷」，分析了從農該有的心理準備，如何尋找資金與土地的問題，以及技術與觀念的進化，還有不斷蛻變、尋求轉型的作為，以及社群鏈結與多元行銷的延伸思考……

其中所該具備的技能，可以得到的資源與陪伴，透過不同篇章，一步驟一步驟的分析解說，道出從農這條路必經的過程，對於想進入農業領域的朋友，是一本最佳的入門參考書。

至於每篇所附上的實例，是實踐的成果展現，這些帶著不同背景、不同故事走進農業的夥伴，他們的心路歷程，相信能給予有志走上這條道路的人，極大的激勵作用。

附錄則蒐錄了從中央到地方，農業相關的重點網站，可供讀者查索參閱，這些豐富的資訊，正是進入農業世界的最佳途徑。



Abstract

From food problem to green economy, the value of agriculture is in the spotlight. The 21st century is a time of agriculture. Catching the trend, *Learning With The Village Life* is published timely, emphasizing the coming of “Learning farming.”

There are five chapters, "Faith, Capital, Advance, Transition, Marketing," introducing how to get yourself prepared, how to raise capital and obtain land, the advance of skills and ideas, the transform and transition, social network connection, diverse marketing, just to name a few.

With each chapter's step-by-step guide of the must-have skills, the available resources and company, it narrates the necessary steps to get involved in farming.

The cases in every chapter are the exhibition of accomplishments. People, with various backgrounds and stories, devote themselves to farming and share their experiences as well as thoughts; it will greatly encourage the people with the same aspiration.

The appendix lists the relevant agriculture websites for reference. The abundant information will be a great help for getting started in farming.

走進農村創造無限可能

這本書的誕生，經歷了一場走了多年的旅程。

行政院農業委員會水土保持局自一九八七年起，開始往農村扎根，從培根計畫到農村再生的推動，依各地區特性來規劃產業發展，改善公共及公用設施與生活環境，也針對文物設施及環境保護等項目，整合在地資源，轉化為特色農村。

近十年來，台灣農村加速蛻變，不僅社區居民意識到在地價值的可貴，產生光榮感，同時，很多外來的資源與人才，也開始傾注於各個社區。在這樣風起雲湧的時代，水土保持局近幾年來連續舉辦徵選活動，像是從「N個理由到農村」、「N個創意到農村」以及「發現農村N個力量」……等，以及運用微演講論壇、World Cafe匯談等形式，試圖從民間的觀察與回饋，探討國人對前進農村各個面向的思考與作為。

可喜的發現是：農二代返鄉、城市人進鄉，紛紛跳進農業的廣大天地；許多的微創事業，也以農村為基地、農業為資材，擴充買賣與行銷市場；至於安全糧食、健康需求與友善地球的呼聲，更讓農村的優質化找到助力；還有科技能量的注入，讓產業體質茁壯，從作物生產到生物科技，發揮面向更見寬廣。

而生產與消費端之間，也有很大的變化，網路提供的全球資訊，加上物流運送的變革，提供了以小搏大的機會，更多元的商品面貌，滾動出產業價值的新格局。這些力量與新的知識範疇，創造了新的農村形象，深刻的體驗到：這真是一個學習型農業



時代的來臨。為了統整這些寶貴的經驗，重新為「農業從業人員」的內涵做出定義，「農村好學」這本書於焉誕生。同時也藉由各篇章的實例，說明從農不僅是耕種的功夫，還有很多周邊產業，需要源源不絕的人才加入。

而想要從農，必有信念以先做好心理準備；並具備找資金、找土地、找夥伴的經營概念；還要精進學習、更上層樓；至於在地農村，更需要不斷尋找轉型之道；而結合多樣化的行銷，創造商機，亦為必要條件。順著本書的篇章，可以了解從農所需要具備的多樣技能。

而本書所提供的從農故事，涵蓋老中青不同世代，他們各有自己的從農理由，但有一個共通之處，就是勤於學習、勇於創造，土地讓他們踏實，更讓他們的情感昇華，「共好」的理念，開拓精緻農業的未來，奮進之心，十分動人。

當然，不可諱言的，從農之路有很多的挑戰，畢竟農業是一個需要守候土地、時間醞釀的志業，無法速成、難以立即回收，還有災損蟲害的許多風險，耐心與毅力的磨練少不了，到農村逐夢這個歷程，需要堅強的意志。

看見農業包羅萬象的本質、認同農村的可塑性，凡有前瞻眼光者，都可預見：從農將是未來最熱門的選擇之一。無論有無農業背景，青年加入農業、走進農村，現在正是時候，農委會及相關所屬單位，提供了許多的輔導、補助、課程，資源豐厚，加上老農的技術、新農的創意，各種綜效迸發擴散，無限的可能正在發生。

行政院農業委員會水土保持局局長

李鎮洋

第一篇 信念——從農前的心理準備 010

從利基到風險，從農基本認識 012

踏入農村前，該有的各項準備 014

Q1 農夫是我的第一份工作，這個抉擇對嗎？ 016

Q2 零經驗值學耕種，有可能成為從農高手嗎？ 026

Q3 以農創業，能賺到什麼樣的高報酬率？ 036

Q4 半路出家改從農，也能成為優秀的農夫嗎？ 046

第二篇 資源——農地及資金相關資訊 056

貸款與補助的申請管道 058

農地選擇與租賃資訊 060

Q5 沒錢沒地，也能找到試耕從農的機會？ 062





第三篇

精進——農業知識與技術進修

102

- Q6 哪裡有志同道合夥伴，共同經營有田有米夢想？ 072
- Q7 如何從錯誤投資中，找對作物走對路？ 082
- Q8 在資金運用上，如何追求經營的最大效益？ 092

想要與時俱進，觀念必須突破 104

農業進修的管道 106

- Q9 從事有機耕作，會遇到哪些問題？ 108
- Q10 什麼是小型家庭農場？如何維持生態平衡？ 118
- Q11 如何透過知識與團隊力，不斷自我提升？ 128
- Q12 如何選擇有價值作物，走向精緻農業？ 138
- Q13 混水摸魚，也能以新技術創造好錢途嗎？ 148
- Q14 觀賞水族產業，如何以研發保持優勢？ 158
- Q15 如何從代工蘭園到國際蘭展常勝軍？ 168



第四篇

轉型——新舊融合與在地發展

178

農二代的優勢

180

農業傳承與轉型的挑戰與行動

182

Q16 該怎麼管理，讓鄉親接受新點子樂在創新？ 184

Q17 繼承家業千頭萬緒，如何創造獨特點？ 194

Q18 如何行銷自家產品，也為社區帶來美好未來？ 204

Q19 老祖宗的味道，如何和推廣農村結合？ 214

Q20 如何凝聚兩代力量，同心發展家族事業？ 224

Q21 如何堅持理念，追求友善耕種與社區共好？ 234

第五篇

行銷——社群經營及多元行銷

244

與消費者對話的創新行銷

246

網路社群經營與群眾募資新途徑

248

Q22 單打獨鬥很辛苦，怎麼幫農夫成立市集？ 250





附

錄

相關農業進修及諮詢管道

310

- Q27 無厘頭圖文傳播，能創造行銷佳績嗎？ 300
- Q26 以電子商務賣蔬果有商機嗎？ 290
- Q25 向大眾募資是有可能的嗎？ 280
- Q24 沒落的農村產業，有沒有辦法起死回生？ 270
- Q23 如何選擇差異化品項，找到新市場？ 260

信念

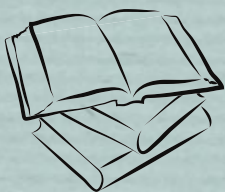
從農前的心理準備

每個人心裡一畝田，每個人心裡一個夢，
隨著環境保育與樂活觀念的普及，
人們心中的田園夢開始甦醒，
在許多小農成功故事的鼓舞激勵下，
城市逐漸瀰漫著一股「歸去來種田」的風氣，
務農彷彿成為一種時尚。

然而，在從農之前，

你可能要好好認真思考：

農夫，真的人人都能當嗎？





從利基到風險，從農基本認識

當你厭倦了職場裡的忙碌混亂，為別人負責的壓力，不想再為五斗米折腰時，農夫們寧靜知足的生活，優質的綠意環境與空氣，還有親子和樂融融的景象，以及能吃到的食物安全又健康，不由得人心緒浮動，忍不住要想：乾脆我也來去當農夫好了！

話說回來，人人都能當農夫嗎？如果你的農事經驗值是零，對純樸恬靜的農村抱著美好幻想，也把回鄉務農當成志業，那麼在辭去工作之前，關於「務農」一事的優缺點，就必須提早了解，以便及早規劃。

又如果你是農二代，家中卻希望二代的你出外拚搏，而非回鄉種田，那麼提出從農的利基，以及可能的風險，就更顯重要！

◎ 農村生活自由：

這是務農最大的好處之一！在公司上班，時間是老闆的；在農村生活，時間是自己的。許多曾經在城市工作過的青農，移居農村最強烈的感受便是「自由」，自己的薪水自己賺，自己就是老闆，享受著勞動付出的收穫，生活很踏實。為自己做生涯規劃，不但學習的內容變豐富了，也有餘裕陪伴家人，這是最寶貴的一點。

◎ 農村生活開銷低：

住在農村不像大城市，有龐大的食衣住行開銷，一般消費較低廉，尤其是食材方面，幾乎可以自給自足。而在農民生活方面，政府也設想了不少補助方案，行政院農業委員會每年的預算中，有七成是用在相關的補貼與補助上，從津貼、保險到從業補助都有，各縣市政府農業局、農會也會針對不同的方案，如購買機具、促銷活動等，給予農民補助。

◎ 農村人情味十足：

大城市裡的人際疏離，街坊鄰居也不見得相識，在農村恰好相反，雞犬相聞的人情味，是農村居民之間最珍貴的寶物。農民們會分享學到的新技術，交流彼此農作物收成情形，政府的訊息也能互通有無。和在地老農多交陪也是很重要的，他們會是你耕種生涯上的最佳導師。

◎ 風險評估與心理建設：

儘管農村生活自在恬適，務農一定要有堅忍不拔的心志。耕作及收成期間，半點不能鬆懈，尤其現代農民除了要會耕作，回家還要會上網銷售產品，可說是十八般武藝都得俱全。其次，農作物的收成，有時要幾年時間的栽培，需要有很大的毅力去精進技術與等待成果，資金的投入到回收，過程也很漫長。尤其，遭遇蟲害、或因風災旱災，導致作物受損，心血成空的挫折，也要能夠承擔。

這些正負面向的了解與心理準備足夠了，才能義無反顧地向夢想邁進！





踏入農村前，該有的各項準備

如果對是否從農仍有猶豫，想了解農業卻沒有頭緒，最簡單的方式就是從資料蒐集和旅遊體驗入手，下列幾個方式可以幫助你踏出第一步。

◎ 先和家人溝通：

在從農之際，家人通常都會比朋友還要擔心，有時甚至強烈反對，但今日從農，不只生產作物，而是包含營運、行銷、食育多面向的創業途徑。讓他們知道你是有計畫、有步驟的進行，即便無法馬上獲得支持，當成果漸漸浮現時，品嚐到精緻農業的產出，與美好理念的傳播，家人一定會感動不已，從此成為最堅強的後盾。

◎ 蒐集農業資訊：

農業涉及的物產繁多，農法、風土、氣候……樣樣學問大，沒有實務經驗，而妄想踏入農業領域，是有困難的，在從農之前最好多聽多看多學。行政院農業委員會及所屬各單位，除了官方網站外，也針對不同需求，設置農業主題網站，讓你可以從中尋找各種相關知識、新發展，以及各項資訊與新聞。

想入行，更要先認識幾個務農的朋友，至於肥料行、種苗行等相關業界的人，也要多交流一下。也許會因什麼都不懂而被農友們笑，但臉皮厚一點沒關係，多加入農

會臉書，或是農業相關網路社團，先聽懂別人在談論什麼，以後遇到相同的困難時，就知道如何應付，或是找誰幫忙了。

◎參加農事體驗活動

想知道自己到底適不適合與泥土為伍，參加農事體驗活動是最好的方式。

地方政府或民間休閒農場會不定期辦理插秧、採果等活動，開放讓民眾參與，最棒的是還會有導覽解說，透過參與活動更加了解環境。你可以在「農業易遊網」、「農村風情網」、「農業易宿網」找到這些資訊，給自己一個機會去確認指縫裡的泥土氣味是否真的吸引你。

而農委會水土保持局所舉辦的「大專生洄游農村」競賽活動，則是學子體驗農村的好方法。選擇一個農村提出參與公共事務之驻村計畫，並於驻村期間運用專長及創意落實計畫構想，藉此培養許多想進入農村，或對農業相關事業有興趣的青年。

打工換宿也是一種了解農業的方式。許多小農在農事時節開放協助插秧、拔草、補秧等工作，並提供食宿，可以讓一般民眾更貼近農村生活與體驗農事。此外，農委會為了鼓勵十八歲以上學生參與暑期農業打工，除了提供農場名單，並額外提供打工學生每人每月的獎勵金、意外險及醫療險，期望協助青年學子進行職涯探索，成為新一代農業生力軍。

都市人可以到社大報名農耕相關課程，以及加入市民農場的行列，從學習與實務的操作裡，感受耕種的樂趣。



Q

農夫
是我的第一份工作，
這個抉擇對嗎？

一位年輕的型農，繼承了父親的咖啡園，這是他的第一份工作，

他義無反顧，努力提升自己的專業。

農夫是第一份工作，

這樣的決定會令人志忑嗎？

事實證明，工作沒有對與錯，

只有喜歡與否，

最重要的是，你準備好了沒？

文／賴瑩玉 圖片提供／許昂霖、高雄市農業局



農家子弟未必想要務農；但對許帛霖而言，傳承父親的咖啡園，卻是自然而然的事。「以前回來幫忙父親照料咖啡園，漸漸的對它產生了興趣，就這樣一頭栽進咖啡的世界裡。還有父母親年紀越來越大了，想想也是應該回來了。」

因為興趣和對家庭的責任，許帛霖選擇了踏入社會的第一份工作——「務農」。

玉打山的寶物 阿拉比卡老欖咖啡

許帛霖的父親原本在高雄市那瑪夏區玉打山種植茶葉，二〇〇三年間，在玉打山上無意間發現了六十年的阿拉比卡咖啡樹，之後移株回來那瑪夏，開始

育苗、種植。那瑪夏海拔約八百多公尺，山坡不易積水，溫度與濕度都非常適合怕水又怕曬的咖啡樹生長。在這絕佳的種植環境中，二〇〇七年十月開始小量採收。

「爸爸種茶二十幾年了，雖然對農業非常內行，但咖啡畢竟是不一樣的植物，一切還是得重新學習。」從採收、剝皮、發酵、水洗到日曬的過程，都是經由一次次失敗再來、失敗再作的經驗累積。

「當初不知道到底需要發酵多久，日曬要曬到什麼程度才是好的，所以都是去請教專家，吸取別人的經驗，回家再慢慢調整。」這時期許帛霖家的咖啡豆，都是拿到嘉義請人烘豆的，然後用公版的包裝，半磅一包販售，有產品卻沒有名字，當初大家想了很久，後來決定取父母親



許帛霖

從農年紀：24歲

過去職業：學生時代在餐廳打工

從農挑戰：咖啡樹的培植與咖啡豆後製技術，需更精進學習

從農優勢：父母親本身從農，不用盲目摸索，較快上手

名字最後一個字。「僑香咖啡」這個品牌就誕生了。

「僑香和超香，音很類似，正是咖啡所需要的氣味，我們都認為這個名字很棒。」許帛霖笑著說：「隔年，我們增加了濾泡咖啡的項目。」這一年，許帛霖也創立了僑香咖啡的品牌標誌，使用自家版本的包裝，讓僑香咖啡走向精緻化。

畢業回鄉 積極學習

二〇一〇年六月底，許帛霖大學畢業，隨即回到那瑪夏，與父母親一同照料自家的咖啡莊園。「利用等當兵的這段時間，學習咖啡的專業知識，對我往後的發展，有很大的助益。」許帛霖在這段時間，經常到其他的咖啡園向園主

請益並交流心得；包括很多有關咖啡種植的問題與技術，同時也看了很多相關書籍，希望可以對咖啡更加了解。「當兵回來之後，一定要把烘焙咖啡豆的技術學好，雖然不容易，但我一定可以。」許帛霖在自己的心中下了一個決心。

退役後，許帛霖在網路上成立了僑香咖啡的粉絲團，也積極的投入學習製作咖啡。「我想要做出屬於僑香自己味道的咖啡。」因為沒有烘咖啡豆的機器，總覺得有幾分遺憾。「請人家烘焙都是別人家的味道，這跟我直接跟店家買咖啡沒兩樣。」

幾經思考和與父母親商討之後，得到父母親的支持與資金上的資助，許帛霖買進了一台烘咖啡豆的機器，開始在家學習烘豆。

「機器來的時候，我真的對



許帛霖大學畢業，隨即回到那瑪夏，與父母親一同照料自家的咖啡莊園。

掌握農家子弟從農優勢

父母親都是茶農，也種植愛玉，對於務農的許帛霖而言，不論是資源的取得或農業的諮詢，都有著相當的優勢。經過這幾年的磨練，像是咖啡樹的培植與修剪技巧（咖啡樹矮化工程，並持續二年一大修），都已十分嫻熟；持續不斷學習烘豆技術和型農課程，參加市集的行銷和國際比賽，讓視野更加遼闊。



烘焙咖啡一竅不通，什麼時候該調火，什麼時候該調風口，什麼時候要下豆子，通通沒概念。」還好，賣給許帛霖烘焙咖啡機的老闆，意氣相挺的教了他一些基礎的概念。「老闆應該算是第一位教我烘焙咖啡的老師吧！」但咖啡機老闆不可能每天都能教他，於是許帛霖就買了很多有關烘焙咖啡豆的書籍，邊看邊烘邊學，書籍成了他第二位老師。「在烘焙咖啡這個深奧的世界裡，真的讓我吃足了苦頭。」

許帛霖會將每次烘焙出來的咖啡豆煮出來，請家人朋友試喝，也會將豆子寄給老客戶試飲。「每當老客人打電話來說咖啡怎麼跟之前的味道不一樣，有種苦澀味，沒焦糖味也不回甘，其實心裡很難過。」但許帛霖並



收成的咖啡得先曝曬，去除裡面的水分。

沒有放棄，幾經一段摸索期，終於讓他找到了適合僑香咖啡的烘焙曲線。現在，許帛霖不但幫其他同業代工烘焙咖啡豆，同時也推出濾泡咖啡、二合一和三合一的組合包，使產品更多元化。

偶然機運 結緣型農

一次偶然的機會下，在製茶朋友的家中泡茶時，巧遇高雄市農業局的工作人員。「他們是來找我朋友去上農業局開辦的型農課程。」許帛霖看到農業局的人，手中提了好幾杯咖啡進來，準備請他們喝，順口提了一下：「我家也有在賣咖啡唷！」當日，農業局的人來到許帛霖的家中，試喝了他的咖啡。「嗯，這咖啡味道很不錯喔。」當下就邀請許帛霖也去上他

們新開辦的型農課程。

這個課程最主要是在教農業的行銷、布置、拍照、和顧客的應對之道，以及包裝上的一些知識，也輔導農民去市集擺攤的活動項目。「這是一個很棒的課程，很多農民生產技術沒問題，但對行銷產品這一塊，完全不行。這次的型農課程，我們有成立群組，哪裡有市集擺攤，群組馬上通知，真的很棒。」

今年，許帛霖又回到高雄市農業局上「型農課程菁英班」，學習更深入的課程，也參加了高雄市農業局舉辦的「型農一卡皮箱闖天下／北中南巡迴擺攤」活動。「出去累積人氣與人脈，讓全省愛咖啡的人認識僑香咖啡，同時也學習到很多與人應對的技巧和方式，這是一個可以讓農民與消費

者直接接觸的地方，消費者的喜好，我們可以直接感受到，這樣就可以製作出他們喜歡的咖啡。」半個月的巡迴擺攤活動，對許帛霖的助益很大，很多消費者因此更認識了「僑香咖啡」。

台灣咖啡市場 成長快速

咖啡被列為世界三大飲品之一，以往只要提到咖啡，我們總會直接聯想到它是來自熱帶國家栽種的進口商品。其實百餘年來，台灣一直都有種植咖啡，只是種植面積少，產量也小，難成經濟規模。但近年來台灣喝咖啡的人口與風氣，快速成長。根據行政院農業委員會資料統計，以二〇二二年為例，咖啡進口數量為二·七



百餘年來，台灣一直都有種植咖啡，只是種植面積少，產量也小。

萬公噸，而台灣在地自產的咖啡生豆數量僅僅七百三十二公噸左右，兩個數字相差甚遠。台灣咖啡生豆的價格，一公噸約一·五萬美元，進口生豆一公噸約為〇·四萬美元，相差三·四倍左右。許帛霖認為，台灣的咖啡市場，還有很大的成長空間，但不適合走大量生產的商業豆路線，精品豆的生產做法，比較適合台灣。

二〇一四年，許帛霖推出了愛玉DIY課程，頗受好評。未來，許帛霖規劃在自家咖啡莊園增加「認識咖啡」的導覽，內容包含咖啡採收、製作流程教導，同時也有讓客人自己動手烘焙咖啡的DIY課程，這些都是許帛霖未來要規劃的套裝行程。他也計畫在之後的幾年內，在市區經營一家精品咖啡店，讓無法到山區的客人，可以在

攻略 2

精緻農業才是出路

台灣地小山高，咖啡農均屬小農經營型態，採收、加工等人工費用往往占成本的八成左右，無法與從東南亞進口的便宜商業豆競爭。我們要以精品豆的水準培植後製過程的發酵、日曬和烘焙技術，這也是台灣的強項，才能夠與國際競爭。這也是許帛霖今後要發展的路線。





僑香咖啡的豆子都是經由手工一顆顆篩選的，會把蟲咬過的瑕疵豆選出來丟棄。

店裡了解咖啡製作的過程，知道台灣咖啡的高品質並不輸給國外的精品咖啡。「我們也可以幫客人客製化他們喜歡的咖啡，客人也可以在店裡親自體驗製作咖啡的樂趣，做出專屬自己的咖啡豆。」這樣寓教於樂方式，可以讓喝咖啡的文化，在台灣扎下更好的根基。

「僑香咖啡的豆子都是經過手工選取，一顆顆篩選出的，把蟲咬過的瑕疵豆選出來丟棄，絕不讓顧客喝到不好的咖啡豆，這是我們對品質的堅持。」

經過多年的磨練，許帛霖不論是對生產端或產品端，皆極有心得，農夫是第一份工作，這樣真的對嗎？「其實工作沒有對與錯，只有喜歡與否。」許帛霖語重心長的說：「最重要的是，你準備好了沒？」

2010 2011 2012 2013 2014 2015

稻江餐旅系畢業，回那瑪夏幫忙父親管理咖啡園

服役於海軍

退役，回那瑪夏接手父親咖啡園，正式成為務農人士

開始學習烘咖啡豆，並創辦臉書粉絲團

自行烘豆使用自己烘焙豆子販賣

自烘自售並開始幫其他同業代工烘焙咖啡豆

開始販賣二合一跟三合一咖啡

推出愛玉DIY

高雄市農業局上型農培訓課程——普通班

開始市集擺攤

高雄市農業局上型農培訓課程——菁英班

型農一卡皮箱闖天下，北中南巡迴擺攤

參加全國咖啡比賽

自己的豆
自己烘

加入型農
的行列

型農課程除了有行銷、布置、拍照、與顧客的應對、包裝上的一些知識，也輔導農民去市集擺攤的一些活動項目。



得到父母親的支持與資金上的資助，許帛霖買進了一台烘咖啡豆的機器，開始在家學習烘豆。



關鍵成長歷程表

2003

發現六十年咖啡樹

2004

育苗

2005

開始種植

開始小量採收

2007

取名僑香咖啡，請人烘豆，包裝半磅豆子（公版包裝）

2008

製作濾泡咖啡（公版包裝）

2009

創立僑香LOGO 包裝使用自家版本開始販售



品牌取名

「僑香咖啡」是取自父母親的名字而來，發音與「超香」雷同，剛好符合大眾對咖啡的印象。

深思熟慮 踏出穩健的第一步

第一份工作如果想做農夫，但又沒有經驗該如何切入呢？許阜霖認為，首先，要選擇自己想做什麼農作物，然後找相關農場進入工作，從基層的翻土、認識土壤做起；然後進修相關的農業知識課程，多注意中央或地方政府的農政單位所開的進修課程。很多大學也有相關農業的進修課程，而農會產銷班的實作課程也是拓展知識和人脈的管道之一。多去請益相關方面的專家，傾聽他們給的意見，融會貫通，然後找出自己的問題癥結處，加以改進。務農，必須要有刻苦耐勞和堅毅不拔的毅力。

大俗農
公農





2

零經驗值學耕種，
有可能
成為從農高手嗎？

無論校園、社區，山中田野或城市頂樓，
只要有人想學習友善耕作，
總會看到一個年輕的身影。
原本在科技和傳播業的他，
因為社區大學的課程而進入了植物的有情天地，
成為一位友善農耕的專業傳道者，
也是另類的農業從業人員。

文／姚淑儀 攝影／黃基峰

無論校園、社區，山中田野或城市頂樓，只要有人想學習友善耕作，總會看到一個年輕的身影，在田間，頂著太陽，彎著腰，不厭其煩的教導學生如何將友善大地的信念，落實到農耕之中。他是白一心，在認識他之前，得先認識另一個名字，陳琦俊。

零經驗值從農 師法自然找到心靈歸宿

陳琦俊原為國際知名雜誌攝影記者，因病被醫生診斷必須洗腎，而接觸到澳洲樸門自然農法，決定離群索居，於合歡山上實踐自然農法，並以栽種的菜蔬療養己身。多年後發現，雖然作物較慣行農法來的個頭小，卻可經歷颱風摧殘而無損，於是陳琦

俊知道，施行自然農法的作物，具有極強韌的生命力，足以對抗氣候變遷，當然也對人體有益。

長期食用自己栽種的作物後，陳琦俊的身體逐漸痊癒，於是將作物導入有機商店銷售，讓人人都可享用，甚至下山，走入都市，親自教育城市消費者，認識友善耕種的重要，期望從消費端著手，先改變人們對作物與自然生態的認識，才能改變整個生產鏈。

二〇〇八年，陳琦俊開始在社區大學教導友善農耕；隔年，白一心來到陳琦俊的課堂中學習，沒想到，這課堂一待就是七年，讓他的生涯大轉變。

白一心學的是理工，也曾擔任電視幕後製作以及科技業行銷經理、精油小品老師等，紮紮實實的跨界人生，雖然表面豐富多彩，卻



白一心

從農年紀：38歲

過去職業：電視幕後製作、科技業行銷經理、精油小品老師

從農挑戰：建議學員需同時上理論和實作課程，完整學習

從農優勢：善於學習、反思與驗證，整合能力強



白一心帶小朋友們在虎山開闢菜園和苗圃，當個小小假日農夫。

始終無法使他心靈滿足；直到後來因運動傷害才讓白一心停下腳步，重新思考人生的方向。

這一位從小熱愛老莊思想、師法天地自然的老靈魂，偶然間來到台北市信義社大，接觸友善農耕，才像找到了生命的歸宿，進而透過身體力行，實踐友善自然的理念。

「第一次種下一棵菜，照著陳琦俊老師的話，傻傻地按著土給菜苗祝福時，突然間有了一種領悟。當自己放下自以為是的態度，單純的祝願竟是如此的溫暖！當下，我才明白，原來這種下的不是菜苗，而是心中的那點善念。」白一心說。

學習過程中，陳琦俊的教學熱忱以及對自然謙卑的信念，深深感動白一心，他在上課前後大量閱讀資料，透過實踐，不斷觀察與

思考，尋求應證與解決之道，勤學不倦的精神，不但被老師拔擢為助教，更成為獨當一面的講師。

二〇二二年，白一心開始到信義社大授課，兩年後，陳琦俊因心肌梗塞離世，於是，傳承老師友善農耕的理念與精神，成了白一心的使命。

他帶出一批批學生，從單純的食物採購者，轉變為了解食物生產的半個農夫。

為什麼了解食物的生產那麼重要？因為，需要先将植物放在合宜的生長環境，以謙卑放下的心，回歸讓植物健康茁壯的成長，而不單是看菜放在市場的賣相。

讓植物健康長大的重大關鍵，白一心認為，地、水、火、風，四字缺一不可，且彼此調和。他表示，「地」，與土壤、營養有

關；「水」，與水分、月亮有關；「火」，與溫度、陰陽、太陽有關；而「風」則與通風、作物特性有關，也與防颱、防風有關。

「當你咬下一口自己以友善農法耕種的作物，知道它真實的味道之後，才能了解它本來應該是什麼樣貌。」白一心說，陳琦俊老師曾說：「當消費者懂得分辨其中差異，就不會選擇過度施肥催生、只是外表好看，其實卻沒有生命力的蔬果，反過頭去，也就能影響前端的種植者，促進整個大環境的進化。」

了解友善農耕是根本 實踐是王道

現在白一心是位專職的友善農耕教學者，這可以算是另類的



迷過搭建竹門、竹屋，白一心讓大小朋友了解竹子的防風原理，以及百香果的爬藤特性（左）。小朋友正準備把薰衣草從盆子移植到田裡（右）。

農業從業人員。

「友善並非口號，必須透過不停止的吸收知識，才能將友善的初衷，真正實踐出來。」他說，一位農夫在真正了解自然萬物後，就會對萬物產生感情，有了感情，才會有耕種的熱情，這才是學習真正的目的。

「老師，為什麼他的菜長那麼大，我的那麼小？」「因為皇宮菜喜歡陰涼的地方，他種的地方剛好有樹蔭啊！」台北市延吉平宅的社區菜園裡，每個學員都有一小塊菜圃或植盆，還標註了種植者的名字，每個星期一下午，白一心都要帶著他們巡菜園，這是他們最開心的時刻。

而在週日的台北市虎山上，白一心則帶著一批親子搭建竹屋和竹門等，透過他的解說，孩子們了

解，原來竹架的弧度可以把氣流導到別的地方，就不會傷害到菜園和花圃。而田裡的蟲子，原來只吃病弱的植物，牠們其實是植物健康與否的指標。

白一心透過教育，使一批又一批的城市庶民，了解友善自然的真義。例如實地耕種的過程中，課堂學員所遭遇最頭痛的問題就屬病蟲害了。在田間，需要創造生物與生態的多樣性，而非單一物種。「要以菌類去創造菌類的平衡，以蟲創造蟲的平衡，借雜草達到雜草的平衡。」透過不斷的自我實踐，找到自己的耕種竅門，慢慢就能越來越上手了。

想做城市農夫 要有心，也要知行合一

攻略
1

了解蟲， 就了解農地的環境

- 蚊子：田裡出現大量蚊子時，代表有積水未處理，或過度潮濕，通風不良。
- 蒼蠅：蒼蠅圍繞時，代表有東西正在腐敗中。通風不良的環境，容易滋生細菌，使營養變質、發酵，吸引蠅類大量聚集。
- 蟑螂：蟑螂出沒時，表示環境中有營養質殘渣未被清除，因為蟑螂是自然界的清除者。



親子一起採收葉蘿蔔，帶孩子從小習農。

當大家都在談「回鄉從農」時，致力於城市農園的經營，也是一份助益。「如果大家都了解植物生長的自然狀態，就不會對農民種出來的菜，有不合理的要求；而當大家能透過城市農園自給自足，也就不需要太多的集合式種植，讓環境能回到最自然的狀態了。」白一心說。

陳琦俊老師曾說：「不論都市或鄉村，大家要去學習的對象是大自然，以及親手種下的每一棵植物。他只能不斷分享自己的經驗和知識。」希望可以讓更多的人了解「友善」的真意，才能發展出對植物好、對環境好，也對自己好的概念與方法。

許許多多從農零經驗的都市人到社大學習農耕課程，足見把耕種當樂趣的人不少。白一心觀



察，從居家的幾盆菜開始，種出興趣了，慢慢往假日農夫的方向發展，城市人渴望有更多綠地可以紓壓，種植讓人享受盎然綠意與收成的快樂，能達到療癒的效果。友善農耕的日益普及，還有不少社大農耕課程與園藝治療課程的推廣，使得都市中的屋頂農園也越來越多。

透過課程，可以在學員身上看到許多改變，愛上耕作的人，分享自己耕種的成果，進而租地耕作。他們總是有著健康黝黑的氣色，對於致力為精緻農業付出

的台灣農民十分感恩，因而願意付較高的價格購買友善環境的產物，對打造友善環境、健康飲食很有概念，主動跟自己的朋友推廣。

有沒有其他人像白一心一樣，透過上課，就一頭栽入這個世界？白一心認為，他之所以從農，這與他的信念，以及天生的性格有關，但如果一時迷上耕種，就想轉而從農，他認為還是要多思考，不可貿然躁進。「你一定要先累積知識，了解自然，才知道如何對環境友善，然後透過一步步實做，找到自己的方法，才會可長可久。」



白一心在延吉平宅教導居民如何分苗種植。





攻略 2

從農創業三大進程

從農切忌一時衝動，最好按部就班累積自己的「農力」，否則很容易失敗。白一心建議三大進程如下：

1. **居家種植**：至少一年，從居家小面積栽種中，產生興趣，累積經驗，並對物種特性有基本了解。
2. **半農半X**：平常居家栽種，假日則可於遠處租地，做假日農夫，以累積小規模與大規模栽種的心得。
3. **共耕共食**：從事友善耕作最好成群結伴，以避免心情上過於孤單，時間上也難以分配。建議不妨以共耕方式，承租田地後，將時間分配，互相幫助種植與採收，同時學習如何進行農地人力調配。



延吉平宅社區菜園。

2013

至各機關學校團體授課

成立「一心@友善農耕團」FB粉絲專頁

透過社群媒體落實傳承知識與經驗

城市農夫
上課三訣

專業，
也要
專頁加持



尚未成熟的百香果。

1. 學習要有心
2. 過去先倒空
3. 知行需合一



小朋友一起測土壤的濕度及酸鹼值，討論如何改善濕度及酸鹼值。



透過粉絲專頁傳遞理念，同時與社大學員溝通，也帶領其他人進入友善農耕的領域。

關鍵成長歷程表

2009

選讀信義社大「友善農耕」課程

友善農耕
有三要



1. **要了解**：唯有了解，才有友善。
2. **要祝福**：謙卑自我，才能親近自然。如，種下種苗時，以謙卑的心，手按地土，與埋下的生命對話。
3. **要實踐**：知行須合一，才能將知識化為力量。

2011

成為老師陳琦俊助教，進入校園社團授課



艾草是很好的驅蟲植物，也是忌避植物的一種。

2012

成為信義社大講師

居家菜園，你也是綠手指

居家空間有限，建議初學者從種植簡單的忌避作物（如辛香料類、香草植物茴香、薄荷等），或支持作物（如菊科植物大陸妹、萵苣、茼蒿等）著手，以減少蟲害困擾。

種植成功後，再逐步挑戰混種當季作物。春夏以瓜茄豆類為主，秋冬則以十字花科、繖形花科與藜科植物為主。

先從這些簡單的步驟入手，每個人都可以變成綠手指。





3

以農創業， 能賺到什麼樣的 高報酬率？

放棄金融界的金飯碗，轉業從農，讓賺錢變成賺到生活品質、賺到與家人相處的時間，無價！而越研究、越投入，越對農業感到興趣，加上過往業務工作的訓練，在開發新通路、尋找消費者上，更顯嫻熟自在，擁有比其他農友更多優勢，不過，從整地開始，植栽到收成，無法在短期回收，這是一條永續之路，若沒有足夠的耐力與毅力，如何能堅持走下去……

放棄在金融業服務多年的資

歷，投身友善土地農業，呂宏文掐指一算，今年已經是他返鄉務農的第七年，在台東縣知本鄉經營自然主義農園，主要種植的是台東特有作物杭菊及洛神葵。六十五年次的呂宏文，是台東的卑南族，原本擁有一份人人稱羨的工作，因為妻子一句「我們退休後來種田吧！」的浪漫情懷，讓他萌生轉業從農的念頭，心想：與其等退休，不如現在改變。毅然決然脫下西裝，成為了不畏風吹日曬的農夫。

原本以為呂宏文只是想當個假日農夫，殊不知他真的放棄了收入頗豐的金飯碗，這樣的決定家中長輩並不認同，於是反對聲浪如潮水般湧來，但他的態度相當堅定。

全台學透透 為從農預做準備

其實，在金融業任職時，他就全台跑透透，參觀施行有機、自然、樸門等農法的農場，四處請教有關友善土地的耕作技術，此外，還參加台東區農業改良場的農業入門課程，如漂鳥計畫的翠鳥營、築巢營等，呂宏文轉業從農，其實早有伏筆。

初期，他給自己兩年時間，利用週休二日「環島學農」，每當聽聞台灣哪邊有經營不錯的有機農場，他就滿腔熱血的跑去取經，過程中有人把他當傻子、有人拒他於千里之外，但也有人傾囊相授，不藏私的與他分享種植有機秘訣。

呂宏文從跟父親借五分地開



呂宏文

從農年紀：32歲

過去職業：金融業

從農挑戰：家人反對，理念和周遭親友有落差

從農優勢：過去從事金融業累積了業務經驗



呂宏文種植的杭菊，在開花時節，一片黃澄澄的景象。

始，採取「完全不防治」方式，逐一嘗試他四處學來的有機農法，只為找出最適合自己的友善土地耕作方式，讓大自然回到最原始的循環，把田間作物當成孩子般悉心照顧。期間他仍繼續參加台東區農改場的有機農業進階班，讓自己的技術更加精進。

然而他的自然農法，無論是在務農一輩子的家人眼中，還是附近種田的農人眼裡，就像是個不成熟的「懶惰農夫」，放任田間雜草叢生，簡直不可思議。一般人務農，首要買的是機具、種子，腦中計算的是產量如何更大、收益如何更高，呂宏文卻是先買了一台「顯微鏡」，心中最在意的，是如何維護土壤的養分，如何讓作物的品質更好。

例如呂宏文向父親承租的五

分地，因早年以慣行農法種植稻米，導致土壤肥力低弱。於是在他休耕的時期，任由雜草生長，之後再將雜草打入土裡成為綠肥，用這片土地自然生長的植物回饋土地，施行了五年，才讓土壤的肥力慢慢恢復。

呂宏文笑說，曾經有一次，他所種植的作物即將收成，父親趁著白天他在農改場上課時，到田裡幫忙巡視。看到田間長滿雜草，以為是兒子沒空整理，便順手把雜草清除，等到呂宏文下課回到家，才發現心血全部白費，只能無奈搖頭，一切歸零重來。

和農友搏感情 傳遞友善理念

除了家人搞不懂呂宏文的

務農哲學，周邊農友對於他的傻勁，質疑聲從沒少過。像是有機農業的土地環境必須潔淨，初期他遇到最大的問題來自於空飄，即使自己不噴灑農藥，但周邊農友所噴灑的，依然會隨著風吹，飄到自家田地上。

為了和周邊農友們達成協議，每當看見他們農閒時圍坐在田邊休息時，呂宏文立刻啟動「裝熟模式」，上前和農友們聊天搏感情，傳遞自己的理念。努力四年後，周邊的農友終於答應配合風向，決定噴灑農藥時間，而隨著安全蔬果理念的廣泛推廣，即使是運用慣行農法的農友們，在用藥觀念上亦多有轉變，整體環境朝優質方向發展。

一路走來，雖然跌跌撞撞，但對農業的興趣卻也與日俱增。來



呂宏文嘗試以完全不防治的方式耕作，盛開的洛神花田在休耕時期是一片雜草。



呂宏文（前排右一）積極參加各種農業課程，隨時吸收最新的觀念。

年起，除了原有的耕種面積外，呂宏文另外承租一甲地，擴大種植面積，期盼讓自己的從農收益提高。

研發加工品 提升產品價值

如何提高收益？將產品加工提升價值是個可行之道。於是呂宏文運用政府提供的農業相關貸款，投入三百五十萬元搭建加工廠，將品質最好的農產品製成洛神花茶、冰淇淋等加工品，一來提升產品價值，二來延長保存期限。呂宏文特別介紹，農場裡出品的洛神花茶包，是以奈米技術製成，用冷水沖泡即可入味，適合在炎夏日中飲用。

他流暢的介紹自己的產品，和一般靦腆的農家相比，表達力大

有通路才是王道

呂宏文在假期時常跑農業市集擺攤，開發新客戶、推銷商品，就像以前在金融界一樣。他認為再好的產品如果沒有通路得以讓消費者看見，一切都是枉然。尤其農產品保存期限短，如果不能在賞味期間內銷售出去，對生產者將是嚴重損失。過去因為缺乏銷售通路，只能透過盤商收購，很受局限。如今，透過網路打響知名度，是建立自有銷售管道的重要途徑，此外，也需要與友善小農的實體店面合作，跑農業市集擺攤，慢慢累積穩定客源。



不同，當然，是源自於他在金融業多年的業務訓練，開發新客戶、推銷商品，對他一點也不陌生，而從生產端到銷售端，自己全包！像是經營一個微創事業，現在的農夫，要會的事比想像可多得多。

當然，他也非常大方的幫忙其他在地農友，集美好產品，透過他的推銷本事，一起拚市場，以「共好」的理念，團結起來，創造一加一大於二的效益。讓他開心的事還有，因為網路世界的無遠弗屆，和遠端喜愛精緻農產品的民眾成為朋友，而原先金融圈的客戶，則好奇於他的務農生涯，多了詢問與採訪的機會，自己的生活圈不因從農而變小，反而是一種擴大，和過往偏鄉生活、離群索居的刻板印象，大相逕庭。

從數鈔票變成拿鋤頭，呂宏

文半開玩笑表示，最明顯的改變在於自己對存摺的態度。他指出，以前在金融業上班，每天面對的是金錢數字，年收入頗豐的他，最愛看的東西，就是存摺裡頭的數字往上加，確認自己辛勤工作換來的收益。

然而成為農夫後，曾經有好長一段時間，呂宏文讓自己盡可能不去觸碰存摺，因為存款消失的速度，遠比自己想像中還要迅速。他自己估計，從農以來大約投入將近四百萬元，包含農業機具及建置農糧自產加工室的投資。這一切努力，希望可以在未來兩年內打平，他盤算著，平均每個月須進帳十五萬元，而且，前提是農田不會受到風災侵襲，導致產量減少。

儘管收入不若過往，但他認為自己賺到的是金錢以外很多其

他的東西，像是自己的生活品質、自己做決定的自在，更多的是親情的部分，家人看病、跑醫院，他親自接送，不但省去聘僱人力與租車費用，又多了份關心，還有相處的時間，這都是無價的收穫。

和父親的關係，也在磨合之後，找出一套相處之道。他舉例，父親一向有不服輸的個性，於是他利用這點，主動提議和父親比賽種植同一種作物，規則是不能施肥、灑農藥，好強的老爸接受挑戰，過程中他刻意「小輸」一點，最終達到皆大歡喜的結局。

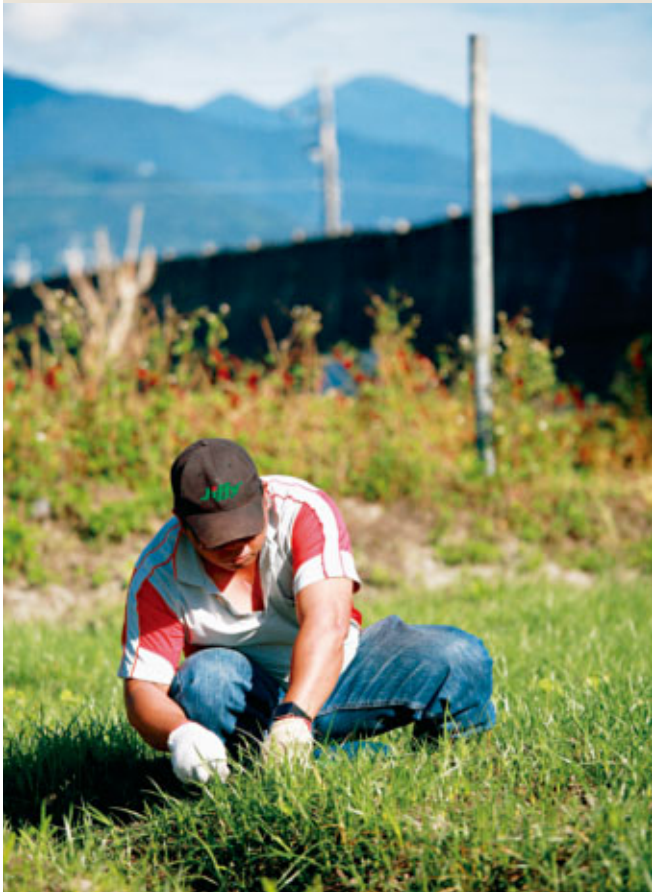
對「價值」看法的轉變，是最大的不同！呂宏文提醒有心從農的朋友，一定要體認，若只從賺錢的角度，很難撐得久，一定要能長期投入，而且心態的調整是很重要的。



呂宏文以杭菊和洛神所加工出的各種產品。

好的土壤，才能帶來好的品質

有機農業產量通常不會太高，因此品質才是成功致勝關鍵。而唯有好的土壤，才能種出高品質的農作物，嚴格監控土壤品質相當重要，整地、呵護土壤地力，過程固然費心思，但千萬別輕忽。



「過去在金融業面對的是客戶，每天忙進忙出替別人賺錢，現在身為農夫，面對的老闆是天，儘管凡事自己說了算，但也必須要對土地負責。」每當面臨挫折時，呂宏文選擇到外地旅行，讓自己暫時抽離。

