

原住民族部落特色農業

The Characteristic and Creative Agriculture in Indigenous Tribes

劉維哲¹、陳宛均²

行政院原住民族委員會經濟及公共建設處 副處長¹

行政院原住民族委員會經濟及公共建設處 技士²

摘要

部落多位於自然保護區內，在環境保育與經濟發展的雙重目標下，部落農業的發展，適合以其傳統尊重自然的生活方式，結合現代的有機農法，以友善生態環境的方式進行耕作。但是多數原住民的農業耕作耗費人力，農產品相對於一般農產品的差異化低，產量與價格多半缺乏市場競爭力。然而，原住民 14 族各有其獨特文化與特色，且小米、紅藜、樹豆、馬告等原住民傳統作物，與歲時祭儀等傳統文化相連，可以透過運用原住民族傳統知識，賦予農產品生活/人文價值，將單純的買賣消費轉成體驗型消費模式。此外，為了推動原鄉農業的升級轉型，行政院原住民族委員會（以下簡稱本會）在 99-101 年度借重經濟部地方產業發展基金之支持，推動「樂活原鄉幸福農業·有機大聯盟輔導計畫」，藉由 10 個既有之原住民有機農場以共同生產、特色品牌、集體行銷之方式帶動鄰近區域原住民農戶加入有機耕作的行列，經過三年計畫的執行，共有 30 個部落 122 個農戶 170 公頃的農地通過有機驗證。

本會未來將選定原住民族傳統主食作物、野菜及具在地特色的經濟作物三類優先推動部落農產業發展，以飲食文化貫穿部落的農業生產端和行銷端。透過重建在地食物系統、提升農業生產力、形塑品牌形象、開發新產品及體驗型消費、市場開發及通路行銷、推廣原住民族飲食文化、與行政院農業委員會（以下簡稱農委會）推動跨部會合作有機農業等七大工作項目，提升部落產業的精緻度和文化品味，保留傳統特色後創新，讓文化傳承與商業機制共同運作，將部落農業從單純的一級產業發展成結合休閒體驗的六級產業。

關鍵字：indigenous people, traditional crop, organic agriculture, organic coalition, LOHAS

一、前言

臺灣特殊的地理環境孕育出豐富獨特的原住民文化，部落的原住民生活於自然山林之中，在經歷千百年文化及生態的拉扯淬練下，自有一套源自草根的在地思維，並在儀式、禁忌及口述中傳承不息。原住民傳統尊重自然的生活方式，正與當前追求的環境永續生態發展不謀而合。近年來傳統原住民生活化的商品及產業逐漸變成具有文化、歷史意涵的精緻地方特色產業，以原住民部落既有的生態智慧，結合現代的有機農法，在環境保育與經濟發展的雙重目標下，顧慮土地與生態系統，用友善環境的方式進行耕作，發展有機農業，並以原住民傳統知識為基底，發展在地創意知識農業，才能使部落產業永續發展。

二、原住民族農業概況

原住民傳統農業分布與當地族群飲食文化有關，如小米、紅藜等作物，主要分布於南部的臺東地區部落；野菜以花東地區為主。多數地區均有代表當地特色的農產，中北部部落的特產包括桂竹筍、溫帶水果及高冷蔬菜，而苦茶油、愛玉、青梅、咖啡等，則依緯度氣候及生長條件，由北到南分布於西部部落。

若依據產業區位及資源特性進一步分析，部落產業可分為地產地銷型、外地通路依賴型的發展模式：

- (一) 地產地銷型：適合發展深度旅遊，吸引遊客長停留、多消費之產業經營模式。
- (二) 外地通路依賴型：部落不具深度旅遊條件，或因交通不佳遊客不易進入，以及部落無意願等因素，產品仰賴通路銷售的「出口導向」。

部落產業發展模式並非絕對，而是根據資源特性決定優先順序及投入的比重。地產地銷型仍需發展其他通路銷售產品，例如：新竹縣尖石鄉司馬庫斯部落除發展生態旅遊外，也擅長將當地農產品透過網路宅配銷售。外地通路依賴型的地區，一旦產品具市場知名度後，也常吸引遊客前來體驗，例如：花蓮縣富里鄉達蘭埤部落金針獲國際有機認證後，也開始發展部落文化體驗產業。

而多數原住民從事的農業耗費人力，缺乏田間管理技術及機械生產，且產量低，大多以自用為主，缺乏經濟規模。目前具備開發潛力的小米、紅藜、樹豆、馬告等原住民傳統作物的附加價值被低估，倘若僅以初級產業的方式操作，其相對於一般農產品的差異化低，產品價格易受制市場因素。

