

型農本色

Vol.49

SUMMER 2025
夏季號

新一代

物產加工應援隊



跨界推薦

高雄 147 米香創生行動

農創上下游

綢荔香甜的美好提案

食路小旅行

我和貴妃有個約

從實驗者到應援隊：新世代型農的共好進行式

過去，農業技術藏在田裡；但現在，高雄新世代型農不再獨善其身。他們從自家品牌做起，一步步把成功經驗分享出去。從生技應用到美感餐桌，甚至借鏡太空科技，為農產品找出更多可能，並協助其他農友開發產品、解決問題、提升價值，成為農業現場的「應援隊」。這不只是一場關於硬技術的革新，更是一種願意陪伴大家一起前進的溫柔堅持。

翻開本期，感受果香味迷人的高雄夏天，我們領路走進荔枝的故鄉——旗山區南勝社區，展開一場風土小旅行，從果園現場到餐桌呈現，串起土地與人情的連結；同時也邀請熟悉歐陸菜系的主廚，以夏季物產為靈感設計創意料理，訴說餐桌與土地的親密關係。

從一口料理到一場對話，《型農本色》邀請你共同感受這片土地，在創新背後的「共好」精神，比盛夏更熱情、更熱血。

目錄

01

封面故事——Cover Story

新一代 物產加工應援隊

02 採擷生技與食品經驗 為農業創意嗡嗡授粉

04 常溫甜點融合物產 助力農產行銷

06 太空技術加持 施展神祕果魔力

08 品嘗果與蜜的天堂



10

跨界推薦——People

高雄 147 米香創生行動

12

綠餐新食力——Yami Cook

感受土地的熱情款待 Newly 餐廳
大廚教你吃當季：歐陸菜的誘惑甜香

18

農創上下游——Factory

絢荔香甜的美好提案

20

農業風向球——Global Eye

品牌不只是包裝 更是一種整合能力

23

新農閱事——Reading

調理財務健康 農企人必讀綠皮書

24

食路小旅行——Travel

我和貴妃有個約 漫遊旗山嶺口荔枝村

物產加工應援隊

突破水果加工的限制，新一代青農「技術力」超常發揮，橫跨飲食、生技、太空技術，
從零開始學習並成長之外，他們不獨自升級，更有強烈的團結意識，
協力農友開發產品，成為高雄農業躍進的最強應援隊！

企劃、編輯、文字／李佳芳 攝影／王士豪



01

吳暄喬

蜂巢氏 Mr. Honeycomb

打破傳統產銷制度，引進新技術為蜂農代工頂級膠囊產品，成為農業、食品、生技三方的媒合者。



02

劉上銘

松鼠與魚甜點工作室

把產地旅行的感動攪入麵糊，施展高雄美好的滋味魔法，無形中促進物產行銷，化身舌尖上的感動。



03

蕭旦倫

好結果 Goodie Fruitie

為搶攻海外市場，引入「太空食品」技術開發新產品，成為保存高雄果物風味的神兵利器。

蜂巢氏 Mr. Honeycomb 吳暄喬

採擷生技與食品經驗 為農業創意嗡嗡授粉

1994 年吳銘昇承接「谷興養蜂場」，勤奮磨練養蜂技術入列神農，並且打破傳統產銷模式，轉身投入創立品牌「蜂巢氏」。如今，蜂巢氏在女兒吳暄喬的推動下躋身生技之列，成為高雄農業升級的最佳助力。



從飲料跨入生技 蜂產品開發再升級

來到大樹九曲里，蜂巢氏位在深巷裡，是一座通過 ISO 22000 與 HACCP 驗證的現代食品廠，第一眼即打破養蜂的傳統印象，揭示了這個品牌的與眾不同；而養蜂第三代的吳暄喬追隨父親的腳步，以擅長的行銷創意為農業注入新思維。

「一切故事的開始都要從這輛文創三輪車說起。」吳暄喬侃侃談起自己初涉養蜂時，對農務或管理並沒有太大興趣，為了「解悶」便跑市集做行銷，卻意外發現蜂蜜手搖飲很受青睞，引

來不少人排隊——這給了她一個點子，如果蜂蜜可以直接喝，豈不是方便又健康的美味。

於是，她把蜂產品再延伸，開發出可常溫保存 9 個月的飲料「蜂蜜檸檬水」與「荔枝鮮果飲」，使產品線更加貼近消費需求。至生技廠建成，她又努力考取專業證照，在蜂蜜飲裡添加保健成分，開發出「蜂王乳晶萃飲」、「膠原蛋白關鍵飲」，成功打入機能性飲品市場。

連起農業、食品、生技 成為跨領域的媒合者

「這原本是為了發展代工業務示範開發的產品，沒想到在團



Profile

吳暄喬

谷興養蜂場第三代。執掌蜂巢氏 Mr. Honeycomb 代工業務，跨足食品與生技兩大領域，為農友應援產品升級技術。





1 春夏之際蜜蜂活力旺盛，不停進出蜂箱工作。2 吳暄喬從「小蜂車」賣蜂蜜手搖飲得到啟發，而有開發常溫保存飲品的想法。（圖片提供／蜂巢氏） 3 承襲父親養蜂園的吳暄喬把蜂產品帶進生技領域。

我的產業升級眉角

為開發蜂產品，蜂巢氏導入發酵、破壁、凍乾粉等技術，克服冷藏、保鮮與物理限制，使蜂產品可以有粉末或是膠囊等不同型態，打開了加工的可運用性。



購與電商賣出成績。」從一罐五十五元的蜂蜜檸檬水升級到一小瓶便要一百五十元的膠原蛋白關鍵飲，吳暄喬成功示範了農產品如何結合食品與生技兩大題材，價值一翻數倍的成功之路。

