

緣起 計畫簡介 02

國際化跨域整合輔導

自然綠洲國際有限公司 04
皆展有限公司 08
保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社 12
峰漁有限公司 16
農友種苗股份有限公司 20
德島實業有限公司 24
鮮物本舖 28

多元創新提案

台灣鹿茸生物科技股份有限公司 32
東藻生技股份有限公司 34
旺山休閒農場 36
苗栗縣公館鄉農會 38
春發成實業有限公司 40
泓良食品股份有限公司 42
嘉振企業有限公司 44

科技農企業經營管理菁英班攜手合作 46
科技農企業參考資源 48



科技農企業

107 年度科技農企業全球經營能量領航前導計畫輔導成果專刊

發行單位：行政院農業委員會

執行單位：財團法人中衛發展中心

出版日期：民國 107 年 12 月

科技農企業資訊網：<https://www.agribiz.tw/>



版權所有，本刊圖文非經同意不得轉載



緣起 計畫簡介

科技農企業 全球經營能量起飛

科技顛覆典範、翻轉產業樣貌，面對當前智慧科技蓬勃、全球化競爭日益劇烈，臺灣農業發展策略必須從「提升農業生產力」觀點，轉化為「提升經營競爭力」觀點，才能塑造產業共同競爭優勢。未來，我國農業科技如何憑藉既有優勢與多年累積的厚實技術能量，結合科技與創新思維，提升產業價值，成為致勝全球的關鍵。

目標

**立足臺灣，厚實農業體系能量，提升農業科技產業價值
接軌國際，開發海外目標市場，發展農企業全球化佈局**

「科技農企業全球經營能量領航前導計畫」期透過農企業經營管理輔導，協助業者強化經營管理能量，並導入農業經營創新，以提升農業營運效率、經營績效及創新價值。從深化農業體系開始，鏈結中心場與衛星場進行體系策略規劃，統整與歸納農業技術對外輸出模式，結合技術標準、智財佈局、設施設備及營運模式等，全方位提升產業競爭力。

此外，積極邁開接軌國際的步伐，協助農企業了解國際目標市場動態及需求，進而擬訂國際發展策略，規劃發展模式及發展藍圖，開發海外目標市場，發展農企業全球化佈局，提升企業全球經營能量。

行動一

遴選標竿科技農企業，透過輔導提升產業經濟效益

透過制度化、體系化及全球化來建立科技農企業國際經營能量，以科技農企業^註為中心經營體，其國內外合作之農民團體或行銷通路為衛星場，運用垂直整合、水平擴張、同業與異業結盟等方式，建立國際行銷能量，精準掌握國際市場需求，共同塑造國際競爭優勢。

由本會發掘具潛力之科技農企業或體系，執行單位中衛中心輔導顧問團隊配合政策、進行訪視診斷與輔導，再依產業別、業者需求與參與輔導意願，從中遴選合適業者，經農委會確認後由中衛發展中心提出輔導計畫，經委員會審核通過後，展開為期 7-8 個月的輔導。





行動二

擴大產業輔導網絡，推動科技農企業多元創新

多元創新提案鼓勵科技農企業尋求具輔導能量之技術服務單位協助，提出運作改善或創新計畫，運用企業經營管理手法，強化研發、行銷、生產、人力資源、財務及資訊管理等功能項目，以提升農業營運效率及經營績效，並藉由科技量能結合創新思維提高農業商品化價值，提升資源整合綜效。

行動三

培育課程提升農企業經營者與中高階管理人員管理能量

與臺灣大學合作辦理「科技農企業經營管理菁英班」，針對國內科技農企業中高階經營管理者，提供兼具理論與實務之經管訓練課程，有助提升業者經營能量及促成人脈建立，發展未來共同合作商機。

針對國內科技農企業業者，遴選經營管理人才，接受生產、行銷、人事、研發、財務、資訊等經營管理領域兼具理論與實務之專業訓練課程，期能達成提升科技農企業國際經營能量並扶育科技農企業發展之目標。

行動四

以競賽激發農業創新發展

推動農業創新、創業精神，辦理農業好點子群眾集資競賽，促進農業創新產品、服務或商業模式之發想與實踐，藉此檢視創新想法可行性，尋找產業問題解決對策，激發跨界創新發想，為農業注入活力與創意。

註：科技農企業：係指從事農業技術創新研發、應用農業科技研發成果或整合多元科技，進行農業經營創新，發展新型態產品、服務、經營模式、行銷模式之公司或行號（須有公司登記或商業登記）。農業科技指農、林、漁、牧業之生物技術、安全農業、設備資材、檢驗檢測、食品加工、美容保健、栽培量產、品種、防疫檢疫等技術。



- 自然綠洲國際有限公司 -

生產管理標準化，獲利極大化



為想幫助農民取得穩定合理的收入，6年前，柯氏兄弟把傳承40年的果菜運銷工作轉型，成立了「自然綠洲」品牌，將產品品牌化、精品化，大舉進攻超市體系。

中午才剛吃飽，不容腦袋昏沉，上百種蔬果已自高雄各地湧入，一時之間，工人、貨車川流不息，員工們只得打起精神，收單、抽樣、檢驗、裁切、包裝，300多間超市訂單，得趕在晚上7點之前全數出貨。

消費習慣改變， 打進超市體系刻不容緩

這是「自然綠洲」的日常，也是執行長柯俊宇與哥哥柯竣議從小成長的環境。40年前，祖父是所謂的行口盤商，負責將農民

的蔬果集中、批發至其他傳統市場銷售；但在臺灣，這樣的行銷模式，因無法提供農民穩定合理的收入，近年來已出現疲態。

「農民好，我們才會好，」柯俊宇說，從小看著菜農辛苦種菜，好不容易豐收，卻又因菜價崩盤，眼看著辛苦成果堆放到腐爛，他與哥哥一直想改變這無奈的循環，卻不知該從何著手。因此6年前，當這份工作傳承至柯家第三代時，柯氏兄弟轉型成立了「自然綠洲」品牌，目的就是希望將產品品牌化、精品化，以進攻超市體系。

「將蔬果銷往超市等賣場，可以取得固



定的價格與貨量，進而可使農民得到更好、更穩定的收入。」時代改變，近 10 年來蔬果採買習慣亦出現大幅變動，多數上班族，下班後寧願逛超市買蔬果，也不願拖著疲累去傳統市場論斤計兩的殺價。

「很多訂單已紛紛轉往超市體系，」但柯俊宇知道，將產品銷往超市體系的主要關鍵，在於良好的產品品質與產地控管，於是成立「加洲果菜運銷合作社」，以輔導農民取得產銷履歷、有機認證、優良農業規範（TGAP）等等，做到產地控管、提高產品競爭力；更透過包裝，提升產品附加價值，將產品品牌化，如此，才能銷往國內外超級市場、連鎖超商、大賣場、飯店等高端通路。

提升品質， 才能打破低價競爭的惡性循環

「過去，父母也曾經營蔬果外銷，」哥哥柯竣議回憶，但在 1997 年香港回歸後，手中所有的外銷市場，一夕之間完全被大陸廉價蔬果取代，「如何打破低價競爭？答案仍是品質！」

柯竣議表示，目前合作農民高達 100 名以上，其中產銷履歷與有機蔬果占總出貨量的 85%，他們不但積極鼓勵農民取得產銷履歷，更輔導傳統慣行農戶安全用藥，透過篩檢，以確保食品安全；同時，將社場內過剩的蔬菜做成冷凍蔬菜，以降低農民損失，使農戶能夠專心栽種，無需為生計擔憂，



建立品管流程。

「我們無法解決每年菜價崩盤的問題，但我們可以讓農戶安心栽種、生活有保障。」

8年前，弟弟柯俊宇從美國念書回來，提出將產品導入大型超市，以取得穩定、大量訂單的想法，他們從青花菜賣起，一直到

現在，自然綠洲每天得處理 300 多間的超市訂單，更別說還有連鎖超商、大賣場、飯店等高端通路的訂單也等著他們。

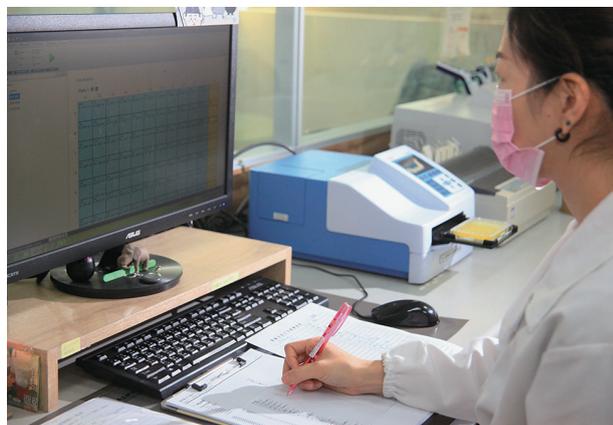
然而，當通路打通、訂量變大時，每天光收單、驗貨、處理原物料、包裝、出貨…，逐漸出現人力負荷過重、錯誤率增加的情形。在「自然綠洲後勤系統規劃與支援國際佈局開發計畫」中，團隊看到問題核心，建議自然綠洲從軟體 E 化著手以精簡人力，並將生產標準化、建立 SOP、改善進出貨管理流程，以降低人為出錯的機率，同時將精簡後多餘的人力，用以強化更需要著力的產地控管、擴增通路。

強化實力，導入創新思維，才能走向國際

柯竣議表示，中衛發展中心不但提出建議，更提供了跨領域的資源媒合，協助自然綠洲找到最能符合現階段需要的 E 化資源與支援，以解決燃眉之急。「過去，我們一直專注於農產品運銷的專業領域，對於電子 E



做好最佳的品質控管。





透過團隊力量導入新思維。

化接觸不多，可以找到的資源與支援也相對薄弱，亟需團隊將外部資源引進；而導入 E 化、將人力精簡，雖無法一步到位，立刻看到效果，但找到問題核心及改進方向，對我們來說是目前最重要的。」

而在國際佈局上，去年，自然綠洲成為全臺第一家獲得公主郵輪認證的供貨商，同時開啟了取得美國其他業者訂單的機會，但合作前提是產品必須溯源。因此除了 E 化，在中衛發展中心輔導下，自然綠洲更將針對未來供貨至國外的產品，以多語言方式，溯源至臺灣產地，並與自然綠洲的溯源系統對接，甚至包括了包裝、截切的控管與整體流程，都可在 QR Code 中一目了然。

柯竣議說，每個人的日常都離不開農產品，因此無論生鮮或冷凍蔬菜，自然綠洲有責任提升產品品質，以保障消費者食用安全；而對於農戶，自然綠洲更有責任提升產品競爭力，不再受限於低價競爭，讓產品成為國內外客戶採買時的首選，真正幫助農民過好年冬。

好農檔案

自然綠洲國際有限公司

電話：07-6966160

地址：高雄市路竹區永華路 18 之 8 號

營業項目：果菜收購、截切與包裝



成立於 2014 年，進行果菜收購、截切與包裝，為高雄地區最大截切包裝場。為使公司更能符合國際化，產線符合 HACCP 與 ISO22000 等國際相關規範，目前每週出口 60 ~ 70 萬元蔬果至公主郵輪。導入 IQF (Individual Quick Freezing) 急速冷凍系統，使冷凍蔬菜品質提升，現已完成 1,500 坪擴廠規劃，以擴大全球市場為目標。

- 皆展有限公司 -

脫胎換骨 聰明溫室成 MIT 精品代表



從早期宛如迷你小隧道般的簡易塑膠布溫室，到今日搭配風扇或水簾等降溫配套設備，全自動作業外，還能精確收集數據的智慧溫室，皆展有限公司不但是守護臺灣農業發展那雙呵護的手，也成為輸出海外的另類臺灣精品。

