



臺大農業推廣通訊 雙月刊

Agricultural Extension Newsletter Bimonthly

College of Bio-Resources and Agriculture, National Taiwan University



發行人/陳保基 主編/蕭崑杉 編輯/陳雅美、陳俊名 中華民國八十六年元月創刊

發行所/國立臺灣大學農業推廣委員會 臺北市羅斯福路四段1號 行政院農業委員會補助編印

新埔高接梨產業輔導

台灣大學農業推廣委員會 陳俊名 技士整理

本會為輔導新埔高接梨產業發展，近一年來邀請東勢高接梨專家劉龍麟先生數度前往新埔，進行高接梨果園栽培管理診斷及技術指導。綜言之，當前新埔高接梨果園栽培管理最主要的問題在於果農在自生產橫山梨（俗稱的粗梨）轉型為生產高接梨過程中尚沒有發展出一套合適的栽培管理模式！生產高接梨，相對於生產橫山梨，需要更精細地照顧果樹，但長久來果農在單打獨鬥追求生產高品質高接梨過程中，雖然要賺錢的慾望很強烈（以相對較低成本種出好品質多產量高接梨以提高單價及收益），卻沒有自力發展出合適技術，也沒有自外（如東勢）引進參考模式，於是梨樹枝條凌亂及空洞化、樹勢衰弱，農民只知想當然耳地多施肥多施藥，甚至誤信廠商推銷的秘方，不僅增加了生產成本，又可能適得其反，傷害了樹體及果實品質。當務之急，新埔高接梨果農應回歸重視高接梨果樹栽培之基本面，然後再循序漸進改進、發展適合新埔的栽培管理模式。

一、果園土壤需要培育

土壤是果樹栽培最基本的必要條件之一，先要有健康的土壤才会有健康的果樹。土壤要有活力，果樹才能發揮生產力。健康的土壤不僅提供果樹根系健壯生長，而且能抑制病原菌繁殖。富含活力的土壤才能緊緊抓住果樹需要的礦物元素，活潑自然界的營養循環。

本期目錄

- 一、新埔高接梨產業輔導 1
- 二、台北縣 96 年度農事推廣教育技術交換大會經驗發表競賽紀實(上) 5
- 三、鄉村社會季系列—有機生活 7
- 四、「品牌行銷與公關」演講紀實 . . . 10
- 五、農委會訂頒產品外銷績優廠商表揚要點 激勵農產品出口業者 12

歡迎投稿

1. 有關農業推廣、農業新知、農畜產銷、農業政策、農村振興、社區發展等相關報導與評論文章，歡迎投稿，尤歡迎博、碩士班研究生及研究助理踴躍投稿。
2. 文長以 3,000 字之內為原則，並請盡量提供照片及其說明。文稿以 WORD 檔案 E-MAIL 至 jmchern@ntu.edu.tw (主旨請設定為：「投稿台大農業推廣通訊雙月刊」)，並註明真實姓名、身分證字號、服務單位、職稱、聯絡電話及手機、E-MAIL 帳號、通訊地址及戶籍地址(含區里鄰及郵遞區號)。
3. 文稿若經採用，稿酬每千字 870 元，圖片每張 250 元，有關著作權法等文稿責任由作者自負。
4. 文稿經刊登後，本會擁有版權，並歡迎轉載，作者若不同意轉載，請註明。

土壤與植物長久以來都是相互依存、相互培育。繫根土中，植物才能存活；依靠植物健壯的根系輸入已被轉換的大自然能源（光合產物）促使土壤物理性、化學性、生物性產生變化，土壤才能發育。然而，果園土壤會因長期不當耕作及錯誤的栽培管理而停止發育，進而老化、酸化、硬化，這已是果園土壤的普遍現象。土壤改良一直都被提醒著，但實際上卻也一直都沒有很好的改善，為什麼？土壤惡化的主因既然是錯誤的栽培管理，那麼，改進方式應如下：

1. 首先要改變的是果樹的栽培觀念：多肥料、多農藥、頻用除草劑是錯誤的果樹栽培觀念，會對土壤造成很大的傷害，不僅不能保證有良好的收成，反而常會造成果樹生育障礙，影響梨果品質及收益。
2. 要慎選資材來活化土壤，增進地力，幫助土壤發育。應避免投入有污染之虞的堆肥。改良土壤酸性的資材要注意塩基的平衡狀態，避免單種塩類的過度累積。
3. 將改良資材深耕入土，以目前農村的人力狀況，這是土壤改良的一大難題。幸好新埔地區大部分梨園都在緩坡地，利用小型怪手，分年局部深耕是易行而且有效的方式。

二、寄接母樹（橫山梨樹）樹型需整枝修剪
整枝與修剪的目的是要調整樹勢、增強活力、改正枝條凌亂及空洞化問題、促長新芽以培育短果枝群及側枝、增加葉面積、有效利用陽光、節省工作人力、降低病蟲害孳生。果樹健康旺盛自然就不容易受到病蟲害侵擾，故整枝修剪在病蟲害防治上是比施灑農藥更為重要！

果樹本身其實具備自我更新自我強化的功能，但這樣的自我調整能力往往在長年不當的栽培管理過程受到抑制而不彰。當果樹不斷抽出粗長的徒長枝時，其實是因為根系弱化（切記，那絕對不是樹勢旺盛的表現），果樹要利用徒長枝生產大量的光合產物回流根部作為更新根系的能源以強化根系及樹勢。然而高接梨卻是利用母樹的徒長枝嫁接

梨穗（花）而生產果實，農民多施氮肥，每年長出大量的徒長枝，其所生產的光合產物都被運移到高接的果實，並沒有回流母樹根部，作為根部更新之用，於是根系漸趨衰落，吸收養分功能弱化。年復一年，結果就是目前所看到的，樹勢普遍衰弱，因此，必須利用整枝修剪技術以強化樹勢，也旺盛根系，這在高接梨栽培管理上尤為重要。

