



稻田裡的餐桌計畫

廖誌汶

幸福果食股份有限公司創辦人及創意長

專長於「農村永續經營、農村深度體驗及創意餐會」等

壹、前言

校長、老師、各位同學早安。

我是一個十八歲就發誓再也不要回農村的人，因為小時候種田真的太累、太辛苦。

我會回到農村是有一些背景的。台灣的土地、環境利用，在工業化、商業化之後，發生很大、很大的改變。在我阿公還沒分祖產的時候，我家有十四甲地，但是，我二十二歲時，爸爸過世後，到我手上只剩下四分地。縱使我是一個農家小孩，我還是沒辦法從事農業的，因為分到我手上的時候就只剩下一點點而已。當然小時候父、母親也告訴我們：你如果沒出息、不讀書，就去種田！所以台灣世代一直流傳著對農業的貶低。

貳、農村消失與文化崩解

其實我們要依靠農業存活；我們的養分、我們的食物都還是仰賴農、林、漁、牧業。但是我們對這份職業其實並沒有那麼的珍惜，相反的，它在我們整個社會是相對弱勢的。包括我們、包括媒體報導，還有整個台灣社會面，讓我們對農業有很大、很大的誤解，好像農業是阿嬤的手工藝。事實是我們農村裡面已經沒有阿公、阿嬤，他們都往西天去了，所以台灣的農村是面臨迅速死亡的狀態；或許農業可能還在，但是農村是面臨挑戰的狀態。

一個人文的聚落，之所以有農村，是因為有農業背景的一群人居住在這生活而形成一個聚落、變成一個村子；當這個功

能消失的時候，它可能不只是居住環境跟人的消失問題，連文化可能跟著不見了。

跟各位分享，我們跨年之前有個很有名的節慶，例如聖誕節，是基督教的節慶；其實我們華人區裡，多數人不是基督信仰，但生活習慣也堆疊了很多因為宗教信仰而產生的生活文化。我常跟我的一些夥伴開玩笑說，我們華人區也有鬼節，西洋也有鬼節，可是我們小朋友都過西洋的鬼節——萬聖節。我們有盂蘭盆節、中元節，可是對我們這些文化，竟然是懷疑的態度，很多家長不讓小朋友參加中國的鬼節或台灣的鬼節，但是會讓小朋友參加萬聖節！

所以台灣因為農村的迅速消失，讓我們的文化根基直接崩盤了。這是我看到的，以農村為背景的文化端的消失；農村的小孩子，小時候很開心過年，可是現在都沒有這種感覺了。



參、以行動來愛台灣

一、吃白米飯是支持台灣農業最直接的方式

台灣對食物的想像是薄弱的。各位都愛台灣、愛台灣的農業吧？今天早餐是吃白米飯的舉手一下，十六個！其實，支持台灣農業最簡單的方式就是吃白米飯；因為台灣的糧食裡面，白米飯是很大眾的食物。但是我們的生活習慣，以至於我們的消費行常常沒辦法直接的支持台灣的農業。我看的 2012 年調查，台灣吃白米飯的比例，只剩下 39% 而已；也就是說，我們吃每一百公斤的穀類，只有三十九公斤是白米，今年已經掉到二十九公斤。

麵粉原本是屬於雜糧類食物，現在卻變成主食；台灣不產麵粉，我們的麵粉都是從美洲或澳洲進口。飲食習慣，直接衝擊到台灣本土的農業！這是很直覺的事情。商人的操作很簡單，有利益就帶進來，他不會管農業能不能永續這件事情。因為大家的生活裡面，飲食習慣已經變成不一樣的狀態了，所以很多種稻米的年輕人真的是不知道該怎麼辦才好。因為他們也只會農作而已，所以就開始思考種番茄等經濟作物，以因應現代人飲食習慣的改變。

二、與萬物並存

過去農夫每天早上起來會說：七點了，該去噴農藥了，或是去除草了。因為在早期的鄉下，如果沒有噴農藥，會被認定是個懶惰的農夫。因為上一代的教育，知識沒有那麼對等、普

及，他們為求豐收，而使用大量的化學藥劑。但是，現在時代不一樣了，不只要豐收，同時還要兼顧到土地的永續；要讓人類吃飽，也要讓螢火蟲開心一下。

所以我 2012 年開始做這個餐桌計畫。只是我投入有機農業這件事情在宜蘭算是很早的，我家的田有機認證已經超過十二年了，這在台灣算是早的。



有機農業或友善農業，對人，譬如吃有機比較健康這件事，是真的還是假的？其實，慣行農法與有機蔬菜類哪個對人體更健康是沒有科學根據的，不是說有機就比較健康，但是我很確定一件事情，有機對環境一定更健康！所以各位有機會可以到我們三星老家，我家是可以開放給大家走一走的。我家旁邊的水溝很小，裡面的蚬仔滿坑滿谷，不是我去放養給觀光客看的，而是自然的。所以整個環境裡面，大自然給我們的東西跟萬物

是並存的，這是我做餐桌計畫的想像。我認為應該更直覺地去知道你的生活習慣，還有整個大環境裡面的改變；農業已經不再是我們想像中過去的樣子，要以一個新的想像。

三、關於幸福果食公司

我創辦幸福果食公司的核心宗旨，就是把台灣的農村變成全世界最酷的地方，因此我們發展出「六級產業」的概念。台灣的農業屬於小農，要規模化很難，投注很多資源，卻不見得有很好的收穫；因為我是做創意的，所以我就想，如果我們要讓年輕人回到鄉下，就要把農業開發成服務業。

