

宜蘭縣休閒農業發展之淺見

楊宏瑛 2004-09 花蓮區農業專訊 49:20-23

源 起

宜蘭縣被天下雜誌 280 期評為休閒農業發展起跑最早，善於發掘及培養自己的特色的縣份。其中位居冬山鄉「香格里拉休閒農場」在主人張清來先生具遠見的眼光下，於民國 80 年將柑橘觀光果園轉型成休閒農場，是宜蘭縣休閒農業發展之濫觴。而我國加入 WTO，面對國外農業產業之競爭壓力下，政府積極輔導農友轉型經營休閒農業。同時國人旅遊觀念開始興盛、美國 911 事件發生、SARS 管制，使得國內套裝旅遊開始避開高樓集約式的飯店住宿，嘗試接近農村，體驗休閒農業之美。宜蘭縣已具備眾所矚目的優勢，業者如何呈現特色且永續經營是本文擬探討的核心，就本縣農業與休閒環境、休閒農業產業發展策略提出個人淺見。

農業與休閒環境

所謂「休閒農業」是指利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。因此，如何善加利用自然生態及環境資源是一重要課題，遠山、海洋可以靜態的「藉景」，也可以身臨其境地體會「行到水窮處，坐看雲起時」的感動，若再加入稗官野史，肯定引人入勝。以下將本縣農業環境依據海拔分成山地、山坡地、平原以及溼地、海洋來說明。

本縣山地面積約 142,088 公頃，佔據了全縣近四分之三的面積，主要為中央山脈和雪山山脈，其中太平山、明池與棲蘭等森林遊樂區更是國人耳熟能詳的高山森林遊樂區，附近之仁澤溫泉、翠峰湖、松蘿湖、鴛鴦湖都是宜蘭人一日遊的好去處。大同鄉南山、四季二村高冷地蔬菜生產區有 600 公頃，為台灣夏季之甘藍、結球白菜、青蒜等蔬菜主要生產區，每年三月至十一月是生產期，一望無際之菜園是蘭陽平原罕見之景象。

宜蘭的山坡地約 33,240 公頃，主要的作物為柑橘類，重要水果有文旦（549 公頃）、桶柑（447 公頃）、柳丁（293 公頃）、金柑（285 公頃）等，每年針對文旦於四月有「柚惑花季」、九月更有「柚惑中秋」等與產業結合之一系列休閒活動；其次為茶，約有 551 公頃，以素馨茶、玉蘭茶為重要品牌，休閒農業區多提供插茶、茶凍等體驗活動，甚至茶葉餐點。另有竹筍（300 公頃）、檳榔（293 公頃）、薑（113 公頃）、李（101 公頃）等作物，把台灣東北淺山坡地點綴的豐富多樣。



▲中山休閒區與茶園有密不可分的關係

平原僅有 38,418 公頃，佔總面積之 18%，主要作物為水稻，約 10,531 公頃佔平原面積之 27%，生產期於三月至七月，重要品牌有水晶米、五農米，而採收後剩下之稻草，珍珠社區之稻草工藝背負繼往開來之使命，另堆成「草埕」沿蘭陽溪堤防旁一字排開增添地方特色；宜蘭二期水稻幾乎全部休耕，所以八月至十月田間覆滿「田菁」綠肥；十

月至隔年二月，綠肥翻耕入土，田間湛水使本縣像一面大鏡子，隨時反映芎蒼的千變萬化。其次青蔥與青蒜面積約 1,000 公頃，在本縣農友努力之下，已打響「宜蘭蔥」、「宜蘭白蒜」質優名號，並有「蔥蒜節」產業文化活動。蓮霧有 421 公頃，五至八月是採收期，掛滿樹的粉嫩嫩小鈴鐺，是外國人的最愛。甜瓜類包括西瓜、洋香瓜、哈密瓜、美濃瓜，栽培面積約 351 公頃，主要分佈於壯圍鄉、五結鄉、南澳鄉，「哈密瓜節」也是每年必定舉辦的盛會。而銀柳、觀葉植物、蘭花與寒梅為宜蘭縣特有產業，約有 232 公頃生產基地。高接梨約 219 公頃，「上將梨」與「山水梨」多汁細緻，由於嚴格品質管制，成功地塑造品牌形象。番石榴有 236 公頃，宜蘭白拔與泰國拔不分軒輊。楊桃約 53 公頃主要集中在員山鄉。礁溪的空心菜、絲瓜、番茄與茭白筍可是洗溫泉長大的，栽培面積約 60 公頃。五結鄉養鴨事業發達造就「鴨賞」與宜蘭幾乎可劃上等號之產業。

沿海濕地如蘭陽溪口、頭城鎮竹安河口、蘇澳鎮無尾港，內陸濕地如五結鄉五十二甲與員山鄉雙連埤，在豐富的濕地生態體系中，有多種留鳥、候鳥，請帶著一顆放鬆的心，徜徉在它們的四度空間裡。頭城鎮與蘇澳鎮因砂岩交錯的海岸，魚群聚集，每年為本縣沿岸、近海漁業分別帶來 3 億元與 22 億元不等的收益，近年來藍色公路在縣政府與漁會大力促銷下，賞鯨活動蓬勃發展，更是帶來大量商機。