年輕梨樹若沒有做樹型管理，地上部看得到的是水平誘引過多的大枝，大枝間的生長空間不夠，互相遮蔽，最後短果枝群枯死，有效葉面積不夠（必須依靠徒長枝的葉），成為光禿的弱勢大枝。果樹成年後，枝條雜亂、延伸過長，因為水平誘引，枝幹很快老化、弱化，果樹營養循環不良（所以才會抽大量的徒長枝），養份運移循環不順暢。地下部看不到的影響是根系不夠深入地層，更新與代謝緩慢，成為老化、弱化、功能不佳的根系。另外，不當的栽培管理也可能修剪掉應留的短果枝群及側枝，使得有效葉面積更為不夠，尤其會造成2、3月葉面積不夠，無以有效利用肥料進行光合作用。

改善之道就是要回縮過長枝條，營造主要大枝的生長優勢（目前新埔很少有主枝配置適當的果園）。當一顆樹中有幾枝大枝優勢生長時，整個生長勢會轉強，地下部也會萌發新的強壯根群。年輕強健的根系有效地吸收養分水分，順暢輸送到地上部，形成良性循環。只要這個循環不被錯誤的栽培管理所破壞，2、3年之內就可看到果樹明顯轉為年輕化。

三、建立肥培管理的基本概念

不同的作物有不同的肥培管理方式，蔬菜與果樹所需求的肥料元素呈現截然不同的比重。果樹不一樣的生長階段也會有不一樣的主要元素需求，高接梨之幼果期與成熟期，氮量需求差異是很大的。高接梨有其獨特的生育生理，其實高接梨是「寄接」在母樹上，高接梨與母樹間一直存在著養分競爭的情形，所以當初開發高接梨的前輩們是很慎重地將之訂名為「寄接梨」而非現在常用

的「高接梨」，其實就是深切體認到嫁接生產與本樹生產有所不同，高接梨與母樹間一直存在著養分競爭的事實，例如，嫁接生長前期遇到強烈寒流時，母樹是否仍繼續轉化蓄積養分供給嫁接穗生長所需或是停止轉化供給進入抗逆狀態？情況嚴重時母樹為了自保就會有「棄養」嫁接穗的狀況發生。

必須附帶強調的，在嫁接梨穗前應多培育母樹蓄積足夠養分以提高著果率及助益小果生長。農民應切記高接梨採收後就是新年度的開始，此時母樹的照顧、養分蓄積極為重要，故採收後應盡速葉面施氮肥，優先恢復葉的活力。其次，應持續做好病蟲害防治，以保存樹葉不致過早落葉，持續進行光合作用，對於根部更新及樹體貯藏養分很有助益。

另外，為了維持下年度高接梨生產，在果樹栽培上就必須培育多量的徒長枝以為明年嫁接之用，由於多了這必要的栽培階段，施肥模式就須予調整。高接梨生產的基座是母樹的徒長枝，因此徒長枝的量與品質直接關係到產量。萌發足夠嫁接的徒長枝量與果實結實生長是果農的一大課題。徒長枝屬強勢發育枝，需要大量營養維持生長，徒長枝生長最快速的階段正好也是高接梨果實進入中果期，果實肥大養分需求量逐漸增多，且澱粉質也要開始分散貯藏於樹葉、枝條等樹體。這中果期澱粉質的分散貯藏對於果實最後成熟期的果粒大小與甜度關係密切，由於果實成熟期果粒急速肥大，需要大量養分，此時葉面的光合作用產物並不足以支應，就是要靠中果期樹體各部位分散貯藏的澱粉質水解運送至果實予以支應果粒急速肥大之所需。所以，果農不應是在果實成熟期才拼命下肥以促進果粒增大及果實甜度，而是要在之前及再之前時期就開始調整肥料供應及控制果樹生育。在中果期，由於徒長枝生長及果實營養生長的營養競爭，果農若放任不管，那麼果實永遠競爭不贏新梢，自然也就無法期望採收時果實會又大又甜。

因此，高接生產的營養週期與本樹生產是有其差異性。有了這些認知，才能據以建

立高接梨肥培管理的基本架構，才不會盲目而無所適從，能依據高接梨的生育階段，在適當時機給予適當的肥料，精確掌控樹勢，生產品質優良的果實。最主要的是不要猛加氮肥，氮肥對於幼果期時的徒長枝培育是有助益，對於葉面積增加也有幫助，但是氮肥過量，大量新葉快速成長，構成葉綠體的養分及礦物元素不夠分配，葉片太薄而且顏色太淡，以致光合作用效率差，故應控制使徒長枝及葉片能邊生長邊充實。尤其在中果期需要分散貯藏澱粉質，更需控制徒長枝生長，施用高磷鉀等資材以抑制徒長枝生長並強化葉片光合作用效率、促進澱粉質分散貯藏，對於後期果粒增大及果實甜度都很有幫助。

四、認清肥料只是原料而非養分之本質

施到果園中的肥料永遠只是原料，是果樹行光合作用合成養分所需的原料，肥料只是原料而不是養分，就像米並不等於飯，米只是煮飯的原料，飯才能直接用以充飢。這點認知相當重要，最起碼具有兩個意義：

1. 決定產能的是工廠（葉片）而不是原料。工廠設備不夠（葉片數不夠）或工廠效率不夠好（葉綠素不足等因素以致光合作用效率低），再多的原料也無法增加產能，反而會傷及根系，也造成生產流程的障礙。所以不是多施肥料就一定能增產。
2. 決定產量的是工廠的規模（最大的有效葉面積）與可利用能源（單位面積的最大光照度），而不是原料。單位面積能生產果實的重量有一定的極限，可留果數也受其限制，所以不是多留果就能增加產量。