有了成功的第一步，吳暄喬接著推動代工業務，定位蜂巢氏是生技、蜂農、果農的產品開發顧問，一方面利用超低溫真空凍晶乾燥技術，為蜂農代工頂級膠囊產品，另一方面則結合在地農產，為生技廠設計客製化產品，或是為農民去化格外品，解決鮮果滯銷問題，如同喻喻授粉的蜜蜂，成為農業、食品、生技三方的媒合者。

松鼠與魚甜點工作室 劉上銘

常溫甜點融合物產 助力農產行銷

沒有耕田的甜點師劉上銘是型農裡的特殊份子，他把產地旅行的感動攪入麵糊裡，做成美麗的蛋糕或甜點，使遠方的人也能品嚐來自高雄的美好滋味，無形中助力物產行銷。



我的產業升級眉角



在旅行或是探訪店家途中靈光一閃的點子除了要趕緊筆記下來之外，立刻動手驗證也很重要。「實驗精神」與「行動力」是開發新產品不可缺的動力。



1 劉上銘擅長烘焙之外，餐桌佈置美感也很傑出，經常受邀參與產地餐桌活動。2 結合食用花與果乾的蛋糕，是他的招牌作品。3 沾上3種巧克力醬的果乾棒棒糖，結合了小農產品，十分有特色。

出生在高雄漁村的劉上銘，因為熱愛料理及旅行，意外走上農業創業路。

一次旅行途中，他來到花蓮種植晚崙西亞甜橙的無毒果園，聽到農友談到注入心血培育的水果，只因賣相不佳便難以銷售。「我的水果雖然不漂亮，但是重要的是有內涵！」在這句話的觸動下，他立志為良心小農發聲。

從在自己的臉書上奮力寫文章推廣好食材，到嘗試運用自己的烘焙專長，把醃水果化為誘人的甜點，劉上銘透過市集銷售介紹，使人們撇除偏見，接納來自土地的真实味道。

用人見人愛的食物 打開農產品銷售之路

劉上銘認為，食物是文化交流最好的工具。「農產品只要經過加工便能克服保存限制，像是轉化為蛋糕、麵包、果醬等，便能克服許多限制，把高雄的美味輸送到海外國家。」

比如說，高雄觀光局應大

阪萬博熱度發起國際觀光推介會時，他便以在地山海物產為題材，開發常溫甜點：玫瑰荔枝瑪德蓮、蜜桃烏龍金鑽鳳梨酥、烏魚子爆米香、愛文芒果牛軋糖、香蕉巧克力核桃蛋糕，組成高雄風味禮盒，助力「舌尖上的外交」。

土地餐桌訴說文化 聯名農場玩水果創意

多年來，劉上銘養成戶外料理與美感餐桌的專業能力，使得他更進一步把餐桌搬到土地裡，用一席美味饗宴訴說在地文化的滋味。

劉上銘走入土地進行料理實驗，有時現地實作，傳授農民加工技術，有時也接受農友委託，協助代工處理季節鮮果，把香蕉加入麵糊，烤成美味的蛋糕或麵包，把芒果化為港式班戟（pancake），並與好結果、陽光果子、三本鮮莓園等農場合作玩味，使高雄果物變化出人意想不到的驚喜。

Profile

劉上銘 結合產地旅行與料理熱愛創立「Squirrel l&Fish 松鼠與魚」甜點工作室，矢志用食物分享如同 Free Hugs 的溫暖與美好。



好結果 Goodie Fruitie 蕭旦倫

太空技術加持 施展神祕果魔力

在水果攤上不見蹤跡的神祕果，一如它的名字那樣神祕，然而這小眾水果卻具有奇效，蕭旦倫為搶攻海外市場，引入「太空食品」技術開發新產品，卻成保存高雄果物風味的神兵利器。



保留神奇醣蛋白 開發獨家果脆食品

蕭旦倫解釋，神祕果之所以有神奇功效，因為果肉含有特殊

從園藝人士的賞玩需求出發，蕭旦倫的父親發展出神祕果育苗育種的副業，成了蕭旦倫步入農業的契機。他發現，那形似咖啡櫻桃的果實除了有「化為甜」的魔法，還有抗氧化、降血糖、降尿酸、助食慾的神效，在歐美國家被引用於醫學應用，是重要的健康聖品。看準海外潛力市場，蕭家父子於2007年成立「一鳴生技農園」，開創台灣少見的神祕果新事業。

為了克服鮮果銷售的困難，許多人嘗試把神祕果發酵果醋，但能保存的營養價值卻很有限。為此，蕭旦倫看中美國太空總署NASA用來生產「太空食品」的冷凍乾燥食品技術，投入資金建廠，開發全台獨一無二的「神祕果脆」新產品。

儘管如此，醣蛋白卻很容易發酵，採收後如果沒有立即冷藏，一下便會失去「魔力」。這也是為何市面上少見神祕果販售的原因。

的「醣蛋白」，可以轉化為對酸味的認知。也因此，在國外，神祕果常被當成天然甜味劑，用於治療糖尿病或是改善化療患者的味覺障礙。



Profile

蕭旦倫

畢業於嘉義大學生物電機工程學系，與父親共創一鳴生技農園，推動神祕果育苗育種延伸進入生技產業。





1 鮮紅欲滴的神祕果具有轉換味覺的神奇功效。2 神祕果採收後不易保鮮，蕭旦倫為克服產銷問題引進凍乾技術。3 神祕果採收需要人力，必須一顆一顆摘取。

我的產業升級眉角



所謂凍乾技術即是在真空低溫下脫去食材的水分，使食材可在外太空長時間保存，並且保留完整香氣、營養、纖維，最特別是泡水可以還原，栩栩如「鮮」。



**為高雄果物保鮮
克服海外行銷問題**

神祕果所開發的食品加工技術，在蕭旦倫的手裡成為保存高雄果物風味的神兵利器。他向在地生產者採購，開發出一系列芭樂、香蕉、草莓、玉荷包、蓮霧果脆，成立「好結果」品牌。並且，也展開聯名行動，開發特色農場專屬產品，像是「貓山王」的榴槤果脆。

