

投稿類別：本土關懷

篇名：玉里-田間的網紅

作者：

余爰希。花蓮縣中城國小。六年仁班。

莊芷祺。花蓮縣中城國小。六年仁班。

李芊瑩。花蓮縣中城國小。六年仁班。

指導老師：

楊儀萍 老師

李依儒 老師

壹、緒論

一、研究背景

玉里鎮位於臺灣花蓮縣南部，面積約為 252 平方公里，是臺灣面積最大的鎮。鎮的西半邊為花東縱谷平原，加上秀姑巒溪由南向北貫穿全鎮，所以玉里鎮的經濟產業以農業為主。根據花蓮縣政府民政處及內政部戶政司統計，玉里鎮在西元 1981 年人口數高達約 4 萬人，西元 2024 年 6 月統計人口為約 2 萬人(花蓮縣政府民政處，2023)，每年的人口數不斷在下降。

二、研究動機與目的

小時候常聽爺爺奶奶說以前的玉里鎮十分繁榮，不僅人口眾多，還帶來許多商機，街上都是五花八門的商店，好不熱鬧。但近年來的玉里鎮卻不是如此，因時代的變遷，鎮上從事務農的人口大幅降低，學生高中畢業後陸續到外縣市就學，或到外縣市尋求就業機會，現在走在街道上，街道冷清沒什麼人，放眼望去，大多都是小孩和老年人，讓我們為玉里鎮的未來發展擔憂，我的家鄉會不會就此沒落。

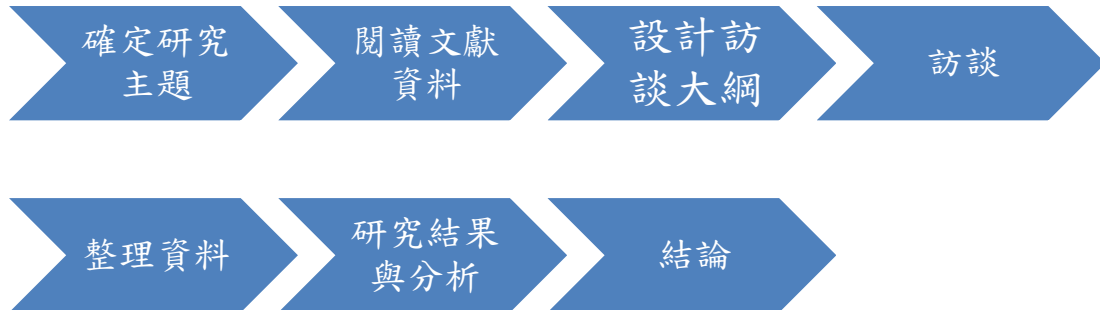
就讀中城國小期間，從同學口中聽到有學長的爸爸是位網紅，我們上網搜尋資訊，發現他是位返鄉務農的玉里人，也是中城國小的校友，在臉書上還有不少粉絲追蹤，很多人都去看他拍攝的影片，內容都是有關農民的日常生活。讓我們不禁好奇竟然有玉里人從外縣市回到家鄉工作，從事辛苦的農活，而且還有在拍影片經營自媒體，吸引了許多關注。所以我們想要了解大學長為何決定返鄉工作，還這麼有創意將枯燥的日常拍成有趣的影片。若大學長能分享返鄉工作的寶貴經驗，讓其他在外打拼的玉里人有個參照對象，願意返鄉發展，也許能有機會重現玉里鎮的繁榮景象。

三、研究問題

- (一)了解學長返鄉務農之原因
- (二)探討學長返鄉務農之歷程
- (三)了解學長發展自媒體之動機
- (四)探討學長發展自媒體之歷程
- (五)探討學長結合自媒體行銷所帶來之效益。

貳、研究方法

一、研究流程圖



二、研究方法

(一)文獻資料蒐集

當我們決定主題後，老師帶我們上國家圖書館的碩博士論文網，我們在上面搜尋有關「返鄉務農」以及「自媒體」相關的論文資料；還到圖書館找相關書籍來閱讀。最重要的是上網瀏覽學長所經營的臉書專頁：小劍劍-務農夫婦x田園日記，讓我們了解學長平時在做的事情是什麼。

