

綠竹筍行銷經營—五股區御史坑為例

劉玉媛 經理

有限責任新北市五股區御承農產生產合作社

摘 要

北部地區綠竹筍種植大致分布在台北市士林、新北市三峽、深坑、新店、平溪、五股、桃園市復興、三民、基隆市瑪陵……其中具最適合種植綠竹筍火山砂質壤土的觀音山，約只有五分之一面積在五股區，但主要休憩觀光區域位置在五股，也因此成就了五股生產優質觀音山綠竹筍的名聲。近年因連續乾旱及從業人口老化，種植面積由十年前的 550 公頃縮小至今日的 521 公頃，年總產量減少 160 公噸。如何在種植、保鮮、銷售、配送、加工、提高經濟價值、增加收入，成了五股地區筍農朋友共同面臨的課題。

前 言

御史坑位於新北市五股區成泰里的三十三鄰、三十四鄰，泛指旗竿湖與河溝兩個當地地名，為林口台地特定區裡的農業保護區，也屬五股區都市計畫區(圖 1)。成緩坡上升地形，全區面積約 185 公頃，農耕用地約 140 公頃，年產綠竹筍約 770.42 公噸。由五股區主要縱貫道路成泰路，西北向連接御史路，自御史路上行進入，眼前即映入整片綠竹搖曳風貌。最西北高處連接觀音山風景區，即使以五股區行政中心來看御史坑，社區仍位於邊陲，卻是五股綠竹筍生產種植最集中的地區，今天就以近年五股區御史坑綠竹筍行銷經營發展為分享主題。