隨著自己經營的自然主義農園越來越穩定，呂宏文也獲選為第二屆百大青農，著實深感榮耀。他希望能透過網絡連結，串連與他有志一同的青年農民，共同為台灣農業一起打拚。



2014

2015

2016

與農改場合作

取得有機認證標章

自主監控
加工品質

成立有機農糧自產加工室

入選農委會第二屆百大青農

承租一甲地擴大農場規模

擴大
農場規模



成立有機農糧自產加工室後，可減少農產品運到外地加工的成本與交通運輸時間，並可自主監控加工品質。



除了擴大農場規模，也與理念相近的農友製作，保證農產品收成量穩定。



關鍵成長歷程表

2008

到台東農改場上有機農業入門課程

和父親借了五分地，開始投筆從農日子

研發農產加工品，包含果醬、茶包等產品

到農改場上有機農業進階課程

2011

申請有機認證標章

2012

與對友善土地有興趣年輕人共耕

加工
提升農產品
價值

研發農產加工品可讓農作物保存期間延長，價值也跟著提高。



對自己產品有信心

比照部分有機小農常會以「有機就是長得比較醜」

來介紹自己的農產品，呂宏文認為，農夫必須先對自己的產品有信心，才能讓消費者願意購買，假如自己都沒有信心，又如何說服其他人安心？

大從農
公聲農





4

半路出家改從農，
也能成為
優秀的農夫嗎？

「務農」是一件「看天吃飯」的事，過程中可能會有未知的狀況發生。有經驗的農民面對突發狀況時，可以在過去的失敗經驗中找尋成功之道，對於經驗不足的菜鳥而言，在轉換人生跑道之時，一開始需要的也許不是充裕的資金或是完整的農業知識，而是一位可以相互扶持的夥伴。

文／蔡明原 攝影／蔡世豪 圖片提供／葉志堅、李政達

在彰化縣花壇鄉從事溫室栽培的葉志堅和李政達，從實驗性質、小規模的耕作，到後來協力合作搭蓋溫室、分享耕作經驗與知識、輪流種植農作物，兩人分進合擊，為了夢想而揮汗努力。

認同農金趨勢 毅然轉行務農

以小蕃茄為主要作物的葉志堅，原本大學唸的是化工系，畢業後在新竹科技園區半導體廠工作，後來回老家幫忙管理經營幼稚園事業。葉志堅的父祖輩都有務農經驗，但基本上都是兼作性質，所以自己雖然曾幫忙除草、澆水等農務，可是從農的念頭卻未曾出現過。直到頻繁加班的工作環境讓自己幾乎和家庭脫節，加上

他發現「農金」似乎是未來產業趨勢，「農業」的重要性只會日益增加，他便決定回鄉務農了。

這樣的思考和李政達不謀而合。地質系畢業的李政達，出社會後便在家鄉開設補習班。在偶然的機會裡，李政達在與喜愛園藝的妹婿聊天過程中，得到了啟發，恰巧此時他的手邊有一塊親戚閒置的土地，於是就利用閒暇時間開始嘗試種植作物。「我是從二〇〇三年接觸農地，二〇〇六年左右算是『玩農』，就是玩票性質。接著作物的產出有一定數量後，可以販售、分享給親朋好友了，就成為『兼農』。一直到二〇一四年七月我把補習班完全結束，現在是全職農民的身分了。」花了十餘年功夫轉換工作跑道的李政達，認為這樣的過程像



葉志堅

從農年紀：38歲

過去職業：科技業

從農挑戰：經濟上的負擔，農業知識的缺乏

從農優勢：做事謹慎，關注細節，不重蹈失
敗覆轍



李政達

從農年紀：42歲

過去職業：補教業

從農挑戰：來自家庭的不同意見與經濟壓力

從農優勢：思慮周延，眼光深遠



以小蕃茄為主要作物的葉志堅，決定從農之後，先投入小額資金建置一個百坪的小溫室，開始建構心目中的農業版圖，除了外殼支架是包商搭建之外，其他棚架都是自己親手完成。



葉志堅的小蕃茄採用介質耕作，定時、定量的輸送營養液。

是在琢磨璞石般，刀鑿之間都是意志的淬鍊。

農改場課程結緣 從小規模溫室做起

葉志堅和李政達是二〇一〇年在台中農業改良場所開辦的專業農民訓練課程上認識的，他們認為，有志同道合的夥伴可以一起打拚，絕對比單打獨鬥好得多！和李政達一樣，葉志堅先投入小額資金，搭建一個百坪的小溫室，開始建構心目中的農業版圖。由於他在受訓期間，曾經到其他農場參觀，嘗到讓人驚艷不已的小蕃茄，市場價格又好，所以就決定以小蕃茄為主要作物，並搭配種植小黃瓜和草莓。

葉志堅採用介質耕作，主要

是為了讓產品能被安心食用。「我堅持農產品都得是『ND』的（農藥未檢出的意思）。」葉志堅說。但要維持這種成果，以目前人力來說，用一般的土耕方式是有難度的，光是人工除草就要花掉大量的時間。如果採用介質耕作，優點很多，介質都會經過高溫發酵的程序，埋藏在其中的大部分雜草種子都會被烤熟。而且設計鋪架了定時、定量的營養液輸送管，一分鐘要滴幾滴都可以控制。這樣一來不僅節省了人力成本，也能兼顧安心食用的初衷。

李政達則採用水耕種植美濃瓜，這是為了要提高溫室周轉率，並生產無毒、高品質的產品。李政達認為，採用土耕法所需的时间成本太高，在經濟考量下，便決定以較少人使用的「水耕」

攻略 1

溫室學問大

溫室種植的開銷是很驚人的，一個一分地的棚子外殼，不包含其他東西就要一百五十萬元。在投入前，要謹慎思考成本回收的可能性，當然，建造前在找尋合作廠商時也要多方探聽、詢問。溫室耕作的缺點是溫度高，優點是氣候變化帶來的影響相對少。





除了美濃瓜之外，南瓜也是李政達的主要作物，一樣以水耕方式取代土耕。

方式。水耕所需的技巧其實頗為繁瑣，但在場地回復、環境控制的時效方面，自主性是很高的。不若土耕得經過清除、翻鬆、淹水、放流、清洗、曬乾等，每一個都是急不得的步驟，水耕只要在收成後集中人力一次性的清洗、滅菌，短時間內就可以重新開始另一個期作。

聊到了美濃瓜，李政達說那是童年記憶的再現。小時候，他和外婆一起去菜市場，提著一大袋只要三、四塊錢的美濃瓜，他的印象很深刻。那樣的回憶像是一種召喚，再加上美濃瓜的價格已大為提高，所以決定以此為主要栽種的作物。目前他所栽種的美濃瓜品質已經相當優良了，農場同時也輪種草莓、小蕃茄、栗子南瓜和小黃瓜。

家人行動支持 凡事做足功課

葉志堅和李政達認為，開始農務工作後，最值得的事情是和家人相處時間多了，假日或農忙時會把小孩帶去溫室幫忙。一開始的時候，家裡持反對意見，在看到、吃到自家親手栽種，市場販售價格不俗的農作物後逐漸改觀，因為這些都是最安全、完全「N D」的產品。

相較於其他工作，「務農」往往引起家人親友的「激烈」反應，這種反應多是刻板印象使然。例如，「做田人」很辛苦、會曬得很黑、賺的錢只能溫飽等。葉志堅和李政達的家人也有著相同的質疑，但基本上是口頭上說說，農忙時都是二話不說捲起衣袖下田幫

忙，田地意外成為了連結家庭成員情感的基地。

能夠笑談這一路走來遇見的山光水景，肩頭上要承擔的壓力還是有的。在開始耕作前，必須先負擔高達三百萬的溫室搭建費用，這使得葉志堅和李政達兩人得在其他方面儘量的擲節開支。他們使用同一個溫室耕作，各占一半空間，中間有一個共用的休息室，除了溫室外殼支架是請包商搭建，裡面的電線線路配線、水管拉線、儲水池營養液供給、木工鐵工等，以及用來耕作的棚架，都是他們親手做的。

葉志堅以自己的經驗為例，溫室主支架需要強度夠的螺絲組來連接，但溫室完成後一段時日，他才驚覺廠商用的是比較脆弱的攻牙螺絲鎖定，這讓棚架有著倒



李政達開始農務工作後，和家人相處時間多了，假日或農忙的時候，妻子也會去溫室幫忙。

塌的風險。葉志堅認為，如果當初能多邀請幾家廠商來評估、開價，應該就能避免這些困擾。

朝向科技化 與網路行銷邁進

李政達則對水耕的前景相當

看好，他腦海中已繪製了一幅架構清晰的發展藍圖：「我的理想是把離地的水耕法帶入建築裡，藉由與時俱進的技術來達到室內耕作的目的。水耕是唯一能在室內進行的耕作方式，因為它的水源利用是循環的，不會有過多的浪費。而且建築物不怕颱風，樓層間的高低差剛好是循環系統所需的。」

目前最關鍵的部分是解決光源問題，這是室內種植最大的困境。李政達說，瓜果類要開花結果

需要很大的能量，建築物內光的量能如果不夠的話，一切都是空談。

他認為可以透過廣布在建築物的光纖來收集光源，然後供給作物。

這需要科技人才的研發，他能做到的努力讓水耕技術日益純熟，等到科技可以實際操作的那一刻來到，兩者就能無縫結合。

目前兩人的農產品透過口碑相傳、親友介紹，甫收成就銷售一空。但面對耕地擴張、作物產量增加以及更多農友加入共同銷售的未來趨勢，網路行銷是不可忽視的一環，葉志堅和李政達都很清楚這是他們必須花心思經營的一塊領域。

關於務農，葉志堅和李政達仍有許多故事可以分享。對於有心、有興趣想要踏入這一行的朋友，他們誠懇的建議先從農場打

攻略 2

產銷班提供資訊 找到志同道合朋友

產銷班對於地方農民的幫助是很大的，這一點葉志堅和李政達有深刻的體會。不僅可為產品銷售拓展多項管道，更重要的是提供了一個農友間的資訊流動、分享以及疑難雜症的討論平台。葉志堅說：「產銷班很了解農友的需求，會找各種農業領域的專業師資來上課，也會第一時間告知展售會訊息。合作久了早就都變成好朋友了。」

在產銷班裡，兩人也找到了其他志同道合的朋友，他們共有五個人，輪流種植小黃瓜，和固定的廠商談妥合作



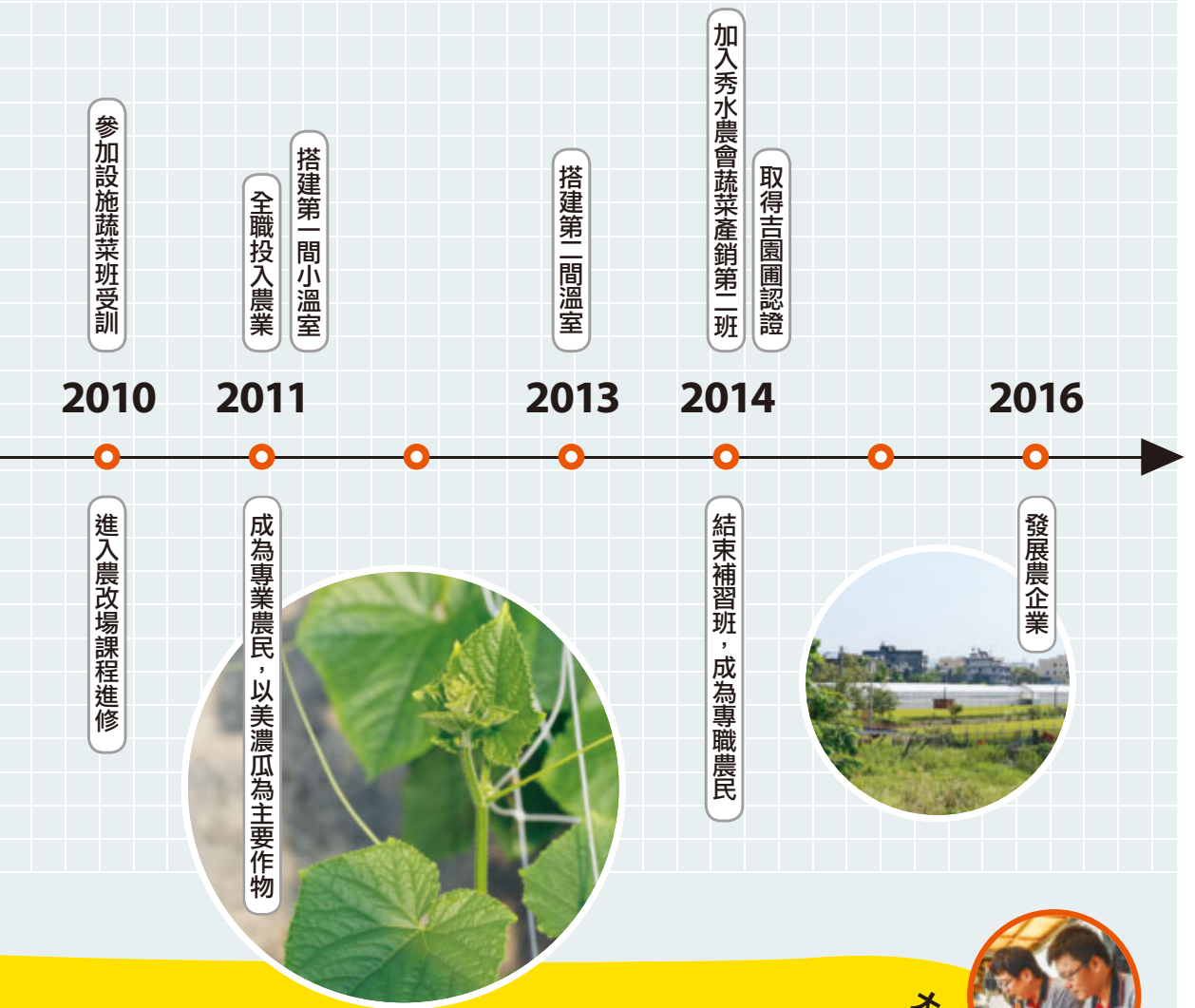
葉志堅（右）和李政達（左）在專業農民訓練課程中相識，兩人協力合作搭蓋溫室、分享耕作經驗與知識、輪流種植農作物，為了夢想而揮汗努力。

工、實習開始做起。而且時間不能太短，做個兩、三年才能真正清楚自己適不適合走這條路。李政達說，光是為植物澆水這件事情，

他就學習了整整三年。唯有親身投入，才能接觸到務農的各項細節與環節。

細節之後，穩定的供貨。這種銷售方式可以讓產品維持穩定價格，也使得耕作產值往上提升。





- **說得明**：過去的農民只要負責耕作就好，但在今天的社會，生產端往往有許多面對消費端的機會。消費者提出的疑惑、詢問能否解釋清楚，給出一個令人滿意的答覆，這是現代農民得要具備的專業技能之一。只會介紹產品還不夠，還要能導覽、解說作物才行。
- **撐得久**：務農後不要見異思遷，看到哪個作物價好就改變心意盲目跟著搶種。唯有如此，才能對一種作物有著深刻的了解，包括生長習性的掌握、病蟲危害的掌控等，才能有期盼的收穫。
- **挺得住**：務農有很多挑戰，能不能堅持下去，取決於你對這份工作有多熱愛和意志有多堅定。

大從農
公農農



關鍵成長歷程表

葉
志
堅
李
政
達

2003

玩票性質嘗試栽植作物

2006

產量增加，分送親友，成為兼職農民



二十四個字的真心話

送給有意務農的朋友們二十四個字，分別是：「拿得起」、「蹲得下」、「耐得熱」、「受得寒」、「學得勤」、「說得明」、「撐得久」、「挺得住」。

- **拿得起**：搬重物、水電、鐵工、泥水和土木等工務都要自己來。還有，出現在園子裡的昆蟲、動物屍體和腐敗的植物都要能處理。
- **蹲得下**：在整理作物、翻挖土地、修理器具時要能蹲能趴。
- **耐得熱和受得寒**：除了能忍受農務工作時，不同季節和溫室內外的高低溫差外，對於他人的意見與批評更要處之泰然。
- **學得勤**：有空閒要多閱讀書籍，有問題要請教「專家」和「達人」，讓自己的農務專業不斷提升。網路資訊雖然豐富，但要學會判斷實用與否。

資源

農地及資金相關資訊

農業領域並不只有農作而已，還有林業、漁業、畜牧業，以及延伸出來的產品加工、通路、行銷及休閒服務等產業，不同的農業型式，所牽涉的土地與資金規模也有差異。如何取得貸款？哪裡可以買賣或租賃土地？都是首先必須解決的問題。當然，人才是最重要的價值，理念相近一起拚搏，未嘗不是最雄厚的資本。





貸款與補助的申請管道

想要從農者，資金是一大問題，透過政府的農業貸款相關政策，可以幫忙申請到第一桶金。農業貸款不但利率低，還款期間也長，對於擔保能力不足的農民，還可以透過「財團法人農業信用保證基金」協助，提供貸款保證，是很優惠的政策。

◎青年從農創業貸款

如果你的年齡在十八到四十五歲之間，即符合「青年從農創業貸款」的基本資格。只要在申貸前五年內曾參加相關農業訓練滿八十小時，或實際從事農業生產，並拿到相關證明文件，即可向各地農漁會或其他農業金融機構申請，貸款額度在三百萬至一千萬元之間，且利息在1%至1.5%之間，資本支出可分十年至十五年還清。另外也有「百大青農」專案輔導，幫助青年農民圓夢。

◎農地經營改善相關貸款

若想改善現有生產方式或擴大規模，則有約兩百五十萬至三百萬元（有標章）的「農民經營改善貸款」可申請，想買地的則有「擴大家庭農場經營規模協助農民購買耕地貸款辦法」。另外還有「提升畜禽產業經營貸款」、「農業產銷班及班員貸款」、「輔導農糧業經營貸款」、「農民經營改善貸款」、「農家綜合貸款」、「農業節能減

礙貸款」以及一些短期的政府貸款、各地農漁會自辦的專案貸款等。

◎ 農地經營改善相關補助

而在相關補助方面，行政院農業委員會針對農糧、漁業、休閒，各自設置了不同的補助方案，如「小地主大佃農專案」、「有機農夫設置簡易推肥設施補助」、「循環水養殖設施補助」、「發展地方農產伴手計畫」等，只要進入農委會建置的「青年農民創業入口網」(<http://farmer.coa.gov.tw/>)，即可獲得完整資訊。

◎ 農業貸款的經辦單位

農業政策性貸款都是由行政院農委會農業金融局 (<http://www.boaf.gov.tw>) 辦理，透過全國各地農漁會信用部或相關銀行受理。政策性貸款每年會修訂不同的借貸條件，因此貸款前最好先上網看清楚。

◎ 其他青創貸款

除了農委會之外，經濟部中小企業處也提供青年創業貸款。而在農委會的「青年農民創業入口網」，也可以看到其他部會或縣市對於青年創業的相關補助，如「微型創業鳳凰貸款」、「企業小頭家貸款」，還有台北市的「青年創業融資貸款」、新北市的「幸福創業微利貸款」，以及宜蘭縣的「幸福貸款」等，都可以多加利用。





農地選擇與租賃資訊

有了資金之後，農地就是下一步了。農業和土地的關係密不可分，農業新鮮人都會遇到如何得到一畝田的問題。但沒有田地可以從農嗎？近年來，靠著創意，讓擁有農地的方式，更加多元化，從虛擬到實體耕種，從買賣到承租，土地與農業有了更靈活的結合。不一定要真正擁有一塊田，也能親近農事！

◎ 網路農夫認養一塊田

城市庶民只要透過網路介面，就能當起新時代的「網路農夫」，先以認養人的角色，運用「契作代耕」的方式，租下田地，找到代耕農夫幫忙種田，訂下契約，收割後可分得其中的好米。像「南澳自然田」這樣的代耕平台就是如此，網路農夫能看到定期上傳的田地狀況、作物成長過程。以虛擬擁有的方式，開始從農的第一步。

◎ 地方的新農教育平台

如果你還在嘗試的過程中拿不定主意，不敢貿然投入，那麼可以先加入地方性的新農教育平台，例如宜蘭的「倆佰甲」、「小田田」、「土拉客」、「有田有米」等，這些平台集結了一群半農半X的農夫，剛進入的農夫可以來此試農，先學習插秧、除草等農技，然後再進階到租地自耕，對新農來說是不錯的切入管道。

◎ 農地銀行網站

在行政院農業委員會 (<http://www.coa.gov.tw>) 官網可找到「農地銀行網站」(<http://eland.coa.gov.tw>)，無論是要承租農地、購買農地，或是要出租農地、賣出農地，甚至想成為大佃農，都可得到完整的農地情報。看到喜歡的標的物時，只要留下聯絡資訊，農會承辦人員會和你聯絡，並協助媒合。該網站還提供租售知識、法令政策、成交價格查詢等，還有「農地小幫手」說明農地取得流程，詳細易懂。

◎ 仲介或親友介紹

透過仲介、親友，詢問當地居民，或是留意路旁電線桿上的廣告看板，直接獲得農地資訊。在農村，大部分地主不太敢把地租給不認識的人，除了擔心祖先留下來的地被破壞，更怕因此汙染到鄰人的地，留下不好的名聲。所以，若是沒有親友介紹，就要拿出最佳的誠意，以時間換取空間，說服地主把地租給不認識的你。

目前在「休耕補助」政策下，地主每半年可以領到一筆補助款，若是租金低於補助金額，地主都沒有出租意願。田租再加上其他資材、種苗等支出成本，如果無法達到收支平衡，就得仔細審視所有環節，以免從農夢卡在資金運用的問題上。

◎ 台灣農地資訊系統

行政院農業委員會整合歷年研究成果之農地空間資訊與影像資料，配合地理資訊技術，建置台灣農地資訊系統 (TALIS, <http://talis.coa.gov.tw/talis/Login.html>)，只要上網查詢，就可以看到農地的空照圖、土壤、氣候、雨量等相關資訊，不但讓你了解農地的狀況，還幫你分析土壤的生產力，可作為購地或租地前的參考。





沒錢沒地， 也能找到 試耕從農的機會？

懷著從農夢想而來到鄉村的有心人，
該如何取得第一畝田？
別忘了農會這個好朋友！
真的嘗試耕讀生活，
經濟方面仍是個問題，
透過代耕平台是個不錯的選擇，
城市庶民只要一點點資金就能當「網路農夫」，
有心從農者透過製作代耕，也能保障收入，
一起把台灣的環境變得更好。

文／姚淑儀 攝影／黃基峰 圖片提供／陳昌江

「倒數第五天！」黑板上用粉筆寫了大大五個字，提醒來到南澳自然田的訪客，九月開始，將於「104+夢想搖籃」群眾募資平台推出「找農夫種好米，有機島計畫」募資活動。

五天就在眼前了，推行農夫代耕，是通往陳昌江夢想——「量產清淨土地與食物」的道路；這條路，陳昌江已經獨自走了六年。有人說，種有機的要三年，自然農法要五到八年，很高興，宜蘭縣南澳鄉自然田已經越過了生存門檻，還活著，而且正生龍活虎的向大眾提出一份邀請：一起來找農夫種好米，藉由農業翻轉台灣吧！

從代耕實驗自然耕作法

「開始從農，我心中就有代

耕的想法。」二〇〇九年陳昌江離開工作了數十年的科技業，來到妻子的故鄉南澳鄉碧候村，找了傳統老農阿坤伯，以一分地三萬元的價格代耕自然米，這是他代耕實驗的開始。

原本月薪超過十萬元，生活無虞，不過就是心理壓力大了些，身體勞累、肝病纏身罷了，大家不都這麼過日子嗎？但陳昌江不肯，「我從小在鄉下長大，喜歡和大自然一起生活，科技業讓我賺了錢，也弄壞了身子。」所以他選擇四十多歲提早退休，重活一次，做些原本就想做的事，像是農夫。

毫無從農經驗的人，沒想到聽了一場日本秀明會的「自然農法」課程，就此翻轉人生。「什麼都不用放就可以種田，哪有這麼好的事？」他買了相機，專門記



陳昌江

從農年紀：50歲左右

過去職業：科技研發與行銷

從農挑戰：無土地、無經驗

從農優勢：善用科技工具與網路社群與人溝通



打工換宿的年輕人，正在田裡幫忙插秧和挖地瓜。

錄自然農法與慣行農法的作物生長比對，「我是搞工程的，講究證據。」拍了兩年，累積十多萬張「證據」，摔毀十來台相機，得到結論：以這種方式種田，不會大賺也不致慘賠，但可以改變人與土地的關係。

他決定來南澳種田，「因為這裡的田很便宜啊！」一開始租不到，還得拜託里長，後來原住民只要拿權狀來，他不好意思拒絕，照單全收，最後搞了十二甲地，一百多張權狀，「直到三年後，還有好幾塊零星的田，我連去都沒去過哩！」於是又陸續退租，到現在，光三甲田，就讓他氣喘吁吁了。

契作代耕是翻轉關鍵

從自然農法入門，但陳昌江

外地人，如何取得土地？

來異鄉租地，必先取得在地人信任，否則租地不易。陳昌江選擇來到妻子的故鄉南澳發展，就是因為有了在地關係與初步信任後，再透過行政院農業委員會「小地主大佃農」計畫的執行單位在地農會，居中媒合保證，地主才解除疑慮，安心的出租田地。



從不強調自然農法，而發展出獨特的「在地永續自然農法」。他以自然農法為努力目標，後來又接觸了樸門永續農法，強調在生活實踐永續的環保主張。

「我想做對人們與土地有用的事。」陳昌江說，台灣發展有機農業已經二十年了，他認為成果有限，這代表台灣推廣有機農業的方法需要修正，安全蔬果的生產必須先到位。

近年來，雖然在許多有理想的新農民帶動下，有機意識興起，但需要更多人投入，才可能改變台灣。「真正能夠改變台灣、清淨土地的人，是那些占大多數的慣行農民。」他認為，只要能夠發展出一套農業經營模式，誘之以利，他們就會願意加入友善耕種的行列，而這個模式就是「找農民代



颱風過後，大家幫忙檢視損害狀況。

耕」。

契作代耕的精神，是分攤風險、分享多餘，由消費者成為代耕的「契作業主」，契作適合大面積耕作的稻米、小麥等作物，由農夫幫種、幫管，收割後不秤重而分量，種出多少大家分多少。消費者幫農夫擔風險，農夫保證有錢賺，不再擔心作物無處可賣。

代耕模式的關鍵在於，既然不再論斤秤兩，種多種少都不會影響收入，農夫何苦為了長得多又肥而噴藥呢？噴藥傷身又傷荷包啊！過去追求量，現在透過契作代耕買的是服務，自然沒有噴藥的必要了。農夫不噴藥，消費者可吃到友善土地的好米，台灣土地就清淨了。

「代耕制度會改變這個世界！」陳昌江十分確定。二〇一四

製作代耕找農夫種好米

「製作代耕」就是找農夫種好米，收割後大家分米，代耕農夫收取的是固定的農耕服務費，而非稱斤論兩的賣米。而南澳自然田做為一個發起代耕運動的農場，透過代耕平台，接受代耕預約、找農夫種、倉儲、碾米、包裝和配送代耕米，同時也是推廣和訓練代耕經理人的基地。



年開始，南澳自然田從原本開放性的自然農場，轉型為「找農夫代耕」的製作代耕發展基地，推廣代耕理念，量產友善農作，目的就是為了實踐「量產清淨食物，量產清淨土地」的使命。

科技農夫 轉型平台經營者

為了發展代耕，陳昌江從農夫的角色，轉型成了平台經營與仲介，專門負責接單經紀，每月定期巡田、拍照記錄，以及作物出貨、包裝，農夫則帶田投靠，保證信實耕作即可。

加入的農夫，只要做到不噴藥，田地通過重金屬檢驗就可以了，陳昌江在有機耕作的前題下，強調的是友善耕作，必要時農民

也可施以有機肥。

透過代耕，城市庶民在遠方農村有了一畝田，請了一位農夫，照管農田、種米割稻。他滑了滑手機，把資料傳至apple tv，說著：「這就是紀錄」，每十天，陳昌江就會將作物生長情形拍照，上傳網路即時通訊，以呈現臨場感與即時感，百名會員立時線上響應，讚聲不斷。

這還不夠，代耕只是陳昌江的第一步，他更鼓勵消費者，以各種方式來參與農耕工作，「我幫你種米，你就一定會想來看看自己的米，享受親手栽種的樂趣。」當然，沒有參與製作的人，也會想來體驗農事。

二〇一〇年，南澳自然田開張以來，由於觀念新穎又充滿理想，吸引各地訪客前來參觀，逐



採秋葵的農事體驗，是南澳自然田的主題活動之一。

漸成了農耕之外的負擔，但陳昌江沒有因此關門趕人，反而以更開放的「換工假期」，強調「下田體驗」、「換工學習」、「換工渡假」等訴求，把訪客轉換成正面的農耕助力，賓主盡歡，南澳自然田則提供廚房設備與簡單的休憩宿舍。

推出各種體驗農事的主題旅遊

同樣概念下，又推出「見學小旅行」，讓學生或家庭沒有換工能力的人也可來此見學體驗；以及「種田小旅行」，結合小額契作代耕與下鄉種田的旅遊方式；還有名聞中外的「南澳插秧節」。

一開始只是熱心的朋友前來幫忙插秧，後來幫忙插秧的人越

來越多，二〇一三年竟然吸引了將近一千人來此，其中包括數以百計的外國人。發展至今，「來南澳插秧」，已成了台灣每年最大規模的手工插秧盛事。

陳昌江懷抱著量產清淨的夢想，走了六年，最大感慨不是身體上的勞累，而是付出很多獲得很少，掌聲很多，但旁觀者也不少，每一種想法都必須試了再試，等看到成果已經是幾個月後的事了，然後再修正，再試，再等。

菜園代耕新實驗 網路農夫來圓夢

創業以來，陳昌江認識了不少和他一樣的新農夫，他們有理念有格局，遇到困難會想方設法解決，與傳統農夫只想養家活口不

同。但是若有人也想從農創業，他的建議是，一定要找出對的農經模式，「而代耕，可以讓農夫賺到合理的收入」。

今年開始，代耕又有了新實驗——「菜園代耕」，一樣的代管、代種、代收，使城市庶民只要透過雲端網路，就能當起新時代的「網路農夫」，他為此興奮不已，好像所有的辛苦，都成了夢想的肥料。

陳昌江在做一件事，他要把人與地連在一起；來代耕，來換工，來插秧，為的是給人們一份親近土地的機會，因為他知道，只要親手輕觸泥土，嗅過土地芬芳，就會發現清淨的土地與食物的重要，也會願意接受這份邀約：來，一起把台灣變成有機島。

各種不同的農事體驗主題旅遊，以及舉辦南澳插秧節，讓更多人來到南澳自然田。



2013

開辦「種田小旅行」

種田小旅行
親手採收
預約作物



結合了旅遊和種田兩種元素，讓種田變得容易又有趣，吸引近一千人參與插秧體驗。例如，「洛神花種田小旅行」就是消費者向代耕農夫預約種植四棵洛神花，就可以在四月跟大家一起來種下洛神花，十月左右再來收取洛神花，並到農場體驗學習果醬及蜜餞的製作，不僅親手採收，並可手工特製一份酸甜浪漫的果醬或蜜餞回家。

2014

轉型為「找農夫代耕」平台

開辦「南澳插秧節」

2015

推出「找農夫種好米——有機島計畫」募資活動

2016

即將推出「菜園代耕」

菜園代耕
網路
就能種菜



讓農人成為「代耕農夫」，讓消費者成為代耕菜園的「網路農夫」，與農人共同經營菜園。



關鍵成長歷程表

2009

辭職來到南澳，租地代耕自然米

2010

南澳自然田成立，發展在地永續自然農法

換工假期
能量大轉移



將絡繹不絕的參訪者能量，轉換為農耕助力，換工者每天工作六小時，供應住宿三餐，除農田工作外，亦可選擇幫忙翻譯文書或支援遊程各項活動。

2011

提出「契作代耕」經營模式，開辦換工假期

見學小旅行
邊學邊玩



讓沒有換工能力的親子家庭或學術團體，也可來此體驗。可選擇套裝行程或單項體驗，如，自然田農事體驗、夜訪大自然、淨灘之旅，還有小朋友最喜歡的泥巴戰士等等。

2012

開辦「見學小旅行」

有機農法和自然農法有何不同？

陳昌江認為，有機農法從「如何以友善的方法，追尋人的經濟效益」出發，偏重以人為中心，是慣行農法的友善替代，追求產量及經濟效益；而自然農法則以地球和諧為中心，人只是自然中的一份子，不追求產量，強調完全純淨自然的耕作方式，兩種農法的目標皆為友善環境。





6

哪裡有志同道合夥伴，
共同經營
有田有米夢想？

「社群」兩字在網路時代成了當紅的關鍵字，
相同理念的人聚在一起，互相支持，
一加一的力量大過於二。
宜蘭也有一個草根組織「兩佰甲」，
不僅幫新進農民找地、租地，
藉著共同收割、碾米、包裝、儲存等降低成本，
而心靈上的陪伴，更是無可取代。

文／劉致昕 攝影／林建豐

想要耕種，一定得自己擁有一塊地嗎？透過社群的共耕制度，就可以拿到進入農村的第一張門票，大家一起經營有田有米的夢想。

二〇二二年底，一個以農村為場域、農人為主角的社群在宜蘭發芽，從兩甲地的農田、六個人開始，到去年底已經超過五十戶、農地成長為四倍多。人們稱他們為「倆佰甲」。

外來新移民的創業基地

在宜蘭縣員山鄉深溝村，倆佰甲的主要聚會場所座落在六十年歷史的舊碾米廠。

舊碾米廠保存了當時的碾米設備，空間一分為二，一邊是「小間書菜」，從小農農產品、新鮮蔬果，到相關農村的書籍、音樂、文

具用品、散步地圖等，沒有顯眼的招牌，卻有許多慕名而來。

另一邊是「貓小姐廚房」，每日供應最新鮮的在地食材打造的無菜單料理，因是限量，常常供不應求，也成了人們用味覺了解這塊土地的入口。

顛覆農村想像的，還包括在這裡出沒的人們：他們包括了性別運動份子、科學家、愛鳥人甚至是建築師，他們都是半農半X的農人。「在我眼中，他們都是農業創業家。」倆佰甲的創始人楊文全如此形容。而這些本來在不同領域都有成就的人才，落腳在宜蘭的田中，支持他們走向農業創業家之路的，就是倆佰甲。

要支持這些外來新移民、農業門外漢進入農人生活，一切，就從地開始。



倆佰甲

成立時間：2012年

規模：約30戶小農

成員：性別運動份子、科學家、愛鳥人、建築師等

從農優勢：群聚合作，發揮1+1>2的效應



一群學有專精的人們，除了照顧自己的田，也要分攤一甲半公田的農務工作。

以土地為連結重心

楊文全分析，大約從五年前開始，農民們不再單打獨鬥，在宜蘭出現了「大宅院友善市集」，慢慢地聚集小農，在彼此間產生連結。而對新移民為主的倆佰甲來說，除了市集上的互動，生活上彼此緊密連結，加上「土地」，成為倆佰甲社群的核心。

「因為新移民與在地的連結較弱，其中又以土地為彼此連結的最重要因素。」楊文全說，對農人來說，土地為一家之本，要輕易地出讓、出租土地並不容易，而這往往成為新農的入門門檻及關卡。

創始倆佰甲的楊文全坦承，當時的他只是想推廣友善耕作，還在找具體方法，卻遇上了休耕

補助政策改變，規定必須至少有一期稻作才能領。這樣的改變讓沒有力氣耕作、沒有人手的休耕老農開始慌張。

「最重要的是，因有宜蘭有穀東俱樂部賴青松十年來建立的信任基礎，某種程度上他成為地主轉地的中介站。」楊文全形容，「休耕補助的規則一改，地主就排隊找他來種自己的地。」

此時，宜蘭正開始新移民浪潮。「很多人來到宜蘭，慢慢的這些人都在問哪裡有地，還有人背著小孩四處問，小農的網絡之間大家一直問，就問到我這邊來了。」楊文全形容。透過賴青松的轉介，加上楊文全自己也在農村待了一年、得到信任後也取得一些地。「通常都是沒有農地重劃、土比較薄、取水不易的地。」他苦笑。

在農村，人跟人之間的交情很重要，建立信任之後，就能讓新來的農人間接較快速地進入當地網絡。光是第一年楊文全就接到了兩甲半的地。他笑稱，通常第一年接到五分地就算是挑戰了，他只好去找更多的人手。「田一直進來，就開始問身邊的人可不可以接。」

知識匯集 共同解決問題

當時是二〇一二年底，倆佰甲作為地主與新農人之間以信任搭起的橋樑；二〇一三年，倆佰甲有兩甲多的地，於是在天時地利人和的情況下，倆佰甲的第一年聚集了四、五個夥伴，開始以社群的方式經營。他們建立公田制度作

攻略
1

空間 了解「倆佰甲」的起點

舊碾米廠不只作為社群活動的地點，更是消費者、外來者、觀光客快速了解小農們的渠道。走進來，從故事、主張到每個小農的產品都看得到，一目了然的空間中，讓人走一圈就體會到倆佰甲的內涵，也創造一股彼此加乘的共利。



為收入來源，每戶農家除了要照顧自己的田，也要分攤一甲半公田的農務工作，公田米的收入則作為「倆佰甲」的基金，用來添購賣米所需的真空包裝機、碾米機、租碾米廠。

解決了新農人取得農地的問題，倆佰甲接著成為技術與知識的交換中心。「我們以公田育成新農夫，陪著彼此一起種田，慢慢的有規模經濟，從找地、找房、找代耕，到農技的交換、農機的共用。」

倆佰甲匯集的知識非常廣闊，有在地七十八歲的陳阿公分享傳承六十年的務農經驗，還有早期宜蘭的在地故事，告訴這些年輕人們「種田本來就可以和生態和平共處」。同時，新移民們每個都有不同的專業，例如科學家

在務農時發現，農事節奏與經驗幾乎都是口耳相傳，他們開始以科學研究方式找到小農可用的方法，與中小學合作推廣食農教育，讓孩子們從食物開始認識農業

又有建築師協助打造農民食堂、松園小屋，重新思考空間對於農村的意義與想像；性別運動工作者則透過農村代耕與打工換宿，將人力與對性別的多元想像帶入農村，甚至，連水稻田最害怕的福壽螺，都有專門研究的專家。

楊文全觀察，倆佰甲裡的小農都抱有自己的對這片土地的想法和各領域的專業，他們的生活型態並非以務農為主要生計收入，但半農半X的方式，幫助他們發現自己最擅長的事物，更進一步找到自己在農村中的定位，也組成了多元而特別的農村社群。



在倆佰甲匯集的知識非常廣闊，連福壽螺都有專門研究防治的專家。



倆佰甲的農友，以友善土地且多樣化耕作的方式，實現自己的從農夢想。

建置通路 以服務領導生產

你可能好奇，這些技術與知識的交換，對農村的發展有什麼意義？對新農有什麼幫助？農村裡不就只是需要生產嗎？

「現在這些農業創業家跟過去的農村不一樣，只講究生產導向，已是過去的事了。」楊文全認為，現在的新農友都是農村的創業家，與一般印象中上一代的農民完全不同。上個世代的農民成長於一九六〇年代、農業工業化的時代，當時被稱為綠色革命的這波農業發展最重要是要解決人口成長、產量不足的問題，農民因而成為體系中的勞工角色，配上產銷系統、農會之後，成為一條條的生產線，以米為例，收購端提供固定

的糧價，農人只要完全負責生產即可。

而這一、二十年，網路時代讓取得食物來源、食物資訊的管道更多元、更開放了，加上食安因素提高了消費者意識，更大量想要接觸生產者的意願出現，生產者與市場的連結直跳過了過去的產業線。

農業結構翻轉之下，跟綠色革命時為了增長的人口，完全以生產為導向的農業發展相比，現今的農業生產更講究需求、服務，於是吸引大量的年輕人帶著相關的知識進入，農業生產者必須從生產線中的勞工，翻轉成為創業者。

「所以現在的新農，必須要有的是反而是建置通路的能力，以服務業領導生產。」楊文全分析，社群中彼此交換、互助，甚至透

過網路的互相拉抬、聯合宣傳，都是過去單打獨鬥時不可能做到的事。「倆佰甲某種程度來說是通路的群聚。」他補充，現在的社群，奠基在過去的基础上，過去的農業發展將生產環境完備了，現在走向市場導向，靠著社群效應的發酵讓每一個人都靠著理念發展出通路，到某種程度之後大家開始分眾、分工。「像現在有人辦報、有人研究福壽螺，但在研究福壽螺的網站上面也在賣米啊！」他笑說。

社群的陪伴 提供最實質的幫助

楊文全觀察，生產能力方面可能新農終究比不過上一代的農人，但靠著理念的傳達、網路的溝



陳媽媽自製的辣哈哈辣椒醬，成為小間書菜的品牌產品之一。

意志力 與論述能力很重要

新移民連農耕能力都沒有，有就敢來，他們多數都是帶著夢想跟理念而來，意志力非常強，加上如倆佰甲中的農友一流的論述能力、打造服務的能力，在網路時代，就能建造自己的品牌及通路。過去的老農只知道生產，雖然握有技術，但不知如何論述，因此在新的農業結構中不太適應，而當年輕人願意加入農村，就給了這些老農新的機會。

當社區遇到共同問題，或是有新計畫要推動時，倆佰甲的農友們總會齊聚一堂，共商解決之道。



通，加上消費者信任。「如果社群之中能夠讓消費者相信你，有了自己的品牌，就能夠用比較高價的方式賣出去。」而友善耕作的小農，兩甲地就可以養活一個人，光是親友、信任網絡支持，可能就足夠支撐了。

從農地、知識、技術、在地連結到通路的群聚，倆佰甲的社群為新農人帶來的，還有「陪伴」。「你想做的話自己做，但是，我會陪你。」楊文全的名言點出了在新農一連串嘗試過程中社群的角色，社群帶來的人的連結，不只讓外來的新農在農村中找到陪伴力量，或是入農的學伴、老師，甚至只是農忙時的幫手，這些都是社群最實際的幫助，也因為有這樣的陪伴，讓新進小農在熱情消耗殆盡前，找到新的動力並重啟希望。

2014

2015

一起買真空包裝機、碾米機、租碾米廠

小農由一〇三年的六戶成長為三十戶

宜蘭第一間「手書店兼在地農產直賣所」**「小間書菜」**開幕

舊碾米廠
變身
社群空間



「貓小姐食堂」開幕



「小間書菜」是由六十年歷史的碾米廠改裝而成，販賣小農農產品、新鮮蔬果，及相關農村的書籍、音樂、文具用品、散步地圖等。



關鍵成長歷程表

2012

倆佰甲成為地主與新農人之間的橋梁

建立
信任的網絡

農村很重視人跟人之間的交情，建立信任之後，就能讓新來的農人較快速的進入當地網絡，也比較容易獲得土地訊息。

2013

倆佰甲有兩甲多的地

聚集四、五個夥伴，開始以社群的方式經營

建立公田制度作為收入來源

倆佰甲的
收入來源

公田不但是培育新農的場域，也是「倆佰甲」的收入來源。每戶農家除了要照顧自己的田，也要分攤一甲半公田的農務工作，公田米的收入則作為「倆佰甲」的基金。



社群群聚是整個產業向上發展的關鍵

在楊文全眼中，社群群聚將是整個產業向上發展的關鍵。他認為友善耕作的農業發展在十年前出現先驅者賴青松，單打獨鬥的慢慢嘗試，這幾年開始進入關鍵點，群聚成為繼續向上的動力，接著開始建立社群、分工，規模才有辦法擴大。此時倆佰甲出現，讓更多新農人能夠進入產業，讓影響力擴大，產業繼續發展。相信發展曲線現在是向上的，規模繼續擴大之後，未來五年分工、系統完整之後，就會走上標準化階段，產業就能完整的發展，友善耕種也會有更多的影響力。

大發
公糧





如何從錯誤投資中， 找對作物走對路？

農作物也有「適配」的問題嗎？
原為年薪兩百萬的補教老師，
疲憊的心靈與身軀，
讓他思考尋求另一種生活方式，
雖然花光了積蓄，
但是透過農改場的課程，
以及百大青農的創業資金補助，
終於在多次的嘗試之中，
找到未來全心投入的農作物。

文／姚淑儀 攝影／黃基峰

太陽月亮輪番升起落下，天空熱鬧萬分，但從小喜愛野外生活的曾暉迪，只能忽視自然的召喚，鎮日埋首於科技廠房內工作。他是台北人，記憶卻留在雲林老家；小時候暑假回外婆家，在田野間溪水旁嬉戲的快樂，成了曾暉迪成長的養分。

重返鄉村 為耕一畝田

二十四小時不停歇的生產線工作，使他荷包日益飽滿，藥包也離不開身；為了生子大業，婚後索性離職，與在補習班工作的妻子，開了個小小的美語補習班。早上沒事，曾暉迪閒不下來，和媽媽阿姨們，在社子島的閒置農地上種菜，當起假日農夫。

「自己吃，當然要種有機的

啊！」重返自然，曾暉迪覺得有趣極了，經常上網吸收有機栽種知識，進而看到桃園農場推出的有機農業課程，二話不說，跑去上了一星期的初階課程，習得許多種田知識，像是廚餘的使用方式，如何管理農作物，如何購置器具與肥料等等。

越學，他心越癢，「將興趣與工作結合，一直是我的心願，過去做不到，現在很想試看看。」

要做農夫，得先有一塊田，經朋友介紹，曾暉迪找到位於苗栗縣造橋鄉的休耕農地，得到地主首肯後，並透過政府推行的「小地主大佃農」政策，經當地農會媒合簽約，以每年租金一萬，政府補助八萬，順利取得約一公頃土地，續擴增為四公頃，取名「耕畝田」。後來又於苗栗農場，進修為期



