

部落有機農業與產品行銷

吳美貌

綠色陣線協會

壹、部落有機農業推廣經驗談

一、部落有機農業的實務面—農業轉型的省思

早期，農耕與狩獵是台灣原住民的二十大經濟活動，也是象徵勤勞的美德。原住民以泛親族所組成的共獵、共生、共祭團體，在頭目的領導之下，一起出獵、祭祀、耕種與分食，是一個具有共同行為規範的群體。但受到現代文明衝擊，電腦與網路淘汰了祖傳的弓箭與蕃刀；礙於生活，年輕的族人被迫放棄祖居地，遷移都市發展，在社會競爭與生活壓力的煎熬下，製造出更多的社會問題！而部落裡則剩下更多的老人，和更多更多的「阿祖ㄟ兒」，部落的明天會是什麼樣子？

依據行政院主計處統計資料，99 年全年度原住民失業率為 5.9%，相較同年度全國一般國民平均失業率 5.20%，僅相差 0.7%。但若扣除短期就業、打零工人數，原鄉的失業率將倍數成長，這也是社會長期的負擔與隱憂。

扭轉原住民當前困境，需要世界性的價值趨動與全方位新視野計畫的引領。台灣的原住民族因資訊斷層較嚴重，以致無法透過有效率的組織進行潛能開發；各族、各部落的內聚力量，多數依附在信仰系統與原住民社團組織，在全球化經濟浪潮下，無法有效率地建立屬於原住民的經濟發展區塊。近幾年，有機農業運動積極在都市與鄉村展翼，向離鄉背井、散居各處的漂鳥招手，但我們的原住民朋友找得到駐足點嗎？

部落生態產業營造主要就是透過有機產業的開發，藉由「價值工程」與「就業工程」的推動，以創造新的部落環境，讓移居都市的原住民漂鳥，聽到故鄉與土地的呼喚，願意回到原鄉部落，透過新生活方式的營造、新生活品質與新標準的追求，讓部落重新建構成為具有自主性體質的組織。原住民社團組織或部落，若能持守雄厚的勞動力、高度的學習動機及獨特的文化傳統，重新認定並學習建構新的社區關係，則新部落的駐足點將指日可待。

二、部落有機農業推廣的精神面 — 模擬故事行銷

（一）不要讓食物離自然越來越遠

食物，本就來自自然

依著四時節令…榮枯、生息…，自然而然生產
曾幾何時，

人們為求量產、規格、速效…在自然長河中不斷逆流

這股逆流，成了當今的主流！

這樣的苦果，我們都得共同的擔嚙，為什麼不，就從一己開始，
不在自然中倒行，不在節律中逆施，回到原點、回到起初。

讓食物合於自然，一切，從順服天地開始！

（二）不要讓人離土地越來越遠

土地是生命立足點！

納百川、育萬物，演化出世界的面貌，

生活與居所立基於此，

讓我們棲身之處可以成家，讓我們有源頭可以回溯。

但是…

高樓平地拔起後，歸屬感卻失了根！

原本與土地共生的記憶模糊、失落了！

赤手赤足的親近土地，赤手就可以打一個天下！
 赤足踩在土地上，心頭也會跟著踏實。
 人不能離土地越來越遠…聞不到泥土的芬芳…聽不見大地的呢喃…
 請不要須臾遠離，這土、這地，
 即便陌生了，也請重新認識養我育我的這塊地，
 土地可以教導生活，
 別忘了…我們一直是，土地的孩子。

（三）讓部落農事有機

靠近天空的土地
 思想有無邊無際的自由
 從小一起長大的山林，領著我們看季節來去，體會自然奧義，
 生命在其中形塑天賦。
 大地色彩是泰雅編織與卑南刺繡的靈感繆思
 布農有如天籟的八部合音來自山間動物和鳴…
 而各族農業以自然為師
 讓土壤原有的涵養，自然而然孕育生命
 城市正進行有機革命時
 古老的部落農事早已道盡其中精神
 捨棄傷害環境萬物的化肥農藥是理所當然
 有機應該是一種生活態度與信仰
 是對自然虔誠、對生命尊重、對人的熱愛
 自然是萬物的依歸、田地是我們的母親，
 健康自然伴隨，才是真正有機。

（四）讓部落智慧傳承

曾經
 洪水滾滾而來，淹沒布農村莊；

往高處避難成爲唯一選擇！
冷峻氣候威脅著族人生命…
小鳥自告奮勇，願將溫暖取回！
鳥兒只能用嘴或腳爪，輪流護著滾燙火苗，回來時，翅膀已被燻黑，嘴
與雙腳均被燒紅…紅嘴黑鶉成爲布農聖鳥。
誰曾高舉過枝頭上的那鳥？
布農族人的故事，卻讓鳥與族人的生命成了共同體，
部落裡，太多的傳說、故事、神話…滿載許許多多，盡是智慧；
因爲一片真心，能與大地親近；
因爲樂於生命分享，能感知萬物、能與自然相處
耆老說著、晚輩聽著…
故事傳頌、智慧傳承，一代 才能接過一代，不會間斷。

(五) 留一條路 讓部落青年回家

離開家的人，
與故土的連結如同被截斷的河流；
遠離源頭，回家的路逐漸模糊…
回到原點，讓飲食從自然而來，
讓生活與原生土地同在；
讓部落智慧引領我們與萬物平等相待，
讓耕種回歸根源，與大地和好，
每個支脈互相串連，
支撐起一個人、一個家、一個族群的生命樣貌。
回家的路，有了輪廓，
回家的路，不再害怕消失。

貳、部落產品行銷之淺見

一、行銷觀念的建立

行銷是一個開放系統，其基本的核心觀念就是雙方在自由意識下彼此交換所需。所以部落組織或團體，必須認清與本身生存發展有關的合作與交易對象是誰，他們有哪些需要被滿足的需求，應該如何調整自己的做法來滿足彼此，以致於從過程中取得所需要的資源，成就自己的目的。而這也是部落長久以來一直無法跳脫的思維和作法，因此，即使擁有競爭力的農作產物，卻礙於根深蒂固的傳統交易方式，缺乏市場脈動訊息及交易經驗，而錯失許許多多的機會。

二、經營成功關鍵因素

有了行銷觀念，還必須具備團隊經營管理與協調溝通能力。

- (一) 團隊精神與合作意識：當會員彼此間的團隊目標一致或具有正向關係時，則會員彼此間會互相幫助、互相合作。
- (二) 溝通協調能力：部落的精神領袖、理事長或總幹事(專業經理人)是部落組織或協會運作的關鍵人物。專業經理人應具有服務的熱忱、有領導的能力及分享、無私精神，且能以民主方式領導會員。
- (三) 有效應用社會資源：適當的導入與規劃，不過份依賴。
- (四) 認同組織使命與宗旨：在產業環境變遷和專業分工的脈絡上、會員應省思組織變革或事業轉型之道，彼此間亦應存有禍福與共、休戚相關的心態、才能加強向心力的凝聚，俾能進一步產生共識而形成事業共同體。

以上企業(團體)成功的關鍵因素之一二，對多數部落組織都是極大挑戰，但只要持守高度的學習動機，成功機會同樣指日可待。

三、行銷推廣活動之分階工作

- (一) 了解社會脈動

(二) 創造走在前端的議題或活動

(三) 引起媒體的注意與報導

(四) 得到社會重視與知名度

(五) 最後得以獲得支持與認同

這些步驟都需要時間累積經驗，非一蹴可幾。

在部落做農事

就是給孩子 留一條路回家的路