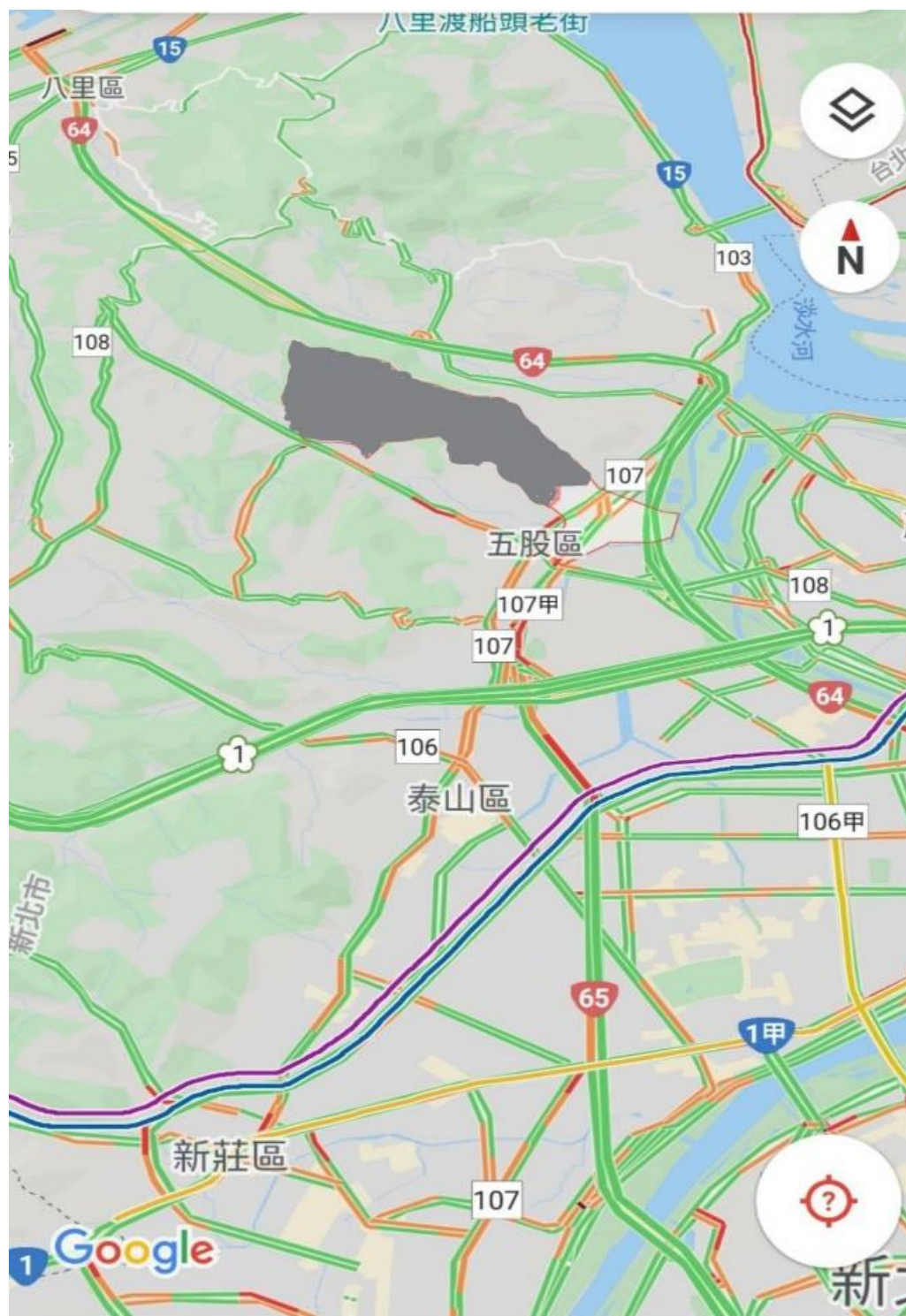


圖 1. 御史坑位於五股區，屬觀音山五個坑谷中其中之一。

御史坑綠竹筍行銷發展概況

御史坑地區所生產綠竹筍同享觀音山筍盛名，但位置不在觀音山風景區內，無法像觀音坑裡的筍農，可以在風景區主要道路旁擺攤販賣(圖 2)，也無法就近交售給觀音山風景區裡的土雞城。筍農絕大部分仍自產自銷，銷售通路以傳統市場擺攤銷售為大宗。少數筍農努力建構網路銷售平台，透過網路接单宅配到貨的方式，設法擺脫傳統蹲點市場販售的困境。新北市五股區農業旅遊發展協會於 98 年進入御史坑地區，帶領當地居民接受水土保持局農村再生計畫，透過培根課程及跨域計畫(圖 3)，敦請桃園農業改良場多位研究員，針對種植精進、病蟲害防治、冷鏈保鮮等技術給予指導。協會幹部與居民、筍農積極尋求更多元、具效益的銷售方式。103 年及 104 年共獲得專案補助 4 公頃無病毒綠竹竹苗種植，輔導改善竹株感染嵌紋症的問題(圖 4)。



圖 2. 通往觀音山風景區主要道路旁擺攤的在地筍農



圖 3. 103 年經由水保局跨域計畫由桃園區農業改良場指導改種無病毒竹株

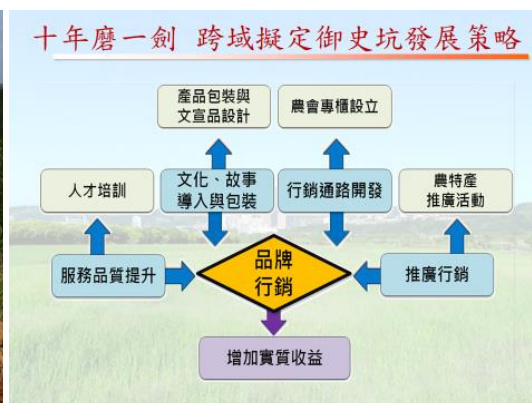


圖 4. 導入產業輔導御史坑發展策略

在尋求與社會大環境改變接軌的過程中，曾試圖建立社區品牌，透過輔導團隊協助擬定產業發展策略，也在思考多元行銷的討論中觸發地產地銷的想法。因此於 103 年由協會幹部邀社區居民集資 420 萬，共同經營旗竿湖農場餐廳。之後出資股東成員雖有變異，但對御史坑的綠竹筍產業仍扮演非常大的助益角色。近年夏天綠竹筍產期時餐廳生意興隆，為「地產地銷」這項農產銷售觀念做了最佳演繹(圖 5~7)！



圖 5. 旗竿湖農場餐廳變身前的樣貌



圖 6. 由荒煙漫漫中改建的旗竿湖農場餐廳



圖 7. 農村再生執行計畫建置的產業意象

105 年當地幾位筍農為使社區產業產銷發展，能夠跳脫長期單打獨鬥的困境，擺脫在傳統市場販賣宿命，組織「有限責任新北市五股區御承農產生產合作社」，期望藉由合作社之成立，集結社員共同資源與力量，使產業動力獲得加乘作用，讓區內生產之各種農產品獲得更完整的生產技術與銷售通路管道，活絡並提升社區產業競爭力(圖 8)。



圖 8. 御承合作社成立後採取小步邁進、穩扎穩打的經營策略

合作社的成立與經營銷售方式，正好補足主功能為地產地銷的旗竿湖農場餐廳的未竟之業。試圖在觀音山綠竹筍的既有綠竹筍品牌印象中，另創立品牌「玉竹筍」，以「其質如玉」強調合作社社員所種植綠竹筍的高品質與細緻度(圖 9)。



圖 9. 御承夥伴將合作社定位在開創御史坑綠竹筍產業新契機的角色使命，所以成立初始，用了許多心力建構品牌形象、視覺設計、包裝製作。

御承合作社的銷售經營主打高端消費者與高檔餐廳，除了與數家電商平台合作之外，另與數家高檔、連鎖、米其林星級主廚的無菜單料理餐廳建立穩定供應關係，議定每年綠竹筍產期，以全產季固定高於市場價格之售價低溫配送至餐廳(圖 10)。合作社採取以質議價的方式，盡力讓北台灣的綠竹筍產業，得以跟南部大面積種植的綠竹筍做區隔，以高價位增加總收入。

合作社三大核心精神確定社員共同努力拚搏的成果：

1. 帶領筍農脫離傳統市場的銷售困境。
2. 提升玉竹筍品質友善土地無毒耕作。
3. 優質農產品的合理價格由農民訂定。



圖 10. 每年固定銷售的餐廳業者，由日籍行政主廚帶隊前來實際了解、體驗御承合作社綠竹筍的種植管理

御史坑綠竹筍產業未來展望

近年澇旱兩極氣候愈形明顯，直接衝擊綠竹筍的收成，加上民眾自煮習慣漸漸改變，生鮮綠竹筍在傳統市場的銷售也愈形困難。綠竹筍的加工研發成為必須立即面對的課題，合作社與部分當地筍農透過政府相關輔導計畫的協助，除了真空包也研發完成相關休閒食品，計畫於明年可量產上市。一級農產邁向二級、三級產業刻不容緩，如何在綠竹筍產業的銷售戰場，拚搏出一條永續生路，其實不僅僅是御史坑地區筍農朋友的課題，更是未來整合觀音山綠竹筍區域發展的重要議題！期盼在行政院農委會、水土保持局、市政府農業局、桃園農業改良場所提供的技術、通路、行銷輔導協助下，地方創生不致流於政策口號，確實吸引青年回農、留農，御史坑地區的綠竹筍產業，能在溫潤土地上年年豐收、日日完售！