(二)訪談

訪談法是透過人與人之間的對話互動，有助於收集資訊，我們採用半結構式訪談，事先針對研究問題設計好訪談大綱，希望能收集到更具體且深入的資料。

參、研究分析與結果

一、文獻資料蒐集

(一)返鄉務農

志願務農者踏上歸農之路多起因於他們對健康、自給自足生活，或工作新契機的探尋，並於獲得他人及外在的正面支持力量，得以在艱困的農業環境中繼續前進。返鄉務農工作者從事農業所遇到的困境包含支持系統建立的不容易對於農業政策的法規理解與實際遭遇的務農狀況銜接不上和務農實務操作面的挑戰。而近年來各縣市政府陸續成立青年返鄉創業或就業之專責單位，且在就業機會貧乏的偏鄉，更需積極加強發展青年返鄉創業政策，這些政策對於青年實踐返鄉創業具有實質的助益。

(二)產品行銷

在經營過程中，青年面臨的主要挑戰包括代際衝突、缺少交流場域、行銷與管理專業知識不足以及政策法規的限制。研究建議政府和社會應提供更多支援，包括提供交流平臺、專業培訓、資金援助和政策放寬，以促進青年返鄉的可持續發展。

(三)產業結合自媒體

自媒體提供了一個互動性高、即時性強的平臺，讓中小型傳統產業能夠更貼近消費者、更有效地傳遞產業品牌訊息。自媒體的建置對傳統產業的幫助相當大的，社群媒體不僅提高了市場曝光度和品牌知名度，還促進了與客戶和利益相關者的直接互動，提升了業務的經營效益。自媒體的運用也為中小型傳統產業帶來全新的體驗與營運機會，藉此來強化企業形象、開拓新的營運方式，與消費者建立更緊密的關係與資源靈活應對，創造出新的契機與轉機，促進中小型傳統產業的永續發展。

二、訪談內容

我們訪談的對象是中城國小畢業的大學長-謝銘鍵，他在玉里鎮從事務農超過十五年，平時透過拍攝有關種田的有趣影片，將農夫的日常生活介紹給大家，他的影片頻道已有超過十萬人訂閱，是一位「一手拿鋤頭，一手拿鍵盤與手機」的農夫。我們想透過訪談了解為什麼學長會返鄉務農，怎麼將務農和影片作結合，讓傳統產業激盪出不一樣的火花。希望能透過他的經驗，給想留在玉里鎮打拼的年輕人一個希望。

(一)鄉村生活原來比都市美好

從大學長的分享中得知，都市的工作機會與賺的錢雖然比較多，但開銷也很大，收入和支出是打平的。都市生活腳步很快，整天被時間和工作追著跑，感覺自己變成了機器人一樣，失去原有的對生活的熱情，於是決定回到家鄉工作。大學長家中原本就從事農業，返鄉後順理成章接手家業，即使務農賺的錢不多，但這是他一直以來所嚮往的-自由自在的生活。

(二)務農真的有夠辛苦

大學長當農夫後深刻體會「日出而作」，每天都要很早起床出門工作，但「日落不一定能息」，農忙時期，除了種田外，還要處理農作物的包裝及銷售，每天工作時間很長。除此之外，還要頂著烈日及寒風在田裡工作，若遇到天災，那更是嚴重的打擊作農人的信心，因為很有可能所有努力毀於一旦。最重要的是，俗話說：一分耕耘，一分收穫，農夫沒有偷懶的權利，為了美好的生活，學長只能咬著牙、赤著腳、揹著肥料，一步一腳印的往田裡走去，才有可能發現新台幣。

(三)路-要靠自己找

務農的收入有限，遇到天災真的損失慘重，若只靠天吃飯，那可能會餓死。俗話說：方法總比困難多，所以學長積極尋找農業相關補助，減少成本支出；他還作了許多功課，除了想找出玉里鎮適合種植的作物，也避免和其他農夫種植相同的作物，最後大學長選擇種「蕎麥」，因為臺灣種蕎麥的農民很少，蕎麥也為大學長帶來不錯的收益。

學長知道經營事業若只靠一個人的力量，或許走不長遠，於是他秉持著有錢大家賺的想法，組成團隊共同打拼，不僅增加了農作物的產量，也減少了種田所需的開銷成本。

(四)農夫生活其實也很有趣

大學長是位幽默風趣的人，平時會從枯燥的農活中尋找樂子，而當時網路開始普及，陸續出現可以分享心情的網路平台，於是大學長就開啟了經營自媒體之路。大學長會將務農工作結合在地食材，拍攝成農村料理系列，吸引許多美食愛好者觀看；也將農夫工作的內容紀錄下來，讓民眾對農夫這個職業有更深刻的認識。