▲ 體驗活動-葫蘆銘刻



▲ 園藝苗圃呈現熱帶雨林的成果



▲ 縫紉機作桌腳是因陋就簡或是特殊創意



▲ 美味咖啡搭配辦桌塑膠布

休閒農業發展策略

休閒產業屬綠色產業、無污染產業，在歷任宜蘭縣縣長拒絕工業進入蘭陽平原的情形下，促使休閒與農業最早結合。目前休閒農業主要以住宿、餐飲、體驗活動三類，其中 70% 閒農場具有體驗活動，這部分是休閒農業最能展現特色的項目，業者藉活動提升競爭力，例如動植物認識、童玩製作、觀賞植物種植、擠羊奶、騎馬、彩繪、捏陶、放天燈、插茶等等。以

下就「增加曝光率」、「了解顧客需求」、「永遠是進行式」、「需要文化加持」等四方向提出淺見，供業者參考。

一、增加曝光率

台灣進入休閒農業發展春秋戰國時期，如何吸引遊客選上我的休閒農場，第一步就是增加曝光率，任何媒體、無遠弗屆的網路、口碑都不能放過，隨時準備好最佳攝影角度、文字稿、主人濃濃的溫情，一經報導後，立刻就有蜂擁而至的遊客。當然業者也要做個民意調查，遊客是經由何種管道知悉？採訪後隔多久有遊客？藉以了解哪種媒體效果較佳，以後主動提供資訊。



▲ 優質網頁照片與設計是吸引網路族的第一步

二、了解顧客需求

服務業最流行一句話「顧客永遠是對的」，沒錯，這句話也適用於休閒農業，而且顧客決定業者未來。舉例來說，我們常常看到相鄰的兩家飲食店，賣的料理差不多，一家門庭若市，另一家就是門可羅雀，原因口碑阻礙了現在與未來的發展。目前最常見的另一問題，剛創業服務遊客讓人覺得賓至如歸，等業者版圖擴大到某一程度，需聘僱外人時，遊客人數反一落千丈，理由無他—服務品質降低。顧客

要甚麼呢？「回家的感覺」—溫馨、安全、自在的感覺，員工絕對是面帶微笑且發自內心，並且替顧客設想，如遊客入園時間已過用餐時間，主動為他準備充飢食物，他一定感動在心。此外，國內單身人口迅速成長，二十歲以上單身人數佔總人口數之 27%，「二人同行」套裝行程是否阻礙了這群消費者？

三、永遠是進行式

自己園區的特色，是景緻？人文？顛覆傳統？只要有特色，再偏僻的地方都有人潮。但是請銘記在心—遊客是喜新厭舊的，要在特色中精益求精，例如園區內佈置隨季節、生態系變化，恰如其份的表現，這就是特色。此外，體驗活動如彩繪、銘刻，永遠在運動衫、永遠在葫蘆，遊客不會來第三次，若這一季是彩繪木屐，下一季是植物染運動衫等，甚至與宜蘭縣農業生態結合，大自然的美景最能震撼人心；與生產者策略聯盟，不但可滿足遊客採收的樂趣，並且帶動地方產業發展。所以休閒農業的發展永遠是進行式，沒有完成的一天，如此才能永續發展。

四、需要文化加持

宜蘭的美屬於雋永式柔情，異於緊鄰的花蓮是以山川氣勢磅礴取勝。早在清朝道光五年（1825 年）噶瑪蘭通判烏竹芳就選定「龜山朝日、北關海潮、湯圍溫泉、隆嶺夕照、西風爽氣、石港春帆、沙喃秋水、蘇澳蟹市」稱之蘭陽八景，龜山島日出就比「龜山朝日」來得遜色，所以宜蘭的美景需要需語言、文字的修飾，這無法由一個解說牌所取代。舉例來說，「糕渣」是來宜蘭一定要吃的傳統點心，材料是濃稠的高湯，經高溫油炸，上桌時主人會告知「小

心喲」，「決不能一口吃下，會燙傷喉嚨，請分二口吃，才能感受外皮脆而裡面軟軟嫩嫩地口感，傳神的表達宜蘭人外表冷峻內心火熱的性格」。原來是一道平凡餐點，灑上文化層次之習俗解說，是不是加分不少呢？再舉例，中山休閒農業區以茶葉產業為主體，但是提起喝茶文化，卻想起日本「茶道」，台灣茶葉品質世界馳名，卻沒有發展自己的茶葉文化，誰之過？如何藉助文化來雕琢，使文化融入休閒農業生活，才能擺脫販賣初級產品，也才能提升休閒農業的品質與深度。



▲顛覆豬圈給人之印象



▲英式自然庭園的表現手法