此外，蕭旦倫應用果脆技術，使鮮果克服保存與運輸問題，甚至利用泡水還原的特質，協助農友開發產品，使高雄果物風味打破時空限制行銷到海外市場。

品嘗果與蜜的天堂

北回歸線以南的高雄淺山，有利於熱帶果樹生長，加上林下牧蜂經濟活躍，使得這裡如同「果」與「蜜」的天堂。青農們為物產添加神來一筆的創意，使得直接新鮮品嘗之外，多了份驚喜。

蜂蜜常溫飲品

分別榮獲比利時國際風味評鑑一星、二星獎章的「蜂蜜檸檬水」以及「荔枝鮮果飲」，原料使用蜂巢氏自有天然蜂蜜、屏東高品質檸檬原汁及高雄南勝社區荔枝，天然無添加，冰涼飲用更美味。

蜂蜜機能飲

添加保健營養成分，結合蜂產品開發的「蜂巢氏晶萃飲」、「元氣滿格飲」、「膠原蛋白關鍵飲」，用蜂蜜的自然甜味提升保健飲品的適口性，使身體在美味的感覺裡變得更好。



蜂王乳凍晶植物膠囊

克服蜂王乳必須低溫保存的問題，蜂巢氏以超低溫真空凍晶冷凍乾燥來保持蜂王漿的新鮮，開發「蜂王乳濃縮凍晶膠囊」，更加方便攜帶與食用，即使旅行帶出國也沒問題。



蜂巢氏 Mr.Honeycomb

地址／ 高雄市大樹區瓦厝街 89 巷 31 之 3 號

電話／ 07-652-5680



Squirre l&Fish 松鼠與魚

地址／高雄市彌陀區文安里文安路二巷 19 號

電話／0983-045-534



風味麵包

麵包是水果風味的良好載體，歐式麵包可以揉入果乾或是果粉，突破季節限制表現風味，而七葉蘭起司麵包示範結合香草作物，分享高雄的草本風味。



玫瑰荔枝瑪德蓮

把高雄本地產的乾燥玫瑰粉與荔枝乾烘烤為可常溫保存的瑪德蓮蛋糕，克服新鮮農產品出口檢疫問題，成為觀光局赴日交流的伴手禮。



鮮花果乾蛋糕

選用「小馬兒有機農場」、「草本玫瑰園」、「好結果」等高雄在地農場生產的食材，完成融合台灣茶、食用花、當季水果與果醬、果凍夾心的蛋糕，從視覺到味覺展現出豐富的季節感。

閩家團圓禮盒

芒果、鳳梨、美濃瓜、檸檬、蘋果、木瓜、火龍果、草莓、芭樂、香蕉等水果隨機組合8種口味，一盒提走高雄的四季果物風味，可以作為零食直接食用，或是加入穀片、沙拉、優格、飲品，亦可以沾巧克力或是糖漿，化為可口的「果乾棒棒糖」，成為餐桌的美味小點。



好結果 Goodie Fruitie

地址／高雄市燕巢區安招里安林四街 22 號

電話／07-822-2958

神祕果脆

利用太空食品技術保留神祕果素「醣蛋白」，利用味蕾轉化，使小孩或是老人家不排斥酸性水果，有助吸收維生素C。



調香師許智傑博士

高雄 147 米香創生行動

你有沒有想過，打開電鍋時竄出的米香，可以變成一種香氛？調香師許智傑以嗅覺為引，再現美濃 147 號香米，透過品牌 PAPILLON DOUX 使台灣的氣味一路從美濃飄進巴黎羅浮宮美妝展，成為一場從土地出發的香味創生實驗。

採訪／宋家瑜 照片提供／許智傑



「你的鼻子好像跟別人不一樣。」太太的提醒，讓許智傑發現：原來這些細緻的氣味差異，不是每個人都能察覺。

成為調香師之前，生物科學背景的許智傑曾任職食品研發，他從滋味走入氣味的世界，調香成了最自然的轉職選擇。

用米的香氣 來呵護煮飯的手

成立香氛品牌 PAPILLON DOUX 之初，許智傑決定要做出屬於台灣的味道，他把目光放回腳下土地，挖掘來自台灣農業的日常香氣，把這樣的想法，落實在一款以「高雄 147 號」香米為主氣味的護手霜上。

「米香是亞洲人生活裡最熟悉的氣味之一，但很少人會想到它能成為香氛的主角。」許智傑細膩地形容高雄 147 號的氣味，不只是芋香，還帶有一種無法具體描述的植物根莖味，像綠葉剛被揉碎後釋放出的香氣，「米煮好後，打開飯鍋的那一刻，蒸氣

裡會飄出像綠色葉片的味道。」他以甜香和茶香調作為基底，讓米香在肌膚上呈現出溫潤又自然的層次感。

比起香水或擴香，許智傑選擇調製護手霜，他認為米代表煮飯，煮飯會洗菜、洗碗，就有需要護手霜，希望從氣味到使用情境，讓一切回到最初對家的想像，透過嗅覺連結使用者感受打開電鍋那刻的蒸氣與香氣。

每一口呼吸 都是支持土地的力量

產品完成後，他與高雄市政府農業局、美濃區農會合作，一同參與法國巴黎的「Cosmetic 360」美妝展。會場上，他不但展示護手霜，也帶來147號香米，向世界介紹這款米的品種與文化背景。「我自己把它定調為香味創生，」他說，「用香味創造出一個機會，讓人重新看見在地的東西，也希望這樣能激起一些人對地方的認同感。」

「如果不知道怎麼幫助農



1調香師許智傑創造第一款以台灣米為主香調的護手霜。2高雄147號擁有獨特香氣，不只是芋香，還有像揉綠葉後的草本清香。（圖片提供／美濃區農會）3、4許智傑在巴黎「Cosmetic 360」美妝展介紹護手霜及美濃147號香米。

