

尋味臺灣酸鹹甜，國產青梅風味之所在

2024年推廣青梅食農教育活動成果紀實

沈雅鈞¹



圖1. 今年春季臺東縣關山鄉青梅果園實景。

摘要

為促進國產青梅產業發展，農業部農糧署今（113）年攜手地方政府、主要產區農民團體於產地與都會區共辦理236場次食農教育活動，除邀請消費者前往產地果園，透過生動的導覽解說，瞭解產業脈絡、體驗青梅採集及親手釀製加工產品等樂趣外，同時將食農教育帶到消費地，讓民眾以視、聽、嗅、味、觸等五感，體驗國產青梅產業豐富饗宴，並現場展售國產青梅系列產品，為地方帶動觀光人潮及活絡農村經濟，推廣成果斐然。

To promote the growth of the green plum industry, the Agriculture and Food Agency under the Ministry of Agriculture will hold a total of 236 events in 2024 at both producing areas and urban centers. Working together with the AFA are local governments and farmers' groups. The events include tours to orchards focusing upon industrial development, green plum harvesting and fruit processing. Food and agriculture education is also introduced so that consumers can personally experience the various aspects of the industry. On display at the event are various processed products aimed at promoting consumption and the rural economy.

| 註1：農業部農糧署。

一、前言

追溯臺灣社會對於青梅的記憶，來自於各家獨門釀製的餐梅、老梅或梅干等醃漬梅產品，它們成為人們心中一種對於家鄉味的表述和記憶；這除了因青梅本身苦澀不易鮮食，加工後可以讓杏仁苷分解等理由之外，更源自於早年經濟與交通條件受限，在物產資源不豐的年代，以簡易的鹽與青梅即可轉化成長時間存放的食材，那是產銷調節的居家版本，也是看天吃飯、拚拾惜福的臺灣農村文化一隅縮影。

臺灣青梅的種植與加工，最早於清代自華南地區引入梅樹種植，日據時代因日人喜食梅製品，開始有了較具規模的生產經營；過去民國70～80年代，因外銷日本市場優勢，大多數的青梅送交由加工廠製成梅胚或蜜餞類產品，成了巷內柑仔店販售的蜜餞、梅餅或梅糖，曾以超過1萬公頃的種植面積、9萬公噸的總產量及新臺幣30億元的總產值，締造當時的外銷榮景。

近年來，受世界貿易環境改變、氣候變遷及消費型態改變等因素影響，農產運銷也從擴大生產、集運批發逐漸演變成提高品質、直銷宅配，加上資訊普及、食安及環保意識抬頭，使得民眾開始重視農產品及其加工品之來源與製作過程，日常飲食朝少量、精緻及健康方向做選擇。由於

整體生活型態轉變，現今青梅產業結合農村綠色旅遊逐漸轉型，持續傳承國產青梅那份「酸鹹甜」的臺灣風土文化，期讓產業得以永續，也落實食農教育推展之根本目的。

二、走訪食農教育之路，凝聚永續農產意識

為讓青梅產業得以傳承延續，文化知能得以向下扎根，今(113)年度各地辦理青梅食農教育活動，透過消費者、農民、農民團體、各產業界及政府部門合作，推展食農教育系列活動，拉近生產與消費間的距離，也提供莘莘學子遇見課外知識的場域，緊繫環境、社會、經濟永續三面向。

(一) 從感受節氣變化培養觀察力，見微知著與自然共存

青梅在臺灣種植多年，主要產地為高雄市甲仙地區、六龜區、臺南市楠西區、南投縣信義鄉、仁愛鄉及臺東縣關山鎮等中央山脈兩側之山坡地；每年元旦前後為盛花期，每年3月下旬～5月中旬是青梅產季，集中在清明節前後兩周為盛產期，與節氣之連結性十分強烈，可作為春季時令食材之代表，當消費者見到市面開始販售青梅時，便可感受到春意正濃的氛圍。惟近年來受氣候變遷影響，青梅的質與量將越趨



