

THE POST
在地好物

GOODS

阿順伯玉荷包
X
橙蜜香番茄

種好果
結善果。

關懷農產行銷之旅

採訪撰文 賴宛靖
攝影 劉濤璋

郵局不是只需幫農家寄寄貨就好？
為什麼還需要瞭解這麼多？

漆著元氣綠的郵務車奔馳在鄉間小路上，高雄郵局企劃行銷科的尤素珍科長與張晉榮專員，帶著記者前往大樹及美濃地區農家。一路上，他們對在地農特產品如數家珍，還以為兩位都是農產專家，殊不知在郵局服務了二十幾年的尤科長及張專員，皆在因緣巧合下接觸農產行銷。原本高雄郵局轄區範圍內並未有農產品，直到 2013 年 3 月鳳山郵局併入後，才開始承辦該項業務，而張專員也是農產外行，卻因為這項業務，自動自發的做起功課，對於當地農作物的特性、產季、銷量，皆能適時掌握。

上山下海 蒐羅優質農特產品

「鳳山郵局併入高雄郵局後，在時任高雄郵局經理、現任中華郵政副總經理的陳憲着指示下，我們開始構思如何與小農搭配，怎樣把最好的食材帶到消費者面前。」尤科長憶及。身為臺灣郵便龍頭、百年老店中華郵政跨足做這塊，更是遊刃有餘。以往郵局與小農合作只是單純的配送、寄貨，但尤科長希望能有更全面的行銷模式，因此主動出擊，走入鄉間與小農接觸，希望能透過郵局綿密的通路，販售優質的農產品。尤其在郵政商城網購平台崛起後，更需要積極網羅優質農產品。

起先，農民對於與郵局合作的意願並不積極，在高雄市農業局局長蔡復進的安排下，舉辦玉荷包行銷說明

會表達郵局訴求。尤科長說，她提出兩個特色，一是分析中華郵政的優勢，全臺有 1,324 個營業處，還有無遠弗屆的網路商城，是最佳的銷售管道；其次是「快捷服務」，運用中華郵政遍布全臺的服務網絡，讓今天還高掛在樹上的玉荷包，明天就能交到消費者手中。

農產品銷售還能做愛心。為實現陳副總想推動既能幫助農民、又能增加郵局的配送機會的理念，及尤科長答應協助農民行銷的承諾，再結合翁董事長支持公益的政策方針，郵局遂為農民規劃利人利己的行銷方式，包括活用 1,300 多個支局通路，以及 25,000 多位員工的力量。更有意義的是，每成交一筆即捐出 10 元給慈善機構，獨樹一格的行銷想法終於打動農民的心。



- 1 高雄郵局 1 樓的農業局物產館，原為新興郵局營業廳及辦公室，為了拓展在地產品，特別讓出空間，打造出明亮豐富的展銷空間。
- 2 高雄郵局會針對農產品配送所需，量身打造適用的包裝盒，讓農產品在運送過程中能確保品質。



在地好物

GOODS

阿順伯玉荷包

阿順伯的玉荷包園遠近馳名，外銷品管最嚴格的日本等國。

結合公益 每一口都帶著愛心

尤科長明白，要讓農民放心將玉荷包交給郵局來賣，就要衝出銷量讓農民安心。開賣後，中華郵政上上下下總動員，不僅是高雄郵局，連其他的責任中心局也陸續湧入訂單。原本訂下的1萬箱業績，在短時間內達標，賣出了1萬8千多箱，捐出18萬5千多元給高雄市創世基金會，成果令人振奮，也奠定了推動關懷農產行銷的服務。

有了好的開始，就能有更臻完美的下一步。關懷農產行銷計畫決定主動出擊，持續走訪農家。雖然對部分農家而言，已經長期與民間宅急便、貨運配合了，對於交由郵局送貨、把農產品留一部分給郵局商城來銷售，並非必要。不過郵局認為對的事就該持續推動，讓農家感受到誠意最為重要。

