

〈第33屆十大神農故事〉

父子傳承二代神農邱裕翔 帶領臺灣地瓜站上國際舞臺

撰文 | 張簡禕貞 攝影 | 方翔



臺灣俗諺「番薯毋驚落土爛，只求枝葉代代澗」，除了說明地瓜的普遍性和驚人的生命力之外，也是臺灣人再熟悉不過的基本食糧。然而邱木城和邱裕翔父子卻在地瓜產銷上取得驚人成就，相隔27年先後獲得神農獎，傳為地方佳話，也把最能代表在地食材的地瓜推上國際舞臺。

2022年瓜瓜園第二代38歲的邱裕翔抱回邱家的第二座神農獎。這也是邱裕翔回鄉接手新化食用甘藷產銷班，協助父親經營瓜瓜園的第15年。而這時瓜瓜園不僅把「夯」地瓜賣進全臺3,700間全家門市，還把多樣化的加工品賣到美國、日本共10多個國家；這兩年新冠肺炎疫情嚴峻，全球馬鈴薯供應斷鏈，瓜瓜園的地瓜及時補上缺口，才渡過疫情期間的產銷空窗期。

「然而，瓜瓜園之所以能夠因應的市場變化，則是有賴長期以來產、製、儲、銷一元化的建構。」邱裕翔表示，瓜瓜園從最早期的製作、加工，到推動產銷履歷，

用智慧聯網管理農場，都是同業的領先指標。也成功將地瓜從一、二級產業，轉型到三級產業，將科技引進農業，成立觀光工廠、開發文創商品，並打造全臺最大的全自動化地瓜食品加工廠，瞄準國際市場，在發展過程中，見證了國內地瓜產銷的演變。

田間管理導入新科技，產銷數位化

邱裕翔表示，新化原本就是地瓜重要產地，當地也有許多產製地瓜粉的加工廠，7、80年代工廠外移到東南亞、中國大陸，地瓜加工需求也跟著減少，最初父親在臺北中央果菜市場販售地瓜以及少部分的加工品，但嗅到加工品需求日增的商機，瓜瓜園團隊決定回到臺南，與當地農會合作，成立農業產銷班，成立加工廠，削切好的冷凍薯條以穩定的價格和供應，從鹹酥雞攤賣到品牌通路，開啟了製作、加工、產銷一條龍的運作模式。

對地瓜再熟悉不過的邱裕翔大學念的是食品加工，退伍後加入公司，先後到品保部門、生產線、農場歷練。「為了做產銷履歷，必須到田間採樣，但面對無任何標示的100多個田區，整個大傻眼。」他從一開始的手工登錄做起，一邊摸索傳統的運作模式，為田間管理制訂標準化流程，也思索新方法、新工具的運用，著手製作田區標示牌、用當年功能仍然陽春的導航定位，節省找尋田區的時



瓜瓜園在臺南與當地農會合作，成立農業產銷班與加工廠，以因應市場需求。

間，也方便任何接手的員工都能快速辨識地點，這也成了瓜瓜園運用數位管理開端。

隨著科技的進步，邱裕翔再導入資訊管理系統協助田間管理，透過Google地圖結合GPS全球定位系統，並整合歷年採收量、良率、氣候資訊與病蟲害狀況等紀錄，整合品保人員測試數據，進行分級、儲存等作業，並用無線射頻識別系統(RFID)建置自動化倉儲系統等，讓管理更省力，更精準。邱裕翔認為前端的田間資訊數位化和後端的工廠生產系統必須同步，才能一路從種植採收、加工製造、儲存到銷售，都保持同樣的品質，數位化管理、導入新科技，也奠定了瓜瓜園後來快速擴大產銷量能的基礎。

引進機械化，年輕代耕隊向前衝

邱裕翔透過產銷履歷的施行，整合產銷班數百農友標準化甘藷生產作業流程，從提供安全無病毒的種苗、指導安全用藥、施肥及栽種技術，種出來的



產、製、儲、銷一元化的建構，讓瓜瓜園能夠因應市場變化。



為了去化非規格品，瓜瓜園發展出多元的地瓜加工品。

地瓜質量都大大提高，同時也透過保證價格，讓契作農戶有穩定的收入。

面對務農人口逐漸老化，邱裕翔開始利用空拍機結合影像辨識系統，分辨地瓜田生長情形，用iPad巡田，用無人機巡查噴藥，也為契作農戶提供最珍貴的勞動力。邱裕翔從國外引進大型自動化機械，成立臺灣最大甘藷機耕團隊，從扦插到採收不僅可以由機械代勞，也可以委託「代工」，如此一來也不用擔心農業缺工的問題。

