

第 34 屆全國十大神農簡介

李星辰	<p>打造竹筍加工新價值神農</p>
簡介	<p>自創品牌，增加農民收益 李星辰創立「日茂竹筍」品牌，興建符合 ISO、HACCP 認證規範的加工廠，整合上游農民，擴大與農民契作的收購量，讓「日茂竹筍」增加產能，能穩定供貨給通路商。「日茂竹筍」的成長，也逐漸提升農民的收益。</p> <p>創新技術與設備，取得各項食品認證 李星辰升級加工設備，建立友善的工作環境，並以創新「黃金保鮮工法」，提升產品的鮮味與口感。他申請有機農產品加工驗證與產銷履歷加工驗證，為食品的安全層層把關，提升消費者對產品的信任度。</p> <p>加工農產品的思維 V.S. 消費者的便利性 在加工農產品這條路上，李星辰會不斷的思考消費者的接受度與便利性，例如「即食」對消費者來說，就節省了許多時間的成本。李星辰表示面對不同的消費族群，他都要去思考「消費者的便利性」、「健康的美味」、「更好的品質」以及「延長賞味期」。</p>
李榮春	<p>帶領臺灣黑豬進軍全世界的推手</p>
簡介	<p>從科技轉業，復育黑豬 臺灣純種黑豬生長緩慢，所以政府引進其他豬種進行雜交。雖然改善了成長速度，卻讓臺灣純種黑豬血統紊亂。李榮春與臺大教授合作，運用科技方式，成功復育臺灣黑豬。</p> <p>創建自有品牌，打造響亮名號 要進入國際市場，就要有品牌。李榮春的自創品牌叫 Odiva，念起來就像臺語的「黑豬肉」。這樣的命名，讓他感到相當的自豪。李榮春的 Odiva 品種純，品質佳，品牌響亮，在三品相契合的情況下，他的目標是要讓臺灣平埔黑豬與伊比利黑豬一樣享譽國際。</p> <p>創新產業技術，降低碳足跡 李榮春一直在思考，如何跨域結合，將在電子業的經驗投入畜牧業中。他將汗水想辦法回收再利用，做熱能的轉換，用於小豬保溫，換算成的碳單位就減少了許多。所以，拿到了外商的碳查驗證書。李榮春的牧場導入科技管理設備，發展出獨一無二，擁有最新科技的綠能牧場。</p>

第 34 屆全國十大神農簡介

邱俊魁	<p>從青農返鄉到茶香職人，撐起茶園一片天</p>
簡介	<p>青農新思維為家鄉茶產業注入新活力 邱俊魁為了避免茶葉產期過於集中而導致短時間產量過多，他改變種植的流程，讓茶園的品種多元化，除了可以發展不同茶葉品種的特色，也能讓茶葉的收成時間分散，解決茶園人工不足的問題。</p> <p>友善栽種與野生動物共存，運用科技管理解決缺工問題 邱俊魁利用乘坐式採茶機來解決人力短缺的問題，運用以色列滴灌系統來省水，邱俊魁的省水省工模式，可以讓他有更多的心力為茶園的未來努力付出。他打造出友善無毒的種植環境，讓茶園生態環境能與野生動物共存。</p> <p>以競賽來提高品牌知名度 邱俊魁認為參加國際的競賽，除了能提高品牌的知名度，也能讓國際更關注臺灣的茶葉特色，帶動茶產業的發展，這也是邱俊魁持續努力的目標。</p>
邱冠鈞	<p>掌握科技，智慧農業翻轉設施蔬菜新時代</p>
簡介	<p>結合傳統農法，創新農業新思維 邱冠鈞認為把父執輩的經驗、技術數據化，將數據傳到智慧農業系統的雲端，讓他在輔導青農的時候，讓沒有經驗的青農，可以系統化的學習種植方法。他認為農作方式必須轉型，要讓機械節省人力，讓智慧系統可以更精準的協助種植流程。</p> <p>機械化設備，縮短農務學習歷程 邱冠鈞從日本引進三合一的曳引機，只要學會操作一種機具，就可以做三種農務，縮短了操作者的學習歷程。農場也引進「乘坐式可變行株距的葉菜移植機」，一次可以移植 6 行的葉菜，增加農務的速度，也節省人力。加工廠也購買洗菜、預冷二合一的機器，省時又省力。</p> <p>結合智慧農業系統，手機操作一手掌握 在智慧農業系統的農場裡，只要拿著手機或平板，就能看到農場的數據，可以自動執行灌溉的任務、即時監視農場、自動控制遮陽網、控制溫度和溼度等。在種植方面，智慧農業系統可以讓農作的各個步驟更精準，可以種植出穩定與品質一致的農作物。</p>