履歷清楚 好吃健康有跡可循

然而，郵局並不會因為要擴大農產行銷領域，就隨意引進農家。尤科長說，郵局品牌大，責任也大，上架銷售的商品都要層層把關。「透過在地農會、產銷班的協助，我們尋找有生產履歷的農特產品，好東西才有資格成為

郵政商城的明星商品。」採訪當天造訪的阿順伯玉荷包果園，其生產的玉荷包不僅有完整的產銷履歷，還是為國爭光的「外銷品牌」。

阿順伯種植玉荷包已經有數十載的歷史了，本來在都市工作的他，後來決定回鄉接管家中的荔枝農園，與老伴金玉嬌一起打理幅員遼闊的玉荷包果園。

大樹區是臺灣玉荷包最大的產地，由於土質偏酸，山坡地形排水佳，早年種植黑葉荔枝，之後逐漸轉種籽小肉多口感佳、廣受消費者喜愛的玉荷包。玉荷包嬌貴難種，無法像鳳梨般以技術調節產期，是真正的「季節限定」，不是整年都能吃得到，更使玉荷包物稀價昂。

阿順伯的果園位於佛陀紀念館旁的坡地，偌大的果園從平地延伸到山坡上，全是青綠健康的玉荷包果樹。採訪時為1月中旬，果樹上開滿小花，感覺上會是豐收的一年。但阿順伯搖搖頭說，光看花況不準，原因是影響玉荷包生長的因素很多，有時今年盛產，明年卻又歉收，原因呢？就是農民要傷腦筋的地方，得從不斷地嘗試中獲得寶貴經驗。

「以前試種時不知道要疏花，只是覺得在馬路邊被車子掃到的果樹果實比較大比較甜，果園深處的果樹結

實小且甜分不足，才推測花少能讓玉荷包品質好。」阿順伯爽朗一笑。原來，果樹花開後要先疏花，得剪去一半以上的花朵，讓剩下的花朵順利著果。阿順伯說，今年的產量要到4月中旬才能「揭曉」，一年的辛勞是否有回報，就要看到時的結果數量了。

人工疏花很辛苦，農民要爬上爬下以人工剪去花穗，這麼一大片園區，有時一天疏不到幾棵樹。年過古稀的阿順伯在疏花及採收時會調工人來幫忙，但所謂的「工人」也都是平均年齡五、六十歲的長者，果園中的活很粗重，不禁讓人會感嘆世代斷層、年輕人不願回鄉務農的現況。

「作田靠天吃飯，吃好吃壞都看天公伯，歸年打拼可能風颳一掃就去了了。」阿順伯也跟許多農人一樣，都希望下一代有安穩固定的收入，有沒有回鄉幫忙就不勉強了，不過孝順的孩子還是會在假日時主動回家幫忙。

為了讓都市人體驗農家生活，阿順伯的果園也開放採果，接受機關團體預約，有時遊客採過的果樹反而招致工人的埋怨，「因為剩下的都在樹梢那種難採收的地方，好採的都被遊客採光光了。」為了減低遊客採果的後遺症，阿順伯靈機一動，研擬出「果樹認養」型態，讓機關團體認養玉荷包樹，結果全歸認養者。阿順伯的果園裡有一株「樹王」，光這棵樹就可以採收300斤。「如果認養到的果樹也有這樣的產量，那就真的賺到囉！」開朗的阿順伯大笑說。

絞盡腦汁 讓玉荷包搭機去杜拜

阿順伯的玉荷包品質優秀遠近馳名，國內外都搶著要，更成功打入以品質要求嚴格著稱的日本市場，甚至還有



3 玉荷包紅中帶青，才是上選。

4 農民需爬上玉荷包樹梢，將盛開的花朵修剪大半，才能結出甜美果實。

來自杜拜的訂單。如何讓玉荷包搭機飛到杜拜還能保持新鮮可口？著實讓阿順伯傷透腦筋，但由此可知他種的玉荷包有多受歡迎。也因為量大常常賣不夠，身為大樹區農會理事、果樹班第24班班長的阿順伯，也會與產銷班的農民合作出貨，將最優質的水果銷往世界各地。