夫，那就多吃一口米飯吧。」他曾在日本看見這樣一句話。於是他想，若我們能多吸一口香氣，或許也能幫助地方多被看見一點。這是他對氣味的信仰，也是他願意持續走下去的理由。

許智傑的米香之旅尚未結束，下一步他已著手開發六龜山茶香氛，想讓茶的氣息也能以另一種形式被更多人記住。



PAPILLON DOUX
地址／台南市東區裕農路 520 號 3 樓
電話／06-208-9876



官網



Instagram

感受土地的熱情款待

致力於發揚綠餐精神的「Newly」餐廳，
在主廚簡忠賢的領軍之下，以跨越國界的義法料理手法，
融合高雄在地生產的蔬果、肉品、水產，
從美味料理到精緻甜點，都可嘗到土地的滋味。

文／李佳芳 攝影／王士豪



推開 Newly 大門，映入眼簾是舒爽的藍色調空間，作為甜點店的一樓空間裡，剛出爐的糕點把玻璃櫃裝飾得繽紛，走上二樓，一大面落地窗迎入搖曳的花旗木，使人忽然忘記方才街上的車水馬龍，這家餐廳的規模不大，乍看不起眼，卻以小而美的沉靜氣質，成為內行人指名到高雄必訪的綠色餐廳。

用料牽起產地與餐桌

Newly 的靈魂人物簡忠賢（阿賢師），出生於屏東市六塊厝，和 THOMAS CHIEN Restaurant 的簡天才主廚不只是同鄉，更是堂兄弟關係。年輕時，阿賢師唸的是化工，卻因為喜愛料理，隨著簡天才主廚一起到高雄，在他身旁工作二十多年，並先後在 Pasadena 以及 LA ONE Cafe 等餐廳歷練，奠定扎實的法式料理技術。直到兩年前，他才成立自己的餐廳，可以更加自由地揮灑料理創意。

為深入理解風味，阿賢師也在簡天才的影響下，多次下鄉拜

訪產地，對於技術與食材的掌握熟稔，使他應用高雄在地食材創作料理信手捻來毫不費力。以拿手的手桿義大利麵為例，墨魚義大利麵（Nero di seppia）使用新鮮捕撈的墨魚取出墨魚汁，再混合杜蘭小麥粉揉製，那滋味有別於市售麵條，具有十分新鮮的海味。

發揮食材的原本美味

饕客來此用餐，彷彿到南部人家作客，等待餐點上桌時，便先送來開胃小點，烤玉米筍佐香甜玉米醬，豬肉泥與小酸瓜、巴西里麵包，有時阿賢師得空，還會不預期送上洋蔥醬布里歐麵包等驚喜，讓饕客感受到主廚的熱情款待。

本季推薦品嘗義大利經典拿波里料理「煙花女海鮮花邊麵」(Spaghetti alla puttanesca)，海鮮食材中的無毒白蝦來自高雄彌陀區，為百大青農張博仁生產，採用全場無用藥的海水無垢繁殖，友善土地與生態環境；再加上來自雲林的無毒蛤蜊以及鯷



連甜點都
融入在地食材。



主廚
簡忠賢



正餐之外，這裡也很適合喝下午茶。

魚、酸豆、橄欖、辣椒、番茄，融入義大利杜蘭小麥粉製作的花邊麵，酸辣鹹香滋味豐富，是餐廳必點招牌。

此外，「香草黑羽土雞」採用來自路竹區「淨安牧場」的黑羽土雞，重視動物友善且擁有產銷履歷認證，肉質比起普通肉雞來得有風味。醃漬胡椒、鹽、蒜頭後，在低溫烹調下能保留肉汁與軟嫩度，最後煎到表皮酥脆，淋上雞骨熬煮濃縮的醬汁，完全展現在地食材的美味。

料理之外，由甜點師製作的麵包與蛋糕亦融入在地食材。例如選用高雄大樹鳳梨的「鳳梨優格乳酪蛋糕」，酸甜果香搭配優格，滋味清爽，即使吃飽了也要再來一塊蛋糕。

「如果可能的話，選用食材是越在地越好。」在開放廚房裡忙碌的簡忠賢微笑著說，「食材研究是持續不停的工作，我希望不只越用越好，更可以讓原產地離餐桌越來越近，使人們真實品嚐到土地的美好滋味。」

本季特色餐點推薦

煙花女海鮮花邊麵

高雄生態養殖白蝦加上雲林無毒蛤蜊，以經典拿波里料理呈現酸辣鹹香美味。

香草黑羽土雞

淨安牧場黑羽土雞先低溫烹調保留肉汁，再煎至酥香淋上濃醬，展現在地風味。



鳳梨優格乳酪蛋糕

高雄水果是甜點的最佳夥伴，大樹鳳梨入餡，完成酸甜清爽的優格乳酪蛋糕。



Newly

地址／高雄市新興區中正三路 117 號
電話／07-211-0300



Instagram

大廚教你吃當季／ 歐陸菜的誘惑甜香

閃耀金黃色的夏令食材，
金煌芒果、香蕉、龍眼蜜遇上歐陸菜，
誰能抵擋甜香的誘惑？

食譜創意／歐陸餐廳 Newly
整理／李佳芳 攝影／王士豪



金煌芒果布拉塔起司

高雄馳名的金煌芒果，果實碩大芳香，低溫風乾加強酸甜風味，取代義大利傳統名菜布拉塔起司沙拉的番茄角色，成為具有在地味的一道沙拉。



食材【1～2人份】

金煌芒果	1 顆
布拉塔起司	1 顆
綜合生菜	15g
芝麻葉	10g
蘿勒或九層塔	少許
橄欖油	少許
鹽之花	少許
海鹽	少許

作法 Step by Step

- 1 將生菜、芝麻葉、蘿勒洗淨備用，芒果去皮、果肉切約 3 公分大小。
- 2 芒果鋪上烤網，放入食物乾燥機，用 60 度烘約 2 小時備用。
- 3 布拉塔起司放於盤中，四周放上生菜、芝麻葉、蘿勒葉，再放上芒果乾擺盤。
- 4 上桌前淋上少許橄欖油、灑上少許鹽之花即可享用。