第 34 屆全國十大神農簡介

陳立言	<p>用衝浪的精神養出活力健康雞</p>
簡介	<p>返鄉創業，分析數據養出健康無毒雞</p> <p>陳立言很重視紀錄，因為數據可以做為改善的參考。例如，不用抗生素來飼養，將「益生菌」添入飼料，降低疾病的發生；以及低密度飼養給予雞隻健康的環境。陳立言會逐月檢視紀錄，發現生病及死亡的雞隻有降低的趨勢。</p> <p>堅持飼養熟齡的雞隻，讓肉質呈現好口感</p> <p>陳立言堅持飼養熟齡的雞隻，讓肉質紮實又有彈性，但是飼養熟齡的雞隻，會增加飼養的成本，甚至有些消費者會抱怨售價高。陳立言堅持初衷，他相信「品質導向」的客群，還是會願意支持他們的理念。</p> <p>以消費者思維來開發商品，推廣美味好雞味</p> <p>陳立言認為建立品牌是與消費者建立信任感，但是也要付出相對應的責任感。陳立言表示在熟食料理的產品，堅持無添加，並且會以消費者的角度來思考產品的開發，會顧及消費者的便利性，把「健康、安全無毒、美味的土雞」推廣給大家。</p>
陳泓碩	<p>用科技打造智慧漁場</p>
簡介	<p>注重食品安全、創造自有品牌，自產自銷掛保證</p> <p>陳泓碩堅持不用藥，注重食安理念，逐漸獲得關心食安消費者的青睞，收入日趨穩定。隨著客源擴展，陳泓碩決定成立品牌。陳泓碩經營臺灣寶蝦，與消費者直接對話，養殖場通過產銷履歷及 BAP 國際驗證，為品牌掛保證。</p> <p>打造智慧漁場，養殖產業進入科技時代</p> <p>成為「科技漁民」後，陳泓碩導入智慧養殖系統，簡化養殖程序，提升水產育成率，達到養殖效益最大化。透過手機就能遠端管理，不用全天死守魚塢，有更多時間陪伴家人。</p> <p>鼓勵青年參與科技養殖，讓養殖業迎向朝陽</p> <p>陳泓碩秉持著安全養殖理念，「我生產、我負責」的態度，熱心服務在地，致力推廣優質水產及爭取漁民權益，對漁青傾囊相授、無私提攜，為社會熱心貢獻，獲獎實至名歸。</p>