要宅配新鮮的玉荷包，有許多「眉角」。尤科長補充，玉荷包採收後要立刻裝箱出貨，絕不能久放，否則果身轉黑會影響賣相。所以在爭取優質玉荷包進入郵局通路販售時，尤科長就先與郵遞科討論，提升配送時效。「確保消費者收到的玉荷包，都是昨天剛從樹上採下的新鮮果實。」

「水果要好，人客才會攔再來。」對於小農行銷農產品很有一套想法阿順伯侃侃而談。他說，現在宅配、網購通路發達，以往農民須透過大盤銷貨的方式，已經不是唯一管道。現在走精緻化的產銷路線，並非把貨都統統給郵局去賣就算數，萬一品質良莠不齊，到頭來傷害的還是自己品牌。

TIPS 阿順伯

教你挑選玉荷包

1. 果實上圓下尖呈心型的玉荷包，果肩紅底部青綠，熟度最剛好。
2. 外表摸起來粗糙扎手較新鮮。
3. 每年5月下旬至6月上旬是玉荷包的精華產季，選購挑此時。太早買未熟口感偏酸澀，太晚買則過甜缺乏果香。



在地好物

GOODS

橙蜜香番茄

菸草的故鄉美濃 飄著橙蜜香

高雄地區除名聲響亮的玉荷包外，還有許多名聞遐邇的農特產品。果然，車行至美濃，一路上可見農家叫賣著近年崛起的冬季農產、澄黃小巧的橙蜜香。

橙蜜香不是柳橙，也不是水蜜桃，是新品種的小番茄。黃澄澄的外表加上鮮綠的蒂頭，果身雖小巧但果肉厚實飽滿，口感甜中帶酸，一口咬下充滿濃郁的番茄香氣，入口後先感微甜，後勁酸香，讓人忍不住一口接一口很刷嘴。

「橙蜜香雖是近幾年才在美濃地區崛起的明星商品，但其實臺灣其他產地種植過，卻未成功。」張家芸說。她是美濃區蔬菜產銷班第 21 班班長張治紘的堂姊，一家全是返鄉務農的年輕世代，她主修觀光，堂弟則研讀企

管，回美濃種植作物僅短短 7 年，已有了豐厚收穫。「我想，或許是因為早年美濃種植菸草，而番茄與菸草屬同科，所以這塊土地猶如番茄的故鄉。」

美濃地區的番茄種類繁多，有玉女、美女、紅新娘、橙蜜香等十多種不同品種，口感甜度各有千秋，但都有著可愛的名字。

七年級生張治紘說，番茄皮薄很難照顧，強風大雨影響收成便罷，連露水都會造成裂果。「試種 3 年都沒成功，但我還是抱持著實驗精神試試看，直到朋友來訪摘下，一吃讚不絕口，我才瞭解自己能種出口感清爽又富有香氣的番茄。」

嬌貴小番茄 種植大學問

近年來，富含維生素 C 及胡蘿蔔素深受女性喜愛，既有飽足感又不用擔心攝取過多糖分會導致發胖，可說是最夯的水果，宅配訂單源源不絕，也考驗農家揀貨、出貨、送貨的功力。

「番茄雖不用冷藏，但因為外表脆

弱很難照顧，運送時稍有碰撞，就會產生瑕疵，所以在裝箱運送時要格外注意，盡量別讓蒂頭互碰，使果身產生傷痕。」

農家揀貨時也要具備「火眼金睛」，才能瞧出細微的瑕疵。「像是蒂頭下的裂痕，肉眼完全看不出來，裝箱送到客戶手上可能就變大了，這點防不勝防，我們都會盡可能多挑一點給客戶補償。」