曾暉迪

從農年紀：35歲

過去職業：科技業、補教業

從農挑戰：中年轉業，經濟壓力大

從農優勢：善於市場調查，使用網路與科技工具

兩週的進階課程，並親自下田實做，對於種田越來越有心得，開心農場的生活已經展開。

散盡家財 只為找尋合適的菜

租地沒花費多少，卻仍散盡家財。曾曄迪花了一百五十萬元購買許多不適合的機具；又花了一百五十萬元，興建零點二公頃的溫室；更購買各式肥料、防治資材，因為缺乏經驗，亂買一通，不好用就堆著。「有機的東西大多從國外進口，超貴的啦！」只好將補習班頂讓，把經營多年的股票賣給爸媽，無奈，田變成了洞，投進去的怎麼都不見了？

花錢事小，一望無際的田，到底要種什麼才會有人買呢？愛種

什麼就種什麼吧，反正開心嘛。誰知，開心沒多久就發現，種不出什麼東西，量少、外觀也差。他開始緊張起來，求助農改場，學企管的他也開始思考，該如何賣這些「醜的菜」。

曾曄迪選擇北上「農夫市集」，以直銷終端價賣給喜歡有機農產品的消費者。聽到客人說：「你的菜好好吃喔！」，從那時起，他就不再認為賣相是唯一的重點，「既然種的是有機，就該鎖定熱愛有機的族群，將客人分類，什麼客人在哪些通路，要透過什麼管道來行銷，這樣，就沒有不一樣東西是浪費的。」

市集帶給曾曄迪最大的幫助，不是收入，而是讓他走出封閉的田，結識許多資深農友，從他們身上得到知識交流與學習的機



賣相不是重點，要讓消費者了解，有機栽種的價值。



曾暉迪種小黃瓜，在不斷嘗試及課程進修中，找到自己的答案。

會。「快幫我看看，我種出來怎麼長這樣啦」，「唉呀，你不能種這款啦，蟲最愛了」，「我告訴你要怎麼對付這些蟲」，或是「這有什麼，我的比你的還醜哩」，每星期他帶著菜，還有滿腹疑問來到市集，市集成了他的小學堂。

然而，前輩的答案，不見得是他的答案。「這是因為農地位置與土壤特性不同。」曾暉迪說。田就是這麼奇妙，同一種方法，即使在同一座農場裡，不同區塊也可能成果迥異，所以一定要不斷嘗試，才會得到屬於自己的答案。「田地不是電子工廠，沒有絕對的方法、終極的答案。」就連澆水，如此簡單的的工作，也澆了兩年才掌握訣竅。時間，以及時間淬鍊出的忍耐，才是答案。

「農業缺的是人，而不是

工。」他說，因為工沒有技術可言，但是懂得一再嘗試，擁有經驗與技術，知道如何管理農場與作物的農人，才是農業所缺乏的人才。

從多樣化 轉為少樣化生產

市集販售，種類必須繁多，因此他開始嘗試多樣化生產，如：網室內以小比例面積種植大陸妹、A菜等多樣化的短期作物，露天部分則種植玉米、地瓜等抵抗力較強的作物，使農場四季都有收成；並以輪耕方式，這回種種葉菜類，下回種種瓜果類，病蟲害不同，減少作物生病機會。

然而，台灣葉菜類栽種區域大多集中於桃園，曾曄迪自認難與桃園農業拚搏，此時，一位擁有多

年經驗的資深老農，因看到曾曄迪的努力，而自願來農場幫忙，種瓜是他的強項，老農建議，何不專業栽種小黃瓜，以建立專業化品牌。

因為栽種的種類越多，無論肥料、機具、人力各方面，必須花費更多；種瓜須架瓜棚，種菜又得拆棚，自己也必須成為可以管理多樣作物的通才，不符效益；同時，葉菜類不能重壓，不耐運輸，而小黃瓜則恰恰相反，基於種種考量，曾曄迪思考再三後決定轉型，專種小黃瓜，使肥料、機具、防疫資材、人力訓練、儲藏與包裝設備等等，都能因此變得單純。

同時，曾曄迪也開始逐漸從市集走向盤商，「這是一個成長的過程，我們是農夫，就應該在田裡專心研究栽植技術，將行銷交給專業管道。」從行銷品牌經營的角

攻略 1

選地，學問大

曾曄迪認為，北部雨季過多、日照不足，較不適合務農，於是朝中南部尋地，運氣好，經朋友介紹，租到了位於苗栗縣造橋鄉的休耕農地。苗栗的丘陵地形能阻絕其他汙染，再加上田地面積適合，獨立性佳，水流方向好，沒有鄰田水源相互汙染的問題，於是透過政府推行的「小地主大佃農」政策，經營地農會媒合，順利取得土地。



為了使肥料機具及防疫資材等相關設備單純化，曾暉迪從多樣化栽種轉為專業小黃瓜生產。

度思考，未來盤商若想進貨小黃瓜，就會想到耕畝田。

於是二〇一三年開始，耕畝田從多樣化轉為少樣化生產，農田挪出部分種植小黃瓜，並且從上百種小黃瓜種子中，花了兩年的時間，觀察生長速度與抗病能力，採收量與果形等等，篩選出兩項品種，累積兩年經驗，穩定成長後，從二〇一五年開始，已全面專業生產小黃瓜。

瓜類不適合冬季栽種，逢冬就得休耕，這是否划算呢？「農夫若只想賺錢，就會做違背初衷的事。」他說，有的人採取在溫室加裝LED燈與加熱設備，就是違反了有機栽種原則；作物也會告訴你，這樣不好吃也不漂亮、產量又小，休耕才能讓土地得到充分復原。他將四公頃地拆成為五等分，

每次種零點八公頃，其他地方就休息養地，以有效維持地力，再次輪回來時，土地已休息超過半年，肥力恢復，蟲害也降至最低了。

種自己的菜 走自己的路

曾曄迪建議新手農夫，若遇瓶頸去看看別人怎麼做。他說：

「同樣一款機器有人會加裝刀片，改成適合自己使用的機具；同樣種小白菜，你的夏天一直長蟲，別人早已更換另一個品種，出去看過才知道，原來自己是笨蛋。」另外，掌握產業的聚集性也很重要。

「如果要種葉菜類，就應該去桃園，因為大家都種蔬菜，知識匯集，器具匯集，人力匯集，就連政府資源也聚集於此。」

改種小黃瓜後，他把之前在農改場產銷班的學員們召集起來，宣布他未來的生產模式，並承諾每次北上送貨時，就將大夥的作物一同載上來行銷。「大家要團結起來，不要單打獨鬥。」他認為，將產銷結合才能在未來共同分享訂單，農友若有能力與技術欠缺之處，大家互相補足使品質提升，以取得市場優勢。

「與傳統農夫相比，新農夫多讀了點書，較懂得行銷與包裝，了解市場需求，敢向政府爭取資源，所以更要團結互助，不要單打獨鬥。」因為這條路，他曾獨自行走，也多次受惠於他人。

為將工作與興趣結合，六年前，曾曄迪獨自離家和自己的田地住在一起，錯過了孩子的小學時光，與妻子的甜蜜生活，生活勞



耕畝田從2013年開始轉為少樣化生產，並於2015年全面生產小黃瓜。

向政府尋求資金協助

針對創業青農，政府其實提供不少資金協助方案。曾曄迪先向行政院農業委員會申請了三十萬的青農創業貸款，兩年前又通過農委會「吉時從農、青春逐夢」百大青農專案，展開為期兩年的專案輔導，包括產銷經營輔導、設施設備與低利貸款協助等專案輔導措施，例如今年便有三年五百萬低利率的貸款優惠，讓他可以不用擔心資金不足的問題。



累、經濟壓力磨人，沒有休假，連過年也窩在田裡，「辛苦」是他回首六年唯一的註解。有時候沮喪到想回家，回了家就不想再回田裡了，未料清晨起身，仍傻呼呼的向南直奔，因為那裡有一畝田在等著他。要曾曄迪重選一次，他的答案與六年前一樣：「還是務農啦！」城市鄉巴佬就這樣，決定用一生，耕一畝田。

2010

2011

2012

2013

2014

2015

創業成立耕畝田

購買昂貴農機具

通過農改場進階課程

從事多樣化生產

農夫市集直銷

取得有機轉型期證書

入選百大青農輔導專案

轉型為少樣規模化生產，開始轉型生產小黃瓜

以半市集半有機通路銷售

取得有機認證

開始專業化生產小黃瓜，全面進入有機通路銷售



來農夫市集
交流交流

有機轉型期
有機嗎？

農夫市集就是在固定時間、固定地點，由農民親自販售的經營方式，強調的是產品的新鮮、自然與在地生產。目前台北有希望廣場、248農學市集；台中與大有機市集、合樸農學市集；以及高雄鳳山的微風市集等。



農民在向政府申請「有機轉型期」認證時，就已經是安全無毒無農藥的產品了，有機轉型期只是在此農地上栽種作物的調適期，作物已可張貼驗證單位核發的驗證標章；等到通過有機驗證（短期作物如蔬菜、稻米需二年；長期作物如果樹需三年），就可使用CAS以及驗證單位的雙標章。



關鍵成長歷程表

2003

於社子島種植有機蔬菜



農民培訓課
知識大匯集

通過農改場初階課程

2009



政府提供許多農業課程與網上資訊，對初期準備務農者來說，是極為重要的資訊蒐集站，政府農業部門相關資訊、政策以及各種農業課程，都可於網站中獲得。

要捨得離開自己的農場

曾暉迪建議新手農夫，若遇瓶頸一定要捨得離開自己的農場，去看看別人怎麼做，甚至到其他農場實習一段時日，而非封閉自己埋頭苦試。「如果我當初捨得讓田荒廢一、兩年，也許會少走了許多冤枉路。」因此他建議，遇到瓶頸就要停下腳步，多交流、多嘗試。

大從農
公聲



A photograph of a man with dark hair, wearing a blue button-down shirt, looking upwards and to the right. He is surrounded by lush green foliage, likely in a field or garden. The lighting is bright and natural, suggesting an outdoor setting.

8

在資金運用上， 如何追求 經營的最大效益？

一位專業攝影師，
為了就近照顧父母，
回鄉選擇薰衣草創業，
從落腳處的選擇，到資金的籌措，
無一不是問題，
就在經營漸漸上軌道之際，
農場又面臨地主收回土地的窘境，
如何撐過危機東山再起，
考驗著經營者的智慧和毅力。

文／賴益玉 圖片提供／吳文平

專業攝影師回鄉從農 選擇薰衣草創業

自幼在屏東縣里港鄉成長的吳文平，學的是機械工程，但從小就顯露攝影上的天分，曾北上擔任婚紗攝影師，闖蕩五、六年，交出不錯的成績單。然而，每次回鄉探望父母，離開時總有一股不捨在心中流竄，面對親情與工作之間的抉擇，吳文平決定回鄉，照顧父母。但這個決定，馬上面臨的就是經濟問題。

「就從事農業吧！」他心中燃起了這樣一個念頭。可若是跟其他人一樣，從事傳統農業，很難成功，需要有更創新的想法與作法。他想起了以前從事婚紗攝影時，接觸過的薰衣草，當時了解這個植物的人並不多，專家更是

少之又少，他只知道這個植物可以拿來入菜、茶飲或當作藥用，直覺告訴吳文平，從事大家不熟悉的品項可能成功的機會比較大，就這樣吳文平走進薰衣草與香草世界。

租地六百坪 從植栽育苗做起

剛開始吳文平是在自己家裡的小院子，研究如何培育這些香草苗，他買了很多相關的書籍，收集國內外有關香草的資料，做了許多研究，瞭解不只可以種植薰衣草，桂花、馬鞭草、檸檬草、迷迭香、還有薄荷葉等等，都是可以種植的香草植物。更積極拜訪台灣北中南的香草專家們，向他們學習與請益。



吳文平

從農年紀：29歲

從農挑戰：對香草植物認知薄弱，必須從頭學起

過去職業：機械工程、婚紗攝影師

從農優勢：回鄉務農，人親土親，資源取得較為優勢



吳文平積極拜訪台灣北中南的香草專家們，向他們學習與請益，一手規劃自己夢想中的香草園。

經過了一年多的努力，終於有了初步的成果。在親友的介紹之下，吳文平在里港高屏溪河岸附近以年租不到萬元的金額，承租了一塊約六百坪左右的農地，但條件之一是需要幫地主整地，吳文平開始了他創業的第一步。二〇〇二年四月「薰之園」誕生，創業資金約為二十萬左右。

剛開始的「薰之園」只開發部分面積，販賣簡單的香草茶飲和香草盆栽，讓早起晨運的居民或外來的遊客，能在里港炎熱的氣溫下，喝一杯冰涼解渴的香草茶，而對植栽有興趣的客人，也能購買小型的香草盆栽回去自己種。這樣的經營模式，每個月的收入打平開銷，還有少許的利潤入袋。

經過半年，吳文平評估後，

了解香草的生長環境

為了回鄉照顧父母，吳文平先選擇了「故鄉——屏東里港」作為落腳處，之後再去選擇要從事的「農業——香草」，然而不是決定想種什麼就種什麼，必須先了解農作物的性質，才能判斷它是否適合在此地栽種。

香草植物幾乎都屬半年生的植物，通常在三十度以下，才是香草植物容易生長的氣溫，採收時間為一至二年。而「薰之園」所在的屏東里港，位於氣溫較炎熱的南台灣，所以必須要等到秋天左右，才是種植和生長的時期，清明過後，數量就會慢慢減少。

決定再加入簡單的餐飲，營運績效應該會更好。這個想法得到料理手藝極佳的二姐大力支持，並為他設計菜單，教導他如何烹調美味的食物。

增加了經營項目之後，薰之園的生意果然蒸蒸日上，「我們把每個月賺的錢，再投進去，增加座位，增加種植面積，同時也增加人手。」薰之園的員工，大部分來自弱勢家庭，單親、隔代教養、或是育幼院的青少年。他會先把缺人的資訊，提供給附近的育幼院和當地五府千歲展望會裡的人員，讓他們通知有意願來工作的青少年。「我能做多少，自己也不清楚，但總是多幫忙一個孩子，也等於幫忙到一個家庭，而我們同時也把孩子留在故鄉，讓他們可以不用再跑到外地去工作。」

地主收地養老 找地借貸大考驗

二〇〇五年底，卻遭遇意料外的大考驗，薰之園的地主通知吳文平，再過不久即將退休，要把地收回當作養老的住所。這時的吳文平陷入了兩難，雖然這些年薰之園有賺錢，但資金幾乎都又投入擴張規模，實在沒有辦法拿出多餘的錢再到其他地方租地重新開始，好不容易經營起來的事業，眼見就要放棄，正當他進退維谷之際，讓他人生轉折的機會出現了。

一位友人建議吳文平可以去請教屏東科技大學的教授李崇尚。「李崇尚教授是我人生中的貴人，他在我最無助，最需要幫忙的時候，拉了我一大把。」吳文平



薰之園提供當地青少年工作機會，吳文平希望把孩子留在故鄉，讓他們可以不用再到外地去工作。

說：「李崇尚教授在學校就是農企業管理系的老師，他教我很多農業管理的知識，對薰之園的經營方式也給予很高的肯定，他要我不要放棄，也積極幫我規劃後續的事務。」薰之園的孩子們也不願離開這個大家庭，這也讓吳文平有繼續做下去的動力和決心。

過了幾個月的努力，終於在薰之園的隔壁找到了一塊近八分左右的農地，而地主也願意與他簽一份超長期租地的合約。土地的問題解決了，再來就是建設資金的問題。「父母親幫我起會，房子拿去銀行貸款，不足的錢是向親友借貸的，總共籌到七百多萬的資金。」吳文平表示，除了薰之園這個回字型的主體建築物是請設計師來規劃完成的之外，因為資金不足，所以其餘的造景、園藝等

等，都是大家同心協力，一點一滴建設起來的。「這些孩子真的足甘心的，不管做到多晚都不喊苦，真的讓人心疼。」這就是吳文平和員工們建立起來的革命情感。

「有人曾經問我，這樣辛苦的建設，如果再遇一次地主要收回地該怎麼辦？為何不自己買地？」吳文平說：「二是資金的問題，二來就算找到適合的地，地主也不見得要賣。如果有適合的地，而地主又願意長期出租，其實也是一個很好的選項，資金運用方面也會寬裕很多。這份合約如果到期，地主不願續約，那時我也應該老叩叩了吧！」

經過近一年的波折和努力，大約在二〇〇六年底開始試營運，慢慢上軌道後，二〇〇七年九月薰之園在原址的隔壁重新開張

營業了。老客人慢慢回籠，新的客人也快速增加。

吳文平用心增加了許多的營業項目，例如：園區生態導覽、香草DIY，也規劃了一個展示的區域，擺放薰之園開發出來的一系列周邊相關商品。

在餐飲的部分，研究了更多香草系列的特餐和飲品。「這杯水裡的東西叫香檬，很少人知道它，但它的維他命C是檸檬的三十倍。」吳文平說：「這是台灣原生產的植物，我們要去找回來，讓我們的農業可以重新保有在地的味道。」

現在的薰之園比以前更具規模，員工從原本的十五人，慢慢的增加到現在的四十多位；營業面積也從近八分地，漸漸擴增到目前一甲三分多地。

以園內香草所開發的餐點：野莓優格、羅勒香蒜麵包、薄荷蘋果魚。



開發多元路線

異業結盟

二〇〇九年，吳文平開始思索新的經營方向，他希望幫助對農業栽種有興趣而又不熟悉的人，所以他集結了在地一些實際從農的專家，一起出了《栽種之人》這本書。整合里港在地的傳統小吃，並出了一本《阿里港旅遊護照》，鼓勵遊客多嘗試當地的小吃，吃完還可以蓋章，並到黨之園換紀念小禮物。為了提供遊客旅遊的資訊，吳文平也結合當地其他業者，印製了「阿里港小旅行」，給遊客更完整的里港旅遊路線。

他也提出異業結盟的經營策略，目前與黨之園結盟的業者大概有二十個之多。「我們的活動，

除了會在黨之園的農場進行之外，也會帶到附近的其他農場、果園、餐廳，讓遊客可以有更多更豐富的活動內容。」

附近一個叫「大茉莉」的休閒農場，主人是一位加拿大的台灣女婿，就是在吳文平幫忙下，慢慢建立起來的。套裝行程果然大受歡迎，業者們生意變好了，相對的也會為地方做出回饋。「我們都會將農業遊程活動費的二十%捐給在地的公益團體或育幼院，也會直接幫助有需要的家庭。」

吳文平讓休閒農場具備國際級的水準，他希望遊客可以留在屏東里港，而不是吃吃東西就走。他所創立的「黨之園」，是屏東里港第一個結合了生產、生活、生態這「三生」為主體的休閒農場。也是屏東唯一入選觀光局三十二家

2 攻略

創業資金哪裡找？

吳文平最初創業是以自己的儲蓄開始，後來則是將盈餘持續投入，擴大經營規模；而在黨之園決定遷移他處時，七百多萬資金則來自房屋貸款、親友借貸及傳統的起會。目前農委會為協助青年農民創業，也提供資金協助，另外休閒農業方面也有「休閒農場貸款」，根據二〇一四年公告的要點，可提供額度八百至兩千萬元、年息一·五至一%的資金，幫助經營業者提升產業競爭力，促進農業旅遊國際化。



園內進行香草教學活動，讓小朋友認識常見的香草。



台灣休閒農場之一。吳文平意蘊深遠的說：「往後希望可以幫助年輕人留在自己的家鄉，讓台灣的農業可以往更多元的方向發展。」

享有土地創造的豐盛內容，帶來觀光客與就業機會，但吳文平沒有實際買下任何一畝田產。「享有而不必擁有」的信念，也是從農者可以參考的一個選項。

2008

2009

2010

2011

2012

2014 2015

轉型為休閒農場

全面開發戶外教學及旅遊業務

《栽種之人》出書

《阿里港小旅行》旅遊小冊推出

整合地方小吃，推出《阿里港旅遊護照》

整合周邊農場及產業，發展套裝遊程

開發香草相關產品

開發生物科技香草產品

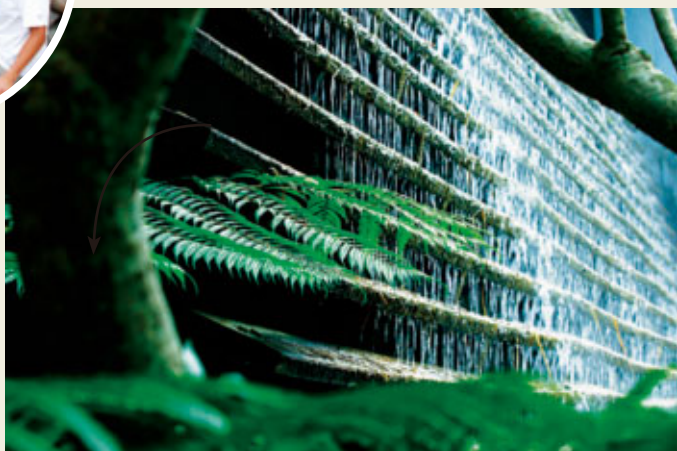
設計套裝遊程，拓展國際行銷

制定休閒農場教育訓練教材

視員工
如親、如己
相待



現在的薰之園是吳文平和員工一點一滴親手規劃、打造起來的，彼此有著革命的情誼。員工都稱呼吳文平為「大哥」，他視員工也是如兄弟姐妹般。



關鍵成長歷程表

1999

回屏東里港，學習香草育苗

2002

成立薰之園香草生活館

重視
六感服務



以香草及花卉為主題，創造一個自然無農害的休閒農場，讓遊客認識各種香草植物。並提供各式香草美食與DIY體驗的活動，以達到身心靈的放鬆。

2005

地主要收回租地養老，面臨是否另擇地點，繼續經營

2006

到屏科大向李崇尚教授請益

開始為薰之園覓地

整地、設計、建設薰之園

投資七百萬，投入創業

薰之園試營運

薰之園正式開幕，營業面積約八分地

農業多樣化
多元化



與在地商家結合，規劃一系列豐富的農遊套裝行程，並開發各種香草植物的複方產品，經由園區導覽人員的解說，使遊客更能了解香草的功效、栽種過程，及如何運用。

群聚效益留住客人

有人質疑吳文平為什麼要去幫助其他農場？難道不怕生意被搶走嗎？但吳文平認為，把餅做大，旅客自然就會留下來玩很久，而不是隨便走走看看，吃點東西就走了，這就是群聚效益！這樣的效益更有助於年輕人留在家鄉打拚，不必再離鄉背井了。



精進

農業知識與技術進修

不論是初試農滋味的門外漢，還是精益求精的百大青農，都必須透過不斷的學習，才能更新自己的觀念與技術。除了靠老農的口傳心授之外，還可透過政府、民間及大專院校所開辦的專業課程，從初階到進階，不但增加對農業的認識，還可以認識志同道合的朋友。





想要與時俱進，觀念必須突破

國際趨勢在變，消費者的偏好在變，農業也不能自外，必須要不斷地精進自我。講到農業升級，許多人直覺會想到品種改良、機械化耕作，但有時在傳統的觀念或作法做調整，加值並非遙不可及之事。

◎ 朝向有機耕作

如今從事有機耕作，銷售方面的困難度已經比從前降低許多，最主要的原因在於消費者觀念改變了：食安風暴頻傳，為了讓自己和家人吃得安心，無毒蔬果已經是基本條件，有機農產品的市場更逐漸打開。過往觀念多半認為，有機產品的口感不佳、賣相不好、產量過低，但這些問題的思考已經改觀，倘若以適地適用為原則，透過對土壤的分析，種植最適合該地理環境的作物，成果也能令人驚豔；而蟲害導致收成不佳的問題，也能以少量多樣、作物輪作等方式得到緩解。事實上，拋開農業工業化量產的思維，投身精緻農業的未來，有機耕作的人數不斷增加，有機農產品的質和量都在持續提升，這是農耕觀念的進化，前景大有可為。

◎ 產業多元化結合體驗經濟

農業走向樂活休閒，推廣行之有年，但作法已有越來越多新意。除了結合民俗、

觀光果園的傳統作法外，也可以從教育著手，推出生態體驗、食農教育、手作DIY等課程，與時下注重的體驗經濟作結合。所以農業的知識範疇，不僅生產，更涉及文化、生活的詮釋，要進修的項目大增、需求的人才也更多元，農業與周邊產業所鏈結的深度與廣度，還有很大的開拓空間。

◎科學化監測與生技產業合作

定期檢驗土壤中的氮、磷、鉀含量，判斷作物之所需，已成了許多農友的基本功。在科學儀器的輔助下，過往只能憑經驗判斷的現象，現在都能更精準地看數字說話。即使是傳統被視為看天吃飯的魚塢養殖業，也已運用監測各種水質變化數據，針對不同的環境變因對症下藥。

農漁業的終端產品，除了食用與休閒觀賞之外，還可以有很多新的想像。像是躍入保健食品與生物科技相關的領域，加入藥品開發的流程之中，整套實驗設備還可以輸出，開發出一片全新藍海。

◎善用網路解答問題

早年農民問溝通的機會極少，但在網路發達的年代，知識共享成為進步的原動力。許多問題只要上網一找，常常都有前輩適時給出答案，像是行政院農業委員會提供的各種農業知識入口網，豐富的內容，可以讓初入門者少走許多冤枉路，更舉辦多樣化的研習活動，讓不同地區的農業從業人員得以交流、建立社團組織，彼此呼朋引伴，在社群網站或軟體上建立群組，即時交換最新觀察與心得，用群體的力量壯大彼此，因此，多參加研習活動、廣交朋友，也是與時俱進必要的方法之一。





農業進修的管道

過去台灣的農業進修課程，除了農會之外，大都由行政院農業委員會的農糧署、各地農業改良場及試驗所分別開課，不過因為對象多以專業農民為主，且有地域性的限制，一般民眾較無接觸的管道。二〇一一年起，農業委員會正式成立「農民學院」網站平台（<http://academy.coa.gov.tw>），整合所有的農業進修資訊。

◎ 最大的農業學習平台——農民學院

「農民學院」整合了農委會各試驗所與改良場，成立了十四個訓練中心，針對一般民眾、新進農民及在職專業農民分別辦理農業體驗、農業入門、初階訓練、進階訓練及高階訓練等農業專業訓練，提供有意從農者及在職農民農業終身學習的管道。

除了靜態提供資訊，「農民學院」亦免費提供線上學習及農學e報的電子報訂閱，隨時掌握農業動態、農業專業訓練與各地農民市集活動。成為「農民學院」會員不但可以參加各項農業專業訓練與農場見習，還能建立個人農業訓練之學習紀錄、生產背景及產品資訊，並可於線上申請通路上架，增加銷售管道，或是加入農民學院共同品牌，分享品牌資源。

◎ 大學相關科系開設農技課程

許多大學農學院或科技大學，都會開設相關進修課程或各式農民講堂。例如宜蘭大學和花蓮農改場合作「農業推廣委員會」，針對在地農業課題設計選修課程。教育部、屏東農業生物科技園區和屏東科技大學則合作推出產業學程，嘉義大學園藝系也推出四年制的「農場管理公費專班」，希望吸引農業高職生及在職生就讀。雲林縣農民大學在虎尾科技大學開辦，而台大、興大、宜蘭大學等多所學校，也都設有「農業推廣中心」，提供作物、農技的新資訊。

◎ 專案輔導

為鼓勵青年從事農業，農業委員會推出「吉時從農、青春逐夢」專案，每年遴選一百名青年，提供兩年之專案輔導，包含一對一的個案陪伴與產銷經營輔導、設施設備與低利貸款協助等專案輔導措施。屏東縣政府「燕南飛」青年返鄉及根經濟發展培育計畫，以師徒制方式，著重於人才選育訓用，以專業教育與職場見習二階段模式，引進新觀念、新技術，提供完整學習農業知識平台，發展在地特色農業。高雄市農業局「型農培訓班」計畫則指導農民品牌行銷、營運管理、口語表達、攝影技巧、顧客資料庫管理、文案發想、包裝設計等。

◎ 其他進修管道

除了農改場及大專院校之外，全國三〇二家農會其實也針對農民、婦女及青少年提供一日或一堂課的短期進修課程，民間則有社區大學、慈心基金會及一些有機農場，提供農業教育活動或技術輔導。農業委員會並鼓勵縣市農夫成立「在地青農平台聯誼會」或組織產銷班，互相交流技術與聯絡感情。





從事有機耕作 會遇到哪些問題？

有機農業是一種較不破壞生態，
並能提供消費者健康與安全農產品的生產方式。
但相對環境要求與技術門檻都很高，
對於想要從事有機耕作的農民，
除了要具備豐富的知識，
還要有不斷嘗試的決心，
若是能在一起打拚的兄弟，
那是再好不過的了！

文／姚淑儀 攝影／顏國仰

離開政壇多年，七年前，前嘉義縣長陳適庸決定投筆從農，與弟弟陳坤明去種有機芭樂，如今在他身上，已嗅不出二丁點政治戰場上的煙硝味，反而散發著濃厚的土地芬芳。

原來，故事要從弟弟陳坤明說起。七年前，專營有機肥料代理銷售的陳坤明，賣了二十多年有機肥，說了一口有機施肥學問，但自己從沒實際種過。「既然你覺得你的有機肥那麼有用，何不把自己的產品，用在自己的田裡呢？」離開政壇的陳適庸，不但鼓勵弟弟從農創業，自己也以行動支持，一起加入種田的行列。

兄弟同心 一起種芭樂

從小看爸媽種田，兩兄弟依

靠著田長大，也時常被指派去田裡除草，對田非但不陌生，長大後無論事業上有多少成就，只要有機會，就想回到熟悉的田裡，實踐這一份田園夢。

田上面該種什麼才好呢？兄弟倆討論很久，終於做了決定：「種芭樂啊，芭樂看起來很簡單，不需要很多工。」沒想到，做了以後才知道。「吼！揪厚工啦！」陳適庸大笑。

兩人一開始就決定走有機的道路，一方面因為陳坤明賣有機肥，對有機栽植有清楚的認識；另一方面，有機對生態環境有益。雖然鹿草鄉是全國秋葵產量第一的地區，而且秋葵很容易種，是一個最佳的從農起點，但是，陳家兄弟還是選擇種芭樂，而且種有機芭樂。



陳適庸

從農年紀：60歲

過去職業：嘉義縣縣長、台灣高等法院法官、法律事務所律師

從農挑戰：病蟲害防治效果不顯著，影響收成表現

從農優勢：弟弟陳坤明具有機肥料銷售經驗，有機知識充足

新手登場 有機耕種步步為營

嚮往田園生活，很好；種有機，也很好，如果只是種菜給自己吃，一切都很好。一旦期望將有機產品商業化，那就需要從長計議了。從農那年已屆六十的陳適庸建議，決定從事有機栽植之前，一定要有妥善的計畫，首先要問自己：商業？還是不商業？

不商業，院子裡種一種，滿足一下田園夢就可以了。若沒想清楚，貿然租下一大片農田，日後照顧起來可是要人命的。「先在自己家裡，以小面積、多樣少量的方式種看看，種出心得之後，再試著慢慢擴大面積。若一開始就大面積栽種，所承受的風險過大，壓力也過於劇烈，失敗機會大增。」

其次，要有農地規劃。他說，決定有機耕種，日後勢必面臨兩大問題，一是草，二是蟲。青田有機農場因為農地不夠平整，除草車無法整台駛入，必須每個月人工除草一次，然而兩位六十多歲的老人，烈日下背著除草機除草又太辛苦，只好花錢雇工除草，一次六千多元就沒了。「所以，一定要事先將農地規劃好，一共要種幾棵果樹，果樹之間必須留有除草機可駛入的空間，就能自己開車除草，省事又省錢。」

除了除草，一年還要套袋兩次、剪枝三至四次、每個星期除蟲一至二次，青田有機農場共有三百三十株芭樂樹，這些工，一路做下來不得了！「如果噴農藥就不怕蟲咬，不需要勤剪枝；就是因為有機栽種，使得除草、剪



專售有機肥料的陳坤明，滿口都是有機施肥的學問。



陳適庸認為，芭樂是台灣人的水果，接受度極高，但有機珍珠芭樂卻不易栽種。

枝與噴有機除蟲劑的次數多出許多。」因受病蟲害困擾，農場每次最多只能收穫七成，使平均成本提高許多，但他們還是堅持下去。

選田、租地、用水 處處需規劃

雖然農事讓他們煩惱，但是選田與租田的過程卻相對順利。

「以嘉義縣來說，只要想租，到處都有田。」陳適庸建議，最好選擇離自己住家近的田，一方面知道田的來歷，一方面可就近照顧；同時，最好找休耕許久的田，以免有農藥殘留、土壤酸化的疑慮。

決定租田之前，應先採集水與土，送交農場檢驗，驗過了才租。開始種田之前，他們還購入了近百萬元增加土壤的纖維質，一

年後，通過重金屬檢驗，才開始種植。

「我們的田，有幾個條件是好的。」例如，有隔離帶，與對面農地中間隔著一條產業道路，可在對面噴灑農藥時形成阻隔，減少汙染。陳適庸建議，應儘量挑選獨立或設有隔離帶的農田，以做為緩衝；後來發現，八分田地中，北區的蟲害問題十分嚴重，他們就把這二分地也設為隔離帶，把蟲子都留在隔離帶內，問題就解決了。

用水部分，青田有機農場採用地下水而非農田用水，以防水源汙染。陳適庸表示，在台灣要使用有機栽培法，其實難度和金錢花費都是很高的。而水和土壤是決定有機栽種的重要因素，土壤檢測必須無毒零檢出，水源更要無汙染。「我不敢用農田灌溉用

水，怕汙染。」所以都是使用地下水。但淺紋的地下水其實也潛藏著汙染的危機，必須往更深處抽取。「使用深紋的地下水才能保證不被汙染到，但地層下陷是往後必須考慮到的問題。」陳適庸語重心長的說：「這是台灣有機農的難處，其實追求安全蔬果的栽種方式，也是可行的一條路。」

台灣農業的精進趨勢

陳適庸說，台灣天氣濕熱，蟲害一直是農民最傷腦筋的問題，過去農民常用的慣行農法，化學肥料和農藥的使用常常不符規定，過度用藥和不按標示時間採收的結果，造成蟲害的抗藥性和農藥殘留蔬果的結果。所以，這幾年政府就一直在宣導安全用藥的

攻略 1

蟲蟲大作戰 耗時、耗材也耗財

病蟲害防治直接影響結果率，使收成降低，然而台灣氣候潮濕，病蟲害問題嚴重，是有機農民最害怕的事情。陳適庸認為，對抗病蟲害最需要的是時間，每七至十天就得進行除蟲工作，大多採用「蘇力菌」抑制蟲害，還會使用「葵花油+15%的無患子」乳化後以防治芽蟲。對他們來說，最麻煩的就是遇到捲葉蟲，會吃光嫩葉，降低果樹行光合作用的能力，所以必須密集且定期進行防治。





陳適庸所種植的牛奶芭樂，已成為主婦聯盟的人氣商品之一。

觀念。

基本上，安全蔬果要做到的
是「使用農藥及部分化學肥料，但
農藥是按照標示來使用，農作物
的採收要在安全採收期的時間過
後才能採收。吉園圃和生產履歷
標章，就是這樣的做法。」陳適庸
表示，目前生產安全蔬果的人占
多數，使用有機栽培的農民也漸
漸多了起來，慣行農法將會漸漸
被淘汰，這是未來的趨勢。

而自然農法則是比有機農
法更嚴格的栽種方式，因此目前
比例極少，除了有機農法的規定
外，還必須要維護自然生態，根
據大自然的法則，以尊重土地愛
護土壤為基礎，維護環境生態的
平衡。「任何農藥、化學肥料及部
分的禽畜糞便完全不使用，只能
用天然的東西，所以會花費很多

的時間和人力，但生產出來的農產品，質都非常優良。」也因為如此，農民們對於技術知識的需求更加殷切，這是個精進的過程。

主婦聯盟的紅牌芭樂

「我還沒吃過比我們好吃的芭樂。」陳適庸誇口，但這樣的成績是試驗了多年才換來的成果。初期一、二年，芭樂樹還不夠大，產量小，他們只好進菜市场銷售，但價格始終無法提高，一直到取得有機轉型期認證後一年多，經朋友引薦而進入主婦聯盟，直到現在，主婦聯盟已成為青田有機農場獨家銷售管道。

「如果你要種有機，要走市場競爭，就要想清楚，你的產品將來要賣到哪裡？」農場將芭樂全

數交給主婦聯盟，前提當然就是新鮮、好吃，受消費者青睞，才有市場。「主婦聯盟會把農夫的名字放在產品上面，消費者喜歡或不喜歡這個農夫的產品，將成為他們篩選的主要標準。」

雖然地方人脈關係豐厚，但說到種田，陳適庸的優勢背景完全使不上力，唯一較他人幸運的，就是他有一個懂有機、懂肥料的弟弟。但是，說到種芭樂，陳坤明也兩手一攤，兄弟倆都得透過不斷上網、看書、找資料，去摸索與累積經驗。

每個人都認為，種芭樂有什麼難的？哪有那麼大的學問？陳適庸又搖了搖頭，「一旦你決定要種什麼，就要去問有同類栽種經驗的前輩，不要自以為簡單，或認為不同領域的學問都差不多。每一





陳適庸自己製作有機肥料，讓果樹健康成長。

個領域都有值得敬畏的專業。」

頭髮花白的兩個男人，為一片田，三百三十株芭樂樹，堅持做田七年。「因為沒賺到錢，很不甘心！」其實，能堅持這麼久，有一個不能說的祕密，他希望保有一個讓工人們仍有工作可做的地方，雖

然工資高、工人難找，但是好產品必會找到知音，他對前景仍看好。

六十歲從農，似乎年紀大了一點，但從陳適庸身上，看到了充沛的活力與探索的樂趣，足見田園樂不分老少，都能透過身體力行得到歡愉與豐收。

攻略 2

水不要太多，水果才會甜

關於用水，陳適庸也有自己一套想法。從農初期，兄弟倆特別跑到燕巢，看別人如何以慣行農法栽種芭樂，發現為了省時省事，大多以溝渠灌溉的方式栽種。跟著做了幾年，陳適庸發現這樣芭樂不甜，於是開始嘗試將水的需用量減少，改以澆灌的方式，以增加果實的甜度。他表示，由於有機化的土地，大多有雜草覆蓋，土壤涵水率高，颱風每來一次，土地就喝飽了雨水，可以維持一個月不用澆水，「水不要太多，水果才會甜。」

2010

取得「有機轉型期」證書

主婦聯盟
成為獨家
銷售管道

2011

進入「主婦聯盟」銷售

2013

取得有機認證

剪枝不難，
唯勤而已

由於果樹須靠嫩葉幫助養分吸收，等新葉長出後，就會開花，花謝之後就會結果，所以要勤剪枝，以剷除過多枝條與葉子，新生嫩葉，更要讓陽光充分照射及通風，減少病蟲孳生。



取得有機轉型期認證後一年多，經朋友引薦而進入主婦聯盟，現在主婦聯盟已成為青田有機農場獨家銷售管道。



關鍵成長歷程表

2007

選地整地

購入蔗渣做土壤改良



2008

土壤通過重金屬檢驗

於嘉義縣鹿草鄉創設青田有機農場

決定採取有機方式種植芭樂

芭樂，
在它的日子
閃耀

2009

申請有機認證

委託
有機驗證
機構進行



目前台灣有許多驗證機構可協助農場取得有機認證，青田有機農場委託「財團法人和諧有機農業基金會」進行驗證，該基金會聘請具農事、植病與加工專長之專業人士，可以針對農場提出評鑑的看法與建議，並提供認證。

一般認為，芭樂是整年生，沒有季節性的水果，但是從市場價格來看，冬天雨水少、低溫，果樹成長較慢，吸收養分較為完整，所以價格高且較好吃；夏天雨水過多，日光照射過烈，促使芭樂生長快速，價格較差，並且沒有冬季產的來得好吃。

選田，也要驗明正身

從事有機農作，選田很重要，必須確認它沒有汙染，才可以進行後續的種植工作。選田步驟如下：

1. **選田**：找荒廢時間較久、離家較近的田；環境獨立並設有隔離帶，以做緩衝。
2. **檢驗**：將土與水送農改場檢驗，確認無重金屬殘留後才租。
3. **土壤改良**：種田之前先做土壤改良。
4. **檢驗**：再次將土與水送檢。
5. **申請認證**：確認無毒殘留後，申請有機認證。

大從農
大聲公





10

什麼是小型家庭農場？ 如何維持生態平衡？

聯合國訂定二〇一四年為國際家庭農業年，提倡小型家庭農場，在維持生物多樣性、農業可持續發展、發展在地的經濟、與消費者互動、傳達農業重要訊息等方面，扮演重要的角色。

一位台大昆蟲系教授，正運用他的專業，以生態平衡為原則，親身實踐小型家庭農場的可能性。

文／姚淑儀 攝影／薛展汾

石正人的田收成了，是被颯風收成的。本來已要採收的木瓜，被風吹成了和尚頭，辛苦養大的蜜蜂也飛光了，每次颯風過後，就得重新整理兩、三個月，但他十分淡定，細數著，有菜、有果、有花，四十來種不同作物，還有蜂巢和雞舍，沿著山，巡一趟，六十歲的石正人正好運動一遍。田，就是他的生活。

為親近自然 半農半X十年

石正人為台大昆蟲系教授，也是國內著名的蟲害防治研究專家，十多年前台灣農村蔓延的紅火蟻疫情，就是在他的努力下，研發出適合台灣氣候的抗溼性餌劑，一舉破解了紅火蟻擴散途徑。

這一位學術界人才，研究到最後，竟然跑去種田。

「在我心中，田代表了兒時記憶。」老家在苗栗縣苑裡鎮，石正人從小在田裡長大，但讀書與就業，使他與田漸行漸遠，而內心對田的呼喊，卻越來越大聲；雖在學術界已有成就，但放下一切，重回田園生活，才是石正人的嚮往。

「每次帶學生戶外採集標本時，前一晚，我一定睡不著。」大教授竟然像小學生一樣，為隔日的遠足興奮不已，這訊號長達多年，越來越強烈，後來他才知道，這就是山林的呼喚，原來他內心極度渴望脫離城市生活與自然相近。

一天，他帶學生來到宜蘭縣頭城鎮山上，就再也回不去了。「看到這裡的山與海，突然感覺：這裡就是屬於我的！」於是，隨



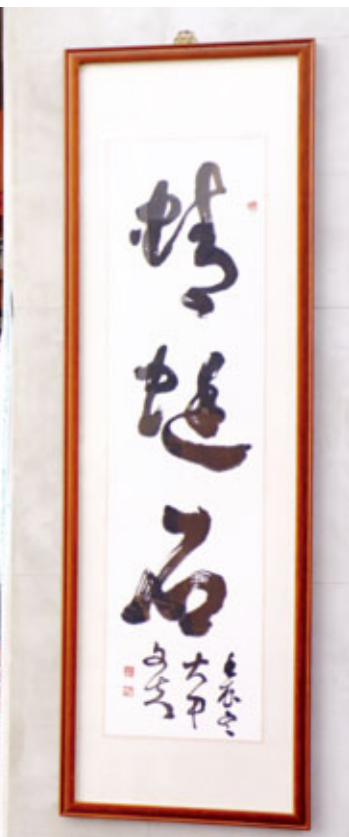
石正人

從農年紀：45歲

過去職業：台大昆蟲系教授、蜻蜓石民宿主人

從農挑戰：生態平衡耗時，有機農法耗資又耗力

從農優勢：具病蟲害防治專業背景，以及豐富的農業知識



石正人不但分享空間，也分享生活經驗與態度。客人來這裡住，跟著主人出去種菜，品嚐農場有機料理。

口問村民有沒有人打算賣，竟然有，這一片無人問津的荒蕪之地，地主半買半送，石正人也樂得撿便宜；剛開始以積蓄五百萬購得五公頃，後來越買越多，現在已經買到十二公頃了。

就這樣，二〇〇〇年開始，石正人一邊在台北教書，一邊來宜蘭開墾，週五一下班就來，不願意多等一刻，晚上甘願睡在貨櫃屋裡，直到週日才不捨的離開，享受「半農半X生活」十年之久。五十五歲那年，他選擇提早退休，正式從農。

為保護生態 堅持有機農法栽植

石正人一面整地與規劃，一面思考該如何利用這一片土地。「如



果將來只有我們夫妻倆住在這裡，好像也蠻無聊的。」石正人認為，民宿是一種分享經濟的概念，不但分享空間，也分享主人的生活經驗與態度。「客人來這裡住，和主人一起聊天，跟著主人出去種菜，品嚐農場有機料理，享受寧靜之美，很符合退休後的我們想要過的生活。」

於是二〇〇六年開始規劃，六年後才正式開業。由於初到時，池水旁蜻蜓與蝴蝶群聚飛舞，所以將民宿取名「蜻蜓石」，主體建築也以蜻蜓為意象，從天上俯瞰，是一隻巨大的蜻蜓，停留在這美麗的山中。

房子蓋好後，田才是重頭戲，這也是石正人來此初衷。他是昆蟲生態專家，當然希望朝有機種植發展，石正人認為，過度依賴殺

蟲劑、除草劑與農藥，農村的生態環境會被破壞，一旦抗藥性產生，農藥失靈，作物就再也種不起來了。「所以，農藥並非解決蟲害的關鍵因素；要消滅害蟲，得靠害蟲的天敵，生物種類愈多、愈複雜的生態系，其實愈穩定。」

為求生態平衡 種菜養蟲

石正人指出，聯合國訂定二〇一四年為國際家庭農業年，提倡「小型家庭農場」，這些小型家庭農場，除了在保障糧食安全上有所貢獻，有效率的生產多樣化的產品，更可生產與環境結合的商品；而蜻蜓石有機生態農場就是在實踐「小型家庭農場」的精神，是一個將土地永續的觀念普及