第 34 屆全國十大神農簡介

曾吉生	<p>一分堅持，讓有機山苦瓜成為明日之星</p>
簡介	<p>透過有機農場，友善土地</p> <p>曾吉生一開始就選定適合保健用途的綠皮山苦瓜品種來種植，為了提高品質，他精進種植技術。曾吉生堅持有機種植，雖然有機種植要時常跟蟲害、雜草奮鬥，但是他堅持友善土地的種植方法。</p> <p>堅持理想，堅持做好一件事</p> <p>曾吉生種植山苦瓜的前三年是虧損的，雖然家人反對，但是他認為山苦瓜是好東西。為了能夠製作山苦瓜加工產品，他歷經波折成立加工場。一開始製作的山苦瓜茶只有苦味，歷經多次試作，才能讓山苦瓜茶清香回甘。</p> <p>協助在地小農，讓大家一起共好</p> <p>曾吉生的初級加工場是宜花東小農加工農產品最重要的據點，他幫小農們代工的利潤少，曾經想放棄，但是看到小農們渴望協助的眼神，他就繼續努力經營。曾吉生除了可以幫小農們客製化加工品，也會協助他們，提高農產品的附加價值，希望與小農們一起共好。</p>
蔡英地	<p>結合密閉式鵝舍及太陽能綠電，智慧養鵝先驅</p>
簡介	<p>鋪設太陽能板，創造穩定現金流</p> <p>蔡英地建造鋪設太陽能板的禽舍，用賣電的錢創造穩定現金流。蔡英地說：「太陽能是用綠電支持農業，只是個工具，不是賺錢的目標，屋頂下養的鵝才是重點。」</p> <p>創造品牌，多元提升產業價值</p> <p>蔡英地投注了很多心力，發展全新的養殖模式。申請養殖專利，保護及彰顯自己的專業，創立品牌讓產品更普及化。沒有前人的經驗，蔡英地必須思考、調整的事情很多，愈多的挑戰，就是促使他愈進步的動力。</p> <p>用科技翻轉養殖業，讓家鄉產業共好</p> <p>氣候變遷和人力老化是目前臺灣農業發展最大的難題。蔡英地發展非開放式禽舍養殖技術，克服禽流感威脅，並導入智慧科技，減少人與鵝的接觸，降低交叉感染風險；也開發手機 APP，透過網路就可以控制禽舍室內的溫度和溼度。除了與老農合作外，他也積極輔導返鄉養鵝的青農，希望雲林的養鵝產業，能夠永續發展下去。</p>

第 34 屆全國十大神農簡介

薛雍霖	創新養殖百變小丑魚，觀賞魚養殖神農
簡介	<p>以人工養殖取代野外捕撈，為海洋生態盡一分心力</p> <p>薛雍霖觀察到觀賞水族的市場裡，很多魚隻的來源是來自野外捕撈，但其實在捕撈的過程中，會對海洋裡的珊瑚礁有一定的破壞。所以他致力於小丑魚的人工養殖，並且透過人工雜交的方式、技術來創造斑紋、色彩絢麗的小丑魚。</p> <p>語言跟營銷竟然是最大的瓶頸</p> <p>薛雍霖投入就業市場後，發現語言和營銷竟然是最大的瓶頸。他認為雖然對營銷不熟悉，與外國人溝通的過程也十分不容易，但是只能從做中學，從失敗中吸取教訓，再調整與優化目標。雖然這個過程十分辛苦，但這是讓品牌被推上國際舞臺的重要歷程。</p> <p>只能「堅持」，再不斷的「突破」</p> <p>薛雍霖認為神農獎是一個過程，而非終點。他最開心的是得到評審的認可，他認為這個產業無法單打獨鬥，團隊的合作是很重要的，只能大家「堅持」下去，持續不斷的「突破」，才可以讓產業與品牌逐漸茁壯。</p>
蘇嘉益	從總鋪師到甘藷產銷神農
簡介	<p>引進健康種苗，向專家學習有效精準的栽培管理</p> <p>蘇嘉益觀察到地瓜種植的困境，在民國 106 年的時候，向農業部農業試驗所嘉義農業試驗分所提出健康種苗技術轉移，學習栽培無病毒的地瓜種苗，引進種植技術和健康種苗到水林鄉，提升地瓜產業競爭力。</p> <p>自創品牌提升能見度，打開通路，提升甘藷的產值</p> <p>蘇嘉益建立「阿甘薯叔」的品牌，與農民建立契作的合作模式，努力提升地瓜的品質；也藉由參加海外食品展，增加品牌能見度。在產品研發的方面，蘇嘉益善用他的廚師經歷，研發出各種地瓜加工食品，拓展地瓜新版圖。</p> <p>面對挑戰，堅持去做對的事</p> <p>建立「阿甘薯叔」品牌非常的艱辛，但是蘇嘉益認為建立品牌，才能持續與農民維持良好的契作關係。在與農民的契作模式中，「阿甘薯叔」都有考量到農民的收益，也以補貼的方式鼓勵農民提升產量與品質。未來，「阿甘薯叔」將致力於把地瓜加工品外銷到全世界！</p>