圖2. 信義鄉農會主辦今年南投縣梅子節開幕式活動，當日吸引遊客超過500人次，並邀請來賓及民眾一同體驗脆梅製作的樂趣。

減少，農業如何因應是當今最大考驗。

此外，因為生鮮青梅易後熟，鮮果不耐儲放，採收後兩天會開始軟化、褐變，需把握產季才能享得新鮮美味；倘消費者未認識農產品特性，則可能誤解生產者提供變質的產品，忘卻在自然環境生長下，果品外觀或多或少不那麼圓整、無暇，經過長途的運輸過程，果品也難免碰撞或悶熟，

欲取得新鮮完好的青梅，減少食物里程是關鍵。今年南投縣政府「2024南投梅子節 春分一簍梅」、高雄市政府「春之梅好三部曲」等活動，皆是趁青梅產季之際，透過辦理產地遊訪相關體驗活動，讓民眾以身見聞加深印象，並將這份隨著節氣帶來的感動，深化為習慣記憶，鼓勵民眾把握時節，如同臺灣諺語「趁食，趁食，無趁無通食」。在大環境不斷變遷



圖3. 民眾拿起長竿擔任一日農民，肩負竿採青梅任務。

下，如何與大自然和諧共存、與環境共好，成了現下反思的議題。

（二）體驗農事勞作傳承文化，以知其源而遠流長

青梅採收的方式可區分為竿採梅、手採梅，竿採梅是用長竹竿敲打樹枝抖落青梅的方法，可短時間採集較大量的青梅，但因敲落的撞擊易使果品外觀受損，容易出現水浸狀凹陷，普遍送往

加工廠製作加工產品；手採梅是用人工手採一顆顆青梅的方法採集，雖較為費時，但可以分批採收外表完整且大小均齊的果品，可送往市場、量販店或宅配販售，或由加工廠製作較高單價產品銷售。

今年國姓鄉農會在南投縣的南港地區舉辦「Call me 梅 be 國姓秘境採梅趣」體驗活動，選擇山林間一處經有機驗

證的梅園，辦理山區生態導覽、青梅採後處理解說、竿採及手採梅等體驗活動。鼓勵到訪民眾感受戶外的晴空萬里，品嚐從樹上剛採摘的有機青梅那明亮清酸的滋味，並且讓民眾扮演一日農民，挑起長竿、背負籃子，抖落顆顆青梅，現場受訪民眾表示：「竿採、手採都很累」、「頂著艷陽，農民真的很辛苦」、「採了快一個小時，才蒐集到剛好一桶」；接續提供脆梅製作教學解說，要從清潔去蒂、粗鹽搓揉、輕微敲裂、鹽水淨泡、水漂去澀到瀝乾糖漬，讓到訪者充分體驗青梅產業農事作業的勞動辛苦。

藉由實際的農事體驗活動，輔以產業之解說，期傳承在地文化、感受農產品之得來不易，進而習得珍惜農產品，如同臺灣傳統社會裡「食果子拜樹頭，食飯米敬鋤頭」的感念，期能汲取先人感恩土地的給予、與自然共好的智慧，喚醒當代入與環境間的共存意識。