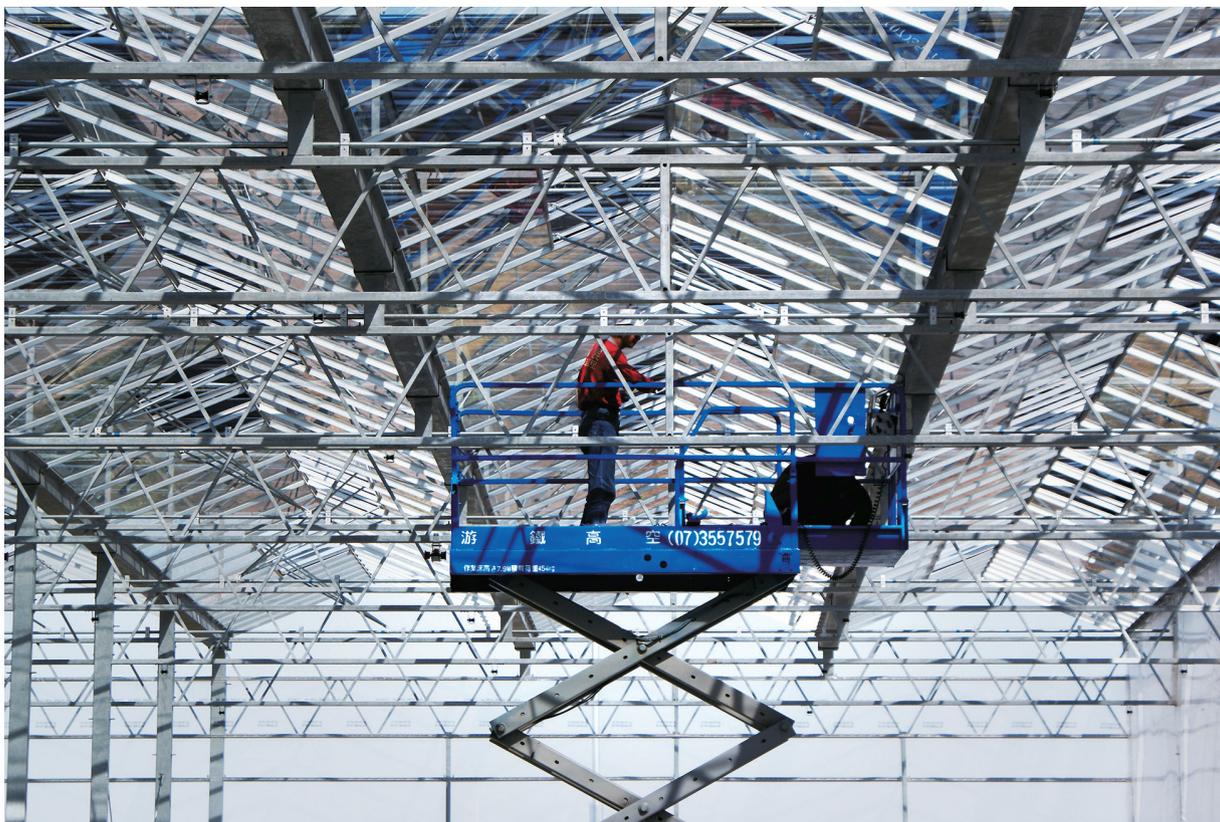
皆展執行長胡炳輝在思索自公職退休後的生涯規劃時，眼見當時爭取加入 WTO 與 GATT 對臺灣農業造成巨大影響，再看到氣候變遷對傳統農牧的衝擊，穩定生產是因應這兩大變數的唯一解決之道，發展溫室以利農業穩定生產，成為他轉換職涯跑道的抉擇。

打造臺灣農業的保護罩

「溫室裡的小花」過去意味著受到無微不至的關懷與嚴密周全的保護，而對溫室外

的烈日、狂風及暴雨毫無所悉，但在胡炳輝眼中卻有著全然不同的意義：就因陽光、空氣、水讓作物成長，是影響作物穩定生產的關鍵變數，在臺灣地形多變，地跨亞熱帶與熱帶氣候區，颱風、地震、日夜溫差大……等變數下，加上高溫潮濕在密閉空間裡容易引發病蟲害，造就皆展在溫室設計建造及質材開發上堅實且多樣化的技術。

進入農業 4.0 時代，溫室越來越聰明，從擋風遮雨抗寒害，到因應精準農業的「環境控制」，由人機作業進入電腦操作，更可設



定參數與模式，另一方面收集數據判讀，皆展見證臺灣溫室產業發展步入智慧農業時代。

你的溫室有什麼不一樣？

胡炳輝不諱言智慧溫室造價不斐，一般小農往往無力負擔，又或是栽種作物的經濟價值根本不符效益，面對以小農居多的國內生態環境，向外發展以經驗值及技術輸出不失為企業永續良策。農業國際市場競爭激烈，臺灣溫室產業不能再走削價競爭，改打品質及技術牌，找到優勢是當務之急。

從小放寒暑假時都被父母抓回家幫忙，就讀資管系的胡哲嘉很早就決定與父親一起從事溫室產業，多年來更積極赴海外參展，期間常被外國客人問：「你的溫室到底有什

麼不一樣？」而不知該如何應對。

胡哲嘉坦承剛開始參展時確實無所適從，也不知道可以展示什麼東西，但也因為走出國門，才知道臺灣溫室其實極具優勢，不但多樣化且經驗多，自動化技能又紮實，於是決定透過軟硬兼施，重新調整企業體質，為邁向國際市場做好準備。

組織重整很艱鉅卻不得不做，特別是家族經營常一人多用，組織明確化更是勢在必行。光是業務部門導入 ERP 系統就是大工程，胡哲嘉學的是資管，深知箇中辛苦，但卻不得不做。

輔導團隊支持下，展開新氣象

由於海外參展反應良好，許多外國客人

主動連絡或指定皆展服務，胡炳輝在心態上也從「讓臺灣看到皆展」慢慢轉變為「讓世界看到皆展」，重新設計公司企業識別系統 (CIS) 正是皆展宣示邁向新階段的決心。

娓娓解釋著新 CI 的綠色植物與藍色水循環意象，胡哲嘉希望全球客戶一看到識別碼就能認出來自臺灣的皆展，而無需任何語言或文字額外解釋。今年度皆展也將持續與中衛發展中心合作，進行網站改版，並且增加網站功能，讓皆展對外整體意象更加完整一致。

由於海內外業務快速成長，須同時調整公司內部組織與人員能力，以及尚未建立管理制度的外包施工，輔導團隊中衛發展中心除了調整企業組織架構、落實部門職掌規劃及其績效管理制度，並且協助建置接单 SOP 流程，以加速落實內部作業資訊化，對於整廠輸出所需進行的規格化也予以明確定義規範，協助盤點外包施工班與皆展公司配合流程，建立管理表單並落實管理制度。

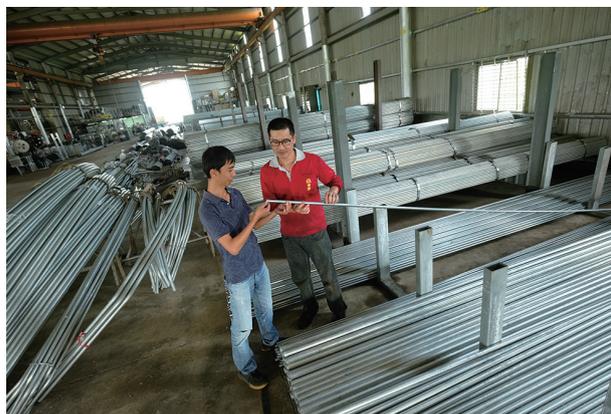
此外，釐清各接单到出貨的作業程序，



父子同心，走向國際市場。



井然有序的溫室規劃與管理。



作業現場也要導入 5S 管理。



輔導團隊帶來新氣象。

導入專業工業級廠區管理也在輔導任務之列，讓皆展氣象一新。

為成為國際型企業做準備

胡哲嘉憶起一名由主顧成好友的日本客戶數年前來訪公司，無意間看到廠區材料四散，器具零亂的景象，離去前忍不住提出忠告，說廠房亂無章法實在很難令人肯定皆展的專業能力。

幸而在中衛發展中心協助導入 5S 工作環境現場管理法則下，讓器具與材料有條不紊，分門別類地加以置放管理，最近日本友人再訪時，見到氣象一新的廠區時也忍不住讚嘆，讓胡哲嘉體會到創造企業專業形象是

一門重要的工夫。今年度皆展也持續運用農委會科技處的科技農企業輔導資源，進行網站改版，並增加功能，讓皆展對外整體意象更加完整一致。

經過裡外翻新，調整體質，胡炳輝對溫室產業發展有了更多的想法與信念，皆展除了就溫室結構及零組件加以重新設計，對材料與工法有更多掌握，由於溫室包括結構、披覆體、排水系統、環境控制與灌溉系統，涉及電子、生物科技、金屬、塑膠與水系統等領域或產業，也積極整合。

臺灣農業要輸出、追求永續，就必須仰賴溫室提供穩定環境，胡炳輝期許協同根基豐厚的臺灣農業技術，一起開創無風無雨的海外版圖。

好農檔案

皆展有限公司

電話：05-3773248

地址：嘉義縣新港鄉中洋村中洋路 136 號

網址：www.jjgreenhouse.com/

營業項目：溫室設備



皆展有限公司為國內知名溫室設備商，其企業核心價值在於擁有專業溫室設計規劃技術人員，能利用豐富經驗及純熟技術為客戶量身訂作，打造客製化溫室；且長期合作的溫室資材製造商及優質協力合作廠商，如水電、空調、熱泵及環控等，皆為業界翹楚，確保為客戶建設高品質的溫室設備，發揮最大效能。

- 保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社 -

導入科技化智慧生產技術 建立臺灣竹筍產業新典範



褪去外衣、細皮嫩肉的竹筍是家常好料的新鮮食材，小販以「正著時最美味」、「新鮮現採」為號召，推銷在地、當季熟成的好筍；但如今，竹筍加工也能冒出頭！阿丹果菜生產合作社運用高水準加工技術，不添防腐劑也能封存新鮮滋味，讓更多嗜筍人一年四季都能購入仿若現採的各類竹筍，有更多機會嘗鮮。

堪稱竹筍養大的阿丹果菜生產合作社理事主席李星辰是「筍二代」，過去跟著父親李日茂在桃園種植綠竹筍、成立「日茂竹筍」的加工站並生產竹筍產品。2014年，他們選擇落腳竹筍重要產地雲林縣斗南鎮，成立「保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社」，希望將過去運作經驗深入產地，再度擦亮竹筍人家的招牌。

「北部是山坡地，想要擴大面積也很有限。」李星辰指出，選定雲林斗南，除了當地風土原先就適合孕育甜美竹筍，相對平坦的地勢也可運用農機具輔助作業，省工又增

加作業效率；同時，鄰近的古坑鄉、大林鎮也盛產竹筍，收購新鮮農產更有地利之便。

仔細分級再應用， 才不浪費豐美物產

細嫩鮮甜的竹筍是臺灣人的愛用食材，例如，切片煮一鍋清甜筍湯、和肥瘦適宜的三層肉一起滷出一鍋家常好味、或是與肉絲辣椒熱炒出讓人多扒幾碗飯的下飯料理，都是熟悉的臺灣筍餐桌風景。

而來到阿丹果菜生產合作社的基地，商



阿丹果菜生產合作社理事主席李星辰跟隨父親腳步投入竹筍產業，並進化成現代化的科技農企業。

品櫃一拉開，連殼或去殼的綠竹筍、烏殼綠竹筍、桂竹筍、筍茸等滿滿各品項產品一字排開，眾多品項貼切地回應了臺灣人的日常料理需求。

「全部等級的竹筍，我們都可以加工！」李星辰解釋，竹筍依照外觀、筍形、大小及品質等標準，精細分為一到七級，就像「連連看」遊戲，每種規格、品種都有相對應的加工方式和包裝，最後再對上不同需求的通路市場或餐廳業者，毫不浪費豐美物產的一絲一毫。

通盤思考與整合， 轉型現代加工廠

除了將幾十年的生產及加工經驗，轉化成對各類產品的想像，更導入科技化的生產

技術，留存每吋鮮筍原味，這些都是阿丹果菜生產合作社能成為現代食品加工廠的重要梁柱。

李星辰反思，過去加工廠往往「做到哪、蓋到哪」，缺乏通盤規劃及整合，他說：「要做到高品質，就要有高水準。」因此，他在斗南設立煥然一新的廠房，主要是希望拉高標準，提升生產環境，做出符合國際規範的品質，未來更有利於出口外銷。