石正人耕作的前兩年，種菜養蟲成了觀察的重點。



蜻蜓石有機生態農場就是在實踐「小型家庭農場」的精神，將土地永續的觀念普及化。

化的重要任務。

石正人的有機理念來自對生態的關懷。「我很喜歡這塊土地，為了維護它，有機是我唯一的選擇。」此外，種菜給客人享用，也讓客人來種種菜，享受田園生活；而有機的技术則靠自己摸索，從小跟著父親種田，後來又讀農學院，石正人的有機觀念齊備，技術與知識則靠網路獲得，一點也不難。

難在建立生態平衡。「生態是慢慢建立起來的，急不得。」石正人說，剛開始從農時，員工總說：「老師老師，蟲都排隊來吃你的菜耶……」，聽得他直冒冷汗。因為這些作物原不屬於此，多年來，此地的植物與環境已經取得平衡，整地之後，草已除光，作物就像誤闖叢林的小白兔，蟲不排隊來吃

它們要吃什麼呢？因此，前兩年，養蟲成了重點，沒有進帳。

石教授還是種，種菜養蟲。因為每一種生物都有牠的天敵，蟲出現，天敵有東西吃自然也會出現，害蟲一旦被天敵平衡，數量就會減少了，這就是生態平衡，這時開始有規模的種植，才會事半功倍。

「我相信有一天會達到生態平衡，只是不知道哪一天？」他估計，這平衡，二到五年後才會慢慢出現。在此同時，他採用「少量多樣的栽種模式，因為吃高麗菜的蟲，不吃小白菜，那就不要一個勁的專種高麗菜，引來過多害蟲，如此，也可降低虧損。」

兩、三年後，生態已達平衡，害蟲明顯減少，二〇二一年石正人開始有系統的種植蔬菜，以滿足

業務需要；二〇二二年正式營業，客人嘗過蔬菜後讚不絕口，離去前大多希望購買回家享用，需求越大，栽種規模也越大；二〇二三年開始申請有機認證，如今已在網路開賣了。

資源永續利用 養蟲餵雞

石正人表示，雖然自己已具有有機概念，但許多觀念，在申請養山文教基金會輔導與取得和諧基金會認證過程中，更獲得了釐清。例如，過去以為廚餘可以用來堆肥，輔導過程中才知道，原來廚餘裡仍含有許多重金属；一開始買雞糞當作肥料，也以為這是資源再利用，後來才知道，雞糞中可能含有許多重金属與抗生素，

攻略

1

什麼是「小型家庭農場」？

「小型家庭農業」以農戶為單位，經營者住在農村，擁有農田，家庭成員為主要勞動力，生產作物以自給自足，或透過銷售平台銷售出去，也就是一般所稱「小農」。從經濟效益來看，小規模看似小型家庭農場的缺點，但改變與創新的空間，都較大規模農場更具優勢。小農，更是將土地永續觀念普及化的重要單位，因此，聯合國訂定二〇一四年為國際家庭農業年，提倡小型家庭農場，以將土地永續的任務，落實到每個村莊與社區。



永續的任
務，落實
到每個村
莊與社區。

也不適宜；原本購買外部種苗，後來才知道，原來種苗也必須被認證為有機才得使用，但市面上有機苗木商過少，石正人乾脆自己育苗，如此一來，工時與成本又多了許多。

講到成本，這裡的雞蛋，一顆高達三十元，因為石正人養雞，不靠飼料而靠蟲。他種黃豆，打成客人喝的豆漿，再把豆渣拿來養蟲，養大的蟲給雞吃，雞下蛋給客人吃，使資源永續利用。由於雞只有二十隻，產量少、成本高，價格當然嚇人，無法推到市面上販售，只能賣給民宿客人享用。「我們有田可以示範，讓客人看到也感受得到，他們認同我們的理念，銷售就不是問題。」

他認為，傳統農業的問題就是不斷追求量產，新農夫必須擺

脫量產迷思，甚至不能只著重生產，也要融入銷售概念；不要把眼光只放在種田，而要結合觀光，讓產、銷與娛樂、教育結合，甚至要有超市行銷，一次購足的概念，讓客人來此休閒，來吃喝遊玩，也來採買消費，甚至加入文創精神，把產品包裝的特色做出來。

石正人覺得自己就像一個傳教士，不斷把對生態平衡的想法，傳遞給來到這兒的朋友；同時，他也將教育與農業結合，推出各種食農教育課程，開放部分田地讓學校參觀實作。課程中有的種菜、有的摘菜、撒種，使孩子可以看到食物的原形與生長過程，還推出從養山文教基金會課程中學來的「豆腐DIY」，也舉辦昆蟲營，教導孩子如何採集、標本製作、認識生態環境等等。



石正人以自己種植的作物，加工成各式醃醬。

攻略 2

病蟲害防治，可以這麼做

量多樣化：減少作物供給量，以減少病蟲害發生。

保護天敵：營造天敵有利的棲地環境，吸引天敵進駐。

人工除草：經常中耕除草，可破壞土壤中的害蟲棲地。

栽培管理：使用有機肥料及適當灌溉，增強作物抵抗力。

輪作：適當的輪作，以中斷害蟲食物來源，並破壞其孳生源。

順應環境：針對環境特性，選擇栽種病蟲害較少的品種。



石正人自己種黃豆，打成豆漿後，再把豆渣拿來養蟲，養大的蟲給雞吃。

田地裡，時常聽見石正人的宏亮笑聲，他的課堂，從大學殿堂搬到了鄉間，更遑闊了。他希望未來能夠以「市民農園」的概念，提供更多機會，讓國人透過認養方式加入做農的行列，也來體驗半農半X的生活，一方面可節省人力，另一方面緩解銷售壓力，更重要的是，帶領更多人親近土地，親近農業，親近這大地生態之美。



2008

規劃農田，整田試種，保持生態平衡

我應該種什麼？



先問市場，市場上最好銷的是什麼？消費者喜歡什麼？喜歡地瓜葉，就種看看地瓜葉。再問田，你的田不見得適合地瓜葉，每塊田都有自己的歷史，重新植入一個新的共生經驗，並不容易。最後問問自己的經驗，沒有什麼不敗法則，重點是去種，種了就知道了。

2010

從台大昆蟲系教職退休

2011

以自己的病蟲害專業，展開具規模的系統種植

2012

「蜻蜓石」民宿正式開業

引天敵出洞



害蟲本身就是吸引天敵的誘餌，可在田地附近種植蜜源植物引來天敵。種綠籬，營造棲地環境，讓天敵可以得到遮蔽休憩與繁殖。

2013

申請有機認證

2014

蔬果網路開賣



關鍵成長歷程表

2000 2001

購地

邊教書邊從農，實踐「半農半X生活」

半農半X
生活



開始規劃民宿



「半農半X」是日本《何謂生態學?》一書作者星川淳，以「半農半著」形容自己一面務農，以順從自然生態的生活為基礎；一面以著書寫作，向社會傳達生態理念的生活方式。之後，作家鹽見直紀也響應，出版《半農半X的生活》，鼓勵人們一面務農，一面從事自己的專業工作，既順從自然，又不忘實踐天賦。

如何實踐生態平衡？

如何實踐生態平衡，石正人說，只要做到「持守」和「等待」即可，說起來容易，但如何堅持下去卻考驗人性。

- **實踐持守**：只要持守不灑農藥、除草劑、殺菌劑、化肥，徹底實踐有機即可。
- **實踐等待**：等個三、五年，陣痛期過去，環境就逐漸平衡了。有害蟲、有作物也有天敵，三者不可或缺，盡力維持田地的生物多樣性，田，不能只有作物。





11

如何透過 知識與團隊力， 不斷自我提升？

「農業」是一門相當專精的技術，不是挑了一塊地就可以種出想要的作物，適地適用是一個很重要的觀念，更重要的是要走向永續經營。尤其，資訊爆發的時代，一群人一起努力，所能做到的遠大於一，這也是所謂的雁行理論，當一群大雁有共識交替領飛時，就能飛向世界各個想到的地方……

文／蔡明原 攝影／蔡世豪 圖片提供／賴明岐

以農業立國的台灣，社會上卻普遍存在著一種觀念：從事農務的家庭並不希望下一代繼續「做田」。同樣的情況也發生在賴明岐身上，所以工程學系畢業後，他就出社會從事疏濬、中華電信基地台等工程工作。只是已經闖過一番成就的他，仍然在職涯中途決定轉換跑道、回到家鄉接手家中的梨子園事業。這不僅需要很大的勇氣，更要在許多的質疑與不諒解中，堅持己見，走出一條屬於自己的農業之路。

首先協調長輩的 反對聲音

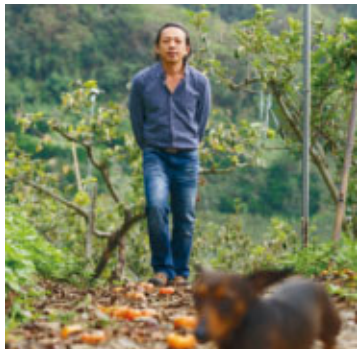
賴明岐說自己是一個很「鐵齒」的人，做任何事情都會設定一個目標、督促自己盡力去完成。

這樣的個性讓他對工作都是全心全意地付出，相對就犧牲了和家人相處與陪伴孩子成長的時間。而且工程的特性就是哪裡有任務就哪裡去，常常得要全台灣到處跑，可以撥給妻兒的時間便少之又少，因而萌生轉業的念頭。

然而，這份心意卻遭到長輩的反對，他們反對的原因不外乎「賺無錢」、「辛苦」等，賴明岐很清楚目標是什麼，他的耕作方式將會有不小的改變，也勢必會招致更大的反對聲浪。所以回鄉之後首先要解決和協調的要務，便是來自於「大人們」的「不同」意見。

「友善耕作」農法 挑戰觀念與收入

賴明岐採取的「友善耕作」



賴明岐

從農年紀：23歲

過去職業：工程業

從農挑戰：來自家族的壓力，經濟上的重擔

從農優勢：目標清晰且堅定，不服輸的個性

農法一開始就面臨家族長輩與同儕們的反對，特別是十五年前，慣行農法仍是主流，他們認為這種方式所能收成的成品不僅產量少、也不漂亮。但這位第二代著眼的是家裡所種出來的東西能否讓消費者以及親人們安心的食用？

「食的安全不應該只是一種口號，而落實的可能來自於解構現有的行銷模式、以一種「團隊合作、分工協力」的嶄新思維來取代，他說：「因為作物的販售價格不是掌握在農民手上，所以就會想說用農藥、用肥料來讓水果大一點、漂亮一點，這樣在跟行口議價時有較多籌碼。只是這樣的作法並不符合生態本性，土地也會因此變得貧脊。」

施行「友善耕作」農法後，賴

明岐發現童年記憶中的景象都回來了；那些大自然裡的玩伴如蚱蜢等昆蟲都在果園裡一一出現，他很開心的說：「這才是土地該有的面貌，生命都可以在這裡共同生活，而不是只有『人』。為了追求收成量，結果讓耕地寸草不生，這樣的作法和觀念其實要試著改變了。」

自己踏出的第一步已經收穫了成果，接下來要處理的便是迎面而來龐大的經濟重擔。這也是農民們最擔心的事情，因為改變農作法後的收成量在初期勢必會大量降低，收入當然也會隨之銳減。賴明岐說前三年自己的確被經濟重擔壓了快喘不過氣，收入淨額不夠支付材料費，必須要以借貸方式度過資金缺乏的困境。



賴明岐的瓜田，也以友善環境的方式耕作。

我該種什麼？適地適用為上策

台灣農民對於賺錢的農作物，常有一窩蜂的種植心態，花錢整地、蓋溫室、用藥等，結果來年產量過剩，反而價格崩盤。

的確，剛接觸農業的人很容易會被其他人影響，比如說某某人農產品的收成好、賣相佳，原本的計畫就可能開始搖擺。

要破除這些迷思，得把「適地適用」作為核心觀念。例如，小蕃茄需要鈉含量高的土壤，那就往海口近處栽植，作物的品質自然優良。

建議未來有意投身農業的年輕人，要透過市場分析走在每個潮流的高峰，並且掌握趨勢脈動、讓自己農產品的價值維持在高點。且方向確定後就要堅志定心意、不要輕易的就被左右。唯有如此，務農的深刻內涵才會被彰顯。



永續經營堅持不噴藥

真的要改變農法的話，決心很重要。因為果樹是一年一作，不像蔬菜一樣幾個月就可以收了；栽培果樹的修正期非常長，今年試這個方法明年嘗試另外一個方法，一次就是一年。過程是會讓人感到恐慌，甚至不知所措，需要很大的勇氣才能堅持到底。他說：「我覺得農民的眼光必須開展拉遠，所以永續經營是很重要的選項之一。我們不能忽視它的需求卻又要求百分百付出，這未免太為難這塊生養我們的土地了。」

這是跳脫出以人為本位的慣性思維，並嘗試把人放到和萬物同等的位置去重新檢討過往的作為。賴明岐說：「土地是有它的性格和特性的，人們得要先接近、了



賴明岐帶動后里區建立「馬拉族」和「天后奶梨」兩個農產品行銷品牌。

解它才能和平共處。比如說土壤
中本來有益生菌存在，結果為了
殺死壞菌搞得整個園子一片死寂，
最後又要增加肥料用量來讓作物
生長，無形中也提高了農業的資
本，並不划算。」

像是今年梨園的採收過程，
賴明岐被長腳蜂叮了不下百針，
手掌還因此腫成兩倍大，跑急診
就醫時，醫師告誡他說，如果被
叮咬的過敏反應嚴重的話，會有
休克之危險。即便如此，他還是堅
持不噴藥：「有朋友說只要灑藥
下去這些長腳蜂就不會出現了，
只是好不容易回復、維護起來的
生態環境就會被破壞了。被叮咬
當然很難受，而且也會擔心生命
安全的問題。但我在想的是，蜂類
等昆蟲的出現表示這個環境適合
牠們，而和土地自然打成一片不就

是返鄉的初衷嗎？」所以賴明岐想到的辦法是噴灑樟腦油驅離牠們，然後趕緊採收，等味道散去昆蟲們也會跟著回來。

建立兩個 農產品行銷品牌

除了耕作方式的改變，為了要能真正解決農民在生產、銷售等環節上的問題，賴明岐組織產銷班，耐心溝通，使安全用藥成為一種習慣，並帶動后里區建立兩個農產品行銷品牌，以白箱黑字年輕化包裝的「馬拉族」品牌和「天后奶梨」禮盒分銷不同通路，深耕宅配及網購，讓售價從二〇〇七年度每公斤六十五元一舉攀升至二〇一二年每公斤價二百一十元。

他說：「我們原則上不砍價，

只要外面能賣、就絕對不砍價格。

農民要能生存就要有合理利潤，只要利潤夠了，就不會為了要讓蔬菜水果賣相好看、可以在市場上多點銷售量，而使用過多肥料和農藥，所謂的永續經營才有實踐的可能。」他知道不是所有的農民都可以接受或完全改變耕作方式，所以兩個品牌各自有不一樣的作物銷售，做出區隔後，產品才不會打對台而又陷入價格取向的競爭中。

說到底，賴明岐想建立的民眾對於農產品「價值」的認同。大家都知道「民以食為天」，但忽略了「食物」在送到餐桌前的生產歷程，是經過了多少人的努力才有成果。這牽涉到的是民眾要認知「農業」在根本上是一門相當專精的技術，不是挑了一塊地就可以種出想要的作物。



栽培果樹需要極大的耐心，即便是引來長腳蜂在樹上做窩（左），賴明岐仍堅持不噴藥。

青農聯誼吸取他人優點 轉化為前進動能

獲選為台灣「國際交換草根大使」、「全國百大青農」的賴明岐，曾前往菲律賓推廣農業，他傳授了能讓堆肥有效發酵的施用菌種方法，讓菲律賓的農民們可以用很少的錢來讓收成更豐盈。

「吸取他人的優點和長處，轉化為自己在農務上的動能」是賴明岐奉行不渝的行事原則。他說老一輩的農民們在耕作技巧上會「藏步」，不大願意跟他人分享。但現在是資訊爆發的時代，農企業團隊及青年農民聯誼會之間的交流、溝通是非常密切的。新進的農民青年們不會有遇到問題只能自己想破頭的情況，只要在智慧型手機的聊天程式內發問，就會有其他農友們

即時又精準的回覆。

賴明岐說：「以前務農被認為是拚命做至少有飯吃，但現在不一樣了。如果只能賺取一般工資的話，還不如在公司行號上班。農民不應該被壓在最底層，他們的價值早就該被建立了。價值被確認了，辛苦栽種出來的農產品就會有對等的價格反應。」

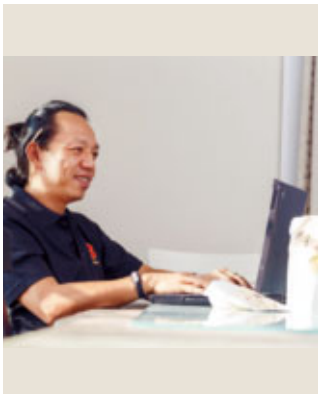
創立「知耕鳥 農企業有限公司」

為了替消費者「食」的安全把關、為了地球的永續生存與承擔起扶植弱勢的社會責任，賴明岐經由全國百大青農專案輔導，集合台中市內有共同夢想的一群年輕人，組成「知耕鳥農企業有限公司」。

攻略 2

智慧型耕作時代的來臨

現代的年輕人要務農，本身就具備了先天的科技優勢。產銷班的成員們在耕作上只要一遇到問題，滑一下手機，不久後便會有能人智士跳出來解決。以前那種悶著頭耕田的景況已經不在了，取而代之的是透過社群力量，即時處理各種疑難雜症。





賴明岐獲選為台灣「國際交換草根大使」，前往菲律賓進行農業交流。

知耕鳥顧名思義就是知道耕作的鳥，賴明岐表示，現在的農業不再是只會默默耕耘就能有所發展，當只有一個人辛苦地為農業努力時，所得到的最大值永遠不會超過一，但當一群人一起為了同一個目標努力時，所能做到卻遠遠大於一，這也是所謂的雁行理論，當一群大雁有共識交替領飛時，就能飛向世界各個想到的地方，這也是他們未來的目標，在地扎根，邁向世界，讓世界看到台灣農業的美好。



2012 2013 2014 2015



產銷班成員
密切溝通

產銷班獲得全國十大績優吉園圍產銷班

獲選后里國小家長會長

以生動活潑的方式帶領兒童認識農業

獲選為「國際交換草根大使」

前往菲律賓進行農業交流

獲選為全國百大青農

組成「知耕鳥農企業有限公司」

產銷班的成員們之間的交流溝通是非常密切的，新進的青年農民遇到問題時，只要在智慧型手機的聊天程式內發問，就會有其他農友們即時又精準的回覆。



關鍵成長歷程表

2000

2007

轉換跑道，返鄉務農，接手家族果園事業

採取友善耕作方式種植果樹

友善耕作引起反對聲浪



改變農作法後的收成量在初期勢必大量降低，收入也隨之銳減，以借貸度過經濟壓力，三年後才漸漸看到成果。

成立農產品產銷班

說服后里果農安全用藥

創立「天后奶梨」和「馬拉族」兩個行銷品牌

創立農產品行銷品牌



「天后奶梨」和「馬拉族」堅持不砍價以維護農民權益，兩個行銷品牌各自有不同的作物銷售，做出區隔後，產品才不會打對台而又陷入價格取向的競爭中。

堅持收入與生態維護之間的平衡

賴明岐認為，「務農」這項工作是在挫折、困境與壓力的不斷出現、衝撞下所成就的，經驗值也是在這樣的過程中一點一滴累積。例如從國外進口的植株假如稍微有破口，細菌入侵後就全部不能接種。而梨園的嫁接時機點如果過了，就算再送來新的植株，賴明岐選擇讓土地好好休養，也不願在不對的時間種植。在收入與生態維護之間的取捨衡量，得要有堅定信念才能持續下去。

大從農
公聲農





12

如何選擇有價值作物， 走向精緻農業？

即便是家中三代皆務農，
年輕一代的農民

想要改變以往慣行農作的方式時，

仍難免與長輩理念不合，

陷入理智與情感的拉鋸戰。

如何在長輩質疑的眼光下進行友善耕作，

找尋資源精進技術並改善土壤，

結合在地青農一起打拚，

並得到當地政府的支持，

相信是每個農二代、農三代都希望達到的夢想。

文／劉致昕 攝影／蔡世豪

台中市大肚區這天開進了一台造價四百萬的德國曳引機，而在另一邊，最小才二十九歲的二十餘個青年正熱烈地討論著台灣非基改大豆百公頃面積的耕種計畫，只睡了三、四個小時的豪士農坊創辦人顏明賢忙前忙後的指揮，他的音量再次提醒了大家該注意的事項。八年前他還是個農業的菜鳥，是個剛從憲兵身分退役的青年。

豪士農坊，意指不管再渺小的事情都會把它做到最好，亦稱為「好事」的農坊。年輕是個優勢，但往往也代表著缺乏經驗，特別是當年輕農人要挑戰新農法，用更友善環境、更安全的農耕方式時，就代表著更多的摸索。顏明賢決定從農之後，第一年挑戰的是黑柿蕃茄。

物種並不新，但他想從慣行

農法開始轉型，從安全用藥、不同的施肥方式開始嘗試。「我爸爸根本不想教我，因為這些用藥的量、時間點跟他習慣的都不一樣。」顏明賢回憶，他去請教附近一樣種植蕃茄的農民，老人家看似一步驟、一步驟的教了，但「第一年收成不到兩成，慘賠啊！」顏明賢的臉上還寫著痛。

長輩不教 自己報名進修課程

希望在農藥施灑上做到安全採收並且採用益菌肥的顏明賢，索性報名了當時中興大學益菌肥的相關課程，兩萬塊的學費只是其中最低的門檻，他還得每天在農忙之外重新當學生讀書、做功課，「這些都是值得的，因為這長



顏明賢

從農年紀：21歲

過去職業：憲兵退役

從農挑戰：無產銷經驗

從農優勢：年輕、家中有田地

期而言會改變土壤，然後讓我們的东西品質跟別人不一樣！」顏明賢娓娓道來，慣行農法之下化學肥料對土壤的影響，以及使用益菌肥之後土壤中的酸鹼值、微量元素將如何改變。

「現在客人吃我們的東西，都說他們吃到以前的味道！」顏明賢得意的說，幾年來益菌肥讓土壤漸漸回到過去，水果中的甜味不再只是化學肥料堆積出的死甜，來自土壤的自然香氣，讓他的水果帶著別人無法取代的風味。「如果沒硬著頭皮去上那個課，現在也沒有那個甜味。」

友善耕種 忍受外界異樣眼光

看著兒子一路摸索，已經從農

三代的顏家長輩當時還無法理解顏明賢為著一塊未知的市場、未知的收穫量，為什麼要不顧一切地投入？時間、新資材、田地，顏明賢自己都承認「那時候為了要拚出自己要的成績，真的是沒有在想成本的。」

用義無反顧形容當時的他並不為過，「沒辦法，那口氣嚥不下去，看人看得很沒重量。」顏明賢回想當時的處境，從軍中退伍之後決定返鄉，當家裡的第三代決定繼續從農，整個家族給的卻不是溫暖的支持。

「家族聚餐沒有人理、聊天也插不上話、穿什麼也有不同的層級。」顏明賢的爸爸身為長子承接了祖父的農事，其他的親戚則跟著工業化的步伐走進了工廠，在都市求生。

攻略 1

益菌肥培養 讓菜鳥變專家

不是本科系、沒有自己調製肥料、農藥的經驗，現在家中躺著來自農試所、農改場、學校的書籍，「光藥物學的書就花了我四個月！」以實現理念為目標，學習，是他試著在家田中開拓農業新路的第一步。





使用益菌肥會改變土壤，生產的作物便有自然的香氣。

不只是不從農的人沒給顏明賢好臉色，在地的長輩農友看著「特立獨行」的顏明賢，「種那個什麼東西啊，我隨便種都比你好！」顏明賢的耳中聽到其他農友的轉述，心裡當然少不了苦悶。試著自己到市場賣作物的顏明賢，進了市場卻不懂得叫賣、不懂得長袖善舞，木訥的他在市場裡也顯得孤獨，擔心的媽媽後來成為夥伴，就帶著他在市場裡打點人際，賣出不少作物。

全年都有作物 培養四季消費者

如今的顏明賢，不再內向，不停打來的電話，催促他張羅著各種事物跟產官學的需求，現在二十餘人組成的大豆復耕農青團

也由他帶領。過去八年，他的學習跟進步顯而易見。

八年前，當他還是一個剛退伍的農業菜鳥時，他有了第一個長期計畫，那是他堅持的力量跟方向。「我想要幫我爸爸找一個新的可能。」以種稻、代耕為主的顏爸爸年收入七、八十萬，還算穩定，但顏明賢想的是未來，爸爸無法維持如此大的工作量時該怎麼辦？

當初，他確定自己要努力的方向，追求作物的食用安全跟高品質。接著他希望運用家中的六公頃稻田，打出品牌。於是他試著說服爸爸把五、六分地交給他，從蕃茄開始嘗試，陸續種了哈密瓜、香瓜、落花生，甚至在七、八年前他就開始種植黃金蕃茄，每公斤售價都比一般小蕃茄多了十到

二十塊。「種這些不同的作物，是希望全年我們家都有作物。」顏明賢說，「這樣消費者就不會跟我們失去聯絡啊！」他笑說。

跟一般農夫思維不同，當人們選擇把一種作物種到好、把量衝大，他卻從消費者的角度出發，希望一片沃土能夠培養出一群四季都記得自己的消費者。最大的不同，是顏明賢不用再擔心作物賣不掉的問題，死忠的消費者每一季都主動上門續訂不同作物，「有時候有剩，拿到市政府的市集就賣完了！」

去年成立品牌之後，他也開始將爸爸的米帶入品牌，試了五、六個品種，終於在過去兩年以友善農法試出自己期待的品質。「未來以米為主體商品，然後其他高價值的經濟作物在每一季搭

2 攻略

失敗也是一種學習

從農一開始都只是憧憬，但接下來處處都可能是瓶頸，沒別的，就是多看、多聽、多學，鎖定好目標之後就不要放棄。

前兩年蕃茄收成慘賠之後，第三年，蕃茄的品質終於靠近顏明賢的期待值，接著顏明賢又從家中借來更多稻田，種植哈密瓜、香瓜、落花生，直到近兩年改良爸爸種的米、成立自有品牌，菜鳥過去八年中試了五種作物，現在個個供不應求。「遇到問題就去處理，永遠都會有解方的，失敗了，記錄起來，明年再來。」顏明賢句句講得肯定，句句都是八年經驗換來的心得。



顏明賢的爸爸（右一）和祖父（左二）原本以疑惑的眼光看著他的從農抉擇，後來終於肯定了他的成果。

配。」顏明賢解釋著他這八年的計畫，以及他為什麼做了那麼多看似傻氣的嘗試，要用益菌肥就自己去上課，要無除草劑，他就自己一根一根用手拔雜草，直到收益都打平了，爸爸這才少了一些懷疑。顏明賢繳出了漂亮的成績單，而且打拚精神沒話說。父祖與家人的態度漸漸軟化，開始肯定他的努力。

成立青年農夫大豆團

而下一步，他跟夥伴成立的青年農夫大豆團，將跟台中市府一同挑戰百公頃台灣大豆復耕的計畫。為了踏出這一步，家中以代耕為主的顏明賢貸了上千萬貸款，光是一台為了符合大豆深耕需求的德製曳引機就要價四百萬元。

這個由市府發起的政策，為什麼顏明賢要號召夥伴們一起投入？用功的他立刻說了他研究過後的理由。

一、大豆生長過程釋放固態氮，與稻米輪作有助降低所需肥料的成本。

二、大豆採旱作，可以幫助水稻減少福壽螺、線蟲的危害。

三、市農會保障了技術指導、種子肥料的費用，而種出來的非基改台灣大豆都將成為學齡兒童喝的豆漿。

四、保證收購價下大豆利潤比稻米高，而對非基改大豆的需求，也讓高價市場的潛力無窮。

「大豆實在是很敏感的作物，」問他難度，顏明賢一開口就說。在台中海線的田地試種大豆，就像從頭開始摸索一樣，從溫度、

濕度、日照以及海線特有的風，都要一一觀察跟實驗。也因為是第一次實驗，本來打算復耕一百公頃的計畫，遇上了兩個颱風，打亂了本來就短的可耕種時期，只好將計畫規模縮小至三十公頃。

因為敏感，所以顏明賢及復耕團隊從挑品種開始，就以耐寒、耐風品種為優先。不只是如此，又因為無日照的時間如果過長，大豆的開花會提早減少產量，低於二十度時會停止生長，所以在兩個颱風之後團隊都搶著時間耕種，而屬於半旱作的大豆田，在第一、第二次的水量控制特別困難，必須按照田地條件摸索出最適當的水量。加上雜草、天氣、海風等，這些都一再考驗復耕的計畫，而真正的結果如何？不只是團隊都在期待，今天許多稻作歉收的



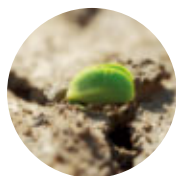
生長中的大豆幼苗（左）。顏明賢不用除草劑，一根一根用手拔草（右）。



顏明賢跟夥伴成立的青年農夫大豆團，將挑戰百公頃台灣大豆復耕的計畫。

農人也都抱著期望，希望能為海線的田地找到新的可能。

「我還年輕，這次如果拚不起來，機器在我手上、經驗在我手上，可以慢慢試，只要種得出好的東西，市場就在那裡。」顏明賢這番話講的自信，但從他過去八年的經驗看來，這只是他又一次的實踐堅持的開始，且這一次，是為了在地的產業而拚，為了更好的未來而試，往精緻農業的方向走，不斷自我提升，一定能見到曙光。而且「只要農民的生活變好就會有人進來了，這樣大家還需要害怕台灣農業會有斷層嗎？」他說。



2014

2015

設立豪士農坊

以稻米做為全年提供產品，充實品牌產品

成立青年農夫大豆團

與台中市府挑戰百公頃台灣大豆復耕計畫

與市府農會合作



以農會的優惠貸款更新機具，擴大代耕業務及範圍，也讓在地農產有更多的選擇。



為了符合大豆深耕需求而花費四百萬購買的德製曳引機。

關鍵成長歷程表

2006

以友善農法試種黑柿蕃茄

收成不佳，慘賠收場

前往中興大學進修

自我充實
農耕技術



2007

自行調配益生菌農藥及肥料

2008

高品質、安全用藥的蕃茄被搶購一空

修讀中興大學益生菌課程、農改場藥物學，自行調配農藥及肥料，建立安全采收，不再仰賴化學肥料，改善土壤地力。

2009

開始參與父親稻米種植

成立品牌



種植不同生長季節作物，養成忠實顧客，讓自己擺脫產銷通路壓力提高利潤。

新一代，組團隊才有力量

從菜鳥到成立品牌的農三代，不管是益生菌的培養還是客戶關係的經營，八年過去，顏明賢成了青年農夫的諮詢對象，「年輕人工務農，技術都會分享，有錢要大家賺！」他說，「我的目標是帶動整個地方的產業，把核心技術放給大家。」對顏明賢來說，二期稻普遍收穫量較少的台中海線，需要所有人一起思考轉型。「有穩定的夥伴之後大家才能互相支援！」接著就是跟大盤商爭取，讓品牌能見度高。唯有「共好」，才有策略瞄準的效益。





13

混水摸魚，
也能以新技術
創造好錢途嗎？

原本學的是企管，
一個養魚門外漢，
卻一頭栽進龍膽石斑寸苗養成，
開始了混水摸魚的生活。
在這條學習路上，他先以爸爸為師，
然後又向養殖經驗豐富的前輩討教，
同時參加農民學院的進階班，
技術愈來愈精進，
也漸漸看到了
台灣養殖業的新趨勢與未來的曙光。

文／曹沛雯、陳泳翰 攝影／許懷哲

成長過程中，我們在迷霧般的未來中一路摸索前進，沿途所遇到的人事物，往往引導著我們的與原先的夢想背馳，朝往截然不同的風景前進。每一個認真的當下，都是美好未來的累積。雖說隔行如隔山，或許需要的只是多一點的毅力與勇氣就能繼續前進！

位在台南鹽分地帶的將軍區，鹹鹹的海風吹送在一望無際的魚塢與鹽田，也吹送走了許許多多為討生活而前往城市打拼的年輕人。鄉間恬靜帶有些蕭條的街景，往來的大多是老人與孩子。卻有個年輕人反其道而行，熱愛鄉間恬靜生活的他，連創業路都反其道而行，原本學的是企管，一個養魚門外漢，卻一頭栽進龍膽石斑寸苗養成，開始了混水摸魚的生活。

知足常樂 吃苦當吃補

大學唸的是企管，服完兵役後在台北從事電子業業務，大二就開始自學氣功的大牛，在這時候遇見了改變他一生的氣功老師。離開台北的他跟著老師到苗栗縣泰安鄉，過著歸隱山林的生活。每週不到一千元開支，沒有電視、網路、報紙……遺世獨立。遠離城囂喧嘩，陪伴他的是流水潺潺、竹葉搖曳悉悉簌簌、夜裡還聽得到貓頭鷹啼叫。那時候他體悟，原來人在金錢與物質上的需求可以這麼簡單。結束了隱居生活後，在高雄工作快一年，卻因厭倦都市生活而向當時家鄉從事養殖業的父親提議，乾脆回家幫忙。親情的呼喚，促使無心留戀城市生活的楊大牛毅然決然回到家



楊大牛

從農年紀：30歲

過去職業：電子業業務

從農挑戰：隔行如隔山

從農優勢：找到對的老師

鄉。

楊大牛的父親在很年輕的時候，來到將軍這一帶買地，開墾荒地一切從無到有，一直以來都是從事養殖業，養魚、養蝦、養鴨經驗豐富。他回家後，先跟著父親一起養蝦，第一年不支薪跟著爸爸學習，幸好先前在山上已習慣了簡單的生活，對於物質生活要求非常低，即使沒有收入，對於這樣恬淡的鄉村生活倒也甘之如飴。

與父親共事過程中，不諳表達情感的楊大牛表示，記憶中這應該是從小到大父子關係最親近的一段時間。個性倔強的父親對於養殖業有傳統堅持，例如大部分的養蝦人家會混養魚類，以降低風險，至少無蝦還有魚可以賣。但父親卻選擇純養蝦，而且養的還是有機蝦。擁有商業管理

背景，凡是講求數據分析的楊大牛，對於父親不計成本，一心認為只要把事情做好就會賺錢的觀念，覺得很敬佩。

對的老師是一生的貴人

不久，楊大牛自己在經營理念、工作習慣開始有了許多創新的想法，感到欣慰之餘的父親，了解彼此觀念有落差，鼓勵積極好學的楊大牛不如自己出去創業，走自己的路，並願意繼續擔任兒子的技術顧問。於是和母親借了八十萬元租魚塢養蝦，慘的是由於仍然缺乏經驗，成果奇差。

這時候恰巧透過台南市漁會推廣組介紹，到養殖業者的魚場，學習室外土池繁殖石斑白身苗，在那裡學習了快一年，領的是



楊大牛的父親一直以來都是從事養殖業，養魚、養蝦、養鴨經驗豐富。



在養魚這條路上，父親（右）是楊大牛的第一位老師。

餐費和賣魚分紅的錢，當時年收入不到十萬元，雖然拮据，但每天的學習與刺激，內心是充實而富裕的。在一年後，回到將軍區與人合作建立新的室外土池繁殖場，開始獨立繁殖石斑白身苗。

這段期間，楊大牛常到爸爸認識的一位養殖石斑魚寸苗朋友處學習，這位叔叔是養殖本科系出身，在學理或實務經驗上都擁有很豐富的經驗。

在叔叔那裡接受到無私的知識分享，讓楊大牛理解到其實養石斑魚的眉角不難，就得看個人善不善於觀察。隔行如隔山，有經驗的前輩即使願意傳授心法，也必須要培養善於觀察，舉一反三的能力，找到自己的經驗法則。

減少失敗 就是提升成功機會

向叔叔學習到的寶貴心法，讓楊大牛一步一步慢慢搭起完整的知識系統。他於是貸款了三十多萬蓋廠房，建立室內循環水系統，開始創業經營龍膽石斑寸苗養成，又花費了三十多萬元在廠房周邊蓋了生活設施，好就近守護魚場。

龍膽石斑白身苗在七月至十一月間為產出期；之後七月到來年四月開始養殖成為寸苗，這段期間也就是楊大牛忙碌的時刻。尤其在寸苗養到十公分之前，為期兩週的時間，需要二十四小時密集觀察和照顧。二、三天就必須篩選一次，把大魚和小魚分開，避免互食。還要訓練牠們開始進食

飼料。之後就可以比較輕鬆了，只要一天投兩次餌即可。

話雖如此，二〇二二年進的第一批魚苗，竟然還是全部死光，讓他慘賠了二十萬元。吸取教訓後的楊大牛發現，想要獲利，至少要做到一件最基本的事：提高石斑魚的存活率。

石斑魚很容易感染病毒，若是發病後死亡，沒有及時處理，很快就會蔓延成魚瘟。二〇二二年那場失敗，問題就在於進貨時買到了染病的魚苗。為了降低魚苗的發病機率，他從兩方面下手：首先，他在購買魚苗時，便開始利用快篩試劑，降低購入染病魚苗的風險；其次，他主動與政府單位合作，一起開發石斑魚的專用疫苗，加強魚隻的抗病能力，為此，他甚至還和朋友開發了一套專門幫魚「打針」的

攻略
1

漁產養殖必須要有高人指點

這一行獲利空間大，但同時也有風險大、成本高的問題。一開始若沒有人傳授經驗，失敗率高達八成。

雖然入行難度不高，但有許多細節與眉角要注意。花五十萬買一萬尾白身苗，若遇病害，可能在三天內化為烏有，這也是為什麼大家說養殖業風險高的原因。而且一般人往往不懂行情，設備、魚苗、基礎建設……常常會買貴。一定要找到對的人、願意幫助你的老師，千萬不要聽信某某人說今年賺了多少暴利，而誤以為真的很好賺，因而莽撞投資。



戶外養殖場較容易受天候的影響，變數也較高。

機器，降低人工注射成本。

在楊大牛看來，要避免石斑魚染病，還有一個關鍵步驟：建立室內水循環系統，才能降低外來病毒侵入的風險。他說：「南部有些地區流行活水式的養殖法，不斷地抽取海水進入魚塢，再將池中舊水排入海中，雖然成本較低，但也增加了外來病毒入侵的風險，甚至可能與鄰近採取同樣養殖法的魚戶，交叉傳染病毒。」而他主攻的室內水循環是個封閉系統，病毒的問題相對好處理，又因為室內的水體體積固定，用藥比例比起室外土池更好估算，麻煩的是，楊大牛必須投入更多心力，控制好室內池的溫度、酸鹼值、溶氧量、阿摩尼亞濃度、亞硝酸濃度……就像是家中水族箱的超級放大版，任何一個數值一超過標準，就要儘快用換水等方法

式對症下藥。

經營的第二年，年收終於破七十萬元。由於室內循環系統非常依賴電力，停電的時候，室外土池尚可撐一天，但室內循環系統只要一個小時魚就會缺氧而死。為了預防停電所造成的風險，他利用第一次賺來的錢添購了發電機，分階段完善廠內的設施。但他的這套室內循環系統和前人不太一樣，在效能不變的前提下，幫浦和馬達的數量都減少了，這可以大幅降低占室內養殖成本很大一環的「電費」，讓他在兼顧魚苗存活率的前提下，留下足夠的利潤空間。

安全產品才有成長市場

解決技術問題後，未來還是有挑戰等著楊大牛。過去幾年，龍

膽石斑魚主力市場為中國大陸，

但因政策改變，進口數量已大不如前。楊大牛體認到台灣內需市場小，雖然都是小漁民小企業，也得趁著技術還有優勢的這段期間，儘快開拓其他的國際高單價市場，避免最後所有業者都只能留在國內競爭。他注意到，目前國內鰻魚出口日本名氣響亮，產品已經得到信任，國際競爭力強。

日本其實也吃石斑魚，如果台灣能輸出符合日本市場標準的產品，這絕對是一塊藍海市場。

「絕對要有安全的產品，才會有成長的市場」，楊大牛認為，要突破日本市場，需要政府單位主動協助開拓，也需要國內業者加強建立用藥標準。目前國內養殖業，常常會遇到藥檢超標的情形，這也是至今石斑魚仍然打不

攻略 2

如何讓魚的品質更安全？

採用室內循環系統養魚，可以大量減少投藥。選擇買進有接種疫苗的魚，本身抵抗力強。加上魚塢位置位在台十七線以東，雖然偏僻，但離沿海台十七線以西的魚塢密集帶有一段距離，所以不易感染流行的病毒。

唯一的缺點是室內循環系統非常依賴電力，停電的時候，只要一個小時魚就會缺氧而死。為了預防停電所造成的風險，必須添購發電機，廠內的設施才算完備。



採用室內循環系統養魚，可以減少投藥，但必須注意電費成本。



進日本市場的最大阻礙。採取室內循環系統養殖、還會幫魚隻施打疫苗的大牛，就不用太過煩惱這個問題。他自信地拍胸脯保證，自己不但年年藥檢都合格，而且每一次都比標準合格太多。想要打開日本市場，他的遠見，可能就是台灣石斑魚養殖業的新曙光。

2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015

發現技術門檻太高

透過台南市漁會推廣組介紹，到養殖業者的魚場，學習繁殖石斑白身苗

與人合作建設土池繁殖場

向經驗豐富的前輩學習養殖技術

回到自己的魚場建立室內循環水廠

收入欠佳

參加農民學院進修課程

收入打平

第三年轉虧為盈中

農民學院
開啟
學習之窗



農民學院最佳進修途徑

行政院農委會設置了「農民學院」網站，整合了農業入門、初階、進階、高階等訓練課程，提供農民進修。楊大牛在二〇一四年參加進階班後，不但獲得許多養殖知識，更具備了多項青年創業低率貸款的基本資格。



關鍵成長歷程表

1999

大學畢業

2001

退伍

2006 2007 2008

到高雄工作

返鄉和父親一起養蝦

參加漂鳥計畫

第一次和母親借錢租魚塢



參加漂鳥計畫

二〇〇八年參與農委會的「漂鳥計畫」，過程中學得到農漁經營新知，指引了不少有心從農的青年輕鬆入行。

善用
公家資源

高人指點
很重要

向經驗豐富的前輩學習養殖技術

隔行如隔山，找到高人指點很重要，可以避免無謂的損失。但有經驗的前輩傳授心法之餘，自己也必須要培養善於觀察、舉一反三的能力。



節能永續才能生生不息

一般室外土池的平均溫度大概是十五至十八度，冬天容易有寒害，而且氣溫過低魚兒容易消化不良。楊大牛認為，採用室內循環系統可以越冬，室內溫度約保持在二十五至二十八度，讓魚兒輕鬆依賴室內加溫系統穩定成長。通常到了來年四月，寸苗會長到二十公分就可販售了，每年比一般室外土池可多收成一次。由於採用循環水系統，用水量少，大大珍惜了水資源，這也是未來水產養殖業的趨勢。

大從農
公聲農





14

觀賞水族產業， 如何以研發保持優勢？

小農可以不只是微型企業，
很有機會擴大為中大型的農企業，
但必須思考，自己擁有哪些核心技术？
需要什麼樣的人才？
商場瞬息萬變，
要是核心技术喪失了競爭力，
商業模式又該如何調整？
幾經波折的方祖豪不斷保持彈性，
在不拋棄核心技术的前提下，重新定義市場，
讓公司能夠永續經營、不斷前進。

文／陳泳翰 攝影／陳郁文 圖片提供／邵港科技

台灣的觀賞蝦，是觀賞水族
的珍品，產值高居世界的六成，台
灣觀賞魚與周邊設備更在國際上
具有高度的知名度。除了觀賞魚

蝦屢次得到國際大獎外，二〇一五
年第一家台灣水族企業從德國抱
回了iF產品設計大獎，足見整體
產業發展活力與能量不容小覷。
見證台灣觀賞水族從披荊斬棘，
筭路藍縷，以啟山林的邵港科技
總經理方祖豪，是這一行的老手，
三十多年來的歷練，像是走過台
灣觀賞水族發展的一頁縮影。

回到一九七七年，是邵港科技
成立的第一年，當時公司只有三個
人，方祖豪和他的母親與哥哥。當
時還是學生的方祖豪，要克服重重
交通限制，從台北到墾丁南灣收
魚，連夜將觀賞魚包裝出口前，一
度還累到昏倒。如今，發展成一間

五十多人的企業，而且是具備自己
品牌的國際事業體。這段創業路，
一路甘苦，方祖豪點滴在心。

從觀賞魚 進出口貿易起家

從觀賞魚進出口貿易起家，
方祖豪趕上台灣觀賞魚養殖業的
黃金年代，從外銷香港開始，逐漸
將市場擴張到日本、美國等國際
市場。當年觀賞魚的國際貿易還
不甚發達，方祖豪從國外引進了
非洲慈鯛等魚種，交由養殖廠繁
衍，滿足內銷市場需求後，在價格
崩落前，便將多餘的產能出口外
銷，和當年台灣以內需刺激出口
的發展模式相同。

這段時間，除了觀賞魚的進
出口外，也將業務範圍擴大到飼料



方祖豪

從農年紀：16歲

過去職業：就學時就幫忙家裡創業

從農挑戰：產業門外漢

從農優勢：靈活變通的能力



研發人員的技術，是邨港最大的資產。

等水族周邊產品，和國內的飼料廠合作，將初級加工原料出口至國外，並代理國外知名品牌打入國內市場，光靠貿易服務，邨港的營收就連年穩定成長。方祖豪與邨港經營團隊做出了一個嚇壞同業的大膽決定：自創品牌 AZOO。

自創品牌 還得研發能力做後盾

「決定要自創品牌，源自於一股隱隱然的危機感。當時我們並沒有自己的品牌，也沒有自己的配方和技術，可是我們意識到國際間的資訊漸漸透明化，生產商與消費者之間越來越可以直接來往，貿易機會一定會慢慢消失。」如今網路快速發展、資訊流通百倍於以往，也印證了當時的決定，