蜂蜜巴沙米可醋豬口排

- 歐陸料理中，蜂蜜較常用於甜點，但是用於料理也意外美味。在地龍眼蜜與巴沙米可醋調配的醃醬來烤豬口排，可以產生具有中華料理「糖醋」的有趣風味！



食材【1~2人份】

豬口排（肋骨部位）	1塊
龍眼蜜	30g
大蒜	2瓣
洋蔥	70g
巴沙米可醋	80ml
胡椒	1g
鹽	3g

作法 Step by Step

- 1 龍眼蜜、洋蔥、巴沙米可醋一起加入果汁機打成泥狀，加入胡椒、鹽調味為醃醬。
- 2 大蒜切片，豬口排撒上少許鹽，與醃醬 1 匙一起裝填於真空袋。
- 3 放入舒肥機，設定 75 度煮煮 5 小時。
- 4 取出舒肥完成的豬口排，放在烤盤上均勻淋上醃醬。烤箱 200 度預熱 5 分鐘，豬口排烤約 15 分鐘，擺盤即可上菜。





香蕉龍眼磅蛋糕

- 使用高雄夏季盛產的香蕉作為磅蛋糕的天然甜度來源，加入酒漬龍眼乾的醺香風味，按個人口味喜好調整刷蘭姆酒糖水的濃淡，可以孩子味，也可以大人味。



食材【約 8 片】

香蕉	70g
蘭姆酒	20ml
低筋麵粉	100g
奶油	100g
龍眼乾	35g
杏仁粉	15g
蛋黃	35g
蛋白	50g
泡打粉	2g
砂糖	65g

作法 Step by Step

- 1 香蕉與蘭姆酒先使用均質機打成泥；龍眼乾泡蘭姆酒備用。
- 2 奶油、蛋黃、低筋麵粉、杏仁粉、泡打粉攪拌至滑順後加入步驟 1 材料充分混合。
- 3 蛋白分次加入砂糖打發，與步驟 2 材料手工輕輕混合入模。
- 4 輕敲模具排除麵糊裡的空氣，烤箱 170 度預熱 5 分鐘後，烤約 30 分鐘。出爐放涼脫模，於表面刷上蘭姆酒糖水即可享用。





象牙白文創

絢荔香甜的美好提案

返鄉創業前，尤思瑾曾在設計與電商領域工作多年，長期參與農業相關案子，她逐漸思索：若設計可以為他人創造價值，是否也能為家鄉的荔枝產業帶來新生？她結合自身專業與家族三代果園的資源，創立「象牙白文創」，嘗試為一級產業開闢不同的出路，也讓人們透過味覺與視覺記住這片熟悉的土地。

文／宋家瑜 照片提供／象牙白文創

尤思瑾

象牙白文創創辦人。結合設計與行銷專長，返鄉開發荔枝加工產品與品牌行銷，致力推動農業轉型與六級產業實踐。



2. 設計力注入

設計包裝很重要，除了傳達美感精神，也建立品牌說服力，提升產品辨識度。



1. 加工新價值

果形較小卻依然甜美的荔枝，加工為氣泡飲或是雪貝（註），使格外品不浪費，成為有價值的產品。



註：原名Sorbet，一種西式冰品，將冷凍鮮果磨成的冰沙。

尤思瑾家中務農三代，荔枝

枝果園由阿祖種到爸爸，父親採草生栽培，不施除草劑，曾獲全國模範農民與果園評鑑冠軍。從小在荔枝園長大，讓她對荔枝的敏銳早已內化為一種直覺。她回憶，國中開始就會購買市面上各種荔枝風味的飲料、糖果、香氣等產品，也能輕易分辨天然與香精的味道差異。這樣的習慣延續至今，她笑說：「算是從小就在做市場調查吧。」

她觀察到，許多農民擁有好品質的作物，卻因為只停留在一般生產，收入不穩定、只能靠天吃飯。「我覺得我可以幫別人解決這方面的問題，那我的家鄉是不是也需要一點設計力？」這份想法逐漸發酵，最後催生「象牙白文創」。

反覆測試調整 呈現百分百荔枝原味

尤思瑾分享，品牌名稱來自她的英文名 Yvonne 的翻譯，「白」象徵可以自由想像的空間，且甲骨文寫法形似燭火，如同她希望透過設計與產品，帶給

人們日常生活的火花。

她投入最多心力的產品是荔枝氣泡酒「絢荔」，選用果形較小、價格偏低，但味道一樣香甜的荔枝進行加工，從剝殼、去籽到比例調整、酒廠測試，全部親力親為。談起產品她很堅持：「我希望它是好的才有辦法出場，不然我寧願整桶都不要。」許多喝過「絢荔」的人都說，是第一次喝到這麼真的荔枝原味。

加工荔枝本身就不容易，因為純天然的產品不能標準化，每一次都像重新做一遍。為了讓產品在不靠推銷的情況下也能被記得，尤思瑾將設計視為品牌的另一種語言：「放在那邊，就算你不在，它也可以幫自己講話。」

打入質青市場 擴大開發新果味

象牙白文創的展售與品牌活動多在台北進行，進而導流至官網訂購。「線下會帶動後續的線上，他們回去喝了喜歡，就是一箱一箱這樣買。」尤思瑾說，目前品牌已進駐蔦屋書店、高雄首選電商平台，並與誠品及 PINKO