「最基本的要求就是要衛生。」每位工作人員踏入工作區前都得先換裝，穿戴網帽、防塵衣、手套和長靴後，經過浴塵室以強風拂去灰塵、走過消毒池、洗淨雙手，才能開展一天的作業。

而竹筍進場也不馬虎。李星辰歷經反覆上百次的試驗，研發出可不加防腐劑的「黃金保鮮6小時工法」，從殺菁、冷卻、分級

包裝、真空包裝、高溫殺菌、急速降溫到入庫冷藏等七道工序的標準製程，工作人員與時間賽跑，使送到消費者手上的竹筍，還能如同現採一樣鮮甜可口。

這不只是一間高標準的加工廠，更是在地少有的有機加工廠，擁有綠色保育標章，與農友密切配合，以嚴謹態度與高規格，提供最佳的食物加工。

藉科技農企業輔導養分，再添前進火力

不只品質達標，針對製程、工作環境，李星辰也持續思索進步之道。走入寬廣的工作區，可見吊掛式起重機一舉將大量竹筍運

至輸送帶，省工又快速；經過一連串處理後，又送入低溫包裝區，常保產品新鮮；最後一道高溫殺菌的欄柵技術則為竹筍的賞味期限做最後把關。

李星辰說：「一級種植我們是專業，但二、三級工作，就需要專業顧問了！」這也開啟了他和中衛發展中心的合作，原來在農委會科技處的科技農企業輔導下，透過中衛發展中心豐富的經驗，轉介跨界專業資源，為農企業注入新活水。

包括有加工食材前處理、建立部門規範、引進不同設備等。透過新穎科技設備及創新理念成為後盾，為邁向現代加工廠的他們再添火力，完成穩定產品供需、提高效率、降低經營成本等目標，以提升競爭優勢。



鮮採竹筍初步整理。
(圖片提供/保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社)



採用各類新穎設備，讓大量竹筍原料能流暢地加工包裝。



竹筍與加工廠符合有機加工品相關標準。



全臺眾多零售通路皆可看到日茂竹筍的蹤跡。
(圖片提供/保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社)



經高溫殺菌、真空包裝的加工品可延長保鮮期。

現在，阿丹果菜生產合作社陸續前進美、加等國家，積極讓臺灣竹筍攻下海外華人市場。中衛中心也進一步幫助強化阿丹果菜生產合作社的國際經營模式，讓他們持續提升生產能量、建立國際市場展售機制，未來可望規劃前進東南亞市場。

李星辰有信心，未來要靠品質拿下更多國際市場，讓更多人品嚐在地好筍。從一級邁向二級，將田間知識轉化成科技農企業的根本，繼續回望生產流程，也期待讓一支支冒出土的鮮筍在競爭市場上冒出頭，開拓臺灣竹筍的能見度。

好農檔案

保證責任台灣區阿丹果菜生產合作社

電話：05-596-9968

地址：雲林縣斗南鎮阿丹里 14 鄰阿丹 5 之 8 號

網址：www.rimaobambooshoot.com.tw/

營業項目：常溫軟袋竹筍產品



頂級連殼



頂級去殼



綠筍茸

於 2014 年正式營運，李星辰將過去的竹筍加工經驗延伸至產地，並同步優化生產、加工設備及產銷流程，讓臺灣竹筍的加工產業更進一步。目前，阿丹果菜生產合作社內共有 64 位社員、契作面積多達 43 公頃，共種植綠竹筍、桂竹筍、烏殼綠竹筍、玉米等各類在地農產；同時，加工廠也取得 ISO22000 及 HACCP 認證。

- 峰漁股份有限公司 -

以科技力創養殖漁業新高峰



科技農企業輔導對峰漁來說就像一帖轉骨方，在中衛發展中心輔導團隊協助下，為開發國外市場增加力道。

過去完全沒有漁業養殖經驗與背景的劉建伸，因為喜歡養魚，學生時期就在家裡偷偷養魚，畢業後因難以忘情養魚的樂趣，在當了一年養殖學徒後，以初生之犢不畏虎的精神募資創辦「峰漁股份有限公司」，自行規劃養殖模式，實現夢想。

不忘初衷，讓夢想做大做好

自行創業雖然艱辛，卻少了傳統框架的拘束，讓劉建伸得以堅持「友善環境」的

經營理念。他所開發的室內外階段式循環水養殖系統，利用室內恆溫讓魚苗穩定長大，再將成魚放入戶外激化成長，縮短生長週期與相關成本，有效節省水資源；為了讓消費者安心食用，不用抗生素，改以益生菌餵養——這意味著所投注心力與面對的限制會更多。

但總經理王靜儀卻強調這絕對值得，因為這樣一來不但實踐了峰漁「安心食品，友善環境」的理念，因益生菌餵養的魚類肉質好，口味鮮甜，營養、健康、美味樣樣不缺，



更為客戶帶來高附加價值。

選擇養殖鱸魚與海水吳郭魚這些非高經濟效益魚種，峰漁自有其想法與堅持，「不以市場價格來定義物種價值」是劉建伸的信念，畢竟常民餐桌上無法天天都有龍蝦鮑魚，提供營養價值高，價位合理的美味水產品，是峰漁身為養殖業者的最大使命。

邁向規格化，萬全前置更有信心

農委會科技處的科技農企業輔導對經營

初有成的峰漁，就像是一帖長大人轉骨的即時良方，為接下來的成長與轉型帶來適時的諮詢與資源。

草創時期一人多用，口頭為諾的信任溝通模式，在企業規模擴大後，勢必要進入生產與管理 SOP（作業標準程序）規範，方能讓流程營運順暢；陸續參展雖然累積不少產品行銷經驗，但對於企業品牌的建置管理，乃至於赴國外參展所需的相關技能。王靜儀不諱言累積這些能力，花了不少時間。

在了解企業成長所需的養分後，峰漁在

中衛發展中心輔導團隊協助下導入行銷與語言訓練課程，為開發國外市場增加力道。

王靜儀說，從創業第一天峰漁就著手行銷工作，但需要專業協助才能讓峰漁在海外展場上面對外國買家時，得以把公司與產品講得更清楚。

為了做好企業規模增加的規格化準備，顧問們針對生產管理流程，協助建置各項專業表單與工具，峰漁自己想得到的，以及還沒想到的，鉅細靡遺，一應俱全，令王靜儀與峰漁同仁們印象深刻，透過表單管理溝通產生顯著效益，也讓大家對未來發展更有信心。

小武器效力大，細節優化流程

很難想像「記得與客人合影留念」會是個專家建議，而且成為極具效力的祕密

小武器！

透過顧問邀請擁有豐富海外參展經驗的老師來分享教戰守則，指點展覽道具製作，為峰漁海外參展，拓展國際市場挹注更多實力。王靜儀發現合影真是妙用無窮，除了可有效記錄建檔每日在展場接觸的買家，更是與海外客人們進行後續聯繫最直接也最自然的方法。

這一招在日本參展時特別好用，即使僱請日文翻譯在場協助，還是難以破冰，直至提出合影留念要求，日本客人莫不開懷接受，才成功打開溝通第一步。

王靜儀表示，自從利用訓練中習得的各項技巧參展後，展後主動聯繫客戶已成長一倍，這是當初始料未及的好兆頭。

此外，在顧問協助下所建置的生產流程SOP，研發部門同仁感受更深，紛紛表示流程管控流暢，大幅減少溝通落差。



讓養殖流程模組化，創造整廠輸出的新服務。

峰漁亦針對公司內訓規劃規格化的養殖課程，協助行政與行銷等非養殖相關工作人員熟悉主業內容，讓資訊更通透，並協助培養員工共識，在良性互動下，為企業永續成長奠定堅實基礎。

另類整廠輸出，讓臺灣養殖被看見

「讓臺灣養殖漁業成為世界亮點，是峰漁積極打開海外市場的動力。」

王靜儀笑說以養殖模組為概念，不只販售硬體或終端水產品，更將養殖經驗值加值轉化為「整廠輸出」的另類服務：為不同地區客戶提供養殖建議與諮詢、量身打造養殖

系統、協助挑選適合的養殖魚種等。

此外，峰漁在專案中亦導入水質自動監測系統，由於益生菌養殖須靠人力拌餵與肉眼觀測，但隨著養殖規模日增，不能只依賴人力作業，在考慮養殖模組的發展潛力下，導入科技勢在必行，不僅提供自動監測，還能開放遠端，打下未來與客戶溝通的基礎。

透過這次輔導，峰漁「看到了下階段的需求」。王靜儀說：「養殖與生產是我們的強項，但若無財務規劃或將自有技能轉換成有價智財，要打進國際市場被看見的難度很高。」踏實走每一步，峰漁有信心成為全才，讓企業永續。

好漁檔案

峰漁股份有限公司

電話：08-7620107

地址：908 屏東縣長治鄉園西一路 3 號（農科）

網址：www.fongyuco.com

營業項目：水產養殖、水產品批發、水產品零售



成立於 2014 年，峰漁秉持「安心食品，友善環境」為經營原則，透過自行開發的室內外階段式循環水養殖系統、不施打抗生素而改以天然環境篩選出的益生菌，以及農委會水產試驗所專業輔導，培育出營養價值高，口感及味道兼備的美味魚類，滿足消費者日常餐桌上的飲食需求。產品更擁有產銷履歷認證、SGS 自主檢驗等多項合格認證與優質獎章，安全與美味兼具。

- 農友種苗股份有限公司 -

改善農民生活，從守護種原開始



農友種苗可說是臺灣第一家將種苗販售企業化的公司，創辦人陳文郁不但曾經成功培育出臺灣第一顆無籽西瓜——鳳山一號，一度臺灣甚至有高達90%、全球有1/4的西瓜種子，皆出自於這間50年的種苗老店。

西瓜怎麼可能無籽？60年前這可能是個問題；60年後的今天，無籽西瓜已是臺灣農業的驕傲，吃西瓜不吐籽，一點也不用大驚小怪。「無籽西瓜」出自農友種苗公司創辦人「西瓜大王」陳文郁的手筆，過去，他以一粒小小的西瓜種子，締造一年超過上億新臺幣的出口產值，不但為農村帶來財富，更創造了另類的臺灣經濟奇蹟。

要發展農業， 必先發展種苗事業

17歲那年，陳文郁進入高雄鳳山熱帶

園藝試驗所，從事種子品種改良工作，年輕的他看見當時臺灣種苗育種品質低下，多數農戶無法負擔國外蔬果種子價格，改以自交種子來培育蔬果，卻因種子缺少雜交基因的優異特性，以致農作品質無法提升，逐漸出現滯銷現象，農民生活亟需改善。

有鑒於此，陳文郁立志改善臺灣種苗品質，培育一代雜交的優異品種，於1968年成立了「農友種苗」公司，至今已50個年頭，並已傳承三代。創業之初，農友以承接國外委託生產訂單為主，並在鳳山及臺南各設有研究農場；5年後成立事業總部，開始自行研發、培育第一代雜交品種，並創立自



立志改善臺灣種苗品質，陳龍木董事長與農友團隊持續努力。

有品牌，陸續增設屏東研究農場與嘉義研究農場。

「四個研究農場，地點都不一樣，目的是為了取當地土質、氣候的特性，以幫助不同作物的育種工作。」第三代接班人農友種苗陳威廷副董事長表示，1995年，農友公司發現，隨著產業變化，農民對於種子發芽率的要求越來越高，於是成立了相關企業「嘉華育苗場」，專門販售已出苗的植株，好讓農民省去種子從播種到定植之前的苗期階段，以確保苗株的品質；並於7年前啟用位於高雄大樹的新辦公大樓及種子研發大樓。

土地、人工、智財，成本甚鉅

「在創業初期，農友公司以創新研發為導向，到今天，農民的需求又開始轉變。」陳威廷說，50年前，農民追求蔬果品質的提升，而今農民以行銷為訴求，開始追求品種之間的特性差異，「有的農民希望果皮堅硬，以減少外銷運送過程中產生耗損；有的追求肉質鮮甜、色澤動人；也有人追求果皮網紋特殊的品種，因此農友在種子研發上也逐漸朝著客製化方向邁進。」