不失為先見之明。

可是發展品牌何其容易，不單單是CIS的設計而已，後續還必須砸下大錢赴國外參展，連年投入大筆資金進行研發和行銷，方祖豪評估，大概花了至少十年耕耘，才覺得品牌有得到國際認同、闖出一番成績來。

不論是談行銷、談品牌，其實，方祖豪能成功站穩品牌的關鍵，是掌握自有技術，透過研發，找到自己的位置，從進出口貿易，搖身變成擁有國際發明成就的科技公司。

研發能量外包 加強異業合作

邵港從二〇〇一到二〇〇七年，連年發表新品種的螢光魚。看

似一片光明燦爛的未來，卻連續遇到了兩場大挫敗：金融海嘯和歐美國家對基改產品的反彈。

轉型經營品牌後，邵港成了一家以出口為導向的公司，不斷地擴張規模、甩開競爭對手，然而金融海嘯讓全球貿易量急凍，邵港反應不及，只得縮編、遷廠以求度過難關。有了那回的教訓，方祖豪將研發目標從長期改為中期，主打將既有研發成果強化，在三到五年內商品化成功，方祖豪說，「以前邵港就像一部大船，研發計畫都是上看十年，人員編制和投入金額都很大，雖然成功後會有驚人的爆發力，但是遇到金融海嘯這樣的全面性危機，要緊急轉彎就很不容易，嘗過教訓後，現在我們像小船一樣比較靈活。」

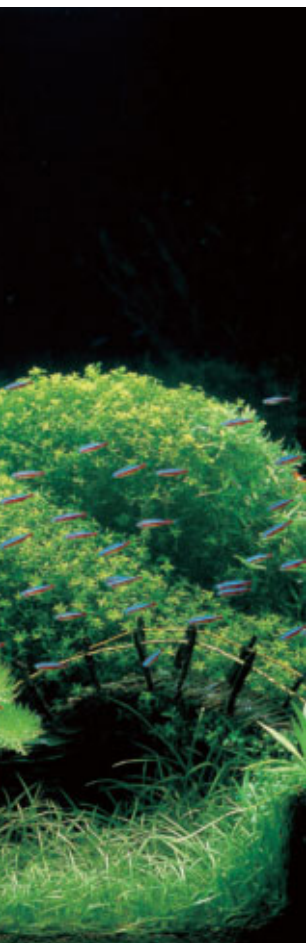


邵港以基因轉殖所研發出的螢光魚，曾於2003年登上美國《時代》雜誌，成為全球最酷的四十項發明之一。

保留核心技術，定位轉運中心

邨港科技位於屏東農業生物科技園區的分公司，定位為觀賞魚的儲存轉運中心，除少量自己能掌握繁殖技術的核心魚種外，其他魚種都是由衛星魚廠供應，發揮化整為零的綜效。

由上可知，方祖豪將自己的核心能力定位為「長途包裝運輸時的轉運技術」。由於邨港熟悉外銷流程，又有多年經驗，可以協助國外買家控管品質及採購成本；此外，舉凡物流過程涉及的分級、消毒、換水、灌氧、建立示警機制讓魚類習慣長途運輸等等技術，邨港團隊也早已駕輕就熟，扮演起集貨轉運的角色時，自然比其他廠商更具競爭力。



方祖豪所謂的小船策略，有點像是組織戰的作法，將研發能量外包出去，加強與學校之間的產學合作，以及與高階研究單位間的技術轉移。邨港不再什麼基礎研究都自己來，但是他們可以憑藉多年累積的市場嗅覺，判斷哪些技術有發展潛力，協助將其商品化。此外，方祖豪也意識到，水族是項高包容性的產業，除了本業外，還可以結合其他業者開發更多周邊產品。邨港跨產業異業整合找上了IC設計公司，開發出可以用智慧型手機管理監控魚缸的控制器，並與專業的光源設計團隊共同研發，掌握照明相關的生產技術，讓邨港在設計水族燈具時，能夠將市場需求與專業技術充分整合。



水族是項高包容性的產業，除了本業外，還可以結合其他業者開發更多周邊產品。

從螢光觀賞魚 到實驗器材整廠輸出

邨港遇到的第二場大挫敗，是曾經讓公司紅遍半邊天的螢光魚。由於國內外對基改的疑慮越來越重，原先熱賣的螢光魚，現在都卡在日益嚴格的法規限制，即便價位再高，也無法輕易進出口。掌握了螢光魚繁衍和基因轉殖技術的邨港，便必須轉換跑道，要嘛放棄，不嘛就得讓這項既有優勢繼續發揮潛能。最後，他們找到了醫藥市場。

邨港發現，實驗室裡的實驗魚，較無流落野外的疑慮，從新藥開發、水質監測、蛋白載體都派得上用場。尤其在新藥開發上，基因轉殖技術還能讓實驗魚的應用範圍更寬廣。此話怎說？

以最知名的實驗魚斑馬魚為例，其基因有七成和人類一樣，將斑馬魚引入前導的動物實驗，可將新藥開發的流程大幅縮短整整一年。而透過基因轉殖，全身血管都有螢光表現的斑馬魚，只要麻醉後就能作觀察，甚至不需像傳統的實驗鼠，必須要殺死後才能作切片研究，在實驗室的優勢更加明顯。

看準這塊市場，擁有養殖、繁殖經驗的邵港，便能以整廠輸出的方式，幫實驗室設計全套的實驗動物房，並教導他們如何將魚養活、取卵、規劃後續研究和應用方法，從軟體到硬體都統包的邵港，在不離本業的情況下，轉個彎又幫自己找到一片藍海。

與衛星魚廠合作 發揮綜合效益

除此之外，在觀賞魚貿易的商業模式上，方祖豪也與夥伴走出了獨特之路。他說：「觀賞魚特色是少量多樣，市場流通的魚有幾千種，一家企業不可能什麼都養，所以我們選擇化整為零，與衛星魚廠和玩家合作，由我們擔任轉運和外銷平台。」

以最知名的水晶蝦為例，邵港的供應商，主要來自台灣各都會區的個體戶玩家，堪稱宅經濟的代表。這群人將水晶蝦的育種當作樂趣，可以不計成本、三更半夜做研究，許多理工科背景的玩家，甚至可以引進不同的想法和創意。對方祖豪來說，與其自己獨攬，不如發揮自己在分級、外

攻略 2

多品牌行銷，作出市場區隔

邵港科技在一九九六年規劃出AZOO的主品牌，經過多年行銷推廣後，逐漸打開知名度。但隨著公司產品線的擴張，也開始推出副品牌，比如主打環保復育市場的「環保珊瑚魚」、針對風水需要推出的「太極之元」以及最新瞄準燈具市場的「FlexM」。個別的子品牌都奠基在特定的利基市場之上，多品牌的策略可以區隔不同市場，並推出不同的定價策略。





擁有養殖、繁殖經驗的邵港，以整廠輸出的方式，幫實驗室設計全套的實驗動物房。

銷上的優勢，專心幫玩家把多餘的水晶蝦賣到世界各地去，並同步開發水晶蝦專用的飼料和微生物製劑，與這塊市場一起成長。

短短幾年內，水晶蝦已經占到邵港科技活體觀賞魚類營收的三成，方祖豪語帶禪意地說：「有時候，大未必是真正的大，小才是真正的大。當你能化整為零，將所有資源納進來，很多個小集合出來的成果，會驚人的大。」不斷與時俱進的邵港，見證了觀賞魚業的發展過程，也讓人看見了台灣民間的豐沛能量和韌性。



1999 2001

2007

2013 2015

投入基因轉殖螢光魚的研究

通過 ISO 9001 國際品質認證

發表全球第一尾全身形螢光魚

成立全球第一座基因魚種源庫

進駐屏東農業生物科技園區

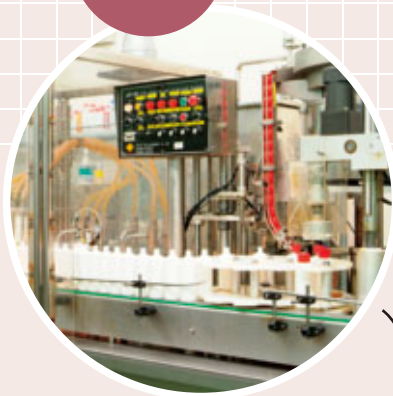
遭遇金融海嘯，重新調整公司方向

與玩家共創水晶蝦的宅經濟商業模式

Lexi-Mini 燈具獲德國 iF 產品設計大獎

認證打開國際市場

將區位條件
納入
設廠選擇



雖然總公司設在台北，但部港於屏東和林口，分別有觀賞魚的轉運中心以及周邊用品的發貨倉庫。前者靠近衛星魚廠，有集貨優勢，但距離空運站略遠；後者鄰近桃園機場，具備外銷出貨的物流優勢。

部港八成以上的營收來自外銷，為了讓自己更具競爭力，主動投入資源進行 ISO 9001 品質驗證、ISO 14001 環境系統驗證，讓生產與國際規範同步，吻合海外買家需求。



關鍵成長歷程表

1977



開始經營海水觀賞魚出口貿易

1982

進口海水觀賞魚，出口淡水觀賞魚



1987

開始代理經銷水族周邊用品

營收主力
來自
周邊用品



雖然觀賞魚是主角，但是全球的水族產業，七成的產值卻是落在周邊設備。舉凡魚缸、燈具、飼料、微生物製劑，都是玩家不可或缺之物。

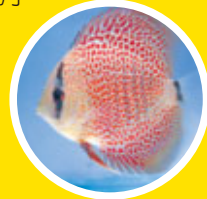
1996

自創全球性品牌 AZOO

農企江湖一點訣

發展農企業不單單是品牌CIS的設計而已，還必須投入大筆資金進行研發和行銷，卻最寶貴的資產，便是掌控在自己手上的技術。此外，還要有寬廣的視野和趨勢的敏銳度，以「化整為零」的群體作戰方式，才能靈活轉身，不但做大市場，也讓參與者雨露均霑。

大從農
公聲





15

如何從代工蘭園 到國際蘭展常勝軍？

這是一個成本和技術門檻都非常高的行業，回收等待期卻相對較長，但它又極具世界競爭力與挑戰性。一個完全不懂蝴蝶蘭的門外漢，如何從分租溫室一角開始學習育種，到現在擁有十三棟約六千坪左右的蝴蝶蘭培植溫室，讓代工蘭園成為國際蘭展常勝軍，不斷精進的求知力與實踐力，是成功最重要的關鍵。

文／賴黛玉 攝影／顏國仰

拉開冷氣催花房的大門，兩個多月前送進來做催花處理的蝴蝶蘭，已經慢慢展現成果了。

陳源彰滿意的微笑著「辛苦總算是沒有白挨。」回想這一路走來，媽媽和老婆是最大支柱，現在總算是讓她們放下了心。

家庭考量 棄商從農

當初在做童裝銷售的陳源彰，由於需要跑早市和夜市，非常忙碌。那時在農會上班的太太，也都會利用空餘時間來幫忙，所以夫妻倆經常錯過小孩的作息時間。「小孩漸漸大了，照顧、教育的事物會慢慢加重，父母經常不在是不行的。」而且父親留下來的地，一直租給別人，也不是長久之計，是時候想想該如何處理了。基

於這兩個理由，陳源彰很認真的考慮自己是否該轉換跑道。

他從種植國蘭的小舅子那裡了解到，國外蝴蝶蘭龐大的市場與國內蝴蝶蘭的商機。心想，這麼前途似錦的行業，不做不是可惜了嗎？於是，和小舅子商討後，分了溫室的一個角落，開始學習蝴蝶蘭的育苗工作。從不斷的失敗中學習經驗與技術，到各地的蝴蝶蘭溫室去請教專家，漸漸的，陳源彰累積了不少的經驗，培育技術也精進了。

定位清楚 從外銷代工做起

一九九九年，陳源彰集資近千萬，在自家的土地上，蓋了一棟約一·六分地的育苗溫室，開始幫



陳源彰

從農年紀：25歲

過去職業：事務機業務、童裝銷售

從農挑戰：對蝴蝶蘭是從零開始的摸索，挑戰無限

從農優勢：土地自有、定位清楚、有行銷優勢

外銷蘭園代工。「一開始就選擇做外銷代工，是因為外銷業主標準高、要求多，業主為了讓你能配合他的要求，舉凡植栽技術、管理技巧等不懂的地方，請教業主一定會詳盡告知。」除此之外，陳源彰還四處參觀大型蘭園，學習別人的優點，改革自己的缺失。

做代工的這幾年，陳源彰把品質持續提升，每年也都積極參加國際間的蘭展比賽，並奪得美國蘭藝協會（AOS）頒發 FCC（評審最高榮譽大獎），這樣的肯定讓他更加穩定了蘭花事業的腳步，朝向下一個階段邁進。

二〇〇二年，松暉蘭業股份有限公司成立，陳源彰改變經營方式，轉型成為外銷蘭園。特別是美國開放附帶栽培介質輸入許可，他認為這是拓展外銷市場的

機會，著手申請輸美溫室認證。

「成為輸美認證溫室，每月要定期檢查設備有無損害、蘭苗來源、種植時間、施肥施藥記錄、溫濕度、PH值、EC值的檢測等都需要記錄，並時時觀察室內的蟲相分布情形。」陳源彰表示，每週國內動植物防疫檢疫局會派員到現場抽樣檢查及督導，每年美國檢疫單位也會定期派人員到台灣，會同國內檢疫人員作例行檢查，所有的設備、栽培過程及紀錄表都需檢查。「以前都須裸根空運，運輸成本一株約一美元，損耗率約為五%，恢復期約一至二個月；附帶栽培介質的運輸成本一株約為一、七美元，損耗率約為一至二%，但不需恢復期。」陳源彰說：「國外客戶高達九成都改購附帶介質的蘭苗。」



白蝴蝶蘭在台灣園藝界一般俗稱為台灣阿嬤，象徵堅毅純潔的台灣精神。



攻略
1

栽培成功的基本概念

1. **蘭花喜歡通氣的環境**：不管氣生菌或地生菌，露於地上的莖、葉或是於底下的根部，蘭花對空氣流通的要求，都是高標準的。因此，栽種環境的規劃，一定要考慮到通風的問題。
2. **不要大盒種小株**：盒子用得太大，植材就要用得多，如果水澆少了，外圍濕了但內部卻還沒濕，如果水澆多了，讓內部中心長期濕滯，根部將會受不了。
3. **不要愛澆水**：澆水太頻繁，幾乎是蘭花栽培失敗的主要因素。尤其是根部被水膜包住無法呼吸，是爛根的第一步，根爛則植株死之矣。
4. **不要超量用肥**：肥料可以促進植物生長、壯大、開花，但不要多用肥料，不論濃度太高或太多，都會傷害到蘭株，用薄肥才是正確作法。還有部分的蘭種有生長的休眠期，或者環境不適當，濕度過高或過低季節，施肥是有害而無益的。
5. **不要種得太深**：蘭花除了根部以外，都是裸露在外的，別以為種得深點就可以吸收到養分，蘭株因初種站不穩，應設法以支柱固定，而不是將它深埋。
6. **光照要足夠**：大部分的蘭花，都需要生長在遮蔭的環境，但這並不表示蘭花不需要陽光，蘭株種不開花或開花品質不好，往往是因為光照不足的原因。
7. **儘可能追溯原生環境的情況**：了解所種植的蘭種，其血緣上的原生種生長環境，是更精準的掌握該蘭株栽培要領。



育種也是台灣發展蝴蝶蘭產業相當重要的工作，陳源彰希望能培育出符合消費者需求、又具大眾化價格的蝴蝶蘭。

附帶介質的蘭苗易於栽培，且蘭株也較為健壯，同樣面積的產量可增加約三分之一，這也是為什麼要取得輸美認證的價值所在。

「過去，出口蘭花種苗到美國，是由當地業者在溫室培育、催花，再到市場銷售。現在我們可以整盆出口，到了美國也是在自己的溫室培育再催花，然後賣給客戶。」陳源彰微笑的表示「從育種、實生苗與分生苗的選擇、經過小苗、中苗、大苗、成株，中間經過四次的移植，最後進入催花處理後，等待開花的過程。若一切順利的話，也需近四年多的時間，才能看到一個新品種的誕生，是非常不容易的。」

更新設備 培育技術再提升

台灣地處亞熱帶，是蝴蝶蘭分佈的最北界限，而利用秋冬季節日夜的溫差，誘導花芽分化、抽梗、開花，形成台灣春天蝴蝶蘭滿園盛開的特有景觀。而台灣年平均溫度約二十二·五度，十分適合蝴蝶蘭苗的經濟栽培，可以節省溫室費用，縮短栽培時間，降低不少生產成本。

育種也是台灣發展蝴蝶蘭產業相當重要的工作，而傳統的雜交法仍然是一切育種的基礎。最早，蝴蝶蘭的育種多注重白花的花型及花朵大小的改良；後來，蝴蝶蘭育種則著力於單朵花的改進，以趣味栽培的消費者為主要對象，交配親代也較為特殊，因而較少具有發

育性的種子，一旦獲得開出珍奇花朵的實生苗，則身價非凡。

隨著蝴蝶蘭市場的國際化，育種業者除了考量花型、花色外，花朵壽命、花梗長短、蘭株的健壯、葉型葉姿、易養性、開花性、抗病性以及交配組合所能生產的種子量等，都是在選擇親代組合時需綜合考慮的因素，以期待能培育出符合消費者需求、又能用大眾化價格供應國內外市場的蝴蝶蘭。

「將舊有的溫室設備更新，提供多元的使用，也是節省空間與開銷的方式。」溫室一般常用柴油加熱，成本較高，也常隨油價波動，成本較難掌握。陳源彰則使用鍋爐加熱，先將水加熱且儲存於保溫桶，再將熱水送至送風口，而熱水儲存在保溫桶內熱不易流



除了花型、花色外，花朵壽命、花梗長短、蘭株的健壯、葉型葉姿、易養性、抗病性等，都成了蝴蝶蘭育種業者需考慮的因素。

失；鍋爐油成本較低，所耗的燃料費幾乎可省一半。夏天可儲存冰水，來降低溫室的溫度。現在，陳源彰將設備更升級，使用熱泵來加熱，它有兩個冷熱的儲存槽，以後可以是溫室的使用，亦可轉換為平地冷氣催花房使用。而水的PH值、EC值，更是會直接影響蘭苗的生長，根的發育，蘭苗的品質。「為了穩定水質，我都直接用逆滲透。」

持續進修 讓技術與行銷更精進

要讓知識與產業結合再深化，進修是必然的路。「農民學院經常不定期的會舉辦一些短期的課程，農糧署也會舉辦一些研習營，只要有空，我都一定會參加，

真的是學無止盡。」

陳源彰表示，以前催花只能送上海拔一千公尺的自然催花房，日夜溫差夠大，才能促進花芽分化、開花，不過運輸不易加上氣候不穩定，效果和成熟率都不理想。現在平地建造冷氣催花房，溫度控制穩定，也沒有往返運輸的不確定因素，大大提高蝴蝶蘭的產值。

陳源彰在忙碌的工作之餘，也不忘回饋社會，義務輔導身心障礙團體成立蘭花庇護工場，協助溫室設備、設施設備，幫忙人員訓練等，做為庇護工場的銷售後盾。並配合政府輔導協助花農技術的提升、開拓外銷市場及提升競爭力。陳源彰表示，「未來將更新資訊系統，加強管理行銷，朝向遠端資訊管理的目標前進。」



過去出口蘭花種苗到美國，是由當地業者培育催花，現在陳源彰可以整盆出口，在自己的溫室培育催花，然後賣給客戶。



從育種、實生苗與分生苗的選擇、經過小苗、中苗、大苗、成株，中間經過四次的移植，最後進入催花處理，等待開花的過程非常不容易。

攻略
2

台灣蝴蝶蘭產業優勢

1. 栽培蝴蝶蘭技術已趨成熟，產業分工已漸成立。
2. 氣候適宜蝴蝶蘭生長，生產成本仍有下調空間。
3. 種源豐富、品種多，蘭農皆能從事育種，不斷培育新品種，具掌握種源之優勢。
4. 台灣地理位置，距日本、韓國、新加坡、大陸沿海大都會區等高消費地區近，占有利行銷優勢。
5. 台灣蝴蝶蘭已在國際打開知名度，同時具有國際行銷條件。
6. 台灣蘭農具有國際行銷能力，積極拓展國外市場，有利於產業發展。

2005

2008

2011

2013

2015

「全運會蘭花展」得總統獎及分組冠軍

國際蘭展榮獲第一獎

建造兩棟平地冷氣催花房，並得到認證許可

通過韓國輸韓溫室認證許可

成立雲林縣吉田花卉生產合作社

將原有溫室陸續改為冷氣催花房

通過加拿大溫室認證許可

參加國際商務洽談活動

育苗開始交由其它育苗場代工

通過澳洲溫室認證許可

建造兩棟平地冷氣催花房

申請雲林縣政府的安定基金補助金

更新資訊系統及加強管理

朝向遠端資訊管理的目標前進



蝴蝶蘭在蘭科的家族裡有「蘭花之后」之稱，而台灣的氣候適宜，也成為名副其實的蝴蝶蘭王國。

關鍵成長歷程表

1995

1999 2000

2001

2002

2004

分租溫室學習蝴蝶蘭的育苗和種植

成立富林蘭園、東林蘭園

第一棟蝴蝶蘭溫室育苗場落成

從外銷代工做起

第一、三棟溫室陸續完成

經營模式漸漸由代工轉為自銷

全國蘭花大賞——冠軍、特優、優獎

在西螺與地主簽長期合作的租約

參加國際蘭展景觀佈置得到 FCC 之最高榮譽大獎

台灣國際蘭花博覽會第一名、第三名、特優、佳作

成立松暉蘭業股份有限公司

轉型成為外銷蘭園

第六、七棟溫室建造完成

第八、九棟溫室完成，加入生產行列

進入美國紐澤西州投資設廠

通過美國輸美溫室認證許可

亞太蘭花會議暨覽展——C25、C26 交配種第二獎、佳作

挖掘業主的知識



外銷業主標準高，為了讓產品能合乎要求，會盡力傳授植栽技術、管理技巧等知識。

美國認證
拓展
外銷市場



定期檢查設備有無損害、蘭苗來源、種植時間、施肥施藥記錄、溫濕度、PH值、EC值的檢測等都需要紀錄，並時時觀察室內的蟲相分布情形。

瓶苗蘭花學問大

瓶苗生產是蘭花業中最上游，也是影響產業發展最重要的關鍵。台灣目前從事蘭花瓶苗專業生產業者，北中南皆有分布，以蝴蝶蘭瓶苗為大宗。瓶苗生產基本設施需有無菌培養室、配置炊煮培養基之設備、自動調控培養室，造價都不低。

大從農
公聲



轉型

新舊融合與在地發展

新一代的青年農民承襲傳統農業的智慧之外，卻也面對農業的創新與轉型。

如何扭轉上一代對從農的負面印象？

以更友善環境的方式從農，

帶動當地的發展，

是他們不斷思考的夢想。

而學習型農業時代來臨，

同儕學習的鏈結、全球瘋農業的國際趨勢，

更讓我們在農村看到新舊融合的傳承與希望。





農二代的優勢

近年台灣農田裡出現的生力軍，除了外地來的「新移民」，更多的是農人的二代，在爸媽髮色灰白之際，他們結束了在城市生活返鄉，在同一片土地上試著種出新的可能。

◎來自家庭的資源承接

跟外地遷入的新移民相比，他們有的從小在這長大，有的透過家庭間接與在地連結，人親土親的他們有了更多的優勢。

光是來自家庭，就有土地、技術、人脈等承接的資源，同樣是沒有經驗的新農人，有了來自家庭的支援，在沒有溝通的障礙下，農二代在一開始的「學習期」上更有嘗試的時間、空間，學習的過程中，親人就像是家教一般隨時提供諮詢。

◎技術與心理層面的奧援

另一個讓農二代從農存活率較高的原因，因為上一代自己具備多年的耕作經驗，心理上較容易同理，不用多說就能了解農事的辛苦跟內心感受，不只是技術上的教導，心理上面的傳授跟陪伴，往往是農二代從上一輩感受到最大的奧援力量。

◎ 與在地的連結更緊密

農二代與在地的連結，也讓他們的農業轉型跟創新顯得更為可行。以行銷為例，如果跟鄉鎮的農人們都互相熟識，以鄉鎮之名更能有辨識度。

他們有的集合了在地的農人，一起製作型錄，或者從物種、耕作都互相配合，藉由彼此的力量，充實在地農產的品牌效益，不只在市場上增加了曝光度，也彼此拉抬。對於拓展市場來說，不管是到海外參展或者對企業的福委會等，集體的力量都比單打獨鬥強，也省下了各家重複的行銷成本。而這些若沒有彼此間的認識、信任，是很難達成的，擁有新型態行銷知識、不同專業又有在地人脈的農二代，變成了催化這一切的推手。

◎ 農業轉型較易成功

在提高農業價值的轉型過程中，農二代也相較容易成功。以強調體驗、觀光的地方小旅行風潮為例，單一生產者即使是轉型成觀光果園，但對遊客來說，不太可能為了一個小時的體驗開進農產地，但若是能在鄉鎮中包裝出多元的遊程或兩天以上的小旅行，便大大提升了遊人拜訪的意願。對在地認識又有人脈的農二代，遠比外來農民甚至專家更有道地的觀點，能端出獨特的行程。

再以食品加工為例，將過產或者賣相不佳的產品製作加工品，是許多生產者提高價值、減少浪費的策略，對農二代來說，開發食品加工產品，常常是將家中的釀製技術甚至是私藏食譜，進一步的商品化，直接跳過了摸索期，還多了幾分獨家的祖傳味道。另一方面，如果能聯手在地的農人，甚至能夠穩定原料的產量，解決小農製作食品加工，容易遇到的規模、原料等障礙。





農業傳承與轉型的挑戰與行動

在外界眼中，農二代返鄉承接家業擁有許多優勢，但當農業發展的大趨勢遇上了轉型的關卡，農二代面臨的不只是傳承，而是如何利用新舊相會的火花，創造出新舊交融之後的新可能。

◎打破舊時代對從農的負面印象

令人意外的是，農二代要返鄉承接家業面對的第一關，是家人。大部分的農二代自求學時便接收到父母的耳提面命：「做農很苦，以後不要做農。」畢業後的他們試著在城市中求職，學了農業之外的專長以謀生。而當兒女好不容易走出了農業之外的路，卻決定返鄉，踏上跟自己一樣的路途，即使在新型態的農業中，生產者已有機會擺脫價值鏈末端的弱勢，做爸媽的往往投射了自身的經驗，大力勸阻。

◎學習型農業時代的來臨

農業轉型中的傳承，農二代還面臨另一個考驗：學習型農業時代的來臨。跟過去高度仰賴農會、肥料商、農藥商不同，新農人往往透過不同的農法來實現自己的理念，將自家的產品做出差異化，或者嘗試網路行銷、小旅行推展等。為達目標，他們可能從有機肥料的培製到架設網站、導覽解說，可能都要從頭學起，小農很忙，但對

上一代來說，農業往往只是種植，什麼課都要上、什麼都要會，這些看似「外務」的自我學習，以及衍伸出產品跟農地的不同經營方式，可能都是傳承過程中，需要互相理解的差異。

◎ 轉型中需要付出的成本

農二代面臨的最大考驗，是學習、轉型中需要付出的成本。對任何一個不再採用慣行農法的新農人來說，產量的銳減幾乎是共同的第一步。當同一片地，因為年輕人採用了所謂「新」的農法卻換來慘淡的收入，大部分的長輩不但無法理解，更甚者，覺得兒女不聽自己的話、不相信自己，進而威脅到生計。爭執、互不諒解、冷戰，都是農二代可能面臨的考驗。同時，以前擔起全家生計、養大兒女的農地，如今成為觀光客踩踏、摘果的樂園，這樣的轉變也讓許多傳統農人擔憂。

關卡從返鄉、學習、到嘗試轉型的風險成本，運氣好的農二代即使靠著新型態的農業模式在家鄉站穩腳步，緊接面臨的是，不論是要多元發展或者規模化，下一步都需要更多的投入，此時，抱著守成、求安定心態的爸媽，看到二代好不容易站穩，卻又即將投入更多成本甚至借貸，擔心之際又無法在全新的領域中給兒女忠告，心慌之下，父母與兒女可能再起衝突。

農二代返鄉承接家業，除了優勢之外，更多的是新舊之間的拉扯跟互動，但這就像每個家庭一樣，也是這些苦和樂，讓一畝田的收穫更甜、汗水更值，灌溉出更久遠、更堅強的農業新可能。





16

該怎麼管理， 讓鄉親接受新點子 樂在創新？

擁有世界觀的眼界和外地的工作經驗，要和家鄉的叔叔、阿姨們成為事業伙伴，對於回鄉創業的青農們而言，是件需要費心溝通的事。如何在傳統產業加入創新想法，並能讓長輩們了解支持，必須付出更多的耐心，兩代才能一起和諧的前進。

文／曹沛雯 攝影／許懷哲 圖片提供／曾湘樺

來到高雄市大樹區，走在視野寬闊的舊鐵橋天空步道，橋下是滾滾奔流的高屏溪，沖積出了四周肥沃的土壤與平原，並灌溉著果園、良田，河邊的蘆花隨風搖擺，舊鐵橋濕地教育園區成了散步、踏青的好去處。這些建設，其實得感謝一位在高雄升格前，連任數次，當了九年的大樹鄉長曾英志。

鄉長之家 變身香腸之家

大樹一直以來以盛產玉荷包與鳳梨聞名，光是玉荷包種植面積就超過兩千公頃。但過去十年以來，曾英志深刻了解到，若行銷不夠，任天公如何做美、農民如何辛勤耕種，千辛萬苦收割而來的成果，若賣不出去，所有

的辛勞也將功虧一簣。尤其玉荷包採收期短，約莫在每年五至六月間，而且保存期也短，鮮紅飽滿的果皮大約三天就可能變黑，導致賣相不佳。台灣自己內需有限，外銷海運時間過長，空運成本過高，所以一直讓當地農民傷透了腦筋。

二〇〇〇年因應產業活化政策，當時身為鄉長的曾英志主動向鄉民收購了一大批玉荷包，然後請友人釀酒，意外發現釀造出來的口感、香度一把罩，不過酒類販賣許可需要取得嚴格的證照，曾英志於是回想起了小時候，在市場幫忙父母販售的豬肉香腸的記憶，透過了食品加工，成功打造出玉荷包酒釀香腸，鄉長之家搖身一變成為了香腸之家。

他鼓勵鄉裡的友人一起加入



曾湘樺

從農年紀：26歲

過去職業：生命禮儀事業

從農挑戰：隔代溝通

從農優勢：擁有外文以及企業管理學歷



高雄市大樹區的特產是荔枝，曾湘樺和父親努力將荔枝與家族事業結合，讓地方特產也能共存共榮。

食品加工開發的行列，成功創造出了水果酒、酵素、果乾、鳳梨酥、荔枝酥……等商品，讓大樹區的荔枝、鳳梨一年四季都能飄香。

辭職回鄉

行銷寶島第一味

應用外文系畢業後繼續就讀 MBA 碩士班的曾湘樺，外型姣好且語言能力優越，曾考取空姐，由於必須前往香港工作，戀家的她捨不得離鄉背井，捨棄了光鮮亮丽的空姐職業，選擇到高雄媽媽所服務的生命禮儀公司上班，月薪最高達到十五萬元，但為了承襲父親曾英志想促進地方產業的夢想，另一方面也希望工作兼顧理想又能發揮所學，開始利用週末休假回家幫爸爸的忙，

後來發現自己家裡食品加工廠的工作，其實才是她想要的舞台，而且父親也需要有人來做好行銷及管理，終於在二〇一三年十月辭掉了高雄待遇優厚的工作回家幫忙，協助剛剛誕生的「寶島第一味」。

問起青春正盛的她待在鄉下會不會無聊？她回答比起五光十色的城市，自己反而喜歡鄉間恬靜的生活。而且開車約半個鐘頭就能一路開到高雄市區，離城市其實一點都不遠，反而還能享受鄉間寧靜的生活。

主動送檢 堅持食品安全

學過企業管理的曾湘樺，凡事講求行動力。不僅主動將食品

送檢，讓食品安全比標準還要更高。此外，由於「寶島第一味」堅持指定選用上等溫體豬後腿肉，以瘦肥肉八：二的黃金比例手工製作香腸；捨棄一般七十度高溫快速烘烤，採用六十度低溫長時間烘烤，雖然耗電耗時，但是只要控制好含水量，就不容易有細菌滋生的問題。工廠品管也通過多項國家安全認證，廠房符合ISO22000與HACCP規範，宅配也都全程冷凍低溫運送，每項環節都嚴格把關，以最高品質作為依據。

「酒釀玉荷包香腸」用心製作的過程，使得定價高出市售香腸約一倍，起初曾湘樺也擔心價格會影響銷量，不過最後的銷售數字激勵了她，證明只要品質夠好，消費者也會買單，價格並非唯一的考量。

曾湘樺要求工廠品管通過國家安全認證，廠房符合ISO22000與HACCP規範，宅配也都全程冷凍低溫運送，以最高品質作為依據。





曾英志以玉荷包釀酒，透過了食品加工，成功打造出玉荷包酒釀香腸。

多管齊下 提高產品價值

站穩了基礎之後，曾湘樺也積極擴展「寶島第一味」的未來市場。在通路方面，她並不像別的牌急於投下大筆資本，建立官網銷售機制，而是先透過網購平台合作，提升品牌曝光率及銷售量，同時慢慢改善自己的官網，逐步建立完善的銷售平台。

看準了台灣人喜歡求新求變，鞏固了既有的產品後，也要不斷地研發新產品，例如果乾、烤肉醬、鳳梨酥、酵素……等。中秋節所推出的禮盒，以香腸搭配烤肉醬，更成了搶手的伴手禮。同時努力尋求與飯店的合作機會，希望讓具有高雄在地指標性且風味特殊的「酒釀玉荷包香腸」也能成為

觀察市場才能投其所好

曾經到歐洲、中國大陸參展，對市場觀察很有獨到見解的曾湘樺，分享著自己到各國參展、見習的經驗。她表示，歐洲人重原料，他們會希望買到的是原料端的東西，如他們不會想買生產好的啤酒，但他們會想要買酵母，或者購買麵糊、蕃茄糊回去之後再自己加工，變成自己想要的口味。

上海的參展經驗就很不一樣，他們喜歡賺熱錢，所以沒什麼耐心慢慢磨，常常都是一拍即合後就馬上簽代理合約。日本卻大不同，日本人天生嚴謹，喜歡觀察，甚至要和你成為朋友、了解你之後，才會和你做生意。



名廚必選食材，成為造訪高雄必吃的特色美食。

曾湘樺平時也跑農夫市集，或拜訪公司福委會，不厭其煩招待顧客品嘗，雖然也會遇到令人沮喪的事，例如有顧客聽到香腸的價格，咋舌卻步。而且因為是用天然的腸衣，所以香腸的表面不平整，雖然符合健康訴求，但看起來賣相就是沒那麼好。通常都需要經過用心解釋並試吃，客人才能理解香腸好在哪裡。推出至今一年多來，每天限量生產，全數賣完，沒有囤貨，讓她覺得這一切努力沒有白費。

此外，她也參加高雄的「一型農培訓班」計畫，這是高雄市農業局開辦三年的訓練課程，教導青農們行銷之道，如策略分析、媒體溝通、顧客資料庫管理、還有

攝影等美學課程，讓農產品及農產加工品，得到更高的經濟效益。這些經過培訓的「型農」們以團體作戰的方式，到全台各地的展售市集。他們統一使用「一卡皮箱」為標幟，象徵「型農」可以像早期的台商一樣，拎著一卡皮箱勇闖天涯，到處銷售自己的產品，創造另一個台灣經濟奇蹟。

建立制度 共譜兩代協奏曲

與父親共事，管理的員工都是自己家鄉的長輩，她發現父親是「我為人人」的好鄉長個性，導致一開始回家接下事業的她，感覺公司氛圍太過隨性鬆散，所以首要之務就是將制度建立起來，精實人事、廠管、品管、品牌等每個

環節。不僅擬定了品牌定位、包裝與銷售策略，也與當地農民一起研發新的農產加工食品，除了可以幫助農民銷售產品，也打造出大樹區的無限可能。例如今年嘗試開發符合年輕人口味的鳳梨乾，讓大家一年四季都可以享用到鳳梨美味。



攻 2 以身作則， 培養出心悅誠服的員工

相較於父親隨和的個性，曾湘樺在公司的經營上要「龜毛」許多，拚命二郎的個性，很容易感染周遭的人，「以身作則」更是她嚴守的原則。接手公司的管理業務之後，除了在工廠衛生上嚴格把關，通過了ISO2000安全廠房認證，並且不厭其煩與生產線上的的叔叔、阿姨們溝通，一手建立起標準化流程與員工規範。

現在生產線幾乎不大需要管理，每天像自動上了發條，穩定前進。而且員工們還主動組成了line的群組，一遇到問題，運用即時通訊軟體溝通協調，不僅效率提升，也增進了彼此之間的溝通與互動。



參加高雄市農業局的「型農培訓班」計畫，以一卡皮箱走天下，推銷自家品牌商品。

2014

2015

參加高雄市政府型農培訓班

研發新產品

積極與飯店合作

不斷
求新求變



台灣人喜歡求新求變，鞏固了舊產品後，也要不斷地研發新產品，例如果乾、烤肉醬、鳳梨酥、酵素……大獲好評的中秋節禮盒，就是香腸搭配烤肉醬。

參加高雄市政府「一卡皮箱」展售會

九十分鐘賣一千八百條香腸

公司穩定成長中

提著
一卡皮箱
也能闖天下



初生之犢不畏「苦」，曾湘樺曾經參與高雄市農業局的一卡皮箱計畫，到百貨公司、各公司福委會去面對面進行推廣與銷售，除了可直接與顧客傳達產品的優點，並在第一時間了解客戶的反應。



關鍵成長歷程表

2011

研究所畢業

進入生命禮儀公司

2012

父親研發出酒釀玉荷包香腸

2013

成立寶島第一味

辭職回鄉幫忙

廠房符合ISO22000與HACCP規範

重視
食品安全
認證

控制食品安全，原料及製作流程皆通過多項國家安全認證，廠房符合ISO22000與HACCP規範，宅配也都全程冷凍低溫運送，每項環節都嚴格把關，以最高品質作為依據。



小農團結力量大

曾湘樺認為，台灣有越來越多的小農，一個人的力量很小，如果能夠團結起來，力量是加乘的。例如把十幾家廠商整合起來一起舉辦小農市集，絕對比單打獨鬥小貓兩三隻的市集來得熱鬧好逛。也可以一起製作產品目錄向各家公司福委會進行推廣，選擇更能精彩豐富。

返鄉年輕人有資訊吸收的能力，能向外打拚，而從小和家鄉的長輩、鄰里間相處和樂、溝通無礙，對於創造工作機會，也能盡一分心力。

大聲
公
從
農





17

繼承家業千頭萬緒， 如何創造獨特亮點？

當市場競爭益發激烈，生產技術差異越來越小，除了比資金、比設備，一般小農還能怎樣製造差異，創造出自己的獨特性呢？當你不得不回到家，接手長輩留下的家業，大環境卻寫滿不利的現實時，要如何力挽狂瀾、走出自己的新路呢？

文／陳泳翰 攝影／蔡世豪 圖片提供／賴仲田

坡國歌表達他們由衷的敬意。

「你們聽聽，現在影片裡傳來的，就是澤蛙的聲音！」「接下來是蜻蜓的幼蟲水蠱，牠羽化成蜻蜓時的模樣，像不像在做仰臥起坐？」「還有這隻美麗的翠鳥，剛剛抓到一條魚，猜猜看牠是要自己吃，還是帶回家餵小朋友？」「再

下一題，有人知道翠鳥怎麼鑽出洞？會先迴轉還是直接倒車呢？」

舞台上，是聲光俱佳的投影幕，舞台下是此起彼落的驚嘆聲，在賴仲由經營的「劍門生態花果園」裡，這場面已經成了家常便飯。有老師感嘆自己教書教了二十年，卻從沒親眼見過這些生動畫面；也有年長的阿公、阿嬤，寧願忍住尿意不上廁所，都捨不得離開現場片刻；還有大老遠從新加坡跑來的客人，看完影片後太過感動，一時生不出謝禮，竟然合唱起新加

曾經看不到前景的 返鄉路

在眾人面前侃侃而談的賴仲由，自嘲是個內向、不愛串門子的人，但只要聊起腳下的土地，他便有源源不絕的故事和靈感。有道是「台上一分鐘，台下十年功。」如此精彩的簡報，足足是賴仲由將近二十年的功力展現。

但若是搭乘時光機，回到他返鄉的一九九六年，一切可不是這番模樣。當年，本來在台北有份穩定工作的賴仲由，因為父親年事已高、體力大不如前，只好返回彰化縣大村鄉的家中，扛起照顧田地和父母親的責任。偏偏迎接著他的未來，是壞到不能再壞的



賴仲由

從農年紀：27歲

過去職業：科技業

從農挑戰：加入WTO後的價格衝擊

從農優勢：做紀錄的好習慣

市場前景。

花果園裡原本的兩大作物，各有各的麻煩要處理。原先用於殯葬場合的萬壽菊、大理菊，逐漸被新興的塑膠花給取代；耐儲存的柑橘，在可預期的幾年內，就要

碰上加入WTO、開放農產品大量進口後，價格崩盤的危機。賴仲由當機立斷，放棄了菊花栽植，但

對於曾祖父時代留下來的老欖柳丁，他心裡割捨不下，繼承家業像

是重擔，而不是福蔭，壓力很大。

為此，他就必須為果樹們尋找新的出路。接下來的幾年內，賴仲由確立了自己的目標，要打造生產、生活、生態兼顧的三生農業。

轉型休閒農業 相機打開新契機

賴仲由首先到農會、農試所等單位受訓，一方面累積農作的基

攻略 1

投身農業前要有長期抗戰的心理準備

農業不是短期可以看到成果的，種植多年生的果樹更要有長期抗戰的準備。有些漿果類的作物固然短期能夠收穫，但這也意味著門檻低，競爭者多，所以投身這行不要想賺快錢，最少要有投入十年的心理準備，堅持下去，累積專業的管理能力和相關知識。熬過吃苦的這段路，豐收時會更開心。



賴仲由承接爸爸的柑橘園，將它轉型為觀光農場。



賴仲由隨時保持記錄農田生長的好習慣，不但用筆記錄，也用相機記錄。

礎知識，二方面接受講師的建議，將家裡的柑橘園轉型為觀光果園，以觀光採果的名義，直接吸引消費者入園購買水果，往自產自銷的方向邁進。這樣一來，便可以避免掉傳統透過盤商轉銷，價格受制於大宗市場的無奈，自然也能將加入WTO後的衝擊儘量降低。

當觀光採果的客人陸續湧進後，賴仲由思考起永續經營的問題。「一般採果大約一個小時內就結束了，客人大老遠從都市跑來這裡，接下來要做什麼？我有什麼話題可以跟他們聊？要怎麼讓他們帶著收穫回家？」賴仲由審慎地分析道：「如果我光是介紹果樹怎麼修剪、病蟲害如何防治，客人會覺得和他一點關係都沒有。可是生態的話題不一樣，小朋友會感興趣，曾經有過農村經驗的老



賴仲由持續精進自己的攝影技術，在他的鏡頭下，無論是母雞、鳥兒、蝴蝶，都變得十分鮮活。

人家也喜歡聽。」

在農試所受訓時，賴仲由就深知在解說時，「文不如表，表不如圖，一圖勝過千言萬語。」當他決定要累積素材，製作自己獨一無二的簡報時，攝影便是最直覺的選擇。只不過，雖然賴仲由平時就喜歡拿相機做田間生態紀錄，但他認為這還只是玩票性質，為了加強圖片的吸引力，賴仲由決定前往員林社大上課，師從攝影名師江村雄，精進攝影技巧。為了瞭解自己是否有學到重點和精髓，賴仲由還將作品拿去參加比賽，直到在國內和國際都得了獎，心裡才有了比較篤定、踏實的感覺。

生態紀錄成特色

賴仲由還記得，在他開始以

精進攝影技巧

生態紀錄求「真」，導覽教育為社會帶來「善」，但要讓觀眾感動，影像之「美」仍是不可或缺。生態攝影並非買了相機就了事，基礎的光圈快門搭配、構圖的規劃、曝光時間的掌握，都必須有系統地學習。有機會的話，為自己設定高標準，甚至將作品拿去報名攝影比賽，會讓攝影技巧的精進更具誘因。



相機記錄的前幾年，有隻翠鳥幾乎天天準時來花果園裡報到。他隱約記得這是孩提時父親跟他提過的「釣魚翁」，卻不曉得翠鳥的生態和習性。「如果我光是用講的，遊客們不會有感覺。」賴仲由說，「但我如果能追蹤翠鳥的生活，記錄下牠的食衣住行、繁殖地點，我就可以建立珍貴的影像地圖加聲音地圖，讓遊客用半天的時間，認識園裡另外三百六十四天發生的事。」

翠鳥的生態紀錄，證明賴仲由的先見之名是對的，許多遊客不但大為驚豔，甚至還提供了諸多有意思的反饋：有位小朋友來信說在樹上找不到翠鳥巢，賴仲由就花了一整天時間，拍下翠鳥從溪流旁土洞鑽進又鑽出的畫面；有位大學教授告訴他，日本子彈



柑橘成熟時，一片黃澄澄的景象，是遊客採果最好的時節。

賴仲由勤做記錄及拍照，當遊客造訪時，便能享受到他的精彩解說。



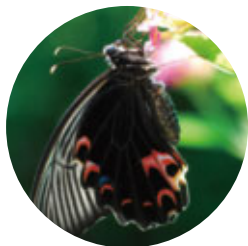
列車的車頭設計，靈感就是來自翠鳥，賴仲由便去找來仿生學的佐證資料，加入簡報之中。每一項建議，賴仲由都聽了進去，簡報越來越引人入勝。