（一）農村的服務業

各位能想像農村的服務業到底長什麼樣子、什麼叫農村的服務業？各位聽過休閒農業區嗎？就是把農業的大環境，轉成一個具有觀光及休閒價值的場域，裡面有民宿、餐廳；餐廳裡面供應的是比較傳統的一些食物。延續這個印象，餐飲業的服務在不打擾農業、農村作息的前提下，還有沒有別的想像？能不能運用農閒之餘，讓這些農民有額外的收入？對農民來說，農產是固定的，一年能種這麼多就是這麼多；種稻子要四個月才能夠收成。所以農產的銷售，它的獲利是固定的，不會更多，即使一斤米多賣十塊錢，也只是多一點點而已。但是三、四級的服務業可以重複運用，所以我們在很多地方努力推廣食農教育、農村小旅行，或者是社區營造等等的模式，都是有類似這樣的概念。

我的工作就是把消費者帶到產地裡面，去認識農作物、認識農夫，認識這個大環境，同時，把美學帶進吃食物，用一個看起來比較奢華的畫面，而非是傳統農村裡的阿姨，炒一大鍋飯給大家吃，這樣是沒有辦法提升吃的質感。我們跟社區和農夫一起合作，把他們的農產品透過較年輕的食物設計師，還有一些廚師們把它料理成比較簡單一點點，而且看起來色香味俱全。各位有去鄉下吃過那種俗擱大碗、CP 值超高的米苔目嗎？一大鍋只要三百塊錢，結果大家都吃不完，很浪費，可是我們可以有機會把它變三千塊產值，而且把利潤回饋給農民。那就是我的工作。

（二）恢復傳統食文化

再問各位第二個問題。我家住在三星，我們家最大的名產是三星蔥，各位有吃過三星蔥嗎？有看過長在土裡的三星蔥嗎？你能確定路邊三星蔥油餅的蔥是來自三星嗎？可能不太確定。有一次我在宜蘭跟行健有機村合作辦活動的時候，一開始導覽，有一個二十幾歲的小女孩跟我說，廖大哥，這次活動好棒喔！我請問她：你覺得棒在哪裡？可不可以跟我分享？或者哪裡不好？請告訴我，讓我可以進步。她跟我說：這是她人生第一次看到長在土裡的蔥！

大家可能真的搞不清楚自己吃的食物長在哪裡、怎麼種的？各位每天吃的白米飯從秧苗到可以收割要多久嗎？稻子的熟成從一百二十天到一百八十天都有，台灣最多可以種三季，所以都是種一百天到一百二十天的品種。各位知道全世界有幾種稻子品種嗎？都不知道對不對？我們吃的是什麼稻你知道

嗎？（同學答：粳米、秈稻）粳稻跟秈稻，還有沒有？（同學答：再來米、蓬萊米）再來米跟蓬萊米是日本的名字，它其實就是粳稻。

我剛開始做導覽的時候發生過一件事：遊客說他有看到蔥，可是我覺得很奇怪，我自己怎麼都不知道有經過蔥田？如果有，我們應該要停下來一下介紹我們有名的三星蔥。所以我就問他是在哪裡看到蔥？他指著前面說，這一片綠油油的不是蔥嗎？但其實那是水稻。我認為這是一個很殘酷的笑話。

曾經有來賓的小朋友，在餐桌上一邊吃一邊玩 iPad，他的理由是，肚子餓的時候再去 7-11 就有東西可以吃了。我們每天在這樣的商業環境下被餵養，對食用東西已經無感了。這是我們這一代正面臨的問題：吃什麼東西？去哪裡買？很簡單，速食店、便利商店都有！簡單到我們沒辦法思考，那是商業循環裡必然產生的結論。所以我只能跟小朋友說，你坐在餐桌上吃飯的時候玩手機，是不尊重隔壁的人。我沒辦法告訴他我們對農作物的想像、認知，以及餐桌的禮儀。以前我們小時候吃飯，如果沒有坐好，或是筷子發出聲音，阿嬤就打下去了。我們華人擅長拿筷子，拿筷子是有標準的方法，但是我跟你們保證，百分之九十的人都是拿錯的！真正拿筷子的方法，可以夾起乒乓球，而且風吹也不會掉。類似這樣的文化，因為我們已經習慣，所以就不見了。傳統文化講求以簡馭繁，但這個文化不見了；我不是要去反抗現代文化，而是認為我們必須要認知現在消費者的生活型態、生活的習慣、消費習慣怎麼跟我們現在的農業呼應？

（三）提升對台灣農產品的認同感

我希望台灣的年輕農夫繼續種東西給各位吃，否則以後幫我們種東西的可能都是外籍的，這是現在正在發生的事情。台灣一年的農業產值是四百億，但各位知道台灣四十五歲以下登記為青年農夫的有幾位嗎？農委會裡面登記為青年，或是百大農民裡面的台灣青年農夫加起來目前大概是兩千四百位左右，所以現在為各位耕種的農民大概都是一些老農。更殘酷的問題是，各位知道國人大概一年花多少錢買台灣的農產品，又花了多少錢買進口農產品嗎？在這個隱性消費習慣裡面，我們台灣的農業跟消費者出現非常恐怖的鴻溝，你永遠不知道全世界最好的棗子在台灣、全世界最好的鳳梨在台灣，還有香蕉……我們台灣有很棒、很棒的東西，可是你永遠不知道，而且你根本吃不到！這是最可惜，最可憐的。台灣真的是一個很特別的環境，農民的農產品不是因為台灣的消費者而有商業價值，因為台灣消費者習慣性對自己的農產品沒有信心！這是很奇怪的事情。我們習慣吃進口的奇異果，我們不會吃台灣自己的香蕉或是芭樂，我們生病吃富士蘋果，我們送禮會以送日本的蘋果為榮，可是我們不會以送台灣的香蕉為榮，因為我們不認為台灣自己的農業、農產是好的。好消息是，最近幾年，國人慢慢地增加對自己的土地、自己的農產品的認同感，我認為這是很正向的發展。