目前農友已商品化的品種約三千種，未商品化品種更不計其數，每一個品種的種

子在生產過程都需要適當的土地隔離，以及大量人工投入，成本是極大的挑戰；「而種原的管理與保護，挑戰更加嚴峻，」陳威廷分析，依照不同銷售區域的需要，農友公司每年皆必須生產數百個不同品種的種子，故每一個品種的親本管理必須更加謹慎，不容許搞混，繁殖時更應該做好土地隔離，否則若農民種植農友公司品種所結的果實與所宣稱不符，將使農民及農友公司皆蒙受極大損失。

另外還有，農友的種原庫保存了將近100萬個種原材料，這也是50年歲月所累積的菁華，過去品種少的時候，種原管理多靠人工紙本記錄；而今種原材料越來越多，不同年代、不同親本所繁殖出的種子均需分

門別類管理，若不尋求更有效率的管理方式，將使人為管理過程中出錯的機率提高，管理上曠日廢時。

透過管理，降低隱形成本

正因為隱形成本相當驚人，因此今年農友公司在農委會科技處的資源挹注下，透過中衛發展中心團隊導入主流企業管理方法，探討管理流程的改善之道，使種原管理更加有效率。

「對農友來說，這項輔導案還有一個目標是希望改善種子的儲放單位，」陳威廷指出，在儲位管理上，農友過去以公斤為單位，但隨著儲藏時間的延長，種子內的水分



發芽檢測。



發芽檢測前 - 種子計數。



發芽檢測前 - 種子播種。



種子水分檢測。



含量逐漸蒸發減少，將使種子的重量減輕，這間接地會提高種原管理及保護的困難度，同時，由於儲位配置未最佳化，種原庫管理人員必須花費相當多的時間，在撿料、數粒、包裝流程上，因此農友未來希望改以粒數管理，以包為儲存單位，將每包種子定量化控制，不但方便盤點，也易於管理。

因此，改善計畫分成三部分進行，一是種原庫管理與流程改善工程；二為資訊系統的規劃與設計；第三則為智財管理的強化與輔導，帶領同仁深入瞭解智財法，並提供企業自我保護的建議，「改善需要時間，但至少我們已經邁開了第一步。」

無論科技如何進步，人們都需要糧食與作物，農業對人類生存的重要性不言可喻，但農民的生活誰來照顧呢？答案是一顆優良的種子。

藉由種苗公司的專業篩選、孕育、推薦與栽種輔導，讓農民有優良的品種可以種植，進而改善農民生活，以農友創辦人的堅持，50歲的農友，希望再次將品牌價值擦亮、喚醒，馬步站穩，以因應下一個50年的挑戰，朝世界前十大種苗公司邁進。

好農檔案

農友種苗股份有限公司

電話：07-6519668

地址：高雄市大樹區竹寮路 114-6 號

網址：www.knownyou.com

營業項目：蔬果種子繁殖、銷售



於 1968 年成立，農友種苗公司以精湛的種子生產技術，嚴格的種子品質管制，開創了臺灣一代交配種子的產銷事業，並於美國、泰國、中國、越南、印度、印尼、緬甸、馬來西亞及菲律賓皆設有關係企業，做為當地生產及銷售基地，目前農友種苗行銷國際達百餘國，以東南亞為最大之行銷市場。

- 德島實業有限公司 - 台灣珍鮑雙核心聯盟之一 -

恢復產業榮景， 擦亮臺灣九孔王國美名



一間成立不到 4 年的小公司，要如何振興曾經輝煌一時的臺灣九孔鮑產業呢？德島實業打破封閉且單打獨鬥的產業現況，建立一份屬於臺灣的九孔鮑國際品牌的經驗，值得借鏡。

「為什麼九孔鮑的殼只有一半？」餐廳裡，孩子提出大人也無法回答的問題，因為在臺灣，有長達 16 年之久，多數家庭餐桌上已看不到九孔鮑這一道陌生的美味，九孔鮑是什麼？臺灣九孔鮑產地何在？有什麼特色？它與大自然的關係是什麼？孩子想問，大人也想知道。

產業不死，需要新能量挹注

2002 年，臺灣九孔鮑因遭逢冷水病毒

感染，而使整體產業大滅絕，一夕之間，年產值從數十億，下滑至不到 200 萬，臺灣九孔王國的美譽自此灰飛湮滅，不復再見。直到今天，臺灣人只能從喜宴餐桌上，瞥見大陸九孔鮑的身影。

潮汐轉換，世代交替，12 年後，在貢寮，九孔鮑的故鄉，出現了一群青年，想為幾近凋零的九孔鮑產業申冤。這幾位海洋大學水產養殖系的同學，在畢業 20 年後，在各自領域發展事業有成之時，他們決定回到過去，回到熟悉的貢寮海邊，將沈睡的九孔



德島實業黃炯毓總經理。

鮑產業喚醒，重建臺灣養殖九孔為水產養殖的珍寶，這想法油然而生。

「若想恢復東北角九孔鮑產業往日榮景，一定要找到能對抗冷水病毒，生命力強韌的種貝，建立基因庫，一代又一代穩定的復育出來，」畢業後，轉行從事國際行銷的黃炯毓說。他們從臺灣、沖繩、日本、中國大陸、海南島、泰國等地尋找新的種貝，開始從事九孔復育工作，並發現其中以緯度較高、於冷水海域生長的日本種貝最為優秀，於是，又經過3年努力，終於與日本種貝配種成功，建立苗種。

故事到此結束了？其實才剛開始。未料，復育成功後的苗種竟無人問津，「因為我們是新的團隊，對於在地養殖戶來說，信任度不夠，無法輕易冒險，」為替苗種找出路，他們決定乾脆一切自己來，從育苗、放養到銷售，甚至加工製造，皆以一條龍模式經營，以掌控品質，試圖在荒煙漫草間，行

走出一條屬於自己的道路，於是，2014年，德島實業誕生了。

日人讚不絕口， 臺灣人卻無緣親嘗

「創業只是為了解決困難，」黃炯毓苦笑。要取得養殖戶信任先要取得認可，在銷售部分，德島轉向日本，以一年時間，取得日本築地市場青睞，並使九孔鮑在交到日

本客戶手上時，仍可維持新鮮活潑的品質，活存率高達99%，「會動的九孔鮑」是日本食客對德島九孔鮑的讚美，拍賣價格甚至高於鮑魚，創近10年天價。

取得日本市場認可後，這一群對海洋充滿熱情的夥伴，開始回頭實踐復育臺灣九孔產業的初衷。他們在九孔的故鄉東北角，成立了「海大牧場」餐廳，讓臺灣人不但可享用連日本人也讚不絕口的鮮味美食，更有機會近身認識臺灣九孔鮑，成立以來大獲消費者歡迎。

「恢復臺灣九孔王國的美名，需要更多養殖戶加入，」如何讓更多養殖戶加入呢？黃炯毓認為，九孔鮑是屬於臺灣東北角的獨特產業，因此，以地方觀光廊道的概念，將九孔鮑特產與東北角的地方觀光業結合，是最為貼切的行銷切點。

「將消費、觀光與教育結合，藉著觀光旅遊，讓消費者有機會重新認識九孔鮑，



日本東京鮮魚商對於來自臺灣的九孔鮑讚不絕口。

瞭解九孔鮑與生態之間的關係，進而成為其日常餐桌上的選擇，」當越來越多人愛上九孔美味時，市場出現了，飼養投資者自然進場，產業復興便有了指望。

唯有聚落團結，才能使產業擴大

然而，若論到產業復興，德島如何打破封閉、單打獨鬥的產業現況，帶領產業建立一個屬於臺灣的九孔鮑國際品牌呢？對此輔導團隊提出了整合台灣九孔鮑聯盟資源的策略方案，以發展與提升貢寮九孔鮑養殖的質與量。

黃炯毓表示，過去在地養殖戶並沒有公開資源的意願，但資源封閉對產業沒有幫助，應以產銷班的概念，將經驗分享與修正，才能做到產業的共存共榮。因此在中衛團隊協助下，與鮮物本舖以共同朝向建立



外銷前需要每籃檢查。



九孔鮑出貨前，水質依舊維持清澈。



日本築地市場。

「台灣珍鮑」品牌為目標，共同執行台灣珍鮑產銷群聚國際高端市場發展計畫，德島實業協同鮮物本舖，逐步建立了雲端「產地養殖資訊」的資料庫，鼓勵養殖戶打破門戶之見，從雙核心聯盟開始建立體系，逐步將各種資料加入，未來包括交易價格、總量、甚至採收時的水溫、天氣……都會逐步蒐集納入長期觀察與分析的資料庫中。

而在品牌包裝與國際貿易方面，中衛發展中心更協助德島經由雙核心輔導計畫，進行跨通路媒合、跨領域合作，甚至不同國別的合作，過去，德島成功將九孔外銷至日本築地市場，如今更因應政府南向政策，首戰泰國，朝東南亞市場邁進；更促使將九孔鮑特產併入「東北角觀光廊道」的計畫中；而德島原從事的「種貝種原資料庫」，則在農

委會科技處資源挹注下，將資料庫規模再次擴大，以納入更多國家與種貝來源，使資料庫更加豐富。

因為外銷日本的成功，所以臺灣有許多鮑魚養殖業者，均透過不同管道邀請黃炯毓當顧問，協助鮑魚品牌的建立、加工品的製造與通路的推廣。

「唯有開放、互助，才能找到生路。」德島希望將九孔鮑打造成臺灣的名特產，藉由擴大雙核心成為台灣鮑水產養殖體系的策略聯盟，以建立「台灣珍鮑」為國際級養殖漁業品牌為方向，行銷全世界，並且振興九孔鮑產業，使它成為人們餐桌上的首選，更重要的是，讓全世界透過一顆顆小小的九孔鮑認識臺灣，重新擦亮臺灣九孔王國美譽。

好漁檔案

德島實業有限公司

電話：02-2691 9966

地址：北市汐止區中興路 86 號 2 樓

網址：www.seafood.tw



由台灣珍鮑產銷群聚國際高端市場發展計畫輔導下的德島實業，由一群國立臺灣海洋大學水產養殖系校友所組成的青農創業團隊，基於對海洋的熱愛及對水產養殖的初衷，以「能安心與家人們共享的食品」為主要理念，返鄉投入貢寮鮑養殖產業，參與貢寮區漁會養殖產銷班，開設餐廳等，實踐水產品產銷一條龍新型態。

- 鮮物本舖 - 台灣珍鮑雙核心聯盟之二 -

還我本色！找回台灣珍鮑第二春



九孔與鮑魚傻傻分不清楚？自從近二十年前一場突如其來的疫情讓臺灣九孔養殖業幾乎一夕間全數崩盤，如今餐廳與餐桌上只見進口鮑魚、魚翅與龍蝦，還有多少人記得這個頭小卻更勝鮑魚的鮮甜好滋味，竟來自於臺灣東北角的海邊？

守護父親的心血志業

已經鮮少有人會想起臺灣九孔過去以年產量 3,000 公噸稱霸日本，進軍東南亞的盛況。現在的貢寮除了春吶時節追隨音樂湧入的人潮外，很多時候只是個寂靜蕭瑟的小漁村，過去家家戶戶養殖水產，養殖戶家族成員分股利、領薪水，比白領上班族月薪還高的盛況，只能在鮮物本舖創辦人李勝興的回憶裡重現。

世居貢寮，以漁業撈補為業，到李勝興

父親這一輩碰上九孔養殖熱潮，全家族總動員下海養殖，李勝興笑稱自己是「被九孔養大的孩子」，身為家中最早離家出外讀書的孩子，即使與父親感情很好，也喜歡這片從小熟悉的海洋，在危機意識下，李勝興仍選擇從事醫療業與電子業，直至父親逝世，又碰上九孔疫災，不忍父親一生心血就此付諸流水，他才毅然返鄉接棒。