(五)當網紅沒那麼容易

網站上大家看到的有趣影片，是需要經過後製剪輯而成，大學長在一開始接觸自媒體時，並不會剪輯影片，拍攝只能一鏡到底，若中途有了差錯，就只能全部重來。而大學長是位不輕易放棄的人，遇到困難就要想辦法解決，於是他上網學習如何剪輯影片、怎麼上字幕和怎麼配音樂，在不斷的練習下，才能呈現出一部完美的影片。

(六)流量等於銷量

隨著越來越多人觀看大學長拍攝的影片，間接帶動農產品的銷售，許多民眾都特地來購買他種的稻米。因為有了名氣，農會及鎮公所的合作邀約不斷，希望透過他的高人氣，能讓更多人認識玉里鎮在地農產品。

(七)蕎麥花開耕耘有成

大學長一開始種錯稻米的品種，所以收成不佳，後來經過他努力不懈的研究，終於找到適合玉里這片土地生長的農作物-蕎麥。也因為他對產品品質的堅持，吸引了蕎麥經銷商的目光，將種出來的蕎麥全部收購，成為大學長農業收入最大的獲利來源。

(八)替返鄉青年點燈

大學長建議想要返鄉就業的青年，要先了解自己，才能找出適合自己的工作；若要結合家鄉產業，必須創造出自己的獨特性。尤其現在是網路發達的時代，善用流行元素跨界結合，配合網路行銷，努力將品質做好，就可能獲得翻倍的效益。

肆、結論與建議

一、結論

- (一)學長會返鄉是因為不習慣都市的步調，較喜歡鄉下自由自在的生活。
- (二)即使學長家原本就從事農業，但返鄉接家業後仍然遇到以下困難。
 - 1. 需承受夏天的高溫，以及冬天的寒冷。
 - 2. 當遇到天災，心血可能毀於一旦。
 - 3. 煩惱農作物收成後該如何販賣。
- (三)當學長遇到困難，找出下列方法解決問題。
 - 1. 尋找與農業補助相關資源，減少成本支出。
 - 2. 選擇種植和其他農民不同的農作物(蕎麥)。
 - 3. 組成團隊，人力變多能增加農作物產量，購買機具或肥料能降低成本。
- (四)拍影片分享務農生活，隨著知名度提升，連帶使農產品銷量變好。

二、建議

- (一)青年若要返鄉就業，應要確定自己想從事的行業。
- (二)可從與行業有相關之政府部門尋找補助資料。
- (三)和其他同業進行交流，互相學習、互相幫助。
- (四)可結合家鄉在地特色，創造自己的獨特性。
- (五)運用不同的行銷方式，可增加產品銷售量。
- (六)產品品質需嚴格把關，維持良好品質就能有好口碑。

附錄

訪談大綱：

1. 為什麼您選擇返鄉？
2. 為什麼決定當農夫？
3. 當農夫時有遇到什麼困難？是如何解決的？
4. 農夫工作很忙碌，為什麼還會花時間拍影片？
5. 拍攝影片的過程有遇到什麼困難？是如何解決的？
6. 把務農的影片上傳平台，有什麼優缺點？
7. 變成網紅後有得到什麼驚喜？
8. 在這段返鄉就業的過程收穫了什麼？
9. 對返鄉就業的青年有什麼建議？

參考文獻

- 丁蓁蓁(2011)。部落客名人化過程之研究-以圖文部落客為例。世新大學。
- 周育靖(2023)。青農基本背景對返鄉、產品行銷與經營困難之差異。國立虎尾科技大學。
- 高宇柔(2014)。以部落客商業化程度探討部落客和讀者間關係品質對產品推薦效果之影響。國立中正大學。
- 郭子琳(2022)。青年返鄉創業政策對返鄉創業動機及行為之影響：以屏東縣為例。國立中山大學。
- 陶威中(2024)。青年返鄉對茶產業及地方觀光之研究：以坪林為例。世新大學。
- 張詠婕(2019)。部落客形象、品牌形象與顧客購買意願之關聯性研究。淡江大學。
- 黃微鈞(2023)。地方創生人才返鄉策略研究-以花蓮縣為例。國立東華大學。
- 楊婷婷(2018)。台灣青壯年返鄉務農政策之評估：以彰化縣福興鄉酪農業為例。國立中興大學。
- 蔡佩芳(2009)。志願務農者的歸農之行。國立花蓮教育大學。
- 鐘玲雅(2023)。從「離」到「返」：返鄉從農工作者的經驗分析。國立東華大學。