果農都知道：著果過量時，果實的肥大及品質都會受影響，樹勢也會轉弱。普遍的想法就是只要多下肥料就能補足需求，其實這是錯誤想法。田間實際觀察發現，其效果並不一致，不是每一果園都有好的表現，而且採收時往往仍是小型果佔多數，總產值不僅沒有因多施肥而增加，卻反而降低。甚至經常發現因多肥引起的生理障礙或肥傷。其實最主要的原因是葉片生產的光合產物不夠

分配，沒有足量的養分以充實果粒。因此在栽培過程，應努力提昇有效葉面積（如多留短果枝群及側枝、加強整枝修剪、妥善培育徒長枝、重視葉面成熟度與活力等），以提升可能的總產量；若著果過量，則應予疏果，而不是不當施肥。又適當疏果後，樹勢可以明顯改善，提昇有效葉面積，又且果實能有足夠養分變大變甜。

改善弱勢樹上也有類似的情形。樹勢轉弱是根系先弱。果樹沒有足量的養分進行營養循環，根系得不到更新的能源（光合成產物）導致老化、弱化。普遍的做法也是多施肥，把肥料當成開根的養分，但施肥過量時首先傷害的就是根系，反而使得果樹更衰弱。這都是長久以來錯把肥料當作養分，把米當成飯所誤導的結果。

五、培養觀察與障礙處理的能力

影響果樹生育的因素很多，每年也都有不同的變數，仔細觀察田間果樹的生育狀態，其實都有不同的表現。針對不同的生育跡象，有些需要調整生育方向，有些需要作預防措施，有些必須做障礙處理。在生育障礙方面，越早做處理，所承受的損害越小。障礙的正確診斷與快速明確的處理措施，需要經驗與選用適當資材。這些，是維持穩定收益的必備能力。果農本身應多充實果樹生理及生育特性之知識，理論與實際相互驗證配合調整，並提昇觀察果樹生育情形及障礙處理能力。

但在一個產業技術未臻成熟時，地方上若沒有現成的窗口提供這方面的服務，而農民又有迫切的需求，往往會激發出一個精英團隊以自我成長。這種團隊的成員經常是跨越村莊的，結合少數有興趣的果農組成自我成長團體主動聚集探討研究。剛開始時也許成員的基礎知識參差不齊，也許欠缺發現問題與討論問題的能力，但遇到問題時有共同討論的夥伴，成員們會一邊吸收一邊在田間印證。經歷這些過程，團隊的專業水平會很快提升，能吸收與利用學者專家的專業知識，就更能抓住問題的核心，與學者專家共

同探討解決所遇到的問題。然後，會擴大影響該地區的產業水平，也許，就因而開創出影響該地區幾十年的重大產業。當初東勢高接梨的開發，就是這個模式發展出來的。如今，新埔高接梨精英果農已經初具果樹生理及生育特性之相關知識了，應再強化彼此間定期聚集討論研究，互助成長，加速新埔高接梨水平之提昇。

就技術層面而言，若能針對上述高接梨果樹栽培之基本點，據以修正果園管理，當會有很正面的效應。但以熟諳東勢高接梨產銷系統的人來看新埔高接梨產業，新埔果農需要借助其他地區的只是栽培技術及處理經驗；至於經營行銷面，新埔高接梨產區是最接近新竹以北人口密集城市的產區，除了供應新鮮梨果外，尚能滿足城市居民對休閒空間的需求，梨果地產地銷之外，尚有很大的空間可以發展休閒農業。

發展休閒農業所販售的就已經不只是水果了，還包括農業知識、體驗及農村的感覺與景觀。有發展利基，當然也會有新的問題，須作不同的因應規劃，例如：是否規劃品種多元化、栽培方式多元化（高接或新品種本樹生產）？不同的品種有不同的產期，地區性產期拉長是否比較有利？多肥料多農藥的管理方式該如何修正？環境管理的觀念與病蟲害防治結合是否有助於地產地銷？生產基地（果園）除了便於工作外，是否可以景觀化及休閒化？生產、生態、生活怎樣和諧調合成讓城市人心儀的農村？這些面向的規劃發展及內涵充實都有賴在地人發揮巧思與創意，並為個人及地方創造更美榮景、更大利益。

最後要強調的，地方農業產業的發展最合適的輔導夥伴是當地農會，尤其是當地農會推廣人員。若在栽培技術發展過程，農會推廣人員就能積極投入，時時與農民互動，就更能了解農民栽培管理上甚至經營行銷上所遭遇的問題與困難，然後可以運用農會資源提供必要協助，並尋求合適外援（大專院校教授、農業改良場專家、主要產區專精農民或業者等等），即時適切地解決農民的問題。

題與困難，必能快速有效發展當地特色產業，造福農民，繁榮地方；而台灣農業競爭

力亦能具體突顯，既能迎戰進口農產品，亦可拓展海外市場！

自助人助 綠葉變黃金 台北縣 96 年度農事推廣教育技術交換大會 經驗發表競賽實錄(上)

台灣大學農業推廣學系教授兼農業陳列館館長 高淑貴教授

96 年度台北縣農會農事技術交換大會於 96 年 3 月 29 日假台北縣農會本會舉行。台北縣的產銷班以蔬菜、花卉、果樹、茶葉等產業類別為主，因此每年就分別以這幾個產業別為主題輪流舉辦技術交換。技術交換以競賽的方式呈現，讓會場增添幾許緊張氣氛。今年以茶葉的產、製、銷為發表的主題，總共有來自台北縣的 9 個產茶區鄉鎮農會，包括石碇、汐止、平溪、坪林、林口、深坑、新店、三峽、石門等地都有茶農代表參加比賽。