同時，原住民農民也有一窩瘋栽種同種作物的問題，卻忽略其本身的特色，當某種作物的當年市場價格高時，原住民的農民也往往競相栽種同種作物，來年卻因市場競爭及產量激增而使得價格降低，甚至不敷成本。在產量與價格缺乏市場競爭力的情況下，原住民的農產品勢必需要被賦予原住民的文化與環境元素，並轉型追求品質與單價。惟有透過原住民族知識運用，樹立市場區隔，才是原住民農業永續經營的不二法門。

原住民 14 族各有其獨特文化與特色，發展出小米、紅藜、旱稻、芋頭、高粱、地瓜、黑米、紅糯米、野菜、山蘇、玉米、藤心、樹豆、樹薯、刺蔥、馬告、

花生、假酸漿、月桃等特色農業，多半與其傳統歲時祭儀等文化相連，透過原住民族傳統知識運用，賦予這些農產品生活/人文價值，將「文化認同」的重要元素轉化為「知識經濟」，經由「找故事」與「講故事」的生產技巧，可以將消費模式從單純的使用購買，轉為在生產者和消費者之間創造出參與式體驗的連結，形成「體驗型消費」的消費模式，同時衍生出周邊風味餐飲體驗、健康養生食品、特色點心、精緻伴手禮、文創商品等延伸性消費。

近年來，部分部落發展特色農業經濟，卓然有成。以台東縣太麻里鄉拉勞蘭小米工藝坊為例，即善用小米與部落文化的緊密連結，以找回傳統耕作模式為媒介，成功結合官方政策，行銷部落產品與相關觀光產業。民國 96 年，拉勞蘭小米參加原鄉佳原味比賽獲優等獎；98 年開始，善用勞委會多元就業計畫，使部落青年在地就業，促進產業一體化，順利將小米產值回饋部落；100 年更進駐台東縣史前文化博物館餐廳經營，拓展行銷通路，同時增加全國知名度。除此之外，更推動小米加工製作，在農改場、太麻里地區農會共同指導下，發展小米酒釀醃烤肉、小米酒釀養生香腸、小米露、真空包裝新鮮小米、小米餅乾等產品，成功將小米產業升級，創造附加價值。除了發展小米相關產品之外，部落更成功發展小米文化故事行銷，結合實作體驗旅遊，並努力接待參訪團及媒體團，吸引觀光客來到部落觀光、住宿、餐飲消費，創造部落導覽與接待商機。

三、原住民族部落有機農業

台灣因經濟穩定發展，民眾生活水準提高，普遍興起要求食材安全、在地、減少食物里程輸送的風氣，對於部落特色農業有日漸增加的消費需求。且原住民族地區因多屬山地部落，這些區域多位於國家公園、自然保護區、野生動物保護區、野生動物重要棲息環境或水源保護區等自然保護區域內，從自然保育的角度，再加上原住民與自然和諧共處的傳統智慧優勢，適合以永續農業的方式，佐以適地適種、地產地銷為目標，發展部落有機農業。

然而，原住民地區的有機生產目前尚屬啟蒙階段，無法自我形成穩定市場，因此需要有相關的技術整合與市場銷售輔導，推動原住民區域產業發展。故，本會在 99-101 年度以原鄉地區的传统農業升級轉型階段目標，並借重經濟部地方產業發展基金之支持，推動「樂活原鄉幸福農業·有機大聯盟輔導計畫」，透過有機大聯盟輔導團建立、有機農產品產業扶植、有機農產品包裝、加工及運輸、研發有機特色伴手禮、有機通路推廣行銷等方式推廣原住民族之有機農業，期望培養在地人才，發展具特色之地方產業。同時藉由既有之原住民有機農場帶動鄰近區域新加入有機農業之原住民農民，整合區域的原鄉農民，以共同生產、特色品牌、集體行銷之方式，解決農產供給不穩定的問題，建立起原鄉有機農業的品牌，逐步推廣有機農業共同發展至全國原住民族地區並建構產業鏈，以帶動原鄉地區整體產業經濟之提升。