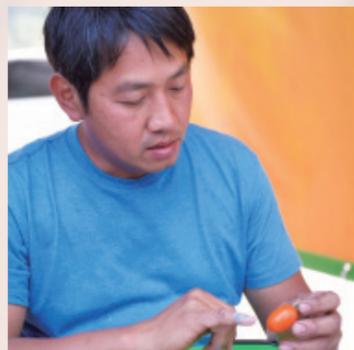
裂果並非不能食用，只是賣相較差，張治紘說，除非裂果上出現黴菌，不然裂果一樣鮮甜好吃。

難照顧的番茄還會罹患炭疽病，這是一種只針對番茄熟果發作的真菌性病害，初期果身出現筆尖大小黑點，逐漸變大、凹陷，最後就潰爛了。最困擾農人的炭疽病雖可用藥抑制，但張家人堅持崇尚自然，「我們是追求產銷履歷的果園，以有機農法耕種，寧願承受產量削減的風險，也不會輕易用藥抑制。」

職業軍人 種出冠軍番茄

另一位型男農人也是青年返鄉的代表。溫炳貴自職業軍人退役後，便返回美濃耕作，雖然轉型務農才幾年光景，但他勇於嘗試、善於觀察，歸納其他農家種植番茄的心得，細心種植出品質及口感一流的橙蜜香番茄，一舉奪下 2014 年橙蜜香種植冠軍的殊榮。

溫炳貴走進整理得井然有序的番茄園，渾身上下透著勃發英氣的他，觸摸園中鮮嫩欲滴的番茄，卻更顯溫柔呵護。從天亮到太陽下山都在



軍人出身的溫炳貴，照顧嬌貴的番茄分外溫柔。

果園裡忙碌的他，對於每株番茄如數家珍，難怪在他縝密的照顧下，能培養出冠軍番茄。

尤科長說，未來郵局將舉辦評鑑制度，與頂級農家合作就是希望取得質量均優的農產品，之後上架販商的商品都有產銷履歷、依獲獎經歷、產品等級來區分。「郵局率先建立評鑑制度，在百年金字招牌的把關下，讓上架販售的農產品都有品質保證。」

郵局走透透 深山找尋極品

高雄地區幅員廣闊，農產品種類豐富，自 2013 年郵局販售玉荷包打響名號後，加上營收回饋公益，許多農會開始主動接觸。只不過，有



澄黃小巧的橙蜜香番茄是近年來美濃地區最熱門的農產品

些農家位於深山野嶺，像是桃源地區盛產的紅肉李，那瑪夏的水蜜桃等等，品質一流卻非市場主流，往往就是因為地處偏遠，產品運送不易等原因所致。

「太偏遠的山區宅急便業者不收件的地方，就讓郵局來服務吧。」尤科長感性的說。偏鄉農民更需要與四通八達的行銷網絡接上線，並有專人配送，讓農產品在最新鮮好吃的當口送到消費者手中。「要做到這點才能幫上農家的忙！」

忙碌的郵車奔馳在鄉間小徑上，夕陽西下，華燈初上，但小郵車的任務尚未結束，回到郵局後還得整合農家的意見與建議，讓未來的合作更加順遂。👉

TIPS 冠軍農詳解

橙蜜香番茄

1. 果身飽滿蒂頭鮮綠才新鮮。
2. 外觀無黑點，如有裂果則需留意有無發霉，長白毛勿食。
3. 橙蜜香宅配到府後開箱置於通風處，食用時吃多少洗多少，無須摘掉蒂頭直接清洗即可。



5 將橙蜜香番茄放入選果機，可依尺寸分類，但裂果、炭疽黑點仍需靠人工挑選。



6 從種植、照顧、採收，到包裝、出貨、宅配運輸等環節，都不能馬虎。