競賽活動由縣農會李鈺鐘督導主持，評審委員有來自行政院農業委員會茶業改良場文山分場的蔡右任分場長、台灣省農會推廣部農業推廣課的蔡惠玲視導，以及台灣大學農業推廣學系的高淑貴教授。對於辦理這樣的競賽活動，蔡分場長表示十分的肯定：「今天的技術交換大會是很重要的交換場合，因為每個農民在從事農事工作時，多多少少會累積一些技術與經驗，這些 know how 透過公開的場合來讓大家知道，不再只是少數人所擁有，可以促進整個產業發展。」筆者深有同感。

石碇鄉林樹森農友與大家分享「施用安全農藥方法及經驗」。他想藉此讓大家重視施用安全農藥的方法及步驟，提高茶葉品質及衛生安全。他建議大家以農藥防治病蟲害時，宜配合其他措施，如保持陽光充足、通風良好、耕翻土壤、處理雜草等。至於農藥施用時應注意事項包括：1.選擇茶業改良場經試驗證實有效之藥劑。2.把握防治適期。3.不任意混用多種藥劑及隨意提高藥量等。他特別針對農藥施用注意事項，重要者如單

位面積與用藥量、施藥技術與防治對象、藥劑的混合使用、施藥器械的選擇、施藥時之天候、施藥者的安全防護、農藥罐處理等項目詳加說明。他強調正確的施用農藥，使茶葉無農藥殘毒才是好茶。

汐止市茶葉產銷第一班班員王春長先生向大家介紹「茶葉製作新觀念」。他認為由於生活水準提高，茶飲品已然成為生活之必需品，然而面對國際市場之競爭，台灣茶葉必須找出新的發展方向。他對茶產業之現況有所說明：1.茶農年齡偏高，茶事業面臨後繼無人之隱憂。2.採茶人力不足，成本高。3.茶面積太小，不符生產規模。4.茶園老化，生產力差。5.茶農自產自銷，各憑本事。他的新觀念新做法包括：1.機械採收，紓解人工，降低成本。2.使用有機肥，永續經營。3.茶葉比賽，分級包裝。4.茶園更新，提高品質。5.工廠衛生，茶不落地。6.規劃加入生產履歷。他表示未來他要發展地方特色茶葉，使具市場區隔，且將開發茶葉多元化產品，提升產品之附加價值。當然，擴大通路，網路行銷亦是必走的路。他樂觀的表示台灣茶



王春長先生強調茶葉的多元化生產

業前途還是很有希望。他說的「種茶是徒弟，會賣茶是師傅」予人印象特別深刻。

平溪鄉鄭達德農友以「重塑茶業新生命」為題，告訴大家環保的新概念。他指出：環境健康，茶樹才能健康；茶樹健康，我們的身體才會健康。他說明善用資源，生機無限的道理。他表示自己虛心求教，學習新知。為了活化農地，他減量使用肥料，以古早法人工除草贏得身體的健康並確保茶葉的品質。他以合作換工，解決人力與物力短缺，並獲得友誼及技術之交流。由於他重視環保，生產健康好茶，因此連續三年獲得該鄉春茶比賽之特等獎，很值得敬佩。

坪林鄉茶葉產銷班第六班梁金富先生與大家分享「文山包種茶生產履歷」的經驗。該班在93年起接受茶葉改良場之輔導，積極參與文山包種茶生產履歷計畫之推行。重要工作項目包括：參加茶葉吉園圃認證及廠農合作、以紙本紀錄，並參加生產履歷紀錄講習會、接受茶葉改良場文山分場之輔導，產銷履歷資訊化、95年推出產銷履歷茶產品、96年完成產銷班之共同包裝設計。又，為了推廣茶文化，辦理茶葉知性之旅，利用現有設備推廣採茶製茶體驗營及開發茶葉多元化產品、茶餐等。對於特色茶之研發，如梅香茶、蜜香昭君、神農秘方等均投入心力。至於目前營運之困難及解決之道梁先生也一一提及：1.在提升班員用藥安全方面有五種方法。2.在提升製茶工廠安全衛生方面有四種方法。3.在茶葉自主銷售管道之建立方面有三種方法。未來將持續改進用藥安全及製茶衛生要求，落實產銷履歷紀錄內容，在96年依據行政院農業委員會公告之「農產品生產及驗證管理法」申請產銷履歷之驗證。來日產銷班的組織將朝企業化之經營模式運作並建立品牌。

林口鄉茶葉產銷班第一班副班長陳昆諒先生發表「面臨農業轉型的經營策略」。陳先生提及在農業生產的環境遽變、都市型農業的轉型經營、休閒農業的興起、及茶業走向自然悠閒的境界，使他在無奈之下，配合

政府推行休閒農業政策，經營茶廠以養家糊口求生存。他以茶農、茶師、茶博士自許，由茶農而茶師，由茶師而茶博士一路走來的心路歷程，讓人聽了動容。他擁有茶藝師高級執照，且得獎無數。身為生津製茶廠的負責人，他規畫了週休二日教學製茶體驗DIY活動行程，茶園生態教學、茶種教學、品茶鑑賞教學、行茶禮儀等。參觀及DIY教學人數，迄今超過五千人以上。他與國外技術交流，也開發出茶週邊相關商品，包括茶餐、茶精油、沐浴乳、洗髮精、茶皂等。他未來的經營策略有二：1.致力於茶文化之提升，包括系列課程的開發、茶業技術交流、製茶技術之提升等。2.經營管理策略之研發，包括養生茶餐、週邊商品等之研發，策略聯盟、多角化訂購方式等。