零零總總講那麼多，我只想跟各位分享一個觀念：在操作一件事情之前，要先調查清楚它的背景。我剛跟校長談到：各位要做社會企業，其實幸福果食也是一家社會企業，我們甚至直接自費把我們的社會影響力直接送去英國做評鑑；自己花錢

去英國評鑑，全亞洲只有我們公司。回到我們的話題：要做一件事情，要先把背景調查清楚。那麼，在這麼多問題裡面，我要從哪裡著手？我從可以跟我的專長、能力結合的問題開始。我能做的東西是把青年人，甚至不是農村長大的青年人，帶回去鄉下，重新去認識農村、認識產業。例如，可能很多人想做廚師，那他們怎麼採購、蔬菜、水果？要去哪裡採購？雖然賣場或市場會幫我們把關，可是你在說故事的時候，在製造你的廚藝的時候，如果完全不知道食材從哪邊來，他的行銷就會是很空虛的東西，只是很表面的東西。所以我做餐桌計畫是讓很多年輕人下鄉去服務，去重新認識你跟農村的距離到底有多遠、或者是有多近。

（四）真實呈現農村的美好

各位，想要進入農村其實沒那麼簡單喔，除非你是農村長大的。台灣任何都會區，往東、往南、往西、往北，只要開十公里一定有農村，可是你認識它嗎？你永遠不會認識它，這是台灣很特別的現象。你可能認識普羅旺斯的農村，你知道日本北海道的農村，可是就偏偏就不認識金山的農村。我們沒有蹲下去認識在地的人文。從人開始，有人才有文和土地。我們知道金山很有名的農作物是什麼？地瓜，筊白筍。但大家知道地瓜產量一年有多少嗎？其實我們金山外面賣的地瓜都是從雲林來的，因為產量並不多，一年一播就那一季，秋天可以收，芋頭跟番薯就是在中秋節左右收成，一年就那一季而已。金山這個平原，其實面積並不大，有名氣是我們政府很努力，可是產量不是那麼多，就像三星蔥油餅很多都是混在一起賣，因為三

星蔥很貴，而且產量有限，蔥油餅要完全用三星蔥，其實是不太可能的。

我想表達的是說，我要讓年輕人跟消費者進到農村裡去看，到底這個地方在發生什麼事情？跟你從雜誌報章看到的是不是同一回事？農民跟你說他是有機種植，他到底有多有機？他是慣行種植，到底有多慣行？慣行有這麼罪惡嗎？我們要認清楚一個事實，不能憑感覺。就像很多農村辦的割稻體驗是，每個來賓下去差不多割稻十分鐘，上來全身都是汗就說：「好了，體驗過了。」但我說這不叫體驗。我辦的體驗是這樣子：隔天如果你沒有腰酸背痛，我再免費送你一次，而不是說開心一下、拍個照就好了。你要知道，你割下來的稻子，打穀之後，連吃兩碗飯都不到！我很在意真實。很多人只是拍個照，當然



畫面很漂亮，因為我要讓消費者能夠進到農村裡面，必須要讓它很漂亮、很美好，但是，這個美好其實應該是更多消費者去產生出來的美好。

四、協同農村做出差異化的服務

因為我要做所謂農村的服務業，所以我必須要以農田或農作物為載具。各位可以想像一下，如果我在葡萄園裡面辦活動，大家對葡萄的想像是什麼？我們打開那個想像。如果，我跟你們單位合作，或者說和你們一起來執行一個案子，幫助種葡萄的農民。葡萄有兩種，一種像是巨峰葡萄，是可以直接吃的，可食的葡萄；另一種是比較酸的，屬於釀酒用。我們要幫助的是種釀酒用葡萄的農民。想一想，各位如果今天到葡萄園裡面，會有什麼想像？有一群人來這邊玩，我要想什麼樣的事情，才能讓這個園區或讓這片葡萄園很好玩？有沒有人可以提供我點子？這個點子價值一百萬。我的意思是說，怎麼樣想出好創意讓農村有新的想像，這是我的工作。



（一）葡萄園的農村服務業

各位參與社區的時候，或許可以想像，葡萄長那個樣子，從旁邊來看，他可能不只是葡萄，可不可以有別的想像？這是我所有計畫裡面的一個最大的根基：我不再把稻子當作糧食看了，但是，不是不把它當糧食就把他亂丟、亂砸，不是這樣，是它除了糧食的功能之外，還有沒有別的價值？



各位可以想想，我剛剛舉了葡萄跟稻子兩個例子，大家對這兩種作物有沒有一些可以讓農民增加一點產值的想像？（同學回答：攝影。）攝影可以幫農民賺錢？那個叫地景，打卡地景，就是拍…… 愛心，十塊錢之類的，沒關係，這是個想像，也許真的是可以，我也是靠拍照賺錢的。還有沒有要分享的？（同學回答：彩繪米。）彩繪米可以幫農民多賺點錢嗎？怎麼樣賺錢？如果會的話，那是個行銷的方法。大家知道苑裡嗎？

苑裡那個彩稻米，是我幫他弄的，基本上是個失敗案例，因為它真的花了很多錢，一甲地大概花兩百萬；屏東去年也有彩稻，跟 line 熊大合作，大概花了四、五百萬，對屏東有產生很大的經濟效益，因為有人去看而產生經濟效益，但是實際上，對農民沒有幫助。（同學回答：葡萄做點滴。）太棒了！直接吸他的汁嗎？這個很生動。好的創意是這麼來的，就是很瘋狂，有點跟我們一般直覺想像不太一樣。除了把葡萄拿來吃、拿來榨汁，葡萄還可以幹嘛？比如說可以做果凍、可以做果醬，可以做二級產品的東西，葡萄園裡面還可以做什麼樣的活動？或是稻田裡面可以做什麼樣的活動？或是它的東西可以產生什麼？

