



① 雙層精品禮盒包裝

2015全國十大神農 潘志民

～幸福紀錄 棗到幸福村

◎文／林勇信 圖／潘志民

送你一園綠～

專業農人的傻勁，種一園雪蜜棗的綠，送你。

.....
春強剪，讓樹休眠。夏養地，肥沃繁衍。
秋著果，有機施肥。冬採收，打落7成，只為留下枝上的甜。

.....
像你的笑，漾著，
嘴角的脆，心裡的甜。
輕輕開盒，是耀眼的翠綠，
每一口，都是只為你努力的心意。

摘錄自～寶島南方棗品牌故事

前言

2015年全國十大神農得主潘志民，年僅36歲，2009年返鄉從農，勇於嘗試、自我挑戰，突破傳統種植技術及行銷模式，以創新觀念及獨特品牌行銷風格，在歷經一波的蜜棗革命後，打響蜜棗界LV級的自創品牌「寶島南方棗」。經營面積由0.5公頃擴增到2.4公頃，宅配直銷比例接近9成，單位面積產值也由120萬元/公頃，提升到380萬元/公頃，不僅創造豐厚利潤，同時樹立典範帶動產區改變；不但為個人贏得100年全國創新農業經營管理經驗發表競賽「新進農民組」冠軍，也在102年帶領高樹鄉果樹產銷班24班勇奪全國十大績優產銷班，今年更上層樓獲選全國十大神農。是農二代返鄉從農成功例子，足當青年農民「創意從農」有成的楷模。



① 黃德昌場長(右2)頒贈「農技超群」匾額嘉勉潘志民夫婦 (吳倩芳 攝)

生產技術

如同「寶島南方棗品牌故事」所言，送到消費者手中的蜜棗，是歷經春、夏、秋、冬大自然風土的孕育及潘志民辛勤呵護與照顧的成果。因此，在栽培過程從源頭管理及維護自然生產環境，以提高產品品質、降低經營風險增加經營利潤，創造環境、生產者及消費者三贏。

健康管理—建構安全生產基地，落實果園健康管理、實施合理化施肥、安全用藥、草生栽培、枝條粉碎等整合性栽培管理技術，友善環境、建立環保農園。

風險管理—為降低颱風、產期集中、品質不穩定的經營風險，投資單位面積較小、結構紮實及有雙層防護網的



抗風型網室，雖然每分地造價約15萬元，比傳統造價約9萬元高，但歷經颱風的考驗，有效降低颱風的損害，並能掌握授粉與著果，穩定產量，確保收益。



2015年全國十大神農得主潘志民

產期調節一
因應每年節氣，配合春節檔期，從源頭管理規劃年度產銷計畫，依品種早晚熟特性調節、以燈照處理(提早30~40天開花)或採取「有捨有得」的經營哲學，落實疏果、去蕪存菁(提早7~10天採收)，雖打落7成，但能確保年節前1週就大量上市及提高精品級4兩以上比例，掌握時效，調節上市時間，搶得「錢」機。

品牌建立與行銷管理

一、市場定位明確

潘志民從市場角度知道生產消費者所要的產品才具商機，產品不是賣給全世界，而是賣給認同價值的消費者，因此以頂級市場為主要經營目標；上市更是掌握年節前的黃金時段提高附加價值，創造利潤。好的果品除了粒頭大、甜度高、口感佳之外，田間生產過程也兼具健康、安全、永續的管理方式，創造目標客群認同的「價值感」。

二、建立品牌

潘志民深知好品質的頂級果品也要有品牌、包裝來提襯禮盒質感，創造附加價值。98年他以「寶島南方棗」為品牌，手繪蜜棗開花圖案作為封面，推

出12粒裝880元平價禮盒試水溫，結果一炮而紅，為高質感的蜜棗打下基礎。

三、搭配文創

99年起搭配流行的公仔熱，附贈手工捏製黏土蜜棗公仔的1,280元禮盒，造成風潮。100年因應頂級市場需求，1,680元的雙層精品珠寶禮盒，也供不應求，同時帶動市場拍賣價格。



手繪棗花圖案增加質感

每年在包裝造型求新求變、反映節氣搭配流行時尚，如年節應景的12生肖，主流議題的黃色小鴨、熊貓圓仔造型帽，實用手機吊飾及耳塞、line行動貼圖也都入列成為文創藝品題材！潘志民夫妻「以客為尊」的創意貼心設計，讓消費者每年保持期待的新鮮感與收到產品的驚艷，為產品加分不少。即使1盒12粒1,988元的頂級禮盒，消費者也搶購不手軟。此外，利用修剪的枝條、疏果的果實及種子，做為庭園布置素材，打造在地農村的新風貌！



包裝及文創藝品

四、體驗行銷

規劃果園下午茶農業體驗行程，接待國內客戶企業主及國外客群到農園實地體驗，增加與顧客的互動，讓消費者親身體驗安全環保果園及享受田園風光，也為蜜棗行銷國際打起前哨站，建立好口碑，為外銷加分。



① 客戶體驗田園下午茶，享受健康果園氛圍，安心採購。



② 新加坡旅行社也帶團前來參訪

五、拓展直銷通路

因應時代趨勢，回鄉後應用電子商務拓展直銷通路99至103年成長5倍。以102/103年期為例，2.4公頃直銷近9成，創造約900萬元產值，60.03%的高獲利。

六、善用媒體

平日做好準備，接受採訪，抓準時機，適時在各種媒體露出，增加產品曝光度及知名度。

回饋與奉獻

一、分享創新模式帶動改變

擔任果樹產銷班24班班長，以身作則，改變班員經營理念及行銷觀念，拓

展直銷宅配通路，創造班員整體獲利，於102年獲得全國十大績優產銷班，並帶動高樹蜜棗產區改變與發展。

二、輔導在地青年從農不遺餘力

擔任農民學院課程講師，協助農委會「吉時從農」、屏東縣政府「燕南飛」等青年農民輔導專案計畫推動，輔導在地青年農民青春逐夢，幸福相隨。

三、異業結盟創新加值

結合理念相當且直銷比例超過50%的蓮霧、芒果、甜柿、紅龍果、高接梨等異業果農，彼此交流栽培經驗，分享客戶資源，建構社群，不僅提升生產端的栽培技術，增加彼此的直銷客群，也提供消費端的顧客全年都能享受到優質在地水果。

結語

潘志民從在外地奮鬥的漂鳥返鄉，回到既熟悉又陌生的家鄉，重新思索昔日父母賴以維生的產業將何去何從，確立方向後開始築巢追夢，在農政單位、專家、業界前輩的協助指導及加上個人努力下，以其年輕、帶著創新思維及創業家精神挑戰傳統，也因為改變(Change)而創造機會(Chance)，帶動產業革新，樹立典範；成功後也樂意分享經驗回饋鄉里。潘志民以歷經漂鳥返鄉、築巢追夢、創新發展到分享回饋，造就今日的成績，成為青農返鄉創業新典範，獲選全國十大神農實至名歸，同時也是陳主委保基期勉新一代農民「傳承、創新、拼農業」的最佳寫照。

如同潘志民所說的：

幸福紀錄 棗到幸福村～

農人的溫度 企業的角度 踏實一步步，實現蜜棗產業的幸福願景

也定位了幸福村的家鄉地圖是土地對遊子輕柔的呼喚 回家吧！

就會棗到紀錄幸福的歸處。