深坑鄉農會翁朝亮先生以「我如何將傳統茶業透過創意包裝建立品牌行銷」為題向大家說明他的成功之道。他先簡介個人經歷及現狀，接著進入主題，說明創意包裝的重要性與效益：1.增加印象。2.成交快速。3.單包利潤提升。4.增加營業額。5.建立品牌。他指出包裝之策略是1.透過創意包裝挑起消費者的購買慾望。2.包裝除了保護功能外也兼具美觀、環保。3.在確保茶葉品質下，藉由外在年輕形象設計、包裝設計等品牌識別體系設計加上現代人強調的健康、流行元素，改變過去人們對喝茶的刻板印象。他做了成本效益分析，由於創意包裝，每斤茶可多賣三百多元。他特別將傳統包裝與創意包裝做



以創意突出得到冠軍的翁朝亮先生

比較，創意包裝的外觀質感佳、保鮮度高、看起來專業、攜帶方便、送禮意願高。他敘述品牌創立過程，及品牌定位與命名及行銷策略等，言談間充滿信心。

新店地區農會呂國松先生發表的題目是「傳統與休閒—農園轉型新契機」。他認為傳統茶園只有單一收入，年收不多，且單調無變化。自從轉型經營休閒農園後，不僅收入增加、產品多元，且環境美麗。有流水可釣魚、有涼亭可休憩、有蛙鳴蟋蟀聲、且有美麗的花兒可欣賞。他遭遇之困難包括：1. 土地無法擴充。2. 經費不足。3. 知名度、客源穩定度不足。他說明面對上述問題的解決方法：土地方面，透過產銷班協助解決。2. 在經費開源方面，向農會貸款。節流方面盡量自己動手做，以節省開支。3. 在行銷方面，建立品牌、分級包裝、做 DM、設網站、客戶群建檔、製茶體驗等。他樂觀的對遠景加以評估：1. 由於輕鬆且利潤高，因此下一代願意加入。2. 跟地方人士結合，發展一日遊的行程。3. 教育消費者，培養潛在消費群。



新店地區農會呂國松先生經驗發表

三峽鎮農會茶業產銷班第四班黃文雄先生談三峽綠茶分級包裝及品牌建立之艱辛經驗。他先比較三峽綠茶與包種茶、烏龍茶製

作流程、製作成本利益，接著介紹產銷班，並說明三峽綠茶之泡法與貯存。對於品牌包裝及行銷，他表示自民國 90 年行政院農業委員會輔導後，該班請專人設計包裝禮盒，分特選品及精選品，以小包裝方式配合年節送禮及綠茶體驗營行銷。92 年起由茶業改良場輔導以「螺」為分級品牌將碧螺春分為鑽石螺、翡翠螺及珍珠螺三級。歷年來，該班表現優異，班基金穩定成長，逐步朝農企業經營。黃先生一一述及該班遭遇之困難及解決方法，他最後以用心、愛心、恆心、同理心等四心與大家共勉。

石門鄉謝正勇先生講的題目是：「石門茶業產銷與觀光休閒」。石門鄉為創造在地商機，繁榮農村經濟，由產銷班成立茶產業休閒園區，帶動茶區之發展。在茶區週邊規畫設置茶山步道、製茶體驗營、泡茶 DIY 教室及學員休息室等休閒設施。將產業與觀光相互結合，在班員的配合及用心經營下，有良好的經營績效，平均每位班員每年經營所得較以往增加約 20 萬元。不僅如此，也提升石門鐵觀意的產業知名度，帶動地方觀光產業之發展，繁榮農村之經濟。

各位參賽農友都是有備而來，從頭到尾毫無冷場出現，不僅講得頭頭是道，順暢自然，時間掌控精準，且都使用 PowerPoint 呈現講述內容；講義教材、印刷品、實物等亦視需要發放或展現。這群農友的現身說法證實了自助加人助，的確可以使綠葉變黃金。本次比賽的冠軍將代表台北縣農會參加今年 6 月台灣省農會辦理的各縣市技術交換大會，得到這份殊榮的是來自深坑鄉的翁朝亮先生，在下一期中，筆者將較完整的紀錄他的優異表現。

鄉村社會季系列活動—有機生活

台灣大學農業推廣學研究所碩士班 陳玠廷 研究生

台灣鄉村社會學會暨台大農業推廣學系攜手合辦了「後鄉村生活—鄉村社會季」系列講座活動，邀請了諸多長久以來耕耘鄉村

研究及相關主題的與會來賓，為了拓廣社會大眾對於鄉村議題的興趣與關注，就其所關心主題和與會人士進行分享、討論，包含了

鄉村歌謠、食物文化、身體勞動、長宿休閒等等主題。

在一系列的演講即將告一段落，今年(2007)五月十一日演講主題回歸對鄉村最初的理解－農業生產，是鄉村社會季系列活動的最後一場講座。在高度發展的台灣社會中，農產品是每日不可或缺的民生必需品，對廣大民眾來說，如何能吃到安全健康的農產品顯得重要，在這樣的社會氣氛下，「有機農業」的發展日益受到台灣社會的重視。在本次的活動中，台灣鄉村社會學會邀請了穀東俱樂部田間管理員賴青松先生與綠色陣線協會執行長吳東傑先生，分別就實務經驗與社會觀察的角度，分享他們長久對「有機農業」的認識與體會，本次活動於台大農推系研討室舉行，吸引了近百位對該主題有興趣的台大師生共同參與。

賴青松「半農半X」的耕讀生活

首先分享的是賴青松先生，「有機生活」可說是目前賴青松生活的最佳寫照，然而在他成長的過程中，成為農夫並不是一個一開始就確立的選項，即使是考大學聯考時，賴青松也不曾考慮過填選農學院相關科系。就賴青松自己的說法，對於人生方向的選擇，他是採取負面列表的方法，在眾多選擇中逐一剔除自己不喜歡的生活，從過程中找尋最適合自己的生活方式。