我在葡萄園有兩個大活動，第一件事情就是釀酒。如果只是 DIY 釀酒讓來賓帶回去，那就沒什麼特別的。我們做的是，讓今年的來賓釀明年的來賓要喝的酒。因為酒的熟成要一年多，所以今年採下來的葡萄，要到明年才會變成酒。可是就消費和所謂的服務理念，一年之後再把酒給消費者，基本上這件事情成本非常高，完全沒有商業價值，所以我們怎麼樣？今年的客人喝的是去年的來賓用腳踩出來的酒！很有趣對不對？傳統的釀酒法是用腳踩，因為用機器榨會破壞葡萄籽，釀出來的酒會比較澀；如果用腳踩的話，會比較溫和。因為酒是屬於發酵熟成的，所以很安全，在法令上是合法的。這是第一個活動，跟葡萄酒直接連結，我們做的是中間催化的過程：採完葡萄洗淨之後把葡萄籽弄下來，然後榨汁，送進發酵室裡；我們在現場完成這些事情。

第二件事情，是我辦了一個比賽：「蝸牛爬行大賽」。我不是要虐待蝸牛。所謂友善的環境，就是要照顧到其他的生物；一個友善農業，可是園區裡都沒有蝸牛，你會相信嗎？當然不

會！可是，我要怎麼表達這個環境是乾淨的？因為有一首歌《蝸牛與黃鸝鳥》，大家就會直覺蝸牛真的會吸附在整個樹枝上吸它的汁液；而事實上，為了要產出最大量葡萄，一般農夫就會噴農藥讓所有的蝸牛死掉。因此，這種台灣的原生種蝸牛就像螢火蟲一樣，是一種環境的指標。所以我要辦一個食農教育、環境教育意涵的比賽。我就請客人們去抓蝸牛，可是很多人不敢抓蝸牛，「唉唷，蝸牛好恐怖喔」，我說，你不用怕，你把他抓下來放在你手上讓他爬，因為我希望你去感受那個生命。抓了幾隻之後，我們做了趣味小競賽，把蝸牛放在一個桌子的中心點，讓他往外爬，看誰的蝸牛爬得比較快；贏的那個人，我們就送他幾支酒。這是一個趣味競賽，我不是要虐待動物。有關蝸牛，其實在很多農業裡面，蝸牛是一種害蟲，雖然他也是個生命，所以看你要從農夫的角度來看待他，還是要從環保、保育動物的概念去看待他。比賽之後，我們就把蝸牛放回去了。

這兩個活動讓我的餐會活動很精彩，同時，因為人在很開心的氛圍下，最直接的行動就是快速地採購葡萄農的葡萄酒，所以，一年下來，我們辦的餐會都會幫很多葡萄酒的農夫產生很大的經濟效益。

（二）稻田的農村服務業

稻子也是一樣。我必須做的是所謂的感覺式行銷，幸福感也好，滿足也好，所以我在做這件事情的時候背景都很簡單。請教各位，你認為什麼樣的飲料最好喝？水最好喝？雖然我知道我們不注重口慾，但是什麼樣的飲料最好喝？或什麼樣的食物最好吃？其實到最後的結論都只有一個，就是你肚子餓的時

候、口渴的時候。這是人的基本態度。你今天說這個水再好喝，我讓你喝個十公升下去，我不相信你覺得多好喝。那叫灌蟋蟀（台語），就是已經多了就不好了，所以珍貴不是這樣來的。很多人喜歡吃很奢華的東西，但是吃多也不見得是好，所以我們讓他少，讓他感覺簡單，同時他必須要稀少。所以我們就創造很多的氛圍去做這件事情。

我教很多年輕人去做這件事情，在田裡面吃一頓飯，這是三級服務業，餐飲的服務；在田裡打滾，搞不好可以賺錢；在田裡看電影、聽音樂會……，如果客人能夠得到想要的東西、能夠開心，肚子餓想吃東西時有東西吃，覺得很美就可以拍照，大家就會來，對不對？如果是這樣，走我家田埂也可以發財了。



類似的活動，我們在農村辦了四百多場，將近五百場。我們遇到的農村故事是很有趣、很精采，但是也有辛酸血淚。例如做到一半遇到下雨怎麼辦？通常遇到這樣的情形，我就請大

家吃飯，不收費。因為大家來參加活動，是想在戶外吃，所以我們就請大家再來一次，人生中一定可以遇到一次晴天參加幸福果食餐桌的機會！因為那種氛圍是室內造景再怎麼漂亮也比不上的。有時候我們會規定來賓是赤腳下田，特別是在有機的稻田裏面。因為很多人的腳很久沒有接觸土壤、土地了，但其實這個環境中有很多微生物是有益的；我們過度保護自己的結果反而更不健康了。

拍 Hello kitty 有幸福感，太極熊有幸福感，所以這些所謂的休閒農場或是公園就很多人去。我們在農村的背景下，去創造一些消費者新的需求，如同我把農村重新再解構，並想像它，它可以生產我們的農產品，也可以產生食物，這是兩個最基本的，同時間，還要兼顧環境，不能夠因為我們人類要活，所以就拼命亂噴藥、下肥料。比如說我們要吃高冷蔬菜，或所謂的溫帶水果，有時候一顆雪梨就要兩百塊，算是很貴，對不對？可是，各位可能不知道，購買雪梨的社會成本要好幾十萬。因為如果沒把土壤照顧好、沒把山坡照顧好，就會發生土石流，那個災禍是大家要一起承擔的。