「我們做的不只是把農民視為生產者，同時也是管理者。」邱裕翔表示，過去農民單一收入來源只有農產品的採收，風險極大，但代工耕的農隊，都是會操作空拍機、無人機、大型農機的年輕農民，透過任務編組和分時派工，不僅成為農戶最佳後勤部隊，更是年輕農民在農產品之外的收入來之一，收入穩定，收入來源增加，也激勵了許多農二代回家接班。

瓜瓜園從早期的地瓜加工起家，如今已研發出地瓜片、地瓜酥、冰烤

蕃薯等多達40種商品。但真正讓瓜瓜園精進產銷一元化的契機，就是2010年把「夯蕃薯」賣進全家超商，每年2,000萬條打底的供應量也為營運帶來新的挑戰。

「超商通路龐大，要維持每天通路的穩定供應非常不容易，加上通路要求的產品規格固定，只有兩成的地瓜能出貨，供貨愈多，意味著兩端過大、過小、過重的非規格品就愈多，供應商自己就得自行加工消化。」

計畫性生產，因應大規模產銷需求

邱裕翔點出瓜瓜園當時面臨的挑戰，一方面要擴大契作面積，採計畫性生產，分散產地，調控採收周期，取得穩定的鮮果來源，再來要設法提高加工的量能，去化非規格品，在銷售端也勢必進軍國際打開市場，加工出來的產品才能賣得掉。2017年瓜瓜園毅然投入龐大資金興建占地4,000坪的全自動化地瓜食品加工



廠，預計每年可生產5,000~6,000公噸的地瓜薯條。

就在轉型擴大生產規模之際，瓜瓜園卻面臨日本沖繩SAN-A超市通路斷鏈的危機。邱裕翔獨自一人拎著皮箱，一年飛11趟沖繩，費了九牛二虎之力，不僅穩住了原本的通路，也攻進日本本島的供應鏈，YAOKO超市、九州MINISTOP便利商店，都吃得到臺灣地瓜，另外還賣進開業百年的Ito Yokado伊藤洋華堂超市。日本對產品的嚴格要求，成為瓜瓜園的高標，也讓瓜瓜園進軍歐、美等國際市場充滿信心。

永續農業，深耕本土

貼近客戶的需求，一路追隨顧客成長，瓜瓜園40年前只是賣生鮮地瓜的「奕泰農產行」，如今已占全臺冷凍地瓜薯條八成的市場，在臺南市新化區有270多名員工，自耕與契作地瓜田近1,000公頃，700位契作農民，全部採計畫性生產，即使在2021年在新冠肺炎疫情籠罩下仍創下7億營收，也讓瓜瓜園的版圖持續擴張。

「一般人是從鮮果做到加工，我們是倒著做，從加工到鮮果，又回來



邱裕翔帶領臺灣地瓜跨入國際市場，獲得許多好評，也成功打入日本通路。

擴大加工量能，現在已經是產、製、儲、銷一元化，而且環環相扣。」

為兼顧永續農業目標，瓜瓜園著手環境認證，成為全世界第一個通過甘藷碳足跡的產銷班，2013年成立了臺灣第一家地瓜生態故事館觀光工廠，積極推廣食農教育，在2015年獲得清真認證，2018年邱裕翔帶領團隊於全球知名的法國巴黎國際食品展展出臺灣地瓜，2021年臺灣彩色地瓜薯條更獲得德國科隆國際食品展的最佳創新商品，更是讓臺灣地瓜驚艷全球。

15年來瓜瓜園在邱裕翔的擘劃下，不論是田間管理、加工技術到產銷經營，形成的產業鏈都讓一條小小的地瓜身價不可同日而語，地瓜農民的生活更有保障，他也藉由地方創生，打造中高齡就業環境，原本老化的農村也開始注入更多的新血，農業地區的凝聚力也跟著提升，獲得第33屆神農獎的肯定實至名歸。

神農小檔案

- 姓名：邱裕翔
- 產地：臺南縣
- 主要農產品：甘藷契作與加工銷售
- 事業／品牌：瓜瓜園

本單元內容取自《第33屆十大神農及模範農民專輯》，文章格式經編輯調整。更多有關十大神農及模範農民的精彩報導，請至農業部網站閱讀—

<https://academy.moa.gov.tw/ebook/11202/>