曾經在主婦聯盟工作過的賴青松，於2001年偕妻兒回到妻子的故鄉－宜蘭，自此就過著「半農半X」生活，除了以有機農耕的方式耕種約一分半面積的水稻外，賴青松平日以翻譯日文為業，事實上翻譯日文是他主要的經濟收入來源。回憶起這段生活，除了輕鬆、有趣外，當年這種「半農半X」的生活經驗，在誤打誤撞中，也成了日後成立「穀東俱樂部」的契機。

誰知盤中飧，粒粒皆辛苦

第一年的水稻收成約有一千多台斤，從未有過農業生產經驗的賴青松這才體會到：原來穀子並不是一收成就可放進電鍋煮來吃的。於是賴青松開始從曬穀、碾米學起，家

中的客廳變成了克難的穀倉，回想這段過程，賴青松認為這些田間經驗對許多生長於鄉間的人是習以為常的瑣事，然而對於像他一樣生長在都市的年輕世代來說，所有的事情都是陌生的初體驗，這也成為他心中最為深刻的記憶。

一千多台斤的白米，讓賴青松除了瞭解何謂「誰知盤中飧，粒粒皆辛苦」的真諦，也讓他開始思考如何後續處理這些辛苦種植的收成。為了不讓一年的辛勞白白落空，賴青松將一半的收成分贈親朋好友，另一半的收成在友人何金富先生的協助下販賣出去，何先生亦是賴青松先前在主婦聯盟工作時的舊識，有著多年在市民農園教導有機農耕的經驗。早在主婦聯盟任職時，賴青松便思考過如何過著與農業、農民、鄉村有所連結的生活，因此在急性子個性的驅使下，他試圖透過工作尋找窗口，開始籌畫每週的家庭園藝班活動，也開始與農業結下不解之緣，當時的賴青松卻沒想過自己會有當上農夫的一天。

來自土地的感動

回到宜蘭種田一陣子後，賴青松也常利



賴青松先生談自己的有機生活歷程

用週末假日，以人際網絡的方式號召一群來自都市的朋友開辦「農夫夏令營」，讓這些來自都市的朋友（大多為大專生）體驗農耕生活。漸漸的，賴青松發現原來土地有著改變人的力量，只是久居都市的人們，早已習慣透過五花八門的媒介來認識世界，但生活在鄉村以農耕為業的民眾，卻透過與土地沒有距離的接觸來認識世界，這些經驗的感受不僅帶給與會的大專生不同體驗，對賴青松而言亦是先前生命經驗中絕無僅有的感動。

有了農耕經驗、舉辦「農夫夏令營」活動經驗的賴青松體會到，因為缺乏與土地的接觸，所以大家不瞭解土地、不瞭解鄉村，因此若有人能夠扮演人與土地的翻譯者，那麼今日台灣的鄉村、農業是不是會有不一樣的光景呢？於是「穀東俱樂部」在2004年正式成立，賴青松也因此由一位日文翻譯者轉變成一位人與土地的翻譯者。

穀東俱樂部的發展

穀東俱樂部的成立，提供了未能親自耕作卻對鄉村、農耕懷有情感的都市人一個機會，賴青松自己擔任田間管理人負責大部分的農務，而認同該俱樂部的朋友可加入「穀東」的行列，穀東們除了出資委託賴青松管理農務外，平日亦可撥空前往宜蘭參與耕作，這些穀東於是從一個買米的人轉而成為一個需要負擔耕作且面對風險的耕種者。對賴青松或是這些穀東來說，與土地的互動成了生命中重要的養分，這樣的體會是網路虛擬世界中缺沒有的，對他們而言，真實的世界體在當今鄉村的生活中，或許這種日子不盡然舒適美好，但確有其價值，透過土地，凝聚了這一群人的心、生命。

「真正有價值的東西，往往無法被商品化，也就常為人所忽略。」賴青松這樣說道，他並援引日文詞彙「原風景」來加以說明，穀東俱樂部所欲開拓的，是發掘來自農業、鄉村的價值，這是一種人心最為初原的渴求。這麼多年的有機耕作下來，賴青松認為，種田本身來自耕種人的心，人與土地是這過程中不可或缺的主角，對種田的人來說，土

地就是他們最為珍貴的資產，而農耕本身則是一門深奧的集體藝術，這樣的生活，在經濟所得上不一定充裕，然而堆積在他們臉上的笑容卻是騙不了人的證據。

自嘲為一個從半都市人轉變成半鄉下人的賴青松，認為都市人的生活存在一股揮之不去的恐懼，外在環境快速的變化對其形成不安的來源，對於這些不安、恐懼卻找不到合適的宣洩出口，在成立穀東俱樂部後，賴青松在有機稻作的耕種過程及與穀東們的互動中，除了感受到諸多朋友的支持鼓勵外，也感動了許多人的生命—包括他自己，有機生活對他來說，是一條感動又令人驕傲的選擇。

吳東傑對台灣農村的觀察

相較於親身參與有機農耕的賴青松，目前身為台灣綠色陣線協會執行長的吳東傑則從環保、大環境的關懷角度分享其觀察，他認為對農業、鄉村的思考不能單就經濟層面來理解，而該以一個全面的角度思惟農業、鄉村所為整體社會帶來的影響，思考著透過農業、鄉村吾人得到什麼？學到什麼？

身為一個長期關注環境保護的社會運動者，吳東傑分享他對台灣農村環境的觀察，首先他認為鄉村所具備的價值，應當在現代化的過程當中獲得適當的維護，並進一步思考如何以這些價值帶動鄉村的整體發展。在科技全球化的現代社會，農業與鄉村皆受到高科技所帶來的風險影響，以農業生產為例，基改作物的安全問題至今仍為學界爭論