自產自銷百分百達成

精彩的生態解說加上採果體驗，再搭配現採現做現食的農家菜，讓劍門生態花果園的名氣越來越響，回頭客一年比一年多。到了今天，賴仲由園裡的柑橘有八成供應觀光採果，五到六成交付宅配，幾乎已經完全達到他最初設定的完全自產自銷目標。更難能可貴的是，祖上傳下，最讓賴仲由引以為傲的薄皮柳丁，特殊風味總算得到消費者肯定，躲過了碰到盛產時，坊間柳丁銷路不佳、

價格崩跌的問題。

對賴仲由來說，土地除了生產作物、滿足生理需求外，還有知識價值，也是靈感來源。他至今還是保持攝影紀錄的好習慣，開玩笑道，「我就把巡田水當成看電視，只不過是沒有劇情的電視劇罷了。」倒是對來訪的客人們來說，農村裡天天上演的這一切，因為有了賴仲由的記錄和濃縮，都成了高潮迭起的畫面，讓他們忍不住要讚譽一聲「你是我的眼」。走過最初那段辛苦的路，賴仲由在三生農業中，找到了他要的幸福。



賴仲由花了許多時間，拍下翠鳥捕食的畫面，並將此圖放入簡報中，讓簡報更引人入勝。

2003

2004

2005

2006

開發網路、宅配等新通路

轉型自產自銷

持續做生態攝影紀錄

以兼具五感體驗的導覽打開知名度

榮獲神農獎的肯定

持續以簡訊等方式和老客人保持互動

回頭客穩定

建立自給自足經濟循環

融入
感情的
五感農業

掌握
回頭客源

農業是把對土地感情延伸的一種產業，從生活周遭尋找值得記錄、會引發自己感動的元素，將它放進簡報裡頭，更有機會觸動共鳴。除了眼看、耳聞的簡報外，將都市來的訪客帶入果園中，踏在台北草栽成的草皮上，實際感受在果樹下吹風、喝果汁的樂趣。五感都滿足了，便能創造出有別於冷氣房裡辦公的嶄新體驗。



從電話、傳真，進展到手機簡訊，再到最新潮的line，善用各種通訊方式，在水果成熟前兩個月，提前發訊息給老客戶，可以提前安排出貨時間並掌握銷售數量。



關鍵成長歷程表

1996

賴仲由返鄉

1997

至農會和農改場學習農業生產、經營基礎知識

1999

開放觀光採果，了解訪客需求

2000

赴社區大學拜師精進攝影技巧

2001

於農改場、特生中心受訓，強化解說能力

拜師
學攝影

相機是累積素材製作簡報最好的工具，為了加強圖片的吸引力，可以在社區大學尋找資源，賴仲由在員林社大師從攝影名師江村雄，精進攝影技巧。



加強時間管理，生產和生態解說不要偏廢

農作物的生產仍是務農的根本，生態導覽和生態旅遊是在農業主體下發展出的附加價值。賴仲由認為，若要兼顧兩者，就要做好時間管理。跟隨傳統的農村作息，早睡早起，挑選大清早的涼爽時分從事農作，太陽出來後的炎熱時段，就可以將時間留給導覽，在室內簡報或至樹蔭下作講解。導覽採用預約制，要求訪客必須在半個月或一個月前提早預約，更能有效規劃時間，賓主方能盡歡。

大從
公農





18

如何行銷自家產品， 也為社區 帶來美好未來？

對於農人來說，不但農作物要長得好，
長大了以後更要賣得好！

然而若是不走傳統的盤商通路，
到底要想出什麼樣的好點子，
才能夠把自己的農產品銷售出去，
甚至整個社區都因此受惠呢？

文／劉致昕 攝影／蔡世豪 圖片提供／林育吟

茭白筍吃出新創意

順著國道六號，車子一路開向中台禪寺，幾個彎之後，占滿了整個坡的茭白筍田映入眼簾。這裡是南投縣埔里鎮一新社區，五六平方公里大，二百六十八戶農戶中有超過八成種著茭白筍。

在遊覽車開不進的鄉間小路前方，兩輛遊覽車遠遠地在社區前方廟口處讓乘客下車，一步一步

的，他們順著坡爬上來，「泡菜茭白筍在哪裡？快點，我們要試吃！」「白魚咧？我們要看台灣白魚！」遊客七嘴八舌的討論，小孩子則興奮地脫掉了鞋子，準備要下田體驗採茭白筍，順著坡上爬，他們沒人喊累，卻人人迫不及待。

等著他們的是吟詩綠曲休閒農園創辦人林宥岑，一畝爸爸耕種了二十幾載的田，現在已成滿足全家人休閒體驗的新型態農場。

媽媽們一來到這，迫不及待

地拿起牙籤試吃桌上的茭白筍，酸酸辣辣的泡菜醬汁裡頭襯出了茭白筍的甜，二口二口咀嚼之後，甜、酸、辣跟著塊狀的茭白筍肉碎開攪翻滾，下肚之前讓人想再三品味。

夏天時來到這裡，還有甜的料理。薄片處理的茭白筍浸泡在百香果醬中，不含防腐劑的甜味讓小孩子沒有疑慮地大快朵頤，冰都吃完了才回頭問，「阿姨，我剛剛吃的真的是茭白筍嗎？」甜、鮮、潤、嫩，很難跟一般料理中的茭白筍聯想，放在剉冰上被逼出來的甜滋味，更是讓人下肚後還止不住生津。

「今年前三季來的客人已經有



林宥岑

從農年紀：34歲

過去職業：會計

從農挑戰：在地面對轉型的疑慮跟保守、與消費者的距離遠

從農優勢：善用網路行銷與多方資源進行農村再造



細細長長的茭白筍，有美人腿之美譽。

生產、加工、體驗

三管齊下

五千多個了，還記得第一年開始做體驗，才五百個人來。」林宥岑笑說。回頭看二〇〇九年到現在

「現在屬於一級產業的收入（生產）只占我們的三分之一，二級（食品加工）、三級（服務體驗）也各都有三分之一了。」林宥

的創業路，六年的時間，「我都不知道我怎麼可以做了那麼多事，重來一遍，我還不知道我做不做得到呢！」

岑說，以前一畝田就只有爸爸耕種茭白筍的收入，如今，效益幾乎已達過去的三倍左右。

細看林宥岑家中的田就能理解她的話。在茭白筍田靠山的角落，一池生態池旁四、五種鳥覓食，白鷺鷥、紅冠水雞搭著田的綠讓人看得目不暇給。往水裡頭看，台灣特有種、保育動物台灣白魚在水面下悠游，田邊，社區發展協會的辦公室電話忙著，一旁準備體驗茭白筍採收的遊客正在著裝，田上方不遠處一座三合院也成為接待打工換宿的民宿基地。這些，全都是林宥岑返鄉之後帶來的改變。

一新社區距離埔里市區至少需要半小時車程，沒有大眾交通工具能到達，一個返鄉的二代，如何讓偏遠的農村有新的可能？

除了產品，吟詩綠曲休閒園區的導覽，也是靠著網路把客人「帶」進來的。

「一開始我也不知道誰會來，心裡有點害怕。」林宥岑回想當時，花了一年的時間說服爸爸走



茭白筍不但可以鮮吃，還可以做成泡菜口味和百香果口味的小菜，讓人一口接一口。

上轉型之路。林宥岑形容，「我們家五個小孩都是靠這片田養起來的，對這邊的農人，對我爸爸來說，這片田就是他的小孩，你跟他說現在要讓人家走進來，要讓陌生人進來採收、割他的茭白筍，真的是會捨不得啦！」

但轉型之路林宥岑認為一定要走，「這裏的農人都會叫下一代不要回來，說吃不飽啊！」不能再只賺採收財，二〇〇九年林宥岑靠著泡菜為家鄉茭白筍找到新出路之後，她想讓茭白筍走向第三級的產業，再加值。

一開始，她找了各方好友一起來體驗，「我不敢跟我爸講我都沒收錢啦，但我都有叫他們去寫部落格，分享出去，」林宥岑說，人脈廣的她帶各個社團、協會的朋友來到一新社區，讓山中一般



下田採茭白筍是個全新體驗，小朋友還可以坐在大箱子裡，就像是坐船一樣，十分新奇。

人難以體驗的農田之美，能夠透過網路流傳出去。

跟一般農場體驗不同，一新社區的客人以散客為主，北中南的家庭開著自家轎車來到，證明了網路口碑的效果。「我把在水田裡面走路叫做『太空漫步』，小朋友都超期待的！」深諳網路行銷的林宥岑透過不同的比喻、形容，讓採收茭白筍體驗行程具體的在網頁上呈現。

復育台灣白魚 申請有機認證

大量的茭白筍泡菜讓林宥岑開始向其他鄰居進貨。她開始思考，「長期而言，我這樣下去會變成一個食品商。」但這並不是林宥岑要的，她看著美麗的家鄉，清淨

用網路走出去

從產區到通路通常是農業生產者需要仰賴通路跟盤商之處，尤其是新的產品推出，更是考驗。林宥岑從二〇〇九年開始販售茭白筍泡菜到現在，靠的都是網路。當時，林宥岑不忍心看爸爸年紀已長，年復一年的辛苦耕作卻只有棉薄收入，跟廚師背景的哥哥一同研發新產品。當時韓流方興未艾，他們想著「能不能用茭白筍做泡菜呢？」從酸、辣、鹹、甜

的口味中不斷調製配方，連茭白筍切塊的大小都百般試驗，林宥岑還想出一「泡紅」、「美人腿泡菜」等名稱，讓產品一推出後透過口碑在網路上傳開。



的水源不只是給了他們需要大量純淨水源的茭白筍，還給了他們「台灣白魚」。

全球僅分布在台灣的特有種純淡水魚——台灣白魚（*Aplocheilichthys molirehchi*），也稱作台灣副細鯽，一九〇八年俄籍博物學家Dr. Arnold Molirech遠道來到台灣，行經日月潭的時候無心插柳地採集了一批淡水魚，寄給當時的大英博物館（現為英國自然史博物館），這是台灣白魚第一次被世人所知，從此有了學名。

隨著棲地被破壞、工業汙染等，如今台灣白魚已列為瀕臨絕種的保育類動物，為什麼在一新社區的茭白筍田中會有此貴客呢？

原來，茭白筍栽種採水耕，在過去沒有農藥的時候台灣白魚就是在茭白筍田中躲避洪水的，

但後來為了毒殺福壽螺，大量使用農藥的結果也讓白魚從此消失。位於上游的一新社區，台灣白魚還能擁有難得的乾淨水源，於是得以在溪中再見其蹤跡。

「未來十年你希望人們想到一新社區想到什麼？」她自問，於是她開始申請各方資源，從生態環境調查開始做起，重新看待過去幾十年以農為主的家鄉。林宥岑讓自家的農田通過慈心有機認證、綠色保育標章，讓自家的農田為在地生物多樣性盡一份力。

「我一直想著，只要有魚（台灣白魚）我們就會有錢賺。」林宥岑力守老天爺賞給一新社區的自來優勢，但爸爸卻不這麼想。轉型代表著過去的慣行農法必須全盤拋棄，代表著農地中茭白筍種植的密度降低，爸爸實在不能理解。

第一年嘗試就遇上病蟲害，產量直接減半，還好有農試所、農牧場的技術輔導，慢慢的將產量往上拉，雖然還沒回到過去的產量，但有機茭白筍售價比過去高上一倍，父親辛苦工作的收益已見改善。

推動「魚筍共生」的有機社區

包括了耕種方式走向有機，從一級產業邁向二級、三級，相關人才的培育等。林宥岑參加了七個協會，每個星期至少有一天在上課，包括了導覽解說、行銷管理、生態調查、有機產業提升等。她進一步與各方專家學者合作，讓更多資源能夠回到家鄉，例如能夠增加一期耕作的工研院LED燈耕作實驗，例如荒野協會的生態

課程等。

「大家來到社區之後，我們當然希望他能待越久越好。」林宥岑打開手上的介紹文宣，上頭寫著「一新社區農村之旅」，好食、農作、慶典、體驗、旅行等，林宥岑開始串連社區中的年輕人，希望讓社區發展能夠整體的向前，包括了茭白筍、黑木耳、百香果、咖啡等，原本平凡無奇的農村，如今變得五花八門，遊客得以根據成員年紀、人數、天數安排不同的農村體驗，在不同季節中體驗一新社區不同的美。

從一個返鄉的女兒，到帶著社區打造「世界唯一」的推手，林宥岑看著一旁每天一撿起的福壽螺，說著轉型有機的辛苦，細數田裡「自己跑來的」各種有趣動物，她希望未來農村的二代都能

擁有回家的選擇。看著每年賣出兩萬瓶的泡菜，她說，「要賺錢有很多種錢可以賺，但是把家鄉的環境守下來，是這一代一定要接的使命。」

篤定背後，想起這片田養起的兩百多個家庭，以及他們家中的青年們，林宥岑一路嘗試的路，或許十年之間，返鄉青年就真能與老農一同讓農業重生，「魚筍共生」的一新社區，也將成為另一個「世界唯一」。





攻略 2

尋找「唯一」，從大自然環境中找出無可取代地位

「你看看我們這裡，還有哪裡的環境可以跟我們一樣？」林宥岑環繞農場驕傲的訴說，一新社區有著三面山壁環繞，一條河從上游向下孕育出良田，如此自然環境，林宥岑要讓它成為一新社區的最大優勢。

要做到的關鍵就是走向有機栽種，讓白魚與茭白筍田共存。「其實這個念頭是客人告訴我們的。」林宥岑說，一邊採收的客人一邊想要現採現吃，「那你們這是有機的吗？」一句話讓林宥岑決心踏上轉型之路。加上上游發現的台灣白魚，林宥岑如獲至寶。



2013

推動保育人員培訓

成立民宿

把社區民眾
拉進來

形塑居民保育共識，讓有機範圍更廣，並打破客家社區保守風氣，走向有機村。

2014

開放打工換宿

生態
也能
成為創意



轉型發展社區生態創意產業

2015

推出社區小旅行，串連社區不同果農

善用自然環境資源以及深厚的農業基礎，發展永續的農村六級產業，從最低獲利的採收財，一路發展至服務的導覽商機。



關鍵成長歷程表

2009

開發茭白筍泡菜，走向二級加工

2010

成立社區發展協會

推出茭白筍採收體驗行程

2012

申請有機認證

申請綠色保育標章

入選全國農村再造培根計畫

進行社區生物資源調查

爭取
有機認證

參與農委會水土保持局跨域合作示範計畫，也與林務局、農改場、特有生物中心、慈心基金會合作，配合這些單位對於生態環境的標準與規範，達到追求生態保育、永續發展的目標。



點線面發展，用社區共好提高多元發展跟社區價值

大部分的農村轉型都以有機耕作、休閒農場為主，林宥岑追求的卻是整個社區的共同前進。與茭白筍的種植方式有關，各家分享同一條水源，只有一家有機種植無法確保所有水源的清淨，台灣白魚的復育效果也將有限。林宥岑推動的社區發展協會成立之後，希望一步步的將轉型之路推廣至全村。

大從農
公聲



19

老祖宗的味道， 如何 和推廣農村結合？

「共享」是布農族傳統社會的生活觀，要與人、與自然萬物和諧共生，這是祖先傳承下來的智慧。

從市區回到部落的布農姑娘，決定要找回「祖先傳承的智慧」，以自然健康的種植，

推行產地到餐桌的概念，她發揮做菜專長，

以在地食材，簡單烹調，重現祖先過去的味道。

文／游婉琪 攝影／吳東峻 圖片提供／邱初美



「部落裡藏著許多好東西，我希望讓更多人看見！」不少人第一次聽到台東縣「海端」鄉，都會誤以為是新竹的「海瑞」。自幼生長在海端鄉埤頂部落的布農族姑娘邱初美，三年前辭去護士工作回到部落，經營以母親為名「哈拿農園」，希望傳承布農族祖先的智慧，宣揚部落之美。

說服家人無毒耕種 在部落開養生餐廳

畢業於護理相關科系的邱初美，原本在高雄長庚醫院擔任急診室護士，高壓環境讓她身體不堪負荷，無奈形容自己剛回到部落時，體重只剩三十四公斤，加上天生黝黑皮膚，瘦弱的像是營養不良。

返鄉初期還沒萌生創業念頭，她先到台東餐廳擔任服務生，一路升到公關主任。熱愛做菜的她心想，如果可以在部落裡頭開一間自己的店，賣的是低卡無負擔、採回家鄉種植農作的養生餐，既可結合興趣，又能吸引觀光人潮到部落裡頭，那該有多好？

於是她開始遊說務農多代的家人，放棄過往「打藥」耕作方式，採用無毒方式種植蔬果。並以自家生產的在地食材烹調成原住民風味簡餐，其中一套重現布農族祖先味道料理「祖先的菜」，更於二〇二二年拿下「一個人的產地餐桌，縱谷慢食套餐」最具養生休閒獎，讓餐廳名氣開始走紅。

邱初美說，當她計畫想要開店初期，部落裡的人都笑她神經病，就連媽媽也忍不住建議她：



邱初美

從農年紀：41歲

過去職業：護理人員

從農挑戰：家鄉族人的質疑

從農優勢：對料理的熱愛、家人的支持

就地取材

哈拿農園最大特色是就地取材，邱初美將祖先的智慧結合農場經營，人家不要的果實她拿來做成鑰匙圈、過熟的水果則可以製成果醬，她發揮創意做門簾、圖畫，農場裡的小米釀成酒，還有用豬絞肉拌上馬告，再裹上關山米水蒸，就成了主食珍珠馬告丸。原汁原味的新鮮料理取得消費者信任與喜愛。



「鄉下地方開什麼簡餐店？開小吃店才有人來。」但是曾經在都市裡生活一段時間的她，認為部落應該要顛覆傳統思維，反方向思考才能締造不同的可能。

餐廳帶動部落人氣 參與農業進修課程

就這樣，邱初美一手打造的哈拿農園，在越來越多民眾注重養生、健康、無負擔的飲食潮流底下，逐漸打響知名度，進而帶動海端部落裡的人氣越來越旺，族人也開始改變過去對於邱初美的想法，取而代之的是跟著邱初美學習如何行銷部落。

哈拿農園除了販賣自家食材烹調的美食外，邱初美以柚子皮自製洗碗精、馬告調成辣椒醬，

都是店內人氣商品。邱初美說，哈拿農園是以媽媽的名字命名，「哈拿」在布農族語裡頭代表恩典的含意，就像自己返鄉創業，是希望能夠懷著感恩的心，報答家人無怨無悔的支持。

她表示，農場捨棄慣行農法後，家人必須花費比以往更多時間照料作物，以人工取代除草劑，自然比較辛苦。因此在過程中，如果沒有家人的大力支持，光憑她個人，實在難以把這條路長遠的走下去。

事實上在邱初美阿公那一代，田裡種植著旱稻、花生、玉米、梅子。布農族祖先的智慧知道要與自然萬物共生，因此阿公堅持不噴藥，是到邱初美爸媽這一代，為了要輕鬆管理農田，省去下田除草時間，才開始使用化學藥物。

邱初美認為，利用化學藥物種植農作物，傷害的不僅僅是人類的健康，還有祖先代代傳承的土地，最後一旦土地無法耕種，承受苦果的還是後代子孫。因為有所堅持，回到部落幫忙的女兒，反而



哈拿廚房地面的彩繪牆，吸引了遊客的注意（左）。養生餐食材用的全是無毒農場裡的蔬果和家畜（右）。





農場裡種植的小米，被高高掛著晾曬，成為另一種景觀。

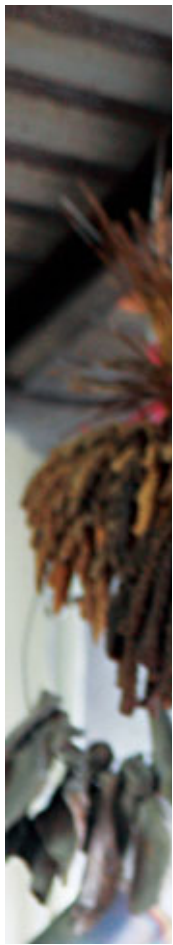
讓爸媽比以前更辛苦。為此，邱初美參加台東區農業改良場有機農業研習進階訓練班，以自然無毒的方式耕種南瓜、佛手瓜、黑豆、馬告（山胡椒）、樹豆、山萵苣等作物，平時他們並沒刻意照顧這些蔬菜，方法對了，只靠大自然的力量就可以長得很好，而這些蔬菜也成了哈拿農園最現成的食材。

摒棄削價競爭方式 加工創造附加價值

而農場裡種植的珍貴作物——五月桃，一年只能收成一次，屬於低海拔的高經濟作物，照顧過程相當辛苦。過去農民習慣低價競爭，無力嚴格控管五月桃品質，邱初美則嚴格要求品質篩選，無法直接賣出的水蜜桃，她選擇一顆顆地



小米搗成糊，又可製作成不同的點心。



拿來加工，研發成各種周邊產品，如果醬、清潔劑、果核製作的髮飾、鑰匙圈等，絲毫不浪費任何一點爸媽照顧水蜜桃留下的汗水。

邱初美說，削價競爭的結果，將導致農作物品質參差，但損失的不只是消費者，還有生產的農民。在家人的支持下，邱初美的理念逐漸有了回饋，不僅獲得消費者的認同，也替農場帶來穩定的客源。

走在哈拿農園裡，首先映入眼簾的是堆得高高的木柴，邱初美表示，哈拿農園裡不用瓦斯，炒菜用的是木柴升火。養生餐食材用的是農場裡種植的蔬果作物、自家養的活禽。如主食珍珠馬告丸，是以豬絞肉拌上馬告調味，再裹上關山米水蒸而成，邱初美用巧手重現布農族祖先留傳下來的好滋味。

加入打工換宿社群 推動部落小旅行

隨著部落人氣逐漸展開，農村缺乏人力問題也跟著浮現。邱初美選擇以打工換宿方式，吸引

年輕學生到海端 Long Stay。她笑說，許多來自都市地區的孩子，到了農村眼看到及一切都是新鮮的，邱初美帶領他們下田拔草、生火煮飯，每個人都笑著中學習。

還曾經有從香港、馬來西亞來的交換學生，離開後還會不時寄東西到農場，簡直把這裡當成娘家。農忙之餘，邱初美也會帶領學生體驗串珠、木雕DIY，部落夜間探索看山豬、飛鼠，用另一種角度認識部落。

談起創業經過，邱初美說，哈拿農園因為是採用「就地取材」

方式經營，直接在老家前方空地搭起木屋，食材用的是爸媽農場裡種植作物、養殖牲畜，不需要投入過多成本，壓力自然比起他人少許多。

返鄉務農雖然賺不了大錢，但生性樂觀的邱初美認為，在都市裡「賺得多也花得多」，還把身體健康搞到亮紅燈。回到部落，她不僅可以跟家人、族人一同打拚，每當有越來越多人知道海端，愛上部落裡的美好，金錢無法買來的成就感油然而生。

她常想，如果可以早個十年回到部落，或許可以趁著更年輕、更有體力時，幫助海端被更多人看見。現階段過程雖然辛苦，但她的內心卻是充滿著快樂。「我已經看到前方的光，並且努力朝著正確的方向前進」。



在自家的土地搭建木屋，減少財務成本。



五月桃是農場裡的珍貴作物，也被彩繪上了牆面，留下遊人的簽名，讓更多人擁抱家鄉。

打工換宿社團 <https://www.facebook.com/groups/548556241854157/?fref=ts>



農村青壯人口極度缺乏，看準打工換宿風潮，哈拿農園也加入行列，透過臉書打工換宿社團，有時還會有外國人，或是來台灣的交換學生，他們會一個拉一個，彼此介紹。透過打工換宿，替農場注入年輕元素，打工換宿的學生們則可體驗另類生活，雙方各取所需。

臉書 Facebook 行銷

攻略 2

2014

參加台東南島文化節「美味的「祭」憶套餐徵選，榮獲最佳廚藝獎



2015

籌備新的農場

推動部落小旅行

深度旅遊
擴大影響力

隨著哈拿農園生意逐漸穩定，邱初美希望籌備新的農場，結合部落族人推出兩天一夜深度旅遊套裝行程，預計明年初正式上路。



關鍵成長歷程表

2012

辭去都市繁忙工作回到台東

在餐廳擔任服務生

哈拿農園初期以合菜為主，後來考量人數較少的遊客無法吃完合菜，改提供單人套餐。

2012
10

成立哈拿農園

說服家人採用自然耕種法

以自家生產的在地食材烹調成原住民風味簡餐

視顧客
需要改推
單人套餐



2012
12

自製洗碗精、馬告辣椒醬

嚴格要求農產品品質篩選

開始推動打工換宿

推出體驗行程

打工換宿
填補人力

青年人口外移是許多農村部落最頭痛的問題，哈拿農園則以打工換宿的方式，填補了青壯人力缺口。

增加農產
附加價值

無法直接賣出的水蜜桃或其他農產品，可以拿來做加工，研發成各種周邊產品，如果醬、清潔劑、果核製作的髮飾、鑰匙圈等，絲毫不浪費。

用美食傳達對家鄉的愛

秉持著對家鄉的熱愛，邱初美不但在台東區農業改良場有機農業研習進階訓練班進修，也努力找回老祖宗與自然共處的智慧經驗，希望讓故鄉「海端」不要再被外人誤認為「海瑞」。透過美味的料理、深度的部落體驗，就可以把對家鄉的愛傳達出去，轉換成外界對於部落的愛。

大俗農
公農體





20

如何凝聚兩代力量， 同心發展家族事業？

農二代之中，有不少人心繫家業，
但又想發展自己的事業，
該如何將兩者結合，
讓農園不僅能生產，
還能發展品牌、嘗試多元化行銷，
凝聚家族力量，打造可永續發展的未來？

文／劉致昕 攝影／蔡世豪 圖片提供／陳美燕

山間，公路駛過一片片花海之後，陽光撒透了葡萄架，落在小孩子燦笑的表情跟銀鈴般的笑聲上。「要把這些小的先弄掉，葡萄才會長得好。」一個戴著帽子的

中年農人對著一群混雜著新加坡、香港還有台灣口音的遊客講解，他們一邊看著架下掛著的一串串紫色，忙著驚呼、拍照甚至流口水。

一旁，一個頂著俏麗髮型的年輕女生看著遊人與農人的互動，她的微笑是驕傲也是興奮，她是新峰農場的二代——陳美燕。而在葡萄架下跟小朋友玩得笑不攏嘴的，是她的爸爸，新峰農場主人陳榮雄。

家庭式農場帶動小旅行

走進新峰農場的接待處，

「益農利民」、「農營之光」幾塊匾額掛在牆上，四周是一張張課程培訓的「結業證書」，上面寫的不只是陳榮雄的名字，還有他的女兒、媳婦。

每個月二、三十部遊覽車的遊客從這裡開始認識台中市新社區土地的故事；每一季，來自新加坡、香港、馬來西亞的旅客從這裡愛上台灣的土地；從一個供貨給大盤的生產者，到所有的作物幾乎都被摘果體驗、散客買走的新型態農場，這樣的轉變是一張張的培訓證書所累積的成果，更是二代返鄉之後，催生的甜美收穫。

「一開始大家都笑我們傻啊！」剛開著車載著海外友人上山上的陳美燕說。

十二年前，新峰農場只是一般農家，轉型成農場只是因為一場美



陳美燕

從農年紀：28歲

過去職業：業務人員

從農挑戰：傳統農家轉型的各種障礙

從農優勢：愛到處旅遊的不同思維，挖掘農村新價值

麗誤會。當時剛開始嘗試網站行銷的新峰農場，接到電視購物台的電話，希望成為長期供貨的貨源，為此，農家必須成立公司行號，轉型為農場。但忙了半天，最後發現供貨給電視台不只是需要包裝、運送成本，每一筆訂單電視台的抽成高得嚇人，根本沒有收益。

這一次的希望落空，沒有停下新峰農場「往外走」的腳步。陳美燕形容她眼中的家人，「我爸媽相信他們的東西價值絕對不只如此。」除了媳婦嘗試著電子商務的通路，爸爸媽媽也常載著作物直攻台北，只要能跳過一般大盤，每一筆收益都多一倍，而陳榮雄也相信，那才是辛苦耕種的作物真正的價值。

從小看著爸爸媽媽在農園裡的辛苦，也看見一般農民只能仰賴

大盤，她試著找新的路。

念的不是農業本科，下田的技術跟經驗也與專業農人有一段差距，一個俏麗的城市少女要如何幫上家鄉的農園？看著爸爸每天流的汗水，她的興趣，真能跟農作結合？

答案，從一次暑假的打工經驗中浮現。

從觀光客的眼睛 發現新價值

靈感來自新社裡的咖啡店。十年前的暑假，陳美燕還是個憧憬咖啡店、民宿生意的小女生，為了能夠滿足「穿得漂亮端咖啡」的夢想，她每天早上得先處理完農場裡的工作，再開始一天服務生的工作。



陳美燕的父親陳榮雄，為了讓觀光果園更專業，開始上課學習解說導覽。



新峰農場的葡萄園結實累累，等待成熟的那一刻。

「在那邊打工，看到很多來玩的人，我就看他們都想要玩什麼？」農家出身的美燕，學著服務業觀察消費者的技巧。一次，園區附近民宿跟咖啡店的老闆問她，客人在新社除了花海跟喝咖啡之外，沒別的事做了，能不能帶客人去摘水果？

新峰農場是新社唯一一座轉型為觀光農場的果園，第一次，陳美燕從家裡的果園內看見了新的價值。

但從純粹生產走向服務導向的體驗，需要的技術跟知識截然不同，於是陳榮雄在女兒的說服下，開始上不同的課程，在手上的功夫之外，加上眼睛的觀察及嘴巴的解說、溝通。

「去上過課，就知道怎麼跟客人互動了。」陳美燕說，一開始



新峰農場以葡萄為主要作物，因此開放採果是邁向觀光的第一步。

來體驗摘果的客人會把酸掉的葡萄丟在地上，或者亂摘、亂拔，讓果園環境每被體驗一次，就混亂一次，但經過服務流程的調整，現在的客人都成了好幫手，少了採摘的功夫，售價又比批發高上許多。

「不過老實說，當時大家都笑我們神經病，一個、兩個客人要來，我們也要接。」陳美燕回憶農場轉型後的前五年，沒有知名度、自家水果的品牌也剛創立，一直以來都只有散客，從跟客人聯絡開始，還要講解、安排DIY、帶他們採果，一個人說實在賺不了多少錢。

陳美燕看著想要轉型的爸爸，四處到餐廳發名片、到全台各地宣傳，急著想把自家的體驗服務宣傳出去，五年的累積不是沒有成效，包括「歐吉桑遊台灣」等

成立品牌

十二年前，新峰農場成立之時，不只是從農家走向「農場」、成立公司行號，陳美燕當時更堅持要父親印製家裡專屬的紙盒。選擇不用現成的紙盒代表的是設計、開版、印製等多餘的費用，且印製的量太，對農人來說等於是還未確認產量前就大量投資，更有紙盒囤貨的風險。但隨著時間過去，紙盒代表的品牌效益逐漸浮現，讓在一般市集中，民眾看見新峰兩字，什麼作物都先搶了再說。



印製紙盒雖然耗費成本，但卻有打響品牌的效果。

電視節目、媒體報導，都讓客人逐漸出現。但唸休閒管理的陳美燕，跟爸爸一樣，相信自家產品價值應該更高，兩年前，決定返鄉，更積極的為家裡的轉型出一分力。

顧客導向的她，從講解的方式到服務內容一一調整，DIY課程、設立民宿，到堅持把家中一半的面積拿來開賣場。「每次大家都不理我啊！」陳美燕苦笑，爸爸媽媽一開始都怕麻煩，也因為平日農忙，跟一般農民一樣，要學新東西總是負擔。但陳美燕就像導演一樣，一一示範給爸爸媽媽看，或者自己動手做，不只是給了爸媽信心，也減少了轉型過程給爸爸的負擔。家中的嫂嫂洪淑敏說，陳家最大的優勢就是有人力，一家人一起在轉型的過程中努力，加上陳美燕點子多，陸續推出新的服務。

現在來到新峰農場，遊客在接待處下車，先聽著講解，包括了新社的故事、水果的特性、果園裡的規矩，最重要的是爸爸耕種的理念。接著，才是進果園體驗。

帶著敬意跟知識，遊客走上山，迎面而來的是草皮上大雞小雞快樂奔跑的果園，「我們都跟大家說這是有『雞』農園」，陳美燕笑說，養雞也是為了讓體驗更加獨特，孩子玩得開心，有先預約的遊客，還能在新峰農場吃著烤雞過夜。

成立行銷公司走出去

一步步調整、擴大農場的服務，是因為陳美燕發現，要讓更多人來新峰農場，關鍵是新社變得「更好玩」。「我一直覺得新社是

全世界最好玩的地方啊！」她有自信的說，但沒有配套行程，大部分遊客缺少特地上山的動力。為此，她從去年開始自費到海外參加旅展，以導覽協會名義介紹新社的觀光。對社區，她開始分享新峰的經驗、客源，讓更多附近的農民也能提供體驗行程，讓整個村子都能活起來，擁抱新的商機。

結合自身的專長與興趣，陳美燕的返鄉從農創了新的成功方程式。現在的新峰農場，從十年前全靠批發，現在作物幾乎都由散客、老客戶買走，不只獲益增多，更重要的是爸媽看著消費者對水果的欣賞，「心情非常好！」不捨於爸媽的壓力跟辛苦，陳美燕看到他們現在的笑容，非常滿足。

一旁的賣場，每一台遊覽車都會買個八千到一萬元，而摘果體

驗也預約到了下一季，還有更多海外遊客的需求等著陳美燕處理，有了新峰的美麗表現，陳美燕的國小國中同學們也越來越多人加入她獨特的返鄉小革命，「再五年」，她自我期許，靠著自己的行銷公司連結新社在地的力量，以新峰農場為中心，她要翻轉農業的未來，讓家鄉的老朋友、叔叔阿姨，都有更好的生活，更多的笑容。

新峰農場門口顯眼的歡迎看板，充滿了童趣。





攻略 2

從消費者的眼中發現自我價值

農家的轉型代表著從生產端往前走，有更多直接面對消費者的機會，不管是產品的銷售或者服務的提供。從高中時就「爭取」到咖啡店、民宿打工的陳美燕，從服務業的工作模式中，養成了觀察客人需求進而調整服務模式的習慣。不論是與「自動上門」的國際旅客聊天，或者在父母帶領遊客摘果體驗時的一旁記錄，甚至是瞭解訂購水果的客人，進而在包裝紙盒上提供各種消費者所需的資訊，永不停止的從消費者眼中尋找自我價值，讓新峰能夠不停進步，並且在轉型之時，確保新的路向是對的去處。



2011

2013

2014

提供體驗行程

設立民宿

成立賣場

與旅行社合作深度遊程

成立行銷公司

參加國外旅展推廣新社

跟周邊果農合作

開發不同產季的體驗行程

設立賣場

增加體驗



賣場希望互惠當地農民，結合附近農產品，希望讓旅客在休息之餘，也能停下腳步，發現在地的味道。



以農場的水果為主設計體驗行程，經過實驗及創新賦予水果新的價值。



關鍵成長歷程表

2001

一般農家

嘗試電視通路行銷失敗

嘗試電子商務

載著作物直攻台北

咖啡店打工發現新契機

2003

轉型成農場

成立品牌

轉型網室栽種

上導覽、解說課

2006

加入導覽協會多元學習

電視購物

第一次與電視購物業者合作，但供貨給電視台需要包裝、運送成本，以及高額的抽成，效益有限。

印製自家紙盒

雖然多了設計成本、印製成本，以及囤積的壓力，但長期而言培養忠實顧客，打造品牌。



跟朋友一起勇敢走出海外

自費到海外參展，聽起來像是貿易商、科技廠會做的事，這卻是過去兩年陳美燕和朋友一起為新峰農場轉型所做的最重要一步。新加坡、香港、馬來西亞展的攤位上都看得見她的身影，新社之美也被更多的海外民眾所見。海外參展的效益，展現在產品的外銷以及旅客的登門拜訪。當小農苦惱著因為量少、無行銷資源而難以拓展行銷通路時，新峰的枇杷已經透過貿易商登上新加坡；當嘗試經營在地體驗的團體，苦惱著單一的團客難以確保旅遊品質以及收入時，新峰的客源有一半來自海外，就是自費造訪的香港、新加坡、馬來西亞。接下來還有越南、泰國、日本等國家旅客，所以走出去很重要！

大從農
公農





21

如何堅持理念， 追求友善耕種 與社區共好？

許多繼承家中田產、有志從事有機耕作的年輕人，最大的阻礙卻常是來自長輩的不諒解。拒絕使用農藥、化肥，往往會被解讀為好逸惡勞、不願意費心照顧田土。轉作有機的頭幾年，收穫和銷路又往往不如預期，在內外現實的夾擊下，該如何堅持理想，實現有機的田園夢呢？

「在我小時候，那一整片都是梅林，開花時一片白茫茫。」許鴻文指著山上一塊檳榔園，回憶道，「風一吹過就像下雪一樣，很詩情畫意。」

許鴻文是台南市楠西區梅嶺發展協會總幹事，梅塢天然有機梅園負責人，許家種植梅樹，到他已經第三代了。許鴻文從小跟著家人上山採梅、製梅，歷經當地產業的興衰起伏：先是施灑農藥與化肥的慣行農法，取代傳統的無毒耕作方式；接著，原本滿山遍野的野百合和螢火蟲，不耐藥性一一消失；再後來，梅嶺農業開始沒落，田地荒廢、轉作，青壯人口外流，一切變化都和他的童年記憶漸行漸遠。

自稱憨慢的許鴻文，回鄉後決定要做一些改變，卻沒想到這條路走來竟然如此艱辛。

有機栽培量銳減 父親不諒解

許鴻文從小看著當地梅農噴灑農藥的後遺症，打從接下家業的一開始，就決定要採用有機方式耕作。「當年用藥沒有什麼管制，越毒越好，甚至有長效型農藥，噴了可以持續一個月，噴完隔天地上就會多出死掉的飛鳥或竹雞，田裡頭蚯蚓死一堆。」許鴻文說：「我自己對農藥過敏，從小就會害怕，所以家人要我噴藥，我都會唱反調。」

當時二十啣嘴歲，正值年輕氣盛的許鴻文，決定照自己的方法來，不再噴灑農藥，改施雞糞當肥料。然而全面轉型的結果卻讓人失望，梅子的產量從十二萬多斤，銳減到一萬多斤。「當我一看



許鴻文

從農年紀：25歲

過去職業：大學講師

從農挑戰：親友不認同

從農優勢：擁有農產品加工技術



許鴻文以自家生產的有機梅子，做成酵素和梅精等加工品，漸漸累積出口碑。

到產量數字，我就知道大事不妙了，爸媽罵我是敗家子，認為我說什麼不噴農藥，只是為自己的懶惰找藉口。」許鴻文無法取得家人諒解，偏偏有機梅的賣相不佳，在青果市場的價格也極不理想，他只好一面兼差，一面思考該怎樣走出這局黯淡的死棋。

轉作加工品 打破青果賣相難題

或許是天公疼憨人，留了一線生機給他。許鴻文在外進修時，從小醃漬梅子的手藝被校方得知，便邀請他開班授課，傳授食品加工的技巧，讓他還能勉強維持生計；而賣相不佳，一再於青果市場碰壁的有機梅，最後也是在許鴻文靈機一動下，改走食品加工路

有機水果賣相差，
製成加工品便能克服

有機梅外觀賣相不佳，價格容易被低估，改採加工策略後，可以製成梅精、醃梅、梅子醋等產品，讓賣相問題消弭於無形。而且梅子青果採收後，為求新鮮，必須在一個月內銷售完畢；但是加工品的保存期限較長，接下來的一整年都可以販售，大幅提高完售機會。



線，才慢慢打開銷路。

「有機青梅因為容易遇上病蟲害，儘管滋味不變，外觀就是不好看，客人買不下去。」許鴻文說，「可是加工過後，外表就不重要了，我把梅子榨汁熬成梅精，健康、無毒的形象更容易被接受。」此後，許鴻文開始自己開著小貨車找商家寄賣產品，慢慢幫有機梅找到了市場。只可惜，產量低落的問題還是沒有解決。

幸虧許鴻文喜歡求知，不時會報名參加農政單位的培訓課程，一次前往中興大學研習有機課程時，他才知道自己過去對有機的理解有誤：原來有機不光只是不施農藥、不放化肥那麼簡單而已。在那之後，他開始在梅園建立起綠籬帶，改採農糧署驗證過的有機肥，取代容易帶來病蟲害的雞糞。



此外，改採生態防治的概念，讓蟲子自然被天敵撲殺，等待梅樹自己產生抵抗力。到了改行有機的第五年，有機梅園的年產量，總算從一萬多斤回升到兩萬多斤，如今產量已經可以爬到三萬到五萬斤，雖然仍不到慣行農法時代的一半，但因為有機梅加工品的價格不錯，民眾對食安的關注度也提高，梅園近幾年的收益，已經超越轉作有機前的水準了。

傻子尋找螢火蟲 鄰里當他是瘋子

許鴻文的有機夢，不只侷限在梅園，有機梅產量慢慢回穩的同時，他又想把童年的螢火蟲和野百合也給找回來。一開始，因為不明白螢火蟲的習性和繁殖季節，許鴻



許鴻文除了復育梅園的生態，也把螢火蟲找回來，後來連地方政府都加入這個行列，推動觀光。

植樹造景推觀光 打造南部陽明山

同一時間，許鴻文也積極復育

文天天夜裡摸黑上山，被左鄰右舍當成中邪的瘋子；家人也因為面子擺不下，屢屢要他打消念頭。

不過許鴻文心裡有別的盤算，他相信生態觀光，會是梅嶺未來的出路，只要能延長梅嶺旅遊旺季的時間，遊客帶來的商機，就能讓年輕人願意重新返鄉。最後，他找到一處仍有螢火蟲的檳榔園，自己親自除草以說服地主不噴除草劑，短短時間內，就將當地的螢火蟲數量復原到十幾萬隻，還免費帶遊客上山看螢火蟲。兩年後，地方官員慕名而來，擴大推廣螢火蟲帶動觀光的任務。

野百合，雖然後來病害蔓延，花苗大量枯萎，讓他差點功虧一簣，但是許鴻文不改初衷，又陸續栽種了山茶花、紫牡丹、山櫻花、杜鵑等花卉，甚至自掏腰包將產業道路修成可以健行的步道，幾年努力過後，梅嶺一帶的山區，成了春夏秋冬都有特色可以欣賞的健行勝地。

「我希望把梅嶺變成南部的陽明山，讓大家一年四季都想來這裡賞花。」許鴻文一方面尋求當時新成立的西拉雅國家風景區管理處協助造景、完善步道設施；一方面也經營部落格、聯絡地方媒體記者，將梅嶺的觀光新亮點一一傳播出去。多年努力後，終於吸引到全國性媒體的注意。

二〇一三年接受TVBS「一步一腳印」節目採訪時，許鴻文坦白道：「有一些堅持，就是要用一

個傻子的心態去做，因為你如果以很聰明的心態去做的話，你會算計得很深，當你算計很深的時候，可能你會無法付出去。」不管是復育螢火蟲、野百合，或是重修步道、滿山蒔花植樹，許鴻文從來沒有主動推銷過自己的有機梅產品，反倒是各家媒體記者被他的精神感動，主動幫忙將梅精等產品介紹出去，無心插柳下，他的有機加工品銷路更上一層樓，有了更多穩定的回頭客訂單。

「我是這邊第一個做有機農業的，很多人一開始不敢跟進，因為完全看不到未來，只看到我慘的一面。」雖然想起當年的苦楚，許鴻文還是有點難過，但他隨即展開笑靨道，「但如果沒有人願意帶頭改變，地方就不可能變好，不是嗎？」



梅花盛開時節，梅嶺總吸引許多人上山賞梅。



許鴻文希望把梅嶺打造成南部的陽明山，除了梅花之外，一年四季都可遊憩賞花。



找上西拉雅國家風景區管理處，更容易說服對方加入梅嶺造景的行列。

一開始許鴻文雖然有心以花花草草美化梅嶺鄰近環境，但苦於梅子欠收，根本沒多少錢可以購買花卉種苗。但他善用資源，找上了林務局，申請到免費的茶花、山櫻花、紅花風鈴木以及青楓的種苗，雖然要自己開車上奮起湖載運，整體而言還是划算的。有了既成的造景和復育成果，許鴻文再

善用現有資源，
申請免費造景種苗

攻略
2

2008

2013

有機梅因東森報導竄紅

風景區管理處加入造景



TVBS報導再推升業績

收益超過慣行農法時期

媒體效應



媒體記者被許鴻文堅持有機耕作的精神感動，主動幫忙將梅精等產品介紹出去，使他的有機加工品銷路更上層樓，有了更多穩定的回頭客訂單。



關鍵成長歷程表

1995 1996

開始以有機方式耕作

產量大跌，僅剩十分之一



製作梅精

梅子六、七分熟時，有機酸含量最高。許鴻文將青梅採下，萃取汁液再經數次過濾後，將梅汁熬煮三天三夜，直到成為黑色濃稠的膠狀物質，梅精便大功告成。梅精被認為可以改善酸性體質，屬於高價位的加工品。

取得有機轉型期證書

1998 1999 2000 2001

開始復育野百合

復育螢火蟲

開始復育螢火蟲

參加中興大學有機研習

持續上網宣傳梅嶺特色



九〇年代末期，一度因梅花、梅子雞等特色成為知名景點的梅嶺，逐漸因梅園廢耕、新興賞梅景區崛起而沒落。許鴻文認定生態觀光會是未來出路，選定小時候常見、長大後卻罕見的螢火蟲做為復育項目，讓梅嶺除了冬天賞梅外，也能在春夏之交吸引遊客前來賞螢火蟲。