經過三年計畫的執行，共有 30 個部落 122 個農戶通過有機驗證 (Table 1)，並且結合了花蓮縣光復鄉邦查農場、新竹縣尖石鄉谷立共同農場、新竹縣尖石鄉

梅花村祝福有機農場、南投縣仁愛鄉法治村帝納有機生活文化促進會、南投縣仁愛鄉眉溪部落綠生農場、新月相伴有機農場、屏東縣獅子鄉北龍里有機農場、台東縣台東市自然主義農園、嘉義縣阿里山鄉有機農業發展協會以及臺東縣達仁鄉特用作物產銷第 2 班等，10 個在地現行採用有機耕作方式的農場加盟，帶動區域有機農業的發展。

Table 1.99-101 年部落通過有機驗證資料

縣市	族別	鄉鎮	部落	作物種類	面積(ha)
花蓮縣	阿美族	豐濱鄉	港口部落	短期葉菜	1.00
		瑞穗鄉	奇美部落	雜糧、甜苳筍、小米、短期葉菜	4.80
		光復鄉	馬太鞍部落	雜糧、甜苳筍、小米、短期葉菜、野菜、米	4.00
		壽豐鄉	南華部落	米	2.40
		壽豐鄉	巴黎雅荖部落	米	6.00
宜蘭縣	泰雅族	大同鄉	寒溪部落	短期葉菜、柚子	1.00
		大同鄉	松羅部落	短期葉菜	2.30
苗栗縣	賽夏族 泰雅族	南庄鄉	東河部落	短期葉菜、山蘇	4.20
		南庄鄉	鹿場部落	桂竹筍	6.20
新竹縣	泰雅族	尖石鄉	谷立部落	短期葉菜、水蜜桃	6.00
		尖石鄉	梅嘎滾部落	短期葉菜、甜柿	2.50
		尖石鄉	新樂部落	短期葉菜	3.90
		五峰鄉	桃山部落	短期葉菜	0.30
桃園縣	泰雅族	復興鄉	嘎色鬧部落	短期葉菜	1.30
南投縣	布農族	仁愛鄉	武界部落	短期葉菜、根莖類	4.50
		仁愛鄉	曲冰部落	短期葉菜、根莖類、水果	3.00
	賽德克族	仁愛鄉	眉溪部落	短期葉菜、根莖類	3.50
台中市	泰雅族	和平區	達觀部落	甘藷、南瓜、香蕉、木瓜、番石榴、枇杷、桃、李、梅、柿、柑桔、咖啡	12.3
		和平區	雙崎部落	咖啡、桶柑、桂竹筍	2

高雄市	魯凱族	茂林鄉	多納部落	南瓜、咖啡、蔬菜、甘藍、芥藍、萵苣、韭菜花、空心菜、玉米、南瓜、隼人瓜、咖啡	0.5
屏東縣	排灣族	春日鄉	歸崇部落	花生、山藥、芋頭、油菜、韭菜花、葉菜甘藷、萵苣、金針、苦瓜、南瓜、長豆、鳳梨、楊桃、柚子、小米	2.8
		泰武鄉	泰武部落	玉荷包、愛文芒果、敏豆、高麗菜、辣椒	0.98
		獅子鄉	楓林部落	玉米、生薑、南瓜、秋葵	2.2
		牡丹鄉	高士部落	花生、白鳳菜、紅鳳菜、皇宮菜、香菇、草皮菇	2.8
嘉義縣	鄒族	阿里山鄉	特富野部落	茶樹(烏龍茶)、李、愛玉	11.17
		阿里山鄉	達邦部落	花豆、蘿蔔、生薑、高麗菜	6.27
		阿里山鄉	樂野部落	茶樹、筍、明日葉、山胡椒	18.9
		阿里山鄉	來吉部落	黑豆、甘藍、芹菜、蔥、茄子、花胡瓜、苦瓜、絲瓜、韭菜、葉菜甘藷、蘿蔔、筍白筍、南瓜、敏豆、甘蔗、埃及野麻嬰、過溝菜蕨、龍鬚菜	32.12
臺東縣	排灣族	達仁鄉	新化部落	咖啡、橄欖	25
		達仁鄉	台坂部落	雜糧	5
總計					178.94

(一)加盟農場案例：

1. 邦查有機農場-吸取太陽能量的日曬米

位於花蓮縣光復鄉馬太鞍部落的邦查有機農場是由蘇秀蓮創辦，在歷經花蓮縣鳳林鎮吉拉卡樣共同農場的工作洗禮後，她運用小地方大佃農的政策，與兩位朋友到光復鄉租農地，採行有機生產，並在民國 99 年 6 月通過「TOAF 慈心有機認證」。一開始栽種的是「台梗 9 號」，直到 100 年 2 月，改種更適合花蓮風土的「花蓮 21 號」。更捨棄機械設備的便利，堅持採用人工日曬乾穀，在這些人工繁瑣的工作中，擁有豐富農事智慧的部落耆老們成了最好的顧問，也傳承了部落的文化。這些有機日曬白米，因為又香、又好吃，成為農場代表產品的「邦查太陽米」。