吳東傑先生談從大環境思考農業問題

著，而鄉村地區的優美環境則大規模地在工業化的過程中淪陷，面對這些問題，社會大眾若非缺乏意識的喚醒，便只能默默地承受，吳東傑認為這些議題，都值得人們好好地去關心。

台灣的有機農業

曾於2006年撰寫《台灣的有機農業》一書的吳東傑，亦於座談上分享他對台灣有機農業發展上的觀察，他認為位處亞熱帶區域的台灣，農作物在種植上面對較多的病蟲害威脅，然而有機農業的發展不僅只是農耕技術上的改變，亦不能單就經濟收益的角度去做思考，應該要從有機農業的發展理解其所帶來的價值，並思考農藥使用所產生之危害等兩個角度去做觀察。對於健康、安全的生活環境與飲食是社會大眾所共同期盼，因此吳東傑認為有機農業為永續環境建構的入門，在這樣的基礎下，期待更大格局的環境議題可為人所重視。

在賴青松的實務經驗中，透過有機農業的生產，稻田中充滿了生機盎然的感動，赤腳踩在水田中，可以感受到泥鰍的鑽動，每一步步伐，所接觸到的溫度也因日照的多寡而有所差異。對此，吳東傑提出了學術研究的佐證，比較了有機農業生產與慣行農法生產兩區域生物多樣性的表現，凸顯了有機農

業的生產對於整體環境生態上的助益。

代結語：另一個選擇

在全球化競爭的時代，台灣的農業發展面臨了艱鉅的挑戰，吳東傑認為在著困頓的時刻，如何以在地化對抗全球化是台灣農民與相關單位所需共同思考的課題。「穀東俱樂部」在共同購買的基礎上開創了共同生產的做法，使都市人有機會透過與土地的接觸，進一步瞭解鄉村，並透過土地凝聚了這群人的心。南台灣的美濃，在一群知識青年的發起下，透過社區大學成立了「有機耕作隊」，除了有機農業的生產外，他們更希望將鄉村的文化、經驗傳遞給來自都市的朋友，喚醒大眾對相關議題的重視。

無論是賴青松的實務經驗或吳東傑對台灣農村的觀察，兩位分享者所共同提倡的是鄉村、農業於現今社會表現出的價值，雖然這些價值在大環境普遍重視「價格」的潮流中容易被忽略，然而在高度現代化發展的台灣社會中，精緻工業為人們生活帶來不可測知的風險，步調快速的都市生活亦為居民帶來不安的恐懼，在這樣的情況下，何妨在經濟發展的過程中留一塊空間給鄉村、給農業，或許這另一個選擇會是所有問題的出口，這是兩位分享者帶給所有與會人士共同的省思。

「品牌行銷與公關」

天下雜誌鄭宜媛副總演講紀實

台灣大學農業推廣學研究所碩士班 黃若詒 研究生

台灣大學農業推廣學系岳修平教授於農推系「資訊傳播」課程邀請天下雜誌人事部門鄭宜媛副總進行專題演講。演講主題為「品牌行銷與公關」，藉由介紹天下雜誌集團建立自身品牌與公關的例子激發學生思考如何從資訊傳播的角度激勵農業進行品牌行銷，藉由品牌定位選擇合適的行銷方式，並結合平面媒體、數位媒體和公益活動等跨平台的行銷策略，進而促成品牌創新。

天下雜誌成立於1981年，為台灣第一本

專業的新聞財經雜誌。雖然為財經雜誌出身，天下雜誌始終秉持「天下為公」的理念，對國家社會展現高度的參與及關懷。由於言論客觀公正、報導深入淺出、以及觀念領先，紐約時報曾專文推薦天下雜誌為台灣最有影響力的雜誌，也是台灣首度以嚴謹的態度，推廣經濟新聞的雜誌。天下雜誌集團涵蓋「For better society」的天下雜誌、「For better life」的康健雜誌、「For better work life」的Cheers雜誌、「Technology for better life」的e

天下到”For better future”的天下教育基金會，每一本雜誌各針對不同的市場族群而產生相異的行銷理念。

鄭副總認為，在企業進行品牌行銷前，首要條件便是尋找其品牌定位及目標族群，接下來才能融入行銷通路、行銷手法與行銷內容等相關元素。而天下雜誌本身以身為決策者的最佳夥伴為其主要的品牌定位，針對企業領導階層提供社會最新的潮流與觀念，因此 2004 Asia Business Readership Survey 指出天下雜誌是台灣企業領袖閱讀率最高的雜誌。也因其目標對象為金字塔頂端的領導階層，因此天下雜誌以較為宏觀的角度同時整合各領域面向來發展關懷議題，如在 2006 年的教育特刊中，天下雜誌即提出全球化下你的孩子應該學什麼？同時，e 天下亦推出十年教改特集，主要訴求為從小學到大學，學生應該要培養的關鍵能力為何？藉由嚴肅深刻的呈現方式讓非教育專業的讀者們，能有所警覺並激發對於國家競爭力的教育深思。

在行銷方法的選擇上，天下雜誌除了實體雜誌外，數位網站與天下教育基金會也一同推廣天下雜誌的理念，而在行銷內容與手法的選擇上，鄭副總認為品牌精神為重要的基準線，因此在品牌行銷中必須讓群眾對品牌產生聯想，這樣的行銷理念，不管應用在各種產品或服務上皆能產生最大效益。

