

從水社柳復育到臺灣農夫

沒有廣告、不靠行銷，秉持著敬天愛地的農法與思維，一個日月潭畔的小村落，以浮田試種的金針花海，帶來了20萬人潮，開創出2500萬元驚人的生態旅遊效益，一切的初衷，只為了找回人與土地間親密和諧的關係。



金針花·凌明裕

文、圖提供／王順瑜(臺灣農夫總經理)

水社柳復育園區

協同在地力量 用自然感動行銷

南投縣魚池鄉頭社村，曾經是日月潭最富庶的地區，因湖泊淤積的泥碳土地質，形成上層是土、下層是水的活盆地，這種又稱「浮地」的特殊地景和生態，成為日月潭邵族耕種漁獵、生生不息的棲息地。能夠讓浮地生態豐富，免於被破壞的幕後功臣，首推水社柳。這種台灣的特有植物水社柳，具有作為隔離帶的特質，最適合作為河川護岸固坡、水土保持的樹種。而在一次的研習中，保證責任南投縣日月潭農產運銷合作社的總經理王順瑜，意外發現從小看到大的水社柳，對於自然環境維護的偉大功能，因而萌生保護水社柳的想法，但這時卻發現，水社柳已經瀕臨絕種危機。

瀕臨絕種水社柳 斥資搶救護生態

鄰近王順瑜住家附近的一塊土地上，尚有碩果僅存的8棵水社柳(又稱黃金柳)老樹，但村



瀕臨絕種水社柳，斥資搶救護生態



民卻想要把老樹砍掉蓋水泥堤岸；為了「護樹」，手頭並不寬裕的王順瑜，咬緊牙根買下這輩子第一塊土地，進行水社柳的復育，身分也從獸醫變成農夫，並賦予水社柳「愛心樹」這可愛的名聲。如今，水社柳已經成功復育出40萬棵，王順瑜則開始構思，如何透過社區的交流，讓水社柳不但能發揮高度的經濟價值，也達到生態社會的使命。

看到大自然驚奇的自癒能力，促成王順瑜在2008年籌組「日月潭農產運銷合作社」，創設「日月潭永續生態農漁產業教育園區」，以社會企業為藍圖，而非以營利為目的。同時，也以符合台灣土地精神象徵的「臺灣農夫」為品牌，希望達到崇天敬土，讓大地回歸自然生養，農漁永續發展的使命。目前合作社員工共有15人，加上多元就業方案的13人，已經創造了年營業額1,000萬元的收益。

金針花創奇蹟 美人心助社區

除了復育水社柳，合作社亦開始進行金針花的栽種，王順瑜說，這幾年東台灣開創的金針花觀光商機，讓很多人以為金針花是栽種在山上的，其實，只要「適地適性」，金針花非常容易栽種，哪裡都可以存活。

遵循先人的腳步，「全國唯一會跳曼波舞的金針花海」重現日月潭畔，伴隨媒體的報導，日月潭頭社的金針花海，創下2011年Google搜尋高達1,200多萬筆的紀錄。一個人口只有300多人的小村莊、僅1.5公頃的金針花海，一天就湧入上萬人，為期2個月的花期，吸引了超過20萬人次的到訪；周邊農特產品，不論賣得出去的、賣不出去的、長年滯銷的，全部銷售一空。沒有任何行銷，這個金針花奇蹟所帶來的直接收益就有新台幣600萬元，而學者也評估，其觀光效益更高達2500萬元。

頭社特殊的地質特性，也造就出魚池鄉金針花的另一個不同凡響。一般地區栽種的金針花白色根莖，由於含水性不高，質地粗糙、不易入口，所以很少人採收販賣；而魚池的金針花根莖質地細嫩、還可生吃，於是，王順瑜取了個美麗的名字美人心。花美，人心更美。

「美人心」一年多生，3個月採收一次，一

年可採收4次，因為採收金針花必須完全仰賴手工，剛好足以消耗掉農村地區多餘的人工。王順瑜說，農村地區隔代教養情形相當普遍，若農村的婦女無法正常工作，也無法參加多元就業方案，只能倚靠打零工賺取微薄工資，勢必加重教養問題。而摘採金針花以件計酬，平均6小時可以賺取1000多元，遠比打零工的收入高，加上工時穩定，不僅化解了農村閒置人力的就業問題，更能維繫家庭教養的功能。這種經濟價值之外的社會功能，正是王順瑜逐步摸索出來的「臺灣農夫社區」所營造的新形態。

利益均享理念 執行力為關鍵

「臺灣農夫」摒除傳統拍賣市場「由市場決定價格」的做法，由合作社(農民)自行計算出合理價位，不讓市場變數影響農民生計；定價也不跟隨一般有機商品走高價格、高利潤策略，而是回歸平民化、選擇進入平價超市。

金針花海所帶來的經濟效應，並非王順瑜關切的重點，如何延續這份能量，才是社區農業的出路。王順瑜強調，農業不發展開來，促進就業往往淪落成補貼就業，進用時間一到，這些人還是沒有工作機會；另一方面，曇花一現的節慶式活動，也無法讓農漁業和生態得到永續發展。