平台洽談中。

談到創業過程的最大困難，她毫不猶豫地說：「是資源。」剛起步時，她對能協助加工的廠商毫無頭緒，也不了解不同產量規模該找誰合作、品質怎麼控管。直到後來累積經驗，才逐步建立起合作網絡。她也參加了高雄市農業局的「青創農企業孵育計畫」，獲得補助金與多場媒體曝光及展售機會。

除了荔枝，她也持續開發新產品，如家中種植的酪梨、芭樂。去年已推出焦糖酪梨雪貝，後續將視原料產量與消費需求調整方向。她常說：「我想找到日常的火花。」這些火花，可能藏在氣泡酒裡的一口甜，也可能藏在果乾的一縷香裡。更可能藏在某個沒被看見的小顆荔枝身上，正等待被照亮的那一刻。

象牙白文創

地址／高雄市大樹區
興田路 28-50 號
電話／0988-658-830



官網



FB

4. 多方曝光



參與青創農企業孵育計畫，除了持續增能之外，也取得補助研發新品，借計畫資源向媒體多多曝光。

3. 回購有管道



除了勤跑市集展售產品，也同步發展官網上的電商功能，使嘗鮮客有管道可以回購，培養忠實客群。

北海道土產推手 寺島賢幸的幸福包裝術 品牌不只是包裝 更是一種整合能力

「六級產業化」這個詞，最早由日本農業經濟學者今村奈良臣提出，強調農業不只能種，也能自己加工、銷售。日本設計師寺島賢幸指出，這對小農來說不是口號，而是一種活下去的方法。他分享多年來與農家合作的經驗，給予高雄青年農夫新靈感，把品牌力變成從農路上必不可少的裝備。

文／張宜鈺 翻譯・協調／劉佳瑄 照片提供／寺島賢幸

品牌對大型企業來說，是行銷的利器；但對地方農家來說，品牌往往就是能否被看見的起點。尤其在農村人口逐漸減少、銷售通路集中化的今天，農產品若沒有清楚的辨識度，難以在超市貨架上吸引消費者目光。

寺島賢幸長年與北海道的農業品牌合作，寺島賢幸認為大企業的設計，傾向讓所有人都看得懂、接受度高，風格自然也更中性。為了與大企業品牌競爭，小品牌可以更有個性、針對特定客群說話，讓人一眼感受到這是獨一無二的產品，才是小品牌勝出的關鍵。



1 乾貨產品一字排開，產品設計除了看得到食物原貌，更讓消費者直覺意識到是品牌家族。2 旭川市野中農園出品的草莓氣泡酒，以優雅的玻璃瓶形狀表現果汁的美麗色澤。3 寺島賢幸為North Farm Stock設計的熱鯉魚醬包裝。4 蔬果果醬的產品標籤使用透明貼紙，展現食材的天然色澤。5「春之木」結合食用花開發的情人節活動商品「花園熊」。



4



2



5



3



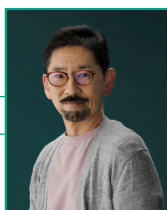
一眼可辨的不普通

尤其寺島賢幸與來自北海道、專注天然食材加工的North Farm Stock合作多年，他指出North Farm Stock之所以能不斷開發新產品，最主要原因是對新資訊保有高度敏銳。寺島賢幸說，品牌氣質的養成並非一蹴可幾，North Farm Stock長年觀察歐洲市場，特別喜歡尋找在日本還不普及的食材與吃法，比如說沿用義大利飲食文化的「熱鯉魚沾醬」，這使得創新商品聽起來非常具有異國風情，在市場上創造了關注度。

Profile

寺島賢幸
Terashima Masayuki

1961年出生於札幌，投入在地廣告公司從事平面設計工作，1992年創立了寺島賢幸設計制作室，專注於為客戶打造品牌，獲得無數獎項。



他也大方分享自己接手的第一款商品，是一款使用浦臼町產的小番茄所製作而成的番茄汁。他說，雖然這只是地方推廣的地區產品，卻因為 North Farm Stock 創意總監從一開始就設定了「北海道製造」與「質樸與手作感」的設計方向，他便以牛皮紙標籤搭配印章風格字體，打造出讓人印象深刻的包裝。容器部分，則是由當時的商品企劃人員特別選用紅酒瓶，讓人遠遠就能辨識這不是普通的果汁。

此外，產品包裝的設計策略也必須與時俱進，當旗下商品越來越多元時，他選擇把包裝文字減到最少，直接呈現產品內容物，使每項商品儘管外觀不同，卻仍能讓消費者直覺意識到這是一具有一致性的品牌家族。

發揮品嘗的感動

採用平飼方式生產雞蛋的永光農園，則可見他們從生活經驗出發，讓看似平凡的雞蛋，也能

透過創意轉化出意想不到的品牌創意。例如將雞蛋的販售方式變成「雞蛋自動販賣機」，並且設立直營商店「Cocco Terrace」，裡頭附設咖啡廳，販售各種蛋料理、戚風蛋糕、布丁、冰淇淋、煎餅等，讓消費者在餐桌上直接享受來自優質雞蛋的純粹美味，使得原本只是生產者的牧場搖身一變成為複合式空間品牌的經營者，不僅讓營業額成長四倍，還能將原本要淘汰的次級蛋變成商品再利用，幾乎達到零浪費。

但寺島賢幸也指出，包裝並不是一切，農業技術才是農產品價值的根本，他舉例長期投入品種改良與農業技術研發的野中農園，是在提升農作物「好吃程度」與「產量表現」的目標下，對於土壤與種子進行長期持續研究。「野中農園對品質的堅持並不是為了標新立異，而是希望這份工作可以走得更長遠，也更踏實，這樣的雙重目標不只是效率的追求，更是對未來農業提出的

願景。」

寺島賢幸指出，從產地到包裝，從理念形成到品種的育成，每一個選擇都是對土地與產業的回應，而品牌不只是外在包裝，更是一種「整合」的能力，是一份產自農業與田園，向市場的深情告白。想讓消費者愛上物產，所有設計都必須飽含重要的信息，那便是真誠。