邦查農場同時思考著部落文化及產業的未來，進一步規畫了「上山下海部落遊」，結合採摘阿美族野菜、有機農場體驗、自己動手做有機醬瓜帶回家、阿美族道地風味餐、部落舞蹈與傳統小調體驗、豐濱石梯港貝類採集和撿拾白玉髓寶石、石梯港現撈海產等元素，希望讓造訪馬太鞍部落的遊客都可以深度地體驗阿美族部落文化。

2. 谷立有機農場-打造山中蔬果新樂園

位於新竹縣尖石鄉石磊部落的「谷立有機農場」是有機農業的典範部落，從民國 94 年起，徐大衛便積極推動有機農業，和部落族人一起開發共同農場，並取名「谷立有機農場」，組成「新竹縣尖石鄉谷立部落文化觀光生態產業發展協會」，許多社區媽媽也加入一同推動社區事務。

谷立有機農場目前已經取得慈心有機認證，以有機蔬菜、水蜜桃及泰雅文化為發展重點。為了勵行有機栽植，谷立有機農場從育種、施肥、除草，完全由組員分工合作，不使用任何化學肥料和農藥，消除蟲害靠的是人力摘除，再以輪作來管理雜草，並設立堆肥場，自製堆肥，省下大量的基材費用，也讓栽植成本降低許多。這樣的有機栽培成本比一般慣行農法還低。為精益求精，還赴韓國學習製作「漢方營養劑」，以中藥材和植物製作堆肥，使用微生物、蚯蚓、昆蟲來改善土壤的結構。農場目前透過會員宅配及里仁有機商店、部落 e 購等行銷管道，成為北部都會區很受歡迎的有機農產品。

除了有機農業之外，徐大衛將泰雅文化、河川保育亦列為部落的發展重點，數年前族人在公路旁，搭建了一座傳統竹屋來當作部落教室，也讓遊客在此體驗部落文化及學習有機栽培，竹屋中還另闢電腦教室，讓村民藉由網路與世界無落差的連結。十多年來，石磊部落因谷立有機農場的共同經營，推廣有機農業，創造了商機，並帶動部落在地就業，使得年輕人也漸漸願意回到母土重拾農耕。

(二)行銷推廣

為了擴展原住民有機農產品的行銷通路，本會「樂活原鄉幸福農業·有機大聯盟輔導計畫」媒合了天母農學園、248 農學市集、太平洋鮮活超市、新光三越百貨 A11 館、彎腰農夫市集、竹蜻蜓綠市集、台中和樸農學市集、部落 e 購、臺北市原住民風味館、新北市環球百貨板橋店等有機商品行銷通路。並且邀集參與有機大聯盟的農戶及加盟農場參與國內外相關的有機商展，國內有「生態智慧、部落遊學、公平貿易—有機大聯盟 2012 亞州有機樂活展」以及於天母 SOGO 百貨的「樂活原鄉·幸福農業—原住民特色物產展」，「BioFach China 2013 中國國際有機食品博覽會暨上海有機農業交流活動」與「BioFach2013 紐倫堡國際有機商品展」，經過國內外有機商展後，有多家有機店與通路對於台灣原住民有機農產品展現了高度的興趣，並且與有機大聯盟農戶有實際的聯繫與洽談，目前已有來自國外的小量訂單訂購有機小米及橄欖伴手禮。

四、未來展望

原住民族飲食文化是最容易吸引消費者體驗的切入點，也是帶動部落傳統農業的火車頭。原住民族傳統作物在食用、祭儀及族群文化生命的用途與傳承方面，有著極為重要的文化功能與價值，是部落中的靈魂作物，且符合現代養生概念。在社會大眾開始追求健康及原汁原味風尚帶動下，原住民族傳統作物及飲食

文化，正好符合此一消費社會的想像，有潛力成為健康消費時代下的寵兒。

本會未來將選定原住民族傳統主食作物、野菜及具在地特色的經濟作物三類優先推動，並以飲食文化貫穿部落的農業「生產」和「行銷」兩端。提升餐飲精緻度和文化品味，保留傳統特色後創新，讓文化傳承與商業機制共同運作。推動地產地銷，以在地食材提供消費者認識原住民族的「舌尖祖靈」，減少食物運送里程。