回想當時，李勝興坦承初期花了很多錢卻總是看不到成效。甚至曾自大陸進口鮑魚苗來養，卻因不適應亞熱帶氣候環境，育成



守護九孔對李勝興來說，就是守護父親的志業。

率低。最後他體認到還是要專注在本地特有的物種，才有機會。而守護九孔對李勝興來說，就是守護父親的志業。

榮耀重返家庭餐桌

細數過往歷程，2008年養殖業引進日本野生九孔種貝與臺灣種貝雜交，改善九孔幼苗附著期落苗和成貝大量死亡的問題。2011年後，臺日雜交九孔養成率和存活率均明顯提升，然而這條路走來艱辛，畢竟九孔在消費大眾的生活經驗與記憶裡缺席了好長一段時間，想讓消費者重新認識九孔，對在地養殖九孔恢復信心，困難重重。因此，如何營造平台建立品牌，「讓九孔重新走向家庭餐桌」成為李勝興的心願。

待過電子業，李勝興深知通路的重要

性與複雜度，創造屬於自己的品牌與通路，才能確保自己辛苦養殖的九孔能接觸到消費者。

不過，就因為九孔本來就不是常見於家庭餐桌的日常食材，於是他想出以魚蝦帶動九孔的策略，「從順序來改變現狀」。他積極找尋優質養殖業者與理念相同的合作夥伴，以臺灣及特色漁獲為主題創立「鮮物本舖」，這個電商通路也成為他與消費者溝通食育觀念的最佳平台，從慢魚活動到不同水產的特性或基本小常識，李勝興把自己對海洋與家鄉的熱愛投入鮮物本舖。

一步一腳印讓九孔走出去

李勝興更提出「台灣珍鮑」為品牌概念，以臺灣為名，是希望臺灣養殖九孔走向

國際時能更具辨別度，李勝興認為只有把品牌的高度提升，在台灣珍鮑的品牌傘下，未來東北角或其他臺灣養殖九孔在品質數量都允許時，把九孔的市場大餅做得更大，更具數量上的競爭優勢。

即使有關養殖九孔的專業，李勝興自兒時即耳濡目染，但單打獨鬥力道有限，在中衛中心的用心及農委會科技處輔導下，提供組織規劃與專業行銷技能的協助與資源，特別是針對各項專業文件與規格的定義與建置，都為李勝興帶來了關鍵性助力。

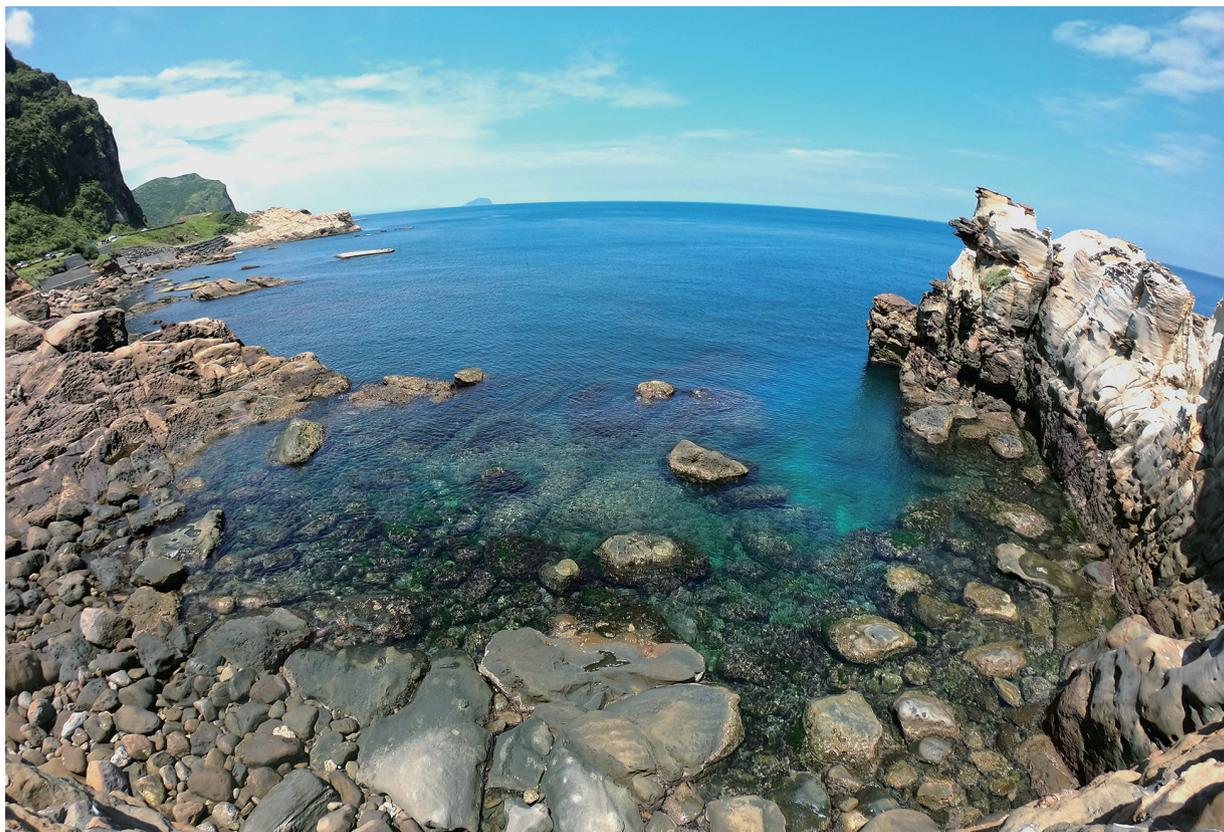
在此一輔導專案中，除了整合鮮物本舖與德島實業的資源與專長，打造貢寮臺灣鮑聯盟合作平台，也齊力同心發展與提升貢寮九孔

養殖的量與質，透過互補增強規模經濟市場競爭力，藉由共同行銷創造效益加乘效果。

此外，李勝興也與臺灣好食材合作，拍攝二分鐘半的微電影，利用新世代的閱聽習慣，以五種不同作法向消費者溝通九孔的美味與烹調方法。從何處購買、如何料理與食用，到開發即食包，李勝興想盡方法增加曝光度，以期讓九孔被更多人所接受。

鮮味體驗是品牌最佳證言

從制度建立、養殖規範到契作研究，中衛團隊提供的各項規格化建置，正是讓貢寮台灣鮑聯盟及台灣珍鮑邁上品牌之路的最



憑藉生態優勢，未來可推出產地小旅行，讓消費者輕鬆認識九孔。



左九孔右鮑魚。

佳起點，只有品質與數量穩定，品牌才有價值，才会有更多九孔外銷的機會。

李勝興說，把這些架構工作做好，再來就是時間，九孔與品牌都需要時間發展，而吃的東西更是急不來，也不能走險路。

目前臺灣養殖九孔除了消費者信心重建外，還面臨大陸鮑取代、棄漁比率增加、勞動人力不足、從業者高齡化等議題挑戰，也因堅持以高品質海菜餵養九孔，讓李勝興目前為了海菜供應不順而傷透腦筋。

然而他對未來仍抱持樂觀態度，尤其在去年成功說服福容大飯店採用他精心養殖的九孔，以桌邊秀形式為用餐客人提供鮮九孔炙燒表演後，食用過的人莫不為在地食材的鮮甜風味折服。

此外，李勝興更打造生態池，計畫明年推出產地小旅行，讓消費者在輕鬆旅行間認識九孔，愛上九孔，或許日後能發展九孔契作，實現李勝興把台灣珍鮑送上家庭餐桌，打進國際市場的終極目標。

好漁檔案

鮮物本舖

電話：0980-868-608

地址：新北市貢寮區美灩山街 65-3 號

網址：www.nicestore.com.tw



由台灣珍鮑產銷群聚國際高端市場發展計畫輔導下的鮮物本舖，於 2005 年成立，本著「自己不敢吃的東西，絕不賣給別人」的原則與理念，透過「一站購足」形式，推廣包含自產九孔、貢寮當地海產及臺灣優質水產等品質具保證的優質產品。近年更進行垂直整合重返養殖業，飼養九孔，並持續開發加工食品技術，積極拓銷國內及國際據點，為青年農民返鄉創業典範。

- 台灣鹿茸生技公司 -

導入電子序號追蹤系統， 科技讓養鹿高值化



走進位於臺南七股的台灣鹿茸生物科技公司，數百頭壯碩的臺灣水鹿穿梭在陽光通透的飼養場中，空氣中飄散著淡淡的乾草味。

「鹿是很膽小的動物，」一張口就對鹿事如數家珍，台灣鹿茸生技公司林昆鋒執行長自父親手中接下養鹿場，將原本貼補家用的傳統鹿舍轉為企業化經營，加碼投資企業化養殖設施，與農委會畜產試驗所簽訂「臺灣水鹿人工受精平臺」、「臺灣水鹿精液冷凍保存技術」，提高自有鹿場的繁殖率，減低向外採購公鹿的成本。在 2011 年，得到神農獎肯定。

林昆鋒的三座養鹿場一共飼養近四百初頭隻鹿，由於鹿茸在傳統中醫學上是滋補聖品，養鹿人家的主要收入，來自於每年摘取雄鹿頭上新長出來的角，對外販售。一頭鹿平均可供應十到十五年優質鹿茸，每年替公司帶來超過千萬的營收。

缺乏驗證機制是隱憂

不過，由於臺灣鹿跟國外鹿的價格差異大，常有魚目混珠情形發生，臺灣人買鹿茸，總是習慣到現場「鮮採」，因此，林昆鋒每年都需要花大幅成本，把自家鹿運到北部同業鹿場「寄賣」，等於是將生計大權掐在別人的手上。

2013 年起，由於和畜產試驗所合作進行的「鹿茸產品於傷口修復之產業化應用」計畫，成功在 SCI 期刊發表論文，證明鹿茸在細胞增生修復上有優異效果，不但能抑制發炎反應、還能提升免疫力。林昆鋒開始推出鹿茸萃取產品，推出鹿茸膠囊、鹿茸粉，一腳跨進生技界。



雖然臺灣有國產鹿茸標章制度，但僅在實體鹿茸販賣上有幫助，假如是添加在保養品、面膜中，很難得知確切鹿茸來源。由於各養鹿場都由人工紀錄飼養狀況，資訊零碎且無法整合，讓有心人士有機可趁，魚目混珠。林昆鋒想，如果能跟農產品一樣有生產履歷條碼，不但能保障自家產品的品牌價值，更能帶動鹿產業走上高值化的正向循環。

電子序號追蹤系統， 不讓劣幣驅逐良幣

在此因由下，林昆鋒借重農委會科技處輔導資源，在南臺科技大學輔導下著手進行「鹿茸生技產品序號管理暨電子申報追溯追蹤系統開發計畫」，將原本科技或機械產業才會使用到的電子序號追蹤系統導入養鹿場。

這套建置序號管理系統，以資訊化的管理工具，詳實記錄每一批採收的鹿茸，經萃取後製作成哪些產品。消費者端只需要透過 APP，就能輕鬆溯源查詢。林昆鋒以招牌產品鹿茸面膜為例，只要掃描條碼，不但可以查到面膜內含鹿茸萃取物的量、出自於旗下哪家鹿廠、哪幾頭鹿在什麼時間取下的鹿茸，甚至還能連至國產鹿標章網站，看見鹿茸長在鹿頭上的圖片。

「只有讓消費者知道我的好，我的產品才能賣到合理的價格，」他說，市面上光是鹿茸酒的價差就高達百倍，消費者也很害怕買到假貨，如果鹿茸加工品能夠快速溯源，不但能夠增加食安事件處理效率，更能增加消費者對品牌的信心。

細數鹿茸衍生商品，不難發現林昆鋒勇於嘗試的精神，從鹿茸手工皂、化妝水、精華液到面膜，甚至還有鹿肉乾。在他的經營

藍圖中，未來養鹿廠將智慧工廠化，每天鹿吃了多少飼料、排泄物有多少，人員不用逐廠巡視，而是透過電腦螢幕查看自動報表。

經歷過 WTO 開放紐西蘭鹿進口衝擊，也走過八八風災對南部農牧業的重創，林昆鋒屢屢敢於逆向思考，在別人看壞養鹿業時加碼投資，導入科技化經營養殖。他笑稱，別人是泡茶等花開，他是泡茶等鹿茸長起來。「我相信，要有格局、路才走得長久。」林昆鋒接管阿爸的鹿舍，逐步努力拓展鹿產業版圖，創造臺灣畜產業轉型的成功案例。