7



8



6

6 為永光農園設計的平飼蛋美乃滋包裝。

7、8 永光農園的雞蛋自動販賣機與直營商店Cocco Terrace。

農業組織與微型企業財務管理技術手冊

調理財務健康 農企人必讀綠皮書

農業組織與微型企業幾乎皆由小規模起步再逐漸壯大，因此常因財務不清，而導致經營混亂。《農業組織與微型企業財務管理技術手冊》一書以實際案例教經營者如何明確分開個人與組織帳目，讓每筆收支都清楚透明，培養團隊信用與競爭力，建立永續發展基礎，是一本實用、易懂的教學手冊。

文／張宜鈺 圖片提供／中國生產力中心 知識分享組

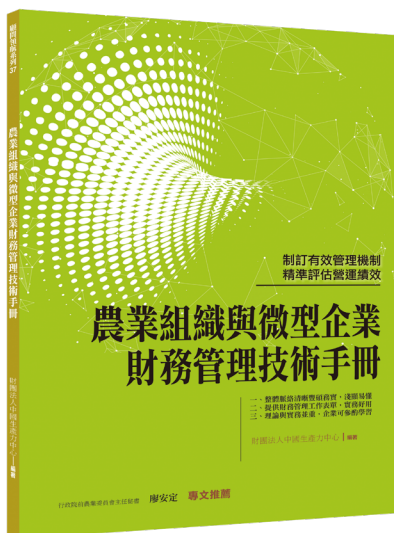
許多農民團體一路以來都是靠著雙手打拚，從家庭小攤、早市賣菜開始，一路做到生意蓬勃發展。但做到某個程度後，常會卡關：錢進來了，怎麼好像又不知道花去哪裡？財務狀況不清楚，不但會讓經營成效打了折扣，也限制了未來的發展空間。

多年來，協助輔導農民團體轉型企業化經營的財團法人中國生產力中心（CPC），集結專業知識與經驗編著出版《農業組織與微型企業財務管理技術手冊》，從最簡單的記帳觀念教起，幫助經營者看懂「有賺還是沒賺」，教經營者怎麼讓財務清楚、做事有章法，思辨生意能不能做，做了如何長久做下去。

本書以六個章節，分述農業經營者的必修功課，提出有效且實用的財務管理方法。例如，如何區分個人與企業的財務，避免出現「私用公款」的情況；又如，如何正確記帳、分類、監控收支，讓資金流向一目了然。這

些技巧能幫助經營者更清楚地掌握自己企業的運作狀況，避免資金不清的問題。

從建立健康的財務體質出發，到增強員工與合作夥伴的信任，吸引更多資源和機會，為外部合作打下可靠的基礎，到最終可以從市場價格接受者（Price Takers）走向價格決定者（Price Leaders），無論是剛剛起步的農業創業者，還是已有經驗的經營者，都能在這本書中獲得指導，幫助自己理清財務、穩健經營，讓事業在變化迅速的市場環境中，找到自己的經營之道。



《農業組織與微型企業財務管理技術手冊》

作者／財團法人中國生產力中心

出版社／中國生產力中心

洽詢專線／02-2698-5897



購書網站



漫遊旗山嶺口荔枝村



START!

我和貴妃有個約

來至旗山與大樹的交界，老地名「嶺口」的南勝社區，顧名思義是山嶺的交會之地。這裡即使不是高山，山的表情卻很豐富，最特別是那滿山遍野種植的荔枝樹，近端午節的採收期，鮮紅欲滴的果實染紅樹梢，如印象派畫家秀拉的瘋狂點描，繪出一片不輸楓紅的爛漫山景。

文／李佳芳 攝影／王士豪



1

／探索失落荔香之境 品嘗香甜的歷史氣味／

在以香蕉聞名的旗山，南勝社區是獨樹一格的荔枝產區，所種植更是嬌貴的「玉荷包」品種，是荔枝中的貴妃。長久以來，在地出產荔枝都運往大樹集貨，加上旗山主打外銷香蕉，使得山中小村逐漸被遺忘。在堅守土地的精神下，社區居民積極申請成為農村再生社區並推動地方品牌「美荔人生」，並以荔枝產業為核心，結合地方故事、飲食、工藝，推動綠色永續田園體驗，邀請人們重新認識這個充滿果香的山村。

從協會基地出發，跟著在地人一起漫遊昔日牛車運輸道路的龍文路、曾有旗尾糖鐵行駛的旗楠三路，從仍保留的農村生活痕跡：一片塗墍厝（thòok-á-tshu，土塊砌成的房子）的磚牆、手壓發出咿呀咿呀的取水泵浦「水協仔」（tsui-hiāp-á）等，看見曾深刻影響社區的產業故事。慢悠悠晃入在地人口中的「祕境」，溪水沁涼的龍文溪，在當地人的護育之下，溪裡生態環境良好，大人小孩可以捲起褲管戲水，享受親近大自然的片刻美好。



3



2

1 初夏時節玉荷包花開，細碎小黃花佈滿枝條是南勝社區最美的風景。**2** 夏季來南勝社區小旅行可以品嘗最新鮮的玉荷包。**3** 南勝社區保留農村古老生活，遊客可以體驗「水協仔」。



5



6



4

4剛出爐的荔枝年糕起酥，熱呼呼的內餡又軟又香。5窯烤料理使用修剪的荔枝木為燃料，也有「全樹利用」的智慧。6南勝社區新開發荔枝氣泡飲，是夏季調飲的好產品。7手作荔枝木餐具體驗學習永續生活。