讓媒體效應再延長

許鴻文的有機梅加工品，市場能夠真正打開，全國性的媒體助益甚大。不過媒體效應畢竟是一時，雖然短期會帶來消費高峰，日久還是會慢慢褪色。所以，許鴻文會固定將自己曾經露出過的報導，貼上部落格，方便對有機梅產品有興趣的消費者，在網路上找到相關資訊。

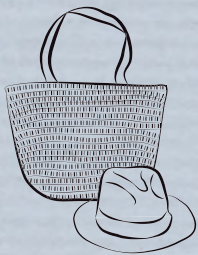
大從農
公聲農



行銷

社群經營及多元行銷

在過去的農業供需鏈裡，生產者的形象是模糊的，也沒有和消費者對話的機會。然而隨著網路科技的日益普及，農民們架設網購平台，乃至於成立品牌自產自銷，或是組成農產市集一起擺攤，甚至透過社群網站募資，農村的行銷手法愈來愈多元，顛覆了傳統的銷售觀念，透過對話，也讓更多的農村價值被看見。





與消費者對話的創新行銷

在過去，行銷往往是農業生產者的弱點。從作物生產到消費者之間一關又一關，真正能做到行銷的往往是農會、通路，單一生產者在傳統的產銷體系中，很難靠著一己之力在行銷策略上有所著墨，更別說透過行銷工具的運用來創造價值。

但如今，網路的普及加上多種應用工具，讓小農也可以靠著行銷翻轉形勢，從此行銷環節不只是包裝盒上面的圖樣，不只是在通路上的折扣優惠，而是一個還沒播種就能回本的機會，可以在遙遠的田間也能與城市中、甚至全世界消費者對話的可能。在網路世界，行銷對農業工作者來說，不只是一個工作環節，而是市場中的勝敗關鍵。

◎與消費者直接對話

網路的應用帶來最大的不同，便是生產者消費者對話的方式。使用臉書建立社群之後，無論是播種、收割、甚至遇上風災的時刻，消費者都能零距離的透過照片、文字、或者直播看到農作現場。這樣的溝通方式，最大意義便是了解生產者，然後看見生產者的理念和用心，真正體會到作物的價值，藉由實質的表現，生產者可能得到較合理的報酬。

除了網路，市集、產地小旅行、參展、導覽等，都是現代生產者可以運用的對話模式，其中關鍵，便是怎麼讓消費者「享受」這個對話的過程。包括了說故事技巧、新科技工具運用、品牌塑造、農業體驗的安排等，視生產者的特性安排不同的對話方式，相同的最終目的都是創造購買動機。

◎ 為產品創造價值

除了增進消費者跟生產者間的認知，下一步便是透過對話，為產品創造價值。

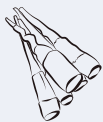
除了傳統的認證、得獎等品質上面的努力，透過網路和口碑的宣傳，以及「農事體驗」或「打工換宿」等活動，從農忙的協助到契作的支持購買，讓消費者可以參與生產過程，從他們自身的投入，進而增加對產品的情感跟認同。

另一方面，便是替消費者創造除了吃之外的價值。例如作為公益禮盒、以保護環境為訴求的耕種方式、支持社區發展的農產品等，讓同一筆消費產生多重價值。

◎ 經營消費者關係

行銷最終目的之一，就是養成消費者的忠誠。過去的農業產銷方式中，消費者對生產者的印象是模糊的，更遑論建立忠誠度了。但在網路時代，透過長期的互動所建立起來的社群，便成為支持生產者的最大利器。有人在開始耕種前就被社群預購完畢，也有人在產量過剩時，快速靠著社群購買解決危機。

要養成忠誠的消費者關係，考驗的是長期的顧客互動、理念傳達、爭取認同，看似辛苦，但在社群建立起來之後，經營的成本便會逐漸下降，同時在銷售上也會開始出現效益，換來生產者的穩定生活以及消費者的安心購買。





網路社群經營與群眾募資新途徑

「合作社」性質的組織，支撐著農村中的融資、銷售、生產，而進入網路時代，合作社這樣的支持系統，全都跟著智慧型手機進了口袋，與生產者相隨形。他們就是網路上的社群。

◎ 常見的社群網站

目前台灣較常見的網路社區包括臉書 (facebook)、推特 (Twitter)、噗浪 (Plurk) 等，都是很大的社群。一個社群的粉絲專頁就像為消費者打開了一扇窗，直接從電腦前看進生產者的田、魚塢、果園，隨著網路、智慧型手機普及，越來越多生產者自己經營社群，有了粉絲們的互動跟回饋，生產者不但得到信心，實質上也對銷售產生幫助。

◎ 建立粉絲團累積人氣

社群的養成需要毅力以及創意。毅力方面保持一定的發文習慣，長期以圖片、文字甚至影片、活動等方式，保持跟粉絲的互動，加深彼此的連結跟認同。很多人會好奇，為什麼有人就是能夠快速的增加粉絲數？關鍵便是創造分享的動機。

一篇好的文章、美麗的照片、動人或者喚起共鳴的內容，都會創造讓人分享、轉

發的動機，從零開始的粉絲數，便有機會因為人們的分享，持續擴大社群範圍。

其實社群經營不只是線上，心有餘力，在線下與社群的互動是更有效益的方式。例如透過線上公布市集的資訊，讓粉絲們來到市集與你相見、聊天，或者舉辦實體的活動、演講、分享等。線上互動可以讓粉絲保持長期的關心，線下互動則讓生產者與消費者有更進一步的瞭解與信任。

◎ 群眾募資的成功祕訣

社群的經營還有許多外放效益，而最令人驚嘆的就是「群眾募資」的效果。

「群眾募資」是指社會大眾透過小額贊助，支持個人或組織使其目標或專案得以執行完成。國內常見的群眾集資網站包括：104+夢想搖籃、Flying V、Fundai、Hero、貝殼放大 Backer-Funder、創夢市集 DiFunding、群募貝果 WeBakers、嘖嘖 ZecZec 等。

從農業的角度來看，便是透過網路平台，讓大眾在生產過程中便能小額資助生產者，降低生產者的風險，同時也用回饋品的方式，讓消費者有物超所值的感受。「104+夢想搖籃」募資平台表示，「農業類型的提案平均達標率六三九%，遠超過整體達標率一四五%！」農業的群眾募資要成功，通常必須結合多元商模與創新技術，並且提供消費者體驗的獨家機會，較能夠成功引發支持者共鳴。

行政院農業委員會二〇一五年也首度將農業創意競賽與群眾集資結合，舉辦「農業好點子群眾集資競賽」，除了提供總獎金四十二萬元，更將相關產業輔導資源引入提案成功團隊申請運用，藉以激勵更多年輕人為農業投入創新想法，突顯產業的獨特化、差異化和在地特色化等優勢利基，用新思維創造農業新面貌。





單打獨鬥很辛苦， 怎麼幫農夫成立市集？

單打獨鬥很辛苦，要怎麼成立市集銷售平台？
一群熱愛土地的農夫們與在地的東華大學合作，
成立了屬於花蓮在地的「小農市集」。
強調對環境與土地優先的生態文化，
除了提供友善環境的產品，
也期望成為產地體驗與農場生態旅遊的平台，
讓消費者透過體驗，
建立生產知識與飲食文化，
促進鄉村產業轉型。

文／游婉琪 攝影／吳東峻 圖片提供／好事集

每年夏天，無情的颱風直搗東台灣，不時造成後山花蓮對外交通中斷。風災除了迫使火車停駛、飛機停飛外，少了蘇花公路運送貨物往北，讓平日辛勤耕作的花蓮農夫們，只能眼睜睜看著成堆果菜腐爛在農田裡，損害難以估計。

五年前的一場風災，讓東華大學自然資源與環境學系副教授蔡建福發現，花蓮在地的農友們缺乏在地銷售平台，讓他們只能單打獨鬥。除了每週來回得花將近十個小時車程，將新鮮蔬果運到台北販售，一旦遇到風災導致道路中斷，再多辛酸無奈也只能往肚裡吞。

為了改善農民處境，蔡建福號召理念相近的農友，並找來學生志工幫忙，一步一腳印成立「花

蓮好事集」，每個週六固定在花蓮市區擺攤，讓農友們免於長途跋涉之苦，花蓮民眾也可就近購買新鮮無毒的當季食材。

談起「花蓮好事集」名稱由來，蔡建福笑說，一開始市集希望由農夫們集體命名，當眾人紛紛把自己想到的名稱寫在黑板上準備表決時，其中有位農夫寫出「好事集」三字，還加上英文「be good house」。

原本大家以為他寫錯字，後來經過解釋才得知，「好事集」意指「好人多的地方總會有好事發生」，眾人這才恍然大悟。最後票選結果出爐，「好事集」打敗「花粒薯市集」、「花綠市集」等名稱，拿下全體最高票，成為了今日「花蓮好事集」由來。

花蓮好事集與蔡建福



成立時間：2010年12月4日

規模：約25攤

販售商品：新鮮蔬果、有機中藥、有機黃豆製品

舉辦時間：每週六上午9點

市集地點：花蓮自由廣場（花蓮市中山路408號之1）



花蓮好事集曾在鐵道文化園區進駐，後來因空間有限，便遷移至花蓮自由廣場落腳。

吳其璉（右圖）認為，農民參加市集可以學習直接與消費者溝通的能力，而消費者也能進一步瞭解產品。



四度搬遷尋覓合適地點

花蓮好事集成立初期，其實並不如外界想像中順利。蔡建福指出，一開始市集到花蓮酒廠設攤，沒想到收入慘不忍睹。之後轉到明義國小活動中心前，但每逢下雨無處可躲，加上顧客來逛市集時，必須繳交二十元停車費，產生抗性，經營成績平平，讓市集不得不另覓他處。

直到後來，花蓮好事集輾轉搬遷到了鐵道文化園區，農友們的收入才漸漸穩定。目前則因有越來越多農民希望進駐，受限於鐵道文化園區空間有限，讓市集再度搬遷，選在空間大許多倍的花蓮自由廣場落腳。

雖然前後多次搬遷，但五年後的市集，進駐的農友攤位越來

越穩定，販售的產品從蔬菜、水果到有機中藥都有，彼此間也可從單打獨鬥到變成合作夥伴關係，每逢週六上午，都會吸引不少熟面孔上門採買。

直接面對消費者

好事集主要營收來源是攤商繳交的公積金，收費方式是當天擺攤收入的百分之十，另會員入會的五百元入會費也是收入之一，此外，配合政府機關舉辦活動時，也會有些許的補助。

任職於花蓮好事集的吳其聰回憶，市集剛開始成立時，不少平日只懂得辛勤耕作的農民們，不知道怎麼介紹自己的農產品，更不曉得如何與消費者面對面相處。於是花蓮好事集開始先從觀

攻略
1

品質至上 貨源區隔

花蓮好事集成立宗旨就是要替農友把農作物成功賣出去，因此市集裡頭的農產品必須經過審查把關，不能含有農藥殘留。農友彼此間推出的產品如果太雷同，也會因此缺乏區隔性而導致銷售不易。





好事集建立一套專門的驗證機制，確保市集農產品的品質。

摩其他市集著手，利用空閒時刻，安排農友到外縣市的市集見習。

經過幾次觀摩之後，吳其聰笑說，農友們開始學會攤位如何布置比較吸引人？例如可以在桌面上擺盆早上剛從田裡摘下的新鮮花朵；彼此也開始慢慢去觀察，種植哪些作物比較能做出市場區隔，不會整個市集裡大家都賣相似的農作物。

和一般傳統市場相比，花蓮好事集裡頭賣的都是經過檢驗篩選的無毒農產品，農夫必須採取友善大自然的耕作方式。且「自己種的農作物自己賣」，不能假手他人，更不能拿其他人的東西來賣，才能做到對消費者真正的負責。

來到花蓮好事集，除了選購花蓮在地生產的農作物以外，市集不定期舉辦音樂會、蔬食料理

市集不只是市集

品嘗等活動。吳其聰指出，對於農友而言，市集只是他們的銷售管道其中之一，透過這些活動可以吸引人潮，讓更多人有機會接觸農友，幫助農友打響知名度，進而透過其他管道向農友購買。

吳其聰笑說，許多農友常說，以前常覺得農夫好像是矮人一截的職業，花蓮好事集是他們務農以來接觸過「最有尊嚴的市集」，在這裡客人不會挑三揀四亂砍價，還會

和農友討教農業知識，彼此間就像是朋友般互相分享，讓他們感覺很有成就感。

建立專門的驗證機制

隨著市集逐漸打響知名度，也慢慢有許多農友詢問如何加入。對於想要加入花蓮好事集的農友，蔡

建福表示，首先農友必須是從事友善耕作（包含不噴灑農藥、不使用化學肥料、不使用除草劑等），或是已通過有機驗證的農戶。

蔡建福指出，對於新申請的農民，加入以前一定會去其農田菜園裡看過一遍，確認裡頭種植的面積大小、產量多寡，確認水土檢驗均無農藥或重金屬殘留。假如沒有遵守規定被發現後，將不能再來市集販售農產品。

至於已經加入後的農友，花蓮好事集內有一套專門的驗證機制，這套機制名為 P G S (participatory guarantee system)，意指參與式的保障系統，以信任做為基礎，由消費者、專家、農夫共同參與驗證，定期前往被驗證的農夫的田裡面試，確保市集農產品品質。

吳其聰說，曾經有農友加入

花蓮好事集不單只是一「市集」，更希望營造出一種來買好東西，順便拜訪好朋友的氛圍。許多市集熟客到後來都與農夫成為友人，每週固定上門採買一週的食材。市集也會不定期舉辦各類藝文表演、義賣活動、分享會等，讓逛市集買菜變得有趣。

去他處見習，是成長的好方法之一，經過取經修正，結合多樣化活動，打響名號。





好事集為了加強消費者對於農產品的認識，每個月固定舉辦各類田間參訪體驗活動。有時安排到有機菜園採菜（左上），有時順道協助農友採收金針花（上）。

市集後，私自拿朋友的農產品到市集銷售，很快被好事集發現產量不可能這麼多。因為託售的農產品沒有經過花蓮好事集委員稽核，很有可能有農藥殘留，一旦沒有審慎把關，將可能破壞消費者對市集的信任，近而影響到其他遵守規定的農夫。對於這樣的農友，市集也只能請他們退出。

通常會到市集採買的消費者，吳其璵指出，平均約有七成為花蓮在地人，三成為外來觀光客，主要是因為市集裡販售產品多半為新鮮葉菜類，觀光客除非是已經準備踏上歸途，否則還在旅行中很難攜帶，不太可能採買。

為了加強消費者對於農產品的認識，隨著花蓮好事集逐漸穩定，每個月固定舉辦各類田間參訪體驗活動。吳其璵表示，田間參



好事集會定期前往農夫的田裡面訪視，檢驗是否符合標準。



訪體驗通常一次約十到二十位，參訪地點都是參與市集擺攤的農夫產地。

有時安排到有機菜園採菜、有時到田裡挖馬鈴薯，花蓮每年八、九月的金針花季，還會帶著民眾到赤柯山來場兩天一夜的小旅行，順道協助農友採收金針花。花蓮好事集相信，大自然就是最好的教室，透過田間教育活動，絕對遠比一板一眼的課程來得有意義。



2013

2014

2015

文創園區擺攤

每年改選市集委員、定期修訂組織規範

定期實施農藥殘留檢驗

換到自由廣場擺攤

逐步擴大市集規模

場地
如何尋覓

為了尋覓適當場地，團隊提出營運企劃書，主動向花蓮市公所提案，最後由市公所選出幾個合適的場地供市集篩選，最後決定落腳自由廣場。



關鍵成長歷程表

2010

一場風災讓市集構想慢慢成形

花蓮酒廠試營運

明義國小擺攤

東華團隊進駐

東華團隊
進駐



在創辦人蔡建福老師號召下，動員東華學生擔任志工，協助市集網頁宣傳、現場幫忙布置攤位、成立服務台提供民眾諮詢等。

2011

轉往鐵道文化園區

成立組織委員會

訂定詳盡市集規範

市集
組織規範



隨著市集漸漸成熟，在參考其他市集的組織規範後，花蓮好事集也開始訂定專屬於自己的組織規範，訂出參與市集條件、擺攤注意事項等，並選出委員和理事長。

舉辦田間參訪體驗活動

對於多數人而言，書本裡的飲食教育遠不及實地到現場走過一遍來得有影響力。花蓮好事集每月推出各種田間參訪體驗，就像是場田野間的小旅行般，帶領民眾到農夫田裡，如幫忙採收金針花、幫忙除草等，讓更多人知道農夫投身有機無毒農業的不容易，進而更加願意支持農民。

大從農
公農





23

如何選擇差異化品項， 找到新市場？

農作物千百種，
要選擇哪一種能創造獨特別基？
也許是廚師背景的直覺和敏感度，
栽進食用玫瑰的種植與商品化，
成為高端市場新寵，
當然，走一條另闢蹊徑的道路，
困難遠比想像的多，
但成果也出乎預期的好！

文／陳泳翰 攝影／蔡世豪

南投縣埔里鎮的玫瑰園，位在溪畔一處不甚明顯的田地上。當車子開進內埔社區，計程車司機也迷了路，向鄰

里打聽時，一名老婦人神秘兮兮地說：「那一家人很奇怪，好好一大塊田地，荒廢在那邊什麼都不種，玫瑰園只有小小一片，根本不壯觀，你們去是要看什麼？」

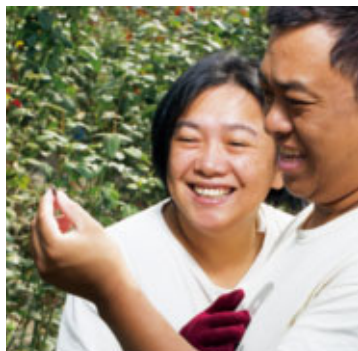
事實上，許多人來到這裡，倒也不是真的要去看玫瑰花海，而是要看一對傻瓜夫婦如何完成幾近不可能的任務：在高溫多雨的台灣，以有機方式種出可以供人安心食用的玫瑰花。聽到鄰居的評語，男主人章思廣笑道：「想要做到真正的有機，栽種作物之前得先養地好幾年，修復因農藥和化肥受傷的地力。我們不想貪小便宜噴除草劑，每年都要額外花

錢除草，偏偏除完草後，我們又什麼都不種，傳統觀念比較重的人家，對這就比較不能諒解。」

勤問專家勤上課 實現食用玫瑰夢

一開始不能諒解的，還有女主人郭逸萍的父親。郭爸爸曾經短暫以安全用藥的方式種過玫瑰，最後卻失敗而終。沒想到二〇〇一年時，原本廚師當得好好的女兒和女婿，竟然天真地也想種起玫瑰——而且還是難度更高，以有機方式栽植的食用玫瑰，父女兩人為此冷戰了兩年。

玫瑰本是溫帶作物，在高溫潮濕的台灣，很容易感染病蟲害，往往得要噴灑大量的農藥和化肥。可是章思廣夫妻倆卻有另外的盤



章思廣、郭逸萍

從農年紀：26、24歲

過去職業：廚師

從農挑戰：消費者對產品陌生

從農優勢：年輕就是本錢

算，他們的廚師背景，讓他們想效法歐洲國家，種出可以入菜的花卉。既然要放上餐桌，必定要讓人能放心食用，兩人沒考慮太多，認定有機、無毒是非走不可的方式。

不過前兩年的事實證明，郭爸爸的憂心不是全無道理。園裡的玫瑰葉子動輒得病、掉落，露天栽植的種苗始終長不大，兩人一方面借錢增設網室，一邊報名農業訓練課程，並前往農場請教專家。章思廣說：「一開始我們真的什麼都不懂，但又很厚臉皮，抓到一隻小蟲都要跑去問博士牠是什麼。一星期可以去問個四、五天，纏到人家有時候都會生氣。」

可是他們的毅力最終還是感動了陳彥睿、張隆仁兩位專家，一年過後，原本不看好以有機方式種玫瑰，也不看好食用玫瑰市場

能打開的兩人，也開始主動幫章思廣夫婦尋找有機資材、研擬生態防治的對策，在雙方的齊心努力下，玫瑰四度食用玫瑰園逐漸上了軌道，玫瑰開始一朵接一朵地健康綻放。

篩選玫瑰品種 設計體驗課程

然而，相較於其他有機作物，一般民眾對食用玫瑰更加陌生，不敢輕易嘗試。畢竟傳統觀念中，玫瑰就是觀賞作物，少數有種植經驗者，更認定玫瑰必定要噴灑大量農藥，不可能成為食用作物。

在創業的頭幾年，章思廣夫婦一邊出外打零工，一邊將少少的收入繼續投入還看不到未來的玫瑰園，從三百多種玫瑰中，篩選香

原本不被看好的有機耕種法，因為夫妻倆的堅持及專家協助，終於打開食用玫瑰市場。





體驗課程讓大家親自動手勞作，消費者才能更安心地嘗試原本未知的商品。

氣足夠、適合做食品加工的品種。這段日子，附近的松園山莊主人彭玉和，成了他們重要的貴人。

一直觀察兩人的彭玉和，不但主動收購他們的玫瑰製成伴手禮，還時常帶著投宿的客人前來玫瑰園參觀，他給了章思廣夫婦一個建議：「要讓客人看到你的東西怎麼種植，眼見為憑才會信任你，如果還能讓大家親自動手勞作，消費者更能安心地嘗試原本未知的商品。」

章思廣夫婦從善如流，設計出製作花醬的體驗課程，加上彭玉和以牛車載客人逛社區的活動，便組成套裝行程，慢慢地打開知名度，上了地方媒體，有了能夠添購加工設備的資金，也多了一些愛上食用玫瑰的滋味，會固定回購的老顧客。



玫瑰本是溫帶作物，在高溫潮濕的台灣，有機耕種並不容易，能開拓出食用玫瑰市場，成果令人驚喜。

時時勤擺攤 靠溝通贏得民眾心

從第一年開始，章思廣和郭逸萍就勤跑市集和農會展售點，擺攤販售批來的盆栽和自己種的香草、多肉植物，賺取微薄的生活費，過著郭逸萍口中「夜市人生」般的生活。等到兩人有了製作玫瑰花醬、乾燥玫瑰的能力後，為了實現那個玫瑰色的夢想，他們便將擺攤的陳列品，逐漸轉換成自家生產的食用玫瑰加工品。

「可是要讓社會接受，不是那麼快的事。」章思廣回憶道：「我們第一次上台北希望廣場擺攤，三天業績掛零就算了，還有不相信玫瑰能以有機耕作的客人，大聲在眾人面前罵我們很惡質，竟然拿有毒的東西出來賣。」不過

創業初期財務精打細算

創業初期，如果沒有富爸爸在後頭撐腰，更要懂得善用資金。章思廣夫婦一開始專找不收租金的地方擺攤，走向第一線接觸消費者。如今這類免費的農夫市集越來越受歡迎，台北的花博和希望廣場，就是其中較知名者。除了攤位租金外，像是充填果醬必會用到的玻璃瓶，章思廣夫婦也會親自拜會生產工廠，大量叫貨以取得批發價，將每一筆錢都花在刀口上。



正因為採取有機耕種，所以玫瑰園裡有這麼大的蜘蛛，也見怪不怪了。



持續與消費者接觸、溝通，慢慢還是有成果浮現，不但開始有西式、義式餐廳的師傅找上他們採購玫瑰花瓣，就連當初破口罵過他們的客人，也在看了媒體報導後徹底改觀，日後親自打電話向章思廣道歉。「後來他也訂了我們的產品給家人吃，讓我覺得這一路的堅持都值得了。」章思廣說起這段時，臉上是滿滿的欣慰和滿足。

吳寶春聞香來 荔枝玫瑰名揚四海

迷上他們的玫瑰花香者，還有一名台灣之光，那就是以荔枝玫瑰麵包奪下二〇一〇年世界麵包大師賽冠軍的吳寶春。

當出身屏東內埔的麵包師傅，遇上南投內埔的玫瑰花農，會擦出什麼樣的火花呢？總是笑口常開的郭逸萍又笑了：「我們一開始不認識他，只覺得這個人有夠臭屁，竟然誇口說要拿我們的玫瑰花去比賽，而且還要拿下世界冠軍。」

但是吳寶春是認真的，為了尋找他理想的比賽食材，他全台走透透，循線找到了玫瑰四度食用玫瑰園。吳寶春從玫瑰怎麼種植、怎麼烘焙、蟲害怎麼處理、鉅細靡遺

地瞭解後，總算確認這就是他要拿去法國為國爭光的法寶之一。

吳寶春的成功，一夕間掀起的媒體光暈，讓玫瑰四度的名氣益發響亮，產量不高的玫瑰園，甚至得要開始挑選銷售對象，篩掉單純想要沾光的買家。雖然一直有行銷專家建議章思廣夫婦，不如趁機會大幅擴產，不過兩人相視搖搖頭。

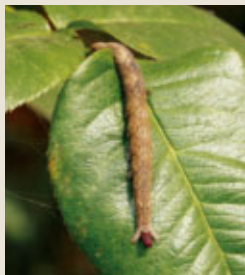
郭逸萍笑道：「可能是我們不夠積極吧。」章思廣應和：「我們想要的是永續經營，希望專注在產品本身。我們都不喜歡被騙，更不想騙人，只要東西夠好，不怕人家不知道。」夫妻倆的堅持，就像他們種的玫瑰一樣盛開，而且散發出幽幽清香。

可食用的玫瑰花果醬（左）及乾燥玫瑰（右）。





玫瑰開四度的產量並不多，夫妻倆並不想趁機擴張經營，只希望專注在產品本身。



而判讀其種類和特性。

想要採用生態防治方法，從事有機耕作的農友，對於園區會出現的昆蟲，必須具備一定程度的知識，定時做紀錄，才知道蟲害從哪出現？是吃花還是吃葉？從牠生活史的哪個階段防治比較有效？除了請教專家以外，嘎嘎昆蟲網上也有豐富的圖片資料，可供比對昆蟲，進而判讀其種類和特性。

生態防治上網找資料

攻略
2

2007

2008

2010

2012

獲利漸趨穩定

進入合樸農學市集販售

獲TVBS節目報導

荔枝玫瑰麵包奪世界冠軍

網室設施大致完成

合樸市集
盟友交流

吳寶春
麵包情緣



早年食用玫瑰以進口為主，但價格高昂，烘焙業者不時也會尋找合適的國產替代品。事實上，在吳寶春以荔枝玫瑰麵包摘冠前，他所服務的麵包店，就已經進過玫瑰四度的玫瑰花醬製作吐司，只是當時吳寶春與章思廣夫婦仍互不相識。



合樸農學市集，主打「社群支持型農業」，將採用無化肥、無農藥有機耕作方式的農友，與鄰近地區的消費者串連起來，每月的第二個週六，於台中市西屯區擺攤販售，是農民市場中頗具代表性的通路。章思廣夫婦加入此市集後，多了許多與志同道合盟友交流的機會。



關鍵成長歷程表

2001

回鄉種植有機食用玫瑰

2002

收成欠佳，靠打零工補貼

2003

尋求農場專家協助

與民宿業者合作體驗活動

將花醬產品帶進市場販賣

2005

結束打零工全職照顧玫瑰

2006

持續參加農訓課程

有機的
親身驗證

以預約方式，進行玫瑰園導覽，親手製作玫瑰花醬，並可購買乾燥玫瑰、玫瑰糙米醋、玫瑰純露化妝水等產品，同時還可參加松園民宿的牛車體驗活動，讓民眾真正看到「有機」的一面。



玫開四季學問大

玫瑰是溫帶作物，雖然不挑土壤，但也不耐病蟲害。章思廣夫婦表示，台灣地處亞熱帶，高溫多濕，玫瑰容易感染病蟲害，然而若能克服此問題，相對於溫帶而言，台灣可以做到全年有花，大幅拉長作物產季。

大從農
公





24

沒落的農村產業， 有沒有辦法起死回生？

曾經是藺草手工產業發展的重鎮，
卻因為工業化生產及全球化貿易的影響，
使得純樸的農村小鎮面臨沒落凋零的命運。
在一次大專生洄游的活動中，
一位熱情的女學生留了下來，
她發揮自己在工業設計的專長，
並參與勞動部培力就業計畫，
試圖讓農村小鎮回春，再現藺草光榮。

文／劉致昕 攝影／蔡世豪

濱海的苗栗縣苑裡鎮因氣候、水質和土壤條件，長出了大片草香持久、堅韌質優的三角蘭草，從清朝治台時期就成為在地居民編製草蓆的材料。日據時期產業更是興盛，但隨著一九六〇年代中日斷交、工業化的生產加上全球化貿易的結果，盛極一時的蘭編手工藝便開始凋零，這讓當時因為參與研究計畫來到山腳的廖怡雅深感可惜，一個曾是台灣第三大出口品的手工藝，竟然就藏在苑裡逐漸凋零。

大專生洄游與蘭草結緣

廖怡雅學生時代便與蘭草結緣。大三那年跟隨老師參與國科會前瞻計畫，讓專攻工業設計的她首度接觸蘭草，隔年參與青輔

會暑期工讀計畫，跟著台灣蘭草學會在苗栗山腳社區協助包裝、販售與DIY教學，二〇一三年因投入農委會水土保持局的一「大專生洄游農村」計畫，再度回到山腳社區，也放下博士班學業，決定在此展開人生第一份工作。

「阿姨們很開心，但是也很擔心我吃不飽。」廖怡雅都稱一起工作的工藝師為阿姨。一個小鎮幾乎全部的人都有足以外銷的手藝，卻因為沒有訂單，坐等產業凋零。廖怡雅急著想做事，但在傳統的農村裡，她該怎麼開始？

起初，蘭草學會引進多元產品的設計，但有設計只是第一步，從設計變成可量產的產品，考驗的是阿姨們的經驗，還有耐性。

「一開始，只要有曲線的產品，阿姨都說她們不要做啊！」廖



廖怡雅

從農年紀：21歲

過去職業：工業設計學生

從農挑戰：產業人才的傳承以及產品加值

從農優勢：工業設計能力有助於傳統產業的提升



廖怡雅（中）學生時代便與藺草結緣，沒想到日後也以藺草為志業。

怡雅回憶二〇〇九年還是學生時與阿姨們的第一次相遇。當時的學生設計雖然有得獎，但「對學生來說有亮點，但是對產業沒有幫助。」學生們對材質的掌握度低，也缺乏足夠的藺編經驗，做出來的設計常常讓阿姨看了直搖頭。

廖怡雅沒洩氣，從學校來了十幾次，每一次都跟著阿姨問，自己也試著學藺編。時間換來的是自己對藺草的掌握，還有阿姨的信任。她發現，阿姨對新的設計之所以抗拒，是因為這些大師級的阿姨都有完美主義，若是自己沒有把握的事情絕不輕易答應。一邊學，廖怡雅一邊調整自己的設計，花了幾年時間，阿姨們終於願意擁抱新的設計，而這過程，若不是廖怡雅願意做功課、願意彼此同理，將傳統技藝加上新的設計，絕

引入多元產品設計

苑裡的蘭草產業存在已近三個世紀，在一個小鎮裡，從種蘭草、收割批發、編製代工、販售等，整條生產鏈相當完整，但當產業開始沒落時，負責後端行銷、販售的跟著訂單消失而離去，留下的製造生產在沒有新的訂單、不同需求刺激下，蓆子、草帽、坐墊，這些過去最常見的產品成了阿姨們常做的產品。只做舊市場的需求，等於放掉了新的市場可能。蘭草學會從二〇一〇年起重新舉辦在地的設計競賽，廖怡雅來到苑裡後，更是引進青年駐村，將青年慣用的文具、手機袋、書籤等，加入了生產的產品選項。



對不是件容易的事。

一切是值得的。新的產品不只是吸引了新的消費者、打入不同價格帶，也因為不同的產品項，如手機袋、筆電包跟傳統的草蓆、草帽販售通路不同，合作的通路從此也打開了。現在苑裡的蘭草產品不只在草帽行賣，咖啡店、書店、台北台灣好店、台南林百貨等指標型通路，也都看得見它們的身影。

引進跨界資源與創意

但要符合不同通路的要求，以及持續擴大消費族群跟產品項的可能，廖怡雅想著，是不是應該玩更多的跨界，為阿姨的手藝創造更多可能？

苑裡的山腳社區與外界有限



的接觸，成為產業停滯的原因之一，但在地的力量凝聚，有了新血廖怡雅的加入之後，從年輕人的工作營到各領域的專家、學者，一場場活動將不同的知識引入，農委會、文化部、勞動部的資源都有，廖怡雅希望讓蘭草的手藝得到更多的發揮。最近一次的皮革課就是最好的例子，台南林百貨特別期待多元複合材質的產品，如提袋、包包等，讓三百年的手工藝走入不同的時尚領域。

「阿姨一開始都會碎碎念啊，說我是在給她們找麻煩。」廖怡雅笑著回憶，學會成立之後不停的申請各種課程，「現在她們很誇張，本來只上到四點的課，她們一直問老師問到六點啦！」她止不住笑意。

二〇一三年底，廖怡雅推動學



經過設計之後，藺草可以編成時尚的皮包、提袋、杯套、茶壺和茶托等產品。

會創立自有品牌「台灣手藺」，從

最初的設計工作延伸到藺編產品的產銷與推廣。「台灣手藺」產品

定價較高，廖怡雅認為，藺編作品因手編限量，辛苦的藺編師傅應

獲得合理的報酬。為了拓展市場，她不斷的述說品牌故事，並且舉

辦展覽及深度體驗，提高商品的價值感，也漸漸獲得消費者的肯

定，無論是進駐百貨公司設點或其他銷售管道，業績都有成長，

高單價商品販售量持續增加。

勇於參加 國際設計比賽與展覽

有了不同於過去的產品，廖怡雅試著打入不同的通路，二〇一三年她大膽的挑戰了無印良品所舉辦的設計比賽，沒想到，聯合大學

工業設計研究所學生孫孟閑所設計的藺編產品「藺暖簾」第一次參賽就拿下了銅獎！

「Maij（無印良品）的總公司有來，他們想合作一些產品。」廖怡雅說，無印良品雖然非常有興趣合作，但當時一次訂單就是五百到一千個，這對當時只有四位正職藺編工藝師的協會來說，手工的時程根本趕不上。而且指定的品項只有二到三位能做。

量產的路無法走，廖怡雅回頭想，如果跟設計師一樣靠著接訂製的訂單呢？不過是幾年前，藺草的產品還放在帽簾行販售，一頂帽子才三、四百塊，要走向高端的訂製市場，工作室還窩在廟裡的藺草學會真的有機會嗎？

參展，是增加國際知名度的機會。二〇一四年廖怡雅帶著六、

七十歲的工藝師們遠征德國柏林以及日本，也是到那一刻，阿姨們才懂得藺草工藝師所代表的價值。「我帶她們去編給大家看啊。」廖怡雅說，知道要在外國人面前編藺草，七十四歲的阿姨一開始非常緊張，沒想到德國民眾大受感動，不只是驚喜於台灣有如此精緻的自然材料手藝，看著阿姨純熟自然的手法，將大自然的素材轉化為可使用的美麗物品，有人找她簽名，有人激動地要擁抱她。

在日本更是受歡迎了。在千葉大學，年輕的大學生、設計師、日本民藝協會都熱愛藺編的質地，參訪之後，十幾項產品透過日本民藝協會打進了日本市場。「在日本，一頂手工的帽子賣六千五百台幣是非常可以接受的事情。」廖



藺草編製不易，要挑戰新式設計與編法更是困難。

怡雅觀察，在擅長手工藝、追求一絲不苟細節的日本人眼中，苑裡蘭編的價值無可取代。

成效已經浮現，二〇一五年七月，一張舒淇穿著蘭草禮服的照片在大人物攝影展中，以壓軸之姿登場。為舒淇設計禮服的設計師陳劭彥，是一位連續十季登上倫敦時裝週發表新作的旅英台灣設計師，當他聯絡山腳的蘭草學會時，阿姨們想了一下，快速拒絕了。「阿姨想說她不會做啦！」廖怡雅笑著回答，兩位阿姨資歷加起來都超過了半世紀，沒有做過整件禮服，完美主義的她們「照慣例」拒絕了設計師大膽的設計。陳劭彥直接來到苗栗苑裡拜訪阿姨，幾次了解蘭草的特性，也跟阿姨溝通，終於，工藝師吳彩卿和劉彩雲完成了劉劭彥的美麗設計。

阿姨的真性情跟不怕考驗的手藝打動人心，連國際巨星也深愛不已，在自己的Instagram帳號，寫著「小小草，也能有大大夢想」。一句話代表了蘭草創作的潛力，也足以形容洄游到山腳的廖怡雅，一路跟著阿姨做大夢的旅程。



農村再生帶來社區活化成果，老藝師的地位得到肯定。

攻略 2

透過農村再生引動社區發展

如何運用政府各種補助來發展農村事業，是需要下功夫的！農委會水土保持局「大專生洄游農村」是青年學生爭取至農村駐點服務的一個機會，能獲得相關經費補助。

此外，水保局「青年回鄉築夢計畫」也給予社區青年回鄉服務的薪支來源。其他部會的資源也不少，例如，廖怡雅向勞動部申請「培力就業計畫」，讓蘭編阿姨們可以有固定收入。台灣蘭草學會的蘭編老師有十餘位，年紀最長為六十五歲，最年輕的也有五十歲了。學會也與台南藝術大學合作推出蘭編教學課程，希望帶動更多年輕人投入蘭編工藝。

2013

2014

2015

申請農委會水土保持局「大專生洄游農村專案」

與台灣設計師週合作五十件跨界設計

引進青年設計師開發文具類品項

進軍新通路

參加無印良品設計比賽獲銅獎

成立「台灣手蘭」品牌

參訪日本千葉大學

參展德國工藝展

展開蘭草生態調查

與國際設計師陳劭彥合作，製作蘭草禮服

參加國際級設計比賽

與台灣設計師合作



推廣蘭草材質，一次踏入家具、時尚、文創產業，並透過設計師品牌、限量行銷，提高蘭草製品的價值。



關鍵成長歷程表

2009

參與政府計畫，了解在地產業



2010

台灣蘭草學會成立，引進不同專家

吸引更多設計相關科系學生參與，納入更多元的設計元素，讓創意開放的與在地互動，創造火花。

2011

設計工作營
綻放
青年創意

辦理設計工作營



2012

把產業帶出去

「年輕人來到社區，能做的就是把產業帶出去。」廖怡雅直言，不管是跟五十個設計師合作的台灣設計師週，或者德國柏林的參展、日本千葉大學的參訪，年輕人具有語言能力、網路溝通、跨界交流的經驗，能夠幫助在地產業走入更多市場，與不同機構合作，蘭編也就有了更多的可能性。二〇一五年，蘭草協會將繼續「出征」浙江、韓國、日本等地。

大聲農
公聲





25

向大眾募資 是有可能的嗎？

穿梭中南部牧場的大動物獸醫，
在食安風暴後，看到酪農所面對的困境，
決定「自己的牛奶自己救」！
沒有太多資本的他，先創立粉絲團爭取共鳴，
然後吸引募資平台主動聯繫，
短短兩個月
募集六百多萬創立「鮮乳坊」行銷平台。
證明只要理念正確，
小農也能獲得大眾的支持。

文／姚淑儀 圖片提供／龔建嘉

就像超人，上高鐵前，龔建嘉是身穿白袍，穿梭中南部牧場的大動物獸醫；下了高鐵，他成了「鮮乳坊」品牌的老闆，以協助建立與行銷小農品牌為使命。超人獸醫要救牛、救奶，更要救小農、

救消費者，但是他之所以能創業成功，是因為有五千人願意和他一起說：「自己的牛奶，自己救」。

剛畢業的年輕獸醫，因缺乏獨當一面的巡迴出診能力，以及與牧場互動關係的經驗，大多會選擇成為牧場的駐場獸醫；而龔建嘉因於實習期間已累積充足能力與經驗，且為多數酪農戶信任，研究所畢業沒多久，就已成爲全台三十五名大動物獸醫師中，最年輕的巡迴出診獸醫。龔建嘉表示全台四百八十戶酪農，他認識的酪農超過三百戶。他認識酪農，也

清楚他們所面對的艱困環境；這個環境，與消費者手中的每一瓶鮮奶，息息相關。

搶救酪農生存空間

龔建嘉看到，鮮奶的源頭是牛隻，酪農則扮演生產者的角色，他們辛苦照顧牛隻，將牛隻產出的生乳，交給大型乳品廠進行分裝銷售，而乳價卻十年未見調漲。

為降低成本，乳品廠又不斷自國外大量進口成本低廉的保久奶、液態奶或濃縮奶，造成酪農的生存空間被擠壓。龔建嘉因此認為，必須讓酪農有機會直接面對消費市場，以創立自有品牌的經營方式，得到消費者認同，「一旦消費者認同本土鮮奶，就不致隨意購買國外品牌，本土小農才有



龔建嘉

從農年紀：26歲

過去職業：台大獸醫研究所畢業，擔任大動物獸醫師至今

從農挑戰：缺乏資金、缺乏行銷鮮奶產品之經驗

從農優勢：以獸醫師的專業角色，容易建立消費者信任度

生存與發展的空間。」

「台灣鮮奶品質，其實比放牧大國澳洲、紐西蘭更好！」因為放牧牛隻未得妥善管理，乳品品質表現不佳；而台灣則是集約式室內飼養，乳牛都吃特別調配的飼養配方，環境得到嚴格管控。台灣鮮乳品質全球名列前茅，國人卻不理解。

他說，全世界都應有屬於自己的鮮乳產業，否則就得依賴國外進口，如保久奶等，可存放但營養價值低的奶品；其次，消費者根本搞不懂生奶、鮮奶、保久奶、牛奶、調味奶的差異，資訊落差就會迷信國外品牌，並且容易被各種行銷手法影響。

「品牌並非牧場」，則是另一層迷思；一個品牌，旗下或有幾百座衛星牧場，乳品廠將收購的生

乳調製為規格化的口感，形成品牌；也就是說，每座牧場的面孔是模糊的，唯一清晰的是「品牌」。「然而，鮮乳就是農產品，如果你不會期待每顆西瓜味道一樣，就不應該期待每瓶牛奶風味一致。」

構思「鮮乳坊」行銷平台

台灣只有不到百分之五的酪農自有品牌，選擇性過少；但是就算消費者想購買自有品牌，有些地方可買嗎？國內大型通路商對於小農的自創品牌，有著極高的門檻，平時只懂照顧牛隻的酪農，哪懂得如何行銷自己的牛奶呢？

問題一旦問到這，所有的人都會選擇沈默。但龔建嘉就是不能沈默。去年食安危機波及鮮乳產業，他看到新聞報導，氣到想流眼

淚，「如果牛奶沒有錯，又怎麼能讓酪農輸？」無奈獸醫師救得了牛，卻救不了奶。

「我希望在這個產業中長久工作下去，如果鮮乳產業被國外進口乳品取代了生機，那我也同樣受困。」同時，龔建嘉也是少數來自城市的大動物獸醫，有著都會型消費者的觀點，也解生產者的角度，他的背景，適合成為一個溝通者，在酪農與消費者之間建立橋樑。

一開始，他希望花一點錢，成立一個網路行銷平台，讓小農販售商品。這樣的想法放在心裡半年之久，他的掙扎是：「這件事非要我來做不可嗎？」去年九月，參加Alpha Camp為期兩個多月的行銷課程，他將「鮮乳坊」的商業模式提出，並逐漸釐清，決定從建立銷



龔建嘉是全台三十五名大動物獸醫師中，最年輕的巡迴出診獸醫，因此熟悉酪農業的現況。

售平台，轉為創立品牌，得到全班一致支持，獲得相當的信心。

於是，他開始創立粉絲團，直接和消費者接觸，深入瞭解市場對鮮乳的需求，累積超過八千名粉絲，進而吸引「Flying V」群眾募資平台「主動聯繫，邀請參加提案，透過影片、提案、募資方式介紹等解說，讓群眾了解龔建嘉的具體想法。

群眾募資，三天達標

只是抱著「試水溫」的想法，他相信，一條路如果方向正確，就一定會有同行者。兩年前，龔建嘉曾協助公視影集《長不大的爸爸》的拍攝諮詢，今年，當募資平台需要嵌入提案影片時，製作人與導演義不容辭的無償協助拍攝。

「影片長度設定三分鐘，但我們拍了六分鐘，卻帶來超高的點閱率。」原因是影片內容打破舊思維，脈絡清晰，使人看完後知道自己可以做些什麼，並帶出行動，無形中醞釀了一股蓄勢待發的、改變的力量。

「許多人無條件支持我，以行動幫助我。」當然，更有近五千名贊助者，以訂購產品的方式熱血贊助。從今年一月底展開募資活動，短短兩個月的時間，得到許多迴響，一百萬設定門檻三天內就達標，最後以六百多萬，成為該平台創台以來商品類募資金額最高的案件，因此吸引許多主流媒體邀訪，打開了知名度，又陸續吸引各方人才加入團隊。不到半年，「鮮乳坊」已是十一名員工的規模了。

「鮮乳坊」以聯名品牌的方



龔建嘉主持鮮乳坊的募資說明會，吸引了志同道合的人們，洋溢著滿滿的活力。

打破消費者對鮮乳的迷思

「鮮乳坊」打破消費者對單一品牌單一口味，以及迷信國外品牌的迷思，強調在「鮮乳坊」篩選乳品表現最優質的牧場配合，各牧場都可以有專屬的口味，而且保證成分無調整、無添加，生產過程公開透明，能夠進行產地溯源，且有獸醫專業檢驗證明，讓消費者可以安心選擇自己喜歡的牧場鮮奶口味。



式，將小農從幕後推到台前，瓶身上清楚標示著「鮮乳坊——某某牧場」，每一瓶永遠是單一牧場來源，成分無調整的鮮乳，消費者可以清楚知道，所喝的鮮乳是來自那一座牧場，可依口感喜好，去追求自己喜歡的牧場產品，使牧場的價值被突顯，溯源管理也更為容易。