我們要講的概念就是這樣，這個環境也很重要。各位知道吃有四個層次嗎？當你很窮的時候，你只要吃飽就好了；吃飽之後，你會想吃巧一點；再來就想要吃健康的，不能夠因為吃而膽固醇過高、血脂過高。但是這樣夠嗎？不夠，要有社會責任的吃！所以我在這邊公開呼籲，千萬不要去什麼鮪魚節，那根本就是道德的事情，因為當海洋資源已經被人類撈到匱竭了。所以要有社會責任的吃，是我們很堅持的事情。

這個社會責任可以涵蓋很多對環境的支持、對農民的支持，還有我對自己的支持，或是對下一代的支持。各位可能沒

辦法想像，二十年之後，吃東西的方式是用灌的。相信我，會發生這種事情。因為科學可以製作出各種添加物，咖哩、牛排……各種味道的食物。



食農教育裡包含了食物的教育跟農業的教育。在做推廣的時候，可能沒辦法將這兩者區隔得很清楚。食物教育裡面包括用餐的禮儀，譬如「愛就是把食物吃光光」，就是食農教育裡很經典的 slogan。現在很多小朋友都吃不完碗裡的食物，為什麼吃不完？因為吃太多了。少就好吃，就美味。

再來就是文化，文化也是我們在做活動的時候很重要的東西。台灣真的是一個很辛苦的島嶼，因為我們早期要承接中國的文化、漢人的文化，像是閩南、閩客文化，之後又有荷蘭文化、西班牙文化。之後日本又來了，就有日本文化，之後是美國文化來到台灣，後來又有國民黨帶過來的文化，然後開始重新本土文化。到處都是文化，可是你完全沒辦法描述台灣到底

是什麼樣的文化，包括吃的文化是什麼？日式有壽司，很直覺這是他們的經典；韓國有泡菜、人參雞之類的；美國是速食，很經典的漢堡；英式有下午茶、泰國有酸辣的東西，四川有川菜，可是台灣呢？（同學回答：菜尾？）同學講到重點，這也是我最近學到的名詞。我覺得是台灣可以被宣揚的東西，就是東方的惜物文化，珍惜物品的文化，菜尾就是一種珍惜。在台灣的文化底蘊裡面，不管是農村或整體背景裡，台灣最重要的東西是珍惜物品的文化。各位看過客家花布嗎？有次我問客委會的副主委，有沒有客家花布這種東西，他說有，我們客家裡面有花布；是大約三十年前外銷日本的布，叫遠東印花布，但是，因為客家族群很節儉，捨不得丟棄，把它留下來了，所以才有在客家村有這麼多這種印花布的印象。但重點在於這一群人非常珍惜物品，那就是能就代表台灣的東西了。

在一個國際場合，曾經有一位外國人問我，代表台灣的農作物到底是什麼？什麼農作物可以代表台灣？考倒我了！（同學答：鳳梨。）你有去夏威夷看過鳳梨嗎？滿坑滿谷的鳳梨。他們鳳梨怎麼吃你知道嗎？我們是削皮吃，他們是把鳳梨剝一剝，就直接啃了。我們在國際上跟別的國家比較農作物的時候，你會發現，其實台灣的農作物並不是那麼精彩，也許很細膩，什麼都有，但不是那麼大宗，包括水稻。我們引以為傲的稻米，雖然我們以農立國，但是，美國邁阿密種稻子的面積是台灣的二十倍。我上個禮拜剛好辦了綠色和平組織的年度募款餐會，他們的提案問我到底代表台灣農業、農村是什麼？我找不到。我們有茶、這邊有原生種的山藥，叫瑞芳山藥，或是基隆山藥，不知道大家有沒有聽過，它是台灣的原生種。山藥在台灣品種有將近兩千種，可是很多可能種不起來或不好吃，所以我們

從日本進口淮山，但其實台灣有原生種山藥，很細長，很好吃。

到底有沒有代表台灣的農產品？或農業？很多事情我們沒辦法，我們不能自己驕傲說台灣農產品很多、很豐富。那不是真實的，我們有很多不錯的農產品，但是我們這個島嶼的環境，在農產品上面，其實是不適合跟國際競爭的。你不需要完成外銷這件事情，自己吃完就好了，今年夏天一人多吃一顆西瓜，台灣兩千萬顆西瓜就不見了，不是嗎？一人多吃兩顆芒果，四千萬顆芒果就不見了……可是我們的消費行為並不是這樣，這是我想討論的問題。在農村服務業這件事情上，我還要包裝另外一個東西，就是文化、工藝，然後是休閒、旅遊、創意以及一些心靈上的東西。



大自然的環境很容易洗滌心靈，不需要借助其他東西，只要在人在這個大環境裡面，就會覺得自己好渺小。現代都會人，

工作壓力真的太大了，每一個人的心中都充滿受傷的情節，等一下被老闆罵，等一下被老公罵，等一下又被誰罵，每一個人都在受傷，所以要上很多課程。其實，去農村走一走，把自己放空、掏空，也是一種方式；雖然不是絕對，但是至少也是一種方式，所以我們把它包裝成這樣的東西。

在做農村服務業還有一個核心價值，我是協同農村或社區、農民一起做這件事情的，不是公司幫你弄一弄，弄完了就走了。我會把這個模式複製給在地，有些農民可以做的，適合用的，就給農民用，這樣他的產值就會多出來。到目前為止，我們已經做了四年半的時間，總共有十七個團隊，台灣各地團隊也都在執行類似這樣的東西。

（三）整合區域資源，開發新模式

農村是很封閉的地方，要進入農村，先要進入他們的生活。我是鄉下的小孩子，從小種田，我的閩南語很好，我很會講台語，**khui-kháu**（口氣的意思）跟鄉下的阿公、阿嬤一樣；小時候，阿嬤跟我講要有禮貌（**hó-táu -tshui** 好喙嘴），我都學起來了。但是現在的小朋友，不要說有禮貌，連要怎麼溝通都是問題，語言也是問題。