7



INFO

南勝社區發展協會

地址／高雄市旗山區
龍文巷 30-3 號
電話／07-665-1130



從樹頭用到樹尾 學習永續生活智慧

在農夫的帶路下，走入玉荷包產地認識當地農法。玉荷包包成串成串結果，果實單顆碩大，特大級二十五粒便有一公斤，而為了減少末端垃圾，當地農民多用「剪粒仔」，一粒一粒剪下包裝，極度悉心呵護，深怕傷害果皮，得來不易的美味更加令人覺得珍貴。

來到復育地方文化的社區發展協會，廣場上建造了一座可愛的窯灶，使用果樹矮化疏伐的枝幹為燃料，回應傳統「全樹利用」的不浪費精神，使農廢料成為料理的熱力，推出結合社區物產的「荔枝乾年糕」、「荔枝

年糕起酥」等，佐上用社區新開發「荔枝氣泡水」特調的彩色飲品，一口香酥，一口沁涼，便是地方限定的下午茶。

在社區居民的指導下，學習回收利用廢棄荔枝木的方法，親手敲打刨削，完成自己的荔枝木餐具，每支餐具的形態各異，展現出獨一無二的精神。此外，社區居民也引進天然染與木工技術，把看似毫無用處的細枝與樹葉，用於創作「勝荔筆」與「荔枝染布手作」，開發出代表南勝社區循環永續精神的文創商品，使更多人認識荔枝背後的土地故事與人情溫度。

INFO

天祥木炭工廠

地址／高雄市大樹區
興山路 50 之 7 號
電話／0905-221-251

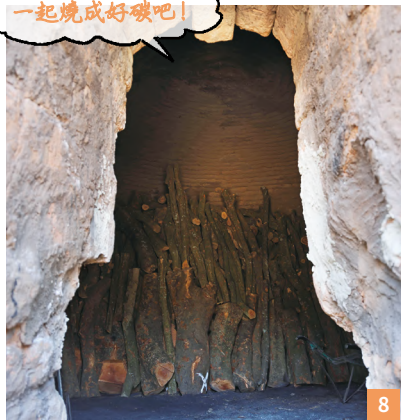


佛光山佛陀紀念館

地址／高雄市大樹區
統嶺路 1 號
電話／07-656-3033



一起燒成好碳吧！



8

- 8 木炭窯內排滿樹幹，等待滿窯後加工。
9 漫步祇園，綠意中可見大佛身影。

／漫遊木炭一條路 坐茶禪享清淨時光／

離開南勝社區，沿旗楠三路漫遊，一路到大樹的沿山皆是果園，大多是龍眼與荔枝。由於果樹每年需要矮化，修剪出大量的樹幹樹枝，使得當地傳統木炭產業仍然蓬勃。從和山路到興山路一帶，便是木炭產業的大本營。

來到傳承三代的天祥木炭工廠，這裡仍保留超過三十座的傳統木炭窯。未密封的窯洞裡，可見豎直緊挨排列的龍眼木或荔枝木，待累積滿了，便密封窯洞進行燃燒，在高溫無氧環境裡悶燒到冷卻必須花費近一個月時間，才能完成敲擊起來鏗鏘有聲的高品質木炭。

旅途最末，回望斜張橋橫跨高屏溪的美麗側影，不遠處，坐落的宗教聖地佛光山，是洗滌心靈的聖域。成佛大道上，八座中式樓閣佛塔兩兩相對布局，中軸線盡頭是安詳入定的佛光大佛，代表佛教從印度傳到中國的漫漫長路，遊走之際並可欣賞內部典藏或策展的宗教文物與藝術品。特別靜謐的祇園，金色雙閣樓座落於荷花池畔，建築二樓為「茶禪一味」空間，平日裡有茶師進駐，可以體驗茶禪，而三樓「抄經堂」則可抄寫《佛光菜根譚》與《心經》，在經文裡得到清靜，重溫慢走細看的一日嶺口之美。



9



填問卷抽好禮！

型農本色 線上問卷抽獎活動

感謝您閱讀《型農本色》，
歡迎與我們分享喜歡的單元和讀後感想。
請於2025年7月30日前上網回覆，
就有機會獲得型農大聯盟炫彩提袋一個，共10名。



Reader's Voice 讀者心聲

交流園地

歡迎各方英雄好漢提出建議，我們願與您一同前進。



周黃順加

覺得內容愈來愈豐富，我很喜歡！建議可以加入永續主題和食農活動資訊。謝謝，辛苦了！



王小蘭

原來高雄米這麼有特色，美濃、大寮和杉林區各有風味，我想都買來嘗一嘗，也要找時間安排稻鄉小旅行！



李曼蒂

看到小甜心手工果醬創辦人的故事，十分感人，讓人感受到為母則強。以台灣水果製作的果醬，一定要支持啦！

型農本色

SUMMER 2025 | 夏季號

發行人：姚志旺

發行單位：高雄市政府農業局

地址：高雄市鳳山區光復路二段132號

網址：<http://agri.kcg.gov.tw>

電話：07-799-5678

編輯委員：林家全、賴青宜、王國津

企劃製作：財團法人中國生產力中心

企劃編輯：許騰文、李佳芳

採訪編輯：李佳芳、張宜錚、宋家瑜

美術編輯：嚴芷婕、黃雅惠

攝影：王士豪

出版日期：2025年6月

版權所有，非經同意，不得做任何形式之轉載或複製。

歡迎加入「型農大聯盟」臉書粉絲團及Line官方帳號，與我們分享您對於農業

（一級產業）×製造業（二級產業）×服務業（三級產業）的想法！

每期《型農本色》可於「型農大聯盟」網站下載電子版本，或查詢免費索取地點。

如何索閱《型農本色》

一年發行4期，以印刷品寄出(每期16元郵資)，請備妥索閱期數之郵票（如：4期為64元郵票），註明索閱「型農本色刊物」及姓名、郵寄地址、聯絡電話，寄到「830高雄市鳳山區光復路二段132號 高雄市政府農業局 農民組織科 收」



FB 型農大聯盟



型農大聯盟



LINE 型農大聯盟



廣告