



屏東市蔬菜產銷班第13班 ~青年返鄉 產業升級 再現牛蒡風華

◎文·圖／林勇信¹、陳建行²

前言

2011建國百年是屏東市蔬菜產銷班第13班成果亮麗收穫豐碩的一年，不但在全國績優產銷班競賽中脫穎而出，同時



①建國百年十大績優農業產銷班頒獎典禮

也入選全國績優吉園圃產銷班，參加2011東京食品展也將歸來牛蒡推向國際，獲得日本通路商的肯定青睞現場下訂2個貨櫃，然而這些成果非一日可成，而是在12年前埋下的種子，在社區菁英及返鄉青年共同努力下，一步一腳印逐步成長茁壯，使逐漸消逝在歲月中的牛蒡原鄉起死回生，走出傳統農業、進入精緻農業、邁向生技農業，再現屏東歸來大力蔘之牛蒡風華。



②全國績優吉園圃產銷班陳建行班長(中)及班員代表領獎(吳倩芳 攝)

牛蒡原鄉由盛而衰

屏東歸來地區具有適合栽種牛蒡得天獨厚的自然環境—富含礦物質的紅砂土及豐沛的地下水，因此在日治時代即由農業專家選定在此種植牛蒡，由於品質更優於日本生產，所以享有「臺灣牛蒡的原鄉」美名。然而以小農經營為主體及高度依賴人力的歸來牛蒡產業，隨著經濟發展，青壯年轉業或外出謀生，農村人力老化、經營規模日益萎縮、產業就此走上凋零之路，從昔日的風華中逐漸消逝……

遊子歸來產業重生

民國89年歸來社區發展協會成立，由當時歸來社區發展協會理事長召募社區精英及返鄉青年，成立產業促進小組，成員跨及醫學、藥學、生技、流行病學、養生等專業人士，在跳脫傳統，引進新思維的相互激盪下，認為牛蒡仍深具發展潛力，也是歸來無法切斷的歷史，決心再現「牛蒡原鄉」的光環，並進行一連串產業發展與文化推動的工作，重新為牛蒡產業注入生命活泉。

產業升級再現光芒

民國92年牛蒡產業發展計畫逐步成形，在前景可期下，一群返鄉的5、6年級生成立屏東市蔬菜產銷班第13班，逐步點燃產業生機。而身為產業發展小組成員且具有多張專業證照及研發生技產品能力的陳建行也投入行列，後來並擔任班長貢獻所長，發展至今班員14人，栽培面積約20公頃，年產量約400公噸，年產值約

2,600萬元。在產業發展升級過程中有如下值得分享的經驗提供參考：

1. 整合資源做對事

產銷班成立後，新一代的經營者在既熟悉又陌生的牛蒡田中不僅向父執輩學習耕種技術、更將企業化的經營管理導入傳統農業中，成為講求科學、效率、精準的現代化精緻農業。同時依據牛蒡產業發展小組分析制定的產業發展計畫，整合內部人員各司專長並結合外部專家、試驗研究機構之能量，導入知識經濟，分工執行生產、行銷、研發之任務，朝專業經營的方向前進，找對的合作夥伴做對的事，進而轉型成全方位加值型科技農業。

2. 研發布局搶先機

為了牛蒡產業升級提昇價值，與學術單位合作研發創新產品，開發低溫處理加工技術及設計改良設備，使加工後仍保留大量的牛蒡香氣及養份。另外經由動物性試驗，成果發表，產品認證，建立產品價值。而陸續取得的12件商標權、製程專利及實驗設計專利權，也在市場搶得先機，築起市場競爭的門檻，跨入生技產業之門。

原料生產
農業試驗改良場所
CAS/GAP/TGAP/有機認證



創新研發
農業試驗改良場所
學術/研究單位
實驗/生技公司

產品加工
CGMP製藥廠
GMP生技廠
ISO食品廠

建立品牌並推動原料生產、產品加工及創新研發的策略結盟，提升品牌價值

3. 品質管控掛保證

維持產品質、量的安全與穩定是產業發展的基本條件之一，因此93年起產銷班導入標準農業作業程序，全班14名班員均通過吉園圃GAP；部分班員因應不同通路與需求，也採用網室栽培並陸續取得產銷履歷TGAP或有機驗證，這些證書等於為歸來牛蒡的品質「掛保

證」。

4. 計畫產銷收入穩

以班為中心廠與廠商、通路商合作，掌握直銷通路，統一訂定規格及價格，統籌規劃產銷契約，以共同品牌「大力蔘牛蒡」行銷，大大提高產品附加價值，其中60%L.M級或中段精華部位作食用(極品牛蒡)、40% 2L.S級或頭尾部位作加工(牛蒡精華素、蒡蒡茶)，使不同等級規格的原料做最高附加價值的利用。因此，極品生鮮牛蒡禮盒能賣出120元/600克/盒的高價，牛蒡精華素、蒡蒡茶更成為養生的明星商品。所以參與的衛星班員之生產合約以平均單價65元/公斤為保障銷售價格，高於市場平均單價35元/公斤，提升單價幅度達86%，班員收益明顯增加。

5. 結盟通路打品牌

透過商品生產技術授權，交換置入性廣告行銷，讓通路商砸下重資廣告，創下年近2億市值的產業，建立台灣牛蒡的第一品牌，打響「屏東 歸來 大力蔘牛蒡」的名號。



①牛蒡系列產品-極品生鮮牛蒡禮盒、蒡蒡茶(左2)及牛蒡精華素

結語

該班由於能結合跨領域的內外部資源，發揮綜效規劃產業發展方向，並吸引返鄉農村青年以不同思維帶動傳統農業轉型，朝向以農業企業化經營發展的精緻農業；透過策略結盟，發展生物科技加工技術與智財權布局，讓產業昇級；以中衛模式結合生產農戶、廠商、通路商規劃生產與品牌行銷，提昇產業競爭力，成為台灣新農業典範，為消費者提供安全健康的商品，創造班員及地區產業的利潤與機會。