很多年輕農夫，雖然想去種田，但是沒有田可以種。人家憑什麼把田給你種？我建議他們去跟阿伯聊天，每天聊一個小時，三年之後他就把田交給你種了。你相不相信？那是個投資，你要去做這件事情。很多年輕人想要去幫農村，但你們憑什麼幫農村呢？根本沒有能力！因為我們沒有建立一個機制，讓這一群有能力在網路世代裡面做行銷、做不同整合能力的年輕

人，跟在地產生交流跟互動。現在官方很積極在做這件事情，我也樂見未來這方面會有很大的發展。

一些跟我合作的年輕農夫，現在已經四十幾歲了。他們跟我做這個計畫，開始的時候，只做了三甲地而已；經過四年，他的耕作面積已經將近三十公頃了。因此，怎麼樣協助他擴大規模，讓他有可以營生的方法是很重要的。

不管是做志工，還是做慈善，或是做生意，很重要的關鍵是要有社會創新的觀念。也就是說，你不要的東西，可能是別人的寶物，我依據每個地方的特性，開發出不同的模組出來。

所謂的六級大家有聽過嗎？一級叫生產，譬如種米；二級就變加工，就是把米變米香，叫二級加工品，或是變米漿，二級加工品；三級就像剛剛講的休閒農業，或是像我現在做的事情叫三級農業。只是三級農業，必須同時存在一、二級，不能因為做休閒，把農業給弄掉，譬如，我為了讓人可以享受美好田園，就蓋了咖啡館之類的，那不見得是好事，所以一、二級必須同時存在，我的工作才能夠功德圓滿，缺一不可。但是這個難度很高。台灣的一個好的三級服務人員、服務人才，包括行銷人才，一年的年薪是很高的；也就是說，賣商品很厲害的人，他的薪水是很高的。可是在農村裡面，其實沒有相對應的營收，你賣了很多米，你不見得賺了很多錢，所謂六級產業就是在三級上面，協助一、二級，同時讓三級可以產生獲利；農業生產（一級） X 農產加工（二級） X 直銷（三級）等於六級，其中任何一數為零，整個就為零了，因此不能偏廢任何一級。這是從日本農民廳在推動的觀念，台灣把它引進來用。

1. 海邊的餐會



以雲嘉南西邊的外傘頂洲為例。這塊土地原是濁水溪的泥沙沖積而成，屬於沖積平原，是台灣養殖漁業的大本營。因為台灣人覺得海邊是很幸福的地方，譬如你要辦婚禮可以選擇一半在餐廳裡面，一半在沙灘上，大概百分之九十九點九的女生會覺得很浪漫。我們在這個浪漫的地方一年辦一次幸福餐桌，為什麼一年只能辦一次？因為它主要是要囤積泥沙，但現在沒辦法囤了，所以就越來越低，我估計在五年之內就不能再辦了。這裡因為潮汐問題，整個沙洲只要漲潮就不見了，所以必須在客人被淹沒之前，把客人送走。

南澳的土地是國有土地，目前是全台灣單一面積裡，有機跟友善農業面積最大的地方，大概將近一百公頃。那裡的海邊也很漂亮，旁邊就是清水斷崖，附近有泰雅族文化。所以我們跟當地農民合作，把在田裡面的農產品送到海邊去，辦一個很漂亮的餐會，並結合一些原住民的文化元素。

2. 稻田裡的藝術創作



各位做過割稻體驗了嗎？以前割稻是人家要給你錢的，現在割稻是你要給人家錢，世代不一樣了。我們在很多地方推動割稻體驗，過去可能三百塊可以體驗割稻，主辦單位會送你一頓割稻飯；在我們這幾年推動之下，現在稍微收費貴一點點了。但這不是獲利的模式，只是一個活動型的東西，政府也會補貼。但是，讓貴賓花七百塊、一千塊來割稻、吃割稻飯，貴賓會來嗎？我不認為會。除非預期會有什麼樣特別的經驗。

有一次我在辦插秧體驗的時候，突然來了一輛法拉利跟保時捷，從車上下來了一群貴婦，每個都是模特兒身材，很棒、很漂亮的女孩子，還帶了小朋友來。因為貴婦的指甲有法式彩繪之類的，我就說：「姊姊，不是吧，你這樣下去插秧，指甲會卡到土。」她說：「沒關係，我有帶瑪麗亞來。」我說：「是你來體驗？還是瑪麗亞來體驗？我們的規定是你必須把你的額度插完，你不插完我是不會放妳吃飯的。」她說，她帶瑪麗亞

來，也幫瑪麗亞報名了。問她為什麼想要來？她說，真實的原因是因為她兒子的寒假作業要拍食農教育或農村體驗的東西。

我覺得這樣的消費行為很特別。我的意思是說，這些貴婦想要消費農村的第一品牌就找我們。因為我們的形象比較好一點，其他地方的農村服務就會覺得好鄉下、不太好，所以我們致力於把農村的質感拉高也是這個原因。

我想講的事情是，我怎麼看待一項農作物？我剛講過稻子除了可以吃之外，還有什麼樣的使用方式？稻草人、塌塌米、插花、掃把……，所以，稻子全部可以拿來利用。就是說，除了吃之外，稻梗也可以用。除了這些，我又另外再開發一個作用，叫地景藝術。



電腦的 google map 有個功能是，可以查每個年代不同的衛星雲圖；因為地貌會改變，所以在 google map 上面，同一個地

方 1990、2013-2014 的照片是不一樣的。因此，我做的割稻體驗，除了帶貴賓去認識有機的稻米，請他們在田裡面吃一頓飯之外。我們把割稻做成行為藝術，也就是在割稻時有計畫地把稻田割成一個圖騰，還必須拍出照片給他才算完成。