好牧檔案

台灣鹿茸生物科技股份有限公司

電話：0987-282321

地址：臺南市七股區後港里港東 86-7 號

網址：www.twantler.com/

營業項目：鹿茸化妝品系列產品、鹿茸養生食品

70 年代創立的傳統養鹿場（進穎養鹿畜牧場）導入科技農企概念，升級至種鹿鹿場（鋒穎種鹿場、台灣鹿種鹿場），販售優質鹿茸，飼養規模達 400 頭鹿，經農委會評比為「優良鹿場」。民國 104 年成立「台灣鹿茸生物科技股份有限公司」，持續發展台灣鹿茸生技產品。



- 東藻生技股份有限公司 -

品管創新、履歷溯源， 小海藻醞釀大商機



透過導入電子生產履歷系統及建立品管規範，讓東藻生技優質的海藻產品都能經過標準品管的規範，確保品質；同時透過電子生產履歷，讓消費者即時掌握訊息，吃得、用得更安心。

浩瀚海洋中的海藻，兼具營養與美味，除了是餐桌上最受歡迎的健康食物外，近年來更因為科技與人工養殖的進步，成為生醫與美容的最佳天然素材，創造驚人產值。

深層海水資源孕育優質海藻

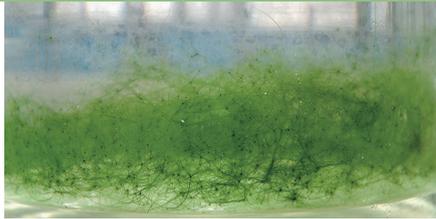
成立於 2010 年 10 月的東藻生技，是由一群對海洋充滿熱情的研究夥伴共同成立，「一開始是從一個水族缸養海葡萄開始。」東藻生技的創辦人蔡俊明董事長笑說。

當時適逢政府積極推動海洋深層水的開發，由於藻類不僅是大氣中氧氣的主要製造者，也是吸附溫室氣體二氧化碳最有效率的生物，再加上對身體健康有益，因此東藻生

技團隊開始著手打造全程自動化溫度控制及監控的環境、配合豐富的深層海水資源，開始踏上人工養殖優質藻類之路。

「一提起海葡萄，大家就會想起日本，因此我們特地援引許多來自日本的經驗。」蔡俊明董事長除了邀請日本東京、琉球大學的教授分享經驗外，更和專業培育海藻的日本公司成為事業夥伴，積極複製成功經驗。

很快地，2011 年東藻生技就在花蓮建立起專業海藻培育廠房，為海葡萄商業化培育而努力，同時與工研院等機構合作，並且取得花蓮海洋深層水地域標章，以強化品牌形象與銷售，在當年度獲得經濟部中小企業處的 100 年度優質企業獎項肯定。



追求跨域創新，開啟無窮商機

蔡俊明董事長表示，臺灣東部擁有發展海洋生技產業的優勢，「尤其是乾淨的太平洋深層海水、充足的日照環境，加上嚴格的水質控管，不但是最能孕育海藻的環境，更擁有開拓生技產品的優勢。」透過系統化、科學化的海藻養殖技術，生產海葡萄、青絲藻等高經濟價值的海藻。

除了是優質營養與健康食材的來源，東藻生技更積極研究，朝向生醫敷材、美容素材的原料發展，推出運用海葡萄萃取液、高端生物纖維膜發酵嫁接技術，以及分子鏈重新組合研發的海葡萄生物纖維面膜。

援引資源， 建立優質品管與電子生產履歷

由於過去海藻養殖過程，採用人工方式記錄，但花東地區天氣變化快，常常導致紀錄資訊無法完整反映當時的氣候狀況，讓管理海藻的生產過程遭遇困難，進而影響生產品質。

此外，為了增加大家對產品的信心，蔡俊明董事長開始思考如何透過導入電子生產履歷的管理，結合資通訊科技技術，不僅讓產品生產的資訊能夠公開透明，消費者也可以經由網路隨時查詢完整資訊，同時可觀看海藻養殖過程。

長期投入海藻養殖的東藻生技曾思閔主任也指出，除了建立產銷履歷外，海藻本身的品質穩定更是永續經營的關鍵，他說：「我們的海藻產量雖然已經穩定，但更需要一套品質管理標準，來幫助內部控管。」

為了導入電子生產履歷系統及建立品管規範，東藻生技多方援引資源，包括農委會科

技處的科技農企業輔導資源挹注，並在石材暨資源產業研究發展中心輔導下，推動一連串的創新與改變。

在建立電子生產履歷系統上，利用資通訊設備結合各種感測裝置，即時進行養殖環境監控，同時收集各項養殖的參數，開啟數位化的第一步。當數據資訊上傳到雲端，後續結合電子表單系統，將雲端的資訊轉化為生產電子履歷，讓大家透過產品包裝上的QRcode，輕鬆追溯每批產品的生產資訊。

曾思閔主任表示，「尤其是青絲藻中蘊含的香氣，是判斷品質的重要特徵之一。」為了建立一套判斷海藻新鮮度及品質優劣的品管標準，特別利用氣相層析法，針對青絲藻香氣化合物的組成加以分析，建立起一套可供後續內部控管的標準規範。

「這些努力都是為了確保交到消費者手中的，都是最優質的產品。」蔡俊明董事長期望透過這些創新能量，讓消費者對於東藻的產品，吃得安心、用得放心。

好農檔案

東藻生技股份有限公司

電話：03-8232468

地址：花蓮市華東 15 號

網址：www.twantler.com/

營業項目：海葡萄、青絲藻（滷苔）、
錐尖擬紅翎藻

創立於 2010 年，結合臺灣東部獨特水資源與藻類生物科技，建立起臺灣第一座專業海藻培育廠房，養殖高經濟價值藻類，並臺北設立專責行銷部門。



- 旺山休閒農場 -

產製銷鐵三角， 兩代協力為瓜鄉開創新局



素有「瓜鄉」美譽的宜蘭縣壯圍鄉裡，近年來擁有一個觀光新地標——旺山休閒農場。南瓜隧道內超過300品種的南瓜及各類瓜果，是神農獎得主一生投入在育種上的心血結晶，而能在短短8年內就跳脫一級農業生產，成為跨加工、銷售整合與觀光休閒的示範點，更隱藏著農二代成功傳承的祕密。

採訪這一天，旺山休閒農場正湧入上百位國中生進行食農教育，孩子們興奮地在掛滿南瓜與各式瓜果的南瓜隧道裡穿梭。

從導覽人林智凱黝黑的皮膚，你很難相信，在8年前，他還是食品大廠的高階主管，掌握數億營業額。

一場事故，促成農二代返鄉

「當時花了足足一年，才終於成功辭職，交接好手上的工作。」旺山休閒農場林智凱說話時，看著父親掛著笑臉忙進忙出的身影，眼神滿足。

8年前返鄉的決定，始於一場意外。因父親林旺山擔任義消時，被重達十幾噸的水

閘門夾斷腿骨，兩兄弟捨不得父親努力三十餘年的成果付諸流水，決定回鄉接起家業。

林智凱說，當時弟弟林致頡在航空機械系畢業後，原本已要到航空公司就職。兩兄弟討論過後，決定由弟弟先回來接下父親經營多年的旺山哈密瓜南瓜休閒觀光果園，自己隔年在交接完成後才返鄉，並轉型為旺山休閒農場。

「幸好遇到醫術很好的醫生，父親的復原狀況十分良好，現在還是每天從早忙到晚，最開心的就是有更多時間與資源去回饋給當地的學校，不能當義消了，就擔任義消的顧問。」林智凱指著牆上滿滿的獎牌，對父親的尊崇與驕傲溢於言表。



致力成為瓜農與下一代的 教育平台

林智凱對父親的崇拜其來有自，在林旺山還是個瓜農時，他就自行引進、培育超過 300 種南瓜品種。當時孩子還小時，林旺山除了靠著幾分地生產南瓜，冬天還得到海邊抓鰻苗為生。

「目前旺山休閒農場的南瓜種類已經超過 500 多種，其中 6 成是觀賞用，另外 4 成則與當地瓜農契作，透過生產履歷認證，銷售到各大通路，部分則作為加工品。」林智凱說。

精於育種的父親、具備食品加工與通路經驗的林智凱，和專精於工程的林致頡，構成了鐵三角，讓旺山休閒農場在短短 7、8 年內，就將參與契作的面積擴大到 30 公頃。在父子三人攜手合作下，全年都有觀賞用南瓜、每年吸引超過 7 萬人到訪的旺山休閒農場，更成為串連產、製、銷以及食農教育的重要據點。

林智凱說，由於父親過去定期以清寒獎助金回饋母校的身教，讓兄弟倆在返鄉後，就決定將旺山打造為一個具教育意義的場地。除了以部分贊助方式，協助更多學校進行食農教育，旺山也不斷導入各種科技，將父親 30 多年種植藤蔓類瓜果的經驗，傳承給更多有心的農友。

科技環控， 單位面積收成次數多三次

有鑑於旺山對在地農業的整合與教育成果，從 2018 年開始，旺山開始導入披覆式自動灑水降溫設備及 LED 光照燈。

林智凱說，這套設備是由奇霖國際科技股份有限公司提供，過去就曾導入奇霖的智慧電錶與環控設備，這次加碼裝設自動灑水降溫設備與 LED 光照燈，主要是因為前者可將夏日溫室內動輒 44、45 度的溫度降低 7 至 8 度，後者則可在冬季為瓜果補充光照。

「在夏天降低溫室內溫度、冬天補充光照，加上低灌營養液設備等，除了可以達到四季都可產瓜的目標，更可在單位面積內提高三次的收成次數。」林智凱指出，這些投資大約半年就可回本，相當划算。

從一個踽踽獨行的農夫，到二代接班後，透過合作互補攜手創造出實驗場域，旺山休閒農場的下一步，希望成為更多瓜農的交流平台，為臺北後山靜謐的瓜鄉，帶來更多人潮與商機。

好農檔案

旺山休閒農場

電話：03-938-3918

地址：宜蘭縣壯圍鄉新南路107號之7

網址：www.pumpkinfarm.tw

營業項目：南瓜、瓜果類作物

創辦人為 2017 年神農獎得主林旺山，在兩個兒子林致頡、林智凱的幫助下，除積極整合壯圍鄉瓜農，一起透過生產履歷與農產加工，進軍一般通路，更將旺山休閒農場營造成一個兼具生產與教育意義的空間，讓父親 30 多年種植藤蔓類瓜果的經驗，得以傳承分享給更多農友與學子。

- 苗栗公館鄉農會 -

行銷優質農產品， 縮短產地到餐桌距離



身為臺灣紅棗、芋頭、福菜生產的重鎮，苗栗公館鄉近十年來在農會輔導下，成功整合近 500 公頃農地進行契作、建立產銷履歷。未來在農委會與中衛發展中心的輔導團隊協助下，透過新零售，讓優質產品與消費者的餐桌更加零距離。

當全臺許多農漁會的功能限縮於金融業務，苗栗公館鄉農會卻能順利整合境內著名的明星農特產農戶加入契作行列，並建立起完整的產銷履歷，自 2009 年陸續成立整合的 13 個產銷班功不可沒。

「危機就是轉機，2008 年金融海嘯後，因為農會的信用部收益降低，使得農會不得不積極尋求轉型。」苗栗公館鄉農會總幹事韓鴻恩說道。

生產製造雙履歷， 建立品牌信任基礎

公館鄉附近沒有工業區，更因地質、水質、環境等因素，成為全臺唯一紅棗產區，也是產量最大、品質最佳的芋頭生產地；加上位處客家村，所加工生產的福菜更供應全

臺 3/4 的需求。

韓鴻恩說，華人愛吃紅棗，即便苗栗公館的紅棗目前已有 63 公頃，年產量 100 多萬台斤，市占率仍未及 5%。

「即便是全臺唯一產紅棗的區域，但因過去缺乏管理，導致價格起伏劇烈。要讓產品增值，第一步就是建立生產履歷。」韓鴻恩說，在做好健康管理栽培，導入認證後，不僅讓收購價大幅提升，更因為 374 種農藥零檢出的公信力，催生出「紅棗鮮果」的新市場。