天下雜誌的行銷通路與其他平面雜誌不同的地方在於其擁有專屬的影視中心，並且是目前少數有能力發行自身影視產品的媒體機構。鄭副總提到身為行銷人員，必須要利用各種方式將自身品牌推廣到其他的平台上，因此，除了在平面媒體、數位傳播媒體、網路上外，天下雜誌集團也結合公益活動的推動，為台灣首創在主題、活動、媒體形式上的整合性操作，為讀者搭起一個互動學習的平台，藉由此整合性平台，天下雜誌更能將對於社會的關懷推廣到各個單位，進一步爭取政府與相關機關的支持並建立良好的關係。天下雜誌集團辦理了許多公益活動，如引發信心台灣 319 鄉向前行之鄉鎮旅熱潮、

發動「美麗台灣，清淨家園」掃街活動、引進國際管理與趨勢大師演講、舉辦國內外企業領袖論壇、設立標竿企業及卓越服務獎、開辦天下大學及號召「大家來 walking」實踐健康生活，所有活動皆為無形的品牌行銷，讓天下雜誌在進行公關方面無往不利。

從 2004 年開始，天下教育基金會推動「希望閱讀」計畫，為了能夠讓偏遠地區的兒童有書可以看，首先徵求各地捐書給偏遠地區的學校，並徵求大專院校的志工到偏遠地區說故事給孩子們聽，以培養孩子們的興趣。為了達到此目標，需要投入龐大的經費、資源及人力，在募集人力方面，天下教育基金會除了成立網站與在雜誌上發布消息，並邀請全省各小學的校長與主任到台積電，讓其了解人才的輸出端需求並發覺城鄉差距的危機，在這樣的努力下，超過 250 人次的天下志工出發到 100 所偏遠小學為 13,000 名孩子說故事，並認養 200 所偏遠地區的小學。因此，在公益議題推廣的行銷上，鄭副總認為不論在何種情況下，必須堅持自己的品牌精神而不以行銷為目的才是正確的行銷策略。

當天下雜誌在平面媒體上建立標竿性的指標後，更需思考如何不斷創新以符合科技進步及資訊傳播發展趨勢的變化。天下雜誌在議題討論及理念傳播上是否需要在不變的大方向下改變筆觸與著重方向以讓更多族群了解天下雜誌的理念，或是讓天下雜誌的忠實讀者能夠時時感覺到天下雜誌不斷的創新



天下雜誌鄭宜媛副總專題演講

等皆為天下雜誌所關注的未來發展方向。

問答時間中，學生詢問天下雜誌對台灣農業的關懷點及看法，鄭副總認為天下雜誌以宏觀的角度看台灣的農業並陸續對台灣農業有所報導，除了針對台灣農業產業外移現象進行討論、以全球化的觀點介紹台灣無毒農業及台灣發芽米打入國際市場外，更由本土的觀點介紹台灣農業新興的行銷方式「穀東制」及「部落格行銷」，除了讓消費者了

解農產品的品質外，更能夠藉由部落格建立起消費者與生產者之間的信任關係。

鄭副總最後強調台灣加入 WTO 後，農業更需要朝精緻化農業邁進，如何在國際上建立品牌是備受重視的問題，若我們能找出自己的品牌精神，才能選擇出合適的行銷方式，進而應用跨平台、多元的行銷手法，將臺灣精緻農產品推廣到世界。

農委會訂頒農產品外銷績優廠商表揚要點

激勵農產品出口業者

行政院農業委員會為獎勵出口廠商協助國產農產品及加工品拓展至國際市場，經參酌貿易法第九條之一規定，於本(96)年訂頒「農產品外銷績優廠商表揚作業要點」，並自明(97)年1月1日起實施。

農委會表示，為掌握台灣加入 WTO 後的農業轉型契機，該會實施各項農業產業升級調整策略，並積極推動台灣農產品國際行銷工作，以「立足台灣，布局全球」為方針，致力於掌握國內外市場脈動、建立穩定外銷供應體系、提昇外銷業者經營能力、排除關稅與非關稅障礙及於國際間建立台灣農產品安全、優質形象等工作，並訂定台灣農產品出口值在三年內成長 20%之目標，期能讓台灣農產品在國際舞台上更為發光發亮。

農委會指出，拓展台灣農產品外銷市場，有賴國內生產者、加工者及外銷業者共同努力，其中外銷業者更為拓展國際市場之行銷尖兵，在面對激烈的國際競爭環境，為激勵其持續打拼，擴展行銷能力，於本要點中，特以外銷業者為表揚對象，並以國內農、漁民生產的產品及加工製品為行銷標的。自明年起依個別業者前一年之農產品出口值，按農糧產品之稻米、蔬菜及其製品、水果及其製品、花卉及其種苗、茶葉等 5 項；漁產

品之魚類及其製品、軟體類、甲殼類及其製品、水產種苗及觀賞魚等 3 項；畜產品之畜產品及其製品、禽產品及其製品等 2 項，合計 10 項類別，就各類別之出口值最優及出口值成長最優之外銷業者，分別頒給獎座、獎金新台幣 5 萬元，及補助國外參展費用新台幣 30 萬元，並將辦理公開表揚儀式，以作為業者之楷模。

農委會說明，該表揚要點外銷績優廠商名單之產生方式，係由該會於每年 4 月間洽請經濟部國際貿易局提供外銷業者之出口值，據以評比。另為切合拓展主力農產品外銷目標，在出口值計算部分，係以國產生鮮農產品，及以國產原料產製之加工品項為主，每年度該會將篩選納入各類別計算之貨品號列清單，做為計算出口實績之依據。

農委會強調，拓展農產品外銷市場可提升農漁民及外銷業者收益，對外可逐漸提高台灣農產品國際知名度，對內則可促使農民重視生產優質、安全、符合國際市場需求的產品。該會有信心，在該表揚要點施行後，將可有效激勵外銷業者，為台灣農產品立足於國際舞台上共同打拼，再創佳績。（轉載自行政院農業委員會網站）