（三）走入坊間穿梭田野，傳承手藝延續家鄉風土味

青梅在臺灣栽培已有百年歷史、種類繁多，目前高雄地區栽培青梅品種以二青種為主，南投地區以大青、軟枝及胭脂種等為主，臺南地區為石

塔種為主，東部地區以中青、白毛種為主，其大小、色澤、皮層及種籽等外觀略有不同，但主要還是依成熟度分別製作不同加工品為主。

有別於其他水果以甜香標榜，青梅獨以清酸稱絕，淺嚐6、7分熟度的果實，明亮的酸度使人提振精神，苦澀的尾韻是大人才懂，少量進食別有一番滋味，此刻的青梅因果膠完整、組織堅硬，口感清脆，最適合製成脆梅或青梅酒；當到了8、9分熟度時，酸澀味轉淡，果膠分解、鬆軟組織，而口感軟爛，散發梅花蜜香、水蜜桃甜香的黃梅，最適合做成Q梅、黃梅醬及黃梅酒，不論哪種成熟階段都能製作，造就出令人驚嘆的多元風味。依著鹽漬、糖漬、風乾日曬、煙燻等製程調整，就可以製作醃梅、梅干、話梅、白梅或烏梅，添加不同香辛料或是食材，即可製作紫蘇梅、茶梅、蜜梅、辛口梅或生薑梅，或是封糖製作梅糖露、梅醋，或是熬煮成梅果醬，或是浸泡在米酒、清酒、干邑、伏特加、琴酒、威士忌中釀造梅酒，封罐時也封住在地風土與當下回憶，只需靜候其醞釀出獨特風味。

今年各產地農民團體在全臺各地學校、農會、市集廣場、國道休息站或當地觀光景點辦理食農教育活動，介紹青梅產地、生長特性及適製性外，也讓參與者以當季最新

鮮的青梅，親手製作脆梅、梅醋、梅酒，另外也提供青梅結合飲品、餐飲等多重饗宴，臺灣國產青梅，讓初訪民眾驚艷不已。藉產季舉辦手作脆梅、醃梅、黃梅醬、青梅酒或黃梅酒等多元食農教育體驗活動，吸引民眾在這個季節來一場手作大集合，認識時光飛梭裡的風土民情，也將這份傳統家鄉味延續下一代，進而得以促進地產地消。

（四）參與農產品生產加工環節，深化飲食與農業之連繫

尋味記憶中的酸鹹甜，其原型來自青梅製作的漬物，也俗稱為醃梅，以製程調整和時

間熟成，即可展現出各種堪稱工藝的醃梅產品，除了居家私釀與古法製作外，近年來受飲食型態改變，標榜有機青梅、減糖減鹽的醃梅相繼問世，也隨著顧客需求，創新產品層出不窮，坊間販售有方便食用的無籽Q梅、梅片及梅精錠，口味獨特的咖啡梅、檸檬梅及烏魚子梅，還有結合其他水果製作的梅釋來一口（鳳梨釋迦與青梅）、梅有芒果（芒果與青梅）等蜜餞產品，讓民眾對農產品加工品是次級品去化處理方式的刻板印象淡化，取得代之的是以有機或產銷履歷驗證生產高品質青梅，再經過符合安



圖4.親子共享遊園時光，收穫的不僅是青梅，還有滿滿的汗水和笑容。



圖5. 水里鄉農會赴宜蘭地區各家農會，邀請家政班成員攜朋引伴，一同前來體驗製梅樂趣，也為今年春季增添豐盛回憶。

全衛生的加工製程，產出提高農產品價值為較高單價的健康食物、梅酒產品等；藉由瞭解在地農產品及其加工產品的優點，進而懂得擇食，期望撫慰心靈的家鄉風味，能在時代洪流中淵遠流長。

三、結語

為提升國產青梅產業競爭力，政府在生產面積極輔導農友導入產銷履歷或有機驗證，同時推廣樹體矮化、

合理化施肥等生產管理技術；在加工面則輔導農民團體與學研單位合作開發青梅加工產品，並鼓勵加工業者採購國產青梅製成各式加工產品，以因應市場需求；另在行銷面則結合在地特色產業，輔導農民團體舉辦導覽解說、手作體驗及料理品嚐等活動，搭配農產品展售促進地產地消。今年主產季創造農村觀光人潮超過7萬人次，促進國產青梅銷售量580公噸，刺激農產品銷售額約新臺幣3,000萬元，成效良好，期待明年以嶄新風貌與民眾相會。