這塊地大概是一分地，如果只是種稻子的話，一年兩獲，約可賣得四、五萬，但是會賠一萬六，因為沒有把人的成本算進去。但是用我的模式，可以多賺五十萬，因為我帶一群人來做藝術創作，而且是衛星看得到的藝術品！如果上面換個麥當勞，大概是五百萬吧，這是模式的問題。我們在做的其實是麥田圈的概念，但是沒有破壞農作物，也沒有去干擾它，而且在農閒之餘，可以產生新的獲利。



我教農民或者地方用這種沒有破壞土地的方式，產生新的獲利模式。就是說，用不同的想像去做。稻子可以吃，那麼稻糠、米殼能幹嘛？粗糠雖然沒有肥力，但也有很多用途，最簡單的是撒在田裡面，讓它回歸土地；如果家裡有養雞的話，可

以跟雞糞混在一起，發酵變成新的堆肥；還有種方式是把它鋪在田埂上面，可以抑草。那稻糠可以對不對。還有稻梗，可以做刈草席、做榻榻米、做掃把……。

土地、稻米跟我們隨時在發生關係，支持農民不只是買米就好了，還可以選擇不一樣的方式。農民只會種稻，像我這樣子的行銷，他做不來，所以必須要有一個介面，這是我在做的。

3. 葡萄農的新未來



回到剛剛提過的葡萄園。我會做葡萄園餐會是有其背景的。

早期台灣種釀酒葡萄的農民，把葡萄交給公賣局。埔里有酒廠，宜蘭有酒廠，很多酒廠或糖廠，是農民契作之後交出去的，所以以前台灣公賣局有產出白葡萄酒。公賣局民營化之後，企業為了要降本求利，不跟農民採購葡萄，而去澳洲買葡萄、葡萄汁回來釀酒。他跟農民協商的方式就是，農民砍掉一棵葡

萄樹，他們補助五萬。因為公賣局不再收葡萄，農民會抱怨、不開心，所以給五萬做為補償。這很合理嗎？我不認為很合理。因此農委會協助農民釀酒轉型為酒廠，但酒廠要合法就需要執照，於是農委會協助農民申請。

各位知道，法國、義大利的百年酒廠，他們釀酒的技術跟樣子，不是一個農民穿著雨鞋就去釀酒的，需要講精緻、講品味；而農民跟我們想像中差太遠了，所以就要有像我們這樣的人幫忙提升訓練農民穿西裝、做侍酒師。

台灣的葡萄酒比較偏水果酒的，甜甜的，例如葡萄玫瑰紅。農民沒辦法用市場價格來做競爭，產量也並不多，所以我們乾脆辦活動把它喝完。外埔的葡萄酒大概有三分之一是被我們辦餐會喝完的，因為這個產品丟到通路上去賣，根本沒辦法賣。第一個原因是價差很高，第二個原因是沒有能力產品行銷。因此我乾脆把人帶進去，今年這一批三千瓶，大家開心分五次喝完，明年再繼續，就可以維持葡萄樹的存在了。

我做這件事情的目的是什麼？是希望葡萄園不要消失。為什麼？因為當農民賺不了錢，他們就會趕快換種別的農產品；外埔好些農民改種火龍果，結果一開始就崩盤了。因此，我們必須告訴農民有個方法是可以穩定獲利，他才能安心種葡萄。一棵好的葡萄樹可以到百年，葡萄樹只要好好照顧可以持續一百年還有生產力。我們主要目的是跟農民溝通，不只是在那邊做生意、辦餐會而已；是要跟在地農民傳達一些新的國際服務知識：賣酒、釀酒、種葡萄可以有這樣的作法。更重要的是第二代也就是這一群二、三十歲的年輕人，回去的時候能不能把他們自己的產業提升成為具有國際競爭力的產業。

4. 布袋江山里的投影藝術節



我們在布袋江山里做過投影藝術節跟一些員工訓練。

布袋鎮是台灣少數有漁產養殖，也有農產品的小鎮。江山里之所以吸引我們，是因為他們有一百多間近百年的紅磚屋老房子。我們跟地方協會合作，希望保存紅磚屋。我們的想法是沒有六十年的老房子，就沒有六百年的古蹟；古蹟不是今天蓋，明天就有的，所以不能讓它倒。一倒就沒了，現在我們的工作就是維持，讓它有機會成為古蹟。我們跟社區協商，租下一間、一間的房子，每年舉辦投影藝術節，做為支持這個社區的營運費用，當然官方也很支持我們做這件事情。

大家看過農村彩繪吧？牆壁畫得亂七八糟的，很醜。因為大家沒有受過訓練，藝術也不是隨便一個阿公、阿嬤，或是小朋友塗鴉就可以叫做藝術。它真的要內化成很多的東西，包括環境、手法。我每次去農村，看到牆壁上什麼某某社區，然後

畫個斗笠和一隻牛在那邊。問題是，農村已經沒有牛了，畫牛要幹嘛呢？所以，我們用投影、晚上辦餐會，把照片投影在上面。我們讓它更具有國際的、被看見的方法，即使沒有被看見，起碼也學一點國際的精神，不是只有一個好像很悲情的農村。

5. 梅山與東山的製茶師學校



我們在梅山跟東山這邊沒有做茶葉體驗，而是做製茶師學校，一個製茶的全程學習。

各位有做過茶嗎？一般的茶葉體驗是讓賓客體驗做茶的過程，但真正的做茶，非常非常辛苦。前面講過，我要讓賓客認知學習到的事情不是只有體驗，希望賓客能真的懂它。嘉義梅山是一個滿大的產茶區，設計的活動是這樣：我跟消費者約定，這一場活動如果沒有讓你掉眼淚，我就一律退費。我的工作就是讓賓客掉眼淚，不管是讓他很痛，還是很痛苦，或是很開心，都要想辦法讓他掉眼淚。這有點是開玩笑，但卻是真實。我們

