



※ 文/圖 廖勁穎 蔡楹庭

Rice

與自然和諧共存的獼米 東河鄉蔡禮闈

• 蔡禮闈與先生黃忠文

特殊技能⁺

泰源幽谷獼米系列產品，
客製化造型漸層包裝，

「泰源幽谷」位於東河鄉海岸山脈，由馬武窟溪的南北兩支流在泰源相逢，合力穿越海岸山脈，開鑿成美麗的泰源幽谷。從臺11線穿過陰濕的小馬隧道，進入谷中驟然陽光明媚，蔥蘢碧綠的青山環抱，溪水蜿蜒，有如身歷陶淵明桃花源記中的景致。再深入就是海岸山脈面積最大的泰源盆地，環境優美、水質純淨，土壤肥沃，加上獨特的盆地氣候，不僅適合作物生長，更有許多豐富的野生動物。臺灣獼猴是泰源幽谷最常見的主人，常常成群結隊的四處巡邏，不時在田地裡打滾嬉鬧，松鼠、果子狸、山豬是常客，山羌、穿山甲、環頸雉等也經常到田裡玩耍。獲選農委會百大青農的蔡禮闈說，「這些動物就跟作物一樣，都是部落自然生態的共生者，如果為了作物的產量，犧牲環境和動物，是我們最不願意做的事情，所以我用友善環境的方式來生產」。

蔡禮闈是東河鄉泰源部落第四代阿美族人，父母親以種植水稻為生，原本是人人羨慕的國小老師，因為母



親一句「沒人買我的米」，便毅然離開穩定的工作，棄教從農，開始跟隨部落耆老學習耕作水稻；在這個過程中，她發現雖然有好的氣候環境，也有好的農產品，但是在無法增值的情形下，農產品價格低迷，青年人口外移，農民老化，部落裡的隔代教養情形嚴重，使得傳統農耕技術沒有好好傳承，造成農村衰退。在苦苦思索對策的同時，先生黃忠文為了支持她，也放棄了公務員的工作，一同投入農事行列。在兩人共同努力下，結合部落產銷班17位農民，發展友善自然農法及有機種植，生產具有在地形象的品牌—「泰源幽谷獼米」，希望從振興部落經濟開始，提升農產業附加價值，加速在地農業經濟發展，並以在地文化為特色，區別消費市場需求。



• 泰源幽谷環境優美

但是在產業增值化的過程中，如何獲得更多的知識及掌握正確方向，是需要專業人士協助；正值農委會推動百大青農輔導計畫，蔡禮闡藉由錄取第4屆百大青農機緣，在臺東區農業改良場陪伴師與專家輔導下，開始大幅提升其栽培技術及管理能力，強化生產及行銷技術與經驗。

「泰源幽谷獼米」是蔡禮闡所建立的品牌，意含臺灣獼猴是泰源幽谷的主人，像吉祥物一樣守護環境，代表著豐富的野生動物族群，也象徵著與自然共存。在產業增值方面，她不吝於稻米產製相關設備的投入，過去已經驗證，一級產業無法使部落發展，唯有透過二級加工和三級服務，甚至互相結合成六級產業，才是成功的



關鍵。因此，她已完成綠色保育標章申請，栽培時選擇臺東最具特色的水稻臺東30號品種，並結合部落生產的紅藜、黑米、紅米等，開發各種配方商品。也希望透過稻米產業，使部落青年能回鄉共同發展。



• 客製化造型漸層包裝，泰源幽谷彌米系列產品。

同時蔡禮闈也結合本身教育專長，帶領部落學童一同接觸大地，透過農業，讓孩童認識自己的土地及文化，在稻米收割時更是部落總動員，藉由老農的諄諄教導，由水稻產業，讓阿美族米粃流（Mipaliw）的傳統精神深植心底，未來也能互相幫助，一起完成工作，不分彼此的情誼，使部落新生命能延續傳統文化價值。



• 部落學童一同參與水稻插秧

除了專注品牌行銷以外，蔡禮闈也和臺東大學創新育成中心合作，進行產品研發，更計畫將產區環境納入觀光旅遊元素，結合部落的景點，預計未來推出部落深度旅遊，期望將泰源幽谷的美景，藉由不同層次的行銷帶動部落的產業及商機。





• 獲邀108國際日本禮品展-泰源幽谷彌米禮盒

蔡禮闈的產品目前在百貨公司有實體店面，主要通路以網路行銷為主。她對於商品定位很明確，認為消費者現今吃飯不僅只求吃飽，而是要吃得安全、健康、美味。她將所生產稻米與其他穀物依不同比例混合，並測試最佳烹煮方式，讓消費者能吸收到各種穀物的營養，同時能輕鬆烹煮，如泰源幽谷養生五色米就是由白米、糙米、紅藜、黑米、紅米所組成，還可以用電子飯鍋直接煮食，口感香Q美味。除此之外，也不斷創新設計造型新穎的包裝，如以紫米為基底的黑熊造型，或以糙米為基底的獼猴造型等包裝，讓消費者獲得療癒效果。未來她更規劃以客戶為導向打造客製化產品，如利用紅米作為基礎設計的彌月禮盒，不僅增添喜氣，更能使消費者收到滿滿的愛意。