金針花海



產業提升-轉移美人心栽種技術



美人心

王順瑜也不贊成現階段以「農夫市集」的方式，販售有機農產品。他說，農夫就是農夫，專注品質是重要的事，讓他們從生產者，三級跳去做行銷和文化創意，最後可能兩頭落空。如果清楚分工，讓中間商負責經銷，透明化的價格就可以達到利益均享的理念。他以金針花田為例，一分地的金針花田產值30萬元，扣除一公斤20元工資和原料成本，盈餘達新台幣20萬元。透明的計價、自然有機生產的誘因，合作社扣除成本後，每年有高達60%的盈餘，可以投入當地的生態復育、農村文化和環保等相關公益事業，不但能吸引更多遊客前來觀光、體驗農村生活，所形成的附加價值，遠非傳統農業可以達到的境界。

一旦農業、經濟、生態、人文的循環圈出現，就能吸引公益資金的挹注，進行第二輪的循環，發揮在地文化特質，促進地方經濟發展，同時再將資金回流至最初推動的生態復育工作。這樣才能逐步改變現有農村經營型態。如此創新的概念，王順瑜套用蘋果創辦人賈伯斯的話：「創新沒什麼，最重要的成功關鍵就是在於執行力。」

生態永續雙贏 真正活博物館

目前全球已有1億以上的人吃過「臺灣農夫」的產品，無毒生態的健康農產品遍及海內

外。王順瑜強調，只要少噴1罐農藥，就會多出1隻青蛙，農產品就可以多賣5塊錢。他驕傲地說：「推動社會企業最迷人之處，就在於它所創造出的價值，是讓居民及自然共享的生態，而不是商業體系的唯利是圖，且利益由企業主自己獨享。」

透過日月潭永續生態農漁產業教育園區作為平台，幫助農漁民走入市場，串連農特產加工、販售、餐廳、飯店民宿、休閒農業等業者，以文創產業為價值鏈形成策略聯盟，共同發展地方特色產業。從2008年開始執行，截至2011年止，串連的業者共增加了45家；而以「臺灣農夫」為名的伴手禮市場，至2011年上半年止，總產值高達212萬元。王順瑜說，他的行銷方式不「推」只「拉」，把在地志同道合有理念的人統統拉進來，相互幫忙就對了。

現在，日月潭特有的水社柳已經大量復育成功；而瀕臨絕種的奇力魚也已建立出繁殖模式，創造每年100萬元的產值；當棲地復育後，澤蟹回來了，螢火蟲回來了，人也跟著回到了農村，昔日富麗農村的景象彷彿再現。接著，王順瑜還要讓蓴菜和芡實，這兩樣日月潭流失已久的農作物重現江湖，讓日月潭變成一座真正「活的」博物館。

台灣土生土長的永續生態社會經濟模組

日月潭永續生態農漁產業教育園區冀望結合自然生態、農業、文化等多個功能為基礎，強化永續社區實質內涵，進一步探討當地永續社區。從生活的基本單元-「社區」尺度為起點，重新思考人與自然、人與人、人與文化間之關係，將生態價值實踐於生活中。

而教育園區以生態博物館的概念規劃。生態博物館的範圍可大可小，可以是一座城市、一座社區、一個村，只要是代表著一個完整的特有地方文化區域，就是生態博物館的範圍，只要是在這個地域內的範疇，無論自然環境、

產業、居民、建築、動植物...等，都是生態博物館所涵蓋的。藉由生態博物館概念之下，希望將地域本身的自然生態及地方文化資源視為博物館主體，落實生態教育理念，並且串連地域內居民參與其中，達到生態、生活、生產之平衡。透過生態產業、適地適種和社會經濟金三角的組合，王順瑜重拾農夫失落的優雅，這位笑容開懷的臺灣農夫，深切體認到不管做任何行業，千萬不要忘記最初的感動；只要有心，全世界的人都會卯起來幫忙！



臺灣農夫是一種志業

「臺灣農夫」的品牌創造於2004年，之所以要創立品牌，並非單單著眼於品牌行銷的經濟效益，來保證產品的品質，讓消費者降低購買風險而已，而是嘗試在全球暖化、糧食危機中，走出一條屬於台灣從事農業生產者的一條新道路。而這一條選擇品牌的道路卻是由許多小農彼此間的合作開始。

成立之初，即逢辛樂克、梅姬及莫拉克等重大風災對農漁產業甚至全民造成嚴重的生命財產傷害，基於農漁產業是連繫土地環境最為密切的人類活動，遂引發本社探索農漁產業在這塊土地上最根本的問題，努力解決目前的農漁發展困境，並期望創建與發展一個以保護生態環境、維護農漁村文化及產業發展的永續經營新模式。從97年開始租用頭社盆地荒廢的農地進行原生種動植物的復育，並對農村社區做基礎的文史與農漁民需求調查，做為後續行動方案的基礎。而為推動落實政府部門政策並協助農漁業者調整產業結構，積極整合既有農漁民，朝向組織化經營，我們設立共同生產運銷方式，朝國際市場進軍，促使產業國際化，以達到農漁村經濟之永續發展。為未來農漁產業結合自然生態保育及觀光休憩，從事生態健康休閒活動，推廣農漁村特色文化，並企劃促銷活動，讓產銷更順暢，提供社會大眾優質的生態健康農漁產業新象，因此在南投縣政府及有關單位輔導下，「保證責任南投縣日月潭農產運銷合作社」於民國97年4月15日成立。