(一)重建在地食物系統：

1. 再現特色農業價值：探究因當地傳統的生活方式而產生的關於食物取得、製作及環境永續的文化體系；以及飲食文化形成的背景、傳統食材及料理精髓。
2. 成立部落合作事業體：整合「市場、財務、設備、人力」產銷共同經營。推動「共作」、「共食」，將企業管理的精神，揉入部落人與人的互助價值中。

(二)提升農業生產力：

會同農委會辦理在地傳統作物保種或育種，結合「農村再生計畫」及「小地主大佃農計畫」，推廣傳統作物復耕，活化閒置農地，擴大栽培面積；改進生產技術，提高作物生產量；補助農耕、理貨、冷藏及加工設備。

(三)形塑品牌形象

1. 以品質為產品核心價值：鼓勵轉型有機生產及認證，落實取得產地標章、吉圃園安全蔬果標章、綠色保育標章及 CAS 優良農產品標章，補助取得相關驗(認)證經費。
2. 建立共同品牌：設計融合文化精神的品牌及識別系統，有效區隔市場，也將原住民族文化透過商品傳達給消費者，增進其對於原住民族文化的相關知識與認同感。

(四)開發新產品及體驗型消費

1. 開發故事化商品：依據農產品屬性發掘符合部落人文地景的故事，或在原住民族文化祭儀不可取代的價值(例如小米代表豐收)，導入產品說明、包裝設計及行銷，讓消費者因感動而購買。
2. 研發文化特色加工品：結合農委會輔導農村食品加工事業計畫及田媽媽輔導計畫，協助改良傳統食品(如杜崙、阿拜、吉那福、阿里鳳凰等)、醃(烤)肉及野菜料理製程與創新口味，以因應市場競爭以及消費者快速變化的口味。
3. 運用科技加值：運用生物科技結合養生、美容趨勢，研發衍生商品，透過故事化包裝提升形象，創造高單價的產品，提高農民收益。
4. 導入在地文化特色與農業體驗活動：提供關於生產、製作和取得食物的文化體驗，以及品嚐傳統食材和料理精髓；開發文化體驗及打工度假遊程，學習古老的生活智慧等。

(五)市場開發及通路行銷：

1. 建構「從產地到餐桌」通路：建立在地銷售網絡，供應周邊餐廳、民宿或機關學校；運用社群支持機制，提供網路訂購及進駐電子商務交易平台。
2. 參與友善行銷通路：會同農委會輔導進入「有機電子商城」、「有機農夫市集」、「聯合農產品網路商城」以及農會行銷體系；媒合企業客戶、百貨公司或賣場等大型通路契作。
3. 舉辦產季行銷活動：配合原住民族慶典及觀光，辦理展售會、美食節、產業文化體驗等活動。串聯各地產季整合行銷，提升產業知名度。
4. 參加相關品牌行銷活動：充分運用政府機關、學校或民間機構所舉辦的各種展售活動，將原住民族特色農產品推廣至社會各個階層。

(六)推廣原住民族飲食文化：

在地食材注入飲食創新元素，提升風味餐飲精緻度；開發創意食譜，推薦當地飯店、餐廳及民宿使用部落食材及料理，以及作為培訓教材；培育餐飲名廚，輔導原住民族餐廳開發特色菜單，規劃特色餐廳認證制度，擴大原住民族特色農業消費市場。

(七)跨部會合作有機農業

為了推動原住民的有機農業，目前本會計畫與農委會農糧署與農改場等單位共同推動跨域合作整合，未來將組成行動計畫工作小組，作為溝通協調平台，共同協助推廣原鄉有機農業。

農委會農糧署目前提供多項輔導補助措施，包含有機驗證及檢驗費用、有機質肥料、小型農機、溫網室生產設施等，並且農委會各區農業改良場組成有機農業技術服務團，協助農友減輕轉型初期經營成本負擔，及解決有機栽培管理問題。此外，本會推動之原住民族部落活力計畫與農委會水土保持局農村再生計畫，共同執行部落培根工作，輔導原鄉部落產業從1級的有機農業生產，發展2級、3級民宿餐飲、文化體驗旅遊等產業，推動部落的6級產業，打造原鄉有機村，吸引部落青年人口回流就業。