夫妻同心
開創柑橘產業新價值

秦子媛 X 猛男農夫



山坡上金黃飽滿的柑橘掛滿枝頭，全家人洋溢著豐收的喜悅

農夫非人生規劃　家人支持當後盾

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

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



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

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

陪伴師輔導　落實安全健康新農業

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

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

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


凱麟及子媛夫妻倆向林學詩場長介紹柑橘果園的管理方式

自產自銷　蔬菜箱囍禮盒新創意

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

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



為貼近時下年輕人的飲食模式，子媛與婆婆一同開發農家即食料理

吃苦當吃補　猛男農夫養成

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

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

輔導策略及標竿養成

(一)家族人力分工確實：柑橘果園由夫婿詹凱麟先生及其父母親共同經營，在果品採收及包裝農忙時，增聘臨時工協助，銷售端則由子媛負責，包括訂單、出貨以及客戶服務等，全家一齊壯大柑橘產業。

(二)開發農產加工品：夫妻胼手胝足為的是能夠傳承上一代的好品質，進而創新開發直銷市場，自創「猛男農夫」品牌，更將柑橘加工製成果醬，延續東勢優質柑橘的甜蜜風味。

(三)蔬果箱創新思維：子媛認為價格逐漸不是消費者選擇農產品的唯一要素，唯有改變產品提供的型式，才有機會將安全的農產品融入消費者生活中。於是，夫妻倆經營的柑橘果園開發食農教育的體驗活動，將正確的食農知識傳達給消費者，也開發蔬果箱直銷，結合在地青農一起為山城的農業努力。

青農簡介
秦子媛
#第3屆百大青農
#臺中．東勢
#猛男農夫
#椪柑、橘柑、茂谷、安心蔬果箱

猛男農夫養成計畫