憑藉的不是茶本身有多好喝，或是製茶工藝有多偉大。而是藉由茶葉這個產業，整個茶園、茶區、製茶的過程，讓來自都會區、生活壓力很大的賓客，在兩天兩夜裡面得到一些抒發。那一次，十九個來賓裡面只有三個沒有哭，還有人第一天就因為太累而哭了。

各位知道採茶的時間是怎麼來決定的嗎？茶會發酵，所以一採完茶，就得趕快送去做下面的手續，一旦超過時間，這個茶就沒有價值了；因此，茶園跟製茶廠之間的距離決定採茶的時間。假設開車要十分鐘，可能在八十分鐘前就要趕快採茶，然後送去製茶廠。

八十分鐘可以採多少茶？各位沒有採過，不曉得。一個標準以採茶營生的姊姊們，她們八十分鐘大概可以採十二斤到十三斤的茶青；但如果是一般遊客，大概是半斤不到。為什麼？因為遊客沒辦法區分出一般茶青與茶葉之間的差別。不能採的茶跟能採的茶分不清楚，最後三十分鐘，會開始破皮，因為很痛，採不下去了。職業採茶會用刀片，這樣比較快。

體驗很重要，我每一場體驗都有特殊的體驗，不是弄完就走了，這是我想跟大家分享的。在傳達精神上面，很用心去安排每一場活動的劇情，劇情是很重要的。我的活動設計是讓一個採茶阿姨 VS. 十九個來賓，規則是十九個來賓八十分鐘採茶加總的重量如果超過阿姨，今天全程免費。

人家說殺頭生意有人做，賠錢生意沒人做。萬一他們贏了怎麼辦？我很確保十九個賓客怎麼樣都贏不過阿姨。我沒有造假，因為我知道遊客頂多就是半斤。採過最多，讓我嚇一跳的大概是一斤多，差一點賠錢。為什麼要讓賓客做滿八十分鐘？因為真正完成一個八十分鐘的採茶，才能體會到什麼叫腰酸背

痛，什麼叫破皮，什麼叫被蟲咬。我不能賣假的東西，我賣你真的東西，這才是真實的體驗。而且每次都會設定好阿姨只能贏一斤左右，因為如果阿姨贏太多，賓客下次就不來玩了。差一點點，太可惜了，以後下次加油，這就是模式。

採茶八十分鐘真的很累，我真的懷疑各位去的時候有沒有辦法在那邊心靜八十分鐘。還是過十分鐘就受不了，說我要去喝茶，焦躁到這種程度，就是有人在那邊採茶就哭了，為什麼？當她專注在那個環境下的時候，真的就把壓力宣洩出來，做重複動作的時候的確是有這樣效用的。採茶期間，可以喝茶，只是茶壺放在三百公尺以外的坡上，因為那邊有樹，放在樹蔭下，想喝的時候可以去那邊喝。可是大部分的人都會想沒關係，等一下再喝好了。八十分鐘之後，當他們秤完茶，比完賽口渴了，就會發現我們梅山的茶怎麼這麼好喝！從此就留下那個印象。

八十分鐘採茶結束之後，還有兩個小時的揉茶。揉茶才是關鍵，賓客會一邊做一邊罵：「我為什麼花錢來找罪受！」而且我還變本加厲用激將法，讓真正的製茶師傅去嘲笑他們：「你們這些傻瓜為什麼要來？被騙了啦！」「你們揉的那個什麼茶！」後來再製造一個情節、一個橋段，讓製茶師好像假裝看不下去來幫他們揉。

到了晚上，我們安排消費者住在農民的家，農民會拿最好的茶給賓客喝。我曾經創一個記錄是，隔天茶農跟我講，十幾個來賓，總共買了七十五萬的茶！這是兩造得利：農民賺到錢，消費者也開心。但是我沒有中間抽成。

這是我一直在做的事情，就是讓農村的工作：採茶、揉茶、製茶變成一個體驗行程，而且消費者會喜歡、滿足之外，能夠很正向的直接產生農民的獲利。

肆、總結

我們大概有五十幾種模式，能夠在不同的地方，以適合該地區特色的方式複製下去。在這些地方，我們不講品牌。因為台灣很特別，告訴消費者這是幸福果食做的，消費者就會有信心，所以地方品牌就隱身在他們區域裡面的。

今天因為課程的關係，我先大概做一個簡短的說明。這四年來，我跑過七十六個鄉鎮，其中真正落地下來經營的，目前大概只有八個鄉鎮。因為很多地方只能辦一次，或者有其他原因。我們自己主辦了三百多場活動，有三百多位農民的創意實踐，三萬多名的消費者願意支持我們做這件事情。因為我們在這過程中是徒步在農村裡面，所有的東西都是人工扛進田裡，不是靠機器或車子送進去，這幾年來我們大概走了五萬七千多公里。這個數據看起來沒什麼，只是地球的一又二分之一圈；因為我們團隊辦活動每次要投入十幾個人力，小弟我個人大概貢獻了五千公里左右。五千公里這個數據就是台灣的五圈，徒步走五圈。

最後，我想談談各位以後也可以做的。

我們做這件事情，其實背後的辛苦是年輕人願不願意回鄉去做？怎麼樣讓他們有辦法去做？這是個大挑戰，沒有錢可以賺是留不住年輕人的。再來是經濟規模問題，就是說要有一定的產值才能讓這個產業能夠持續下去。希望各位直接用金錢支持，多買一些台灣的農產品，不要嘴巴講愛台灣，行為不愛台灣。當你買水果的時候，請買台灣的水果。這是很簡單的事情，但是我們可以做這樣的一個反省。

我自認為我是一個明白台灣農村文化深度與價值的人，願意去彎腰實踐的人。這是我今天的分享，謝謝。