



2013年十大神農 —陳建行班長

◎文・圖／吳倩芳

「頭家，我不知道你這麼有名耶！最近看電視才知道你是十大神農，這麼年輕！……」每3個星期就從高雄到屏東歸來來採買1次牛蒡的顧客看到陳建行班長，高興的與他聊起牛蒡種植及烹調……

2013全國十大神農陳建行班長是一位六年級生，民國89年因不捨家鄉牛蒡產業沒落，返鄉種植牛蒡，結合鄉民組產銷班，導入經濟概念及加強組織運作、接受改良場等輔導單位建議改善，及配合政府（農委會）政策執行，自我不斷的成長及進修，請教專家，親力親為，為屏東歸來「大力蔘」牛蒡創造商機，「十大神農」一實至名歸。

擬定計畫 逐步茁壯

黝黑的皮膚與沾滿泥土的衣服、鞋子，是陳班長最常出現的穿著，身為農家子弟的他面對家族傳承產業，因農村人力老化、經營規模由盛而衰，於是在民國89年返鄉種植牛蒡。

接手後深感小農運作方式就產量、產值及行銷方面皆無經濟效益，且缺乏經濟概念及組織運作。於是擬定「牛蒡產業初、中、後級發展計畫」，從結合當地農友成立蔬菜產銷班開始，陸續接受高雄區農業改良場、屏東縣政府及屏東市農會等單位，就栽培及用藥管理技術、產銷班運作及幹部訓練、產品包裝與品牌設計等訓練與輔導，導入企管五力分析及核心管理架



❶ 陳班長親自駕駛曳引機，與班員採收牛蒡。

構，並善用政府（農委會）為農民建立的農產品品牌行銷網站進行行銷，致奠立歸來「大力蔘」牛蒡品牌及通路行銷的基礎。

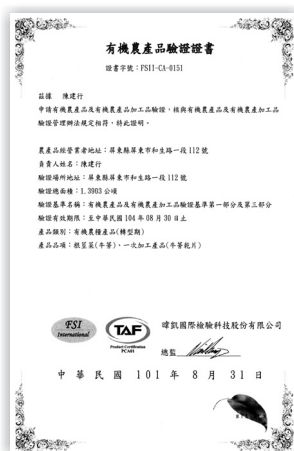


❷ 陳班長與班員將採收的牛蒡，堆放於貨車上，載回集貨場進行清洗、分級等處理。

力行安全農業 產業加值

目前產銷班經營面積30公頃，為增加消費者對產品的信任度，陳班長帶領班員力行安全農業，先後取得吉園圃安全蔬果（GAP/牛蒡、豆薯）、產銷履歷（TAP/牛蒡）標章認證及有機農場轉型期驗證，為產業加值。

「大力蔘」牛蒡採用客製化「分級制度」，依通路客戶別分級銷售，銷售價格從市售每公斤25元提升到65元，農戶淨收益增加達2倍。陳班長謙虛的說，產銷班整體的運作及產銷，不能讓班員們致富，但一份穩定的收入是足夠讓各個家庭運用。



❸ 有機農產品驗證證書

辛苦是有代價的，屏東市蔬菜產銷第13班在陳班長帶領下，榮獲100年全國十大績優產銷班、吉園圃產銷班及102年國家品質金牌獎殊榮，陳班長個人亦獲得100年屏東縣傑出農民、101年財團法人全國認證基金會(TAF)頒發「產銷履歷達人」獎。



① 全台唯一具吉園圃安全蔬果標章的豆薯(陳建行提供)

產品多元化 傳統農業轉型

牛蒡營養豐富，除鮮食外，陳班長也積極開發生產加工技術，將20%次級品再製，進入半成品市場，活絡周邊商品發展，提升農戶每分地40,000元淨利，增加班員農事生產收益；例如乾燥牛蒡、牛蒡香鬆、養生湯、精華素、萃取液、酵素及蒟蒻茶等多元化的牛蒡產品陸續上市，頗受消費者喜愛；並與當地烘培及餐飲業合作，提供原料，製作牛蒡酥、麵包、肉圓及牛蒡餐等等。

積極參與社會活動，如配合辦理戶外教學及田間體驗行程導覽，協助餐飲學校

牛蒡食譜開發及料理成果展，指導並協助當地大學院校學生實務專題與社區營造活動，辦理牛蒡美食及產業文化推廣等，不但打響屏東歸來「大力蔘」牛蒡知名度，也將牛蒡由傳統農業轉型為精緻農業與生技產業。



① 生鮮牛蒡及多元化產品



① 陳班長述說著研製牛蒡煎茶的过程

善用資源 開發國內及國際市場

陳班長考量銷售通路，於是整合班員籌組「大力蔘天然食品有限公司」獨立行銷體系，建立部落格、購物網、宅配及0800-226-363客服專線，並積極參加國內外展覽(如國際食品、生技、醫藥、美食、名品展、農特產品及伴手禮展)，拓銷市場。

善用政府資源，連結官網(農委會安全產品/農業精品商城/OTOP台灣地方特色網/臺灣點屏東購物網/美夢成真屏東社區生活網/屏東六堆客家商品e購網)進行e購行銷；同時也利用農委會架設的農業雲端系統進行產品的進銷存管理。

「大力蔘」牛蒡除固定供貨給台北拍賣市場及西螺振興果菜合作社外，在日系百貨超市(松青、新光三越及太平洋SOGO)、有機通路商皆有銷售點。陳班長每個月一定親自北上到各個舖貨點去了解牛蒡銷售情形，隨時注意市場消費者的需求，以做為日後生產行銷改進的參考。

目前仿間已有仿冒品牌出現，陳班長語重心長的說，「大力蔘」品牌牛蒡唯一出貨為屏東市蔬菜產銷班第13班，只此一家，絕無分店。同時也希望「大力蔘」生鮮及加工產品，未來能成為台灣有機牛蒡第一品牌！



① 陳班長每個月一定親自北上，了解大力蔘牛蒡市場銷售情形(陳建行提供)

結語

成功不是偶然，青年農民除了從長輩傳承經驗外，個人更須有經營計畫，持續進修、接受改良場、農會等單位輔導，逐步茁壯自己的栽培管理技術及經營理念，才是成功的方針。