為了替農產品增值，在公館鄉農會的展售中心裡，你可以看到琳瑯滿目用紅棗製成的紅棗乾、醋、酒、茶，甚至紅棗咖啡、紅棗啤酒、巧克力、霜淇淋。這全得力於公館農會擁有 ISO 22000 及加工生產認證的加工廠，讓境內明星農特產得以達到「生產、加



工雙履歷」，建立品牌的信任基礎。

同樣的作法，也讓境內種植芋頭、製作客家福菜的農民受惠，得以打入全臺 50 多家農會，以及里仁、主婦聯盟、裕毛屋等連鎖通路。

以知識創價， 打造精緻農業生態鏈

能將先天的優勢，化為實質的戰力，韓鴻恩認為，最重要的因素還是「人」。

韓鴻恩細數，2000 年開始著力於員工教育訓練，到了 2011 年則導入中衛發展中心的輔導能量，都是為了因應消費者對食安、精緻農產品的需求，由內而外地，進行農業從業人員的知識提升。

也因農會帶頭做，讓苗栗公館鄉內陸續催生出 13 個產銷班，其中包括占地 500 公頃的芋頭契作農戶，就有 6 個產銷班，再加上紅棗 3 個、柿子 2 個、福菜 2 個產銷班及有機班等。這些產銷班除了持續將各種新知引入產地第一線，在串連農會加工廠、展售中心後，更儼然形成一個小小的產業生態鏈。

從線下到線上， 新零售帶來新機會

因為苗栗公館鄉農會在產、製的成果斐然，銷售上更透過兩個展售中心，以及全臺 50 多個農會據點，建立起銷售網。今年，公館鄉農會也在農委會科技處的多元創新輔導計畫資源挹注下，在備事得行銷股份有限公司的協助下為線上銷售平台進行優化。

農會旅遊行銷部主任林幼詩說明，由於公館鄉農會所經營的「好客坊」每年平均吸

引 20 萬名遊客造訪，如果能善用數位行銷工具，所擴及的層面將會更廣。

因此在多元創新輔導計畫的推波助瀾下，透過展售中心、網頁、粉專、LINE@ 生活圈的串流，持續推出線上行銷活動，刺激線上消費，並導入 CRM 顧客關係管理系統，建立消費者會員機制，為新、舊會員規劃不同的促銷內容，提升顧客黏著度。

這樣一來，不僅讓線下的銷售，得以持續回流到電商平台，在社群媒體的擴散效應下，更可望讓更多人知道苗栗公館鄉的農特產。

從生產源頭把關，不斷將新知識帶到產地第一線，透過加工廠的幫忙，將天候、盛產等不確定因素降到最低，再結合新零售，鋪設產地到餐桌的最後一哩路，苗栗公館鄉農會的經驗，值得借鏡。

好農檔案

苗栗公館鄉農會

電話：037-225211

地址：苗栗縣公館鄉館東村大同路 266 號

網址：www.kkfa.org

營業項目：紅棗、芋頭、福菜、柿子、桑葚等加工產品

苗栗公館鄉農會建立生產、加工雙履歷，讓境內農特產得以銷售全臺。除了希望營造出一個結合三生概念的公共空間，更積極建立電商平台，縮短農民與消費者的距離。



- 春發成實業有限公司 -

牧場帆布，隔海遙控升降自如



用來為動物擋風遮雨的帆布簾，是畜牧場通風管理的重要工具；李榮春將傳統型的帆布捲揚器，導入遠端控制，做到即使在國外也可隔海操控，省工又省人力。

今年1月24日，100頭臺灣原生種平埔黑豬，終於從臺灣運抵香港。這是1997年臺灣口蹄疫爆發至今，第一次的黑豬活體外銷。

看著一車一車，昂立於木箱上，健康黝黑的豬隻們，春發成牧場主人李榮春難掩內心激動。因為這些豬隻，是李榮春與臺大動物科技系研究團隊，經過長期研究合作，透過基因逐代篩選與監控，而終於找到的臺灣原生種平埔黑豬，這條純化育種，並且成功外銷的道路，李榮春一走就是8年。

過去為科技賣命，賠上健康

在此之前，李榮春還是國內電子大廠中階主管，每天過著關在廠內、24小時不分日

夜生活，龐大工作壓力讓李榮春身體逐漸出狀況，健康二字，成了諷刺。

再加上2008年金融風暴後，緊接著無薪假風潮，迫使李榮春不得不思考轉換人生跑道。正好當時政府鼓勵青年返鄉從農，李榮春從中得到許多啟發，認為是最好的投入時機，未來智能化導入，勢必翻轉臺灣農業。

跨足農業後，李榮春每天日出而做、日落而息，生活自主，健康紅字大量減少，更重要的是，他懷抱著一份「將農業科技化」的夢想而來，在夢想面前，汗水也沁著甘甜。

他運用電子科技專業，以大數據進行各項趨勢分析研究，可精準預估每一季的豬隻育成率，養豬養到成立一間研發室。正因為李榮春有記錄分析的習慣，獲得與臺大研究團隊的合作機會。經由數據分析、基因篩選，



找出平埔黑豬的種原，進而培育出臺灣最古老的黑豬，口感更細緻香甜，讓李榮春因此獲選為全國百大青農，收入也大幅改善。

現在為農業導入科技， 提升生活品質

牧場發展步入正軌後，李榮春開始逐步實踐夢想，將農業科技化。「農工缺乏，是當前最大困境，唯有將農業科技化才能達到省工省力，進而幫助產業升級。」就拿用來為豬隻們擋風遮雨的帆布簾來說，天冷了，帆布要放下，天熱了，帆布要收起，出太陽要升起，下大雨又要降下，才能做好飼養環境的通風管理，提高豬隻育成率。

然而，調控帆布升降的傳統機械式的捲揚器，操作時需大量人力配合，且費時耗力，收放帆布每次約 1 小時，每天得來個 4 到 5 次，有時半夜下起大雨，睡得再熟也得立刻趕赴牧場放帆布。

生活完全被一個捲揚器綁住，實在有違李榮春的創業初衷，於是他決定改造傳統型捲揚器，改由電動收放以減少人力需求，進而導入遠端控制，將捲揚器連接互聯網，藉由資通訊設備從遠端控制捲揚器開關，做到即使在國外也可隔海操控。

資源挹注下展開跨域合作的腳步

李榮春表示，這項創新研究不僅獲得農委會科技處提供研發經費補助，更透過輔導團隊翊瑋科技股份有限公司的經驗，將各種外部資訊導入，以豐富李榮春的研發內容，「雖然以一個研發者的角度來看，我知道要怎麼做；但我更需要蒐集各種不同的角度與

專業想法，才能不斷修正，使產品符合各種需求。」

雖然笑說自己是科技宅男，但他特別感謝輔導團隊，因為他們如一群穿梭於產業界的小蜜蜂，適時引進各種跨領域合作的機會。經由中衛發展中心推薦，李榮春參加了由農委會與臺大合作辦理的科技農企業經營管理菁英班，結識各方業者菁英，也在經營管理技術上得到許多開啟。

未來希望能夠隨著環境氣候變化，自動偵測感應，連人力遙控也省去了，做到真正的智能化，跨出臺灣農業科技化的一大步。

好牧檔案

春發成實業有限公司

電話：08-7338787

地址：屏東市明正里天津街 1-1 號

營業項目：畜牧

成立於 2016 年，前身為春發成畜牧場，所養的平埔黑豬豬種，經基因選種後，種豬外貌特徵有其一致性，肉質經臺畜公司屠體評比具有獨特性，並於 2018 年成功將 100 頭活體臺灣原生種平埔黑豬外銷香港。



- 浣良食品股份有限公司 -

產業共好，攜手鴨農開發老鴨湯煲



冰冰涼涼的皮蛋豆腐、中式早餐必備的鹹蛋…，消費者在便利商店看到的這些優質鴨蛋產品，很大一部份都來自屏東縣新園鄉的浣良食品。

浣良食品總經理歐陵合家裡世代養鴨，從 1908 年祖父小規模飼養一、兩百隻鴨，撿拾鴨蛋去市場販賣貼補家用開始，浣良食品創立於在 1965 年，歷經三代齊心努力，已擁有專業蛋品加工技術，除了的松花皮蛋、鹹蛋之外，還開發出創新口味酒蒸香蛋、三色蛋。

浣良除了自有養殖場約養 8 萬隻鴨的規模外，也和外部 32 家契約養鴨場合作，一年總生產鴨蛋數超過 5,000 萬顆。

產業痛點： 老鴨行情差，影響加工蛋品質

從基層鴨農起家，浣良食品副總經理歐芳榮深知，食品加工廠的命運與鴨蛋品質緊

緊相連。而老鴨價格穩定度不佳，一直是浣良試圖解決的問題。理論上，鴨隻產蛋達兩年後效率逐步衰退，就應淘汰宰殺出售。但由於臺灣人沒有吃老鴨的習慣，一隻老鴨市價只有 10-25 元。

「淘汰鴨的價格低，鴨農養殖成本降不下來，捨不得賣，只好一直讓牠下蛋。」歐芳榮說，老鴨不但產蛋效率差、蛋殼也較薄、易碎，鴨的產蛋量低，間接提高加工廠生產成本。

加上近年中國業者曾大量來臺收購老鴨，一度祭出每隻 70-85 元的高價，鴨農看價格好、將還不需退役的鴨子也宰殺出售，鴨蛋發生短缺現象，讓浣良求購無門。等到收購風潮一過，價格又再度跌到原點。

「這個市場很小，我們一直以來都跟



鴨農很有默契，讓大家可以一起共好。」老鴨在中國西南沿海確實是料理熱門食材，具備一定市場價值，他心想，如果能突破只侷限在餐廳採購的困境，讓老鴨市價回升到讓鴨農有穩定獲利、自然會願意按時淘汰老鴨，泓良也能採購到優質的鴨蛋，達到雙贏局面。

市場突破點： 老鴨湯煲打開新市場

2017年起，泓良參加農委會科技處科技農企業輔導計畫，在財團法人食品工業發展研究所協助下，把生物加工技術應用在老鴨上。

將淘汰老鴨調理出酸菜、白胡椒、十全與蒜頭共四種口味，突破民眾以往只在冬天吃薑母鴨的習慣，將鴨肉塑造成一年四季都適合食用的食材。

歐芳榮說，他到各大通路買了鴨湯調理包來分析、擬定自己的市場定位，幾經努力後，才讓老鴨湯煲兼具美味與品質。而在2018年的臺北食品展上，泓良的攤位吸引許多消費者品嚐老鴨湯煲的味道，獲得高度讚賞，並擄獲澳洲客戶更以近200萬元的訂單來表示支持。

以多元產品踏上國際舞台

歐芳榮說，澳洲這張訂單具有指標性意義，泓良數十年來將臺灣鴨蛋外銷至16個國家，以MIT形象建立起各國信任的橋樑，這次開發老鴨湯煲新產品線，又有國家級禽蛋研究所單位來合作研發當靠山，自然能打動客戶的心。

在泓良的努力下，臺灣老鴨價格已從10元回升至30元，未來老鴨湯煲大量產後，可望穩定回升至45元左右。老鴨湯煲的成本價約280至300元，未來外銷澳洲，約可賣到400元左右的價格。而泓良的產品除了在各大通路舉行販售外，也將積極參與國際食品展持續拓展外銷之路。

透過多元創新計畫將淘汰老鴨，經由食品研究所的指導與泓良食品公司合作共同開發出附加價值且美味的老鴨湯煲，期望藉由產官學的合作，讓臺灣的加工蛋品及家禽產業行銷於國內外，讓臺灣品牌形象在國際間發光發熱。