除了國家規定的基本檢驗項目外，「鮮乳坊」更透過專業醫師龔建嘉，親自篩選對於牧場管理要求嚴格的小農來配合，酪農飼養管理的狀況、乳牛的健康以及安全，龔建嘉都在第一現場，可立時掌握。

賣產品更賣理念

「我並不是要販售一項新的產品，而是推出一個大家可以共同參

與的活動，也就是說，這件事如果你不參與，就無法被改變。」他認為，如果只是賣牛奶，募資不可能成功，而他所提出的，是一個在食安危機中，翻轉整體產業結構的活動提案，所以成功機率大增。

然而，牛奶每日產量大，保存期限短，如何在短時間內得到充足的訂單以消化產量，對經營者來說是一個挑戰；募資成功後，雖有四萬瓶贊助者訂單等待配送，但是必須冷藏宅配，而國內宅配費用一次一百五十元起跳，如何降低運費門檻呢？

以「取貨站」的方式 降低運費成本

鮮乳坊以「取貨站」的方式降低運費成本，目前已有包括寵物

鮮乳必須冷藏宅配，而鮮乳坊則以取貨站的方式，降低運費成本。



店、房仲門市、補習班、藥局……等店主，加入取貨站行列，這是市場上較少出現的商業模式，這些取貨站主，都是贊助者主動願意加入的，「群眾的力量很重要，當大家願意支持你的時候，只要你想做的事，大家都會願意一起幫忙。」

獸醫救牛，大家則一起救獸醫，就連老品牌也伸手相助。鮮乳坊在遍尋不著代工廠的時刻，成立近五十年，從未接受為小農品牌代工的「台農鮮乳」，因看到媒體報導，深受激勵，而主動出面表示願意協助代工。

「很多人願意給我們機會，我們才有資格去嘗試這件事。」當然也有做不好的地方，例如官網才剛成立，就因後台設計錯誤，讓許多人收不到貨，損失訂單超過三百萬；也因以群眾募資的預售模式過

於先進，能否成功？很難說，讓龔建嘉一度倍感壓力；更有許多同業前輩，認為只是在譁眾取寵，使他十分受挫。

「對的事情努力做，就好了。」他告訴自己，無需在眼前反對的聲音，反而要更積極規劃未來。未來，他希望能有更多酪農加入，並希望成立一個「乳牛醫療團隊」的學習平台，以補助一年學習經費的方式，讓在學或剛畢業的學生，可以經由這個管道，大幅降低進入大動物獸醫的門檻，以增加現場學習經驗，同時成為共同篩選酪農品質的團隊。

這是始料未及的六個月，藉著網路的力量、群眾的力量，一個嶄新的品牌倏然而起，現在的鮮乳坊雖然幼嫩，未來將迎向更多的挑戰。

攻略 2

募資成功原因分析

「鮮乳坊」募資之前，先以問卷了解市場需求，然後設計募資方案，用影象說故事，再成立粉絲團，得到一群對相同議題認同的人，並以此為核心，先將話題預熱，待累積至一定人數時，開始廣發募資訊息。同時配合議題操作，以議題式活動吸引注目，並提供解決方案，使人氣維持在水漲船高的狀態，募資便容易成功。



2015
1

倉儲物流系統開始建置

2015
2

Hlying V 募資計畫啟動

2015
3

募資結束

2015
4

官網成立

2015
5

開始配送鮮乳



低溫保鮮
一路鮮到家

為使消費者收到高品質的新鮮鮮乳，鮮乳坊特別使用工研院專業研發蓄冷片，使全程嚴格管控制在攝氏4~5度的低溫下，新鮮運送。



現代農民創業要注意的四件事

從農創業必須注意「深」與「專」、「寬」與「廣」。創業者一定要真實地參與農業現場，從最基層做起，才能真正看到問題核心，進而找到切入點以及解套方式。此外，現在農民還必須有跨領域學習的能力，龔建嘉說，只擁有農業專業，無法解決農業的問題，否則早就被解決了！「鮮乳坊」以電子商務、網路行銷的方式來解決農業的困境，就是跨領域的結合。

不從農
大冒險



關鍵成長歷程表

2014
8

食安事件頻傳——計畫萌芽，鮮乳坊雛形誕生

2014
9

篩選合作酪農，協助創立自有品牌

篩選酪農
讓專業的來

2014
10

與酪農訪談，討論合作模式

2014
11

粉絲專頁建立，分享牧場生活

預熱粉絲
有志一同

2014
12

規劃網站、市場調查、問卷蒐集與統整



由專業獸醫龔建嘉把關，透過牧場的現場醫療服務，進而掌握牛隻的飼養狀況，特別篩選注重環境清潔、牛隻管理友善的優質酪農戶，並採議價方式，協調合理價格。



成立粉絲專頁，傳遞共同關心的話題，並凝聚對議題有相同認知，且想要改變的人們。

26

以電子商務賣蔬果 有商機嗎？

從農，在刻板印象裡就是下田耕作，
遁入陶淵明的自然生活，
而浸淫在網路世界的年輕人，
有機會踏入農業的領域嗎？
以電子商務開創農業虛擬通路，
到底有沒有希望？

文／潘雅君 攝影／薛展汾



日頭赤焰，台北市大理街上商家才開舖不久，路人早熱得心浮氣躁，行色匆匆只想趕緊奔到目的地。今天是一元氣果物箱「固定出貨的日子，狹長的一樓店面堆滿紙箱，三個人摩肩接踵、走前繞後的放入七彩水果。

張智翔清晨四點就去果菜市场挑樹頭鮮：梨山粉嫩水蜜桃、新市綠西瓜、橙黃日陞木瓜、卓蘭紫葡萄等十多種水果，摺好了幾十個宅配紙箱，又不時回座位上網搜尋新的包裝材料，還邊和兩名「員工」討論如何把套袋的葡萄再固定。

上次有客訴這嬌客被蜜瓜大漢壓傷。對著貨單提醒某箱不能放百香果，雖然今天有紫色和滿天星兩種……

他睡得不多，又忙到豆大的

汗珠來不及擦，但是口氣仍然保持和緩，頭腦更要清楚，因為七種、十五個各色水果，排列組合就是道數學題，何況光芒果就有四種：綠的黑香、紅的愛文、粗皮玉文、長的西施，他們要分別和其他熟度不同、香氣濃淡不一的水果們擺在一箱，乙烯融於一爐，又是一道化學題，再加上這週將首次挑戰的台東大目釋迦，這回，成了物理題嗎？二十四小時後，會不會有客訴電話呢？哦！阿彌佛陀。

經過兩年的摸索，張智翔的水果電子商務逐漸穩定，果菜市场豐沛多樣的產品，加上產地直送的部分，組成最佳的宅配包裹，透過網路的無遠弗界，建構個人的微創事業。



張智翔

從農年紀：25歲

過去職業：飲料原料貿易公司一年

從農挑戰：如何把多種安心水果組合裝箱並宅配到家

從農優勢：理科訓練，邏輯清楚；化學專業，實驗精神

以農為本的電子商務

真實土地的農業與虛擬商城

的網路，早就發展出許多可能。但是還是常收到類似已轉發N次的電子郵件說，某某農之孫因水果滯銷，拜託大家幫幫阿公……苦情行銷固然奏效，但只是救急不救窮，不像是一門生意。況且在刻板印象中，做農可不是好出路！所以當清大化學系畢業的張智翔想以農創業時，大家都認為不可思議。九歲時第一次帶他去爺爺芒果園幫忙的媽媽，更不諒解地說：「如果要做這個，根本不需要唸到清大畢業呀！」

張智翔在大二以前，原本的人生規劃的確是畢業後進竹科工作，安穩上班賺錢，後來發現自己

對商業很有興趣，尤其是國際貿易，心中慢慢浮現創業的夢想，他積極地去青創會上課，進修行銷、網路工具等相關商業課程。

退伍後，張智翔進入一間飲料原料貿易公司，負責國外訂單，從聯繫客戶、開發業務、行銷，到兼司機，陪老闆應酬，通通要做。這樣跟前跟後一年，他學得很快，連公司運作的「眉角」也有了基本概念。他開始思考自己身上邊的資源，可以做什麼生意是符合現代人需求；健康的、創意的、便捷的、成本低？答案呼之欲出：以農為本的電子商務。

出師不利投資失敗

張智翔找了一個清大生科系、一個成大化工系、當兵時又睡在自

果物配的水果搭配，連顏色也很講究（左）。張智翔參加香港ASIA FRUIT LOGISTICA（亞洲國際蔬果運銷展）（右）。





張智翔（右）忙著查看訂單，一旁的員工則忙著包裝果物箱。

己左右床的同學討論，不知是三個臭皮匠勝過一個諸葛亮，還是初生之犢不畏虎的傻勁，靠著過去一年工作省吃儉用攢下的薪水，每人十萬，開起了國際貿易公司，做有標章的鮮果出口。第一步想將台灣的好水果直銷海外，遠大的目標則是回饋家鄉的意念，打造消費者與農民的安心橋樑。

他們為此到處觀摩，前往馬來西亞考查市場及尋求代理，參加亞洲區唯一專業新鮮果蔬產業展覽會，香港「ASIA FRUIT LOGISTICA」（亞洲國際蔬果運銷展）、日本東京國際食品飲料展等。實地操作後，發現國外需要的是量，台灣農民收的是現金，加上對出口檢疫、通路、合約等經驗不足，中間還卡到一個月才到貨的船期，風險太高、資金不夠，推展成



做水果宅配生意，認識水果是第一步，光是芒果就有愛文、玉文、金煌、黑香、凱特等不同品種。

效不彰。

於是，他們決定先務實，將銷售目標轉回國內，在網路上做水果禮盒宅配。因為深知農家的辛苦，想替各地小農增加銷售管道，他先找上玉井阿伯合作，第一次送貨到中科院，二十多箱現採的「在檳紅」放在管理室，客戶隔日收貨，炎炎夏日已經讓鮮果加速熟化，一盒芒果有半盒表皮爬滿黑斑，客訴電話接到手軟，當然結果是賠錢，還流失得來不易的首批客戶。

幸好，緊接著是中秋送禮旺季，他們趕在中秋送禮季前推出老權文旦好禮，許多銀行都是主顧。他們又做公益行銷，與兒福聯盟合作推出雪梨禮盒，只要企業認購，「果物配」就捐出二十%做公益，反應也不錯。但是一年也只有三節，不可能天天送禮。現實問

為顧客打造貼心的網購服務

「果物配」以「專屬您的水果營養家」為主訴求，強調為客戶量身訂做果物箱，因此在網購上也有相當的彈性。安心果物箱嚴選五到八個種類、十五份以上的安心水果，有「個人箱」和「家庭箱」兩種選擇，而且免運費可宅配到府，免綁約，自動續約的費用也是以天數計算，對消費者來說相當便利。

由於主訴求是客製化的服務，因此客戶若有不喜歡的水果，也可以隨時透過網站說明，「果物配」就會適時調整水果箱的內容。而網站還貼心的附上了時令水果表，方便客戶了解當季水果的種類，以便挑選自己喜歡的水果。

除了自己架設網購平台之外，「果物配」也和PChome及GoHappy等團購網合作，主要目的是增加曝光率。



題更迫在眉睫，兩名戰友已先後退股，找「正常」工作去了。

難解的採買與運送問題

張智翔苦思新路，他在實驗室的教育訓練是先觀察，然後想解決方案，而且一定至少要有兩條，因為需要科學化驗證，沒有一次成功這回事，必須在不斷試錯裡找到方法。他觀察繁忙的都市人健康意識抬頭，網購蔬果開始流行。他們早透過農委會搜尋全國不同產地的優良、有機、吉園圃標章果農，親自拜訪，提供農委會網路上的農產品交易行情站給農民當日價格參考，建立感情與信任，已有五十多家產地直送農戶。但是吃水果講究產地、當季、多樣、而且口味相當個人化，他重



張智翔直接與產地果農合作，不但可了解種植的過程，也增加果物箱的品項。

新整理分類出常年生長水果與季節性水果，分析彼此的催化度組合搭配，推出元氣果物箱——一週水果宅配到府，提供吉園圃、有機或自然農法認證與生產履歷，以及營養師的建議攝取量，提供小家庭每週營養所需。因為強調新鮮，加上數量有限，目前所擺放的水果僅有一部分直接來自產地，其他得靠張智翔當日到萬華果菜市場採買。由於學費已交了不少，混得熟了，大家都知道張智翔是「巷子內」的，連市場的常務理事都成了他的貴人，所以他能買到各地經過檢驗的安心水果。

解決了水果採買問題之後，包裝和安全運送是最大難題，一般人認為的新鮮配送，當然是低溫冷藏車直通冰箱，張智翔目前卻堅持常溫送上樹頭鮮，比較能維

護水果風味。這也是經過多次實驗結論。他一開始冷藏，發現有些水果會改變風味，或是訂戶沒有馬上擺冰箱，失溫後更容易發黑長霉。然後又試過一半冷藏、一半常溫，客戶反應，常溫勝。不過天氣炎熱，收到水果箱還是儘快照所附的說明常溫或包裝冷藏，尤其要依順序食用，這可是他算過熟化度才排出來的。

此外，包裝學問也很大。白色保麗龍網狀水果套、塑膠袋、塑膠盒、吐司金帶、保鮮膜、網子、報紙，環保水果袋、膠帶、空氣袋等等，都是常用的材料。裝箱時除了儘量配合水果形狀、及軟硬，先裝大、中、硬的水果，填滿空間減少晃動，如木瓜等易壓傷的水果，還得再以大膠帶固定在箱子上。張智翔說，最好用的是保麗龍水



果套，但是不環保，而環保水果袋則用玉米梗製成，成本低，又有助吸收乙烯。另外，每星期的售後服務電話則是重點，一是客製化，再則可以彌補訂戶因用送過程的損失，並作為修改包裝方法的參考，降低耗損。

張智翔不甘待在實驗室，投身水果網購事業，以新生代的網路能力，讓他闖出一片天，也為傳統果農行銷開闢新出路，創造全新多贏的水果網絡及軟實力。

攻略 2

如何控制果物箱的成本

如何控制果物箱的成本？選擇當今水果是最重要的營生法門，因為台灣很多水果四時皆生，而且在大量產季時少農藥，營養又便宜，利潤相對較高。另外，適時搭配大批訂購的產地直送水果中能貯存較久的品項，例如檸檬、文旦等，不僅能平衡當日於市場採購的單價高水果成本，也增加元氣果物箱的特色。



包裝箱上的貼紙琳瑯滿目。

2015
4

全力客製化果物箱業務

再三挑戰完美包裝

隨時注意
包裝材料



常到市場攤走動，連市場的常務理事都成為貴人，很容易買到各地經過檢驗的安心水果。

2015
7

固定客戶持續穩定

繼續四處拜訪優良果農

積極到
市場走動



根據時令選擇當季的水果，不但新鮮可口，也可以減少一些成本的負擔。

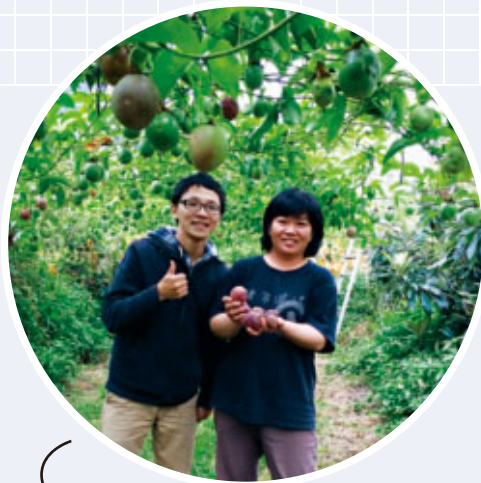
2015
10

推出一人果物盒五種水果

朝更全面客製化水果箱邁進

打平管銷，開始持平成長

尋找
優良農家
產地直送



透過農委會的網站，搜尋全國不同產地的優良、有機、吉園圃標章果農，親自拜訪，建立感情與信任，累積產地直送農戶名單。

關鍵成長歷程表

2013

三個同袍集資做水果電子商務

首批芒果送貨賠錢

外貿挫敗轉為專營內銷

兼家教補貼生活

中秋文旦禮盒好評

2014

獨自苦撐產地直送有機水果宅配生意

2015

計畫轉型開創元氣果物箱



賣水果也要教育消費者

想在農產宅配市場殺出血路，貼心為顧客著想十分重要，所以張智翔會以經驗視入箱水果的熟化程度，附上說明書，註明食用順序，並告知儲存方法。舉例如下：



愛文芒果	台南玉井鎮	1	冷藏	待果肉散發出芒果香味，則可用報紙包覆放置於冰箱冷藏
西施芒果	台南玉井鄉	2	冷藏	待果肉散發出芒果香味，則可用報紙包覆放置於冰箱冷藏
大目釋迦	台東太麻里	3	常溫	置於通風陰涼處，讓釋迦自然呼吸熟成，待熟軟後，可用報紙或保鮮膜覆蓋，置入冰箱冷藏
美濃瓜	高雄燕巢鄉	4	常溫	放在常溫下、保持通風處即可，等成熟再放入冰箱再延個2~3天
甜美人西瓜	台南新化鎮	5	常溫	還未切開的西瓜請常溫保存，切開後即可冷藏食用
珍珠芭樂	高雄燕巢鄉	6	冷藏	芭樂的塑膠袋跟泡棉包在一起冷藏貯存
梨山新興梨	台中太平鄉	7	冷藏	用軟紙(報紙)分別包好，再將單個包好的梨放入冰箱冷藏



27

無厘頭圖文傳播，
能創造行銷佳績嗎？

曾經排斥務農的農四代，
抱持著漫畫家的夢想遠離家鄉，
但終究選擇返家種田。

返鄉後，他以四年時間學習稻米栽種，
並結合繪畫專長進行「跨領域行銷」。

運用網路部落格，用搞怪無厘頭的漫畫內容，
教導讀者基本的水稻知識，
竟成功吸引上千粉絲追蹤，
也因此創立「劍劍好米品牌」，
創造最潮的農業經營方式。

文／楊漢聲 圖片提供／謝銘鍵

家住花蓮縣玉里鎮的謝銘鍵，第四代稻農，從阿祖那代起，家中就種稻，可謂稻米世家。但他從小對於種田卻有著無比的抗拒，原因有二，第一熱，第二累，因為以前種稻全靠人力，對於年幼瘦小的他而言，格外吃力，根本就是夢魘。

尤其他對稻米纖毛過敏，幫忙割完稻，全身也癢到抓破皮，還曾因極度過敏而到醫院吊點滴。「種田這條路，絕不是我該選擇的路。」基於孝順，只能咬牙苦撐幫忙，強忍搔癢，回家再從頭到腳暢快淋漓沖洗一番，就差沒搓掉一層皮。

由於後山東部沒什麼工作機會，又不想從農，退伍後，即負笈北上打拚，學美工的他希冀一圓漫畫家的夢想。北上後才發現，漫畫產業已進入電腦繪圖時代，他

沒相關技能、沒證照，根本沒門路，只好去電子廠當作業員，一個月領三萬多元，扣除房租、生活開銷，加上初接觸眩光奪目的都市生活，完全存不了錢，成了名副其實的「月光族」。但他內心仍妄想著「先撐著，或許還有機會。」

做著做著，他發覺是在浪費生命。作業員每日重複著枯燥乏味的機械式動作，完全不是自己所喜歡的。他反覆思索「人生到底能得到什麼？」尤其日夜顛倒的生活，更讓身體出了警訊，突然思念起故鄉的「甜空氣」，腦海燃起返鄉熊熊烈火。

剛好母親來電跟他說家中承租了七公頃的田，問他要不要返鄉幫忙？他順著台階下，忙回「好吧！」台北終究不是他的家，毅然捨棄五光十色的繁華，束裝返鄉



劍劍好米與謝銘鍵

從農年紀：23歲

過去職業：電子業作業員

從農挑戰：無獨當一面經驗

從農優勢：家人做為後盾，利用繪畫專才與網路社群行銷



謝銘鍵收拾玩心，認真吸收老農經驗，結合上課所學知識，終於在第二年有了好收成。

當農夫，一切從零開始。

新手農夫 懵懂投入耕作

父親直接將一公頃土地交由他管理，卻沒教導任何耕種技巧，完全放牛吃草，讓他自己從做中學，自己找尋答案。憑藉著小時候的記憶，懵懂投入耕作，沒想到要獨當一面竟是那麼難，何時該下肥料？何時該噴藥？全靠臆測摸索。

要怎麼收穫先怎麼栽！新手農夫為了能早點出去玩，原本應十五天灑一次的肥料，他一次灑下一個月的量，還自以為聰明的想「這樣輕鬆許多，一次搞定！」沒想到怪奇了，稻子竟肥傷；原本一公頃土地一年產量約一萬斤，他第一年卻僅僅收成兩千斤，只有別人

的五分之一，這才驚覺，自己的經驗是如此不足，想法是如此天真，根本就是「揠苗助長」的翻版。

「在台北混不下去，才回來種田。」眾人的「特殊目光」，被瞧不起，更是難以承受之重，每個人都用異樣的眼光看他。有次忙完農事到鎮上買麵包，老闆見他全身沾滿泥巴，竟跟他說：「少年仔，為何不去找一份正當工作？」另一次去郵局領錢，工作人員盯著他猛瞧，再三確認「年輕人，這是你的戶頭嗎？」還是鄰居作證，才順利領到錢。

和老農搏感情 上課學知識

接踵而至的困境並未擊倒他，反而激起鬥志，告訴自己要好

好學習種田。他拚命諮詢相關單位，到農改場去上相關課程，如合理化施肥及安全用藥使用等。

而一位老農的醍醐灌頂更點醒了他。對方看他窮努力卻不得法，語重心長跟他說，金城武樹下奉茶那是騙人的啦！把奉茶放在那兒，你永遠別想學會種田；要使用農村版的奉茶，就是「阿比（維士比加汽水）」一組。他聽命買了一組在樹下喝，馬上引來二十多位老農把「比」言歡，傾囊相授；這些老農或許沒唸過多少書，也不懂什麼知識理論，但他們的確是最了解該如何種田的人。

他如海綿般拚命汲取前輩的經驗，結合上課所學的專業知識，認真向稻禾學習彎腰當泥人，收成果然漸入佳境，第二年收成八千斤，第三年就成長至破萬斤。

攻略
1

吸收老農經驗很重要

老農在實務經驗上傳授諸多「眉角」，要觀察作物生長情形，對症下藥。如葉面太黑，代表肥料過量，需減量；再是夏季稻作易得稻熱病，要提前預防等。只要颱風不來亂，老農集數十年經驗的累積，所傳授的都是智慧結晶，是影響產量最重要的因素。



前前後後總計花費四年習作，才穩定了稻米產量和品質，也一手承接家裡的七公頃農地；但他不滿足，又透過農委會「小地主大佃農」計畫，擴張承租土地面積達二十公頃，好不自豪。

但是，他分析箇中原因「為何玉里的米價收購價格相較池上米，竟這麼低？」原因就在別人打出品牌，自己卻名不見經傳，於是萌生直接面對消費者的決心。

無厘頭農耕圖文 部落格爆紅

他開始接觸網路，接觸部落格，起初還以為是打山豬的小遊戲，進入才發現部落格是在網路上分享自己文章的地方。還記得自己的第一篇貼文，是講述減肥的

方法，但卻沒什麼人點閱，直到第五篇，靈機一動寫下「割了一甲水稻所消耗的熱量可以減肥二十五公斤」文章，沒想到就此吸引許多人的好奇，直問為何會有那麼年輕的農夫。

此後，他不寫減肥文章，改寫每天在田間的生活，並利用繪畫專長附上小插圖，且隨興為所種的米命名「劍劍米」，無厘頭漫畫圖文，人氣就此漸飆高。但也有許多人認為種田是老年人從事的工作，他怎那麼年輕就種田，太怪；對種田的刻板印象更是「可憐、辛苦、窮」。他卻不這麼認為，他是個樂天派，常在稻田間玩樂，辛苦當作享受，甚至興致一來就在田間引吭高歌，一般人對農夫那些既有印象，就是他要扭轉的地方。

他邊種田邊當部落客，在網



謝銘鍵把自己務農的心得，畫成逗趣的漫畫，結果大受歡迎。

路上開了「開朗農夫奮鬥史」部落格，每天翔實記錄在稻田間跳舞唱歌的情形。雖然種田有辛苦的一面，但相較在台北工作時的內心壓力，汗滴禾下土是何等微不足道，又是何等的快活，沒有壓力才是真正的快樂。

然部落格人氣雖飄高，對他則無直接助益。直到稻米在孕穗期時，拍了一支搞笑影片，解說「孕穗就是稻子即將結穗，水稻是我的小孩，小孩懷孕也就是我要當阿公了！」才有網友問起為何不在網路上賣「劍劍好米」？一語驚醒夢中人，「對啊！可以在網路上販售辛苦種植的米。」

於是他開始設計包裝，一次推出數個包裝讓網友討論挑選，終確定劍劍好米的品牌商標。第一次就賣了一百多公斤，雖然數量

不多，卻開啟他的品牌網路行銷之路。

而後他持續耕耘部落格，顧客越來越穩定，也吸引媒體報導，讓他知名度大增；消息才見報，隔天手機竟有一百多通未接來電，都是打來要訂購的，連下田工作也是電話接不完。這是他永生難忘的「第一次刺青」，因為沒帶紙，只好把訂購米的連絡資料寫滿雙手臂膀，乍看像刺滿刺青，十分逗趣。

客製化商品 開啟米品禮盒市場

他嘗到爆紅的滋味，人生中第一次拿到那麼多錢，一個星期賣了八萬元的米，是他返鄉後第一次賺那麼多錢。之後各種採訪他一律



謝銘鍵不只繪畫，也將生活中的務農趣事拍照，加註自己的觀點，吸引人們對部落格的關注。

來者不拒，上遍各大節目，每個月
的網路銷售也都有四萬元以上，
種田似乎種出希望。

父親卻對他潑冷水，反問
「你這樣玩有意義嗎？」希望他
停下腳步想一想；他開始思考要
如何再進一步，正巧鴻海董座郭
台銘結婚，用米當伴手禮，驚覺
「原來米不是單純只能食用，也
可做為禮品」，於是開啟米品禮
盒市場，每月銷售額也成長到八
萬元以上。

從此，他接單範圍愈見多
元，舉凡企業、彌月、結婚的禮品
都接到訂單，生意興隆；一陣子後
卻發現新問題，糧商和米農開始
仿效推出米禮盒，讓他訂單量逐
漸被瓜分；他不氣餒，轉而做出
差異化，走向客製化商品，只要客
戶提出需求，都會想辦法做到，只

為給客戶獨一無二的特色。但最根
本的仍是米，他持續努力種出在
地好米，讓聲譽持續不輟。

他賣米不會說自己的米多
好，常說的是「全台灣辛苦的農民
種植出來的米都好吃」，因為人各
有所好，選擇各有不同，他只希望
將快樂分享給人，他賣的不只是
米，還有他快樂的農夫心。

種稻今昔大不同，以往單純
倚靠人力，種個兩公頃就讓人苦
不堪言；如今機械化後，種植面
積擴大，辛勞遠遠談不上，但他
更重視規劃，善用各式資通訊，
以line聯繫工人、利用網路諮詢農
改場……什麼問題都可迅速獲得
解決，種植反而不是問題，行銷才
是決勝關鍵。

短短四年種出好成績，做的
有聲有色，他感謝家人當後盾，感

攻略 2

擴大種植面積 如何解決人力問題？

「小地主大佃農」計畫可
向當地農會提出承租農地
需求，農會會協助辦理。
擴大種植面積人力需求反
而減低，但對機械化需求
則會提升，插秧收割等農
事全都由機械取代，僅需
二至三名人力即足夠應付
所有農事需求。





謝一路走來不吝出手相助的前輩、專家，更感謝父親放手讓他發揮，又像個智者般，在關鍵時刻提點，照亮正確之路。

青年從農，是農村未來希望。他衷心建言農地農用，讓真正做農的農民有可耕之地，讓耕者有其田。



劍劍好米開啟禮盒市場，獨特的包裝也是謝銘鍵一手設計的。

2009

加入小地主大佃農行列

2011

擴大耕地面積

2014 2015

開始第一次友善耕作

參加東華大學【113大聲公】跨科際創新創業講座

嘗試投入有機稻米生產及認證（二公頃）

嘗試研發米食加工品，積極開創另一片市場



開發
稻米禮盒

開啟米品禮盒市場，舉凡企業、彌月、結婚的禮品都可以客製化。



關鍵成長歷程表

2003

退伍後當起農村逃兵

在台北擔任電子公司作業員工作

2004

返回花蓮玉里

父親丟給他一公頃稻田讓其自行摸索

第一年成績慘不忍睹

欲速則不達

為了能早點出去玩，應該十五天灑一次的肥料，一次竟撒一個月份，結果造成稻子肥傷，收成銳減。

在部落格書寫每天在田間的生活，並利用繪畫專長附上小插圖，且隨興為所種的米命名「劍劍米」，無厘頭漫畫圖文，人氣因此漸飆高。

2006

努力學習耕種

吸收老農經驗

參加政府相關課程

一公頃稻米收成量首次突破萬斤

2008

接觸網路

創立「開朗農夫奮鬥史」部落格

結合繪畫書寫返鄉務農點滴

創立「劍劍米」品牌

無厘頭圖文爆紅



經營部落格如何同中求異？



部落格需建立自我風格，寫出獨有特色，讓網民見了會眼睛一亮，立刻被吸引。

青年務農者少，像謝銘鍵這麼天馬行空、能寫能畫的更少，賣點自然好。重點是，文章內容務求真，只有真實才能感動人心，引發共鳴，部落格經營才可長可久。

大從農
公聲農



附錄

相關農業進修及諮詢管道

學習型農業帶來創新的極大潛力，
以農創業，更是最佳時機！

如何進入這廣大天地，

從學習開始，到各個資源的了解，管道有多重。

基本上，政府機關、大專院校及民間單位，

都提供了相當多的資訊，涵蓋面向也極廣，

包括初階入門、休閒體驗、技術精進、資金借貸、

土地取得、生態保育等等，

也有長中短期的輔導或補助方案。

每項目介紹的第一個網站，是重點中之重點



一般人的疑問在於，從媒體報導理解，農業的產官學、民間相關各個單位有很多資源提供，但相關網站龐雜多樣，不知從何看起？而且一個人的記憶有限，就好像品牌，一個類項能記得前二名，就已經很多了，資訊過多，反而消化不掉，因此本附錄的好處，在於幫大家掌握重點！建議：每一個項目的第一個網站，就是必須記得的重點中之重點網站唷！

官方的資訊，以行政院農業委員會所設立的為軸心

以關鍵重點網站為核心，再往外覆蓋更多元的資訊，帮助大家重點記憶，已節省網路漫遊的時間，直指核心的獲得想要的資訊。

官方的資訊，從中央到各縣市，亦非常之多樣，包含二〇一一個農會，還有十八個縣市的農業局處，若皆列舉，失之浮泛。是以，本附錄以行政院農業委員會所設立的各種主題為軸心，以求精簡扼要並凸出重點。

對農業有興趣，甚至零經驗理想從農，或是已經從農想要更精進，都可以從附錄中提供的這些資源，輕鬆找到自己學習的利基、找到地、找到錢、找到夥伴、找到創業契機，找到突破現狀與轉型發展的種種可能！

農業整體瀏覽

想進入廣大的農業天地裡，從哪邊能獲得最多、最廣的資訊？

最佳的入口平台就是行政院農業委員會官網，首頁即統整了龐大的農委會旗下相關單位的各級機關網站連結，以及重要的相關主題網站，透過進入農委會官網，即可網羅重要資訊。

行政院農業委員會官網

<http://www.coa.gov.tw>

農業委員會旗下相關單位：

- 兩個署：農糧署、漁業署
- 四個局：動植物防疫檢疫局、農業金融局、林務局、水土保持局
- 六個所：農業試驗所、林業試驗所、水產試驗所、畜產試驗所、家畜衛生試驗所、農業藥物毒物試驗所
- 一個中心：特有生物研究保育中心

- 九個農業改良場：桃園區農業改良場、苗栗區農業改良場、台中區農業改良場、台南區農業改良場、高雄區農業改良場、花蓮區農業改良場、台東區農業改良場、茶業改良場、種苗改良繁殖場
- 一個處：屏東農業生物技術園區籌備處

相關主題網站：

農產品交易行情站、青年農民創業入口網、田邊好幫手、農地銀行、農情報告資源網、畜產行情資訊網、農業技術交易網、農民學院、吉園圃安全蔬果資訊網、台灣農產品安全追溯資訊網、農業虛擬博物館、農業知識入口網、農產品檢驗專區、農田水利入口網、農業易遊網、有機農業全球資訊網、動物保護資訊網、全國推廣動物認養平台。

光是透過首頁的這麼多連結，幾乎已經把所有該知道的資訊一網打盡了。不過，太多的資訊，讓大家吃不消，沒關係，就先把農委會官網設成首頁，慢慢熟悉它的豐富內涵。

農業入門、進階技術及知識進修

想從農、想進修初階、中階、高階的農業課程資訊，或自我進修農業知識，到哪裡能最快取得最
多樣的資訊？

行政院農業委員會的「農民學院」是最大、最好的入口網站，提供農業知識與技術進修的管道，強烈建議是必須常常到此找課程。另一所「雲林縣農民大學」，亦是相當有規模的開辦多樣化課程的園地，屬於在地與周邊縣市就近上課的好去處。「農企業網路大學」是以線上教學為主的園地，多舉辦於專業的農業主題教學，適合專業農業工作者來運用，以下是重點推薦網站，以及相關網站的簡要介紹。

各類研習課程公告之重點網站：

● 農民學院 <http://academy.coa.gov.tw>

「農民學院」整合了全國的改良場與試驗所，成立了十四個訓練中心，涵蓋全台所有地區，不論身處何地，只要上「農民學院」網站，保證能找到在地學習課程，可就近進修。

課程內容最廣泛，針對一般民眾、新進農民及在職專業農民分別辦理農業體驗、農業入門、初階訓練、進階訓練及高階訓練等農業專業訓練，提供農業經營訓練課程、農場見習媒合，農業聯合徵才等服務及後續農業經營相關諮詢輔導訊息。此外，還有產品與通路平台的提供，想買賣產品的人都能到此尋找商機；也連結了田邊好幫手，從天氣、各地產量、物價、防疫、農藥……各式各樣的農業資訊情報。

● 雲林縣農民大學 <http://www.yunlinfarmer.com/>

雲林縣農民大學輔導單位是雲林縣政府農業處，由虎尾科技大學生物科技系執行的進修園地。定位為：建立農業人才培訓平台與專業農業經理人養成教育環境；促進農村發展，提供農民交流與討論公共議題的平台；帶動學員實踐行動和落實在地化人才培育的場所；建立產官學研合作平台，成立農業領域專業論壇。

課程規劃上，分為新進農民班、專業農民班、農業經理人專班。朝現今農業發展脈絡開設，讓農民得以透過學習掌握脈動，提升其專業能力。另外，設計導入農業師徒制學習模式，促進農業知識傳授與。

除了課程公告之外，也提供了許多農夫故事，以及農業市集的訊息。是中南部周邊最佳上課地點之一。

● **農企業網路大學** <http://aculkais.gov.tw/>

農業網路教學平台，是全台灣唯一的農業網路教學平台，提供各種專業的農業資訊與相關課程，讓農業從業人員在家不用出門，就可以透過網路世界得到專業知識。不論是想要充實農業知識，或者想要分享寶貴經驗，都可以利用這個平台。

● **各國相關大學院校農業科系**

<http://farmer.iyard.org/net-c.htm>

除了國內各大專院校農業相關科系所，也羅列了各國大專院校農業相關科系，以及國內農業相關研究機構介紹，幫助農民選擇合適的進修學校。

● **專門提供農業知識的重點網站：**

除了實體的課程學習之外，另有專屬農業知識的各個主題網站，能全面了解節氣與栽種知識、動植物生態、圖鑑，線上提問等功能，想要自我進修農業知識，以下的網站，會是極佳的參考。

● **農業知識入口網** <http://kmweb.coa.gov.tw>

農業相關知識庫、農業小百科，分別對消費者、生產者

及學者專家，分享珍貴台灣農業發展知識。

● **有機農業全球資訊網** <http://info.organic.org.tw>

本網站係由農委會農糧署補助國立宜蘭大學有機產業發展中心建置維護，介紹有機農業的技術和發展，有機農場的整合系統、農夫市集等，有機農產的推薦、推廣活動公告。

● **台灣畜產種原資訊網** <http://www.angrin.ttri.gov.tw>

畜產種原資料與知識庫，基因檢測、DNA庫、種原普查、生物資訊與保種場，圖鑑分佈和相關刊物。

● **農藥資訊服務網** <http://pesticide.baphiq.gov.tw>

農藥簡介、法規、標示、規格與檢驗，禁、限用農藥諮詢，相關訓練課程公告等。

● **農產生技產業資訊網** <http://agbio.coa.gov.tw>

包含植物種苗、水產養殖、畜禽、食品 and 檢測診斷生技產業，還包括動物用疫苗、生物性肥料與農藥的研究。提供產業概況、政策與法規的施行，人才、圖表資料庫的連結。

- 科技農企業資訊網 <http://www.agribiz.tw>

提供科技農企業補助資訊及相關講座，幫助農企業提出改善方案，落實管理活動、建立制度、落實執行、持續提升，有助於提高企業競爭力，並創造更高的產業營運價值。

各類認證與相關知識重點網站

台灣的創新農業，朝精緻農業發展，通過認證的農場與產品越來越多，農委會推動之認證，與有機農產品驗證機構皆可提供農氏相關認證服務，也將相關認證標準做了說明。

- 吉園圃安全蔬果資訊網 <http://gap.afa.gov.tw>
- 台灣農產品安全追溯資訊網 <http://taft.coa.gov.tw>
- CAS 台灣優良農產品發展協會 <http://www.cas.org.tw>
- 財團法人國際美育自然生態基金會
<http://www.moa.org.tw>
- 台灣省有機農業生產協會 <http://www.topa.org.tw>
- 財團法人中央畜產會 <http://www.naif.org.tw>
- 暉凱國際檢驗科技股份有限公司 <http://www.fsii.com.tw>
- 台灣寶島有機農業發展協會 <http://www.foa.org.tw>

- APACC 國立中興大學農產品驗證中心

http://www.nchu.edu.tw/~APACC/index_main.htm

- 環球國際驗證股份有限公司 <http://www.uccert.com.tw>

- 慈心有機驗證股份有限公司 <http://tw-toc.com>

- 采園生態驗證有限公司 <http://www.eco-garden.com.tw>

- 中華驗證有限公司 <http://www.zhcert.com>

- 財團法人和諧有機農業基金會 <http://www.hoa.org.tw>

以農創業，相關農地資訊與資金運用

想以農創業，取得土地、資金，尋求貸款補助、風險管控，該運用哪一個管道，來進行了解？

想要創業的青年農民們，一定不能錯過「青年農民創業入口網」，無論你想從事農林、漁業、畜牧、休閒，該網站都提供了成功案例、創業資源、諮詢服務、進階資訊。至於農地的買賣與租賃，則可透過「農地銀行」來尋找標的，若是資金的擔保能力不足，政府也提供了應有的保護措施。

以農創業——貸款補助、風險諮詢之重點網站

以農創業，無論是農機、資材、土地，都必須面對資金的問題，透過政府的農業貸款，可以幫忙申請到第一桶金，若要升級農場規模，也有相關的補助資源。而從農難免有天災等風險，針對貸款保證及自然災害救助，政府也提供了因應措施。

● 青年農民創業入口網 <http://farmer.coa.gov.tw>

提供產業特性分析，技術、資金、土地需求和相關法規

協助，幫助行銷通路的建立與成功案例的分享。所有農貸資訊、補助資訊、群眾集資及其他機關補助資訊，都可以在這裡蒐尋，包括最重要的「青年從農創業貸款」，也可以在此找到相關資訊。

● 財團法人農業信用保證基金 <http://www.acgf.org.tw>

協助擔保能力不足之農漁業者，為其貸款提供信用保證，以增強其受信能力，適時獲得所需資金；另一方面亦為農業金融機構分擔融資風險，以利其積極推展農業貸款，以增進政府農業政策推行之績效。

● 農業天然災害救助辦法

<http://law.coa.gov.tw/GLRnewsout/LawContentDetails.aspx?id=FL014287>

因颱風、焚風、龍捲風、豪雨、霪雨、冰雹、寒流、旱災或地震所造成之農損災害，政府所提供的救助措施。

農地相關資訊重點網站

想要購租農地，除了詢問當地農會之外，不妨進入最大的農地入口網站——農地銀行，了解土地相關法規與行情。而針對農地空間、土壤狀況及相關管理資訊，則可透過其他

系統網站檢索。

● **農地銀行** <http://ezland.coa.gov.tw>

提供農地買賣與承租資訊，成交價格查詢，農地政策與法令資訊，農業專案融資貸款等諮詢服務平台，促進農地活化及流通。

● **台灣農地資訊系統**

<http://talis.coa.gov.tw/talis/Login.html>

整合歷年研究成果之農地空間資訊與影像資料，配合地理資訊技術，有效率從事農地空間管理和政策的施行，並融入國土整體發展架構。

● **農地管理法規檢索系統** <http://talis.coa.gov.tw/ALRIS/>

農地重大政策、統計資料、新聞、公報與法規等相關資訊檢索。

● **農地管理資訊系統** <http://farmland.coa.gov.tw>

提供縣市政府與鄉鎮公所人員上傳農地相關資訊。

● **土壤檢測服務管理系統** <http://taiwansoil.tari.gov.tw>

提供土壤檢測服務，農友可直接上線填寫送檢資料，並將檢測樣本郵寄至台南區農業改良場，檢測過程約二星期，檢測報告可於線上查看，並同時以書面通知農民。

農業生態、休閒， 多角化經營相關資訊

農業經營型態不斷創新，轉型的角度也愈來愈多元，有什麼管道可以體驗及觀摩？

農業涉及的學問龐雜，在從農之前最好多聽多看多學。想知道自己到底適不適合與泥土為伍，參加農事體驗活動是最好的方式，不僅可以接觸農村生活，還能進一步了解農業生態與生產流程。

● 農村風情網 <http://rural.swcb.gov.tw>

行政院農委會水土保持局整合全國農村地區建設、旅遊、住宿、特產、農業等資訊，介紹社區營造理念與人文特色及週邊著名景點，以及「農村再生」及「培根計畫」的成果，是了解農村特色與發展，不能錯過的網站。

● 農業易遊網 <http://ezgo.coa.gov.tw>

蒐羅全國各縣市的休閒農場及文化景點資料，同時登錄周邊景點、地方美食、住宿、醫療、交通等資訊，並提供

地理資訊系統服務。

● 農業易宿網 <http://ezhome.org.tw>

提供遍及全國的民宿與休閒農場住宿等相關資訊，各項優惠方案、民宿簡介、服務設施、訂房、行程規劃、交通路線、地方特色、特產、附近景點、文化活動等，

● 休閒農業服務網 <http://www.taiwanfarm.org.tw>

結合台灣農村文化、生態保育、生活體驗、農業生產、鄉村美食等生動有趣的旅遊元素，以協助農業轉型發展為休閒農業產業，建構樂活農村為目標。

新行銷工具——行銷及募資平台

過去的農業產銷方式中，消費者對生產者的印象是模糊的，有什麼管道可以讓他們看見農民？

除了傳統的盤商銷售通路之外，政府官方網站上也提供了其他的行銷通路，如「農民學院」官網裡的「找通路」，以及行政院農業委員會官網裡的「農民市集」，讓農民可從事網站銷售、農會展售中心、量販超市、實體市集擺攤等行銷活動。

● 農民學院「找通路」

http://academy.coa.gov.tw/channel.php?sub_theme=D

● 青年農民創業入口網「農民市集」

http://farmer.coa.gov.tw/view_opendata.php?openfunc=market&menu_id=1&left_catid=106

社群的經營有助於農產品的行銷，而最令人驚嘆的就是「群眾募資」的效果，農委會看到這樣的趨勢，二〇一五年也首度嘗試將農業創意競賽與群眾集資結合，國內常見的群眾集資網站如下：

● 104+夢想搖籃 <http://www.an9.com.tw>

● FlyingV <https://www.flyingv.cc>

● Fundai <http://www.fundai.com>

● HereO <http://www.hereo.cc>

● 群募回果 <https://www.webackers.com>

● 嘖嘖 Zec Zec <https://www.zeczec.com>

● 創夢市集 DIT Funding <http://www.ditfunding.com>

● 貝殼放大 RACKER-FOUNDER
<http://www.backer-founder.com>

農村好學：學習型農業時代來臨了！

編著者：姚淑儀、陳泳翰、曹沛雯、劉致昕、潘雅君、蔡明原、賴黛玉、游婉琪、盧家珍

主編：盧家珍

發行人：李鎮洋

出版者：行政院農業委員會水土保持局

地址：54044 南投市中興新村光華路 6 號

電話：(049) 239-4300

傳真：(049) 2394303

網址：<http://www.swcb.gov.tw/>

出版年月：2015年12月初版

定價：350

GPN：1010402734

ISBN：9789860476668

電子書設計製作：中原造像股份有限公司

設計製作：吳靜慈

地址：112 台北市北投區湖底路 20-3 號

電子郵件：jtwujtwu@gmail.com

電子書播放資訊

作業系統：Windows OS

檔案格式：PDF

檔案內容：2D, 42MB

播放軟體：PDF Reader

使用載具：PC

其他類型版本說明：

2015年12月初版

ISBN 978-986 -046-905-9(平裝)



農村好學

為什麼想從農，心態上是否有充足的準備？

如何找資金、找土地？

怎樣精進學習、更上層樓？

想為在地農村尋找轉型之道，又該如何進行？

如何結合多樣化的行銷，創造商機？

順著本書的篇章，走一趟從農之路吧！

