



① 雙層精品禮盒包裝

「棗」到健康、快樂～ 傑出青年農民潘志民介紹

◎文・圖／林勇信

前言

您聽過、吃過LV級的「寶島南方棗」嗎？近年打響屏東縣高樹鄉頂級蜜棗知名度，在蜜棗界有LV稱號的「寶島南方棗」，其背後的靈魂人物是年僅36歲的潘志民班長，由於他在種植技術及品牌包裝、行銷勇於嘗試，突破傳統，不僅創造豐厚利潤，也「棗」到健康、快樂，不但為個人贏得101年全國創新農業經營管理經驗發表競賽「新進農民組」冠軍，更在102年帶領高樹鄉果樹產銷班24班勇奪全國十大績優產銷班。潘志民是農二代返鄉從農成功例子，歷經一波的蜜棗革命，以創新觀念及獨特品牌行銷風格帶動產區改變，樹立典範，值得要回鄉從農青年學習。



② 潘志民(右)從陳主委(左)手中接下對新一代農民「傳承、創新、拼農業」的期許

返鄉從農的轉折與準備

潘志民從農前，與多數農二代一樣在都會區發展。他在高雄經營便當事業，雖然經營穩定收入豐，但體認緊張忙碌的生活長期下來有礙健康，加上割捨不下田園生活，以及渴望找回親情陪伴的幸福，讓他重新思考未來。由於從小跟隨家人從事農務，深知傳統農業獲利有限，但是出社會後的經歷讓他練就對市場商機的敏銳度，以經營事業的態度面對農業，從市場創新的角度切入農業，認為有無限可能，在97年燃起返鄉務農的念頭。

由於面對的棗園是既熟悉又陌生，不僅生產、行銷要樣樣通，而且投入成本也

不低，因此初期不敢一頭栽入，放棄原有事業。98年先請父親給他管理2分地，事業暫時交給店長管理，直到99年對蜜棗的管理技術及利潤達到預期目標後才將事業頂讓，正式接手父親1公頃棗園，同時自己再投入新設施種植1.5公頃，成為專業蜜棗農。

市場定位明確 栽培技術精進

潘志民從市場角度知道生產消費者所要的產品才具商機，上市要掌握年節前的黃金時段才能提高附加價值，創造利潤，好的果品除了粒頭大、甜度高、口感佳之外，田間生產過程也要兼具健康、安全、永續的管理方式，創造消費者認同的「價值感」。

市場定位之後，挑戰才要上場，為提升栽培技術，除了拜師學藝，找當地2位蜜棗達人指導外，98年起陸續參加高雄場農村青年專業訓練蜜棗班，及相關訓練班，積極累積人脈、專業技術與經驗，打好基本功。並在高雄場及相關輔導單位推薦下參加產銷班藍海策略營、新興領航等輔導計畫，接受最新資訊與技術，掌握市場脈動。

莫拉克風災帶來的衝擊與轉機

就在一切準備就緒的98年，一場莫拉克風災無情的重創，將潘志民投入的心血毀於一夕，超乎他對農業風險的認知，打亂了原有的行銷布局。但是潘志民積極面對，心中思考既然大自然是經營農業無可避免的挑戰，傳統農業的經營只能望天以對，束手無策嗎？如何順應自然，應用科技，降低風險，卻在他心中迴盪，這或許是個轉機？隨後才有痛下「殺」手大量疏果及往後在網室的改進、冷藏設施設備及

行銷通路投資布局等栽培技術與經營管理上的創新改變。雖然初期在傳統農村受到衝擊，但所帶來的變革也漸漸被認同並帶來產區的生機，以整體收益而言，傳統栽培每分地收益約8萬元，創新精品的品牌策略所打造的效益約有15萬元。

其主要經營管理重點如下：

- 1. 建構安全生產基地：**落實果園健康管理、實施合理化施肥、安全用藥、草生栽培等整合性栽培管理技術，友善環境、建立環保農園。
- 2. 投資設施風險管理：**網室是蜜棗抗風防蟲基本設施，傳統網室每分地造價約9萬元，單位面積大、結構鬆散；單位面積較小結構紮實有雙層防護網的抗風型網室，雖然每分地造價約15萬元，但歷經99年919凡那比颱風的考驗，有效降低颱風的損害，確保收益。
- 3. 產期調節：**因應每年節氣，配合春節檔期，以燈照處理（提早30～40天開花）或落實疏果（提早7～10天採收），掌握時效，調節上市時間，搶得「錢」機。
- 4. 落實疏果、去蕪存菁：**為確保年節前一週能大量上市及提高精品級4兩以上比例，突破傳統「多子多福」栽培觀念，採取「有捨有得」經營哲學，疏果後曾經剩不到一半，雖引起家人不諒解，但能確保精品比例及搶得上市期，創造利潤。
- 5. 採後處理：**投資冷藏設備，果品採收後進行預冷處理及低溫包裝，再配合低溫配送，由傳統3～5天的賞味期延長到7～10天。

包裝設計獨特 文創公仔加持

潘志民深知好品質的頂級果品也要有品牌、包裝來提襯禮盒質感，創造附加價值。98年他以「寶島南方棗」為品牌，手繪蜜棗開花圖案作為封面，推出12粒裝880元平價禮盒試水溫，結果一炮而紅。99年搭配流行的公仔熱，附贈手工捏製黏土蜜棗公仔的1,280元禮盒，造成風潮。100年因應頂級市場需求，1,680元的雙層精品珠寶禮盒，也供不應求，同時帶動市場拍賣價格。每年在包裝造型上的改變，讓消費者保持期待的新鮮感，未來會利用修剪後的枝條、疏果後的果實及種子製成

文創藝品為產品加分。讓我們拭目以待103年他將帶給大家什麼樣的驚奇！



① 蜜棗公仔--手機吊飾



② 蜜棗公仔--兩小無猜

善用網路科技 創造超值獲利

透過打出的知名度，積極善用媒體資源及網路科技，強化品牌印象及作好顧客管理，架設「寶島南方棗」網站（網址：www.juju1988.com.tw），建立直銷平台。間接開拓該班直銷通路，由98年7百多箱，到102年已超過1萬箱成長15倍，102年該班受惠直銷通路的拓展更以22%的產量創造48%的產值。



③ 「寶島南方棗」網站（網址：www.juju1988.com.tw）

結語

由本案例看出，返鄉從農除了對農業的興趣、熱忱等個人特質外，更要務實面對家人看法、初期經濟壓力及從農態度，也要設下停損點；至於，栽培及經營管理技術，政府等輔導單位有提供相關的協助與資源，有心應用科技是可以加以整合加值創新的。潘志民回首返鄉從農之路，不改初衷，一步一腳印，希望在逐年的努力之後，「棗」到健康、快樂幸福村的夢想，能逐一實現。



④ 親情陪伴的幸福紀錄