好牧檔案

泓良食品股份有限公司

電話：08-8691939

地址：屏東縣新園鄉新園村媽祖三巷175號

網址：www.hornliang.com.tw/

三代養鵝的泓良，數十年來將臺灣鴨蛋外銷至16個國家，以MIT形象建立品牌，並積極開發老鴨湯煲新產品線，進軍國際。



- 嘉振企業有限公司 -

以區塊鏈技術 讓世界看見臺灣好芝麻



透過區塊鏈技術為藥檢證書建構數位系統，讓芝麻先生能製作出具防偽可驗證功能的數位證書，一方面便利消費者查詢，另一方面減少證書遺失困擾，更有助於製作合約智能化的腳步。

距離臺南市佳里區車程十分鐘處，一望無際的白色花海迎風搖曳，這片花海是白色芝麻花，而這裡是全臺種植芝麻的大本營。

守護老農心血， 讓年輕世代看見希望

身為芝麻農的孩子，對嘉振企業有限公司總經理陳玉振來說，白色芝麻花海是他成長過程裡最熟悉的景象。臺灣種植芝麻的歷史可追溯至日治時期，當時為解決缺乏油料，日本人鼓勵農民種植芝麻以供應用油，目前臺南西港一帶種植面積更是居全臺之冠。

因獨特地形與地域性等因素，芝麻從播種到收割皆需細心照顧，無法利用大型機器，

完全靠手工採收，更顯珍貴。然而當食安風暴襲捲全臺，重創消費者對油品的信心，不忍這些將春青奉獻在芝麻田的長輩們一生心血消逝，也希望年輕世代更了解芝麻，看得到臺灣農業的契機，陳玉振創立「芝麻先生」品牌與消費者溝通。

看出好產品也需好法寶

由於「芝麻先生」堅持使用臺南本地芝麻，與西港、佳里當地芝麻栽植戶採契作模式合作，藉由與農民互信合作，確保每次生產品質，從原料階段就嚴格把關。陳玉振對臺灣芝麻深具信心，然而進口芝麻以九成以上的市占率強龍壓境，讓消費者根本無從辨



別。因此，檢驗證書或產地履歷，就成為品牌價值與市場區隔的重要依據。

不過，在過程中，陳玉振也發現：首先是原料安全性檢驗證書真實性，坊間多家食安檢測單位的報告樣式不一，檢索頁面繁複，證書主機有資料被竄改刪除的風險；其次則是契作合約管理，紙本形式保存不易。

為解決藥檢證書可能偽造問題與查驗問題，芝麻先生亦在南臺科技大學資工系輔導協助下，設計了一套基於區塊鏈技術的數位證書系統。陳玉振說，「芝麻先生」是產地農民與市場消費者間的橋樑，期望這套系統可望帶來良性溝通渠道。

數位化、智能化，公信看得到

南臺科技大學資工系李南逸教授表示，透過區塊鏈分散式儲存之不可竄改特性，可製作出具防偽可驗證功能的數位證書，透過手機掃描或網站查詢，即可驗證紙本證書真偽。除提高紙本證書可信度，系統亦將紙本證書電子化，減少證書遺失困擾。契作合約亦將進行智能化，透過數位簽章，讓雙方在雲端平臺上進行合約內容溝通與簽署，減少紙本往來耗時易出錯的風險。

而這樣數位證書系統技術，也對「芝麻先生」、契作戶、消費者及銀行等帶來多方面利多，不僅確保購買芝麻品質無虞，也讓「芝麻先生」品牌價值更穩固，並使得芝麻農戶無後顧之憂，專注於生產優質農產品。

市場區隔，增值利用，美味吃得到

因為堅信食用安心絕對優先於獲利之

前，陳玉振與在地農民合作，芝麻收成直送工廠，運送時間短，比進口芝麻更加新鮮，加上以獨家技術低溫烘焙，完全保留芝麻香氣，吃了不燥熱上火，改善過去高溫烘焙冷藏芝麻，導致的火候過頭的問題。

此外，芝麻先生更與學術機構配合開發出芝麻胜肽系列保健品。陳玉振說：「品質是消費者在吃的。」消費者們的熱烈回應也讓他越來越有信心，只要嚴格控制品質，自然與坊間產品有所區隔，能獲得消費者對品牌的認同。陳玉振相信，「芝麻先生」會讓大家看見臺灣芝麻的好。

好農檔案

嘉振企業有限公司

電話：06-7225126

地址：臺南市佳里區博愛街 60 號

網址：www.mrsesame.com.tw/

營業項目：芝麻相關系列商品

芝麻先生以多元開發、提升產業價值為願景，期許成為在地農民與消費者的良性溝通橋樑。亦積極取得 ISO22000、HACCP、HALAL 認證等國際認證，佈局拓點東南亞市場。



- 科技農企業經營管理菁英班攜手合作 -

共學共好、跨界創新，擁抱新商機



為科技農企業挹注新活力、開拓新未來，農委會科技處積極輔導國內科技農企業及體系業者，透過科技農企業經營管理菁英班，幫助提升科技農企業的國際經營能量，更提供業者跨界合作，以創新思維一同掌握新商機。



當百年老茶遇上百大青農，會激盪出哪些火花呢？南投百年茶品牌「百二歲」和花蓮在地有機農友徐張榮域，在農委會科技處的鼓勵下，跨越了中央山脈的阻隔，以創新跨界合作，讓臺灣在地茶與農產品有機會躍登國際舞台。

百年茶品牌的創新之道

傳承茶事業超過百年時光，「百二歲」過去曾是臺灣飲料大廠的供應商。伴隨著經濟變遷與進口茶競爭，早在父親那一代就積極轉型經營民宿、餐廳與茶事體驗，百二歲總經理李鎮嶺娓娓道來品牌歷程。

李鎮嶺說：「為了充分掌握市場需求，我們在台北西門紅樓與台中歌劇院都設有據點，以茶文化為核心，推出各種茶商品。」百二歲的產品除了茶葉外，還有冰淇淋、茶

糖、茶皂、茶籽油、抹茶麵線、抹茶鹽等。

懷抱著讓老品牌注入更多創新活力的思維，李鎮嶺在中衛發展中心的建議下，進入「107年科技農企業經營管理菁英班」，學習創新經營管理。

李鎮嶺笑說：「重回校園不僅讓我梳理知識，最重要的是遇見在農業領域志同道合的好同學。」他和在花蓮用心投入有機耕作的百大青農徐張榮域、張詠婷夫妻，不僅結下同窗情誼，更搭起了未來跨界合作的橋樑。

從生產者轉型農企業的挑戰

曾獲得百大青農肯定的徐張榮域，多年來用心投入有機農業，同時和妻子張詠婷一起經營「Play 有機地」，推動兼具自然、農業、休閒、人文藝術的農業體驗活動。



「過去我們是單純的生產者，現今面臨的挑戰是轉型為農企業，直接面對一般消費者，因此決定先把重點放在產品品質與客戶端服務，建立起良好的品牌印象。」負責對外溝通的張詠婷，不斷透過學習整合知識與經驗，積極建立品牌形象、創新通路，努力讓在地好食材被更多人看見。

面對市場的變動與挑戰，想追求永續經營必須有更長遠的目光，「除了專注產品品質，合作與共享也是不可或缺的一環。」張詠婷歸納了在科技農企業經營管理菁英班的所學，積極開啟了和百二歲的合作。

跨界開發新茶飲， 合作開啟新視野

偶然機緣下李鎮嶺在海外食品展上推出了一款結合茶與臺灣在地水果的新組合，卻出乎意外大受歡迎，讓他更有信心，既然在地水果可以，更具養生概念的有機安全農產品也能和茶碰撞出新滋味。

因此，他開始和同學張詠婷討論，將農場裡的熱門商品玉米筍鬚拿來和茶葉一起做實驗，攜手開發新產品，希望結合臺灣有機農產與茶飲的商品，站上國際舞台。

山頂壯圓用心跨界，創意成金

過往幾屆科技農企業經營管理菁英班的學員們也有成功跨界的案例，曾獲選百大青農的陳昀鎂傳承三代農業技藝，在臺南東山堅持以土窯柴燒龍眼乾，打下「山頂壯圓」的口碑。好學的她不但一邊打理家業，還一邊攻讀農業研究所，105年更參與科技農企業經營管

理菁英班，積極掌握農業趨勢。

「對農民來說，種植或推出新產品不難，最大的挑戰是如何把創意變成金。」陳昀鎂分享觀察。她也積極展開多元跨界的腳步，推出了深受市場歡迎的熱銷商品。

賣到誠品商場通路的桂圓地瓜酥，就是她和同學施英傑的得意之作，選用臺灣57號黃肉地瓜、搭配柴燒龍眼肉，以濃濃的桂圓香氣和裹上黑糖的地瓜，擄獲消費者的的心。

還有以柴燒方式烘玉荷包乾，也是陳昀鎂和同學芳境合作社的許倫肇攜手推出的熱銷產品，為農產品創造最佳價值，也提升農企業的獲利。

愈來愈多跨界創新的科技農企業故事，持續打造典範，為農業科技化、躍升國際注入更豐沛的動能。

關於科技農企業經營管理菁英班

由農委會委託中衛發展中心和臺灣大學共同主辦的科技農企業經營管理菁英班，為了強化農企業自主運作能力，提供國內農企業的經營管理人才理論與實務兼具的專業訓練課程，期望達成提升農企業國際經營能量及扶育農企業發展的目標。每兩年招生一次、今年已堂堂邁入第七屆的菁英班，總共培訓出306位農企業中高階管理人員，過往受訓學員更自發性成立2個全國性農企業協會。學員間透過交流，建立產業人脈，共同合作創造商機。

科技農企業資源

為發揮農業厚實的技術能量，引領科技農企業藉由創新提升附加價值，農委會提供科技農企業多項計畫資源，期協助業界改善技術研發與經營管理能力，提升產業競爭優勢，促進農業升級與發展。

綜合性	科技農企業諮詢服務中心 凡於農業技術移轉、產學合作、農業技術研發、創業創新、經營管理及財務融通等方面有諮詢需求，皆可透過此單一服務窗口申請。	科技農企業諮詢服務中心 http://agr-consulting.atri.org.tw 諮詢服務專線 0800-776-009
技術資源	農業科技產學合作計畫 透過產學研合作，由技術提供者與使用者雙方互動，進行研發合作與技術移轉的共創方式，可補強業者創新研發能力，突破技術瓶頸，發揮綜合加乘的效益。	農業產學研計畫資訊交流平台 https://www.aiuc.org.tw
	農業科技研發成果加值服務 國內第一個整合性農業技術交易媒合平台	農業技術交易網 (TATM™) https://tatm.coa.gov.tw
	農業業界科專計畫 從事促進農業創新或研究發展，且屬於農產品創作事項以外之活動，並符合申請資格者得提出計畫書，所提計畫範圍以農委會業務執掌之產業技術為限。	農業科技專案計畫服務網 https://agtech.coa.gov.tw
輔導資源	科技農企業全球經營能量領航前導計畫 提供科技農企業輔導、人才培育課程 (科技農企業經營管理菁英班、農業跨領域國際人才培訓) 等資源，協助農企業強化經營管理能量，以提升農業營運效率及經營績效；辦理農業好點子創意競賽與科技農企業菁創獎，激發農業創新發展。	科技農企業資訊網 https://www.agribiz.tw
	農業創新育成中心 目前於畜產試驗所、農業試驗所、水產試驗所、林業試驗所及財團法人農業科技研究院設有創新育成中心。	行政院農委會創新育成中心 http://incubator-coa.nat.gov.tw/
資金融通	全國農業金庫 提供各類金融貸款服務，農民組織與農企業產銷經營及研發創新等貸款、專案農貸及青年農民貸款等服務。	全國農業金庫 http://www.agribank.com.tw 專案農貸專區 https://goo.gl/zm8YFS
新南向諮詢	農業新南向諮詢網 農業新南向單一窗口資訊服務平台，提供資金需求、投資資訊、技術支援及貿易資訊相關訊息。	農業新南向專案辦公室 https://agr-southbound.atri.org.tw